

UDENRIGSMINISTERIET

DANIDA | DANMARKS
UDVIKLINGSSAMARBEJDE



EVALUERING AF KOMMUNIKATIONS- OG OPLYSNINGSDELEN AF OPERATION DAGSVÆRK

EVALUERING

2014.02



Evaluering af kommunikations- og oplysningsdelen af Operation Dagsværk

COWI

Februar 2014

© Udenrigsministeriet

Februar 2014

Udgivet af: Evalueringskontoret, Udenrigsministeriet

Forsidefoto: Operation Dagsværk

Grafisk produktion: BGRAPHIC

Tryk: Rosendahls-Schultz Grafisk

ISBN: 978-87-7087-788-6

e-ISBN: 978-87-7087-789-3

Evalueringsrapporterne kan rekvireres gratis fra evaluering.um.dk
eller fra danida-publikationer.dk

Evalueringen kan også downloades gennem Udenrigsministeriets hjemmeside um.dk
eller fra Evalueringskontorets hjemmeside evaluering.um.dk

Kontakt: eval@um.dk

Ansvar for evalueringsrapportens indhold, fremstilling og anbefalinger påhviler alene evalueringsholdet.
Evalueringsens konklusioner og tilkendegivelser er således ikke nødvendigvis i overensstemmelse med
Udenrigsministeriets synspunkter.

Indhold

Forkortelser	7
Ordforklaring	7
Resumé	8
Introduktion	8
Relevans	8
Effekt	8
Effekt for frivillige	9
Effektivitet	9
Anbefalinger	10
1 Introduktion	11
1.1 Formålet med evalueringen	11
1.2 Metode	11
1.3 Målgrupper og aktører	13
1.4 Evalueringsteamet	13
2 Operation Dagsværk	14
2.1 Baggrund, formål og målgrupper	14
2.2 Ledelse og organisation	14
2.3 Årscyklus	16
2.4 Valg af årets projekt og kampagne	16
2.5 Dagsværksdag/indsamling	17
2.6 Deltagelse i OD's aktiviteter	17
3 Beskrivelse af OD's kampagne	19
3.1 Valg af årets projekt	19
3.2 Undervisningsmaterialer	20
3.3 Lærerseminar	20
3.4 Kampagneaktiviteter på skolerne	20
3.5 Aktiviteter	21
3.6 Mediedækning	23
4 Relevans	24
4.1 Relevans af OD's formål	24
4.2 Relevans af OD's metode	24
4.3 Relevans for de deltagende elever	25
4.4 Relevans af kampagnematerialer og aktiviteter	25
4.5 Sammenfatning	26

5	Effekt af OD's kampagne	27
5.1	Påvirkning af eleverne	27
5.2	Hvilke oplysningsaktiviteter har størst effekt?	29
5.3	Dagsværkere og sekretariatsfrivillige	31
5.4	Mediedækningen	34
5.5	Partnerorganisationerne	35
5.6	Projekter afledt af Dagsværksidéen	35
6	Effektivitet	37
6.1	Organisatorisk effektivitet	37
6.2	Forholdet til de medvirkende skoler	38
6.3	Frivillige elever – dagsværkerne	39
6.4	Dagsværksdagen	39
6.5	Omkostningseffektivitet	40
6.6	Bæredygtighed	41
7	Konklusioner og anbefalinger	42
7.1	Konklusioner	42
7.2	Anbefalinger	44
	Bilag A: Terms of Reference	46
	Bilag B: Årscyklus for kampagnen	53

Forkortelser

<i>AT</i>	Almen studieforbereelse
<i>HF</i>	Højere Forberedelseskursus
<i>HHX</i>	Handelsgymnasium
<i>HTX</i>	Teknisk gymnasium
<i>NGO</i>	Non-governmental organisation / ikke statslig organisation
<i>OD</i>	Operation Dagsværk
<i>STX</i>	Det almene gymnasium

Ordforklaring

Elever eller *gymnasieelever* betegner deltagere i Operation Dagsværks (OD) kampagne, som for hovedpartens vedkommende er elever fra det almene gymnasium (STX) og HF. En lille gruppe elever fra 10. klasse, tekniske (HTX) og handelsgymnasier (HHX) har også deltaget i kampagnen.

Dagsværksdagen er den dag, hvor OD gennemfører en indsamling til fordel for årets projekt. Elever donerer frivilligt ”et dagsværk” til virksomheder eller private, svarende til fem timers arbejde og modtager 300 kr. til årets projekt.

Dagsværkere og *dagsværksgrupper* er elever, der er aktive i forbindelse med gennemførelse af informationsvirksomhed og kampagne på skolerne.

Indsamlere er elever, der samler penge ind eller arbejder på selve Dagsværksdagen.

Samtlige dagsværksgrupper har tilknyttet en *OD-kontaktelev*, som formidler gruppens kontakt med skolens ledelse og OD's sekretariat. De fleste gymnasier har en *OD-kontaktlærer*, hvis funktion er at støtte Dagsværksgruppen.

Kampagnen består af elevdrevne aktiviteter planlagt og udført af dagsværksgrupper på gymnasier og enkelte skoler. Den består desuden af kampagne- og undervisningsmaterialer, som er udarbejdet af frivillige på sekretariatet, samt fællestimer og/eller temadage med workshops, som frivillige på sekretariatet ligeledes står for.

Sekretariatsfrivillige eller *4.g'ere* er ulønnede fuldtidsfrivillige på OD's sekretariat. De er tilknyttet i et forårs- eller efterårssemester, hvor de henholdsvis forbereder og gennemfører kampagnen.

Resumé

Introduktion

Formålet med evalueringen er at undersøge, dokumentere og vurdere kommunikations-, oplysnings-, og kampagnedelen (herefter kampagnen) af Operation Dagsværk (OD) for at bidrage til den fortsatte kvalificering af denne indsats.

Evalueringen fokuserer på kampagnens fire hovedformål: i) Udvikling af undervisningsmaterialer; ii) afholdelse af fællestimer med oplæg; iii) afholdelse af temadage med workshops; og iv) andre elevbårne aktiviteter på gymnasier og HF. Indsamlingsdelen inddrages kun, hvor den er relevant for kampagnen.

Evalueringen har fulgt OD's aktiviteter fra august til december 2013 og har interviewet elever, frivillige dagsværkere og lærere på gymnasier, frivillige og ansatte på OD's sekretariat, tidligere sekretariatsfrivillige, og NGO'er, som har samarbejdet med OD om årets projekt.

Et centralt element i evalueringen er en e-survey, som blev besvaret af 3.557 elever, herunder 960 dagsværkere, samt 85 lærere. Ligeledes indgår en mindre e-survey med besvarelser fra 84 tidligere sekretariatsfrivillige.

Relevans

Kampagnens formål er bl.a. at bidrage til at "skabe forståelse for udviklingslandenes problemer og for betydningen af dansk deltagelse i det internationale udviklingssamarbejde". Det svarer til formålet med Danidas Oplysningsbevilling.

Kampagnen er tilrettelagt, så den vækker gymnasieelevers nysgerrighed om globale problemstillinger og så de kan stifte et, omend begrænset, bekendtskab med ulandstemaer. Emner, som eleverne ellers sjældent møder i deres gymnasieforløb.

Kampagnen lægger op til, at eleverne tager stilling til, om de vil deltage i frivillige aktiviteter på skolerne og i en indsamling – Dagsværksdagen – til fordel for et projekt i et udviklingsland. Processen styrker skolernes elevdemokrati og træner elever i at give deres meninger til kende.

Effekt

OD gennemfører hvert år en landsdækkende kampagne, der formår at nå ud til op imod 60.000 elever og engagere mere end 20.000 elever til aktivt at gå ud og samle 4-6 mio. kr. ind til et udviklingsprojekt. Det er i sig selv en betydelig bedrift med stor effekt at nå så vidt ud.

Årets kampagne 2013 levede op til formålet med at vække nysgerrighed om udviklingsproblematikker blandt de deltagende elever: Tre ud af fire fandt, at oplysningskampagnen havde nuanceret deres syn på udviklingsbistand og på at deltage i frivillige aktiviteter.

Undervisningsmaterialet var af høj kvalitet, men svært at passe ind i undervisningsplanerne i 2. og 3.g/2. HF. Flere lærere pegede på, at materialet skal målrettes 1.g/1. HF, hvis det skal kunne

anvendes. Samtidig er OD i konkurrence med aktuelle temaer, som prioriteres højt, f.eks. kommunalvalget i november 2013. Det begrænser mulighederne for at anvende materialerne i undervisningen yderligere, at så få lærere deltager i OD's *lærerseminarer*.

Fællestimen – en én times sammenfatning på skolerne om OD og kampagnen – var det mest effektfulde og mest udbredte element i kampagnen (der blev afholdt mere end 100 fællestimer). Fællestimen er afgørende for, at eleverne forstår årets projekt og tema, at de kan identificere sig med målgrupperne for projektet, og at de bliver motiveret for at deltage i indsamlingen. De fleste elever kunne huske budskaberne fra fællestimen 1-2 måneder efter fællestimen. Det vidner om en betydelig effekt af fællestimen.

På 20 skoler blev der arrangeret hele *temadage* med otte workshops, som fokuserede på årets tema og på at skabe aktive medborgere. De fleste elever, og i særdeleshed lærerne, fandt, at temadagen med fordel kunne have fokuseret mere på årets tema. Den beskedne brug af temadage betyder, at effekten er begrænset.

OD's *kampagnemateriale* var professionelt udført og – gennem de elevbårne aktiviteter – passede godt til målgruppen. Næsten halvdelen af de adspurgte elever lagde mærke til materialet og tænkte over budskabet. Langt de fleste havde set materialerne på skolen, mens knap halvdelen havde set dem på de sociale medier.

Samlet set havde elevaktiviteter, fællestimen og kampagnematerialet den største gennemslagskraft, mens der kun kunne spores en beskedne effekt af indsatsen på temadagene og næsten ingen effekt af OD's undervisningsmaterialer. En særlig udfordring er, at kampagnen ikke fortæller om hvad der er kommet ud af de tidligere års projekter. Det ville styrke troværdigheden af kampagnen og dermed OD's gennemslagskraft, hvis disse resultater blev præsenteret for såvel elever som presse.

Effekt for frivillige

De aktive dagsværkere på skolerne har et særligt udbytte af at deltage i kampagnen, både hvad angår læring om udviklingstemaer, og hvad angår en række generelle organisatoriske kompetencer. Det gælder i endnu højere grad sekretariatsfrivillige, som senere hen i livet anvender de erhvervede kompetencer i mange sammenhænge og gør brug OD-relaterede netværk bl.a. ved jobsøgning.

Effektivitet

Overordnet set betragter evalueringen OD som en uhyre effektiv organisation. OD's frivillige organisationsform, som hele tiden tilføres nye og energiske unge ressourcer, er organisationens helt store styrke.

Det gøres for et samlet budget på omkring 2 mio. kr. Det er uhørt billigt og kan kun lade sig gøre på grund af det meget beskedne sekretariat med kun to fuldtidsansatte og 5-6 studenter og en massiv satsning på frivilligt engagement og arbejdskraft.

OD formår at blive ved med at være attraktiv for danske NGO'er, som konkurrerer om årets projekt ved at levere et kampagne-klart projekt til OD. Dels fordi der bliver samlet

penge ind til et konkret projekt, dels fordi disse penge indgår i organisationens egenfinansiering, som er vigtig når der søges om bistandsmidler, og endelig fordi OD når ud til en stor en målgruppe af gymnasieelever, som det ellers er svært for organisationerne at nå.

Den pressede tidsplan og den store brug af frivillige bevirker, at der er meget lidt tid og kapacitet til at stoppe op og vurdere, om kampagnen har de rigtige prioriteter og om den når sine mål. Den manglende anvendelse af undervisningsmateriale og timingen for udgivelse af materialerne er eksempler på dette (se afsnit 6.2).

Anbefalinger

Evalueringen har følgende hovedanbefalinger til OD:

- Kampagnen bør bevare sin unikke ung-til-ung formidling af udviklingsproblematikker og organisation, der bygger på en omfattende frivillig indsats.
- Oplysningselementet i kampagnen bør styrkes overfor eleverne, med større fokus på de konkrete ulands- og globale udfordringer i årets projekt. Undervisningsmateriale og form bør nytænkes, så det i højere grad tilpasses 1.g./1. HF og undervisningsformer, hvor materialerne har en realistisk mulighed for at blive anvendt. Timingen bør tilpasses gymnasiets planlægningskalender.
- OD bør undersøge, om gymnasielærerne i højere grad kunne medvirke til at undervise i årets tema og sætte oplysning om udviklingsproblematikker på skemaet. OD bør også undersøge, om lærerne gennem deres faglige foreninger kunne medvirke aktivt til at skabe interesse for OD's kampagne. Det kunne ske gennem, at OD går i dialog med lærernes faglige foreninger.
- For at styrke troværdigheden af OD og illustrere, hvad de indsamlede penge går til, bør kampagnen oplyse om fremskridt og resultater af de forgående års projekter.

Se kapitel 7.2 for en udbygning af anbefalingerne.

1 Introduktion

1.1 Formålet med evalueringen

Danidas Evalueringskontor er opdragsgiver på denne evaluering i samarbejde med kontoret, der administrerer Danidas Oplysningsbevilling. Formålet med evalueringen er at undersøge, dokumentere og vurdere kommunikations-, oplysnings-, og kampagne-delen (herefter kampagnen) af Operation Dagsværk (OD) for at bidrage til den fortsatte kvalificering af denne indsats.

Evalueringen fokuserer på kampagnens fire hovedaktiviteter: i) Udvikling af undervisningsmaterialer; ii) fællestimer med oplæg; iii) temadage med workshops; og iv) elevbårne aktiviteter på gymnasier og HF.

Evalueringen inddrager kun indsamlingsdelen på Dagsværksdagen i det omfang, at det har en betydning for kampagnen. De aktiviteter, der støttes med de indsamlede midler via en dansk NGO, indgår ikke i evalueringen.

Metodisk fokuserer evalueringen på OD's *relevans* for målgrupper og indsats, kampagnens *effekt* og omkostningseffektivitet. Det belyses, hvilke indsatser der gennemføres; om de er hensigtsmæssigt tilrettelagt, samt i hvilket omfang, hvordan og hvorfor indsatserne informerer og skaber bevidsthed om de udviklingsproblemstillinger og udfordringer, som unge i de involverede lande står overfor.

Se Terms of Reference, bilag A, for yderligere beskrivelse af evalueringsopgaven.

1.2 Metode

Følgende metode er anvendt i dataindsamling og analyse:

Desk studie. Gennemgang af OD's mandat og retningslinjer, selvevalueringer og surveys udarbejdet af OD fra 2010 og 2012, OD statistikker, der samler op på presseomtale fra 2011, artikel om arbejdet med frivillige,¹ kampagne- og undervisningsmateriale, webtrafik og downloadhistorik fra www.od.dk, projektbeskrivelser og revisionsrapporter fra 2010, mv. Data er tilgængelige på www.od.dk eller i OD's arkiv.

Interviews. Kvalitative én-til-én og fokusgruppeinterview med i alt 75 deltagere fra samtlige målgrupper for evalueringen: Elever (46), dagsværkere (12), rektorer, vice-rektorer og kontaktlærere (10). Dertil kommer interviews med nuværende og tidligere OD kampagne- og sekretariatsledere, nuværende og tidligere sekretariatsfrivillige og samarbejdspartnere (Cross Cultures og IBIS). Elever blev udvalgt efter tre kriterier: Deltagelse i fællestimen, deltagelse i workshops på temadagen og deltagelse i dagsværksgruppe.

1 Arbejdet med frivillige i Operation Dagsværk, *Unge Muligheder – en antologi om unges frivilliges muligheder i en ulige ungdomskultur*, Rune Norstrøm Pedersen, Sekretariatsleder OD, 2013.

Deltagerobservationer i forbindelse med:

- 12 fællestimer og seks temadage på 11 skoler² udvalgt i samarbejde med OD's sekretariat ud fra geografi, aktivitetsniveau (høj eller lav) og elevernes opland (by/landdistrikt).
- OD aktivitetsweekend, med deltagelse af 120 dagsværkere og elever.
- OD lærerseminar, med deltagelse af 20 lærere.
- OD generalforsamling (via Skype), hvor fire NGO'er præsenterede deres projekt i konkurrencen om at blive næste års projekt/tema.

Spørgeskemaundersøgelse. Der er foretaget en papirbaseret survey (*Enquete*) og to internet-baserede surveys:

Enquete:

Spørgeskema uddelt til elever umiddelbart efter en fællestime. Der blev indsamlet besvarelser fra 995 elever på otte gymnasier. Der deltog i gennemsnit 350 elever i hver fællestime. Det giver en gennemsnitlig svarprocent på 36 %.

E-surveys

Udsendt til de 148 gymnasier, som afholdt OD-fællestime i 2013, og som blev bedt om at videreformidle skemaerne til eleverne via deres intranet, Lectio. Invitationen blev ligeledes formidlet til OD kontaktelever på alle gymnasier, som blev opfordret til at videresende linket til de frivillige dagsværkere.

Der indkom i alt 3.710 besvarelser fra 99 gymnasier og skoler indenfor svarfristen på 14 dage. Heraf var der 960 besvarelser fra dagsværkere, 2.665 besvarelser fra andre elever og 85 besvarelser fra lærere.³ Med så mange dagsværkere er denne gruppe overrepræsenteret i undersøgelsen, hvilket giver en skævhed i forhold til at generalisere resultaterne for alle gymnasieelever. Frem for at vægte de samlede resultater i undersøgelsen med en anslået vægt, er de blevet opdelt i svar kategorierne "elever" og "dagsværker", hvor det er relevant, så de dermed ikke "forurener" hinanden.⁴

2 Fjerritslev Gymnasium, Nordjylland; Flakkebjerg Efterskole, Slagelse; Hasseris Gymnasium, Nordjylland; Københavns Åbne Gymnasium; Marie Kruse Gymnasium, Farum (1.g og 2-3 g.); Roskilde HF og Gymnasium; Roskilde HTX; Skt. Knuds Gymnasium, Odense; Varde Gymnasium; Paderup Gymnasium, Østjylland; Rosborg Gymnasium, Vejle samt besøgt Rødkilde gymnasium, som har fravalgt OD.

3 3.577 plus 85 (antallet af lærere) giver i alt 3.662 og adderer ikke op til de 3.710 besvarelser, som i alt er indkommet. Grunden er, at nogle respondenter er filtreret ud af surveyen. Dette sker, hvis en respondent har svaret "nej" eller "ved ikke" på spørgsmålet, om der har været afholdt en OD-fællestime på deres gymnasium. Eller hvis en respondent har svaret "ingen af overstående" på spørgsmålet, om de er elever, dagsværkere eller undervisere. Til trods for dette, tæller respondenterne stadig med, men vil ikke have modtaget flere spørgsmål. Det mindsker dermed ikke kvaliteten af survey'et.

4 Dagsværkerne udgør anslået 1-2 procent af det samlede elevtal. Med et så lavt antal betyder det reelt, at dagsværkernes besvarelser forsvinder i det samlede billede ved en vægtning af resultaterne.

80 % af besværelserne kom fra 35 gymnasier, svarende til 23 pct. af det samlede antal gymnasier, der afholdt OD i 2013.⁵ Intervallet af respondenter fra de 35 gymnasier svinger fra 43 til 182 elever, dagsværkere og lærere. Det formodes på den baggrund, at fire ud af fem respondenter har modtaget surveyen via Lectio.

Udsendt via Facebook til tidligere sekretariatsfrivillige for at afdække den langsigtede effekt af deres deltagelse i OD. Der indkom 84 besværelser via de sekretariatsfrivilliges Facebook-gruppe, som tæller 288 medlemmer.

For en uddybning af metode og en både uddybet og koncentreret fremstilling af resultaterne af survey, se venligst *Resultater fra surveyundersøgelse blandt gymnasier og skoler, der deltog i operation Dagsværk i 2013*, dateret 19.02.2014.

1.3 Målgrupper og aktører

Evalueringen skelner mellem forskellige målgrupper for og aktører i OD's arbejde. De er angivet i tabel 1.

Tabel 1 Målgrupper og aktører

Elever	1, 2. og 3.g fra STX (langt største gruppe) og HTX, 1.og 2. HF og 9-10 klasse (ganske få).
Dagsværkere	Elever, der leder og organiserer kampagnen på deres skole. Omfatter typisk 5-20 elever per skole. Tallet stiger tættere på Dagsværkdagen.
Indsamlere	Elever, der er ude og arbejde for eller samle ind på Dagsværksdagen.
Sekretariatsfrivillige	Unge "4.g.'er", der frivilligt arbejder på OD's sekretariat, typisk i et halvt år. De forbereder og/eller gennemfører kampagnen. I alt ca. 24.
Rektorer, OD-kontakt-lærere og lærere	STX, HTX, 1.og 2. HF og 9-10 klasse, som over årene har dækket mange forskellige fag.

1.4 Evalueringsteamet

Evalueringsteamet udgjordes af Birgit Lindsnæs, teamleder, magister i antropologi og ekspert i menneskerettigheder og organisationsudvikling. Camilla Rosengaard, kommunikationskonsulent og kandidat i antropologi. Rolf Kromann, survey specialist og kandidat i sociologi. Henrik Brade Johansen og Niels Eilschow Olesen, evalueringseksperter, har bistået med redigering og kvalitetssikring. Benjamin Bertelsen, bachelor i erhvervs og politiske studier, var tilknyttet projektet som praktikant og assistent, og bidrog bl.a. til gennemførelsen af de to surveys.

Teamet vil gerne takke Udenrigsministeriet, OD og de tolv besøgte gymnasier og skoler for stor imødekommenhed og hjælpsomhed med at fremskaffe informationer og dokumentation, organisere møder og interviews og for at dele deres synspunkter og erfaringer med teamet.

5 Der var i 2012 147 gymnasier i Danmark, der afholdte en fællestime eller arrangerede en indsamling i forbindelse med OD. Der var i 2012 199 institutioner som falder under Statistikbankens betegnelse for en almen gymnasial uddannelse.

2 Operation Dagsværk

2.1 Baggrund, formål og målgrupper

OD er en oplysnings- og solidaritetsforening, som blev oprettet i 1985 af elever på danske ungdomsuddannelser. OD ser sig selv som en central aktør i kommunikationen om udviklingssamarbejde og udviklingslande i forhold til ungdomsuddannelser og gennemfører hvert år en oplysningskampagne om et projekt i et udviklingsland.

OD's formål er ”at styrke solidariteten mellem de fattige og undertrykte dele af verden og elever på de danske gymnasiale uddannelser, HF og 8.-10. klasser, samt oplyse, sikre en stillingtagen og øge forståelsen for, at forandring kun opnås gennem handling”.

OD tager i sin formålsbeskrivelse udgangspunkt i, ”at de danske ungdomsuddannelser skal uddanne globale verdensborgere, som ikke blot har kompetencer til at se på og analysere verden, men som også er i stand til at handle i den – både lokalt og globalt”. Formålsbeskrivelsen omfatter tre delmål:

- At hjælpe børn og unge i hele verden til deres ret til en grundlæggende uddannelse for at sætte dem i stand til at deltage som aktive medborgere i det samfund, de lever i.
- At supplere denne viden med konkrete redskaber til at handle imod både lokale og globale uretfærdigheder.
- At øge skolernes elevdemokrati og træne eleverne i at tilkendegive og argumentere for deres meninger offentligt og undervise dem i foreningsdannelse og organisering af arrangementer.

Dette er baggrunden for, at danske elever hvert år – frivilligt – giver en dag af deres skoletid, for at børn og unge andre steder i verden kan få en uddannelse.

Den *primære målgruppe* for kampagnen er gymnasieelever, først og fremmest fra STX på det almene gymnasium. Der deltager i mindre grad elever fra HTX, HF, handelsskole, og de ældste klasser i enkelte folkeskoler og efterskoler.

En *sekundær målgruppe* er de dele af befolkningen, som elever møder på arbejdspladser og i forbindelse med indsamlingen på Dagsværksdagen.

2.2 Ledelse og organisation

OD har fire centrale ledelsesniveauer. De følger et sæt vedtægter og arbejdspapirer, som revideres af den nyvalgte bestyrelse og vedtages på generalforsamlingen.

- *Generalforsamlingen* kaldet ”stormødet”, finder sted i november/december. Her mødes elever fra de dagsværksgrupper, der er tilmeldt kampagnen. Generalforsamlingen vælger hvert år en ny bestyrelse, som udelukkende består af elever, samt næste års projekt.

- *Bestyrelsen*, som består af elever fra 12 skoler. Bestyrelsen vælges blandt de deltagende elever på generalforsamlingen/stormødet for et år ad gangen. Der vælges ikke en bestyrelsesformand, da eleverne ønsker at fastholde en flad struktur. Sekretariatslederen er ansat af bestyrelsen til at forestå den daglige drift af sekretariatet.
- *Landsrådet*, som organiserer et årligt distriktsseminar, hvor første skridt i projektudvælgelsen finder sted, så ansøgerfeltet indsnævres til fire projekter/ansøgerorganisationer.
- *Sekretariatet* består af 12 fuldtidsfrivillige, to fuldtidsansatte, en sekretariatsleder og en kampagneleder, fem-seks deltidsansatte studenter og en ansat med løntilskud. De frivillige er tilknyttet sekretariatet i et forårs- eller et efterårssemester, mens der er ganske få, som er tilknyttet i et helt år. Sekretariatslederen kan maksimalt være ansat i tre år. De foregående kampagneledere har været ansat et eller to år ad gangen. Det sikrer et ungt team, men udfordrer i nogen grad også kontinuiteten. Flere interviewpersoner har derfor foreslået, at både sekretariats- og kampagnelederen som udgangspunkt ansættes for tre år.

Selve planlægningen af årets kampagne, udarbejdelse af undervisningsmateriale, oplæg til fællestimer og temadage forestås af de frivillige på sekretariatet i samarbejde med kampagnelederen. Studenterne er it-, hjemmeside-, projekt- og regnskabsansvarlige og varetager således vigtige funktioner.

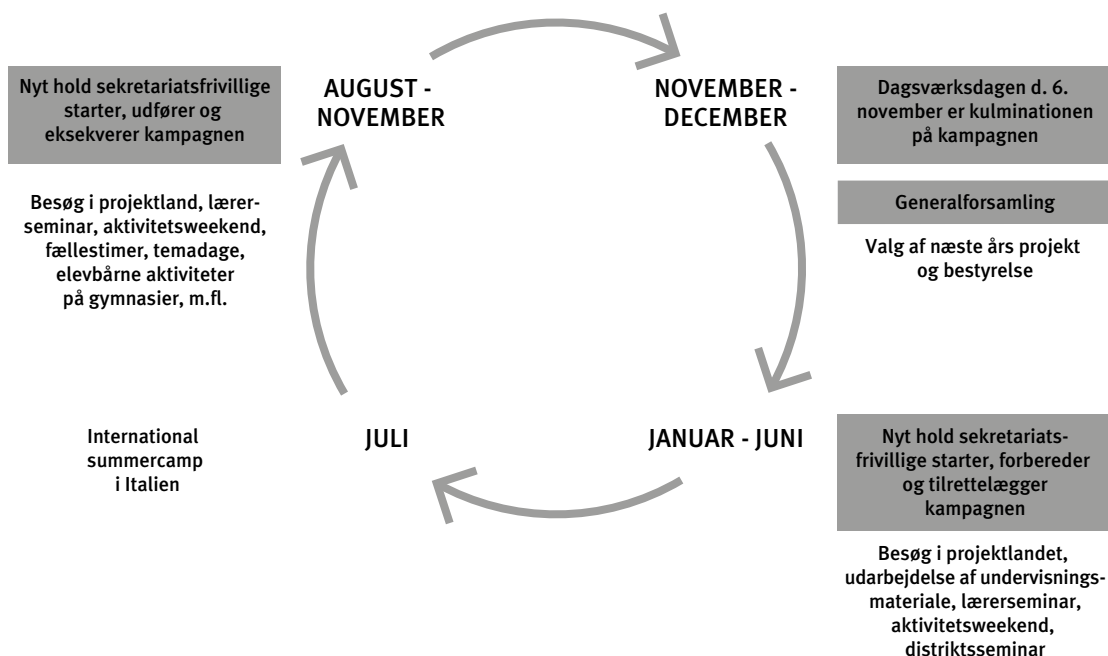
Sekretariatet er centrum for organisering og forberedelse af udvælgelsen af årets projekt og for forberedelse af den valgte kampagne i samarbejde med årets projektorganisation. Sekretariatet står for vedligeholdelse af OD's hjemmeside, hvor stort set alt materiale, der vedrører OD, uploades, og leverer også input til sociale medier og pressekontakt i forbindelse med Dagsværksdagen. Endelig organiserer sekretariatets frivillige møder og temadage og står for generel administration og fundraising.

Ude på skolerne er det dagsværkerne, som fuldt og helt organiserer samtlige aktiviteter, inklusive kampagne og Dagsværksdag på baggrund af løbende input fra sekretariatet. Skolernes rektor, vice-rektor og/eller kontaktlærer bidrager med moralsk støtte til arrangementer og i større eller mindre omfang organisatorisk støtte til afholdelse af fællestime og eventuelle workshops på temadagen.

Dagsværksgrupperne på skolerne skal tilslutte sig OD's formål og årets projektaktivitet samt udpege en repræsentant som bindeled til sekretariatet. Samtidig er de uafhængige af bestyrelsen og sekretariatet, når de lokalt tilrettelægger, hvilke aktiviteter de ønsker at gennemføre.

2.3 Årscyklus

Kampagnen kører i en fast årscyklus, som starter, før det forudgående års kampagne og centrale registrering og indbetaling af de indsamlede penge er afsluttet.⁶ Hovedelementerne i årscyklus for kampagnen i 2013 er beskrevet i følgende model:



En beskrivelse af årscyklus for kampagnen er vedlagt i bilag B.

2.4 Valg af årets projekt og kampagne

OD vælger hvert år et nyt projekt, som er udviklet af en dansk NGO i samarbejde med en eller flere partnere i et udviklingsland. Det skal altid være et uddannelsesrelateret udviklingsprojekt. OD bekendtgør kriterier og tidsfrist for at søge om årets projekt på sin hjemmeside. Herefter forbereder sekretariatet den proces, der fører til, at projekterne kan shortlistes. Den første projektudvælgelse sker på distrikts-seminaret i foråret, mens den endelige udvælgelse sker ved, at fire udvalgte NGO'er præsenterer deres projekter på generalforsamlingen i november/december. Her får eleverne lejlighed til at stille spørgsmål og debattere projekterne for derefter at vælge et projekt ved en skriftlig afstemning.

