

Beispielindikatoren für die entwicklungspolitische Inlandsarbeit

2013



Ergebnisse der Konferenz »Wirkungsorientierung und
Evaluation in der entwicklungspolitischen Inlandsarbeit«
vom 21.–22. November 2012 in Berlin.

Inhalt

Zum Mehrwert der Indikatorenliste – 3

Der Indikator gehört dir – Ein Blitzlicht auf die Bildung und die Rolle von Indikatoren – 4

Ein Kommentar von Andreas Rosen, Stiftung Nord-Süd-Brücken

Beispielindikatoren – 8

Informationsveranstaltungen – 8

Fortbildungen für Multiplikatoren/innen – 10

Veröffentlichungen – 11

Kampagnen – 12

Schulische Bildungsarbeit – 14

Begegnungsarbeit – 15

Online Tools/Social Media – 16

Impressum – 17

Zum Mehrwert der Indikatorenliste

Die nachfolgende Liste ist das Ergebnis einer NRO-Konferenz¹, die am 21. und 22. November 2012 in Berlin stattfand. Die Indikatoren wurden anhand von konkreten Projektbeispielen auf der Konferenz entwickelt². Sie sind deshalb nicht beliebig anwendbar und müssen für den jeweiligen Projektkontext angepasst werden.

Die Indikatoren helfen den in der entwicklungspolitischen Bildung Aktiven dabei, Ideen für konkrete Messgrößen zu entwickeln, um die direkten Wirkungen und Ergebnisse der eigenen Arbeit zu messen. Vor der Veröffentlichung gab es innerhalb der die Konferenz ausrichtenden Nichtregierungsorganisationen eine Debatte über den Mehrwert der vorliegenden Liste: Einerseits bietet die Liste Ideen für die Formulierung von Projektindikatoren und hilft so insbesondere bei der Erstellung von Förderanträgen. Andererseits kann sie dazu verleiten, auf eine ernsthafte Auseinandersetzung mit den eigenen Projektzielen, Wirkungen und den Zusammenhängen zwischen diesen und den geplanten Aktivitäten zu verzichten.

Wie wird ein Indikator gebildet?

Die Liste gibt keine Anleitung an die Hand, wie systematisch passende Projektziele entwickelt und diese mithilfe von Indikatoren messbar gemacht werden können. Hierfür geben die Handreichung von Brot für die Welt und dem Evangelischen Entwicklungsdienst (2010) und die Handreichung der Stiftung Nord-Süd-Brücken und der Berliner Entwicklungspolitischen Ratschlag (2010) eine gute Anleitung.

Viele Indikatoren beziehen sich auf Qualitätskriterien. Eine Hilfestellung können für diese Art von Indikatoren externe Qualitätskriterien bieten: VENRO hat im Jahr 2012 eine Liste mit Qualitätskriterien erarbeitet, die Praktiker in ihrer Arbeit nutzen können. Wichtige theoretische Hinweise hierzu finden sich Jahrbuch Globales Lernen 2012/2013; eine Liste mit weiteren Qualitätskriterien steht auf der Webseite von VENRO zum Download.

- 1 Die Veranstaltung wurde organisiert von der Arbeitsgemeinschaft der Eine Welt Landesnetzwerke, dem Berliner Entwicklungspolitischen Ratschlag, Care Deutschland-Luxemburg, Epiz Berlin, Misereor, Stiftung-Nord-Süd-Brücken, Verband Entwicklungspolitik Niedersachsen, Welthungerhilfe und VENRO. Finanziell wurde sie auch durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) unterstützt.
- 2 Im Nachgang der Konferenz hat eine Arbeitsgruppe die Indikatoren zusammengefasst. Schließlich wurde sie mit teilnehmenden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern diskutiert und noch einmal gründlich überarbeitet. Den Wissenschaftler/innen, namentlich Dr. Claudia Bergmüller vom Lehrstuhl für Allgemeine Pädagogik der Universität Bamberg, Dr. Stefan Silvestrini, Geschäftsführer des Centrums für Evaluation (CEval) in Saarbrücken, Susanne Höck von EOP-evaluation sowie Dr. Heidi Grobbauer und Dr. Jean-Marie Krier von KommEnt aus Salzburg, danken wir sehr für ihr Engagement.

Der Indikator gehört dir – Ein Blitzlicht auf die Bildung und die Rolle von Indikatoren

*Ein Kommentar von Andreas Rosen,
Stiftung Nord-Süd-Brücken*

Vielen ehrenamtlichen und hauptamtlichen Engagierten der entwicklungspolitischen Inlandsarbeit bereitet es Probleme und Kopfschmerzen, im Rahmen der Projektplanung geeignete Indikatoren zu bilden, die Indikatoren beim Projektmonitoring eventuell anzupassen oder zur Überprüfung von Zielen bzw. Wirkungen einzusetzen.

Deswegen sind im Folgenden einige Hinweise zusammengefasst, wie Mitarbeitende und Projektverantwortliche in der entwicklungspolitischen Inlandsarbeit den Indikator beherrschen und sich nicht von ihm beherrschen lassen.

