

# **Freie Fahrt für den Worldshop**

## **Evaluation und Empfehlungen**

zuhanden des Vereins Jugendarbeit Kleinbasel VJAK

Rodersdorf/Basel, 2. Juli 2004

Verfasser:

Franz Kohler  
Dominik Büchel

Franz Kohler

Dominik Büchel

---

Sozialarbeiter/Nachdiplomausbildung in  
Gemeinwesenarbeit

lic. rer. pol.

PMS Kohler

advocacy ag

---

Oberdorfstrasse 25 b  
4118 Rodersdorf

Glockengasse 7  
4051 Basel

Tel. 061 731 37 36

Tel. 061 268 99 99

Fax 061 733 87 25

Fax 061 268 99 98

E-Mail: info@pmskohler.ch

E-Mail: buechel@advocacy.ch

## Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung.....	4
1. Ausgangslage und Beschreibung der Evaluation .....	5
1.1 Ausgangslage .....	5
1.2 Ziele der Evaluation .....	6
1.3 Methoden und Vorgehen.....	6
1.4 Verzeichnis der befragten Personen .....	7
1.5 Zugrundeliegende Literatur .....	7
2. Leitfragen und deren Beantwortung .....	8
3. Resultate und Empfehlungen .....	11
3.1. Angebotsanalyse .....	11
3.2. Erfassung, Beschreibung und Würdigung der Wirkungen .....	12
3.3. Hinweise zur geplanten Kosten-Nutzen-Analyse.....	15
3.4. Anhaltspunkte für die Projektentwicklung sowie das Projektmanagement .....	15
ANHANG: .....	17
Gesprächsleitfaden Interviews mit Schlüsselpersonen.....	17

## Zusammenfassung

Der Worldshop ist ein Vorhaben, das junge Erwachsene aktiviert und animiert, kulturell tätig zu werden. Er wird getragen vom Verein für Jugendarbeit Kleinbasel (VJAK) und wird seit seiner Gründung im Jahr 1999 massgeblich von der Christoph Merian Stiftung (CMS) mitfinanziert.

Anlass für die vorliegende Evaluation ist der Ablauf der Leistungsvereinbarung 2002 bis 2004 zwischen dem VJAK und der CMS, welche die externe Erstellung einer Evaluation vorsieht. Diesem Auftrag entsprach der VJAK mit der Vergabe eines Evaluationsauftrags an die beiden Berichtsverfasser. Grundlagen des Berichts sind eine Auswertung der Dokumentation des Worldshops und Interviews mit den Verantwortlichen des VJAK sowie des Worldshop, mit engagierten und involvierten jungen Erwachsenen und mit Vertretern von finanzierenden Stellen. Der Auftrag wurde anfangs Mai 2004 erteilt und Ende Juni 2004 abgeschlossen.

Die wichtigsten Befunde der Evaluation sind:

- Der Worldshop ist ein Vorzeigevorhaben in Bezug auf ressourcenorientiertes Vorgehen.
- Die Aktivitäten des Worldshop haben transkulturellen Charakter, wirken also in höchstem Masse integrativ und unterscheiden sich in dieser qualitativen Dimension signifikant von anderen, multikulturell ausgerichteten Vorhaben.
- Die Verantwortlichen des Worldshop – und im speziellen der Projektleiter Davide Maniscalco – holen mit den zur Verfügung stehenden Mitteln überdurchschnittlich viel Ertrag heraus. Ertrag bedeutet beim Worldshop konkret: Nachhaltige Förderung und Realisierung der Potenziale von kulturell interessierten und engagierten Jugendlichen und junger Erwachsener sowie die Vernetzung und Beratung dieser Personen im Falle, dass sie eigene Projekte auf die Beine stellen wollen, inner- oder ausserhalb der Strukturen des Worldshop.

Wir empfehlen dem VJAK, in den folgenden Bereichen aufgrund der vorliegenden Evaluation Anstrengungen zur Verbesserung der Situation und zur Sicherung der Stärken vorzunehmen:

- Klarere Konzentration in Konzeption und Kommunikation auf die inneren, von allen geteilten Werte des Worldshop und damit auch Konzentration auf die Prozesse.
- Vereinsentwicklung in Richtung klare Entscheide zu bestehenden und künftigen Zielgruppen lenken.

Rodersdorf/Basel, 2. Juli 2004

# 1. Ausgangslage und Beschreibung der Evaluation

## 1.1 Ausgangslage

Der Worldshop ist ein Vorhaben, das junge Erwachsene aktiviert und animiert, kulturell tätig zu werden. Er wird getragen vom Verein für Jugendarbeit Kleinbasel (VJAK) und wird seit seiner Gründung im Jahr 1999 massgeblich von der Christoph Merian Stiftung (CMS) mitfinanziert. Dazu gesellen sich weitere, oft projektbezogene Geldgeber wie das Eidgenössische Departement des Innern mit seinem Fonds für Menschenrechte und gegen Rassismus, die Eidgenössische Kommission für Ausländerfragen sowie weitere Gönnerinnen und Gönner.

