



Brüssel, den 1.12.2016
COM(2016) 525 final

**BERICHT DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT, DEN RAT,
DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS UND DEN
AUSSCHUSS DER REGIONEN**

**Über die Umsetzung, Ergebnisse und Gesamtbeurteilung
des Europäischen Jahres für Entwicklung 2015**

{SWD(2016) 286 final}

BERICHT DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT, DEN RAT, DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS UND DEN AUSSCHUSS DER REGIONEN

Über die Umsetzung, Ergebnisse und Gesamtbeurteilung des Europäischen Jahres für Entwicklung 2015

1. EINLEITUNG

1.1. Kontext: 2015 Europäisches Jahr für Entwicklung

Das Europäische Jahr für Entwicklung (im Folgenden „EYD2015“) war das erste Europäische Jahr¹, das den Außenbeziehungen gewidmet war. Es fand zu einem Zeitpunkt wichtiger politischer Entscheidungen auf internationaler Ebene statt: Im Rahmen der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung, die von der Generalversammlung der Vereinten Nationen im September 2015 verabschiedet wurde, wurden die Millenniumsentwicklungsziele (MEZ) durch Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDG) abgelöst. Mit der Aktionsagenda von Addis Abeba über einen weltweiten Rahmen zur Finanzierung nachhaltiger Entwicklung kam es im Juli 2015 zu einem bedeutenden Durchbruch. Auf der Klimakonferenz der Vereinten Nationen in Paris (COP21) verabschiedeten 195 Länder schließlich im Dezember 2015 das erste rechtsverbindliche globale Klimaabkommen.

Vor diesem Hintergrund koordinierte die Europäische Union eine innovative Kommunikationskampagne zum Thema Entwicklung, um diese Entscheidungen von globaler Tragweite den europäischen Bürgerinnen und Bürgern in ihrem Alltag näher zu bringen. Um die Kampagne so inklusiv wie möglich zu gestalten, wurde im Vorfeld eine Reihe von Konferenzen abgehalten. Alle Partner – darunter Mitgliedstaaten, EU-Institutionen, internationale Organisationen, die Zivilgesellschaft und die Privatwirtschaft – waren sich einig, dass die Kampagne ein feierlicher Anlass sein sollte, sich dem Thema Entwicklungszusammenarbeit gemeinsam mit allen Interessenträgern zu widmen.

1.2. Ziele und Grundsätze

Im Beschluss Nr. 472/2014/EU des Europäischen Parlaments und des Rates, mit dem das Jahr 2015 zum Europäischen Jahr für Entwicklung² (im Folgenden „EYD2015-Beschluss“) ausgerufen wurde, sind drei Ziele ausgewiesen:

a) die Unionsbürger über die Strategien und Maßnahmen der Entwicklungszusammenarbeit der Union und der Mitgliedstaaten zu informieren, wobei die Ergebnisse, die die Union in diesem Bereich als globaler Akteur erzielt hat und ihre Zusage, innerhalb des Rahmens, der derzeit für die Zeit nach 2015 ausgearbeitet wird, eine führende Rolle zu übernehmen, besonders hervorgehoben werden;

¹ Seit 1983 werden im Rahmen der Europäischen Jahre verschiedene Themen aufgegriffen, um Debatten und Dialoge in und zwischen den Ländern anzustoßen.

² <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32014D0472>

b) die unmittelbare Einbindung, das kritische Denken und das aktive Interesse der Unionsbürger und der Interessenträger an der Entwicklungszusammenarbeit, der Politikgestaltung und der Politikumsetzung zu fördern; sowie

c) das Bewusstsein für den Nutzen der Entwicklungszusammenarbeit der Union nicht nur bei den Begünstigten, sondern auch bei den Unionsbürgern zu schärfen, ein breiteres Verständnis der Politikkohärenz im Interesse der Entwicklung zu erreichen und in einer von Wandel und engen Verflechtungen geprägten Welt ein Gefühl für gemeinsame Verantwortung, Solidarität und Chancen bei Bürgern in Europa und in Entwicklungsländern zu fördern.

1.3. Mittel für das EYD2015

Für die Kampagne wurden insgesamt 10 579 345,11 EUR³ an finanziellen Mitteln bereitgestellt.

