

# **Vertrauensgenerierung und Qualitätssicherung im sozialen Raum durch nutzergeneriertes Feedback**

Abschlussbericht

<b>A) Inhaltlicher Nachweis</b> .....	<b>3</b>
<b>Beschreibung</b> .....	<b>3</b>
1. Allgemeine Angaben.....	3
2. Ziele und Erwartungen.....	3
3. Vorbereitungen.....	4
3.1. Vorarbeiten, Teilnehmer und Projektpartner.....	4
3.2. Zeitplan.....	6
4. Durchführung und Stand der Pilotierungen.....	7
4.1. Ergebnisse mit dem Anne Frank Zentrum in Jena.....	7
4.1.1. Einleitung und Ziele.....	7
4.1.2. Ablauf.....	7
4.1.3. Ergebnisse.....	8
4.1.4. Übertragbare Erfahrungen mit Hinblick auf weitere Pilotprojekte.....	9
4.2. Ergebnisse der Zusammenarbeit mit InteGreater Foundation in Indien.....	9
4.2.1. Einleitung und Ziele.....	9
4.2.2. Ablauf.....	10
4.2.3. Ergebnisse (Zwischenstand: 11.03.2011).....	10
4.2.4. Relevante Erfahrungen.....	11
4.3. Pilotprojekt 2 mit dem Anne-Frank Zentrum Berlin.....	12
4.4. Aufarbeitung der internationalen Forschungslage zu "Stakeholder Feedback".....	12
<b>Gesamtbewertung</b> .....	<b>13</b>
5. Zielerreichung.....	13
5.1. Projektergebnisse.....	13
5.2. Transfer unserer bisherigen Erkenntnisse.....	15
5.3. Entwickelte Methoden und Software.....	17
5.3.1. TickerTXT- Kommunikationsschnittstelle.....	17
5.4. TrackerTXT.....	17
5.5. Resonanz aller Beteiligten.....	17
5.6. Positive und negative Beobachtungen und Erfahrungen.....	17
5.7. Langfristige Auswirkungen.....	17
6. Öffentlichkeitsarbeit.....	18
7. Perspektiven.....	18
<b>B) Anhang (Zusammenfassung bisheriger Recherche)</b> .....	<b>20</b>
<b>C) Finanzieller Nachweis und Kostenbelege</b> .....	Hiba! A könyvjelző nem létezik.

## A) Inhaltlicher Nachweis

### Beschreibung

#### 1. Allgemeine Angaben

- Projekttitle: Vertrauensgenerierung und Qualitätssicherung im sozialen Raum durch nutzergeneriertes Feedback (nachstehend "das Projekt")
- Bewilligungsnummer: 12.5.3000.0167.0/MA01
- Tatsächliche Projektdauer: 01.01.2011 - 19.05.2011
- Teilnehmer: 1) Anne Frank Zentrum 2) Integreater Foundation India
- Projektpartner: TickerTXT

#### 2. Ziele und Erwartungen

Eine der größten Herausforderungen für Organisationen und Akteure im sozialen Sektor ist die Frage nach der Wirksamkeit ihrer Projekte und Aktivitäten. Dies gilt sowohl für soziale Initiativen und Projekte in Deutschland, als auch für die Bemühungen der internationalen Entwicklungszusammenarbeit. Herkömmliche Projektevaluationsverfahren beginnen oftmals erst am Ende eines Projektes, dieses extern durch Experten evaluieren zu lassen. Die Ergebnisse dieser Evaluationen sind also für den Projektverlauf nicht mehr entscheidungsrelevant. Außerdem gibt es – vor allem in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit – ausnehmend wenig Verfahren, die die Stimmen von Begünstigten in das Monitoring und die Evaluation hereinholen und damit entscheidungsrelevant für die Qualitätsbeurteilung eines sozialen Projektes machen.

Durch das Internet und neue Kommunikationstechnologien (vor allem in der Mobiltelefonie) gibt es seit kurzer Zeit technische Möglichkeiten, Aussagen von begünstigten über den Verlauf von Projekten einzuholen und damit systematisch als Werkzeug des Projektmonitorings zu verwenden.

Das betterplace lab erprobt derartige Feedback Kanäle, um erstens Schnittstellen zwischen Internet und Mobiltechnologie (SMS) zu entwickeln (z. B. für Menschen ohne Internetzugang) und zweitens Pilotfälle zu schaffen, an denen gezeigt werden kann wo und ob nutzergeneriertes Feedback im Projektverlauf tatsächlich Mehrwert schafft. Somit sollen die Grundlagen eines größeren Vorhabens geschaffen werden, in dem das betterplace lab Open-Source Technologien und Kommunikationsverfahren in sog. Echt-Zeit als Feedbackverfahren für das Monitoring und die Evaluation sozialer Projekte einsetzen wird.

Nutzerorientiertes Feedback gibt den Begünstigten nicht nur eine Stimme in der Projektentwicklung, sondern kann zu wichtigen Zusatzinformationen für Geldgeber benutzt werden, früher Problemerkennung in (internationalen) Hilfsprojekten und letztendlich zur wirksameren Verteilung knapper Ressourcen.

Die Spendenplattform betterplace.org ermöglicht es seit drei Jahren, Feedback zur Bewertung von auf der Plattform registrierten Hilfsprojekten zu geben. Als Alleinstellungsmerkmal bietet betterplace im Vergleich zu anderen Online-Marktplätzen neben herkömmlichen Vertrauensmechanismen (dt. Gemeinnützigkeit, Spendensiegel, der "gute Name" einer Organisation) einen komplementären Mechanismus: das "Web of Trust". Dies ermöglicht einen differenzierteren Kreis von Beteiligten das auf dem betterplace.org-Onlineportal eingestellte Projekt öffentlich zu bewerten. Die hier vorgestellten Pilotierungen wollen diesen Vertrauensmechanismus stärken und um neue Feedback-Kanäle, u.a. SMS für Personen ohne Internet-Zugang) erweitern.

### **3. Vorbereitungen**

#### **3.1. Vorarbeiten, Teilnehmer und Projektpartner**

Unsere vielfältigen Vorarbeiten im Jahre 2010 haben neben einer umfassenden internationalen Recherche zum Thema Stakeholder-Bewertungsverfahren mit digitalen Technologien zu einer Kooperation mit dem deutschen Anbieter TickerTXT geführt. TickerTXT setzt sich für die Entwicklung von mobilen Diensten und Stärkung von Gruppenkommunikation ein.<sup>1</sup> TickerTXT hat die Software entwickelt, die im Rahmen des ersten Pilotprojektes – vor der Förderung durch die Bosch-Stiftung - in Berlin-Pankow getestet wurde.<sup>2</sup>

Die Vorarbeiten wurden durch einen interdisziplinär zusammengesetzten Arbeitsworkshop von Experten unterstützt, der sich mit Herausforderungen und Grenzen des nutzergenerierten Feedbacks auseinandergesetzt hat. Siehe dazu: <http://www.betterplace-lab.org/de/blog/lab-workshop-wie-kann-man-vertrauen-organisieren>, sowie: <http://www.betterplace-lab.org/de/blog/wie-wir-der-wirkung-von-entwicklungsprojekten-in-zukunft-auf-den-grund-gehen-konnen>.

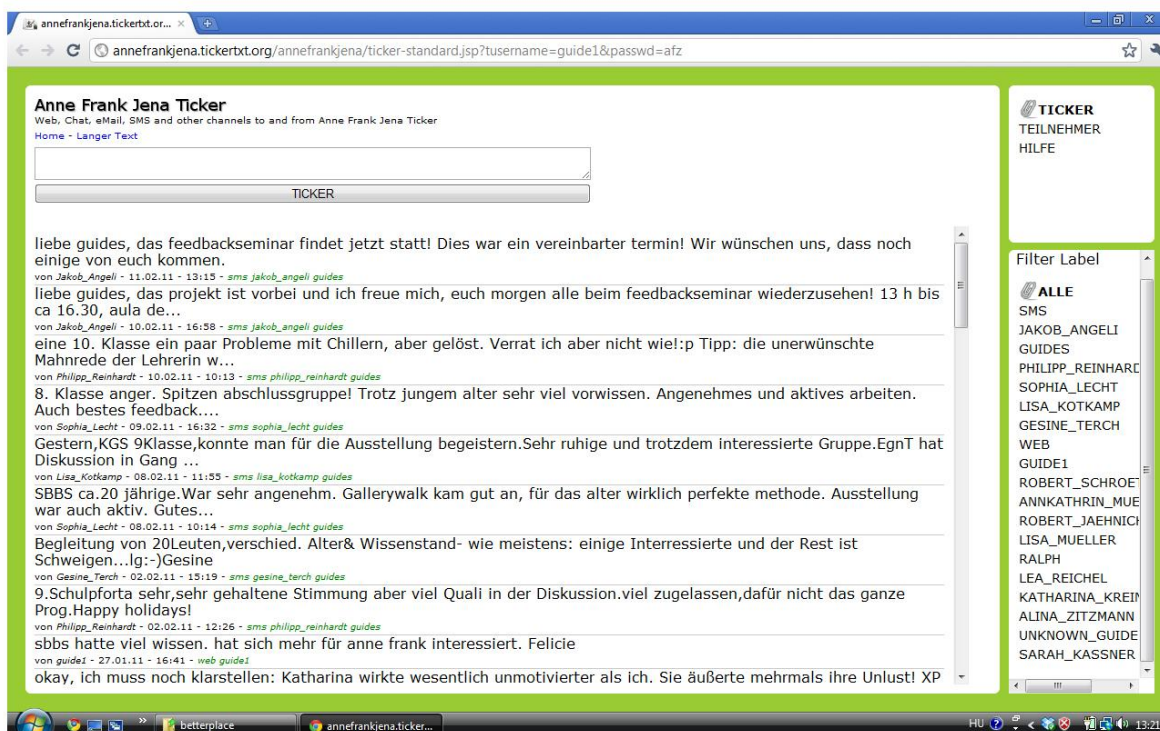
Die Ausgangsposition für die Förderung durch die Bosch-Stiftung stellte sich folgendermaßen dar:

Das betterplace lab hatte 2 Partner rekrutiert, die für drei verschiedene SMS Feedback Pilotierungen in der Projektlaufzeit zur Verfügung standen. Hierbei handelte es sich um das Anne-Frank-Zentrum und die Integreater Foundation in Indien. Grundlage der folgenden Pilotierungen ist ein SMS Feedbacksystem, das von Ticker TXT entwickelt worden ist.

---

<sup>1</sup> <http://www.tickertxt.org/p/contact.html>

<sup>2</sup> <http://www.betterplace-lab.org/de/blog/ist-pankow-ein-guter-ort-zum-leben>, oder <http://www.betterplace-lab.org/de/blog/das-Leben-in-Pankow-ist-gut>



1. Bildschirmfoto der Tickerwand für die Ausstellung des Anne Frank Zentrums in Jena. Die URL-Seite beinhaltet alle eingegangene SMS. Sie ermöglicht somit den Donatoren und Organisationen Einblicke in den Projektverlauf. Sie kann beispielsweise auch als ein Gästebuch für Ausstellungen fungieren.

## 1. Das Anne Frank Zentrum in Berlin

Das Anne Frank Zentrum bietet unterschiedliche Wanderausstellungen an, mit denen in verschiedenen Städten eigene Projekt durchgeführt werden können. Ausgehend von der Lebensgeschichte Anne Franks stellen sich zentrale Fragen der Gegenwart: gesellschaftliche Vielfalt, Demokratie und Menschenrechte sind nur einige der Themen. Diese Wanderausstellungen werden von ehrenamtlichen Führer/innen begleitet und finden häufig an Schulen statt.

## 2. Integreater Foundation (Projekt: The Glass Half Full)

Die indisch-deutsche Initiative „The Glass Half Full“ hat am 15. Dezember 2010 eine Forschungsreise durch alle indischen Bundesstaaten gestartet. Das Projekt basiert auf der Erkenntnis, dass Armut kein objektiver Begriff ist, sondern immer nur einen Zustand in Relation zu einer gegebenen Situation beschreiben kann. So mangelt es beispielsweise armen Menschen in zivilisierten Staaten an anderen Dingen als in Ländern des afrikanischen Kontinents oder eben im ländlichen Indien. The Glass Half Full will deshalb detaillierte Erkenntnisse darüber gewinnen, welche Ressourcen und Veränderungen in abgelegenen Gegenden Indiens benötigt werden, um den Menschen eine funktionierende, nachhaltige Wirtschaft und ein angemessenes Leben in Würde zu ermöglichen.

Wiebke Koch und Kalyan Akkipeddi erkunden das Land derzeit mit dem Fahrrad und legen dabei eine Gesamtstrecke von 12000 Kilometern in 210 Tagen zurück. Sie erheben und dokumentieren in dieser Zeit valide Daten zu den Lebensverhältnissen der

Landbevölkerung, zu kritischen Faktoren, die Armut manifestieren, oder zu erfolgreichen Strategien zur Verbesserung der Lebensumstände in den Dorfgemeinden.

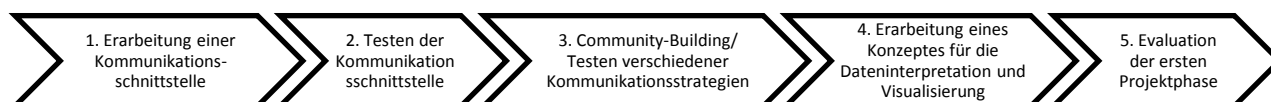
Die Informationen fließen ein in eine lebendige Forschungslandkarte, die weit über eine Statistik hinaus geht und die Geschichten der Dörfer Indiens und ihrer unsichtbaren Helden mit Leben füllt, lokale Champions identifiziert und sichtbar macht. Die daraus resultierende Datenbank funktionierender Gemeinwohl-Ansätze und Faktoren, die das Potential ländlicher Sozialunternehmer fördern, soll das effektive Bereitstellen vorhandener Ressourcen erleichtern und die Akteure der verschiedensten Sektoren zur Zusammenarbeit anregen. Das Projekt ist auf der betterplace.org Webseite registriert und findet dort Unterstützung.

Das betterplace lab hat diese beiden Projekte für drei Pilotierungen ausgewählt um mit zwei völlig verschiedenen Partnern und in drei unterschiedlichen Kontexten (einmal in Indien, einmal in Jena, einmal in Berlin) verschiedene Formen nutzergenerierten Feedbacks auszuprobieren.

Kommunikations-Strategie Pilotprojekt	Begünstigten untereinander	Begünstigten und NPOs	Begünstigten und betterplace.org
Wanderausstellung in Jena (AFZ)	X		
Ausstellung in Berlin (AFZ)		X	
"The Glass Half Full" in Indien (Integreater Foundation)			X

2. Variierende Kommunikationsstrategie in den ausgewählten Piloten

### 3.2. Zeitplan



1. **Erarbeitung einer Kommunikationsschnittstelle** gemeinsam mit einem Software-Anbieter, über die Kommentare und Bewertungen von Begünstigten zu Projekten via SMS, Email oder Twitter einholen können

2. **Testen der Kommunikationsschnittstelle mit drei Non-Profit-Organisationen** (NPOs): zwei von den Projekten sind in Deutschland und ein Weiteres in Indien
3. **Community-Building mit NPOs und Begünstigten. Systematisches Testen verschiedener Kommunikationsstrategien** zwischen 1. Begünstigten untereinander, 2. Begünstigten und NPOs, 3. Begünstigten und betterplace.org
4. **Erarbeitung eines Konzeptes für die Dateninterpretation und Visualisierung** auf betterplace.org
5. **Evaluation der ersten Projektphase**

## 4. Durchführung und Stand der Pilotierungen

### 4.1. Ergebnisse mit dem Anne Frank Zentrum in Jena

#### 4.1.1. Einleitung und Ziele

Dieses Pilotprojekt basiert auf einer seit Anfang Januar 2011 bestehenden Kooperation mit dem Anne Frank Zentrum Berlin (AFZ). Durch regelmäßige Durchführung von Wanderausstellungen leistet das AFZ einen Beitrag zum Engagement gegen Rechtsextremismus in Deutschland. Das AFZ bildet Schülerinnen zu Peer-Guides aus, die dann die Schulklassen und Besucher durch die Ausstellung begleiten.

Ziel der Zusammenarbeit mit dem AFZ war es, den Peer-Guides Kommunikation untereinander zu ermöglichen und damit zur Verbesserung der Qualität der Führungen beizutragen. Unsere Annahmen waren, dass durch die empfangene Echtzeitinformation die Leitung des AFZ dynamisch auf die Bedürfnisse der Ausstellungsbegleiter eingehen und während der Abwicklung des Projektes flexibler auf unerwartete Ereignisse reagieren könne. Die Daten werden auf einem Online-Ticker langfristig gesammelt, damit das AFZ das Programm in Zukunft besser evaluieren und adjustieren kann.

Durch die etablierten Kommunikationskanäle sollten sich die Schüler in Echtzeit austauschen, sich gegenseitig Ratschläge geben und diskutieren.

Aus der Sicht des betterplace lab diente die Zusammenarbeit als ein Experiment mit der TickerTXT-Technologie im sozialen Raum.

#### 4.1.2. Ablauf

22 Schüler führten vom 3. Januar bis 10. Februar 2011 mehrmals pro Woche Schulklassen durch die AFZ-Ausstellung in Jena; insgesamt gab es ca. 75-100 Begleitungen.<sup>3</sup> Ein SMS-Gateway wurde von TickerTXT eingerichtet, durch das die Guides miteinander verbunden wurden. Die Schülerbegleiter sollten somit nach jeder Führung Feedbackinformation in eine SMS eingeben: Sie bewerteten Aspekte der Ausstellung und signalisierten Probleme. Mit Hilfe der SMS Kommunikationsschnittstelle von TickerTXT erhielten alle Teilnehmer, inklusive die AFZ-Leitung in Berlin, die Nachrichten, da diese auf einem Ticker im Internet eingesehen werden konnten.

---

<sup>3</sup> Jakob Angeli, Organisator, Anne Frank Zentrum, 15.02.2011

Der Organisator des AFZ saß in Berlin, während die Ausstellung in Jena stattfand. Diese Tatsache simulierte das im sozialen Raum und in der Entwicklungszusammenarbeit oft vorhandene Problem, dass voneinander getrennte Räume zwischen NGO und Begünstigte überbrückt werden müssen.

Am 11. Februar 2011 fand ein Feedback-Seminar mit den Peer-Guides und am 15. Februar 2011 ein Feedbackgespräch mit Jakob Angeli vom AFZ statt. Die Gespräche hatten zum Ziel, schnelles Feedback zum Nutzung des SMS-Feedback-Systems zu gewinnen: 1) Motivation der Begünstigten, eine SMS zu schicken, 2) die durch das SMS-System erworbene zusätzliche Nutzenfunktion für die Besucher, 3) mögliche Hemmungsfaktoren. Mittels qualitativer Befragung und der Methode des „World Café“ mit Schülern in Jena wurden die Daten zu diesen Fragen gesammelt.

#### **4.1.3. Ergebnisse**

Durch das Pilotprojekt im AFZ konnte die Anwendbarkeit des SMS-Systems für die Peer-Guides gut getestet werden. Dem AFZ zufolge gab es insgesamt 48 SMS im Zeitraum von 5 Wochen.<sup>4</sup>

Der nach dem Pilotprojekt durchgeführte Erfahrungsaustausch hat gezeigt, dass das SMS-Feedback-System folgenden Nutzen für das Anne Frank Zentrum hat: 1) besseres, unmittelbares Monitoring des Projektverlaufes, 2) die Möglichkeit zur besseren Vorbereitung auf die Zwischenberatung und auf das Feedback-Seminar, 3) hoher organisatorischer Nutzen (z.B. zur Koordinierung der Guides, zur Erinnerungen an Treffen, zur Ansprache aller Teilnehmer) und 4) Förderung der Vernetzung untereinander.

Zudem wurde deutlich, *dass eine selbstverständliche Teilnahme der Begünstigten an einem SMS-Feedback System nicht erwartet werden darf*. Stattdessen ergab die Datenerhebung, dass die Nutzung des SMS-Systems 1) überwiegend aufgrund der Forderung von Seiten des AFZ geschah (ca. 50% der Schüler gab dies an).<sup>5</sup> Des Weiteren haben die Schüler SMS geschickt, um 2) persönliche Erfahrungen auszutauschen und 3) Fragen zu stellen. Als Zusatznutzen empfanden die Schüler die Möglichkeit 1) Feedback über den persönlichen Bekanntenkreis hinaus zu geben und 2) zum Austausch über Begleitungsmethoden. 3) Manche Teilnehmer sahen hingegen keinen Zusatznutzen. Ein spontaner Austausch über SMS zwischen den Besuchern kam nicht zustande (sondern lediglich persönlich mit Lehrern und Freunden am Ende der Führung).

Als mögliche Hemmungsfaktoren wurden von den Beteiligten folgende identifiziert: 1) Kürze der SMS (160 Charakteren) als Hindernis zur Diskussion. 2) SMS ungeeignet für private Dialoge zwischen den Besuchern, da jede SMS von allen Teilnehmern empfangen wurden. 3) Reichweite mobiler Technologie, da nicht jeder Schüler ein Handy hatte.

Auch zeigte sich der praktische Mehrwert des SMS-Feedback-Systems weniger im kleinen, (persönlich) vernetzten Kreis von Schülern, weil sie sich persönlich einfacher austauschen konnten. Dieser würde aber möglicherweise bei einer Skalierung mehr Bedeutung

---

<sup>4</sup> Jakob Angeli, Organisator, Anne Frank Zentrum, 15.02.2011

<sup>5</sup> Die Daten können inakkurat sein, da nur 12 aus den 22 Schülern nahmen am Feedback-Seminar teil (Stichprobengröße: 54,5% der Population)

gewinnen, insbesondere, wenn voneinander getrennte Räume im Projektverlauf zu überbrücken sein werden.

#### 4.1.4. Übertragbare Erfahrungen mit Hinblick auf weitere Pilotprojekte

- **Motivation der Begünstigten als Herausforderung.** Weitere Pilotierungen werden notwendig sein, um Anreizstrukturen zu generieren und sie zu testen. Dabei sollte in der Kommunikation zu Beginn darauf geachtet werden, Zweck und Nutzen für die Teilnehmenden noch klarer herauszustellen.
- **Kürze der SMS als Herausforderung.** Weitere Pilotierungen werden notwendig sein, um technologische Lösungen für eine automatische Wiedereingabe des Codes bei einer Überschreitung der 160 Charaktere zu finden.
- **Private Adressierbarkeit der SMS als wichtiges Element.** Entwicklung und Tests technologischer Lösungen, um private Diskussionen über das SMS-System zu ermöglichen. Mangel dieser kann durchaus projektbezogene Mitteilungen hindern.
- **Einwandfreies, technisches Funktionieren als unerlässliche Voraussetzung von SMS-Feedback Systemen.** Technische Fehler wirken sich sehr negativ auf die Teilnahmebereitschaft aus. Stärkere Pretest Phasen vor der Durchführung weiterer Pilotprojekte sind notwendig.

#### 4.2. Ergebnisse der Zusammenarbeit mit InteGreater Foundation in Indien

##### 4.2.1. Einleitung und Ziele

Das Ziel dieses Pilotprojektes war es, die Organisatoren des Projektes „The glass half full“ von der InteGreater Foundation durch die Bereitstellung von Kommunikations- und Datenerhebungsanwendungen zu unterstützen. Im Rahmen dessen sollten die zwei Mitglieder der InteGreater Foundation (Wiebke Koch und Kalyan Akkipeddi) durch technologische Anwendungen von TickerTXT unterstützt werden.<sup>6</sup>

Das betterplace lab verfolgte mit diesem Versuch die folgenden Ziele:

- 1) In Zusammenarbeit mit TickerTXT Kommunikationskanäle zu entwickeln, durch die die Projektorganisatoren mit den indischen Gemeindebewohnern vor Ort und gleichzeitig mit den Interessierten in Deutschland in Verbindung bleiben können.
- 2) Anwendungen zu entwickeln, die anhand mobiler und Online-Technologien systematische, qualitative Datenaufnahme in indischen Gemeinden und den Austausch dieser Daten zwischen Gemeinden ermöglichen sollte. Durch ein SMS-System sollte nicht nur Kommunikation unter den Dorfbewohnern verbessert, sondern auch Bedarfe und Koordinationsmöglichkeiten für Spenden auf betterplace.org an das Projekt herausgefunden werden.
- 3) Ein Trackingsystem zu entwickeln: durch GPS Signalisierung sollte der Weg der Aktivisten aufgezeichnet und auf der Projektseite einsehbar werden.

---

<sup>6</sup> <http://www.the-glass-half-full.org/>

#### **4.2.2. Ablauf**

Am 30. Januar 2011 begannen die beiden Protagonisten die Durchführung ihres Projektes. Die Aktivisten haben zwischen diesem Zeitpunkt bis zum 11. März auf dem Weg von Mumbai bis Surat mehr als 25 Gemeinden besucht und mit ca. 100 Begünstigten vor Ort gesprochen. In diesem Zeitraum wurden GPS Daten gesammelt.

Die qualitative Datenaufnahme begann am ersten Tag. Die Daten wurden durch qualitative Methoden aus den Narrativen der indischen Gemeindebewohner gewonnen und vorerst in Form von Blogbeiträgen auf der offiziellen Reise-Webseite gesammelt und dokumentiert.<sup>7</sup>

#### **4.2.3. Ergebnisse (Zwischenstand: 11.03.2011)**

Die auf der Webseite dokumentierte 53 Blogbeiträge beinhalten Informationen über gemeindespezifische soziale Probleme und Lösungen, wie beispielsweise die gesellschaftliche Reintegration von ehemaligen prostituierten Kindern und Frauen in Snehalaya trotz ihrer Erkrankung an HIV/Aids. Aufgrund der unsystematischen Datenerhebung ist die Quantität und Qualität der Daten relativ gering.

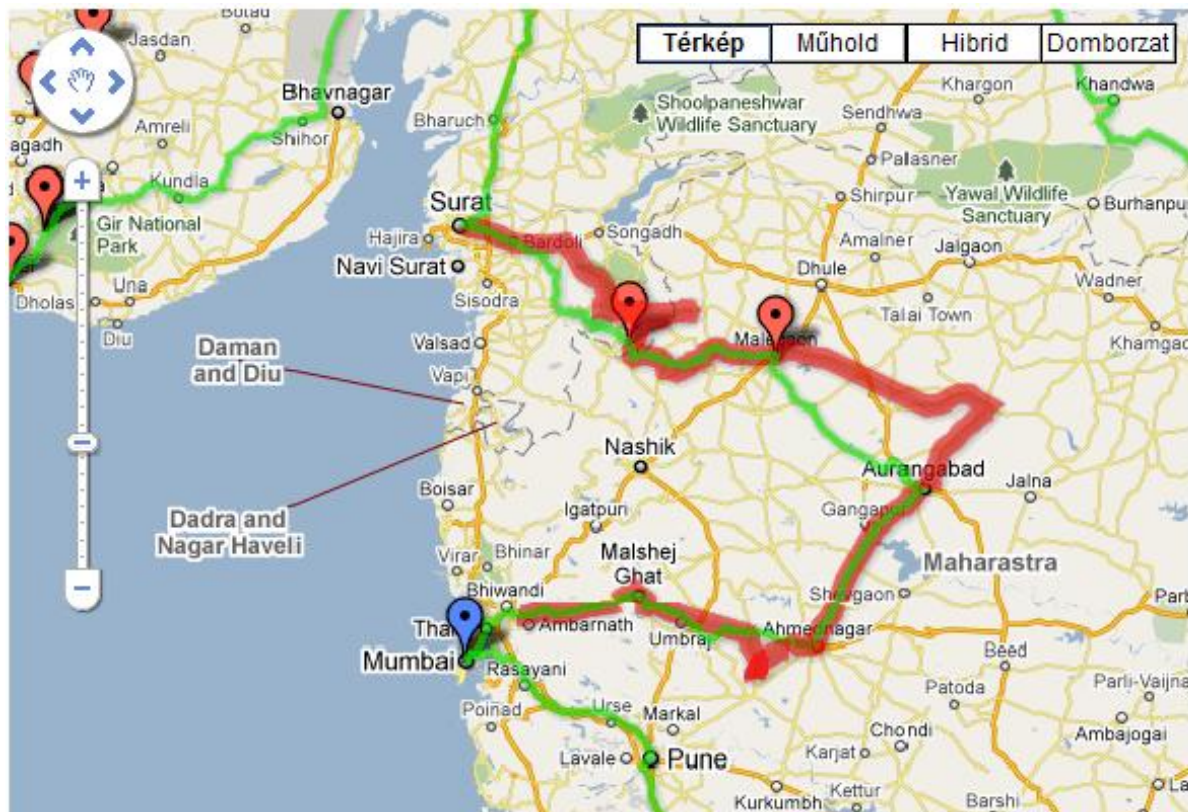
Die von TickerTXT und betterplace lab entwickelten Technologie „TrackerTXT“ hat erfolgreich Geodaten über den Projektverlauf gesammelt. Infolgedessen können die in Blogbeiträgen dokumentierten soziale Probleme und Lösungsansätze geographisch eingeordnet werden.

Der Datenaustausch über Dörfer hinweg ist nur theoretisch geblieben. Die von betterplace lab und TickerTXT diesbezüglich entwickelte Idee der „Village Cards“ wurde bis zum Zeitpunkt dieses Berichts nicht umgesetzt, da die Protagonisten durch fehlende Ressourcen und Kommunikationsprobleme daran gehindert wurden.

Das Projekt erfährt begrenzte Aufmerksamkeit in sozialen Medien wie z.B. Twitter und Facebook.

---

<sup>7</sup> Siehe [http://www.the-glass-half-full.org/category/journey\\_blog/](http://www.the-glass-half-full.org/category/journey_blog/)



3. GPS-Tracking-Technologie "TrackerTXT" zeigt die Reiseroute von Wiebke Koch und Kalyan Akkipeddi in Indien

#### 4.2.4. Relevante Erfahrungen

- **Die Administration muss aus dem Projektablauf ausgelagert werden.** Weitere Pilotprojekte auf internationalem Terrain und im Entwicklungskontext müssen mit den nötigen Projektverwaltungsressourcen ausgestattet werden. Ein externes Projektmanagement muss Kommunikations- und Monitoringaufgaben erledigen, um den Reisenden die ungestörte Sammlung von Daten zu ermöglichen.
- **Öffentliche Aufmerksamkeit als Herausforderung.** In weiteren Versuchen ist die Erarbeitung einer zusammenhängenden Kommunikations- und Marketingstrategie notwendig.
- **Lokale Einwohnernummer vor Ort als wichtige Voraussetzung.** Infrastruktur von außen produziert Transaktions- und finanzielle Kosten. Zukünftige Pilotierungen sollten versuchen die diesbezüglich entwickelte Idee „fairGAIM“ umsetzen: einer von TickerTXT entwickelten Plattform, durch die SMS Telefonkosten durch Kooperationsangebote mit verschiedenen Anbietern vor Ort massiv reduziert werden könnten.

### **4.3. Pilotprojekt 2 mit dem Anne-Frank Zentrum Berlin**

Das zweite Pilotprojekt mit dem Anne Frank Zentrum in Berlin hat zum Ziel die erarbeitete TickerTXT-Technologie im Rahmen einer anderen Kommunikationsstrategie (Begünstigte und NPOs) zu testen. Die Tickerwand mit den eingetroffenen SMS wird über einen WLAN-Beamer auf einer Leinwand angezeigt – somit fungiert sie als digitales Gästebuch für die Besucher. Ihre SMS erscheint automatisch binnen weniger Sekunden auf der Tickerwand im AFZ Berlin.

Anders als in Jena, wo das SMS Feedback von einem Mitarbeiter des AFZ eingeführt wurde, erhalten die Begünstigten in Berlin alle nötigen Informationen über einen Flyer, den sie zu Beginn der Führung erhalten. Damit soll erforscht werden ob und inwiefern Flyer im Rahmen eines SMS-Feedback-Verfahren für soziale Projekte die Begünstigten ausreichend informieren und zu einer Teilnahme anregen.

Aufgrund von internen logistischen Gründen von Seiten des Anne Frank Zentrums begann das Pilotprojekt erst am 20.04.2011. Eine Evaluation ist erst nach Ende der Projektlaufzeit am 19.05.2011 möglich.

### **4.4. Aufarbeitung der internationalen Forschungslage zu "Stakeholder Feedback"**

Das betterplace lab hat die in 2010 begonnene Forschungsarbeit nutzergeneriertem Feedback weitergeführt. Im Rahmen dieser Aktivität wurden bestehende für die Fragestellung relevante Lösungsansätze in der weltweiten entwicklungspolitischen Praxis und Theorie wissenschaftlich erarbeitet sowie wurden Interviews mit relevanten Praktikern angereichert. Die Ergebnisse dieser Recherchen wurden und werden sowohl als Blogbeiträge auf der Webseite des betterplace lab veröffentlicht, als auch gegen Ende 2011 in eine geplante wissenschaftliche Publikation einfließen. Im Anhang befindet sich eine Zusammenfassung des derzeitigen Forschungsstandes (teils in englischer Sprache).

## Gesamtbewertung

### 5. Zielerreichung

#### 5.1. Projektergebnisse

**Bezüglich der Ziele** hat das Projekt nutzergenerierten Feedbacksystem als Vertrauensmechanismus in drei Pilotprojekten geprüft. Dabei wurden wichtige Schritte identifiziert und erarbeitet: Begünstigte müssen über das System über ein Medium (physische Präsenz, Flyer, Internet) informiert werden. Die empfangenen SMS müssen ausgewertet und langfristig gesammelt, aber vor allem müssen Anreize generiert werden.

Zudem wurde ein Konzept für die Dateninterpretation und -visualisierung auf der betterplace.org-Plattform erarbeitet (siehe Abb. 4).

Das Diagramm zeigt die während des Projektverlaufs empfangenen Bewertungen von Begünstigten per SMS. Die horizontale Achse ist der zeitliche Verlauf (unterschiedliche Projektphasen), die vertikale Achse ist die den Begünstigten zur Verfügung gestellte Bewertungsskala. Die Werte der Skala reichen beispielsweise von „-3“ bis „+3“. Die Unterscheidung zwischen Projektphasen ist sinnvoll, da das Feedback jeweils unterschiedliche Funktionen erfüllt: So kann vor dem Projektbeginn das Feedback-System verwendet werden, um Bedarfsanalysen unter den Begünstigten durchzuführen aber auch um zu beurteilen, was die Begünstigten selbst vom Projektvorhaben halten. Jede Feedback-SMS beinhaltet neben der Bewertung in Form einer Zahl auch qualitative Daten, z.B. Kommentare, ausformulierte Begründungen oder Verbesserungsvorschläge.

Jede SMS wird nach dem Versenden automatisch als Kreuz (Datenpunkt) auf der Webseite visualisiert. Statistisch lässt sich eine Durchschnittsbewertung ausrechnen und im

die technologische Machbarkeit des

#### Im Projektantrag definierte Indikatoren

##### Ziele

1. Technologische Machbarkeit testen
2. Erarbeitung der Feedback-Verfahren (Anreize und Community-Building)
3. Erarbeitung eines Konzepts für Dateninterpretation und -visualisierung auf betterplace.org

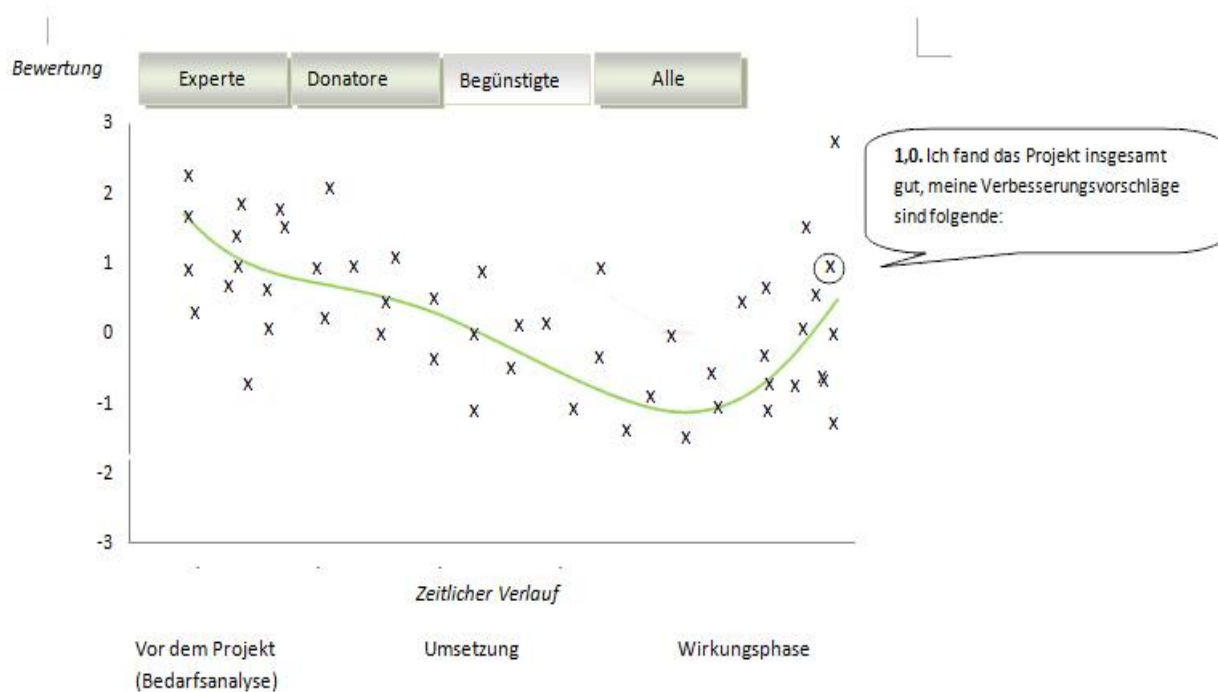
##### Ablauf

1. Test der TickerTXT-Technologie in 3 unterschiedlichen Kontexten (Projektart, Durchführungsland)
2. Interviews mit den ausgewählten NPOs und ihren Stakeholdern, Interessenanalyse und Verfahrensklärung ,
3. Recherche von erprobten Dateninterpretation und -visualisierungen aus dem privatwirtschaftlichem Sektor / Interviews mit Experten und Forschungsrecherche zur Übertragbarkeit

##### Ergebnisse

1. Abnahme und Funktionstests der TickerTXT-Technologie
2. Identifizierung einer Auswahl von Verfahren und Fragestellungen, die Feedback initiieren
3. Identifizierung von erfolgsversprechenden Dateninterpretationen und -visualisierungen von Feedback im sozialen Sektor

zeitlichen Verlauf eine Kurve darstellen. Klickt man auf einen einzelnen Datenpunkt erscheint der dazugehörige Kommentar des Senders.



**Bezüglich des Ablaufs** haben wir die Feedback Technologie in unterschiedlichen Kontexten und Ausprägungen getestet; erstens, in unterschiedlichen Durchführungsländern (Deutschland und Indien), und, zweitens mit unterschiedlichen Kommunikationsstrategien (1. Begünstigten untereinander, 2. Begünstigten und NPOs, 3. Begünstigten und betterplace.org).

Interviews mit Mitarbeitern der ausgewählten Non-Profit-Organisationen haben positive Rückmeldung über das Nutzen des SMS-Feedback-Systems gegeben. So hat z. B. der Direktor des Anne-Frank-Zentrums erklärt, dass er über das Echtzeit-Feedback der Ausstellungsbesucher ein viel unmittelbareres Bild in Berlin über den Verlauf der Führungen in Jena bekommen habe. Neben dieser Monitoringfunktion habe das Feedbacksystem zur persönlichen Vernetzung der Ausstellungs-Begleiter beigetragen und hohen organisatorischen Nutzen beigetragen (Koordination der Guides, zur Erinnerungen an Treffen, zur Ansprache aller Teilnehmer).

4. Illustration zum Konzept für die Dateninterpretation und –visualisierung auf der betterplace.org-Seite

**Ergebnisse** waren neben den Funktionstests der TickerTXT-Technologie die Identifizierung einer Auswahl von Verfahren und Fragestellungen, die Begünstigte motivieren, Feedback zu geben. 1) Eine wichtige Erkenntnis in diesem Zusammenhang war, dass die Teilnehmer individuelle Anreize brauchen. In der internationalen Entwicklungspraxis haben wir eine Vielzahl möglicher Anreizstrukturen identifiziert. Diese können materielle Anreize (Geld und Produkte) oder auch wertvolle Mobildienstleistungen sein (tägliche Marktinformationen und Nachrichten z. B.). Feedback wird gefördert, wenn die richtigen Fragen gestellt werden. Für die Bewertung sozialer Projekte eignen sich konkrete und sogar geschlossene Fragen. Zu offene Fragen wie „Lob, Kritik usw.“ steuern die Befragten zu wenig.

## **5.2. Transfer unserer bisherigen Erkenntnisse**

Die Pilotierungen haben für unseren weiteren Erkenntnisprozess sehr wichtige Ergebnisse gebracht.

**Die Teilnahme der Begünstigten an Feedback Systemen gleich welcher Art ist anreizbedingt.** Je mehr der unmittelbare Nutzen für den Begünstigten deutlich wird, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit der Teilnahme. Erstens haben die Interviews gezeigt, dass Begünstigte von der Teilnahme einen greifbaren Nutzen erwarten ("was habe ich davon, wenn ich eine SMS schicke?" deuten in diese Richtung).

**Gebührenerstattung muss eingeplant werden.** Eine verbreitete Praxis in der Entwicklungszusammenarbeit und dem humanitären Sektor zur Anreizschaffung ist das sog. "reverse billing". Damit erstatten NPOs die SMS-Gebühren im Voraus, so dass die Betroffenen kostenlos SMS-Berichte verfassen können. Vor allem in Entwicklungsländern sind SMS-Gebühren im Vergleich zum Einkommen sehr hoch. Das erhöht die Bedeutung des "reverse billing" in diesen Ländern.

Die oben aufgezählten Aspekte der Anreize müssen in die Finanzierungskosten von Pilotprojekten eingepreist werden, die SMS-Feedback-Möglichkeiten erforschen.

**Der Sinn und Zweck des SMS-Feedback-Systems muss klar kommuniziert und optimale Fragen gestellt werden.** Sinn und Zweck von SMS-Feedback schnell verständlich zu machen ist herausfordernd. Es braucht daher Personal vor Ort, das den Begünstigten das Ziel des Feedback-Systems sorgfältig erklärt. Wenn Unklarheiten und Fragen von Begünstigten nicht beantwortet werden, begrenzt dies die Teilnahme. Daraus folgen Erkenntnisse für die Frage, über welches Medium Begünstigte über das Feedback-System informiert werden. Flyer, Poster und Pinnwände, die in frequentierten Orten des Wohngebiets der Zielgruppe verteilt bzw. aufgehängt werden, dürfen aus diesem Grund relativ weniger effektiv sein als persönliche Präsenz.

### **Präzis gestellte Fragen**

Die teilnehmende Beobachtung hat zudem gezeigt, dass zu allgemein formulierte Fragen, Begünstigte weniger motivieren und die Antworten weniger detailliert werden. Moderne kognitive Forschung (vgl. Selbstdeutungsmethode von CreativeEdge) hat bewiesen, dass vorgegebene Antwortmöglichkeiten und Referenzlinien die Befragten anregen, ihre Antworten sorgfältiger zu überlegen, und sie geben somit reichere Information an.

**Das technische System ist da, die Herausforderung besteht in der die Technik umgebenden Organisation.** Der Aufbau nutzergenerierter SMS-Feedback-Systeme ist gemäß dem heutigen technologischen Stand möglich. Die Einbettung der Technik in die Organisation / das Projekt / den Habitus der Teilnehmenden ist von wesentlich größerer Bedeutung.

**Technische Fehler wirken sich stark negativ auf die Teilnahmebereitschaft aus.** Nutzer demotiviert sehr schnell, wenn seine verschickte SMS, anders als erwartet, auf der Tickerwand z. B. nicht erscheint. Vor jedem Einsatz des Feedback-Systems müssen ausreichende Pretests durchgeführt werden, um technische Unzulänglichkeiten zu beseitigen.

### **Kürze der SMS als Herausforderung**

Vor dem Verfassen eines jeden SMS-Berichts ist die Eingabe eines kurzen Codes notwendig. Wenn die SMS die Standardlänge von 160 Charakteren überschreitet, wird das Textsegment abgeschnitten. In der weiteren Pilotierung muss eine automatische Wiedereingabefunktion des Codes bei einer Überschreitung der 160 Charakteren entwickelt werden.

**Die Administration muss aus dem Projektfeld ausgelagert werden.** Die Ergebnisse des Piloten in Indien haben gezeigt, dass Projekte mit den nötigen Projektverwaltungsressourcen ausgestattet werden müssen. Insbesondere bei Pilotprojekten, wo es um die Sammlung von Erfahrungswerten geht, ist dies von großer Bedeutung. Ein Projektmanagement muss Kommunikations- und Monitoringaufgaben erledigen, damit die Arbeit auf der Projektebene ungestört laufen kann.

**Technologische Kooperation verschiedener Anbieter ist nötig um Kosten zu senken.** Der Aufbau eines SMS-Feedbacksystems und die Errichtung der Infrastruktur (lokaler Einwahlnummer) von außen hängt mit hohen Transaktions- und finanziellen Kosten zusammen. Im humanitären Bereich ist es seit kurzer Zeit üblich, dass SMS-Gateways und kurze Einwahlnummer zwischen den humanitären Akteuren geteilt werden. Kurze und oft verwendete Nummer (z.B. die des Wetterdienstes) bleiben einfacher in der Erinnerung von Betroffenen. Aus diesem Grund ist es sinnvoll, diese Praxis in die Entwicklungszusammenarbeit zu übertragen (siehe das Konzept des FairGAIM).

**Integrierte Kommunikations- und Marketingstrategie ist unerlässlich.** Im Fall des Indien-Piloten haben wir relativ wenig Aufmerksamkeit über Social Media erlangt (niedrige Anzahl von "likes" auf Facebook und Posts auf der offiziellen Journey-Seite. **Dies liegt an einer unausgereiften und nicht integrierten Kommunikations- und Marketingstrategie. Folgende Piloten werden hier anders vorgehen müssen.**

### **5.3. Entwickelte Methoden und Software**

#### **5.3.1. TickerTXT- Kommunikationsschnittstelle**

Die von der TickerTXT entwickelte und in den drei Piloten getestete Kommunikationsschnittstelle ermöglicht die Echtzeit-Verbindung unterschiedlicher Kommunikationskanälen: SMS und Internet. So kann eine verschickte SMS sofort im Internet auf einer Tickerwand erscheinen, genauso können zahlreiche SMS von Computern an Handys weltweit in einigen Sekunden versendet werden. Diese Anwendung kann man für mehrere Kommunikationsanlässe einsetzen: 1. Kommunikation von Begünstigten bzw. NGO-Mitarbeiter untereinander, 2. Begünstigten und Nicht-Profit-Organisationen bzw. NGOs, und 3. Begünstigten und Geldgeber bzw. politische Entscheidungsträger.

Im weiteren Schritt kann es automatisiert werden, dass eingetroffene SMS auf einem Server automatisch durch mathematische Algorithmen kategorisiert und auf einer Webseite dementsprechend visualisiert werden.

#### **5.4. TrackerTXT**

Die Anwendungen zeichnet Geodaten auf und eignet sich somit für die geographische Verortung von sozialen Ereignissen bzw. Bedürfnissen.

Information zur Erstattung der SMS-Gebühr sowie weitere Anreizschaffung verwendet werden.

### **5.5. Resonanz aller Beteiligten**

Siehe Kapitel 5.1. „Projektergebnisse“

#### **5.6. Positive und negative Beobachtungen und Erfahrungen**

Siehe Kapitel 5.1. Projektergebnisse und 5.2. „Transfer unserer bisherigen Erkenntnisse“

### **5.7. Langfristige Auswirkungen**

Den zwei Partnerorganisation (das Anne-Frank-Zentrum) und der Integreater Foundation wurden Echtzeit-Kommunikationstools entwickelt. Das Anne-Frank-Zentrum hat bereits angekündigt, die SMS-Tickerwand und das Feedbacksystem auch dem Zeitrahmen des Pilotprojektes hinaus weiter zu verwenden. Wenn wir in der Zukunft robustere Anwendungen schaffen, könnte diese grosse Auswirkung auf die Art und Weise des

Projektmonitorings und der damit verbundenen Echtzeit Kommunikation mit Begünstigten haben.

## **6. Öffentlichkeitsarbeit**

Die bisherigen Ergebnisse der drei Pilotprojekte und die Ergebnisse der wissenschaftlichen Recherche wurden auf der Webseite der breiten Öffentlichkeit gestellt. betterplace lab hat zudem die Ergebnisse des Projekts an Fachtagungen, in Workshops und auf Vorträgen nach außen hin vertreten. Zu diesen externen Veranstaltungen gehörten u.a.:

Januar 2011

Fundraising Camp 2.0., Berlin

Session zu Trends im sozialen Sektor

Februar 2011

Jour Fixe der Markenagentur Musiol Munzinger Sasserath, Berlin

Präsentation Begünstigten Feedback

März 2011

Bosch Freiwilligenkolleg, Berlin

Präsentation betterplace und Begünstigten Feedback

Telekom Workshop SMS-Feedback as Social Business, Berlin

Präsentation Begünstigten Feedback

April 2011

Fundraisingkongress, Fulda

Workshop Social Media fürs Fundraising

Vision Summit 2011, Berlin

Workshop Wirkungsanalyse

Workshop Digitale Medien und soziale Innovation

re:campaign 2011, Berlin

Workshop „Wie Transparenz und Partizipation den sozialen Sektor verändern“

## **7. Perspektiven**

Das betterplace lab führt die Pilotierung und Forschungsarbeit im Themengebiet "Stakeholder Feedback" für ein Jahr weiter. Das mittelfristige Ziel ist die Entwicklung einer integrierten open-source Anwendung für Wirkungsbeschreibung sozialer Projekte im gemeinnützigen Sektor durch Begünstigte, Geldgeber, Projektverantwortliche und andere Beteiligte. Wissenschaftliche Veröffentlichungen in deutscher und englischer Sprache sind ab Herbst 2011 vorgesehen.

Durch die hohe Zahl an Interessenten für weitere Pilotierungen sind wir mit zwei deutschen Organisationen im Gespräch, die deutschlandweit SMS Feedback zur Projektsteuerung und zum Einbezug von Begünstigten in ihren Projekten erproben wollen.

Für internationale Projekte ist die Umsetzung zweier weiterer erarbeiteter Konzepte geplant.

„**FairGAIM**“ ist ein Kommunikationsdienst, der die schnelle Einrichtung von Kommunikationskanälen im Rahmen von humanitären Aktionen durch die gemeinsame Nutzung von bestehenden SMS-Gateways ermöglicht.<sup>8</sup> Nach dem Konzept der „**VillageCards**“ erhält jede Gemeinde, deren Einwohner zur Zielgruppe des jeweiligen sozialen Projektes gehören, eine "virtuelle Identität" in Form einer kurzen, zentralen Nummer. Jeder Gemeindebewohner kann sich registrieren. SMS, die von der registrierten Handynummer versendet werden, werden automatisch über die zentrale "Dorfnummer" verschickt. Somit können Begünstigte nach ihren Gemeinden lokalisiert werden. Dies stellt erstens die Validität der Feedback-Daten sicher (dass der Verfasser des SMS-Berichts in der Tat zur Zielgruppe gehört), zweitens kann diese Information zur Erstattung der SMS-Gebühr sowie für weitere Anreize verwendet werden.

---

<sup>8</sup> Detaillierte Information auf: <http://www.fairgaim.org/p/how.html>

## **B)Anhang (Zusammenfassung bisheriger Recherche)**