**Evaluation des GORILLA-Projekts**

Bericht zur Periode 2010 bis Anfang 2012

Hanspeter Stamm und Markus Lamprecht

Lamprecht und Stamm Sozialforschung und Beratung AG

Forchstrasse 212 • 8032 Zürich • [info@LSSFB.ch](mailto:info@LSSFB.ch)

Zürich • Juni 2012

Inhalt

Das Wichtigste in Kürze 2

1. Ausgangslage 3

2. Datenlage und Vorgehensweise 4

3. Resultate 6

3.1. Grunddaten zum Angebot und zur Nutzung der verschiedenen Module 6

3.2. Zusätzliche Resultate zu den Workshops 10

3.3. Zusätzliche Resultate zur eLearning-Plattform 13

3.4. Zusätzliche Resultate zur Handy App 18

4. Zusammenfassung und Folgerung 19

Das Wichtigste in Kürze

Das GORILLA-Projekt setzt sich die Förderung ausge­wogener Ernährung und ausreichender (sportlicher) Bewegung bei 10- bis 18-jährigen Kindern und Jugend­lichen zum Ziel. Die insgesamt sieben Module, die sowohl beim konkreten Verhalten (Workshops, ActiSmile, Powergame) als auch beim Wissen (eLearning, Handy App, Kochbuch) und den Lehrkräften (Presenter) ansetzen, umfassen ein differenziertes Angebot für verschiedene Settings und Anspruchsniveaus.

Die Resultate einer partiellen Evaluation der ersten eineinhalb Projektjahre zeigen, dass GORILLA gut gestartet ist:

• Workshops: Die Workshops schliessen an das frühere Projekt "Schtifti Freestyle Tour an", finden an Schulen statt und beinhalten praktische Einführungen in verschiedene Freestyle-Sportarten, Ernährungsinformationen sowie ein ausgewogenes Morgen- und Mittagessen. Im Jahr 2011 wurden rund 60 Workshops mit über 4000 Teilneh­mer/innen durchgeführt. Eine Befragung von ausgewählten Teilnehmer/innen zeigt nicht nur eine äusserst positive Beurteilung der Workshops, sondern deutet darauf hin, dass die Workshops die Kinder und Jugendliche zu Verhaltensänderungen anspornen.

• Website, eLearning und Handy App: Die allgemeine Website von GORILLA wie auch die Handy App stossen auf grosses Interesse (rund 7000 Besuche/Monat auf der Website und über 20'000 Downloads der Handy App zwischen Mai 2011 und März 2012) und werden – soweit Angaben dazu vorliegen – überaus positiv beurteilt. Dagegen liegt die Zahl von etwas über 4'000 registrierten Nutzer/innen des eLearnings eher unter den Erwartungen. Diese dürfte nicht zuletzt daran liegen, dass diese vergleichsweise anspruchsvolle Bildungsanwendung eine relativ intensive Beschäfti­gung und eine hohe Konzentration seitens der Nutzer/innen voraussetzt. Als weitergehendes Informations- und Lernangebot ist das eLearning jedoch ein wichtiger Bestandteil des modular aufgebauten Projekts.

• Weitere Module: Das Kochbuch wird insbesondere anlässlich der Workshops verteilt und sehr positiv beurteilt, während das Powergame in erster Linie von Schulen und ähnlichen Organisationen bestellt und eingesetzt wird. Der ActiSmile wurde bislang zwar nur verhältnis­mässig selten bestellt, doch könnte sich dies dank einer Preisreduktion (von CHF 75.- auf CHF 49.-) in Zukunft ändern. Über das Modul Presenter sind noch keine Aussagen möglich, da dieses erst in der zweiten Hälfte 2012 erscheinen wird.

Die vorliegenden Resultate zeigen, dass die ersten eineinhalb Jahre des GORILLA-Projekts erfolgreich verlaufen sind. Dies zeigen nicht zuletzt auch die positive Resonanz des Projekts in den Medien und die verschiedenen Preise, welche das Projekt bereits gewonnen hat. Für die kommenden Monate besteht zwar kein grund­legender An­passungsbedarf, doch empfehlen sich im Interesse einer nachhaltigen Konsolidierung des Projekts einige kleinere Optimierungen. Mit Blick auf die überaus erfolgreichen Workshops kann beispielsweise festgestellt werden, dass das Angebot ohne die Schaffung zusätzlicher Kapazitäten kaum weiter ausgebaut werden kann. Beim eLearning wäre dagegen zu überlegen, wie der Transfer der Nutzer/innen von anderen Modulen (z.B. Workshops, Handy App) verbessert werden kann, um die Reichweite dieses Moduls zu erhöhen. Ganz allgemein wäre in diesem Zusammenhang zu prüfen, wie die verschiedenen Module noch enger miteinander verknüpft werden könnten.

1. Ausgangslage und Hintergrund

Das Projekt GORILLA setzt sich zum Ziel, einen nachhaltigen Beitrag zur Förderung von ausge­wogener Ernährung und ausreichender (sportlicher) Bewegung bei Kindern und Jugend­lichen im Alter von 10 bis 18 Jahren zu leisten. Zu diesem Zweck werden in insgesamt sieben Teilmodulen Leistungen und Aktivitäten angeboten.

Kernstück des Projekts sind einerseits die Workshops, welche an Schulen durchgeführt werden und den Jugendlichen einen spielerischen und informativen Einstieg in die Themen Ernährung und Bewegung bieten. Andererseits existiert mit der GORILLA-Internetplattform eine differenzierte eLearning Umgebung zu diesen beiden Themen. Abgerundet wird das GORILLA Angebot durch eine App für Smartphones, ein Kochbuch, ein Spiel (Powergame), einen Beschleunigungsmesser (ActiSmile) sowie ein Präsentations­tool für Lehrkräfte (Presenter). Die verschiede­nen Module können fast beliebig kombiniert werden: Anlässlich der Workshops wird beispielsweise das Kochbuch abgegeben, welches durch Tipps auf der eLearning Plattform und in der Handy-App ergänzt wird. Gleichzeitig knüpfen die verschiedenen Module an verschiedenen Lebensbereichen an und weisen unterschiedlich hohe Einstiegsschwellen auf: Während die Workshops "zu den Kindern an den Schulen kommen", muss die Handy App zumindest geladen und ab und zu gestartet werden, während die Teilnahme am eLearning eine eigenständige und aktive Beschäftigung mit dem Thema während der Freizeit verlangt. Mit diesen unter­schiedlichen Zugängen soll eine nachhaltige Wirkung auf den Kenntnisstand und das Verhalten der Kinder und Jugendlichen erzielt werden, wobei unterschiedliche Bedürf­nisse und Settings mitberücksichtigt werden.

Das Projekt startete in der zweiten Hälfte des Jahres 2010, hatte aber in der "Schtifti-Freestyle-Tour" bereits einen gut etablierten und mehrfach preisgekrönten Vorläufer. Im Rahmen jenes Projektes waren Workshops veranstaltet worden, in denen Kinder und Jugend­liche in spielerischer Weise an die Themen Ernährung und Bewegung herange­führt werden sollten. Zwischen 2003 und 2009 nahmen rund 18'000 Kinder und Jugend­liche an diesen Aktionen teil.

Die Erfahrungen aus der "Freestyle-Tour" flossen direkt in die Workshops des neuen GORILLA-Projekts ein, das nun allerdings um die eLearning-Plattform und die weiteren Module erweitert wurde, um einerseits den Effekt der Workshops zu multiplizieren und jenseits der eintägigen Aktionen Möglichkeiten für eine nachhaltige Beschäftigung und Verankerung der Themen Ernährung und Bewegung zu schaffen. Ein wichtiges Motiva­tionselement stellt dabei die Möglichkeit dar, mit dem ActiSmile oder auf der eLearning-Plattform durch das Ausfüllen von Lerntests Punkte zu sammeln, die dann ihrerseits zur Teilnahme an monatlichen Verlosungen von Prämien berechtigen.

Auch das GORILLA-Projekt hat in seiner kurzen Existenzzeit bereits einige Preise gewonnen: So erhielt das Projekt im Rahmen der "Sanitas Challenge 2011" den zweiten Preis für seinen innovativen Bewegungsförderungsansatz, und die GORILLA Handy App wurde vom Magazin PCTipp zu einer der fünfzig besten Smartphone-Applikationen des Jahres 2011 gewählt. Zusätzlich war das Projekt in den vergangenen Monaten Gegenstand einer Evaluation, mit der die Wirkungen und Optimierungsmöglichkeiten des Projekts erfasst werden sollten. Aus Kostengründen konnten nicht alle Aspekte umfassend untersucht werden, doch können verschiedene Dimensionen des Projektfortschritts mittels ausge­wählter Datensammlungen und -analysen abgebildet und diskutiert werden. Vor diesem Hintergrund enthält der vorliegenden Bericht zunächst einen Überblick über die Fragestellungen und die Vorgehensweise (Kapitel 2), bevor ausgewählte Resultate vorgestellt und diskutiert werden (Kapitel 3 und 4).

2. Datenlage und Vorgehensweise

Im Zentrum der vorliegenden Studie stand die Frage, ob und wie das GORILLA-Projekt wirkt. Gerade bei einem differenzierten Projekt wie GORILLA lässt sich diese Frage jedoch nicht einfach beantworten, müssen doch sehr unterschiedliche Wirkungs­dimensionen mitberücksichtigt werden. Dazu kommt, dass die Ressourcen und der Zeithorizont für eine umfassende Evaluation zu knapp waren, weshalb statt einer detaillierten Antwort auf die Frage nach der Wirkung nur einzelne Aspekte des Projekts untersucht und dargestellt wurden.

Konkret wurden zu den meisten oben erwähnten Teilelementen des Projekts zunächst allgemeine Input- und Outputdaten gesammelt. Das heisst: Bei sechs der sieben Module (Workshops, eLearning, Kochbuch, ActiSmile, Handy App, Powergame) sowie bei der Nutzung der allgemeinen Website von GORILLA wurden Grund­lagendaten zum Angebot (Input) und der Nutzung (Output) aufbereitet und dargestellt.[[1]](#footnote-1) Dabei wurde, soweit möglich, versucht, Entwicklungen über die Zeit darzustellen, denn selbst wenn anfangs 2012 noch keine gesicherten Aussagen über die Reichweite und die Wirkung des Projekts möglich sind, erlaubt der Blick auf Veränderungen seit dem Projektstart doch vorsichtige Prognosen über die weitere Entwicklung (vgl. Abschnitt 3.1).

Darauf aufbauend wurden die Workshops, die eLearning-Plattform und die Handy App detaillierter mit Blick auf die Nutzung (Output) und die Wirkungen (Outcome) unter­sucht:

• Workshops: Hier wurden verschiedene methodische Zugänge gewählt. *Einerseits* wurden die an den Workshops beteiligten Kinder und Jugendlichen im Anschluss an den Work­shop befragt. Diese Befragung erfolgte bis zum Spätsommer 2011 mittels eines schriftlichen Fragebogens, seither wird eine Online-Version des Fragebogens verwendet. Da die Erfassung der schriftlichen Fragebogen relativ aufwendig ist, wurde hier nur eine Zufallsstichprobe von sieben Workshops (n=425) elektronisch nacher­fasst. Dagegen wurden alle Online-Fragebogen (n=629), die bis Ende 2012 ausgefüllt worden waren, berücksichtigt, so dass Angaben von insgesamt 1054 Workshop­teilnehmer/innen verwendet werden konnten. Dies entspricht rund einem Viertel aller Kinder und Jugendlichen, die im Jahr 2012 an den Workshops teilgenommen haben.

In Zusammenarbeit mit der FHS St. Gallen (Soziale Arbeit) hat die Projektleitung von GORILLA im Sommer 2011 *andererseits* ausgewählte Workshops mittels Gruppenge­sprächen mit Jugendlichen und Lehrpersonen qualitativ evaluiert. Die Resultate dieser Studien liegen vor und fliessen ebenfalls in die Analyse in Abschnitt 3.2 ein.[[2]](#footnote-2)

• eLearning (GORILLA-Space): Anlässlich der Registrierung auf der GORILLA-Internet­plattform werden die Nutzer/innen aufgefordert, einen Fragebogen zu ihrem Ernäh­rungs- und Bewegungsverhalten auszufüllen. Bis Februar 2012 hatten 4382 Personen an dieser Befragung teilgenommen, wobei 141 Personen aus der Analyse ausge­schlossen wurden, da sie entweder keine Altersangabe gemacht hatten, jünger als 10 oder älter als 18 Jahre waren und damit nicht zur Zielgruppe von GORILLA gehörten. Von den 4241 für die Analyse verbleibenden Fällen stammen 1124 (27%) aus dem Jahr 2010, 2509 (59%) aus dem Jahr 2011 und die übrigen 608 Fälle (14%) aus den ersten Monaten des Jahres 2012. Diese Daten wurden einer Detailanalyse zum Profil der Nutzer/innen der eLearning-Plattform unterzogen (vgl. Abschnitt 3.3).

Es gilt darauf hinzuweisen, dass die aufgeführten Fallzahlen deutlich unter den in der Nutzungsstatistik von GORILLA (GORILLA-User-Statistik per 17. Februar 2012) erfassten 7242 Personen liegen.[[3]](#footnote-3) Der Unterschied ist zunächst darauf zurückzuführen, dass die allgemeine Nutzungsstatistik auch 1056 "Gäste" enthält, bei denen es sich in der Regel um Lehrpersonen oder andere interessierte Erwachsene handelt und die für die vorlie­gende Untersuchung nicht berücksichtigt wurden. Von den übrigen, in der Nutzungs­statistik erfassten Personen haben sich nicht weniger als 1278 mehr als einmal registriert (identische E-Mail-Adressen), und schliesslich stammt ein Teil der eindeuti­gen Adressen von Personen, die unter 10 oder über 18 Jahren alt waren. In der Nutz­ungsstatistik bleiben damit 4546 Schüler/innen im Altersbereich von 10 bis 18 Jahren, von denen rund 300 die Registrierung offenbar nicht vollständig durchgeführt haben und daher nicht im oben aufgeführten Analysefile auftauchen.

Zusätzlich führte das Büro a&o im Januar (n=283), im Juni 2011 (n=453) und im Januar 2012 (n=513) drei Nachbefragungen mit Stichproben der eLearning-Nutzer/ innen durch, die Hinweise auf Verhaltensänderungen der befragten Personen ver­mitteln. Die Befunde aus den ersten beiden Nachbefragungen sind in zwei Berich­ten detailliert dokumentiert[[4]](#footnote-4), weshalb hier nur kurz auf diese Befunde eingegangen wird.

• Handy App: Wie im folgenden Abschnitt zu zeigen sein wird, stösst die Handy App für Smartphones auf ein grosses Echo. Vor diesem Hintergrund hat die Leitung des GORILLA-Projekts zwischen dem 23. März und dem 10. April 2012 eine kleine Befragung zur Einschätzung und Nutzung der App durchgeführt. Die insgesamt 337 Personen, welche den Fragebogen zumindest teilweise ausgefüllt hatten, wurden über Push-Benachrichtigungen, Informationen auf der GORILLA Website und über einen GORILLA Newsletter rekrutiert. Zusätzliche Teilnahmemotivation wurde über eine kleine Verlosung geschaffen.

Ein Blick auf das Profil der Teilnehmer/innen zeigt, dass rund 16 Prozent der Antwor­tenden (55 Personen) über 18 Jahre alt waren und daher, ebenso wie bei der Analyse der eLearning-Plattform, aus der Analyse ausgeschlossen werden mussten, weil sie nicht zur eigentlichen Zielgruppe des GORILLA-Projekts gehörten.[[5]](#footnote-5) Insgesamt standen nach der Datenbereinigung Angaben von 277 Personen im Alter unter 19 Jahren für die Auswertung zur Verfügung. Inwieweit die Befragungsteilnehmer/innen ein repräsen­tatives Abbild aller Nutzer/innen der Handy App darstellen, kann an dieser Stelle zwar nicht beurteilt werden. Es ist jedoch zu vermuten, dass ein besonders aktives Segment erreicht wurde, welches die Handy App nicht nur auf ihr Smartphone geladen hat, sondern diese auch ab und zu benutzt.[[6]](#footnote-6)

Zu Vergleichszwecken werden an verschiedenen Stellen des Texts überdies Daten aus der Studie Health Behaviour of School-Aged Childern (HBSC) des Jahres 2010 von Sucht Schweiz dargestellt. Diese international vergleichende Studie, in deren Rahmen in der Schweiz im Abstand von vier Jahren jeweils rund 10'000 11- bis 15-jährige Kinder und Jugendliche befragt werden, eignet sich zur Einschätzung der Frage, ob sich die Teilneh­mer/innen von GORILLA vom Durchschnitt der entsprechenden Altersgruppe unterscheiden. Die Vergleichsresultate wurden dem Indikatorensystem "Gesundes Körpergewicht" von Gesundheitsförderung Schweiz und dem Monitoringsystem Ernährung und Bewegung (MOSEB) des Bundesamtes für Gesundheit entnommen.[[7]](#footnote-7)

3. Resultate

3.1. Grunddaten zum Angebot und zur Nutzung der verschiedenen Module

Der vorliegende Abschnitt enthält allgemeine Angaben zu den verschiedenen Modulen des GORILLA-Projekts und ihrer Nutzung. Während die Angaben zu den Workshops, zum eLearning und der Handy App in den Abschnitten 3.2 bis 3.4 ergänzt werden, kon­nten die übrigen Module im Rahmen der vorliegenden Studie nicht weiter vertieft werden.

*Workshops*

Die Workshops stellen zusammen mit dem eLearning den Kern des GORILLA-Projekts dar. Die Workshops finden in aller Regel an Schulen statt und dauern einen ganzen Tag, wobei sowohl Bewegungs- als auch Ernährungsthemen praktisch und in Form von Referaten behandelt werden. Je nach Jahreszeit existiert sowohl eine Winter- als auch eine Sommerversion der Workshops, die sich vor allem darin unterscheiden, dass im Winter mehr Aktivitäten in der Halle durchgeführt werden.

Im Jahr 2011 fanden an 57 Tagen Workshops mit geschätzten 4320 Teilnehmer/innen (75 Teilnehmer/innen pro Workshop) statt. Die Workshops fanden in der Regel an Freitagen statt. In einigen Fällen wurden die Workshops an einem anderen Tag oder an einigen aufeinanderfolgenden Tagen durchgeführt (z.B. Kanton Uri).

Bezüglich der regionalen Verteilung fällt auf, dass die meisten Workshops (15) im Kanton Zürich durchgeführt wurden. Fünf oder mehr Workshops wurden zudem in den Kantonen Aargau (10), St. Gallen (8) und Uri (5) durchgeführt. Im Tessin und in der Westschweiz wurden Ende September je zwei Workshops abgehalten, während sich die übrigen Workshops auf die Kantone Schwyz (4), Thurgau (3), Bern (2), Graubünden (2), Luzern (2), Schaffhausen (1) und Zug (1) verteilten.

Im laufenden Jahr dürfte eine vergleichbare Anzahl von Workshops durchgeführt werden. Eine deutliche Steigerung wäre nur möglich, wenn die Anlässe auch an anderen Wochentagen durchgeführt werden könnten oder mehrere Teams parallel aktiv würden.

*Website und eLearning*

Die GORILLA eLearning-Plattform stellt genaugenommen nur einen Teil der Webpräsenz des GORILLA-Projekts dar. Der Einstieg ins eLearning erfolgt über die allgemeine Website [www.gorilla.ch](http://www.gorilla.ch), die bereits eine Vielzahl von Informationen über das Projekt sowie verschiedene Videos und Anleitungen zu den Themen "Freestyle-Sport" und "Kochen" enthält. Die Nutzung dieses Angebots ist sehr beachtlich: Zwischen Ende August 2010 und Ende März 2012 verzeichnete die Website über 130'000 Besuche (durchschnittlich rund 7'000 pro Monat), von über 60'000 Personen, die sich insgesamt 1.2 Mio. Seiten (rund 64'000 Seiten pro Monat) anschauten.

Ein Teil dieser Besucher hat sich zusätzlich auf der eLearning-Plattform registriert, die speziell für das GORILLA-Projekt entwickelt wurde und eine Vielzahl von spezifisch für die Zielgruppe aufgearbeiteten und graphisch aufwendig umgesetzten Informationen zu den Themen Ernährung und Bewegung enthält. Der "Lernerfolg" kann mittels verschiedener Tests überprüft werden, wobei sich Punkte sammeln lassen, die dann zur Teilnahme an der Verlosung verschiedener Prämien berechtigen.

Bis Ende Februar 2012 hatten sich über 4'200 Kinder und Jugendliche im Alter zwischen 10 und 18 Jahren auf der eLearning-Plattform von GORILLA registriert.[[8]](#footnote-8) Wie Abbildung 3.1 zeigt, verlaufen die Registrierungen seit dem Start des Projekts relativ gleichmässig: Im Durchschnitt registrieren sich pro Monat rund 230 neue Nutzer/innen, wobei der Oktober 2010 (402 Registrierungen) und der Januar 2012 (396 Registrierungen) bislang die stärksten Monate waren. Dagegen war die Anzahl der Registrierungen in den Ferienmonaten Juli (151) und August (136) des Jahres 2011 vergleichsweise gering.

Die etwas über 4'200 registrierten Nutzer/innen entsprechen rund sieben Prozent aller bisherigen Besucher der Website und einem halben Prozent der gesamten, in der Schweiz wohnhaften Altersgruppe der 10- bis 18-Jährigen. [[9]](#footnote-9) Damit muss die Reichweite der eLearning-Plattform noch als relativ beschränkt bezeichnet werden. Würde sich der aktuelle Trend mit rund 300 Registrierungen pro Monat fortsetzen, so würde dies bedeuten, dass jährlich weiter­hin weniger als ein halbes Prozent der Zielgruppe erreicht wird. Bei rund 1000 Registrie­rungen pro Monat würde die Reichweite dagegen auf 1.5 Prozent pro Jahr ansteigen.

Abbildung 3.1: Entwicklung der Einschreibungen auf der GORILLA-eLearning-Plattform, Au­gust 2010 bis Februar 2012 (10 bis 18-jährige Nutzer/innen, welche den Einstiegsfragebogen ausgefüllt und abgeschlossen haben)

Hinweise auf die effektive Nutzung der eLearning-Plattform vermittelt die Statistik der von den Nutzer/innen ausgefüllten Tests zu den verschiedenen Themengebieten. Der GORILLA-Space enthält 43 verschiedene Tests, die in der Untersuchungsperiode knapp 28'000 mal ausgefüllt wurden. Die verschiedenen Tests erfreuten sich allerdings sehr unterschied­licher Popularität: Während fast 2000 Personen den Test „Alltag“ machten, wurde der Test „Ernährung“, der erst nach erfolgreichem Abschluss verschiedener anderer Tests absolviert werden kann, nur von 44 Nutzer/innen ausgefüllt. Abbildung 3.2 zeigt die Rangliste der am häufigsten ausgefüllten Tests, wobei jeweils angegeben wurde, welcher Anteil der Nutzer/ innen den Test bestanden hatte und welcher nicht. Dargestellt wurden nur die 16 Tests, die von mindestens 15 Prozent aller Nutzer/innen ausgefüllt wurden. Weitere 12 Tests wurden von zwischen 10 und 15 Prozent der Nutzer/innen gemacht, die übrigen 15 Tests wurden von weniger als jeder zehnten Person verwendet. Der Anteil der bestandenen Tests liegt in den in Abbildung 3.2 dargestellten Tests zwischen 25 (Wasser) und 74 Prozent (Organsystem).

Mit Blick auf die Website und das eLearning fällt somit auf, dass sich die allgemeinen Informationen eines grossen und kontinuierlichen Interesses erfreuen, dass der Einstieg in den GORILLA-eLearning-Space jedoch nur von relativ wenigen Nutzer/innen tatsächlich vorgenommen wird. Dieser Befund ist nicht unbedingt erstaunlich, da einerseits bereits die "normale" Website eine Fülle von relevanten Informationen enthält und andererseits das eLearning eben doch ein beträchtliches Interesse und Eigenleistungen der Nutzer/innen voraussetzt (vgl. auch Abschnitt 3.3 und Kapitel 4). In diesem Sinne kann die Website als niederschwelliges Einsteigerangebot bezeichnet werden, während es sich beim eLearning um eine anspruchsvollere Anwendung für "Fortgeschrittene" handelt.

