

Anneks D Spørgeskemaer og interviewguide

D.1 Spørgeskema til virksomheder

Introtekst

Danida, Udenrigsministeriets organisation for udviklingshjælp, har bedt COWI om at gennemføre en evaluering af kampagnen Verdens Bedste Nyheder.

Vi har brug for din hjælp!

Som en del af evalueringen gennemfører vi en spørgeskemaundersøgelse blandt alle tidligere og nuværende kampagnepartnere.

Din besvarelse er naturligvis anonym.

Vi vil bede dig udfylde et kort spørgeskema via følgende link senest den X. december:

[SURVEY_LINK]

(Hvis linket ikke er aktivt, kan du kopiere det og indsætte det i din browsers adressefelt)

Besvarelsen vil tage dig 5 minutter. Vi vil tillade os at sende dig en påmindelse om et par dage.

På forhånd mange tak hjælpen.

Baggrundsoplysninger

Navn: *ÅBEN*

Virksomhed/organisation: *ÅBEN*

Stilling: *ÅBEN*

Samlet set Hvor længe har virksomheden/organisationen været partner hos VBN? 1 til 3 år

Er du eller har du tidligere været engageret i ngo-verdenen? *Ja/nej*

1. Hvad er din virksomheds incitament for at deltage som partner i kampagnen?

- Kampagnen tjener et godt formål?
- Medlemskab af UN Global Compact?
- En styrkelse af jeres CSR-profil?
- Ekstern branding?
- Af hensyn til jeres medarbejdere?
- Andet?

Flere krydser muligt

2. Er kampagnen relevant for jeres kunder? *Ja/nej/ved ikke*

3. Er det dit indtryk, at kampagnen når bredt ud, dvs. dækker geografisk bredt og på tværs af målgrupper? *Ja/nej/ved ikke*

4. I hvor høj grad oplever du, at kampagnen har klare strategier for virksomhedssamarbejde? 1-5 (*slet ikke, i mindre grad, i nogen grad, i høj grad, i meget høj grad, ved ikke*)

5. I hvor høj grad har deltagelsen som partnervirksomhed levet op til dine/jeres forventninger? 1-5 (*slet ikke, i mindre grad, i nogen grad, i høj grad, i meget høj grad*)

6. Hvor tilfreds er du med din virksomheds eksponering via kampagnen i form af medieomtale? 1-5 (*slet ikke, i mindre grad, i nogen grad, i høj grad, i meget høj grad*)

7. Er det klart, hvad I som partnervirksomhed kan og skal bidrage med? *Ja/nej*

8. Har I som partnervirksomhed bidraget til at styrke kampagnen, f.eks. med nyhedshistorier? *Ja/nej*

9. Er I aktivt involveret i den årlige event? *Ja/nej*

10. Har I haft dialog med kampagnen Verdens Bedste Nyheder i andre forbindelser end ved det årlige event? *Ja/nej*

11. Er der et uudnyttet potentiale for samarbejde mellem jeres virksomhed og kampagnen Verdens Bedste Nyheder – f.eks. i form af...

- Samarbejde om nyheder?

- Samarbejde om event?
- CSR-aspektet i jeres virksomhed?
- Andet? Fritekst

12. Bruger du www.verdensbedstenyheder.dk? Ja/nej

13. Hvem opfatter du som afsender af kampagnens nyheder?

- Danida?
- FN (UNDP)?
- Kampagnesekretariatet?
- Civilsamfundsorganisationerne (dvs. NGO'er)
- Andre?

Flere krydser muligt

14. Hvordan har du oplevet kampagnen i 2014 i forhold til de tidligere år? 1-5 (*den er blevet meget dårligere, den er blevet dårligere, ingen udvikling, den er blevet bedre, den er blevet meget bedre, ved ikke*)

15. Er I samlet set tilfredse med at være/have været partnervirksomhed for kampagnen Verdens Bedste Nyheder? Ja/nej

16. Agter I at forsætte jeres partnerskab? Ja/nej/ved ikke

17. Har du forslag til, hvordan kampagnen kunne udvikles fremadrettet? ÅBEN

D.2 Spørgeskema til CSO'er

Introtekst

Danida har bedt COWI om at gennemføre en evaluering af kampagnen Verdens Bedste Nyheder.

Vi har brug for din hjælp!

Som en del af evalueringen gennemfører vi en spørgeskemaundersøgelse blandt alle ngo'er/organisationer, som er involveret i eller har haft berøring med kampagnen.

Din besvarelse er naturligvis anonym.

Vi vil bede dig udfylde et kort skema via følgende link senest den X. december:

[SURVEY_LINK]

(Hvis linket ikke er aktivt, kan du kopiere det og indsætte det i din browsers adressefelt)

Besvarelsen vil tage dig 5 minutter. Vi vil tillade os at sende dig en påmindelse om et par dage.

På forhånd mange tak hjælpen.

Baggrundsoplysninger Vi kan lige tale om der er behov for alle i survey'et da det ser ud som om i har data.

Navn: ÅBEN

Organisation: ÅBEN

Stilling: ÅBEN

Hvordan ville du karakterisere din organisation? Stor/Mellem/Lille

1. Hvad oplever du, at din organisation får ud af sit samarbejde med kampagnen Verdens Bedste Nyheder?

(Sæt gerne kryds ved flere punkter)

- Større eksponering i medierne?
- Professionalisme i kommunikationen af budskaber?
- En styrkelse af jeres budskaber?
- Mere effektiv branding?
- En ekstra platform til at nå danskerne?
- Andet? Fritekst?

2. Er kampagnen relevant for jeres arbejde? *Ja/nej/ved ikke*
3. Er det dit indtryk, at kampagnen når bredt ud, dvs. dækker geografisk bredt i Danmark og på tværs af målgrupper? *Ja/nej/ved ikke*
4. I hvor høj grad er Verdens Bedste Nyheder med til at fremme debatten i Danmark om udviklingsbistand? 1-5 (*slet ikke, i mindre grad, i nogen grad, i høj grad, i meget høj grad*)
5. I hvor høj grad anvender din organisation FNs 2015-mål som grundlag for sine nyheder til kampagnen? 1-5 (*slet ikke, i mindre grad, i nogen grad, i høj grad, i meget høj grad*)
6. I hvor høj grad oplever du, at kampagnen har klare strategier for sit samarbejde med organisationerne? 1-5 (*slet ikke, i mindre grad, i nogen grad, i høj grad, i meget høj grad, ved ikke*)
7. I hvor høj grad oplever du, at kampagnen har klare strategier for sit samarbejde med medier, politikere, virksomheder og lign? 1-5 (*slet ikke, i mindre grad, i nogen grad, i høj grad, i meget høj grad, ved ikke*)
8. Oplever du, at der er et dilemma mellem de budskaber, som VBN bringer, og de budskaber, som I sender ud som led i jeres indsamlingsvirksomhed? 1-5 (*slet ikke, i mindre grad, i nogen grad, i høj grad, i meget høj grad*)
9. Hvor tilfreds er du med din organisations eksponering via kampagnen i form af medieomtale? 1-5 (*slet ikke, i mindre grad, i nogen grad, i høj grad, i meget høj grad*)
10. Er kampagnens budskaber tilstrækkeligt underbyggede? 1-5 (*slet ikke, i mindre grad, i nogen grad, i høj grad, i meget høj grad*)
- 10a. Og bliver de kommunikeret klart og tydeligt? *Ja/nej*
11. Er I aktivt involveret i det årlige event? *Ja/nej*
12. Har I haft dialog om nyheder med Verdens Bedste Nyheder i andre forbindelser end ved det årlige event? *Ja/nej*
13. I hvor høj grad har kampagnens enkeltaktiviteter udviklet sig over tid? 1-5 (*slet ikke, i mindre grad, i nogen grad, i høj grad, i meget høj grad*)
14. Bruger du www.verdensbedstenyheder.dk? *Ja/nej*
15. Hvem opfatter du som afsender af kampagnens nyheder?
- Danida?
 - FN (UNDP)?
 - Kampagnesekretariatet?
 - Andre?
- Flere krydser muligt
16. Hvordan har du oplevet kampagnen i 2014 i forhold til de tidligere år? 1-5 (*den er blevet meget dårligere, den er blevet dårligere, ingen udvikling, den er blevet bedre, den er blevet meget bedre*)

17. Er I samlet set tilfredse med at være part i kampagnen Verdens Bedste Nyheder? *Ja/nej*

18. Har du forslag til, hvordan kampagnen kunne udvikles fremadrettet? *ÅBEN*

D.3 Interviewguide

Om dig/er

Navn:

Uddannelse:

Virksomhed/Organisation:

Stilling:

Anciennitet:

Generelt om kampagnen

Hvad er jeres incitament for at deltage som partner i kampagnen? (Global Compact?) (værdiskabelse)

Er kampagnen relevant jer som virksomhed/erhvervsorganisation?

Er det dit/jeres indtryk, at kampagnen når bredt ud, dvs. dækker geografisk bredt og på tværs af målgrupper?

Er kampagnens budskaber tilstrækkeligt underbyggede, og bliver de kommunikeret klart og tydeligt?

Vurderer du/I, at kampagnen har klare strategier for samarbejdet med jer/jeres virksomhed?

Bruger I/du kampagnenhjemmesiden? Og er den let at finde rundt på?

Hvor kendt vil du vurdere, at VBN er som brand?

Aktiviteter – samarbejde med virksomheder

Hvad er kampagnens overordnede strategi for hvervning og fastholdelse af virksomheder?

Har I en dialog med VBN?

Hvad har I fået ud af at deltage som virksomhedspartner? Internt over for medarbejdere? Eksternt over for presse/partnere?

Er det klart, hvad partnervirksomheder skal bidrage med – f.eks. hvorfor den enkelte virksomhed skal deltage som guld-, sølv- eller bronzemedlem?

Har I som virksomhedspartner bidraget til at styrke kampagnen, f.eks. med nyhedshistorier?

Vil en større anvendelse af engelsk være til gavn for kampagnens partnerskaber?

Aktiviteter – VBN-eventen

Er I involveret i den årlige event?

Har du/I forslag til andre metoder/tilgange, der ville virke bedre?

Aktiviteter – løbende nyhedsproduktion

Vurderer du/I, at kampagnen har en klar, overordnet strategi for kontakt til virksomhed/erhvervsorganisation, når det gælder udveksling af nyheder osv.?

Rammer nyhedsproduktion- og formidlingen af den via de traditionelle medier og via Facebook og Twitter de relevante modtagergrupper?

Hvor godt føler du/I, at I inddrages i processen for nyhedsproduktion?

Kanaler: Facebook, Twitter, hjemmeside (opbygning, nyhedsflow), medier

Aktiviteter – samarbejde med medier

Er I tilfredse med resultatet og jeres eksponering?

Hvad gør I selv for at få mediedækning ud af samarbejdet med kampagnen?

Hvor langt ud når Commute Media og Bonnier?

Andet

Kunne der være andre kommunikationsgreb (f.eks. grafik, design, innovative elementer, mv.), som kan have betydning for effekten af kampagnen?

Blotter kampagnen sig unødigt for kritik ved at basere sig på konstruktiv journalistik og statistisk materiale?
AOB