

HANDREICHUNG

„Wirkungsfeld, Planung und Berichterstattung im PP 4“

im Rahmen des Promotor*innen-
Programms (2022 – 2024)
der Arbeitsgemeinschaft der
Eine Welt-Landesnetzwerke (agl)
in Kooperation mit der
Stiftung Nord-Süd-Brücken (SNSB)

Inhalt

- 1 Grundlagen der Wirkungslogik 2
- 2 Das Wirkungsfeld des Promotor*innen-Programms 5
- 3 Planung/Planungsworkshops 11
- 4 Beispiele zur Veranschaulichung des Modells 14

*Was sind die Grundlagen der Wirkungslogik, Planung und Berichterstattung im Promotor*innenprogramm?*

Erstens: die externe Evaluation

Die externe Evaluation des Promotor*innenprogramms zeigte klar auf:

- Das **Promotor*innenprogramm** ist **relevant** und **effektiv**.
- **Die Arbeit** der Promotor*innen auf verschiedenen Ebenen mit den Zielgruppen **wirkt!**

Diesen „externen und unabhängigen Prüfstempel“ wollen wir zu unserem Vorteil nutzen. Statt die Wirkung unserer Arbeit mühevoll und kleinteilig mithilfe unterschiedlichster (nicht immer aussagekräftiger) Länderindikationen zu belegen, verweisen wir auf die Ergebnisse der Evaluation und sagen:

► *Das in der externen Evaluation zugrunde gelegte Wirkungsmodell wurde überprüft und für wirkungsvoll befunden. Das Promotor*innenprogramm arbeitet 2022 – 2024 weiter auf Grundlage dieses Wirkungsmodells. Als Belege zeichnen wir die Wirk-Wege der Promotor*innen qualitativ und quantitativ nach.*

Zweitens: das Forschungsvorhaben zu den Wirkungen

Wie Einige von Euch wissen, gab es in den letzten zwei Jahren ein Forschungsvorhaben zu den Wirkungen der Inlandsarbeit. Dieses wurde vom BMZ finanziert, von VENRO begleitet und von einer Gruppe von Evaluator*innen und Wissenschaftler*innen durchgeführt. agl und SNSB waren in der Begleitgruppe des Forschungsvorhabens.

In diesem Forschungsvorhaben wurden primär **vier Grundtypen der Inlandsarbeit untersucht und begleitet:**

- Info-Veranstaltungen & Projekttag
- Multiplikator*innen-Schulungen
- Materialerstellung
- Kampagnen

► *Diese vier Typen befinden sich im Leistungskatalog der Promotor*innen!*

Bei aller Differenz zwischen den vier „erforschten“ Einzelmaßnahmen und unserem Promotor*innen-Programm gibt es **Erkenntnisse und Ergebnisse aus dem Forschungsvorhaben, die in das neue Wirkungsfeld des PP eingeflossen sind.**

Das Modell wurde im letzten Zyklus benutzt.

Es zeigte

- **noch mehr Qualität** in der entwicklungspolitischen Arbeit der Promotor*innen, sowie
- eine **Entlastung** und mehr Realismus bei der **Planung und Überprüfung der Wirkungen.**

Darum wollen wir daran festhalten.

Drittens: die Weiterentwicklung des Programms

Sowohl die **Evaluation** als auch die **Wirkungsstudie** und die **Praxis** des Promotor*innen-Programms sowie die gemachten Erfahrungen in Planung und Berichterstattung zeigen:

► *Die Wirkungsweise von entwicklungspolitischer Bildungsarbeit bzw. des Promotor*innen-Programms ist keine statische und lineare Angelegenheit, sondern: Die Arbeit der Promotor*innen wirkt dynamisch und setzt Impulse in gesellschaftlichen und politischen Prozessen.*

Die Wirkungslogik entlang von Indikatoren ging davon aus, dass eine Maßnahme einen Beitrag zu einer Wirkung leistet, der mit einem Indikator gemessen werden kann.

Zum Beispiel ...

... Ein Workshop zum Thema Klimawandel und Gerechtigkeit (Maßnahme) erhöht die Kompetenzen der Zielgruppe (Wirkung), indem er Eine Welt-Akteur*innen weiterbildet (Indikator).

