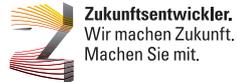


WELTWEIT MEHR ERREICHEN

Ratgeber für wirkungsvolles Engagement
in der Entwicklungszusammenarbeit

2012

In Kooperation mit:



KOOPERATIONSPARTNER DES RATGEBERS



BMZ „Das BMZ möchte dazu beitragen, dass Globalisierung zu einer Chance für alle Menschen wird. Doch Entwicklungszusammenarbeit ist nicht allein Sache der Poli-

tik. Wir brauchen Ihre Unterstützung, um der Vision von der Einen, friedlichen und freien Welt für alle Menschen ein Stück näher zu kommen! Es gibt viele Möglichkeiten, sich zu engagieren, sei es als Unternehmen, als Stiftung, oder als Einzelperson. Einige davon möchte Ihnen dieser Ratgeber näher bringen. Ich hoffe, Sie finden in dem Ratgeber interessante Anregungen. Ich wünsche Ihnen viel Spaß und Erfolg dabei, diese in die Tat umzusetzen!“

Dirk Niebel, Bundesminister für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. www.bmz.de



SUSTAINEO „Unsere Initiative für mehr Nachhaltigkeit und Partnerschaft in der Entwicklungszusammenarbeit fußt auf unseren Erkenntnissen als Unternehmer und

Stifter. Wir wollen unsere Erfahrungen und unsere Expertise in der Projektarbeit unserer Stiftungen dazu nutzen, dieses Ziel im Verbund mit anderen zu erreichen. Wir sind der Meinung, dass unternehmerische Ansätze tiefer in die Entwicklungszusammenarbeit integriert werden müssen, um die Lebensbedingungen der Kleinbauern dauerhaft zu verbessern.“

Dr. J. Christian Jacobs, Dr. Michael Otto, Michael R. Neumann, Gründer der Stifterallianz SUSTAINEO. www.sustaineo.org

INHALT

Impressum

Mai 2012

© PHINEO gAG, Berlin

Autorin: Sonja Schäffler
(PHINEO gAG)

Kontakt

PHINEO gAG

Anna-Louisa-Karsch-Str. 2
10178 Berlin

T +49 . 30 . 52 00 65-400

www.phineo.org

Warum dieser Ratgeber?	4
Wirkungskette	6
Herausforderungen für private Geber	8
Das passende Engagement finden	10
Tipps zum wirksamen Geben	12
Qualitätskriterien für wirksame Entwicklungsprojekte	17
Exkurs: Fünf Spendertypen zur Selbsteinschätzung	20
Die Abhängigkeit von ausländischer Hilfe verringern. Shelagh Gastrow über Philanthropie in Schwellen- und Entwicklungsländern	22
Austausch von Know-how durch Freiwilligendienste	24
Marktorientierte Ansätze unterstützen	25
Hintergrund Wirkungsorientierung	28
Zum Weiterlesen	30

WARUM DIESER RATGEBER?

Dieser Ratgeber ist für ...

..... Spender, Förderstiftungen und

Unternehmen – sie erhalten Tipps, wie sie ihr finanzielles Engagement zum Wirken bringen.

..... **Konsumenten** – sie bekommen Hinweise, wie überlegte/einfache Kaufentscheidungen zu wirksamer Entwicklungszusammenarbeit beitragen können.

..... Freiwillige aller Generationen und Berufe

– sie erfahren, wie sie für die Menschen vor Ort am meisten bewirken und auch für sich etwas Gutes tun können.

Hungernde Kinder vor hässlichen Blechhütten – von Plakatwänden schauen sie uns mit großen Augen an. Vorwurfsvoll?

Flehend? Die Inszenierung individuellen Leids ist ein beliebtes Mittel im Fundraising: Der neunjährige Rajeev schuftet in einem indischen Steinbruch, die kleine Anjali näht in Bangladesch Kleider für westliche Einkaufsmeilen, und Mahmoud aus Mali hilft seiner Familie, dem kargen Boden ein paar Früchte abzuringen. Eine beliebte Botschaft solcher Werbespots, Plakate, Flyer und Zeitungsanzeigen lautet: Für ein paar Euro pro Monat könnten diese Kinder

zur Schule gehen, der Armut entkommen, ein besseres Leben führen ...

Doch kommt das Geld wirklich an? Wer achtet darauf, dass Anjali tatsächlich zur Schule geht und nicht zwangsverheiratet wird? Was bedeutet es für Mahmouds Geschwister und seine Familie, wenn er nicht mehr auf dem Feld mithelfen kann? Und was nützt Rajeev eine Schule, die kaum über die nötigsten Unterrichtsmaterialien verfügt? Was, wenn in ganzen Regionen die Schulen über Lehrermangel klagen, weil diese aufgrund besserer Verdienstmöglichkeiten in die Städte oder ins Ausland ziehen? Wo liegt die Verantwortung des Staates? Wie viel können Spender tatsächlich bewirken?

Fakt ist: „Ein Land kann nicht entwickelt werden. Nur Menschen können sich selbst entwickeln.“ Diese Aussage von Julius Nyerere, dem ersten Präsidenten Tansanias nach Ende der Kolonisation, bringt die Herausforderung auf den Punkt: Gut gemeint ist nicht immer gut gemacht. Hilfe kann die Fortsetzung der Abhängigkeit mit anderen Mitteln bedeuten, wenn sie die komplexen Zusammenhänge von globalen, nationalen und individuellen Bedürfnissen ignoriert.

Der vorliegende Ratgeber richtet sich an private Geber, das heißt Spender, (Förder-) Stiftungen und sozial engagierte Unternehmen. Es geht nicht darum, sie zu Exper-

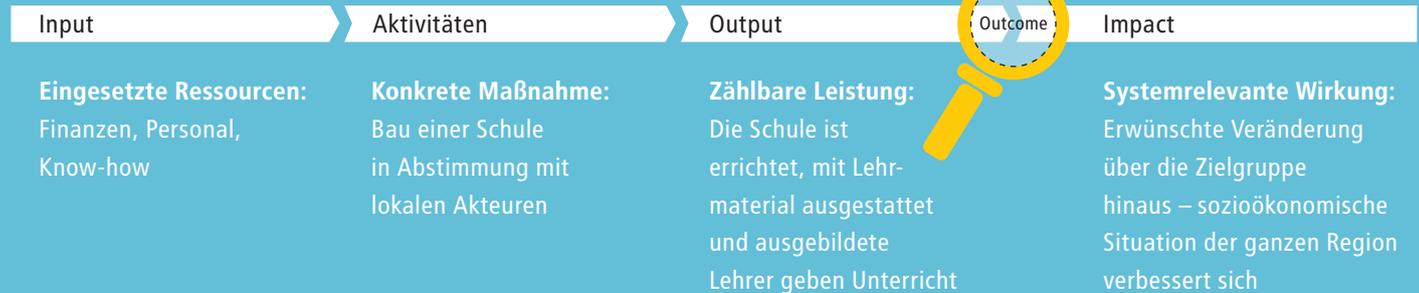
ten in Sachen Entwicklungszusammenarbeit zu machen, sondern darum, ihr Bewusstsein für die Kontextabhängigkeit ihres Engagements zu schärfen. Vor diesem Hintergrund stellt der Ratgeber wirkungsvolle philanthropische und marktorientierte Ansätze dar und zeigt, wie private Geber mit ihrem Geld nicht nur Gutes tun, sondern auch nachhaltig Gutes bewirken können.

Entwicklungshilfe oder -zusammenarbeit?

Bis Anfang der 90er Jahre sprach man offiziell von Entwicklungshilfe. Die Erfahrung, dass einseitige Hilfsprojekte keine nachhaltige Wirkung entfalten können, lehrte, dass erfolgreiche Konzepte das Prinzip Hilfe zur Selbsthilfe und die Einbeziehung der Interessen der Partnerländer voraussetzen. Seither hat sich der Begriff Entwicklungszusammenarbeit etabliert, der für eine partnerschaftliche Kooperation auf Augenhöhe steht.

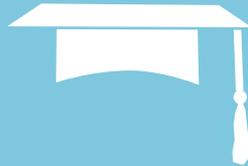


DIE WIRKUNGSKETTE am Beispiel eines Bildungsprojekts



Bedarfsklärung

Es gibt keine Schule, der Bildungsgrad bei jungen Menschen ist daher niedrig



Output

Outcome kurz-

mittel-

langfristig

Impact

Kurzfristige Wirkung:

Die Kinder der Region nehmen regelmäßig am Unterricht teil und eignen sich neues Wissen an

Mittelfristige Wirkung:

Mehr Kinder erhalten einen Schulabschluss, der ihnen neue berufliche Perspektiven ermöglicht

Langfristige Wirkung:

Erwünschte Veränderung der Zielgruppe – die finanzielle/soziale Lebenssituation der Zielgruppe verbessert sich

Wirkt's?

Um das herauszufinden, müssen Soziale Investoren **genau hinschauen!**

Bei der Scheckübergabe schauen alle hin. Wirkung beginnt aber erst, wenn z.B. die Kinder zur Schule gehen, einen Abschluss erwerben und damit einen qualifizierten Job bekommen. Wiederholt sich die individuelle Erfolgsgeschichte entsteht Impact.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR PRIVATE GEBER

MEDIAL GEPRÄGTE WAHRNEHMUNG

Die komplexen Zusammenhänge der Entwicklungszusammenarbeit lassen sich in den Massenmedien nur schwer darstellen. Nicht-Experten sind somit entweder mit einer undurchsichtigen Komplexität oder einer verkürzenden Vereinfachung der Sachverhalte konfrontiert.

Meldungen über Korruption und Misswirtschaft schrecken manchen ganz ab, in Entwicklungs-

länder zu spenden, zumal der Einzelne von Deutschland aus kaum kontrollieren kann, was mit dem Geld geschieht. Umgekehrt führen beispielsweise emotionalisierende Berichte über Menschen in Slums zu übereilten Spenden, bei denen die Vertrauenswürdigkeit der Organisation häufig nicht mehr hinterfragt wird – es geht doch um etwas Gutes. Einige gehen angesichts ausbleibender Fortschritte eigene Wege und gründen kurzerhand ihre eigene Hilfsorganisation – mit ungewissem Ausgang: So mancher Philanthrop kehrte nach Ärger mit korrupten Behörden, unzuverlässigen Baufirmen und sturen Clanchefs der Entwicklungszusammenarbeit wieder den Rücken.

NGOS – ZWISCHEN IDEALEN UND HILFSINDUSTRIE?

Nichtregierungsorganisationen (Non-Governmental Organizations, NGOs), die Hauptakteure der Zivilgesellschaft, sind eine wichtige Säule der Entwicklungszusammenarbeit: Sie agieren in der Regel unabhängig von staatlichen Interessen, konfrontieren die Welt der Sachzwänge und Kompromisse mit Idealen und Utopien sowie innovativen Ansätzen – sie können sich das leisten, da sie unabhängig von Wiederwahlzwängen und teils auch unabhängig von Steuergeldern agieren. Viele NGOs verfügen durch ihre Fokussierung auf bestimmte Themen über sehr hohe Sachkenntnis, die nicht selten auch von Regierungsorganisationen zu Rate gezogen wird. Sie sind kritische Weggefährten,





wenn es z.B. um die Forderung nach Transparenz geht, und können als sogenannte „pressure groups“ systemrelevante Wirkungen entfalten. Manche NGOs neigen jedoch auch zu einer medienwirksamen Inszenierung von Skandalen, um im Rennen um Spenden und Zuschüsse ganz vorn dabei sein zu können – einige Kritiker sprechen von einer regelrechten „Mitleidsindustrie“.

KANN DENN HILFE SCHÄDLICH SEIN?

Kritische Stimmen wie die der afrikanischen Ökonomin Dambisa Moyo fordern die Einstellung der Entwicklungszusammenarbeit mit der Begründung, sie würde die Abhängigkeit von den Almosen der Geberländer stärken und eine eigene

Entwicklung hemmen. Diese Querdenker der Entwicklungsökonomie plädieren stattdessen für Direktinvestitionen und Handel, für eine Förderung des Unternehmertums durch Mikrokredite und das Ende protektionistischer Maßnahmen der Geberländer. Frei nach dem Motto: Schenkt uns keine Moskitonetze, sondern baut bei uns Fabriken, in denen wir diese Netze selbst produzieren. Tatsächlich birgt wirtschaftliches Engagement von Privatunternehmen in Entwicklungsländern enormes Potenzial in sich: Der Aufbau neuer Wirtschaftszweige und Wertschöpfungsketten, die Schaffung von Partnerstrukturen zwischen lokalen und ausländischen Unternehmen – und damit von Arbeitsplätzen – können zu einer allgemeinen Wohlstandsentwicklung bei-

tragen und werden von der deutschen Entwicklungszusammenarbeit gefördert. Die unsichtbare Hand des Marktes regelt jedoch nicht alles. Die Einhaltung von Menschenrechten, Aufklärung im Umwelt- oder Gesundheitsbereich, Wahrnehmung von Bürgerrechten oder auch die Aussöhnung zwischen einst verfeindeten Gruppen – für all dies bedarf es einer aufgeklärten und engagierten Zivilgesellschaft vor Ort sowie eines funktionierenden Staates inklusive der Parlamente. Und nicht zuletzt funktioniert ein Markt nicht ohne gebildete Menschen und eine gesundheitliche Basisversorgung. Genau dafür setzen sich neben der staatlichen Entwicklungszusammenarbeit auch zahlreiche NGOs erfolgreich ein.

DAS PASSENDE ENGAGEMENT FINDEN

WELCHER ANSATZ SAGT MIR ZU?

Themenunabhängig haben Einzelspender, Stiftungen und sozial engagierte Unternehmen zunächst die Wahl, ob sie philanthropisch aktiv werden möchten oder einen marktorientierten Ansatz (Einbeziehung der Zielgruppen in den wirtschaftlichen Wertschöpfungsprozess) verfolgen. Für Philanthropen stellt sich die Frage, ob man Geld spenden und/oder sich selbst ehrenamtlich einbringen möchte. Unternehmen können sich im Rahmen der Corporate Social Responsibility nachhaltig und sozial engagieren. Sie können mit Entwicklungspartnerschaften, durch ein faires Beschaffungswesen, aber auch betriebliche Freiwilligenprogramme und Unternehmensspenden aktiv werden.

FÜR WELCHES THEMA SOLL ICH MICH ENGAGIEREN?

Die Themenfelder sind so vielfältig wie die Probleme dieser Welt: Es gibt die großen Themen Gesundheit, Bildung, nachhaltige Wirtschaftsentwicklung, Ernährungsicherung oder Umwelt, in denen sich zahlreiche Organisationen engagieren. Herausforderungen soziokultureller Art sind z.B. sexueller Missbrauch und Kinderhandel oder Gleichberechtigung der Geschlechter. Aber auch in den politischen Bereichen Demokratieförderung, Pressefreiheit, Konfliktprävention und Korruption gibt es in vielen Ländern einiges zu tun. Eine Priorisierung der Themen ist pauschal nicht möglich, da es unter den Themen auch Abhängigkeiten gibt (nur gesunde Kinder können überhaupt die Schule besuchen), der Bedarf für

Hilfsleistungen nicht konstant ist und auch die Interessen von Gebern variieren. Wichtig ist in jedem Fall das Zusammenspiel der Maßnahmen: Voraussetzung für Wirkung ist, dass sich die Projekte am Bedarf orientieren und untereinander abgestimmt sind. Hier liegt die Verantwortung auch bei den durchführenden Organisationen. Konkrete Tipps, worauf private Geber bei der Wahl ihrer Organisation noch achten sollten, folgen ab Seite 17.

WIE FINDE ICH EINE PARTNERORGANISATION?

Ob Einzelspender, Stiftung oder Unternehmen auf der Suche nach gemeinnützigem Sparringspartner für eine Entwicklungspartnerschaft: Für jeden beginnt die Förderentscheidung mit der Suche nach der passenden Organisation. Das [Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung](#) hat zum Zweck einer besseren Koordination die Engagement Global gGmbH – Service für

Entwicklungsinitiativen ins Leben gerufen. Für einen ersten Überblick eignet sich die hier geführte NGO-Liste, auf der über 330 deutsche Nichtregierungsorganisationen mit Aktivitäten in der Entwicklungszusammenarbeit aufgelistet sind. Klickt man auf das Profil, erfährt man – auf Eigenangaben der Organisation basierend – etwas über deren Größe, Mittelherkunft und Mittelverwendung. (www.engagement-global.de/nro-portraits.html)

Auch das [Deutsche Zentralinstitut für soziale Fragen \(DZI\)](#) bietet auf seiner

Website eine Übersicht von Organisationen, die im Bereich Entwicklungszusammenarbeit tätig sind. Das DZI-Spendensiegel erhalten Organisationen, die nach bestimmten Regeln für Transparenz, Mittelvergabe und Mittelverwendung ausgerichtet sind. (www.dzi.de)

Ebenfalls eine gute Adresse ist [VENRO](#), der [Verband Entwicklungspolitik Deutscher Nichtregierungsorganisationen](#). Die über 100 Mitgliedsorganisationen haben sich dem VENRO-Verhaltenskodex zu Transparenz, Organisationsführung und Kontrolle

verpflichtet und bekennen sich damit zu gemeinsamen Prinzipien und Standards. (www.venro.org)

Bei konkreteren Fragen zu speziellen Themen helfen auch die [Abteilungen für wirtschaftliche Zusammenarbeit in den deutschen Botschaften](#) oder die Vor-Ort-Büros anderer Akteure (Kreditanstalt für Wiederaufbau (www.kfw.de), Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (www.giz.de), Stiftungen oder Nichtregierungsorganisationen, etc. weiter.

Ansatz	Einzelspender	Unternehmen	Stiftungen
philanthropisch	Geld spenden, Know-how spenden	Unternehmensspenden, betriebl. Freiwilligenprogramme	Förderung/operative Projektumsetzung
marktorientiert-philanthropisch	In Mikrofinanz investieren	In Mikrofinanz und/oder gemeinnützige Dienstleistungen investieren	In Mikrofinanz investieren
marktorientiert	Nachhaltiger Konsum	Entwicklungspartnerschaften, nachhaltiger Handel, faires Beschaffungswesen	Förderung von sozialunternehmerischen Ansätzen

TIPPS ZUM WIRKSAMEN GEBEN

Die verbreitetste Engagementform ist die Unterstützung gemeinnütziger Organisationen durch eine Geldspende beziehungsweise Förderung.

VORHERSEHBARKEIT STÄRKEN

Haben Spender oder Förderstiftungen eine Organisation ihres Vertrauens gefunden, sind regelmäßige Spenden in Form von

Daueraufträgen ein geeigneter Weg, um der Organisation durch die Vorhersehbarkeit der Einnahmen die Planung zu erleichtern. Das macht die Projektdurchführung effizienter und am Ende wirkungsvoller.

GEMEINSAM MEHR BEWIRKEN

Gerade Klein-Spender, die sich zusammenschließen, können mehr erreichen als

Einzelne für sich. So macht es Sinn, sich mit Freunden abzusprechen und statt mehreren Einzelspenden eine gemeinsame Spende zu tätigen. Eine gute Möglichkeit ist zum Beispiel, sich zum Geburtstag nicht Geschenke, sondern Spenden für eine Organisation der eigenen Wahl zu wünschen. Gleiches gilt für Stiftungen: Stifterallianzen zu bestimmten Themen haben eine große Hebelwirkung, da Know-how zusammengeführt wird und gemeinsam abgestimmte Maßnahmen eine größere Reichweite haben, die Transaktionskosten jedoch sinken.

Patenschaften (für Kinder, Tiere oder den Regenwald) sind ein klassisches Beispiel für Dauerspenden. Vorsicht ist allerdings bei Kinderpatenschaften geboten: Wenn einzelne Kinder durch die Patenschaft besser gestellt werden, drohen negative Reaktionen aus der Gemeinschaft, in der das Kind lebt. Um dies auszuschließen, bieten einige Organisationen von vornherein Patenschaften für eine ganze Gemeinschaft an. Briefkontakt oder Besuche vor Ort sind bei manchen Organisationen möglich – Spender sollten hier bedenken, dass diese Maßnahmen die Verwaltungskosten stark erhöhen.

Für Unternehmen bieten sich im Rahmen der Corporate Citizenship sogenannte Unternehmensspenden (Corporate Giving) an. Ob Mitarbeiterspenden oder Weih-

nachtsaktionen mit Kunden zugunsten einer gemeinnützigen Organisation – Unternehmensspenden sind eine niedrigschwellige Möglichkeit, unternehmerisches Engagement zu zeigen. Einige größere NGOs haben bereits Konzepte zur Einbindung von Unternehmensspenden, die sie auf ihren Homepages kommunizieren. Ist dies nicht der Fall, lohnt sich der Griff zum Telefon, um grundsätzliche Fragen zu klären.

ORIENTIERUNG AM BEDARF

Stichwort Transaktionskosten: Sie entstehen zuhauf, wenn verschiedene Organisationen ähnliche Maßnahmen in derselben Region durchführen, sich nicht abstimmen und dadurch nicht nur ineffizient, sondern auch ineffektiv arbeiten. Der Schlüssel zur

Lösung ist, dass sich alle am Bedarf orientieren – wenn dieser durch Organisation X gedeckt ist, sollte Organisation Y sich dort engagieren, wo es noch Versorgungslücken gibt. An sich ganz einfach, doch wenn es um die Orientierung am Bedarf geht, stehen Geber genauso wie NGOs vor einem Problem: Es gibt bislang noch keine umfassende Übersicht, welche Projekte in welchen Regionen aktiv sind. Allerdings sind bereits erste Lösungsansätze erkennbar: Das sogenannte aidmapping (wörtl. Kartierung von Hilfsmaßnahmen), das heißt die Darstellung von Hilfsprojekten auf einer Landkarte, wird zusehends populärer. Vor allem die Entwicklungsländer selbst haben mit diesen neuen Instrumenten die Möglichkeit, die Aktivi-

täten externer Finanziers besser zu koordinieren und damit gleichzeitig Transparenz zu fördern. Der von der Bundesregierung unterstützte Datenstandard der International Aid Transparency Initiative (IATI) soll in Zukunft einer Übersicht aller staatlichen und nichtstaatlichen Hilfsprojekte weltweit ermöglichen.

Tipp: Spender, Stiftungen und Unternehmen können diese Entwicklung fördern, indem sie bestehende Übersichten in die eigene Spendenentscheidung mit einbeziehen.



Beispiele für Aidmapping

Auf der durch eine amerikanische Stiftung finanzierten Seite www.aiddata.org erhalten Interessierte eine Übersicht über Projekte der Weltbank oder Afrikanischen Entwicklungsbank. Die von der UN und Unternehmen unterstützte Seite www.ngoaidmap.org ist noch in der Entwicklungsphase, zeigt jedoch, wohin die Reise geht: Für Haiti, Somalia, Äthiopien und Kenia gibt es eine geographische Darstellung laufender Projekte inklusive Inhalt und Name der jeweiligen Durchführungsorganisation. Über 60 internationale NGOs beteiligen sich bereits an dem Projekt. Bedenkt man jedoch, dass weltweit mehrere Hunderttausend NGOs operieren, ist noch reichlich Luft nach oben.

CAPACITY BUILDING — HILFE ZUR SELBSTHILFE

Eine wirkungsvolle Zivilgesellschaft braucht professionelle Organisationen, die ihre Ziele kennen, ihre Finanzen verwalten und ihre Konzepte entwickeln können. Das erfordert hohe Kapazitäten: Engagierte Menschen, die Projekte und Finanzen managen, gleichzeitig aber auch noch Strategien entwickeln und Qualitätsentwicklung vorantreiben sollen, geraten zuweilen an ihre Grenzen, kein Mensch kann alles und nicht jede Organisation hat die Mittel für externe Wirtschaftsprüfer und Fundraising-agenturen.

Tipp: Für Spender und Förderstiftungen macht es Sinn, in diese Kapazitäten zu investieren. Unternehmen (z.B. Beratungshäuser, PR-Agenturen oder Wirtschaftsprüfungsgesellschaften) können durch Pro-bono-Beratung bei gemeinnützigen Organisationen Kompetenzen aufbauen und sie dadurch nachhaltig befähigen, ihre Ziele zu erreichen. Speziell für Unternehmen, die auch in Entwicklungsländern aktiv sind, ist dies eine gute Möglichkeit, Organisationen vor Ort zu unterstützen und dadurch selbst einen Lerneffekt mit Blick auf interkulturelle Kompetenz und lokales Know-how zu erhalten.

IN QUALITÄT INVESTIEREN

Voraussetzung für jede Form der Qualitätsentwicklung ist ein solides Monitoring, d.h. die regelmäßige Erhebung von Basisdaten und Resultaten. Die Auswertung der Monitoring-Daten bildet die Basis für Evaluationen zur Ermittlung der Wirkung von Entwicklungsmaßnahmen. Spender, Stiftungen und Unternehmen tun also prinzipiell gut daran, solche Evaluationen von NGOs zu erwarten oder auch zu finanzieren.

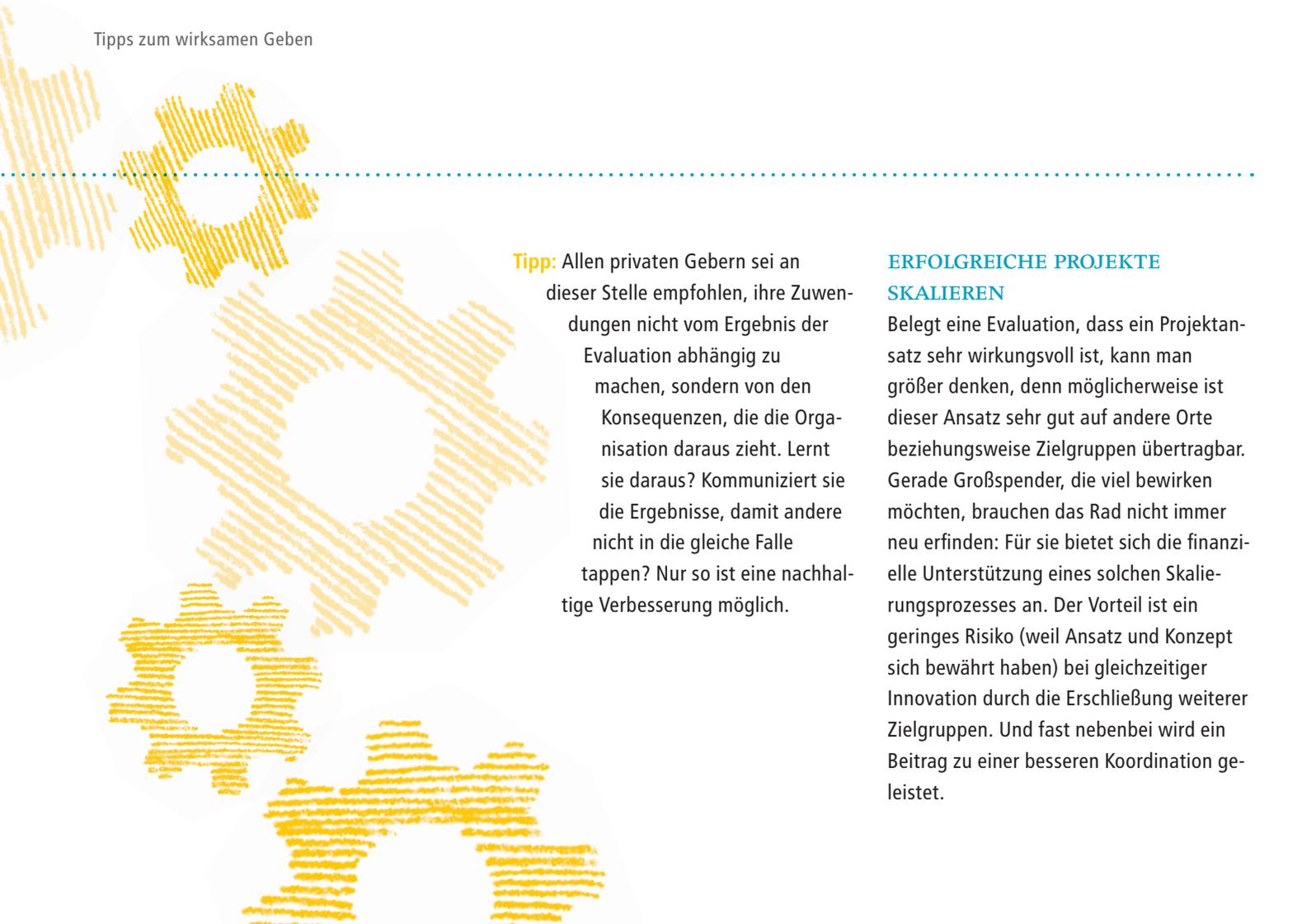
Tipp: Zuweilen macht es sogar Sinn, gar nicht in die eigentliche Projektarbeit zu spenden, sondern konkret die Evaluation eines bestehenden Projekts zu finanzieren – gerade längerfristig engagierte Spender, die schon lange eine bestimmte Organi-

sation oder ein Projekt unterstützen, können viel bewirken, wenn sie den Projektverantwortlichen durch ihre Unterstützung eine Evaluation ermöglichen. Diese bringt unter Umständen nicht nur das Projekt selbst weiter, sondern kann – bei einer Veröffentlichung der Ergebnisse – dem ganzen Sektor nutzen.

Eine Herausforderung besteht darin, die Evaluationsergebnisse richtig einzuordnen. So können (nicht) erreichte Ergebnisse nicht immer auf eine einzelne NGO zurückgeführt werden, sondern auch durch veränderte politische oder wirtschaftliche Rahmenbedingungen geprägt sein. Auch sind unerwartete positive oder auch negative Nebenwirkungen einzubeziehen: Ermöglicht ein Projekt jungen Mädchen

eine Ausbildung zur Näherin, ist die beabsichtigte Wirkung, ihnen durch eine berufliche Basis ein unabhängiges Leben zu sichern. Die unbeabsichtigte negative Nebenwirkung kann jedoch sein, dass die „berufliche Chance“ diese Mädchen in eine Fabrik führt, wo sie ausgebeutet werden (sogenannte Sweat-Shops).

Wenn eine Evaluation solche negativen Effekte feststellt, reagieren viele mit der Kürzung von Fördergeldern. Die Folge sind geschönte Abschlussberichte, die eine realistische Einschätzung dessen, was wirkt, erschweren.



Tipp: Allen privaten Gebern sei an dieser Stelle empfohlen, ihre Zuwendungen nicht vom Ergebnis der Evaluation abhängig zu machen, sondern von den Konsequenzen, die die Organisation daraus zieht. Lernt sie daraus? Kommuniziert sie die Ergebnisse, damit andere nicht in die gleiche Falle tappen? Nur so ist eine nachhaltige Verbesserung möglich.

ERFOLGREICHE PROJEKTE SKALIEREN

Belegt eine Evaluation, dass ein Projektansatz sehr wirkungsvoll ist, kann man größer denken, denn möglicherweise ist dieser Ansatz sehr gut auf andere Orte beziehungsweise Zielgruppen übertragbar. Gerade Großspender, die viel bewirken möchten, brauchen das Rad nicht immer neu erfinden: Für sie bietet sich die finanzielle Unterstützung eines solchen Skalierungsprozesses an. Der Vorteil ist ein geringes Risiko (weil Ansatz und Konzept sich bewährt haben) bei gleichzeitiger Innovation durch die Erschließung weiterer Zielgruppen. Und fast nebenbei wird ein Beitrag zu einer besseren Koordination geleistet.

Es gibt einige grundsätzliche Qualitätskriterien, denen Projekte gerecht werden sollten, um eine nachhaltige Wirkung zu erzielen. Manche der Kriterien lassen sich an der öffentlichen Darstellung der Organisationen erkennen, bei einigen sollten Spender nachfragen. Bei der Auswahl ihrer Partnerorganisation sollten private Geldgeber folgende Grundsätze im Hinterkopf haben, um die Wirksamkeit ihres finanziellen Engagements zu erhöhen.

EMPOWERMENT, BEFÄHIGUNG UND DEMOKRATISCHE TEILHABE

Bezieht die Organisation die lokale Bevölkerung mit ein, stellt sie sicher, dass ihr Wissen übertragen wird und die Zielgrup-

pen durch erworbene Fähigkeiten in Zukunft auch ohne ausländische Hilfe arbeiten können? Werden Gender-Aspekte, d.h. die Gleichbehandlung von Frauen und Männern, berücksichtigt?

EIGENVERANTWORTUNG

Spender haben im Vorfeld viele Möglichkeiten, die Organisation ihres Vertrauens zu identifizieren, ihr kritische Fragen zu stellen, etc. Hat man sich jedoch einmal entschieden, sollte man der Organisation die Projektgestaltung überlassen.

PARTNERAUSRICHTUNG

Besonders Engagierten, die eigene Projekte lancieren, sei dringend empfohlen, sich vorab mit lokalen Behörden, NGOs mit Vor-Ort-Erfahrung und den Zielgrup-

pen genau über den Bedarf und den Projektablauf zu verständigen und auf bestehenden Strukturen aufzubauen.

ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT

Unabhängig davon, für welches Themenfeld sie sich engagieren, sollten Spender, Stiftungen und Unternehmen auch die ökologische Dimension im Hinterkopf haben: Wenn eine Organisation beispielsweise Laptops an bedürftige Kinder verschenkt, hat sie auch an die Entsorgung gedacht, falls diese einmal kaputtgehen? Grundsätzlich sollte man darauf achten, ob die Organisation nachhaltig arbeitet.

WIRTSCHAFTLICHKEIT DER MASSNAHMEN

Viele Dienstleistungen und Produkte sind im Ausland um ein Vielfaches günstiger als in Deutschland. Dennoch sollten Geber darauf achten, dass die Organisationen bei Einkauf und Auftragsvergabe nicht auf das erstbeste, vermutlich teuerste, Angebot zurückgreifen. Ansonsten läuft man Gefahr, die Preise vor Ort in die Höhe zu treiben. Außerdem sollte nach Möglichkeit auf lokale Produkte und Dienstleistungen gesetzt werden, um diese zu stärken und die lokalen Märkte weiterzuentwickeln.

VERWALTUNGSKOSTEN

Eine professionelle Organisation hat Verwaltungskosten, sei es für eine unabhängige Finanzprüfung oder erfahrene Mitarbeiter. Spender können sich an der Faustregel orientieren, dass Werbe- und Verwaltungskosten rund 30 Prozent der jährlichen Sammlungseinnahmen ausmachen können, dürfen im Zweifel aber nachfragen, wofür diese konkret genutzt werden.

MITTELVERWENDUNG

Speziell bei Spenden an eine deutsche Organisation, die Aktivitäten im Ausland unterstützt, sollten Spender nachfragen, ob die Organisation über ein ausgeprägtes Berichtswesen verfügt, um die Mittelverwendung im Ausland



zu überwachen, und Berichte über die Projektfortschritte vor Ort erbitten. Wichtiger als der Nachweis jedes einzelnen Euros sind der Nachweis der Wirtschaftlichkeit sowie die tatsächlich erzielten Ergebnisse durch das Projekt insgesamt. Dennoch sollten Organisationen in der Lage sein, Anfragen zu beantworten, wofür Spenden verwendet werden – und Pläne haben, wie die Projekte langfristig auch eigenständig unterhalten werden können.

TRANSPARENZ UND RECHENSCHAFTSPFLICHTEN MIT BLICK AUF EIGENE STRUKTUREN

Idealerweise berichten Organisationen im Internet

über ihre Strukturen und Maßnahmen. Das heißt jedoch nicht, dass eine Organisation, die das nicht tut, automatisch nicht vertrauenswürdig ist. Basisinformationen zu Konzept und Resultaten oder Mittelverwendung sollten jedoch auf Anfrage verfügbar gemacht werden.

BEZIEHUNGEN ZU ANDEREN AKTEUREN AUF BASIS GEMEINSAMER ENTWICKLUNGSZIELE

Kooperationen können Ressourcen sparen, durch geschickte Arbeitsteilung den Aufwand reduzieren und schließlich die Wirkung erhöhen. Transparente Beziehungen zu anderen Akteuren stärken zudem die dringend notwendige Koordinierung. Durch regelmäßigen Austausch wird eine übergreifende Lernkultur gefördert.

NACHHALTIGER WANDEL DURCH ERGEBNISORIENTIERUNG

Was Entwicklungsorganisationen mit ihren Partnern aufbauen, sollte so konzipiert werden, dass die Programme auch nach der Beendigung der personellen und finanziellen Unterstützung weiterexistieren und sich fortentwickeln können.

Organisationen, die Schulbauten unterstützen, sollten z.B. nachweisen können, dass die notwendigen Gelder für den Unterhalt sowie eine ausreichende Anzahl an Lehrern vorhanden sind.



EXKURS: FÜNF SPENDERTYPEN ZUR SELBSTEINSCHÄTZUNG

1 UNTERSTÜTZER
spenden mehr oder weniger regelmäßig an deutsche Organisationen, die wiederum Organisationen vor Ort unterstützen. Unterstützer vertrauen der Organisation, dass sie die Mittel recht- und zweckmäßig verwendet.

Tipp: Auf Transparenz achten. Wie berichtet die deutsche NGO über ihre Aktivitäten? Wie überprüft sie die Mittelverwendung im Ausland? Führt sie Evaluationen durch und gewährt sie Einsicht in die Ergebnisse? Weitere Informationen dazu ab S. 17.

2 REAGIERER
spenden von Fall zu Fall, meistens spontan im Katastrophenfall.

Tipp: Spenden für Prävention und Nachsorge, d.h. langfristige Projekte, sind von großer Bedeutung, z.B. die Aufklärung der Bevölkerung oder die Installation von Frühwarnsystemen. Gleiches gilt für humanitäre Hilfe in Kriegsgebieten.

Am besten wendet man sich diesbezüglich an Organisationen, die bereits im Land



PHINEO-Ratgeber »Im Notfall besser helfen«

aktiv sind und über ausreichende Erfahrungen verfügen. Detaillierte Informationen darüber, wie man sich hier wirksam engagieren kann, liefert der PHINEO-Ratgeber „Im Notfall besser helfen“.

3 MACHER
haben die extreme Not vor Ort gesehen und handeln, indem sie bauen: Krankenhäuser, Schulen, Büchereien, Waisenhäuser ...

Tipp: Den langfristigen Bedarf mit mitdenken: Gebäude müssen unterhalten werden, Schulen brauchen Lehrer, die bezahlt werden müssen, und Schüler, deren Eltern ihnen den Schulbesuch erlauben. Eine intensive Recherche und Kommunikation, gute Kontakte zu lokalen Organisationen

und Behörden sowie ein Verständnis der Kultur vor Ort sind nötig. Derartige Projekte lassen sich schwer aus der Distanz steuern, auf eigene Faust lanciert verfehlen sie ihre Wirkung häufig ganz. Der Macher sollte sich mit erfahrenen Organisationen und Landesfreunden beraten und überlegen, ob er nicht als Unterstützer mit weniger Aufwand mehr bewirken kann.

4 LANDESFREUNDE haben länger aus privaten oder beruflichen Gründen im Land gelebt und eine starke Bindung zu Land und Leuten. Landesfreunde besuchen dementsprechend häufig die Projekte, die sie unterstützen.

Tipp: Kooperieren und Wissen teilen. Der Landesfreund kennt die Kultur, die Besonderheiten vor Ort und hat vor allem zweierlei: Erfahrung und Kontakte. Um seine Wirkung zu potenzieren, sollte der Landesfreund mit anderen Organisationen kooperieren und sein Wissen teilen – insbesondere mit dem Geber-Typ „Macher“.

5 GLOBALE PROBLEMLÖSER verfügen über große Summen, mit denen sie komplexe Projekte finanzieren können. Viele sind enttäuscht von den bisherigen Ergebnissen und setzen daher auf Innovation, indem sie Start-ups mit neuartigen Lösungen (gerne auch marktorientiert) unterstützen.

Tipp: Erfolge teilen und wirkungsvolle Maßnahmen skalieren. Vorsicht vor Alleingängen: Auch beziehungsweise gerade wer durch seine finanziellen Möglichkeiten unabhängig agieren kann, sollte die Einbindung weiterer Akteure nicht vergessen. Die Einbindung der lokalen Bevölkerung ist essenziell – nur so kann ein neues Projekt auch Akzeptanz gewinnen. Sobald die Projektidee steht, empfiehlt es sich, eine Organisation mit Projekterfahrung vor Ort bei der Planung einzubinden und für die Durchführung lokale Betriebe/Organisationen zu beauftragen.

DIE ABHÄNGIGKEIT VON AUSLÄNDISCHER HILFE VERRINGERN

Shelagh Gastrow über Philanthropie in Schwellen- und Entwicklungsländern

Wachsende Bedeutung kommt philanthropischen Akteuren vor Ort zu: In vielen Entwicklungsländern geht die Schere zwischen sehr arm und sehr reich weit auseinander. Unter den zehn reichsten Menschen der Welt (Forbes) kommen vier aus sogenannten Entwicklungsländern. Dabei stellt die lokale Philanthropie ein wichtiges Instrument der Selbsthilfe dar, zumal sie ein Weg ist, von internationaler Hilfe unabhängig zu werden.

Mrs. Gastrow, ist Philanthropie ein westliches Konzept?

Das Geben ist in afrikanischen Kulturen seit jeher verwurzelt, in Südafrika gibt es beispielsweise das Wort *Úbuntu*, das Politik und Gesellschaft prägt. Es steht für „Gemeinsinn“, für den Glauben an ein

„universelles Band des Teilens, das alles Menschliche verbindet“ – de facto ist „*Úbuntu*“ die wörtliche Übersetzung des griechischen „*philanthrōpía*“. Die moderne Philanthropie im Sinne der gezielten Förderung zivilgesellschaftlicher Organisationen ist in der Tat ein westliches Konzept, das sich jedoch zunehmender Beliebtheit in Afrika erfreut.

Gibt es Beispiele dafür?

Vor allem in Nigeria gibt es eine wachsende Zahl privater Stiftungen wohlhabender Nigerianer, die sich am Beispiel Bill Gates orientieren. In vielen Ländern erleben wir, dass einzelne Unternehmen oder Individuen von wirtschaftlichen Entwicklungen profitieren, während große Teile der Bevölkerung leer ausgehen.

Das befeuert den Wunsch, zu teilen. Hinzu kommt, dass sich lokale NGOs zunehmend an Förderpartner ihres Landes wenden, anstatt sich nur auf ausländische Unterstützung zu konzentrieren – lokale Philanthropie bietet aus ihrer Sicht eine Chance, unabhängig von ausländischer Hilfe zu werden und stattdessen die Wohlhabenden ihres eigenen Landes in die soziale Pflicht zu nehmen.

Welche Rolle spielen ausländische Spender?

Wer nachhaltig in die Entwicklung investieren möchte, unterstützt Organisationen und Netzwerke, die sich der Verbreitung von Philanthropie widmen. Es ist für diese nicht gerade leicht, an die Wohlhabenden der Nationen heranzukommen und sie vom

Nutzen philanthropischen Engagements zu überzeugen. Dafür braucht man einen langen Atem – und Geld zur Finanzierung von Forschung, Kampagnen und Veranstaltungen.

Und welche Akteure können Spender konkret unterstützen?

Es gibt regionale Netzwerke zum Thema Philanthropie, an die man sich wenden kann, wie z.B. die East Africa Association for Grantmakers, die die lokale Geberkultur in Uganda, Kenia und Tansania fördert.

Worauf sollten Spender achten?

Grundsätzlich sollte mit der gebotenen Sorgfalt geprüft werden, ob die Organisation vertrauenswürdig ist. Wie geht sie mit kritischen Fragen zur Mittelverwen-

dung um? Gibt es ein System der Checks-and-Balances, also der internen Kontrollmechanismen? Wenn sie eine Organisation gefunden haben, sollten Spender der Organisation auch die Projektdurchführung überlassen. Nichts ist ineffektiver, als wenn Geber aus dem Ausland alles umgestalten und „besser“ machen wollen. Auch sollten keine neuen Strukturen geschaffen werden. Spender sollten lieber bestehende Organisationen stärken, als neue zu errichten.

Vielen Dank für das Gespräch!



Shelagh Gastrow leitet die südafrikanische Organisation Inyathelo, die die Verbreitung moderner Philanthropie fördert und Nichtregierungsorganisationen berät, wirkungsvoller zu arbeiten.



AUSTAUSCH VON KNOW-HOW DURCH FREIWILLIGENDIENSTE

Freiwilligendienste gibt es inzwischen für jede Altersgruppe, manche werden von staatlicher Seite, andere durch Nichtregierungsorganisationen koordiniert. Bei einigen medizinischen, journalistischen oder auch technischen Berufen gibt es Organisationen, die Vertreter der jeweiligen Zunft als unterstützende Fachkräfte in Entwicklungsländer entsenden, wo diese ihr Know-how einbringen können. Wieder andere haben sich auf ältere Arbeitnehmer oder Pensionäre spezialisiert, die mit ihrer Berufs- und Lebenserfahrung einen wichtigen Beitrag zur Projektdurchführung und zum Wissenstransfer leisten können.

Die Mehrzahl der (inter-)nationalen Freiwilligendienste richtet sich an Jugendliche. Wenngleich der Mehrwert freiwilligen

Engagements für die persönliche und berufliche Entwicklung junger Menschen auf der Hand zu liegen scheint, gibt es häufig das Problem der sinnvollen Einbindung und Betreuung von Jugendlichen. Diese hängt sowohl von der deutschen Entsendeorganisation als auch von der Partnerorganisation vor Ort ab. Insbesondere bei Jugendlichen ohne jegliche Berufs- und Auslandserfahrung besteht die Gefahr, dass sie mit den kulturellen Gegebenheiten vor Ort überfordert und mit den Arbeitseinsätzen unterfordert sind, weil die Organisation keine genaue Idee von der Einbindung Freiwilliger hat. Gut organisierte Freiwilligendienste werden von staatlicher (z.B. die Programme „weltwärts“ und „kulturweit“ oder der Bundesfreiwilligendienst), zivilgesellschaftlicher und kirchlicher Seite angeboten,

nähere Angaben unter www.engagement-global.de.

Tipp für interessierte Einzelpersonen:

Sie sollten vorab mit der Entsendeorganisation genau klären, worin ihre Aufgaben bestehen werden, und keine Scheu haben, vorab mit der Partnerorganisation in Kontakt zu treten, um den Einsatz zu besprechen.

Tipp für Unternehmen:

Für Unternehmen, die sich in der Entwicklungszusammenarbeit durch Corporate Volunteering, das heißt durch betriebliche Freiwilligenprogramme, engagieren möchten, sind berufs- oder fachorientierte NGOs hervorragende Sparringspartner, mit denen sie ihre Aktivitäten planen und durchführen können.

Immer mehr an Bedeutung gewinnen marktorientierte Ansätze, die eine Partizipation der Zielgruppen in Entwicklungsländern am wirtschaftlichen Wertschöpfungsprozess fördern. Unternehmen können in diesem Bereich durch Entwicklungspartnerschaften wirkungsvoll agieren – und das innerhalb des Kerngeschäfts. Zudem können Unternehmen durch die Wahrung von Arbeits-, Umwelt- und Sozialstandards oder die Schaffung von Ausbildungs- und Arbeitsplätzen im Rahmen der Corporate Social Responsibility wirkungsvolle Beiträge zur Entwicklung leisten. Infos dazu bietet die Servicestelle für die Wirtschaft (siehe „Zum Weiterlesen“). Auch Einzelpersonen können durch marktorientierte Ansätze im Kleinen einen Unterschied machen, indem sie in

Mikrokredite investieren oder fair gehandelte Waren kaufen.

MIKROFINANZEN

Der Begriff Mikrofinanzien beinhaltet ein breites Spektrum an Finanzdienstleistungen, die sich vor allem an ärmere Bevölkerungsschichten richten. Hierzu gehören neben Kleinkrediten auch bedarfsgerechte Sparprodukte, Versicherungen und Überweisungen. Durch einen einfacheren Zugang zu Bank- und Finanzdienstleistungen können Arme erwirtschaftete kleine Beträge besser sparen, ihre Familien gegen Risiken versichern oder Geldüberweisungen von im Ausland lebenden Verwandten erhalten. NGOs fungieren in diesem Bereich als Intermediäre, d.h. Mittlerorganisationen zwischen Investoren

und Mikrofinanzinstitutionen, von denen die Kunden vor Ort ihre Kredite erhalten.



PHINEO-Ratgeber »Kleines Geld, große Wirkung«

Für wen? Einzelpersonen, Stiftungen oder Unternehmen können im Mikrofinanzbereich spenden oder Geld anlegen. Detaillierte Informationen dazu liefert der PHINEO-Ratgeber „Kleines Geld, große Wirkung“.

ENTWICKLUNGS- PARTNERSCHAFTEN

Märkte entwickeln und Armut bekämpfen können Hand in Hand gehen – das ist die Grundidee von Entwicklungspartnerschaften. Menschen in Armut werden dabei als Konsumenten oder Produzenten in den Wertschöpfungsprozess eingebunden. Die Themen für Entwicklungspartnerschaften sind vielfältig: von Elektrifizierung ländlicher Gegenden durch solarbetriebene Lampen bis zur Förderung nachhaltiger Landwirtschaft, von der die Bauern und die Wiederverkäufer profitieren. Solche Investitionen sind ein langfristiger Prozess, bei dem Unternehmen vor besonderen Herausforderungen stehen: Die in vielen Ländern mangelnde Rechtssicherheit, ineffektive Verwaltungsstruktu-

ren oder schlechte Infrastruktur können so manche Geschäftsidee zerstören. Elementares Prinzip erfolgreicher Entwicklungspartnerschaften ist daher die Zusammenarbeit mit Experten vor Ort. Lokale Entwicklungsorganisationen stehen meist schon in vertrauensvollem Kontakt mit der Zielgruppe. Entwicklungsorganisationen übernehmen daher häufig Aufgaben in der direkten Einbindung der Zielgruppe, wie zum Beispiel Training und Information, Organisation und Qualitätskontrolle, Distribution und Kundenservice.

Das Prinzip „Entwicklung durch Geschäfte“ greift auch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung mit seinem Programm DeveloPPP.de auf, in dessen Rahmen Un-

ternehmen sogenannte Entwicklungspartnerschaftsprojekte durchführen können. Als Entwicklungspartnerschaften werden Projekte bezeichnet, die Unternehmen und die Durchführungsorganisationen des BMZ gemeinsam planen, finanzieren und umsetzen.

Für wen? Entwicklungspartnerschaften bieten sich primär für Unternehmen an.

NACHHALTIGER KONSUM, FAIRES BESCHAFFUNGSWESEN

Unabhängig vom Spenden kann man auch durch seine Konsumentenscheidung wirkungsvoll zur Entwicklungszusammenarbeit beitragen. Es ist ein Trend zu zertifizierten Waren zu beobachten (siehe „Zum Weiterlesen“).

Praxisbeispiel Entwicklungspartnerschaft/ Landwirtschaft & Handel

Ob Schokoladenhersteller oder Textilfabrikant: Sie alle verarbeiten landwirtschaftliche Produkte aus Entwicklungsländern. Entwicklung findet statt, wenn sich der Handel nicht nur auf die Rohstoffe Kakao und Baumwolle beschränkt, sondern die lokale Bevölkerung stärker in die Wertschöpfungskette eingebunden wird.

Ein bewährtes Konzept sind Schulungen vor Ort, die Kleinbauern verbesserte landwirtschaftliche Anbaumethoden vermitteln, wodurch diese ihre Erträge erhöhen und mehr Einkommen generieren können. So gelingt es den Kleinbauern, aus eigener Kraft ihre Lebensbedingungen zu verbessern. Der Ansatz lässt sich auch mit der Förderung von Bio-Produktion kombinieren: Die umweltfreundlichen Anbaumethoden sichern die nachhaltige Bewirtschaftung des Bodens, können (z.B. im Fall Kakao) zum Schutz des Regenwalds beitragen und lassen sich in den Märkten der Industrieländer gut vermarkten.

Besonders wirksam sind solche Projekte, wenn sie von Unternehmen zusammen mit Expertenorganisationen umgesetzt werden, die über die nötigen Kontakte vor Ort verfügen. Weitere Projektbeispiele finden sich hier: www.developpp.de

Zudem wird nachhaltiges Handeln im Einkauf und der Verarbeitung von Produkten mehr und mehr Teil von Unternehmensphilosophien, die durch Selbstverpflichtungen dokumentiert und überprüft werden können. Eine Übersicht bieten beispielsweise die Websites www.fairtrade-deutschland.de und www.fair-feels-good.de.

Ein Blick auf die Firmenwebsite oder den Geschäftsbericht eines Unternehmens kann zudem einen Einblick in soziales und gesellschaftliches Engagement eines Unternehmens geben, das über eine reine Produktzertifizierung hinausgeht.

Für wen? Für Konsumenten und Unternehmen. Ob es um die Bohnen für die Firmenkaffeemaschine oder den privaten Wocheneinkauf geht: Die Entscheidung für fair gehandelte Waren trägt auf jeden Fall zu einer nachhaltigen Entwicklung bei. Unternehmen, die ihr Beschaffungswesen im Rahmen der Corporate Social Responsibility nachhaltig und fair ausrichten, können damit entscheidende Impulse für eine nachhaltige Entwicklung setzen.

HINTERGRUND WIRKUNGSORIENTIERUNG

WARUM MUSS DIE WIRKSAMKEIT VERBESSERT WERDEN?

Wirksames Engagement zeichnet sich auch durch eine Ausrichtung am Bedarf aus. Das heißt, dass man nicht nach dem Gießkannenprinzip Hilfgelder verteilt, sondern gezielt dort unterstützt, wo Hilfe wirklich nötig ist, eine Über- wie Unterversorgung von Regionen vermeidet. Das funktioniert jedoch nur, wenn man weiß, welche Aktivitäten es in welchen Regionen bereits gibt, wo der Bedarf gedeckt ist, wo nicht. Häufig kommt es aufgrund mangelnder Abstimmung der Geber (Staaten und NGOs) untereinander und mit den Partnerländern und -organisationen zu einer ineffizienten Verteilung der Maßnahmen mit Doppelungen und Überschneidungen.

Letztendlich ist die Effizienz der Entwicklungszusammenarbeit dadurch oft geringer als erwartet.

WAS TUN STAATEN, UM DIE WIRKSAMKEIT ZU ERHÖHEN?

Geberstaaten haben sich im Rahmen einer intensiven Wirkungsdebatte 2005 auf die Erklärung von Paris für eine bessere Wirksamkeit der Entwicklungszusammenarbeit (siehe Infobox) geeinigt, die 2008 durch den Accra Action Plan ergänzt wurde. Auf den Punkt gebracht geht es in den Erklärungen von Paris und Accra vor allem darum, dass die staatli-

Kernpunkte der Erklärung von Paris, 2005

- [1] Eigenverantwortung: Die Partnerländer übernehmen eine Führungsrolle und koordinieren die entwicklungspolitischen Maßnahmen.
- [2] Partnerausrichtung: Die Geber gründen ihre gesamte Unterstützung auf die nationalen Entwicklungsstrategien, -institutionen und -verfahren der Partnerländer.
- [3] Harmonisierung: Die Aktionen der Geber sind besser harmonisiert und transparenter und führen zu einer kollektiv größeren Wirksamkeit.
- [4] Ergebnisorientiertes Management: Ergebnisorientierung beim Ressourcenmanagement führt zu entsprechender Verbesserung der Entscheidungsprozesse.
- [5] Gegenseitige Rechenschaftspflicht: Geber wie Partnerländer legen Rechenschaft über die Entwicklungsergebnisse ab.

chen Geber an einem Strang ziehen, bestehende Strukturen nutzen, sich am tatsächlichen Bedarf der Partnerländer orientieren und transparent über Fortschritte berichten.

Die Erklärung von Paris stellt derzeit den wichtigsten internationalen Konsens für die Erhöhung der Wirksamkeit der Entwicklungszusammenarbeit dar und soll letztendlich dazu beitragen, die Millenniumsziele zu erreichen. Jedoch braucht es Zeit und politischen Willen, um diese Veränderungen umzusetzen. Um konkrete Erfolge zu sehen, benötigt man manchmal einen langen Atem. Tatsache ist aber: Die politischen Diskussionen und Erklärungen sind in der Lebenswirklichkeit staatlicher und nichtstaatlicher Akteure

angekommen. Auch NGOs sind wichtige Akteure in der Wirksamkeitsdebatte.

WAS TUN NGOS, UM DIE WIRKSAMKEIT ZU ERHÖHEN?

Zwar steht eine Harmonisierungserklärung zivilgesellschaftlicher Akteure bisher aus, die Konferenz von Accra erzielte diesbezüglich jedoch ein wichtiges Ergebnis, das bei der Folgekonferenz in Busan noch weiterentwickelt wurde: die Etablierung des Open Forum for CSO Development Effectiveness, das durch den Dachverband Europäischer NGOs, CONCORD, koordiniert wird. Dieses Netzwerk nutzt das Internet, um internationale Standards für eine bessere Abstimmung und eine stärkere Wirkungsorientierung der zivilgesellschaftlichen Aktivitäten zu entwickeln.

In diesem Rahmen haben sich 2010 mehr als 2.000 internationale NGOs auf die sogenannten Istanbul-Prinzipien (Transparenz, Partnerausrichtung, Wissensaustausch, etc.) geeinigt. Seit 2012 hilft ein praxisnaher Leitfadensatz NGOs bei der Umsetzung der Prinzipien.

WAS KÖNNEN PRIVATE GEBER BEITRAGEN?

Spender, Unternehmen und Förderstiftungen können die Wirksamkeit der Entwicklungszusammenarbeit schon im Kleinen fördern, indem auch sie ihre Gelder nach den im Ratgeber genannten Kriterien vergeben und damit NGOs in ihren Bemühungen um mehr Wirkungsorientierung bestärken.

ZUM WEITERLESEN

Engagement Global – Service für

Entwicklungsinitiativen: Engagement Global ist eine zentrale Anlaufstelle für entwicklungspolitisches Engagement sowie die Informations- und Bildungsarbeit. www.engagement-global.de

Einen kritischen Blick auf Entwicklungs- zusammenarbeit gibt Dambisa Moyo:

www.dambisamoyo.com

Rupert Neudeck: Die Kraft Afrikas:

Warum der Kontinent noch nicht verloren ist, C.H. Beck 2010

Peter Niggli: Der Streit um die Entwicklungshilfe. Mehr tun, aber da Richtige!

Rotpunktverlag 2008

Speziell für Unternehmen

Christina Gradl und Claudia Knobloch:

Entwicklungsgeschäfte – Geschäfte machen gegen Armut, Endeava 2009

EZ-Scouts: EZ-Scouts sind vom BMZ in Wirtschaftsverbände oder Industrie- und Handelskammern entsandte Experten, die Unternehmen zu Angeboten der Entwicklungs- und internationalen Zusammenarbeit für Unternehmen beraten.

www.giz.de/Wirtschaft/de/html/1432.html

Faires Beschaffungswesen:

Erfahrungen deutscher Kommunen und Best-Practice-Beispiele.

www.service-eine-welt.de/beschaffungswesen

Servicestelle für die Wirtschaft:

Für Fragen zu Förderprogrammen für Unternehmen, die sich im entwicklungspolitischen Sinne in Entwicklungsländern engagieren möchten:

wirtschaft-kontakt@bmz.bund.de

T +49.228.9 95 35 31 31



Speziell für Konsumenten

Informationen zum nachhaltigen

Handel / Konsum:

www.fairtrade-deutschland.de

www.fair-feels-good.de

Nachhaltiger Warenkorb:

[www.nachhaltigkeitsrat.de/
uploads/media/Broschuere_
Nachhaltiger_Warenkorb.pdf](http://www.nachhaltigkeitsrat.de/uploads/media/Broschuere_Nachhaltiger_Warenkorb.pdf)

Wirksamkeit von Entwicklungszusammenarbeit

Erklärung von Paris: [www.oecd.org/
dataoecd/37/39/35023537.pdf](http://www.oecd.org/dataoecd/37/39/35023537.pdf)

Ergebnisse von Busan:

[www.aideffectiveness.org/
busanhlf4/images/stories/hlf4/
OUTCOME_DOCUMENT_-_FINAL_
EN.pdf](http://www.aideffectiveness.org/busan/hlf4/images/stories/hlf4/OUTCOME_DOCUMENT_-_FINAL_EN.pdf)

Next Practice NGO: Eine Studie zur organisationalen Leistungsfähigkeit von Nichtregierungsorganisationen, Systemic Excellence Group 2009

Open Forum for Civil Society Organizations' Development Effectiveness:

[www.cso-effectiveness.org/
-home,091-.html?lang=en](http://www.cso-effectiveness.org/-home,091-.html?lang=en)

Transparenz: Im Sinne einer besseren Koordinierung werden staatliche und nicht-staatliche Akteure aufgerufen, transparent über ihre Aktivitäten zu berichten, zudem erarbeitet die Initiative einen einheitlichen Standard für die Erfassung von Entwicklungshilfegeldern: www.aidtransparency.net

PHINEO IST EIN BÜNDNIS STARKER PARTNER

PHINEO ist ein unabhängiges Analyse- und Beratungshaus für wirkungsvolles gesellschaftliches Engagement. Ein breites Bündnis aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft hat 2010 die gemeinnützige Aktiengesellschaft PHINEO ins Leben gerufen, um den gemeinnützigen Sektor zu

stärken. Um dieses Ziel zu erreichen, setzt PHINEO bei allen an, die nicht nur Gutes tun, sondern auch Gutes bewirken wollen. PHINEO empfiehlt auf Basis der mehrstufigen PHINEO-Analyse gemeinnützige Projekte, die besonderes Potenzial haben, die Gesellschaft nachhaltig zu gestalten.

Mit Porträts dieser empfehlenswerten Organisationen, Reports zu ausgewählten Themenfeldern, Ratgebern zum Wie des Gebens sowie individueller Beratung bietet PHINEO Orientierung für wirkungsvolles gesellschaftliches Engagement.

www.phineo.org

Hauptgesellschafter



| Bertelsmann **Stiftung**

Gesellschafter



Ideelle Gesellschafter



Stifterverband
für die Deutsche Wissenschaft



Strategische Partner

- CSI – Centrum für soziale Investitionen und Innovationen

- Deutscher Spendenrat
- Stiftung Charité

Förderer

- Baden-Württembergische Bank
- Bank im Bistum Essen e.G.

- Freshfields Bruckhaus Deringer
- MLP Finanzdienstleistungen AG