

HANDREICHUNG

„Planung, Wirkungsorientierung und Berichterstattung“

im Rahmen des Promotor/innen-
programms (2016 – 2018)
der Arbeitsgemeinschaft der
Landesnetzwerke (agl)
Stiftung Nord-Süd-Brücken (SNSB)

Inhalt

- 1 Einleitung 2
- 2 Überblick Programmentwicklung 3
- 3 Planungsworkshops 7
- 5 Berichterstattung 10
- 6 Glossar 11
- 7 Anlagen 12

Liebe Promotor/innen, liebe Kolleg/innen von den Landesnetzwerken!

Die folgende Handreichung soll Euch dabei unterstützen, im Rahmen des Promotor/innenprogrammes gemeinsam mit den anderen Promotor/innen des Bundeslandes entlang der Programmwirkungen zu planen und darüber Bericht zu erstatten.

Mit der einheitlichen Planung und Berichterstattung sollen **drei Aspekte** sichergestellt werden.

- 1. Von der Basis aus planen**, das heißt von Euch, den Promotor/innen aus!
Die Inhalte bzw. Schwerpunkte und der politische Rahmen werden von den Landesnetzwerken bzw. deren Mitgliedern festgelegt. Die Programmwirkungen, die von Konsortium und Lenkungskreis aufgestellt wurden, bilden das breite Dach der Planung und Berichterstattung.
- 2. Konkrete Belege, Spuren und Hinweise**, was das Promotor/innenprogramm bei den Zielgruppen, den Fachthemen und in den Regionen bewirkt, bewegt oder manchmal auch verhindert.
- 3. Ein Planungs- und Berichterstattungssystem**, welches für alle Beteiligten (den Promotor/innen, den Landesnetzwerken, Konsorten und den FEB-Kolleg/innen) vom Aufwand her handhabbar ist.

In diesem Sinne hoffen wir, dass Euch unsere Handreichung gut dabei unterstützt, auf Landesebene die nächsten drei Jahre wirkungsorientiert zu planen und die Erreichung der Wirkungen jährlich im Rahmen der Berichterstattung zu überprüfen.

Diese Handreichung kann als Anleitung und Grundlage für einen Planungsworkshop genutzt werden. Falls Ihr es wünscht, stehen wir für die Begleitung eines solchen Planungsworkshops zur Verfügung.

Im zweiten Teil der Handreichung findet Ihr Formulare für eine gesonderte Berichterstattung, die Ihr gerne nutzen könnt.

Für Rückfragen stehen wir gerne zur Verfügung!

*Marius Haberland (agl) und Andreas Rosen (SNSB)
Oktober 2015*

2.1 Wirkungsgefüge des Programms

2.1.1 Wirkungen

Kurz- und mittelfristige **Wirkungen** sind direkt mit den Projektleistungen im Zusammenhang stehende Veränderungen bei den Zielgruppen.

Für die Programmphase 2016 – 2018 haben die agl und SNSB im Rahmen ihrer beiden Anträge an das FEB-Programm von Engagement Global folgende Wirkungen benannt:

Indirekte Wirkung (übergeordnetes Ziel)

Das Eine Welt-Promotoren/innen-Programm trägt mit inhaltlichen Positionen, politischen Forderungen, gesellschaftlicher Mobilisierung und konkreten Projekten in Deutschland und weltweit zur Realisierung einer zukunftsfähigen und gerechten Gesellschaft bei.

Zu der indirekten Wirkung leistet das Programm nur einen kleinen Beitrag. Die indirekte Wirkung muss nicht bzw. kann nur sehr schwer gemessen werden.

► *Entscheidend sind die direkten Wirkungen (Projektziele):*

Direkte Wirkung A

Das Wissen und die Kompetenz der Zielgruppen über Themen der zukunftsfähigen und gerechten Entwicklung (weltweit und in der eigenen Gesellschaft) hat zugenommen. Dieses Wissen befähigt die Zielgruppen, sich in einer globalisierten Welt zu verorten und zu positionieren.

Direkte Wirkung B

Auf lokaler bzw. regionaler Ebene arbeiten neue Kooperationen, Partnerschaften und Netzwerke aus Zivilgesellschaft, Kommunen und Wirtschaft daran, die Idee einer zukunftsfähigen, gerechten Gesellschaft konkretisieren und praktisch umzusetzen. Vereine, Kooperationen, Partnerschaften und Netzwerke werden gestärkt und weiterqualifiziert.

Direkte Wirkung C

Personen der Zielgruppen engagieren sich für die Realisierung einer zukunftsfähigen und gerechten Weltgesellschaft. In diesem Prozess wird die (entwicklungs)politische Teilnahme und Partizipation von bislang wenig bzw. gar nicht erreichten, ausgegrenzten oder entwicklungspolitisch wenig erfahrenen Gruppen gestärkt.

► *Die Verantwortung für den Nachweis der Wirkungen A–C (gegenüber dem FEB/BMZ) und den Bundesländern liegt vorrangig bei der agl und der SNSB. Die Wirkung muss nach drei Jahren im Verwendungsnachweis gegenüber FEB/Engagement Global und den Bundesländern dokumentiert werden. Die jährlichen Zwischennachweise dienen der Überprüfung, ob man/frau auf dem richtigen Weg ist.*

Die einzelnen Promotor/innen erzielen natürlich auch Wirkungen bei ihren Zielgruppen. Diese sind dann „ihre Beiträge“, welche in der Summe zur Erreichung der Programmwirkungen führen sollen.

2 ÜBERBLICK PROGRAMMENTWICKLUNG

2.1.2 Zielgruppen

Eine **Zielgruppe** ist ein bestimmter Personenkreis, an den sich die Leistungen der Promotor/innen richten, um deren Situation (z.B. Wissenszuwachs, Handlungsorientierung) zu verbessern.

Die in 2.1.1 genannten drei Wirkungen können bei folgenden Zielgruppen erreicht werden:

ZIELGRUPPE UND STAKEHOLDER	BEISPIELE FÜR ZIELGRUPPEN UND STAKEHOLDER
Junge Menschen	Schüler/innen (vor allem in Regelschulen) Jugendliche und junge Erwachsene
Generation 50+	
Multiplikatoren und Lehrende	Lehrer/innen, Trainer/innen, Bildungsreferent/innen
Rückkehrer/innen	weltwärts-Freiwillige, Fachkräfte
Migrant/innen, People of Colour (PoC)	Migrant/innen und Vertreter/innen der Diaspora-Gemeinde, MDO, POC
Akteure der nicht-staatlichen Eine Welt-Arbeit	Landesnetzwerke Mitarbeiter/innen/Engagierte in Weltläden, Basisinitiativen, Eine Welt-Gruppen Hauptamtliche aus Vereinen, Initiativen und Gruppen Freiwilligendienste
Zivilgesellschaftliche Verbände	Verbraucher/innenschutzverbände Gewerkschaften Umweltverbände
Entscheidungsträger in Politik und Wirtschaft	Politische Akteure (Entscheidungsträger auf lokaler, regionaler und bundesweiter Ebene), Kommunale Akteure (Vertreter/innen von Politik und Verwaltung), Wirtschaftliche Akteure (Industrie- und Handelskammern, Unternehmen)
Andere und neue Zielgruppen	z. B. Geflüchtete
Sonstige	Interessierte Einzelpersonen

➤ Die hier aufgeführten Zielgruppen stellen eine Zusammenfassung bislang angesprochener Zielgruppen im Rahmen des Promotor/innenprogramms und der entwicklungspolitischen Inlandsarbeit dar. Es ist wahrscheinlich, dass die einzelnen Promotor/innen nur mit zwei bis vier der genannten Zielgruppen arbeiten, manchmal gar nur mit einer Gruppe. Eventuell muss zusätzlich eine bislang nicht berücksichtigte Zielgruppe erfasst werden.

2 ÜBERBLICK PROGRAMMENTWICKLUNG

2.1.3 Leistungsbereiche

Leistungen sind „Produkte und Dienstleistungen“, die von den Promotor/innen erstellt bzw. zur Verfügung gestellt werden. Diese Leistungen werden zur Erreichung einer direkten Wirkung erbracht.