In der Realität sind **Wirkungen** nicht auf diese Weise eindimensional, sondern **haben viele Facetten und Kausalitäten** und **verlaufen prozesshaft.**

Zum Beispiel ...

... Um Kompetenzen von Eine Welt-Akteur*innen für Globale Gerechtigkeit zu entwickeln, veranstaltet ein*e Promotor*in einen Workshop zu Klimawandel und Gerechtigkeit (**Maßnahme**).

Dabei werden Eine Welt-Akteur*innen qualifiziert (**Wirkung**).

Darüber hinaus vernetzen sie sich bei dem Workshop, und es entstehen Kooperationen, bei denen die erworbenen Kompetenzen selbständig angewendet werden (**Wirkung**).

Das führt in der Folge zur Mobilisierung weiterer Akteur*innen (**Wirkung mit anderer indirekter Zielgruppe**), wobei der*die Promotor*in durch Beratungsangebote unterstützt (**Maßnahme**).

► Die Grundannahme unserer Wirkungslogik lautet: *Wirkungen sind dynamisch.*

Eine **Maßnahme hat eine Wirkung**, die eine **andere Wirkung bedingt**, die, verbunden mit einer **weiteren Maßnahme weitere Wirkungen** hat. Solche **Wirkungswege (Stories of Change)** innerhalb eines Wirkungsfelds zeichnet die **Wirkungslogik** des PP.

Programmweiterentwicklung hin zu einer verbesserten Wirkung des Programms heißt für uns:

- „unterwegs“ **neue Erkenntnisse und Instrumente aufnehmen und einbauen.**

Es heißt für uns aber auch, allen Beteiligten im Programm **möglichst wenig zusätzliche „Umfeld“-Aufgaben** (im Gegensatz zu den Kernaufgaben) zuzumuten.

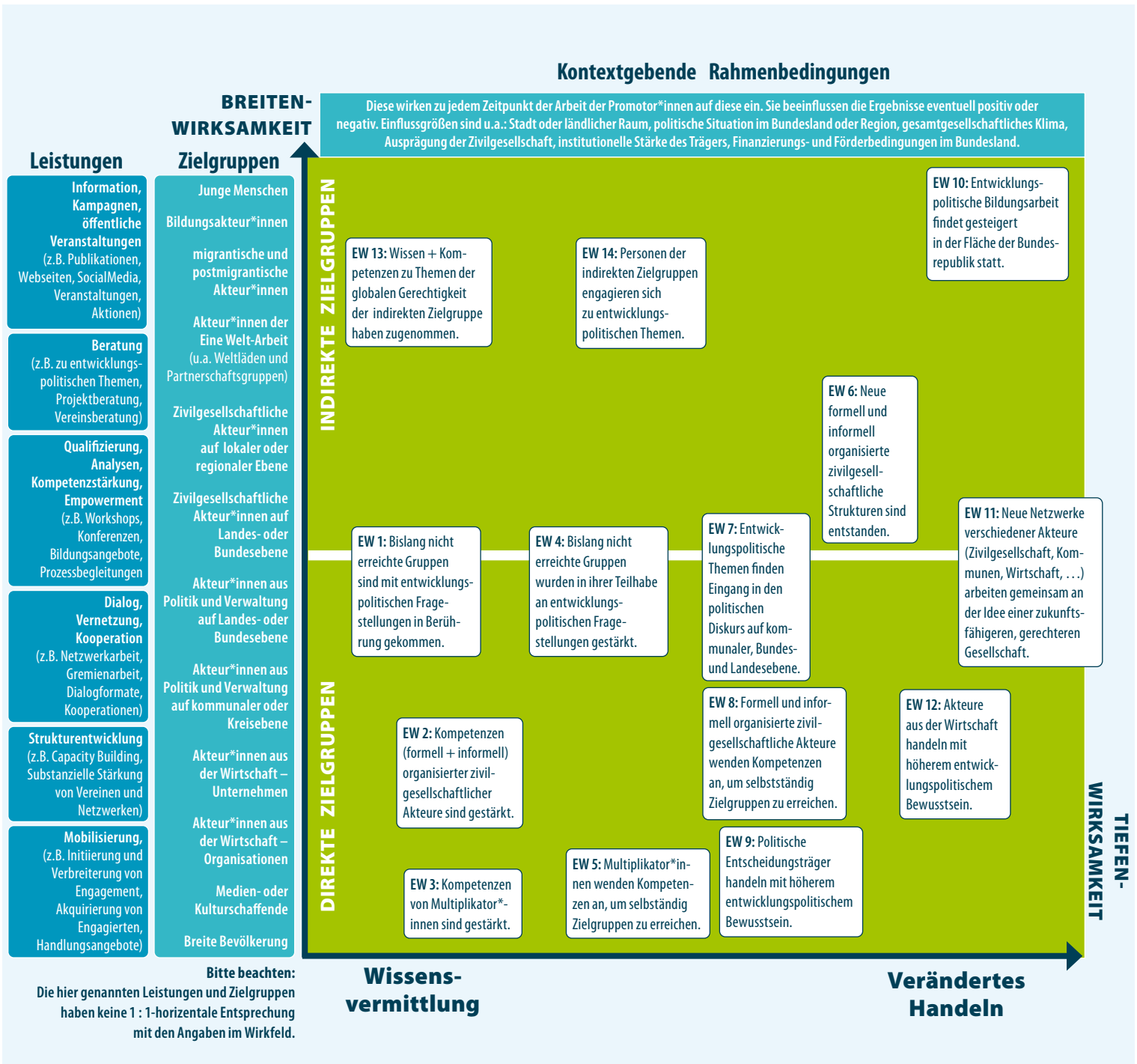
Es hat sich gezeigt, dass mit diesem Wirkungsfeld ein realistisches und gut handhabbares Modell für die Planung und Berichterstattung im Promotor*innen-Programm vorliegt.

