

**Abstract:** Politische Parteien haben zur Erfassung der Wählermeinungen Haustürwahlkampf-Apps eingeführt, Unternehmen systematisieren das Kundenfeedback im Customer Relationship Management und suchen den internen Dialog mit den eigenen Mitarbeitern. Organisationen haben den Mehrwert von Feedback also erkannt, doch mangelt es derzeit oft an zentralen Kanälen, um die Informationen gezielt verarbeiten zu können. Gerade NGOs, bei denen die Mitglieder an Aktionsständen in Fußgängerzonen, bei Schulbesuchen oder öffentlichen Veranstaltungen sehr viele Erfahrungen sammeln, können durch das Einholen des Feedbacks wichtige Kenntnisse erlangen, um ihre Kommunikationsaktivitäten zu optimieren.

An diesem Punkt setzt die vorliegende Arbeit an. Ziel ist es, bisher verborgene Informationen der Mitglieder (Outside-In) über ein Online-Tool zu bergen und daraus Handlungen für die Kampagnensteuerung abzuleiten. Daher lautet die zugrundeliegende, zentrale Frage: Wie muss die Outside-In-Evaluation bei NGOs umgesetzt werden, damit sich ein Mehrwert für die Kampagnensteuerung ergibt? Vier untergeordnete Forschungsfragen werden beantwortet:

FF1: Wie wird die Evaluation bei der Kampagne „70 Jahre Allgemeine Erklärung der Menschenrechte“ bzw. generell bei Amnesty-Kampagnen umgesetzt?

FF2: Wie schätzen die Ehrenamtlichen die derzeitige Rolle ihres Feedbacks ein?

FF3: Welche vergleichbaren Ansätze der systematischen Outside-In-Evaluation lassen sich von Unternehmen auf NGOs übertragen?

FF4: Wie muss ein Feedback-Tool für die Kampagnen-Evaluation bei Amnesty konkret gestaltet werden?

Zur Beantwortung dieser Fragen wurden ein Theorietransfer (FF3) sowie leitfadengestützte Experteninterviews mit ehrenamtlichen Mitgliedern und hauptberuflichen Kampagnen-Verantwortlichen von Amnesty International durchgeführt. Aus den Interviews wurde der Status Quo der Kampagnen-Evaluation herausgearbeitet. Und es wurde ermittelt, wie sich die Outside-In-Evaluation mittels eines Feedback-Tools realisieren lässt.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass ein Evaluations-Tool zur Erfassung des (Outside-In-) Feedbacks dann einen echten Mehrwert für Amnesty International bietet, wenn:

- dieses systematisch und zentral erfasst wird;
- darin Raum für Vorschläge, Beschwerden und Wissen geboten wird, sowohl von den Mitgliedern selbst als auch von den Besuchern der Amnesty-Aktionen (Mitglieder fungieren hier als Vermittler);
- daraus konkrete Verbesserungen abgeleitet werden – das Feedback also ernst genommen und Teil der Organisationskultur wird.

Die Ergebnisse der Experteninterviews legen nahe, dass das Tool dauerhaft und gut sichtbar im Intranet installiert sein muss. Dieses sollte benutzerfreundlich und mobiloptimiert sein, damit die Nutzung möglichst einfach und direkt nach einer Veranstaltung erfolgen kann. Besonders wichtig ist der zentrale Charakter des Feedback-Tools, der von einem Evaluationsmanager betreut werden muss. Dieser sollte in direktem Kontakt zu den Presse-, Online- und Social Media-Teams stehen, um eine integrierte Evaluation durchführen zu können.

**Art der Arbeit:** Master-Arbeit

**Verfasser:** Christian Schraml

**E-Mail:** christianschraml@gmx.de