Der Worldshop fungiert – personalisiert im Projektleiter Davide Maniscalco – als Motivations-, Animations-, Förder- und Vernetzungsdach für eine ganze Reihe von einzelnen kulturellen Projekten. Worldshop sieht sich selbst als «kulturaktiver Treffpunkt»<sup>1</sup>, als Plattform für junge Menschen zwischen 15 und 30 Jahren. Diese können sich unter dem schützenden Dach kulturell betätigen: in einem Theaterprojekt, als DJ, Slam-Poetin oder in einer Musikband.

Durch seine Aktivitäten fördert der Worldshop den Austausch zwischen jungen Menschen unterschiedlicher Herkunft, verteidigt Anliegen der Jugendkulturarbeit, setzt sich gegen Rassismus ein und ermöglicht Projekte von jungen Migrantinnen und Migranten. Durch die gute Durchmischung bei den Zielgruppen verfolgt der Worldshop auch Integrationsziele.

Seit kurzem hat der Worldshop im Union eine Heimat gefunden, wo er nun auch Räumlichkeiten für unterschiedliche Aktivitäten offerieren kann. In einer breiteren Öffentlichkeit wurde der Worldshop mit zwei Vorhaben bekannt: Mit dem Café Satz (ehemals Slam Cafe) sowie dem Theater Niemandland, welches «Clandestino» (2001) sowie «Lysistratas letzter Tanz» (2003) erfolgreich auf die Bühne brachte.

Anlass für die vorliegende Evaluation ist der Ablauf der Leistungsvereinbarung 2002 bis 2004 zwischen dem VJAK und der CMS, welche die externe Erstellung einer Evaluation vorsieht. Diesem Auftrag entsprach der VJAK mit der Vergabe eines Evaluationsauftrags an die beiden Berichtsverfasser. Grundlagen des Berichts sind eine Auswertung der Dokumentation des Worldshops und Interviews mit den Verantwortlichen des VJAK sowie des Worldshop, mit engagierten und involvierten jungen Erwachsenen und mit Vertretern von finanzierenden Stellen. Der Auftrag wurde anfangs Mai 2004 erteilt und Ende Juni 2004 abgeschlossen.

---

<sup>1</sup> Vgl. Papier von S. Lüthi, ohne Datum: «Worldshop Aktivitäten, Veranstaltungen, Vernetzungen 2002-2004

## **1.2 Ziele der Evaluation**

Der Evaluation liegt eine Auftragsbeschreibung seitens des VJAK zugrunde, welche die zu beantwortenden Fragen enthält sowie weitere Angaben zur Evaluation.<sup>2</sup>

Es geht prioritär um die Evaluation der Wirkung, des Outcomes (und nicht bspw. um eine Kontrolle, eine Korrektur oder ums Lernen). Weil dies aber eine aufwendige Angelegenheit ist, empfehlen wir, die Evaluation im Sinne eines ex post-Monitorings durchzuführen. Dazu müssen die Leistungen erfasst werden, gewichtet und bewertet werden. Der dazu notwendige Aufwand scheint vertretbar zu sein im Verhältnis zu den gesamten Aufwendungen des Worldshops. Eine detaillierte Kosten-Nutzen-Analyse wird nicht erstellt werden können.

Zusammengefasst verfolgt die vorliegende Evaluation vier Ziele:

1. Erstellen einer Angebotsanalyse
2. Erfassung, Beschreibung und Würdigung der Wirkungen
3. Durchführung einer Kosten-Nutzen-Analyse
4. Anhaltspunkte für vereinsinterne Diskussion, die Projektentwicklung sowie das Projektmanagement gewinnen.

## **1.3 Methoden und Vorgehen**

\*Interviews mit Verantwortlichen des Worldshops (anhand eines strukturierten Fragebogens<sup>3</sup>

\*Analyse der schriftlichen Unterlagen des Worldshops<sup>4</sup>

\*Quervergleiche mit Trägern ähnlicher Aktivitäten

\*Ergänzende Interviews mit Personen aus den Zielgruppen (darunter auch einige Jugendliche), Finanzierern (z. B. CMS; GS EDI - Fachstelle für Rassismusbekämpfung) und zugewandten Orten.

---

<sup>2</sup> Vgl. Papier von S. Lüthi vom 4. Mai 2004. Dieses Papier stützte sich auf die Offerte von Kohler/Büchel per E-Mail vom 27. April 2004.

<sup>3</sup> vgl. Anhang.

<sup>4</sup> Auf eine detaillierte Auswertung der Unterlagen haben wir verzichtet: Sie waren illustrierend, aber es fanden sich wenige Hinweise zu Überprüfung, Evaluation oder Erfolgskontrolle darin. Die meisten Dokumente waren prospektiv ausgerichtet, hatten wenig Bezug zu den Werten des Worldshop und enthielten nur wenige quantitative Aspekte. Als Ergebnis dieses ersten Arbeitsschrittes kann aber festgehalten werden, dass für uns nach der Analyse der Dokumente feststand, es mit einem farbigen, vielfältigen, nicht einfachen, nicht überblickenden Vorhaben zu tun zu haben.