1. Der Indikator ist ein Instrument der Wirkungsbeobachtung

Der Indikator für sich genommen ist nicht mehr als ein Hilfsinstrument. Entscheidend und zentral bei der Projektentwicklung und auch Auswertung sind die positiven (Aus) Wirkungen eines Projektes auf die Zielgruppen oder die »guten« Veränderungen der gesellschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen – bezogen auf ein zuvor beschriebenes Problem, einen Missstand oder eine sonstige veränderungswürdige Situation.

2. Der Indikator ist ein Blinklicht

Im Englischen bedeutet »indicator« Anzeiger oder Blinker. Es geht hier also um nichts anderes als um eine Anzeige, die aufleuchtet, wenn ich mich mit dem Projekt (bzw. den anvisierten Zielen/direkten Wirkungen) auf dem »richtigen Weg« befinde.

Der Anzeiger/Blinker kann mir zum Beispiel verraten, bei wie viel tatsächlich erschienenen Personen meine Veranstaltung für mich »erfolgreich«, »relevant« oder »effizient« ist. Der Blinker kann mir auch signalisieren, wenn Veränderungen bei den Teilnehmenden auftreten, die ich bewirken wollte.

Ein Anzeiger kann zum Beispiel sein, dass ich die Personen zähle, die nach der Veranstaltung empört zu mir kommen und sagen, man müsse unbedingt etwas tun.

Einen weiteren Indikator könnte ich so ausstatten, dass »es leuchtet«, wenn binnen der nächsten vier Wochen fünf unterschiedliche Nach- und Anfragen mit Bezug zur Veranstaltung kommen.

3. Der Indikator gehört den Projektverantwortlichen und nicht dem Geldgeber

Der Indikator gehört den Projektverantwortlichen und nicht den Geldgebern, die dieses Projekt finanzieren. Der Indikator wird nicht gebildet, um einen Geldgeber zu beeindrucken oder zu überzeugen. Er wird im Rahmen der Projektplanung (denn die Projektverantwortlichen definieren ja die zu erreichenden Ziele und beabsichtigten Wirkungen), des Monitorings und der Auswertung gebildet, damit die Projektverantwortlichen wissen, ob und wann und zu welchem Grade sie ihr Ziel bzw. ihre Wirkungen erreicht haben. Diese Informationen benötigen die Projektverantwortlichen des Weiteren, um

zu lernen und immer bessere, wirkungsvollere Projekte zu machen. Und erst an dritter Stelle sind dann Indikatoren auch nützliche Werte und »Informationsbündel«, die im Rahmen der Sachberichterstattung – für wen auch immer – Auskunft darüber geben, ob ich das erreicht habe, was ich erreichen wollte.

4. Du entscheidest, was dein Indikator dir spiegeln soll

Die Projektverantwortlichen entscheiden (und sie müssen es letztlich verantworten), mit welchen Merkmalen und Informationen die Indikatoren ausgestattet werden. Wie oberflächlich oder tiefgehend die hervorgerufenen Veränderungen bei den Zielgruppen, ausgelöst durch das Projekt, beschrieben, gemessen und dokumentiert werden, hängt von den Projektverantwortlichen und den vorhandenen Ressourcen ab.

Es lassen sich Indikatoren bilden, die etwas über die Qualität der bereitgestellten Leistungen (Produkte, Dienstleistungen) sagen: Es blinkt, wenn die Teilnehmenden zufrieden mit dem Vortrag oder der anschließenden »offenen« Diskussion sind.

Es lassen sich aber auch Anzeiger formulieren, die etwas über die Nutzung der von dem Projekt bereitgestellten Leistung aussagen: Es leuchtet, wenn die Teilnehmenden eines schulischen Projekttag Argumente gegen die Rekrutierung von Kindersoldaten in ihren Schulaufsatz aufnehmen.

Und letztlich lassen sich Anzeiger so mit nützlichen Informationen ausstatten, dass ich auch etwas über die unmittelbare Wirkung der Veranstaltung sage. Es blinkt, wenn es mit und nach der Veranstaltung gelingt, die Problematik der Kindersoldaten in eine breitere Öffentlichkeit zu tragen, indem z. B. zentrale inhaltliche Aspekte in einem Artikel in der Lokalzeitung ihren Niederschlag finden.

5. Es gibt keine richtigen oder falschen Indikatoren – nur aussagekräftige und weniger aussagekräftige Indikatoren

Einen Indikator darüber zu bilden, dass »zehn Veranstaltungen durchgeführt wurden« ist letztlich ein »unbefriedigender« Indikator, der wenig bis gar nichts über die Auswirkungen meines Vorhabens aussagt, sondern lediglich in sehr begrenztem Umfang etwas über die Bereitstellung der Leistung aussagt. Deshalb finden sich diese Indikatoren auch nicht in der nachfolgenden Liste. Diesem Indikator die Informationen hinzuzufügen, dass in Folge der zehn Veranstaltungen in Sachsen sich fünfzehn Personen aktiv an dem bundesweiten Aktionstag gegen Rekrutierung von Kindersoldaten in Leipzig beteiligen, lässt schon Rückschlüsse auf das Projektziel bzw. die direkte Wirkung zu, ob es z. B. gelungen ist, Erwachsene für das Unrecht gegenüber Kindersoldaten zu sensibilisieren und deren Handlungsbereitschaft zu mobilisieren.

6. Du entscheidest, wann unterwegs »ab- oder umgebogen« wird

Der formulierte Indikator ist kein Dogma, an dem man festhalten muss. Es kann sein, dass der Indikator, den die Verantwortlichen sich bei der Projektentwicklung überlegt hatten, unterwegs (bei der Projektumsetzung, beim sogenannten Monitoring) als nicht nützlich, unerreichbar oder schlicht unsinnig erscheint. Dann sollte die Projektverantwortlichen nichts davon abhalten, anzuhalten, den Indikator einzukassieren, eventuell einen neuen Indikator aufzustellen und weiterzufahren. Diese Veränderung sollte natürlich im Rahmen des Projektmonitorings, der Wirkungsbeobachtung und der Sachberichterstattung erklärt und begründet werden.

Wir möchten dieser Liste deshalb explizit den Aufruf an alle Projektverantwortlichen voran stellen, sich im Team durch die Entwicklung von sinnvollen Projektzielen und dazugehörigen Indikatoren zu einigen und im Nachgang zu überprüfen, ob diese erreicht werden konnten.

Aus diesem Grund empfehlen wir dem Leser auch, sich in der Praxis auf wenige Indikatoren zu beschränken und sich intensiv mit diesen auseinander zu setzen. Der Aufwand der Evaluierung sollte in einem angemessenen Verhältnis zum Umfang der Maßnahme stehen, bspw. hinsichtlich des methodischen Aufwands, der damit verbundenen Kosten oder auch der Anzahl der Indikatoren.

Wie viel Auswertung ist zumutbar?

Auswertungen und Evaluierungen machen Arbeit. Mit jeder Evaluierung muss also die Frage nach der Zumutbarkeit einer Datenerhebung sowohl gegenüber den Projektverantwortlichen also auch gegenüber den Teilnehmenden gestellt werden. Deshalb ist es in den meisten Fällen wichtig, eine Auswahl der zu evaluierenden Maßnahmen und damit der zu erhebenden Daten zu treffen. Eine wichtige Frage, die im Vorfeld einer jeden Evaluierung geklärt werden muss ist »Schaffen wir es, die Daten nicht nur zu erheben, sondern auch auszuwerten, zu bewerten und Schlüsse für unsere Arbeit daraus zu ziehen?« Sollte dies nicht der Fall sein, dann verzichtet man lieber ganz auf eine Evaluierung.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und viele Anregungen bei der Durchsicht.

Erläuterungen zum Indikator und zu den Ebenen

Indikatoren sind Kenngrößen, die über einen bestimmten, oftmals komplexen und nicht direkt messbaren Tatbestand Auskunft geben. Die folgende Liste gibt Beispiele für Indikatoren, die Ergebnisse und Wirkungen von Projekten der entwicklungspolitischen Bildungsarbeit nutzbar machen sollen. Dabei wird oft zwischen Indikatoren auf der Leistung-, Nutzungs- oder Wirkungsebene unterschieden.

Die folgende Skizze erläutert die Verwendung der Ebenen³:

Ebene der Wirkungskette	Beschreibung der Ebene	Mögliche Indikatoren	Mögliche Nachweise
Aktivitäten	Vorbereitung und Durchführung einer dreistündigen Infoveranstaltung für Menschen der Gemeinde Selsdorf	Auf der Aktivitätenebene werden keine Indikatoren gebildet. Höchstens auf der vorgeschalteten Ebene der Inputs/ Ressourcen (das wären in diesem Fall z. B. die für Vorbereitung eingesetzte Zeit, das eingesetzte Geld und Räumlichkeiten)	

3 Die Definitionen stammen mit freundlicher Erlaubnis der Autoren aus der Handreichung »Wirkt So.«, die 2010 von der Stiftung Nord-Süd-Brücken und dem Berliner Entwicklungspolitischen Ratschlag erstellt wurde (S. 55).

