

HELVETAS

---

# Evaluation der Ausstellung «Wir essen die Welt»

---

Zusammenfassung Schlussbericht  
17. März 2015

## Zusammenfassung

### **Ausgangslage und Zielsetzungen**

Die Ausstellung «Wir essen die Welt» zeigt auf, welche globalen Auswirkungen unsere Verbrauchsgewohnheiten in der Schweiz auf die Umwelt und auf die Lebensbedingungen der Menschen in Entwicklungsländern haben. Sie soll die Besucher/innen anregen, sich in der Ausstellung und darüber hinaus mit den Themen Nahrung und Wasser auseinanderzusetzen. Die Ausstellung soll während mindestens drei Jahren an verschiedenen Standorten gezeigt werden. Parallel zur Ausstellung wurden resp. werden Veranstaltungen durchgeführt. Ausserdem wurde die Online-Plattform [www.wir-essen-die-welt.ch](http://www.wir-essen-die-welt.ch) geschaffen. Die Evaluation der Ausstellung soll einerseits Rechenschaft über Erfolg und Wirkung der Ausstellung ablegen und andererseits das Wissen bezüglich Ausstellungsprojekte oder ähnlichen Projekten erweitern. Sie fokussiert dabei auf den Outcome, d.h. die Wirkungen bei den Zielgruppen. Diese umfassen die Wahrnehmung und Bewertung der Ausstellung, Veränderungen in verhaltensbeeinflussenden Faktoren wie Wissen und Einstellungen sowie Verhaltensänderungen.













### **Vorgehen**

Zur Beantwortung der Fragestellungen wurden Besucher/innen der Ausstellung an den drei Standorten Naturama (Aarau), Käfigturm (Bern) und Papiersaal (Zürich) zu zwei Zeitpunkten befragt, nämlich unmittelbar nach der Ausstellung und rund 2.5 Monate später ein weiteres Mal. An der Befragung gleich nach Besuch der Ausstellung nahmen 401 Personen teil. Ausgefüllt wurde ein schriftlicher Fragebogen, mit dem die Beurteilung der Ausstellung sowie die unmittelbare Wirkung der Ausstellung erfasst wurden. An der Nachbefragung nahmen 113 Personen teil. Diese wurde online durchgeführt und erfasste die Wirkung der Ausstellung über den Besuch hinaus sowie die selbstberichtete Verhaltensänderungen.. Die Auswertung der Befragungsdaten erfolgte vorwiegend deskriptiv, wobei einzelne Fragen nach Geschlecht, Alter oder Standort ausgewertet wurden und einige Fragen mit vorher festgelegten Sollwerten verglichen wurden.

### **Die Erkenntnisse im Überblick**

Die Befragung der Besucher/innen zeigt, dass viele Ziele der Ausstellung erreicht wurden. Die Ausstellung wurde von den Besucher/innen sehr positiv beurteilt. Auch die Webseite und die Videobotschaft wurden von jenen Besucher/innen, welche diese Elemente nutzten, positiv bewertet. Allerdings wurde die Webseite oft nur oberflächlich und die Videobotschaft nur von einem Teil der Besucher/innen – vorwiegend Jugendliche – genutzt. Die intendierten Wirkungen zu Wissenserwerb und Verhaltensänderung wurden nur teilweise erreicht. Ein wichtiger Grund dafür ist, dass viele Besucher/innen bereits über ein hohes Vorwissen verfügten und viele der präsentierten Verhaltensweisen bereits umsetzten. Dennoch lernten die Besucher/innen punktuell dazu, was zu einer Differenzierung des bestehenden Wissens führte. Ausserdem bestätigte die Ausstellung mit ihren Informationen und durch das Aufzeigen von Zusammenhängen das bestehende Wissen.

Das Verantwortungsbewusstsein («jeder einzelne hat Verantwortung») und die Wahrnehmung der Selbsteffizienz («der eigene Beitrag ist relevant») wurden gesteigert, zudem konnten Verhaltensänderungen bewirkt werden. Die nachfolgende Tabelle zeigt die Erkenntnisse aus der Befragung im Überblick.

| EF | Erkenntnisinteresse   | Nutzung und Beurteilung<br>resp. Zielerreichung  | Fazit   |
|----|---|--|---|
|    |   |  |  Ziel erreicht<br> Ziel teilweise erreicht<br> Ziel nicht erreicht |
| 1  | Informationskanäle  | Besucher/innen erfuhren von der Ausstellung v.a. über Freunde und Bekannte, Plakate sowie Medienberichte, von der Webseite v.a. über den Flyer der Ausstellung, Plakate und Medienberichte.  |   |
| 2  | Beurteilung der Ausstellung   | Mehrheitlich positiv bezüglich Darstellung, Ausstellungsteile, Umfang und Standorte. Skepsis gegenüber einzelnen Elementen.  |    |
| 3  | Beurteilung der Videobotschaft  | Sehr geringe Nutzung (höher bei Jugendlichen), dann aber positive Beurteilung.   |    |
| 4  | Beurteilung der Webseite  | Von der Hälfte der Befragten genutzt, vor allem für Informationen zur Ausstellung. Eher positive Beurteilung, aber nicht viel Neues.   |    |
| 5  | Beitrag zum Wissen über die Auswirkungen der Nahrungs- und Konsumgewohnheiten   | Wissen über die Auswirkungen wurde vermittelt, aber weniger als erhofft, da viele Befragte vieles bereits wussten.   |   |
| 6  | Verbesserung des Wissens über Verhaltensmöglichkeiten und -fähigkeiten für nachhaltige Nahrungs- und Konsumgewohnheiten   | Wissen über Verhaltensmöglichkeiten wurde vermittelt, aber weniger als erhofft: Hoher Anteil Besucher/innen, die die Möglichkeiten schon kannten.  |    |
| 7  | Förderung der Problemwahrnehmung zu den Auswirkungen der Nahrungs- und Konsumgewohnheiten:<br>– Bewusstmachen von genannten Auswirkungen.<br>– Aufzeigen der Zusammenhänge insgesamt.<br>– Förderung der Zustimmung zu präsentierten Positionen | Förderung Problemwahrnehmung erfolgt nur teilweise:<br>– Auswirkungen wurden weniger bewusst gemacht als erwartet, viel Vorwissen.<br>– Zusammenhänge wurden eher erfolgreich aufgezeigt.<br>– Zustimmung zu Positionen war hoch.                          |    |
| 8  | Verhaltensbereitschaft für nachhaltige Nahrungs- und Konsumgewohnheiten unmittelbar nach dem Besuch der Ausstellung   | Bereitschaft für entsprechende Verhaltensänderung liegt je nach Verhaltensweise zw. 55% und 93%. Dabei grosser Anteil von Befragten, die die jeweilige Verhaltensweise schon vollumfänglich machten.   |    |
| 9  | Erhöhung der Verantwortungsübernahme und der Selbsteffizienz für nachhaltige Nahrungs- und Konsumgewohnheiten   | Ziele wurden erreicht:<br>Verantwortungsübernahme:<br>– nach Ausstellungsbesuch: 76%<br>– bei der Nachbefragung: 98%<br>Selbsteffizienz:<br>– nach Ausstellungsbesuch: 55%<br>– bei der Nachbefragung: 41%   |    |
| 10 | Verhaltensänderung  | Erhoffte Verhaltensänderungen wurden erreicht, auch dank des früheren Verhaltens (Befrage, die Verhalten nun mehr machen oder vorher schon machten: 49%-76%, Ausnahme Engagement: 16%).<br>Hilfen: Ausstellung; Flyer, Broschüren, Tipps; Videobotschaften |    |

| EF | Erkenntnisinteresse                                 | Nutzung und Beurteilung<br>resp. Zielerreichung  | Fazit<br>😊 Ziel erreicht<br>😐 Ziel teilweise erreicht<br>☹️ Ziel nicht erreicht |
|----|---|--|---|
| 11 | Weiterempfehlung Ausstellung.                       | Die allermeisten Befragten empfahlen die Ausstellung weiter (88%, Nachbefragung) oder hatten dies vor (97%, Befragung in der Ausstellung). | 😊   |
|    | Diskussion mit anderen über Themen der Ausstellung. | Die allermeisten Befragten taten dies (96%, Nachbefragung) oder hatten dies vor (90%, Befragung in der Ausstellung).                       | 😐   |
|    | Weiterempfehlung Webseite.                          | Fast die Hälfte der Befragten empfahl die Webseite weiter.   | 😐   |
|    | Weiterleiten der eigenen Videobotschaft.            | 50% der Befragten mit Videobotschaft leiteten diese weiter, aber nur 4.5% (Ausstellung) resp. 3% (Nachbefragung) aller Befragten.          | ☹️  |

#### Synthese der Resultate und Beantwortung der Evaluationsfragestellungen (EF)

### Folgerungen

Die Erkenntnisse aus der Befragung erlauben folgende Überlegungen zum Optimierungspotenzial für weitere Ausstellungen zu ähnlichen Themen.

| Handlungsfeld                 | Optimierungspotenzial  |
|-------------------------------|--|
| Zielsetzungen der Ausstellung | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Klären, inwiefern Bestätigung und Erweiterung von bestehendem Wissen oder Generierung von neuem Wissen Ziel der Ausstellung ist. Dies ist auch abhängig von der Zielgruppe (Kinder, Jugendliche, Erwachsene)</li> <li>– Zielsetzungen auf mittlerer Ebene mit entsprechenden Botschaften in der Ausstellung vereinfachen die Überprüfung der Zielerreichung.</li> </ul> |
| Förderung der Selbsteffizienz | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Inhalte und Massnahmen zur Steigerung der Selbsteffizienz besser in die Ausstellung integrieren – unter Berücksichtigung der Komplexität und Vielschichtigkeit eines Themas.</li> </ul>   |
| Zielgruppe der Ausstellung    | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Klären, wie stark Fokus auf Jugendliche und allenfalls Kinder gerichtet sein soll, in Abstimmung mit der Zielsetzung der Ausstellung.</li> </ul>  |
| Standort                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Das Ziel, mit dem nicht-musealen Standort Papiersaal im Einkaufszentrum Sihlcity in Zürich weniger ausstellungsaffine resp. bildungsfernere Besucher/innen zu erreichen, wurde nicht erreicht. Es ist daher zu klären, inwiefern nicht-museale Standorte in Zukunft einbezogen werden sollen und welche Standorte dafür geeignet sind.</li> </ul>                       |
| Webseite                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nutzung erfolgte nicht in gewünschter Art, Zielsetzung und Umfang sind daher zu klären.</li> </ul>  |
| Videobotschaft                | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Erfahrungswerte liegen vor, aber Nutzung erfolgte nicht in gewünschtem Umfang. Zielsetzungen und Erwartungen sind daher zu klären.</li> </ul>   |

Optimierungspotenzial: Aspekte, die bei einer ähnlichen Ausstellung zu beachten resp. zu klären sind