

IKI-Projektevaluierungsbericht Nr. P-012

Global Ideas - gemeinsam für den Klimaschutz

Durchgeführt durch das unabhängige, vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) beauftragte Konsortium



arepo consult

CEvalGmbH

FAKT Consult for Management,
Training and Technologies

GOPA
WORLDWIDE CONSULTANTS

2. Evaluierungszyklus 2017-2021 der Internationalen Klimaschutzinitiative (IKI)

Die in dem IKI-Projektevaluierungsbericht vertretenen Auffassungen sind die Meinung unabhängiger Gutachterinnen und Gutachter des vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) zur Durchführung von IKI-Einzelprojektevaluierung beauftragten Konsortiums bestehend aus adelphi consult GmbH, arepo consult, CEval GmbH, FAKT Consult for Management, Training and Technologies, und GOPA Gesellschaft für Organisation, Planung und Ausbildung mbH und entsprechen nicht notwendigerweise der Meinung des BMU, der Zukunft – Umwelt – Gesellschaft (ZUG) gGmbH oder der GFA Consulting Group GmbH.

Innerhalb des zur Durchführung von IKI-Einzelprojektevaluierung beauftragten Konsortiums ist sichergestellt, dass keine Firma und keine unabhängigen Gutachterinnen und Gutachter in die Planung und / oder Durchführung des zu evaluierenden Projekts involviert waren und sind.

Ansprechpartner:

Evaluierungsmanagement der Internationalen Klimaschutzinitiative (IKI) – im Auftrag des BMU
GFA Consulting Group GmbH
Internationales Handelszentrum (IHZ) Büro 4.22
Friedrichstr. 95
10117 Berlin

E-mail: info@iki-eval-management.de



INHALTSVERZEICHNIS

ZUSAMMENFASSUNG	1
Projektbeschreibung	1
Ergebnisse der Evaluierung	1
Lessons learned und Empfehlungen	2
SUMMARY	3
Project description	3
Evaluation findings	3
Lessons learned and recommendations	4
1 PROJEKTBESCHREIBUNG	5
1.1 Rahmenbedingungen und Bedarfsanalyse	5
1.2 Interventionsstrategie und/oder Theory of change	5
2 EVALUIERUNGSDESIGN UND METHODOLOGIE	6
2.1 Evaluierungsdesign	6
2.2 Evaluierungsmethodologie	6
2.3 Datenquellen und -qualität	6
3 ERGEBNISSE DER EVALUIERUNG	7
3.1 Relevanz	7
3.2 Effektivität	7
3.3 Effizienz	8
3.4 Impakt	9
3.5 Nachhaltigkeit	9
3.6 Kohärenz, Komplementarität und Koordination	10
3.7 Projektplanung und -steuerung	11
3.8 Zusätzliche Fragen	12
3.9 Ergebnisse der Selbstevaluierung	13
4 SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN	14
5 ANNEXE	16
5.1 Abkürzungen	16
5.2 Aufstellung der Outcomes/Outputs	16
5.3 Theory of change	17

ZUSAMMENFASSUNG

Projektsignatur		11_I_176_Global_A_DW TV	
Projekttitel		Global Ideas - gemeinsam für den Klimaschutz	
Partnerland		Projekt ohne konkreten Länderbezug	
Durchführungsorganisation		Deutsche Welle (DW)	
Politischer Projektpartner		kein Durchführungspartner	
Projektbeginn	10.10.2011	Projektende	01.11.2013
Fördervolumen IKI	2.874.790,31 €	Fördervolumen anderer Quellen	keine

Projektbeschreibung

Das von der Deutschen Welle (DW) durchgeführte Projekt Global Ideas geht von der Annahme aus, dass Schwellen- und Entwicklungsländer in besonderem Maße von den negativen Folgen des Klimawandels betroffen sind, gleichzeitig aber das Informationsdefizit zum Klimaschutz in diesen Ländern hoch ist. Um den Zielgruppen - Menschen vor Ort, insbesondere aber auch Multiplikator*innen, Bildungsinstitutionen und Entscheider*innen - Handlungsbedarf und Handlungsmöglichkeiten deutlich zu machen, wurden daher weltweit Best-Practice-Projekte präsentiert, in denen Treibhausgasemissionen gesenkt, Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel umgesetzt und Kohlenstoffsinken sowie schützenswerte Ökosysteme erhalten werden. Neben der Produktion und globalen Ausstrahlung von Reportagen, Informationsbeiträgen sowie Gesprächen/Interviews in vier Sprachen (Arabisch, Deutsch, Englisch und Spanisch) beinhaltete das Projekt auch den Aufbau einer multimedialen, viersprachigen Online-Plattform, welche die produzierten Inhalte dauerhaft weltweit verfügbar macht und durch Social Media-Aktivitäten weiter verbreitet. Ein weiterer wichtiger Ansatz, die Reichweite der Inhalte von Global Ideas zu erhöhen, war die Übernahme und Weiterverbreitung durch internationale Vertriebs- und Sendepartner (Fernsehsender und Webportale).

Global Ideas verfolgt das übergeordnete Ziel (Outcome), die Minderungskapazität durch Verhaltensänderung zu erhöhen. Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsprojekte sollten gefördert werden durch spezielle Medienaufbereitung und weltweite Verbreitung mit einem Fokus auf Projekte der Internationalen Klimaschutzinitiative (IKI). Dies sollte erreicht werden durch Outputs, welche u.a. die Produktion und mediale Verbreitung von Reportagen, Informationsfilmen und Webdokumentationen in Arabisch, Deutsch, Englisch und Spanisch umfassen. Projektziele auf Impakzebene im Sinne der Zielsetzungen der IKI wurden im Rahmen von Global Ideas nicht definiert, es ist aber plausibel, dass die Erreichung des Outcomes indirekt auch zur Verminderung von Treibhausgasemissionen, der Klimawandelanpassung, der Verringerung von Vulnerabilität sowie des Schutzes von Ökosystemen beiträgt und sozioökonomische Wirkungen entfaltet.

Ergebnisse der Evaluierung

Aus der Evaluation resultiert, dass Global Ideas ein hochgradig relevantes Projekt ist. Es trägt indirekt zur Erreichung der IKI-Programmziele bei, indem es auf informativem Weg in Schwellen- und Entwicklungsländern Kapazitäten zur Reduktion von Treibhausgasemissionen, Anpassung an den Klimawandel sowie zur Erhaltung natürlicher Kohlenstoffsinken und der Biodiversität schafft. Global Ideas ist nicht an einzelnen nationalen Klimapolitiken orientiert, die Produkte des Projekts sind aber in hohem Maße relevant für die Zielgruppen.

Die Effektivität von Global Ideas ist ebenfalls hoch. Nicht nur ist das Outcome aus heutiger Sicht realistisch, die Erreichung bzw. Übererfüllung der zahlreichen Output-Indikatoren legen nahe, dass auch das Outcome weitgehend erreicht werden konnte.

Aus dem Soll-Ist-Vergleich resultiert, dass Global Ideas kosteneffizient umgesetzt wurde. Es wurden Einsparungen gegenüber der ursprünglichen Finanzplanung realisiert und alle Maßnahmen haben zur Erreichung der Projektziele beigetragen. Nutzung und Feedbacks durch die Zielgruppen liegen deutlich über den ursprünglich erwarteten Zahlen.

Nicht einfach ist die Beurteilung des Impakts von Global Ideas, da die Interventionsstrategie über die Vermittlung von Informationen zu Handlungsmöglichkeiten nur indirekt Verhaltensänderungen im Sinne der IKI-Programmziele erreichen kann. Indirekte Beiträge sind hier aber plausibel.

Global Ideas weist eine hohe Nachhaltigkeit auf. Dies wird u.a. dadurch erreicht, dass die Internetplattform bestehen bleibt und weiterhin aktualisiert wird. Auch die im Rahmen von Global Ideas aufgesetzten Social

Media-Kanäle werden weiterhin gepflegt. Nicht nur über DW-eigene Webseiten, sondern auch über Online-Partner und Plattformen werden die Inhalte von Global Ideas weiter angeboten. All dies führt dazu, dass die im Rahmen von Global Ideas erstellten Reportagen und Informationsfilme von den Zielgruppen weiter rege genutzt werden.

Die Abstimmung mit relevanten deutschen Akteuren spricht für Kohärenz und auch von Duplizität ist nicht auszugehen. Darüber hinaus gab es eine angemessene Koordination mit internationalen, nationalen und lokalen Stakeholdern. Die Qualität der Projektplanung und -steuerung ist insgesamt als gut zu bewerten.

Lessons learned und Empfehlungen

Global Ideas war ein sehr erfolgreiches multimediales Informations- und Aufklärungsprojekt, dessen zentrale Stärke in dem gewählten Ansatz des "konstruktiven Journalismus" zu sehen ist. Dies bedeutet, mit dem Klimawandel - ein komplexes Thema mit zahlreichen höchst negativen Implikationen - auf eine positive, Akzeptanz für die Notwendigkeit von Veränderungen und konkretes Handeln fördernde Weise umzugehen.

Die zentrale Empfehlung dieser Evaluation von Global Ideas an das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)/IKI ist, derartige Projekte, welche die IKI und ihre Projekte bekannter machen und die Grundlagen für die Verbreiterung der Wirkungen von IKI-Projekten und anderer Best Practice-Projekte legen, auch weiterhin zu fördern. Wünschenswert wäre in diesem Zusammenhang eine Erweiterung der IKI-Programmlogik um realistische Impaktziele für Informations- und Aufklärungsprojekte. Dies würde es BMU/IKI, aber auch den Durchführungsorganisationen selbst besser ermöglichen, realistische Ziele für solche Projekte zu definieren und deren Erreichung zu überprüfen. Eine spezifische Empfehlung für derartige Multimediaprojekte ist, die Bandbreite an Sprachen zu erhöhen, in denen Reportagen und Webinhalte produziert werden. Für Reportagen kommt als kostengünstigere Lösung auch die Produktion von zusätzlichen Sprachversionen mit Untertiteln in Frage. Weiter sollten die Durchführungsorganisationen solcher Projekte zukünftig die Rezipient*innen (Zuschauer*innen, User*innen auf der Webseite und in den Social Media) noch stärker einbinden, als dies in Global Ideas ohnehin schon gelungen ist.

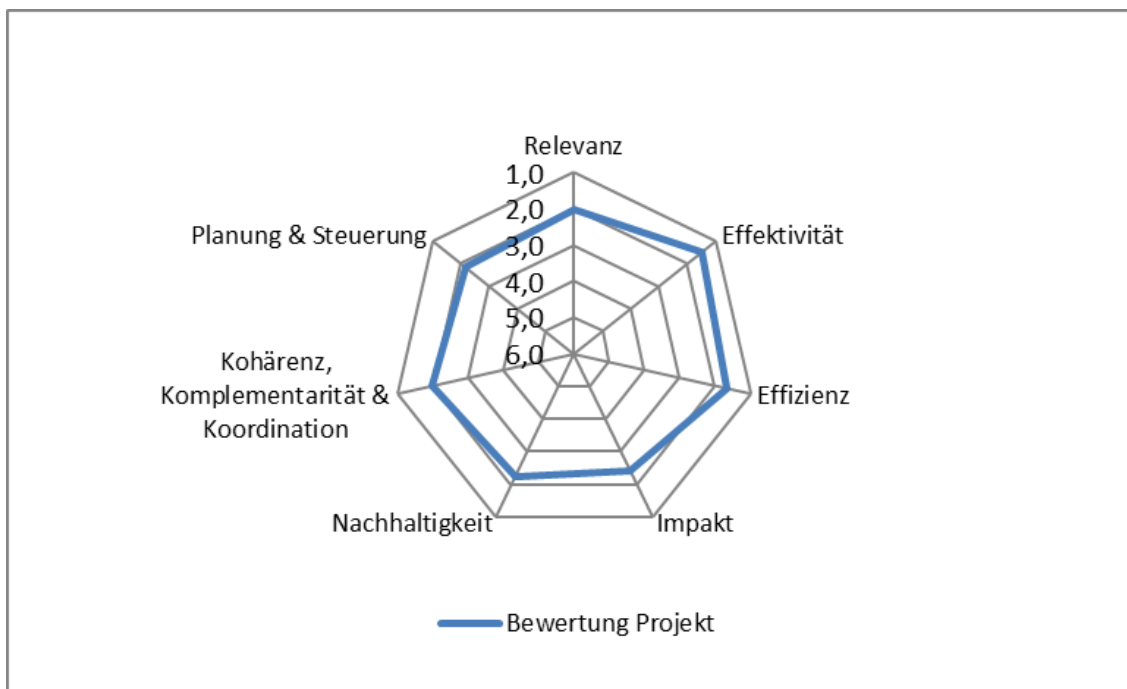


Abbildung 1: Netzdiagramm

SUMMARY

Project number		11_I_176_Global_A_DW TV	
Project name		Multimedia Project Global Ideas - Together for Climate Protection	
Country of implementation		Project without specific country reference	
Implementing agency		Deutsche Welle (DW)	
Political project partner		no partner	
Project start	10.10.2011	Project end	01.11.2013
Project IKI budget	€2,874,790.31	Project budget from non-IKI sources	none

Project description

The Global Ideas project, carried out by Deutsche Welle (DW), is based on the assumption that emerging and developing countries are particularly affected by the negative consequences of climate change, but that at the same time there is a high deficit on information regarding climate protection in these countries. Local people, but also multipliers, educational institutions and decision-makers are the target groups of the project. To inform them on the need for action and providing opportunities, best-practice projects were presented worldwide demonstrating reduction of greenhouse gas emissions, implementation of adaptation measures or preservation of carbon sinks and ecosystems services. In addition to production and global broadcasting of reports, information and conversations / interviews in four languages (Arabic, English, German and Spanish), the project also included creation of a multimedia, four-language online platform that makes produced content permanently available worldwide, and disseminates it further through social media activities. Another important approach to increase the reach of Global Ideas' content was adoption and further distribution by international distribution and broadcasting partners (TV stations and web portals).

Global Ideas pursues the overall goal (Outcome) of increased mitigation capacity through behavioural change. Climate protection and sustainability projects should be promoted through media preparation and worldwide dissemination with a focus on projects of the International Climate Initiative (IKI). This should be achieved through outputs that include production and media distribution of reports, information films and web documentaries in Arabic, German, English and Spanish. Project objectives at impact level in the sense of the objectives of the IKI were not defined within the framework of Global Ideas, but it is plausible that achievement of the outcome also indirectly contributes to reduction of greenhouse gas emissions, climate change adaptation, reduction of vulnerability, protection of ecosystems, and socio-economic effects.

Evaluation findings

The evaluation concluded that Global Ideas is a highly relevant project. It contributes indirectly to the achievement of the IKI programme objectives by creating capacities for reduction of greenhouse gas emissions, adaptation to climate change and conservation of natural carbon sinks and biodiversity. Global Ideas is not oriented towards individual national climate policies, but project products are highly relevant to the target groups.

The effectiveness of Global Ideas is also high. Retrospectively, the outcome set in advance can be considered being realistic. Furthermore, achievement or overfulfilment of the numerous output indicators suggest that the outcome has also been largely achieved.

The target-performance comparison shows that Global Ideas was implemented cost-effectively. Compared to the original financial planning, savings were realized and all measures of the project contributed to achieving the project objectives. Retrievals and feedback by the target groups are significantly higher than originally expected.

It is not easy to assess the impact of Global Ideas, since the intervention strategy can only indirectly achieve behavioural changes in the sense of the IKI programme goals by providing information on possible courses of action. However, indirect contributions are plausible.

Global Ideas shows high sustainability. This is achieved by the fact that the Internet platform will remain in place and continue to be updated. The social media channels set up within the framework of Global Ideas will also continue to be maintained. Global Ideas content will continue to be offered not only through DW's own website, but also through online partners and platforms. All this leads to the fact that reports and information films created within the framework of Global Ideas continue to be used actively by the target groups.

The coordination with relevant German actors speaks for coherence, while duplication is not to be assumed. Furthermore, the forms of cooperation chosen allowed for appropriate coordination with international, national and local stakeholders. The quality of project planning and control can be rated as good overall.

Lessons learned and recommendations

Global Ideas was a very successful multimedia information and education project whose key strength can be seen in the chosen approach of "constructive journalism". This means to deal with climate change - a complex issue with many highly negative implications - in a positive way that promotes acceptance of need for change and action.

The central recommendation of this evaluation of Global Ideas to BMU/IKI is to continue to fund such projects, which make the IKI and its projects better known and prepare the ground for broadening the impact of IKI projects and other best practice projects. In this context, it would be desirable to expand the IKI programme logic to include realistic impact targets for information and education projects. This would make it easier for BMU/IKI, but also for the implementing organisations themselves, to set realistic targets for such projects and to monitor their achievement. A specific recommendation for such multimedia projects is to increase the range of languages in which reports and web content are produced. For reports, a more cost-effective solution is to produce additional language versions with subtitles. Furthermore, the implementing organisations of such projects should in future involve the recipients (viewers, users on the website and in the social media) even more than has already been achieved in Global Ideas.

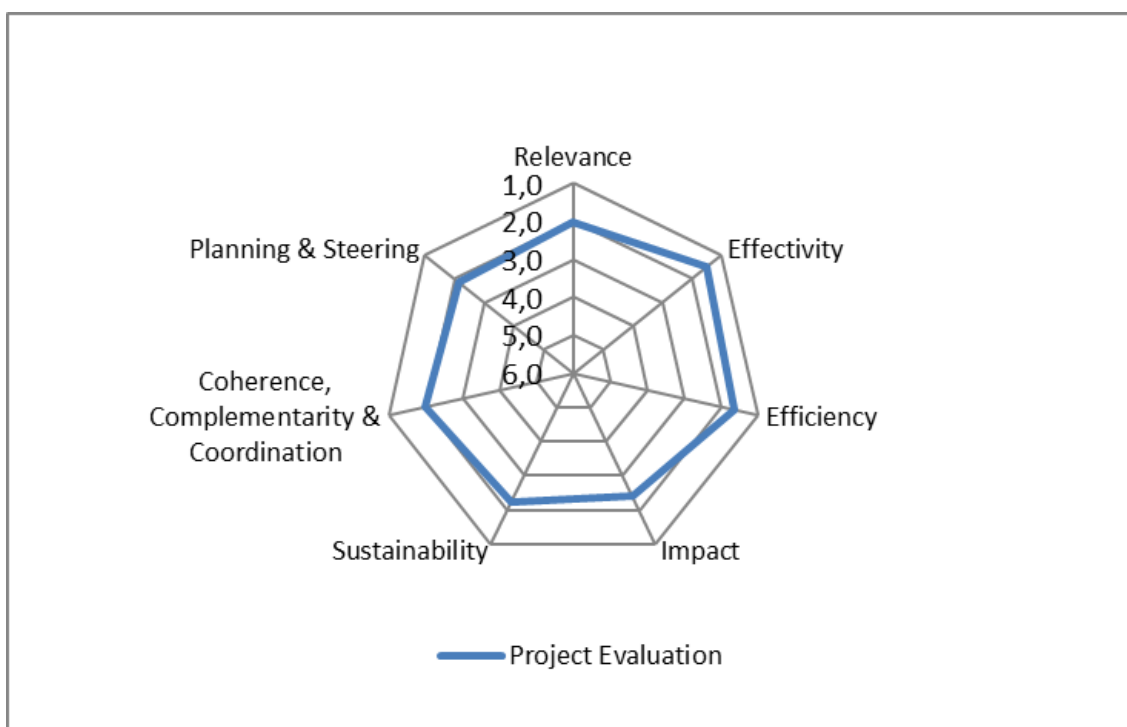


Figure 1: Spider web diagram

1 PROJEKTBESCHREIBUNG

1.1 Rahmenbedingungen und Bedarfsanalyse

Das Projekt Global Ideas wurde von der Deutschen Welle (DW) von Oktober 2011 bis November 2013 im Rahmen der IKI mit einem Budget von rund 2,9 Mio. € durchgeführt. Ausgangspunkt von Global Ideas ist die Erkenntnis, dass Schwellen- und Entwicklungsländer in besonderem Maße von den negativen Folgen des Klimawandels betroffen sind, gleichzeitig aber das Informationsdefizit zum Klimaschutz in diesen Ländern hoch ist. Dies führt dazu, dass der unmittelbare Handlungsbedarf dort ebenso wenig erkannt wird, wie Vorteile für die wirtschaftliche und persönliche Lage, die sich aus Klimaschutz- und Anpassungsmaßnahmen ergeben können. Aufbauend auf das ebenfalls im Rahmen der IKI geförderte Projekt "Nachhaltig - Die Programminitiative auf DW-TV", präsentierte Global Ideas daher weltweit Best-Practice-Projekte, in denen Treibhausgasemissionen gesenkt, Anpassungsmaßnahmen an den Klimawandel umgesetzt und Kohlenstoffsenken sowie schützenswerte Ökosysteme erhalten werden und dokumentierte die wichtige Rolle nationaler und internationaler Klimapolitik. Die vorgestellten Projekte vermittelten den Zielgruppen - Menschen vor Ort, insbesondere aber auch Multiplikator*innen, Bildungsinstitutionen und Entscheider*innen - im Sinne des Ansatzes des "konstruktiven Journalismus" konkrete Handlungsmöglichkeiten. Neben der Produktion und globalen Ausstrahlung von Reportagen, Informationsbeiträgen sowie Gesprächen/Interviews in vier Sprachen (Arabisch, Deutsch, Englisch und Spanisch) beinhaltete das Projekt auch den Aufbau einer multimedialen, viersprachigen Online-Plattform, welche die produzierten Inhalte dauerhaft weltweit verfügbar macht und durch Social Media-Aktivitäten weiter verbreitet. Ein weiterer wichtiger Ansatz, die Reichweite der Inhalte von Global Ideas zu erhöhen, war die Übernahme und Weiterverbreitung durch internationale Vertriebs- und Sendepartner (Fernsehsender und Webportale).

Bei der Umsetzung des Projekts fand eine Zusammenarbeit mit einer Vielzahl von Mediengesellschaften, Ministerien in Schwellen- und Entwicklungsländern, UNO-Institutionen (UNDP, UNWTO, WHO), Institutionen der Entwicklungszusammenarbeit, Entwicklungsbanken, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, NGOs, Deutschen Botschaften und Goethe-Instituten statt.

1.2 Interventionsstrategie und/oder Theory of change

Global Ideas verfolgte das übergeordnete Ziel (Outcome), die "Minderungskapazität durch Verhaltensänderung zu erhöhen. Die Umsetzung von Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsprojekten sollte gefördert werden durch spezielle Medienaufbereitung und weltweite Verbreitung von Best-Practice-Projekten mit einem Fokus auf Projekten der IKI. Voraussetzung dafür, dass erwünschte Verhaltensänderungen im Sinne von Klimaschutz bzw. -anpassung eintreten, ist ein nachhaltiger Sinneswandel von Entscheider*innen und Betroffenen in den Zielregionen weltweit. Es wird davon ausgegangen, dass Nachahmereffekte dadurch erreicht werden, dass die vermittelten Projektbeispiele und weiteren Informationen Vorteile persönlicher, gesellschaftlicher, politischer und wirtschaftlicher Art aufzeigen. Ein solcher Sinneswandel ist allerdings mit vertretbarem organisatorischem und wirtschaftlichem Aufwand nicht direkt bei den Zielgruppen erfassbar. Die Outcome-Indikatoren setzen daher laut Projektvorschlag an dem erzielten Verbreitungserfolg an:

1. "Durch die mediale Verbreitung unterschiedlicher Projekte aus den jeweiligen Zielländern werden die Maßnahmen bekannter.
2. Die Multiplikatorenwirkung in den Zielländern wird ausgebaut.
3. Der Informationsaustausch wird gefördert, denn auch die nationalen Sender können das TV- und Web-Material nutzen."

Die Erstellung journalistischer Produkte umfasst die Produktion und Adaption der deutschen Versionen in Arabisch, Englisch und Spanisch und mediale Verbreitung von 93 Reportagen, 93 Kurzversionen, 18 Informationsfilmen, Webdokumentationen, Interviews mit Nobelpreisträger*innen und Statements offizieller Persönlichkeiten. Die Verbreitung journalistischer Produkte bezieht sich auf die Steigerung der Vertriebs-, Sende- und Onlinepartner, der Länder, aus denen Zuschauerpost kommt, der Videoabrufe bei YouTube, der Facebook-Fans, der Posts und Blogeinträge durch die Redaktion, der gesehenen Posts, der Feedbacks und Posts der Nutzer*innen sowie den Besuch von Konferenzen durch Global Ideas-Mitarbeiter*innen und die Verbreitung von DVDs mit den Reportagen.

Projektziele auf Impakzebene im Sinne der Zielsetzungen der IKI wurden im Rahmen von Global Ideas nicht definiert, es ist aber plausibel, dass die Erreichung des Outcomes indirekt auch zur Verminderung von Treibhausgasemissionen, der Klimawandelanpassung, der Verringerung von Vulnerabilität sowie des Schutzes von Ökosystemen beiträgt und sozioökonomische Wirkungen entfaltet.

2 EVALUIERUNGSDESIGN UND METHODOLOGIE

2.1 Evaluierungsdesign

Die Evaluierung dieses Einzelprojektes ist eine ex-Post Evaluierung sechs Jahre nach Projektende und folgt dem standardisierten Evaluierungsdesign der IKI-Einzelprojektevaluierung (IKI EPE). Im Mittelpunkt der Evaluierung steht das Ziel, eine einheitliche Bewertung aller Projekte durchzuführen, um Aussagen sowohl über das Gesamtprogramm der IKI als auch über die individuellen Projekte treffen zu können.

Hierfür wurde ein Standard-Bewertungsschema durch das Evaluierungsmanagement (EM) der IKI entwickelt, welches die Vergleichbarkeit der Ergebnisse gewährleisten soll, ergänzt durch die Analyse der Evaluator*innen. Der Bewertungsrahmen basiert auf den OECD/DAC-Kriterien. Auf der Basis dieses einheitlichen Schemas können die Projekte gemäß der Indikatoren Relevanz, Effektivität, Effizienz, Impact, Nachhaltigkeit, Kohärenz, Komplementarität und Koordination sowie Projektplanung und -steuerung beurteilt werden.

Die Bewertungen für den vorliegenden Evaluierungsbericht werden mittels Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) vergeben und auf die jeweiligen Leitfragen und zugeordneten Teilaspekte bezogen.

Generell wird in diesem Evaluierungsbericht die gendergerechte Sprache mit der Schreibweise „-innen“ verwendet. Hierbei wird für die verbesserte Lesbarkeit die feminine Form, z.B. „die Vertreter*in“, angewandt und umschließt alle Geschlechter. Bei Textstellen, wo der/die Autor*in des Evaluierungsberichts genannt wird, wird die Form „die Evaluator*in“ angewandt.

2.2 Evaluierungsmethodologie

Methodisch wurde bei der vorliegenden Deskstudie zunächst die Projektdokumentation herangezogen, auf deren Basis sich weiterführende Fragestellungen ergaben.

Bei der vorliegenden Deskstudie wurden die Dokumentationsinhalte anhand von weiterführender Analyse mittels Triangulation und Interviews mit Akteur*innen und Partner*innen des Projekts ergänzt. Interviews wurden mit zwei Vertreter*innen von DW, einer ehemaligen Mitarbeiter*in sowie der Vertreter*in eines Kooperationspartners per Telefon oder Skype geführt. Aufgrund des Projektendes 2013 gestaltete es sich schwierig, weitere Gesprächspartner*innen zu gewinnen, wobei der zusätzliche Erkenntnisgewinn ohnehin als gering eingeschätzt wird.

Bezüglich der Indikatoren des Projekts ist aus methodischer Sicht anzumerken, dass die ersten beiden Outcome-Indikatoren nicht direkt beobachtet werden konnten und daher hier eine Zuordnungslücke besteht. Beobachtbar sind hingegen die Indikatoren für die Outputs, welche sich auf die Erstellung journalistischer Produkte und deren Verbreitung beziehen und auch Aufschlüsse über die Erreichung der Outcome-Indikatoren ermöglichen.

2.3 Datenquellen und -qualität

Die jeweiligen Hinweise zur wirkungsorientierten Projektplanung und zum Monitoring der IKI sowie die IKI-Förderinformationen wurden je nach Jahr der Beantragung bzw. Durchführung mit einbezogen. Für die Dokumentenanalyse wurden Basisdokumente wie der Projektvorschlag nebst Anlagen, Zwischenberichte und -nachweise, der Schlussbericht, der Verwendungsnachweis sowie die Global Ideas-Webseite und Social Media-Kanäle ausgewertet.

Die Datenqualität ist insgesamt gut und dem Umfang des Evaluationsvorhabens angemessen.

3 ERGEBNISSE DER EVALUIERUNG

3.1 Relevanz

Kriterium	Leitfrage	Gewichtung	Benotung
Relevanz	1.1 Grad des Projektbeitrages zu den Programmzielen der IKI	60 %	2,0
	1.2 Relevanz des Projekts für Erreichung der Klimaziele des Landes	25 %	2,0
	1.3 Relevanz des Projekts für die Zielgruppe	15 %	2,0
Gesamtnote der Relevanz			2,0

LF1.1: Das Projekt trägt indirekt zur Reduktion der Emission von Treibhausgasen bei, indem weltweit Informationen über Möglichkeiten zur Minderung von Treibhausgasen in Schwellen- und Entwicklungsländern verbreitet werden. Es werden Best-Practice-Projekte präsentiert und deren Ansätze damit verbreitet sowie die wichtige Rolle nationaler und internationaler Klimapolitik vermittelt. Reaktionen von Zuschauer*innen und Nutzer*innen unterstützen die Annahme, dass die Informationen bei den Zielgruppen auf Interesse stoßen und diese zu eigenem Handeln anregen.

Indem vielfach über Projekte berichtet wird, die sich mit verschiedenen Aspekten der Klimaanpassung beschäftigen (z.B. Waldschutz/Aufforstung, Sicherung der Wasserversorgung, Sicherung der Nahrungsmittelproduktion, Anpassung an Klimawandelfolgen wie Gletscherschmelze oder Starkregen, Gesundheitsschutz, Versicherungslösungen), wird auch indirekt zur Erhöhung der Resilienz von Menschen und Ökosystemen gegenüber den Auswirkungen des Klimawandels beigetragen. Im Projektvorschlag wird der anvisierte Wirkungsmechanismus wie folgt dargestellt: "Die geplanten Beiträge zeigen, welche Vorteile auch wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Art den Bewohnern, Regionen, Ländern entstehen durch Klimaschutz. Sie zeigen Lösungen aus vergleichbaren Regionen. So können die Interessierten bereits erfolgreichen Beispielen folgen und ähnlich praktikable Anpassungslösungen finden".

Auch von einem indirekten Beitrag zur Erhaltung natürlicher Kohlenstoffsinken sowie zum Erhalt der Biodiversität kann ausgegangen werden, da mehrfach über Projekte berichtet wird, die sich mit Aspekten wie Waldschutz und Aufforstung beschäftigen.

Insgesamt ist festzustellen, dass das Projekt Global Ideas nicht direkt zum Erreichen der IKI-Programmziele beitragen kann. Es trägt aber zur Schaffung grundlegender Voraussetzungen für die Erreichung der Programmziele bei und besitzt daher eine hohe Relevanz.

LF1.2: Da die Informationsvermittlung weltweit stattfand und sich die vorgestellten Best-Practice-Beispiele auf viele Länder und Regionen bezogen, gibt es keine Unterstützungsschreiben oder systematische Aussagen zur Unterstützung durch einzelne Länder. Dennoch ist aufgrund der großen Nutzung der Projekt-Outputs durch die Zielgruppen davon auszugehen, dass die Aktivitäten des Projekts in hohem Maße mit den nationalen Klimapolitiken vieler Schwellen- und Entwicklungsländer übereinstimmen.

LF1.3: Die Projektkonzeption ging von der Annahme aus, dass die Themen rund um den Klimaschutz für die Menschen in den Zielregionen zunehmend an Relevanz gewinnen. Die hohe Anzahl der Videoabrufe bei YouTube, die Zunahme der Zuschauer*innenpost, die deutliche Zunahme der Facebook Fans sowie generell der Reaktionen in den Social Media belegen großes Interesse und eine hohe Akzeptanz. Die zahlreichen Übernahmen durch nationale und internationale Fernsehsender sowie Online-Partner zeigen, dass diese Einschätzung in der Medienbranche geteilt wird.

3.2 Effektivität

Kriterium	Leitfrage	Gewichtung	Benotung
Effektivität	2.1 Realistische Outcomes aus heutiger Sicht	-	2,0
	2.2 Grad der Erreichung der Outcomes	50 %	2,0
	2.3 Grad der Erreichung der Outputs	50 %	1,0
Gesamtnote Effektivität			1,5

LF2.1: Auch wenn die "Erhöhung der Minderungskapazität durch Verhaltensänderung" nicht direkt erhoben wurde, sprechen die Anzahl und nicht zuletzt die durch Auszeichnungen und Preise nachgewiesene Qualität der vermittelten Informationen sowie deren durch Zuschauerpost, Videoabrufe bei Youtube und

Social Media-Reaktionen belegte Nutzung aus heutiger Sicht für eine erreichbare Zielstellung. Auf Basis von Zuschauer*innenreaktionen kann zumindest anekdotisch Interesse der Zielgruppen zur Nachhahmung von Best-Practice-Beispielen festgestellt werden.

LF2.2: Aufgrund der Erfahrungen und bestehenden Strukturen des erfolgreichen Vorgängerprojekts "Nachhaltig - Die Programminitiative auf DW-TV" wurden Outputs erreicht, die nahelegen, dass indirekt auch das Outcome erreicht wurde. Aus methodischer Sicht ist anzuführen, dass zwei der drei betrachteten Outcome-Indikatoren nicht direkt beobachtet werden konnten und daher hier eine Zuordnungslücke besteht. Die Zunahme der Bekanntheit der in den Reportagen und Webdokumentationen vermittelten Maßnahmen in den Zielländern und die Multiplikatorenwirkung in den Zielländern können aber plausibel daraus geschlossen werden, dass qualitativ hochwertige Informationen zu konkreten Handlungsmöglichkeiten auf eine rege, durch Zuschauer*innenpost, Videoabrufe bei YouTube und Social Media-Reaktionen nachweisbare Nachfrage gestoßen sind und zu einer Auseinandersetzung damit geführt haben. Die Förderung des Informationsaustauschs wird dadurch nachgewiesen, dass die Anzahl der Vertriebs-/Sendepartner sowie der Online-Kooperationspartner erhöht wurde.

LF2.3: Mit einer Ausnahme wurden alle der zahlreichen Output-Indikatoren erreicht bzw. übertroffen. Bei dem betroffenen Indikator "Anzahl der Blog-Einträge" wurden im Sinne von "Klasse statt Masse" die einzelnen Beiträge überwiegend sehr aufwändig gestaltet, was eine Reduzierung plausibel macht. Bei einem weiteren Indikator ("Anzahl gesehener Posts") standen keine Daten mehr zur Verfügung, weil Facebook diesen Wert nicht mehr erfasst.

3.3 Effizienz

Kriterium	Leitfrage	Gewichtung	Benotung
Effizienz	3.1 Grad der Angemessenheit des eingesetzten Aufwandes im Vergleich mit dem Referenzrahmen	40 %	2,0
	3.2 Grad der Notwendigkeit des eingesetzten Aufwandes für die Erreichung der Projektziele	25 %	2,0
	3.3 Grad der tatsächlichen Verwendung der Projektleistungen (z.B. Kapazitäten, Wissen, Ausrüstung)	35 %	1,0
Gesamtnote Effizienz			1,7

LF3.1: Zielstellung des Projekts ist die Erstellung und Verbreitung von Informationen. Direkte Emissionsreduktionen bzw. direkte Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel wurden nicht versprochen und können dementsprechend auch nicht bewertet werden.

Aus dem Soll-Ist-Vergleich resultiert, dass das Projekt kosteneffizient umgesetzt wurde. Die tatsächlichen Kosten liegen um 4,4% unter der Finanzplanung. Die Personalkosten (-5,6%) und die sonstigen unmittelbaren Vorhabenkosten (-13,3%) waren geringer als geplant, während die Reisekosten um 10,3% höher lagen. Ein Plausibilitätscheck ergibt, dass die Verhältnismäßigkeit der einzelnen Budgetpositionen zum Gesamtbudget gegeben ist. Die Finanzplanung basierte auf aus einem Vorgängerprojekt bekannten Personal- und Sachkosten, auf begründeten Näherungswerten bei Honoraren und Durchschnittspreisen bei den Reisekosten. Die realisierten Einsparungen sind auf Effektivität bei Mittelverwendung und Personaleinsatz sowie kaum gestiegene Lohnkosten zurückzuführen.

LF3.2: Da im Projekt hochwertige Informationsangebote erstellt und verbreitet wurden, die auf ein interessiertes Publikum trafen, tragen alle Maßnahmen zur Erreichung der Projektziele bei und sind daher erforderlich.

LF3.3: Die Nachfrage nach den Leistungen des Projekts (Sendung von Reportagen im TV und multimediale Verbreitung über die Webseite und Social Media) und die Nutzerfeedbacks liegen deutlich über den ursprünglich erwarteten Zahlen (für die Videoabrufe bei Youtube bei 552% (absolut 552.004), für die Facebook Fans bei 868% (absolut 81.083), für die Feedbacks bei 246% (absolut 33.972) und für die Posts der Nutzer bei 1.609% (absolut 2.221). Anfragen von Mitarbeiter*innen anderer Projekte in Schwellen- und Entwicklungsländern, welche mit der Bitte, Kontakt zu vorgestellten Projekten herzustellen, an die Redaktion herantraten, belegen das ernsthafte Interesse der Zielgruppen, Best Practices nachzuahmen.

3.4 Impact

Kriterium	Leitfrage	Gewichtung	Benotung
Impact	4.1 Grad der Erreichung qualitativer und quantitativer klimarelevanter Wirkungen	60 %	3,0
	4.2 Grad der Erzielung nicht intendierter relevanter Wirkungen	20 %	2,0
	4.3 Grad der Erreichung von Scaling-Up / Replikation / Multiplikatorenwirkungen hinsichtlich der Verbreitung der Ergebnisse	20 %	1,0
Gesamtnote Impact			2,4

LF4.1: Zielstellung des Projekts ist die Erstellung und Verbreitung von Informationen, woraus lediglich indirekt eine Verminderung von Treibhausgasemissionen und Kohlenstoffbeständen resultieren kann. Im Schlussbericht heißt es dazu: "Die Erhöhung der Minderungskapazität durch Verhaltensänderung ist zwar direkt nicht messbar, doch da Global Ideas weltweit die Zielgruppen nachweisbar erreicht hat, ist die Informiertheit der Rezipienten gestiegen. Eine Verhaltensänderung ist dementsprechend auf mittel- und langfristige Sicht anzunehmen durch Reaktionen von Zuschauern und Nutzern". (Anzumerken ist hier, dass zumindest stichprobenartig Nutzer*innen von Videos auf YouTube oder Facebook zu ihren Reaktionen hätten befragt werden können. Allerdings sind komplexe Designs mit mehreren Befragungszeitpunkten nur schwer umzusetzen, so dass tatsächliche Verhaltensänderungen auf diese Weise kaum hätten erfasst werden können.) Indem vielfach über Projekte berichtet wird, die sich mit verschiedenen Aspekten der Klimaanpassung beschäftigen (ca. 25% der Reportagen, z.B. über Waldschutz/Aufforstung, Sicherung der Wasserversorgung, Sicherung der Nahrungsmittelproduktion, Anpassung an Klimawandelfolgen wie Gletscherschmelze oder Starkregen, Gesundheitsschutz, Versicherungslösungen), werden wichtige Grundlagen für die bessere Anpassung an zukünftige Klimaereignisse gelegt. Da auch mehrfach über Projekte berichtet wird, die sich z.B. mit Waldschutz und Aufforstung oder Meeresschutz beschäftigen, wird zusätzlich ein indirekter Beitrag zur Verringerung der Vulnerabilität von Ökosystemen geleistet. Das Projekt zielt nicht auf eine konkrete Fläche von verbesserten/geschützten Ökosystemen ab. Ein indirekter Beitrag ist aber plausibel. Da zahlreiche Projekte Themen ansprechen, die sozioökonomische Wirkungen entfalten können (z.B. über Waldschutz/Aufforstung, Sicherung der Wasserversorgung, Sicherung der Nahrungsmittelproduktion, Anpassung an Klimawandelfolgen wie Gletscherschmelze oder Starkregen, Gesundheitsschutz, Versicherungslösungen), ist auch hier ein indirekter Beitrag plausibel.

LF4.2: Über die eigentlich angestrebten Wirkungen hinaus hat Global Ideas auch zur generellen Steigerung der Bedeutung des Themas Klimaschutz beigetragen und die politische Rolle Deutschlands in diesem Zusammenhang verbreitet. Ebenso haben die Projektaktivitäten die Bekanntheit der IKI sowie in den Reportagen vorgestellter IKI-Projekte erhöht. Die große Reichweite von Global Ideas zeigt sich nicht zuletzt darin, dass prominente Aktivisten im Klimaschutz wie Al Gore und Leonardo di Caprio die Redaktion kontaktiert und die Inhalte von Global Ideas geteilt haben, wodurch deren Reichweite erhöht wurde. Negative nicht-intendierte Nebeneffekte sind nicht bekannt.

LF4.3: Aufgrund der deutlichen Steigerung der Anzahl der TV-Sender und Online-Plattformen, welche die Inhalte von Global Ideas übernehmen und verbreiten, ist von Multiplikatorenwirkungen auszugehen, die erheblich über die eigentlich beabsichtigten Effekte hinausgehen. Diese Multiplikatorwirkungen zeigen sich bis heute insbesondere in einer durch YouTube-Downloads nachgewiesenen großen Nutzung der Reportagen von Global Ideas sowohl innerhalb des Projektgebietes (Schwellen- und Entwicklungsländer) als auch außerhalb.

3.5 Nachhaltigkeit

Kriterium	Leitfrage	Gewichtung	Benotung
Nachhaltigkeit	5.1 Grad der Nachweisbarkeit der Projektwirkungen über das Projektende hinaus	25 %	3,0
	5.2 Grad der Fähigkeiten zur Fortführung und zum Erhalt der positiven Projektergebnisse durch nationale politische Träger, Partner und Zielgruppen nach Projektende	30 %	2,0

5.3 Grad der Weiterführung der Beiträge des Projekts durch nationale Träger/Partner/Zielgruppen und/oder Dritten nach Projektende mit eigenen Mitteln	20 %	2,0
5.4 Grad der ökologischen, sozialen, politischen und ökonomischen Stabilität im Projektumfeld	25 %	2,0
Gesamtnote Nachhaltigkeit		2,3

LF5.1: Die Bewertung der Erreichung dieser Leitfrage ist nicht einfach, da der konkrete Nachweis der Wirkungen nach dem Projektende schwierig ist. Allerdings ist anzuführen, dass wesentliche Voraussetzungen erfüllt sind, um die unter Leitfrage LF4.1 abgeschätzten Wirkungen auch nach Projektende in erheblichem Maße zu erreichen: Die aufgebaute Internetplattform bleibt dauerhaft bestehen und wird weiterhin aktualisiert. Die Archivierung der Reportagen ist dabei ohne zeitliche Begrenzung erfolgt. Durch die Folgeprojekte "Global Nature" und "Global Solutions" ist die Kontinuität der Berichterstattung gewährleistet. Auch die im Rahmen von Global Ideas aufgesetzten Social Media-Kanäle werden weiterhin täglich gepflegt, um die Reichweite zu erhalten bzw. noch zu vergrößern (Facebook "page likes" am Projektende: 81.083 vs. 501.209 02/2020 (bei 520.122 Abonnenten); Twitter-Follower 02/2020: 28.100). Nicht nur über DW-eigene Webseiten, sondern auch über Online-Partner und Plattformen werden die Inhalte von Global Ideas weiter angeboten, z.B. über Dailymotion und über YouTube. Folgende Zahlen zu YouTube-Abrufen belegen exemplarisch die rege Nutzung der im Rahmen von Global Ideas erstellten Reportagen und Infofilme. Reportagen: Bangladesch – Women in Bangladesh fight climate change, Abrufe bis 11/2013: 8.105, 02/2020: 33.570; Philippinen - Lighting up lives and combating climate change, Abrufe bis 11/2013: 10.405, 02/2020: 561.247; Kambodscha - Biomass Briquets, Abrufe bis 11/2013: 2.651, 02/2020: 126.646; Kenia - From cows to camels, Abrufe bis 11/2013: 4.784, 02/2020: 36.079; Marokko – A desert goes green, Abrufe bis 11/2013: 355, Abrufe 02/2020: 93.037. Infofilme: What is the greenhouse effect?, Abrufe bis 11/2013: 1.801, 02/2020: 915.762; How does climate change affect animals?, Abrufe bis 11/2013: 456, 02/2020: 177.148. Reportagen über IKI-geförderte Projekte aus Global Ideas sind darüber hinaus dauerhaft auf den Projektseiten der Internationalen Klimaschutzinitiative abrufbar.

LF5.2: Institutionen, die während der Projektlaufzeit über die fachliche Kompetenz, Personalausstattung und finanzielle Ausstattung zur Nutzung der Outputs des Projekts für ihre eigene Bildungs- und Aufklärungsarbeit hatten, dürften dies zumindest überwiegend auch weiterhin haben. Ebenso werden die individuellen Nutzer*innen darüber hinaus weiter die Möglichkeit zur Nachfrage haben. Dies zeigt sich auch in den unter I5.1.1 genannten Zugriffszahlen bei YouTube.

LF5.3: Da alle Reportagen dauerhaft auf der Global Ideas-Webseite verfügbar bleiben, können die Zielgruppen sowie diejenigen Institutionen, welche die Outputs von Global Ideas bisher für ihre eigene Bildungs- und Aufklärungsarbeit genutzt haben, die Inhalte des Projekts weiterhin kostengünstig nutzen.

LF5.4: Mit dem Projekt verbundene ökologische, soziale, ökonomische und direkte politische Risiken sind nicht erkennbar. Es ist allerdings möglich, dass sich das politische Klima in einem Land so darstellt oder verändert, dass Zielgruppen an der Übernahme der in Reportagen gezeigten Best Practices gehindert werden.

3.6 Kohärenz, Komplementarität und Koordination

Kriterium	Leitfrage	Gewichtung	Benotung
Kohärenz, Komplementarität und Koordination	6.1 Grad der Kohärenz und Komplementarität des Projektes zu den Vorhaben anderer Geber (inkl. Anderer Bundesressorts) und des Partnerlandes	50 %	2,0
	6.2 Grad der Angemessenheit der ausgewählten Kooperationsformen während der Projektdurchführung für die Sicherstellung einer ausreichenden Koordination mit anderen Gebern und deutschen Ressorts	25 %	2,0

	6.3 Grad der Angemessenheit der ausgewählten Kooperationsformen während der Projektdurchführung für die Sicherstellung einer ausreichenden Koordination mit nationalen Ressorts und Stakeholdergruppen	25 %	2,0
Gesamtnote Kohärenz, Komplementarität und Koordination			2,0

LF6.1: Das Projekt wurde auf Anregung des Auswärtigen Amtes konzipiert und auch mit dem BMU und der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) abgestimmt. Die Abstimmung mit einzelnen Partnerländern fand nicht statt, weil das Projekt Reportagen in einer Vielzahl von Schwellen- und Entwicklungsländern erstellen sollte. Es wurde aber davon ausgegangen, dass die mit dem Klimawandel verbundenen Themen für die Zielregionen zunehmend relevant werden. Duplizität ist nicht anzunehmen, da es keine vergleichbaren Projekte gibt, die weltweit Reportagen mit Bezug zum Klimawandel in vier Sprachen erstellen und ausstrahlen sowie über ein Onlineportal weiter verbreiten.

LF6.2: Die gewählten Kooperationsformen stellen eine angemessene Koordination mit anderen Gebern und deutschen Ressorts sicher. Bei der Umsetzung des Projekts fand eine Zusammenarbeit mit einer Vielzahl von Mediengesellschaften, Ministerien in Schwellen- und Entwicklungsländern, UNO-Institutionen (UNDP, UNWTO, WHO), Institutionen der Entwicklungszusammenarbeit, Entwicklungsbanken, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, NGOs, Deutschen Botschaften und Goethe-Instituten statt. Zudem baute Global Ideas auf das ebenfalls im Rahmen der IKI geförderte Vorgängerprojekt "Nachhaltig - die Programminitiative auf DW-TV" auf, so dass bereits umfangreiche Erfahrungen und Kontakte vorlagen.

LF6.3: Die gewählten Kooperationsformen stellen auch eine angemessene Koordination mit nationalen Ressorts und Stakeholdergruppen sicher. Bei der Produktion von Reportagen wurden lokale Umweltschutzorganisationen eingebunden, um ihre Erfahrungen und Kenntnis der örtlichen Gegebenheiten zu nutzen. Landesministerien und die zuständigen örtlichen Behörden wurden frühzeitig einbezogen wegen der Drehgenehmigungen sowie zum Informationsaustausch, der Bereicherung der Reportage durch O-Töne, und um das Projekt Global Ideas und seine Förderung durch die IKI bekannt zu machen.

3.7 Projektplanung und -steuerung

Kriterium	Leitfrage	Gewichtung	Benotung
Projektplanung & Steuerung	7.1 Grad der Qualität der Projektplanung	50 %	2,3
	7.2 Grad der Qualität der Projektsteuerung	50 %	2,0
Gesamtnote Projektplanung & Steuerung			2,2

LF7.1: Die Notwendigkeit des Projekts und seiner Inhalte werden aufgrund einer zutreffenden Analyse der Rahmenbedingungen, die zudem auch auf den Erfahrungen des Vorgängerprojekts "Nachhaltig - Die Programminitiative der DW" beruhen, überzeugend begründet. Durch das Vorgängerprojekt lagen bei DW auch umfangreiches Know-how und Erfahrungen zu den, für die erfolgreiche Durchführung des Projekts notwendigen Kapazitäten vor.

Die Interventionslogik ist insgesamt konsistent und schlüssig. Auf der Outputebene wurden realistische Ziele formuliert. Die Problematik des Projekts liegt darin begründet, dass es als Informationsvermittlungs- und Aufklärungsprojekt nur indirekt zur Erreichung der von der IKI-Programmlogik vorgegebenen Impact-Dimensionen (Reduktion von Treibhausgasemissionen, Beitrag zur Anpassung an Klimaereignisse, Verringerung der Vulnerabilität von Ökosystemen) beitragen kann. Von daher besteht zwischen den realistischen Outputs, den übergeordneten Outcomes und dem Impact eine große Zuordnungslücke. Da das Projekt als Informations- und Aufklärungsprojekt mit dem Ziel, zur allgemeinen Bewusstseinsbildung beizutragen, genehmigt wurde, kann man dies allerdings der Projektplanung nur bedingt anlasten.

Alle Aktivitäten sind klar definiert und es liegt eine übersichtliche Budgetplanung vor.

Die Output-Indikatoren sind weitgehend 'Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound' (SMART) formuliert, aussagefähig und mit vertretbarem Aufwand messbar. Allerdings sind vier Indikatoren (Anzahl der Vertriebs-/Sendepartner, Zahl der Länder, aus denen Zuschauer*innenpost kommt, Anzahl gesעהener Posts, Anzahl der Online-Kooperationspartner) nicht mit quantitativen Zielen versehen, so dass sie bei der geringsten Steigerung als erreicht gelten würden. Direkt messbare Outcome-Indikatoren wurden nicht formuliert. Auf erreichte Outcomes kann daher überwiegend nur indirekt aus den erreichten Outputs geschlossen werden.

Da die Outputs weitestgehend erreicht bzw. sogar übertroffen wurden, kann der Implementierungszeitraum

rückblickend als realistisch betrachtet werden. Im Schlussbericht findet sich allerdings der Hinweis, dass DW-TV selbst den Zeitrahmen für zu kurz hält, weil die Nachfrage nach DVDs zu Schulungszwecken erst zum Ende des Förderzeitraums richtig angelaufen sei und auch zum Zeitpunkt der Berichterstattung noch anhielt.

Um den Bedarf der Zielgruppen über das Projektende hinaus abzudecken, wurde rechtzeitig ein auf Global Ideas aufbauendes Folgeprojekt geplant.

LF7.2: Output und Outcomes wurden von Projektbeginn an und über die gesamte Projektdauer erfasst. Baselinedaten waren im Projektvorschlag enthalten und ermöglichten Soll-Ist-Vergleiche in den Zwischenberichten und im Schlussbericht. Auch ein Budgetmonitoring wurde permanent durchgeführt. Ein rechtzeitiges adaptives Management kann insofern angenommen werden, dass auf unvorhergesehene Probleme, wie z.B. die Verweigerung von Drehgenehmigungen seitens staatlicher Stellen in Schwellen- und Entwicklungsländern, reagiert und die Sendefähigkeit mit anderen Reportagen gewährleistet werden konnte.

3.8 Zusätzliche Fragen

LF8.1: Der Ansatz besitzt das Potenzial, von anderen Medienunternehmen zur Information und Aufklärung diverser Zielgruppen repliziert zu werden. Jedoch müssen diese Medienunternehmen ggf. zunächst die entsprechenden Kapazitäten aufbauen. Es ist allerdings zu beachten, dass ein solches Projekt nur indirekt zur Steigerung der Kapazität zur Treibhausgasvermeidung, Anpassung an den Klimawandel und Verringerung der Vulnerabilität von Ökosystemen beitragen kann. Werden die Zielgruppen in den Schwellen- und Entwicklungsländern erreicht, kann es dazu dienen, den Boden für konkretes Verhalten zu bereiten.

Mitglieder des Projektteams von Global Ideas haben die Konferenz der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung Rio+20 (2012) sowie die Weltklimakonferenzen COP 17 in Südafrika (2011) und COP 18 in Katar (2012) besucht. Dabei wurden Kontakte zu Nichtregierungs- und UN-Organisationen sowie zu privatwirtschaftlichen Unternehmen, Wissenschaftler*innen und Einzelpersonen aus Schwellen- und Entwicklungsländern geknüpft, die Projekte in den Bereichen CO₂-Reduktion, Anpassung an den Klimawandel und Aufforstung durchführen. Das Projekt leistet jedoch keinen direkten Beitrag zur Weiterentwicklung von Methodiken oder zum Kapazitätsaufbau von Institutionen.

LF8.2: Der Budgetüberschuss kann sowohl der Qualität der Projektplanung als auch der des Projektmanagements zugeschrieben werden. Die tatsächlichen Kosten liegen um 4,4% unter der Finanzplanung. Die Finanzplanung basierte auf bekannten Personal- und Sachkosten, auf begründeten Näherungswerten bei Honoraren und Durchschnittspreisen bei den Reisekosten. Die realisierten Einsparungen sind auf Effektivität bei Mittelverwendung und Personaleinsatz sowie kaum gestiegene Lohnkosten zurückzuführen.

LF8.3: Es wird keine Bewertung vorgenommen. Da es sich um ein Projekt zur Vermittlung von Informationen handelt, ist die Frage nicht passend.

LF8.4: Trifft nicht zu

LF8.5: Alle DW-Mitarbeiter*innen bekennen sich zum Deutschen Presssekodex, der den respektvollen Umgang mit allen Bevölkerungsgruppen vorschreibt. Während der Vorbereitung und Durchführung der Dreharbeiten in den Schwellen- und Entwicklungsländern setzen die Planer*innen und Reporter*innen auf lokale Expertise, z.B. durch den Einsatz von Kamerateams, Stringer*innen und Übersetzer*innen aus dem jeweiligen Zielgebiet. Während der Drehs arbeiten die Teams zudem eng mit den lokalen Schutzprojektbeteiligten und beauftragten Organisationen zusammen. All dies schafft Sicherheit im Umgang mit Differenzen (Kultur, Religion, Gender etc.). Für Krisenregionen gibt es separate Trainings über Gefahren und kulturelle Unterschiede.

LF8.6: Siehe LF8.5

LF8.7: Es fanden keine periodischen Evaluierungen statt, weil das Projekt einem engmaschigen Monitoring unterlag.

LF8.8: Aus Sicht der DW sind das Durchführungskonstrukt und die Richtlinien für eine gute Zusammenarbeit angemessen. Probleme, die sich aus der spezifischen Ausrichtung des Projekts und seiner Sonderstellung als reines Informationsprojekt ergaben, wurden konsensuell gelöst.

LF8.9: Kernintention des Projekts ist die Informationsvermittlung und Aufklärung von Bevölkerung, Multiplikator*innen und Entscheider*innen in Schwellen- und Entwicklungsländern über Handlungsmöglichkeiten im Hinblick auf die Minderung von Treibhausgasemissionen, Anpassung an den Klimawandel und Verringerung der Vulnerabilität von Ökosystemen. Die umfangreiche Nutzung der Informationsangebote und die nachweisbaren Reaktionen deuten darauf hin, dass ein Beitrag zur Erhöhung der entsprechenden Kapazitäten geleistet werden konnte. Inwieweit zur Organisationsentwicklung oder der Formulierung von Strategien und Gesetzen beigetragen wurde, kann nicht abgeschätzt werden.

3.9 Ergebnisse der Selbstevaluierung

Die Bewertungen in der Selbstevaluierungstabelle stimmen in hohem Maße mit den Einschätzungen der Evaluation überein.

4 SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN

Schlussfolgerungen

Global Ideas war ein sehr erfolgreiches multimediales Informations- und Aufklärungsprojekt, mit dem das Ziel verfolgt wurde, Best Practices für Klimaschutz und -anpassung in Entwicklungs- und Schwellenländern zu verbreiten. Zwar kann Global Ideas als reines Informationsvorhaben keinen direkten Beitrag zur Erreichung der IKI-Programmziele leisten, die Sensibilisierung für die Folgen des Klimawandels in den besonders betroffenen Regionen und die Vorstellung von Handlungsmöglichkeiten haben aber eine wichtige Funktion, welche die Aufnahme von Global Ideas in ein Programm wie die IKI rückblickend rechtfertigt.

Stärken und Schwächen

Die zentrale Stärke von Global Ideas ist in dem gewählten Ansatz des "konstruktiven Journalismus" zu sehen. Dies bedeutet, mit dem Klimawandel - ein komplexes Thema mit zahlreichen höchst negativen Implikationen - auf eine positive, Akzeptanz für die Notwendigkeit von Veränderungen und konkretes Handeln fördernde Weise umzugehen. Weltweit wurde recherchiert: Welche positiven Beispiele für Verbesserungen gibt es? Was machen Menschen bereits? Welche Lösungen mit dem Potenzial zur Nachahmung lassen sich finden? Da Global Ideas zahlreiche erfolgreiche IKI-Projekte filmisch und medial aufbereitet hat, hat das Projekt auch zur Bekanntheit der IKI insgesamt beigetragen und die Möglichkeit weltweiter Übernahme bewährter Ansätze geschaffen. Der breite thematische Fokus der produzierten Reportagen und Online-/Social Media-Inhalte führte dazu, dass neben Emissionsreduktionen und Anpassung an den Klimawandel auch der Zustand von natürlichen Kohlenstoffsinken und der Erhalt der Biodiversität indirekt gefördert werden.

Eine weitere wesentliche Stärke liegt in der hohen Qualität der Berichterstattung, welche auf eine aus dem Vorgängerprojekt "Nachhaltig - Die Programminitiative auf DW-TV" bestehende redaktionelle Struktur aufbauen konnte, die aber gezielt gemäß der neuen Möglichkeiten im Rahmen von Social Media ausgebaut wurde. Zuschauerreaktionen, zahlreiche Preise sowie die große Zahl an Übernahmen durch andere TV-Anbieter und Onlineportale dienen hier als Belege der erreichten Anerkennung.

Schließlich ist auch die Nachhaltigkeit der durch Global Ideas erarbeiteten Outputs und damit auch deren potenzieller Wirkung hervorzuheben, welche vor allem durch die beiden direkten Nachfolgeprojekte "Global Nature" und "Globals Solutions" erreicht wird. Nicht nur konnte Global Ideas als hochwertige Informationsmarke im Zusammenhang mit Klimaschutz, -anpassung und Biodiversität etabliert werden, der dauerhafte Erhalt der Global Ideas Online-Plattform und deren nicht zuletzt durch die Nachfolgeprojekte gegebene permanente Aktualisierung und Bewerbung sorgen für die Nachwirkung der im Rahmen von Global Ideas erstellten Inhalte. Global Ideas hat nicht nur seine Ziele bezüglich der Produktion von Reportagen und weiteren Inhalten erreicht bzw. teilweise auch übererfüllt, vor allem die große, durch Videoabrufe und Zuschauer*innenreaktionen belegte Nachfrage nach den Inhalten, welche bis heute anhält, ist bemerkenswert. Damit liegen wesentliche Voraussetzungen dafür vor, dass die abgeschätzten Wirkungen auch nach dem Projektende erreicht werden.

Betrachtet man auf der Suche nach Schwächen die Evaluationskriterien insgesamt, stellt sich Global Ideas als sehr ausgewogenes Projekt dar. Es ist allerdings anzumerken, dass die Fragen nach Impakts im Sinne von Treibhausgasemissionen, Klimaanpassung, Verringerung der Vulnerabilität und Schutz von Ökosystemen sowie sozioökonomischen Wirkungen nur auf Basis einer Abschätzung bewertet werden konnten. Zwar ist aufgrund der gelungenen Informationsvermittlung und der Reaktionen der Zielgruppen indirekt von solchen Wirkungen auszugehen, ein konkreter Nachweis von Impakts kann aber mit den Mitteln von Globals Ideas und der vorliegenden Evaluation nicht erbracht werden.

Empfehlungen

Die zentrale Empfehlung dieser Evaluation von Global Ideas an BMU/IKI ist, derartige Projekte, welche die IKI und ihre Projekte bekannter machen und die Grundlagen für die Verbreiterung der Wirkungen von Projekten der IKI und anderer Best Practice-Projekte legen, auch weiterhin zu fördern. Wünschenswert wäre in diesem Zusammenhang eine Erweiterung der IKI-Programmlogik um realistische Impaktziele für Informations- und Aufklärungsprojekte. Dies würde es BMU/IKI, aber auch den Durchführungsorganisationen selbst besser ermöglichen, realistische Ziele für solche Projekte zu definieren und deren Erreichung zu überprüfen. Dabei sollten alle aktuellen Möglichkeiten, Nachfrage und Wirkungen von Online-Videos, Webseiten und Social Media zu erfassen, konsequent berücksichtigt werden. Dies setzt allerdings spezifisches Know-how und die Verfügbarkeit der notwendigen Analysetools voraus.

Eine spezifische Empfehlung aus den Expert*inneninterviews ist, die Bandbreite an Sprachen zu erhöhen, weil dies die Reichweite auf zusätzliche Regionen ausweiten würde. Dieser Wunsch wurde vielfach als Anregung an DW herangetragen. In der Anfangsphase hat DW aus eigenen Mitteln zusätzliche chinesische

und portugiesische Sprachversionen erstellt, dies ließ sich aber mit den vorhandenen Ressourcen nicht dauerhaft aufrechterhalten. Eine im Vergleich zu vollständigen sprachlichen Adaptionen von Reportagen günstigere Alternative wäre die Erstellung von Untertitelungen in anderen Sprachen.

Ebenfalls aus den Expert*inneninterviews resultiert die Empfehlung, die Rezipient*innen (Zuschauer*innen, User*innen auf der Webseite und in den Social Media) noch stärker einzubinden. Das war zwar schon eine wesentliche Stärke während der Laufzeit von Globals Ideas, mittlerweile hat sich die Medienlandschaft aber so weiterentwickelt, dass ein solches Informationsprojekt ohne User Engagement gar nicht mehr denkbar ist. Dies bedeutet, dass Inhalte auch für die Nutzung mit Smartphones aufbereitet sein müssen. Eine aktuelle Entwicklung ist, Nutzer*innen die Möglichkeit zu geben, Videos direkt an einzelnen Stellen zu kommentieren, was auch dazu beiträgt, dass konstruktive Konversationen geführt werden.

5 ANNEXE

5.1 Abkürzungen

ÄA	Änderungsantrag
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit
DW	Deutsche Welle
IKI	Internationale Klimaschutzinitiative
IKI EPE	IKI-Einzelprojektevaluierung
LF	Leitfrage
OECD/DAC	Organisation for Economic Co-operation and Development/Development Assistance Committee
SDGs	Sustainable Development Goals
UNDP	United Nations Development Program
UNO	United Nations Organization
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
WHO	World Health Organization

5.2 Aufstellung der Outcomes/Outputs

Ziel	Indikator	Erreichungsgrad
Outcome 1: Erhöhung der Minderungskapazität durch Verhaltensänderung. Förderung von Klimaschutz und Nachhaltigkeitsprojekten durch spezielle Medienaufbereitung und weltweite Verbreitung mit Fokus auf Projekte der internationalen Klimaschutzinitiative	Durch die mediale Verbreitung unterschiedlicher Projekte aus den jeweiligen Zielländern werden die Maßnahmen bekannter.	100%
	Die Multiplikatorenwirkung in den Zielländern wird ausgebaut.	100%
	Der Informationsaustausch wird gefördert, denn auch die nationalen Sender können das TV- und Web-Material nutzen.	100%
Output 1: I. Erstellung journalistischer Produkte	I.1 93 Reportagen werden gefertigt, 14 wiederholt.	100%
	I.2 93 Kurzversionen werden erstellt und über Web und Web 2.0 verbreitet	100%
	I.3 18 Informationsbeiträge werden gefertigt und vor allem über Web zur Verfügung gestellt.	105%
	I.4 5 Webdokumentationen werden erstellt.	100%
	I.5 Mindestens 5 kurze Interviews mit Nobelpreisträgern werden erstellt.	280%
	I.6 Mindestens 5 Statements offizieller Persönlichkeiten werden erstellt.	600%
	I.7a Die auf Deutsch produzierten 93 Reportagen, 93 Kurzversionen und 18 Informationsbeiträge werden in Englisch, Spanisch und Arabisch adaptiert.	100%

	I.7b Die auf Deutsch produzierten 93 Hintergrundtexte im Web werden in Englisch, Spanisch und Arabisch adaptiert.	129%
	I.7c Die auf Deutsch produzierten 5 Webdokumentationen werden in Englisch und Spanisch adaptiert.	100%
Output 2: II. Verbreitung journalistischer Produkte	II.1.1 Die Anzahl der Vertriebs-/Sendepartner wird gesteigert (Basis: 2.456; erreicht: 2.626).	>100%
	II.1.2 Die Zahl der Länder, aus denen Zuschauerpost kommt, wird gesteigert (Basis: 52; erreicht: 59).	>100%
	II.2.1 Steigerung der Zahl der Videoabrufe bei YouTube auf mindestens 100.000 (Basis: 70.000; erreicht: 552.004)	552%
	II.2.2a Die Anzahl der Fans auf Facebook wird auf mindestens 19.600 gesteigert (erreicht: 81.083).	868%
	II.2.2b Die Anzahl der Posts durch die Redaktion wird auf 800-1.000 gesteigert (Basis: 730; erreicht: 1.086).	100%
	II.2.2c Die Anzahl gesehener Posts wird gesteigert (Basis: 1,2 Mio.; wird nicht mehr erfasst).	keine Angabe
	II.2.2d Die Anzahl der Feedbacks wird auf 6.000 (Basis: 4.620; erreicht: 33.972) gesteigert.	2461%
	II.2.2e Die Anzahl der Posts der Nutzer wird auf 200 (Basis: 138; erreicht: 2.221) gesteigert.	1609%
	II.2.3 Die Einträge und Kommentare des Blogs werden auf mindestens 630 (Basis: 130; erreicht: 355) gesteigert.	56%
	II.3.1 Mitarbeiter von Global Ideas besuchen 3 Messen/Konferenzen	100%
	II.3.2 8 untertitelte Reportagen werden auf Messen gezeigt.	100%
	II.4.1 Die Anzahl der Online-Kooperationspartner wird erhöht (Basis: 38; erreicht: 45).	>100%
	II. 4.2 Pro Reportage werden 10 DVDs als Ansichtsexemplare verbreitet.	100%

5.3 Theory of change

Eine grafische Darstellung einer Theory of Change / eines LogFrames befindet sich in den Annexen.

Die grafische Darstellung einer Theory of Change / eines LogFrames ist der folgenden Seite zu entnehmen.

Anlage 3) Tabelle zu Projektplanung und -monitoring

Stammdaten und Einordnung					Wirkungskette						Co-Benefits		
Signatur	Anbieter	Projektklassifizierung	Themat. Schwerpunkt	Projekttyp	Spezifische Projektziele (Outputs)	Übergeordnetes Projektziel (Outcome)				Langfristige Wirkung (Impact)			
							Direkte THG-Minderung (direct THG mitigation)	Minderungskapazitäten (Mitigative Capacity) <small>a) Fähigkeit zur eigenständigen THG-Minderung oder b) Beitrag zu internationalen Klimaverhandlungen und MW</small>	Anpassungsstrategien (Adaptive Strategy)	Anpassungskapazitäten (Adaptive Capacity)			Beitrag zum Klimaschutz (Emissionsminderung)
11_L178_global_A_DW-TV DW-TV Wirtschaftsförderung		"Global Ideas" - gemeinsam für den Klimaschutz	Sonstiges	Sonstiges	<p>Spez. Projektziele laut Projektvorschlag und Indikatoren</p> <p>i. Erstellung journalistischer Produkte TV/Web i.1 7-Min.-Reportagen (30 neu, 14 Wkly.) BL: 0; Ziel: 93/30.09.2013; MoV: DW-TV i.2 Kurzversionen (93, 14) BL: 0; Ziel: 93/30.09.2013; MoV: DW-TV i.3 Informationsbeiträge (18) BL: 0; Ziel: 18/30.09.2013; MoV: DW-TV/dw-world.de i.4 Webdokumentationen (5) BL: 0; Ziel: 5/30.09.2013; MoV: dw-world.de i.5 "Nobel Ideas" BL: 0; Ziel: mind. 5/30.09.2013; MoV: dw-world.de i.6 geplant Gesichter/Faces BL: 0; Ziel: mind. 5/30.09.2013; MoV: dw-world.de i.7 Mehrsprachigkeit (Grundlage: Erstellung aller Beiträge auf Deutsch) i.7.a) Adaption TV-Beiträge in 3 Sprachen: Englisch, Spanisch, Arabisch BL: 0; Ziel: 93 Rep.; 93 KV; 18 Info; geplant: plus zusätzlich 1-2 Sprachen/30.09.2013; MoV: DW-TV i.7.b) Adaption Web HG-Texte in 3 Sprachen: Englisch, Spanisch, Arabisch BL: 0; Ziel: 93; geplant: plus zusätzlich 1-2 Sprachen/30.09.2013; MoV: dw-world.de i.7.c) Adaption Webdokus in 2 Sprachen: Englisch, Spanisch BL: 0; Ziel: 5; geplant: plus zusätzlich 1-2 Sprachen/30.09.2013; MoV: dw-world.de ii. Verbreitung Journ. Produkte ii.1 TV/Web ii.1.1 Vertriebs-/Sendepartner BL: 2.456; Ziel: Ausbau/30.09.2013; MoV: DW-Vertrieb, Bonn ii.1.2 Zuschauerpost BL: 52 Länder; Ziel: Ausbau/30.09.2013; MoV: DW Zuschauerpost Berlin ii.2 Netzwerke ii.2.1 Videoabrufe YouTube BL: ca. 70.000; Ziel: 100.000/30.9.2013; MoV: YouTube ii.2.2 Facebook Fans BL: 11.600; Ziel: 19.600/30.9.2013; MoV: Facebook ii.2.3 Blog BL: 130; Ziel: 430/30.9.13; MoV: Online DW Bonn ii.3 Konferenzen BL: 0; Ziel: 3/30.9.2013; MoV DW-TV ii.4 Vertrieb BL: 38; Ziel: Ausbau/30.9.2013; MoV: DW-Vertrieb, Bonn</p>	<p>Übergeordnetes Projektziel und Indikatoren laut Projektvorschlag (inkl. Baseline)</p>		Erhöhung der Minderungskapazität durch Verhaltensänderung, Förderung von Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsprojekten durch spezielle Medienaufbereitung und weltweite Verbreitung mit Fokus auf Projekte der internationalen Klimaschutzinitiative und Klimapolitik. Nachhalten von Indikatoren nicht wirtschaftlich, aber indirekt ableitbar vom Verbreitungserfolg		Das Projekt will die Verbreitung der Klimaschutzprojekte in ihrer ganzen Themenvielfalt durch TV und Web steigern. Damit werden auch Anpassungsstrategien, Politikänderung, Änderung der Lebensverhältnisse sowie der regionalen klimatischen Gegebenheiten bekannt. Dies fördert indirekt das Verhalten und den Sinneswandel. Das Nachhalten von Indikatoren ist nicht wirtschaftlich, aber indirekt ableitbar vom Verbreitungserfolg.			
					<p>Aktueller Stand</p>				Je mehr Entscheider und Betroffene Global Ideas erreicht und von aktuellen Strategien, Politiken und Projekten informieren sowie von der Notwendigkeit des Umdenkens überzeugen kann, desto mehr hat Klimaschutz eine realistische Chance, umgesetzt zu werden. Indikatoren dafür sind die Reaktionen der angesprochenen Zielgruppen.	Die geplanten Beiträge zeigen, welche Vorteile auch wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Art den Bewohnern, Regionen, Ländern entstehen durch Klimaschutz. Sie zeigen Lösungen aus vergleichbaren Regionen. So können die Interessierten bereits erfolgreichen Beispielen folgen und ähnlich praktikable Anpassungslösungen finden.	Werbung für funktionierende, bezahlbare Klimaschutzprojekte Nachahmeffekt Informationsaustausch Bereitschaft zur eigenständigen Veränderung wird geweckt soziale Kompetenz und Entwicklung Grundlagen zur eigenen Mitsprache und Entscheidung Klimapolitikänderung Sinneswandel Werbung für deutsche Klimakompetenz Verbreitung der IKI-Förderung		
					<p>Angewendete Monitoringmethode(n)</p>			Die Kontrolle darüber, ob ein nachhaltiger Sinneswandel von Entscheidern und Betroffenen in der Zielregion weltweit stattgefunden hat, ist nicht realistisch, begründete Annahmen sind allerdings zu treffen. Grund: Wenn die persönlichen und gesellschaftlichen Vorteile sowie der wirtschaftliche Profite durch Klimaschutzmaßnahmen bekannt sind, dann ändert sich im allgemeinen auch die Handlungsweise von Menschen. Die Steigerung der Bekanntheit ist zum Teil, die stärkere Verbreitung der Aktivitäten von Global Ideas ist insgesamt messbar: Alle genannten Indikatoren nach SMART-Kriterien. (siehe Outputs)		Siehe Monitoringmethode für Minderungskapazität			