Ebene der Wirkungskette	Beschreibung der Ebene	Mögliche Indikatoren	Mögliche Nachweise
Leistung	Zwei ReferentInnen – davon eine Migrantin aus dem Senegal – berichten anschaulich und exemplarisch über externe Einflussfaktoren auf Senegal am Beispiel von EU-Agrar-Politik und Waffenhandel. Anschließend bleibt genügend Zeit für die Diskussion und Rückfragen	Die beiden ReferentInnen informieren die 50 Teilnehmenden mit 20-minütigen Inputs. Beide verteilen achtseitige Hintergrund-Dossiers und erklären sich bereit, Anfragen per E-Mail innerhalb von einer Woche zu beantworten	Skripte der ReferentInnen, Hintergrund-Dossiers, Feedback der ReferentInnen, ob und wie viele Anfragen per E-Mail gekommen sind
Nutzung der Leistung	Die anwesenden Gemeindemitglieder (TN) lesen die Hintergrund-Dossiers und bringen sich aktiv in die Diskussion ein	Die Inputs entfachen eine rege zweistündige Debatte, an der sich 20 Prozent der anwesenden Gemeindemitglieder mit Rückfragen und Kommentaren beteiligen. Im Anschluss an die Veranstaltung wird die Diskussion in mindesten drei herumstehenden Kleingruppen weitergeführt	Teilnehmende Beobachtung durch einen Mitarbeiter von Pro Senegal, Fotos
Direkte Wirkung	Die TN der Abendveranstaltung äußern sich differenzierter über die Situation im Senegal. Sie verlassen sich nicht mehr allein auf ihre Tageszeitung, sondern nutzen andere Quellen	Bei einem der Veranstaltung ausgelegten Fragebogen kreuzen sieben Personen an, dass die Informationen der Veranstaltung bei ihnen zu einem komplexeren Senegal-bild beigetragen haben. In den folgenden vier Wochen melden sich fünf TN bei den ReferentInnen oder Pro Senegal wegen weiterer Informationen. Ein Teilnehmer schreibt einen kritischen Lesebrief an seine Tageszeitung	Fragebogen, Dokumentation der Rückmeldungen durch ReferentInnen oder Pro Senegal, Lesebrief
Indirekte Wirkung	Pro Senegal erhält mehr Unterstützung durch die Selsdorfer Gemeinde	Fünf TN entscheiden sich im Laufe des Jahres nach mehrmaliger Begegnung mit Pro Senegal dafür, aktiv beim Verein mitzumachen	Außerhalb des Berichtszentrums Mitgliederliste, Protokoll des Vorstands

Beispielindikatoren

Die Liste gliedert sich in Indikatoren für Informationsveranstaltungen, Fortbildungen für Multiplikator/innen, Veröffentlichungen, Kampagnen, Schulische Bildungsarbeit, Begegnungsarbeit und Online Tools/Social Media und folgt damit der derzeit gängigen Praxis der entwicklungspolitischen Inlandsarbeit. Es gibt einige Überschneidungen, da sich die Bereiche nicht klar voneinander trennen lassen. Zuweilen lohnt sich der Blick in einen anderen Bereich, da von weiteren Anregungen kommen können.

Die Unterscheidung der Indikatoren in die Ebenen Aktivitäten, Leistung, Nutzung und Wirkung wird inzwischen von vielen Praktikern und Wissenschaftlern nicht mehr praktiziert, da sie einerseits verwirrend ist und andererseits sich die Erkenntnis durchsetzt, dass es bei Projektergebnissen vor allem um Qualität und Wirkung geht. In der Liste werden daher nur Nutzungs-, Qualitäts- und Wirkungsindikatoren erfasst, da wir diese als die zielführendsten betrachten (vgl. dazu die Ausführungen »Der Indikator gehört Dir«).

Informationsveranstaltungen⁴

Ebene der Aktivitäten:

→ DIE VERANSTALTUNG X FINDET STATT.

Ebene der Nutzung der Leistungen und Qualitätsindikatoren:

- Die Inhalte der Veranstaltung sind zielgruppengerecht aufbereitet.
- Die Veranstaltung ist partizipativ ausgerichtet, sie erfüllt die Qualitätskriterien zum Globalen Lernens Q1 und Q2.
- X Teilnehmer/innen geben an, die Veranstaltung als gelungen (informativ) zu empfinden.
- X Teilnehmer/innen geben inhaltliche, fachliche, methodische oder kritische Rückmeldungen.
- X Teilnehmer/innen diskutieren engagiert mit.
- X Diskussionsbeiträge gehen während der Veranstaltung von den Teilnehmer/innen ein.

Ebene der direkten Wirkung – Abendveranstaltungen

- X Teilnehmer/innen geben an, neue Erkenntnisse gewonnen zu haben.
- X Teilnehmer/innen geben an, dass sie die gewonnenen Erkenntnisse für relevant bzgl. des Themas T / ihrer Handlung halten.
- X Teilnehmer/innen geben an, dass sie beabsichtigen, die gewonnenen Erkenntnisse weiterzutragen.
- X Teilnehmer/innen können Thema T aus der neu gewonnenen Perspektive Z bewerten.
- X Teilnehmer/innen geben an, durch das Thema T Bezüge zum eigenen Handeln herstellen zu können.
- Die Meinung von X Teilnehmer/innen zu Thema T hat sich nach der Veranstaltung in Richtung Z verändert.
- X Teilnehmer/innen geben an, Interesse zum Thema T entwickelt zu haben.
- X Teilnehmer/innen unterschreiben die bei der Veranstaltung ausgelegte Petition.
- X Teilnehmer/innen fragen weitere Veranstaltungen des Anbieters an.

4 Anregungen hierzu finden sich auch bei den Schulungen für Multiplikator/innen und in der Kampagnenarbeit.

Ebene der direkten Wirkung – Veranstaltungsreihen, Veranstaltungen, die über mehrere Tage/Einheiten verlaufen

- Durch mehrmaliges Erscheinen auf Veranstaltungen des Anbieters zeigen X Teilnehmer/innen, dass sie die Veranstaltung des Anbieters als gelungen empfinden.
- X Teilnehmer/innen engagieren sich nach der Veranstaltung zumindest mittelfristig in einer Ortsgruppe der Organisation.
- X Teilnehmer/innen machen Vorschläge für weitere Veranstaltungen.