Det valgte projekt gennemføres i princippet over en treårig periode af de udvalgte lokale partnere og tilses af den danske NGO-partner. I praksis løber projekterne 4-5 år. Bestyrelsen har nedsat en projektopfølgingsgruppe, som overvåger, hvordan partnerorganisationerne gennemfører projektet, samt rådgiver bestyrelsen i beslutninger om udbetalinger, mv.

⁶ Endvidere bliver der ifølge sekretariatet erfaringsmæssigt løbende indbetalt (en mindre del) indsamlede penge i det efterfølgende indsamlingsår.

2.5 Dagsværksdag/indsamling

På Dagsværksdagen udfører frivillige elever på landets aktive OD-gymnasier et ”dagsværk” og indsamler penge til årets projekt.

Ude på skolerne er det dagsværksgrupperne, som forestår indsamlingen og mobiliserer de øvrige elever. Dagsværksgrupperne står for udlevering af arbejdskort og ID-nummer til eleverne, modtagelse af penge og efterfølgende bankoverførsel til OD-sekretariatet. Nogle dagsværksgrupper formidler kontakt til lokale virksomheder og privatpersoner for at skaffe arbejdspladser for en dag til elever. Desuden afholder dagsværksgrupperne ofte et socialt arrangement på selve dagsværksdagen, efter at eleverne har afsluttet deres arbejde eller indsamling.

Eleverne får udleveret et arbejdskort med et identitetsnummer og skal i princippet som minimum udføre fem timers arbejde med en mindstebetaling på 300 kr. for at undgå, at de unge bliver underbetalt. Eleverne kan også vælge at gå med raslebøsse eller optræde med sang og musik. Her er der ingen minimumsgrænse.

2.6 Deltagelse i OD's aktiviteter

Tabel 2 giver overblik over deltagelsen i OD i 2010-2012 og foreløbigt overblik over 2013.⁷ Det omfatter kampagne og/eller indsamling, skolemedlemsskaber, antal elever fra dagsværksgrupper, der deltog i aktivitetsweekend for at forberede kampagnen på skolerne, (skole) dagsværksgrupper, som har fået støtte fra sekretariatet til at vokse (”vokseværksgrupper”), skønnet antal elever, som deltog i dagsværksgrupperne, antal fællestimer og temadage solgt til skolerne, skønnet antal elever, som deltog i kampagnen, antal registrerede indsamlere og indsamlingsresultater.

Antallet af deltagende skoler og elever har ligget stabilt på ca. 150 fra 2010-2013, men aktiviteterne og deltagelsen varierer fra år til år og fra gymnasium til gymnasium – afhængig af dagsværksgruppernes ambitions- og aktivitetsniveau. De fleste skoler sender én, sjældent flere, repræsentanter til aktivitetsweekenden.

Sekretariatet skønner, at der i gennemsnit er ca. 11 aktive dagsværkere per skole.

Antallet af fællestimer svinger også fra år til år og nåede et højdepunkt på 120 i 2011, som også er det år, hvor der skete flest downloads fra od.dk (se kapitel 3.2).

Endelig bidrager frivillige fra OD's sekretariat til, at der i gennemsnit afholdes 20 temadage om året på landets gymnasier.

⁷ OD har endnu ikke resultatet af indsamlingen for 2013.

Tabel 2 Statistik

	2010	2011	2012	2013*
Gymnasier ⁸ , mfl., med OD aktivitet	147	144	150	148
Skolemedlemsskaber	136	135	138	133
Antal deltagere, aktivitetsweekend	-	-	121	135
Dagsværksgrupper **	140	140	140	140
Elever aktive i dagsværksgrupper ***	1.600	1.600	1.600	1.600
Antal fællestimer solgt	95	120	92	107
Temadage, inkl. 6-8 workshops	20	21	19	20
Antal registrerede indsamlere ⁹	22.000	22.000	19.500	21.500
Elever der har været eksponeret for OD-aktiviteter, temadage etc. (skøn) ¹⁰	59.000	61.000	66.000	-
Antal gymnasieelever, totalt i DK ¹¹	80.000	85.000	88.000	-
Indsamlingsresultat, i alt i kr.	6,5 mio.	6,2 mio.	4,4 mio.	_12

Kilder: Revisionsrapporter; OD's sekretariat. * Tallene for 2013 er foreløbige. ** Antal dagsværksgrupper stemmer nogenlunde overens med antal gymnasier og skoler, der har dagsværksaktivitet.

*** Tallet er anslået, men ligger nogenlunde stabilt år for år.

8 I 2013 var der ca. 200 gymnasier og HF i Danmark

9 Der er indsamlere, som ikke når at blive registreret, men som faktisk indsamler penge til OD. Omvendt er der indsamlere, der er registrerede, men som ikke når op på at indsamle de 300 kr., som officielt er minimumsbeløbet

10 Estimeret ved at tage antallet af elever for de enkelte år, multiplicere med antal deltagende gymnasier og dividere med det samlede antal gymnasier Danmark.

11 Data er hentet fra statistikbanken og ikke opdateret for 2013. Bemærk at antallet af gymnasieelever er steget i evalueringsperioden.

12 Det endelige indsamlingsresultat kendes først i februar-marts 2014

3 Beskrivelse af OD's kampagne

OD's kampagne omfatter en række udadvendte aktiviteter, der er målrettet skoler og presse. I det følgende beskrives disse aktiviteter, og de analyseres ud fra deres evne til at motivere skolerne og eleverne til at lære om årets projekt, udviklingslande og globale emner mv.

3.1 Valg af årets projekt

Tabel 3 viser de sidste fire års projekter og samarbejdspartnere.

Tabel 3 Projekter 2010-2013

År	Land	Formål	Tema	Samarbejdspartner
2013	Sierra Leone	Uddannelse af 300 unge "mine watchers" ¹³ til at gennemføre oplysningskampagne; produktion af skolebog; kurser til 150 skolelærere	Udvinding af diamanter og skatteunddragelse	IBIS
2012	Irak	Etablering af en ungdomsbevægelse og lokale foreningsaktiviteter	Fodbold, gadesport og klubber i lokalsamfundet	Cross Cultures
2011	Peru	Uddannelse for oprindelige folks børn og unge som er tilpasset deres kultur og indeholder miljøspørgsmål	Fortalervirksomhed i forhold til oliekonfliktens konsekvenser for oprindelige folk	IBIS
2010	Myanmar	Adgang til uddannelse i Karen staten ved grænsen til Thailand	Målgruppe: flygtninge og migranter	Folkekirkens Nødhjælp

Projekterne løber som udgangspunkt over en treårig periode (i praksis længere) og igangsættes året efter, at et projekt har været årets kampagne. De enkelte års kampagner fokuserer udelukkende på årets projekt og oplyser ikke om, hvilke aktiviteter og resultater tidligere års projekter har nået. Sådanne oplysninger kan dog findes på OD's hjemmeside.

For 2014 har OD valgt at støtte et projekt om hjælp til seksuelle mindretal i Kenya, der skal gennemføres af organisationen Sex og Samfund.

13 En "mine watcher" er en ung person, der skal uddannes af projektet til at holde et vågent øje med diamanthandelen i Sierra Leone. De unge skal rustes til at kræve deres retsmæssige andel af overskuddet fra diamanthandelen. www.od.dk/sierraleone

3.2 Undervisningsmaterialer

Efter en studietur til det udvalgte projektland udarbejder de nye frivillige på sekretariatet undervisningsmaterialer om årets projekt i løbet af forårssemesteret. Det sker i et samarbejde med faglærere, eksperter og partnerorganisationen, så det passer til et gymnasialt undervisningsforløb. Derimod har lærerne og deres organisationer ikke været inddraget.

I 2013 var undervisningsmaterialerne målrettet AT (almen studieforbereelse), engelsk, historie, naturgeografi og samfundsfag; i 2012 var de målrettet psykologi, dansk, mediefag, religion og historie/samfundsfag/engelsk som en samlet blok; i 2011 biologi, naturgeografi, samfundsfag og spansk; og i 2010 historie og engelsk. Materialerne fra 2012 er ikke at finde på OD's hjemmeside.

Tabel 4 viser, at der er downloadet langt færre undervisningsmaterialer i 2013 og 2012 end i 2011. Det skyldes, ifølge tidligere sekretariatstilknyttede, især at kampagnematerialet i 2011 blev uploadet en måned tidligere end de andre år (maj i stedet for juni), dels muligvis, at der i 2011 indgik materiale, som kunne anvendes i spanskundervisningen. Ved først at udsende materialet i juni kommer OD for sent i forhold til skolernes planlægningskalender.

Tabel 4 Unikke downloads af undervisningsmaterialer

År	2011	2012	2013
I alt:	6.936	1.673	1.995
- Sierra Leone	-	-	1.877
- Irak	-	1.423	29
- Peru	6.936	250	89

3.3 Lærerseminar

Lærerseminarerne tager udgangspunkt i de udarbejdede undervisningsmaterialer.

I 2011, 2012 og 2013 deltog der henholdsvis 32, 41 og 29 lærere i seminaret, heraf en del gengangere fra tidligere år. Den beskedne deltagelse vidner om en begrænset spredningseffekt og en manglende prioritering af ulandsstof i gymnasiet.

3.4 Kampagneaktiviteter på skolerne

Fire ud af fem elever og dagsværkere angiver, at de har set kampagnematerialerne, to tredjedele siger, at de har deltaget i fællestimen, mens det kun er hver tredje elev, der har oplevet, at kampagnen blev inddraget i undervisningen. Selvom disse tal må tages med et vist forbehold, fordi de elever, der har valgt at besvare survey'en sandsynligvis er mere end gennemsnitligt interesserede og engagerede, så tegner de gennemførte interviews, der var udvalgt tilfældigt, dog samme billede.

Det fremgår af tabel 5 nedenfor, at langt de fleste elever har deltaget i fællestimen og set OD's kampagnemateriale. Andelen er højst for 1. år/1.g samt 10. klasserne og lidt lavere for de højeste klasser. Derimod er det kun et mindretal af eleverne fra gymnasierne, som har talt om kampagnen i forbindelse med undervisningen.

Tabel 5 Elevdeltagelse i kampagneaktiviteter på skolerne

	Elever, der har deltaget i fællesoplæg fra OD i 2013	Elever, der har set OD's fysiske kampagnematerialer	Elever, der har talt om OD i forbindelse med undervisningen
10. klasse	78 %	100 %	80 %
1. år (1.g/1. HF)	81 %	83 %	41 %
2. år (2.g/2. HF)	70 %	82 %	32 %
3. år (3.g)	59 %	83 %	24 %
I alt	71 %	82 %	33 %

3.5 Aktiviteter

De elevbårne kampagneaktiviteter, som gennemføres af de frivillige dagsværkere på skolerne (typisk 10-20 med en kerne på 3-4), omfatter debat- og filmaftener, fredagsbar, kagesalg, pressekontakter, plakater mv. Hovedparten foregår før fællestimer og eventuel temadag, i god tid inden dagsværksdagen. Ifølge interviews har aktiviteterne i høj grad også en social karakter som samlingspunkt for dagsværkere og deltagende elever på skolerne.

Tabel 6 illustrerer hvilke typer arrangementer dagsværksgrupperne afholdt i 2013. Næsten alle har udarbejdet reklamer og oplæg for kampagnen på morgensamlinger. Halvdelen holder cafeaftener, og hver fjerde afholder en fest eller koncert, men opfindsomheden er stor og kun ressourcer og energien sætter grænser.

Tabel 6 Arrangementer afholdt af skolernes dagsværksgrupper

	Procent
Reklame/oplæg på morgensamling	90 %
Filmaften	11 %
Dagsværk-Café	48 %
Fest	21 %
Koncert	6 %
Andet	18 %

Desuden afholder dagsværkgruppen sociale arrangementer alene for frivilliggruppen på skolerne.

3.5.1 Fællestime

OD's sekretariat tilbyder at gennemføre en fællestime på de skoler, som er medlem af eller tilknyttet OD's netværk. Det omfatter oplæg fra to frivillige fra sekretariatet, som præsenterer årets projekt, dets målgruppe og problemstillinger. Oplægsholderne har typisk selv været med ude og identificere projektet. Oplæggene omfatter to film på henholdsvis seks og ni minutter produceret af OD's frivillige fra sekretariatet med bistand fra professionelle filmfolk.

Der blev i 2010, 2011, 2012 og 2013 afviklet henholdsvis 95, 120, 92 og 107 fællestimer: De fleste gymnasier købte således en fællestime og enkelte to eller flere for at nå ud til et større antal elever, eller fordi man ville holde fællestimerne adskilt mellem 1., 2. og 3.g'er.

Den danske partnerorganisation, som har formuleret årets projekt (i 2013 Ibis), nævnes kort i de fleste oplæg, men præsenteres ikke yderligere. Hermed mister organisationerne en sjælden lejlighed til at markedsføre sig overfor denne målgruppe. Hidtil har OD således lagt vægten på det generelle og det indholdsmæssige snarere end på partneren. Det forklarer, at det de færreste elever, som efterfølgende kan huske, hvem OD's samarbejdspartner er. På samme måde bruger OD heller ikke megen tid på at fortælle om de aktiviteter og resultater, der er opnået på tidligere års projekter.

3.5.2 Temadage

For de skoler, der ønsker en grundigere indføring i kampagnen og ulandsproblematikker, tilbyder OD *temadage*, som ligeledes holdes af OD frivillige i samarbejde med årets projektorganisation og med hjælp fra professionelle workshopformidlere. Temadagene varer typisk fra kl. 8 til 15 og omfattede i 2013 en fællestime og otte workshops for maksimum 240 elever.

I 2010, 2011, 2012 og 2013 blev der gennemført hhv. 20, 21, 19 og 20 temadagspakker. Enkelte skoler købte to temapakker og afholdt dem typisk parallelt samme dag.

I 2013 bestod temadagen af otte workshops, hver med op til 30 deltagere.

Fire workshops havde fokus på temaet og årets kampagne, med temaer som: "At lave en kampagne"; "Mediér dit budskab"; "Rap'tivism og Skattely".

Andre fire workshop handlede mere generelt om kampagneorganisering uden direkte fokus på årets OD tema: "Forumteater"; "Dans"; "Dont panic", "organise!" og "Skab en fortælling".

Temadagen blev afsluttet med en times fælles opsamling, som typisk omfattede et rap-nummer drejet over årets tema og andre numre, f.eks. fra danseworkshoppen, eller med eksempler på fortælle teknik. Disse indslag var måske nok lærerige, men handlede typisk om andre fortællinger fra elevernes liv (f.eks. en rideoplevelse) og ikke om noget, der havde relation til året tema eller projekt.

Opsamlingen havde således ikke særlig fokus på, hvad eleverne fik ud af årets tema eller på udbyttet af de otte workshops.

3.6 Mediedækning

En god og positiv mediedækning af OD og især Dagsværksdagen er af stor betydning for indsamlingen og det budskab, som OD gerne vil sprede til eleverne.

Dagsværksdagen i november er kulminationen på årets kampagne. Næsten al presse-dækning af OD sker i måneden op til og dagene efter. Siden 2011 har sekretariatet systematisk indsamlet data om den omtale, der har været af kampagnen i medierne. Som det fremgår af tabel 7, har der været en tredobling i mediedækningen i online medier i 2013 sammenlignet med 2012. Dækningen har derimod været faldende i den trykte presse, mens indslag i radio og tv er uændret.

Tabel 7 Mediedækning af OD 2011-2013

	Artikler i trykte medier	Artikler bragt i online medier	Indslag i radio eller TV	I alt
2013	120	205	20	345
2012	132	70	20	222
2011	168	31	20	219

Den markante stigning i dækningen i online medier skyldes, at sekretariatet i 2013 afsatte flere timer til pressearbejde målrettet disse medier, øgede antallet af historier og udviklede et tæt samarbejde med IBIS' pressemedarbejder.

Pressens dækning handler typisk om, hvad årets OD-indsamling går til, ofte med en lokal vinkling på elevens deltagelse og aktiviteter. I forhold til de forudgående år blev der i 2013 skrevet flere case-historier om gymnasieelever, der arbejder for en god sag, end om hvad pengene skal gå til (bekæmpelse af skattesnyd, uddannelse eller diamant-udvinding i Sierra Leone).

De lokale medier skriver ofte positive historier om elever, der arbejder for kampagnen, mens de landsdækkende medier ofte er kritiske i deres tilgang. De landsdækkende historier handlede f.eks. om, at nogle elever ikke ønskede at deltage i OD ("den dovne elev"), mens medierne ikke formidlede, at OD netop handler om demokratisk stillingtagen og frivillighed og dermed også om elevernes legitime til- eller fravalg.

Sekretariatet vurderer, at 12 % (41 ud af 345 historier), har en direkte vinkel på årets projekt i Sierra Leone.

4 Relevans

Dette kapitel ser på, om OD's indsats er relevant i lyset af organisationens målsætninger. Udover generel relevans ses der på om de enkelte elementer i kampagnen forekommer relevante, set både fra et overordnet perspektiv såvel som fra elevers og læreres synsvinkel.

4.1 Relevans af OD's formål

OD's kampagne om en problematik i et udviklingsland og globale udfordringer forekommer særdeles relevant. I en stadig mere globaliseret verden er det vigtigt, at eleverne får forståelse for udviklings- og andre globale problemstillinger. Det kan OD kan være med til at vække elevernes interesse for. Mange gymnasieelever har ikke nogen særlig forhåndsviden eller interesse for udviklings spørgsmål og stifter måske først bekendtskab med emnet gennem OD.

OD når bredt ud til gymnasierne, især STX, men rammer kun i begrænset omfang HTX og HF eller folkeskolens 9.-10. klasser, som ellers også kunne være relevante målgrupper.

Ud over oplysning har OD også til formål at motivere eleverne til egen handling, sådan som det sker som dagsværkere på skolerne og for langt flere elever som indsamlere.

4.2 Relevans af OD's metoder

OD's metoder er relevante, fordi de:

- Forener oplysning med stillingtagen og handling i én og samme kampagne.
- Mobiliserer tidligere gymnasieelever, som i samarbejde med 1.g'er, 1. HF'er, m.fl., står for formidling og organisering af kampagnen.
- Målgrupperne i det projekt, der samles ind til, er altid unge, som mange elever let kan identificere sig med.
- Gennem arbejdet opbygger mange frivillige elever nye kompetencer med hensyn til organisering, kommunikation mv., hvad der også er et selvstændigt formål med OD.
- Sidst, men ikke mindst, er der ikke andre NGO'er, der matcher OD's indsats og evne til at komme i kontakt med den helt unge målgruppe af gymnasieelever.

4.3 Relevans for de deltagende elever

Eleverne er blevet spurgt, om de synes, at OD's kampagne har været relevant og interessant, jfr. Tabel 8.

Knap hver anden elev fandt, at kampagnen i høj eller meget høj grad var relevant, mens hver femte ikke blev fanget af kampagnen. For dagsværkere lå engagementet naturligt nok en del højere med to ud af tre positive og kun ganske få negative med hensyn til OD's relevans.

Lidt flere fandt, at OD i høj eller meget høj grad er interessant, mens hver sjette mener det modsatte. Det må formodes, at de besvarende elever har deltaget i et eller flere oplysnings- eller indsamlingsaktiviteter og her refererer til årets kampagneprojekt såvel som til OD som institution.

Tabel 8 Kampagnens relevans for elever og dagsværkere

	Relevans af OD's kampagne og oplysningsindsats?		Har kampagnen skabt interesse for OD?	
	Elever	Dagsværkere	Elever	Dagsværkere
I meget høj grad	13 %	29 %	18 %	13 %
I høj grad	28 %	35 %	34 %	28 %
I nogen grad	39 %	29 %	31 %	39 %
I lav grad	11 %	5 %	9 %	11 %
I meget lav grad	8 %	2 %	8 %	8 %

Den store interesse for kampagnen bekræftes gennem de afholdte fokusgruppeinterview. Her peger eleverne på temaer, de fandt særlige relevante, f.eks. ressource- og skattelyproblematikken, som var i fokus for 2013-kampagnen.

4.4 Relevans af kampagnematerialer og aktiviteter

4.4.1 Undervisningsmaterialer

Såvel eleverne som deltagerne i lærerseminaret fandt, at undervisningsmaterialet om diamanter i Sierra Leone og belysning af skattelyproblematikken var af høj kvalitet og særdeles relevant. Lærerne fandt imidlertid, at temaet passer bedre ind i et 1.års end et 2. eller 3. års forløb, men at materialet til gengæld er rettet imod 2. og 3.g.

Så selv om de fleste lærere finder, at formålet med OD er relevant og materialerne professionelle, er det kun ganske få lærere, der rent faktisk anvender materialet og kampagnen i deres egne undervisningsforløb og i så fald overvejende i 1.g/1. HF.

Interviews med lærere viser, at materialet bl.a. ikke anvendes, fordi planlægningen af skoleåret normalt foregår før det tidspunkt, hvor OD publicerer sit undervisningsmateriale. Det gør det vanskeligt for lærerne at indpasse årets tema i et i forvejen presset curriculum. I 2013 konkurrerede OD som tema endvidere med kommunalvalget i november,

som mange lærere valgte at sætte fokus på, og som de kunne forberede sig på lang tid i forvejen.

Det ville således være mere relevant for OD at tilrettelægge undervisningsmaterialerne, så de primært henvender sig til de målgrupper, man reelt evner at få i tale gennem den egentlige undervisning. Det vil sige rettet imod 1.g'erne og 1. HF og måske også 10. klasse.

4.4.2 Fællestimer og temadag

Interviews med elever og lærere peger på, at de fleste elever var yderst tilfredse med fællestimerne og de workshops, der indgik i temadagen. De fandt dem relevante, og at de havde givet dem nye kompetencer på områder, som de ikke før havde stiftet bekendtskab med (f.eks. konfliktløsning). Mens tilslutningen og rosen til fællestimerne var entydig, var mange af de interviewede elever og lærere overraskede og nogle forbeholdne over, at halvdelen af workshops ikke beskæftigede sig med temaet for årets projekt.

Enkelte kontaktlærere tilkendegav, at de overvejer at fravælge temadag og deltagelse i OD fra næste år, fordi temadagen ikke tilfører tilstrækkelig faglighed og dermed ikke er relevant i et læringsøjemed. På andre skoler betød temadagens sammensætning knap så meget, da skolen primært anvender temadagen til indslusning af nye 1.g'er. De fandt, at workshops egner sig fortrinligt netop til indslusning af nye elever.

4.4.3 Lærerseminar

De få deltagende gymnasie- og HF-lærere fandt, at de havde fået stort udbytte af seminaret, hvori flere deltog for anden eller tredje gang. Det vidner om kvaliteten, men det lille antal deltagere viser også, at spredningseffekten er begrænset.

Sammenfattende kunne der ønskes større engagement fra flere lærere, f.eks. ved at Danmarks Lærerforening eller måske navnlig Gymnasielærerforeningen gik i dialog med OD om hvordan man kan få oplysningsmaterialet bredt ud og anvendt i flere undervisningsforløb på flere skoler.

4.5 Sammenfatning

Evalueringen, såvel som et stort antal elever og en del lærere, finder, at OD er relevant både i sit formål, i sin kampagnetilgang og i sine aktivitetstilbud til skolerne. Men finder samtidigt, at relevansen ville forøges betydeligt, hvis materialer og aktivitetstilbud bliver tilpasset den mest oplagte målgruppe og gymnasiernes behov, herunder tidsplaner og muligheder.

5 Effekt af OD's kampagne

Nedenfor følger en samlet vurdering af effekten af OD's indsats for at gennemføre en vellykket kampagne. Heri indgår en analyse af, hvilke kampagneelementer, der har gennemslagskraft hos elever og lærere, hvilken viden og kompetencer den gennemsnitlige elev og dagsværkerne samt frivillige på sekretariatet har skaffet sig ved at deltage i OD's kampagne.

5.1 Påvirkning af eleverne

For at måle effekten af OD's kampagne- og oplysningsmateriale stilles der i survey'en en række spørgsmål om kampagnens evne til at øge elevernes viden, oplyse og skabe debat – opdelt på de "almindelige" elever og på skolernes dagsværkere.

5.1.1 Skaber kampagnen opmærksomhed?

Det fremgår af tabel 9 nedenfor, at flere end hver tredje elev og hver anden dagsværker i høj eller meget høj grad har lagt mærke til og tænkt over kampagnematerialets budskab, at det fanger deres opmærksomhed, mens lidt flere finder, at materialet i høj eller meget høj grad er informerende.

Tabel 9 Kampagnematerialets effekt på elever og dagsværkere

	Lægger du mærke til plakater og tænker over deres budskab?		Fanger kampagne-materialet opmærksomheden?		Er kampagne-materialet informerende?	
	Elev	Dagsværker	Elev	Dagsværker	Elev	Dagsværker
I meget høj grad	11 %	18 %	7 %	14 %	8 %	14 %
I høj grad	26 %	35 %	25 %	35 %	36 %	42 %
I nogen grad	38 %	33 %	42 %	38 %	42 %	38 %
I lav grad	17 %	11 %	18 %	10 %	10 %	4 %
I meget lav grad	8 %	2 %	8 %	2 %	3 %	2 %
Total	1.958	813	1.947	814	1.879	804

Det er især kampagnens to film, som er virkningsfulde i forhold til at forstå og blive berørt af problemstillingen i Sierra Leone. Eleverne kan identificere sig med de unge, der optræder som hovedpersoner eller centrale figurer i de to film, hvor både "helte" og "skurke" gør et stort indtryk. Virkemidler som musik og skift mellem dokumentarfilm og tegnefilm er effektfulde og bidrager til at holde koncentrationen og formidle kampagnens budskab. Der er især fuld opmærksomhed, når en konfliktpræget tegnefilmssekvens, som optræder i begge film, sætter i gang.

Sierra Leone-kampagnen fremhæver det uretfærdige i, at landets undergrund er rig på diamanter, mens befolkningen er blandt verdens fattigste. Denne uretfærdighed er kommunikeret på en enkel måde, og kampagnens budskab om, at unge i Sierra Leone kan være en katalysator for forandring via uddannelse og oplysning, fanger de fleste

elever. I fokusgruppeinterview har det flere gange vist sig, at eleverne støtter hinanden med at opnå en fælles forståelse af dette budskab.

5.1.2 Påvirker kampagnen holdninger?

Tabel 10 viser den holdningsmæssige effekt af kampagnen på eleverne. En tredjedel af alle eleverne og halvdelen af dagsværkerne har fået et mere nuanceret syn på udviklingsforhold, og et tilsvarende antal har fået lyst til at deltage i frivilligt arbejde, mens to ud af fem har fået lyst til at deltage i politisk arbejde for at medvirke til at forbedre forholdene i udviklingslandene.

Tabel 10 Kampagnens påvirkning af elever og dagsværkere

	Har OD været med til at nuancere dit syn på udviklingsbistand?		Har OD givet dig lyst til at deltage i frivilligt arbejde?		Har OD givet dig lyst til at deltage i politisk arbejde om forhold i udviklingslande?	
	Elever	Dagsværker	Elever	Dagsværker	Elever	Dagsværker
I meget høj grad	7 %	17 %	10 %	27 %	10 %	20 %
I høj grad	22 %	34 %	21 %	31 %	28 %	18 %
I nogen grad	40 %	35 %	33 %	26 %	5 %	12 %
I lav grad	15 %	7 %	16 %	6 %	21 %	8 %
I meget lav grad	11 %	3 %	11 %	1 %	31 %	37 %
Ved ikke	4 %	4 %	9 %	10 %	6 %	5 %

Baseret på svar fra 2616 elever og 960 dagsværkere.

Dette billede flugter godt med den opmærksomhed, som OD's kampagne har vakt, jfr. Tabel 9 og understøttes af interview med elever på de besøgte skoler. Her giver eleverne og dagsværkerne også udtryk for, at de har fået indsigt i forhold i udviklingslandene, som hos mange har sat tanker i gang om, hvad man kan gøre ved uligheden i verden.

Adspurgt, om de vil drøfte disse spørgsmål med andre, svarer de fleste elever og dagsværkere, at de måske vil drøfte årets tema med deres forældre eller søskende, men at de nok ikke vil drøfte disse spørgsmål i deres klasse eller med deres venner.

5.1.3 Langtidseffekt: Hvad kan eleverne huske?

I surveyen indgik en test af, hvor meget konkret viden kampagnen har givet eleverne om årets projekt. Testen tager udgangspunkt i OD's fællestimeoplæg, som to tredjedele af eleverne ifølge skolernes udsagn deltog i, præsenteret af to frivillige fra sekretariatet. Det var her, eleverne fik overblik over årets projekt. Surveyen fandt først sted 1-2 måneder efter, at fællestimen blev afholdt på deres skole.

Blandt flere valgmuligheder svarer tre ud af fire korrekt på, at årets projekt fokuserer på uddannelse. Det sekundære tema, som handler om, at penge tjent på diamanter i Sierra Leone anbringes i skattely, er det lidt over halvdelen af eleverne, der kan huske. Der er altså et godt kendskab til formålet med OD blandt eleverne.

På et specifikt spørgsmål om, hvor mange procent mine- og diamantindustrien bidrager med til Sierra Leones nationaløkonomi, svarer 40 % af eleverne korrekt, at den udgør 3 % af BNP – det officielle bruttonationalprodukt.

Til gengæld har tre ud af fire adspurgte fanget det centrale problem, som dette års projekt forsøger at tackle, nemlig at lovgivningen på diamantområdet er god nok, men at problemet ligger i håndhævelse af loven, uvidenhed og ressourcemangel.

Samme billede fremgår på spørgsmål om, hvad indsamlingen konkret skulle gå til. Også her svarede tre ud af fire elever korrekt, nemlig til uddannelse af 300 "mine watchers", uddannelsesmaterialer og en national kampagne.

I betragtning af, at survey'en først blev besvaret i ugen efter Dagsværksdagen, dvs. 1-2 måneder efter at fællestimerne blev afholdt, er det positivt, at så stor en del af eleverne husker årets tema så godt.

Til gengæld viser interviews med elever også, at det primært var sidste års frivillige, der huskede sidste års tema og land, mens de fleste elever i 2. og 3.g. enten havde glemt det eller ikke var engagerede året forinden. Interviewene peger desuden på, at sidste års projekt og tema ikke blev klart kommunikeret til eleverne.

Evalueringen finder, at disse resultater vidner om en stor effekt af fællestimen, hvor disse temaer blev grundigt præsenteret. Ikke mindst taget i betragtning, hvor mange andre emner, der optager gymnasieungdom og den begrænsede tid, der har været til at beskæftige sig med emnerne.

5.1.4 Fører kampagnen til handling?

Ud over at oplyse eleverne om ulandsforhold har OD's kampagne det væsentlige formål at motivere eleverne til at deltage i den årlige OD-indsamling/arbejdsdag. Med en deltagelse af ca. 20.000 elever i 2013 må dette formål siges at være nået.

Hertil kommer, at nogle dagsværkere og mange sekretariatsfrivillige fortsætter deres engagement i ulandsproblemer, kampagnearbejde m.v. og således formentlig udgør en vigtig kilde til en ny rekrutteringsbasis indenfor sådanne organisationer. Se nærmere i afsnit 5.3.

5.2 Hvilke oplysningsaktiviteter har størst effekt?

5.2.1 Fællestimerne

Fællestimen fungerer som den primære kilde til viden og motivation for de elever, der sidenhen er ude at samle ind. Fællestimerne har god gennemslagskraft, eleverne lærte meget af fællestimeoplægget, og fandt at årets tema om diamanter og skattely var interessant og lærerigt.

Eleverne fandt filmene særlig interessante, oplysende og godt producerede, og at det gav projekterne troværdighed, at de sekretariatsfrivillige, som typisk leverer oplæggene, selv har besøgt årets projektland og mødt projektets hovedinteressenter, aktører og lokale samarbejdspartnere.

Mange elever vil således gerne lære mere om årets tema og sammenholde det med problemstillinger, som de kender fra andre sammenhænge. Især fænger ressourc- og skattelyproblematikken eleverne, da den både har en global og en dansk dimension.

De fleste oplægsholdere bedømtes til at have en god gennemslagskraft og klar kommunikation. Dog fandt en del elever, at fællestimen var en smule for lang med enkelte gentagelser i oplæggene, og at den med fordel kunne reduceres til en almindelig lektion på 45-50 minutter.

5.2.2 Temadag og workshops

De interviewede elever syntes gennemgående, at temadagene med deres workshops var interessante og givende, selvom mange var overraskede over, at de ikke alle vedrørte årets OD's projekt og tematik.

I alt deltog der omkring 4.800 elever i de tyve temadage i 2013. Der deltog ca. 2.400 elever i de fire workshops, som fokuserede på årets tema, og det samme antal i de fire workshops, som fokuserede på andre temaer og udvikling af generelle kompetencer. Det betyder, at temadagene nåede ud til ca. 7 % af eleverne i de gymnasier, som havde tilmeldt sig OD. Halvdelen af disse elever fik udbygget deres kendskab til årets tema (3,5 %).¹⁴

Evalueringen finder, at selvom temadagene var vellykkede og positive oplevelser for de elever, der deltog, kunne de med fordel fokusere mere på at skabe viden og begejstring om årets projekttema, udviklings- og globaliseringsproblematikker, bl.a. ved at inddrage gode erfaringer fra tidligere års projekter. Samtidig er den begrænsede deltagelse en udfordring i forhold til effekten af denne ressourcekrævende aktivitet.

5.2.3 Lærerseminar

Det gælder i endnu højere grad for lærerseminaret, at selvom emnet og gennemførelsen var i orden, er målgruppen for lille. Dermed er effekten på den endelige målgruppe, nemlig eleverne, langt fra optimal.

5.2.4 Sammenfatning om skoleaktiviteterne

Som det fremgår af ovenstående, er elevaktiviteterne og fællestimen de bærende elementer i oplysningskampagnen forud for indsamlingen på Dagsværksdagen. Sammenfattet er det følgende elementer i kampagnen, som er medvirkende til dens gennemslagskraft:

- Årets tema var særdeles godt formidlet i de to film og i fællestimen.
- Det styrker troværdigheden, at OD's frivillige selv har besøgt Sierra Leone og talt med de lokale aktører, der skal gennemføre årets projekt.
- Fokus i kampagnen ligger på uddannelse, udviklingsspørgsmål og lokale og globale udfordringer.
- Det er motiverende, at målgrupperne i Sierra Leone "selv skal gøre noget", og at OD ikke "bare" giver penge til en katastrofe.

¹⁴ Beregning: 20 workshops á maks. 240 deltagere = 4.800 elever. Divideret med to giver antallet af elever, som deltog i de workshops, som beskæftigede sig med årets tema. Udgangspunktet for beregningen er det antal elever, som deltog i OD i 2012 (ca. 66.000), da vi ikke kender dette tal for 2013.

- Projektet fokuserer på en generel problematik og anerkender bl.a., at private firmaer har ret til at arbejde i udviklingslande. Projektet fokuserer således ikke på traditionel bistand, men på hvorledes landet selv kan skabe en indkomst.

Effekten af de mange og gode aktiviteter og materialer kunne dog sandsynligvis styrkes betydeligt, hvis lærernes foreninger, f.eks. Danmarks Lærerforening og måske navnlig Gymnasieskolernes Lærerforening, ville indgå i en dialog med OD om måder, hvorpå OD's materiale og kampagne kan nå en større kreds og indgå i skolernes undervisningsforløb.

5.3 Dagsværkere og sekretariatsfrivillige

5.3.1 Dagsværkere – de frivillige på skolerne

Det er de frivillige dagsværkere, som leder kampagnen på de deltagende skoler. Det er derfor, at så mange elever engagerer sig i kampagnen. For at få et billede af, hvad der motiverer disse dagsværkere, er de blevet spurgt om de vigtigste grunde til, at de har meldt sig som frivillige, jfr. i tabel 11 nedenfor.

Tabel 11 De to vigtigste grunde til at blive dagsværker?

	Procent
Det er vigtigt at hjælpe andre	76 %
Jeg er interesseret i udviklingsproblematikker	26 %
Jeg havde bare lyst	22 %
Jeg synes, det sociale er sjovt	19 %
Jeg får nye værdifulde kompetencer som frivillig	17 %
Det er spændende arbejde	11 %
Jeg får udvidet mit netværk som frivillig	7 %
Jeg lærer en masse nyt	5 %
Det vil være godt for min fremtidige karriere	4 %
Andet (angiv hvorfor du meldte dig til OD)	4 %
Jeg kan være kreativ	2 %

Langt de elever fleste meldte sig, fordi de gerne vil hjælpe andre, mens hver fjerde har meldt sig til kampagnen, fordi de er interesserede i udviklingsproblematikker. Et tilsvarende antal er med af sociale grunde eller ud fra et ønske om personlig udvikling.

Hvad de unge har fået ud af at være med som frivillige, fremgår af Tabel 12, hvor dagsværkerne er blevet spurgt om, hvilke kompetencer, de mener at have erhvervet sig som dagsværkere. Her svarer hver anden, at de er blevet bedre til at samarbejde, mens lidt færre peger på, at de har fået styrket kompetencer inden for kommunikation og enden til at engagere frivillige. Det er komplekse sociale kompetencer, som kan anvendes i mange sammenhænge.

Tabel 12 De tre primære kompetencer erhvervet som dagsværker?

	Procent
Samarbejde	48 %
Kommunikation	39 %
Evnen til at engagere frivillige	35 %
Organisering og logistik	22 %
Kreativitet	18 %
Idéudvikling	15 %
Jeg fik ingen særlige kompetencer	15 %
Ledelse	9 %
Projektledelse/styring	9 %
Debattere/argumentere	8 %
Demokratiforståelse	8 %
Oplægs-afholdelse	5 %
Forhandling	3 %
Mediehåndtering	3 %
Rådgivning	3 %
Politisk tæft	2 %
Telefonsalg	2 %
Filmklip	1 %
Workshop-facilitering	1 %

5.3.2 Sekretariatsfrivillige

Det høje aktivitetsniveau på sekretariatet fører naturligt til, at de sekretariatsfrivillige udvikler en lang række kompetencer ved at arbejde i kampagnen. Det drejer sig både om udviklingsproblematikker generelt, og om hvordan man tilrettelægger uddannelses- og oplysningsarbejde om udviklingslande.

Tabel 13 viser, at langt de fleste sekretariatsfrivillige oplever, at de har fået kompetencer inden for samarbejde, organisation, afholdelse af oplæg, idéudvikling og gennemførelse af workshops, kommunikation, evnen til at debattere, projektledelse, evnen til at engagere frivillige samt demokratiforståelse. Halvdelen peger endvidere på temaer som politisk tæft, kreativitet og ledelse og noget færre på rådgivning, forhandling og mediehåndtering.

Står disse udsagn til troende, har de sekretariatsfrivillige haft en yderst stejl læringskurve.

Tabel 13 De primære kompetencer sekretariatsfrivillig mener at have erhvervet sig

	Procent
Samarbejde	90 %
Organisation og logistik	86 %
Afholdelse af oplæg	82 %
Idéudvikling	75 %
Workshop-facilitering	75 %
Kommunikation	73 %
Debattere/argumentere	71 %
Projektledelse	69 %
Evnen til at engagere frivillige	67 %
Demokratiforståelse	64 %
Politisk tæft	47 %
Kreativitet	46 %
Ledelse	41 %
Rådgivning	31 %
Forhandling	27 %
Mediehåndtering	24 %
Telefonsalg	18 %
Filmklip	13 %
Andet	7 %

Note: Respondenterne har haft mulighed for at afkrydse et ubegrænset antal felter.

For at vurdere den praktiske effekt blev de tidligere sekretariatsfrivillige spurgt, om de trækker på kompetencer i deres nuværende jobs og bruger netværk skabt gennem OD til at få nye jobs. Det bekræfter fem ud af seks af de adspurgte. Knap halvdelen mener, at de kontakter og kompetencer, de har fået gennem OD, har hjulpet dem, når de har søgt nyt job.¹⁵

Undersøgelsen viser således, at OD har en betydelig og positiv effekt på de frivillige, der har arbejdet for sagen. Det gælder dagsværkerne generelt, men først og fremmest gælder det dem, der har været tilknyttet OD's sekretariat, og som har erhvervet sig netværk og kompetencer, der er kommet dem til gode i forbindelse med jobsøgning.

15 De fleste sekretariatsfrivillige har uddannelser inden for samfundsvidenskaberne og humaniora.

CASE: Tidligere sekretariatsfrivillige

For at uddybe de generelle besvarelser blev tidligere sekretariatsfrivillige bedt om at beskrive, hvad deres arbejde i OP havde givet dem af personlige og faglige kompetencer. Ud af 85 deltagere i surveyen, bidrog 53 med skriftligt svar, hvilket er en høj svarprocent. Nedenfor er et par udvalgte svar:

”Jeg lærte gennem OD, at man sammen er stærke og kan lave de vildeste ting ved at løfte i flok. At idealisme ikke bare er abstrakt, men også kan praktiseres.”

”Hvad jeg har lært og lavet på OD har været den røde tråd i det meste, jeg har lavet sidenhen (dvs. de sidste 8 år). Dagsværk var organisationen, hvor jeg lærte, hvad det vil sige at være frivillig, hvad det vil sige at være organisationspolitisk aktiv, det har påvirket min demokratiforståelse, mine pædagogiske grundholdninger og været den vigtigste guide i forhold til mit uddannelsesvalg.”

”Nuanceret billede af udviklingsbistand, bæredygtigt hjælpearbejde, at tale foran større forsamlinger, organisere, strukturere arbejde, at samarbejde med forskellige slags mennesker, kommunikation med elever og samarbejdspartnere, turde vove sig frem.”

”Det var på grund af engagementet i OD jeg begyndt at læse spansk, og det er mit fag i dag. Længe efter jeg forlod sekretariatet som frivillig, fortsatte jeg med at lave solidaritetsarbejde med latinamerikanske bevægelser, blandt andet i lande hvor OD havde støttet projekter. Det var anbefalinger og personlige kontakter/venskaber knyttet via OD der skaffede (og nogle gange stadig skaffer...) mig jobs i NGO'er.”

”At arbejde for OD har givet mig så mange og brede kompetencer, at det er umuligt at opremse.”

”I en ung alder fik jeg tillid til egne evner til at organisere og realisere mine ideer. Det har ført mig videre til andet politisk og solidaritetsarbejdesom har givet mig yderligere erfaringer. Så tillid til og erfaring med mine evner er det vigtigste. Vi fik så meget ansvar og lov til at skabe som jeg ikke har oplevet andre steder siden hen.”

5.4 Mediedækningen

Som det fremgik af afsnit 3.6 fik kampagnen en pæn, men faldende dækning i de traditionelle medier både lokalt og nationalt, hvorimod dækningen på online medier var kraftigt stigende.

Fokus i de traditionelle medier gik overvejende på Dagsværksdagen som elev-aktivitet og mindre på dens formål. En del kritisk presse har fokuseret på, at en del elever ikke udfører et egentligt stykke arbejde, men blot – selv eller via forældre – betaler sig fra ”forpligtelserne”.¹⁶

16 OD anslår, at dette gælder ca. 7 % af de medvirkende elever, heraf en del, fordi de i forvejen har et fritidsjob.

Evalueringen finder, at effekten af OD's medieindsats ville blive styrket, hvis OD kunne formå at dreje dækningen over til i højere grad at dække formålet med indsamlingen: Hvad pengene skal gå til, og om pengene bliver anvendt bedst muligt i det pågældende projekt/udviklingsland. På den måde kan OD også imødegå kritiske spørgsmål om, hvorvidt de indsamlede penge kommer målgruppen til nytte.

Denne udfordring er vigtig, fordi der i mange år har været en diskussion mellem gymnasieelever, i politiske partier og i pressen om, hvorvidt udviklingshjælp er nyttig, eller om den er spildt. Derfor er det vigtigt for OD at formidle effekten af de støttede udviklingsprojekter til elever, pressen og offentligheden. Det ville samtidigt være en enestående mulighed for at formidle viden om udviklingsprojekter til elever og den danske befolkning, bl.a. fordi danskere, der har haft børn i gymnasiet, ofte har en mening om OD og dermed på forhånd har en – større eller mindre – interesse i kampagnen.¹⁷

5.5 Partnerorganisationerne

7-12 NGO'er konkurrerer hvert år om at blive udvalgt til årets projektpartner. Gennem et partnerskab med OD kan den udvalgte NGO gøre opmærksom på sig selv og sine mærkesager overfor danske gymnasieelever og på unik vis kombinere formidling af viden fra ung-til-ung med praktisk indsamlingsarbejde. Hertil kommer, at Dagsværksdagen skaber indtægter til projektaktiviteterne, indtægter som tæller som egenfinansiering for de NGO'er, der har en rammeaftale med Udenrigsministeriet og dermed giver basis for tilskud fra Danida.

I 2013 blev Ibis og deres rolle i projektet kun nævnt kort i fællestimen, som er elevernes vigtigste kilde til information om kampagnen. Ibis spillede en formidlende rolle i to af workshopsene på de 20 deltagende gymnasier. Her deltog i alt ca. 1.200 elever. Alligevel var det de færreste elever, som kunne huske organisationen og den centrale rolle, Ibis spiller i projektet.

Samlet set er det teamets vurdering, at NGO-partnerne får mindre eksponering i kampagnen, end de kunne forvente sig som partnerorganisation. Til gengæld er effekten stor, når det gælder indsamlingen. NGO'er har "tjent" 4 mio. kr. i 2012 (Cross Cultures), 5,7 mio. kr. i 2011 (IBIS) og 6,1 mio. kr. i 2010 (FKN) til årets projekt.

5.6 Projekter afledt af Dagsværksidéen

Teamet har stiftet bekendtskab med andre projekter, der ligesom OD er forankret i udviklings- og formidlingsarbejde og som primært har unge som målgruppe. I det følgende er beskrevet to initiativer, som har direkte forbindelse til og afledt af tidligere deltagelse i OD. Disse projekter kan dermed fortolkes som en afledt effekt af OD's kampagne.

17 Evalueringsteamet har erfaret, at de fleste mennesker, de har mødt i evalueringsperioden, kender til og har en mening om OD, men at de ikke kender noget til årets projekt.