Für Rückfragen stehen wir gerne zur Verfügung.

Berlin, 15. Dezember 2021

Wie funktioniert das „Wirkungsfeld „Promotor*innen-Programm“?

2.1 Schaubild „Wirkungsfeld im Promotor*innen-Programm“



2.2 Der Aufbau des Schaubildes

2.2.1 Die Leistungskategorien der Promotor*innen innerhalb des Wirkungsfeldes

- Leistungen

Diese sind **auf der linken Seite der Grafik** abgebildet. Mit diesen Leistungskategorien werden die **Wirkungen bei den verschiedenen Zielgruppen** erreicht.

2.2.2 Zielgruppe der Promotor*innen

- Zielgruppen

Diese sind ebenfalls **auf der linken Seite der Grafik** abgebildet, neben den Leistungen der Promotor*innen. Die Aufzählung zeigt die bekannten **Kategorien von Zielgruppen**.

2.2.3 Die zwei Achsen des Wirkungsfeldes

a) Die horizontale Achse = Tiefenwirksamkeit

Es gibt Wirkungen, die schneller und oberflächlicher erreicht werden (**Wissensvermittlung**) und solche, die erst langfristig, aber dann auch sehr tiefgehend realisiert werden (**verändertes Handeln**). Die Achse bildet dieses Kontinuum ab.

► **Achtung!** Dies ist keine Gesetzmäßigkeit: Es können natürlich auch tiefgehende Wirkungen erreicht werden: Zum Beispiel eine in der Fortbildung erkannte weltweite Ungerechtigkeit, welche die Person danach nicht mehr loslässt und antreibt.

In dem schon erwähnten Forschungsvorhaben ist die Rede von

- **Wirkungen 1. Ordnung** (u.a. Wissenserwerb, Sensibilisierung)
- **Wirkungen 2. Ordnung** (Änderung der persönlichen Haltung, Orientierung, ...) bis hin zu
- **Wirkungen 3. Ordnung** (verändertes Handeln).

Wir übernehmen für das Promotor*innen-Programm diese überprüfte, „erforschte“ Einteilung von unterschiedlich schnell realisierten und tiefgehenden Wirkungen. Sie entspricht auch anderen Ordnungen wie der des Globalen Lernens: **Erkennen – Bewerten – Handeln**. Die Grenzen sind in unserem Modell jedoch nicht so starr. Die Übergänge sind fließender, als es das Modell von drei strikt getrennten Ordnungen nahelegt.

b) Die vertikale Achse = Breitenwirksamkeit

In der Evaluation des PP wurde unterschieden zwischen:

- den **direkten Zielgruppen** der Promotor*innen und
- den **indirekten Zielgruppen** (Gruppen, die von den „direkten Zielgruppen“ der Promotor*innen **entwicklungspolitisch angesprochen und erreicht** werden).

Die **vertikale Achse** bildet kein Kontinuum ab, sondern die **direkte** und die **indirekte Zielgruppe** sind starr voneinander abgegrenzt.

- **Wichtig:** Die Kategorien von Zielgruppen auf der linken Seite sind **nicht** nach direkten und indirekten Zielgruppen zu unterscheiden.
Sondern: Im Prinzip können **alle Zielgruppen** sowohl **direkte** als auch **indirekte Zielgruppen** sein.

Die „Lesart“ der Achse Breitenwirksamkeit ist folgende:

- *Direkte Zielgruppen sind oft Eine-Welt- oder andere zivilgesellschaftliche Akteur*innen, die in der einen oder anderen Form als Multiplikator*innen arbeiten.*

Quantitativ ist diese Gruppe meist überschaubar!

- **Breitenwirksamer** wird das Ganze jedoch, wenn diese „bearbeiteten Zielgruppen“ selbst und Schüler*innen, Bürger*innen, Mitarbeitende in den Verwaltungen oder andere indirekte Zielgruppen ansprechen.

2.2.4 Die vierzehn Einzelwirkungen im Wirkungsfeld

- Einzelwirkungen = 14 weiße Kästen innerhalb des Schaubildes

Im **Schaubild** haben wir die **vierzehn Einzelwirkungen** (nach unserem Verständnis) positioniert. Diese vierzehn Einzelwirkungen legte auch die Syspons GmbH bei der Evaluation des überprüften Wirkungsmodells zugrunde.

Es ist uns sehr wichtig, Folgendes zu betonen:

- Diese **Anordnung** im Wirkungsfeld ist **weder statisch noch unverrückbar**.
- Promotor*innen und LNW können/sollten im Rahmen ihrer Planung die im Wirkungsfeld angegebenen „**Einzelwirkungen**“ **auf Länderebene anpassen**.

Zum Beispiel ...

... kann es in einem Bundesland bzw. bei einem/einer Promotor*in **länger dauern**, bis **indirekte Zielgruppen sich entwicklungspolitisch engagieren**. Politische Entscheidungsträger*innen oder wirtschaftliche Akteur*innen können währenddessen früher handlungsaktiv werden!

... kann/wird es sein, dass in einem Bundesland **einige Einzelwirkungen relevanter als die anderen sind**, oder **nicht relevant sind** bzw. **angepasst werden müssen**.

„Entwicklungspolitische Bildungsarbeit in der Fläche zu steigern“ heißt z.B. in einem Stadtstaat, in die Stadtteile/Bezirke zu gehen.

... können **weitere Einzelwirkungen auftauchen**, die wir bislang noch nicht identifiziert haben. Dann ist es sinnvoll, diese in das Wirkungsfeld aufzunehmen. Wir prüfen im nächsten Schritt, ob diese Wirkung auch in anderen Länderprogrammen auftaucht bzw. sich verallgemeinern lässt.

► *Nicht alle Promotor*innen müssen alle Einzelwirkungen erreichen.*

Oft arbeitet sich ein*e Promotor*in drei Jahre an einer Einzelwirkung in der Begleitung einer Zielgruppe ab: z.B. „Akteur*innen aus der Wirtschaft handeln mit höherem entwicklungs-politischem Bewusstsein“.

Häufig hat die Arbeit einer*s Promotors*Promotorin aber auch **mehrere sich bedingende Wirkungen** (wie oben beschrieben).

- **Informationsvermittlung führt zu Vernetzung und Kooperationen** und in der Folge zur **Ansprache neuer Zielgruppen**.

► *Wichtig ist, dass alle LNW und Promotor*innen eigene Länderschwerpunkte (gemäß der inhaltlichen Ausschreibung des Programms oder entlang von entwicklungs-politischen Leitlinien oder Forderungspapieren) im zugrunde gelegten Wirkungsfeld setzen können.*

2.2.4 Die kontextgebenden Rahmenbedingungen im Wirkungsfeld

- **kontextgebende Rahmenbedingungen = blauer Kasten am Kopf des Schaubildes**

Kontextgebende Rahmenbedingungen sind **Einflussgrößen**, die **zu jedem Zeitpunkt** der Arbeit der Promotor*innen mit den Zielgruppen **auftreten**. Diese **Einflussgrößen** können sich **positiv und negativ auswirken**.