Die Beiträge zu den nationalen Arbeitsprogrammen der an der Kampagne teilnehmenden EU-Mitgliedstaaten beliefen sich auf 5 268 613,31 EUR; CONCORD (die Allianz der Zivilgesellschaft) erhielt 938 639,50 EUR; 170 258,55 EUR flossen 2014 in die Entwicklung der Kampagnenstrategie; 3 451 833,75 EUR entfielen auf die Umsetzung der Strategie, 500 000 EUR auf die vorübergehende Personalaufstockung und 250 000 EUR wurden für die externe Evaluierungsstudie bereitgestellt.

1.4. Kommunikationskonzept und Aufbau von Partnerschaften

Das EYD2015 stellte für die Europäische Kommission und andere EU-Institutionen eine wichtige gemeinsame kommunikationspolitische Priorität dar. Es wurde eine institutionsübergreifende Arbeitsgruppe⁴ gegründet, um eine breitere Öffentlichkeit zu erreichen, während eine dienststellenübergreifende Arbeitsgruppe (innerhalb der Kommission) die Kohärenz der kommunizierten Botschaften und insbesondere eine hohe Politikkohärenz für Entwicklung sicherstellte. Die Koordinierungssitzungen der Arbeitsgruppen, bei denen auch die EYD2015-Materialien erarbeitet und öffentliche Debatten organisiert wurden, waren für den Informationsaustausch von zentraler Bedeutung.

Zwischen der Kommission und den teilnehmenden Mitgliedstaaten wurde ein neues Netzwerk aufgebaut⁵. In Brüssel fanden sechs Workshops statt, um alle Parteien, die bei der Umsetzung beteiligt waren, zusammenzubringen und Methoden auszuarbeiten, wie die Kommunikation zu entwicklungspolitischen Themen auf europäischer Ebene verbessert werden kann. Das Netzwerk wird von allen Teilnehmern tatkräftig unterstützt.

³ Der Mittelvergabe liegen folgende Beschlüsse zugrunde: C/2013/8977, C/2013/9197, C/2014/5179 und C/2015/4689.

⁴ Zu den Teilnehmern gehörten Vertreter der Dienststellen der Europäischen Kommission, des Europäischen Auswärtigen Dienstes sowie Vertreter des Rates, des Europäischen Parlaments, des Ausschusses der Regionen, des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses und von CONCORD.

⁵ Insgesamt wurden fünfundzwanzig nationale Arbeitsprogramme unterzeichnet; alle EU-Mitgliedstaaten nahmen außerdem zumindest an einigen der regelmäßigen Workshops teil.

Die nicht-institutionellen Partner der Kampagne sorgten für mehr Vielfalt und Dynamik. Der Koalition um das EYD2015 schlossen sich internationale Organisationen, lokale Behörden, Gruppen der Zivilgesellschaft sowie Vertreter der Privatwirtschaft, akademischer Instanzen und Jugendorganisationen an.

1.5. Ergebnisse der Eurobarometer-Umfrage zum Thema Entwicklung

Es wurden zwei Eurobarometer-Umfragen⁶ durchgeführt, eine zu Beginn der Kampagne und eine am Ende. Ziel der Umfrage war es, die öffentliche Meinung zu entwicklungspolitischen Themen und eventuelle Meinungsänderungen dazu im Jahresverlauf zu erfassen. Die Eurobarometer-Umfrage zum Thema Entwicklung 2016 zeigte einen klaren Anstieg bei der Anzahl der Befürworter von Entwicklungshilfe (von 85 % auf 89 %) und bestätigte, dass die Öffentlichkeit nun besser über die neuen SDG Bescheid wusste: 36 % der Befragten gab an, von den Zielen gehört oder darüber gelesen zu haben. Was das EYD2015 selbst betrifft, so zeigte die Eurobarometer-Umfrage, dass der Anteil der Umfrageteilnehmer, die wussten, dass 2015 das Europäische Jahr für Entwicklung war, zum Ende des Jahres um 50 % gestiegen war (im Januar 2015 waren es nur 12 %).

2. UMSETZUNG AUF DEZENTRALER EBENE

Laut dem Beschluss über das EYD2015 ist eine breite Unterstützung der Entwicklungshilfe erforderlich, denn „die Hauptverantwortung für die Information der Unionsbürger über Entwicklungsangelegenheiten tragen die Mitgliedstaaten“⁷. Gleichzeitig bestand Einigkeit über die Tatsache, dass multilaterale Partnerschaften wichtig für die Fähigkeit der Mitgliedstaaten sind, die Ziele des Europäischen Jahres zu erreichen.⁸

2.1. Zusammenarbeit mit EU-Mitgliedstaaten

Die Zusammenarbeit mit EU-Mitgliedstaaten wurde zu einem Eckpfeiler der Kampagne. Durch sie sollte ein Netzwerk der Entwicklungskommunikatoren entstehen. Insgesamt brachten fünfundzwanzig Mitgliedstaaten ein nationales EYD2015-Arbeitsprogramm auf den Weg. Das EYD2015 bot Gelegenheit, sich auf die Ergebnisse der MEZ und die Agenda 2030 zu den SDG zu konzentrieren, das Interesse an Entwicklungsangelegenheiten zu fördern und das Engagement in dem Bereich zu verstärken. In den verschiedenen EU-Mitgliedstaaten wurden 3 828 Veranstaltungen mit insgesamt 1 923 240 Teilnehmern abgehalten.

Dabei wurde eine ganze Reihe unterschiedlicher Aktivitäten organisiert, von speziellen Thementagen und kulturellen Veranstaltungen über TV- und Radiosendungen bis hin zu literarischen, Foto- und Video-Wettbewerben, Tagungen und Bildungsveranstaltungen. Die Informationsbüros des Europäischen Parlaments organisierten in den Mitgliedstaaten 35 Veranstaltungen, Seminare und Debatten zu

⁶ Spezial-Eurobarometer 421 (2015) „Das Europäische Jahr für Entwicklung – Die Ansichten der EU-Bürger zu Entwicklung, Zusammenarbeit und Hilfe“: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_421_de.pdf; Spezial-Eurobarometer 441 (2016) „Das Europäische Jahr für Entwicklung – Die Ansichten der EU-Bürger zu Entwicklung, Zusammenarbeit und Hilfe“: http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/sp441-devco-report-final_de.pdf.

⁷ Beschluss Nr. 472/2014/EU. Link: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32014D0472>

⁸ Ebenda.

Entwicklungsfragen, an denen oft auch Mitglieder des Europäischen Parlaments teilnahmen.

Ein Schwerpunkt wurde dabei auf die Bildungsarbeit mit jungen Menschen gelegt. Die Kommission brachte ein Toolkit für Lehrer zum Thema Entwicklung heraus, bestehend aus einem Lehrerhandbuch, 12 Unterrichtsplänen und einem Heft mit Quizfragen in 23 EU-Sprachen⁹. Das Lehrmaterial wurde von den Bildungsministerien an verschiedene Bildungseinrichtungen – insbesondere Sekundarschulen, aber auch Hochschulen und Lehrerverbände – verteilt. Viele Mitgliedstaaten ernannten nationale Botschafter, deren Beliebtheit von zentraler Bedeutung war, um die Reichweite der Kampagne zu steigern.

In allen Mitgliedstaaten wurden Partnerschaften mit Medien und der Presse aufgebaut; die Kampagne wurde von insgesamt 45 solcher Partnerschaften unterstützt, und vor allem Irland, Österreich und Spanien lieferten gute Beispiele dafür, wie sich ein junges Publikum erreichen lässt.

Gute Nachrichten für Europa – ein besonderer Tag

In enger Zusammenarbeit mit der dänischen NRO *World's Best News* unterstützte die Kommission die Europäischen Entwicklungstage, die in neunzehn Mitgliedstaaten gefeiert wurden, um gute Nachrichten über die Entwicklungszusammenarbeit der EU und den Fortschritt in den Partnerländern zu verbreiten¹⁰.

Zu dem Anlass wurde eine spezielle Zeitung in allen EU-Sprachen gedruckt, mit einer Gesamtauflage von 250 000 Exemplaren. Deren Verteilung durch Freiwillige und größtenteils in Zusammenarbeit mit Partnern aus der Privatwirtschaft steigerte die Reichweite der Initiative. Die Europäischen Entwicklungstage wurden häufig so organisiert, dass sie auf andere internationale Tage fielen, etwa den Global Day of Action for the Global Goals oder andere, nationale Anlässe.

2.2. Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft und Programm für entwicklungspolitische Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit (DEAR)

Unter der Federführung von CONCORD nutzte die Europäische Allianz der Zivilgesellschaft das EYD2015 als Gelegenheit, die EU-Bürger zu einer kritischen Diskussion über globale Gerechtigkeit und zu einem aktiven Engagement in der Frage zu bewegen. 17 kleinere, von CONCORD bezuschusste Projekte wurden innerhalb von 15 Monaten in 20 europäischen Ländern umgesetzt und erreichten damit rund 17 Millionen Menschen auf lokaler, nationaler, europäischer und globaler Ebene. Ende 2015 veröffentlichte CONCORD ihre politischen Empfehlungen in einer Handreichung¹¹.

