www.tim-tam.ch

Evaluation Tandem im Museum 2024

Auswertungsbericht

kuverum
KULTURVERMITTLUNG

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Bundesamt für Kultur BAK

Inhaltsverzeichnis

Dank und Übersicht 3
Eckdaten Evaluation Findmind 2024 4
Resultate 4
Ersteinschätzung der Resultate der TiM-Museen 4
Ersteinschätzung der Resultate der TiMer*innen 4
Fazit 5
Unser Fazit zu den Rückmeldungen der TiM-Museen 5
Unser Fazit zu den Rückmeldungen der TiMer*innen 5
Sämtliche Fragen und Antworten zum Fragebogen TiM-Museen 6
2 - TiM/TaM Museum 6
3 - Anzahl Besuche pro Jahr · Nombre de visites · Numero delle visite 6
4 - Tandems 7
5 - Interesse für TiM / Intérêt pour TaM / Interesse verso TaM 8
6 - Verankerung / Ancrage / Radicamento 8
7 - Stellenwert TiM / Valeur de TaM / Valore TaM 9
8 - Nutzung / Utilisation / Utilizzo 10
9 - Unser Engagement für TiM 11
10 - Zielgruppen / Groupes-cibles / Gruppi d'interesse 12
11 - Wünsche · Souhaits · Desideri 13
12 - Bekanntmachung / Faire connaître TaM / Pubblicità 14
13 - SKKG Förderung / Fnancement SKKG / Contributo da SKKG 15
Sämtliche Fragen und Antworten zum Fragebogen TiMer*in 17
2 - Sprache · Langue · Lingua 17
3 - Anzahl Besuche pro Jahr · Visites TaM · Visite TaM 17
4 - Tandem 18
5 - Tandem-Partner*innen • Partenaires Tandem • Partner Tandem 19
6 - Wunsch-Tandem • Tandem souhaité • Tandem desiderato 20
7 - Mein Gewinn · Points positifs · Arricchimento personale 21
8 - Schwierigkeiten • Difficultés • Difficoltà 22
9 - Betreuung durch das TiM-Team • Soutien de la part de l'équipe TaM • Assistenza da parte di TaM 23
10 - Kulturzugang • Accès à la culture • Accesso al museo 24
11 - Idee TiM • Le concept TaM • Il concetto di TaM 25
12 - Wünsche • Propositions • Propositi 26
13 - Bekanntmachung / Faire connaître TaM / Pubblicizzazione 27
14 - Bemerkungen · Remarques · Commenti 29

Dank und Übersicht

Liebe Projektbeteiligte
Liebe TiM-Museen
Liebe TiMer*innen

Wir bedanken uns für Ihre Beteiligung an der diesjährigen Auswertung von Tandem im Museum.
Gerne stellen wir Ihnen auf den nächsten Seiten die Ergebnisse zu.

Sie finden gleich zu Anfang die Eckdaten zur Evaluation und zwar zu beiden Fragebögen. Im Anschluss, zur besseren Lesefreundlichkeit, unser Fazit zu Ihren Rückmeldungen und danach folgen sämtliche Fragen und Antworten mit den Auswertungsgrafiken der beiden Fragebogen für die Museen und für die TiMer*innen. So erhalten Sie Einblick in sämtliche Ergebnisse, diese wurden jedoch anonymisiert.

Herzlich
Franziska Dürr & TiM/TaM-Team

Umfrage

Eckdaten Evaluation Findmind 2024

Eingesetzt wurden zwei Fragebogen (in d/i/f):

- Fragebogen für Museen
- Fragebogen für TiMer*innen

Erstversand am 07. Mai an: 108 Museen / 352 TiMer*innen
Reminder I am 16. und Reminder II am 28. Mai an: 108 Museen / 291 TiMer*innen
Abschluss der Befragung und Auswertung erfolgte am 31. Mai.

Rücklauf Fragebogen für Museen > Siehe ab Seite 6
42 von 108 Museen haben reagiert → 39% (Vorjahr 45%, direkte Ansprache)

Rücklauf Fragebogen für TiMer*innen > Siehe ab Seite 17
108 der insgesamt 352 TiMer*innen haben mitgemacht → 31% (Vorjahr 45%, direkte Ansprache)

Resultate

Ersteinschätzung der Resultate der TiM-Museen

- Kontakt zu TiMer*innen erfolgt in den Museen v.a. im Zusammenhang mit gezielten Veranstaltungen.
- Die Tandem-Geschichten werden nicht bei allen automatisch auf die eigene Homepage verlinkt.
- Die geposteten Geschichten werden wenig weiterverwendet für Marketingzwecke.
- Als besondere TiM-Zielgruppen werden Kinder, Senioren und Menschen mit Beeinträchtigungen genannt.
- Da es überall an Ressourcen fehlt, wären einfache Erklärungen dazu, wie TiM funktioniert, hilfreich.
- Zusammenarbeit zwischen TiMer*innen und Museums-Personal meist wenig vorhanden.
- Mehr Werbung auf vielen Kanälen für TiM und für Freiwilligenarbeit erwünscht.
- Die Museen fragen nach Unterstützung, um Ideen für Veranstaltungen in Anträge Fördergelder umzumünzen.
- Gerne hätten sie auch Hilfe dabei, ihre Teams oder neue Mitarbeitende ins Projekt TiM einzuführen.
- Froh wäre man um Mithilfe in der Akquise und Begleitung von Freiwilligen.
- TiM wird geschätzt für Begegnungsort und soziales Engagement, weniger für Gewinnung neuer Zielgruppen
- TiM ist gut verankert in allen Bereichen des Museums, aber: nicht alle Empfangsmitarbeitende sind informiert!
- TiM wird wenig spontan im Museum gemacht oder nachgefragt
- Museen erfahren nicht alle TiM-Besuche (Diskrepanz in Einschätzung Museen und TiMer*innen)

Ersteinschätzung der Resultate der TiMer*innen

- Viele positive Rückmeldungen zu den Besuchen und Geschichten.
- Die TiMer*innen weisen hohen Gewinn durch die Tandemarbeit aus (Perspektivenwechsel, Anregungen).
- Erstkontakte zu Partner/innen zu organisieren scheint nicht immer ganz einfach zu sein.
- Die TiMer*innen wünschten sich etwas mehr Austausch untereinander und weitere, gern auch jüngere Mitstreitende.
- Sie hätten auch Freude an vielen weiteren TiM-Museen!
- Unterstützung durch Geschäftsstelle, Koordinatorinnen und Regionalverantwortliche wird sehr geschätzt.
- Ebenso das vielfältige Werbematerial.
- Noch mehr Sichtbarkeit des Projekts in Medien und auf Plakaten und auf weiteren Kanälen würde begrüsst.
- Grosser Teil der TiM-Besuche erfolgt mit Bekannten, Besuche mit sozialen Zielgruppen wenig zahlreich

Fazit

Unser Fazit zu den Rückmeldungen der TiM-Museen

Sie finden gut, dass es …

- TiM, die Freiwilligen, die Tandembesuche und die Geschichten gibt. Das freut uns!

Weniger gefällt Ihnen, dass …

- es für einen aktiven Umgang mit TiM Ressourcen braucht, welche meist nicht vorhanden sind.
- TiM zwar einfach in der Durchführung, aber nicht ganz einfach zum Erklären (intern und extern) ist.

Unser Auftrag heisst nun …

- Regelmässige, aktivere Kontaktnahme mit den Museumsverantwortlichen
- «Antrittsbesuch / -gespräch» für neue Museen mit Regio-Verantwortlichen
- Einführungsveranstaltung für Mitarbeitende neuer TiM-Museen
- Mehrwert / Stellenwert / Möglichkeiten von TiM für Museen besser aufzeigen
- Pflege der TiM-Verantwortlichen in den Museen und Kontaktdaten aktualisieren.
- Erklärvideos, mittels denen man rasch Ziel und Vorgehen von TiM erfassen kann oder mit welchen Veranstaltungen man Fördergelder beantragen könnte.
- Unterstützungsangebote für die Arbeit mit Freiwilligen und im Umgang mit der Ergebnisverwertung der Geschichten für die Museen generieren.
- Ideenkatalog für SKKG förderungswürdige Veranstaltungen mit TiM-Bezug offerieren.

Unser Fazit zu den Rückmeldungen der TiMer*innen

Sie finden gut, dass …

- es das Projekt in dieser Art gibt.
- sie Unterstützung und Benefit durch die Geschäftsstelle erhalten.

Weniger gefällt Ihnen, dass …

- es nicht ganz einfach ist zu Tandem-Partner/innen zu kommen und diese ab und an sich mit der Dokumentation der Geschichte schwertun.
- nicht alle Museen auf die Tandem-Besuche vorbereitet zu sein scheinen.

Unser Auftrag heisst nun …

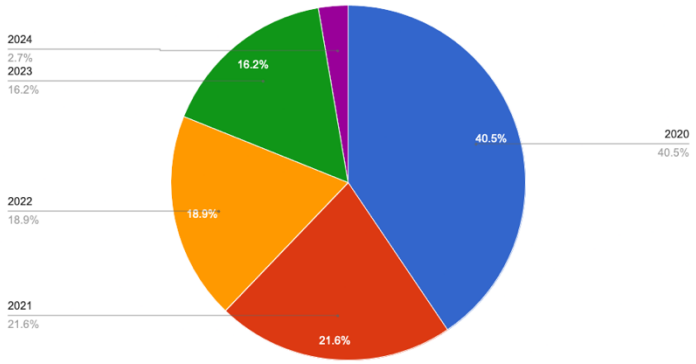
- Unsere Anstrengungen in der Gewinnung und Begleitung der Freiwilligen aufrecht zu erhalten.
- Zugang zu Fremden und Menschen aus sozialen Zielgruppen erleichtern (durch Beispiele, institutionelle Partnerschaften).
- Die Schnittstelle zwischen Museen und TiMer*innen durchlässiger und einfacher zu gestalten.
- Die Vermittlung des Projekts und des Vorgehens mit Anschauungsbeispielen, Videos und Ideensammlungen zu unterlegen.
- Den Kontakt an die Basis, soweit es die Ressourcen erlauben, zu intensivieren und für Fragen und Anliegen der TiMer*innen niederschwellig erreichbar zu sein.
- 1-2 x pro Jahr zu versuchen Medientext zu TiM-Veranstaltung mit Bildern zu platzieren.

Sämtliche Fragen und Antworten zum Fragebogen TiM-Museen

1 - Name (anonymisiert)

2 - TiM/TaM Museum

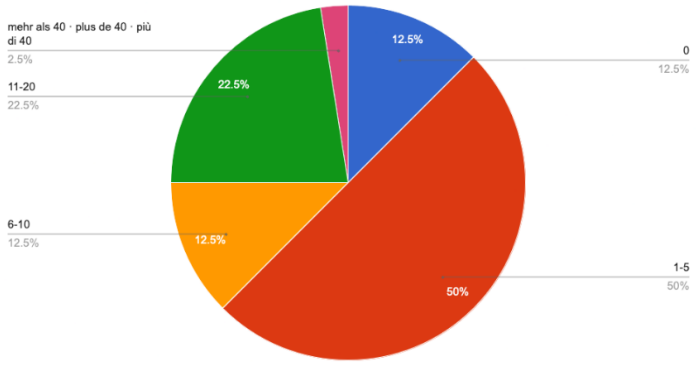
Wir sind bei TiM/TaM dabei seit...
Nous participons à TiM/TaM depuis...
Facciamo parte di TiM/TaM da...



Option	Prozent	Anzahl
2020	40.54	15
2021	21.62	8
2022	18.92	7
2023	16.22	6
2024	2.70	1

3 - Anzahl Besuche pro Jahr · Nombre de visites · Numero delle visite

Tandem-Besuche pro Jahr in Ihrem Museum:
Nombre de visites TaM par année au musée (environ) :
Numero delle visite TaM al museo (stima):

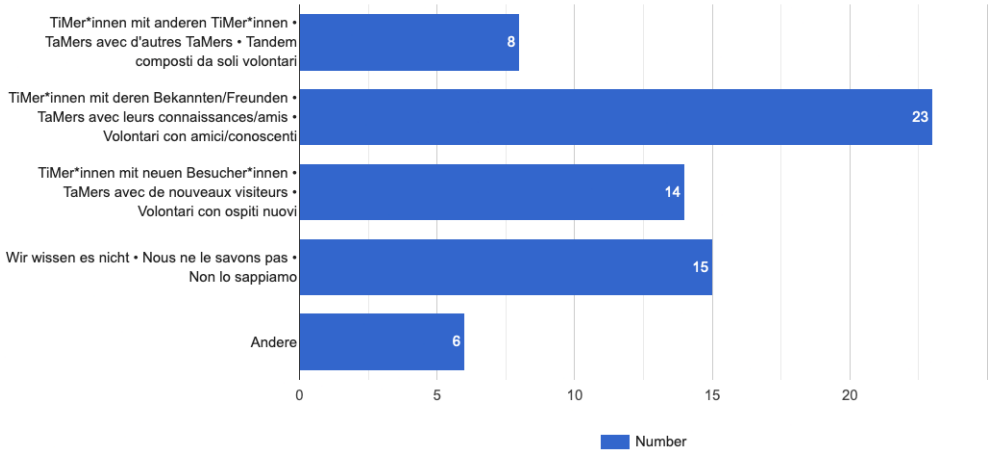


Option	Prozent	Anzahl
0	12.50	5
1-5	50.00	20
6-10	12.50	5

11-20	22.50	9
21-30	0.00	0
31-40	0.00	0
mehr als 40 · plus de 40 · più di 40	2.50	1

4 - Tandems

Wer kommt als Tandem in Ihr Museum?
Qui vient en tandem dans votre musée ?
Che tipo di tandem si recano nel vostro museo?

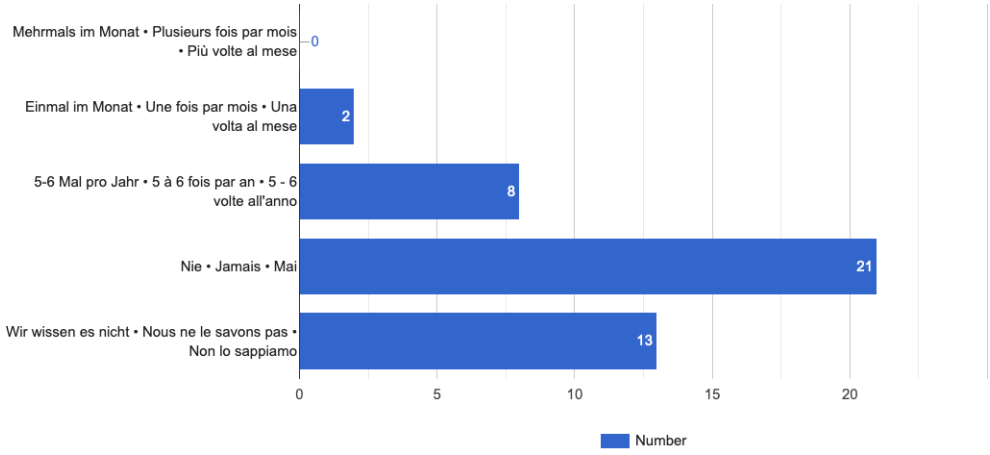


Option	Prozent	Anzahl
TiMer*innen mit anderen TiMer*innen • TaMers avec d'autres TaMers • Tandem composti da soli volontari	12.12	8
TiMer*innen mit deren Bekannten/Freunden • TaMers avec leurs connaissances/amis • Volontari con amici/conoscenti	34.85	23
TiMer*innen mit neuen Besucher*innen • TaMers avec de nouveaux visiteurs • Volontari con ospiti nuovi	21.21	14
Wir wissen es nicht • Nous ne le savons pas • Non lo sappiamo	22.73	15
Andere	9.09	6

Andere
Bis jetzt nur TiMer*innen beim TiM-Adventsanlass 2023 und Weltgeschichtentag 2024, auf Einladung
Di solito TaM si attiva quando ci sono giornate speciali: Storytellingday. Giornata internazionale dei musei. Altrimenti è raro che un visitatore fa di sua spontanea volontà TaM.
Kooperationspartner IG offenes Davos als TiMerin
Und einen Teil wissen wir natürlich nicht.
Einmal kam auch eine Schulklasse selbständig auf TiM-Besuch
Besuchende, die wir nicht kennen, die immer wieder Beiträge in unserem Museum verfassen.

5 - Interesse für TiM / Intérêt pour TaM / Interesse verso TaM

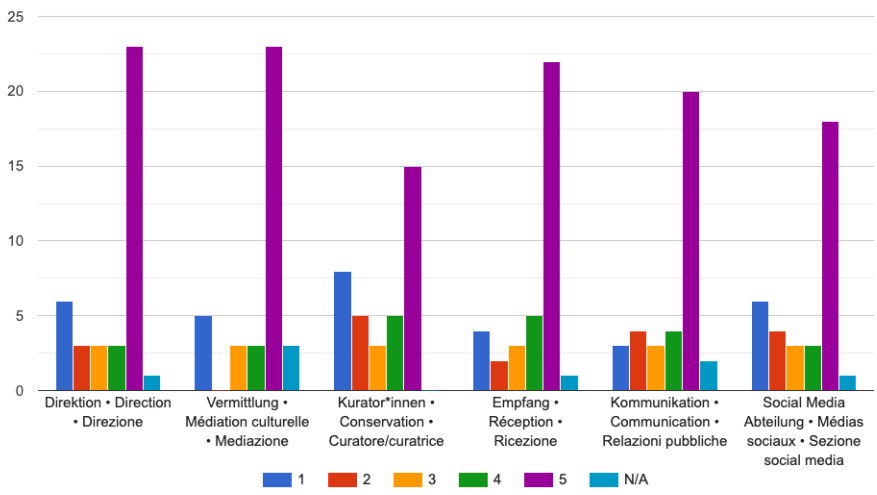
Erkundigen sich Besuchende am Empfang nach TiM?
Les visiteurs posent-ils des questions sur TaM à la réception ?
I visitatori chiedono informazioni relative a TaM in ricezione?



Option	Prozent	Anzahl
Mehrmals im Monat • Plusieurs fois par mois • Più volte al mese	0.00	0
Einmal im Monat • Une fois par mois • Una volta al mese	4.55	2
5-6 Mal pro Jahr • 5 à 6 fois par an • 5 - 6 volte all'anno	18.18	8
Nie • Jamais • Mai	47.73	21
Wir wissen es nicht • Nous ne le savons pas • Non lo sappiamo	29.55	13

6 - Verankerung / Ancrage / Radicamento

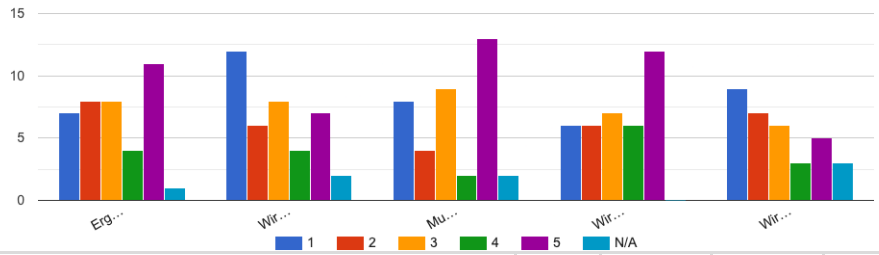
Wer ist in Ihrem Museum über das TiM-Angebot informiert? (1=trifft nicht zu / 5=trifft voll zu)
Qui connaît l'offre TaM dans votre musée ? (1=ne s'applique pas / 5=s'applique entièrement)
Chi all'interno del vostro museo è informato/a sull'offerta TaM? (1=non si applica / 5=si applica pienamente)



	Ø	1	2	3	4	5	- N/A
Direktion • Direction • Direzione	Ø: 3.89 Σ: 39	6 15.38%	3 7.69%	3 7.69%	3 7.69%	23 58.97%	1 2.56%
Vermittlung • Médiation culturelle • Mediazione	Ø: 4.15 Σ: 37	5 13.51%		3 8.11%	3 8.11%	23 62.16%	3 8.11%
Kurator*innen • Conservation • Curatore/curatrice	Ø: 3.39 Σ: 36	8 22.22%	5 13.89%	3 8.33%	5 13.89%	15 41.67%	0 0%
Empfang • Réception • Ricezione	Ø: 4.08 Σ: 37	4 10.81%	2 5.41%	3 8.11%	5 13.51%	22 59.46%	1 2.7%
Kommunikation • Communication • Relazioni pubbliche	Ø: 4 Σ: 36	3 8.33%	4 11.11%	3 8.33%	4 11.11%	20 55.56%	2 5.56%
Social Media Abteilung • Médias sociaux • Sezione social media	Ø: 3.68 Σ: 35	6 17.14%	4 11.43%	3 8.57%	3 8.57%	18 51.43%	1 2.86%

7 - Stellenwert TiM / Valeur de TaM / Valore TaM

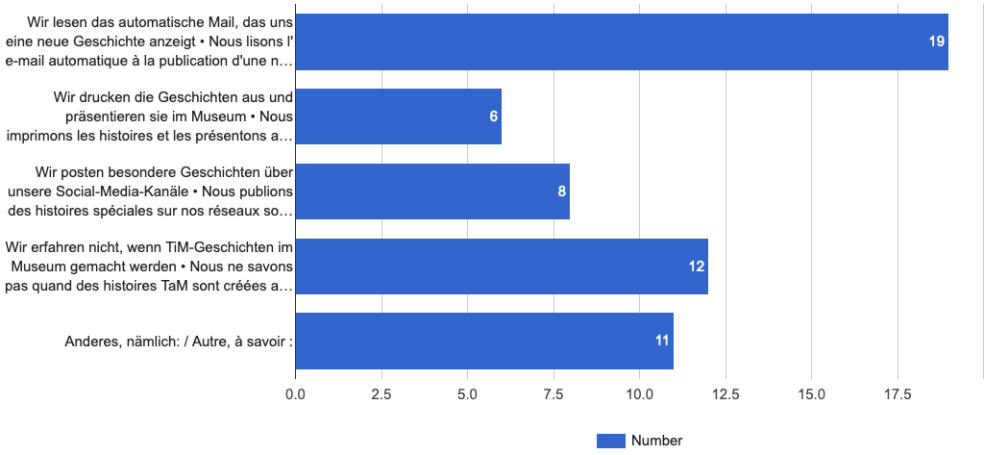
Wie wertvoll ist TiM für Ihr Museum? (1=trifft nicht zu / 5=trifft voll zu)
Quelle est la valeur de TaM pour votre musée ? (1=ne s'applique pas / 5=s'applique entièrement)
Qual è il valore di TaM per il vostro museo? (1=non si applica / 5=si applica pienamente)



	Ø	1	2	3	4	5	- N/A
Ergänzung zu unserem Vermittlungsangebot • Complément à notre offre de médiation • Completa la nostra offerta di mediazione culturale	Ø: 3.11 Σ: 39	7 17.95%	8 20.51%	8 20.51%	4 10.26%	11 28.21%	1 2.56%
Wir erreichen neue Zielgruppen • Nous atteignons de nouveaux groupes cibles • Raggiungiamo nuovi gruppi di riferimento	Ø: 2.68 Σ: 39	12 30.77%	6 15.38%	8 20.51%	4 10.26%	7 17.95%	2 5.13%
Museum wird Ort der Begegnung • Le musée devient un lieu de rencontre • Il museo diventa un luogo di incontro	Ø: 3.22 Σ: 38	8 21.05%	4 10.53%	9 23.68%	2 5.26%	13 34.21%	2 5.26%
Wir zeigen soziales Engagement • Nous faisons preuve d'engagement social • Dimostriamo impegno sociale	Ø: 3.32 Σ: 37	6 16.22%	6 16.22%	7 18.92%	6 16.22%	12 32.43%	0 0%
Wir binden Besuchende als Freiwillige ins Museum ein • Nous impliquons les visiteurs du musée en tant que bénévoles • Attiriamo gli ospiti per fare volontariato nei musei	Ø: 2.6 Σ: 33	9 27.27%	7 21.21%	6 18.18%	3 9.09%	5 15.15%	3 9.09%

8 - Nutzung / Utilisation / Utilizzo

Wie nutzen Sie die TiM-Geschichten?
Comment utilisez-vous les histoires TaM ?
Come impiegate le storie TaM?

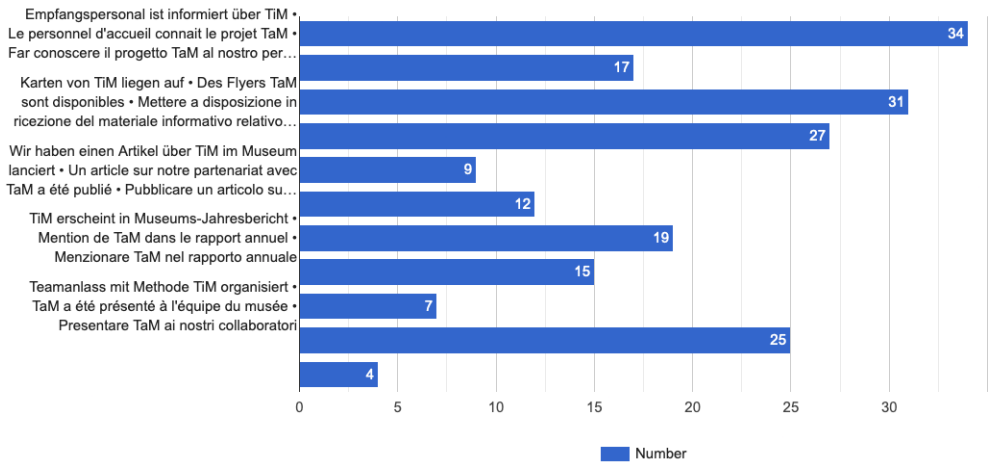


Option	Prozent	Anzahl
Wir lesen das automatische Mail, das uns eine neue Geschichte anzeigt • Nous lisons l'e-mail automatique à la publication d'une nouvelle histoire • Leggiamo la mail ricevuta automaticamente che ci indica la pubblicazione di una nuova storia	33.93	19
Wir drucken die Geschichten aus und präsentieren sie im Museum • Nous imprimons les histoires et les présentons au musée • Stampiamo le storie e le presentiamo al pubblico nel nostro museo	10.71	6
Wir posten besondere Geschichten über unsere Social-Media-Kanäle • Nous publions des histoires spéciales sur nos réseaux sociaux • Pubblichiamo sui social media le storie più belle	14.29	8
Wir erfahren nicht, wenn TiM-Geschichten im Museum gemacht werden • Nous ne savons pas quand des histoires TaM sont créées au musée • Non riceviamo notifiche quando vengono realizzate storie nel nostro museo	21.43	12
Anderes, nämlich: / Autre, à savoir :	19.64	11

Anderes, nämlich: / Autre, à savoir :
BIs jetzt nur im Zusammenhang mit den zwei TiM-Anlässen
le storie inventate sono segnalate nel sito del museo, sotto news e sotto il logo di TaM in piè di pagina
punktuell interne Information einer neuen Geschichte
(die ersten, die uns automatisch die neuen Geschichten anzeigten, sind von 2024)
Einzelne Geschichten finden ihre Verbreitung auch in anderen Vermittlungsformaten (Führungen, Workshops)
Ich zumindest erfahre das nicht, soweit ich weiss..? Wir sind ja in einem Umformungsprozess :)
die anderen Aspekte: ausdrucken und teilen über andere Kanäle sind eine schöne Idee, die wir gerne aufgreifen.
der Kick-off ist geplant...
Il n'y a pas eu encore d'histoires au musée
Wir haben aktuell keine Besuche und somit leider auch keine Geschichten zur Veröffentlichung.
da können wir uns noch verbessern und die uns geschenkten Geschichten sichtbarer machen

9 - Unser Engagement für TiM

Wir haben unsererseits Folgendes unternommen:
De notre côté, nous avons entrepris les démarches suivantes :
Abbiamo provveduto a:

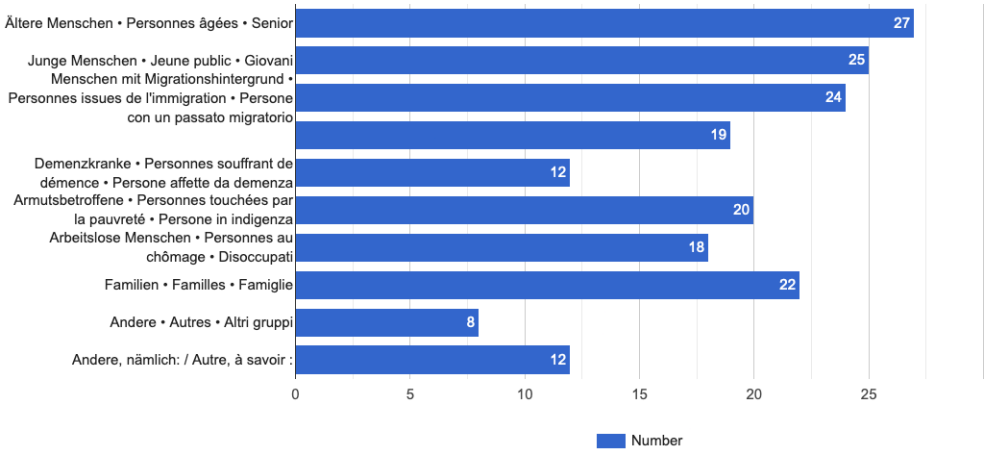


Option	Prozent	Anzahl
Empfangspersonal ist informiert über TiM • Le personnel d'accueil connait le projet TaM • Far conoscere il progetto TaM al nostro personale dell'accoglienza	17.00	34
Geschenk für TiMer*innen liegt bereit • Un cadeau est offert aux Bénévoles TaM • Offrire un regalo ai Volontari TaM	8.50	17
Karten von TiM liegen auf • Des Flyers TaM sont disponibles • Mettere a disposizione in ricezione del materiale informativo relativo a TaM	15.50	31
TiM als Partner auf Museums-Website erwähnt • TaM est indiqué comme partenaire sur le site web du musée • Segnalare nel nostro sito il partenariato con TaM	13.50	27
Wir haben einen Artikel über TiM im Museum lanciert • Un article sur notre partenariat avec TaM a été publié • Pubblicare un articolo sul nostro partenariato con TaM	4.50	9
Wir posten und liken Beiträge von TiM auf Social Media • L'expérience TaM est communiquée sur nos réseaux sociaux • Comunicare l'esperienza TaM sui nostri social media	6.00	12
TiM erscheint in Museums-Jahresbericht • Mention de TaM dans le rapport annuel • Menzionare TaM nel rapporto annuale	9.50	19
TiMer*innen werden eingeladen für Austausch • Les Bénévoles TaM sont invités pour des échanges • Organizziamo un incontro con i Volontari TaM	7.50	15
Teamanlass mit Methode TiM organisiert • TaM a été présenté à l'équipe du musée • Presentare TaM ai nostri collaboratori	3.50	7
Öffentlicher Anlass zu TiM organisiert • Organisation d'événements TaM ouverts au public • Organizzare eventi TaM aperti al pubblico	12.50	25
- Anderes, Autres, Altro	2.00	4

Anderes, nämlich: / Autre, à savoir: / Altro, vale a dire:
di solito le storie avvengono durante gli eventi TaM, segue aperitivo o merenda
Einbindung in neue Website geplant, aber noch nicht umgesetzt, Einladung neue TiMer*innen anlässlich partizipatives Projekt "Mein, dein, unser Kirchner", Medienarbeit zu beginn und in Zukunft nochmal geplant
Wir haben aktuell keine "Kommunikationsabteilung" und so geht das wohl aktuell unter, denke ich.
weitere Themen sind angedacht, aber noch nicht umgesetzt

10 - Zielgruppen / Groupes-cibles / Gruppi d'interesse

Welche Zielgruppe möchten Sie mit TiM erreichen?
De notre côté, nous avons entrepris les démarches suivantes :
Quali sono i gruppi di interesse che volete raggiungere grazie a TaM?



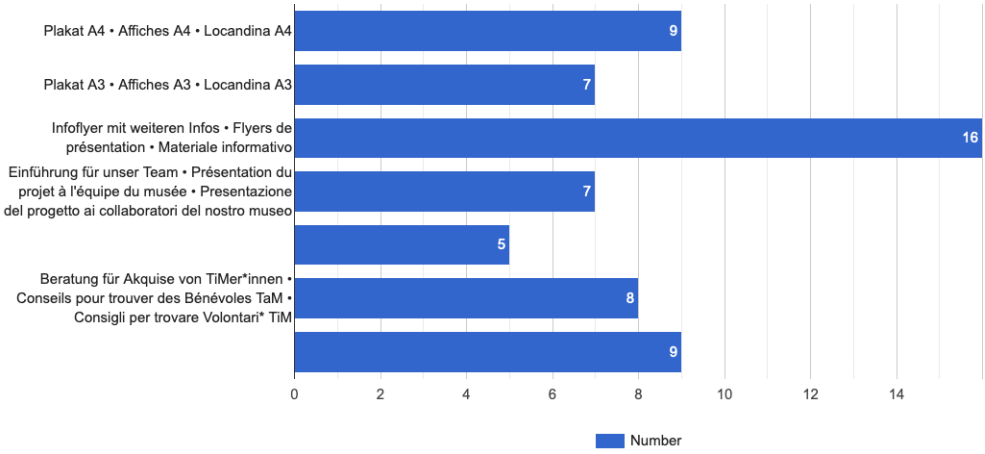
Option	Prozent	Anzahl
Ältere Menschen • Personnes âgées • Senior	14.44	27
Junge Menschen • Jeune public • Giovani	13.37	25
Menschen mit Migrationshintergrund • Personnes issues de l'immigration • Persone con un passato migratorio	12.83	24
Menschen mit Beeinträchtigungen • Personnes handicapées • Persone con disabilità/limitazioni	10.16	19
Demenzkranke • Personnes souffrant de démence • Persone affette da demenza	6.42	12
Armutsbetroffene • Personnes touchées par la pauvreté • Persone in indigenza	10.70	20
Arbeitslose Menschen • Personnes au chômage • Disoccupati	9.63	18
Familien • Familles • Famiglie	11.76	22
Andere • Autres • Altri gruppi	4.28	8
Andere, nämlich: / Autre, à savoir :	6.42	12

Andere, nämlich: / Autre, à savoir :
(Klein-)Kinder, Schulklassen; Das Museum ist nicht Barrierefrei (kein Lift), deshalb ist es nicht für alle Zielgruppen geeignet
persone sorde: abbiamo una guida sorda, conosce TaM
Le persone curiose dell'arte
möchten: alle Aufgeführten, aber angekreuzt sind nur diejenigen, die wir erreichen
Alle, die unser Museum noch nicht kennen oder gern immer wieder besuchen
alle, ohne Schubladisierung.
Natürlich hätten wir immer gerne "alle". Das ist aber, wie wir wissen, ja nicht immer zielführend. So sehe ich hier v.a. die Zielgruppe der älteren Menschen oder derjenigen, die sonst "nicht so häufig ins Museum gehen".
purtroppo non siamo accessibili per disabilità fisiche a causa degli edifici che sono beni storici non facilmente accessibili
im Prinzip gerne alle, aber dies bedarf noch speziellen Efforts um Menschen dieser Communities ansprechen zu können
Möglichst alle

alle, wir haben uns da nicht spezifisch festgelegt
Einsame Menschen

11 - Wünsche · Souhaits · Desideri

Folgendes TiM Werbematerial wäre für unsere Aktivitäten hilfreich:
L'équipe de TaM pourrait organiser ou mettre à disposition les choses suivantes :
Abbiamo bisogno del seguente materiale per le nostre attività TaM:



Option	Prozent	Anzahl
Plakat A4 • Affiches A4 • Locandina A4	14.75	9
Plakat A3 • Affiches A3 • Locandina A3	11.48	7
Infoflyer mit weiteren Infos • Flyers de présentation • Materiale informativo	26.23	16
Einführung für unser Team • Présentation du projet à l'équipe du musée • Presentazione del progetto ai collaboratori del nostro museo	11.48	7
Gestaltung eines Teamanlasses • Création d'un événement pour l'équipe • Organizzazione di un evento per i nosti collaboratori	8.20	5
Beratung für Akquise von TiMer*innen • Conseils pour trouver des Bénévoles TaM • Consigli per trovare Volontari* TiM	13.11	8
-	14.75	9

Anderes, nämlich: / Autre, à savoir: / Altro, vale a dire:
Eventuell wäre eine Einführung für das Museumsteam hilfreich, aber aus zeitlichen Gründen vermutlich eher schwierig. Für eine Akquise von TiMer*innen fehlt die Kapazität.
devo segnalare al comitato che una custode può fare un kick off come tempo di formazione, quindi ore pagate. In questo modo si rafforza il fatto che TaM concerne l'accoglienza in prima persona.
Organizzare una visita TaM
coole Aufkleber mit QR-Code der mi-s.ch Seite
Fürs Empfangsteam wäre eine Einführung toll, da fast das gesamte Empfangsteam neu ist.
Ich wünschte mir mehr Zeit, im Sinne von, dass die Tage länger wären... oder eine neue Tim-Verantwortliche.
wir haben einen Anlass im Rahmen einer "Weiterbildung" für Museen des MZ Museumsverbands Zentralschweiz geplant

Trotz aller Beschreibungen ist TiMTaM intern wie Besuchenden fremd, da TiMerInnen nicht verpflichtend ein Museum besuchen und es Besuchenden sehr viel zu erklären gibt, damit sie annähernd das Konzept verstehen. Wären regelmässig TiMerInnen im Hause anwesend, könnte das Projekt auch vergrössert werden. So fange ich meistens immer wieder von Vorne an, was nicht wirklich beflügelnd ist nebst der sonstigen Projekten...
wir haben auf die TiM Karten einen QR Code geklebt, dieser führt direkt zu unserem Museum, der Start gelingt so ganz unkompliziert

12 - Bekanntmachung / Faire connaître TaM / Pubblicità

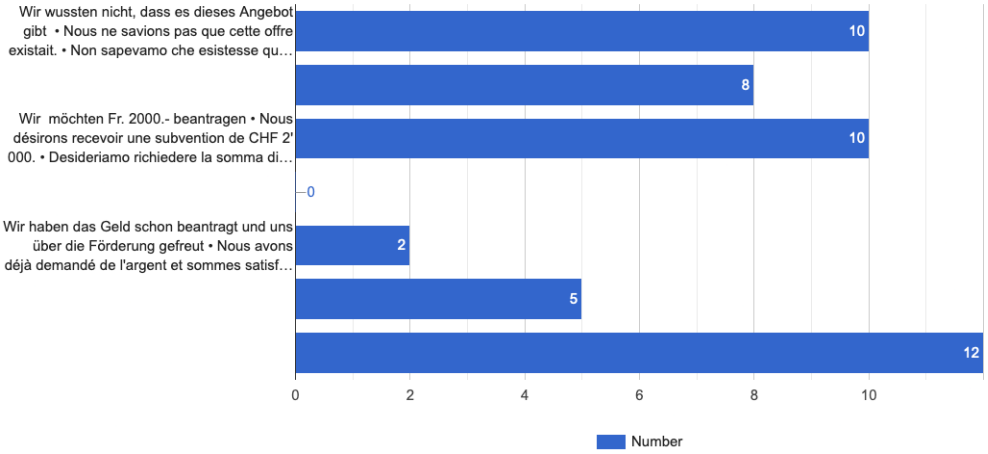
Wie kann TiM bekannter gemacht werden? Wie können TiMer*innen und Museen dazu gewonnen werden?
Comment mieux faire connaître TaM ? Comment conquérir de nouveaux bénévoles et musées TaM ?
Come si può pubblicizzare meglio il progetto TaM? Come possiamo attirare meglio musei e Volontari*?

Antworten
Allgemein wäre bestimmt mehr Presse hilfreich, das TiM in der breiteren Bevölkerung bekannter gemacht wird. Kleine Museen haben oft Kapazitätsprobleme. An erster Stelle steht die Aufarbeitung der Sammlung und die Organisation der wechselnden Ausstellungen, die sehr viele Ressourcen binden. Oft fehlt die Zeit, sich um einen zusätzlichen Event zu kümmern, v.a. wenn die Werbung, die Organisation und die Suche nach TiMer*innen neben dem normalen Betrieb gemacht werden muss. Und dann fühlt es sich an, als gäbe es eine Distanz zwischen den Museen und TiMer*innen, bzw. ein Nichtkennen. Vielleicht haben es grössere Museen einfacher, weil sie einen grösseren Pool an TiMer*innen haben. Unser kleines Museum hat zwar zwei TiMer*innen am Adventsanlass gewinnen können, doch kommen diese nicht ins Museum, weder von sich aus oder auf Einladung. Vielleicht wären regionale Treffen/Anlässe mit TiMer*innen und Personen aus den TiM-Museen hilfreich, damit eine Annäherung zwischen den Guides und den Museen stattfindet. Als Museum ist es schwierig, bzw. zeitaufwendig an TiMer*innen zu kommen, die man nicht persönlich kennt. In der städtischen Umgebung scheinen v.a. Kunstmuseen bei den TiMer*innen beliebt zu sein, vielleicht interessieren Ortsmuseen weniger.
Tramite il Passaparola
la formula secondo i target è molto buona, le persone che ricevono la notizia possono immedesimarsi subito e quindi aderire : 60+, migranti, ecc... in questo modo è anche più facile interfacciarsi con le istituzioni corrispondenti. Per quanto concerne i musei: - ho notato che la programmazione annuale influisce molto sulla possibilità di inserire altre attività fuori programma, spesso non si riesce perché richiede una aggiunta supplementare di tempo e energie, specie quando i musei piccoli hanno una carenza di personale (io lavoro al 40% al mvv e spesso devo mettere da parte la mediazione per concentrarmi sulle esposizioni.) - se un volontario TaM mi contatta in dicembre-gennaio e mi propone una serie di eventi, posso inserirli nella programmazione e delegare l'organizzazione al volontario (io aiuto ma non in prima persona). Se un volontario TaM
Sicuramente promuovere l'iniziativa a 360° è importante. Come Casa Anziani, diventa più difficile coinvolgere la comunità/esterni, ma questo non ci scoraggia nel proseguire in questo bel progetto. Con un pizzico di ambizione, è nostra intenzione impegnarci maggiormente e il primo obiettivo è quello di un progetto TaM intergenerazionale con le scuole.
Bei Sonderanlässen wie es sie bereits gibt Mit ausgewählten Geschichten auf Postkarten zum Verteilen Stand auf Sommerfest o.ä. TiM für TiM: bisherige fragen Neue an Projektende = TiM-Anfang
über gute Erfahrungen und Mund-zu-Mund-Kommunikation.
Mehr Werbung in Zeitungen / Ev. grössere Plakate in der Stadt. Die richtigen Stellen/Personen ansprechen & informieren.
Media : radio! Regali alle guide Tam (entrate nei musei non affiliati). Bancarelle negli eventi. Collegare le storie Tam tra Musei di differente tipo
Ich denke, da macht ihr schon sehr viel sehr gut. Die "Werbung" über die "kleinen Netzwerke" wäre ja Aufgabe der einzelnen Häuser. Bei uns ist das aktuell wirklich ein Ressourcen-Problem (wie ja immer und überall.) Danke euch und ein lieber Gruss!
Präsenz zeigen bei öffentlichen Veranstaltungen des Hauses. Spezielle Events - in unserem Fall "TiM-Infotag" generiert neues Publikum und Mitarbeitende und Besucher*innen können in einen direkten Austausch über das Projekt gehen - persönlicher Kontakt funktioniert gut!
Abbiamo appena conosciuto la nuova responsabile per il nostro Museo e presto realizzeremo nuove proposte
Das ist eine gute Frage und ist von Ort zu Ort verschieden. Es muss eine persönliche Begegnung sein mit jemanden der Museumsluft gerne hat!
Durch MundzuMund-Propaganda
Ich würde Familien stärker ansprechen

C'est un peu flou pour moi la manière dont trouver des bénévoles TaM. Car sans bénévoles, pas de visites. Parmi les groupes d'ami·e·s qui viennent au musée, il y a souvent un·e habitué·e du musée qui pourrait jouer ce rôle. De plus, ce qui nous a manqué pour lancer correctement le projet c'est le manque de ressources humaines au musée.
Für uns stellt sich vorallem die Frage: wie können TiM-Gäste gewonnen werden? Die sich bei den TiMer:innen melden? Berichte im Regionalradio, Bericht in Migros-Zeitung? Vielleicht könnten mit finanzieller Unterstützung, z.B. der Übernahme einer gewissen Anzahl TiM-Eintritte pro Jahr oder einer finanziellen Unterstützung des TiM-Adventsanlasses (für Eintritte, Guetzli und Tee) zusätzliche Museen gewonnen werden?
Infoanlässe, schweizweite Aktionen wie Adventskalender, Mund zu Mund Propaganda, Social Media
"Steter Tropfen höhlt den Stein...." - wir müssen aktiv auf die Menschen zugehen und immer wieder in unserem Newsletter bzw. Homepage darauf aufmerksam machen.
Ein TiM- Team, das am Anfang 1x im Monat an einem bestimmten Datum offiziell im Hause iast, an den anderen Tagen nach dem Lustprinzip. Bislang geht es nicht auf, TiM-TaM im Hause bekannt zu machen, wenn äusserlich immer von Vorne wieder erklärt und etwas initiiert werden muss: viele Interne haben Schwierigkeiten mit dem Wort "Guide", mit dem sie eine Person mit Hintergrundwissen verknüpfen, was ja im Fall TiM-TaM nicht so ist. Wünschenswert wäre mehr Selbsterklärendes und Selbstverständlichzeres, was bestimmt dort, wo das Projekt vom Hau,s im Wissen um alle relevanten Projektaspekte, mitgetragen und vertreten wird.
Indem wir TiM Anlässe seit letztem Jahr in unserem allgemeinen Newsletter ankündigen können. Spezifische Gruppen für TiM Anlässe ins Museum einladen.
Wir haben inzwischen genug TiMer*innen die bereit sind mit Besucher*innen Geschichten zu erfinden.

13 - SKKG Förderung / Fnancement SKKG / Contributo da SKKG

Ihr Museum kann Fr. 2000.- beantragen bei der Stiftung SKKG.
Votre musée peut solliciter CHF 2'000 auprès de la Fondation SKKG.
Il vostro museo può fare una richiesta di contributo di Fr. 2000.- dalla Fondazione SKKG.



Option	Prozent	Anzahl
Wir wussten nicht, dass es dieses Angebot gibt • Nous ne savions pas que cette offre existait. • Non sapevamo che esistesse questa offerta.	21.28	10
Wir haben keine Zeit uns darum zu kümmern • Nous n'avons pas le temps de nous occuper de cette offre • Non abbiamo il tempo di esaminare l'offerta.	17.02	8
Wir möchten Fr. 2000.- beantragen • Nous désirons recevoir une subvention de CHF 2'000. • Desideriamo richiedere la somma di Fr. 2000.-	21.28	10
Wir haben eine Idee für die Aktivität und brauchen Beratung • Nous avons une idée d'activité et avons besoin de conseils • Abbiamo un'idea e ci serve il vostro consiglio	0.00	0

Wir haben das Geld schon beantragt und uns über die Förderung gefreut • Nous avons déjà demandé de l'argent et sommes satisfaits du financement • Abbiamo già richiesto i soldi e siamo lieti di aver ricevuto il sostegno finanziario	4.26	2
Wir brauchen kein zusätzliches Geld • Nous n'avons pas besoin d'argent supplémentaire • Non desideriamo richiedere dei soldi	10.64	5
-	25.53	12

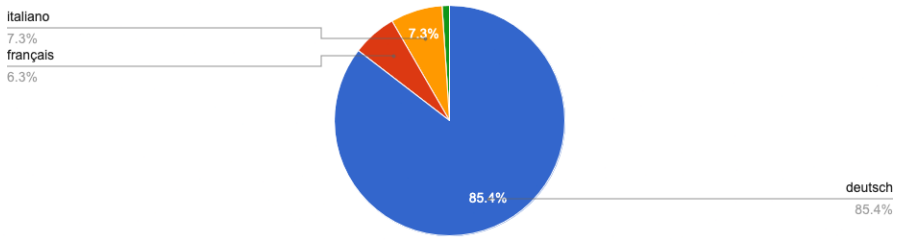
Antworten
per la settimana delle persone sorde (settembre) sarebbe interessante organizzare TaM. Ma cola richiesta in un tempo me segnato ho bisogno di un consiglio per preparare
Sono venuta a conoscenza recentemente di questa opportunità, sicuramente chiederò in merito il vostro consiglio.
Wir haben in der Tat wenig Zeit um selber zusätzliche Veranstaltungen zu generieren, wir sind dafür stark im "Hosten" von Initiativen Dritter
Ich werde die neue Direktion darauf aufmerksam machen, wenn diese im Herbst/Winter beginnt.
Die Direktion weiss über diese Möglichkeit Bescheid und wird sich zur Zeit zurückmelden.
Wir planen in diesem Jahr zwei Sonntage mit einer "Geschichten-Tavolata"; dafür werde ich wiederum um eine Förderung anfragen.
Gehen nicht davon aus, dass die in der Region Vorarlberg möglich ist - wäre schön, wenn es auch hier eine Förderung gäbe
Auch wenn uns die Idee von TiM nach wie vor gut gefällt, müssen wir zugeben, dass wir TiM etwas vernachlässigen. Das liegt v.a. an den mangelnden Personalressourcen: Da wir nur ca. 4.5 Vollzeitstellen haben (verteilt auf 7 Personen), sind alle mit ihrem Daily Business und vielzähligen Projekten sehr ausgelastet. Während wir die finanzielle Unterstützung für kleinere Museen super finden, nützt sie uns als staatliches Museum eher wenig, da wir nicht einfach mehr Personal anstellen können. Das bedauern wir - wir behalten aber die TiM-Idee im Hinterkopf und hoffen, dass sich irgendwann wieder die Gelegenheit für ihre Umsetzung ergibt.
wir möchten ev. gerne Fr. 2000.- beantragen - je nach Bedingungen
Wir haben noch keine Idee
Wir wissen davon, haben im Moment jedoch nicht vor das Geld zu beantragen. Eventuell zu einem späteren Zeitpunkt.
Ich gebe das ins Team weiter zur Besprechung. Merci für die Info

Sämtliche Fragen und Antworten zum Fragebogen TiMer*in

1 - Name (anonymisiert)

2 - Sprache · Langue · Lingua

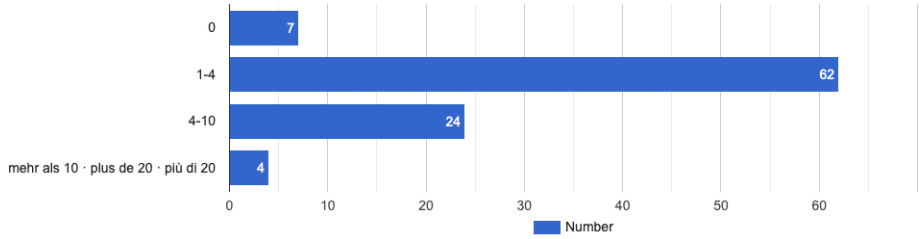
Meine Sprache ist ....
Je parle...
La mia lingua è...



Option	Prozent	Anzahl
deutsch	85.42	82
français	6.25	6
italiano	7.29	7
andere	1.04	1

3 - Anzahl Besuche pro Jahr · Visites TaM · Visite TaM

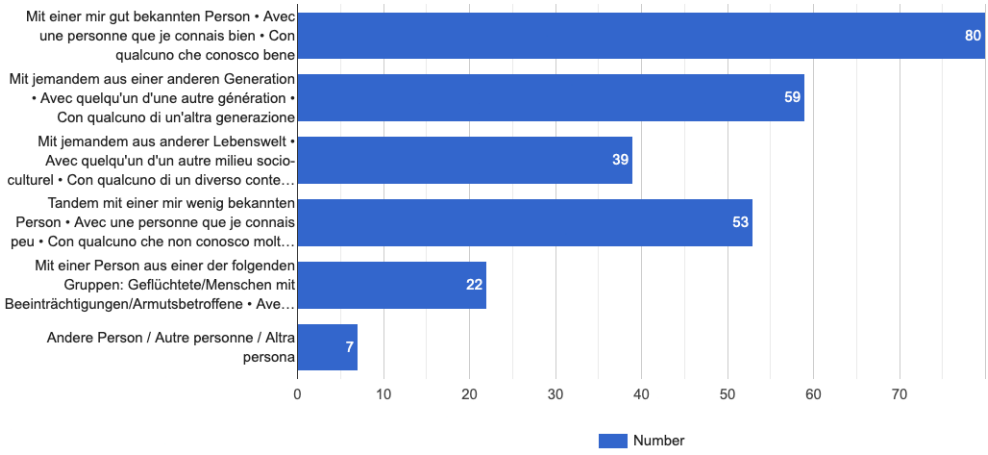
Wie viele Besuche pro Jahr haben Sie gemacht?
Combien de visites TaM avez-vous faites (environ) ?
Quante visite TaM avete fatto approssimativamente?



Option	Prozent	Anzahl
0	7.22	7
1-4	63.92	62
4-10	24.74	24
mehr als 10 · plus de 20 · più di 20	4.12	4

4 - Tandem

Mit welchen der genannten Personen haben Sie schon Tandem-Besuche gemacht? (Mehrfachnennung möglich)
Avec qui avez-vous réalisé une expérience TaM ? (Plusieurs réponses possibles)
Con chi avete fatto una visita in modalità Tandem? (È possibile scegliere più risposte.)

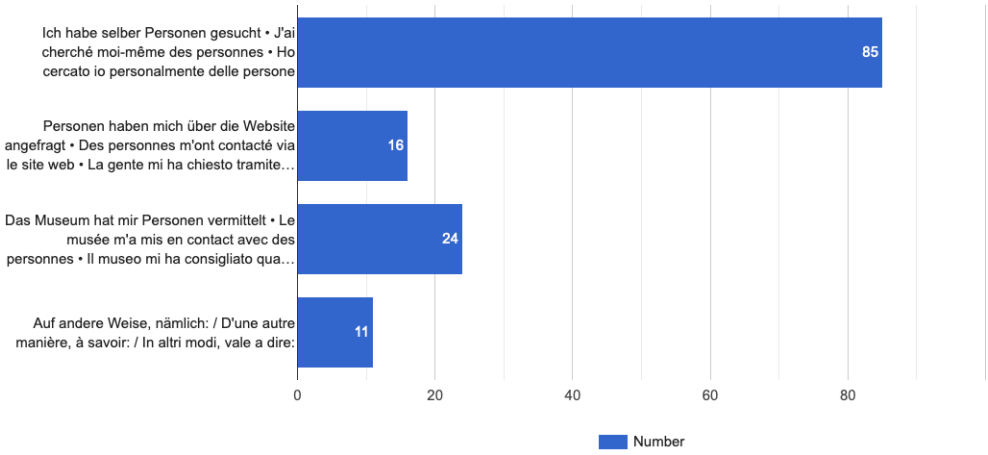


Option	Prozent	Anzahl
Mit einer mir gut bekannten Person • Avec une personne que je connais bien • Con qualcuno che conosco bene	30.77	80
Mit jemandem aus einer anderen Generation • Avec quelqu'un d'une autre génération • Con qualcuno di un'altra generazione	22.69	59
Mit jemandem aus anderer Lebenswelt • Avec quelqu'un d'un autre milieu socio-culturel • Con qualcuno di un diverso contesto socio-culturale	15.00	39
Tandem mit einer mir wenig bekannten Person • Avec une personne que je connais peu • Con qualcuno che non conosco molto bene	20.38	53
Mit einer Person aus einer der folgenden Gruppen: Geflüchtete/Menschen mit Beeinträchtigungen/Armutsbetroffene • Avec une personne appartenant à l'un des groupes suivants : Réfugiés / personnes handicapées / personnes en situation de pauvreté • Con una persona appartenente ad uno dei seguenti gruppi: rifugiati, persone con disabilità o in indigenza	8.46	22
Andere Person / Autre personne / Altra persona	2.69	7

Andere Person / Autre personne / Altra persona
Seniorinnen mit körperlichen und neurologischen-kognitiven, psychischen Handicaps, Hörbehinderung, Blinde
da ich beruflich so eingespannt bin, komme ich leider gar nicht mehr dazu
Enkelkinder
TIM Kollegin, alte Personen,
Kontaktanfrage über die TiMTaM Webseite!
Irene Enderli?
Schule Pontresina

5 - Tandem-Partner*innen • Partenaires Tandem • Partner Tandem

Wie haben Sie Ihre Partner*innen gefunden?
Comment avez-vous trouvé vos partenaires pour la visite?
Come ha trovato qualcuno per la visita al museo?

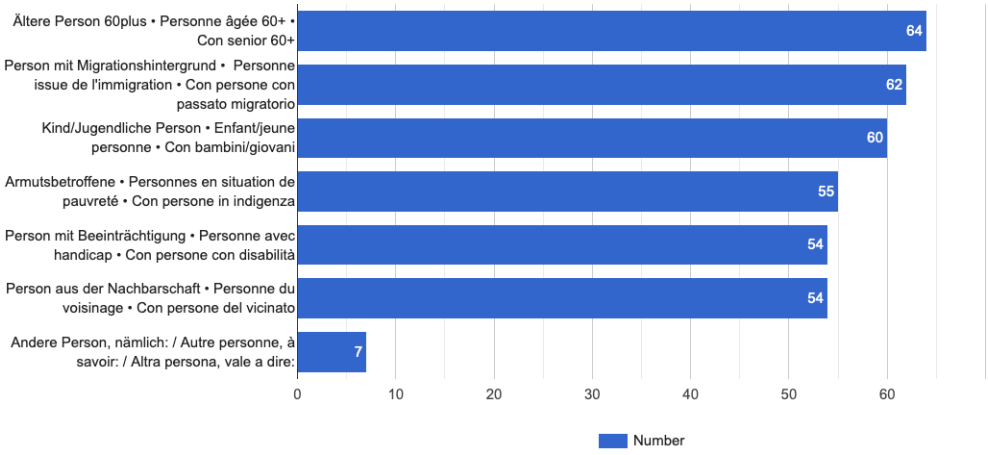


Option	Prozent	Anzahl
Ich habe selber Personen gesucht • J'ai cherché moi-même des personnes • Ho cercato io personalmente delle persone	62.50	85
Personen haben mich über die Website angefragt • Des personnes m'ont contacté via le site web • La gente mi ha chiesto tramite il sito web	11.76	16
Das Museum hat mir Personen vermittelt • Le musée m'a mis en contact avec des personnes • Il museo mi ha consigliato qualcuno	17.65	24
Auf andere Weise, nämlich: / D'une autre manière, à savoir: / In altri modi, vale a dire:	8.09	11

Auf andere Weise, nämlich: / D'une autre manière, à savoir: / In altri modi, vale a dire:
TiM Büro Zürich hat Anfragen weitergeleitet: Terre des Hommes, Wettsteinpalaver, Lion Club, Jüdisches Museum für Workshop Esch an Basler Geschichtstagen
TiM-Anlass Cuors intensiv Scuol
Beim letzten mal, kam jemand über die Homepage direkt auf mich zu
auf der Strasse angesprochen
Es macht mir jeweils unheimlich Spass, TiM/TaM beim Smalltalk an einer Party, einem Empfang o.ä. als "Must Have" zu positionieren ...
Das Museum ist erst unterwegs zum TIM Museum zu werden (aber es tut sich was)
über TiM TaM Anlass
Schüler:innen und Senior:innen
Lié à des projets
personen im Museum angesprochen
die Schule vermittelt

6 - Wunsch-Tandem • Tandem souhaité • Tandem desiderato

Mit wem würden/möchten Sie einen TiM-Besuch machen?
Avec qui voudriez-vous faire une visite TaM ?
Con chi gradirebbe fare una visita in modalità TaM?

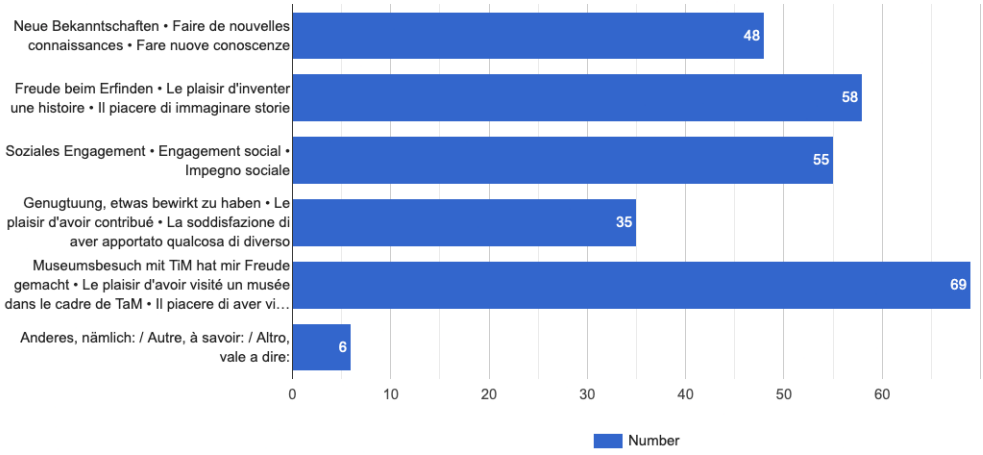


Option	Prozent	Anzahl
Ältere Person 60plus • Personne âgée 60+ • Con senior 60+	17.98	64
Person mit Migrationshintergrund • Personne issue de l'immigration • Con persone con passato migratorio	17.42	62
Kind/Jugendliche Person • Enfant/jeune personne • Con bambini/giovani	16.85	60
Armutsbetroffene • Personnes en situation de pauvreté • Con persone in indigenza	15.45	55
Person mit Beeinträchtigung • Personne avec handicap • Con persone con disabilità	15.17	54
Person aus der Nachbarschaft • Personne du voisinage • Con persone del vicinato	15.17	54
Andere Person, nämlich: / Autre personne, à savoir: / Altra persona, vale a dire:	1.97	7

Andere Person, nämlich: / Autre personne, à savoir: / Altra persona, vale a dire:
Student°Innen , Künstler, Kurator°innen Umweltausstellungen, Netzwerk Sustainability, Netzwerk Communication Facilité aus Kanton Waadt
offen für alle erwähnten Möglichkeiten
Mir liegt es, gebildete Menschen (auch Expats, Begleitpersonen von Diplomat:innen etc.), die oft nicht an derartigen Veranstaltungen interessiert sind, mit einem (angepassten) TiM/TaM positiv zu erstaunen (und manchmal sogar zu begeistern) ...
auch Kinder und Jugendliche sowie Erwachsene mit kognitiver Beeinträchtigung
Adulti o giovani adulti in coppia.
Ich freue mich über ein möglichst breites Spektrum - für mich ist jede Begegnung interessant und im Zusammenhang mit Kunst besonders.Erfahrungen, Ansichten werden ausgetauscht Empfindungen ….
Je vais arrêter

7 - Mein Gewinn · Points positifs · Arricchimento personale

Was war für Sie der Gewinn?
Quels ont été pour vous les points positifs ?
Cosa è stato arricchente e positivo?

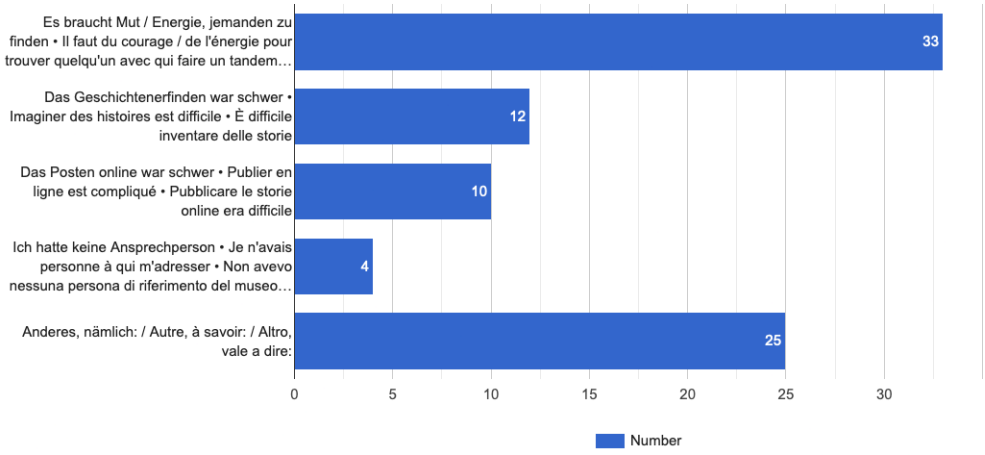


Option	Prozent	Anzahl
Neue Bekanntschaften • Faire de nouvelles connaissances • Fare nuove conoscenze	17.71	48
Freude beim Erfinden • Le plaisir d'inventer une histoire • Il piacere di immaginare storie	21.40	58
Soziales Engagement • Engagement social • Impegno sociale	20.30	55
Genugtuung, etwas bewirkt zu haben • Le plaisir d'avoir contribué • La soddisfazione di aver apportato qualcosa di diverso	12.92	35
Museumsbesuch mit TiM hat mir Freude gemacht • Le plaisir d'avoir visité un musée dans le cadre de TaM • Il piacere di aver visitato un museo nella modalità TaM	25.46	69
Anderes, nämlich: / Autre, à savoir: / Altro, vale a dire:	2.21	6

Anderes, nämlich: / Autre, à savoir: / Altro, vale a dire:
Andere Ansichten aus anderen Perspektiven
Freude, angeregte und anregende Gespräche, lebhafte Begegnungen, sinnvolle Unternehmung
Museums-Muffel zu begeistern
Sich aufeinander einlassen im Dialog
neue Kulturen kennenlernen
Andere Sichtweisen kennenzulernen, spannender Austausch

8 - Schwierigkeiten • Difficultés • Difficoltà

Folgendes war eine Hürde:
Les points suivants sont des freins :
I seguenti punti sono stati un ostacolo:



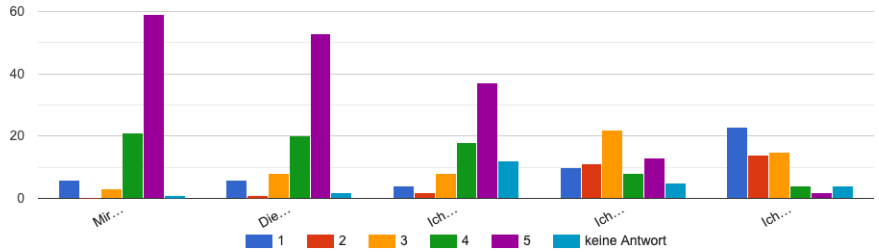
Option	Prozent	Anzahl
Es braucht Mut / Energie, jemanden zu finden • Il faut du courage / de l'énergie pour trouver quelqu'un avec qui faire un tandem • Ci vuole coraggio / energia per trovare qualcuno che voglia fare TaM	39.29	33
Das Geschichtenerfinden war schwer • Imaginer des histoires est difficile • È difficile inventare delle storie	14.29	12
Das Posten online war schwer • Publier en ligne est compliqué • Pubblicare le storie online era difficile	11.90	10
Ich hatte keine Ansprechperson • Je n'avais personne à qui m'adresser • Non avevo nessuna persona di riferimento del museo a cui rivolgermi	4.76	4
Anderes, nämlich: / Autre, à savoir: / Altro, vale a dire:	29.76	25

Anderes, nämlich: / Autre, à savoir: / Altro, vale a dire:
Man wird online nicht so gut gefunden, vor allem durch diejenigen, die es vielleicht brauchen. Das heisst, dass man eher aktiv selber auf der Suche muss.
Einige Tandempartner wollten kein Selfie. Bilderlaubnis (Datenschutz) einholen war zeitaufwendig, TiMer-KollegInnen waren nicht erreichbar, hatten keine Zeit oder waren enttäuscht vom TiM-Museum /Empfang
Da ich meist angefragt wurde, war einzige Herausforderung der gemeinsame Termin zu finden.
Das Museum hat andere Regeln erstellt (TiM-Guide gratis, zweite Person bezahlt, nach posten von Foto und Online erhält die zweite Person einen Gutschein für einen Gratiseintritt), als TiM es vorgibt, uns aber dann doch beide gratis eingelassen
Die Bereitschaft, sich auf TiM einzulassen, ist bei unseren Gästen sehr gering. Zudem wollen viele nicht, dass etwas von ihnen online gepostet wird.
Alles bestens
und Zeit
Gefunden zu werden ist schwer. Ich wurde bisher nie von einer unbekannten Person angeschrieben.
Meinerseits gehe ich TiM/Tam eher spielerisch an und begegne somit kaum Hürden ...
Wir haben noch keine Geschichten erfunden, (es sind aber jedesmal Geschichten erzählt worden:),noch keine gepostet, da Murikultur ja noch kein TIM Museum ist.

Mit vollem beruflichem Engagement ist es nicht ganz einfach, geeignete Zeiträume während der regulären Öffnungszeiten zu finden.
Es gab keine Hürde.
Von 10 Anfragen: 8 ablehnend (eigener Museumspass, Zeitnot, Interesselos)
hat Spass gemacht
Keine Hürden! Die einzige Hürde: dass ich beruflich so eingebunden bin, sehr oft dienstlich unterwegs bin- und deshalb meine Dienste nicht oft anbieten kann.
Ich bin beruflich sehr engagiert und mache eine Weiterbildung
Es ist aufwändig, immer wieder neue Leute zu finden. Ein Viertel, der Personen mit denen ich als Guide unterwegs war, sind jetzt selber Guides. Die Klientel schwimmt mir davon ;-)
In dem Sinn war das Geschichten erfinden ab und zu schwierig, denn Besucher wollten das für sie so fremde Feld geniessen. Hatten Angst, trauten es sich nicht zu Oder fanden die Worte nicht. Es ist nicht gerade einfach
Ich hatte keine Hürde zu überwinden.
Es hat alles recht gut geklappt
Geschichten erfinden unterschiedlich schwierig, auch lustig, braucht zeit
im Moment habe ich sehr wenig Zeit
Keine Hürden
Fehlende Museen in meiner Nähe

9 - Betreuung durch das TiM-Team • Soutien de la part de l'équipe TaM • Assistenza da parte di TaM

1= trifft gar nicht zu, 5 = trifft voll zu
1= pas du tout, 5 = tout à fait exact
1= non si applica, 5 = si applica pienamente

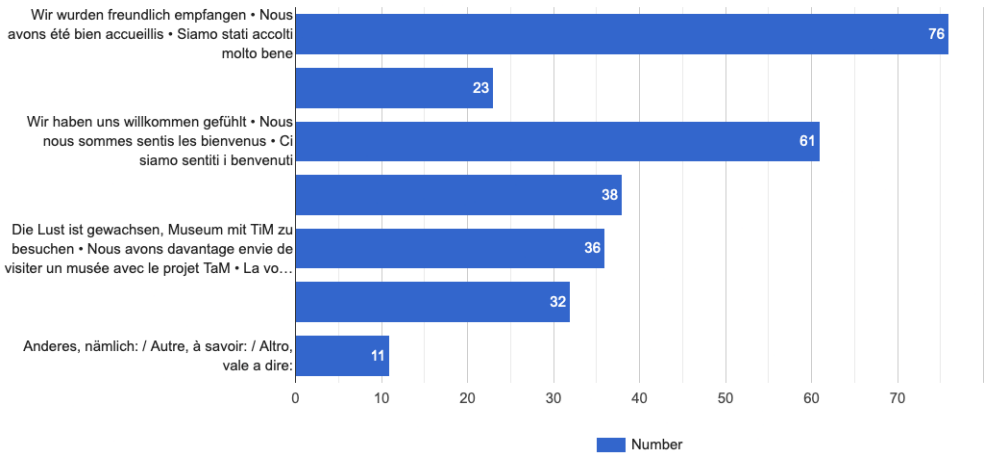


	Ø	1	2	3	4	5	keine Antwort N/A
Mir ist klar, was meine Rolle als TiMer*in ist • Je sais quel est mon rôle en tant que Bénévole TaM • So qual è il mio ruolo come Volotari* TaM	Ø: 4.43 Σ: 90	6 6.67%		3 3.33%	21 23.33%	59 65.56%	1 1.11%
Die Informationen von TiM sind gut verständlich • Les informations de TiM sont compréhensibles • Le informazioni di TaM sono facilmente comprensibili	Ø: 4.28 Σ: 90	6 6.67%	1 1.11%	8 8.89%	20 22.22%	53 58.89%	2 2.22%
Ich werde von meiner Regio-Verantwortlichen gut betreut • Je suis bien encadré par mon responsable régional • Sono ben consigliat* dalla responsabile regionale.	Ø: 4.19 Σ: 81	4 4.94%	2 2.47%	8 9.88%	18 22.22%	37 45.68%	12 14.81%

Ich wünsche mir mehr Austausch mit anderen TiMer*innen • Je souhaite plus d'échanges avec d'autres Bénévoles TaM • Desidero poter interagire di più con altri Volontari TaM.	Ø: 3.05 Σ: 69	10 14.49%	11 15.94%	22 31.88%	8 11.59%	13 18.84%	5 7.25%
Ich wünsche mir mehr Schulung / Einführung • Je souhaite être formé ou mieux informé • Desidero ricevere una migliore formazione.	Ø: 2.1 Σ: 62	23 37.1%	14 22.58%	15 24.19%	4 6.45%	2 3.23%	4 6.45%

10 - Kulturzugang • Accès à la culture • Accesso al museo

Wie haben Sie das Museum erlebt?
Comment avez-vous vécu l'expérience TaM au musée ?
Come avete vissuto l'esperienza nel museo?



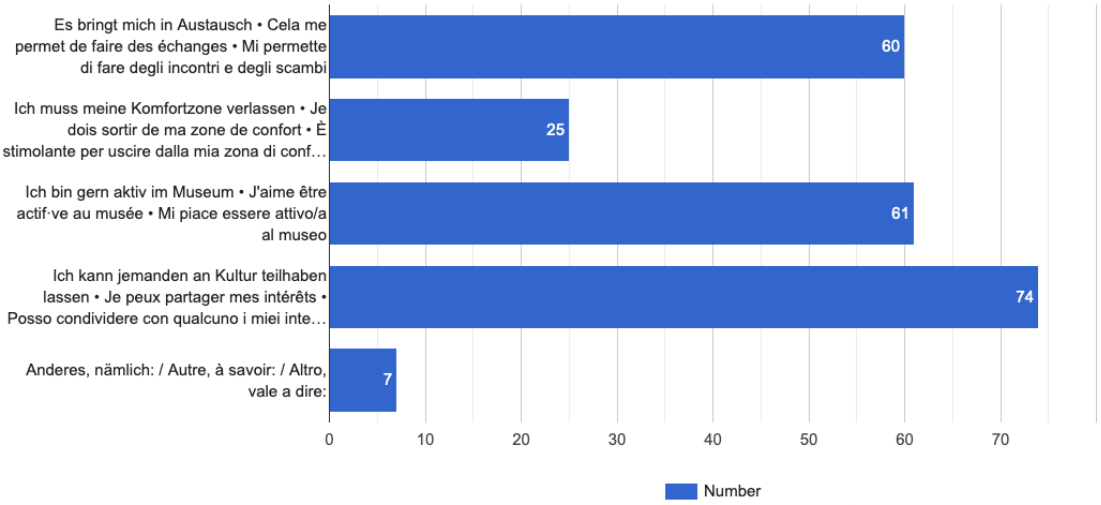
Option	Prozent	Anzahl
Wir wurden freundlich empfangen • Nous avons été bien accueillis • Siamo stati accolti molto bene	27.44	76
Wir haben ein Geschenk bekommen • Nous avons reçu un cadeau • Abbiamo ricevuto un regalo	8.30	23
Wir haben uns willkommen gefühlt • Nous nous sommes sentis les bienvenus • Ci siamo sentiti i benvenuti	22.02	61
Wir haben Museum neu erlebt • Nous avons découvert le musée sous un nouvel angle • Abbiamo scoperto il museo sotto un'altra prospettiva	13.72	38
Die Lust ist gewachsen, Museum mit TiM zu besuchen • Nous avons davantage envie de visiter un musée avec le projet TaM • La voglia di visitare un museo in modalità TaM è aumentata.	13.00	36
Ich wurde als TiMer*in ins Museum für ein Treffen eingeladen • J'ai été invité·e au musée en tant que Bénévole TaM pour une rencontre • Ho ricevuto un invito per partecipare ad un incontro quale Volontari* TaM.	11.55	32
Anderes, nämlich: / Autre, à savoir: / Altro, vale a dire:	3.97	11