Ob, wie schnell, wie tiefgreifend und wie breit Interventionen der Promotor*innen bei den Zielgruppen wirken, hängt auch von kontextgebenden Rahmenbedingungen ab.

Kontextgebende Rahmenbedingungen sind z.B.

- die **geographische Lage**,
- die **gesellschaftliche Situation**,
- die **politische Situation**,
- und **vorhandene zivilgesellschaftliche Strukturen**.

Diese Einflussgrößen (kontextgebende Rahmenbedingungen) übernehmen wir aus dem **Wirkungsmodell des Forschungsvorhabens Inlandsarbeit**.

In diesem Modell und dem vier Maßnahmen-Modellen wird dargestellt, wie verschiedene Einflussgrößen auf die Realisierung von Wirkungen „einwirken“.

Diese **Einflussgrößen** wirken auf allen Ebenen:

- der **Angebotsentwicklung**,
- der **Angebotsunterbreitung**,
- der **Nutzung** durch die Zielgruppen.

Durch eine sorgfältigere **Berücksichtigung verschiedenster Einflussgrößen** können die **Interventionen** der Promotor*innen noch **wirkungsvoller geplant** werden.

2.2.6 Große Visionen, realistische Planungen

Der hohe Anspruch des Promotor*innen-Programms ist es, einen **Beitrag** zu einer **global gerechten und nachhaltigen Transformation** zu leisten. Deshalb wollen wir zum einen **möglichst viele Menschen** mit unseren Themen **erreichen**.

Zum anderen sind wir nicht damit zufrieden, bloß Wissen zu vermitteln, sondern **wir wollen auch das Handeln der Menschen verändern**, um politisch und gesellschaftlich wirklich etwas zu bewegen.

➤ **Mit anderen Worten:** *Wir wollen besonders breiten- und tiefenwirksam agieren.*

Bei der Planung der Einzelwirkungen und Wirk-Wege muss eine **Balance zwischen den großen Visionen und konkret zu erreichenden Wirkungen** gefunden werden.

Dabei sind die Vermittlung von Wissen und die Stärkung von Kompetenzen häufiger und schneller zu erreichen, als die Veränderung von Haltungen und Handeln. Gleichzeitig ist der Nachweis eines veränderten Bewusstseins oder Verhaltens aufgrund unserer Arbeit deutlich schwieriger für uns zu führen.

Ähnlich verhält es sich mit der **Breitenwirksamkeit**: Während ein Nachweis über das Erreichen der direkten Zielgruppe leichter zu führen ist, können wir oft nicht messen, wie unsere Arbeit in die indirekte Zielgruppe wirkt.

➤ *Sowohl die Wirkung bei indirekten Zielgruppen als auch die Tiefenwirksamkeit der Arbeit der Promotor*innen ist nicht valide zu belegen und schwer zu messen. Von daher geht es hier weniger um Belege oder Indikatoren, sondern mehr um Einschätzungen und qualitative Beurteilungen der Wirkungsdynamiken oder prägnante Beispiele.*

➤ *Gleichzeitig sind sowohl die Tiefenwirkung hin zu einer Veränderung von Verhalten als auch die Breitenwirkung durch das Erreichen indirekter Zielgruppen für Eure Planung von großer Bedeutung. Sie bilden die politische Intention des gesamten Programms.*

Daraus folgt:

- **Gut belegt** werden müssen die **unmittelbaren Wirkungen** bei den **direkten Zielgruppen**. Je **tiefer die Wirkung** und je **indirekter die Zielgruppen**, desto **geringer die Nachweisbarkeit**.

Aber: Dort wo es möglich ist, sollten die **Tiefen- und Breitenwirkungen** durchaus **erfasst und dargestellt** werden. Dazu kann zum Beispiel nach einer Schulung mit Multiplikator*innen vereinbart werden, dass nach einem Jahr eine Abfrage erfolgt, ob Menschen der indirekten Zielgruppe anfangen sich entwicklungs-politisch zu engagieren.