## **1.4 Verzeichnis der befragten Personen**

Baptiste, Theatergruppe Worldshop und freischaffender Schauspieler

Andreas Breymaier, CMS

Annick Freuler, ehemals Aktive, Gründerin Kindertheater Worldshop

Susan Lüthi, Geschäftsführerin Verein Jugendarbeit Kleinbasel

Davide Maniscalco, Projektleiter Worldshop

Konrad Meyer, Präsident Verein Jugendarbeit Kleinbasel

Santa Notaro, Leiterin Kindersalsa Worldshop

Kaj Rennenkampff, Fachstelle Rassismusbekämpfung, GS EDI

Mohammed Vezai, Theatergruppe Worldshop

Alex Willener, Hochschule für Soziale Arbeit HSA, Luzern

## **1.5 Zugrundeliegende Literatur**

Werner Bussmann, Ulrich Klöti, Peter Knoepfel (Hrsg.): Einführung in die Politikevaluation, Helbing und Lichtenhahn, Basel und Frankfurt 1997

Guidelines for „Violence Prevention and its Evaluation“, 2nd draft, Network of local pilot projects, Integrated Project “Responses to violence in everyday life in a democratic society”, Council of Europe

Evaluationsprojekt Delphi: <http://www-user.rhrk.uni-kl.de/~balzer/eval-delphi.html>

## 2. Leitfragen und deren Beantwortung

Diese Leitfragen wurden in Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber erarbeitet und waren die Basis für die Interviews.

Leitfrage eins: "Welche Zielgruppen erreichen die Aktivitäten des Worldshops?" (quantitativ und qualitativ)

- Wie viele Personen und Gruppen beteiligen sich aktiv am Worldshop?
- Wie viele Personen und Gruppen erreicht Worldshop als passive Nutzniesser seiner Produkte?
- Wie entwickeln sich die Beteiligungen von Aktiven und Passiven?

Die Frage der aktiven (mitarbeitende Freiwillige) sowie passiven (Nutzer, Zuschauer, Besucher von Publikumsveranstaltungen) führt zu folgender Bandbreite der Einschätzung durch die InterviewpartnerInnen:

Aktive:

Gruppen: 10-20

Personen: 100-200

Passive:

Gruppen: (keine Aussagen erhalten)

Personen: mehrere Hundert bis (je nach Events) mehrere Tausend

Die quantitative Entwicklung sowohl betreffend der Aktiven wie der Passiven geht einhellig aus von einer stetigen Zunahme der Anzahl. Die Nennungen variieren zwischen einer stetigen leichten Zunahme, eine abflachende Zunahme bis hin zu grosser Zunahme.

Leitfrage zwei: "Welches sind die wichtigsten nachhaltigen Konsequenzen des Mitwirkens bei den Aktivitäten für die Teilnehmenden?"

- Welche Potenziale erfahren durch die Beteiligung an Worldshop Förderung?
- Sind Veränderungen von Bildern und Haltungen durch eine Beteiligung feststellbar?
- Gibt es negative Ergebnisse?

Die Potenziale, welche durch eine Beteiligung an Worldshop bei den Mitwirkenden Förderung erfahren sind sowohl im Bereich des künstlerischen Ausdrucks, der Kreativität, aber auch in sozialen Kompetenzen (z.B. Umgang mit „Fremdem“) anzusiedeln.

Die Bilder und Grundhaltungen, welche in Worldshop explizit Veränderung erfahren, sind ebenso im Bereich des Umgangs mit „Fremdem“ zu beobachten. So wird von InterviewpartnerInnen u.a. angeführt, „ich habe mich getraut, mich in einem mir fremden Betätigungsfeld zu engagieren“ oder „Ich habe erfahren, dass dabei Vorurteile abgebaut

werden“, aber auch „ich habe gelernt in der Gruppe mit anderen Leuten umzugehen, Engagement zu entwickeln und Verlässlichkeit zu geben“.

Die Frage nach allfälligen negativen Ergebnissen wurde von allen InterviewpartnerInnen nach eingehendem Nachdenken negativ beantwortet. Es komme zwar von Zeit zu Zeit zu Spannungen innerhalb der Gruppen, dies aber in einem Masse, welches weit unterhalb der Erfahrungen ausserhalb des Worldshop liege.

Leitfrage drei: „Ist das Angebot des Worldshops auf die Bedürfnisse der Jugendlichen zugeschnitten?“

- Treten Überforderung/Unterforderung bei den Zielgruppen auf?
- Welche Zielgruppenbedürfnisse sind durch das bestehende Angebot nicht abgedeckt?

Überforderungen oder Unterforderungen, da sind sich die aktiv Engagierten einig, treten im Worldshop nicht zu Tage. Die Begründung hierfür liegt in ihren Augen in der konsequent ressourcenorientierten und prozessorientierten Herangehensweise von Davide Maniscalco. Wenn das Thema Forderung überhaupt thematisiert wurde, dann unter dem Blickwinkel von Herausforderungen, welche nachhaltig die Persönlichkeitsentwicklung zu stützen vermögen.

Die Fragen nach nicht abgedeckten Bedürfnissen der Zielgruppen wurde ebenfalls nach langen Überlegungen nur dahin gehend beantwortet, dass es einerseits durchaus noch mehr Angebote im bisherigen Rahmen geben dürfte, da es weitere InteressentInnen gäbe, die sich bis dato nicht beteiligen konnten. Andererseits wurde durch einzelne GesprächspartnerInnen angeführt, dass es vielleicht noch Bedürfnisse geben könnte nach vermehrten Konsummöglichkeiten, was durch die Interviewten aber jeweils gleich wieder verworfen wurde: Der Worldshop lebe ja von der aktiven Beteiligung der Mitwirkenden.

