

## **Antwort**

### **der Bundesregierung**

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Markus Frohnmaier, Dietmar Friedhoff  
und der Fraktion der AfD  
– Drucksache 19/20089 –**

### **Förderung der Initiative „Entwicklung wirkt!“ durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung**

#### Vorbemerkung der Fragesteller

„Entwicklung wirkt!“ ist eine Initiative der Hilfsorganisationen Brot für die Welt, Christoffel-Blindenmission (cbm), German Doctors, Kindernothilfe und Misereor (<https://www.entwicklung-wirkt.de/home>). Laut eigenen Angaben wird die Initiative vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) gefördert (ebd.).

Die Initiative fokussiert sich vor allem auf die Vermarktung des entwicklungs-  
politischen Engagements der genannten Organisationen mit Hilfe prominenter  
Fürsprecher („Testimonials“). Laut Medienberichten finanziert das BMZ zu  
75 Prozent die Kosten der Initiative (<https://www.horizont.net/marketing/nachrichten/ngo-kampagne-til-schweiger-jan-josef-liefers-und-gronkh-werben-fue-r-entwicklungshilfe-178331>).

1. Von wem und in wessen Auftrag wurde die Initiative „Entwicklung wirkt!“ entwickelt?

„Entwicklung wirkt!“ ist eine gemeinsame Themenkampagne der zivilgesellschaftlichen Organisationen Bischöfliches Hilfswerk MISEREOR e.V., Brot für die Welt – Evangelisches Werk für Diakonie und Entwicklung e.V., Christoffel-Blindenmission Deutschland e.V., German Doctors e.V. (Projektträger) und Kindernothilfe e.V., um in den sozialen Medien Facebook, Instagram, Twitter sowie YouTube und über unterschiedliche Webseiten unter Einbeziehung von elf unentgeltlich mitwirkenden Prominenten Wissen über die Wirksamkeit von Entwicklungszusammenarbeit zu vermitteln.

2. Welche Kosten wurden für die Initiative insgesamt veranschlagt, und wie setzen sich diese Kosten zusammen?

Die zuwendungsfähigen Gesamtausgaben des vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) geförderten Projektes wurden mit 1.992.861 Euro veranschlagt und setzten sich wie folgt zusammen:

- Mediabudget (Schaltkosten für Banner, Ads in digitalen Leitmedien, Suchmaschinenmarketing ): 606.900 Euro,
- Produktion der Spots: 302.810 Euro,
- Social Media-Redaktion (Erstellung der Website, Anzeigenformate etc.): 255.910 Euro,
- Konzept, Planung, Steuerung der Kampagne inkl. Medienarbeit: 278.460 Euro,
- Projektleitung, Personal- und Sachkosten der zivilgesellschaftlichen Organisationen: 330.982 Euro sowie
- sonstige Kosten (diverse Fremdkosten u. a. Technikausstattung, Hosting Website, Evaluation, Auftaktveranstaltung und Pressekonferenz, Reisekosten): 217.799 Euro.

Der Projektträger ist für die Umsetzung des Projektes verantwortlich.

3. Wie hoch ist der Finanzierungsanteil am Gesamtbudget der Initiative von BMZ, Brot für die Welt, cbm, German Doctors, Kindernothilfe und Misereor jeweils?

Die Finanzierungsanteile an den veranschlagten zuwendungsfähigen Gesamtausgaben des Projekts betragen:

- BMZ max. 75 Prozent,
- Brot für die Welt 5 Prozent,
- MISEREOR 5 Prozent,
- German Doctors 5 Prozent,
- Christoffel-Blindenmission 5 Prozent sowie
- Kindernothilfe 5 Prozent.

4. Nach welchen Kriterien wurden Unternehmen mit der Entwicklung und Umsetzung der Initiative betraut?

Der Zuwendungsbescheid an den Projektträger German Doctors e.V. wurde auf der Grundlage der §§ 23 und 44 der Bundeshaushaltsordnung (BHO) erteilt. Der Projektträger ist damit an alle im Bescheid genannten gesetzlichen Vorgaben und Auflagen gebunden.

5. Welche Unternehmen wurden mit welchen Aufgaben zu welchen Konditionen mit der Entwicklung und Umsetzung der Initiative betraut?

Für die Beauftragungen ist der Projektträger verantwortlich. Im Übrigen wird auf die Antwort zu Frage 4 verwiesen.

6. Welche konkreten Ziele verfolgt die Bundesregierung mit der Förderung der Initiative?

Die Bundesregierung hat die zivilgesellschaftliche Themenkampagne „Entwicklung wirkt!“ mit dem Ziel gefördert, mehr Menschen für die Entwicklungspolitik und ihre Ziele zu interessieren, die Erfolge der Entwicklungszusammenarbeit insgesamt noch stärker in die Breite der Gesellschaft zu tragen, auch neue Zielgruppen und insbesondere jüngere Menschen zu erreichen und für bürgerschaftliches Engagement in diesem Bereich zu werben.

7. Wer ist die Zielgruppe der Initiative?

Zielgruppe sind insbesondere (auch jüngere) Menschen, die hauptsächlich digitale Kommunikationswege nutzen. Darüber hinaus haben die fünf zivilgesellschaftlichen Organisationen Zielgruppen basierend auf der Typologie des Meinungsmonitors Entwicklungspolitik 2018 des Deutschen Evaluierungsinstituts der Entwicklungszusammenarbeit (DEval) für die Erfassung der Einstellungen in der deutschen Bevölkerung zur Entwicklungszusammenarbeit und nachhaltigen Entwicklung ([https://www.deval.org/files/content/Dateien/Evaluierung/Berichte/2018/Einstellungen\\_EZ\\_web\\_links.pdf](https://www.deval.org/files/content/Dateien/Evaluierung/Berichte/2018/Einstellungen_EZ_web_links.pdf)) definiert.

8. Wie viele Personen und Organisationen konnten insgesamt mit der Initiative erreicht werden?

Insgesamt wurde für die Initiative eine Bruttoreichweite von 220,9 Millionen Kontakten (inkl. Mehrfachkontakte) in den sozialen Netzwerken Facebook, Instagram, Twitter und YouTube sowie über die Webseite [www.entwicklung-wirkt.de](http://www.entwicklung-wirkt.de) gemessen. Eine Unterscheidung zwischen Personen und Organisationen wurde nicht vorgenommen.

9. Wie bewertet die Bundesregierung den Erfolg und die Resonanz der Initiative?

Wie kommt die Bundesregierung zu ihrer Wertung?

Die zivilgesellschaftliche Themenkampagne „Entwicklung wirkt!“ hat nach Einschätzung der Bundesregierung ihr Ziel erreicht, bei Menschen, die hauptsächlich digitale Kommunikationswege nutzen, für bürgerschaftliches Engagement zu werben. Sie hat innovative und für die Entwicklungszusammenarbeit neue und zeitgemäße Wege für die Vermittlung von Wissen über die Entwicklungszusammenarbeit und ihre Erfolge genutzt und insbesondere jüngere Menschen erreicht.

