

[Wissen|schafft|Zukunft]

Nachhaltigkeit hautnah erleben:
Das BOKU-Programm
für Wiener Schulen

Endbericht 28.02.2024

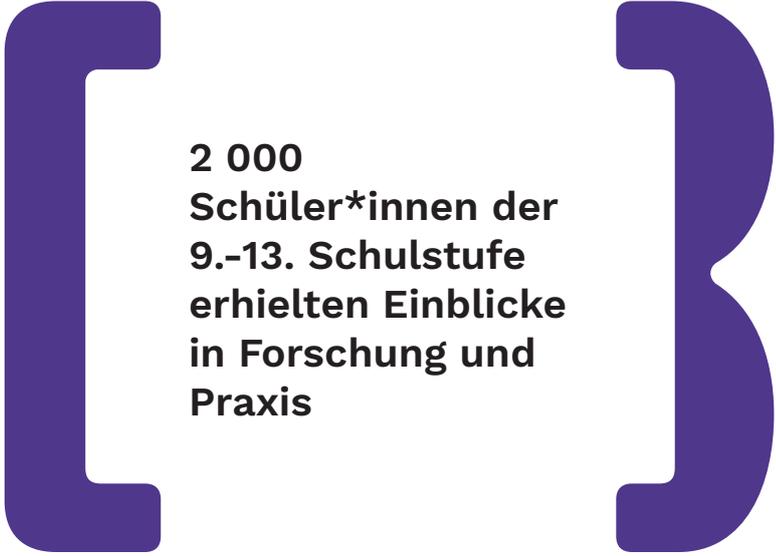




Inhalt

1. Abstract / Zusammenfassung	1
2. Projektidee, Projektpartner, Ziele & Zielgruppen	2
3. Ergebnisse	5
3.1 Zielwerte	
3.2 Akquise Angebote	
3.3 Angebotskatalog	
4. Bewerbung	9
4.1 Direct Marketing	
4.2 Online-Werbung	
5. Ergebnisse Feedbackbefragung Lehrkräfte	12
6. Fazit und Ausblick	15





**2 000
Schüler*innen der
9.-13. Schulstufe
erhielten Einblicke
in Forschung und
Praxis**

1. Abstract / Zusammenfassung

Im Projekt „Wissen|schafft|Zukunft“ (WSZ) gaben Lehrende und Absolvent*innen der BOKU University in Exkursionen, Workshops und Vorträgen Schüler*innen der 9.-13. Schulstufe in Wien **Einblicke in Forschung und Praxis** zu spannenden Themen rund um Umwelt, Nachhaltigkeit und Klima – mit dem Ziel, über die Verbindung zu diesen zukunftsweisenden Themen auch das Interesse an einem Studium an der BOKU zu wecken.

Die Ergebnisse übertrafen alle gesetzten Zielwerte – zu 32 verschiedenen Angeboten wurden insgesamt 104 Termine angefragt und ca. 2 000 Schüler*innen erreicht. Die Bewerbung erfolgte über Direct Marketing und Online-Werbung, wobei im Bereich Online-Werbung insgesamt rund eine Million Impressions erzielt wurden.

Das Feedback der Lehrkräfte fiel sehr positiv aus und bestärkte die Relevanz des Projekts. Dank der erfolgreichen Durchführung in Wien ist seitens der BOKU eine **Ausweitung des Projekts auf ganz Österreich** geplant.

2. Projektidee, Zielgruppen & Ziele, Projektpartner*innen

Lehrende und Alumni der BOKU University bearbeiten spannende Themen mit hoher gesellschaftlicher Relevanz.

Im Projekt Wissen|schafft|Zukunft lernten Wiener Schüler*innen der 9.-13. Schulstufe in Exkursionen, Workshops und Vorträgen diese **Themen und Berufsfelder der BOKU** kennen. Die Angebote wurden über Direct Mailings, Social Media und Umfeldkontakte vermarktet. Die Buchung erfolgte über die Website mittels **Terminbuchungstool** oder per E-Mail.

Das Pilotprojekt Wissen|schafft|Zukunft richtete sich in erster Linie an Oberstufenklassen und deren Lehrer*innen an Wiener Schulen, insb. solche mit einschlägigen Schwerpunkten wie Chemie, Bau-technik oder Umwelt bzw. Schulen aus dem ÖKO-LOG-Netzwerk.