Anderes, nämlich: / Autre, à savoir: / Altro, vale a dire:
Je nach Musuem ist es unterschiedlich. Ich gehe als TiMerin in verschiedene Museen, nicht nur in das für das ich angemeldet bin. Meine Antworten beziehen sich auf das Museum beei dem ich "angemeledet" bin.
Das Personal an der Kasse wusste nicht über TiM Bescheid
Jüdisches Museum bester Partner, Forum Würth lädt mich ein,Kontaktperson MKB sehe ich regelmässig, schwierig Historisches Museum, NHM on-off Interesse

Wir waren am Eröffnungstag da. Der Mann an der Kasse wusste nichts von TiM, die Direktorin hat während unseres Besuches die vorgeannten Regeln erstellt, doch nicht auf uns angewendet. Wir waren noch nie im Museum und teilten dies an der KAsse mit. Wir wurden alleine hoch geschickt, da er unten noch nicht wüsste wie man die Monitore anstelle. Wir gingen alleine hoch, fanden keine Guideline und haben einfach a chlu glueget. Kurz vor Abschluss des Raumes kam der Mann und durch Zufall verriet er uns, dass es eine mehrspurige thematische Selbst-Führung durch diese Daueraustellung gäbe, inkl. Booklet.
Ich habe wenig Interesse seitens der Museen erlebt, könnte viel aktiver pro TIM agieren.
Ich wurde in den Museen unterschiedlich begrüsst, zwischen desinteressiert und aufmerksam, freundlich, war alles dabei
Meine Besuche waren quasi Probeläufe für zukünftige TIM Besuche, wenn denn das Museum so weit ist.
Empfang und Willkommen ist sehr unterschiedlich die einten kennen TiM nicht genau und die anderen laden zum Kafi ein ...
Teilweise haben wir ein Gescheenk bekommen.
Im Naturhistorischen Museum (Augustinergasse) sass ein junger Mann an der Kasse, der erst nach wiederholtem Nachhaken meinerseits in seinen Unterlagen etwas zu TIM fand und dann aber sofort ein Gratisticket ausstellte (eigentlich hatte ich nur eine Auskunft gewollt über die Sonderausstellungen)
Apero, ich Geschenk für Schulanlass

11 - Idee TiM • Le concept TaM • Il concetto di TaM

Mir gefällt TiM, denn ...
Le projet TaM me plaît car...
Mi piace il progetto TaM perché...

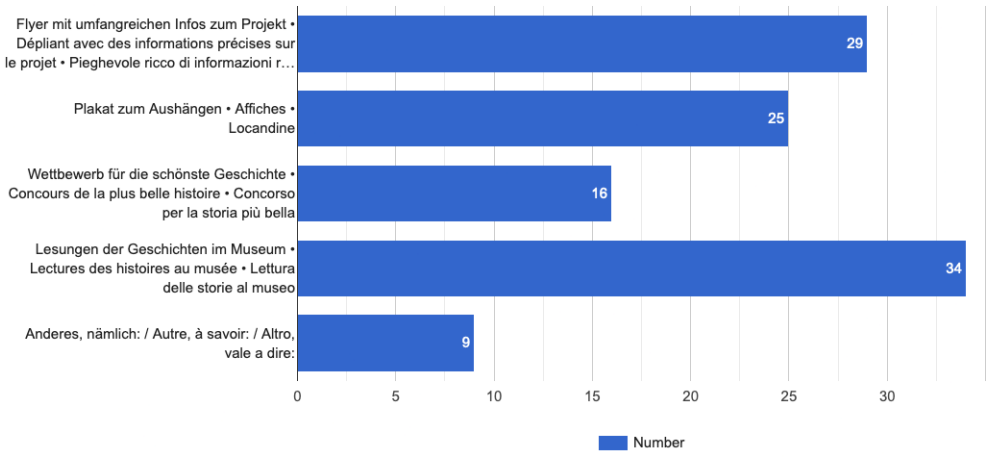


Option	Prozent	Anzahl
Es bringt mich in Austausch • Cela me permet de faire des échanges • Mi permette di fare degli incontri e degli scambi	26.43	60
Ich muss meine Komfortzone verlassen • Je dois sortir de ma zone de confort • È stimolante per uscire dalla mia zona di conforto	11.01	25
Ich bin gern aktiv im Museum • J'aime être actif·ve au musée • Mi piace essere attivo/a al museo	26.87	61
Ich kann jemanden an Kultur teilhaben lassen • Je peux partager mes intérêts • Posso condividere con qualcuno i miei interessi culturali.	32.60	74
Anderes, nämlich: / Autre, à savoir: / Altro, vale a dire:	3.08	7

Anderes, nämlich: / Autre, à savoir: / Altro, vale a dire:
Ich kann Menschen ins Museum locken
Es ist anspruchsvoll und befriedigend Menschen trotz Selfie-Skepsis für Geschichten zu gewinnen.
Der Museumsbesuch ist ein prima Vehikel für soziale Kontakte
es ist eine prächtige Idee Menschen und Kultur zu "mischen" -zu erfahren, was eine andere Person im Kunstwerk sieht und welche Geschichte ihr dazu einfällt....
es ist so einfach/niederschwellig und macht immer Spass.
es entspricht genau einer langehegten und voreilig für 'realitätsfrend' erklärten Vision, die ich vor einigen Jahren hatte erdacht
Ich schätze die Idee und das Engagement von TIM sehr!

12 - Wünsche • Propositions • Propositi

Folgendes würde mich beflügeln:
Les choses suivantes contribueraient à l'expansion du projet :
Le seguenti cose contribuiscono ad espandere il progetto:



Option	Prozent	Anzahl
Flyer mit umfangreichen Infos zum Projekt • Dépliant avec des informations précises sur le projet • Pieghevole ricco di informazioni relative al progetto TaM.	25.66	29
Plakat zum Aushängen • Affiches • Locandine	22.12	25
Wettbewerb für die schönste Geschichte • Concours de la plus belle histoire • Concorso per la storia più bella	14.16	16
Lesungen der Geschichten im Museum • Lectures des histoires au musée • Lettura delle storie al museo	30.09	34
Anderes, nämlich: / Autre, à savoir: / Altro, vale a dire:	7.96	9

Anderes, nämlich: / Autre, à savoir: / Altro, vale a dire:
Ich habe mit Visitenkarten mit QR Codes statt Flyer, Postkarten zur persönlichen Kontaktpflege gute Erfahrungen gemacht. Museum soll eine Druck-Broschüre mit 3-5 schönen Geschichten in DINA 5 Grösse machen und auslegen. In Basel legt keines die TiM Mappe aus. Die Begegnungen ohne Selfie erfassen in der Erfolgsstatistik.
Möglichkeit von Sprachaufnahmen, insbesondere für 60+ Besuchende
Ideen/Vorschläge für verschiedene Textsorten, nicht nur Geschichten.

anstatt einem Regionalen Treffen besser 2 Treffen regional mitZeit zum Austausch, um die anderen Tim*erinnen kennen zu lernen.
YouTube Clips (mit verschiedenen Szenarien) als Erklärvideo
In generale i musei potrebbero essere maggiornamente coinvolti nelle azioni di promozione o gli uffici cantonali della cultura
Wettbewerbe gibt es so viele im Leben, viele Menschen stehen da schon genug unter Stress- es müsste ganz freiwillig sein und mit Einwilligung der Schreibenden - Lesungen sind (für mich persönlich) immer interessant- die Frage ist: braucht es nicht das Bild dazu - im Original - gibt es ev anschliessend im Austausch einen Dialog?
Museen in Schwyz
Wenn man meistens nicht selber Leute suchen müsste, sondern diese auf einen zukommen würden.

13 - Bekanntmachung / Faire connaître TaM / Pubblicizzazione

Wie kann TiM bekannter gemacht werden? Wie können TiMer*innen und Museen dazu gewonnen werden?
Comment faire mieux connaître TaM ? Comment obtenir de nouveaux bénévoles et musées partenaires TaM ?
Come si potrebbe pubblicizzare meglio il progetto TaM? Come possiamo trovare Volontari* e musei?

Antworten
Aktiv mit Vereinen/ Stiftungen/ Altersheimen/ Kindernetzwerken usw zusammenarbeiten, damit Menschen den Weg zu uns finden.
Flyer aufliegen lassen in Gemeindezentren, etc. Direkte Ansprechsperson für Vermittlung der TiMs
Indem TiM Museen selber werben und ihre TiMer einladen, Anlässe in ihren Agenden posten. Mittwochs-Matinée 1 x Jahr anbieten als TiM Event. TiM in ihrem Jahresbericht integrieren. Zum Prix Schappo Basel anmelden
Dranbleiben, jeder auch noch so kleine Beitrag ist ein Beitrag. Mehr ist nicht immer besser. Immer wieder Nachfragen bei allen Beteiligten. Würdigen und Bekanntmachen in den Medien.
Kulturlegi-Newsletter, Auf den Webseiten der Gemeinden eine Veranstaltung mit den regionalen TiMmern ausschreiben lassen, gezielt Mitarbeiter für Armutsbetroffene und Migranten anregen 1x/Monat ein TiMer zu kontaktieren
Die Museen müssten in erster Linie offen zeigen, dass sie ein TiM-Museum sind. Da habe ich bei "meinem" Museum schon zu kämpfen, damit man das auch öffentlich sieht.
Sollte in den PBZ Bibliotheken bekannt sein.
Kontaktaufnahme zu Gönner-/ Fördervereinen der jeweiligen Museen. Museen als Tandem besuchen und Geschichte posten, die noch nicht TiM Museum sind.
Werbung
In Kirchgemeinden, Sozialdiensten, Heimen, Generationenhaus… Flyer/Plakate aufhängen
Diese Frage stelle ich mir auch - es müsste mehr darüber gesprochen werden.
Flyer zum Verteilen. Ich hätte Kolleginnen, die ich gerne auf das Projekt aufmerksam machen würde.
Mund zu Mund, Präsenz im Museum, Bekanntmachung durch TiM Guides in Altersheimen und Co.
Eine Koordinierungsstelle im Museum müsste aktiv den Kontakt in unterschiedliche Zielgruppen suchen
Mehr Öffentlichkeitsarbeit
Mund-zu Mund-Propaganda
gut sichtbare Verweise auf das TiM-Angebot, jeweils direkt auf den Homepages der Museen
Einfach dranbleiben, bisherige Informationsstrategie beibehalten und bisherige Partnerschaften/Kooperationen noch etwas aktiver pflegen/nutzen und koninuierlich weiter ausbauen.
Einladungskarten für einen Museumsbesuch drucken lassen. Die Einladungskarte kann dann mit den entsprechenden Angaben (Ausstellung, Datum, Name der TIMer*in) ergänzt werden)..
Ich werde im September im Rahmen des Action-Psss ZVV einige Anlässe für SeniorInnen in der Nachbarschaft organisieren und dabei versuchen, andere Tandems zu motivieren.
Flyer und Plakate an Schulen/Studieneinrichtungen

habe noch zu wenig Erfahrung
Parler de TIM dans des contextes compatibles (groupes de lecture, associations etc). En parler de manière répétée.
Vieke beliebte Museen sind nicht bei Tim dabei, das würde mehr Menschen anziehen
TiM vorstellen beim Museumstag der Schweiz? TiM vorstellen bei der ICOM Jahres-Tagung?
Mund zu Mund Propaganda
Pubblicare articoli sui media locali e sulle piattaforme culturali
Wie wäre es, wenn wir auch mit dem Museumspersonal TiM machen würden? Wie steht es mit den Surprise-VerkäuferInnen? Wurde schon ein Anlauf, um diese Personen einzuladen?
Es muss für die Teilnehmer einfacher sein die eigene Geschichte zu finden, um sie andern zu zeigen. Für einige war das demotivierend. Ich brauche Einladungskarten, Flyer und Plakate auf Deutsch und auf Italienisch (Zweisprachiges Gebiet). Dürfen wir mit der Einwilligung der 'Koautorinnen/Dichter die Texte in einem Medium veröffentlichen oder während der Dauer der Ausstellung die Texte aufhängen?
Mund zu Mund- Propoganda, mehr Information für verschiedenen Institutionen.
Ich denke es wäre ev sinnvoll in den Museen einen Aushang zu machen mit der Möglichkeit eine Begleitperson zu erhalten. Do könnten Museumsbesucher dies weiterleiten. Sicher dies auch mit der Bitte es in ihren Mailversand zu nehmen.
Kick off
Unis und Hochschulen und andere Schulen... jemand der sich keinen Museumspass leisten kann
Das Museum Paul Gugelmann in Schönenwerd könnte Interesse haben.
Radio musikwelle
Kooperationen mit anderen Institutionen
Immer weiter dran bleiben
Vielleicht mehr Flyer an verschiedenen Orten auflegen
Museum könnte geeignete Leute anfragen.
Kick Off Veranstaltungen, Flyer in Bibliotheken und Info Aarau (falls nicht bereits vorhanden) auslegen
Indem man anderen Leuten von TiM erzählt. Damit konnte ich schon einige Leute gluschtig machen und so hat sich auch der Zeitungsartikel ergeben, der in einer Regionalzeitung erschienen ist.
Geschichten erfinden schreckt viele ab, sich als Timein zu melden. Würde eher Kommentare, Gedanken, Assoziationen zum ausgewählten Objekt schreiben
mehr Öffentlichkeitsarbeit
Ich finde, dass es am besten durch persönliche Empfehlung funktionieren.
Lautsprecherdurchsage im Museum / Plakate an Litfasssäulen/ Radiospot
Unter anderem Mundwerbung
Regionale Vernetzung stärken und medial bekannt machen.
Aushang in den Museen
Zum Beispiel Artikel in Schweizer Familie oder in anderen zeitschriften, im Fernsehen bei Kulturplatz, im Telesguard für Romanischinterssierte
TiM Veranstaltungen, von Museen beworben
Es wäre super, wenn das Museum auch noch instagram Materialien erhält zum Anlass, dann können wir es noch weiter verbreiten und mehr Werbung machen.
Mit Werbung weiter dranbleiben,
z.B. durch Aufhängen von Plakaten in Wohnsiedlungen, Schulen, Horten
C'est la question que je me pose actuellement ! Je pense qu'il faut multiplier les rencontres avec des partenaires influents susceptibles de créer des contacts (service de la cohésion multiculturelle, par ex.), des intervenants des musées (médiateurs/trices), des groupes intéressés qui n'ont pas l'habitude de fréquenter les musées.
presentando il progetto nei mass-media e nei luoghi nei quali ci sono potenziali persone interessate.