Ebene der direkten Wirkung – Veranstaltungen im Rahmen eines längerfristigen Projektes/im Rahmen einer Lobbykampagne

- Im Zeitraum Z nach der Veranstaltung erfolgt eine Reaktion der Zielgruppe, zum Beispiel in Form einer telefonischen Anfrage, eines Briefes oder einem Verweis in einem Interview, die sich thematisch, personell oder strukturell mit der Veranstaltung in Verbindung setzen lässt.
- Z Wochen nach der Veranstaltung geben Abgeordnete, die an der Veranstaltung teilgenommen haben, eine Pressemitteilung mit Argumenten des Veranstalters heraus.
- Z Wochen nach der Veranstaltung setzen sich X Abgeordnete, die an der Veranstaltung teilgenommen haben (zum Beispiel durch das Einbringen eines Antrags im Parlament/Schreiben an den Parteivorsitzenden/an den Minister) für Thema T der Veranstaltung ein.

Ebene der direkten Wirkung – Veranstaltungen im Rahmen eines längerfristigen Projektes/im Rahmen einer Aufklärungskampagne

- Im Zeitraum Z nach der Veranstaltung wird die Webseite häufiger besucht, als sonst.
- Im Zeitraum Z nach der Veranstaltung gehen aus dem entsprechenden PLZ-Bereich mehr Spenden und zum Thema T der Veranstaltung auf das Konto der veranstaltenden Organisation ein, als zu anderen Zeiten.
- Mindestens X Zeitungen/Zeitschriften greifen die Argumente A/die wesentlichen Inhalte I der Veranstaltung auf.
- Nach der Veranstaltung erscheinen in X (Fach)Medien inhaltliche Meldungen im Sinne der Organisatoren.
- Nach der Veranstaltung werden die Veranstalter/Organisatoren/Redner um Beiträge zu weiteren Fachveranstaltungen gebeten, dadurch erhält das Thema im Sinne der Veranstalter weitere Aufmerksamkeit.

Fortbildungen für Multiplikatoren/innen⁵

<p>Ebene der Aktivitäten:</p> <p>→ ES FINDEN X FORTBILDUNGEN FÜR MULTIPLIKATOR/INNEN STATT.</p>
<p>Ebene der Nutzung der Leistungen und Qualitätsindikatoren:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Fortbildung ist partizipativ ausgerichtet. • Die erbrachte Leistung orientiert sich an den Qualitätskriterien des globalen Lernens. • Die Ergebnisse der Befragung entsprechen quantitativ den vorher festgelegten Schwellenwerten und qualitativ den Inhalten der Fortbildung. • X Multiplikator/innen diskutieren kritisch, inhaltlich, konzentriert mit.
<p>Ebene der direkten Wirkungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • X Multiplikator/innen können das Thema T (z. B. den WHI) mit eigenen Worten erklären. • X Multiplikator/innen geben an, neue Impulse für die Evaluation von Bildungsprojekten erhalten zu haben. • X Multiplikator/innen bieten im Zeitraum Z eigene Angebote (z. B. schulische Projekttag) zum Thema T an. • X Multiplikator/innen geben an, dass sie die vermittelten Inhalte I im Arbeitskontext anwenden. • X Teilnehmer/innen übernehmen die vermittelten Erkenntnisse der Fortbildung in eigene Angebote. • Mindestens X Workshopangebote, die von den Multiplikator/innen ausgerichtet werden, entsprechen den Qualitätskriterien Q1 und Q2 des Globalen Lernens, sie sind beispielsweise kompetenzorientiert und thematisieren Unsicherheit und Nicht-Wissen. Die an die Leistung gestellten Qualitätskriterien Q1 und Q2 spiegeln sich in den Multiplikator/innen-Workshops wieder. • X Multiplikator/innen engagieren sich im Zeitraum Z für die Arbeit der Veranstalter/innen, in die beispielsweise Flyer verteilen, freiwillige Schichten in Weltläden oder bei Ortsgruppen übernehmen oder einen Leserbrief schreiben oder ihren Abgeordneten kontaktieren. • X Multiplikator/innen diskutieren das Thema mit Freunden/Bekanntem. • X Multiplikator/innen fragen weitere Fortbildungen an.

5 Hier finden sich zahlreiche Überschneidungen zum Thema »Veranstaltungen«. Für interessierte NRO kann es hilfreich sein, beide Listen durchzuschauen.

Veröffentlichungen

Ebene der Aktivitäten:

→ EINE VERÖFFENTLICHUNG WIRD ERSTELLT.

Ebene der Nutzung der Leistungen und Qualitätsindikatoren:

- Für die Veröffentlichung konnten die für das Thema T relevanten Personen als Autoren gewonnen werden.
- X Personen geben an, die Veröffentlichung gelesen zu haben.
- Die Veröffentlichung entspricht Qualitätskriterien für Veröffentlichungen, z.B. in dem sie verschiedene Perspektiven darstellt und zum Handlungsmöglichkeiten aufzeigt.