Abbildung 3.2: Rangliste der am häufigsten ausgefüllten Tests auf der GORILLA eLearning Plattform (August 2010 bis Februar 2012, Anteil an allen registrierten Nutzer/innen in Prozent, n=4382)

*Handy App*

Die Mitte 2011 eingeführte kostenlose Handy App für Smartphones enthält eine Reihe von Rezepten und Trainingstipps für verschiedenen Sportarten, welche auch an den Work­shops angeboten werden. Die Information erfolgt dabei in erster Linie mittels kleiner Videoclips.

Die Handy App ist erfolgreich gestartet und wurde zwischen Mai 2011 und März 2012 insgesamt 20'257 geladen (92% iPhone, 8% Android). Nach einen Höhepunkt von über 1000 wöchentlichen Downloads Ende Juli/Anfang August 2011 hat sich die Zahl der Downloads gegenwärtig bei rund 200 bis 400 pro Woche eingependelt. Rund 900 Nutzer/innen des GORILLA eLearnings haben auch die Handy App geladen.

*GORILLA-Kochbuch*

Bislang wurden über 71'000 Kochbücher – davon die überwiegende Mehrheit in deutscher Sprache – verteilt. Von besonderer Bedeutung ist hier die Zusammenarbeit mit dem Kanton Zürich im Rahmen des kantonalen Aktionsprogramms "Leichter leben", der fast die Hälfte aller Kochbücher übernahm.

Eine systematische Evaluation des Kochbuchs liegt zwar nicht vor. Im Rahmen der Nach­befragung zu den Workshops wurden den Kindern und Jugendlichen, welche eines der Kochbücher erhalten hatten, aber zwei Fragen dazu gestellt. Auf die Frage, ob ihnen das Kochbuch gefalle, antworten zwei Drittel (68%) der Kinder und Jugendlichen mit gut oder sehr gut (Noten 5 oder 6), weitere 23 Prozent der Befragten geben dem Kochbuch immer­hin die Note 4, während 19 Prozent wenig oder keinen Gefallen daran finden (Noten 1-3). Deutlich über die Hälfte (59%) der befragten Kinder und Jugendlichen gibt zudem an, mindestens ein Rezept aus dem Kochbuch zu Hause ausprobieren zu wollen.[[10]](#footnote-10)

*Powergame*

Das Powergame wurde 186mal ausgeliefert; die Mehrheit der Spiele wurden via das Projekt schweiz.bewegt das Bundesamtes für Sport verteilt.

*ActiSmile*

Der ActiSmile wurde bislang 369 mal verkauft oder verlost. 61 registrierte Nutzer/innen des GORILLA eLearnings haben bislang auch den ActiSmile benutzt.[[11]](#footnote-11)

*Modul Presenter*

Angaben zur Verbreitung und Nutzung des Präsentationstools für Lehrkräfte und weitere in der Ausbildung beschäftigte Personen liegen noch nicht vor, da das Erscheinungs­datum dieses Moduls auf Herbst 2012 verschoben werden musste.

3.2. Zusätzliche Resultate zu den Workshops

Die Workshops kommen bei den beteiligten Kindern und Jugendlichen sehr gut an: 85 Prozent aller Befragten geben den Workshops, an denen sie teilgenommen haben, die Note 5 oder 6, weitere 9 Prozent finden die Workshops immerhin befriedigend (Note 4) und nur gerade 6 Prozent hat der Workshop nicht gefallen (Noten 1 bis 3).[[12]](#footnote-12) Vor diesem Hintergrund erstaunt es nicht, dass 90 Prozent der Teilnehmer/innen gerne an einem weiteren Workshop mitmachen würden.

Ein Blick auf die negativen Rückmeldungen zu den Workshops ergibt kein einheitliches Bild: Sehr häufig werden Einzelelemente erwähnt, wie etwa, dass man sich für die falsche Sportart entschieden habe oder die Verpflegung ungenügend gewesen sei. Relativ häufig wird allerdings erwähnt, dass die Informationsblöcke am Nachmittag vergleichsweise „langweilig“ gewesen seien.

Dieses Bild bestätigt sich auch bei der in Abbildung 3.3 dargestellten Einschätzung einzelner Elemente der Workshops durch die Schüler/innen. Während kritische Stimmen bei den Sportangeboten relativ selten sind (Durchschnittsnote: 5.3)[[13]](#footnote-13), wird das Verpfle­gungsangebot insgesamt zwar positiv (Durchschnittsnoten Birchermüesli: 4.6, Sandwich­buffet: 4.9), doch etwas kritischer beurteilt. Immerhin ein Drittel der Schüler/innen findet, sie hätten an den Ernährungsateliers nichts oder kaum etwas Neues gelernt (Noten 1-3; Durchschnittsnote: 4.1), und fast die Hälfte erwähnt, sie hätten das Gelernte zu Hause nicht oder kaum anwenden können (Durchschnittsnote: 3.5).

Abbildung 3.3: Einschätzung verschiedener Elemente der Workshops (n je nach Frage zwischen 906 und 1007)

Hinweis: Die Noten beziehen sich bei den Sportarten, dem Birchermüesli und dem Sandwichbuffet auf die Frage, wie gut einem die Angebot gefallen/geschmeckt haben; bei den Ernährungsinfos auf die Frage, ob man etwas Neues gelernt habe bzw. ob man das Gelernte zu Hause habe anwenden könnten. Die Note 6 bedeutet „sehr gut gefallen/viele neue Informationen/hohe Anwendbarkeit“, während die Note 1 „überhaupt nicht gefallen/keine neuen Informationen/nichts angewendet“ bedeutet.

Trotzdem haben auch die Ernährungsateliers bei vielen Jugendlichen positive Spuren hin­terlassen. So zeigt Abbildung 3.4 den Anteil der Teilnehmer/innen, welche angeben, den Konsum ausgewählter Nahrungsmittel und Getränke in der Folge der Workshops entwe­der gesteigert oder reduziert zu haben. Fast die Hälfte der Kinder und Jugendlichen gibt an, seit dem Workshop mehr Wasser zu trinken, und immerhin jeweils mehr als ein Drittel isst mehr Früchte und häufiger ein richtiges Frühstück. Ebenfalls über ein Drittel nimmt weniger Süssigkeiten zu sich, und dreissig Prozent geben an, weniger Süssgetränke und/oder Energy Drinks zu konsumieren. Selbstverständlich lässt sich auf der Grundlage dieser Angaben nichts über die Nachhaltigkeit der Workshops sagen (d.h. die Frage, ob diese positiven Verhaltensänderungen über längere Zeit anhalten), doch schei­nen die Workshops trotz der eher kritischen Einschätzung der Ernährungsangebote bei einem grossen Teil der Jugendlichen einen positiven Bewusstseinseffekt gehabt zu haben.

Dasselbe gilt für das Sport- und Bewegungsverhalten: Immerhin 31 Prozent der befragten Workshop-Teilnehmer/innen geben an, eine der in den Workshops angebote­nen Sport­arten weiterhin ausgeübt zu haben, und 73 Prozent der Befragten geben an, sich in Zukunft mehr bewegen zu wollen, als dies noch vor dem Workshop der Fall gewesen war.

Abbildung 3.4: Veränderungen des Ernährungsverhaltens nach dem Workshop (n=1028)

Ein kleines „Defizit“ lässt sich dagegen beim Transfer der Workshop-Teilnehmer/innen in die eLearning Umgebung feststellen, die – wie weiter oben – eine selbständige und aktive Lernleistung seitens Nutzer/innen verlangt: Nur vierzig Prozent der befragten Kinder und Jugendlichen geben an, ein Profil in der eLearning-Umgebung von GORILLA eröffnet zu haben. Die überwiegende Mehrheit derjenigen, welche das eLearning kennen, beurteilt dieses jedoch positiv (77 % der Befragten mit einem eigenen Profil geben der Website die Note 5 oder 6; Durchschnittsnote 5.0).