Tramite il Passaparola, riunioni culturali, plenum scolastici
Es braucht den persönlichen und physischen Kontakt! Das ist sehr zeitaufwändig.

14 - Bemerkungen · Remarques · Commenti

-

Antworten
A Neuchâtel, le projet TaM est en phase de transformation pour correspondre au spécificités du lieu
Da unsere Regioverantwortliche uns verlassen hat, ist bei uns einiges etwas träge und ein wenig mühsamer gelaufen. Es sieht nun aber so aus, dass wir einen Weg gefunden haben weiter zu machen. Es wurde am 24. März ein Mail geschickt, dass ich gerne zum Kunstmuseum und zur Kunsthalle Appenzell wechseln würde. Bis jetzt wurde das aber auf der Webseite noch nicht geändert. Auch ist nur noch eine Geschichte von mir in meinem Profil zu sehen. Obwohl ich doch viel mehr Geschichten gemacht habe. Werden die nach einer bestimmten Zeit wieder gelöscht? Herzlichen Dank für Eure Bemühungen die Museen näher zu den Menschen zu bringen und somit auch Menschen miteinander zu verbinden.
Tim hat mein Leben etwas reicher interessanter gemacht.
Für mich persönlich ist es eine grosse Hürde, die zwei Fotos plus die Geschichte für jeden Besuch posten zu müssen. Dies ist ehrlich gesagt auch der Grund, wieso ich sehr wenige Besuche mache. Könnte die Geschichte als optional gemacht werden?
Ich danke den Basler Geschichtstagen. Durch unsere Teilnahme und weitere Berichte in Social Media ist ein neues Netz von Kontakten entstanden. Basler Publikum hat TiM wahrgenommen. Mein Wunsch : Ein Preis für die schöne Sonnenblumen-Geschichte im Sommer, nach den Ferien. Erinnert, verstärkt, motiviert. Meine Vision: TiM Basel mit weiteren Museen bespielen und einmal den Prix Schappo gewinnen
Danke und allen weiterhin viel Freude! In meinen Augen ist es ein gelungenes Projekt,- und für wirklich Interessierte stelle ich mich auch weiterhin gerne zur Verfügung!
Ich mag die Idee sehr. Denke das es insbesondere bei monetärschwachsen wertvoll ist, ggfs. auch Menschen die mit Einsamkeit/Soziale Kontakte a chli Müh' haben. Ich danke für das Geschenk gratis mit jemanden gehen zu können. Ich selber habe den Musuemspass, daher für mich wirklich der menschliche Gewinn, die Eröffnung eines Themas und ein paar Stunden mit einem neuen Menschen ermöglichen
Ich habe Mühe mit dem neuen Begriff "TiMer*in". Der ist für mich viel zu sperrig. Die alte Bezeichnung "TiM-Guide" war genderneutral und einfach. Oder dann halt etwas in die Richtung wie "TiM-Begleitperson" oder so ähnlich.
Der Anreiz für Museen könnte besser hervorgehoben werden, Noch-nicht-Mitglieds-Museen aktiv kontaktieren
Ich würde mich sehr freuen, wenn die TiM/TaMer*innen-Flotte mehrheitlich aus jungen und jüngeren Menschen bestünde. Wir älteren und alten Damen (wie ich) und Herren würden die jungen TiM/TaMer*innen-Talente liebevoll mit unserer (Lebens-)Erfahrung unterstützen.
Ohne Eigeninitiative wenig Bedarf/Nachfrage
Ein grosses Kompliment- die Idee von TIM ist Menschenverbindend, kreativ, offen einfach wunderbar!
Danke liebe Franziska, TiM macht einfach grosse Freude!
Vielen Dank.
Ich bin erst kurz dabei, aber total begeistert von der Idee!
Ich komme zum Schluss, dass das Konzept TiM kaum zielführend ist. Auch finde ich darin keine Motivation für meine Aufgabe. Meine Aufgabe als TiM-Guide werde ich abgeben.
Gerne bringe ich mich hier ein, weil in mir dabei Motoren angehen, ich hier weiterwachsen könnte und ich hier alles als grosses Geschenk erlebe.
Freue mich auf weitere Besuche und Inspirationen
Danke für Eure Geduld mit mir! TOI TOI TOI PS: ich bin mehrsprachig-- auch Französisch und Italienisch, und natürlich Englisch. Vielleicht kann ich auch damit unterstützen?
Am Weltgeschichtentag 20.3.24 waren wir 3 TiM-Guides im Museum für Gestaltung im Toni. Und es gab keine Klientel. Am Mittwoch von 14 bis 16 Uhr ist es schwierig, Interessenten zu finden - eigentlich nur Kinder. Zum Glück war eine der Guides mit ihrem Partner und den 2 Kindern anwesend. So konnten wir doch 3 Posts machen. Es wäre sehr schön, wenn wir Guides mehr angefragt würden für TiM-Besuche.

Die Idee von Tim Tam hat eine grosse Zukunft
Merçi
Ich werde wieder aktiver werden müssen, um beurteilen zu können, was mir daran besonders gut gefällt und wie TiM bekannter gemacht werden kann
Mehrsprachigkeit muss im Projekt besser integriert werden (auch im Fragebogen: Was ist deine Sprache!!!!) Einmal habe ich unsere Geschichte nicht gefunden im Netz, kann man nicht das Museum eingeben und dann alle texte sehen , die dort gedichtet wurden? Ich hatte Tandem PartnerInnen, die allein dichten wollten, es war lustig, sie wehrten sich gegen jede Diskussion oder Dialog sie waren sehr vertieft und nahmen es sehr ernst, es waren 2 Frauen, die sehr gerne schreiben. Ein Gast hat eine Geschichte von Zuhause mitgebracht. Erst als ich die Texte auf Papier schrieb und auch die Angaben zu dem Kunstwerk/Künstler, gelang es mir diese in Ruhe zuhause einzutippen. Jeder Beitrag ist 'Arbeit', die viel Spass macht. Ich betreue ein Museum, das in einem Wartesaal ist, es ist witzig, aber ich habe immer alle im Blickfeld. Gut waren die Anlässe im Advent, und zum Weltgeschichten Tag - Menschen mögen auch Aperos. Solche Inputs helfen und ermöglichen es mir, mehr Leute zu mobilisieren, auch solche, die ich nicht kenne. Mir sind auch Missgeschicke passiert; einmal habe ich eine Geschichte verloren (gelöscht). Einmal war mein AKU leer!!! Kann ich den Teilnehmenden ihren Text zustellen? Wie?
Die Umfrage gibt für mich ein falsches Bild ab, weil ich im Museum, das ich ursprünglich ausgesucht habe, noch gar nicht war (Museum für Gestaltung). Grund: Ich habe den Adventsanlass im Ortsmuseum Meilen mit einer Freundin zusammen besucht, und eine kurze Geschichte dazu geschrieben. Dann wurde ich von Meilen noch einmal eingeladen für den Weltgeschichtentag und habe da mit einer Museumsbesucherin zusammen die Geschichte aufgeschrieben. Ich habe aber im Sinn, nächstens einmal mit einer alten Dame aus Oberrieden nach Zürich ins Museum zu gehen.
Ich gehe immer wieder mit Flüchtlingen und Menschen, die nie ins Museum gehen hin. Auch ohne den Vorzug des TIM Angebots. Es hat mich nämlich sehr erstaunt, als wir u.A. extra nach Chur ins Kunstmuseum fuhren und es hieß “wir haben unsere eigenen TIM Leute. Dies war mir völlig unbekannt. Ich hatte es so verstanden, dass man ein Museum angibt, wo man sicher hingeht, aber auch auf die Interessen der Menschen eingehen darf und für diese eine Ausstellung suchen kann. (Die Reisekosten übernehme immer ich- ich habe auch den Museumspass, bin beim Kunsthaus Zürich….) aber da habe ich wohl eine Wissensluecke, genauso ist mir nicht ganz klar ob die Person ich nur 1x mitnehmen kann. Ich danke für eine Information
Ich bin ganz frisch dabei. Ich kann noch nicht so viel zu den Besuchen sagen.
Ihr macht es alle gut. Es liegt an uns mehr zu tun. Lg Renate Katterbach
Vielen Dank für eure Arbeit!
Mir fehlte oft die Zeit dafür, leider. Und ich habe ungerne Sachen im Hinterkopf, die ich noch machen sollte. Schliesslich habe ich mal zugesagt.
Ich bin zur Zeit auf einer Reise bis im Juli. Danach geht es für mich erst richtig Los mit TiM. Sorry. Herzliche Grüsse Andreas Friedli
Kann ich auch in einem anderen Kanton mit jemandem Timen? Die interessierten Personen wohnen nicht in der Ostschweiz?
ich finde Tim tam eine gute Sache. Es macht Spass Museen so zu erleben.
Alles geschrieben, was wichtig ist!
Ich bin ganz neu in der Timer*innen Runde und deshalb sind meine Aussagen noch nicht aussagekräftig.
Toll, dass schon soviele Museen mitmachen!
Ich bin gerne TiMerin, nur ist mein zeitfenster sehr beschränkt da ich auch sonst als Freiwillige bei Workshops/Projekten mithelfe Auf jeden fall ist TimTam eine gute Sache!
Ich sollte noch eine offizielle Timerinnen Karte bekommen
Die Herangehensweise an die Ausstellung durch das Geschichtenerfinden öffnet neue Möglichkeiten, diese zu begehen. Dadurch, dass ein persönlicher Eindruck ausgewählt wird, und dieser erkundet und ein Gedanke durch Fantasie weiterentwickelt wird, wird einem Bewusst, wie persönlich der Bezug zu den Museumsinhalten ist (und auch sein darf). In der Praxis funktioniert das sehr gut, braucht aber einige Anleitung, wenn man sich das nicht gewöhnt ist. Die 1:1 Begleitung durch eine TiMer:in ist also sinnvoll. Beim Anlass am Weltgeschichtentag hatten wir leider keine Besuchende, was ich etwas damit in Verbindung bringe, dass es nicht so leicht verständlich ist, wie der Ansatz von TiM genau funktioniert, bis man diesen selbst einmal ausprobiert hat. Der konzeptuelle Zugang zur Herangehensweise ist also etwas umständlich beschrieben (online), was abschreckend wirken könnte.
Merci für die Möglichkeit der Mitwirkung und für die unentgeltlichen Eintritte.

Ich habe mich die letzten Jahre etwas zurückgezogen, weil die Erfahrung hier in der Region eher frustrierend war. Wir haben keine Museen in der Nähe, es braucht extrem viel Aufwand meinerseits, jemanden zu finden fürs Tandem und dann irgendwohin zu fahren in ein Museum. Das Museum für Urgeschichte(n) finde ich spannend für 1,2 Besuche, aber nicht jedes Mal.... Ausserdem sind die Höcks leider immer zu Zeiten, an denen ich nicht teilnehmen kann und ohne diese Teilnahme ist das Projekt sehr weit weg. Ich würde mich sehr gerne wieder mehr engagieren, aber die Rahmenbedingungen passen aktuell einfach nicht für mich.
Je trouve particulièrement difficile des trouver des personnes qui souhaitent s'engager bénévolement sur un moyen terme. L'association de prévention de l'illettrisme dès le préscolaire (www.pip-ne.ch), pour laquelle j'ai longtemps travaillé, fait le même constat.