På *Krogerup Højskole* blev en ny udviklingsorienteret ”*Verden Brænder*” linje oprettet for godt ti år siden. Initiativet blev taget af tidligere OD kampagne- og sekretariatsledere, som ønskede at kombinere et klassisk højskoleophold med udviklingsarbejde. Initiativet er koblet op med et tidligere Dagsværk-projekt, således at nogle højskoleelever på forhånd er bekendt med det projekt, de skal besøge. Linjen eksisterer stadig og sender godt 35-40 elever af sted hvert år.

Globale Gymnasier er en samling af 20 gymnasier, der arbejder aktivt med at inddrage globale elementer i undervisningen. Ideen udspringer af projektet ”*Verden Brænder*”, hvor OD var en drivende kraft i skabelsen af initiativet. Som endnu en effekt udspringer *Globale skolepartnerskaber* fra *Globale Gymnasier*. De arbejder efter samme mål som OD, men med færre forpligtigelser.

Det er relevante sideeffekter, som er et resultat af tidligere elevers og frivilliges deltagelse i OD's kampagne. De bidrager indirekte til opfyldelse af Danidas Oplysningsbevillings målsætning (se kapitel 1.1).

6 Effektivitet

Dette afsnit ser på, om den organisatoriske opbygning af OD er effektiv og kan håndtere den udfordring, der ligger i at skulle tilrettelægge og udføre en landsdækkende kampagne baseret på frivillighed på alle niveauer. Endvidere indeholder kapitlet en omkostningsanalyse.

6.1 Organisatorisk effektivitet

Sammenfattende finder teamet, at OD leverer et dygtigt oplysnings- og kampagnearbejde for små midler, baseret på altovervejende frivillig arbejdskraft. OD har været i stand til at opbygge en effektiv organisation med særdeles lave udgifter, navnlig som følge af, at der kun er to fuldtidsansatte på sekretariatet, og at de fleste administrative funktioner varetages af deltidsansatte studenter og frivillige.

OD's organisationsform er dens klare styrke, idet bestyrelsen og sekretariatet, ligesom de mange deltagende gymnasier, hvert år tilføres nye unge ressourcer med masser af gåpåmod. OD har formået at skabe organisatorisk kontinuitet med en rimelig klar og letforståelig ansvarsfordeling og opgavebeskrivelse for samarbejdet mellem bestyrelse, de ansatte og de frivillige på sekretariatet.

Samtidig har dagsværkerne på gymnasierne fuld frihed til at organisere kampagnen, som de finder det bedst. Det giver dem frihed til at udvikle lokalt tilpassede kampagneaktiviteter, som sekretariatet ikke blander sig i, men tværtimod støtter op omkring med råd og vejledning, særligt fra OD's kampagneleder.

Der er eksempler på, at sekretariatet og et gymnasium går fejl af i hinanden i forhold til organisering af fællestimer, overnatning for de frivillige, når de er ude på gymnasierne, mv. Men det er småting i det store billede.

Sammenlignet med andre ulandsorganisationer har OD små omkostninger til at drive foreningen med dens mange oplysningsaktiviteter og mobilisering af elever. Mens andre NGO'er oplever vanskeligheder med at fastholde unge i ulandsarbejde, synes dette at være en mindre udfordring for OD.

Udover at holde administrationsudgifterne nede, betyder denne organisationsform, at de frivillige tilegner sig en stor viden og kompetencer, der tjener dem videre frem i livet, jfr. kapitel 5 ovenfor.

Tilrettelæggelse af årets arbejde

Forberedelsen og sidenhen gennemførelsen af årets indsamlingskampagne finder sted i et tæt samspil mellem OD's bestyrelse, sekretariat og de frivillige dagsværkere på skolerne.

Det årlige valg af bestyrelse og af årets projekt på elevgeneralforsamlingen følger et fast skema (beskrevet i afsnit 2.3). Systemet er godt indarbejdet og synes at fungere effektivt. Det styrker elevernes forståelse for demokratiske beslutningsprocesser og ulandsforhold samt tilfører dem viden om årets konkrete projekt, dets målsætning og målgrupper. Som

det fremgik af afsnit 5.2 ser der da også ud til at hænge ganske meget ved af den viden, de unge har tilegnet sig i forbindelse med OD – ikke mindst hos OD-aktivisterne på de involverede skoler.

For at forbedre kommunikationen med skolerne og erfaringsudveksling mellem skolerne har bestyrelsen for 2013 arbejdet med at styrke OD's decentrale niveau. I 2013 har OD's Landsråd (se afsnit 2.2) sat fokus på at give distriktsseminarerne en større rolle i planlægningen af og vidensudveksling om OD og ulandsforhold. Evalueringen finder det bemærkelsesværdigt, at det er muligt for en frivillig organisation som OD og med et så komprimeret program og kampagne samtidig at udvide arbejdet med regionale tvær-gymnasiale aktiviteter.

Evalueringen finder imidlertid også, at den pressede tidsplan og det komprimerede program ikke levner megen tid til refleksion over, om og hvordan de anvendte teknikker virker på hvilke målgrupper: Årscyklus og OD-program ser ud til at blive gentaget år efter år med meget lidt plads til nytænkning. Selvom OD har gennemført interne evalueringer og e-survey af det forudgående års kampagne, har disse ikke ført til grundlæggende overvejelser om sammensætningen, indholdet og tidspunkterne for de forskellige aktiviteter.

Forholdet til projektorganisationerne

De adspurgte NGO'er, som har gennemført eller bejler til kommende OD-projekter, udtrykker stor respekt for OD's projektudvælgelsesproces, som beskrives som den mest grundige, de har været udsat for fra forskellige donorerers side. Det kræver stor forberedelse og god kommunikation at vinde årets projekt.

Evalueringen hilser denne grundighed velkommen, da den medvirker til at sikre projekter, der både er fagligt nyttige og velegnede til at mobilisere eleverne. Årets projekt om Sierra Leone er som nævnt et godt eksempel herpå.

Sekretariatet får en årlig status for de igangværende projekter, som præsenteres på OD's hjemmeside. Derimod indgår oplysning om resultaterne af og status for de forudgående års projekter ikke som en del af det følgende års kampagne. Elever på de deltagende skoler, indsamlere og OD-arbejdsgivere får derfor ikke systematisk tilført viden om, hvad der kommer ud af det forudgående års projekt.

Evalueringen finder, at en kort præsentation af resultater og udbytte for slutmodtagere af tidligere års projekter ville være en effektiv og billig måde at understøtte kampagnen ved at vise, at bistanden kommer frem og på hvilken måde, den kommer målgrupperne til gavn. Det bør kunne gøres enkelt og kan måske forebygge en eventuel modvilje mod kampagnen hos nogle elever og lærere.

6.2 Forholdet til de medvirkende skoler

Forud for Dagsværksdagen har skolerne udpeget en kontaktlærer, som er tilknyttet dagsværksgruppen på de deltagende skoler. Rektorer og kontaktlæreren støtter eleverne på forskellige måder, især med moralsk opbakning. Denne opbakning har efter dagsværkernes og sekretariatets udsagn stor betydning for, om det lykkes kampagnen at nå ud på skolerne.

Derudover bidrager lærerne kun i beskeden grad til kampagnen. De siger samstemmende, at det er en forudsætning for afholdelse af OD på deres skole, at eleverne fuldt og helt engagerer sig i og selv står for at arrangere årets kampagne og indsamling. Oplysningsaktiviteterne afhænger således i høj grad af de frivillige elevers indsats. Lærerne inddrager sjældent årets tema i undervisningen.

Evalueringen finder dog, at det klart ville styrke kampagnens oplysningseffekt, hvis workshopaktiviteterne blev styrket, og flere lærere ville inddrage årets tema i deres undervisning. Det ville forudsætte, at materialet kunne komme en måned tidligere ud på skolerne, så betids, at flere principielt interesserede lærere kunne inddrage det i deres undervisningsplanlægning.

Samtidig kunne en mere aktiv interesse for og et muligt samarbejde med lærernes faglige baglande muligvis også styrke kampagnen.

En anden udfordring er, ifølge flere lærere, den høje pris for at købe en temadag (10.000 kr. i 2013). Var prisen lavere, ville flere gymnasier muligvis købe en temadag. Dette synspunkt imødegås dog af flere andre respondenter, der ikke finder prisen afskrækkende.

6.3 Frivillige elever – dagsværkerne

Dagsværkerne på skolerne angav i survey'en, hvor mange elever, der er med i OD-gruppen på deres skole. Tallene rækker fra mindre end fem til mere end 25 med en hovedvægt på 6-20. Samtidigt afdækker interviews med dagsværkere, at OD's aktiviteter oftest bæres af en lille kerne på 3-5 unge, der gradvis vokser efterhånden som Dagsværksdagen nærmer sig. Dog er der nogle gymnasier, som har endog meget store dagsværksgrupper med op til 40-50 elever, som deltager hele vejen igennem.

6.4 Dagsværksdagen

OD har opstillet to indikatorer for kampagnens succes; om den har animeret eleverne til at deltage i årets indsamling og indsamlingsresultatet på Dagsværksdagen.

I survey'en angiver to ud af tre elever, at de deltog i indsamlingen på Dagsværksdagen. De, som valgte *ikke* at samle ind, angav grunde som usikkerhed om, hvordan pengene bliver brugt, eller om pengene når frem til målgrupperne, ligesom der er gymnasier, hvor eleverne får fravær, hvis de deltager i OD. Endvidere er det opfattelsen blandt mange elever, at man *skal* give minimum 300 kr., mens realiteten er, at mange samler et mindre beløb ind.

Det giver anledning til, at OD overvejer en henvendelse til undervisningsministeriet om at udsende en generel opfordring til de deltagende skoler om ikke at notere fravær, hvis eleverne deltager i kampagnen og indsamlingen, og at OD signalerer, at bidrag på mindre end 300 kr. også er velkomne.

6.5 Omkostningseffektivitet

OD er regnskabsmæssigt og af tekniske årsager opdelt i en oplysnings- og organisatorisk del og i en del, der vedrører årets kampagne. Se tabel 14 nedenfor.

Oplysnings- og foreningsdelen omfatter medlemsaktiviteter, udarbejdelse af oplysningsmaterialer, afholdelse af fællesmøder og temadage. Disse aktiviteter betales af tilskud fra Udenrigsministeriet, Undervisningsministeriet, tipsmidler (gennem Dansk Ungdoms Fællesråd, DUF) og en række mindre kilder. Ud af disse penge afholdes udgifter til sekretariatslederen, it og projektsekretær og deraf følgende udgifter til sekretariat, rejser, oplysningsmaterialer, video mv.

Kampagnedelen omfatter de penge, der kommer ind i tilslutning til Dagsværksdagen. Fra disse trækkes nærmere specificerede udgifter til den ansatte kampagneleder, økonomi-medarbejdere (studenter) og web-udgifter med dertil hørende kontorholdsudgifter. Resten tilgår de projektudførende NGO'er, udbetalt i rater efterhånden som projekterne skrider frem. OD ligger således til stadighed inde med betydelige endnu ikke udbetalte projektmidler – i størrelsesordenen 13-14 mio. kr.

Tabel 14 Samlet økonomi, OD (1.000 kr.)

	2011	2012
Indtægter i alt	8.392	6.653
• heraf indsamlet	6.148	4.482
• heraf modtaget som tilskud	2.172	2.066
• heraf øvrige indtægter	95	135
Omkostninger i alt	8.331	6.660
• kampagnegennemførelse	1.385	357
• heraf overført til årets OD projektpartner	5.706	4.031
• oplysning/foreningsomkostninger	1.240	1.272
Resultat	61	-7

Det varierer fra år til år, hvor mange penge OD samler ind på Dagsværksdagen (se tabel 15). I 2012 var indtægterne en tredjedel mindre end de to forudgående år. Ud fra antallet af deltagende skoler og elever og de foreløbige indsamlingstal forventer sekretariatet, at det indsamlede beløb i 2013 vil ligge på samme niveau som i 2012.

Der bruges mellem 5,2 % og 9,5 % af de indsamlede midler til kampagne, organisation og administration. OD har en målsætning om, at administrationsprocenten skal ligge under 10. Det skal sammenholdes med, at udgifterne til administration og kampagnen er uafhængige af indsamlingens resultat. Administrationsprocenten lå tæt på 10 i 2012, hvilket skyldtes, at der blev indsamlet væsentlig færre penge i 2012 sammenlignet med 2011 og 2010.

Tabel 15 Indsamlede beløb 2010-2012 (1.000 kr.) og administrationsprocent

År	Projektland	Partner	Indsamlet	Til uddeling	Oplys/adm.	%
2013	Sierra Leone	IBIS	-	-	-	-
2012	Irak/Kurdistan	CrossCultures	4.429	4.009	420	9,5
2011	Peru	IBIS	6.201	5.735	466	7,5
2010	Myanmar	FKN	6.502	6.164	339	5,2

Note: Det indsamlede beløb for 2013 vil fremgå af årsregnskabet for 2013, der er klar i maj 2014.

Regnskabet for OD er i balance set over en fireårig periode, men har mindre udsving fra år til år, f.eks. et mindre underskud i 2012, bl.a. som følge af udgifter i forbindelse med en stævning mod OD.

OD har en egenkapital på ca. 1,5 mio. kr. (2012 tal).

Evalueringen vurderer, at OD er relativt lidt sårbar over for svigtende indsamlingsbeløb fordi hovedparten af OD's faste omkostninger dækkes af tilskud samt af administrationsbidraget. Denne relative robusthed forudsætter, at OD fortsat budgetterer forsigtigt med hvor store indtægter, de får fra indsamlingen, og hvor stort et administrationsbidrag, de kan forvente at få, når grænsen fastholdes på højst 10 % af de indsamlede midler.

6.6 Bæredygtighed

OD er som organisation bæredygtig i den forstand, at den har større indtægter end udgifter. Uden tilskud fra forskellige, overvejende offentlige institutioner, ville man dog skulle omlægge arbejdet og drosle ned på ulandsoplysningsaktiviteterne på skolerne og fokusere mere målrettet på at engagere de unge i indsamlingsarbejdet. Ellers ville en uacceptabelt stor andel af de indsamlede midler skulle bruges på oplysnings- og kampagnetilrettelæggesarbejdet.

OD står og falder med et godt omdømme og en profil, der ikke virker afskrækkende eller for politiseret. Dette omdømme er det lykkedes organisationen at opbygge gennem de senere år, bl.a. ved at fokusere på globale temaer og udviklingsproblematikker, som langt de fleste gymnasieelever og lærere har stor forståelse for.

Således har OD en vigtig rolle at spille ved at tilbyde og motivere gymnasieelever til aktiviteter, som rækker ud over dem selv og deres nærmeste, og som tilskynder til global ansvarlighed. Det burde være en bæredygtig strategi.

7 Konklusioner og anbefalinger

7.1 Konklusioner

Relevans

- OD's målsætning er relevant, bl.a. fordi der ikke er andre danske NGO'er, som har samme fokus, og fordi kampagnens metode er unik ved at forene oplysning med stillingtagen og handling i én og samme kampagne.
- OD's formidling af udviklingsproblemer er særlig ved, at det er tidligere gymnasie-elever og frivillige på sekretariatet, som i samarbejde med frivillige elever på gymnasier m.fl. leder og organiserer kampagnen. De deltagende unge opbygger en lang række relevante kompetencer, både hvad angår indsigt i udviklingsproblematikker og generelle kompetencer.
- Rektorer og gymnasielærere ser kampagnen som et middel til at præsentere elever for globale problematikker, som de ellers ikke vil blive præsenteret for i undervisningsforløbene.
- Kampagnen medvirker til at gøre eleverne opmærksomme på udviklingsproblematikker, som de fleste ikke før har stiftet bekendtskab med. Ligesom de ved selvaktivering har fokus på at gøre en indsats for at hjælpe andre, dårligere stillede unge, som mange unge i dag ellers ikke stifter bekendtskab med.
- Interessen for udviklingslande er som udgangspunkt lav blandt eleverne. Her tyder surveyen på, at interessen stiger, når de stifter bekendtskab med årets tema, som mange fandt relevant eller interessant i 2013.