Indirekte **Zielgruppen** waren Absolvent*innen und Lehrende der BOKU sowie Schüler*innenvertretungen und Bildungsberater*innen als Ansprechpartner*innen und Multiplikator*innen.

Wissen|schafft|Zukunft hatte zum Ziel, **Schüler*innen für BOKU-Themen zu begeistern**, Wissensvermittlung zu betreiben und die einschlägigen Studienrichtungen durch spannende Angebote und interessante Werdegänge von Absolvent*innen indirekt zu bewerben. Gleichzeitig sollte die Stadt Wien als attraktiver Studienort gezeigt und das Image der BOKU als führende Nachhaltigkeitsuniversität mit Forschung zu aktuellen und gesellschaftlich relevanten Themen gestärkt werden.

Das Projekt wurde von der Stadt Wien finanziert und von der BOKU gemeinsam mit der Firma Tatwort – nachhaltige Projekte GmbH durchgeführt.





BOKU
UNIVERSITY

3. Ergebnisse

3.1 Zielwerte

Im Rahmen der Projektkonzeption wurden einige Zielwerte festgelegt. Diese wurden allesamt übertroffen, siehe dazu die Gegenüberstellung von Zielwert und erreichtem Ergebnis in folgender Tabelle:

	Zielwert laut Projektkonzept	Erreichtes Ergebnis (Stand 26.02.24)
Anzahl Angebote	30	32
Anzahl erreichte Schüler*innen	2 000	ca. 2 000
Anzahl Terminanfragen	100	104
Impressions Social Media	50 000	898 428
Impressions Google Ads	Kein Zielwert	88 426
Zugriffe Projektwebsite (Unique Visitors)	5 000	16 135

3.2 Akquise Angebote

Um Absolvent*innen und Lehrende über Wissen|schafft|Zukunft zu informieren und sie zur Beteiligung mit einem Angebot einzuladen, wurden folgende Maßnahmen gesetzt:

- Insgesamt fünf Infoabende (April & September 2023) zur Projektvorstellung
 - Versand der Einladung zum Infoabend für Lehrende im September im Namen der Vizerektorin für Lehre an alle Lehrenden der BOKU
 - Einladung zu den Infoabenden für Alumni über den Newsletter sowie Website und LinkedIn-Kanal des BOKU-Alumnidachverbands
 - Bewerbung der Infotermine für Alumni über LinkedIn-Kanal der BOKU

- Gezielte Recherche, Auswahl und Einladung von passenden Lehrenden (z. B. anhand spannender Themen, Erfahrung in der Arbeit mit Jugendlichen durch andere Projekte, Beteiligung an anderen Aktivitäten zur Studienbewerbung von BOKU4you...)
- Anschreiben der Programmbegleitungen und Vorsitzenden der Fachstudien-AGs aller sieben Bachelorstudienrichtungen zur Weiterleitung der Projektinformationen an den jeweiligen Fachbereich
- Gezielte Recherche, Auswahl und Einladung von passenden Absolvent*innen (z. B. anhand der Portraitserie „150 Jahre BOKU – 150 Alumni“, Beteiligung an anderen Aktivitäten zur Studienbewerbung von BOKU4you, anhand spannender Themen via LinkedIn...)
- Recherche von thematisch passenden Magistratsabteilungen der Stadt Wien, interne Weiterleitung der Projektinformationen durch die jeweilige Stelle für Öffentlichkeitsarbeit/Kommunikation an die Mitarbeiter*innen mit BOKU-Abschluss
- Versand der Projektinformationen durch den BOKU-Alumnidachverband an sein Unternehmensnetzwerk
- Bericht in BOKU-Magazin 3/2023 (Print-Auflage 5.500 Stück + Online-Flipbook)
- Projektvorstellung durch das Rektorat beim BOKU-Alumnitag am 14.10.2023
- Projektvorstellung durch BOKU4you bei Veranstaltungen für Lehrende
- Nutzung persönlicher Kontakte und Netzwerke der Projektkoordination (BOKU4you & tatwort)



32
verschiedene
Workshops,
Vorträge und
Exkursionen



3.3 Angebotskatalog

Im Rahmen von Wissen|schafft|Zukunft wurden insgesamt 32 verschiedene Workshops, Vorträge und Exkursionen angeboten, die in nachstehender Tabelle nach Studienrichtung sortiert aufgeführt sind:

