**Checklisten: „Kampagnenabschluss“**

(Zeitraum Februar bis Mai, Checkliste mit Vorschlägen für Bearbeitungszeiträume der Kampagnenaufgaben)?

Arbeitspaket: Prozessbewertung (Prozessevaluation) - Bereich 3. Sind die Voraussetzungen zur Verhaltensänderung gegeben

Ziel und Nutzen der Prozessevaluation bestehen darin, schon frühzeitig auf mögliche Abweichungen des Projektverlaufes von der Projektplanung aufmerksam zu werden. Das heißt an die Evaluation der Kampagne sollten Sie schon von Beginn an, also ab der Planungsphase denken und notwendige Informationen und Daten zeitnah sammeln, auswerten und dokumentieren. Dazu gehört auch danach zu fragen, ob auf Seiten der Zielgruppe (Mitarbeiter\*innen) Voraussetzungen zur Verhaltensänderung geschaffen werden konnten.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Teilaufgaben** | **Zeitrahmen / Wer bis Wann? (Namenskürzel eintragen)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Oktober | | | | November | | | | Dezember | | | | Januar | | | | Februar | | | | März | | | | April | | | | Mai | | | |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Kernfrage: Waren in der Zielgruppe die Voraus-setzungen zur Verhaltensändeung gegeben?  Anhaltspunkte / Leitfragen der Evaluation sind u.a.: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * Wurde die Zielgruppe wie geplant erreicht? |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * Wurden Materialien, Plakate wahrgenommen? |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * Akzeptanz der Kampagne in der Zielgruppe: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • Wie wurde / wird der Aktionstag von Seiten von der Zielgruppe bewertet? |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • Wie wurde / wird das verteilte Material (Plakate, Fleyer, Infopaket, etc. ) von Seiten von der Zielgruppe bewertet? |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • Nutzen die Mitarbeiter\*innen das Infopaket. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • Wie wurde / wird die Kampagne insgesamt von Seiten von der Zielgruppe bewertet? |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * Wissenszuwachs in der Zielgruppe: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • Haben MitarbeiterInnen durch die Kampagne etwas zu Energiesparmaßnahmen am Arbeitsplatz gelernt und haben Wissen über Energiesparmaßnahmen am Arbeitsplatz. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * Bereitschaft zur Verhaltensänderung Mitarbeiter\*innen haben … |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • positive Einstellung zu Verhaltensänderungen |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • sind zum Mitmachen motiviert |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • Haben sich zur Teilnahme verpflichtet (Selbstverpflichtungsbogen abgegeben |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Arbeitspaket: Prozessbewertung (Prozessevaluation) - Bereich 3. Sind die Voraussetzungen zur Verhaltensänderung gegeben – Fortsetzung**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Teilaufgaben** | **Zeitrahmen / Wer bis Wann? (Namenskürzel eintragen)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Oktober | | | | November | | | | Dezember | | | | Januar | | | | Februar | | | | März | | | | April | | | | Mai | | | |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| * Auswahl und Vorbereitung der Methoden zur Datenerfassung; mögliche Methoden der Datensammlung: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • „Lessons Learned“ - Diskussion im Kernteam |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • Fragebogenberagung in der Zielgruppe |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • Interviews in der Zielgruppe |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • Verhaltensbeobachtung |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • Dokumentenanalyse |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| * Auswahl und Vorbereitung der Auswertungsmethoden: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • Software zur Datenauswertung vorhanden? |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| • (statistisch-) Methodische Kompetenz im Kernteam vorhanden? |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |