

Teilnahmebedingungen MEGA Alumni Award 2026

Mit dem MEGA Alumni Award 2026 zeichnet MEGA jene zivilgesellschaftlichen Projekte und Organisationen aus, die seit 2019 gefördert wurden und sich als wirksame, beständige Bildungsinnovationen in Österreich etabliert haben.

INHALTSVERZEICHNIS:

1. TEILNAHME	2
2. PREISE	2
3. KATEGORIEN	2
4. FAHRPLAN	2
5. EINREICHFRAGEN	2
6. BEWERTUNGSKRITERIEN	5
7. ÜBERSICHT MEGA ALUMNI ORGANISATIONEN UND PROJEKTE	10
8. ALLGEMEINE BEDINGUNGEN	13
9. KONTAKT	13

1. TEILNAHME

Teilnehmen dürfen alle zivilgesellschaftlichen Projekte und Organisationen, die zwischen 2019 und 2025 durch die MEGA Bildungsmillion oder die MEGA Academy gefördert wurden. Die Anerkennungsförderung für Projekte, die beim Hearing nicht weitergekommen sind, fällt nicht darunter. Die Liste der teilnahmeberechtigten Projekte und Organisationen findet sich unter Punkt 7. Die Einreichung erfolgt ausschließlich online über das Einreichtool auf der Webseite: <https://mitmachen.megabildung.at/jetztteinreichen>.

2. PREISE

Im Rahmen des MEGA Alumni Awards werden sechs Projekte/Organisationen mit jeweils 50.000€ ausgezeichnet. Das Preisgeld ist frei verwendbar im Organisationszweck. Als Nachweis dient ein Kurz-Reporting nach 12 Monaten.

3. KATEGORIEN

Es gibt **3 Kategorien**: „**Breite Wirkung**“, „**Tiefe Wirkung**“ und „**Systemische Wirkung**“ und jedes Projekt entscheidet: „Wo sind wir am stärksten?“.

Kategorie	Fokus
Breite	Wie viele Menschen werden erreicht?
Tiefe	Was verändert sich konkret bei den Menschen?
System	Was verändert sich im System?

4. FAHRPLAN

22.April - 27.Mai:	Einreichphase
2.- 3.Juni:	Screening
Bis 9.Juni:	Bekanntgabe der Projekte, die zum Hearing eingeladen werden
25. Juni:	Hearing vor Fachjury
Mitte Juli:	Bekanntgabe 6 MEGA Alumni Awardees
Oktober:	Live Event mit Preisvergabe

5. EINREICHFRAGEN

1. Daten:

- Name des Projekts / der Organisation
- Jahr des Projektstarts
- Organisationsform/Rechtsform
- Spendenbegünstigung (ja/nein)
- Anschrift (PLZ der Organisation, Bundesland)
- Ansprechperson (Name, E-Mail, Telefon)
- Website (optional), Instagram (optional), Facebook (optional), Youtube (optional); LinkedIn (optional)

1.1. Reicht ihr als Projekt oder Organisation ein?

- Projekt
 Organisation

1.2. Worum geht es in eurem Projekt/eurer Organisation und was macht euren Ansatz besonders? (max. 600 Zeichen)

2. Kategorie-Auswahl

2.1. In welcher Kategorie möchtet ihr einreichen?

- Breite Wirkung
- Tiefe Wirkung
- Systemische Wirkung

2.2. Warum passt euer Projekt/eure Organisation besonders gut in diese Kategorie?

(max. 500 Zeichen)

3. Zielgruppe:

3.1. Mit welcher Zielgruppe oder Zielgruppen arbeitet ihr? (Mehrfach Antworten möglich)

- Kinder und Jugendliche
- Pädagog:innen, Lehrkräfte,
- Schul- und Kindergartenleitungen
- Sozialarbeiter:innen
- Eltern
- Sonstige:

3.2. Auf welche Alters- bzw. Bildungsstufen beziehen sich eure Angebote?(Mehrfach Antworten möglich)

- 0-6 Jahre (Elementarbereich)
- 6-10 Jahre (Primarstufe)
- 10-19 Jahre (Sekundarstufe I & II)
- Berufsschüler:innen
- Sonstige:

3.3. Beschreibe die in Frage 3.1. genannte Zielgruppe oder die genannten Zielgruppen im Detail. (max. 450 Zeichen)

3.4. Wie viele Personen habt ihr seit eurer Gründung erreicht?

Im Idealfall gebt ihr für jedes Jahr die Anzahl der erreichten Personen an. Dabei geht es um eure gesamte Wirkung – nicht nur um jene im Rahmen der MEGA-Förderung. Sollten euch diese Daten nicht in dieser Form vorliegen, beantwortet bitte Frage 3.4 so gut wie möglich auf Basis eurer vorhandenen Daten. Bitte geht dabei chronologisch vor und beginnt mit dem Jahr 2025.