Leitfrage vier: Wie hoch ist der Aufwand und mit welcher organisatorischer Struktur wird das Angebot auf die Beine gestellt?

Der Aufwand, der im Worldshop geleistet wird, ist hauptsächlich Animations- und Motivationsarbeit. Fast alle finanziellen Mittel werden in der Regel (von grösseren Aufwendungen für Werbung oder bei Theaterproduktionen abgesehen) in Arbeitszeit umgewandelt. Die Aufwendungen für Löhne und Sozialkosten machen deshalb fast die Hälfte des Budgets von Fr. 148 000.— (2003) aus. Neben den Raumkosten (Fr. 22 000.—) machen dann die Projektkosten rund 30 000.— aus, also nur rund 20 Prozent. Das Dogma der niedrigen Lohnkosten und hohen unmittelbaren projektrelevanten Kosten wird hier bewusst verletzt. Gerade diese hohe Aufwendungen für die Projektleitung aber können den Erfolg des Worldshop erst ermöglichen und in Zukunft festigen, denn sie ermöglichen hauptsächlich eines: Das Zurverfügungstellen von (Betreuungs- und Animations-)Zeit durch den Projektleiter.

Die Organisationsstruktur kann einfach beschrieben werden: Davide Maniscalco, der Projektleiter, ist, repräsentiert, leitet, personifiziert und verantwortet den Worldshop. Seine

Persönlichkeit, seine Erfahrung und sein methodischer Ansatz garantieren für den Erfolg. Unterstützt wird er seit einem Jahr durch die Geschäftsführerin des VJAK, Susan Lüthi. Der VJAK und sein Vorstand fungieren als Rückendeckung, unterstützen Davide nach Möglichkeit, sind aber aufgrund des prozessbezogenen Vorgehens von vielen Aktivitäten des Worldshop ausgeschlossen. Die Teilnahme an «Produkten» der Arbeit, z. B. an Theateraufführungen, gibt nur einen beschränkten Einblick in das Funktionieren und die Qualität der Arbeit. Spürbar wurde ein grosses Vertrauen, das der Verein dem Projektleiter entgegen bringt.

Der Worldshop lebt zudem von den Ressourcen und dem Engagement der jungen Erwachsenen, die sich in den Projekten engagieren und deren persönliche Erfahrungen sie manchmal dazu motivieren, eigene kulturelle Projekte unter dem Dach des Worldshop weiterzuverfolgen.

Die Interviews mit den Jugendlichen / jungen Erwachsenen zeigten denn auch ein einheitliches Bild eines hohen Identifikationsgrades mit dem Worldshop und seinen Angeboten. Die Zeitspanne der aktiven Beteiligung hatte hierbei keinen signifikanten Einfluss auf die Identifikation.

#### Leitfrage fünf: In welchem Verhältnis steht das Angebot resp. die damit in Verbindung stehenden Wirkungen zum Aufwand?

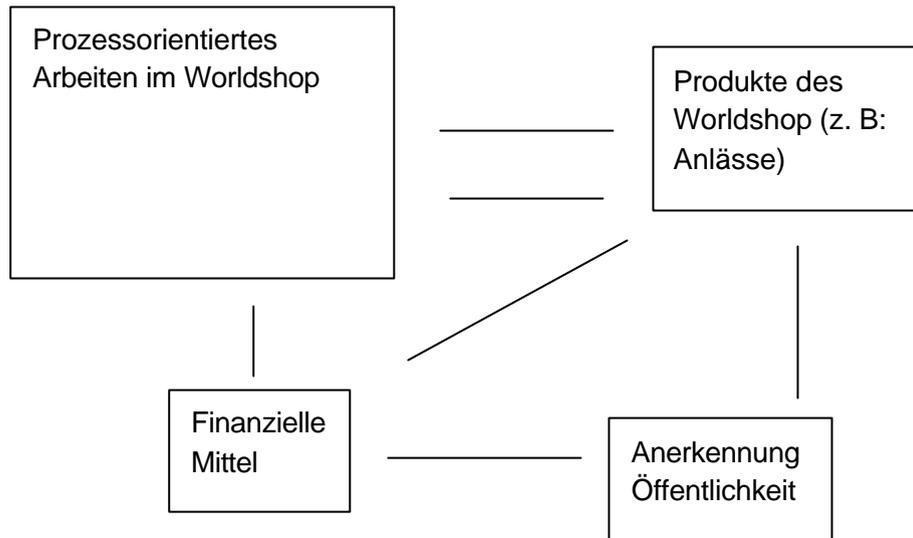
Das Verhältnis ist sehr gut: Mit wenig Aufwand wird ein Maximum an Angebot auf die Beine gestellt und werden nachhaltige Wirkungen erzielt.

Dem Vorhaben Worldshop kann eine sehr hohe Effizienz bescheinigt werden (Verhältnis erzielte Wirkungen zu den zur Verfügung stehenden Mitteln).

Die Interviews zeigten eines: Die Einschätzung, dass die Effizienz sehr gut aufgeprägt ist bei Worldshop teilen alle Interviewten. Auffällig viele Antworten liefen darauf hinaus, dass die persönliche Einschätzung der Wirkung wohl nur die Spitze des Eisberges erkennen lässt, die effektive Wirkung wohl noch um einiges grösser sein dürfte, als dies das persönlich Erfahrene wiedergibt.

