

Roesch-Metzler, Wiltrud

"Eine Welt" im deutsch-deutschen Schatten. Zur Evaluierung der Kampagne "Eine Welt für alle"

Zeitschrift für Entwicklungspädagogik 15 (1992) 1, S. 28-34



Quellenangabe/ Reference:

Roesch-Metzler, Wiltrud: "Eine Welt" im deutsch-deutschen Schatten. Zur Evaluierung der Kampagne "Eine Welt für alle" - In: Zeitschrift für Entwicklungspädagogik 15 (1992) 1, S. 28-34 - URN: urn:nbn:de:01111-pedocs-64179 - DOI: 10.25656/01:6417

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:01111-pedocs-64179>

<https://doi.org/10.25656/01:6417>

in Kooperation mit / in cooperation with:

ZEP Zeitschrift für internationale Bildungsforschung
und Entwicklungspädagogik

"Gesellschaft für interkulturelle Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik e.V."

<http://www.uni-bamberg.de/allgpaed/zep-zeitschrift-fuer-internationale-bildungsforschung-und-entwicklungspaedagogik/profil>

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Digitalisiert

Mitglied der

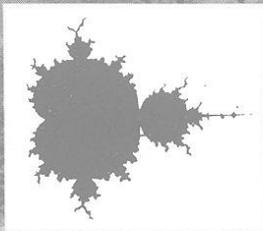
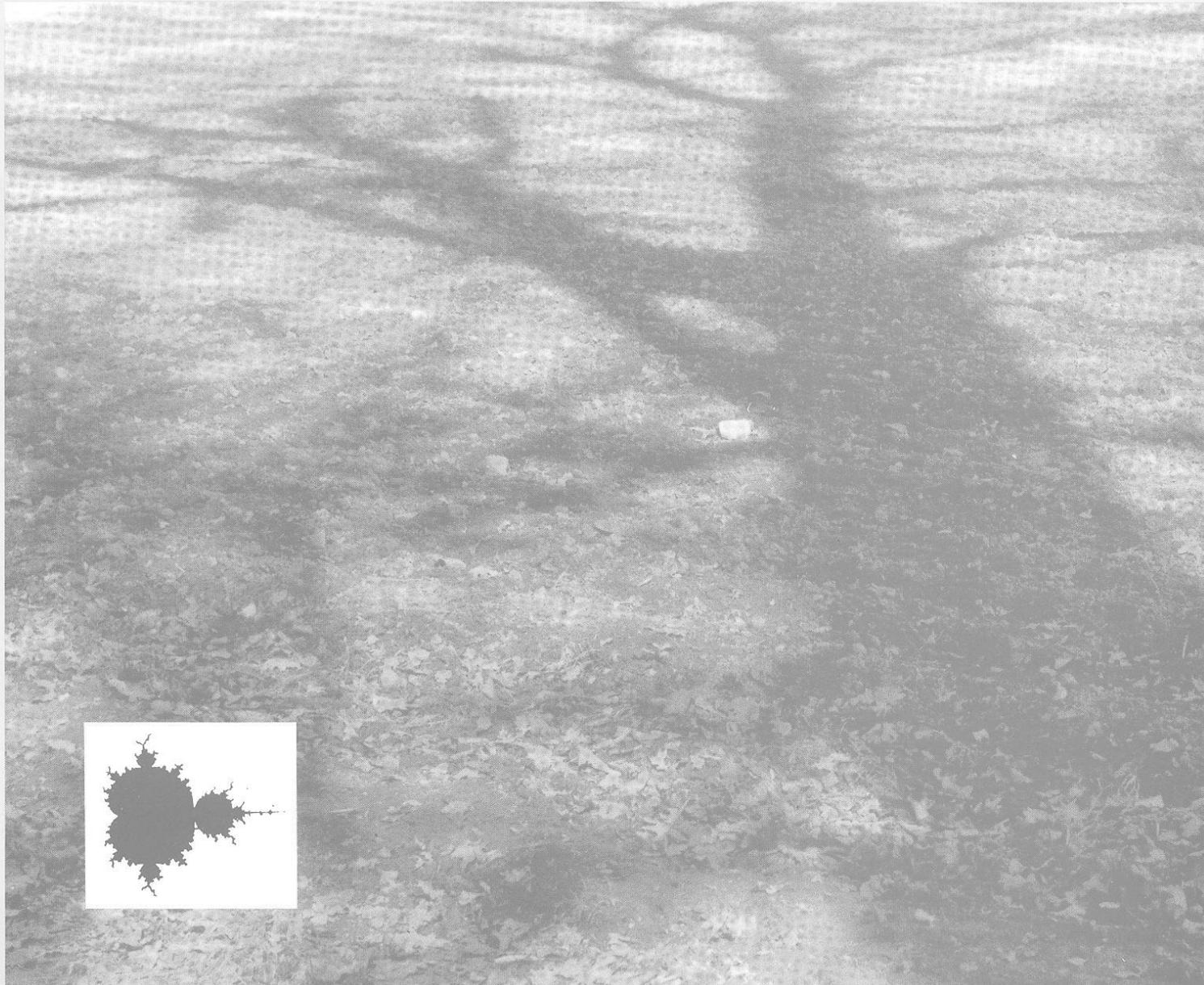

Leibniz-Gemeinschaft

ZEP

2. ZEP-Symposium
"Selbstorganisation und Chaos"
15.-17. Mai 1992

Themenschwerpunkt:

Entwicklungspolitik und Entwicklungspädagogik in neuer Sicht



Zeitschrift für Entwicklungspädagogik

15.Jahrgang

März

1

1992

ISSN 0175-0488D

Inhalt:

Hans H. Wilhelm	2	Welche "Bildung" für die Zukunft?
Alfred K. Trem	6	Desorientierung überall oder Entwicklungspolitik und Entwicklungspädagogik in neuer Sicht
Klaus Seitz	18	Erziehung zur Einen Welt Zur Vorgeschichte eines entwicklungspädagogischen Mythos (Teil 2)
Wiltrud Rösch-Metzler	28	Zur Evaluation der Kampagne "Eine Welt für alle"
ZEPpelin	35	"Wann ist ein Spiel ein Spiel?"
Portrait	36	Fachstelle für Internationale Zusammenarbeit des Deutschen Volkshochschulverbandes, Bonn
Unterricht	38	Neue Unterrichtsmaterialien und AV-Medien für Schule und Bildungsarbeit
	42	Rezensionen
	45	Kurzrezensionen neuer Unterrichtsmaterialien und Zeitschriften
	46	Informationen

