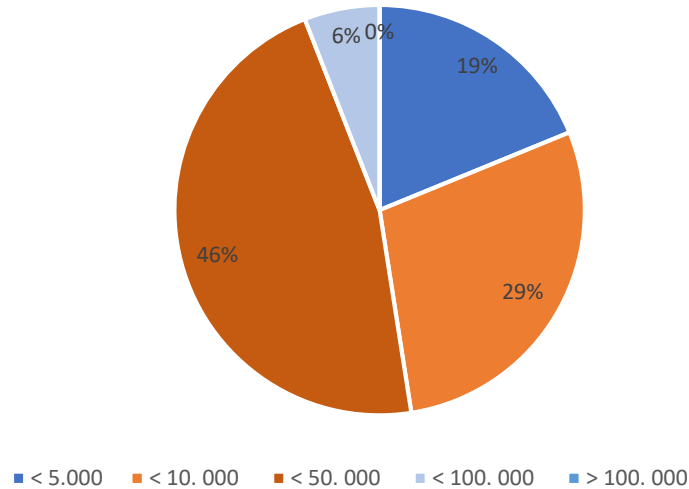


# Evaluation Sommerferien-Leseclub (SFLC) 2021 - Auswertung



# 1. Allgemein

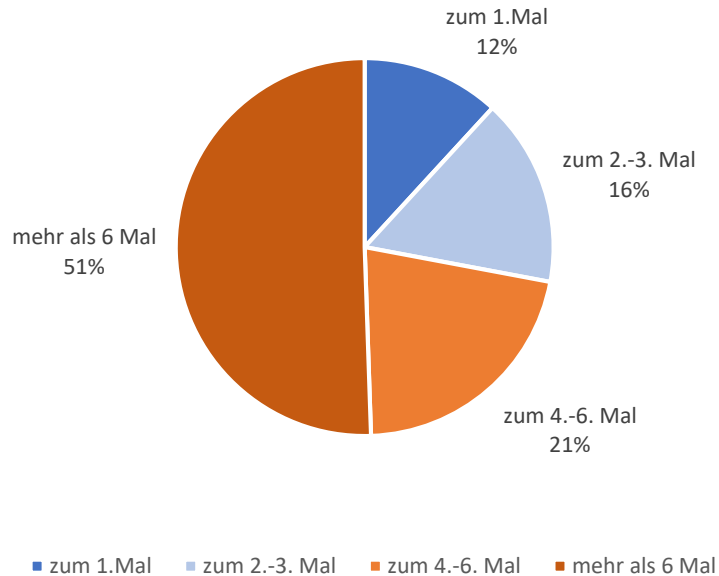
Teilnehmende und befragte Bibliotheken nach Einwohnergröße



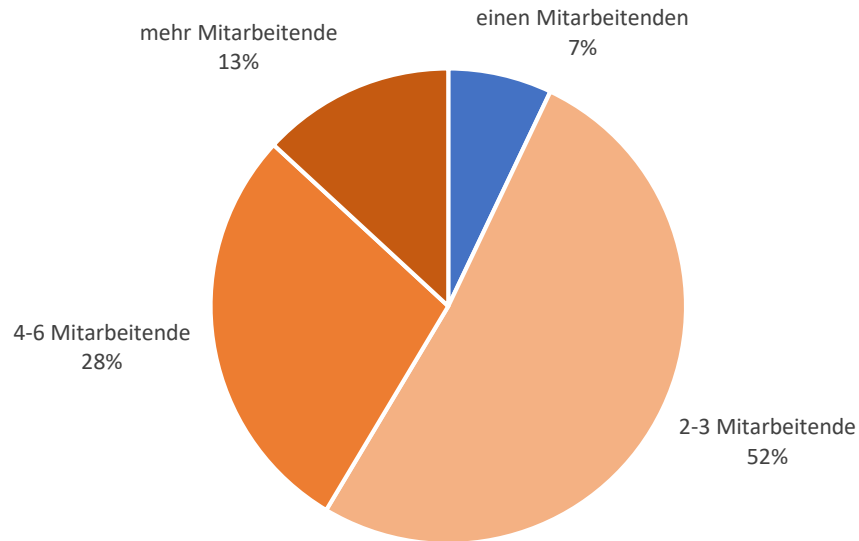
*\* Aus 101 Bibliotheken, die den Evaluationsbogen abgegeben haben*

## 2. Allgemeines zum SFLC 2021

Häufigkeit der Teilnahme am SFLC

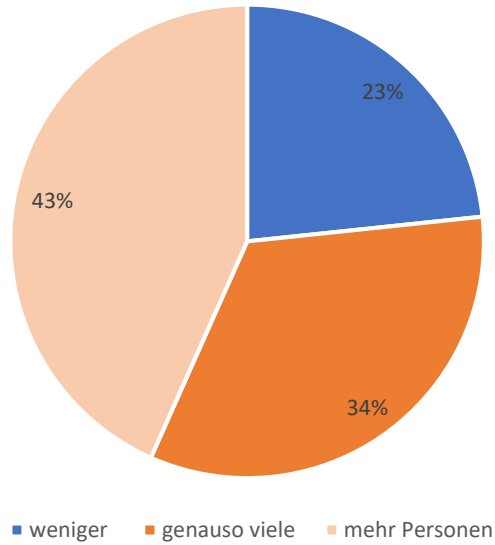


## Anzahl der Mitarbeitenden am SFLC in der Bibliothek

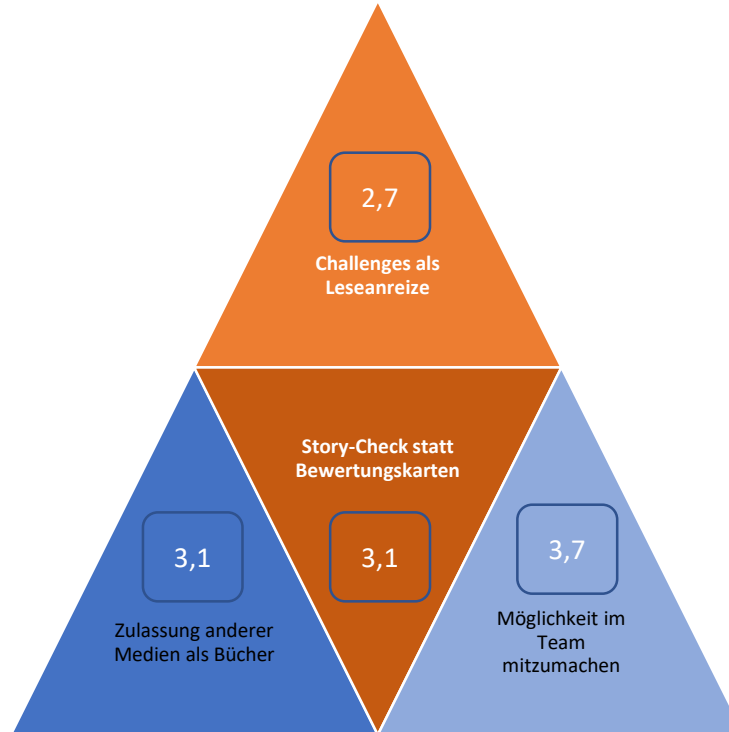


■ einen Mitarbeitenden   ■ 2-3 Mitarbeitende   ■ 4-6 Mitarbeitende   ■ mehr Mitarbeitende

## Teilnehmende 2021 im Vergleich zum Vorjahr



### 3. Beurteilung der Konzepterneuerung



# Zu Challenges

Note:  
2,7

- Ein Viertel aller Bibliotheken bewerten Challenges und Story-Check mit der Note 1 oder 2.
  - *Kritik an doppelter Stempelvergabe*
  - *Zu aufwendige Umsetzung*
  - *Wunsch anderer Challenges (u.a. für Grundschüler\*innen geeignet)*
  - *Medienvorschlagsliste soll länger werden*

# Zur Zulassung von Teams:

Note:  
3,7

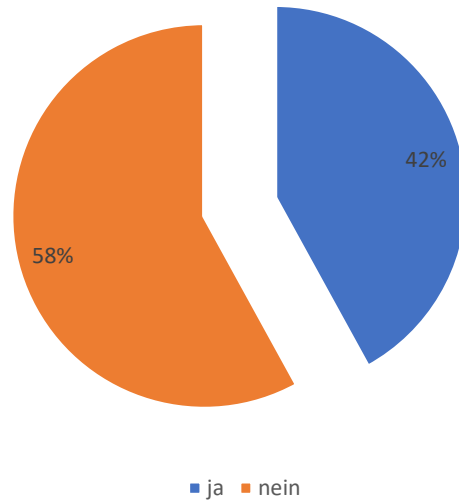
- Das Team schneidet am Schlechtesten ab.
  - Es kassiert zu 35% Prozent 5er und 6er.
  - Es gibt acht Bibliotheken, die alles gut (1ern und 2ern) fanden bis auf das Team (dies mit 5er und 6ern).
  - Neun weitere bewerten auch die Zulassung anderer Medien (das Zweitschlechteste) mit 5ern und 6ern.
- *Geringe Nachfrage*
  - *Durchführung, Auswertung und Preisverleihung noch nicht praxistauglich*
  - *Es braucht teamfähige Preise*