Ebene der direkten Wirkungen:

- X Leser/innen fühlen sich besser über das Thema informiert.
- X Leser/innen diskutieren Thema X mit Freunden und Bekannten und greifen dabei auf Argumente aus der Veröffentlichung zurück.
- X Leser/innen können nach der Lektüre Argumente zum Thema X für wieder geben.
- X Leser/innen besprechen das Thema mit Abgeordneten.
- Die Veröffentlichung wird im Zeitraum Z von X anderen Medien zitiert.
- Das Thema der Veröffentlichung wird im Zeitraum Z von X anderen Publikationen aufgegriffen.
- Im Zeitraum Z gibt es X Leserbriefe/Rückmeldungen auf die Veröffentlichung, in der die Argumente der Veröffentlichung unterstützend aufgegriffen werden.
- Im Zeitraum Z gibt es X politische Reaktionen (einen Brief, eine Pressemitteilung) auf die Veröffentlichung, in der die Argumente der Veröffentlichung positiv aufgegriffen werden.
- Mindestens X Abgeordnete/Mitglieder der Zielgruppe fragen im Beobachtungszeitraum Z einen Termin an, um die Veröffentlichung/das Positionspapier mit den Autor/innen zu diskutieren.
- In politischen Debatten wird im Zeitraum Z auf Inhalte der Veröffentlichung/des Positionspapiers Bezug genommen und die Argumente werden unterstützend wiedergegeben.
- In politischen Debatten wird im Zeitraum Z auf Inhalte der Veröffentlichung/des Positionspapiers Bezug genommen und es findet eine inhaltliche Auseinandersetzung mit den dargelegten Argumenten statt.
- X Leser/innen wollen weitere Publikationen erhalten.
- X Leser/innen wünschen sich Fortbildungen zum Thema.

Kampagnen⁶

Ebene der Aktivitäten
→ EINE KAMPAGNE FINDET STATT. SIE UMFASST DIE AKTIONEN X UND Y.
Ebene der Nutzung der Leistungen und Qualitätsindikatoren:
<ul style="list-style-type: none"> • X Personen geben bei der Unterschriftenaktion ihre E-Mailadresse an, um weitere Informationen zu erhalten.
Ebene der direkten Wirkungen – Veränderungen bei einer breiteren Öffentlichkeit
<ul style="list-style-type: none"> • X Teilnehmer/innen eines Kampagnen-Events können die Argumente der Kampagne wiedergeben und unterstützen diese. • X Teilnehmer/innen geben an, dass sie sich weiter mit dem Thema T der Kampagne auseinandersetzen wollen. • X Prozent der Teilnehmer/innen eines Kampagnen-Workshops erlernen die Kompetenz K. • X Teilnehmer/innen geben kritische Rückmeldungen und zeigen so, dass sie sich inhaltlich mit dem Thema auseinandergesetzt haben. • X Menschen in der Kampagnenregion geben an, aufgrund der Kampagne auch mit Freunden oder der Familie über das Thema T der Kampagne gesprochen zu haben. • X Multiplikator/innen geben an, aufgrund der Kampagne weiteren Zielgruppen die Kampagnenargumente Y weitergegeben zu haben. • X Teilnehmer/innen eines Kampagnen-Workshops setzen im Kampagnenzeitraum Z ihre neu erworbenen Kompetenzen für die Kampagne ein (zum Beispiel Blog erstellen, Facebook-Aufruf starten). • X Teilnehmer/innen eines Kampagnen-Workshops vernetzen sich (kooperieren) um weiter zum Kampagnenthema T zu arbeiten. • X Personen beteiligen sich mit ihrer Unterschrift an dem Kampagnen-Aufruf/der Petition. • X Personen unternehmen weitere Schritte, um die Kampagne zu unterstützen (z. B. lassen sich im Unterstützerkreis einschreiben, besuchen eine Ortsgruppe). • X Personen beteiligen sich an einer oder mehrerer Aktionen der Kampagne. • X Personen engagieren sich im Zeitraum Z nach der Kampagne ehrenamtlich in Organisationen. • Im Zeitraum Z nach der Kampagne geben X Teilnehmer/innen an, sich weiterhin für das Kampagnenziel Z einzusetzen. • Die Spendeneinnahmen in der Kampagnenregion sind während der Kampagnenlaufzeit höher, als zu anderen Zeiten. • Während der Kampagnenlaufzeit gehen mehr private Spenden ein, als zu anderen Zeiten. • Im Kampagnenzeitraum werden Mitarbeiter/innen der Kampagne zu X externen Veranstaltungen angefragt. • Mindestens X Medienvertreter/innen kontaktieren die Mitarbeiter/innen der Kampagne im Kampagnenzeitraum und nach der Kampagne im Zeitraum Z, um Hintergrundwissen zum Kampagnenthema zu erhalten. • X Medien zitieren aus Pressemitteilungen der Kampagne, und stellen die Argumente der Kampagne richtig dar.

6 Hier finden sich zahlreiche Überschneidungen zum Thema »Veranstaltungen«. Für interessierte NRO kann es hilfreich sein, beide Listen durchzuschauen.

Ebene der direkten Wirkungen – Kampagnenziele

- X Personen der Zielgruppe (Abgeordnete, Unternehmen) geben an, die Kampagne und ihre Ziele zu kennen.
 - X Personen der Zielgruppe können mindestens X inhaltliche Forderungen/Kampagnenziele benennen.
 - Während der Kampagnenlaufzeit Z nimmt der Adressat X (zum Beispiel Konzern) zu den Inhalten der Kampagne Stellung und setzt sich inhaltlich mit diesen auseinander, besser noch er zeigt, dass er aufgrund dieser eine Verhaltensänderung anstrebt.
 - Während der Kampagnenlaufzeit Z sucht der Adressat das Gespräch mit den Akteuren der Kampagne.
 - Das Kampagnenziel wird erreicht (zum Beispiel: Schulkantinen nehmen fair gehandelte Produkte in ihrem Sortiment auf. Die Anzahl der Schulen, die fair gehandelte Produkte anbieten, steigt im Kampagnengebiet um X Schulen).
 - Das Kampagnenziel wird zum Teil erreicht (zum Beispiel: Schulkantinen nehmen vermehrt fair gehandelte Produkte in ihrem Sortiment auf).
 - Der Kampagnenadressat X verändert sein Verhalten im Zeitraum Z. Dies kann plausibel mit den Forderungen/Aktivitäten der Kampagnenakteure in Zusammenhang gestellt werden.
 - Eine Forderung der Kampagne (z. B. nach einer Finanztransaktionssteuer) findet sich in Verlautbarungen (zum Beispiel im Wahlprogramm, in politischen Publikationen, in Gesetzesentwürfen) des Adressaten und es kann ein plausibler Wirkungszusammenhang zwischen den Kampagnenforderungen und den politischen Handlungen hergestellt werden.
-

Schulische Bildungsarbeit⁷

Ebene der Aktivitäten
→ EINE VERANSTALTUNG IN EINER SCHULE FINDET STATT.
Ebene der Nutzung der Leistungen und Qualitätsindikatoren:
<ul style="list-style-type: none"> • X Teilnehmer/innen bringen sich mit eigenen Gedanken in die Diskussion ein. • Das Thema X wird von den teilnehmenden Klassen im Unterricht engagiert (und kontrovers) diskutiert. • Die Veranstaltung richtet sich nach den Qualitätskriterien des Globalen Lernens, das heißt zum Beispiel, dass sie partizipativ ausgerichtet ist und auch Nicht-Wissen thematisiert. • X Schüler/innen engagieren sich in der Vorbereitung einer Projektwoche. • Nach dem Projekttag/Vortrag werden Fragebögen verteilt. X Fragebögen werden ausgefüllt und fristgerecht zurückgegeben. • X Teilnehmer/innen bewerten die Veranstaltung positiv. • X Teilnehmer/innen geben kritische Rückmeldungen.
Ebene der direkten Wirkungen:
<ul style="list-style-type: none"> • X Teilnehmer/innen können die Argumente zum Thema T wiedergeben. • X Teilnehmer/innen geben an, sich weiter mit dem Thema T auseinandersetzen zu wollen. • X Schüler/innen führen im Zeitraum Z nach dem Schulvortrag eine Spendenaktion durch. • X Schüler/innen werden ehrenamtlich in einer Ortsgruppe der Organisation tätig. • X Schüler/innen unterstützen die Ortgruppe bei außerschulischen Aktionen. • Mindestens X Teilnehmer/innen erzählen befürwortend in ihrem persönlichen Umfeld von den Projekthalten. • Das Thema wird von X teilnehmenden Schulen in den Curricula aufgegriffen. • X teilnehmende Schüler/innen geben an, ihr Umfeld im Sinne der vermittelten Ziele (zum Beispiel Kauf von fair gehandelten Produkten) beeinflussen zu wollen. • X Schüler/innen verändern nach dem Projekttag ihr Handeln im Sinne der vermittelten Projektziele und geben selbst an, dass die Veranstaltung ihre Entscheidungen diesbezüglich eine wichtige Rolle gespielt hat • X teilnehmende Schulen fragen weitere Angebote (z. B. Veranstaltungen) des Projekts an. • X gedruckte Exemplare bestimmter Bildungs-/Informationsmaterialien werden von X teilnehmenden Schulen nachgefragt vertrieben.

7 Hier finden sich zahlreiche Überschneidungen zum Thema »Veranstaltungen«. Für interessierte NRO kann es hilfreich sein, beide Listen durchzuschauen.

Begegnungsarbeit

Ebene der Aktivitäten

→ EIN SCHULAUSTAUSCH FINDET STATT.

Ebene der Nutzung der Leistungen und Qualitätsindikatoren:

- Das Begegnungsprogramm richtet sich an Qualitätskriterien der Begegnungsarbeit aus und beinhaltet zum Beispiel eine umfassende Vor- und Nachbereitung.
- X Teilnehmer/innen nehmen an den Vorbereitungsseminaren teil.
- X Teilnehmer/innen nehmen an einem Rückkehrer/innen-Seminar teil.
- Nach der Projektlaufzeit werden Fragebögen verteilt. X Fragebögen werden ausgefüllt und fristgerecht zurückgegeben.
- Die Teilnehmer/innen bringen sich mit eigenen Vorschlägen in die Gestaltung des Programmes ein.
- X Teilnehmer/innen bewerten das Angebot positiv.

