

Name des Angebots:									
Kriterien	Nr.	Indikatoren	erfüllt	eher erfüllt	eher nicht erfüllt	nicht erfüllt	Informationen fehlen / nicht beantwortbar	nicht relevant	Bemerkungen
<b>Konzept</b>									
<b>Kriterium 1: Relevanz</b>	1.1	Die <b>Thematik des Angebots</b> ist <b>klar umschrieben</b> und es wird aufgezeigt, weshalb diese <b>wichtig und aktuell</b> ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	1.2	Die <b>Ziele</b> des Angebots sind klar und konkret formuliert. Bewertung nach SMART Kriterien.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	1.3	Die <b>generelle Botschaft</b> des Angebots ist klar beschrieben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	1.4	Das <b>Vermittlungsmedium</b> des Angebots ist klar erkennbar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	1.5	Die generellen, gegebenenfalls spezifischen <b>Adressaten / Zielgruppen</b> sind definiert und beschrieben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<b>Kriterium 2: Kohärenz</b>	2.1	Die Ziele, die Inhalte und das Vermittlungsmedium sind <b>kohärent</b> .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<b>Kriterium 3: Transparenz</b>	3.1	Der <b>Anbieter des Angebots</b> ist deklariert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	3.2	Allfällige <b>Partnerorganisationen</b> sind deklariert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	3.3	Die <b>Angebotsfinanzierung</b> und die <b>Finanzierung des Anbieters</b> sind deklariert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Insbesondere für Finanzgeber relevant.
<b>Kriterium 4: Ethik</b>	4.1	Das Angebot enthält <b>keine diskriminierenden Inhalte</b> .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	4.2	Der <b>Datenschutz</b> ist garantiert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nur bei <b>online</b> Angeboten relevant.
<b>Kriterium 5: Qualitätssicherung</b>	5.1	Das Angebot wurde <b>evaluiert</b> .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<b>Inhalt</b>									
<b>Kriterium 6: Aktualität</b>	6.1	Die Inhalte des Angebots sind <b>aktuell</b> .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<b>Kriterium 7: Adressatengerechtigkeit</b>	7.1	Die Inhalte des Angebots knüpfen an die <b>Lebenswelt</b> der Adressaten an.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	7.2	Die Inhalte sind <b>sprachlich</b> auf die Adressaten ausgerichtet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<b>Kriterium 8: Sachgerechtigkeit</b>	8.1	Spezifisches <b>Sach- und Praxiswissen</b> wird vermittelt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	8.2	Die <b>Chancen und Risiken</b> der Mediennutzung werden in einem ausgewogenen Verhältnis dargestellt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	8.3	Das Angebot führt <b>weitergehende Informations- und Beratungsquellen</b> auf, z.B. nützliche Adressen und Links.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<b>Didaktik</b>									
<b>Kriterium 9: Strukturierung</b>	9.1	Die Inhalte werden in einer <b>sinnvollen Abfolge</b> präsentiert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
<b>Kriterium 10: Vermittlungsmethodik</b>	10.1	Die Vermittlungsmethodik knüpft an die <b>Lebenswelt</b> der Adressaten an.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	10.2	Die Vermittlungsmethodik animiert zur kritischen <b>Reflexion und Vertiefung</b> .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	10.3	Die Vermittlungsmethodik motiviert die Adressaten zur <b>Verhaltensänderung</b> , d.h. die Inhalte des Angebots aufzunehmen und umzusetzen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	10.4	Das nötige <b>Vorwissen</b> , bzw. die notwendigen <b>Kompetenzen</b> der vermittelnden Person sind transparent ausgewiesen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nur bei FACE-TO FACE Angeboten relevant.
<b>Kriterium 11: Vermittlungsmedium</b>	11.1	Das Vermittlungsmedium ist <b>sach- und adressatengerecht</b> .	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	11.2	Das Vermittlungsmedium ist <b>darstellerisch</b> ansprechend und benutzerfreundlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	11.3	Das Online-Angebot funktioniert <b>technisch einwandfrei</b> und ist selbsterklärend.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Nur bei <b>online</b> Angeboten relevant.
<b>Vertrieb</b>									
<b>Kriterium 12: Marketing</b>	12.1	Das <b>Marketing</b> ist geeignet, um die anvisierte Zielgruppe zu erreichen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Insbesondere für Finanzgeber relevant.
	12.2	Es ist klar ersichtlich, wie das Informations- und Schulungsangebot <b>gebucht/bestellt</b> werden kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	12.3	Der <b>Preis</b> des Angebots und der <b>zeitliche Aufwand</b> sind klar dargelegt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	