- Bei der **Planung der Wirkungen und Maßnahmen** in Bezug auf die direkten Zielgruppen sollten die intendierten Tiefenwirkungen und die **Wirkungen bei den indirekten Zielgruppen** konzeptionell **berücksichtigt** werden.

Wenn ihr **Multiplikator*innen** (direkte Zielgruppe) **so qualifizieren** (Wirkung) wollt, **dass sie** z.B. bei Schüler*innen (indirekte Zielgruppe) **das Bewusstsein für globale Ungerechtigkeit schärfen**, müssen in dem Workshop (Maßnahme) **nicht nur globale Zusammenhänge** erklärt, sondern **auch didaktische Methoden** vermittelt werden.

➤ **Aber:** Es sollten keine planerischen Wolkenkuckucksheime errichtet werden, sondern: **PLANT REALISTISCH!**

Wie gehen wir bei der Planung/den Planungsworkshops vor?

1. Schritt: die entwicklungspolitische Problemanalyse (PA)

- zwei bis maximal drei Seiten

Zu Beginn machen die LNW gemeinsam mit den Promotor*innen eine **grobe entwicklungspolitische Problemanalyse (PA)** für ihr Bundesland.

Die **kontextgebenden Rahmenbedingungen** liefern **weitere Informationen**. Diese Informationen fließen in die Problemanalyse und ebenfalls in die **Planung der einzelnen „Wirk-Wege“** mit den Zielgruppen ein.

➤ *In der Problemanalyse sollten zuvorderst die politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen im Bundesland beschrieben werden, welche die entwicklungspolitische Arbeit der LNW und Promotor*innen prägen.*

Bei vielen Projektanträgen gibt es das Problem, dass **keine Fortschrittsgeschichte** geschrieben wird.

Deswegen:

➤ *Problembeschreibungen sollten an den bereits im PP 3 beschriebenen Problemen und Situationen anknüpfen.*

2. Schritt: die Beschreibung der wesentlichen Zielgruppen

- je Zielgruppe ¼ bis max. ½ Seite.

Die **wesentlichen Zielgruppen**, mit denen im Land gearbeitet wird, werden **in Bezug auf die kontextgebenden Rahmenbedingungen** kurz beschrieben.

Beachtet die Erkenntnisse der Evaluation. Für das Programm gilt, dass es **primär die direkten Zielgruppen ansprechen** soll!

➤ *Die am häufigsten bearbeiteten Zielgruppen sind Eine-Welt-Akteur*innen und andere zivilgesellschaftliche Gruppen! Dann folgen die „breite Bevölkerung“ und junge Menschen/Schüler*innen. Beide können aber auch indirekte Zielgruppen sein.*

➤ **Tipp:** Bei der Beschreibung der Zielgruppen ist eventuell eine **Priorisierung** („Am meisten/häufigsten bearbeitet“ / „Weniger häufig bearbeitet“) sinnvoll!

Nicht alle Infos zu den kontextgebenden Rahmenbedingungen müssen niedergeschrieben werden.

➤ **Wichtig ist**, dass die Promotor*innen die kontextgebenden Rahmenbedingungen bei der Planung und Berichterstattung berücksichtigen.

Denn diese **Rahmenbedingungen beeinflussen** eventuell **den Grad der Wirkung**.

3. Schritt: Beschreibung der wesentlichen Wirk-Wege

- **Beschränkung auf 3 bis 5 wesentliche Wirk-Wege**

Sind Problemanalyse (PA) und Zielgruppenbeschreibung erfolgt, **tragen** alle Promotor*innen (einzeln oder in Zusammenarbeit mit anderen Promotor*innen) ihre verschiedenen **Wirk-Wege im Wirkungsfeld ein**.

Den **Ausgangs- und Endpunkt im Wirkungsfeld** bestimmen die Promotor*innen – **abhängig von Zielgruppen, Ausgangsbedingungen, Kapazitäten und Vorerfahrungen**.