Ebene der direkten Wirkungen – Schulaustausch

- Im Beobachtungszeitraum Z (über die Projektlaufzeit hinaus) gibt es X Nachfragen nach weiteren Unterrichtseinheiten.
- X Teilnehmer/innen bleiben nach dem Schulaustausch für einen Zeitraum Z in Kontakt mit ihrem Austauschpartner (z. B. via Social Media, E-Mail, Brieffreundschaft).
- X Schulen bauen die Partnerschaft mit der Schule im Partnerland weiter aus/führen diese fort.
- Die Partner/Schulen in beiden Ländern konnten während des Austauschs einen Zugewinn an Verständnis für den jeweils anderen entwickeln.
- In X Prozent der Schulaustauschprogramme bringen Schulen beider Länder eigene Themen in die weitere Zusammenarbeit ein. (Befragung, Beobachtung)
- X Schulen geben an, dass sie an der Ausgestaltung des Programms federführend beteiligt waren.

Ebene der direkten Wirkungen – Austauschprogramm für Menschen aller Altersgruppen

- X Teilnehmer/innen berichten empathisch über ihren Auslandsaufenthalt und die Lebensbedingungen im Gastland.
- X Teilnehmer/innen haben nach eigenen Aussagen Vorurteile und Stereotypen abgebaut.
- X Teilnehmer/innen bleiben nach dem Austausch für einen Zeitraum Z in Kontakt mit Personen aus ihrem Gastland (z. B. via Social Media, E-Mail, Brieffreundschaft).
- X Teilnehmer/innen halten im Zeitraum Z nach der Rückkehr einen empathischen Vortrag über ihren Aufenthalt.
- X Teilnehmer/innen führen eigene Workshops und Seminare im Zusammenhang mit ihrer Auslandserfahrung durch.
- X Teilnehmer/innen schreiben ihre Auslandserfahrungen auf und stellen diese anderen zur Verfügung.
- X Teilnehmer/innen geben an, dass sie aufgrund der Teilnahme an dem Programm einen Berufswunsch in der Entwicklungszusammenarbeit/bei internationalen Organisationen entwickelt haben.

Online Tools/Social Media

Facebook

Ebene der Aktivitäten

→ DIE SOCIAL MEDIA ARBEIT EINER ORGANISATION WIRD AUSGEBAUT.

Ebene der Nutzung der Leistungen und Qualitätsindikatoren:

- Beiträge auf der Facebook-Seite regen eine Diskussion im Sinne des Themas in den Kommentaren an.
- Die Anzahl der Nutzer/innen, die eigene Beiträge auf der Facebook-Seite der Organisation posten, steigt.
- Die Werte der Nutzungsstatistik (Freunde, likes, Kommentare, Fans) verbessern sich im Zeitraum Z.

Ebene der direkten Wirkungen:

- X Personen nehmen an einer Veranstaltung teil, von der sie auf Facebook erfahren haben.
- X Personen spenden im Zeitraum Z über die Facebook-Seite.
- X Personen bekunden in den Kommentaren ihr Interesse für die Arbeit der Organisation.
- X Nutzer/innen beteiligen sich als Administrator/innen an der Facebook-Seite.
- X Nutzer/innen werden aufgrund der Informationen auf Facebook und der Aufrufe auf der Webseite zu offline-Engagierten, das heißt sie engagieren sich beispielsweise in einer Ortsgruppe.

Webseite

Ebene der Nutzung der Leistungen und Qualitätsindikatoren:

- Die Verweildauer der Nutzer/innen steigt über die Zeit im Zeitraum Z.
- Die Einstiegs-/Ausstiegsraten zeigen, dass über die Webseite Informationen gesucht werden.
- X Personen verlinken von der eigenen Webseite auf die Webseite der Organisation.
- X Personen verlinken Inhalte der Webseite auf die eigene Facebook-Seite.
- X Personen verwenden die Webseite nicht nur einmal, sondern mehrmals.
- X Personen unterschreiben die Online-Petition auf der Webseite.

Ebene der direkten Wirkungen:

- X Personen geben an, dass sie durch die Webseite Argumente zum Thema X erfahren haben.
- X Personen empfinden die Inhalte der Webseite als richtig und geben an, dass sie diese weiter verwenden wollen (zum Beispiel in Diskussionen oder eigenen Publikationen).
- X Personen geben an, von weiteren Handlungsoptionen Gebrauch gemacht zu haben.

Herausgeber:

Verband Entwicklungspolitik deutscher
Nichtregierungsorganisationen e.V. (VENRO)
Dr. Werner-Schuster-Haus
Kaiserstr. 201
53113 Bonn

Telefon: 02 28 / 946 77-0

Fax: 02 28 / 946 77-99

E-Mail: sekretariat@venro.org

Internet: www.venro.org

Redaktion: Susanne von Jan, Jana Rosenboom (verantwortlich)

Endredaktion: Kirsten Prestin

Fotonachweis: www.impasto.de

Layout: Petra Strauch, Bonn

Nachdruck nur mit Genehmigung des Herausgebers

Bonn, Dezember 2013