	Titel des Angebots	Vortrag/ Workshop	Exkursion	Lehrende	Alumni	Studien- richtung
1.	MA 48: Was passiert mit dem Wiener Mist?		X		X	UIW/UBRM
2.	Von Müll zu Mehrwert		x		x	UIW/UBRM
3.	Wenn Stadtplaner*innen spazieren gehen	X			X	LAP/UBRM
4.	Waldbrände in Österreich		X	X		FW/UBRM
5.	Dachstühle: Klimazeugen der Vergangenheit	X		X		FW/HNT
6.	Geheimnisse des Honigs unter dem Mikroskop	X		X		AW/LBT
7.	Genom-Editierung in Pflanzen - Bedrohung oder Chance?	X		X		AW/LBT
8.	Elektromobilität – die Zukunft der Mobilität?	X			X	UBRM
9.	Klimafitter Wald vor der Haustüre		X		X	FW
10.	Fassadenbegrünung gegen Hitze: Lösung für Städte		X		X	LAP/LARCH
11.	Grüne Infrastruktur: Klimawandelanpassung in Mariahilf		X		X	LAP/LARCH
12.	Sojabohne: Vom Regenwaldzerstörer zum Klimaretter	X		X		AW
13.	Wie ethisch ist die BIO-Tierhaltung?	X			X	AW
14.	Vom SmartPhone zur SmartFarm	X		X		AW
15.	Die Welt der Pflanzenfasern		X	X		HNT
16.	Hierarchische Rohstoffe – Ein Erklärungsversuch	X		X		HNT
17.	Holz als Hochleistungsbaustoff für die Zukunft		X		X	HNT
18.	Klimakrise mit Holz lösen?	X		X		HNT
19.	Wozu Holzforschung? Was Holz alles kann		X	X		HNT
20.	Ein Blick in die Welt der Mikroorganismen		X	X		LBT
21.	Immuntherapie gegen Krebs	X		X		LBT
22.	Krankheitserregern auf der Spur		X	X		LBT
23.	Orale Biofilme – Was haben Zähneputzen und Herzschmerz gemeinsam?	X		X		LBT
24.	Von der Zelle zum Produkt: Biotechnolog*innen in Action		X	X		LBT
25.	Wie verstecken sich Bakterien vor dem Immunsystem?	X		X		LBT
26.	BOKU-Wasserbaulabor: Wie nutzen wir Wasser nachhaltig?		X	X		UIW
27.	Die klimaneutrale Smart City	X			X	UIW
28.	Ein Haus recyceln – wie geht das?	X			X	UIW
29.	Faszination Trinkwasser: Wie gut ist NÖ versorgt?		X		X	UIW
30.	Klimawandelanpassung im öffentlichen Raum		X		X	UIW
31.	Von der Spülung zur Klärung – Besuch der Kläranlage		X		X	UIW
32.	Was können wir von ScienceFluencern lernen?	X		X		alle

Übersicht Studienrichtungen	AW Agrarwissenschaften	FW Forstwirtschaft	HNT Holz- und Naturfasertechnologie
LAP/LARCH Landschaftsplanung und -architektur	LBT Lebensmittel- und Biotechnologie	UBRM Umwelt- und Bioressourcenmanagement	UIW Umweltingenieurwissenschaften



4. Bewerbung

Um das Projekt Wissen|schafft|Zukunft bei Lehrkräften zu bewerben, wurden verschiedene Maßnahmen genutzt, die sich in zwei Bereiche einteilen lassen: Direct Marketing und Online-Werbung.

4.1 Direct Marketing

Im Bereich Direct Marketing wurde ein **Schulverteiler** aller relevanten Wiener Schulen (siehe „2. Projektidee, ...“) angelegt. Mit etwa 90 Schulen gab es per E-Mail und/oder telefonisch Kontakt, um das Projekt zu bewerben. An die Direktionen von 144 Schulen ging außerdem zu Beginn des Wintersemesters 2023/24 ein Brief mit Informationen zum Projekt. Dabei wurde der Text inhaltlich je nach Schultyp angepasst, mit einem **Schwerpunkt auf die Themen Bauen und Technik** bei den HTLs und einem **Schwerpunkt auf Klima und Nachhaltigkeit** bei den anderen Schulformen. Lehrkräfte, die bereits ein Angebot von WSZ gebucht hatten, wurden regelmäßig über neue Angebote informiert. Diese Lehrkräfte wirkten durch die Weitergabe der Projektinformationen auch als **Multiplikator*innen** innerhalb ihrer Schulen. Einige Anbieter*innen von Workshops und Exkursionen verfügten selbst auch über Schulkontakte, die direkt für die Bewerbung genutzt wurden. Von BOKU4you wurden im Rahmen der allgemeinen Studienbewerbung Mappen an Bildungsberater*innen verschickt, denen auch der A5-Flyer zu WSZ beigelegt war.

Außerdem wurden insgesamt **17 Newsletter / Plattformen** angeschrieben, die sich an Lehrkräfte wenden – in 13 davon wurden Hinweise auf WSZ veröffentlicht:

Newsletter	Websites
Bildungshub Wien	Bildungshub Wien
ÖKOLOG-Schulnetzwerk	ÖKOLOG-Schulnetzwerk
Forum Umweltbildung	„ibobb“ – Information, Beratung und Orientierung für Beruf und Bildung
Quartals-Newsletter des BMBWF an Lehrkräfte	18plus.at
Newsletter der BOKU für Bildungsberater*innen	OeAD – youngscience.at
Science Center Netzwerk	Teachers for future
	Umweltzeichen „Raus aus der Schule“

Ausgewählte Angebote wurden durch das **BOKU-Social-Media-Team** begleitet und so die Inhalte in Videoform einerseits für die junge Zielgruppe in drei Reels auf TikTok aufbereitet und andererseits in Form eines rund dreiminütigen Projekttrailers zu Bewerbungszwecken genutzt. <https://linktr.ee/wissenschafttzukunft>

Beispiele Sujets für Anzeigen auf Meta



Beispiel für Google Ads



Beispiel Sujet bei Google Display Ads



4.2 Online-Werbung

Für die Bewerbung von WSZ wurde Werbung auf verschiedenen Plattformen / Kanälen geschaltet. Durch die **Planung in Wellen** konnte die Werbungsstrategie jeweils an die Erkenntnisse und Ergebnisse angepasst und neue Schwerpunkte gesetzt werden.

Durch die weniger zufriedenstellenden Ergebnisse von Sponsored Posts auf LinkedIn in der ersten Werbewelle wurde diese Form der Bewerbung bei den nachfolgenden Wellen nicht mehr gewählt.

Hingegen konnten auf Meta (Instagram und Facebook) sehr gute (5,05 %) und durch Google Ads **außergewöhnlich hohe (30,96 %) Click-Through-Rates**, d.h. die Anzahl der Klicks im Verhältnis zu den erreichten Impressions, erzielt werden.

Bei der Anzahl der Impressions sticht bei Meta die letzte Werbewelle im Februar 2024 hervor, die trotz einer vergleichsweise kurzen Laufzeit (zwei Wochen) mit Abstand die meisten Impressions (rund eine halbe Million) erzielt hat.

Zu drei Exkursionen wurden vom BOKU-Social-Media-Team und der BOKU-Medienstelle kurze Videos produziert, die als Reels auch auf dem TikTok-Kanal der BOKU gepostet und beworben wurden. Diese Videos hatten aufgrund der Platzierung weniger die Ansprache von Lehrkräften, sondern die **Verbreitung der thematischen Inhalte für die Zielgruppe der Jugendlichen** zum Ziel. Insgesamt konnten über alle Social-Media-Plattformen hinweg (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn) sowie mit Google Ads rund eine Million Impressions erreicht werden.

Werbewelle 1: Mai-Juni 2023						
Plattform	Ausgaben gesamt	Cost per Click	Impressions	Klicks auf Website	Click Through Rate	Zeitraum
LinkedIn Sponsored Post	€ 130,86	€ 1,98	7 917	66	0,83%	05.-16.06. 2023
LinkedIn Ad	€ 175,00	€ 1,03	9 744	170	1,74%	05.-16.06. 2023
Google Ads	€ 299,00	€ 1,57	8 283	190	2,31%	05.-16.06. 2023
Google Display	€ 255,00	€ 0,45	46 582	537	1,23%	05.-16.06. 2023
Meta	€ 131,99	€ 0,21	49 622	617	1,24%	05.-16.06. 2023
Werbewelle 2: September-Oktober 2023						
Plattform	Ausgaben gesamt	Cost per Click	Impressions	Klicks auf Website	Click Through Rate	Zeitraum
Google Ads	€ 109,50	€ 0,23	3 698	484	13,09%	26.09.-10.10.2023
Meta	€ 299,99	€ 0,16	136 090	1894	5,05%	19.09.-04.10.2023
LinkedIn	€ 210,00	€ 0,95	10 688	221	2,07%	25.09.-04.10.2023
Werbewelle 3: November 2023						
Plattform	Ausgaben gesamt	Cost per Click	Impressions	Klicks auf Website	Click Through Rate	Zeitraum
TikTok	€ 90,00	€ 0,13	74 373	714	0,96%	03.11.-08.11.2023
TikTok	€ 60,00	€ 0,21	40 686	282	0,69%	25.-28.11.2023
Werbewelle 4: Dezember 2023-Februar 2024						
Plattform	Ausgaben gesamt	Cost per Click	Impressions	Klicks auf Website	Click Through Rate	Zeitraum
TikTok	€ 89,61	€ 0,19	68 970	469	0,68%	06.12.-11.12.2023
Instagram Video	€ 74,92	€ 0,26	11 653	289	2,64%	06.12.-11.12.2024
Google Ads & Display	€ 2 059,00	€ 0,22	29 863	9 247	30,96%	21.12.2023-26.02.2024
Meta	€ 935,16	€ 0,29	488 685	3 249	1,12%	13.02.-26.02.2024
Gesamt	€ 4 920,03		986 854	18 429		



Eines der
Highlights an
Lehrausgängen
in meinem
bisherigen
Lehrerdasein.

5. Ergebnisse Feedbackbefragung Lehrkräfte

Den Lehrkräften wurde nach jedem Termin ein Link zu einer anonymen Online-Feedbackbefragung übermittelt. 17 Lehrkräfte haben diese Möglichkeit genutzt und die Rückmeldungen waren insgesamt sehr positiv, wie nebenstehendes **Diagramm zur Bewertung des Gesamteindrucks** zeigt.

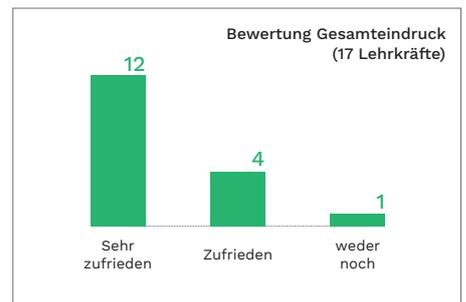
Verbesserungswünsche gab es lediglich in Bezug auf die Vortragsweise einzelner Vortragender, hier kam teilweise der Wunsch nach einer noch altersgerechteren Aufbereitung der Themen auf. Besonders positiv hervorgehoben wurden die Organisation im Vorfeld (Informationen auf Website, Terminvereinbarung...), das Engagement der Vortragenden und die Praxisnähe.

Einige **Zitate aus der Umfrage**:

„Besonders gut hat mir gefallen, dass Wissenschaftler*innen direkt einfach einen besseren Eindruck ihrer Arbeit vermitteln können. Dass wir Einblicke in eine Arbeit bekommen haben, die wir anders nicht bekommen können.“

„Der Vortrag war sehr interessant und die Themen werden in Zukunft in meinem Physikunterricht eingebaut werden. Auch die Beispiele mit konkretem Praxisbezug bei den Baustellen waren beeindruckend. Das war eines der Highlights an Lehrausgängen in meinem bisherigen Lehrerdasein.“

„Neue Einblicke in eher nicht alltägliche Dinge. Repräsentation der Relevanz von Grundlagenforschung.“









**Angebotsplattform
Schulnetzwerk
Online-Buchungstool
Tool für
Wissensvermittlung
Karrieremöglichkeiten**

6. Fazit und Ausblick

Der Aufbau eines **vielfältigen und dauerhaften Angebotskatalogs** an Vorträgen, Workshops und Exkursionen für Schulklassen bildet das Herzstück des Projekts Wissen|schafft|Zukunft. Die zentralen Themen der **BOKU University als führende Life Sciences und Nachhaltigkeitsuniversität** von der Ernährungssicherheit bis zur klimafreundlichen Stadtgestaltung, vom Wasserbau bis zur Abfallwirtschaft, von der Erhaltung der Biodiversität bis zu klimafitten Wäldern, werden durch Forschende und Absolvent*innen vermittelt.

Zentrales Ergebnis ist ein breites Spektrum an Angeboten für Schulen, die alle Bachelor-Programme der BOKU University inhaltlich abdecken. Die Teilnehmenden bekommen sowohl Einblick in die Forschung als auch in die berufliche Praxis außerhalb der Universität.

Als Voraussetzung für eine möglichst benutzer*innenfreundliche Organisation und Abwicklung der Angebote wurde ein dauerhaft verwendbares **Online-Buchungstool** aufgesetzt.

Durch die Einbindung zahlreicher Dienststellen der Stadt Wien konnten auch die **Karrieremöglichkeiten in der Stadtverwaltung** aufgezeigt werden.

Parallel dazu wurde ein **Netzwerk an Schulen** aufgebaut – mit interessierten Lehrkräften, die teilweise bereits zu „Stammgästen“ geworden sind. Das sehr positive Feedback der Lehrkräfte bestätigt die **Relevanz und Wirksamkeit des Projekts**.

Aufgrund des Lehrer*innen-Feedbacks wird die Nutzung des im Rahmen des Projekts entwickelten **Tools für die altersgerechte Darstellung** der Angebotsinhalte stärker forciert werden.

Die vorhandenen Vorlagen, von Textbausteinen über Formulare bis hin zu Templates für Social-Media-Werbung, sowie die Dokumentation des Projekts dienen auch als wertvolle Ressource für einen zukunftssträchtigen **Ausbau des Projekts**.

Mit rund einer Million Impressions und Spitzenwerten von 31 % bei der Click-Through-Rate der Google Ads sind insbesondere die Ergebnisse der **Online-Werbung** als sehr erfolgreich zu beurteilen. Aufbauend auf diese Erfahrungen wird die Online-Werbung weiter professionalisiert und ausgebaut.

Dank der erfolgreichen Durchführung in Wien eröffnet sich die Möglichkeit, das Projekt auf ganz Österreich auszurollen, was der BOKU University ein großes Anliegen ist. Die positiven Erfahrungen und das gewonnene Feedback aus Wien dienen als überzeugende Referenz und legen den **Grundstein für eine österreichweite Implementierung**.

Der **Alumni-Dachverband der BOKU** wird im nächsten Schritt eine entscheidende Rolle einnehmen, um diese österreichweite Umsetzung zu unterstützen. Im Rahmen der Angebotsakquise konnten bereits **Kontakte mit Absolvent*innen der BOKU in ganz Österreich** geknüpft werden, die Interesse an einer Beteiligung am Projekt gezeigt haben

Mit dem erfolgreichen Modell in Wien als Vorreiter können Bildungseinrichtungen in ganz Österreich von den entwickelten Strukturen und Erfahrungen profitieren.



Impressum

Herausgeberin

BOKU University (Universität für Bodenkultur Wien)
Gregor-Mendel-Straße 33, 1180 Wien
Vizerektorat für Lehre, Weiterbildung und Studierende

Fördergeber

Stadt Wien
KT-Verband

Projektleitung

Dipl. Ing. Hannelore Schopfhauser, Marc Trattnig, B. Sc.
Stabsstelle Lehre: Kommunikation und Berichtswesen

Begleitende Agentur

Tatwort nachhaltige Projekte GmbH

Layout nach CI

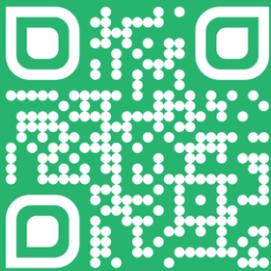
Dipl. Ing. Nadja Neubauer

Bilder

Multimedia-Team der BOKU, Fotos (c) BOKU

Druck

VSG Direktwerbung GmbH



short.boku.ac.at/WissenSchafftZukunft

Wissen|schafft|Zukunft ist ein Projekt der BOKU University (Universität für Bodenkultur Wien) und wird durch eine Sonderprojektförderung der Stadt Wien und einen Beitrag des Verbandes der Absolventinnen und Absolventen der Studien der Kulturtechnik und Wasserwirtschaft finanziert.



**Stadt
Wien**

Kultur