Die Zivilgesellschaft wurde auch dadurch in die Kampagne involviert, dass die im Rahmen des DEAR-Programms geförderten Empfänger in allen 28 Mitgliedstaaten

⁹ <https://europa.eu/eyd2015/de/content/teachers-corner>

¹⁰ Teilnehmende Mitgliedstaaten waren Bulgarien, Deutschland, Finnland, Frankreich, Irland, Italien, Lettland, Luxemburg, Malta, Österreich, Portugal, Rumänien, die Slowakei, Slowenien, Spanien, die Tschechische Republik, Ungarn und das Vereinigte Königreich.

¹¹ http://concordeurope.org/wp-content/uploads/2015/12/Policy_RecommendationEYD2015_Civil_Society_Alliance-1.pdf?1d6b43

das EYD2015 in ihre Programme für 2015 aufnehmen mussten. So entstanden unter anderem Fotoausstellungen und -Wettbewerbe, Film- und Musikfestivals, Schreibwettbewerbe sowie Sommercamps, Ausstellungen, kulturelle Veranstaltungen und Lehrerforen zum Thema Entwicklung.

2.3. Auf internationaler Bühne: Zusammenarbeit mit internationalen Organisationen

Die Vereinten Nationen (UN) und die Weltbank waren wichtige Mitstreiter der Kampagne. Durch ihre Beiträge auf der Website und in den sozialen Medien erhöhten sie den Bekanntheitsgrad der Kampagne sowohl inner- als auch außerhalb der Unionsgrenzen. Das Regionale Informationszentrum der Vereinten Nationen für Europa (UNRIC) spielte dabei eine besonders wertvolle Rolle für die Koordinierung. Fünfzehn UN-Agenturen beteiligten sich mit Beiträgen, Geschichten und Veranstaltungstipps auf der EYD2015-Website und betreuten die EYD2015-Konten in den sozialen Medien mit.

Zu den zahlreichen gemeinsamen Veranstaltungen gehörten unter anderem ein Treffen junger Menschen mit dem UN-Generalsekretär Ban Ki-moon im Brüsseler BOZAR, der Tag der Vereinten Nationen auf dem Grand Place in Brüssel, Filmvorstellungen unter dem Titel „Ciné-ONU“ in Brüssel und die SDG-Konferenz im Rahmen der „Quinzaine de la Solidarité internationale“, ebenfalls in Brüssel. Die internationalen Konferenzen zur Entwicklungszusammenarbeit mit dem Titel „Engage. Cooperate. Share Experience“ (Litauen) und „Advancing Women's Economic Empowerment via the Post 2015 Development Framework“ (Polen) wurden im Rahmen der EYD2015-Kampagne von der Weltbank unterstützt.

2.4. Engagement der Privatwirtschaft

In dem Jahr entstanden 20 neue Partnerschaften mit der Privatwirtschaft.

Der Privatsektor nutzte das Bildmaterial und andere für das EYD2015 konzipierte Materialien für eigene Kommunikationszwecke, etwa bei Veranstaltungen, in Zeitschriften und Newsletter, die über die Netzwerke kooperierender Unternehmen/Verbände verteilt wurden. Auf diesem Weg konnten zum Beispiel die 160 000 Unternehmen des landwirtschaftlichen Genossenschaftsverbands Cooperative Europe und die 10 000 Mitglieder/Unternehmen des Netzwerks für soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR Europe) im Energiesektor erreicht werden.

3. UMSETZUNG AUF ZENTRALER EBENE

Im Sinne der Mitverantwortung und Inklusivität spielte die Europäische Kommission, gemeinsam mit anderen EU-Institutionen, eine zentrale Rolle bei der Koordinierung der Kampagne.

3.1. Kampagnenmaterial

Auf der EYD2015-Website wurde ein umfassendes Kampagnen-Toolkit bereitgestellt, wobei die meisten Materialien in 23 EU-Sprachen zur Verfügung gestellt wurden. Zu den Materialien gehörten: zwei EYD2015-Videos, ein Radiospot, 52 „Geschichten der Woche“, ein monatlicher Newsletter, monatliche Themenblätter

und Infografiken, EYD2015-Themenposter, PowerPoint-Präsentationen, zwei Ausgaben der „Guten Weltnachrichten“ (EYD2015-Zeitung „World’s Best News“), ein EYD2015-Toolkit für Lehrer, ein umfassendes Toolkit zur visuellen Identität, eine Bilddatenbank, Vorlagen für Rollup-Banner, eine begrenzte Anzahl von Geschenkartikeln und nach Abschluss des Jahres eine weitverbreitete, gebundene Ausgabe aller „Geschichten der Woche“. Das Europäische Parlament erarbeitete ein eigenes Kampagnen-Toolkit für das EYD2015.