### 3. Resultate und Empfehlungen

Grundsätzlich schlagen wir folgenden Analyserahmen für den Worldshop vor:



Die Grösse der Kästchen verweist auf die Bedeutung der Bereiche für den Worldshop: Ganz klar am besten ist der Worldshop beim prozessorientierten Arbeiten, während dem es bei den Produkten sowie bei der Anerkennung und Öffentlichkeitsarbeit immer wieder zu (kleinen) Defiziten kommt.

Aus diesem Analyserahmen, den Interviews sowie den im Auftrag enthaltenen Fragen gliedern wir die Ergebnisse und Empfehlungen wie folgt:

- Angebotsanalyse
- Erfassung, Beschreibung und Würdigung der Wirkungen
- Hinweise zur geplanten Kosten-Nutzen-Analyse
- Anhaltspunkte für die Projektentwicklung sowie das Projektmanagement

#### 3.1. Angebotsanalyse

Worldshop hat eine Vielzahl von Aktivitäten entwickelt und entwickelt laufend neue Aktivitäten. Die Felder, in denen diese stattfinden sind:

- Theater
- Tanz
- Musik (Bands)

- Graffiti
- Tanz (Sport)

Sowie entsprechenden Publikumsveranstaltungen/ Events in diesen Tätigkeitsfeldern.

Im Rahmen der Interviews fiel auf, dass bis auf Davide Maniscalco kaum jemand über einen Überblick über alle Aktivitäten zu verfügen scheint.

Darauf angesprochen, äusserten die Interviewten allesamt die Einschätzung, dass die Aktivitäten, welche sie kennen, wohl nur die Spitze des Eisbergs ausmachen und wesentlich grössere Quantitäten an Aktivitäten als die persönlich bekannten wohl der Realität entsprechen dürften. Diese Einschätzung wurde selbst von der Geschäftsleiterin, Susan Lüthi, wie dem Präsidenten des Trägervereins, Konrad Meyer, im Interview angebracht.

Davide Maniscalco liess sich auf die entsprechende Fragestellung nicht wirklich ein. Aufgrund der Ergebnisse der Interviews mit den anderen GesprächspartnerInnen kann davon ausgegangen werden, dass dies einerseits der ausgeprägt bescheidenen Grundhaltung von Davide Maniscalco zuzuschreiben ist, andererseits sich darin seine Grundorientierung, wonach ihn in erster Linie qualitative Aspekte seiner Arbeit interessieren, widerspiegelt.

### **Empfehlung Entwicklung Angebot**

Für die Bestätigung der bestehenden sowie die Berücksichtigung künftiger Zielgruppen ist ein begrenzter Aushandlungsprozess einzuleiten, an dem gegebenenfalls auch die Finanzierer beteiligt werden können.

Dabei muss darauf geachtet werden, dass ...

... den bestehenden Zielgruppen Übergänge in die neuen Aktivitäten ermöglicht werden (z. B. dass ein junger Erwachsener, der bei Theaterproduktionen mitgearbeitet hat, nun auch in späteren Lebensphasen z. B. als Vater weitere Aktivierungsmöglichkeiten erhält.)

... die Möglichkeiten, welche die Infrastruktur bieten (Proberaum, allfällige Lärmkonflikte im Union, etc.) genutzt werden und mögliche Konflikte frühzeitig erkannt werden.

## ***3.2. Erfassung, Beschreibung und Würdigung der Wirkungen***

### **Wirkung**

Eine Wirkung auf die beteiligten Individuen wird durch alle GesprächspartnerInnen vermutet. Angeführt werden insbesondere die Entwicklung und Förderung von kreativen und

kommunikativen Kompetenzen, aber auch die Entwicklung von sozialen Kompetenzen, insbesondere im Bereich interkultureller Zusammenarbeit.

Im kollektiven Sinne wird durch die InterviewpartnerInnen eine transkulturelle, integrative Wirkung sowie deren Nachhaltigkeit herausgestrichen.

### **Organisiertes Chaos?**

Es fällt in den Interviews auf, dass je weiter weg die GesprächspartnerInnen von persönlichen Erfahrungen der inhaltlichen Prozesse des Worldshop sind, die Einschätzung vorherrscht, dass die Entwicklung der Aktivitäten in einem organisierten Chaos stattfinden.

Dem gegenüber streichen profunde Kenner, also solche, welche sich über längere Zeiträume selbst im Worldshop engagieren (oder engagiert haben) heraus, dass bei der Entwicklung von Aktivitäten innerhalb des Worldshop Prozesse (Gruppendynamik, Transkulturalität) im Mittelpunkt der Steuerungsprozesse stehen und nicht die Ergebnisse, welche schliesslich in Form von Veranstaltungen / Events für die Öffentlichkeit sichtbar werden.

Hier wird in beispielhafter Weise realisiert, was Theorien von Projektmanagement für Kontexte soziokultureller Arbeit immer wieder - oft vergeblich - einfordern: Die strikte Orientierung an den Bedürfnissen und Potenzialen der Zielgruppen sowie des stimulierenden – und nicht manipulierenden - Beitrages an eine Entwicklung von kollektiven Kernkompetenzen aller Beteiligten in Richtung gemeinsamer Aktivitäten.