Insgesamt werden die Workshops von den Teilnehmer/innen damit nicht nur sehr positiv eingeschätzt, sondern scheinen – soweit dies mit den vorliegenden Daten zu beurteilen ist – auch Wirkungen zu entfalten, welche in die gewünschte Richtung gehen. Diese Resultate bestätigen sich in den qualitativen Evaluationen von Kradolfer et al. (2011) und Frischknecht et al. (2011), welche eine Reihe von Fokusgruppen und Einzelgesprächen mit Schüler/innen und Lehrpersonen geführt haben. Sowohl die Kinder und Jugendlichen als auch die Lehrpersonen beurteilen die Workshops sehr positiv, und nur selten werden kritische Stim­men laut. Vereinzelt wird in Einklang mit den bereits diskutierten Befunden darauf verwiesen, dass die Teilnehmer/innen gerne mehr Sport­arten ausprobiert hätten und sich an den Ernährungsworkshops etwas gelangweilt hätten.

3.3. Zusätzliche Resultate zur eLearning-Plattform

Anlässlich der Registrierung auf der GORILLA-eLearing-Plattform werden die Kinder und Jugendlichen gebeten, einen kurzen Fragebogen auszufüllen. Die Angaben aus dieser Befragung sowie aus verschiedenen Nachbefragungen (vgl. Kapitel 2) können für eine genauere Einschätzung des GORILLA-eLearnings verwendet werden.

*Demographisches Profil der Nutzer/innen*

Die Abbildungen 3.5 bis 3.7 zeigen zunächst Aspekte des demographischen Profils der registrierten Nutzer/innen. Wie bereits in Kapitel 2 und Abschnitt 3.1 erwähnt, zählt die eLearning-Plattform von GORILLA gegenwärtig rund 4'200 registrierte Nutzer/innen aus der Zielgruppe der 10- bis 18-Jährigen und hat damit vorderhand eine beschränkte Reich­weite. Wie Abbildung 3.5 zeigt, werden innerhalb der Zielgruppe insbesondere die 13- bis 15-Jährigen erreicht, die einen Anteil von 59 Prozent an allen Nutzer/innen haben. Die jüngeren und älteren Mitglieder der Zielgruppe sind dagegen weniger gut vertreten.

Abbildung 3.5: Registrierte Nutzer/innen nach Alter n=4358)

Weitere Resultate zeigen, dass das GORILLA eLearning mehr Knaben und junge Männer (60%) anzieht als Mädchen und junge Frauen (40%) und dass GORILLA in der Deutschschweiz (85%) häufiger genutzt wird als in den beiden anderen Sprachregionen (15%), wobei die Registrierungen hier jedoch einen aufsteigende Tendenz zeigen.

Positiv ist der Anteil von insgesamt 13 Prozent ausländischen Kindern und Jugendlichen, die sich bei GORILLA registriert haben (vgl. Abbildung 3.6). Obwohl dieser Anteil deutlich unter den 21 Prozent an ausländischen 10- bis 18-Jährigen in der Schweiz liegt, kann er als Erfolg gewertet werden, da Gesundheits- und Präventionsprogramme mit grossen Schwierigkeiten konfrontiert sind, die ausländische Bevölkerung überhaupt zu erreichen.

Schliesslich entspricht die in Abbildung 3.7 dargestellte Verteilung der registrierten Nutzer/innen nach Bildungsstand der Eltern recht gut der Verteilung in der Bevölkerung: Gemäss Bundesamt für Statistik verfügten im Jahr 2009 35 Prozent der 25- bis 64-jährigen Bevölkerung über einen Abschluss auf der Tertiärstufe, weitere 52 Prozent hatten eine Lehre o.ä. abgeschlossen (Sekundarstufe II), während die restlichen 13 Prozent über keinen nachobligatorischen Bildungsabschluss verfügten.[[14]](#footnote-14)

Abbildung 3.6: Registrierte Nutzer/innen nach Staatsangehörigkeit und Registrierungs­termin (Anteile in Prozent, n=4186)

Abbildung 3.7: Registrierte Nutzer/innen nach sozialer Herkunft (Bildungsstand der Eltern) und Registrierungstermin (Anteile in Prozent, n=3401)

*Ernährungs- und Bewegungsverhalten*

Anlässlich der Registrierung mussten die Kinder und Jugendlichen verschiedene Fragen zu ihrem Ernährungs- und Bewegungsverhalten beantworten, die stellenweise direkt mit den Fragen aus der für die Schweiz repräsentativen Studie Health Behaviour of School Aged Children (HBSC) vergleichbar sind. Da sich die HBSC-Befragung nur auf 11- bis 15-jährige Kinder und Jugendliche bezieht, enthalten die folgenden Abbildungen dort, wo vergleichbare Angaben vorliegen, nicht nur die Resultate für alle registrierten Nutzer/innen der im Alter zwischen 10 und 18 Jahren, sondern auch die Befunde für die 11- bis 15-Jährigen, die dann mit den Angaben aus der HBSC-Studie verglichen werden können.

Mit Bezug zum Ernährungsverhalten fällt in den Abbildungen 3.8 bis 3.12 zunächst auf, dass die Unterschiede nach Registrierungszeitpunkt verhältnismässig gering sind. Bei den Personen, die sich erst ab dem zweiten Halbjahr 2011 registriert haben, ist der Anteil derjenigen, die täglich frühstücken und Gemüse/Salat essen, etwas höher als bei denjenigen, die sich schon früher registriert hatten. Umgekehrt konsumierten die letzteren etwas häufiger Snacks und Süssgetränke.

Recht erheblich sind dagegen die Unterschiede zu den gesamtschweizerischen Daten des HBSC, die in den Abbildungen 3.8 bis 3.10 ganz rechts dargestellt sind: Die auf der GORILLA eLearning-Plattform registrierten 11- bis 15-Jährigen essen deutlich häufiger Ge­müse und Früchte und nehmen auch häufiger täglich ein Frühstück zu sich und scheinen damit bereits schon am Anfang ihres Kontakts mit GORILLA über ein etwas ausgewogeneres Ernährungsverhalten verfügt zu haben als der Durchschnitt ihrer Altersgruppe. Die Mädchen und die jüngeren Befragten ernähren sich dabei noch etwas ausgewogener als die Knaben und die älteren Nutzer/innen. Diese in den Abbildungen nicht dargestellten Alter- und Geschlechtereffekte zeigen sich auch in der HBSC-Studie, sind bei den GORILLA-Nutzer/innen aber eher etwas weniger ausgeprägt als in der gesamtschweizerischen Studie.

Abbildung 3.8: Häufigkeit der Einnahme eines Frühstücks pro Woche, Frühstück (n(alle)=4189, n(11-15)=3364), HBSC, n=9877

Hinweise: Fallzahlen GORILLA: n=4189; HBSC: n=9877.

Für den HBSC wurde die Variable aus zwei Fragen gebildet, mit denen die Häufigkeit der Einnahme eines Frühstücks an Wochentagen und am Wochenende erhoben wurde.

Abbildung 3.9: Häufigkeit des Konsums von Obst und Früchten

Hinweise: Fallzahlen GORILLA: n=4185; HBSC: n=10058.

Abbildung 3.10: Häufigkeit des Konsums von Gemüse und Salat

Hinweise: Fallzahlen GORILLA: n=4184; HBSC: n=10043.

Abbildung 3.11: Häufigkeit des Konsums von Snacks (Chips, Schokolade etc.)

Abbildung 3.12: Häufigkeit des Konsums von Süssgetränken und Energy Drinks

Ähnliche Befunde zeigen sich auch bei den in den Abbildungen 3.13 und 3.14 dar­gestellten sportlichen Aktivitäten, nicht aber beim Umfang der allgemeinen körperlichen Aktivität, zu der auch nicht-sportliche Betätigungen (mit dem Fahrrad zur Schule fahren, Hundespaziergänge etc.) gehören (vgl. Abbildung 3.15). Zumindest mit Bezug zum Sport scheinen die bei GORILLA registrierten Kinder und Jugendlichen jedoch deutlich aktiver zu sein als der Schweizer Durchschnitt: Exakt die Hälfte der GORILLA-Nutzer/innen treibt mindestens viermal pro Woche Sport, während es in der HBSC-Studie nur 35 Prozent sind. Knaben und jüngere Befragte sind dabei – ähnlich wie in der HBSC-Studie – eher etwas aktiver als Mädchen und ältere Personen.