In der Tabelle listen wir verschiedene Leistungen auf, gruppiert nach sogenannten Leistungsbereichen. Die Gruppierung wurde von uns in dieser Form vorgenommen und ist weder vollständig noch kategorisch. Sie soll Euch eine Vorstellung davon vermitteln, welche unterschiedlichen Leistungen möglich sind und wie diese verortet werden könnten. Schaut einfach, wo Eure Leistung reinpasst.

LEISTUNGSBEREICHE	BEISPIELE MÖGLICHER LEISTUNGEN
1. Bereitstellung von aussagekräftigen Analysen zur Beschreibung entwicklungspolitischer Situationen durch	<ul style="list-style-type: none"> ■ Stakeholder-Analysen ■ Bedarfserhebungen und Bestandsaufnahmen ■ Problem- und Situationsbeschreibungen für Zielgruppen ■ Interviews/Befragungen von Zielgruppen ■ Fokusgruppen-Workshops
2. Bereitstellung von entwicklungspolitischen Informationen durch	<ul style="list-style-type: none"> ■ Elektronische Newsletter und Rundbriefe ■ Medienverteiler mit Eine Welt-Themen ■ Aufbereitung in sozialen Netzwerken ■ thematische E-Mail Verteiler und NGO-Netzwerke ■ Serviceangebote auf Websites ■ Best Practice-Berichte ■ Ausstellungen, Filme, DVDs
3. Entwicklungspolitische Vermittlung und Angebote zur Handlungsorientierung durch	<ul style="list-style-type: none"> ■ Workshops, Konferenzen und Kongresse (mehrtägig) ■ Tagungen und Fachforen (eintägig) ■ Abend- und Informationsveranstaltungen ■ Empowerment-Tage ■ Schulungskonzepte und Diversity-Konzepte ■ globale Klassenzimmer (auch in Berufsschulen) ■ Angebote für Rückkehrer/innen ■ Initiierung von Wettbewerben zu Fair Trade City ■ Zertifikate für Referent/innen, Auszeichnungsformate für Engagierte
4. Initiierung und Begleitung von Dialogforen, Kooperationen und Vernetzung von Akteuren durch/mit	<ul style="list-style-type: none"> ■ Runde Tische, Vernetzungstreffen, Arbeitsgruppen ■ Aufbau von Kommunikationsstrukturen ■ Schulen und außerschulische Bildungsträger/innen ■ Freiwilligendienste ■ Ausbau von Netzwerken (Jugend, Schulpartnerschaften, Sub- und Regional) ■ Unterstützung von Rückkehrer/innen ■ Begleitung staatlicher Partnerschaftsaktivitäten
5. Bereitstellung von Beratungsleistungen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Beratungen zu Schulpartnerschaften, Beratungen von jungen Menschen ■ Beratungen für Beschaffer/innen zu nachhaltiger Beschaffung ■ Beratungen zu professioneller Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ■ Beratungen von MDO ■ Umsetzung von Unterstützung, Beratung (Schülerfirmen, Jugendaustausche) ■ Stärkung der (interkulturellen) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
6. Bereitstellung von Qualifizierungen und Fortbildungen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Qualifizierungsworkshops und -seminare ■ Fachgespräche ■ Weiterqualifizierung, fachlicher Austausch, Fortbildungen ■ Angebote für Lehrer/innen ■ Kollegiale Hospitationen ■ Qualifizierung von Engagierten
7. Kampagnen und öffentliche Aktionen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Umsetzung und Beteiligung an Kampagnen ■ Konzipierung und Umsetzung von Landeskampagnen
8. Wahrnehmung von Lobbyarbeit und Interessenvertretung durch	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einbeziehung von kommunalen Themen in die Advocacy-Arbeit ■ Unterstützung der Lobbyarbeit des Landesnetzwerkes ■ Sichtbarmachung des Engagements ■ Artikulierung von Interessen und Bedürfnissen

Die in der Tabelle genannten Leistungsbereiche sind nach ähnlichen Leistungen gruppiert. Diese können von den Promotor/innen erbracht werden, um die unter 2.1.1 aufgeführten Wirkungen zu erreichen.