Die grafische Darstellung des EYD2015-Mottos war zur Stärkung der visuellen Identität der Kampagne außerordentlich wichtig. Dank der „Themenmonate“¹² (jedem Monat wurde ein spezielles Thema zugeordnet) konnten die Partner die einzelnen Themen, Veranstaltungen oder bestimmte Bereiche, die ihnen besonders am Herzen lagen, wirksam kommunizieren.

3.2. Fokus auf junge Menschen

Im Beschluss zum EYD2015 wurden junge Menschen als eine der wichtigsten Zielgruppen anerkannt. Bei vielen Aktivitäten der Europäischen Kommission, anderer EU-Institutionen und der Mitgliedstaaten wurden gezielt junge Menschen angesprochen. Im Rahmen der Europäischen Entwicklungstage (EDD) im Juni 2015 wurden zwölf junge Führungspersönlichkeiten aus der ganzen Welt eingeladen, an hochrangig besetzten Podiumsdiskussionen teilzunehmen. Nach ähnlichem Muster fand im Brüsseler BOZAR im Mai eine interaktive Debatte zwischen Jugendbotschaftern und dem UN-Generalsekretär Ban Ki-moon zur Post-2015-Agenda und der Rolle der jungen Generation statt. Das Event wurde per Webstream übertragen und der Hashtag #AskBanKimoon wurde im Twitter-Feed von über 10 Millionen Menschen angezeigt.

Im Rahmen der gemeinsam von der Europäischen Kommission und dem UN-Entwicklungsprogramm (UNDP) organisierten Kapuscinski-Vorlesungen wurden Entwicklungsfragen von führenden globalen Denkern diskutiert. Während der Kampagne wurde jeder Mitgliedstaat mindestens einmal Gastgeber einer solchen Vorlesung; dabei wirkten führende nationale Hochschulen und Redner wie Thomas Piketty, Julia Gillard, Dani Rodrik und Carl Bildt mit, die alle beeindruckende Vorlesungen hielten.

Dank einer einzigartigen Kooperation mit einer bekannten jungen Bloggerin wurde ein spezieller EYD2015-Videoclip produziert. Das Video wurde auf YouTube rund eine Million Mal angeklickt und wurde damit zur meistgesehenen audiovisuellen Veröffentlichung der Generaldirektion Internationale Zusammenarbeit und Entwicklung (GD DEVCO); auf Facebook erzielte die Kampagne insgesamt 6 073 539 Impressionen und als Kinospot erreichte das Video 335 389 Menschen.

¹² Die Themenmonate waren: Europa in der Welt (Januar), Bildung (Februar), Frauen und Mädchen (März), Gesundheit (April), Frieden und Sicherheit (Mai), Nachhaltiges grünes Wachstum, Menschenwürdige Arbeitsplätze und Unternehmen (Juni), Kinder und Jugendliche (Juli), Humanitäre Hilfe (August), Demografie und Migration (September), Ernährungssicherheit (Oktober), Nachhaltige Entwicklung und Klimaschutz (November), Menschenrechte und Governance (Dezember).

3.3. Wichtige Veranstaltungen, hohe Sichtbarkeit, vielfältige Ziele und Aktivitäten

An der Eröffnungs- und der Abschlussfeier (in Lettland bzw. Luxemburg) nahmen das Kollegium der Kommissionsmitglieder und die führenden Politiker der beiden Länder, die die Präsidentschaft innehatten, teil. Im März 2015 fand eine Gender-Konferenz mit Experten und Interessenträgern statt, um den Stand in Bezug auf Ungleichheiten in europäischen und anderen Ländern zu analysieren. Am 9. Mai 2015 wurde das EYD2015 zum Hauptthema des Europatages, an dem die EU-Institutionen für über 30 000 Bürger ihre Türen öffneten.

Die EU-Institutionen bewarben das EYD2015 auch beim Brüsseler 20 000-Meter-Lauf und das ganze Jahr über schmückte das EYD2015-Logo die Fußgängerbrücke des Europäischen Parlaments in Form eines großen Banners. Außerdem wurde das EYD2015 in das Euroscola-Programm des Europäischen Parlaments aufgenommen, an dem im Februar 2015 tausende 16- bis 18-jährige Schüler in Straßburg teilnahmen. Der Gastfotografenwettbewerb des Europäischen Parlaments baute auf den Monatsthemen des EYD2015 auf. Die Gewinnerfotos wurden im November 2015 in der „Bronislaw Geremek Agora“ in Straßburg ausgestellt. Nach einem ähnlichen Konzept zeigte das Parlamentarium von Mai bis November eine Fotoausstellung mit dem Titel „Family Meal“.

Die EYD2015-Kampagne war auf allen großen internationalen Veranstaltungen des Jahres vertreten: ob mit einem Stand auf der COP21-Konferenz in Paris oder in Form einer Kapuscinski-Vorlesung anlässlich der Verabschiedung der Agenda 2030 durch die UN-Generalversammlung in New York.

Das Europäische Jahr für Entwicklung war auch auf der EXPO2015 in Mailand vertreten, wo der EU-Pavillon neben dem Thema Ernährung („*Den Planeten ernähren, Energie für das Leben*“) auch EYD2015-Bildmaterial zeigte.

Mit einem großen Stand auf dem Grand Place in Brüssel, der rund 5 000 Besucher anlockte, wurde das EYD2015 auch in die Feierlichkeiten zum 70. Geburtstag der UNO am 25. Oktober 2015 eingebunden.

3.4. Zusammenarbeit mit EU-Delegationen: ein Jahr voller Geschichten

Storytelling war das Herzstück der Kampagne. Mit über 150 Geschichten, erarbeitet von verschiedenen EU-Delegationen, wurde die konkrete Wirkung der EU-Entwicklungsarbeit auf das Leben der Menschen in den Partnerländern greifbar gemacht. Einfache Sprache wurde dabei kombiniert mit mitreißenden Erzählungen aus erster Hand und den wichtigsten Fakten über die positiven Ergebnisse der EU-Entwicklungshilfe. Die besten Geschichten wurden in 23 Sprachen übersetzt und in der Reihe „Geschichte der Woche“ auf der Website und in den sozialen Medien veröffentlicht. Der Großteil der restlichen Geschichten wurde in der jeweiligen Originalsprache veröffentlicht.

Aufgrund der Qualität der Geschichten und der positiven Resonanz wurden alle „Geschichten der Woche“ in einem eigenen Buch zusammengefasst. Die Publikation mit dem Titel „EYD2015: a Year of Stories“¹³ wurde bei der Abschlussveranstaltung

¹³ http://ec.europa.eu/europeaid/year-stories-european-year-development-2015_en

in Luxemburg, von den Vertretungen der Europäischen Kommission, den „Europe Direct“-Informationszentren und den EU-Delegationen in 23 Sprachen verteilt.

3.5. Innovative Kampagnen-Website

Die EYD2015-Website diente als Plattform zum Aufbau neuer Beziehungen zwischen der EU und ihren Entwicklungspartnern und ermöglichte eine echte interaktive Kommunikation. Zwar wurde sie von der Kommission eingerichtet und verwaltet, über ihre Inhalte bestimmten die Partnerorganisationen aber selbst. Über 200 akkreditierte Partner veröffentlichten Informationen über sich selbst, Veranstaltungen, Geschichten und andere Informationen in der Sprache ihrer Wahl. Darunter befanden sich 24 Mitgliedstaaten, 30 internationale Organisationen, 137 zivilgesellschaftliche, Nichtregierungs- oder Regierungsorganisationen sowie 9 Unternehmen aus der Privatwirtschaft.

Gemeinsame Betreuung der Social-Media-Konten

Die Arbeit mit sozialen Medien – Facebook und Twitter¹⁴ – war ein Erfolg für das EYD2015 und eine Investition in zukünftige Online-Kampagnen. Der EYD2015-Hashtag wurde über 330 000 Mal verwendet. Am öftesten wurde der Hashtag genutzt, als die Social-Media-Konten der GD DEVCO im Oktober 2015 vorübergehend von Jugendlichen übernommen wurden.

Eine der erfolgreichsten Aktionen war die Mitbetreuung der EYD2015-Konten in den sozialen Medien durch einen wöchentlich wechselnden Partner während des gesamten Jahres 2015; dabei war die Nachfrage so groß, dass die Anzahl der Wochen gar nicht für alle Partner ausreichte. Bei den Mitbetreuern handelte es sich um verschiedene Einrichtungen des öffentlichen Lebens, Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen. Die gemeinsame Betreuung der Konten trug zur Entstehung abwechslungsreicher Inhalte, der Nutzung bestehender Netzwerke und dem Aufbau neuer Partnerschaften bei.