► **Es soll realistisch geplant werden!**

*Deshalb ist uns wichtig, dass die einzelnen Promotor*innen ernsthaft prüfen, was in der Arbeit tatsächlich möglich ist. Dies kann in einer Beratung durch die Netzwerkkoordination und/oder in kollegialer Abstimmung mit den anderen Promotor*innen erfolgen.*

Bei der Planung fragen sich Promotor*innen und LNW:

- **a) Vision: Wo will ich hin?** (als Promotor*in mit dem Promotor*innen-Programm)
Das von der Promotor*in formulierte „höhere Ziel“ kann als Referenzpunkt eines Fazits/ einer Zwischenbilanz in der Berichterstattung (Monitoring) dienen.
- **b) Bis wohin im Wirkungsfeld möchte/kann ich realistischer Weise in den nächsten drei Jahren mit den jeweiligen Zielgruppen gehen?**
- **c) Welche wesentlichen Leistungen meinerseits/unsereiseits sind hierfür notwendig?**
- **d) Welche Rahmenbedingungen wirken dabei ein?**
Welche Bedingungen **sind begünstigend, welche hinderlich?**

Zum Beispiel ...

- ... Ist es realistisch, dass ich in drei Jahren über die Arbeit mit Multiplikator*innen bis zu einer Handlungsorientierung der Zielgruppen gelange? Kann ich dies nachprüfen?
- ... Ist nicht genug erreicht, wenn meine entwicklungspolitischen Themen (z.B. Klimagerechtigkeit) innerhalb von drei Jahren Eingang in Landtagsdebatten des Bundeslandes XY finden?
- ... Traue ich mir zu, Fachpolitiker*innen zu überzeugen, ihre Kohle-freundliche Position zu verändern und mit der Anti-Kohle-Koalition konkret Ausstiegsszenarien zu planen?

4. Schritt: Festhalten der einzelnen Wirk-Wege der Promotor*innen

- **Ziel: qualitativ beschriebenes Planungsdokument**

Die einzelnen Wirk-Wege werden nach einheitlichen Vorgaben von jeder*m Promotor*in für jeden Wirk-Weg einzeln festgehalten:

1. **Benennung des Wirk-Weges** (z.B. EW 3 -> EW 5 -> EW 13)
2. **Kurze Beschreibung des Wirk-Weges** (Fließtext, 500-800 Zeichen)

So entsteht **am Ende eines jeden Planungsworkshops** auf Bundesland-Ebene ein **qualitativ beschriebenes Planungsdokument** für jede*n Promotor*in.

Ist die Zeit bei den Planungsworkshops nicht ausreichend, nehmen die Promotor*innen diese Aufgabe als Hausaufgabe mit und reichen sie beim LNW ein.

➤ *Diese Wirkungen dienen als Kapitelüberschriften im Planungsdokument, im Zwischenverwendungsnachweis und im Schlussverwendungsnachweis.*

Das Planungsdokument reichen wir bei FEB, die Landesnetzwerke bei den jeweiligen Ländern ein. Darüber hinaus nutzen wir das Planungsdokument für **Monitoring** und **Berichterstattung**.

5. Festhalten der Planungen in einem Planungsdokument durch die Netzwerkkoordination

➤ **Ziel:** qualitativ beschriebenes Planungsdokument

Die **Planungen des gesamten Bundeslandes** werden in einem **qualitativ beschriebenen Planungsdokument** festgehalten. Das Planungsdokument reichen wir bei FEB ein.

Darüber hinaus nutzen wir das Planungsdokument für Monitoring und Berichterstattung.

Die **Planungscharts** sollten in **folgende Teile gegliedert** sein

(siehe auch die Vorlage am Ende der Handreichung):

- Eine auf das Land bezogene entwicklungspolitische Problemanalyse (**Situationsbeschreibung**) (2–3 Seiten)
- **Beschreibung der wesentlichen Zielgruppen** (pro ZG 1/4 bis 1/2 Seite)
- Eine **aggregierte Synthese der Wirkwege** der Promotor*innen als Darstellung der intendierten Wirkungen des Promoprogramms auf Landesebene. Hier sollte die Netzwerkkoordination **erläutern, was** mit dem Promotor*innen-Programm **auf Landesebene erreicht werden soll** – anhand der Zielgruppen, auf der Grundlage der Wirkwege, vor dem Hintergrund der Problemanalyse.