# Zu Zulassung anderer Medien als Bücher

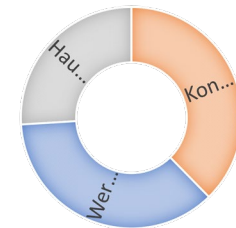
- Es sind nicht perse die „kleinen“ Bibliotheken, die die Konzepterneuerungen schlecht bewerten. Fast die Hälfte der Bibliotheken in Orten mit bis zu 10.000 Einwohnern bewerten die Zulassung anderer Medien mit den Noten 1 und 2. Aber auch 27% dieser Bibliotheken bewerten dies mit 5ern und 6ern.
- *Kapazität der Bibliothek zu gering um mehr als Bücher anbieten zu können, Enttäuschung dann der Kinder da es im Sommer-Journal stand.*

## Trennung Jugendlicher und Kinder



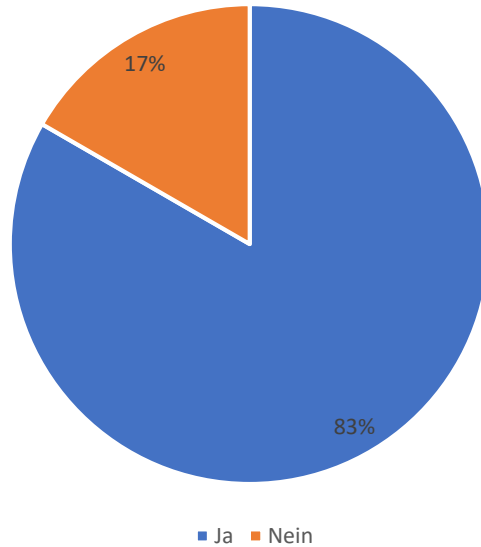
## Abgrenzung in

- Werbematerialien
- Konzept
- Hauptpreis

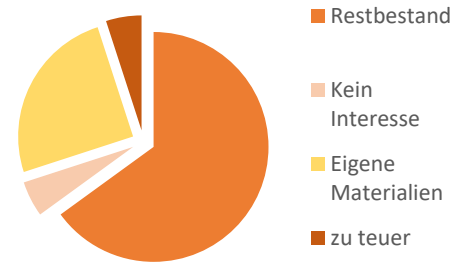


## 4. Neue Werbemittel

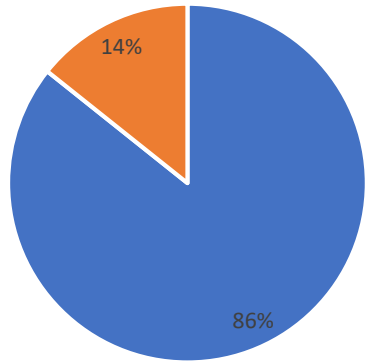
Neue Werbemittel bestellt



Keine neuen Werbemittel,  
weil..



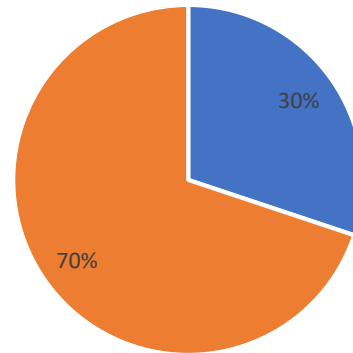
### Menge im 100er Paket der Werbematerialien



■ ausreichend ■ nicht ausreichend

*9 x zu viele Plakate  
6 x zu wenig Sommer-Journale*

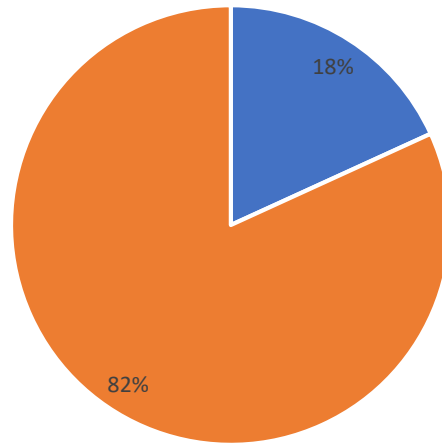
### Wunsch an Anmeldekarten



■ Ja ■ Nein

*25 % wünschen sich eine gedruckte Anmeldekarte*

## Werbematerialien

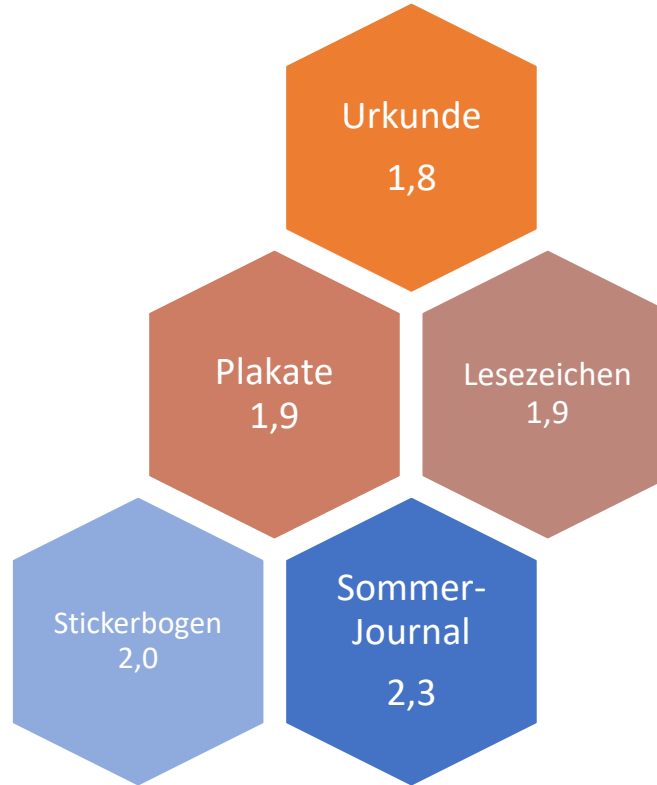


■ Es wird etwas vermisst   ■ Nein, es wird nichts vermisst.

### Einzelne Anmerkungen:

- *Anmeldekarten* 2x
- *Bewertungskarten* 3x
- *Los für Lostrommel* 2x
- *Info-Flyer/ Mitmach-Zettel* 2x
- *Klebeetiketten ähnlich Interessenskreisaufler (1x)*
- *Plakat, größer als DinA3 (1x)*

## 4.2 Beurteilung der neuen Werbematerialien



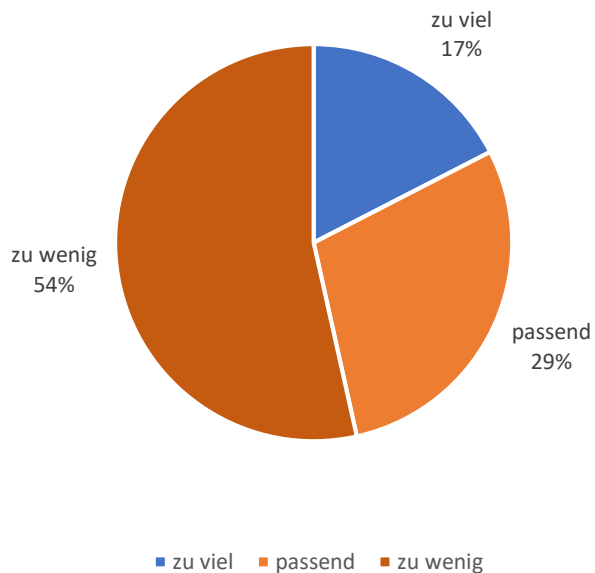
- *44 % aller Bibliotheken vergaben hier 1er und 2er in allen Feldern.*
- *Es gibt auch 3 Bibliotheken, die alles mit einer 6 benoten.*
- *Das „neue“ Sommerjournal schneidet am Schlechtesten ab.*
- *Wer die Konzepterneuerung schlecht benotet hat, benotet das Sommer-Journal auch mit den Noten 5 und 6.*

# Sommer-Journal

Note: 2,3

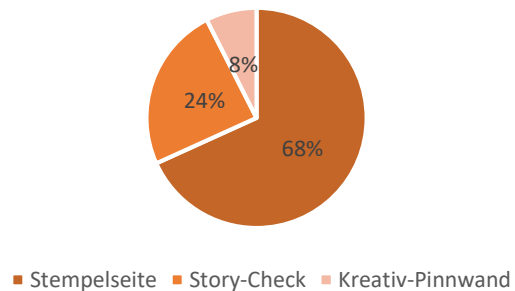


## Umfang Sommer-Journal



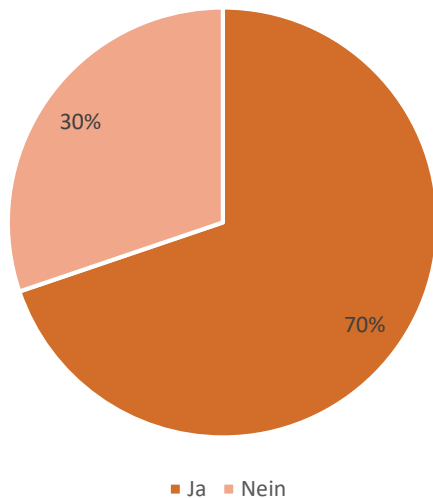
## Mehr Seiten im Sommer-Journal

von:



- *Mehr Flexibilität durch weniger Vorgaben*
- *Team, Challenges sowie Hörbücher raus, die z.T. nicht in der Bib. angeboten werden*
- *Beschreibbares Papier*

Downloads für zusätzliche Werbematerialien  
(Stempelseite + Story-Check) genutzt



- *Zu aufwendig für Teilnehmer\*innen (5x)  
(diese Antworten gingen davon aus, dass Teilnehmende das selbst downloaden sollen)*
- *Nicht gewusst/übersehen (und stattdessen selbst gescannt/kopiert) (5x)*



## 4.8 Neue Website

[www.sommerferien-leseclub.de](http://www.sommerferien-leseclub.de)

Note: 2,2

*Aus Anmerkungen:*

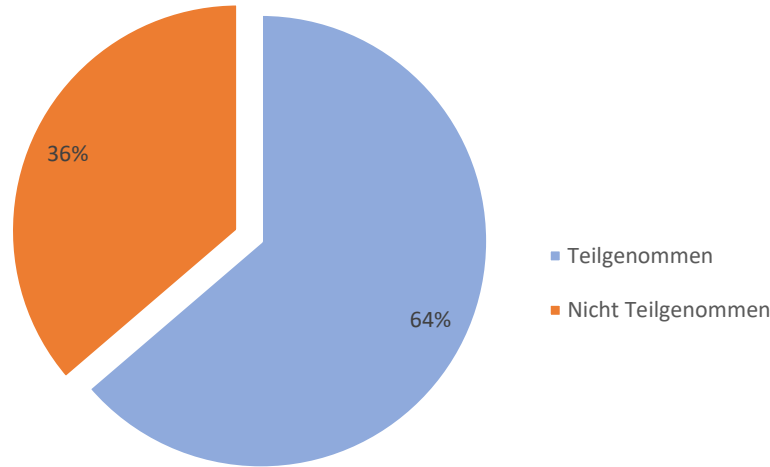
- *Wunsch einer App für Jugendliche*
- *Es soll mehr Verknüpfungen mit vor Ort durch QR Codes geben*

# 5. Begleitprogramm und Veranstaltungen

## 5.1 Informationsveranstaltung

Note: 3,3

An Infoveranstaltung teilgenommen:

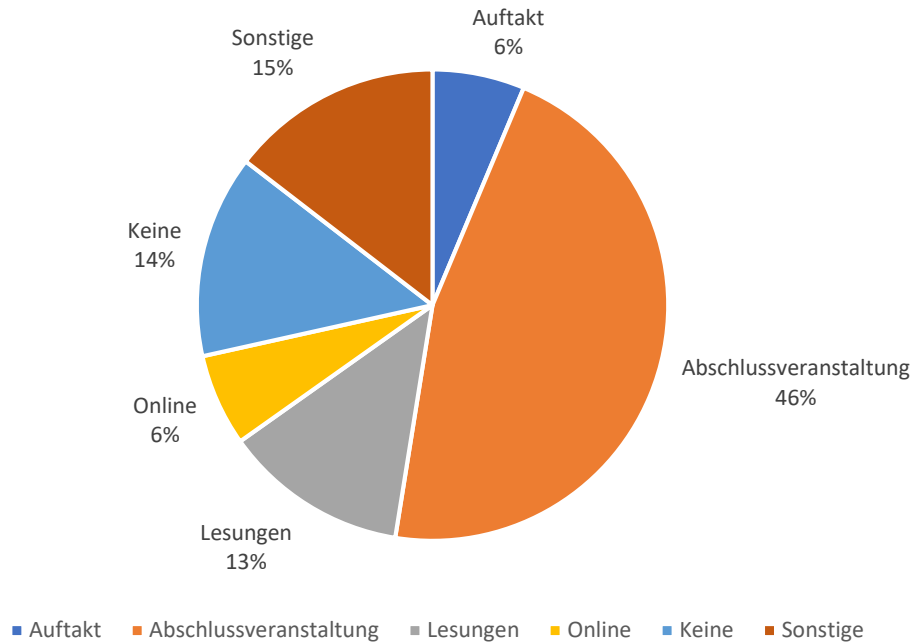


Verbesserungsvorschläge/  
Anmerkungen:

- *Zeitiger, vor Bestellschluss der Werbematerialien*
- *Konkrete Umsetzung für die Praxis, genauere Beispiele*
- *Weniger Inhalt, kürzer halten*
- *Vorab informieren, dass sich was ändert*
- *Referenten z.T. unsicher oder uneinig*

# Veranstaltungen

Durchführung von Veranstaltungen



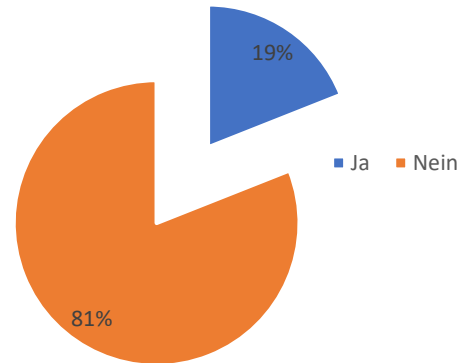
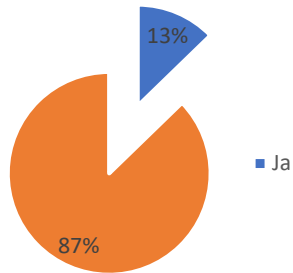
## Sonstige:

- *Vorleseaktion  
Bastelnachmittag/-stunde  
Spielnachmittag (Mario-Kart-Turnier)*
- *Rallyes (Actionbound-SFLC-Quiz)*
- *Kreativ-Ideen mit Anleitung zum Mitnehmen*
- *Kreativ-Workshops  
Handlettering  
Experimente-Workshops  
Kino  
Schreibwerkstatt,  
Medienflohmarkt, Raupe  
Nimmersatt Party, Rabe Socke  
und Fußball Vorlesen*

# Online-Angebote

Comic Tutorial von Paul Paetzel genutzt:

Bei Kathrin Schrocke  
teilgenommen:



## *Einzelne Rückmeldungen zu den Digitalen Angeboten*

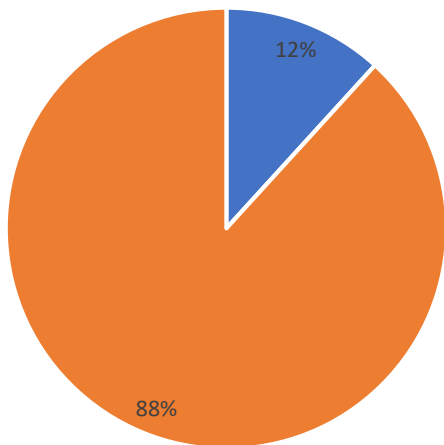
- *Angebote nicht für Zielgruppe der Bibliothek geeignet*
- *Sollten im Journal beworben werden*
- *Keine Interessenten unter den Teilnehmer\*innen gefunden*
- *Sollten in jeder Bibliothek auch online übertragbar sein*
- *Kompliziert zu vermitteln*
- *Gerne im Programm belassen*

# Handreichungen

Note: 2,4

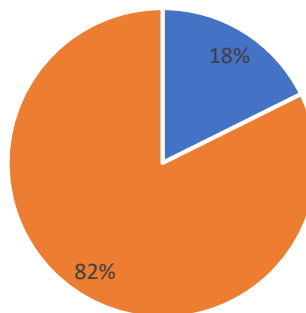


Leitfaden Sommerferien-Leseclub 2021



■ Der Leitfaden ist unbekannt ■ Leitfaden bekannt

Arbeitshilfe „Veranstaltungen-und-Werbung“



■ Die Arbeitshilfe "Veranstaltungen und Werbung" ist unbekannt  
■ Arbeitshilfe bekannt

## Einzelne Anmerkungen:

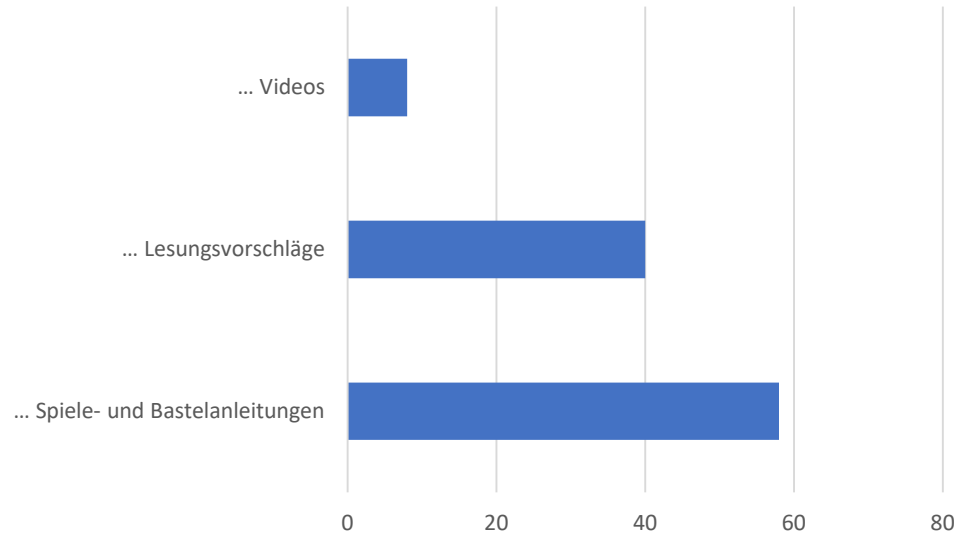
- Mehr Angebote für kleine Bibliotheken
- Wunsch an Infoblätter für Kinder

## Verbesserungs-vorschläge

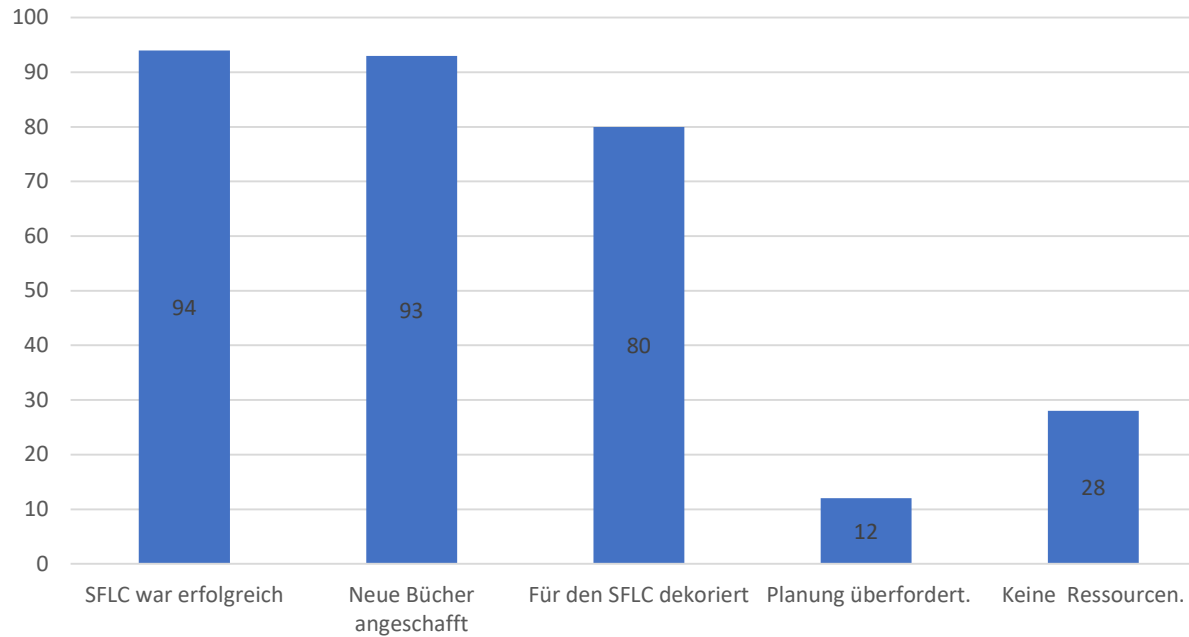
- Einfachere Sprache
- Links sollten ganz oben auf der Webseite sein
- Weniger Tipps, dafür besser für die Praxis ausgearbeitet

## Wunsch zur Unterstützung der Veranstaltungsvorbereitung für

...

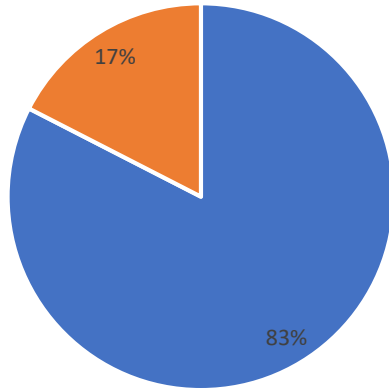


## Das Stimmungsbild vom SFLC 2021



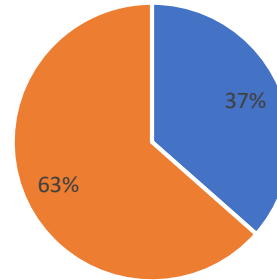
# Öffentlichkeitsarbeit

Presseberichte



■ Es gab einen Pressebericht    ■ Die Presse berichtete nicht von uns.

Pressemitteilungsmuster wurde genutzt



■ Ja    ■ Nein

Zu 90 % wird keine weitere Unterstützung in der Öffentl. Arbeit erwünscht.

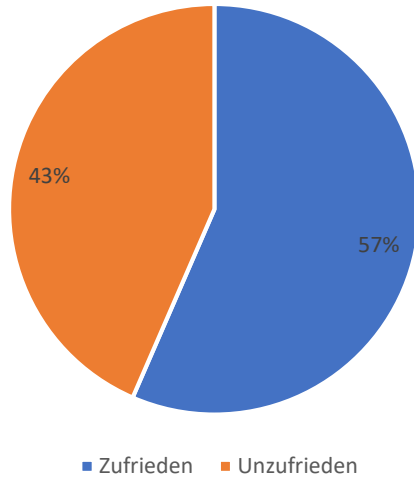
## Einzelne Wünsche:

- Vorlage für eigene Webseite (2x)
- Vorlage für Elternbrief und Lehrermitteilung (2x)
- Vorlagen für überregionale Berichterstattung und Social Media (1x)

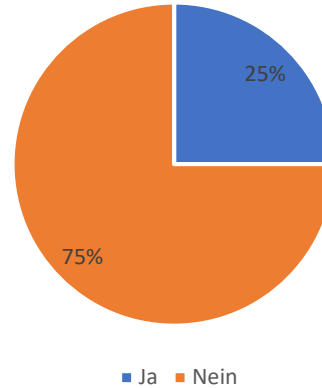


# Hauptpreis

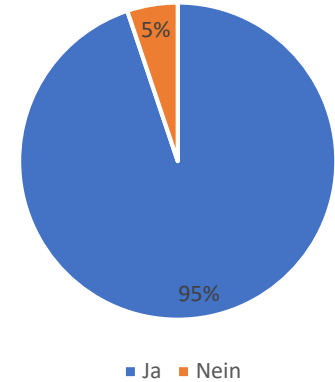
Hauptpreis 2021



Weiter einen einmaligen, hochwertigen Hauptpreis



Jeder einen eigenen, kleinen Preis



## 7.3. Hauptpreis Vorschläge

### Zum einmaligen Hauptpreis

- Bibliothek im Vorfeld auslosen, damit Preis beworben werden kann
- Von Teilnehmer\*innen enttäuscht kritisiert (2x)

### Finanzielle Unterstützung und Buchpakete (2x)

### Regionale Preise für alle Regionen/Bibliotheken (8x)

### Sonderpreis für Challenges (1x)

### Klassenpokale für lesestärkere Klassen