Impressum: ZEP - Zeitschrift für Entwicklungspädagogik 15.Jg 1992 Heft 1. Die Zeitschrift erscheint im Verlag Schöppe & Schwarzenbart Tübingen / Hamburg. Herausgeber: Gesellschaft zur Förderung der Entwicklungspädagogik GFE Schriftleitung: Alfred K. Trem Redaktionsanschrift: 2055 Dassendorf, Pappelallee 19, Tel. 04104/3313. Redaktions-Geschäftsführer: Arno Schöppe, Tel. 040/6541-2921. Ständige Mitarbeiter: Prof.Dr. Asit Datta, Hannover; Dr. Hans Gängler, Dortmund; Irene Gocht (Lyrik, Kurzprosa), Tübingen; Achim Heinrichs (Fotos), Tübingen; Dipl.Päd. Brigitte Krönert, Tübingen; Pfr. Georg-Friedrich Pfäfflin, Stuttgart; Dipl.Päd. Ulrich Klemm, Ulm; PD Dr. Gottfried Orth, Karlsruhe; Annette Scheunpflug-Peetz M.A., Hamburg; Klaus Seitz M.A., Nellingsheim; Barbara Toepfer, Weimar/Marburg; Prof.Dr. Alfred K. Trem, Hamburg. Kolumne: Christian Graf-Zumsteg (Schweiz); Lothar Kubitz (Neue Bundesländer); Barbara Toepfer (ZEPpelin). Technische Bearbeitung/EDV: Heike Selinger, Britta Stade, Claudia Stern Anzeigenverwaltung: Verlag Schöppe & Schwarzenbart, Nonnengasse 1, 74 Tübingen, Tel.: 07071/22801. Verantwortlich i.S.d.P: Der geschäftsführende Herausgeber. Titelbild: Achim Heinrichs, Tübingen Abbildungen: div. Privatfotos; Karikaturen: Dr. Wolfgang Pfaffenberger Das Heft ist auf umweltfreundlichem chlorfreiem Papier gedruckt

Anmerkung: Generische Maskulina werden im Text, falls von den Autoren nicht anders vermerkt, dem Sprachgebrauch im Deutschen entsprechend, geschlechtsneutral verwendet.

Erscheinungsweise und Bezugsbedingungen:

erscheint vierteljährlich; Jahresabonnement DM 36,- Einzelheft DM 9,50; alle Preise verstehen sich zuzüglich Versandkosten; Zu beziehen durch alle Buchhandlungen oder direkt vom Verlag. Abbestellungen spätestens acht Wochen vor Ablauf des Jahres.

Verlagsanschrift: Verlag Schöppe & Schwarzenbart, Nonnengasse 1, 74 Tübingen, Tel.: 07071/22801. ISSN 0175-0488 D

Wiltrud Rösch-Metzler

'Eine Welt' im deutsch-deutschen Schatten

Zur Evaluierung der Kampagne 'Eine Welt für alle'

Erinnern Sie sich noch an den "Marsch"? Im Mai 1990 hatte eine in dieser Form einzigartige Medien- und Öffentlichkeitskampagne unter dem Motto: "Eine Welt für alle" stattgefunden. Eine Evaluierung dieses Projektes wurde von den Trägerorganisationen der Kampagne in Auftrag gegeben. Angesichts der unmittelbar bevorstehenden "Eine-Welt-Kampagne" des Jahres 1992 werden im folgenden die wichtigsten Ergebnisse dieser Studie dargestellt.

(ks)

Das Projekt "Eine Welt für alle" hatte kein methodisches Vorbild. Es entwickelte sich prozeßhaft. Es kann als "Kampagne"¹ verstanden werden. "Bei Kampagnen handelt es sich um zeitlich begrenzte Kommunikationsaktivitäten mit klar definierten Zielen. Kampagnen enthalten in sich Planung, Implementation und Evaluierung; sie bilden zugleich aber auch selbst ein Implementationsinstrument im Dienst übergeordneter Ziele."²

1. Analyse des Kontextes in dem "Eine Welt für alle" entstand

Zum Kontext der Kampagne gehören: die Dritte-Welt-Berichterstattung in den Medien, der "Tag für Afrika" und die Kritik daran, die Rolle des NDR-Journalisten Rolf Seelmann-Eggebert, Vorerfahrungen der NRO in der Kampagnen-Zusammenarbeit und sonstige Motive der NRO und Fernsehanstalten, die bei "Eine Welt für alle" eine Rolle spielten.

In zahlreichen Studien wird eine mangelhafte Berichterstattung der Massenmedien über die Dritte-Welt nachgewiesen. Sie ist zu eurozentristisch, stellt zu wenig komplexe Zusammenhänge dar, nennt nur in seltenen Fällen die Verursacher der Armut, degradiert die Menschen der Dritten-Welt, wenn sie in den Berichten überhaupt vorkommen, zu Objekten. Entwicklungszusammen-

arbeit wird u.a. deshalb kaum von den Massenmedien thematisiert, weil sie auch in Gesellschaft und Politik keinen hohen Stellenwert besitzt. Eine Chance, das Thema dennoch auf die Agenda der Medien zu setzen, sehen Fernsehleute dann gegeben, wenn es mit ökologischen Problemen verknüpft wird. Am Programmschwerpunkt "Eine Welt für alle", der Öko-Probleme in den Vordergrund rückte, war diese Entwicklung abzulesen.

Eine entscheidende Rolle für die Entstehung und den Verlauf des Projekts "Eine Welt für alle" spielte der NDR-Chefkorrespondent Fernsehen Rolf Seelmann-Eggebert. Von ihm stammte die Idee zu einer Eine-Welt-Woche. Er koordinierte die ARD-Sondersendungen zu diesem Programmschwerpunkt und leitete auch den europäischen Medienverbund One World.