6. Die Vorlagen „Leistungen“ und „Zielgruppenerreichung“

Die bisher genutzten **Vorlagen „Leistungen“** und **„Zielgruppenerreichung“** schreiben wir fort. Beide sind **wichtige und unverzichtbare Nachweise** sowohl gegenüber den Geldgebern als auch gegenüber der Öffentlichkeit.

Die drei folgenden Beispiele dienen nur der **Veranschaulichung des Modells/der Logik!** Sie sind **keine „Vorlagen“** oder „Messlatten“ für unterschiedliche Wirk-Wege von Promotor*innen!

Beispiel 1: Promotorin X

Kompetenzen von Multiplikator*innen sind **gestärkt.**

Multiplikator*innen wenden **Kompetenzen an**, um selbstständig Zielgruppen zu erreichen.

Wissen und **Kompetenzen zu Themen globaler Gerechtigkeit der indirekten Zielgruppen haben zugenommen.**

Personen der **indirekten Zielgruppe engagieren sich** zu entwicklungspolitischen Themen!

Kurze Beschreibung des Wirk-Weges:

Ich stelle 40 Lehrer*innen im Bundesland AB entwicklungspolitische Infos mithilfe von Schulungen und persönlichen Beratungsleistungen bereit. Dies resultiert im ersten Jahr in einer Stärkung der Kompetenzen der Lehrer*innen im Bereich Klimagerechtigkeit. Innerhalb eines Jahres wenden die Lehrer*innen diese Kompetenzen an, um Schüler*innen über Möglichkeiten einer größeren Klimagerechtigkeit aufzuklären. Beispielhaft wird im Rahmen der drei Jahre aufgezeigt, dass bei $\frac{1}{4}$ der Schüler*innen die Kompetenz zugenommen hat. Ich beschreibe Einzelfälle in denen Schüler*innen begannen, sich zu engagieren. Bei der Planung muss auf jeden Fall berücksichtigt werden, dass im Bundesland AB ab Januar 2019 nur noch 75 Prozent der Unterrichtszeit für außerschulische Aktivitäten zur Verfügung stehen.

Beispiel 2: Promotor Y

Bislang nicht erreichte Gruppen sind mit entwicklungspolitischen Fragestellungen **in Berührung gekommen**

Bislang nicht erreichte Gruppen wurden in ihrer Teilhabe an entwicklungspolitischen Fragestellungen **gestärkt**

Personen der **indirekten Zielgruppen engagieren sich** zu entwicklungspolitischen Themen

Kurze Beschreibung des Wirk-Weges:

Mithilfe von fünf Dialogveranstaltungen und einer umfassenden Analyse der zivilgesellschaftlichen Infrastruktur im Harz versuche ich in der Region Wohlfahrtsverbände, die Senior*innenheime betreiben, für entwicklungspolitische Fragen zu sensibilisieren. Das ist aufwändig. Nach drei Jahren überzeugte ich die Verantwortlichen in den Senior*innenheimen, dass sie selbstständig, (mit meiner konzeptionellen Unterstützung) pro Halbjahr eine passende entwicklungspolitische Veranstaltung im Heim durchführen. Maximales Ziel: einzelne Senior*innen schließen sich der Aktionsgruppe „Senior*innen für die SDGs“ an.

Beispiel 3: Promotorin Z

- **Entwicklungspolitische Themen finden Eingang in den politischen Diskurs auf kommunaler, Landes- und Bundesebene.**
- ↓
- **Politische Entscheidungsträger*innen handeln mit höherem entwicklungspolitischen Bewusstsein.**

Kurze Beschreibung des Wirk-Weges:

In den nächsten drei Jahren kläre ich mit verschiedenen Leistungen (Infos, Beratungen, Handreichung) alle Vorsitzenden der EZ-relevanten Fachausschüsse über schädliche Auswirkungen von Kleinwaffenexporten auf lokale und regionale Konflikte auf.

Nach drei Jahren setzen sich MdB für schärfere Kontrollen im Bundessicherheitsrat ein.

Text: Stefan Grümbel, Tobias Peter (beide agl) und Andreas Rosen (SNSB)

Lektorat & grafische Gestaltung: Yvonne Behnke

Korrekturen: Antje Bernhard (SNSB)

Die Handreichung wurde gefördert durch Engagement Global/FEB aus Mitteln des BMZ und anteilig durch die Länder Berlin, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen.