



Fonds für
Verkehrssicherheit
FVS

SMART Goals Webinar

Remo Bebié Gut, Silvy Ammann



Info zur Aufzeichnung

- Wir zeichnen dieses Webinar auf damit künftige Gesuchsstellende oder solche die heute verhindert sind, die Inhalte auch verfügbar haben.



Agenda

- 1. Begrüßung**
- 2. Relevanz der Wirkungsmessung**
- 3. Gute Ziele definieren**
- 4. Indikatoren ableiten**
- 5. Wirkungsmessung**
- 6. Q&A**



Remo Bebié Gut
Fachstelle für Customer Experience
& Service Design an der ZHAW



Silvy Ammann
Geschäftsstelle FVS &
Datenanalyse

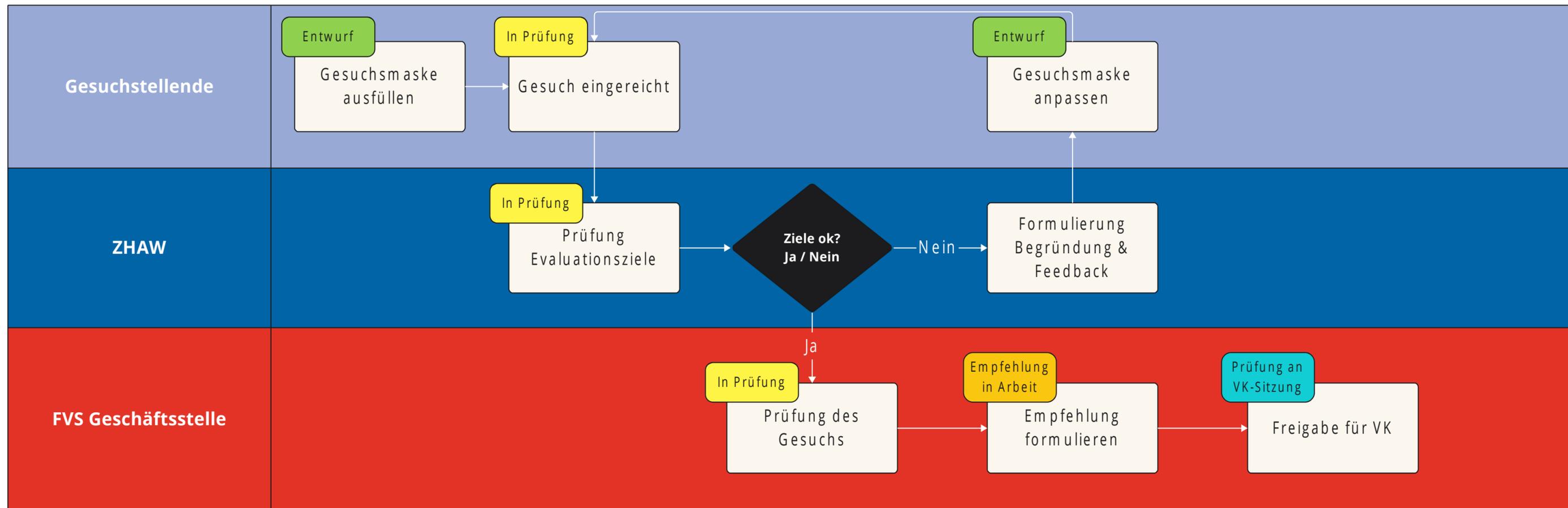


Eckpunkte

- Seit dem 15. April ist es nun erforderlich, bei allen Gesuchen auch Evaluationsziele zu definieren.
- Für jedes eingereichte Projekt muss definiert werden, eine Wirkung auf das Verhalten, die Einstellung oder das Wissen der Zielgruppe erzielt werden soll.
- Für jedes Gesuch müssen mindestens zwei Evaluationsziele und zwei entsprechende Indikatoren festgelegt werden.



Ablauf Einreichung Gesuch



Wirkungsmessung



Ziele



- Wirkung für alle durch den FVS geförderten Projekte nachweisen
- Projekte laufend anpassen, sodass die gewünschte Wirkung eintreten kann
- Gewonnene Erkenntnisse auf neue Projekte übertragen



SMART- Ziele

SMART- Ziele sind klare und spezifische Aussagen darüber, was ein Projekt erreichen soll. Sie dienen als Orientierung und Messlatte für den Erfolg des Projekts

Ist mein Ziel SMART?

- Specific: Ist das Ziel klar und präzise formuliert?
- Measurable: Ist das Ziel quantifizierbar und messbar?
- Achievable: Ist das Ziel realistisch und erreichbar?
- Relevant: Ist das Ziel bedeutsam und relevant für das Projekt?
- Time-Based: Gibt es eine klare zeitliche Vorgabe zur Erreichung des Ziels?

Diese Ziele sind **nicht** SMART:

200 Personen besuchen die Webseite smartgoals.com

Kinder kennen die Verkehrsregeln.





SMART- Ziele

Diese Ziele sind **nicht** SMART:

*200 Personen besuchen die
Webseite smartgoals.com*

Webseitenbesuche sind zwar objektiv messbar. Ein Besuch allein sagt aber nichts über die Wirkung der Information auf der Webseite aus.

Der Besuch der Webseite ist allenfalls eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für eine Wirkung der Inhalte.

*Kinder kennen die
Verkehrsregeln.*

Hier ist z.B. nicht klar:

- Welche Kinder und in welchem Alter? (spezifisch)
- Welche Verkehrsregeln und in welchem Umfang (messbar)?





Indikatoren

Indikatoren sind messbare Größen, die den Fortschritt und den Erfolg eines Projekts in Bezug auf seine Ziele anzeigen.

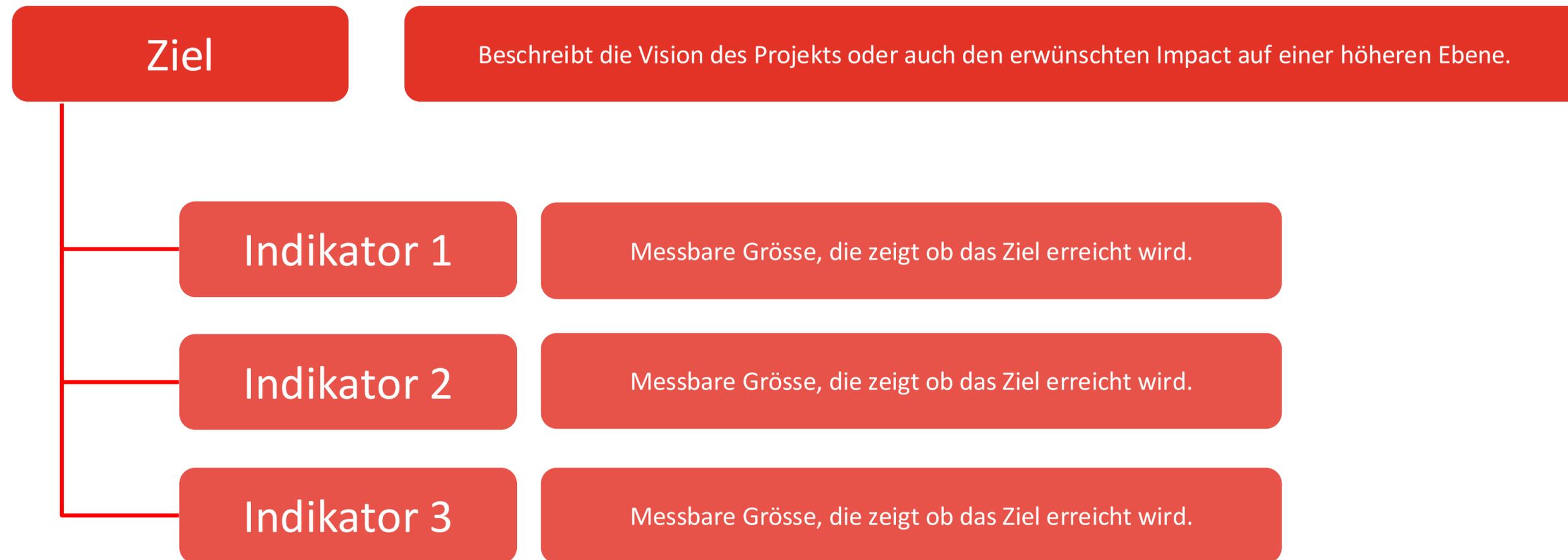
Zweck: Sie dienen dazu, den Projektverlauf zu überwachen, Erfolge zu dokumentieren und Verbesserungsbedarf zu erkennen.

Kriterien für gute Indikatoren:

- **Relevanz:** Der Indikator sollte direkt mit dem Ziel des Projekts in Verbindung stehen.
- **Zuverlässigkeit:** Der Indikator sollte konsistente und genaue Messungen ermöglichen.
- **Verständlichkeit:** Der Indikator sollte leicht verständlich und interpretierbar sein.



Dekonstruktion Ziele & Indikatoren



Praxisbeispiel I

Verkehrsschulung bei Kindergartenkindern

Ziel 1: Die Kindergartenkinder können sich an die erlernten Verkehrsregeln auch einige Wochen nach der Schulung noch erinnern und diese korrekt wiedergeben.

Ziel 2: Die Kindergartenkinder können das gelernte Verhalten im Strassenverkehr bei einer praktischen Übung auch noch einige Wochen nach der Schulung korrekt anwenden.



Ziel 1 mit Indikatoren

Ziel 1: Die Kindergartenkinder können sich an die erlernten Verkehrsregeln auch einige Wochen nach der Schulung noch erinnern und diese korrekt wiedergeben.

- **Indikator 1:** Zwei Wochen nach der Verkehrsschulung sollen 95% der Kindergartenkinder die Regel "Nicht bei Rot über die Straße gehen" korrekt benennen können.
- **Indikator 2:** Zwei Wochen nach der Verkehrsschulung sollen 85% der Kindergartenkinder die Regel "Ich darf nicht rennen beim Überqueren einer Strasse" korrekt benennen können.



Ziel 2 mit Indikatoren

Ziel 2: Die Kindergartenkinder können das gelernte Verhalten im Strassenverkehr bei einer praktischen Übung auch noch einige Wochen nach der Schulung korrekt anwenden.

- **Indikator 1:** Zwei Wochen nach der Verkehrsschulung sollen 90% der Kindergartenkinder bei einer praktischen Übung korrekt an einer roten Ampel warten.
- **Indikator 2:** Zwei Wochen nach der Verkehrsschulung sollen 80% der Kindergartenkinder bei einer praktischen Übung signifikant mehr der erlernten Verkehrsregeln beachten als vor der Verkehrsschulung.





Praxisbeispiel II

Plakatkampagne «Sichtbarkeit im Strassenverkehr»

Ziel 1: Bewusstseinssteigerung bei Velofahrern und bei Eltern von Kindern, die Velo fahren für die Bedeutung von Sichtbarkeit im Straßenverkehr.

Ziel 2: Steigerung der Nutzung von Leuchtbändern und Leuchtwesten bei Velofahrer*innen, die Abends oder in der Nacht unterwegs sind.





Ziel 1 mit Indikatoren



Ziel 1: Bewusstseinssteigerung bei Velofahrer*innen und bei Eltern von Kindern, die Velo fahren, für die Bedeutung von Sichtbarkeit im Straßenverkehr.

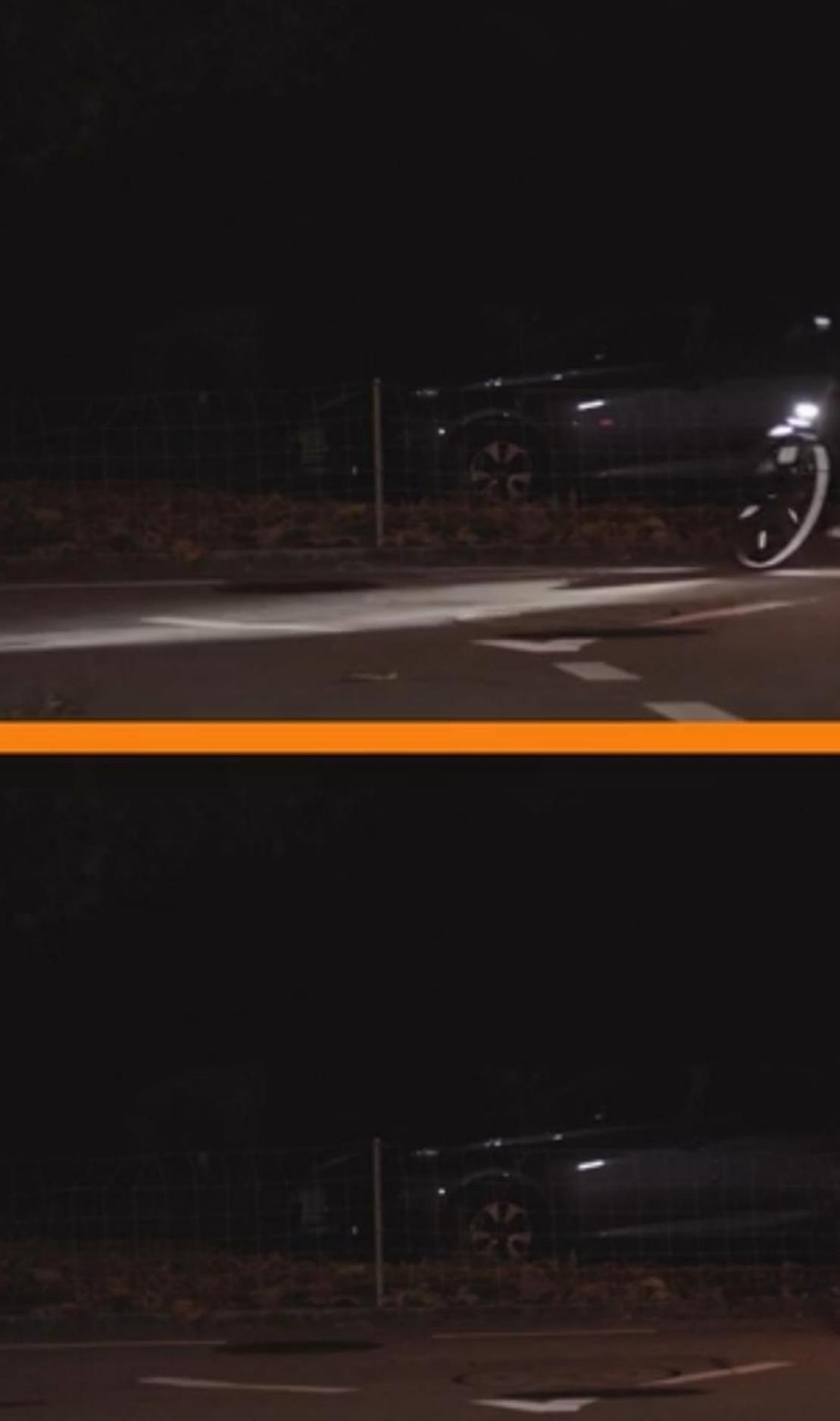
- **Indikator 1:** Der Anteil an Befragten, die angeben, sich der Bedeutung von Sichtbarkeit im Straßenverkehr bewusst zu sein, steigt innerhalb der ersten 8 Wochen nach Kampagnenstart um 15%.
- **Indikator 2:** Der Anteil an Befragten, die Leuchtmittel als sinnvolles Mittel zur Steigerung der Verkehrssicherheit angeben, steigt innerhalb der ersten 8 Wochen nach Kampagnenstart um 10%.



Ziel 2 mit Indikatoren

Ziel 2: Steigerung der Nutzung von Leuchtstreifen und Leuchtwesten bei Velofahrer*innen, die Abends oder in der Nacht unterwegs sind.

- **Indikator 1:** Die Anzahl von Velofahrer*innen, die 8 Wochen nach Kampagnenstart im Straßenverkehr mit Leuchtstreifen oder Leuchtwesten unterwegs sind ist um 10% höher, als vor Kampagnenstart.
- **Indikator 2:** Der Effekt bleibt bestehen und kann auch mit einer zweiten Messung nach 4 Monaten noch verifiziert werden.





Wirkungsmessung

Relevanz:

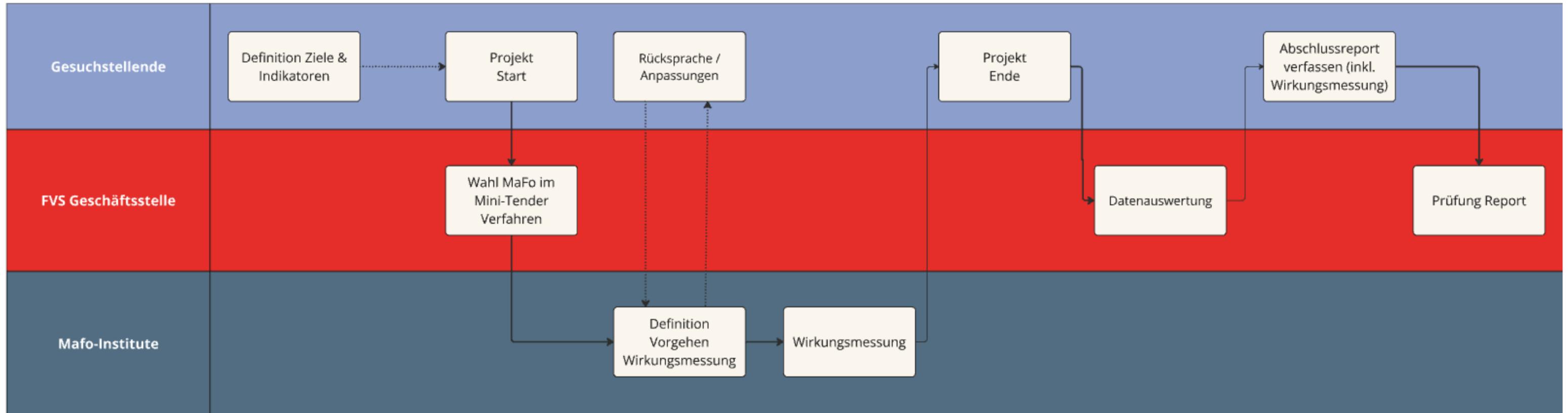
- **Nachweis der Wirksamkeit:** Sie zeigt, ob die Ziele des Projekts erreicht wurden.
- **Verbesserung der Maßnahmen:** Identifiziert erfolgreiche Strategien und Bereiche mit Verbesserungsbedarf.
- **Lernprozess:** Bietet wertvolle Erkenntnisse für zukünftige Projekte.

Die Wirkungsmessung wird durch ein externes Marktforschungsinstitut durchgeführt.





Ablauf der Wirkungsmessung





Quantitative Methoden

Objektive Methoden, die numerische Daten und messbare Grössen erfassen.

Quantitative Methoden umfassen:

- **Umfragen:** Standardisierte Fragebögen zur Erfassung von Daten (online, auf Papier oder via Telefon).
- **Statistiken & Messungen:** Zählungen, Geschwindigkeitsmessungen etc.
- **Experimente:** Kontrollierte Versuche zur Überprüfung spezifischer Hypothesen.





Qualitative Methoden

Subjektive Methoden, die Eindrücke, Meinungen und Erfahrungen erfassen.

Qualitative Methoden umfassen:

- **Interviews:** Persönliche Gespräche mit Teilnehmenden / Betroffenen.
- **Fokus Gruppen:** Gruppeninterviews zu spezifischen Themen (oftmals eher mit Expertinnen).
- **Beobachtungen:** Systematische Beobachtung von Verhalten und Ereignissen.



Praxisbeispiel I

Verkehrsschulung bei Kindergartenkindern

Beobachtungen (qualitativ): Fachpersonen beobachten das Verhalten der Kinder während der praktischen Übung und notieren qualitative Eindrücke (z.B. ob die Kinder aufmerksam sind, ob sie Hilfe benötigen).

Test/Befragung (quantitativ): Ein einfacher Test mit Bildern von Verkehrssituationen, bei dem die Kinder die richtige Reaktion auswählen müssen (z.B. Bild einer roten Ampel, die Kinder müssen sagen, dass sie warten müssen). Die Anzahl der korrekten Antworten wird gezählt und mit einer Kontrollgruppe verglichen.





Praxisbeispiel II

Plakatkampagne «Sichtbarkeit im Strassenverkehr»

Befragung (quantitativ): Eine repräsentative Stichprobe wird zu einer online Befragung mit Einstellungs- und Wissensfragen eingeladen

Messung/Zählung (quantitativ): Das effektive Verhalten im Strassenverkehr wird durch eine Zählung stichprobenartig überprüft.





Zusammenfassung

- Die **Wirkungsmessung** macht für den FVS den Impact der geförderten Projekte sichtbar und soll zukünftig zur Verbesserung der Projekte dienen, sodass alle Projekte die angestrebte Wirkung erzielen können.
- Klar definierte **Ziele** sind wichtig, um überhaupt eine Wirkung messen zu können. Diese sollten den SMART Kriterien entsprechen
- Zu jedem Ziel gehören passende **Indikatoren**, die genau definieren, welche Wirkung mit dem Projekt erzielt werden soll.
- Die Wirkung kann **qualitativ** oder **quantitativ** gemessen werden, wobei in den meisten Fällen eine quantitative Messung sinnvoller ist.
- Wie die **Wirkungsmessung** durchgeführt werden soll, wird in Zusammenarbeit mit einem **Marktforschungsinstitut** festgelegt. Die Durchführung der Messung übernimmt das MaFo.



Q&A



Fonds für
Verkehrssicherheit
FVS

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme

Fonds für Verkehrssicherheit FVS
Monbijoustrasse 43
3011 Bern

[fvs.ch](https://www.fvs.ch)