Die NRO konnten für die Projektwochen auf Erfahrungen aus der Nord-Süd-Kampagne des Europarats und einiger europäischer NRO zurückgreifen, die seit 1985 Städte-Partnerschaften fördern. Etwa 50 lokale Nord-Süd-Foren sind in der BRD aus dieser Aktion hervorgegangen. Eine andere Kooperation, das NRO-Netzwerk, hatte sich zu Beginn der "Eine Welt für alle"-Kampagne aufgelöst. Spannungen im NRO-Netzwerk, die nicht geklärt wurden, waren vielleicht auch der Grund, weshalb nicht alle im Netzwerk zusammengeschlossenen Organisationen bei "Eine Welt für alle" mitmachten, sondern als Fraktion der Kritiker (Medico, terre des hommes und Buko) in Erscheinung traten.

Immer stärker werden die NRO gewahr, daß ihre Projekthilfe in Afrika, Asien und Lateinamerika von begrenzter Reichweite ist, daß die Verarmung von zwei Dritteln der Menschheit zugenommen hat, weil globale Strukturen sich verfestigt haben. "Nur auf örtliche und nationale Kontexte bezogene Veränderungen bedeuten heute Verrat am Glück und den Zukunftschancen aller Menschen."³ "EINE WELT FÜR ALLE bedeutet: Wenn

die Erde überleben soll, braucht auch Deutschland in vielem eine andere Entwicklung"⁴, erklärten die Sprecher des Projekts auf einer Pressekonferenz in Bonn. Immer wichtiger erscheint den NRO die Inlandsarbeit.

2. Definition des Problems

Von seiner Anlage her unterschied sich das Projekt "Eine Welt für alle" nicht nur durch den fehlenden Spendenaufruf von seinem Vorgänger, dem "Tag für Afrika". Unterschiede traten auch auf im Anlaß, im Thema, in der Zeit und in der Beteiligung.

Der Anlaß war keine klar definierte Katastrophe (wie beim Afrikatag die Hungersnot in Äthiopien), sondern setzte sich zusammen aus den verschiedenen globalen Problemen, vor denen die Menschheit heute steht und den Ergebnissen von drei Jahrzehnten Entwicklungshilfe.

Ein ganzes Szenario lieferte die Begründung für den NDR: "Die Weltbevölkerung wächst in einem atemberaubenden Tempo. Neue Konzepte müssen her, wenn sich der Strom der Armutflüchtlinge aus der Dritten Welt nicht zu einer Springflut entwickeln soll. Treibhauseffekt und Ozonloch beschäftigen Regierungen in aller Welt. Aber handeln sie auch? Willy Brandt hat die 80er Jahre das 'verlorene Jahrzehnt' genannt. In den 90er Jahren muß das Bewußtsein einen Quantensprung machen, wenn wir aufholen wollen, was versäumt ist, und im Wettlauf gegen die Zerstörung unserer Umwelt nicht unterliegen wollen."⁵

Diese Definition des Problems deckte sich nicht in allen Punkten mit der Problemlage, die die NRO als Hintergrund für die Projektwochen analysiert hatten und im "Inhaltepapier" niedergeschrieben hatten. In diesem Papier stellten sie die Zusammenhänge zwischen der Bundesrepublik und den Ländern der Dritten Welt in den Bereichen Weltwirtschaft, Ökologie, Abrüstung und Jugend dar. Bei bundesweiten Aktionen wurde auf diese vier Schwerpunkte immer wieder Bezug genommen. Verursacher der Verarmung in der Dritten Welt wie Banken, bundesdeutsche Firmen und Regierungen der Industrieländer wurden jedoch im Inhalte-Papier nicht genannt. Die im Inhalte-Papier formulierten Forderungen an die Politik und an die Politiker waren auch nicht konkret genug, als daß sie zu einer wirklichen politischen Auseinandersetzung innerhalb der BRD geführt hätten. Appelle an jeden einzelnen haben überwogen.

Bei Aktionen auf lokaler Ebene waren, die im Inhalte-Papier nicht angesprochenen Themen Asyl und Entwicklungshilfemodelle wichtig.

3. Bestimmung der relevanten Gruppen und Institutionen

Schon vor Einrichtung des Koordinationsbüros wurde überlegt, welche Gruppen und Organisationen für das Projekt wichtig wären. Zu vielen Organisationen erfolg-

te eine frühzeitige Kontaktaufnahme, insbesondere durch Seelmann-Eggebert, zu Buchverlagen, zum Hörfunk, zum ZDF und zu europäischen Sendeanstalten. Die NRO-Vertreter schrieben Briefe an in ihren Augen "gesellschaftlich relevante" Gruppen. Eine Vielfalt der Träger war angestrebt, um das Vorhaben auf eine breite Basis zu stellen. Im Januar 1989 bestand der Trägerkreis aus zehn Organisationen, im November desselben Jahres waren es 32.

Für die insgesamt 34 Träger der Projektwochen gab es kein gemeinsames Kriterium. Mit wenigen Ausnahmen (Bund für Umwelt- und Naturschutz (BUND) und das Münchner Institut für Psychologie und Friedensforschung) arbeiten sie überwiegend im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit oder in der freien Wohlfahrtspflege.

Etwa ein Drittel der Organisationen vertrat die Kampagne energisch innerhalb und außerhalb ihrer Einrichtung. Ein entsprechendes Interesse der anderen zwei Drittel wurde nicht deutlich.

In einigen Organisationen, die bisher ihren Schwerpunkt auf das Spendensammeln gerichtet hatten, hat die Kampagne einen Umdenk-Prozeß in Richtung Bewußtseinsbildung ausgelöst. Ebenso geriet bei einigen Organisationen die Nord-Süd-Problematik stärker ins Blickfeld. Die Kampagne blieb überwiegend auf die Presse- und Öffentlichkeitsreferenten der Häuser beschränkt, so daß die Fülle der Süd-Kontakte der anderen Referate für die Projektwochen nicht voll zum Zug kam. Es entstand wiederum der Eindruck der Norden debattiere unter sich über das, was für den Süden gut ist.

Dadurch, daß die Träger auf unterschiedlichen Ebenen (Bundes- bis Gemeindeebene) tätig sind, war ihre Zusammenarbeit erschwert: Fahrtkosten und Zeit für Planungssitzungen konnten von Trägern, die nur lokal verankert sind, kaum aufgebracht werden.

4. Schlüsselpersonen

Individuen, die bereits in Übereinstimmung mit dem erkannten Problem sind, können den Erfolg einer Kampagne vergrößern. Von Seiten der Trägerorganisationen wurde jedoch mehr nach Institutionen gesucht, als nach Individuen. Anders das Fernsehen, das sehr stark mit Einzelpersonlichkeiten arbeitet.

Die Übernahme der Schirmherrschaft durch Bundespräsident Richard von Weizsäcker vermittelte der Kampagne Publicity und Seriosität. Inhaltlich bot von Weizsäcker dem Projekt kaum Impulse und Anknüpfungspunkte, da er sowohl in seinem Grußwort als auch in der Fernsehdiskussion sehr allgemein blieb.

5. Zustimmung von Schlüsselinstitutionen

Nicht alle Schlüsselorganisationen - das sind die Organisationen, die bereits im Sinne der Kampagne arbeiten - haben dem Projekt "Eine Welt für alle" zu-

gestimmt. Dazu gehören auf Seiten der Projektwochen u.a. NRO wie ASW, WFD, TdH und BUKO. Sie traten als Kritiker des Projekts in Erscheinung. Ihre Kritik hatte zur Folge, daß Gruppen vor Ort, die bereits im Sinne der Kampagne arbeiteten, dem Projekt mit Mißtrauen begegneten und eine Mitarbeit zum Teil verweigerten. Für die Träger auf Bundesebene war diese Kritik aus den eigenen Reihen Ansporn und Ärger zugleich.

6. Verbreitung von Information innerhalb der Zielgruppe und Aufzeigen der praktischen Notwendigkeit der intendierten Veränderung

Vom Beginn der Planungen der Kampagne im Herbst 1987 bis zum Frühjahr 1989 herrschte ein großes Informationsdefizit. Das lange Zeit einzige, vom NDR veröffentlichte Papier mit dem Emblem einer blaugrünen Weltzwiebel, war unter den Initiatoren der Projektwochen nicht konsensfähig. Sie kritisierten, daß darin zu sehr auf Hunger und Armut abgehoben werde und mit Mitleid anstelle von Aufklärung gearbeitet werde. Wer sich also über den Stand der Planungen informieren wollte, mußte sich an eine der beteiligten Organisationen wenden. Dies verhinderte die Entwicklung eines gemeinsamen Erscheinungsbildes der Kampagne nach außen und nährte Spekulationen und Mißtrauen gegen das Vorhaben.

Daß der Info-Dienst der Kampagne so spärlich und spät erschien, hatte mehrere Gründe. Die Verantwortlichen wollten über fertige Planungen informieren. Diese lagen aber erst relativ spät vor. Darüber hinaus wurde das Koordinationsbüro bereits ein halbes Jahr vor der Kampagne mit schriftlichen und telefonischen Anfragen und sonstiger Arbeit überschwemmt, so daß keine Kapazität für einen neuen Info-Dienst vorhanden war. Anfang Januar übernahm der neu eingestellte Öffentlichkeitsreferent die Herausgabe des Info-Dienstes. Die letzte Ausgabe des Info-Dienstes erschien zu spät, die Informationen konnten in die Arbeit vor Ort nicht mehr einbezogen werden.

Es gab keine regelmäßigen Presseinformationen, obwohl die Zielgruppe der Journalisten von den Trägern als sehr wichtig angesehen wurde. Die Pressearbeit des Projekts lief über viele Kanäle. Am 19. Juli verbreitete z.B. der Caritas Pressedienst der Erzdiözese Köln die Ente, daß "Eine Welt für alle" mit einem Sternmarsch von 40 000 Kindern in Köln eröffnet wird.

7. Bildung einer Struktur für die Durchführung der Kampagne

Das Projekt setzte sich zusammen aus dem Programmschwerpunkt "Eine Welt für alle" des öffentlichen Rundfunks und den bundesweiten Projektwochen "Eine Welt für alle" von 34 Nicht-Regierungs-Organisationen (NRO) der Entwicklungszusammenarbeit, der Katastrophenhilfe, des Umweltschutzes und

der Friedensarbeit. Durchführungszeitraum des Projekts war der 4. bis 27. Mai 1990.

Das Projekt läßt sich unterteilen in einen Medienstrang mit Fernsehen, Radio und Presse und in einen Projektstrang, der von einem Koordinationsbüro zusammengehalten wurde. Dazu gehörten die bundesweiten Veranstaltungen: Auftaktveranstaltung, Abgeordnetenbefragung, Wettbewerb "Weltoffene Gemeinde" und Kaffeekampagne und die bundesweiten Aktionsmaterialien Kampagnen-Zeitung, Aufkleber und Plakate. Zum Projektstrang gehörten auch die zahlreichen von lokalen Gruppen und Zusammenschlüssen organisierten Veranstaltungen auf regionaler und örtlicher Ebene: Vorträge, Informationsstände, Gottesdienste, Wettbewerbe, Pressegespräche, Ausstellungen...

Die Werbefirma Young & Rubicam erfand das Kampagnenmotto und den schwarz-roten Kampagnenschriftzug. Sonst hätte man sich mit dem Slogan "Eine Welt-Woche" begnügen müssen.

Für die Durchführung der Kampagne wurde eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts gegründet. In den Entscheidungsgremien waren die fünf NRO-Initiatoren weiterhin vertreten. Gleichzeitig wurde eine Struktur geschaffen, die es ermöglichte, daß laufend neue NRO dazustoßen konnten. Schlecht eingebunden innerhalb dieser Struktur waren die Regionalkoordinatoren. Nicht überlegt wurden Partizipationsmöglichkeiten für örtliche Gruppen, was eine basisdemokratische Struktur vorausgesetzt hätte.

Die Führung und später auch der größte Teil der Durchführung der bundesweiten Aktion lag beim Steering Committee. Die personelle Unterbesetzung des Koordinationsbüros und des Öffentlichkeitsreferats der Kampagne und die zum Teil unverbindliche Arbeitsweise in den Arbeitsgruppen führten dazu, daß sich das Steering Committee um sehr viele Details des Projekts und Aufgaben der Durchführung kümmern mußte. Diese Faktoren und die starke Beanspruchung seiner Mitglieder durch ihre regulären Aufgaben in ihrer Organisation führten zu einer latenten Überforderung des Gremiums.

Das Plenum war der Ort, an dem sich die sehr unterschiedlichen Trägerorganisationen treffen und an den Entscheidungsprozessen beteiligen konnten. Für die kleineren Organisationen war es der einzige strukturelle Zugang zum Projekt. Dies ermöglichte einerseits, daß auch von Einzelpersonen unbürokratisch Initiativen innerhalb des Projekts gestartet werden konnten, führte aber andererseits dazu, daß Plenumsdiskussionen mehr und mehr von Gästen bestimmt wurden.

In der Vorbereitungsphase der Projektwochen wurde bald deutlich, daß die Kampagne nicht nur von der Bundesebene aus durchgeführt werden konnte, sondern daß regionale Koordinatoren für regionale Aktivitäten notwendig sind. Deshalb wurde entschieden, in allen Bundesländern Regionalkoordinatoren zu suchen. Die Regionalkoordinatoren fanden sich in ihren Regionen inmitten des Konfliktfeldes zwischen den Kritikern der

Kampagne und den Befürwortern wieder.

Die Erfahrungen im Koordinationsbüro des Projekts lassen sich folgendermaßen charakterisieren und vermutlich auch auf andere Kampagnen übertragen, für die erst eine Geschäftsstelle eingerichtet werden muß:

1. Das Büro ist eingerichtet als Provisorium, materiell schlecht ausgestattet, zeitlich begrenzt und wieder leicht abbaubar.

2. Aus Kostengründen entscheiden sich die Verantwortlichen für einen Einmann- bzw. Einfrau-Betrieb.

3. Das Arbeitsfeld des Mitarbeiters oder der Mitarbeiterin ist anfangs eher vage und konkretisiert sich erst im Verlauf der Kampagnenplanung. Dasselbe gilt für den Arbeitszeit-Aufwand.

4. Zu wenig Berücksichtigung findet die Begleitung der Mitarbeiterin oder des Mitarbeiters. Das zeigt sich z.B. in fehlenden Dienstgesprächen. Eine andere Möglichkeit wäre, daß die eingestellte Person mehr inhaltliche Verantwortung und Kompetenz zugestanden bekommt, quasi eigenverantwortlich arbeitet.

5. Unterschiedlichste Ebenen und Organisationen haben Erwartungen an das Kampagnenbüro, und da es tatsächlich der Knotenpunkt einer Kampagne ist, muß der oder die Mitarbeiterin dort sehr vorsichtig mit den geäußerten und verdeckten Erwartungen umgehen, um niemanden vordem Kopf zu stoßen. Der Mitarbeiter oder die Mitarbeiterin kann nicht immer nur abwehren, aber aus Zeitgründen auch nicht jeden Arbeitsauftrag annehmen.

Von außen betrachtet muß das Büro wie eine feste Einrichtung wirken, damit staatliche Stellen mit ihm zusammenarbeiten können und damit sich Journalisten dorthin wenden können.

Vorstellbar wäre, statt der kostengünstigen Einmann/Ein frau-Lösung ein Team mit zwei bis drei Personen einzustellen, das Erfahrungen mit Dritte-Welt-Arbeit, Organisation, Presse, Werbung und Bildungsarbeit hat. Bei einem größeren Team könnten Frustration und Resignation geringer gehalten sowie die Kreativität und Schlagkraft verbessert werden. Dies würde allerdings mehr Finanzmittel erfordern.

8. Bestimmung der Ziele und Zielgruppen

Hauptzielgruppe war die breite Öffentlichkeit. Dabei sollten vor allem auch Personen, die sich nicht in erster Linie für globale Zusammenhänge interessieren, vom Projekt angesprochen werden. Die NRO hatten darüber hinaus als eine wichtige Zielgruppen die Politiker ausgemacht.

Das Münchner Meinungsforschungsinstitut Infratest wurde mit einer telefonischen Umfrage bei 1000 Personen ab 14 Jahren beauftragt. Die Erhebung ergab, daß 22% der Bevölkerung ab 14 Jahren oder 10,9 Millionen Menschen in der Bundesrepublik von den Medien- und Projektwochen "Eine Welt für alle" wußten. Bei der Altersverteilung fällt auf, daß alle Altersgruppen - mit

Ausnahme der 65-jährigen und darüber (13%) - relativ gleich verteilt auftreten. Auch knapp ein Viertel der Jugendlichen und jungen Erwachsenen kannten das Projekt. Bei der regionalen Verteilung fällt auf, daß Einwohner von Baden-Württemberg und Bayern (26%) etwas mehr von der gesamten Aktion mitbekommen haben, als Bewohner der anderen Bundesländer (19%-22%).

Die zweite Frage richtete sich nur an die Personen, die angegeben hatten, von "Eine Welt für alle" zu wissen. Sie wurden gefragt, durch welches Medium sie von der Aktion erfahren hatten. Das Fernsehen erhielt 68%, Zeitungen 40%, Hörfunk 15%, Veranstaltungen 4% und Sonstiges 11%. Bei den Zeitungen ist zu berücksichtigen, daß dort sowohl Informationen über das Fernsehprogramm, als auch Informationen über Veranstaltungen im Rahmen der Projektwochen aufgegriffen worden sind. Bei Hörfunk und Fernsehen handelte es sich meist um eigene Beiträge und nicht um Berichte über die Projektwochen. Das Ergebnis zeigt, daß das Fernsehen zwar der wichtigste Vermittler war, daß aber immerhin knapp ein Drittel der Befragten (32%) nicht durch das Fernsehen von "Eine Welt für alle" erfahren haben.

Die Prozentzahl bei Sonstiges ist mit 11% recht hoch. Knapp die Hälfte der Personen, die Sonstiges angaben, gingen noch zur Schule, was die Vermutung nahelegt, daß an etlichen Schulen Projektstage und ähnliches zum Thema stattfanden.

Vier Prozent, darunter dreiviertel Frauen, gaben an, daß sie durch Veranstaltungen über "Eine Welt für alle" informiert wurden. Das wären auf die Bevölkerung ab 14 Jahre umgerechnet 450 000 Menschen. Geht man von den Erfahrungen der Träger aus, die z.B. in Bayern 1500 örtliche Veranstaltungen zählten, in anderen Bundesländern weniger, so kann man die Zahl 450 000 auch als grobe Schätzzahl für die gesamten Besucher und Besucherinnen von Begleitveranstaltungen übernehmen.

Die Projektwochen wollten vermitteln, daß Änderungen in den Industriestaaten nötig sind, um "Eine Welt für alle" zu ermöglichen. Denken Personen, die mit "Eine Welt für alle" in Berührung gekommen sind anders über globale Probleme, als Menschen, die nicht berührt wurden? Alle wurden deshalb gefragt, was sie mit dem Slogan "Eine Welt für alle" verbinden. Drei Antworten standen zur Auswahl, 1. Die Erde ist durch Umweltkatastrophen gefährdet, 2. Wir brauchen nicht nur Entwicklungshilfe, sondern auch eine grundlegende Änderung in den Industriestaaten und 3. Es müßte mehr gespendet werden. Von denen, die das Projekt nicht kannten, entschieden sich die Hälfte für die erste Aussage, über ein Drittel (34%) für die zweite Aussage und sieben Prozent für die dritte.

Von denen, die mit dem Projekt in Berührung gekommen waren, entschieden sich 60% für die 2. Aussage, 34% für die erste und nur noch 2% für die letzte Aussage. Dies kann ein Hinweis darauf sein, daß es der

Kampagne mit einiger Wahrscheinlichkeit gelang, ihr Ziel Bewußtseinsänderung vor Spenden, der Bevölkerung zu verdeutlichen.

Das Bewußtmachen der Notwendigkeit von Veränderung kam zu kurz, was u.U. daher rührt, daß es keinen Konsens gab, was sich in der BRD alles ändern müßte (hier könnte eine Folge-Kampagne anknüpfen).

In der Frage des Firmensponsorings zeigte sich, daß den Trägern von "Eine Welt für alle" nicht jedes Mittel zur Durchführung der Kampagne recht war. Sie gaben hier der Vermeidung eines Glaubwürdigkeitsverlusts der Kampagne Vorrang vor der besseren finanziellen Ausstattung. Daß sie sich darauf einigten, selbst keine Spenden zu sammeln, war Voraussetzung dafür, daß die Kampagne als Bewußtseinsbildungsprojekt erkennbar war.

9. Bestimmung der Mittel zur Implementation

In Arbeitsgruppen wurden die Mittel zur Implementation überlegt. Teilweise änderten sich die Mittel im Verlauf der Arbeitsgruppensitzungen wieder, so daß es manchmal, von außen betrachtet schwierig war, zu sehen, was denn nun letztendlich geplant ist.

In nahezu allen Arbeitsgruppen entfaltete sich eine Aktivität erst mit dem "drohenden" baldigen Beginn der Projektwochen. Trotz der langen Planungsphase gelang es nicht, die Zeit für die Vorbereitungen ausreichend zu nutzen.

Ein anderes Problem war die Fluktuation der Mitarbeiter in den Arbeitsgruppen und die damit verbundene unverbindliche Arbeitsweise.

Es erwies sich als schwierig, bundesweite Veranstaltungen in Zusammenarbeit mit Verwaltungen von Großstädten zu planen und durchzuführen, wenn sich nicht wie in Hamburg ein Vertreter vor Ort fand. Die AG Eröffnungsveranstaltung machte auch die Erfahrung, daß Städte inzwischen mit ihren lokalen entwicklungspolitischen Aktionsgruppen zusammenarbeiten, die ein Anliegen "von außen" eher als Störung betrachten. Andererseits macht dies auch deutlich, daß die großen Nicht-Regierungsorganisationen vor Ort personell kaum verankert sind.

Die späte Detailplanung der Bundesveranstalter machte es den Gruppen vor Ort nahezu unmöglich, noch rechtzeitig die bundesweit geplanten Aktionen Abgeordnetenbefragung und weltweite Gemeinde durchzuführen. Regionale Planungen zu "Eine Welt für alle" standen zu diesem Zeitpunkt zum Teil bereits fest. Gründe, weshalb die Aktion Abgeordnetenbefragung nicht von allen Regionen aufgegriffen wurde, waren neben dem Zeitfaktor auch in länderspezifischen Begebenheiten zu sehen. In Nordrhein-Westfalen konzentrierten sich die Gruppen auf die im Mai durchgeführten Landtagswahlen.

Die AG "Abgeordnetenbefragung" kann auf Teilerfolge verweisen: Mit Hilfe des Fragebogens konnten

zu einigen Abgeordneten erste Verbindungen geknüpft werden. In einigen Wahlkreisen fanden noch Gespräche mit Abgeordneten statt. Auf bundesweiten und regionalen Veranstaltungen im Rahmen von "Eine Welt für alle" gelang es, Politiker und Politikerinnen einzubeziehen wie Uwe Holtz, Irmgard Adam-Schwaetzer, Uschi Eid, Hans Koschnick und Hans-Peter Repnik.

Bei später begonnenen Aktivitäten wie dem Jugendempfang des Bundespräsidenten und dem bundesweiten Bildungskongreß für Lehrer, für die sich viele Interessenten meldeten, entstand die Gefahr, daß sich die Kampagne verzettelt. Gerade bei prozeßhaftem Arbeiten, bei dem Projektgruppen eine Eigendynamik entwickeln, ist es notwendig, nicht die ursprünglichen Ziele und Arbeitsvorhaben aus dem Blick zu verlieren.

Die Arbeitsmaterialien waren insgesamt ausreichend. Sie wurden nur zu spät geplant und zu spät ausgeliefert. In etlichen Fällen erreichten sie die Besteller erst wenige Tage vor den Projektwochen. Die Zeitung wurde insgesamt gelobt als informativ und für einen breiten Leserkreis verständlich geschrieben. Kritisiert wurde das Bild auf der ersten Seite mit einem hungernden Kind. Die Papier-Aufkleber fanden wenig Zustimmung bei den Aktionsgruppen. Weil sie glänzten, wurde vermutet, daß sie aus Plastik sind. Viele konnten auch mit den daraufstehenden Sprüchen nichts anfangen.

10. Mobilisierung der Ressourcen für die praktische Durchführung der Kampagne

Das Projekt beantragte Mittel bei der EG und lebte von Teilnehmerbeiträgen und Zuschüssen der großen NRO. Ein Koordinationsbüro wurde eingerichtet, das zunächst mit einer Person besetzt war. Als die Arbeit umfangreicher wurde, wurde noch eine Sekretärin eingestellt, später für ein Vierteljahr ein Mitarbeiter für Kommunikationsaufgaben. Zum Teil stellten auch die Träger in den Häusern zusätzliche Personen ein, als die Arbeit überhand nahm.

11. Implementation

Im Zeitraum der Kampagne bestimmten die Kommunalwahlen in der DDR und die Diskussion um die Währungsunion die Berichterstattung in den Medien. In diese Zeit fiel auch das Attentat auf den SPD-Kanzlerkandidaten Oskar Lafontaine und die sich daraufhin entspinnde Diskussion und die Haltung der SPD zum Staatsvertrag mit der DDR. Gegen diese deutsch-deutschen Themen konnten sich die Inhalte des Projekts nicht durchsetzen. Daß sie aber dennoch von vielen Redaktionen aufgenommen wurden, verpaßte der Kampagne den nötigen Rückenwind. Immerhin hatten knapp 11 Millionen Menschen in der BRD erfahren, daß es Medien- und Projektwochen zu "Eine Welt für alle" gab.

Das geplante Programm der Projektwochen: Abgeordnetenbefragung, Kaffeekampagne, Weltweite Ge-

meinde und Eröffnungsveranstaltung wurde mit konzeptionellen Schwankungen auch durchgeführt. Jugendtreffen und Bildungskongreß wurden noch zusätzlich aufgenommen.

Positiv war die gemeinsame Planung und Durchführung des Projekts. Sie bot Möglichkeiten, daß Vertreter und Vertreterinnen unterschiedlichster Einrichtungen sich kennenlernten und in Zukunft leichter zusammenarbeiten können.

Die Projektwochen schienen in eher ländlichen Gebieten besser angekommen zu sein als in großstädtischen. Ein mäßiger Zulauf bei traditionellen Entwicklungspolitischen Veranstaltungen in den Städten, seien es nun Vorträge in Hamburg oder eine Kundgebung auf dem Schloßplatz in Stuttgart und erfreute Rückmeldungen aus eher ländlichen Gebieten führen zu dieser Einschätzung. Ein weiteres Beispiel dafür ist, daß z.B. zu der bundesweiten Eröffnungsveranstaltung in München nur etwa doppelt so viele Menschen kamen, wie zum regionalen Auftakt im baden-württembergischen Weikersheim.

Auf der örtlichen Ebene fand man viele verschiedene Veranstalter auf, darunter auch solche, die es auf Bundesebene eine Mitarbeit abgelehnt hatten: Dritte-Welt-Solidaritätsgruppen und Weltläden, Erwachsenenverbände: KAB, Kolping, evangelische und katholische Frauenbünde, Kinderschutzbund, Jugendverbände: BDKJ, Pfadfinder, KJG, Studentengemeinden, Kirchengemeinden und deren Ausschüsse, Umweltorganisationen: Robin Wood, lokale Initiativen, Bio-Läden, Menschenrechtsorganisationen: Amnesty International, Asyl-Gruppen, Gesellschaft für bedrohte Völker, Friedensgruppen: Pax Christi, Initiativen, NROs: Terre des Hommes, städtische Einrichtungen: Büchereien, Kindergärten, Jugendzentren, Theater, Schulen, VHS, Gewerkschaften: DGB, GEW, Parteien: Grüne, SPD, FDP, Junge Union.

12. Auswertung

Auf Bundesebene, auf Regional- und Lokalebene fanden Auswertungstreffen statt. In einigen Orten wurde aufgrund solcher Auswertungen an "Eine Welt für alle" weiter gearbeitet.

Die meisten der aktiven NRO verzeichneten eine stärkere Nachfrage nach Informationsmaterial und ein Interesse einzelner, sich bestehenden Gruppen anzuschließen.

Die in das Satelliten-Fernsehen verbannten Bergen-Konferenzen hatten die schlechtesten Einschaltquoten (ein Prozent und darunter), der im Ersten Programm gezeigte indische Spielfilm "Salaam Bombay" verzeichnete die besten Zuschauerergebnisse (17 Prozent). Schlecht schnitt auch der Musik-Film "One world - one voice" ab, der durch seine späte Fertigstellung ohne große Vorankündigung in den Dritten Programmen gezeigt wurde.

"Der Marsch" war der am häufigsten und am ausführlichsten angekündigte Film im Rahmen des ARD-Programmschwerpunktes. Flüchtlingsvertreter, wie Pro Asyl kritisierten seine Aussagen. Von Seiten der NRO war es der einzige Film im Rahmen des Schwerpunktes, zu dem ein Faltblatt erstellt wurde. Zu diesem Film fanden auch vor Ort die meisten Diskussionsveranstaltungen statt. Die Beurteilung des Films fiel kontrovers aus.

Daß bei dem als Medienereignis und Hauptfilm der Kampagne angekündigten Film "Der Marsch" nur 8% der bundesdeutschen Fernsehhaushalte ihr Gerät einschalteten, gilt auch bei den Medienplanern als kaum erklärbar. Zu viele Faktoren bestimmen einfach das Rezipientenverhalten. War ausschlaggebend, daß der Film bis in die letzten Boulevard-Blätter hinein groß als Problemfilm angekündigt worden war oder war es das schöne Wetter, das an jenem Sonntagabend die potentiellen Zuschauer lieber auf den Balkonen ließ? Berücksichtigt werden muß auch, daß zur selben Zeit im ZDF die "Weiß-blauen G'schichten mit Gustl Bayerhammer" liefen und eine Einschaltquote von 30 Prozent erzielten.

Der größte Teil der über 600 untersuchten Zeitungsartikel zu den Projektwochen "Eine Welt für alle" waren Vorankündigungen. Auffallend war, daß einige Zeitungen "Eine Welt für alle" zum Anlaß für selbständige Recherchen nahmen. Einige Zeitungen griffen das Thema auch im Politik- und im Wirtschaftsteil auf.

Zentrale NRO-Initiativen fanden mit Ausnahme des Jugendtreffens beim Bundespräsidenten in den Medien geringen Niederschlag.

Insgesamt bewerte ich die Kampagne eher positiv. Sie hat viele Bundesbürger und Bundesbürgerinnen erreicht und das Bewußtsein für globale Zusammenhänge verstärkt. Das Thema Entwicklungszusammenarbeit wurde wieder auf die Agenda der Medien und der Politik gesetzt. Die Kampagne hat zu neuen Kooperationsformen der Träger auf Bundesebene geführt und zu Anstößen innerhalb der eigenen Organisation. Sie ließ vor Ort viele neue Bündnisse entstehen, insbesondere zwischen Umwelt und Dritte-Weltgruppen. Sie wurde von den Massenmedien mitgetragen, und sie hat Politiker eingefordert.

Problematisch bleibt für mich, daß die Kampagne von den Gruppen vor Ort viel Engagement verlangte, aber nicht überlegt wurde, wie sie die Kampagne hätten aktiver mitbestimmen können. Negativ ist für mich auch, daß die Kampagne keine klaren politischen Forderungen (z.B. Reduzierung der Rüstungshaushaltes um ein Viertel) entwickelt hat und daß Modelle, wie denn das "Entwicklungsprojekt" für die BRD aussehen könnte, zu wenig diskutiert wurde. ♦

Literatur:

- ARD-Jahrbuch 87. Hrsg.: ARD. verantwortlich: Hans Bausch. Hamburg 1987.
Eine Welt für alle. Visionen von globalem Bewußtsein. Hrsg.: Andreas Giger. Rosenheim 1990.

Eine Welt für alle. Lesebuch Dritte Welt. Hrsg.: Thomas Becker, Inge Broderson, Rüdiger Dammann. Reinbek, April 1990.
 GfK-Fernsehforschung. Kundenbericht-Programm. 22 Bände von der 11. bis zur 22. Woche. Nürnberg 1986.
 Horlemann, Jürgen: Ein Tag für Afrika. Berlin 1987.
 v.LaRoche, Walther: Einführung in den praktischen Journalismus. München 1985.
 Maletzke, Gerhard: Ziele und Wirkungen der Massenkommunikation. Hrsg.: Hans-Bredow-Institut. Hamburg 1976.
 Third World Guide. History, Geography, Economics, Politics. Hrsg.: Neiva Moreira. Rio de Janeiro 1986.
 Trickster 18. Die Entwickler - Der Blick der Medien auf die Dritte Welt. Hrsg.: Peter Heller, Werner Petermann, Ralph Thoms, München 1990.

Anmerkungen:

Die Evaluierung wurde im Auftrag der Trägerorganisationen der Projektwochen "Eine Welt für alle" erstellt. Um zu einer Einschätzung des Projekts zu gelangen, wurden folgende Bereiche untersucht: der Kontext, die Träger, die Struktur der Durchführung, die bundesweiten Aktionen im Bereich der Projektwochen, das Programm der Medienwochen mit Einschränkung und die Projektwochen in den Regionen.

Darüber hinaus wurde das bundesweite Presseecho ausgewertet, Bewertungen von Beteiligten: Organisationen, Basisgruppen und Kritikern eingeholt und eine repräsentative Meinungsumfrage in Auftrag gegeben.

Aus Kostengründen erschien die Arbeit in kleiner Auflage, die vergriffen ist. Ein Exemplar (Die Kampagne "Eine Welt für alle" Ergebnisse und Wirkung, 1990, 149 Seiten plus Anhang) kann im DE-AB-Büro, Blumenstr.15, 7 Stuttgart 1, eingesehen werden. (ks)

- (1) NRO- und Fernsehverantwortliche wollen den Begriff "Kampagne" im Zusammenhang mit "Eine Welt für alle" lieber nicht verwendet sehen.
- (2) Gerhard Maletzke, Ziele und Wirkungen der Massenkommunikation, Hamburg, 1976, S.173
- (3) Prälat Norbert Herkenrath, Pressekonferenz zur Vorstellung der Projektwoche "EINE WELT FÜR ALLE", Bonn, 12.5.1989
- (4) Pfr.Hans-Otto Hahn, ebd.
- (5) Programmdirektion Deutsches Fernsehen/ARD, ARD-Broschüre "Eine Welt für alle", München, o.D., S.2



Wiltrud Rösch-Metzler, Jahrgang 1958, lebt und arbeitet als freie Journalistin in Wernau/Neckar. Studium der Politologie mit Schwerpunkt Nord-Süd-Konflikt in München, Tübingen und Gainesville, Diplomjournalistin, (Universität Hohenheim), Geschäftsführerin des Dachverbandes Entwicklungspolitischer Aktionsgruppen in Baden-Württemberg.

Deutsch

1961 kam ich nach Deutschland mit der Absicht zu studieren. Deutsch konnte ich nicht sprechen. Zwei Jahre lang lernte ich mühsam die Sprache in Abendkursen, während ich tagsüber in Fabriken arbeitete. Damals hörte ich bei jeder Gelegenheit den Spruch 'Deutsche Sprache ist eine schwere Sprache' - und zwar nicht nur von meiner Deutsch-Lehrerin, sondern auch von wildfremden Leuten. Vielleicht sagten sie dies aus Mitleid oder aus Stolz und Überlegenheit. Auf jeden Fall nervte mich der Spruch, den ich mehrmals am Tag über mich ergehen lassen mußte, so sehr, daß ich etwa zwei Jahre nach dieser schlimmen Zeit, das folgende Gedicht schrieb:

Sprachübung mit einem Ausländer

*Deutsche Sprache ist schwere Sprache
 üben üben üben
 wer nicht übt wird nicht Meister
 was macht dann der Meister?*

*Fragen
 ich frage
 du fragst
 er sie es fragt
 sie fragen
 anfragen
 befragen
 ausfragen
 hinterfragen*

*Fragen über Fragen
 wenn man übt, stellt man keine Fragen
 wer nicht fragt, lernt der auch?*

*keine Frage
 Deutsche Sprache ist schwere Sprache
 verstehen Sie
 gewiß Madam
 und wieviele Sprachen sprechen Sie?*

Asit Datta, München 1965