### **Nachhaltigkeit**

Hinweise, welche eine nachhaltige Wirkung bei den Zielgruppen (aktive und passive) stützen, finden sich einerseits in den Aussagen all jener, welche direkt mit Worldshop in Berührung sind. Andererseits dürfte auch unsere Beobachtung, wonach sich diese Einschätzung im Verlauf eines persönlichen Engagements in Worldshop nicht verändert (jene, die erst frisch mitarbeiten äussern die gleichen Einschätzungen wie solche, welche schon mehrere Jahre dabei sind), die Hypothese nachhaltiger Wirkung stützen.

### **Soziokulturelle Wertschöpfung**

Die Abklärungen bei Alex Willener von der Höheren Fachschule für Soziale Arbeit Luzern (HSA), welche soziokulturelle AnimatorInnen ausbildet, ergab, dass die Theoriebildungsprozesse in der Schweiz noch keine Ergebnisse hervorgebracht haben, welche den Begriff „soziokulturelle Wertschöpfung“ mit Inhalt zu füllen vermögen.

Demnach wird im fachlichen Diskurs die Messbarkeit jugendarbeiterischer Leistungen noch immer an Schadensverhinderungspotenzialen bemessen (1 Jugendlicher von Massnahmenvollzug abgehalten = 100'000 gespart).

Alex Willener meint denn auch, es wäre sehr nötig und interessant, aber auch aufwendig, solcherlei Messgrößen zu entwickeln und er würde mit der HSA sich an einem solchen Prozess gegebenenfalls gerne beteiligen.

### **Möglichkeiten und Grenzen der Zusammenarbeit mit Dritten**

Seitens der InterviewpartnerInnen wurde vereinzelt angeführt, dass eine Zusammenarbeit mit Davide Maniscalco nicht immer gelinge und teilweise begonnene Zusammenarbeit in Differenzen wieder aufgelöst werde.

Die Gründe hierfür sind nach unserer Erkenntnis darin zu vermuten – und die Ergebnisse der Interviews scheinen diese Hypothese auch zu stützen – dass nicht kompatible Grundhaltungen, Arbeits- und Kommunikationskulturen in solcherlei Fällen aufeinander getroffen sind, insbesondere was die Frage des Outcomes anbelangt. D.h., insbesondere dort, wo PartnerInnen von Davide in ihrer Arbeit den Fokus in erster Linie auf die Produkte (Veranstaltungen/Events/Publikumsveranstaltungen) gelegt hatten, welche die inneren Kernwerte der Arbeit des Worldshop in Frage gestellt hätten, scheint Davide die Notbremse gezogen haben.

### **Öffentliche Wirkung**

Aus obigen Überlegungen lässt sich schliessen, dass die inneren Werte, welche Worldshop auszeichnen, nicht in der erforderlichen Masse nach aussen (zu den ProjektpartnerInnen, aber auch in die Öffentlichkeit) transportiert werden. Dies ist unter anderem dem Umstand anzulasten, dass Davide mit seiner konsequent bedürfnis- und potentialorientierten Grundhaltung gegenüber den Zielgruppen sowie der eigenen Bescheidenheit hinsichtlich seiner Leistungen, einen inneren Widerstand haben muss, zum Schutz der Erhaltung dieser Werte, dies nicht selbst zu forcieren – (dies würde wohl über kurz oder lang Fragen der Glaubwürdigkeit nach sich ziehen).

### **3.3. Hinweise zur geplanten Kosten-Nutzen-Analyse**

Im Rahmen des vorstehenden Auftrags konnte keine ausführliche und methodisch gute Kosten-Nutzen-Analyse durchgeführt werden. Die möglichen Bemerkungen wurden bereits unter Ziff. 2 bei den Leitfragen vier und fünf gemacht.

### **3.4. Anhaltspunkte für die Projektentwicklung sowie das Projektmanagement**

Entlastung von Davide bezüglich des Transportes der inneren Werte nach aussen.

Konzentration der operativen Tätigkeit von Davide auf die inneren Werte des Worldshop. D.h. die Rolle von Davide sollte auf seine Kernkompetenzen, die des Fördernden, Stimulierenden, Transistierenden hinsichtlich der Arbeit mit den Zielgruppen des Worldshop konzentriert werden.

Aushandlungsprozess einleiten um die Definitionen der Zielgruppen (hinsichtlich Ausweitungstendenzen Kinder, Eltern, Männer) unter den Blickwinkeln der Erhaltung und Weiterentwicklung der inneren Werte (Bedarfs –und Potentialorientierung) einerseits, andererseits Grundlagen der Machbarkeit (Personalressourcen, Freiwilligenressourcen, aber auch Vereins- und GL-Ressourcen).

Bezeichnung der Wege, auf welchen dies durch andere (interne/externe?) Kräfte geschehen soll. Die vorliegenden Evaluationsergebnisse können hierbei die Grundlage für einen ersten Schritt in diese Richtung bilden.

#### **Empfehlung zur Kommunikation**

Dabei müssen aber die folgenden Arbeiten durchgeführt werden:

- A: Klare Definition der Öffentlichkeiten, an welche sich der Worldshop richten möchte.
- B: Festschreibung der Zuständigkeiten für die Kommunikationsarbeit zwischen dem VJAK, der Geschäftsführerin sowie dem Projektleiter. Diese Kommunikationsaktivitäten umfassen auch die Lobbying-Aktivitäten, die vom Worldshop durchgeführt werden.
- C: Klare Festschreibung der Kommunikationsinhalte (Beachte: Die Konkurrenz bei Anlässen um die Aufmerksamkeit der Medien ist sehr gross.)

Anschliessend könnten die folgenden Aufgaben definiert und durchgeführt werden:

- Der vorliegende Evaluationsbericht (oder Auszüge daraus) kann als Kommunikationsinstrument benutzt werden und einigen der Vernetzungspartner

zugestellt werden. Sicher damit bedient werden sollten alle Mittelgeber der letzten drei Jahre.

- Es könnte eine Postkarte produziert werden, welche mit Porträts von Engagierten versehen, für den Worldshop Werbung machen könnte.
- Diejenigen politisch Verantwortlichen, die sich mit der Errungenschaft des Union befassen, könnten mit dieser Postkarte auch über die Erfolge des Worldshop aufgeklärt werden.
- Die Kommunikationsinhalte («Botschaften») könnten sich primär an den am Worldshop beteiligten Personen ausrichten (Prozesse) und nicht an den Darstellung ihrer Aktivitäten (Produkte). Diese können als «Zeugen und Zeuginnen» auftreten und so die Werte des Worldshop glaubwürdig, direkt und engagiert vertreten.

## ANHANG:

# Gesprächsleitfaden Interviews mit Schlüsselpersonen Evaluation Worldshop

### (Leitfaden für fokussierte Interviews)

*Der Gesprächsleitfaden soll es erlauben, bei den InterviewpartnerInnen Indizien abzuholen bezüglich:*

- *Ihres Wissens über das bestehende Angebot*
- *Ihre Identifikation mit dem bestehenden Angebot*
- *Ihre Einschätzung bezüglich*
  - *Quantitativem Erfolg*
  - *Qualitativem Erfolg*
  - *Wirksamkeit des Angebotes*
  - *Einschätzung Kosten-/Nutzenverhältnis*
- *Ihre Einschätzung betreffend Veränderungspotentiale*
- *Sowie als Nebeneffekt ihre Partizipationsbereitschaft bezüglich dieser Veränderungen*

<u>Datum:</u>	<u>Ort:</u>	<u>Dauer:</u>	<u>Name der / des Interviewten</u>
---------------	-------------	---------------	------------------------------------

### Einleitung

Sehr geehrteR

ich bedanke mich für Ihre Bereitschaft, Ihre Zeit für dieses Interview aufzubringen.

Ich habe folgenden Ablauf des Gesprächs vorgesehen:

- zunächst gebe ich Ihnen einen Überblick über
  - die Ausgangslage für dieses Interview
  - die Zielsetzungen der Evaluation Worldshop
  - meine Aufgabe,
- und werde anschliessend dann das Interview mit Ihnen führen

### Überblick

- Ausgangslage
  - Der Verein für Jugendarbeit Kleinbasel (VJAK) führt den Worldshop und dessen Projekte.
  - Worldshop wurde 1999 ins Leben gerufen und von diversen Geldgebern finanziell unterstützt.
  - Im Rahmen der Finanzierung für die Phase 2002-2004 wurde mit einem Geldgeber vereinbart, dass zum Abschluss dieser Phase eine externe Auswertung (Evaluation) des Projektes durchgeführt werden soll.

- Durch den Verein mit der Evaluation beauftragt wurden advocacy ag, Dominik Büchel sowie PMS Kohler, Franz Kohler.
- Ziele der Evaluation:
  - Generell geht es in der Evaluation darum, das bestehende Angebot des Worldshop einer Bewertung zu unterziehen, welche Anhaltspunkte für die Wirksamkeit von Worldshop und dessen Projekten generiert sowie Weiterentwicklungspotentiale erkennen lässt.
  - Analysiert werden:
    - Das Angebot (welche Zielgruppen werden durch das Angebot angesprochen?)
    - Die Wirkung sowie
    - Kosten-Nutzen
- Meine Aufgabe besteht nun darin, als Evaluator mit Ihnen, als von der GL Worldshop bezeichneter Schlüsselperson, der Frage Ihrer Erfahrungen und Einschätzungen bezüglich des Worldshop sowie dessen Angeboten nachzugehen.

### **Eingangsfrage**

*Offene Fragestellung, welche es erlaubt, die emotionale Verknüpfung der Gesprächspartnerin / des Gesprächspartners mit dem Worldshop in Erfahrung zu bringen*

Was ist das, was Ihnen im Hinblick auf den Worldshop durch den Kopf geht.  
*Frei Erzählen lassen*

Ich möchte nun mit Ihnen ins Interview einsteigen.

### **Hintergrund**

*Diese Fragen ergeben Anhaltspunkte für bezüglich der funktionalen Beziehungshintergründe der InterviewpartnerInnen zu Worldshop bzw. dessen Projekten*

#### **Angaben zur Funktion und dem Kontext der Berührungen mit Worldshop**

In welcher Funktion kommen sie in Berührung mit dem Worldshop, was ist ihre genaue Aufgabe?

Worauf basiert Ihr Wissen über den Worldshop

- Was sind subjektive Erfahrungen
- Was wissen Sie durch Hinweise von Dritten (Wer? Name / Funktion / Aufgabe, Schilderung der Sachverhalte?)

#### **1. Themenkomplex quantitative Ergebnisse**

*hier geht es darum, eine Einschätzung über die quantitativen Ergebnisse sowie deren Entwicklungstendenzen zu erhalten*

- **quantitativ**

wie viele Jugendliche / junge Erwachsene nehmen aktiv nach ihrem Kenntnisstand teil an den Projekten des Worldshop?

Wie viele Jugendliche / junge Erwachsene erreicht Worldshop passiv, d.h. als Nutzniesser der Ergebnisse dieser Projekte (Teilnehmer / Zuschauer, anderes)?

beobachten sie eine quantitative Entwicklung von Jugendlichen sowie jungen Erwachsenen welche sich beteiligen? mit Risikoverhalten (eine Zunahme, eine Abnahme, oder bleibt deren Anzahl unverändert?)

Worauf begründen Sie diese Beobachtung? (subjektiv, Beobachtungen Dritter: Wer, Funktion?)

## **2. Themenkomplex qualitative Ergebnisse**

*hier geht es darum, Indizien zu erhalten bezüglich:*

- *Zielgruppen, welche aktiv oder passiv erreicht werden*
- *Welche Wirkung die Projekte bei diesen Zielgruppen bewirken*
- *Übereinstimmung der Wirkungen mit den Zielen von Worldshop (Nachhaltige Wirkungen bei den Zielgruppen in Relation zu den Zielsetzungen?)*
- *Sind die Angebote Jugendgerecht?*

- **qualitativ**

welche Zielgruppen spricht Worldshop mit seinen Projekten an?

Aktiv

Alter

---

Schichtung

---

Herkunft

---

Passiv

Alter

---

Schichtung

---

Herkunft

Wie wirken die Projekte bei den aktiven/passiven Zielgruppen?

Welche Potenziale werden gefördert?

---

Welche Bilder / Grundhaltungen erfahren bei den aktiven/passiven Zielgruppen eine Veränderung und können Sie diese beschreiben?

---

Gibt es negative Ergebnisse, solche die die aktiven/passiven Zielgruppen behindern oder deren Motivation reduzieren, z.B.?

Wenn ja, welche?

Welche Stimmen fangen Sie ein, wenn sie mit Jugendlichen / jungen Erwachsenen über die Wirkung für sie selbst sprechen?

Sehen Sie Hinweise auf lang anhaltende Wirkungen der aktiven oder passiven Teilnahme von Jugendlichen und jungen Erwachsenen an Projekten des Worldshop und welche?

Ist das Angebot der Projekte auf die Zielgruppen zugeschnitten oder treten öfter Überforderungs- / Unterforderungsphänomene auf? Wenn ja, welche?

Gibt es Zielgruppenbedürfnisse, welche durch das bestehende Angebot nicht abgedeckt werden (können)?

### **3. Phantasieren möglicher Massnahmen bezüglich Anpassungen / Verbesserungen des bestehenden Angebotes**

*diese Fragestellungen erlauben es uns, einerseits eine Bewertung bezüglich des bestehenden Angebotes, andererseits Anhaltspunkte für die eine Einschätzung von Entwicklungspotenzialen zu erhalten*

Welche Teile des Angebotes des Worldshop würden Sie gerne verstärkt sehen? Welche könnte man ihrer Einschätzung nach eher reduzieren?

Was wären Ihre Vorschläge bezüglich der Ausgestaltung des künftigen Angebots des Worldshop?

Kennen Sie ähnlich ausgerichtete Angebote, von welchen Teile eine Vorbildrolle für die künftige Ausgestaltung des Angebots des Worldshop haben könnten? *Gegebenenfalls anstossen: Vergleich mit Sommercasino, Klartext, weitere?*

### **Schlussfragen**

#### **Bemerkungen zu diesem Interview, zu den Zielsetzungen der Evaluation und eigenen Vorschlägen / Bedürfnissen und Erwartungen**

*Hier wird Gelegenheit geboten,*

- *die Gesprächsanlage selbst zu bewerten,*
- *zum Ausdruck zu bringen, was gesagt hätte werden sollen, aber keinen Platz im Gespräch fand*
- *die eigenen Emotionen bezüglich einer Veränderung / Weiterentwicklung des Angebotes zur Darstellung zu bringen (Side-Effekt: Wir erkennen ihre Potenziale sowie Bereitschaft, an einem solchen Prozess zu partizipieren)*

Bemerkungen zum Interview und diesem Gesprächsleitfaden (auch: was konnten Sie in diesem Gespräch noch nicht anbringen, müsste aber gesagt werden?):

Bemerkungen zum Vorhaben Evaluation (soll Anhaltspunkte für die Wirksamkeit von Worldshop und dessen Projekten generieren sowie Weiterentwicklungspotenziale erkennen lassen) generell:

Haben Sie Vorschläge, Bedürfnisse, Erwartungen in Bezug auf den Ergebnisse und die möglichen Konsequenzen daraus?

**Ich bedanke mich bei Ihnen für das Interview, Ihre Zeit, die sie dafür aufgebracht haben und die Anregungen, die ich erhalten habe.**