

Reichweite der Arbeit von step21 seit Gründung 1998

Erfolgte Projekte und Aktionen: Juli 1998 - Januar 2008

Projekt	Schulen	Schüler	Bemerkung
STEP 21-Box [Clique]	5.000	375.000	Insgesamt wurde 5.500 Exemplare der Box von Juni 1999 - Mai 2004 verkauft. Mehr als die Hälfte konnten den Einrichtungen durch Kooperationen (BMFSFJ, Granini, GrundyUFA) kostenlos zur Verfügung gestellt werden. Die Evaluation ergab, dass jede Box pro Jahr ca. 3-mal im Einsatz war à 25 Schüler. Die Box wird aktuell noch immer genutzt.
Wettbewerbe: z.B. Schulwettbewerb, Ecard-Wettbewerb, Schreibwettbewerbe, Kreativwettbewerbe, Drehbuchwettbewerb, ...)	720	4.000	seit Gründung initiierte step21 regelmäßig Wettbewerbe, die verschiedene kreative Fähigkeiten der Jugendlichen ansprechen. Die Wettbewerbe richten sich an Einzelpersonen, aber auch an ganze Schulklassen.
Reiseführer [Best of ...] für Hamburg, Berlin, Bremen und Viadrina	500	50.000	Insgesamt nahmen 120 Jugendliche an den vier Projekten teil, verkauft wurden ca. 2500 Stück, ca. 45.000 wurden auf Messen und bei Projekten verschenkt
[Fairlink.de]	50	690	90 Projektteilnehmer engagierten sich in 14 Teams knapp zwei Jahre lang in dem Projekt und erarbeiteten einen Ehrenkodex zum respektvollen Verhalten im Internet. Diesen unterzeichnet auf der Website mehr als 600 Personen, darunter zahlreiche Prominente. Durch breite Berichterstattung in den Medien höherer Reichweite.
[DO !T]	20	120	103 Jugendliche erarbeiteten in 19 Projektteams über einen Zeitraum von 10 Monaten ihre Ideen von der Zukunft. Reichweite durch Medienberichterstattung höher.
[Book of Friendship]	200	500	Über 200 Einsendungen gingen bei step21 ein. Das Buch wurde symbolisch an Jugendliche aus News York übergeben und ist heute im Ground Zero Museum ausgestellt, wo es von Tausenden Menschen gesehen wird.
[Herkunft : Zukunft] 2002 [Herkunft : Zukunft] 2004	170	200	Bei diesen interkulturellen Jugendkongressen erarbeiteten insgesamt 170 Jugendliche aus allen Teilen der Erde in unterschiedlichen Workshops ihre Perspektiven für eine bessere Völkerverständigung.

allgemein STEP 21-Box [Zukunft : Identität]	830	20.750	Lehrer arbeiten selbstständig, Beratung über Hotline oder Internet, Einsatz im Fachunterricht und Projektarbeit, alle Schultypen, schriftliche Evaluation die ergibt, dass jede Box pro Jahr ca. 4 mal im Einsatz ist á 25 Schüler
Kooperationen STEP 21-Box [Zukunft : Identität]	1.920	48.000	Kooperationen auch mit anderen Partnern (Bildungsbehörden, Rundfunkanstalten, Fortbildungsinstituten, weitere Sponsoren in Berlin, Brandenburg, Niedersachsen, NRW, Hamburg, Baden-Württemberg), Betreuung intensiv durch Einführungsveranstaltungen und Workshops für Pädagogen sowie Auswertungstreffen
[STEP on TOUR] Bustouren	230	6.800	seit Gründung 20 Bustouren durch zahlreiche Bundesländer (bis 2007 pro Tour ca. 12 besuchte Einrichtungen á 26 Schüler - seit 2007 pro Station mindestens 60 Jugendliche, da step21 mit 10 Laptops und größerem Team arbeitet), Hausbesuche dauern 1 - 2 Tage pro Einrichtung und arbeiten ganztägig mit Formaten aus der Medienbox, ausführliche Dokumentation und Evaluation liegt vor
Radio-Wettbewerbe [step21 Radio:Show Mitgemischt]	90	2.250	3 Wettbewerbe á ca. 30 Einsendungen á 25 Jugendliche, Alter 12-18 Jahre, zur Vorbereitung war intensive inhaltliche Arbeit sowie die Nutzung der Radio-Software aus der Box notwendig. An ca. 45 der 90 Einrichtungen gab es "Hausbesuche" durch step21. Ergebnisse wurden öffentlichkeitswirksam präsentiert durch Ausstrahlung der Gewinnerbeiträge in mehrstündigen Sondersendungen bei den Jugendsendern FRITZ und N-JOY. Reichweite: mehrere Hunderttausend
STEP 21 [Weiße Flecken] (2006)	940	18.660	80 Jungredakteure aus Deutschland und Polen erstellten in knapp einem Jahr eine eigene Zeitung gegen das Vergessen. Der Vertrieb der Zeitung im Klassensatz und als Einzel Exemplare erfolgt seit Januar 2006. (bisher 28.000 im Umlauf, ca. 2/3 an Schulen, 1/3 an Sonstige)
STEP 21 [Weiße Flecken] (2008)	20	320	70 Projektteilnehmer aus Deutschland, Polen und Tschechien, die durch ihre 10monatige Arbeit und Präsentationen in ihren Schulen eine deutlich breitere Mitwirkung an den Rändern erreicht haben. Medienwirksame Begleitung in verschiedenen Phasen der Projektarbeit - besonders auch bei der Abschlussveranstaltung - erreichte mehrere Millionen Jugendliche.
Schreibwettbewerb [SELMA]	150	500	über 400 Beiträge eingegangen, oft haben mehrere Jugendliche daran gearbeitet. Über breite Unterstützung der Medien (Verlage, Artikel in BAMS, sowie bis zu einseitigen pro bono Anzeigen in DIE ZEIT, STERN, Bravo, Mädchen, etc.) erreichte step21 mehrere hundert Tausend Jugendliche und Kinder.

Website

v.a. seit Relaunch im September 2007 pro Monat ca.
4.500 Besucher (davon schätzungsweise 60%
Jugendliche)

Summe Jan. 2008

10.840 545.490