3.6. Zusammenarbeit mit den Medien

Die Aufmerksamkeit der Medien auf Entwicklungszusammenarbeit zu lenken, war ein wichtiger Teil der Kampagne. Die Berichterstattung über das EYD2015 erfolgte EU-weit in verschiedenen Qualitätsmedien. Es erschien eine Reihe gut recherchierter Artikel, von denen einige das Motto des Jahres aufgriffen. Insgesamt wurde das EYD2015 in 3 914 Artikeln erwähnt. Im Rahmen von Presseseminaren und Briefings wurden die Journalisten regelmäßig von der GD DEVCO über die Kampagne informiert. Als Teil der Kampagne wurde eine Pressereise nach Tansania organisiert, um schon im Vorfeld zu COP21 auf das Thema Klimawandel aufmerksam zu machen.

4. VERMÄCHTNIS UND FOLLOW-UP DES EYD2015

Durch die EYD2015-Kampagne konnten die Partnerschaften im Bereich der entwicklungspolitischen Kommunikation gestärkt werden. Die Kommission wird weiterhin daran arbeiten, den Unionsbürgern das Thema Entwicklungszusammenarbeit näher zu bringen.

¹⁴ <https://twitter.com/eyd2015>

4.1. Vermächtnis des EYD2015

Im Rahmen einer feierlichen Zeremonie unterzeichneten das Europäische Parlament, der Rat und die Kommission am 9. Dezember 2015 in Luxemburg eine Gemeinsame Erklärung zum Europäischen Jahr für Entwicklung.¹⁵ Die gemeinsame Erklärung beinhaltet folgende Schlüsselemente:

- **Auf Partnerschaften aufbauen und neue Interessenträger über die Entwicklungsgemeinschaft hinaus einbeziehen:**

Die Netzwerke, die während des EYD2015 mit Mitgliedstaaten, Parlamenten, Regionen, der Zivilgesellschaft, der Privatwirtschaft, regionalen/lokalen Behörden, akademischen Instanzen und Forschungs-/Bildungseinrichtungen aufgebaut wurden, erwiesen sich im Hinblick auf die Nutzung von Synergien, die Organisation gemeinsamer Aktivitäten und den Erfahrungsaustausch als äußerst wirksam.

- **Junge Menschen ansprechen:**

Anstrengungen im Bildungssektor werden bis 2030 weiterhin eine wichtige Rolle spielen. Schülerinnen und Schüler sowie Studierende sollen sich sowohl das Wissen als auch die Fähigkeiten zur Förderung der nachhaltigen Entwicklung aneignen.

- **Die Menschen in den Mittelpunkt stellen:**

Der „Storytelling“-Ansatz war eine der beliebtesten Methoden, die globalen Herausforderungen und Anstrengungen im Alltag der Menschen zur Sprache zu bringen.

- **Interaktiv sein:**

Auf der Grundlage der äußerst interaktiven Gestaltung der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung wird der Dialog zwischen und mit den Interessenträgern weiterhin eine wichtige Rolle spielen.

- **Einen faktenbasierten Ansatz anwenden:**

Eine Kommunikationskampagne, die auf Fakten beruht, wird maßgeblich zum Erfolg der Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung beitragen.

- **Den Geist des Europäischen Jahres der Entwicklung wahren:**

Mit dem Motto des EYD2015 – *Unsere Welt, unsere Würde, unsere Zukunft* – können auch Botschaften der Agenda 2030 vermittelt werden.

4.2. Schlussfolgerung

Die Kommission begrüßt das positive Gesamtergebnis der unabhängigen Bewertung des EYD2015.¹⁶ Gleichzeitig erkennt sie an, dass die Schlussfolgerungen teilweise vor dem Hintergrund der Tatsache zu sehen sind, dass es bestimmte Einschränkungen bei der Datenerfassung gab und dass die Evaluierung sehr stark auf einer Umfrage unter

¹⁵ http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/declaration-eyd2015_en.pdf

¹⁶ Siehe Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen zur Umsetzung, den Ergebnissen und der Gesamtbewertung des Europäischen Jahres für Entwicklung 2015 (SWD(2016)286).

Interessenträgern basiert, die selbst Aktivitäten im Rahmen der Kampagne durchführten, was zu einer positiven Voreingenommenheit führen könnte.

