

Etablierung der digitalen Abzeichen-Challenge



Abstract

Beim vorliegenden Bericht handelt es sich um eine wissenschaftliche Arbeit, welche im Rahmen der Bachelor-Thesis für die Etablierung der «Digitalen Abzeichen-Challenge» in Schweizer Schulen erarbeitet wurde. Im Herbst 2020 konnte mit der digitalen Abzeichen-Challenge eine zeitgemässe Alternative zum traditionellen Abzeichenverkauf von Swissaid auf der Strasse eingeführt werden.

Das neuartige Abzeichen-Produkt erweckte zwar das Interesse der Lehrpersonen, die Anzahl gestarteter Aktionen blieben allerdings weit unter den Erwartungen von Swissaid. Nur wenn die Probleme und Anliegen der einzelnen Akteure transparent sind, können zielgruppengerechte Lösungsansätze und Hilfestellungen für die «Digitale Abzeichen-Challenge» ausgearbeitet werden.

Eingangs wurden die Einflussfaktoren analysiert und im Rahmen der Methodenwahl die Zielgruppen Lehrpersonen, Rektorinnen und Rektoren für die qualitative und quantitative Datenerhebung evaluiert. Die Ergebnisse zeigen die Probleme, Haltungen und Bedarfe auf, welche die Vermarktung von Schulaktionen beeinflussen.

Eine Diskussion leuchtet die facettenreiche Problemstellung aus verschiedenen Blickwinkeln aus und zeigt mögliche Zusammenhänge der Einflussgrössen auf. Das Kapitel: «Schlussbetrachtung und Ausblick» fasst die Erkenntnisse der Studie zusammen, evaluiert die angewendeten Methoden, macht Handlungsempfehlung bezüglich Angebotsumfang der «Digitalen Abzeichen-Challenge» und weist auf Forschungsempfehlungen hin, welche mit dieser Arbeit noch nicht abgedeckt sind.

Tobias Palmese

Dozentin:
Prof. Dr. Grimm Christine

Expert:
Dr. William Gizzi

Wirtschaftspartner:
Swissaid

Semester:
HS22

Bildquelle:
© Adobe Stock