3.5. Beschreibe die in Frage 3.4. angegebenen Zahlenangaben näher. (max. 450 Zeichen)

3.6. Mit welchen Angeboten habt ihr eure Zielgruppe erreicht? Bitte mach eine Aufzählung mit Bullet Points. (max 500 Zeichen)

4. Ressourcen

4.1. Wie hoch war euer Gesamtbudget seit Projektstart? Es geht um eure Gesamtwirkung – nicht nur im Rahmen der MEGA Förderung. Beantwortet die Frage 4.1. bestmöglich nach der vorhandenen Datenlage. Geht dabei chronologisch vor und beginnt mit dem Jahr 2025.

4.2. Wie hoch ist euer geplantes Gesamtbudget für das Jahr 2026?
(Zahlenangabe)

4.3. Wie setzt sich euer Budget für 2026 zusammen und wie viel davon ist bereits zugesagt?
Bitte gebt die prozentuale Verteilung an – insgesamt 100%. Gebt zuerst den Prozentsatz des geplanten Budgets ein. Der Beistrich wird automatisch gesetzt. Nach dem Beistrich gebt bitte den bereits zugesagten Prozentsatz an (Beispiel: 10,30).

- % Spenden (davon % zugesagt)
- % Öffentliche Mittel (davon % zugesagt)
- % Dienstleistungserlöse / Markteinkommen (davon % zugesagt)
- % Investoren / Eigenkapital (davon % zugesagt)

4.4. Wie groß ist euer Team aktuell (in Vollzeitäquivalenten, VZÄ)? (Zahlenangabe)

- Hauptamtliche (VZÄ):
- Ehrenamtliche (optional, Kopfzahl):

4.5. Wer sind eure Netzwerkpartner:innen und welches Know-How bringen diese ein? (max. 400 Zeichen)

5. Wirkung

5.1. Wie misst oder überprüft ihr die Wirkung eures Projekts oder eurer Organisation? Wie regelmäßig findet diese Wirkungsmessung statt? Erfolgt sie durch externe Stellen oder ist sie in eure internen Prozesse integriert? Bitte beschreibt euren Wirkungsmessungsprozess.
(max 750 Zeichen)

5.2. Welche Wirkung in der ausgewählten Kategorie konntet ihr bisher erzielen? (max. 1500 Zeichen)

5.3. Gab es darüber hinaus Veränderungen auf struktureller Ebene (z. B. in Systemen oder Rahmenbedingungen)? (optional, max. 500 Zeichen)

5.4. Wenn ihr eure Wirkung in der ausgewählten Kategorie in einem Satz beschreiben müsstet – wie würde dieser lauten? (130 Zeichen)

5.5. Bitte beschreib 2 konkrete Beispiele von eurer Wirkung in der ausgewählten Kategorie.

(Pflicht: 2, optional: 3) Die Wirkungsgeschichten sollen eure Wirkung in der gewählten Kategorie konkret veranschaulichen. Erzählt im Storytelling Style- im Idealfall anhand einer realen oder fiktiven Person, die von eurem Angebot profitiert. (max.1500 Zeichen pro Geschichte)

6. Preisgeld (optional)

6.1. Wofür würdet ihr das Preisgeld verwenden? (max. 300–400 Zeichen)

7.Upload (optional, max. 2 PDF Dokumente)

6. BEWERTUNGSKRITERIEN

Es gibt **3 Kategorien**: **“Breite Wirkung”**, **“Tiefe Wirkung”** und **“Systemische Wirkung”**. Jedes Projekt wählt die Kategorie, in der das Projekt oder die Organisation seine größte Stärke hat. Eine Einreichung ist nur in einer Kategorie möglich und wird auch nur innerhalb dieser bewertet.

Kategorie	Fokus
Breite	Wie viele Menschen werden erreicht?
Tiefe	Was verändert sich konkret bei den Menschen?
System	Was verändert sich im System?

Kategorie 1: Breite Wirkung

Ziel: Bewertung der Fähigkeit eines Projekts, viele Menschen zu erreichen und seine Wirkung über größere Zielgruppen hinweg zu skalieren – unter Berücksichtigung der Projektlaufzeit, der adressierten Zielgruppe und der verfügbaren Ressourcen.