Effekt: Valg af kommunikationskanaler

- Det er ganske få lærere, der anvender OD's undervisningsmaterialer. Materialerne er udformet til 2. og 3.g-niveau, mens det primært er 1.g. elever, der deltager i kampagnen. Det vil være relevant at nytænke materialet, så det matcher denne målgruppe.
- Der er ganske beskeden medvirken fra lærerside i oplysningsarbejdet, og materialerne anvendes kun i beskeden omfang i undervisningen, bl.a. fordi materialet kommer for sent ud til at indgå i lærernes planlægning af næste års skoleaktiviteter.
- Fællestimen er det bærende element i oplysningskampagnen. Eleverne var begejstrede for de selvproducerede film og de frivilliges præsentation af årets tema og projekt. Det betød efter elevernes udsagn, at de blev motiveret til at deltage i indsamlingen.
- Det er kun få skoler, som afholder temadage. Årets tema indgik ikke i halvdelen af de afholdte workshops, ligesom fællestimen efter endt temadag ikke samler op på årets projekt. Dermed forpasser OD en god mulighed for at slå årets tema og projekt fast hos de deltagende elever.
- Sammenfattende kan der kun spores en beskeden effekt af indsatsen på temadagene og ingen reel effekt af undervisning med udgangspunkt i OD's undervisningsmaterialer.

- OD fremlægger ikke resultaterne af tidligere års projekter for elever eller pressen, selvom dette kunne styrke kampagnens troværdighed samt forebygge eventuel modvilje mod OD. Det kunne også på et generelt niveau sætte fokus på effekten af ulandsbistand og på de NGO'er, der leverer projekter til OD, som ellers ikke får eksponering i kampagnen.

Effektivitet

- 2013-kampagnen formidlede årets tema og projekt med relativt få virkemidler. Det bevirkede, at tre ud af fire elever fik et mere nuanceret syn på udviklingsbistand og deltagelse i frivillige aktiviteter.
- Halvdelen af eleverne fik nuanceret deres syn på deltagelse i politisk arbejde med henblik på at forbedre forhold i udviklingslandene.
- Mange elever huskede budskaberne i 2013-kampagnen 1-2 måneder efter, at elevaktiviteterne havde fundet sted. Kun de færreste huskede imidlertid projekttemaet fra 2012, formentlig fordi mål og tema ikke blev klart kommunikeret.
- Gruppen af frivillige dagsværkere har haft en stejl læringskurve, hvad angår kompetencer som samarbejde, kommunikation, organisation mv. Den faktuelle viden om årets projekt er større end den almindelige elevs.
- Det største udbytte fik den lille gruppe sekretariatsfrivillige. De har gennem arbejdet for kampagnen tilegnet sig en lang række kompetencer samt viden om udfordringer i udviklingslande. Deltagelsen har også haft betydning for udvikling af erhvervs-kompetencer, dannelse af netværk og jobsøgning.
- Det, at kampagnen er baseret på frivillighed, betyder, at er plads til begå fejl og erkende disse. Det er en vigtig del af læringen og opbygning af kompetencer, ikke mindst for de frivillige på skolerne.

Effektivitet og bæredygtighed

- OD ruller år efter år en enestående kampagne ud, der ikke matches af andre organisationer målt på omfang i forhold til budget. Samlet set er det evalueringens vurdering, at tilrettelæggelsen af kampagnen er effektiv og at den rækker ud til en stor gruppe gymnasieelever.
- OD's program og årscyklus er dog så tæt besat, at der ikke er tid til at stoppe op og vurdere, om kampagnen sætter de rigtige prioriteter eller når sine mål. De samme aktiviteter fortsætter år efter år, uden at der er rum til nytænkning og mulige omprioriteringer. Derved er fokus primært på praktiske mål og opgaver. Det "skæve" fokus på temadage og undervisningsmaterialer er et eksempel på dette.
- Den store deltagelse af frivillige har et stort element af bæredygtighed i sig, idet OD indsamler flere penge end de selv bruger. Uden et tilskud til oplysningsvirksomheden, som er et mål i sig selv samt en forudsætning for kampagnen, vil andelen af de indsamlede midler, der blev brugt af OD selv dog blive uacceptabelt høj.
- Nogle gymnasier noterer fravær, hvis eleverne deltager i kampagnen. Det giver anledning til, at OD overvejer en henvendelse til undervisningsministeriet om at udsende

en generel opfordring til de deltagende skoler om ikke at notere fravær, hvis eleverne deltager i kampagnen og indsamlingen.

- Nogle elever opgiver at deltage i indsamlingen, fordi de tror, at de ikke kan bidrage med et beløb, der er mindre end 300 kr.

7.2 anbefalinger

Evalueringen anbefaler følgende:

- Kampagnen bør bevare sin unikke ung-til-ung formidling af udviklingsproblematikker og organisationsform, der bygger indsatsen på frivillige fra sekretariatet og gymnasier, med professionel støtte fra få lønnede medarbejdere.
- Oplysningselementet i kampagnen bør styrkes overfor den primære målgruppe, eleverne, så alle elementer i kampagnen fokuserer på ulands- og globale udfordringer i årets projekt. Samtidig bør de gode elementer bevares: Understøttelse af elevaktiviteter, film og oplæg til fællestimen samt den elevaktiverende tilgang.
- Koncepterne ”fællestime, temadag, opsamling på temadag og undervisningsmateriale” bør gentænkes i næste års planlægning. Det bør overvejes at gøre temadagen kortere og tilbyde skolerne en billigere og mere attraktiv pakke.
- Sekretariatet bør – sammen med interesserede lærere – udvikle undervisningsmaterialer, som er anvendelige i forskellige undervisningsforløb og klassetrin, primært 1.g/1. HF. OD bør undersøge, hvilke fag, der er interesserede i at gøre brug af OD's tilbud om undervisningsmaterialer, samt hvilken type materialer, de har brug for (analyser, spil, mv.).
- OD bør undersøge, om gymnasielærerne i højere grad kunne medvirke til at undervise i årets tema og sætte oplysning om udviklingsproblematikker på skemaet. OD bør også undersøge, om lærerne gennem deres faglige foreninger kunne medvirke aktivt til at skabe interesse for OD's kampagne. Det kunne ske gennem, at OD går i dialog med lærernes faglige foreninger, f.eks. Gymnasielærernes Landsforbund og Danmarks Lærerforening.
- Timing for publicering af undervisningsmaterialer bør tilpasses gymnasiernes planlægningskalender – dvs. gerne rykkes en måned frem.
- Det skal vurderes, om brugen af sociale medier bør gentænkes og styrkes som en væsentlig platform for kampagnen.
- OD kan overveje en særlig indsats overfor 9-10 klasse, f.eks. på efterskoler, der dog først bør melde tilbage, om de er interesserede. Afhængig af skolernes tilbagemelding, bør OD gennemføre et pilotprojekt, der målretter og tester kampagnematerialet på denne målgruppe.
- Hvis OD beslutter at gøre en særlig indsats overfor 9-10 klasse, bør der søges midler til en sekretariatsansat, som har erfaring med denne målgruppe.

- Kampagnen bør omfatte et element, der oplyser om resultaterne af de foregående års projekter. Det bør målrettes både skoler og pressen. Formidlingen til elever bør foregå i forbindelse med igangsættelsen af årets kampagne. Formidlingen til pressen kunne være i form af et tilbud til lokalaviserne om at bringe en eller flere præ-fabrikerede artikler eller indstik.
- Med henblik på at sikre mere kontinuitet, kan det overvejes at ændre reglerne for ansættelse på sekretariatet således, at både sekretariatsleder og kampagneleder kan være ansat for tre år. Afløsning på posterne bør i så fald ske forskudt med henblik på at sikre kontinuitet.
- OD bør overveje en henvendelse til undervisningsministeriet om at udsende en generel opfordring til de deltagende skoler om ikke at notere fravær, hvis eleverne deltager i kampagnen og indsamlingen.
- OD bør signalere, at bidrag fra indsamlingen på mindre end 300 kr. også er velkomne.

Bilag A: Terms of Reference

Juni 2013, J.nr. 104.A.1.e.155.

Evaluering af kommunikations- og oplysningsdelen af "Operation Dagsværk"

1. Baggrund

"Operation Dagsværk" har i mere end 20 år været en central aktør i kommunikationen om udviklings samarbejdet og udviklingslandene på ungdomsområdet i Danmark. Danidas Oplysningsbevilling har gennem adskillige år støttet Operation Dagsværk. I de senere år har støtten udgjort 550.000 kroner årligt, som blandt andet anvendes til undervisningsmaterialer. I den brede offentlighed er Operation Dagsværk formentlig mest kendt for indsamlingsdagen (dagsværksdagen), hvor elever fra de gymnasiale uddannelser laver et "dagsværk" og derved indsamler midler til fordel for uddannelsesrelaterede projekter i udviklingslandene. Operation Dagsværk indeholder dog også en række forskellige kommunikations- og oplysningselementer, rettet mod at informere og skabe bevidsthed om de pågældende lande og de udfordringer landets unge står overfor. Denne del af indsatsen består af en oplysningsfase på tre måneder, som leder op til selve dagsværksdagen. Danidas Evalueringskontor (EVAL) har besluttet, at der skal gennemføres en evaluering af kampagne-, kommunikations- og oplysningsdelen af Operation Dagsværk. Disse Terms of Reference sætter rammerne for denne opgave.

2. Formål

Formålet med evalueringen er at undersøge, dokumentere og vurdere kommunikations-, oplysnings- og kampagnedelen af Operation Dagsværk for derved at kunne bidrage til den fortsatte kvalificering af indsatsen.

Mere konkret skal evalueringen vurdere relevans, effektivitet og omkostningseffektivitet af indsatsen. Herunder skal det belyses hvilke indsatser der gennemføres; hvorvidt tilrettelægges heraf er hensigtsmæssig, samt i hvilket omfang, hvordan og hvorfor indsatserne direkte og indirekte bidrager til at informere og skabe bevidsthed om de udviklingsproblemstillinger og udfordringer, som unge i de involverede lande står overfor.

3. Evalueringens omfang og fokus

Evalueringen vil have fokus på de kampagne-, kommunikations- og oplysningsrelaterede dele af Operation Dagsværk. Det er altså ikke indsamlingsdelen eller de aktiviteter, der støttes med de indsamlede midler, der skal evalueres. Kampagnedelen beskrives således på OD's hjemmeside:

"OD's årlige oplysningskampagne udvikles og udføres udelukkende af unge for unge. Formålet med kampagnen er dels at oplyse om de særlige vilkår og forhold, der har betydning for det gældende projekts målgruppe og dels at motivere eleverne til at arbejde til fordel for projektet Dagsværkdagen. [...] Kampagnen er ikke mediebar, som mange øvrige landsdækkende kampagner, men udgøres af konkrete oplysningsaktiviteter som foregår på ungdomsuddannelserne. Vores kampagne består af fire grundlæggende elementer, som vi gennemfører hvert år:

- Første element – undervisningsmaterialer: Vi udarbejder undervisningsmaterialer til brug i ungdomsuddannelserne. Disse materialer er målrettet enkelte fag som eksempelvis naturgeografi, samfundsfag og engelsk. Fagene varierer fra år til år. Materialernes tematiske udgangspunkt er årets projekt og projektland.
- Andet element – fællestimer med oplæg: Det andet element består af oplæg af en times varighed om projektet og dets målgruppe. Oplægget inkluderer selvproducerede film, musik og billeder, som vi turnerer rundt med på skolerne.
- Tredje element – temadage: Det tredje element består af afholdelsen af temadage med workshops og undervisning for en hel årgang. Temadagens aktiviteter er relaterede til projektets problemstillinger. Det blander klassisk faglighed med kreative tiltag [...] Temadagene varierer fra år til år, men det er altid centralt, at eleverne aktivt inddrages i udformningen af et givent indhold og produkt, som vises f.eks. via radio, web og udstillingsspot.
- Fjerde element – elevbårne aktiviteter: Det fjerde element består af alle de forskellige aktiviteter, som vores dagsværksgrupper gennemfører på skolerne. Dagsværksgrupperne består af elever, der gerne vil gøre en ekstra indsats for Operation Dagsværk i løbet af året. Aktiviteterne kan eksempelvis være afholdelse af debat- og filmaftener, Dagsværk-fredagsbar, kagesalg og diverse indslag i kantinen. Det er således dagsværksgrupperne på skolerne, som løfter, bærer og udmønter vores kampagner.

Hvor de tre første elementer – undervisningsmaterialer, oplæg og temadage – udvikles og afvikles af unge fuldtidsfrivillige på sekretariatet, er det dagsværksgrupperne, som fuldfører processen på de skoler, hvor de selv går”.¹⁸

Hertil kommer indsatser fra dagsværk-sekretariatet rettet mod at styrke og kvalificere de enkelte dagsværksgrupper på skolerne og herved underbygge de elevbårne aktiviteter – indsatser kaldet ”vokseværk”. I forbindelse med vokseværk fortæller der typisk om de tre første oplysningselementer, ligesom der opfordres til deltagelse i aktiviteterne. De tre første oplysningselementer er således ikke i sig selv målrettet dagsværksgrupperne, men er rettet mod elever på skolerne i bredere forstand.

Evalueringsens hovedfokus er de tre første elementer, da det kun er disse sekretariatet for Operation Dagsværk står for (undervisningsmaterialer, fællestimer og temadage). Imidlertid kan der også være en sammenhæng mellem de aktiviteter, som dagsværk-sekretariatet selv står for og ”vokseværk”-indsatsen, der kan være med til at skabe interesse for Operation Dagsværk, på en måde som fremmer viden, debat og engagement, og herved i praksis spille sammen med de elevbårne aktiviteter. Derfor skal evalueringen så vidt muligt inddrage det mulige samspil mellem dagsværks-sekretariatets aktiviteter (de tre første elementer) og de øvrige aktiviteter der knytter sig til Operation Dagsværk, som en del af det bredere felt af potentielle effekter.

Det er centralt, at evalueringen sikrer en passende balance mellem bred dækning og mere grundig belysning af de forskellige indsatser og deres kvalitet og resultater. Den brede dækning forventes dog ikke at kunne blive meget dybdegående, set i lyset af rammerne for evalueringen, og det forventes derfor at der i vidt omfang vil være tale om at indsamle mere overordnede informationer om de forskellige aktiviteter, deres art, deltagere osv. Derudover skal der ses mere dybdegående på et mindre udvalg af cases, f.eks. på uddan-

18 <http://www.od.dk/holdninger>

nelsesinstitutionsniveau, således at evalueringen kan undersøge indsatserne, deres tilrettelæggelse og resultaterne heraf mere detaljeret og nuanceret. Selve organiseringen af dagsværksindsatsen skal også undersøges, for at det kan vurderes om tilrettelæggelsen og ressourceanvendelsen er hensigtsmæssig, set i forhold til målsætninger og resultater.