Abbildung 3.13: Anzahl Tage mit sportlichen Aktivitäten ausserhalb der Schule

Hinweise: Fallzahlen GORILLA: n=4194; HBSC: n=10066.

Abbildung 3.14: Wöchentliche Gesamtdauer der sportlichen Aktivitäten ausserhalb der Schule

Hinweise: Fallzahlen GORILLA: n=4191; HBSC: n=10023.

Abbildung 3.15: Anzahl Tage, an denen sich die Befragten während mindestens 60 Minuten bewegen

Hinweise: Fallzahlen GORILLA: n=4194; HBSC: n=10028.

Insgesamt dürfte es sich bei den Teilnehmer/innen der eLearning-Plattform von GORILLA somit um Personen handeln, die bereits überdurchschnittlich für Fragen der Ernährung und Bewegung sensibilisiert sind und sich vergleichsweise ausgewogen ernähren und häufig bewegen. Dies bedeutet allerdings nicht, dass die GORILLA-Nutzer/innen bereits ein "perfektes" Ernährungs- und Bewegungsverhalten aufweisen. Im Gegenteil: Die Ernäh­rungsempfehlung, "fünfmal am Tag Früchte oder Gemüse zu essen", wird von weniger als der Hälfte aller registrierten Nutzer/innen eingehalten.[[15]](#footnote-15) Und die Empfehlung, dass sich Kinder täglich mindestens eine Stunde bewegen sollten, wird gemäss Abbildung 3.15 sogar nur von einem Achtel aller registrierten Nutzer/innen eingehalten. Auch in dieser Gruppe existiert mit anderen Worten also noch erhebliches Potential für Verhal­tensän­derungen in Richtung ausgewogener Ernährung und ausreichender Bewegung.

*Verhaltensänderungen*

Vor dem Hintergrund der bisherigen Befunde, gewinnt die Frage an Bedeutung, ob und in welcher Richtung sich die Kenntnisse und das Verhalten der Nutzer/innen ändern. Mit Blick auf diese Fragestellung wurden verschiedene Analysen durchgeführt, die an dieser Stelle nicht im Detail dargestellt werden, weil ihre Interpretation schwierig und die Resultate nicht eindeutig sind.

Ganz allgemein lässt sich jedoch festhalten, dass die mittels der verschiedenen Nachbe­fragungen nachweisbaren Verhaltensänderungen relativ gering sind. Dieser Befund ver­mag angesichts der weiter oben dargestellten Tatsache, dass sich die Nutzer/innen des eLearnings bereits überdurchschnittlich häufig bewegen und vergleichsweise ausge­wogen ernähren, nicht zu erstaunen. Zudem gilt es festzuhalten, dass direkte Verhaltens­wirkungen nicht das primäre Ziel von Lernumgebungen sein können. Selbst wenn es kaum Anhaltspunkte für eine starke Verknüpfung von GORILLA-eLearning-Plattform und Verhalten gibt, dürfte die virtuelle Lernumgebung über den besseren Informationsstand der bereits überdurchschnittlich aktiven Nutzer/innen jedoch eine unterstützende Wirkung auf das Verhalten haben.

Abschliessend kann an dieser Stelle überdies festgestellt werden, dass die Website von den Teilnehmer/innen der Workshops und der Nutzer/innen der Handy App, welche sich registriert haben, positiv wahrgenommen wird: Zwei Drittel der Workshopteilnehmer/innen mit einem Profil (77%) gefällt die eLearning-Plattform (sehr) gut (vgl. auch Abschnitt 3.2), bei den Nutzer/innen der Handy App sind es gar 96 Prozent.

3.4. Zusätzliche Resultate zur Handy App

Wie die folgenden Übersicht zeigt, fallen die Resultate aus der kleinen Befragung zur Handy App überaus positiv aus:

• 89 Prozent der Befragten geben an, die App gefalle ihnen gut oder sehr gut, 8 Prozent finden die App einigermassen gelungen und nur gerade 3 Prozent gefällt sie weniger oder gar nicht.

• Die Hauptgründe, weshalb man die Handy App auf sein Smartphone geladen hat, sind ein generelles Interesse am Thema (35%) und Neugierde (35%) sowie die Empfehlung von anderen Personen (30%). Direkte Werbemassnahmen scheinen dagegen von ge­ringerer Bedeutung gewesen zu sein (Plakatwerbung und Zeitungsinserate, je 14%).[[16]](#footnote-16)

• Über ein Viertel der Befragten (27%) gibt an, die Handy App täglich zu nutzen, zwei Viertel (49%) tun diese mindestens wöchentlich und das restliche Viertel seltener (24%).

• Drei Fünftel (59%) der Befragten geben an, bereits einmal nach den Anleitungen in der Handy App gekocht zu haben, und sogar zwei Drittel (65%) haben mindestens eine der Anleitungen zum Sporttreiben ausprobiert.[[17]](#footnote-17)

• Zusätzlich haben vier Fünftel (81%) der Befragten vor, "dank der Handy App in Zukunft mehr zu kochen", und immerhin drei Viertel (76%) der Nutzer/innen möchten sich in Zukunft mehr bewegen.

• Angesichts dieser positiven Resultate erstaunt es nicht, dass fast alle Befragten (96%) die Handy App weiterempfehlen würden.

Diese vielversprechenden Befunde müssen jedoch vorsichtig interpretiert werden, dürfte es sich bei den Teilnehmer/innen an der Online-Befragung doch, wie in Kapitel 2 erwähnt, um ein besonders aktives Segment von Nutzer/innen handeln. Zumindest in dieser Gruppe stösst die Handy App jedoch auf ein überaus positives Echo.

4. Zusammenfassung und Folgerungen

Der vorliegende Bericht enthält eine Standortbestimmung zu verschiedenen Aspekten des GORILLA-Projekts, das seit rund eineinhalb Jahren läuft. Wegen beschränkter Ressou­rcen konnte das Projekt nicht umfassend evaluiert werden. Vielmehr wurde versucht, existierende Daten und kleine Teilstudien so auszuwerten, dass gewisse Aussagen über den Fortschritt und den Erfolg des Projekts möglich sind. Insbesondere mit Bezug zu den Wirkungen von GORILLA bleiben jedoch verschiedene Fragen offen, die allenfalls in einer weiteren Studie geklärt werden müssten.

Mit Bezug zu den einleitend erwähnten Dimensionen Input, Output und Outcome erlauben die vorliegenden Resultate die folgenden Aussagen:

*Input (Angebot)*

Sechs der sieben Module des GORILLA-Projekts laufen. Das siebte Modul (Presenter) wird in nächster Zeit erscheinen. Der Aufwand für die Bereitstellung und Durchführung der Module fällt sehr unterschiedlich aus: Während beim eLearning, der Handy App, dem Modul Presenter und dem ActiSmile vor allem Planungs- und Informatikleistungen beim Aufbau und Support sowie Werbemassnahmen für die Rekrutierung zu erwähnen sind, setzt die Organisation und Durchführung der Workshops einen erheblichen Personal- und Transportaufwand voraus. Das Kochbuch und das Powergame bedingten zwar grössere Vorleistungen bei ihrer Konzeption und Erstellung, verursachen abgesehen von Produktions- und Verteilungskosten gegenwärtig jedoch keinen weiteren Aufwand mehr. Dagegen dürfte der Aufwand für die Weiterentwicklung und den Betrieb von eLearning und Handy App sowie für die Durchführung der Workshops auch in Zukunft vergleichsweise hoch bleiben.

*Output (Nutzung)*

Die Nutzung der verschiedenen Module fällt unterschiedlich aus:

• Mit über 50 *Workshops* und über 4'000 Teilnehmer/innen pro Jahr schöpft das Projekt aktuell seine Kapazität aus. Eine weitere Steigerung der Zahlen wäre nur durch zusätzliches Personal und/oder die Erweiterung auf weitere Wochentage (gegenwärtig finden die Workshops primär an Freitagen statt) möglich.

• Die Nutzung der *Website* von GORILLA ist seit dem Start unverändert hoch: Seit dem Projektstart verzeichnete die Website über 130'000 Besuche. Dagegen liegt die Nutzung der *eLearning Plattform* mit gegenwärtig rund 4'200 registrierten Personen im Alter zwischen 10 und 18 Jahren unter den ursprünglichen Erwartungen. Die eLearning Plattform vermocht bislang nur rund ein halbes Prozent der gesamten Alters­gruppe der 10 bis 18-Jährigen zu erreichen. Gemäss Projektleitung sind hier jedoch weitere Werbe- und Rekrutierungsmassnahmen geplant, wobei jedoch zu berücksichtigen ist, dass eine vergleichsweise anspruchsvolle "Lernumgebung" kaum je so populär werden kann wie Angebote, die geringere Eigenleistung von den Nutzer/innen verlangen.

Auffallend ist, dass Knaben und junge Männer, Bewohner/innen der Deutsch­schweiz und Personen mit schweizerischer Staatsangehörigkeit auf der eLearning Plattform etwas übervertreten sind. Zudem zeichnen sich die registrierten Nutzer/innen durch eine vergleichsweise hohe Sportaktivität und eine relativ ausgewogene Ernäh­rung aus. Zwar existiert auch bei der Mehrheit der Nutzer/innen Potential zu einer weiteren Verbesserung des Bewegungs- und Ernährungsverhaltens, doch wichtige Teile der Zielgruppe werden noch kaum erreicht.

Wie intensiv die eLearning-Plattform tatsächlich genutzt wird, lässt sich mit den vorliegenden Daten nicht beurteilen. Die Angaben zu den absolvierten Tests deuten aber darauf hin, dass sich maximal ein Drittel der registrierten Nutzer/innen über längere Zeit mit den Inhalten beschäftigt.

• Mit mittlerweile bereits über 20'000 Downloads ist die *Handy App* überaus erfolgreich gestartet. Wie die verschiedenen Angebote in der App tatsächlich genutzt werden, lässt sich mit den vorliegenden Daten nicht bestimmten. Die Befragung von knapp 300 Personen deutet jedoch darauf hin, dass die Inhalte zumindest bei einem Teil der aktiven Nutzer/innen auf grosses Interesse stossen und verwendet werden.

• Weitere Module: Bisher wurden über 70'000 Kochbücher abgegeben. Powergame und ActiSmile werden zwar nur vergleichsweise selten bestellt, die Zahlen liegen aber im Rahmen der Erwartungen der Projektleitung.

*Outcome (Wirkungen)*

Über die Wirkungen des GORILLA-Projekts lassen sich mit den vorhandenen Daten nur wenige Aussagen machen. Soweit Daten vorhanden sind, lässt sich auf einer allgemeinen Ebene jedoch feststellen, dass die verschiedenen Module von der Zielgruppe sehr positiv aufgenommen werden. Die Workshops werden sowohl von den Schüler/innen als auch den Lehrpersonen überaus gut beurteilt, und auch die eLearning Plattform und die Handy App erhalten gute Noten von den Nutzer/innen.

Eine Mehrheit der Teilnehmer/innen der Workshops sowie derjenigen Personen, welche zur Handy App befragt wurden, gibt an, sich in Zukunft häufiger bewegen und ausge­wogener ernähren zu wollen. Viele Workshop-Teilnehmer/innen berichten überdies, sie würden seit dem Workshop mehr Wasser und Früchte, dafür aber weniger Süssgetränke und Süssigkeiten zu sich nehmen. Ob diese Verhaltensänderung über längere Zeit aufrechter­halten wird, lässt sich mit den vorhandenen Daten jedoch nicht beurteilen.

Zudem lassen sich bei den Nutzer/innen der eLearning-Plattform keine eindeutigen und längerfristigen Wirkungen auf das Ernährungs- und Bewegungsverhalten nachweisen. Verhaltensänderungen sind allerdings auch nicht das primäre Ziel einer "Lernumgebung", die auf die Verbesserung von Kenntnissen ausgerichtet ist. Bezieht man sich wiederum auf die Anzahl der (bestandenen) Tests auf der eLearning-Plattform, so muss jedoch vermutet werden, dass sich das Wissen über Ernährung und Bewegung nur bei der Minderheit der Nutzer/innen deutlich verbessert.

*Folgerungen und Empfehlungen*

Aus den Analysen in Kapitel 3 und der Zusammenfassung der Befunde im vorliegenden Abschnitt geht hervor, dass das GORILLA-Projekt insgesamt erfolgreich gestartet ist, dass die verschiedenen Module jedoch einen unterschiedlichen Popularitätsgrad auf­weisen. Während die Website und die Handy App sehr häufig genutzt werden, dürfte die Tatsache, dass der GORILLA-Space eine relativ anspruchsvolle Lernumge­bung darstellt, dazu geführt haben, dass die Nutzung hier etwas unter den Erwartungen ge­blieben ist. Im Sinne eines fortgeschrittenen Angebots für interessierte Personen hat das eLearning jedoch einen wichtigen Stellenwert innerhalb des modular aufgebauten Projekts.

Vor dem Hintergrund der vorliegenden Resultate sollen an dieser abschliessend einige kurze Folgerungen und Empfehlungen formuliert werden.

• Die Verknüpfung der verschiedenen Module ist vielversprechend, kann aber noch optimiert werden. So registrieren sich nur relativ wenige Workshop-Teil­nehmer/innen und Personen, welche die Handy App geladen haben, auf der eLearning-Plattform. Umgekehrt existiert beispielsweise auf der Handy App keine Möglichkeit, das Kochbuch oder den ActiSmile zu bestellen.[[18]](#footnote-18) Es wäre mit anderen Worten also zu prüfen, wo die verschiedenen Verknüpfungen verstärkt werden könnten.

Dabei gilt es jedoch zu beachten, dass die verschiedenen Module an unterschiedlichen Lebensbereichen und Settings anknüpfen und der Transfer zwischen den verschie­denen Modulen daher nie perfekt sein kann: So finden die Workshops im Setting Schule statt, und auch das Powergame und das Modul Presenter dürften primär hier genutzt werden; dagegen dürfte das Kochbuch eher im Familienbereich genutzt werden, während eLearning, Handy App und ActiSmile primär in der individuellen Freizeit der Kinder und Jugendlichen zur Anwendung gelangen.

• Die eLearning-Plattform ist trotz attraktiver Aufmachung, spielerischer Informations­vermittlung und der Verknüpfung des Lernerfolgs mit Preisen und Verlosungen primär eine "Lernumgebung" und damit für viele Kinder und Jugendliche nur bedingt attraktiv. Daran lässt sich kaum etwas ändern, denn Wissensvermittlung steht ja tatsächlich im Zentrum des eLearnings, bei dem es sich – wie erwähnt – um ein vergleichsweise anspruchsvolles Modul handelt.

Entsprechend dürften zusätzliche Werbemassnahmen etwa in den Medien kaum eine Lösung darstellen. Aussichtsreicher scheint eine stärkere Verknüpfung mit schulischen Lernangeboten und die Popularisierung durch Lehrpersonen, wie dies mittels des Moduls Presenter in höherem Masse möglich werden dürfte. Zudem wäre zu prüfen, inwieweit GORILLA mit den Massnahmen und Interventionen anderer Akteure verknüpft werden könnte, wie dies etwa im Kanton Zürich bereits der Fall ist. Gerade der Zugang über die Schulen könnte dabei auch zu einem höheren Nutzungsgrad durch Mädchen und ausländische Schüler/innen führen.

• Aufgrund der grossen Resonanz der Handy App wäre zu untersuchen, ob diese durch zusätzliche Inhalte aus dem eLearning ergänzt werden könnte. Es ist durchaus denk­bar, dass Smartphone-Applikationen für Kinder und Jugendliche gegenwärtig eine attraktivere Kommunikationsmöglichkeit darstellen als "konventionelle" Internetanwen­dungen. Selbstverständlich müsste nicht das gesamte GORILLA-eLearning in die Smart­phone-Umgebung transferiert werden, doch ausgewählte Inhalte könnten durchaus auch als "Teaser" für den GORILLA-Space dienen. Ein Problem dürfte hier allerdings die technische Umsetzung darstellen, da gewisse konventionelle Internet­anwendungen nicht auf allen Smartphones funktionieren (z.B. Flash-Anwendungen).

• Bei diesen Massnahmen gilt es einen weiteren Punkt zu berücksichtigen: Ein grosser Teil der Zielgruppe verfügt weder über ein Smartphone noch über unlimitierten Zugang zu einem Computer, welcher Voraussetzung für eine intensive Nutzung des eLearnings wäre. Entsprechend dürfen alternative Wege der Wissensvermittlung nicht vergessen werden, wobei sowohl die Workshops als auch das neue Modul Presenter im Rahmen des bisherigen Projektaufbaus von besonderer Bedeutung sind.

• Ein weiteres Problem betrifft die relativ geringe Präsenz von GORILLA in der West- und Südschweiz. Mit der Schaffung von Ansprechstellen in diesen beiden Regionen wurde ein erster wichtiger Schritt für eine bessere Verankerung getan.

• Mit Blick auf die Evaluation des Projekts ist schliesslich festzuhalten, dass diese in verschiedenerlei Hinsicht vertieft werden könnte. Besonders vielversprechend scheinen uns hier zusätzliche Datensammlungen und Analysen zur tatsächlichen Nutzung von Handy App und eLearning sowie die Erfassung von "Lernerfolgen".

Bei den vorliegenden Empfehlungen handelt es sich um einige allgemeine Hinweise, bei denen zu prüfen sein wird, ob und in welchem Masse sie sich überhaupt implementieren lassen. Gemäss Aussagen der Projektleitung wurden einige der erwähnten Massnahmen im übrigen bereits unabhängig von der vorliegenden Studie in die weitere Planung des Projekts übernommen.

1. Presenter erscheint erst im Laufe des Herbstes 2012. Entsprechend existieren zu diesem Modul noch keine Nutzungsdaten. [↑](#footnote-ref-1)
2. Vgl. Kradolfer, Andrea, Nadine Perler, Eliane Stieger und Joanna Wroblewska (2011): Evaluation des Moduls „GORILLA Workshop“ in einer Gemeinde des Kantons Zürich unter Einbezug von einer Auswahl an den Workshops beteiligten Schüler/innen. St. Gallen: FHS. Frischknecht, Thomas, Myriam Klingenstein, Marina Rüegg, Genna Urciuoli und Lisa Vettinger (2011): Evaluation des Moduls GORILLA Tages-Workshop im Agglomerationsraum Zürich unter Einbezug von einer Auswahl an den Workshops beteiligten Personengruppen (Lehrpersonen). St. Gallen: FHS. [↑](#footnote-ref-2)
3. Bis Ende April 2012 war diese Zahl auf über 8000 angestiegen. [↑](#footnote-ref-3)
4. Vgl. büro a&o (o.J.): Gorillla. Auswertungen für die Evaluation. Verschiedene Unter­lagen. [↑](#footnote-ref-4)
5. 74 Personen geben an, sie seien zwischen 6 und 12 Jahren alt. Leider lässt sich die untere Altersgrenze des Zielpublikums nicht näher bestimmen, weshalb hier die Angaben aller dieser Befragten verwendet werden. [↑](#footnote-ref-5)
6. Die Vermutung, dass es sich bei den Teilnehmer/innen der Befragung um besonders aktive Nutzer/innen handelt, wird durch die Tatsache unterstützt, dass 82 Prozent angeben, ein Profil auf der GORILLA Website zu haben. Würden die Befragten dem Durchschnitt aller Nutzer/innen entsprechen, so müsste die eLearning Plattform bei mittlerweile rund 20'000 Downloads der Handy App (vgl. Kapitel 3) mindestens 16'000 registrierte Nutzer/innen haben. [↑](#footnote-ref-6)
7. Vgl. [http://www.gesundheitsfoerderung.ch/pages/Gesundes\_Koerpergewicht/Grundlagen\_ Wissen/Indikatoren/indikatoren\_einleitung.php](http://www.gesundheitsfoerderung.ch/pages/Gesundes_Koerpergewicht/Grundlagen_%20Wissen/Indikatoren/indikatoren_einleitung.php)) sowie www.moseb.ch [↑](#footnote-ref-7)
8. Es handelt sich hier um die gültigen Registrierungen von 10- bis 18-jährigen Schüler/innen. Unvoll­ständige Registrierungen sowie Gastzugriffe wurden, wie in Kapitel 2 erwähnt, nicht berücksichtigt. [↑](#footnote-ref-8)
9. Gemäss Bundesamt für Statistik lebten Ende 2010 773’581 Personen im Alter zwischen 10 und 18 Jahren in der Schweiz. 79.4% dieser Personen hatten die Schweizer Staatsbürgerschaft. (vgl. <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/01/01/key.html>; [↑](#footnote-ref-9)
10. Es konnten die Antworten von 971 (Einschätzung des Kochbuches) bzw. 962 Personen (Ausprobieren eines Rezepts) ausgewertet werden. [↑](#footnote-ref-10)
11. GORILLA verfügt über eine Reihe weiterer Artikel, die auf der Website bestellt werden können, verlost werden oder anlässlich der Workshops verteilt werden. Besonders populär waren hier bislang die Footbags (knapp 7'000), die Turnsäcklein (knapp 8'000) und die Trinkflaschen (rund 1'500). Zudem wurden über 1'200 Poster für Schulhäuser ausgeliefert. [↑](#footnote-ref-11)
12. Die Durchschnittsnote beträgt 5.2 (n=1027). Interessanterweise beurteilen die Kinder und Jugendlichen, welche den schriftlichen Fragebogen ausgefüllt haben, den Kurs etwas besser (Note 5.3, n=421) als diejenigen, welche den Online-Fragebogen ausfüllten (Note 5.1, n=607). Dieser Unterschied zeigt sich auch bei den meisten anderen Dimensionen und dürfte weniger auf Unterschiede bei den angebotenen Kursen als auf methodologische Unterschiede zwischen den beiden Erhebungstechniken zurückzuführen sein. [↑](#footnote-ref-12)
13. Die positive Einschätzung des Sportangebots zeigt sich auch daran, dass 81 Prozent der befragten Kinder und Jugendlichen angeben, sie hätten anlässlich des Workshops gerne noch eine weitere Sportart ausprobiert. Es gibt allerdings gewisse Unterschiede in der Einschätzung der angebotenen Sportarten. Besonders gut mit Durchschnittsnoten über 5.5 werden die Slalom-/Longboard- und die Tanz/Hip Hop-Angebote beurteilt, während die meisten weiteren Angebote (Breakdance, Footbag, Streetskateboard, Capoeira, Frisbee) Noten zwischen 5.0 und 5.5 erhalten. Einzig das Freecycle-Angebot wird deutlich schlechter, nämlich mit der Note 4.2 bewertet. [↑](#footnote-ref-13)
14. Vgl. <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/15/17/blank/02.indicator.416101.4116>. html?open=4101#4101 [↑](#footnote-ref-14)
15. Die Ernährungsempfehlung lässt sich mit den Befragungsdaten nicht vollständig abbilden. Aber nur 47.1% Prozent der Befragten geben an, zweimal oder häufiger pro Tag Gemüse und/oder Früchte zu essen. [↑](#footnote-ref-15)
16. Bei dieser Frage waren Mehrfachantworten möglich. [↑](#footnote-ref-16)
17. Auf die Zusatzfrage, warum man noch nicht gekocht oder eine Sportart ausprobiert habe, wird primär die mangelnde Zeit erwähnt (Kochen: 54% derjenigen, die noch nicht mit der Handy App gekocht haben; Sport: 66%). Dass man keine Lust habe (Kochen: 18%; Sport: 10%) oder die Anleitungen zu kompliziert seien (Kochen: 4%; Sport: 13%), wird dagegen nur selten aufgeführt. [↑](#footnote-ref-17)
18. Gemäss Aussagen der Projektleitung wurde explizit auf diese Verknüpfung verzichtet, da die Handy App kostenlos sein soll und daher auch nicht "über die Hintertüre" Dinge an Kinder und Jugendliche verkauft werden sollen. [↑](#footnote-ref-18)