Breite Wirkung					Punkte (0-6)
1.	Art der Wirkung	Wie viele werden erreicht?	<ul style="list-style-type: none"> Wie viele Menschen wurden erreicht? 	50%	

			<ul style="list-style-type: none"> • Wie hat sich die Reichweite über die Zeit entwickelt? • Ist die Reichweite im Verhältnis zur Projektlaufzeit überzeugend? 		
2.	Effizienz	<p>Wie effizient werden die verfügbaren Ressourcen in Wirkung übersetzt?</p> <p><u>Hinweis:</u> Ressourcen u.a. Teamgröße, Budget, Einbettung/Netzwerk etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wie viel wurde mit den vorhandenen Ressourcen erreicht? • Werden die Ressourcen sinnvoll eingesetzt? • Steht der Ressourceneinsatz im Verhältnis zur Zielgruppe? • Wird im Verhältnis zu den Möglichkeiten besonders viel erreicht? 	20%	

3.	Ansatz	<p>Wie gut ist der Ansatz umgesetzt und auf die Zielgruppe ausgerichtet?</p> <p><u>Hinweis:</u> Viele Menschen zu erreichen, reicht allein nicht aus – entscheidend ist, dass der Ansatz bei der Zielgruppe grundsätzlich wirksam ist.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ist nachvollziehbar, warum der Ansatz wirkt? • Ist der Ansatz gut auf die Zielgruppe abgestimmt? • Wird der Ansatz konsistent und in hoher Qualität umgesetzt? • Entfaltet der Ansatz bei der Zielgruppe tatsächlich Wirkung? 	30%	
----	---------------	---	--	-----	--

Kategorie 2: Tiefe Wirkung

Ziel: Bewertung, wie stark und nachhaltig sich bei den Teilnehmenden tatsächlich etwas verändert hat. Im Unterschied zur Kategorie „Breite Wirkung“, bei der die Reichweite im Fokus steht, geht es hier um die Qualität der Veränderung: also darum, was sich konkret bei den Teilnehmenden verändert hat und wie nachhaltig diese Veränderung ist- unter Berücksichtigung der Projektlaufzeit, der adressierten Zielgruppe und der verfügbaren Ressourcen.

Tiefe Wirkung					Punkte (0-6)
1.	Art der Wirkung	<p>Was verändert sich konkret bei den Teilnehmenden?</p> <p><u>Hinweis:</u> Bewertung relativ zur Projektlaufzeit;</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wie stark war die Veränderung bei den Teilnehmenden? • Welche konkreten Kompetenzen, Haltungen oder Verhaltensweisen wurden entwickelt? 	50%	

		Tiefenwirkung ist oft erst über längere Zeit sichtbar.	<ul style="list-style-type: none"> • Wie nachhaltig ist die Wirkung über die Projektteilnahme hinaus bestehen geblieben? • Entstand bei den Teilnehmenden tatsächlich Wirkung – über kurzfristige Effekte hinaus? 		
2.	Effizienz	<p>Wie effizient werden die verfügbaren Ressourcen in Wirkung übersetzt?</p> <p><u>Hinweis:</u> Ressourcen u.a. Teamgröße, Budget, Einbettung/Netzwerk etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wie viel wurde mit den vorhandenen Ressourcen erreicht? • Werden die Ressourcen sinnvoll eingesetzt? • Steht der Ressourceneinsatz im Verhältnis zur Zielgruppe? • Wird im Verhältnis zu den Möglichkeiten besonders viel erreicht? 	20%	
3.	Ansatz	Wie gut funktioniert der Ansatz?	<ul style="list-style-type: none"> • Ist nachvollziehbar, warum der Ansatz funktionieren sollte? • Ist der Ansatz gut auf die Zielgruppe zugeschnitten? • Wird der Ansatz konsistent und in hoher Qualität umgesetzt? 	30%	

Kategorie 3: Systemische Wirkung

Ziel: Bewertung der Fähigkeit eines Projekts, über die direkte Projektarbeit hinaus strukturelle Veränderungen zu bewirken und nachhaltige Wirkung im System zu verankern – unter Berücksichtigung der Projektlaufzeit, der adressierten Zielgruppe und der verfügbaren

Ressourcen. Systemische Wirkung zeigt sich in der dauerhaften Verankerung von Ansätzen in Strukturen, Institutionen oder Rahmenbedingungen sowie in stabilen Kooperationen mit systemischen Akteuren (z. B. Verwaltung, Bildungsdirektionen, PHs).

Systemische Wirkung					Punkte (0-6)
1.	Art der Wirkung	Was verändert sich im System? <u>Hinweis:</u> Bewertung relativ zur Projektlaufzeit;	<ul style="list-style-type: none"> ● Welche strukturellen Veränderungen wurden erreicht? ● Inwiefern wurde der Ansatz in Strukturen oder Systemen verankert? ● Wirkt das Projekt über sich selbst hinaus (z. B. durch Übernahme durch andere und/oder Partnerschaften mit systemischen Akteuren)? 	50%	
2.	Effizienz	Wie effizient werden die verfügbaren Ressourcen in Wirkung übersetzt? <u>Hinweis:</u> Ressourcen u.a. Teamgröße, Budget, Einbettung/Netzwerk etc.	<ul style="list-style-type: none"> ● Wie viel wurde mit den vorhandenen Ressourcen erreicht? ● Werden die Ressourcen sinnvoll eingesetzt? ● Steht der Ressourceneinsatz im Verhältnis zur Zielgruppe? ● Wird im Verhältnis zu den Möglichkeiten besonders viel erreicht? 	20%	

3.	Ansatz	Wie gut funktioniert der Ansatz?	<ul style="list-style-type: none"> • Ist klar, warum der Ansatz systemisch wirkt? • Passt der Ansatz zu den relevanten Strukturen und Akteuren? • Wird er gut und konsequent umgesetzt? • Werden passende Hebel genutzt (z. B. Kooperationen, Verankerung, Multiplikation)? 	30%	
----	---------------	---	---	-----	--

7. ÜBERSICHT MEGA ALUMNI ORGANISATIONEN UND PROJEKTE

Acker Österreich
AFYA - Stark durch die Schule
Agent:Lehr.KRAFT
Amlogy
Artsip
Bibliobox
buntaž
Büro für Kollaborationskultur- Soziokratische Klassensprecher*innen-Wahl
Cape 10-The Power of Music
Caritas Steiermark - Kindergartensozialarbeit
Caritas Wien - Freispiel
Caritas Wien - Lerncafé
CoBros
Comigo
Culture School

Diakonie de La Tour - IDA - Ich & Du im Austausch
Diakonie-Sesam
die Chefredaktion
die Nachbarinnen
Digitaler Kompass
Failstunde
FH Salzburg - YELP
Freifach.at
Geldhelden
Grow Together
heidenspass
Hobby Lobby
IFTE - Young Entrepreneurs Programe und Youth Entrepreneurship Week
Impact Hub Tirol
Innoviduum-Talent Loop
Invest it!
JA Austria
Jugend am Werk - #futureimpactory
Kicken ohne Grenzen
Kopfgarten-Glückskind
Kultur für Kinder- Kulturschultüte
Lehrwert
Let's Play
Migrare - Mama Stark
Mittelschule Ybbsitz- Pop Up & Repair Store
Mona-net.at
Moonshot Pirates
Netzwerk frühe Leseförderung: Was steht da?
Offene Jugendarbeit Dornbirn (OJAD) - ChancenBildung
OPENSchool
Pathfindr

PH Vorarlberg - Flourishing SE
Rat auf Draht - Peer2Peer Beratung
Rauszeit
Sags Multi
Salzburg Begreifen
Samariter Bund Wien- LernLEO Plus
Schoolfox
Schule im Aufbruch
schule.at
SEED
Seitenwechsel
Sindbad
Skills-UP!
Social Impact Award
Speak up Sexualpädagogik
Startklar
Studyly
Styria Vitalis-Mein Weg
Superar
Talentify
Teach for Austria
Teacher Support
Teachingo
The Things We Learn-Bildungsnachbarschaft Koppstraße
Three Coins
TU Wien- Informatics eduLAB
Unicef - Kinderrechte Schule
Upstrive
uugot.it - sCOOLing
Wald am See
Wiener Lerntafel

Wissens°raum
WU- Finanzbildungscoaches
WU-Changemaker Programm
Younus Mentoring
Zukunftstag

8. ALLGEMEINE BEDINGUNGEN

● **Begünstigung:** Mit Übermittlung der Kontodaten zwecks Auszahlung bestätigen Sie unwiderruflich, dass Ihnen über den Preis im Rahmen der MEGA Ausschreibung hinaus keine weiteren Begünstigungen und Begünstigtenrechte gegenüber des MEGA Bildungsvereins zustehen.

● **Urheberrechte:** Der Bildungsverein hat das Recht, alle ausgewählten MEGA Projekte und Initiativen im Rahmen der Berichterstattung über den MEGA Bildungsverein, die Ausschreibung bzw. über die Juryentscheidung und in Publikationen über den MEGA Bildungsverein ohne zeitliche und örtliche Begrenzung und in allen Medienarten entgeltfrei zu kommunizieren und veröffentlichen.

Weiters hat der MEGA Bildungsverein das Recht, die ausgewählten MEGA Projekte im Rahmen ihrer Öffentlichkeits- und Informationsarbeit und in Publikationen zeitlich und örtlich uneingeschränkt zu präsentieren oder auszustellen.

Die Einreicher:innen erklären weiters, dass durch ihre Teilnahme an der Ausschreibung keine Rechte Dritter, insbesondere Urheberrechte, verletzt werden und hält die für die Veröffentlichung Verantwortlichen von Ansprüchen Dritter schad- und klaglos.

● **Datenschutz:** Die Datenschutzerklärung für die Einreichung bei der Ausschreibung "MEGA Alumni Award 2026" befindet sich im Online-Einreichtool.

9. KONTAKT

Bei Rückfragen kontaktiert gerne Camilla Seilern
E: camilla.seilern@megabildung.at