For at få et så relevant, dækkende og nuanceret indblik som muligt, er det hensigten, at evalueringen skal have sit hovedfokus på de aktiviteter, der gennemføres i 2013, og i den forstand være en følgeevaluering. Imidlertid skal der, så vidt muligt, også ses på tilrettelæggelsen af indsatser de seneste 2-3 år, for i højere grad at kunne få et bredere billede af forskellige erfaringer og eventuelle variationer fra år til år. Der skal dog gøres opmærksom på, at der forventes en række datamæssige begrænsninger af betydning for hvor høj dækningsgrad og soliditet, der kan opnås for den mere tilbageskuende del af evalueringen. Det tilbageskuende element forventes derfor primært at skulle bruges i forhold til at se på organisering og tilrettelæggelse, herunder implikationerne af en organiseringsform baseret på frivillighed og et lille, sekretariat med stor udskiftning. Evalueringen forventes især at fokusere på evalueringskriterierne relevans, omkostningseffektivitet/efficiens og resultatopnåelse/effektivitet. Det forventes kun i mindre grad at være muligt at undersøge den mere langsigtede oplysningsmæssige effekt af indsatserne. Når det gælder den brede vurdering af resultater forventes det derfor, at evalueringen hovedsagligt ser på forhold som den samlede dækningsgrad af indsatserne samt deres kvalitet og fitness-for-purpose set i forhold til at oplyse og skabe debat. Der kan yderligere ses på mulighederne for at inddrage grundlæggende resultatmål som kendskab, vurdering af information osv. I det omfang det er muligt vil det være relevant at supplere med mere case-baseret vurdering af effekter i forhold til at sprede viden, skabe debat osv. Set i lyset af indsatsernes karakter og evalueringens omfang forventes bæredygtighed og impact/langsigtede resultater ikke at være i fokus for evalueringen.

4. Evalueringskriterier og evalueringsspørgsmål

Evalueringen tager udgangspunkt i OECD-DACs evalueringskriterier, dog således at kriterierne om relevans, resultatopnåelse/effektivitet og omkostningseffektivitet/efficiens står i centrum. Vurdering af bæredygtighed og langsigtede effekter/impact vurderes at ligge udenfor rammerne af denne evaluering. Det gælder for vurderingen af alle kriterierne, at der skal tages højde for den særlige karakter af Operation Dagsværk-kampagnen og dens organisering, herunder de styrker og begrænsninger det kan indebære i høj grad at være baseret på frivillighed, det ressourcemæssige råderum osv. Evalueringen skal bruge vurderingen af evalueringskriterierne og de tilknyttede evalueringsspørgsmål som afsæt for at formulere konklusioner, anbefalinger og ”lessons learned” om de støttede aktiviteter.

Relevans

Relevanskriteriet handler grundlæggende om, hvorvidt en indsats er relevant set i forhold til målgruppens behov og de forskellige prioriteter og målsætninger, der gælder på området. Da det i denne sammenhæng ikke handler om en udviklingsindsats, men om kommunikations- og oplysningsindsatser, skal der lægges vægt på at vurdere, om de indsatser og aktiviteter der gennemføres fra OD's side er relevante og hensigtsmæssige set i forhold til formålet med kampagnen, dens målgruppe osv. Vurderingen af relevansen af indsatserne forventes at inkludere, men ikke nødvendigvis være begrænset til, følgende spørgsmål:

- Er kampagne-, kommunikations- og oplysningsdelen samlet set relevant og hensigtsmæssig i forhold til dens formål og målgruppe?
- Er de tre første elementer i kampagneindsatsen relevante og hensigtsmæssige set i forhold til deres formål og målgruppe?

Resultatopnåelse/effektivitet

Dette kriterium handler grundlæggende om at vurdere, i hvilken grad en indsats har ledt til de ønskede resultater. I denne sammenhæng er det vigtigt at holde sig for øje, at målsætninger og resultater af kommunikations, oplysnings- og kampagneindsatser kan forventes at være mangefacetterede. Der kan være tale om en bred eksponering og gennemslagskraft, eller om en mere dybtgående ændring af viden eller holdninger for en smallere gruppe; der kan være tale om tydelige fremstillinger af ”best” eller ”worst” cases, eller om nuancerede illustrationer af dilemmaer – for blot at antyde hvordan vurderingen af resultater kan være alt andet end entydig. Det er derfor vigtigt, at vurderingen forholder sig til både kvalitative og kvantitative aspekter af resultatopnåelsen og at der er opmærksomhed på stærke/svage sider ved de forskellige aktiviteter og deres resultater, mulige trade-offs, dilemmaer osv. Vurderingen af resultatopnåelsen for indsatserne forventes at inkludere, men ikke nødvendigvis være begrænset til, følgende spørgsmål:

- Hvilken dækningsgrad er der overordnet set opnået med indsatserne, set i forhold til målgruppen?
- Hvordan er målgruppen dækket; hvilke aktiviteter er gennemført, i hvilke sammenhænge?
- Hvad er kvaliteten af de forskellige indsatser – hvordan kan de karakteriseres i forhold til deres oplysningsmæssige og debatskabende virkninger/mulighed for virkninger?
- På hvilken måde og i hvilken grad bidrager de tre første oplysningselementer hver især til at opfylde kampagnens målsætninger?
- På hvilken måde og i hvilken grad fremmer de tre første oplysningselementer et frugtbart samspil med de øvrige Dagsværk-relaterede aktiviteter?

Omkostningseffektivitet/efficiens

Kriteriet om omkostningseffektivitet retter sig mod, hvor effektivt de tildelte ressourcer omsættes til resultater. Principielt kan dette indebære en vurdering af, om de samme resultater kunne være opnået med brug af færre ressourcer – hvorfor den vil rumme komparative elementer. En sådan vurdering ses dog som mindre relevant i denne sammenhæng. I stedet forventes det, at der skal lægges vægt på at vurdere, om de tilgængelige ressourcer anvendes hensigtsmæssigt, om flaskehalse osv. undgås. Herunder forventes det, at belysningen af stærke og evt. mindre stærke sider af baseringen på frivillig arbejdskraft indgår. Vurderingen af omkostningseffektiviteten for OD's kampagnedel forventes at inkludere, men ikke nødvendigvis være begrænset til, følgende spørgsmål:

- I hvilken grad sikrer tilrettelæggelse og administration at de tilgængelige ressourcer anvendes hensigtsmæssigt?

- Hvad er den overordnede vurdering af ressourceforbrug (støttemidler og menneskelige ressourcer) set i forhold til de opnåede resultater?
- Giver tildelingen og/eller anvendelsen af ressourcer anledning til overvejelser om flaskehalsproblemer, uudnyttede muligheder eller lignende?

5. Metode og tilrettelæggelse

Det forventes at være metodisk udfordrende at indsamle tilstrækkelige data til at tegne et dækkende billede af aktiviteterne, ligesom den konkrete kobling mellem de specifikke indsatses som dagsværksekretariatets frivillige står for og den bredere vifte af aktiviteter ikke bare kan tages for givet, men netop må undersøges. På den baggrund forventes det, at evalueringen arbejder på flere niveauer. Dels skal der som nævnt ovenfor skabes et overblik over aktiviteter, dækningsgrad, målgruppe/deltagere osv. Dels skal der gennemføres mere dybdegående, case-baserede undersøgelser af sammenhængene mellem de forskellige elementer, betydningen af dagsværkindsatsen overfor betydningen af kontekstuelle forhold på den enkelte uddannelsesinstitution osv. Det foreslås, at udvælgelsen fokuserer på en række forskellige uddannelsesinstitutioner, da det i høj grad er indenfor rammerne heraf, at aktiviteterne udspiller sig og resultaterne formes. Udvalget skal ske efter indhentning af nærmere oplysninger fra Dagsværksekretariatet om deltagerinstitutioner og drøftelse med EVAL om den konkrete sampling-strategi. Det skal dog grundlæggende sikres, at det bliver muligt at se på betydningen af forskellige rammebetingelser. Her forventes forhold som målgruppekarakteristika og andre kontekstforhold så som institutionens størrelse/elevgrundlag og placering (by/land), der kan have betydning for hvad slags aktiviteter der kan gennemføres og med hvilke resultater, at skulle indtænkes.

For at kunne vurdere hvorvidt aktiviteter og indsatses er relevante og hensigtsmæssige på en transparent måde skal der redegøres for de bagvedliggende antagelser om hvordan og hvorfor indsatses virker eller ej, synet på betydningen af samspillet mellem målgruppe og aktiviteter for resultatopnåelse osv. Denne klargøring af bagvedliggende antagelser om sammenhænge kan ses som tæt beslægtet med en redegørelse for programteori eller "theory of change" i andre evalueringssammenhænge. En sådan klargøring skal basere sig på kommunikationsfaglig indsigt såvel som belysning af forventninger/antagelser og vurderinger fra interessenter omkring Dagsværks oplysningskampagne. I det omfang, der er tale om meget forskellige eller modstridende antagelser, skal evalueringen gøre opmærksom herpå og afklare årsagerne til forskellen samt vurdere, hvilke der er mest plausible.

Evalueringen forventes at basere sig på en bred række af metoder til indsamling af de nødvendige data. Herunder forventes det at være nødvendigt at udarbejde diverse formater til vurdering af aktiviteter/indsatses, spørgeskemaer osv. Blandt de metoder, der forventes at være relevante er følgende:

- Spørgeskemaundersøgelse rettet mod uddannelsesinstitutioner/elever på uddannelsesinstitutioner (rettet mod kortlægning af både kvalitative og kvantitative aspekter af aktiviteterne; dækningsgrad af forskellige aktiviteter, målgruppedækning, evt. suppleret med kendskab, vurdering af viden osv.), for deltagende og potentielt også ikke-deltagende.

- Fokusgruppeinterview med repræsentanter for målgrupper, forskellige typer deltagere osv.
- Vurdering af udvalgte aktiviteter.
- Deltagerobservation ved udvalgte aktiviteter/institutioner.
- Kvalitative interviews; key informant interviews med relevante aktører i nuværende og tidligere Dagsværksekretariater og Dagsværkkampagner.
- Dokumentanalyse, indsamling af viden om forvaltning, arbejds- og beslutningsgange osv.
- Indsamling af informationer om ressourceanvendelse.

Det endelige design skal fastlægges ud fra evalueringskonsulenternes forslag og i dialog med EVAL. Det skal her bemærkes, at rammerne for evalueringen gør, at anvendelsen af evalueringsressourcer skal gennemtænkes nøje i samarbejde med EVAL. Det gælder ikke mindst i forhold til at sikre at tidsforbrug for de enkelte delelementer, hvad gennemføres hvornår og i hvilken sammenhænge er så hensigtsmæssig som mulig, for at processen kan gennemføres tilfredsstillende indenfor de givne rammer. Dette betyder bl.a. at der vil blive lagt vægt på at sikre et godt samspil mellem de forskellige delundersøgelser i fastlæggelsen af det specifikke design. Evalueringsarbejdet skal gennemføres i overensstemmelse med Danidas Evaluation Guidelines.

6. Produkter

Følgende produkter skal afleveres som en del af evalueringsprocessen:

- A) Proces- og planlægningsrapport ("inception-rapport light") i udkast og endelig version, hvor det specifikke design, valg og rækkefølge af delundersøgelser, forslag til kriterier for sampling, såvel som det resulterende case-sample osv. fremlægges. Herunder skal der fremlægges udkast til de forskellige værktøjer til dataindsamling (spørgeskemaer, vurderingsformater, interview-guides osv.), som forventes brugt i evalueringen.
- B) Evalueringsrapport, i udkast og endelige version(er), i overensstemmelse med disse ToR og Danidas Evaluation Guidelines.

Produkterne skal udarbejdes på dansk.

7. Administration, tidsplan og afrapportering

EVAL er ansvarlig for evalueringen og står for administrationen og den overordnede tilrettelæggelse heraf. For at kunne følge arbejdet med årets Operation Dagsværk skal arbejdet indledes i august 2013. Der vil ikke være tale om en lang inception-fase, men det forventes at en mindre planlægnings- og metoderapport ("inception-rapport light") afleveres i slutningen af august. Udkast til hovedrapporten forventes afleveret i slutningen af november 2013, således at den endelige rapport kan afleveres omkring årsskiftet 2013/14.

8. Krav til evalueringsholdets kvalifikationer

Der er tale om en kort, men intens og fokuseret evalueringsindsats. Det forventes derfor at være hensigtsmæssigt med et lille konsulenthold på 2, max. 3 personer, suppleret med eventuelle støttefunktioner. Det foretrækkes, at begge køn er repræsenterede på holdet. Da opgaven er specifikt rettet mod en dansk målgruppe og skal bruges i en bred dansk sammenhæng er det et krav, at alle på holdet taler og skriver flydende dansk.

Teamleder skal have:

- Solid erfaring med evaluering baseret på OECD-DAC evalueringsstandarder og kriterier
- Solid erfaring med ledelse og koordinering af fler- og tværfaglige hold
- Solid erfaring med brug af blandede metoder, tilpasset det specifikke evalueringsfokus.

Samlet set skal holdet have:

- Indgående kendskab til forskellige typer kommunikations- og oplysningsindsatser.
- Indgående kendskab til vurdering/evaluering af kommunikations- og oplysningsindsatser, herunder til forskellige typer kvalitetskrav og deres operationalisering.
- Indgående kendskab til evalueringsmetoder og redskaber, kvalitative såvel som kvantitative
- Solid erfaring med formidling af evalueringsresultater, i overensstemmelse med Danidas ”guidelines” for evaluering (eller lignende kvalitetskrav).
- Kendskab til den udviklingspolitiske debat og det udviklingsrelaterede oplysningsarbejde i Danmark, gerne også i forhold til ungdomsområdet.

Danidas Evalueringskontor

Bilag B: Årscyklus for kampagnen

Start på cyklus: Slut november-december

Generalforsamling/stormøde:

- Valg af bestyrelse (12 elever)
- Valg af projektpartner og valg af næste års projekt/projekttema
- Indsamling af indtjente penge fra Dagsværksdagen

Januar til juni

- Nyt hold fuldtidsfrivillige starter og besøger det nye projekt og projektland
- Der udarbejdes nyt undervisnings- og kampagnemateriale om det nye projekt og projektland, bl.a. to film, som følger et bestemt koncept
- Distriktsseminar, hvor ansøgningsfelt begrænses til fire NGO'er
- Deltagelse af 100 elever; to delegerede fra hvert gymnasium har stemmeret
- Afholdelse af lærerseminar
- Aktivitetsweekend for elever på skolerne, cirka 130 deltagere

Juli

- Otte elever fra bestyrelsen eller landsrådet deltager i sommer camp sammen med 60 deltagere fra udenlandske organisationer, svarende til OD. Campen er afholdt siden 2010.

August-november

- Nyt hold fuldtidsfrivillige starter og besøger projektlandet
- Udvikling af kampagneelementer (fællestime og temadag)
- Aktivitetsweekend for medlemmer af dagsværksgrupperne
- "Vokseværkskampagne" gennemføres overfor skolerne, hvor elever på skolerne får hjælp fra sekretariatet til at starte dagsværksgrupper op
- Afholdelse af lærerseminar
- Dagsværksgrupperne: Information om OD og årets projekt på skolen eller i klasserne og hvervning af elever og identifikation af arbejdspladser i forhold til afholdelse af Dagsværksdagen/indsamling
- Afholdelse af fællestimer og temadage: sekretariatet turnerer på skolerne (tre uger)
- Dagsværksdagen afholdes/eleverne indsamler penge til årets projekt (6. november i 2013)
- Central registrering og indbetaling af de indtjente penge fra Dagsværksdagen.

Asiatisk Plads 2
1448 København K
Danmark

Tlf 33 92 00 00
Fax 32 54 05 33
um@um.dk
www.um.dk

EVALUERING AF KOMMUNIKATIONS- OG OPLYSNINGSDELEN AF OPERATION DAGSVÆRK