2.2 Die Landesnetzwerke und Mitglieder gestalten inhaltlich und setzen Schwerpunkte

Die Landesnetzwerke und ihre Mitglieder **identifizieren die wichtigsten entwicklungspolitischen Herausforderungen und Probleme** in ihrem Bundesland sowie Regionen mit **einem erheblichen entwicklungspolitischen Versorgungsbedarf**.

Wie im Rahmenkonzept vorgesehen, kann es bei der Ermittlung der Schwerpunkte und Regionen sowie bei der Klärung der Anstellungsträgerschaft unterschiedliche Wege und Verfahren geben.

Während der Planung werden die **ermittelten Themen und Regionen jeweils auf die Programmwirkungen, Zielgruppen und Leistungsbereiche des Promotor/innenprogrammes bezogen**.

Zu Beginn der Programmphase erstellen die Landesnetzwerke gemeinsam mit den Promotor/innen und Anstellungsträgern eine **entwicklungspolitische Situationsbeschreibung (Ist-Zustand)**. Diese Situationsbeschreibung **der ermittelten Themen und Regionen erfolgt optimalerweise mit engem Bezug auf die wesentlichen Zielgruppen** des Programmes.

Während des Planungsworkshops werden auf Basis der Situationsbeschreibung für die Zielgruppen „**wünschenswerte**“ (indirekte Wirkungen/Visionen) und „**realistische**“ (direkte Wirkungen/konkrete Veränderungen nach drei Jahren) Zustände erarbeitet.

Auf dieser Planungsgrundlage entstehen ebenfalls die Zwischen- und Abschlussberichte (Länderberichte).

2.3 Die Leistungen und Beiträge der Promotor/innen

Die Promotor/innen planen im Rahmen der **Schwerpunktsetzung (Themen & Regionen)** der Landesnetzwerke ihre **Leistungen und Projektaktivitäten** zur Erreichung der Wirkungen bei den definierten Zielgruppen.

► *Die Promotor/innen bewirken durch ihre Arbeit sowie durch die Bereitstellung von Leistungen unmittelbare positive Veränderungen bei den Zielgruppen (= ihre Wirkung). Sie leisten dadurch ihren Beitrag zur Erreichung der Programmwirkungen.*

Sie **planen gemeinsam mit den anderen Promotor/innen** auf Landesebene. Hierbei adressieren sie manchmal die gleiche Zielgruppe mit ihren Leistungen und **verstärken somit die Wirkung bei diesen Zielgruppen**.

Gemeinsame Planung und Auswertung sowie das Arbeiten im Promotor/innenteam (= kollegiale Beratung) **führen zu einer Qualifizierung der Leistungen** bzw. zu einer **verstärkten Wirkung**.

3.1 Gemeinsame Situationsbeschreibung (Ist-Zustand)

Der **erste Schritt** im Rahmen **einer Planung** auf Landesebene (TN: Promotor/innen, Anstellungsträger, Landesnetzwerke) ist die **Erarbeitung einer gemeinsamen Situationsbeschreibung** entlang der wichtigsten Zielgruppen (= Ist-Zustand des Bundeslandes im Rahmen des Promotor/innenprogramms). Hierfür werden als erstes die **relevanten Zielgruppen ermittelt**. Anschließend werden die **IST-Zustände der einzelnen Zielgruppen beschrieben**.

Ziel der Situationsbeschreibung ist es, **möglichst viele und möglichst aussagekräftige Informationen** zu der „entwicklungspolitischen Betroffenheit“ der jeweiligen Zielgruppe zu sammeln.

Zum Beispiel:

- Ist diese ausreichend oder unzureichend über entwicklungspolitische Themen informiert?
- Ist sie deswegen – oder aus anderen Gründen (welche sind das?) – nicht in der Lage, sich entwicklungspolitisch zu engagieren oder zu handeln?
- Warum sollte diese Gruppe überhaupt entwicklungspolitisch tätig werden/handeln?
- Welches Problem besteht, wenn diese Gruppe nicht informiert ist bzw. nicht handelt?

Anhand welcher quantitativer und qualitativer Kennzeichen (Indikatoren!) lässt sich die Situation der Zielgruppen gut sichtbar darstellen?

Die Gruppe ruft nacheinander die Zielgruppen auf (z.B. priorisiert nach ihrer Bedeutung). Jede/r Promotor/in, für den diese Zielgruppe relevant ist, trägt Informationen zum Ist-Zustand dieser Zielgruppe bei. **Ziel ist es, eine möglichst umfassende Beschreibung des IST-Zustandes der jeweiligen Zielgruppe** zu erarbeiten. Diese Beschreibung sollte maximal eine DIN A4-Seite pro Zielgruppe umfassen.

➤ *Es hat sich als hilfreich erwiesen, wenn die einzelnen Promotor/innen diese Informationen zu den einzelnen Zielgruppen bereits im Rahmen ihrer Vorbereitung auf den Planungsworkshop zusammentragen, notieren und ihre Notizen zum Workshop mitbringen. Im Rahmen des Workshops können die Informationen der Promoter/innen zu einer Zielgruppe dann zusammengetragen werden.*

3.2 Indirekte Wirkungen (Visionen nach zehn Jahren)

In einem **zweiten Schritt** entwickelt man/frau **Visionen für die jeweiligen Zielgruppen**:

- Wo soll die Zielgruppe nach zehn Jahren entwicklungspolitisch, gesellschaftlich stehen?
- Wie könnten große, positive Veränderungen (bezogen auf die Ausgangssituation) bei der Zielgruppe genau aussehen?
- Woraus genau bestehen die tatsächlichen qualitativen Verbesserungen bzw. Veränderungen für die Zielgruppe? Woran sind diese Veränderungen erkennbar?

➤ *Auch hier sollen Verbesserungen/Veränderungen quantitativ und qualitativ sicht- und erfassbar dargestellt werden.*

Die Gruppe ruft die Zielgruppen nacheinander auf. Die zuständigen Promotor/innen „malen“ die Visionen aus. Alle Beteiligten erhalten die Möglichkeit zu fragen, zu hinterfragen oder zu ergänzen. Da es hier um die Entwicklung einer Vision geht, sollte jedoch darauf geachtet werden, nicht mit Fragen zu demotivieren oder alles sofort einer Realitätsprüfung zu unterziehen.

Auch hier gilt wieder:

Je mehr Gedanken sich die einzelnen Promotor/innen vorab gemacht haben, desto konstruktiver gestaltet sich der Prozess. Die Visionen für die Zielgruppen sollten schriftlich festgehalten werden und den Umfang von einer halben bis einer DIN A4 Seite haben.

3.3 Wirkungsindikatoren (Realistische positive Veränderungen nach drei Jahren)

Im **dritten Schritt** folgt der **Realitätscheck**. Hier soll **auf Basis der Ausgangssituation** (mit Blick auf die Vision nach zehn Jahren) gemeinsam überlegt werden, **welche Veränderungen** für die Zielgruppen entlang der drei genannten Wirkungen (siehe 2.1.1) **möglich sind**.

- Wie sehen positive und abbildbare Veränderungen bei den Zielgruppen nach drei Jahren aus?
- Was ist realistisch mit den gegebenen Ressourcen im Promotor/innenprogramm?
- Wie können unterschiedliche Promotor/innen durch die Bereitstellung unterschiedlicher Leistungen bei derselben Zielgruppe die Wirkungen verstärken?

➤ *Bei der Darstellung der konkreten, positiven Veränderungen für die einzelnen Zielgruppen wird nochmals die Ausgangssituation betrachtet. Aus dieser Perspektive werden die positiven (und eventuell auch negativen) Veränderungen beschrieben. Hierbei wird kritisch geprüft, welche Veränderungen für die Zielgruppe tatsächlich nach drei Jahren möglich sind.*

3 PLANUNGSWORKSHOPS

Die **Veränderungen** sollen **so konkret wie möglich** (quantitativ und qualitativ) **beschrieben** werden. Die realistische **positiven Veränderungen bei den Zielgruppen nach drei Jahren** stellen den **Bezugspunkt für die Berichterstattung** dar. Deshalb ist eine genaue Beschreibung dieser Veränderungen wichtig. Bei der Beschreibung der Veränderungen sollten maximal zwei Veränderungen pro Zielgruppe und Wirkung genannt werden.

► *Ganz wichtig ist hier, dass die positiven Veränderungen als wahrnehmbare und auch nachprüfbar Zustände beschrieben werden. Wenn möglich, sollten sie nicht zu kleinteilig-technokratisch beschrieben werden.*

3.4 Ergebnisse des Workshops

Am Ende des Workshops sollte die Gruppe **drei Dokumente** erstellt haben:

- Eine **Situationsbeschreibung** (Ist-Zustand in Bezug auf die einzelnen Zielgruppen im Bundesland und den spezifischen Regionen)
- Eine **Vision**, was die Zielgruppen idealer Weise nach zehn Jahren erreicht haben könnten
- Eine **realistische Beschreibung der erreichbaren Veränderungen** nach drei Jahren (Direkte Wirkungen)

3.5 Arbeitsplanung der Promotor/innen

Im Rahmen eines Workshops ist es für eine Promotoren/innengruppe realistisch, vom ersten Schritt (gemeinsame Situationsbeschreibung) bis zum dritten Schritt (Realitätscheck) zu gelangen (je nach Gruppengröße und Zeitbudget).

Schritt vier ist die **Planung, welche wesentlichen Leistungen die Promotor/innen bereitstellen** müssen, damit die gewünschten positiven Veränderungen bei den Zielgruppen erreicht werden können. Hierfür erarbeiten die Promotoren/innen im Rahmen einer „Hausaufgabe“, welche konkreten Leistungen (quantitativ und qualitativ beschrieben) sie in den drei Jahren bereitstellen wollen. Dies erfolgt mit Bezug auf die definierten Zielgruppen (und gewünschten Veränderungen nach drei Jahren).

► *Es erscheint sinnvoll, das erste Jahr konkreter und kleinteiliger zu beschreiben, und Leistungen für das zweite und dritte Jahr stichpunktartig zu benennen. Dies hat den Vorteil, dass man/frau im Zuge des eigenen Monitorings (spätestens im Rahmen der Zwischenberichte) Leistungen anpassen, verändern oder ergänzen kann, wenn beobachtet wird, dass die gewünschten Leistungen nicht abgerufen oder die entsprechenden Wirkungen/Beiträge nicht erreicht werden.*

Die Liste mit den Leistungen der Promotor/innen für das erste Jahr wird als Arbeitsprogramm anerkannt (Arbeitsmatrix).

4 BERICHTERSTATTUNG

Eine **verbesserte Programmplanung** und -entwicklung trägt dazu bei, dass die Berichterstattung der Promotor/innen, Landesnetzwerke und Konsorten (agl und SNSB) aussagekräftiger in Bezug auf die Programmwirkungen wird. Letztlich soll auch für alle Beteiligten die Berichterstattung vereinfacht werden.

4.1 Berichte der Promotor/innen

Die Promotor/innen berichten über **positive und/oder negative Veränderungen** bei „ihren“ **relevanten Zielgruppen**. Sie stellen ihre **Beiträge zur Erreichung der Wirkungsindikatoren** auf Landesebene dar. Sie geben an, **wie viele Personen sie**, sortiert nach Zielgruppen, **erreicht haben**. Und sie listen ihre zentralen Leistungen auf, die zur Erreichung der Landesindikatoren beitragen.

Die Promotor/innen nutzen für die Berichterstattung die **Vorlagen VL4 „Promo-Bericht“** und die **Dokumentationsvorlagen VL5a und VL5b**.

Die **Zwischenberichte** der Promotor/innen werden zum **31.01.2017, 31.01.2018** und zum **31.01.2019** fällig.

4.2 Berichte der Landesnetzwerke

Auf Basis der eingereichten Berichte der Promotor/innen **erstellen die Landesnetzwerke den jeweiligen Länderbericht**. Sie **beschreiben die Veränderungen bei den relevanten Zielgruppen** und berichten über die **Erreichung der Wirkungsindikatoren auf Landesebene**. Schließlich **stellen sie dar, wie das Landesprogramm zur Erreichung der Programmwirkungen beiträgt**. Sie aggregieren die **quantitativen Daten zu den Zielgruppen und Leistungen**.

Für die **Berichterstattung** nutzen sie die Vorlagen **VL6 „Sachlicher Bericht des Landesnetzwerkes“** und **VL7 „Finanzieller Bericht des Landesnetzwerkes“**.

Die Berichte der Länder sind zum **28.02.2017, 28.02.2018** und **28.02.2019** einzureichen

4.3 Bundesberichte der agl und der SNSB

Die beiden **Programmträger** auf Bundesebene, agl und SNSB, **fassen die Länderberichte entlang der drei Programmwirkungen zusammen**. Aggregiert stellen sie sowohl die Leistungsbereiche als auch die insgesamt erreichten Personen der relevanten Zielgruppen dar. Darüber hinaus **beschreiben sie Veränderungen bei Umsetzungen** und gegebenenfalls in der **Wirkungslogik**.

Sie erstellen einen **Finanzbericht** für das jeweils abgelaufene Jahr und **beantragen eventuelle Änderungen oder Aufstockungen**.

Sie nutzen die Vorlagen **VL8 „Finanzbericht“** und **VL9 „Sachbericht“**.

SNSB und agl erstellen die **Zwischennachweise** zum **31.03.2017** und zum **31.03.2018**. Ferner erstellen sie einen **Gesamtbericht am Ende des Förderzyklus**.

Indirekte Wirkung

Langfristige, beabsichtigte und nicht beabsichtigte, positive und negative Veränderungen bei verschiedenen Projektbeteiligten (Zielgruppen, Partnerorganisationen, lokalen Organisationen etc.) und im Projektumfeld. Diese Wirkungen können infolge von Interventionen während der Projektdurchführung und/oder nach Projektende auftreten.

Direkte Wirkung

Kurz- und mittelfristige, direkt mit den Projektleistungen im Zusammenhang stehende Veränderung bei den Zielgruppen.

Indikatoren

In der Entwicklungszusammenarbeit sind Indikatoren Kenngrößen, die zur Abbildung eines bestimmten, oftmals nicht direkt messbaren und komplexen Sachverhalts ausgewählt werden. Sie sagen aus, woran eine Veränderung beobachtet oder angezeigt werden kann. Sie können qualitativ oder quantitativ sein. Ein nachprüfbarer Indikator hat fünf wesentliche Informationen:

- **Subjektbezug:** Wer? (z. B. Zielgruppe)
- **Quantität:** Wieviel / wie viele?
- **Qualität:** Wie gut / Welches Kriterium verändert sich?
- **Zeitbezug:** Wann / Wie lange?
- **Räumlicher Bezug:** Wo? (z. B. Region)

Indikatoren ermöglichen es, die Erreichung der Projektziele/direkten Wirkung zu messen. Die Benennung realistischer und aussagekräftiger Indikatoren im Projektantrag ist Voraussetzung, um nach Abschluss des Projektes überprüfen zu können, inwiefern die geplanten Ziele tatsächlich erreicht wurden.

Maßnahmen

FEB-Begrifflichkeit. Entspricht am ehesten den Leistungen.

Leistungen

„Produkte und Dienstleistungen“, die von der Promotor/in erstellt bzw. zur Verfügung gestellt werden. Die Leistungen werden zur Erreichung einer direkten Wirkung erbracht.

Zielgruppen

bestimmter Personenkreis, an den sich die Leistungen der Promotor/innen richten, um deren Situation (Wissenszuwachs, Handlungsorientierung, etc.) zu verbessern.

6.1 Vorlagen für die Vorbereitung des Planungsworkshops

- Vorlage VL1: Ablaufplan

6.2 Vorlagen für die Durchführung des Planungsworkshops

- Vorlage VL2: IST-Vision-Beiträge
- Vorlage VL3: Promotor/innen-Matrix (Arbeitsplan)

6.3 Vorlagen für die Berichterstattung

- Vorlage VL4: Promo-Bericht
- Vorlage VL5a & VL5b: Dokumentationsvorlagen
- Vorlage VL6: Sachlicher Bericht des LNW
- Vorlage VL7: Finanzieller Bericht des LNW
- Vorlage VL8: Finanzbericht agl/SNSB
- Vorlage VL9: Sachbericht agl/SNSB

Text: Marius Haberland (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.