Die Kommission begrüßt die Schlussfolgerungen der Evaluierungsstelle hinsichtlich der *Relevanz* und *Komplementarität* der Ziele und Aktivitäten. Im EYD2015 wurden Beiträge der EU und Mitgliedstaaten miteinander kombiniert, um eine ausgewogene Kampagne zu entwerfen, mit dem Ziel, in der Öffentlichkeit und vor allem bei jungen Menschen ein größeres Bewusstsein, Wissen und Verständnis zu erzielen. Die Vielfalt der Ziele und Zielgruppen erlaubte es den Mitgliedstaaten und anderen Partnern, ihre Botschaften besser an die eigenen Prioritäten und Interessen anzupassen. Andererseits wäre eine klarere Kommunikation bestimmter politischer Botschaften hilfreich gewesen, um die europäische Dimension bestimmter Inhalte zu unterstreichen. Die Kommission nimmt mit Zufriedenheit zur Kenntnis, dass die vermittelten Inhalte zur Entwicklungsarbeit durch den Storytelling-Ansatz für die einzelnen Zielgruppen relevanter wurden und dass bestimmte Aktivitäten im Rahmen der Kampagne – einschließlich solcher, die von internationalen Organisationen durchgeführt wurden – sich auf nationaler und europäischer Ebene ergänzten.

Die Kommission erkennt an, dass die Schlussfolgerungen hinsichtlich Effektivität und Wirkung miteinander verknüpft sind. Zwar gibt es keinen kausalen Zusammenhang zwischen der Kampagne und der laut Eurobarometer-Umfrage 2016 steigenden Anzahl von Befürwortern der Entwicklungsarbeit; angesichts der Menge der durchgeführten Aktivitäten und der neuen Zielgruppen, die nachweislich erreicht wurden, lässt sich jedoch annehmen, dass das EYD2015 durchaus zur Stärkung der öffentlichen und politischen Unterstützung der Entwicklungszusammenarbeit beigetragen hat. Die Online- und Social-Media-Strategie war besonders erfolgreich darin, die EU als globalen Player darzustellen und die Bürgerinnen und Bürger über die Entwicklungsarbeit der EU und der Mitgliedstaaten zu informieren. Die Kommission nimmt zur Kenntnis, dass die Öffnung der Website und Social-Media-Konten für Partner eine wirksame Methode war, Partnerschaften aufzubauen; der Schritt wäre schon zu einem früheren Zeitpunkt nützlich gewesen. In der Evaluierung werden auch die gute Berichterstattung der Medien über die Kampagne und die wirksame Zusammenarbeit aller wichtigen Akteure hervorgehoben.

Was die *Effizienz*, *Kohärenz* und den *EU-Mehrwert* der EYD2015-Aktivitäten betrifft, wurde das Partnerschaftsmodell als eine effiziente Methode betrachtet, die Organisationen der Entwicklungsgemeinschaft als Multiplikatoren, die Öffentlichkeit und insbesondere junge Menschen zu erreichen. Die Kommission nimmt zur Kenntnis, dass einige Partner die Anforderungen an die Überwachung und Berichterstattung als mühsam empfanden. Ferner nimmt die Kommission die Anregung der Evaluierungsstelle, dass dem EYD2015 mehr Personal und finanzielle Mittel zugewiesen hätten werden können, zur Kenntnis und legt diesen Bericht auf der Grundlage der für das Projekt verfügbaren Ressourcen und unter Berücksichtigung der allgemeinen Begrenzung personeller und finanzieller Ressourcen vor.

Was die *Nachhaltigkeit* der EYD2015-Aktivitäten betrifft, so schlussfolgert die Evaluierungsstelle, dass die Kampagne den Interessenträgern die Möglichkeit bot, neue Formen des Engagements auszuloten (insbesondere durch Storytelling), neue Werkzeuge einzusetzen und etwas über die Kommunikation mit neuen Zielgruppen zu lernen. Die Grundlagen für nachhaltige Ergebnisse wurden gelegt – unter anderem auch durch die Gemeinsame Erklärung; die Herausforderung wird nun darin liegen,

die durch den EYD2015 entstandene Motivation und Triebkraft aufrechtzuerhalten und die erforderlichen personellen und finanziellen Mittel zur Verfügung zu stellen.

Der neue weltweite Rahmen der UN-Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung und die SDG erfordern innovative und inklusive Kampagnen. Zukünftige Kampagnen werden von den Erfahrungen des EYD2015, den Kooperationsnetzwerken und der guten Praxis, die im Laufe des Jahres entwickelt und umgesetzt wurde, profitieren. Dank des EYD2015 konnte die EU ihre Kommunikation mit den europäischen Bürgern zum Thema Entwicklungszusammenarbeit deutlich verbessern.