

## Zielgruppenermittlung und die Differenzierung von Teilgruppen

Eine Arbeitsgruppe „Ländliche Entwicklung“ hat im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit ein Verfahren für eine „Reduzierte Regionalanalyse“ entwickelt, in der Zielgruppen nach einem vorgegebenen Handlungsplan ermittelt werden.

Die wesentlichen Kriterien der Zielgruppenanalyse beziehen sich auf:

- Besitz/Beschäftigung
- Haushaltseinkommen
- Versorgungslage
- Risikolage
- Sozialstruktur
- Struktur der Institutionen
- Arbeitsteilung
- Normen und Werte.

Diese Zielgruppenermittlung ergibt den Rahmen für eine beratungsbezogene und problemorientierte, differenzierte Zielgruppen- bzw. Teilgruppenermittlung. Die wesentlichen Merkmale für die gesamte Zielbevölkerung und die Herauslösung von Zielgruppen aufgrund der allgemein bestimmbaren Nutzungsschranken bilden die Grundlage für die Ermittlung des Reaktionspotentials durch die Beratungsorganisation.

Ein wesentlicher Ansatzpunkt für Projektaktivitäten sind die bereits bestehenden Gruppen und andere Zusammenschlüsse in der jeweiligen Gesellschaft/Region. Der sozialstatistischen Gesamtanalyse (reduzierte Regionalanalyse) kommt dabei die Kontrollfunktion zu; über sie wird ermittelt, ob der Ansatz bei den bestehenden Gruppen in Übereinstimmung mit der Zielsetzung steht.

Um lange Planungs- und Vorlaufzeiten zu vermeiden, kann unter dem Prinzip der **Erreichbarkeit und Mobilisierbarkeit** ein Projekt

- an gemeinschaftliche, bisher schon unternommene Aktivitäten anknüpfen,

- an Problembereiche herangehen, die bisher unbeachtet geblieben sind,
- Personengruppen ansprechen, die bisher von Entwicklungsaktivitäten nicht berührt wurden.

Auch hier liefert die sozialstatistische Analyse wiederum das Korrektiv, ob die angesprochenen Gruppen „repräsentativ“ für die Zielbevölkerung und die dort auftretenden Probleme sind.

Beim **problemorientierten** Vorgehen (→ Kap. II.1.) müssen in der **Durchführbarkeitsstudie** folgende Gruppen unterschieden werden:

- (1) **Gesamtbevölkerung** einer Region.
- (2) **Zielgruppen**, d.h. alle Personen im Sinne der Entwicklungspolitik und Projekt-Zielsetzung, auch wenn sie keine Gruppen im soziologischen Sinne sind, sondern eher soziale Kategorien.
- (3) **Teilgruppen**, d.h. Untergruppen der Zielgruppen, die nach beobachtbaren Kriterien definiert werden, etwa Frauen mit Marktzugang.
- (4) **Mittlergruppen**, d.h. bereits in der Gesellschaft vorhandene aktive Zusammenschlüsse von Personen (Gruppen in der Nachbarschaftshilfe, Sparketten der Frauen und der Männer, Genossenschaften; Gruppen, die bereits durch den staatlichen Beratungsdienst gebildet wurden usw.).
- (5) **Dienstleistungsgruppen**, d.h. Personen, die das Beratungsprogramm erarbeiten, mittragen, durchführen müssen (Regierungsstellen, Forschung, Ausbildung, Landfunk, Genossenschaften).
- (6) **Indirekt betroffene Gruppe**, d.h. Personen bzw. Gruppen innerhalb der Gesamtbevölkerung, die vom Programm nicht angesprochen werden. Das können Genossenschaften, Händler, Großbauern, Kreditgeber, aber auch Frauen sein, die in Westafrika traditionellerweise die Domäne in der Vermarktung der Feldfrüchte besitzen, in Ostafrika nahezu ausschließlich für den Nahrungsmittelanbau zuständig sind.

Die Bestimmung dieser Gruppen hinsichtlich ihrer Möglichkeiten und Fähigkeiten, am Beratungsprogramm mitzuarbeiten, ist das Kernstück der Durchführbarkeitsstudie. Im einzelnen müssen Faktoren untersucht werden, die die autonome Neuerungsausbreitung beeinflussen. In vielen Fällen werden größere Beratungsprogramme ihr Angebot für die verschiedenen Gruppen differenzieren müssen.

Die Ermittlung der Kommunikations- und Kontaktwege zeigt auf, daß z.B. Frauen in streng islamischen Gesellschaften kaum auf dem Weg über den Mann zu errei-

chen sind. Die oftmals vom Projekt unabhängige Ansprache von Frauen ausschließlich in Fragen der Haushaltsführung entspricht in der kleinbäuerlichen Gesellschaft der meisten Länder keineswegs der Realität. Hier ist die Frau zu einem wesentlichen Anteil direkt in die agrarische Produktion eingespannt; Veränderungen und Arbeitserleichterungen müssen an die Frauen ebenso wie an die Männer herangebracht werden.

Bei der **Teilgruppendifferenzierung** ist eine Konzentration auf die Engpaß-Situation typischer Betriebsformen zu empfehlen.

**Ein Beispiel aus Java:**

Es handelt sich um einen kapitalschwachen kleinbäuerlichen Betrieb (0,5 ha, 6 Personen). Die Situation ist gekennzeichnet durch

- den Zwang zur Zupacht,
- Abhängigkeit von den Verpächtern bzw. vorwiegend chinesischen Geldverleihern,
- den Zwang zum Nebenerwerb zur Bargeldbeschaffung (Lastenträger, Betjak Fahrer (Dreirad) in den Städten),
- den Arbeitskräftemangel auf dem eigenen Betrieb bei gleichzeitig generell hoher Arbeitslosigkeit und
- einseitige Unterernährung, da alle Bargeld bringenden Produkte, (Schlachtvieh, Eier usw.) in die Stadt verkauft werden.

Wenn dann z.B. die Erhöhung des Reisertrages ein möglicher Ansatzpunkt auch aus der Sicht der Zielgruppe ist, so ergeben sich typische Nutzungsschranken, durch die die Zielgruppe in problemorientierte (hier: Erhöhung des Reisertrages) Teilgruppen gegliedert werden kann. Für diese müssen jeweils spezifische Maßnahmenbündel zusammengestellt werden.

Einen Zugang zu dieser Teilgruppendifferenzierung — auf die dann später die Analyse von Betriebssystemen aufgebaut werden kann — findet man relativ leicht in Zusammenarbeit mit der Zielgruppe, wenn man Ressourcenpotentiale und Nutzungsschranken gegeneinander abwägt:

## Ressourcenpotentiale

Minderung der Gesamtverluste bei traditionellen Sorten (bei Anbau, Reifung, Ernte, Vermarktung, Verarbeitung, Zubereitung)

Einführung neuer Sorten

Technische Maßnahmen (Düngung, Pflanzenschutz, Maschineneinsatz, Flurberreinigung)

## Nutzungsschranken

Ausbildung u. Kenntnisstand, verfügbare Arbeitskraft, Schädlingsbekämpfung nur bei gemeinschaftlicher Anwendung, Düngung kaum möglich.

Ansteigen des Verschuldungsgrades von Betrieben und Erhöhung der Bodenpreise sowie Pachtzinsen, verfügbare Arbeitskraft, Aufgabe von Nebenerwerb, Vermarktungs- und Krediteinrichtungen.

Im Naßfeld, Düngung nur bei Beteiligung der Nachbarn — ebenso beim Pflanzenschutz; bei Pflanzenschutz Verzicht auf gleichzeitige Fischzucht, Kapitalengpaß, Ausbildungs- und Kenntnisstand, Katasteranlage.

Aus der gemeinsamen Diskussion dieser sich wechselseitig beeinflussenden Faktoren können dann folgende Teilgruppen herausdifferenziert werden:

- Betriebe, die aufgrund ihres geringen Verschuldungsgrades technische Maßnahmen einführen können;
- Betriebe, die über Einführung von Fischzucht, Bepflanzung der Dämme usw. systematisch entschuldet werden können,
- Betriebe in vorhandenen dörflichen „Genossenschaften“ (sogenannte „Wassergemeinschaften“), die Maschineneinsatz (Kontraktdreschen, Handpumpen usw.) organisieren können;
- Betriebe, für die Nebenerwerb im dörflichen Bereich entwickelt werden muß (z.B. Wasserwirtschaftsmaßnahmen, Ernte), um die Arbeitsengpässe im eigenen Betrieb zu verringern und den Bargelderwerb zu ermöglichen.

## Quelle

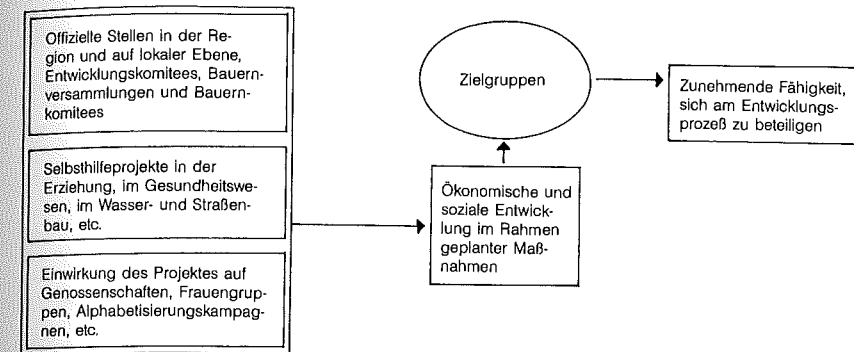
K.M. FISCHER, u.a.: Ländliche Entwicklung. Ein Leitfaden zur Konzeption, Planung und Durchführung armutsorientierter Projekte. Bonn: BMZ 1978, Englische Ausgabe Bonn: BMZ 1980.

## Bearbeitung

Rolf SÜLZER, Gerhard PAYR

## Beteiligung der Zielgruppen

Im Rahmen des Projektes „Chilalo Agricultural Development“ in Äthiopien hat man versucht, die Partizipation der Zielgruppen in den Zusammenhang ländlicher Entwicklung zu stellen. Der theoretische Zusammenhang läßt sich am Schaubild verdeutlichen:



Dieser Zustand wurde im Projekt jedoch nicht erreicht, weil die beauftragten Planer und die durchführenden Projektmitarbeiter keine direkte Beteiligung der Zielgruppen im Entscheidungsprozeß vornahmen. Eine Evaluierung zur Partizipation in den verschiedensten Entscheidungsbereichen des Projektes zeigte weitgehend Fehlstellen. Die verkürzte Darstellung der Ergebnisse in der folgenden → Übersicht 1 ist aber zugleich auch eine Handlungsanleitung, wie und wo partizipatorische Beziehungen aufgebaut werden können. Daher wurde hier der Ist-Analyse jeweils ein möglicher Soll-Zustand hinzugefügt.

Für das Vorgehen bei der Beteiligung der Zielgruppen werden folgende Empfehlungen für wichtig erachtet:

- (1) Konzentration in den Besprechungen auf die Frage der Machbarkeit
- (2) Formulierung und schriftliche Fixierung von Zielen und Maßnahmen
- (3) Rückversicherung, daß alle Beteiligten über ihre Aufgaben unterrichtet sind und ihre Rolle genau kennen
- (4) Durchführung von unmittelbaren Testläufen und Testprogrammen
- (5) Regelmäßiger Kontakt mit Entscheidungsträgern und Verantwortlichen (bei den Teilgruppen wie auch bei den Dienstleistungsgruppen)
- (6) Beobachtung der Reaktionen von anderen Mitgliedern des Projektumfeldes

- (7) Konsequente Feinplanung und Durchführung des Programms nach der Diskussion (möglichst ohne Zeitverlust zwischen Entscheidung und Durchführung)
- (8) Beständige Kontrolle der laufenden Arbeit und wiederkehrend Abstimmungsgespräche mit allen Beteiligten.

**Quelle**

J.M. COHEN, N.T. UPHOFF: Rural development participation. Concepts and measures for project design, implementation and evaluation. Ithaca, N.Y. Cornell Univ. 1977, (Rural Development Monograph 2) u.a. S. 204 ff.

**Bearbeitung**

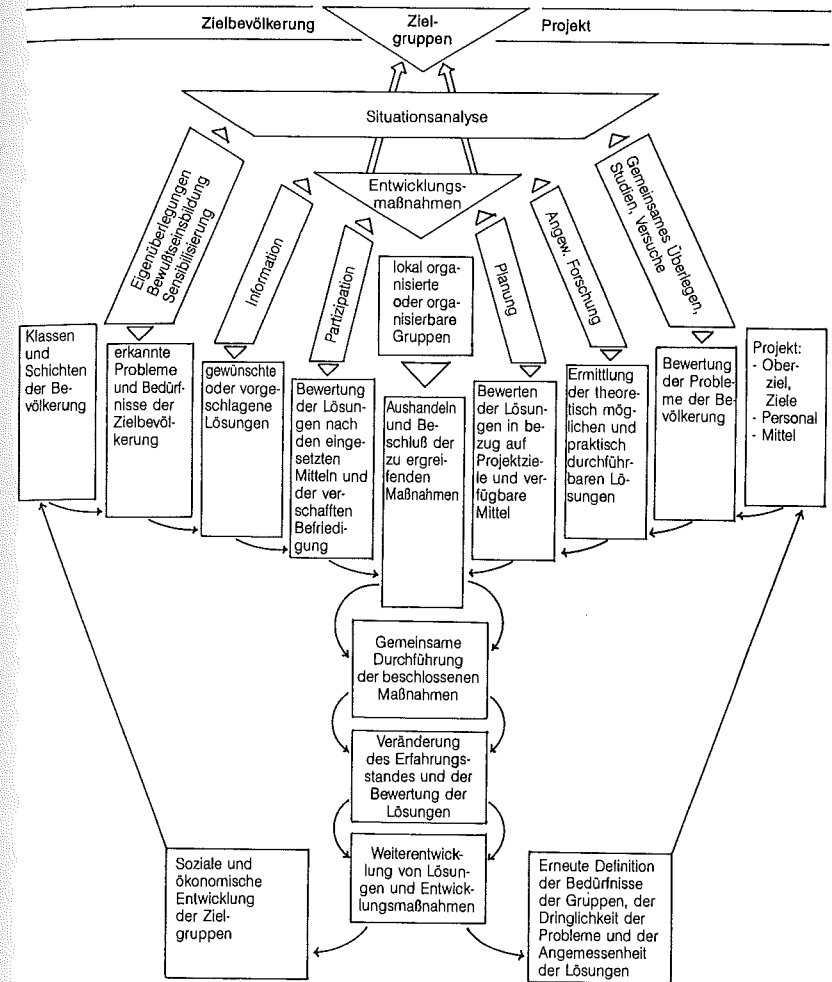
Rolf SÜLZER, Gerhard PAYR

Übersicht 1:

Einflußnahme verschiedener Personengruppen im Entscheidungsprozeß						
Ansatzstellen für Partizipation	Bevölkerung		Führungspersonen in der Bevölkerung		Regierungspersonal	
	Ist	Soll	Ist	Soll	Ist	Soll
<b>Erstentscheidung über</b>						
Zielgruppen	keine	keine	keine	keine	keine	P
Bedürfnisse und Prioritäten	keine	P	keine	P	keine	keine
Projektziele	keine	keine	keine	keine	keine	P
Projektstandort	keine	P	keine	P	keine	P
Anbausysteme	keine	P	keine	P	keine	P
<b>Laufende Entscheidungen über</b>						
Bedürfnisse	keine	P	keine	P	keine	keine
Projektmaßnahmen	keine	P	keine	P	keine	P
Projektstandorte	Anforderungen	Anforderungen	Einflußnahme	Einflußnahme	Einflußnahme	keine
Neuorientierung des Projekts	keine	P	keine	P	Einflußnahme	Einflußnahme
Ort/Zeitpunkt von Versammlungen	keine	P	Mitbestimmung	Mitbestimmung	Einflußnahme	P
Kriterien für Programmteilnahme	keine	P	keine	P	keine	P
Auswahl von Modellbauern	5 Pers. im Ort schlagen vor	Vorschlag von Pers. im Ort	5 Pers. im Ort schlagen vor	Vorschlag von Pers. im Ort	Einfluß auf Auswahl der Personen	keine
Personalauswahl u. -einstellung	keine	keine	keine	keine	keine	keine

P wie „Partizipation“ steht für eine mögliche und wünschenswerte Beteiligung der jeweiligen Personengruppe

# Die Identifizierung von Zielgruppen und von Fördermaßnahmen



**Quelle**

V. HOFFMANN: Identification des groupes cible et des mesures du projet. In: LAGEMANN, HOFFMANN, RAUSCH, SCHREINER, YEBE: Evaluation du projet CARDER Atlantique, République Populaire du Bénin. Unveröffentlichtes Gutachten für die GTZ, Eschborn, 1984.

**Bearbeitung**

Volker HOFFMANN

**Hinweise für die Auswahl von Kontaktbauern**

In Projekten besteht häufig die Notwendigkeit, Kontaktpersonen einzusetzen, da die Einzelberatung und Einzelinformation ebensowenig möglich ist wie eine massenwirksame Beratung. Für den ersten Fall sind zu wenig Berater vorhanden, für den zweiten Fall ist es in der Regel unmöglich, die Beratungsinhalte zu „standardisieren“ und ohne persönlichen Kontakt und praktisches Einüben zu vermitteln. Als „Mittler“ zwischen Berater und Einzelbetrieb soll dann der sogenannte Kontaktbauer treten. Im folgenden wird untersucht, welches die Bedingungen für dessen erfolgreiches Wirken sind.

**Begriffsabgrenzung**

In der Literatur und in allen Projekten gibt es sehr viele ähnliche Bezeichnungen, die sich aber von ihrem Begriffsinhalt her zwei Gruppen zuteilen lassen: Bezeichnungen, die in erster Linie den Kontakt betonen, und Bezeichnungen, die die Betriebssituation herausstellen:

1. Kontaktsituation	2. Betriebssituation
key farmer	progressive farmer
contact farmer	model farmer
Schlüsselperson	master farmer
Meinungsführer	Demonstrationsbauer

Das Konzept der Kontaktbauern betrifft nur die Gruppe 1. Hier sind Personen bezeichnet, die innerhalb einer Gemeinschaft bereits Multiplikator-Eigenschaften innehaben, die etwa analog zu den „zentralen Orten“ als „zentrale Personen“ gelten können. Die Begriffe der Gruppe 2 bezeichnen Betriebe bzw. Betriebssysteme, die im Vergleich zur durchschnittlichen betrieblichen Situation einer Region weit voraus sind oder die von der Beratung systematisch vorausprogrammiert werden.

**Bedingungen für die Wirksamkeit**

Aus vielen Untersuchungen ist bekannt, daß die Vorausprogrammierung keinen Ausstrahlungseffekt besitzt. Ausstrahlungseffekte treten nur in gesicherter Kontakt- bzw. Gruppensituation auf. Diese läßt sich durch ein Bündel von Merkmalen beschreiben:

- (1) Besitz von Wissen zur Weitergabe
- (2) Motivation zur Wissensweitergabe
- (3) Fähigkeit zur Wissensweitergabe



- (4) Wechselseitig positive Beziehung zwischen Personen und auch zwischen Personen und Informationsquellen
- (5) Vertrauen in die Glaubwürdigkeit des Kontaktbauern und in seine fachliche Kompetenz
- (6) Gesicherte, regelmäßige Treffen
- (7) Relativ einheitliche Gruppe hinsichtlich Produktionsmöglichkeiten, Denkweise, Einsichtsvermögen, Wertesystem.

#### Gründe für das Mißlingen von Gruppenberatung durch Kontaktbauern

- (1) Es handelt sich um keine „Gruppe“ im sozialen Sinn (vgl. den vorhergehenden Punkt 4), sondern um eine Anzahl von Personen mit gleichen bzw. ähnlichen Merkmalen (soziale Kategorie).
- (2) „Kontaktfarmer“ waren solche Personen, die sehr einseitig Beziehungen zu ausgewählten Personen (Elite) unterhielten — vor allem im nicht-landwirtschaftlichen Bereich.
- (3) Bei der Auswahl verwechselte man deren Zustimmung, als Kontaktbauer zu agieren, mit ihrer tatsächlichen Bereitschaft, Wissen auch weiterzugeben. Es gab keine vertraglichen Verpflichtungen oder soziale Kontrollen.
- (4) Die evtl. ursprünglich positive Beziehung zu Nachbarn oder Kollegen wurde durch die Bevorzugung geschwächt, Mißtrauen trat an deren Stelle.
- (5) Kontaktbauern faßten sich als „Vertreter“ für andere auf, verfolgten aber eigene Zielsetzungen und entfernten sich sozial und schließlich auch ökonomisch von der Gruppe.
- (6) Eine vorausgehende und begleitende Beratung fehlte.

#### Ermittlung von Kontaktbauern

Um die positiven Effekte zu nutzen, die nachteiligen aber möglichst zu vermeiden, sollte die Auswahl von Kontaktbauern sehr sorgfältig vorgenommen werden. Empfehlenswert ist die Kombination von verschiedenen Wegen, da jeder einzelne Weg allein die Gefahr des Scheiterns in sich trägt. Möglich sind vier Wege, bei denen die Zielgruppe jeweils eingeschaltet werden sollte:

- (1) Zusammenstellung von Betrieben ähnlicher Ausstattung und ähnlicher Nutzungsschranken
- (2) Beobachtung und Auswertung von Versammlungen oder Treffen
- (3) Ermittlung der Kontaktsituation über soziometrische Erhebungen (etwa in der Situationsanalyse)
- (4) Aufforderung zur Eigeninitiative der Zielgruppen.

#### Zusammenstellung von Betrieben

Dieses Verfahren wird bereits in der Situationsanalyse angewandt. Über Haushalts- und Betriebsuntersuchungen werden Betriebe nach bestimmten Merkmalen kategorisiert, Betriebe in ähnlichen Problemsituationen zu Betriebstypen zusammengefaßt.

#### Auswertung von Versammlungen

Auch dieses Verfahren wird teilweise in Situationsanalysen angewandt. Es läßt sich aber auch während der Projektarbeit durchführen. Dabei beobachtet man, welche Personen sich an bestimmten Orten treffen, über welche Themen und Probleme dabei gesprochen wird und ob sich Personen mit ähnlichen Betriebsituationen treffen. Dies wird ergänzt durch die Befragung kompetenter Personen nach vorhandenen Gruppenbeziehungen.

#### Ermittlung der Kontaktsituation (soziometrisch)

Bei diesem Verfahren werden in Interviews und Fragebogenuntersuchungen Personen gefragt, mit welchen anderen Personen sie etwas gemeinsam tun, wen sie um Rat fragen würden usw.. Die Antworten werden aus den Fragebögen in eine Matrix eingetragen, deren Zeilen und Spalten die Namen aller Befragten enthalten. Dies ist etwa im Rahmen von Dorfuntersuchungen möglich. Eine solche Matrix als Ergebnis einer Untersuchung sieht dann etwa so wie in → Übersicht 1 aus. Wesentlich ist die auf Situation und Problem bezogene Wahl der Kontaktfrage. Nur nach einflußreichen Personen zu fragen, ist unergiebig. Die Frage muß enger auf den Problembereich bezogen sein. Geht es also um landwirtschaftliche Fragen, so könnte die Kontaktfrage lauten: „Mit wem würden Sie am liebsten gemeinsam ein Feld bearbeiten?“ Oder z.B.: „Mit wem würden Sie gemeinsam ein Ochsenpaar mieten?“ etc. .



## Übersicht 1:

Ein Beispiel für die tabellarische Auswertung einer soziometrischen Untersuchung						
Wählende Personen	Gewählte Personen					
	A	B	C	D	E	F
A			x			
B			x			
C	x					
D		x				
E		x				
F				x		

Die Aussage, die in der Matrix festgehalten wird, lautet im vorgestellten Beispiel: A hat C genannt, B ebenfalls. C seinerseits hat A genannt, die Wahl ist hier reziprok, ein Indiz für eine enge wechselseitige Beziehung.

Nach der Aufbereitung der Wahlen in einer Matrix empfiehlt sich die graphische Darstellung als Beziehungsnetzwerk. In unserem Beispiel in → Bild 1 zeigen die Pfeile die Richtung der Wahlen, und die Anzahl der Kreise um die Personen repräsentiert, wie oft sie gewählt wurden.

Nur von der Soziometrie her wäre C der günstigste Kontaktbauer, da er von A und B gewählt wurde, und B wieder E, F und D als Sympathisanten mit einbringt. B wäre nur dann geeignet, wenn die Achse A — C das toleriert, was aus den Wahlen nicht hervorgeht.

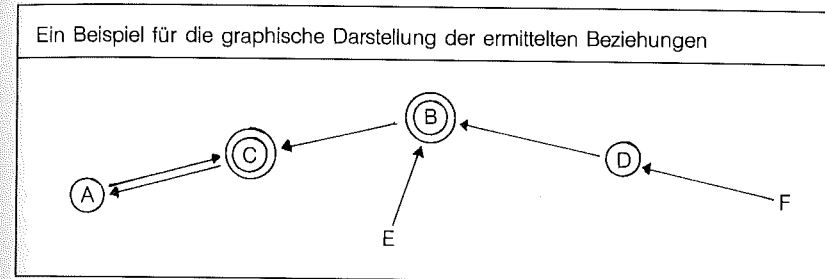
#### Aufforderung zur Eigeninitiative

Der vierte Weg kann darin bestehen, im Rahmen einer Vorlaufzeit von Projekten zur selbständigen Gruppenarbeit aufzufordern. Dabei werden dann zunächst solche Gruppen gefördert, die sich selbst aufgebaut haben. Mit ihnen geht ein Projekt vertragliche Verpflichtungen auf Gegenseitigkeit ein: Leistung des Projekts und zu erbringende Leistungen der Gruppe werden genau festgelegt. Voraussetzungen für ein solches Vorgehen sind:

- (1) Ausreichende Bekanntmachung von möglichen Projektleistungen/-maßnahmen
- (2) Klare Definition, welche Gruppen unter welchen Bedingungen vom Projekt überhaupt unterstützt werden (Zielgruppendifinition)
- (3) Abgesicherte Maßnahmen für die nachfragenden Gruppen.

Dieser Weg der nachgefragten Beratung bei gleichzeitiger Eigenleistung der Zielgruppen ist bereits mehrfach erprobt worden; u.a. arbeitet die Schweizerische Entwicklungseinrichtung SATA nach diesem Prinzip, bei dem die Zielgruppen einen — wenngleich sehr kleinen — Anteil an der Finanzierung des Programms übernehmen müssen. Auch in Chile waren solche Ansätze vorhanden, die der deutschen Ringberatung ähneln. Gruppen finanzieren „ihren“ Berater. Dies tritt in Krisensituationen immer wieder in allen Regionen auf. Beispiele dafür sind Dörfer, die auf eigene Rechnung Lehrer anstellen, Betriebe im Verkaufsfruchtanbau, die sich zu Produktionsgemeinschaften zusammenschließen und ihre eigenen Berater anstellen (→ auch B 4).

Bild 1:



#### Endgültige Auswahl

Die Bildung von Gruppen und die Auswahl von Ansprechpartnern der Beratung in diesen Gruppen (Kontaktbauern o.ä.) sollte in der Kombination der verschiedenen Wege erfolgen. Die Betriebsuntersuchungen benötigt man zur Feststellung von Maßnahmen und zur Bildung von Betriebstypen. Die Untersuchungen an den Treffpunkten und die Ermittlung der Kontaktsituation sind wichtig, um die Beratungsstrategie auf Personen auszurichten, die nicht „allgemeines Ansehen“ genießen, sondern im Ruf stehen, „gute Bauern“ oder gar „gute Maisbauern“ usw. zu sein. Die Aufforderung zur Eigeninitiative schließlich zeigt, welche Gruppen sich selbst formieren können und welche Personen als Problemfälle aus der Zielgruppe zusätzlich auch über Einzelberatung angesprochen werden müssen.

Zur gleichen Problematik siehe → Arbeitsunterlage F 9.

**Literatur**

H.W. SCHÖNMEIER: Agriculture in Conflict. The Shambaa Case. Bensheim: Kübel Foundation GmbH 1977, S. 288.

**Bearbeitung**

Rolf SÜLZER, Gerhard PAYR

**Zur Methodik des Beratungsgesprächs****I. Einführung**

„Es ist mit dem Ratgeben ein eigenes Ding“, sagte Goethe, „und wenn man eine Weile in der Welt gesehen hat, wie die gescheitesten Dinge mißlingen und das Absurdeste oft zu einem glücklichen Ziele führt, so kommt man davon wohl zurück, jemandem einen Rat erteilen zu wollen. Im Grunde ist es oft von dem, der einen Rat verlangt, eine Beschränktheit, und von dem, der ihn gibt, eine Anmaßung.“

Diese Gesprächsnotiz von ECKERMANN vom 12. 3. 1831 soll eine erste Einstimmung zum Thema geben. Denn tatsächlich ist es eine weit verbreitete irrige Ansicht, daß es die Hauptaufgabe des Beraters im Beratungsgespräch sei, einen Rat zu geben.

Diese Arbeitsunterlage befaßt sich mit grundlegenden Fragen der Gesprächsführung zwischen „Ratsuchenden“ und „Beratern“. Auch wenn sich die Darstellung nicht ausdrücklich auf die Situation landwirtschaftlicher Beratung in Entwicklungsländern bezieht, ist die psychologische Ausgangslage bei der Führung von Gesprächen gut übertragbar. Zu denken ist hierbei nicht nur an Bauern und Berater, sondern auch an Gespräche zwischen Beratern, Ehepartnern, Eltern und Kindern, Lehrern und Schülern, etc..

Wenn das Gespräch als Methode erörtert wird, dann steht häufig die „Technik“ der Gesprächsführung, der Wunsch nach vordergründiger Effizienz im Mittelpunkt. Dabei übersieht man allzu leicht, daß das Gespräch zwischen zwei Menschen sehr viel mehr ist als bloße Informationsnachfrage und Informationslieferung.

Das Beratungsgespräch zielt auf

- Hilfe in einer Situation des Nichtwissens,
- Klärung in einer Konfliktsituation,
- Hilfe zur Bewältigung von Problemen.

Damit grenzt es sich funktional und methodisch ab von bloßer Auskunft, von Konversation, von Befragung, von Diskussion und Verhör.

Funktion und Aufbau des Beratungsgesprächs werden davon bestimmt, daß

- das Problem erkannt,

- dem Klienten Einsicht in die Ursachen des Problems vermittelt und
- mit ihm Lösungswege erarbeitet werden.

## II. Vier grundsätzliche Aufgaben:

### 1. Klärung der Problemlage und der Problemursachen

Im Zentrum des Beratungsgesprächs steht das Bemühen um die Klärung der Problemlage und der Problemursachen. Dabei muß man sich stets vor Augen halten, daß das, was der Ratsuchende als Problem erlebt, Teil seiner Lebenswirklichkeit ist. Oft deckt sich dies nicht mit dem, was der Berater für den Kern des Problems hält. Es kommt häufig vor, daß Ratsuchender und Berater entweder nicht dieselbe Sprache oder nicht dieselbe Wirklichkeit oder gar keines von beiden haben. Nur wenn es gelingt, die Wirklichkeit des Ratsuchenden, so wie er selbst sie erlebt, zu erfassen, kann ein Erfolg der Beratungstätigkeit erwartet werden. Ein Gespräch wird nur dann fruchtbar werden, wenn aus zwei Wirklichkeiten zumindest in einem Teil eine gemeinsame Wirklichkeit entsteht (→ Kap. III.5 und III.7).

Die subjektiv erlebte Problemlage hat für den Betroffenen Realitätscharakter und bestimmt sein Verhalten. Diese Wirklichkeit ist zumeist verschieden von der des Beraters.

### 2. Zur Durchschaubarkeit des Problems

Die Beratungspraxis zeigt, daß die Ausgangssituation bei einem Gespräch in bezug auf die empfundenen Schwierigkeiten sehr verschieden ist. Der Ratsuchende hat überhaupt keine Einsicht in sein Problem und empfindet nur ein diffuses Bedürfnis, „sich aussprechen“ zu müssen, oder er kann seine Schwierigkeiten klar und exakt nennen.

Oft hat ein Ratsuchender ein Gefühl quälender Unsicherheit oder drängenden Unbehagens, das er kaum in Worte, geschweige denn in eine präzise Frage zu fassen vermag. Insbesondere tiefe existenzielle Schwierigkeiten, die alle Bereiche des menschlichen Daseins berühren, entziehen sich wegen ihrer Vielschichtigkeit oft dem Zugriff durch die Sprache. Vom Ratsuchenden wird ein Weg gesucht, um aus dieser Verworrenheit herauszukommen. Er weiß noch nicht, wie dies geschehen kann, oder ob der Gesprächspartner Geduld und Offenheit dafür aufbringt.

Der Gesprächspartner gibt schon durch seine bloße Gegenwart eine Unterstützung, er hält durch sein aufmerksames Zuhören den sprachlichen Formulierungsprozeß in Gang. Es wird ausgesprochen, was einen beschäftigt —

sowohl das Falsche wie das Richtige. Erst das Ausgesprochene kann man weiter vertiefen und verarbeiten.

Diese zwei skizzierten Ausgangslagen machen deutlich, wie verschieden die Ausgangssituation bei einem Beratungsgespräch sein kann. Der Berater muß sich, wenn ihm an echter Hilfe bei der Problemlösung liegt, diese Ausgangslage ständig vergegenwärtigen.

Das Problem eines Ratsuchenden wird subjektiv von ihm in unterschiedlicher Klarheit und Strukturiertheit erlebt.

### 3. Einsicht als Handlungsimpuls

Das Beratungsgespräch muß ein schrittweiser Klärungsprozeß sein, ehe der Berater Lösungswege aufzeigen kann. Dieser Klärungsprozeß erfordert ein Höchstmaß an Konzentration und Geduld vom Berater. Oft meint der Berater, hilfreich zu sein, wenn er bereits eine Antwort zur Hand hat, ehe der Gesprächspartner selbst gedanklich zu einer Klärung gelangt ist. Eine solche zu frühe „Hilfe“ aber hat für den weiteren Verlauf des Gesprächs nachteilige Folgen. Der Ratsuchende offenbart scheinbar Unfähigkeit, der Berater demonstriert Scharfsinn, schnelle Auffassungsgabe und damit Überlegenheit. Es entsteht ein Gefälle in bezug auf das Selbstwertgefühl. Außerdem kann ein zu früher Versuch der Problemlösung die Gefahr beinhalten, vom „echten“ Problem abzulenken und den Klienten zu veranlassen, den spontan eingeschlagenen Weg des schrittweisen Erkennens der Ursachen seiner Schwierigkeiten unmerklich zu verlassen (→ Kap. III.7).

Das Beratungsgespräch muß so angelegt sein, daß der Ratsuchende selbst Einsicht in die Ursachen des Problems und die Struktur des Problemgesamten gewinnen kann. Daraus entwickeln sich die psychischen Kräfte, die der Ratsuchende benötigt, um in voller Selbständigkeit und Verantwortung handeln zu können.

### 4. Mobilisierung von Initiativen und Handlungskräften

Einsicht in die Natur von Problemen wirkt von sich aus als Motor für eigenständiges Entscheiden und Handeln. In gleicher Weise können vom Berater angebotene Lösungen wirken, wenn diese vom Berater so dargeboten werden, daß sie subjektiv vom Ratsuchenden als Lösung akzeptiert werden. Das erfordert in der Gesprächsführung eine Einbettung der Sachlösung in das handlungsrelevante Bezugssystem der Person. Die Einhaltung einer Fruchtfolge muß z.B. aus dem pflanzenbaulich-bodenkundlichen Begründungszusammenhang in den relevanten Bezugsrahmen des Bauern, nämlich „langfristig hohe Flächenerträge“, transformiert werden. Es erfordert ferner eine Transformierung der Fachsprache in die alltäglich gebräuchliche Sprachwelt. Dies darf keinesfalls mit Manipulation (verfäl-

schende Transformation) verwechselt werden. Nur wenn sowohl handlungsrelevanter Bezugsrahmen des Gesprächspartners als auch sein im Sprachdenken gebräuchliches Vokabular berücksichtigt werden, können sich Motivation und Handlungsalternativen für die Meisterung der Schwierigkeiten entwickeln.

Das Beratungsgespräch muß so geführt werden, daß schon die Darlegung des Sachzusammenhanges möglichst viel Initiative und Handlungskräfte mobilisiert.

## II. Nicht-direktive Gesprächsführung auch in der Fachberatung?

Die bisher beschriebenen Handlungsanweisungen sind konform zum Konzept der nicht-direktiven oder Partner-zentrierten Gesprächsführung.

### 1. Auch nicht-direktive Gesprächsführung arbeitet mit Beeinflussung

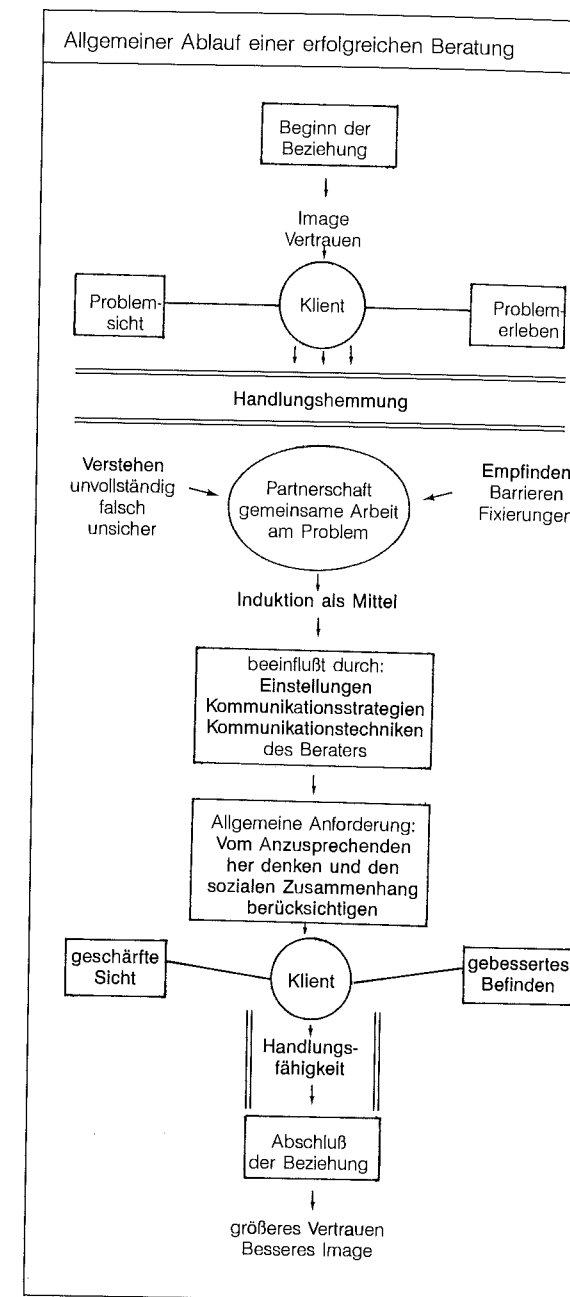
Wenn von nicht-direktiver Beratung oder Gesprächsführung die Rede ist, so wäre es ein Mißverständnis fataler Art, zu meinen, daß in einer solchen Form von Beratung keine Beeinflussung stattfindet. → Übersicht 1 stellt den Beratungsvorgang, so wie er für Berater und Klient zufriedenstellend wäre, im Ablauf dar.

In diesem Ablaufschema wird der Aspekt der Beeinflussung sehr deutlich gezeigt und mit dem Wort **Induktion** gekennzeichnet. Die weitere Frage für Methodik der Beratung und für die spezielle Art der Gesprächsführung im Beratungsgespräch stellt sich ausschließlich dahingehend, wie diese Induktion vorzunehmen ist. Beeinflussung, ja immer, die Frage ist ausschließlich: wie? Hier gibt das Verfahren der nicht-direktiven Beratung Einstellungen, Strategien und Techniken an, die einer möglichst weitgehenden Selbstklärung des Beratungspartners dienen sollen.

Neben dem Einwand der Beeinflussung gilt es einen weiteren Einwand zu berücksichtigen, nämlich das Problem der fachlichen Beratung. Der Einwand sieht dann gewöhnlich so aus, daß es heißt: „Diese nicht-direktive Beratung kann ja vielleicht ganz gut sein für persönliche, zwischenmenschliche und insgesamt vorrangig psychologische Probleme. Dort ist die Methode ja wohl auch entwickelt worden. Aber wir machen fachliche Beratung. Hier sieht alles ganz anders aus.“

Tatsächlich liegen in der fachlichen Beratung zum Teil andere Voraussetzungen vor. Der Berater ist Experte für ein bestimmtes Fachgebiet und wird als solcher Experte auch bewußt aufgesucht. Bei aller Partnerschaftlichkeit der Beziehung bleibt ein Ungleichgewicht an Kenntnissen und Erfahrungen zwischen ihm und dem Beratungsklienten, das wesentlich konstituierendes Element für diese Beratungssituation ist. Die Konsequenz, die sich unseres Erachtens daraus ergibt, ist jedoch lediglich die, daß in der Fachberatung nicht-direktive und direkte

Übersicht 1:



Gesprächsphasen wechseln. Eine ausschließlich direktiv geführte fachliche Beratung erscheint dagegen mit größter Wahrscheinlichkeit zum Scheitern verurteilt.

Wenn der Experte mit seinem Sachwissen und Sachverstand gefordert ist, so soll er sich keinesfalls damit verweigern. In dem Maße, wie er nun auf Sachverhalte hinweist, informiert, ergreift er selbstverständlich Initiative und lenkt das Beratungsgeschehen. Dies erscheint absolut normal. Die Selbstverantwortlichkeit des Klienten ist dadurch noch nicht unmittelbar gefährdet. Die allgemeine Frage, wann also soll ein Fachberater nicht-direktiv vorgehen, wann darf er auch einmal direktiv sein, soll im nächsten Abschnitt anhand des Phasenmodells aus → Kap. III.7 näher beantwortet werden.

## 2. Die Art der Gesprächsführung variiert nach den Funktionen des Gesprächs im Problemlösungsprozeß

Die in diesem Handbuch angebotene Beratungsdefinition (→ Kap. I.2.1) pointiert Beratung als geistige Hilfe beim Problemlösen. Da es eine allgemeine Empfehlung für das Vorgehen beim Problemlösen gibt (→ Kap. III.7), erscheint es nützlich, diese Ablaufempfehlung auch als Phaseneinteilung für den Beratungsvorgang zu verwenden.

Kommen Klient und Berater zusammen, so geht es zuerst einmal um die **Klärung des Anliegens**. Dabei kann es sein, daß der Klient eine deutliche Problemwahrnehmung hat und deshalb die Beratungsstelle oder den Berater aufsucht. Genauso ist es jedoch möglich und gelegentlich empfehlenswert, daß der Berater den Klienten aufsucht oder anspricht, um ihn auf laufende Entwicklungen und die daraus für ihn entstehenden Probleme erst aufmerksam zu machen.

Die **Problemwahrnehmung** kann sich aus zwei Richtungen her aufbauen, aus dem Blick nach rückwärts und dem Erleben, daß sich Dinge verschlechtern haben, aber auch aus dem Blick nach vorn und der Erwartung, daß sich Dinge wesentlich verbessern könnten. Andere Personen und die Situation an anderen Orten liefern dafür die Bezugsgrößen.

Vor der Suche nach Lösungen ist es unbedingt erforderlich, die **Situation zu erfassen** und zu **analysieren**. Nach unserem Problemlösungsschema geht dies über mehrere Schritte. Der Klient **beschreibt** seine **Ausgangslage**. Diese Beschreibung entspringt zwangsläufig aus seiner subjektiven Wahrnehmung. Möglicherweise übersieht er dabei Wesentliches oder bewertet Sachverhalte und Zusammenhänge nach Ansicht des Beraters ungewöhnlich, so daß sich daraus eine Diskussion zur Überprüfung dieser Wahrnehmung ergibt. Gelegentlich ist die Veränderung der Sichtweise schon die eigentliche Problemlösung.

Nach der Feststellung der Situation beginnt eine nähere **Suche** nach angemessenen und erreichbaren **Zielen** auf der Basis einer Klärung vorliegender Bedürfnisse, an die sich **Versuche zur Definition** des Problems anschließen.

Der ganze Vorgang der Situationserfassung und Situationsanalyse sollte soweit wie möglich nicht-direktiv gestaltet werden. Um die persönliche Situation des Klienten zu verstehen, sein Erleben und Verständnis zu erfassen, erscheint es erforderlich, den Klienten soweit wie möglich zu unterstützen und zu ermutigen, darüber nachzudenken und sich auszusprechen.

Bei der **Suche nach Zielen** kann es angebracht sein, aus dem fachlichen Verständnis des Beraters darauf hinzuweisen, inwieweit gesteckte Ziele möglicherweise ganz unerreichbar erscheinen. Bei der Definition des Problems kann Fachverstand ebenfalls mit gefragt sein. Noch wesentlicher erscheint jedoch die methodische Erkenntnis, daß man Problemdefinitionen nicht zu früh festlegen sollte und möglichst lange von mehreren parallelen Problemdefinitionen ausgehen sollte. **In der Problemdefinition steckt mehr als die halbe Lösung**, und welche Lösung schließlich die richtige sein wird, sollte nicht schon voreilig mit der Problemdefinition festgelegt werden.

Erst bei der **Lösungssuche** wird der Fachmann in jedem Fall gebraucht, insbesondere wenn er noch fachliche Lösungsvorschläge kennt, die dem Klienten unbekannt sind. Auch bei der **Wahl zwischen Alternativen** soll der Fachmann auf mögliche Risiken und Folgen hinweisen, die der Klient vielleicht übersehen würde. Dagegen ist die eigentliche Auswahlentscheidung eine rein subjektive Angelegenheit und muß möglichst unbeeinflußt von demjenigen getroffen werden, der die eingebrockte Suppe ja auch nachher ganz alleine auslöffeln muß.

Leider enden die meisten Beratungen mit der Vorbereitung einer Entscheidung. Dabei bleiben die regelmäßig später auftretenden **Nachentscheidungskonflikte** ebenso unbearbeitet wie die zwangsläufigen **Durchführungsprobleme**, die sich dann ergeben, wenn eine Entscheidung umgesetzt werden soll. Viel Mühe und Aufwand im Beratungsverlauf bis zur Entscheidung wird so oft nutzlos, weil eine begleitende Beratung bei der Durchführung der Problemlösung unterbleibt. Besonders frustrierend für Beratungskräfte ist es, daß sie über den Erfolg ihrer Beratung meist keine Rückmeldung erhalten.

Begleiten sie die Durchführung einer Problemlösung, so ist es in der Regel auch möglich, am Ende ein **Ergebnis festzustellen**, und mit der Feststellung ist auch die Voraussetzung für eine **Bewertung des Ergebnisses** durch den Betroffenen gegeben. Erst wenn das Ergebnis der Problemlösung dauerhaft als positiv bewertet wird, ist eine Rückfallgefahr gebannt und kann die Beratung insgesamt als erfolgreich bezeichnet werden.



Erfährt der Berater von einer negativen Ergebnisbewertung, dann besteht zumindest die Möglichkeit, in einem neuen Versuch zu einer jetzt befriedigenderen Problemlösung zu gelangen. Gleichzeitig ergibt sich aus einem in dieser Weise vollständig durchlaufenen Beratungsprozeß auch eine weit bessere Möglichkeit für den Berater, aus Fehlern zu lernen und echte Erfahrungen zu sammeln, die er an die nächsten Klienten wieder weitergeben kann.

### 3. Welche Grundfehler sind im Beratungsgespräch zu vermeiden?

Jede Schwierigkeit, die ein Mensch allein nicht meistern kann und zu der er kompetenten Rat benötigt, führt zu einer Minderung seines Selbstvertrauens. Äußerungen und Reaktionen des Beraters werden deshalb besonders empfindlich registriert. Ein Teil der Aufmerksamkeit des Ratsuchenden richtet sich unbewußt darauf, weitere Selbstwertbeeinträchtigungen abzuwehren. Kritik ohne Begründung, Voreingenommenheit, Mißbilligung, moralisierende Zurechtweisung, Demonstrieren von Überlegenheit und Bagatellisieren der Schwierigkeiten des anderen rufen Abwehrmechanismen hervor. Damit wird bestenfalls Hilflosigkeit, Mutlosigkeit und Resignation oder Aggression erzeugt, aber keine Initiative zur Meisterung der Schwierigkeiten und zur Herbeiführung einer Verhaltensänderung.

In jeder Situation steht der Mensch als Ganzes. Deshalb werden Handlungskräfte zur Überwindung einer schwierigen Lage um so mehr mobilisiert, je stärker die Unterstützung auch von der emotional-menschlichen Seite ist, das heißt, je deutlicher der Betroffene empfindet, daß er als Persönlichkeit respektiert wird.

Ein guter Berater vermeidet deshalb alle Arten von „manipulativen Techniken“ im Beratungsgespräch. Dazu gehören:

- Spiele mit „verdeckten Karten“, Suggestion, Rhetorik, Imponier- oder Fasadentechnik, Killerphrasen
- Moralische Urteile, Wertungen, Lob, Tadel, Parteinahme, Ermahnung, Zurechtweisung
- Belehrung, Sophistik, forschende Fragen, verfrühte Lösungsvorschläge, Überredung, der abschließende Ratschlag.

Zum Abschluß dieses Beitrags also keinen Rat. Dafür ein Rückblick ins Philosophische. Namen sind Schall und Rauch, Wirklichkeit ist das Ergebnis von Kommunikation. „An die Dinge selbst und an den Menschen selbst reicht kein Gespräch heran. Es ist nur ein Mittel zur Vergleichung und Ausgleichung der

Horizonte und Perspektiven. Aber das ist schon viel und wunderbar, und man kann sich nichts Besseres wünschen als recht viele gute, ehrliche Gespräche“ (Bruno Baron von Freytag Löringhoff).

Weitere Hinweise finden sich in den Prüflisten → F 11 und → F 14.

### Quellen

B. FREYTAG LÖRINGHOFF: Über einige Wesenszüge des Gesprächs. In: Studium Generale, 8, H. 9, 1955, S. 449 — 555

W. HENNIS: Rat und Beratung im modernen Staat. In: Nachrichtendienst des Deutschen Vereins für öffentliche und private Fürsorge, 1963, S. 8-13

V. HOFFMANN: Beratungsbegriff und Beratungsphilosophie im Feld des Verbraucherhandelns — Eine subjektive Standortbestimmung und Abgrenzung. In: Die Qualität von Beratungen für Verbraucher, Campus Verlag, Frankfurt, New York, 1985, S. 26-47.

E. HRUSCHKA: Methodische Aspekte des Beratungsgesprächs. In: Der Förderungsdienst, (1974) Sonderheft 2, S. 44-48.

### Literatur:

R. BANG: Das gezielte Gespräch. I. Teil: Gespräche als Lehr- und Heilmittel. München/Basel, 1968.

A. BÜRGI; B. RUTISHAUSER: Die Gesprächsführung in der Berufsberatung. In: Handbuch der Berufspsychologie, Hofrefe Verlag, Göttingen 1977, S. 478-530

B. FITTKAU u. a.: Kommunizieren lernen (und umlernen). 2. Aufl. Westermann Verlag, Braunschweig 1980

Th. GORDON: Familienkonferenz. Die Lösung von Konflikten zwischen Eltern und Kind. Verlag Hoffmann und Campe, Hamburg 1972

Th. GORDON: Lehrer-Schüler-Konferenz. Wie man Konflikte in der Schule löst. Verlag Hoffmann und Campe, Hamburg 1977

Th. GORDON: Managerkonferenz. Verlag Hoffmann und Campe, Hamburg 1982, 2. Aufl.

W. HOF SOMMER: Stichworte zum Beraterverhalten. Beratung als helfende Kommunikation. Unveröffentlichtes Lehrblatt der BfA (Bundesanstalt für Arbeit, Nürnberg), o.J.

W. HORNSTEIN: Beratung in der Erziehung, Ansatzpunkte, Voraussetzungen, Möglichkeiten. In: Funkkolleg: Beratung in der Erziehung, Belz-Verlag, Weinheim und Basel 1975, S. 33-68

E. HRUSCHKA: Psychologische Grundlagen des Beratungsvorgangs. In: Probleme der Beratung, Ulmer Verlag, Stuttgart 1964, S. 107-135

E. HRUSCHKA: Versuch einer theoretischen Grundlegung des Beratungsprozesses. Psychologia Universalis, Bd. 16, Verlag A. Hain, Meisenheim am Glan, 1969

B. KRAPF: Die Aufgaben des Beraters im partnerzentrierten Beratungsgespräch. In: Zeitschrift für Gruppenpädagogik, 6. 1980, S. 189-194

R. LIPPIT: Dimensions of the Consultant's Job. In: Bennis; Benne; Chin (Eds.): The Planning of Change. New York 1961, S. 156-162

R. MUCCHIELLI: Das Nicht-direktive Beratungsgespräch. Otto Müller, Salzburg o.J.

C. ROGERS: Die nicht-direktive Beratung. Kindler-Verlag, München 1972

C. ROGERS: Lernen in Freiheit. Kösel-Verlag, München 1974

C. ROGERS: Therapeut und Klient. Kindler-Verlag, München 1977

W. SCHÖPPING: Die nicht-direktive Beratung. In: Schwalbacher Blätter, 102, H. 2. Jg. 25, 1974, S. 42-50

C. D. STAHL: Was geschieht zwischen dem Berater und seinem Klienten? Kommunikationstheoretische Überlegungen zum Prozeß der psychosozialen Beratung. In: Blätter der Wohlfahrtspflege 124, 1977, S. 263-268

CH. R. WEISBACH: Das Beratungsgespräch. Lexika-Verlag, Weil der Stadt 1982

### Bearbeitung

Volker HOFFMANN, Gerhard PAYR

## Anlage und Nutzung von Fruchtfolgedemonstrationsflächen

Demonstrationsflächen sind besonders gut geeignet, um neue Sorten, andere Pflanzenabstände, den Einsatz von Düngemitteln und Pestiziden usw. in ihrer Wirkung auf Ertragsunterschiede sichtbar zu machen. Solche Flächen werden entweder von den Beratern selbst angelegt und betreut, oder es werden Teilstücke von Feldern bei Bauern als Demonstrationsflächen ausgewählt, aber weiterhin von den Bauern selbst bearbeitet.

Die Nachteile im ersten Fall liegen darin, daß der Zeitaufwand der Berater meist sehr hoch ist. Die Markierung (hohe Stangen, Leerzeile als Begrenzung) von Teilflächen in bäuerlichen Feldern erweist sich deshalb für Demonstrationszwecke meist als geeigneter (→ Kap. III.14).

Ein zentrales Beratungsthema in vielen Programmen betrifft Fragen der Erhaltung der Bodenfruchtbarkeit. Traditionelle fruchtbarkeitserhaltende Bodennutzungssysteme und Verfahren wie Wanderfeldbau und Mischkulturen sind durch steigenden Bevölkerungsdruck und die Einführung nicht angepaßter „moderner“ Anbauverfahren und Kulturen den Zielgruppen oft nicht mehr bekannt. Durch die Demonstration geeigneter Fruchtwechsellsysteme und Anbauverfahren muß deshalb den Zielgruppen deren Notwendigkeit und Technik deutlich gemacht werden.

In vielen Fällen bietet sich die Anlage von Demonstrationsflächen an, die unter der Kontrolle des jeweiligen Feldberaters für die Durchführung von Demonstrationen und Feldtagen genutzt werden können. Gerade im Hinblick auf die nur langfristig sichtbaren Auswirkungen von Fruchtfolgen bieten solche Flächen gute Demonstrationsmöglichkeiten.

In → Übersicht 1 wird ein Beispiel für die Anlage einer solchen Fruchtfolgedemonstrationsfläche beschrieben

### 1. Grundidee

Die Grundidee zielt darauf ab, auf kleiner Fläche die richtigen und die falschen Anbausysteme und -praktiken gegenüberzustellen. Dies erfolgt dadurch, daß die eine Hälfte des Gartens richtig (Mr. Right) und die andere Hälfte falsch (Mr. Wrong) bewirtschaftet wird. Zwei Einzelflächen sind zusätzlich für die Anbaudemonstration neuer Früchte oder Sorten reserviert. Vorsicht: In manchen Ländern Asiens wäre die Bezeichnung „Mr. Wrong“ ein beratungsmethodischer Fehltritt. Zu beachten ist auch, daß bei der Vorführung der falschen Alternative stets die Gefahr besteht, daß die Versuchsabsicht mißverstanden wird und die Bauern sich in ihrem falschen Verhalten noch bestätigt sehen (vgl. → C 1).



## 2. Größe, Lage und Anzahl

Der in → Übersicht 1 gezeigte Plan macht die Größe der einzelnen Flächen und ihre Lage zueinander deutlich:

Übersicht 1:

Plan für eine Fruchtfolgedemonstration			
Mr. Right		Mr. Wrong	
250 m <sup>2</sup> Erdnüsse	1	250 m <sup>2</sup> Baumwolle	
250 m <sup>2</sup> Baumwolle	2	500 m <sup>2</sup> Mais	
250 m <sup>2</sup> Mais	3		
150 m <sup>2</sup> Sonnenblumen		150 m <sup>2</sup> Sojabohnen	

Fruchtfolge Mr. Right:	Jahr 1	Jahr 2	Jahr 3
Schlag 1	Erdnuß	Mais	Baumwolle
Schlag 2	Baumwolle	Erdnuß	Mais
Schlag 3	Mais	Baumwolle	Erdnuß

- Für Fruchtfolgeflächen ist eine Größe von etwa 2.500 m<sup>2</sup> erforderlich.
- Die Teilflächen sollten nicht zu klein sein, um den modellhaften Charakter des Gartens nicht zu sehr zu betonen.
- Zwischen den Feldern von Mr. Right und Mr. Wrong sollte ein etwa 7 – 10 m breiter Grasstreifen liegen; dieser Raum wird für Demonstrationen und Feldtage benötigt.
- Eine Schautafel mit Erklärungen ist so aufzustellen, daß die Orientierung auch ohne Berater ermöglicht wird.

- Die Fruchtfolgeflächen sollten so angelegt werden, daß sie von Straßen und Wegen aus gut eingesehen werden können.
- Die Zahl der erforderlichen Demonstrationsflächen ist von der Besiedlungsdichte, den Beratungszielen, der Zahl der für Demonstrationen nutzbaren Betriebe und von den verfügbaren Mitteln abhängig.
- Bei der Einrichtung entstehen Kosten für Pachtland, Errichtung eines stabilen Zaunes, Entlohnung eines Arbeiters, Beschaffung von Produktionsmitteln und Herstellung einer Schautafel. Dem stehen nur geringe Einnahmen aus dem Verkauf der erzeugten Produkte entgegen.

## 3. Demonstration und Ergebnisse

Die eingesetzten Verfahrensweisen und die dadurch erzielbaren Ergebnisse lassen sich im Pflanzenbau nicht gleichzeitig beobachten. Daher müssen Methoden- und Ergebnisdemonstrationen kombiniert werden. Themenbeispiele gibt → Übersicht 2.

Die gleichzeitige Demonstration aller empfohlenen Teilschritte sichert den deutlich sichtbaren Ergebnisunterschied. Dafür muß man in Kauf nehmen, daß die Zuschreibung der Verursachung für den Betrachter bis zur Unmöglichkeit erschwert wird.

## 4. Nutzungsmöglichkeiten

- Die Demonstrationsflächen müssen frei zugänglich sein. Auf einer Schautafel müssen möglichst in der Lokalsprache die wichtigsten Kenndaten festgehalten werden (Ertragsvergleiche, verwendete Sorten, Düngemittel, eingesetzte Geräte). Auf der Schautafel kann der Berater zusätzlich mit Kreide aktuelle Beobachtungen und Mitteilungen anschreiben.
- In regelmäßigen Abständen wird der Berater die einzelnen Praktiken und erkennbaren Veränderungen demonstrieren.
- Im Zusammenhang mit Feldtagen stellen solche Fruchtfolgeflächen einen wichtigen Programmpunkt dar.
- Existieren Zielgruppenorganisationen und Kontaktbauern, so werden die Berater diese laufend über die Demonstrationsmöglichkeiten informieren und gegebenenfalls Handzettel erstellen und verteilen.
- Funktionäre von Gruppen und Kontaktbauern werden danach auch selbst Demonstrationen durchführen.

## Übersicht 2:

Ein Beispiel für mögliche Themen pflanzenbaulicher Demonstration	
Felder des fortschrittlichen Bauern (Mr. Right)	Felder des schlechten Bauern (Mr. Wrong)
<b>Methodendemonstration</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- frühe Feldbestellung</li> <li>- korrekte Pflanzabstände</li> <li>- Einsatz verbesserter Geräte</li> <li>- Einhaltung einer Fruchtfolge</li> <li>- geprüfetes Saatgut</li> <li>- rechtzeitiges Unkrauthacken</li> <li>- Mulchen mit Ernteresten</li> <li>- Verwendung von Kompost</li> <li>- rechtzeitige Ernte</li> <li>- verbesserte Erntemethode</li> <li>- Kompostierung der Ernterückstände</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- späte Feldbestellung</li> <li>- zu weite Pflanzabstände</li> <li>- Einsatz traditioneller Geräte</li> <li>- keine bestimmte Fruchtfolge</li> <li>- minderwertiges Saatgut</li> <li>- verspätetes Unkrauthacken</li> <li>- keine Bodenbedeckung</li> <li>- keinerlei Düngung</li> <li>- verspätete Ernte</li> <li>- traditionelle Erntemethode</li> <li>- Verbrennen der Ernterückstände</li> </ul>
<b>Ergebnisdemonstration</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- vollständiges Auflaufen</li> <li>- guter Pflanzenwuchs</li> <li>- geringer Schädlingsbefall</li> <li>- geringe Unkrautkonkurrenz</li> <li>- Bodenkrume locker und feucht</li> <li>- Bodenfruchtbarkeit erhalten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sehr unvollständiges Auflaufen</li> <li>- schlechter Pflanzenwuchs</li> <li>- hoher Schädlingsbefall</li> <li>- hohe Unkrautkonkurrenz</li> <li>- Bodenkrume hart und trocken</li> <li>- Bodenfruchtbarkeit abnehmend</li> </ul>

- Als Besucher müssen auch Frauen und Kinder angesprochen werden. Lehrer sollten mit Schulklassen ebenfalls eingeladen werden.
- Nach Möglichkeit sollten in Zusammenarbeit mit Forschungsstationen die Erträge gemessen und damit die angewandten Verfahren auch bewertet werden.

**5. Erfahrungen mit Fruchtfolgeflächen**

- Die im Hinblick auf die Demonstration von Fruchtfolgeeffekten erforderliche langfristige Anlage solcher Demonstrationsgärten wird mitunter durch Rückforderung der benutzten Flächen, schlechte Betreuung und Desinteresse vorgesetzter Berater gefährdet.

- Wichtig ist der Schutz der Gärten vor Haustieren und Wild. Oft ist auch die Verwendung von Stacheldraht für eine ausreichende Umzäunung erforderlich.
- Wichtig ist immer wieder die Verdeutlichung richtiger und falscher Praktiken. Unterschiede sollten eindeutig und sofort erkennbar sein.
- Wenn Demonstrationsflächen nicht unmittelbar von Straßen und Wegen aus eingesehen werden können, müssen Hinweisschilder aufgestellt werden.
- Es ist darauf zu achten, daß die Fruchtfolgedemonstration auf einem einheitlichen Boden angelegt wird. Auch sollte er den durchschnittlichen örtlichen Bedingungen hinsichtlich Nährstoffversorgung, Wasserhaushalt und Bodentypus entsprechen.

Vergleiche auch die allgemeinen Hinweise in → Arbeitsunterlage C 5.

**Bearbeitung**

Gerhard PAYR, Rolf SÜLZER

## Demonstration der Anwendung von Rückenspritzen zur Schädlingskontrolle

### 1. Inhalt und Ziel der Demonstration

- Handhabung und Wartung einer Rückenspritze zur Schädlingskontrolle,
- Erläuterung der Notwendigkeit zur Schädlingskontrolle,
- Herstellung von Spritzmischungen,
- durch die Demonstration sollen die Bauern die Zweckmäßigkeit von Schädlingskontrollen erkennen, erste Erfahrungen mit der Handhabung der Spritzen sammeln und zur Anschaffung von Spritzen für die nächste Anbausaison motiviert werden.

### 2. Vorbereitende Arbeiten

#### Zielgruppe

- Bauern, die noch nie mit einer Spritze gearbeitet haben,
- Herkunft aus einem Dorf,
- Gruppe soll 8 - 12 Personen nicht überschreiten.

#### Ort der Demonstration

- Feld eines guten und kooperativen Bauern der Zielgruppe,
- Demonstrationfeld sollte leicht erreichbar in Dorfnähe liegen.

#### Zeitpunkt der Demonstration

- arbeitsärmere Zeit nach Beendigung der Unkrauthacke,
- Wiederholung der Demonstration nach drei Wochen für die gleiche Gruppe,
- Beginn der Demonstration jeweils um 9 Uhr morgens.

#### Erforderliche Hilfs- und Beratungsmittel

- Funktionsbereite Rückenspritze,
- Werkzeug zum Zerlegen der Spritze,

- Spritzmittel,
- Merkblätter mit Bedienungsanleitung für Spritze,
- Faustzahlen zur Herstellung von Mischungen,
- Tafel oder Flanelltafel,
- Schaubilder von Schädlingen, evtl. Modelle in Gießharz.

#### Fachliche Vorbereitung des Beraters

- Durcharbeiten der Anleitung zur Bedienung der Rückenspritze,
- Praktische Übungen zur Demonstration unter Leitung des vorgesetzten Beraters: Zerlegen, Reparieren, Pflegen und Bedienen der Spritze; Wirtschaftlichkeit der Schädlingskontrolle; Bezug, Lagerung und Anwendung der Insektizide, Vorsichtsmaßnahmen bei der Arbeit mit Giften.

### 3. Durchführung der Demonstration

Der Zeitaufwand für die Demonstration beträgt etwa 2 - 3 Stunden. Nach der Begrüßung der Teilnehmer erläutert der Berater kurz den Sinn des Einsatzes von Rückenspritzern zur Bekämpfung von Schädlingen:

- Beschreibung der Schädlinge und der auftretenden Schäden unter Benutzung von Schaubildern und Präparaten.
- Diskussion der Ertragsminderung und Einkommenseinbußen durch Schädlingsbefall an Hand von Schaubildern, Wandtafeln oder Flanelltafeln.
- Begründung der Notwendigkeit der Schädlingsbekämpfung durch den Einsatz von Pestiziden.
- Kurze Erläuterung der Giftwirkung der Insektizide und Hinweise auf die Gefahren für Menschen und Haustiere.

Bei der Erklärung der Rückenspritze sollte auf detaillierte Darstellung der Einzelteile und Funktionszusammenhänge verzichtet werden. Es ist vielmehr wichtig, die Erklärung auf das „Wesentliche“ zu beschränken:

- Zunächst ist die Herstellung richtig konzentrierter Spritzlösungen zu demonstrieren. Dazu werden die empfohlenen Gefäße und Mischeimer

benötigt. Bei Demonstrationen können anstelle der Insektizide Ersatzstoffe verwendet werden. Nach der Herstellung der Spritzlösung wird diese in die Rückenspritze geschüttet und durch Pumpen der für die Spritzung erforderliche Druck erzeugt.

- Nach der Einstellung der Spritzdüsen geht der Berater unter stetigem Pumpen im Schrittempo durch das Feld.
- Zum Schutz gegen Giftwirkungen müssen Masken oder Tücher getragen werden.
- Im Anschluß daran sollten alle Teilnehmer Gelegenheit erhalten, die funktionierende Spritze selbst zu erproben.

Danach sollte wieder ein Halbkreis gebildet werden und den Bauern Gelegenheit gegeben werden, Fragen zu stellen:

- In der Phase ist es wichtig, auf die Fragen der Teilnehmer sorgfältig einzugehen, da in diesem Stadium schon eine Vorentscheidung über Annahme oder Ablehnung der Neuerung erfolgt.
- Nach Beantwortung der Fragen sollte der Berater einfache Wartungs- und Bedienungsaufgaben wie das Reinigen von Düsen, das Öffnen und Schließen der Tanks, das Fixieren der Schlauchanschlüsse oder das Schmieren beweglicher Teile demonstrieren. Auch diese Arbeiten müssen von den Teilnehmern selbst geübt werden.
- Der Berater muß die genauen Preise der Spritzen mitteilen. Da viele Bauern eine Spritze nur auf Kredit erwerben können, müssen die Voraussetzungen für die Gewährung von Krediten, wie Anbau einer Mindestfläche, Ausfüllen eines Antrages, Einhalten von Terminen, vorher geklärt werden.
- Sind Prospekte oder Handzettel vorhanden, sollten diese am Ende der Demonstration verteilt werden.

### 4. Nachfolgearbeiten

Das Ziel dieser Demonstrationen wird während der laufenden Saison durch weitere Aktionen wie z.B. Feldtage, Ausstellungen, Schulung von Kontaktbauern, Plakataktionen oder Filmschauen unterstützt. Ist die Entscheidung über den Erwerb einer Rückenspritze gefallen, so werden weitere Beratungsmaßnahmen erforderlich:

- Demonstration der Ermittlung des Schädlingsbefalls unter Zuhilfenahme von Zählbrettchen (Hilfe für nicht rechengeübte Bauern. Kleines Brett, mit eingesteckten Holzstäbchen und Farbmarkierungen. Für jeden Schädling wird ein Stäbchen entfernt. Bei Anwendung auf eine vorgegebene Pflanzenzeile, wie z.B. 50 Schritten, zeigt die erreichte Farbmarkierung, ob und wie zu spritzen ist).
- Vermeidung von Schadwirkungen bei Mensch, Tier und Pflanze durch richtige Lagerung und Verschuß.
- Berechnung des Insektizidbedarfs aufgrund der Flächen oder des Schädlingsbefalls.
- Durchführung kleinerer Reparaturen und Wartungsarbeiten.
- Erstellung eines Spritzplanes und die Protokollierung von Schädlingsbefall und ausgebrachten Mengen.

Eine beispielhafte Kalkulation des Zeitaufwandes für eine solche Demonstration einer Rückenspritze findet sich in → G 6.

#### **Bearbeitung**

Gerhard PAYR, Rolf SÜLZER

## **Programmierung von Feldtagen**

Die Programmierung von Feldtagen erfordert eine systematische Vorbereitung. Das Programm muß sich an den im Verlauf einer Anbausaison wechselnden Inhalten orientieren. Ein Programm wird etwa 2 bis 4 Wochen gleich bleiben, wobei einzelne Punkte wie die Anlage von Erosionsschutzstreifen, Stallungen oder die Feldverteilung in einer Fruchtfolge für eine ganze Saison auf dem Programm stehen können. Andererseits müssen Berater aktuelle Ereignisse wie einen unerwarteten Schädlingsbefall, Düngerwirkungen, den Einsatz einer neu verfügbaren Maschine etc. sofort in das Programm eines Feldtages einbeziehen.

### **1. Prüfliste für die Vorbereitung eines Feldtages**

#### **Inhalte**

- Welche Inhalte sollen vermittelt werden?
- Sind die Inhalte für die Zielgruppen aktuell?
- Haben Zielgruppen bei der Entscheidung über Inhalte mitgewirkt?
- Sollen Inhalte kurz-, mittel- oder langfristig wirksam werden?
- Entsprechen ausgewählte Inhalte dem Förderungsziel?

#### **Teilnehmer**

- Muß die Gruppe homogen sein? (Homogenitätskriterien)
- Sind die Teilnehmer über den Termin des Feldtages informiert?
- Stehen Ort und Zeit des Treffpunktes fest?
- Wie können Teilnehmer bei Verschiebung oder Ausfall des Feldtages informiert werden?

#### **Programm**

- Sind die Personen in den Betrieben, Versuchsstationen etc. verständigt und vorbereitet worden?
- Ist das Programm zeitlich realistisch geplant?

- Ist für zu erwartende Fragen entsprechendes Informationsmaterial vorbereitet worden?
- Sind Geräte, Modelle, Schautafeln usw. vorbereitet?

### Transport

- Ist die Bereitstellung von Transportmitteln erforderlich?
- Sind zum beabsichtigten Termin Transportmittel verfügbar und fest gebucht?
- Sind die geplanten Besuchspunkte mit den Transportmitteln erreichbar?
- Wieviele Personen sind transportierbar?
- Kann den Teilnehmern ein Unkostenbeitrag zugemutet werden?

## 2. Programmplanung

Das Programm eines Feldtages könnte so, wie in → Übersicht 1 dargestellt, aussehen. Dieses Beispiel präsentiert bewußt ein Sammelsurium von Programmpunkten. Dies ist auch in der Praxis meistens so, da das Erfordernis besteht, in kurzer Zeit geographisch dicht beisammen liegendes zu zeigen, das aktuell und interessant für die Teilnehmer ist. Zwangsläufig kann solche Vielfalt nur Interesse wecken, aber noch keine ausreichende Einsicht oder Verhaltensänderung herbeiführen. Dies bleibt nachfolgender Beratungsarbeit vorbehalten.

## 4. Auswertung von Feldtagen

Feldtage bieten eine gute Möglichkeit, Reaktionen und Probleme der Bauern zu beobachten. Voraussetzung hierfür ist, daß die Berater die geäußerten Probleme und Fragen notieren. Der Berater muß dabei auch beobachten, ob die angeschnittenen Fragen die Mehrheit der Bauern betreffen oder nur Einzelprobleme darstellen. Im einzelnen dient die Auswertung von Feldtagen den folgenden Zwecken:

- Ermittlung von Problemen bei den Zielgruppen,
- Überprüfung der Beratungsinhalte und -verfahren,
- Bestimmung von Ausbildungsschwerpunkten in der Beraterfortbildung,

- Abschätzung zu erwartender Adoptionsraten für die nächste Saison,
- Verbesserung der Feldtage und Abstimmung mit anderen Beratungsverfahren,
- Verbesserte Vorbereitung der Berater auf weitere Feldtage. Berater müssen im Rahmen von Besprechungen und Fortbildungsseminaren gemeinsam mit Vorgesetzten und Spezialisten die angesprochenen Fragen der Zielgruppen diskutieren und sich geeignete Lösungen und Antworten überlegen.

### Übersicht 1:

Ein Beispiel für das Programm eines Feldtags			
Zeit	Ort	Aktivität	Anmerkungen
7.00	Binga, Beraterhaus	- Versammeln der Teilnehmer - Berater erläutert das Programm - Abfahrt mit Lkw	Zeitplan einhalten Voraussichtliche Rückkehr zwischen 12.30 und 13.30
7.15 8.40	Binga, Versuchstation	- Besichtigung der Fruchtfolgeversuche - Besichtigung des Modellbetriebs der Station - Demonstration der Kompostierung - Demonstration eines Maisschälers - Abfahrt von der Station	Max. 35 Teilnehmer Diskussion bei jedem Programmpunkt Schaubilder in der Station bereithalten
9.00 10.30	Chisangu Peter Mwale	- Besuch eines Betriebes mit integrierter Viehhaltung - Betriebsleiter und Berater stellen den Betrieb vor - Demonstration Mulchung - Demonstration Zwischenfrüchte - Demonstration einer neuen Hacke - Demonstration Hühnerhaltung - Weiterfahrt	Betriebsdaten vorbereiten Fragen der Bauern notieren Diskussion so leiten, daß möglichst vom Betriebsleiter beantwortet wird  Mais und Erdnüsse, Pflanzgut und Hacke bereithalten Eiervermarktung und Fütterung diskutieren
11.00 11.15	1 km vor Bangu Bangu	- Besichtigung eines stark erodierten Maisfeldes  - Besichtigung einer gemeinschaftlichen Cashewnuß-Anlage - Demonstration des Zwischenfruchtanbaus - Diskussion mit Dorfkomitee - Teepause	Diskussion über Ursachen der Erosion und Schutzmaßnahmen  Dorfkomitee informieren  Cashew-Daten vorbereiten 50 g Tee an Komitee Verteilung einer Broschüre
12.00		- Heimfahrt nach Binga	
13.00	Mwona Binga	- unterwegs kurzer Halt am Reisfeld des Bauern Timothy bei Mwona - Rückkehr und Verabschiedung	Hinweis auf vorbildlichen Schutzdamm

Abschließend werden eine Reihe von Fragen genannt, die Bauern den Beratern bei Feldtagen stellen:

- Warum bekommen kleine Bauern keine Kredite?
- Warum erhöht sich der Preis für Düngemittel fast jährlich?
- Warum erhält der Bauer für 1 kg Baumwolle weniger als für 1 kg Erdnüsse?
- Wie sollen Bauern den Kredit zurückbezahlen, wenn wegen Trockenheit die Ernte ausfällt?
- Wieviel Mehrertrag kann mit verbessertem Saatgut erzielt werden?
- Warum führt die seit zwei Jahren empfohlene Fruchtfolge zu keinen sichtbaren Mehrerträgen?
- Wie lauten die korrekten Pflanzabstände für Hirse und Cassava?
- Wie kann ich mich für einen Fortbildungskurs qualifizieren?

Da auch auf solche Fragen klare Antworten erwartet werden, erscheint es nötig, daß sich Berater schon vor dem Feldtag Antworten auf solche und ähnliche Fragen überlegen und untereinander absprechen.

#### Bearbeitung

Gerhard PAYR, Rolf SÜLZER

## Beispiel für die Beratung an Aufkaufmärkten

Während der Aufkaufsaaison sollten sich ständig landwirtschaftliche Berater an den Märkten aufhalten.

### Allgemeine Aufgaben

- (1) Prüfung der von den Bauern angelieferten Produkte auf richtige Sortierung entsprechend den vorgegebenen Qualitätsmerkmalen.
- (2) Hilfestellung für die Bauern bei Streitigkeiten und Auseinandersetzungen mit Marktpersonal oder Kreditassistenten.
- (3) Berichterstattung über ernsthafte Vermarktungsschwierigkeiten wie verspätete Marköffnung, schlecht funktionierende Waagen, Unregelmäßigkeiten bei der Geldauszahlung, Fehlen von Säcken zum Verpacken der angelieferten Produkte usw..

### Spezielles Beratungsprogramm

#### 1. Demonstration einer neuen Rückenspritze

- Erläuterung der Arbeitsweise
- Zerlegen und Reinigen der Spritze
- Praktisches Erproben durch die Bauern selbst (→ E 7, → G 7).

#### 2. Information über die Möglichkeiten, eine neue Spritze zu erwerben

- subventionierter Preis bei Barzahlung: 150.- Shs
- subventionierter Preis bei Kreditkauf: 200.- Shs.

Bei Kreditkauf ist eine Anzahlung von 50.- Shs beim Kreditassistenten zu leisten. Die Restsumme von 150.- Shs ist in zwei Raten von a 75.- Shs im darauffolgenden Jahr zu bezahlen. Die Vorteilhaftigkeit von Barkäufen sollte verdeutlicht werden. Anträge für Bar- oder Kreditkäufe sind vom Berater vorzubereiten, zu prüfen und an den Kreditassistenten weiterzuleiten.



### 3. Demonstration von Pflücksäcken für Baumwolle

- Mit dem Pflücksack kann die Pflückleistung um 50 % gesteigert werden,
- die Klassifizierung der Baumwolle wird erheblich erleichtert,
- die Pflücksäcke können zum Preis von 10.- Shs am Markt gekauft werden.

### 4. Klassifizierung von Erdnüssen

Um die bestmöglichen Preise zu erzielen, müssen die folgenden Punkte beachtet werden:

- das rote Häutchen der geschälten Nüsse darf nicht beschädigt sein,
- Farbe und Größe der Nüsse müssen einheitlich sein,
- zerbrochene, mißgeformte und verdorbene Nüsse führen zu Qualitätsminderung,
- um Vergiftungen mit Aflatoxinen beim Genuß der Nüsse zu vermeiden, müssen die Nüsse nach der Ernte ausreichend getrocknet werden.

### 5. Gutschein für Düngemittel

Da die Bauern während der Anbausaison erfahrungsgemäß unzureichende Ersparnisse zum Barkauf von Mineraldünger haben, werden gegen Barzahlung an den Märkten Gutscheine ausgegeben, die ab Dezember zum Bezug von Mineraldünger berechtigen. Die Berater müssen die Bauern über diese Möglichkeit informieren.

### 6. Kampagnen

Im Rahmen der laufenden Kampagnen wird jeder Aufkaufmarkt einmal wöchentlich vom Lautsprecherwagen und einem Lastwagen mit Geräten, Modellen und Schaubildern besucht. Der zuständige Berater erfährt das genaue Datum aus seinem Wochenprogramm. Für ihn besteht während dieser Kampagnenveranstaltung Anwesenheitspflicht.

#### Bearbeitung

Gerhard PAYR, Rolf SÜLZER

## Vorbereitung und Durchführung lokaler landwirtschaftlicher Ausstellungen

Bei lokalen Ausstellungen werden die nachfolgenden Verfahrensweisen beratungsunterstützend wirksam:

### 1. Einrichtung eines Schaustandes des Beratungsdienstes

- Schaubilder und Plakate sollen in möglichst traditioneller Weise gestaltet werden, damit die Aussage für die Zielbevölkerung verständlich ist. Zahlen und Schriften sollten auf ein Minimum beschränkt werden.
- Geeigneter als Schaubilder oder Photos sind konkrete Objekte, wobei die vergleichende Darstellung am zweckmäßigsten ist. So können unterschiedliche Erträge bei traditioneller und bei verbesserter Bewirtschaftung durch den Aufbau von Sackpyramiden leicht erklärt werden. Bei der Einführung einer neuen Frucht könnte man jedem Besucher erlauben, Samenproben mitzunehmen.
- Alle vorgestellten Objekte, also auch Geräte, sollen von den Besuchern angefaßt und ausprobiert werden dürfen.
- Eine andere Möglichkeit bestünde darin, maßstabsgetreue Betriebs-Sandkastenmodelle herzustellen. Dazu ist eine vorherige Reaktions- und Verständnisprüfung bei den Zielgruppen durchzuführen.
- Unbedingt erforderlich ist für jeden Schaustand die Anwesenheit von Beratern, die die Fragen der Besucher beantworten und mit Hilfe von Flanneltafeln, Tafeln etc. die ausgestellten Objekte erläutern. Es empfiehlt sich, für diesen Zweck auch Handlautsprecher einzusetzen. Bei der Auswahl der Berater sollten nur fachlich versierte und schlagfertige Personen ausgewählt werden.
- Eine Registrierung der Namen und Heimorte von Besuchern kann für die Nacharbeit der Berater sinnvoll sein.
- Je attraktiver ein Schaustand ist, desto mehr werden sich die Besucher dafür interessieren. Man sollte deshalb nicht auf bewährte Lockmittel verzichten. Zu denken wäre an frei verteilte Anstecknadeln, an Luftballons oder Zündholzschachteln, die mit einem Werbeaufdruck versehen werden. Man könnte auch ein hier unbekanntes Tier ausstellen oder ein Rätselspiel mit Gewinnmöglichkeiten veranstalten (Schätzen der Reiskörnerzahl in einem ausgestellten Glas oder des genauen Gewichtes eines Sackes voller Erdnüsse) (→ C2, → C3).

## 2. Medienraum (Zelt, Schule, Versammlungshaus etc.)

Die Einrichtung eines abdunkelbaren Raumes oder Zeltens wäre für eine Reihe von Programmen geeignet:

- Filmvorführungen; es empfiehlt sich, Unterhaltungs- und Lehrfilme zu mischen
- Tonbildschauen; es gilt dasselbe wie für Filme
- Tanzdarbietungen; wenn möglich, sollten auch neue Tänze mit landwirtschaftlichem Symbolgehalt kreiert werden.
- Gesang und Musik; noch mehr als bei Tänzen besteht hier die Möglichkeit, Traditionen folgend lehrhafte Aussagen einzubauen oder neu zu komponieren.
- Theater; entsprechend den lokalen Traditionen gibt es hierbei eine Reihe von Möglichkeiten, landwirtschaftliche Probleme und Aspekte darzustellen.
- Ein Medienzelt kann auch gemeinsam mit Firmen benutzt werden. Man sollte das detaillierte Programm aber schon vorher abstimmen.

## 3. Vorführungen

Ein wichtiger und unumgänglicher Bestandteil jeder landwirtschaftlichen Ausstellung sind praktische Demonstrationen. Abhängig von der Art der Vorführung sollten diese am Ausstellungsgelände selbst oder nahe daran stattfinden. Alle zur Zeit aktuellen und machbaren Demonstrationen sollten durchgeführt werden, wobei nach Möglichkeit den Besuchern Gelegenheit gegeben werden muß, eine Rückenspritze zu bedienen, ein Sägerät zu ziehen, eine Wasserpumpe anzuwerfen, ein Ochsenengespann zu führen etc..

## 4. Wettbewerbe

Populär und attraktiv sind Wettbewerbe. Für viele Besucher stellt die Möglichkeit, einen Preis zu gewinnen, ein wichtiges Motiv dar, eine Ausstellung zu besuchen. Bei den Wettbewerben sind zwei Arten zu unterscheiden:

- die Ausstellung und Prämierung von landwirtschaftlichen Erzeugnissen;
- echte Wettbewerbe, wie Wettpflügen, Wetthacken, Erdnüsse ausgraben usw.

Die Ausstellung von Früchten, Tieren, hauswirtschaftlichen und handwerklichen Erzeugnissen ist oft zentraler Mittelpunkt landwirtschaftlicher Ausstellungen. Bei der Gestaltung solcher Leistungsschauen sollte man folgendes beachten:

- Bereits einige Zeit vor der Ausstellung sollten die Berater die Bauern darüber informieren, welche Produkte in welcher Form und Menge ausgestellt werden dürfen.
- Bei der Ausstellung sollen nur Bauern und ländliche Handwerker des Beratungsgebietes zur Schaustellung beim Wettbewerb zugelassen sein.
- Berater, Beamte und deren Angehörige sollen in der Regel nicht an der Wettbewerbsschau teilnehmen, wohl aber ausstellen dürfen.
- Die für jede Produktgruppe verfügbaren Preise sollten bereits vorher bekanntgegeben werden. Die Preise selbst sollten weder zu anspruchsvoll noch zu klein sein. Eine größere Zahl von Preisen ist meist einigen wenigen wertvollen Preisen vorzuziehen.
- Problematisch ist oft die Zusammensetzung der Jury. Die Auswahl der Jurymitglieder sollte dem Organisationskomitee überlassen werden. Aufgabe der Berater ist es dann, die Jury mit den landwirtschaftlichen Qualitätsstandards und Beurteilungskriterien vertraut zu machen.
- Weiterhin muß die Art der Registrierung und Kennzeichnung der Ausstellungsstücke (pflanzliche, tierische und handwerkliche Produkte) geregelt werden.

Ähnliche Grundsätze sollten für die Beurteilung von Leistungswettkämpfen wie Wettpflügen, Ochsenkarrenrennen etc. gelten. Man sollte versuchen, diesen Wettkämpfen eine spielerische und heitere Note zu geben. Allgemeine Geschicklichkeitstests können die landwirtschaftlichen Wettbewerbe auflockern.

Genügend Raum sollte der abschließenden Preisverteilung gegeben werden, die am besten von einem Würdenträger vorgenommen werden sollte, der bei den Bauern hohes Ansehen genießt. Wenn möglich, sollte bei der Preisverteilung auch der jeweils zuständige Berater vorgestellt werden.

Gelegentlich lassen sich Elemente der Landwirtschaftsschau, des Feldtages und der Demonstration miteinander verbinden (-> E6, -> E7, -> E8).

## Bearbeitung

Rolf SÜLZER, Gerhard PAYR

## Einrichtung eines Schulgartens

Schulgärten kommt bei einer umweltbezogenen Unterrichtsgestaltung in ländlichen Gebieten eine sehr wichtige Aufgabe bei Beobachtungen, Experimenten und Demonstrationen zu. Bei der Einrichtung und Nutzung von Schulgärten sollten die folgenden Gesichtspunkte beachtet werden:

### 1. Lage

Der Schulgarten sollte möglichst nahe an der Schule gelegen sein. Der Boden soll sich für den Anbau unterschiedlicher Kulturen eignen. Er sollte zumindest für einige Jahre durch die Schule genutzt werden dürfen.

### 2. Größe

Bei der Entscheidung über die Größe ist die Frage des erforderlichen Arbeitsaufwandes zur Bewirtschaftung zu berücksichtigen. Man braucht etwa 20 - 30 m<sup>2</sup> pro Schüler.

### 3. Typ

Es empfiehlt sich nicht, im Schulgarten eine kleine Fläche aus Demonstrationsgründen „falsch“ zu bearbeiten und zu bewirtschaften, um die Wirkung richtiger und falscher Behandlung sichtbar werden zu lassen. Die Gefahr der Verwechslung und Verwirrung ist dabei zu groß, wie Erfahrungen zeigen. Sinnvoll ist es jedoch, einen Teil strikt nach traditionellen Methoden zu bearbeiten. Dies dient dem Lehrer und Berater dazu, die traditionellen Methoden zu kennen, zu handhaben und richtig zu beurteilen. Auch die Eltern der Schüler schätzen es, wenn die Kinder das „Richtige“ lernen und nicht nur „moderne Sachen“.

### 4. Angebaute Früchte

Es sollten nur Früchte angebaut werden, die bereits jetzt oder in unmittelbarer Zukunft auch von allen Bauern angebaut werden können. Der Schulgarten kann allerdings auch eine deutlich abgegrenzte Experimentierecke ausweisen, die dazu genutzt werden kann, exotische Pflanzen anzubauen, Überdüngung zu demonstrieren, die Wirkung von Wassermangel aufzuzeigen, etc..

### 5. Anbauplan

Der jährliche Anbauplan sollte immer eine Fruchtfolge beinhalten und wird am besten von Beratern und Lehrern gemeinsam entworfen.

## 6. Beschaffung von Produktionsmitteln

Soweit dies nicht über die Schulbehörden ermöglicht wird, besteht häufig für Projekte die Möglichkeit, Düngemittel, Sprühgeräte etc. als Geschenk oder über einen Kredit verfügbar zu machen. Wichtig ist die rechtzeitige Bedarfsermittlung, Bestellung und Verteilung.

## 7. Zeit- und Operationsplan, Protokoll

Termine wie Aussaat, Düngung, Unkrauthacke, Ernte etc. sind in den Klassen auszuhängen und in Übersichten festzuhalten. Die ausgeführten Arbeiten müssen, ebenso wie Beobachtungen und besondere Vorkommnisse, protokolliert werden. Diese Informationen sind bei einem Lehrerwechsel wichtig und sind wichtige Unterlagen für die Unterrichtsgestaltung.

## 8. Berateraufgaben

Berater müssen die Gärten regelmäßig beobachten und die Lehrer notfalls von sich aus auf notwendige Arbeiten aufmerksam machen. Bei der Durchführung spezieller Maßnahmen wie Schädlingsbekämpfung und Beregnung ergibt sich für den Berater die Möglichkeit, Lehrern und Schülern die praktische Durchführung zu demonstrieren. Tauchen im Schulgarten Probleme auf, die die Lehrer nicht lösen können, sollte der Berater erster Ansprechpartner sein.

## 9. Nutzung

Neben der zentralen Aufgabe der Schulgärten, den Unterricht praxisnäher zu gestalten und die Schüler mit verbesserten Techniken vertraut zu machen, können Schulgärten eine Reihe weiterer Funktionen übernehmen. So ist an die Abhaltung von Schulfeldtagen zu denken, aber auch an die Demonstrationswirkung für die Erwachsenen der Umgebung.

Die Produkte von Schulgärten können verkauft und der Erlös zur Finanzierung von Schuleinrichtung, Büchern oder Exkursionen verwendet werden. Zur praxisnahen Unterrichtung von hauswirtschaftlichen Fächern bietet sich die Einrichtung von Modellküchen an, in der die in den Gärten produzierten Produkte verarbeitet werden können.

## 10. Fehlnutzung

Gelegentlich wird versucht, über Schulgärten die für den Schulbetrieb erforderlichen Mittel zu erwirtschaften. Damit wird die Leistungsfähigkeit von Schülern zumeist überbeansprucht. Abzulehnen ist ebenso die Praxis, Schüler in den privaten Gärten und Feldern von Lehrern arbeiten zu lassen.

### Bearbeitung

Gerhard PAYR, Rolf SÜLZER

## Hinweise zur Evaluierung von Ausbildungsveranstaltungen

Ausbildungsveranstaltungen sollten an die besonderen Bedingungen des Milieus angepaßt sein, in dem sie stattfinden. Insofern sind die Anforderungen, die an eine solche Ausbildungsveranstaltung zu stellen sind, mit den Evaluierungskriterien gleichzusetzen, und müssen sich notgedrungen auf die besonderen Situations- und Milieubedingungen beziehen.

Evaluierung und Selbstkritik sind sehr wichtige Hilfsmittel des Animators bei der Abschätzung der Wirksamkeit seiner Arbeit. Ein schlechter Animator beurteilt seine Arbeit nur nach Teilnehmerstunden ohne den Versuch herauszufinden, ob und welche Spuren seine Ausbildung bei den Teilnehmern hinterlassen hat.

Er mißt den Erfolg seiner Ausbildung nur quantitativ, so wie ein Landwirt die Süßkartoffelernte in Kilogramm pro Hektar bestimmt. Aber wahre Ausbildung ist kein Vorgang, der die „Menge des Bewußtseins“ erhöht, sie verändert vielmehr die Qualität, den Charakter, die Strukturen dieses Bewußtseins. Das zwingt uns dazu, Kriterien zu erarbeiten, die diesen „qualitativen Wandel“ des Bewußtseins einer Gruppe oder eines Individuums erfassen können.

Weil der Erfolg der Ausbildungsarbeit nicht (oder nur langfristig) quantifizierbar ist, müssen wir diese Arbeit regelmäßig und mit viel Sorgfalt evaluieren. Die Evaluierung einer Ausbildungsveranstaltung setzt sich zusammen aus der Evaluierung der eingesetzten didaktischen Hilfsmittel, der Evaluierung der Rolle des Animators im Ausbildungsvorgang und der Evaluierung der Reaktionen der Teilnehmer während und nach der Ausbildung.

### 1. Evaluierung des didaktischen Materials

Hier müssen wir drei verschiedene Arten von Kriterien unterscheiden:

#### 1. Soziokulturelle, pädagogische und psychologische Kriterien

- An welche Sinnesorgane richtet sich das didaktische Material? Material, das sich gleichzeitig an mehrere Sinnesorgane wendet, erleichtert die Aufnahme und die Speicherung im Gedächtnis. Die Wahrnehmung erfolgt differenzierter, und vielfältigere Assoziationen im Zusammenspiel mit dem Gedächtnis erleichtern die Angliederung an andere Themen, Probleme, Beobachtungen, Erfahrungen usw.
- Spricht das didaktische Material auch Gefühle an? Wenn eine Information auch affektive Elemente enthält und Gefühle anspricht, dringt sie tiefer in das Bewußtsein der Teilnehmer ein.

- Enthält das didaktische Material Elemente, mit denen sich die Teilnehmer identifizieren können? Eine Identifikation zwischen den Teilnehmern und Elementen des didaktischen Materials erleichtert die Entdeckung von Parallelen zwischen dem Ausbildungsinhalt und der eigenen Situation der Teilnehmer.
- Erlaubt das didaktische Material den Teilnehmern, die Probleme selbst zu entdecken? Erleichtert es den Dialog, die Gruppendiskussion, oder degradiert es die Teilnehmer zu bloßen Konsumenten, die nichts als zuhören und zuschauen dürfen?
- Regt das didaktische Material die Teilnehmer zu Projektionen an, und belebt es deren Phantasie und Problemsicht? Je häufiger didaktisches Material Projektionen eröffnet, um so weniger riskiert es, direktiv und kreativitätsbegrenzend zu wirken. Ein gutes Material sollte schöpferisch wirken, indem es dazu verhilft, Gedanken zu erfinden, zu entwickeln und auszuweiten und benachbarte Problembereiche zu berühren.
- Inwieweit integriert sich das didaktische Material in die Kultur des Landes? Je mehr das didaktische Instrumentarium sich an die vorhandene Kultur anschließt (Gesänge, Gedichte, Theater etc.), um so besser verstehen die Teilnehmer den Inhalt. Das didaktische Material sollte nicht aufgesetzt wirken, sondern vielmehr ein integriertes und integrierendes Element darstellen.
- Sind die Informationen, die das didaktische Material vermitteln will, für die Teilnehmer erkennbar und verständlich? (Bilder, Fotos, Dias, Film usw., vergleiche → E 13).
- Inwieweit fordert das didaktische Material die Teilnehmer heraus, zwingt es sie, Position zu beziehen, ihr Problem zu formulieren? Inwieweit motiviert es sie, ihr Problem zu lösen?
- Spricht das Instrumentarium ein reales Problem der Bevölkerung an? Ist der Problemhinweis ausreichend klar für die Teilnehmer, so daß sie ihre Probleme wiedererkennen können?

## 2. Zielkriterien

- Will das Material Bewußtsein fördern, sensibilisieren, oder ist es Material, das bei der Lösungssuche zu einem genau bestimmten Problem hilft, das von den Teilnehmern schon formuliert wurde?
- Richtet sich das Instrument an eine spezielle Gruppe (Männer, Frauen, Landwirte, Alte, Kinder etc.)?

- Nehmen die Teilnehmer regelmäßig, gelegentlich oder nur selten an Ausbildungsveranstaltungen teil?
- Richtet sich das didaktische Material an ein bestimmtes Ausbildungsniveau (Analphabeten, Grundschule, Hauptschule, weiterführende Schulen etc.)?
- Findet die Ausbildung auf den Hügeln statt oder in einem besonders eingerichteten Zentrum?
- Wie viele Personen nehmen pro Ausbildungsveranstaltung teil?

## 3. Logistische Kriterien

- Anschaffungs- und Unterhaltungskosten des didaktischen Materials;
- Mobilität (Transport im Gelände);
- Kombinationsmöglichkeiten mit weiteren didaktischen Materialien;
- Zeit für die Ausarbeitung und Herstellung des Materials;
- Vorbereitungszeit für eine Ausbildungsveranstaltung;
- Verfügbarkeit des Materials in Feldberaterhand;
- Erforderliche technische Ausstattung;
- Erforderliches Ausbildungsniveau des Animateurs;
- Inwieweit gibt das Material dem Animateur einen inhaltlichen roten Faden und einen methodischen Arbeitsstil vor?
- Wie leicht läßt sich das Material reproduzieren und multiplizieren?

## II. Evaluierung der Rolle des Animateurs im Ausbildungsvorgang

Es liegt beim Animateur, inwieweit er die Möglichkeiten eines didaktischen Materials ausschöpft. Wenn ein Animateur das Instrument, das er benutzt, und die Möglichkeiten, die es ihm bietet, nicht gut kennt, so zieht er nur geringen Nutzen daraus, und die Wirkung seiner Arbeit bleibt bescheiden. Der Animateur gibt einer Ausbildungsveranstaltung, einem didaktischen Material den Wert, oder er zerstört ihn. Deshalb muß die Rolle, die der Animateur im Ausbildungsvorgang spielt, ebenfalls evaluiert werden.

## 1. Der Gebrauch des didaktischen Materials

- Beherrscht der Animator das behandelte Thema, ist er sich der Komplexität des Problems bewußt?
- Kann der Animator alle Möglichkeiten des didaktischen Materials ausschöpfen? Handhabt er das Instrument korrekt?
- Spricht der Animator laut genug, so daß ihn die ganze Gruppe hören und verstehen kann?
- Ist die Sprache, die der Animator spricht, für die gesamte Gruppe verständlich?
- Unterstreicht der Animator seine Ausführungen mit Gesten und Mimik?
- Regt der Animator zur Diskussion an? Versteht er sie zu leiten, kann er auf wichtige Punkte im Diskussionsverlauf hinweisen und diese zusammenfassen?
- Kann der Animator mit negativen Reaktionen der Gruppe konstruktiv umgehen?
- Erleichtert der Animator die Identifikation der Teilnehmer mit dem didaktischen Material, z.B. mit den Personen eines Theaterstücks?
- Erleichtert er den Teilnehmern die Projektion auf das didaktische Material?
- Wie erleichtert er den Teilnehmern die Entdeckung von Parallelen zwischen dem Inhalt des didaktischen Materials und ihren eigenen Problemen?
- Benutzt der Animator genügend konkrete Beispiele, um den Teilnehmern das Auffinden von Parallelen zwischen Diskussion und Realität zu erleichtern?
- Stellt der Animator im richtigen Moment die richtigen Fragen?
  - Fragen, um den Stand der Gruppenentwicklung zu erfassen
  - Fragen, um die Teilnehmer zum Mitdenken und zum Mitsprechen zu ermutigen
  - Fragen, die zum Nachdenken anregen
  - Fragen, die überprüfen, ob die Teilnehmer der Diskussion folgen
  - Fragen, die zur Formulierung von Problemen zwingen
  - Fragen, die die Diskussion beleben

## 2. Die Beziehung zwischen dem Animator und der Gruppe

- Wie führt sich der Animator gegenüber der Gruppe ein? Unterstreicht er seine Position als staatliche Autorität, pocht er auf seine formale Ernennung. Reiht er die Teilnehmer so vor sich auf, daß sie seinem Monolog alle gut zuhören können? Oder führt er sich eher so ein, daß ein Gruppengespräch entsteht, eine Gesprächsrunde, an der er selbst als natürliche Autorität teilnimmt, die er seiner Intelligenz, seiner Erfahrung und dem guten Beispiel verdankt, das er seiner Umgebung gibt?
- Bleibt der Animator reserviert und hält eine „künstliche“ Distanz zwischen sich und der Gruppe aufrecht? Gibt es Anzeichen dafür, daß er die Gruppe fürchtet und daß ihn die Gruppe verunsichert?
- Integriert sich der Animator in die Gruppe und wird er als Mitglied anerkannt?
- Werden die Worte des Animators in der Gruppe deshalb gehört, weil er eine hierarchische Position und eine Machtstellung hat, so daß die Gruppe vor den Konsequenzen Angst hat, wenn sie die Worte des Animators nicht genügend beachtet?
- Werden die Worte des Animators wohl geachtet, weil das, was er sagt, Wahrheit, Intelligenz und Authentizität ausstrahlt?
- Basiert die Beziehung zwischen dem Animator und der Gruppe auf gegenseitigem Mißtrauen oder auf gegenseitigem Vertrauen, und wie zeigt sich dieses Vertrauen?
- Verunsichert der Animator die Gruppe durch seine Anwesenheit?
- Fühlen sich die Gruppenmitglieder in Gegenwart des Animators wohl, und wie zeigt sich das?
- Verunsichert der Animator die Teilnehmer auf destruktive Weise, so daß sie sich nicht mehr getrauen, sich frei zu äußern, oder daß sie stets nur das wiederholen, was der Animator hören möchte?
- Verunsichert der Animator seine Teilnehmer auf konstruktive Weise, die sie dazu herausfordert, ihre eigenen Gedanken auszusprechen?
- Kann der Animator seiner Gruppe genügend Zeit widmen?
- Ist der Animator offen und flexibel genug, um in einer Diskussion auf die Ideen und Überlegungen der anderen einzugehen?



- Kennt der Animator das Milieu, in dem er arbeitet, gut genug?

### 3. Das Selbst-Evaluierungs-Vermögen des Animators (die Fähigkeit, sich selbst in Frage zu stellen)

- Ist der Animator fähig, Kritik zu akzeptieren und sie als konstruktives Element zu benutzen?
- Ist der Animator ausreichend sensibel, um die Reaktionen der Gruppe oder einzelner richtig zu deuten? Zieht er die notwendigen Schlüsse daraus?
- Ist der Animator zur Selbstkritik fähig?
- Ist der Animator in der Lage, die Reaktionen der Gruppe für eine Korrektur seines eigenen Verhaltens zu nutzen?

### 4. Fähigkeit zu initiativen Problemlösungen

- Hat der Animator genügend Vorstellungskraft, bei Lösungsvorschlägen die verfügbaren Mittel und die Integration in die bestehenden Strukturen zu berücksichtigen (beratbare Lösungen)?
- Wie geht der Animator mit Lösungsvorschlägen seitens der Gruppe um?
- Hat der Animator den guten Willen, mit anderen Funktionären zusammenzuarbeiten, um die angestrebten Lösungen voranzubringen?
- Kann der Animator einen Lösungsvorschlag auch in größere Zusammenhänge einordnen (national, weltweit) und Vorteile, Nachteile und Konsequenzen der angestrebten Lösung abschätzen? Vermag er die Gruppe in diesen Fragen zu sensibilisieren?
- Hat der Animator auch praktische Fähigkeiten, kann er z.B. eine praktische Vorführung von Lösungsvorschlägen ebenso handhaben wie ein Ausbildungsthema oder einen Sensibilisierungskurs?
- Hat der Animator Organisationstalent und Planungsgeschick?

### III. Die Evaluierung der Reaktionen der Teilnehmer während und nach der Ausbildungsveranstaltung

Dieser Teil der Evaluierung ist der wichtigste, der die wahren Ergebnisse der Ausbildung zu erfassen versucht. Es handelt sich darum, die Elemente zu entdecken,

die Ergebnisse der Ausbildung verdeutlichen, und diese korrekt zu interpretieren. Welche Elemente gilt es zu interpretieren?

- Apathisches Schweigen nach einer Frage oder einem Vorschlag.
- Die mechanische Wiederholung der Worte des Animators.
- Seitengespräche von Teilnehmern zu anderen Themen.
- Fragen, die nichts mit dem behandelten Thema zu tun haben.
- Fragen, die lediglich auf die Sympathie des Animators abzielen.
- Bemerkungen, die nichts mit dem Thema zu tun haben.
- Bemerkungen, die die Aufmerksamkeit des Animators erhaschen wollen.
- Provokative Fragen (um den Animator zu verunsichern oder lächerlich zu machen).
- Destruktiv wirkende Provokationen.
- Unterwürfiges Schweigen.
- Demonstratives und provozierend wirkendes Schweigen.
- Aggression gegenüber dem Animator und anderen Teilnehmern.
- In-Frage-Stellungen.
- Kritische Fragen.
- Provokative, konstruktiv wirkende Bemerkungen.
- Fragen, die nach besserem Verständnis suchen.
- Gespanntsein bei den Teilnehmern.
- Fragen, die nach einer Lösung fordern.
- Fragen, die nach Vertiefung suchen.
- Bemerkungen, die das Thema voranbringen.



- Bemerkungen, die Vorschläge machen.
- Die Teilnehmer benutzen in ihren Gedanken Elemente, die in vorausgehenden Diskussionen erarbeitet wurden .
- Die Teilnehmer beginnen, Anforderungen an ihre Umwelt zu stellen.
- Die Teilnehmer werden kreativ, sie entdecken ihre Möglichkeiten.
- Die Teilnehmer beginnen, die von ihnen entdeckten Möglichkeiten einzusetzen
- Die Teilnehmer geben Begründungen dafür, warum es sich hierum oder darum handelt.
- Sie sehen, daß ein Problem mit weiteren Problemen im Bereich ihrer Umgebung verknüpft ist.
- Sie entwickeln Initiativen, die sich aus ihren eigenen Bedürfnissen ergeben.
- Sie sichern das Fortbestehen einer Einrichtung, die geschaffen wurde, um ein Problem zu lösen.
- Emanzipation ist ihnen ein Bedürfnis geworden.
- Sie beginnen, ihre Bedürfnisse und Lösungen, ihre Existenz in einem größeren Rahmen zu sehen (national, kontinental, weltweit).

Diese verschiedenen Elemente sind entlang des Verlaufs einer möglichen Gruppenentwicklung angeordnet.

Diese Liste von Elementen, die es zu interpretieren gilt, kann nicht vollständig sein, denn jede Gruppe entwickelt ihre eigenen Formen, sich auszudrücken, zu handeln und zu reagieren. So bleibt es die Aufgabe des Animateurs, diese Liste zu vervollständigen.

Die Interpretation dieser Elemente sollte stets die besondere Situation, in der die Ausbildung stattfindet, berücksichtigen. Die Teilnehmer reagieren nicht allein auf die Ausbildung, sondern es kann eine Reihe anderer Umstände geben, die die Gruppe zur Reaktion veranlassen. So liegt es beim Animateur, die Ursachen einer Reaktion zu ergründen. Wenn eine Reaktion als Ergebnis der Ausbildungsveranstaltung entsteht, so ist sie für die Evaluation dieser Ausbildung wichtig. Wenn sie andere Ursachen hat, interessiert sie uns, um diese Gründe als neue Elemente in unserer Ausbildung zu berücksichtigen.

Um ein Element zu interpretieren, stellen wir jedesmal die Frage, „warum“, „wie“ und „wann“ hat dieses Element „welchen“ Effekt gehabt? Dann versuchen wir, diese Auswirkungen in Beziehung zu den besonderen Umständen der Ausbildungsveranstaltung zu setzen (Rolle des Animateurs, didaktisches Material etc.). Daraus erhalten wir wichtige Hinweise auf Möglichkeiten, diese Ausbildung zu verbessern und zu vervollständigen.

#### Quelle

E. GABATHULER; Evaluation d'une session de formation. Projet Agricole de Kibuye, Service Animation et Formation. Rwanda. 4, 1979.

#### Bearbeitung

Volker HOFFMANN

## Vortesten von Bildmaterial

Die Selbstverständlichkeiten des einen sind die Überraschungen des anderen, ein kostenaufwendiges Verfahren, wenn man es beim Medieneinsatz darauf ankommen lassen würde. Das Vortesten von Bildmaterial ist insofern **unbedingt erforderlich**. Meistens ist es eine in einigen wenigen Schritten relativ leicht durchführbare Angelegenheit.

Oft genügt schon ein „freier Test“ bei einigen wenigen Personen. Diesen wird das gesamte Bild einzeln gezeigt, und gefragt: „Was siehst Du?“. Aus der Reihenfolge und den Auslassungen sowie der Beobachtung des Blickweges und der Mimik erhält man schon viele wichtige Hinweise. Kommen keine Äußerungen mehr, kann man nachfragen: „Siehst Du noch anderes?“. Schließlich fragt man: „Was will das ganze Bild aussagen?“.

Gelegentlich, gerade, wenn größere Auflagen oder teure Produktionen geplant werden, lohnt es sich, über diese unbedingt erforderliche Alltagsroutine hinauszugehen und noch systematischer vorzugehen. Dazu nun noch detailliertere Hinweise.

Vor der **Erstellung** von Bildentwürfen und Probefotos sind einige Grundfragen zu stellen, die spätestens im Verlauf der Vortests abschließend beantwortet sein müssen:

- Wer soll mit der Botschaft erreicht werden (Zielgruppen)?
- Welche Botschaft soll übermittelt werden (Inhalte)?
- Was soll die Botschaft bewirken (Ziele), soll sie informieren, ausbilden, Problembewußtsein wecken, auf Lösungen hinweisen, zur Verhaltensänderung bewegen?
- Sind Bildmedien dafür geeignet, welche Bildmedien sind zu wählen? (→ F 12)
- Sind die Zielgruppen mit dem Medium vertraut? Welche Konventionen der bildlichen Darstellung bestehen, welche Präferenzen für Farben, etc.? Gibt es lokale Künstler, wie arbeiten sie, wie sehen Kinderzeichnungen aus etc. ?
- Wie kommt die Botschaft bei den Zielgruppen an? Ist die Situation für sie zutreffend dargestellt, stimmen sie mit den Bewertungen überein, werden die Vorschläge für sinnvoll erachtet?

Diskussionen mit Kollegen, Fachleuten und Zielgruppenvertretern können dazu schon sehr viel aufklären. Der Zeichner oder Fotograf sollte hieran möglichst schon beteiligt werden.

Danach ist ein **Leitfaden** zu erstellen, der die **didaktische Struktur** des Bildeinsatzes beschreibt: Ziele, Inhalte, Methode, Medium, Abfolge, Kombination von Bild und Text bzw. Bild und Wort etc..

Entsprechend dem Leitfaden (wie nach einem Drehbuch) werden erste **Probepilder** erstellt, die nun **getestet** werden müssen. Enthält das Bild viele Details, kann es nützlich sein, in **zwei Testabschnitten** vorzugehen:

1. Werden die **einzelnen Elemente** erkannt bzw. in ihrer Bedeutung verstanden? Dazu ist der Rest des Bildes abzudecken, und für jedes Element einzeln zu fragen: „Was ist das bzw. was bedeutet das?“ Erklärungen oder Korrekturen zu den Aussagen der Testperson sind zu unterlassen, weil sonst der zweite Testabschnitt nicht mehr funktioniert.
2. Wird der **Gesamtzusammenhang des Bildes** verstanden? Jetzt können die Testpersonen evtl. aus ihrer Interpretation des ganzen Bildes auch vorher falsch interpretierte Elemente richtig erklären. Möglicherweise wurden aber auch alle Elemente einzeln richtig erkannt, und trotzdem bleibt die Aussage des Gesamtbildes unverständlich.

Besteht eine Folge von mehreren Bildern oder Bildelementen, ist auch zu überprüfen, ob diese richtig gedeutet wird. Fragte man beim einzelnen Bild also z.B. „Was geschieht hier, oder was sagt uns dieses Bild?“, so ist jetzt zu fragen: „Was geschieht insgesamt im Verlauf der Bilder, was sagt uns die Serie?“

Für einen ersten Test ist eine kleine Gruppe, möglichst gemischt, vorteilhaft. Dabei können sich die Testpersonen dann wechselseitig helfen, die Bilder richtig zu deuten. Das nächst strengere Kriterium ist dann die Vorlage bei einzelnen Personen, entsprechend den Kategorien der Zielgruppe (z.B. junge Frauen, alte Männer, Analphabeten, Bauern, Handwerker, etc.). Leichter ist der Test bei Personen, die schon öfter mit Bildern konfrontiert waren, schwerer dort, wo solche Bilder noch unbekannt sind.

Repräsentative Stichproben und quantitative Ergebnisse sind Zeit- und Geldverschwendung. Soweit möglich sollte man Quellen für Mißverständnisse in den Bildern ausmerzen. Dafür ist es wenig erheblich, wieviel Prozent der Testpersonen nun genau mißverstanden haben. Lieber schneller und häufiger ändern und erneut testen.

### Wer sollte testen?

Wenig empfehlenswert scheint es, diese wichtige Arbeit in fremde Hände zu geben. Der Einsatz von Interviewern ist eher zu vermeiden. Auf jeden Fall sollten der Zeichner oder Fotograf und der Verantwortliche für den technischen Inhalt beim Testen dabei sein. Sie sollen aus eigenen Fehlern unmittelbar lernen können und haben so eine zusätzliche Möglichkeit zu unmittelbarem Kontakt zu ihren Zielgruppen. Sind sie am Test beteiligt, ist zu erwarten, daß sie auch die Notwendigkeit von Änderungen leichter akzeptieren.

Wenn möglich, sollten auch nach der Multiplikation der Serie noch Korrekturen vorgenommen werden können. Geschieht der Einsatz des Bildmaterials partizipativ, so kommen daraus weitere vielfältige Rückinformationen, die die Verbesserung der Serie möglich machen.

Wer anfangs noch unsicher ist, wie er seine Testfragen stellen soll, kann sich einen Gesprächsleitfaden dafür erstellen. Besonders in Gruppendiskussionen kann ein solcher Leitfaden hilfreich sein, um den roten Faden nicht zu verlieren. Nachfolgend ein Beispiel für einen vergleichsweise sehr ausführlichen Leitfaden.

### Beispiel für einen Gesprächsleitfaden zum Bildertest

Das oder die Bilder sind möglichst senkrecht und eines nach dem anderen getrennt aufzuhängen. Bei jedem Bild ist zuerst nur ein Element aufzudecken und dazu ist zu fragen:

1. Was ist hier zu sehen / was soll dies bedeuten?

Dies ist nacheinander für alle Einzelelemente des Bildes vorzunehmen. Hinweise auf die beabsichtigte Darstellung sind zu unterlassen.

Nach der schrittweisen Abfrage aller Details, wenn das Gesamtbild sichtbar ist, ist zu fragen:

2. Was ist hier zu sehen /was bedeutet dieses Bild, was hat es uns zu sagen?
3. Fordert dieses Bild dazu auf, irgend etwas Besonderes zu tun? Wenn ja, was?
4. Wie ließe sich die Botschaft dieses Bildes in eigenen Worten ausdrücken?
5. Gibt es auf diesem Bild Leute, die an Freunde erinnern oder die ganz anders als Freunde aussehen? Wenn anders, was sind die wesentlichen Unterschiede?

6. Sieht dieses Ding (Bildelement) so aus wie das entsprechende eigene Ding oder ist es anders? Wenn anders, was sind die Unterschiede?
7. Gibt es irgend etwas auf dem Bild, das stört, verärgert oder das Freunde oder Nachbarn brüskieren könnte? Wenn ja, was und warum?
8. Gibt es irgend etwas auf diesem Bild, das besonders gefällt? Wenn ja, was und warum?
9. Gibt es irgend etwas auf diesem Bild, was nicht klar ist? Wenn ja, was?
10. Haben wir irgend etwas Wichtiges auf diesem Bild vergessen? Wenn ja, was und warum?
11. Gibt es auf diesem Bild irgendeine Aussage, die nicht glaubwürdig erscheint? Wenn ja, was stimmt nicht?
12. Gibt es auf diesem Bild irgendwelche Farben, die besonders gefallen? Wenn ja, welche?
13. Gibt es auf diesem Bild irgendwelche Farben, die besonders unschön sind? Wenn ja, welche?
14. Was könnte man an diesem Bild vielleicht besser machen?

Bei Gruppengesprächen ist am Ende des Tests zu vermerken, wie viele und welche Kategorien von Personen teilgenommen haben, bei Einzelvorlage der Bilder wäre beispielsweise festzuhalten: Alter, Geschlecht, Religion, Umgangssprache und Lesefähigkeit der Testperson.

Solche Merkmale werden im allgemeinen entsprechend der Abgrenzung der Zielgruppen festzulegen sein.

Natürlich konnten wir hier nur ein sehr allgemein gehaltenes Beispiel für einen Gesprächsleitfaden vorstellen. Je nach Ziel, Inhalt, Zielgruppe und Situation ist dieser zu kürzen, abzuwandeln und zu ergänzen.

### Literatur

J. T. BERTRAND: Communications pretesting. Chicago: University of Chicago, Community and Family Study Center 1978. (Media Monograph. 6.)

I. BINNEWERG: Landwirtschaftliche Beratung, Strategie, Inhalt, Methode, Mittel. Zentralregion Togo, Sokodé, 1986

R. GÖRGEN, C. KAYIBANDA: Conception du matériel didactique à l'écoute des Paysans. PAK, Kibuye, Service Animation et Formation, Kibuye, Rwanda, o.J.

### Bearbeitung

Volker HOFFMANN

## Rundbriefe für Berater

Beraterundbriefe haben die folgende Zielsetzung:

- Organisatorische, technische und methodische Erläuterungen zum laufenden Arbeitsprogramm (aktuelle Informationsaufgabe)
- fachliche Weiterbildung durch Vermittlung von Inhalten, die nicht unmittelbar Bezug zu laufenden Programmen haben (Fortbildungsaufgabe)
- Mitteilung persönlicher Informationen wie Geburten, Fußball, Fotoklub etc. (soziale Funktion).

Rundbriefe unterstützen die Kommunikation zwischen Feldberatern und vorgesetzten Ebenen. Zumeist werden solche Rundbriefe monatlich herausgegeben und bei den Programmierungsbesprechungen verteilt und erläutert. Bei Herstellung, Verteilung und Benutzung von Rundbriefen zeigen sich erfahrungsgemäß eine Reihe von Schwachpunkten:

- Berater auf der untersten Ebene haben oft nur unzulängliche Schul- und Fachausbildung genossen. Sie haben deshalb oft Schwierigkeiten, fachliche Texte zu lesen, insbesondere dann, wenn Rundbriefe in einer europäischen Verkehrssprache verfaßt sind und das Verständnisniveau der Empfänger nicht beachten.
- Herstellung und Verteilung erfolgen oft verspätet und unregelmäßig.
- Die inhaltliche Gestaltung erfolgt oft weitgehend auf den vorgesetzten Ebenen, ohne Feldberater oder auch Bauernvertreter direkt zu beteiligen. Fachliche Mitteilungen haben dann nicht selten den Charakter von Anweisungen und werden von den Beratern auch nicht als „Hilfe“ empfunden.
- Werden die Feldberater bei Gestaltung und Herstellung nicht mitbeteiligt, entsprechen die Rundbriefe zumeist auch nicht den fachlichen Notwendigkeiten der laufenden Programme.

Ausgehend von den angeführten Schwachstellen werden die folgenden Vorschläge zur Vorbereitung, Gestaltung, Verteilung und Verwendung von Rundbriefen gemacht:

- (1) Rundbriefe sollten grundsätzlich unter Beteiligung der Zielgruppen sowie der Feldberater erstellt werden. Ist dies direkt nicht möglich, so muß zumindest indirekt (Diskussion der Inhalte bei Beraterbesprechungen, Rubriken für Beraterbeiträge) eine Beteiligung erfolgen.

- (2) Rundbriefe sollten im Regelfall auf Projekt- oder Distriktebene erscheinen, um den Charakter konkreter Arbeitsanleitungen für Berater in regional und organisatorisch homogenen Gebieten zu gewährleisten.
- (3) Bei der Gestaltung der Rundbriefe muß auf Verständlichkeit und Klarheit der Aussagen geachtet werden. Sie muß sich an der untersten Berater-ebene orientieren.
- (4) Rundbriefe sollten nach Möglichkeit einmal monatlich erscheinen und alle laufenden Beratungsaktivitäten sowie komplementäre Maßnahmen wie Kredit und Vermarktung abdecken.
- (5) Layout und Druck der Rundbriefe können auch mit einfachen Mitteln graphisch ansprechend gestaltet werden. Kleine Zeichnungen, Hervorhebungen, Leserbriefe, Familiennachrichten und Anekdoten tragen zur Auflockerung bei.
- (6) Gegebenenfalls sollten die Rundbriefe in der lokalen Sprache geschrieben werden; vor allem dann, wenn auch Zielgruppenvertreter angesprochen werden.
- (7) Rundbriefe müssen bei den wöchentlichen Beraterschulungen erläutert werden, um ein einheitliches Verständnis bei der Durchführung der Programme sicherzustellen.
- (8) Vorgesetzte Berater müssen bei Feldbesuchen die richtige Benutzung der Rundbriefe überprüfen. Die Methode, über Testbogen den Wissensstand der Berater zu prüfen, kann nur empfohlen werden, wenn dies freiwillig geschieht und nicht in die Leistungsbeurteilung eingeht.
- (9) Um im Ablauf eines Jahres alle Rundbriefe zusammenzustellen, empfiehlt sich die Ausgabe von Sammelmappen.
- (10) Auf der Basis von Rundbriefen können regionale Handbücher erarbeitet werden, auf die sich zukünftige Rundbriefe beziehen können.

Ein Beispiel eines Beraterrundbriefes enthält → G 5.

#### Bearbeitung

Gerhard PAYR, Rolf SÜLZER

## Hinweise für Gestaltung und Vortrag einer Rede im Rahmen massenwirksamer Beratungsverfahren

Bei Dorfversammlungen im Rahmen von Kampagnen müssen Berater allein oder gemeinsam mit Politikern und traditionellen Führern eine große Ansammlung von Menschen ansprechen. Die folgenden Hinweise sollen dazu beitragen, Reden bei Massenversammlungen wirksamer zu gestalten:

- (1) Der Inhalt der Rede muß für die Zuhörer aktuell und von Interesse sein. Man muß deshalb schon bei der Vorbereitung die Zusammensetzung des Zuhörerkreises berücksichtigen.
- (2) Die Zuhörer müssen eingangs der Rede eine Übersicht über die Programmpunkte des Vortrags erhalten.
- (3) Das Aufnahmevermögen wenig geschulter Personen ist begrenzt. Inhaltlich sollten deshalb Reden auf ein wesentliches Thema begrenzt werden und hinsichtlich Dauer und Sprache die lokalen Kommunikationsweisen berücksichtigen.
- (4) Reden sollten nicht mit Entschuldigungen für Fehler oder Mißverständnisse begonnen werden.
- (5) Der Redner muß immer das direkte Gespräch suchen und zu den Anwesenden und nicht über sie hinwegsprechen.
- (6) Der Redner muß das Gesagte auch selbst vertreten können. Nur dann wird er glaubwürdig sein und Selbstsicherheit ausstrahlen. Voraussetzung dafür ist eine sorgfältige Vorbereitung.
- (7) Der Redner sollte laut und deutlich sprechen. Er sollte allzu heftige Gesten vermeiden, aber auch nicht zu lässig auftreten. Wenn eine Lautsprecheranlage vorhanden ist, ist eine vorherige Überprüfung der Einstellung vorzunehmen.
- (8) Reden können mit Beispielen und Anekdoten aufgelockert werden. Man sollte aber nicht übertreiben und sich selbst nicht zu stark in den Mittelpunkt stellen.
- (9) Reden sollten nicht auswendig gelernt werden. Dies wäre nur wenig besser, als die Reden abzulesen: Man sollte vielmehr versuchen, möglichst frei unter Benutzung von Stichworten zu sprechen.

- (10) Berater sollten nicht übertrieben feierlich oder angeberisch gekleidet sein. Im Rahmen einer Erntekampagne würde ein Feldberater mit Schlips und dunklem Anzug nur unnötige Distanzen schaffen.
- (11) Direkte persönliche Angriffe auf Anwesende oder Abwesende müssen unbedingt vermieden werden. Dies muß auch bei einer anschließenden Diskussion beachtet werden. Berater dürfen sich auch durch ärgerliche Fragen nicht provozieren lassen.
- (12) Schon zu Beginn der Rede sollte entschieden werden, ob Fragen während der Rede oder nachher gestellt werden sollten. Bei jeder Rede sollte genügend Zeit für Diskussionen eingeräumt werden. Diskussionen sind sinnvoll zu begrenzen, dürfen aber nicht abgeschnitten werden, wenn wichtige Problembereiche angesprochen werden.
- (13) Am Ende der Rede sollte eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Punkte erfolgen.
- (14) Sind Manuskripte, Broschüren oder Flugblätter vorbereitet worden, so sollten diese erst nach Beendigung der Diskussionen verteilt werden, um Störungen zu vermeiden.

#### Literatur

„Extension Training Bulletin“ des Ministry of Agriculture and Natural Resources, Nigeria, o.J., o.O.

#### Bearbeitung

Gerhard PAYR, Rolf SÜLZER

## Die Gestaltung von Arbeitsbesprechungen zur Ermittlung von Problemen

Ziel von Arbeitsbesprechungen muß es sein, das bei den Teilnehmern vorhandene Wissen so zu **strukturieren** und **sichtbar zu machen** (visualisieren), daß eine zutreffende Erfassung und Gewichtung der Probleme möglich wird und schließlich Lösungsansätze gefunden werden können. Praktisch kann wie folgt vorgegangen werden:

### 1. Probleme sammeln

Zweckmäßigerweise wird mit dem Sammeln aller bekannten Probleme zu einer Fragestellung begonnen. Die Fragestellung wird schriftlich eingeführt und bei Bedarf zuerst besprochen. Dann wird zuerst eine Denkpause eingelegt, in der Schweigen herrscht. Jeder Teilnehmer hat dadurch die Chance, die ihm bekannten Probleme zu finden und für sich zu benennen. Er sollte diese stichwortartig und gut lesbar auf Kärtchen schreiben, die an einer Stecktafel gesammelt werden. Es empfiehlt sich, diese Sammlung im Plenum durchzuführen. Die Dominanz besonders wortreicher Teilnehmer wird so verhindert und Informationen können auch nicht mehr verloren gehen.

### 2. Sortieren

Im nächsten Schritt muß versucht werden, die benannten Probleme zu strukturieren. Dabei geht es nicht um eine Bewertung, sondern um eine Zuordnung nach Problemkreisen. Eine erste Gewichtung ergibt sich aus der Häufigkeit der Nennungen.

### 3. Ergänzen

Der Überblick über die geordneten Problembereiche macht es möglich, festzustellen, ob die gemeinsame erste Sammlung schon ausreichend komplett ist und eröffnet die Möglichkeit, fehlende Kategorien oder Elemente noch zu ergänzen.

### 4. Diskussion

Nunmehr müssen die ermittelten Probleme der verschiedenen Teilbereiche hinsichtlich ihrer Bedeutung besprochen werden. Es empfiehlt sich, für diesen Schritt kleine Arbeitsgruppen von vier bis sechs Personen zu bilden. Aufgabe dieser Arbeitsgruppen ist es, die benannten Probleme intensiv zu besprechen, weitere Aspekte aufzuzeigen, eine Rangordnung vorzunehmen und zu begründen. Dieser Prozeß sollte auf Steckwand-Plakaten oder Demonstrationsblocks (Flipcharts) festgehalten werden.



### 5. Präsentation

Nach der Bearbeitung der Einzelprobleme von Teilbereichen durch kleine Arbeitsgruppen werden die Arbeitsergebnisse im Plenum vorgestellt. Das Plenum hat dabei die Möglichkeit, die präsentierten Ergebnisse zu kommentieren, bevor diese als Ausgangspunkt für die Formulierung von Lösungen weiterbearbeitet werden. Weitere Einzelheiten zu Moderation und Visualisierung liefert → E 17.

#### Literatur

B. PÄTZOLDT: Didaktisches Seminarkonzept und methodischer Ablauf. In: MUNZINGER P.: Beratung als Instrument der ländlichen Entwicklung in Westafrika. Bericht über das 1. Regionalseminar der GTZ/DSE in Kamerun 1978. Eschborn: GTZ, 1979, S. 3-5

METAPLAN: Metaplan - Gesprächstechnik. Kommunikationswerkzeug für die Gruppenarbeit. Quickborn, 1975. Überarbeitete Neuauflage 1982, (Metaplan-Reihe, Heft 2).

E. SCHNELLE: Metaplanung - Zielsuche...Lernprozeß der Beteiligten und Betroffenen. Quickborn: Metaplan GmbH, 1973 (Metaplan-Reihe, Heft 1).

T. SCHNELLE-CÖLLN: Visualisierung, die optische Sprache für problemlösende und lernende Gruppen. Quickborn: Metaplan GmbH, 1975 (Metaplan-Reihe, Heft 6).

R. SÜTZER: „Seminarorganisation, Arbeitsverfahren und Arbeitsablauf“. In: DSE/ GTZ (Hrsg.): Beratung als Instrument der ländlichen Entwicklung in Südostasien. Bericht über das 2. Regionalseminar 1979 in Chiang-Mai, Thailand, Eschborn und Feldafing 1980, S. 7-14.

#### Bearbeitung

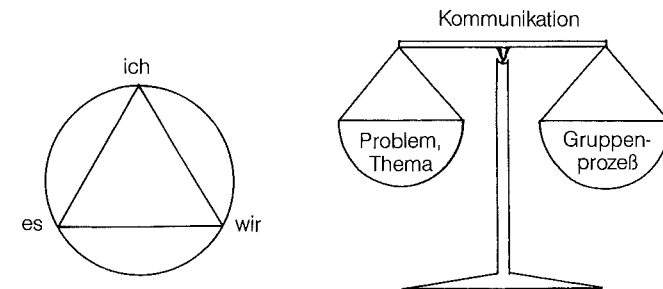
Volker HOFFMANN, Rolf SÜTZER

### Verbesserte Kommunikation in Gruppen durch Visualisierung

Die Kommunikation in Gruppen, gewöhnlich vom gesprochenen Wort getragen, leidet meistens an folgenden Erschwernissen:

- Ungleiche Verteilung der Beiträge und der Chancen, zum Thema beizutragen.
- Das Gedächtnis wird überstrapaziert, man kann nicht mehr alles behalten, es häufen sich Wiederholungen, Mißverständnisse, Leerlauf und Informationsverluste.
- Je mehr der sachliche Kommunikationsfortschritt behindert wird, um so mehr treten persönliche Beziehungsprobleme zwischen den Gesprächsteilnehmern in den Vordergrund. Vermeintlich sachliche Themen dienen eigentlich dem persönlichen Angriff und der Verteidigung.
- Dem Diskussionsleiter wird es so zunehmend erschwert, die Diskussion am „roten Faden“ entlang zu halten.

Durch Visualisierung und darauf abgestimmte Moderationstechniken wird die Teilnahme aller erleichtert, die Diskussionsleitung vereinfacht, und es werden in kürzerer Zeit bessere Ergebnisse erreicht, sofern die Elemente und Instrumente der Visualisierung sachgemäß eingesetzt werden.



Visualisierte Kommunikation soll eine bessere Balance zwischen den verschiedenen Aspekten der Gruppenkommunikation herbeiführen. In der „themenzentrierten Interaktion“ spricht man von der Spannung zwischen Ich, Wir und Es, wobei Es den sachlichen Aspekt, das Thema, bezeichnet. In ähnlicher Darstellung könnte man auch sagen, daß es um eine Balance zwischen dem Problem bzw. Thema und dem Prozeß in der Gruppe geht, die über geeignete Verfahren der Kommunikation hergestellt werden muß.

Durch die Elemente und Spielregeln der Visualisierung werden automatisch die „vier Verständlichmacher“ in der Kommunikation in Kraft gesetzt. Dies sind:

- Einfachheit, Verständlichkeit
- Kürze und Prägnanz
- Gliederung und Ordnung
- Zusätzliche Stimulanz

Einfachheit und Verständlichkeit ergeben sich durch das Gebot, sich in wenigen Stichworten auf einer kleinen Karte auszudrücken. Dies sorgt automatisch auch für den zweiten Verständlichmacher, nämlich die Kürze und Prägnanz. Zur weiteren Verständlichmachung wird der Text der Karte später noch vorgelesen und kann bei Bedarf noch erklärt und zusätzlich kommentiert werden.

Gliederung und Ordnung ergeben sich durch die Anordnung der Karten auf der Steckwand bzw. dem Wandplakat sowie durch die Wahl der entsprechenden Farben und Formen für die Karten.

Zusätzliche Stimulanz ergibt sich einerseits durch die Wahl der Elemente und insbesondere durch die Art ihrer Komposition. Dies wird ergänzt durch die persönliche Präsentation, an der alle Gruppenmitglieder mitwirken. So entstehen Abwechslung, Szenenwechsel und die visuelle Verknüpfung der dargebotenen Sachinformation mit den dahinterstehenden Personen. Anstelle eines Störfaktors wirkt die Gruppendynamik nun fördernd, stimulierend, sozusagen als das Salz in der Visualisierungs-Suppe.

Einen Überblick über Ziele, Inhalte und Methoden der visualisierten Kommunikation in der Gruppe gibt → Übersicht 1.

Weitere Aspekte des möglichen Vorgehens und der dabei zu beachtenden Spielregeln enthalten die → Bilder 1 — 5, die im Versuch der „Selbstanwendung“ gestaltet sind, d.h. die dargestellten Visualisierungsregeln sollen gleichzeitig auch in der Art ihrer Visualisierung schon angewendet werden.

Der technische und materielle Aufwand, für eine solche Visualisierung wird wiederkehrend überschätzt. Selbst wenn man von dem Serviceangebot Gebrauch macht, und das gesamte Material vorgefertigt kauft, so stehen die Kosten dafür in keinem Verhältnis zu den sonstigen Kosten (Arbeitszeit der Teilnehmer, evtl. Verpflegung und Übernachtung) und werden durch die erzielte Zeitersparnis und die weit größere Effektivität der Arbeitsergebnisse um ein Vielfaches übertroffen. Wer die Ausgaben für den Kauf des Materials scheut oder teure Importe und damit verbundene Devisenaufwendungen vermeiden will, der kann sich sehr

Übersicht 1:

Problemlösung in der Gruppe über visualisierte Kommunikation		
was	wie	wozu
Problemerkfassung Problemanalyse ↓ ↑ Ausarbeiten von Lösungsalternativen ↓ ↑ Bewerten und Entscheiden ↓ ↑ Umsetzen Planen	<b>jeweils:</b> — sammeln — erklären — begründen — bewerten — ordnen  Wechsel zwischen: — einzeln — Kleingruppe — Gesamtgruppe  visualisieren mit Kartenelementen verschiedener Form und Farbe auf Steckwänden	mehr Beteiligung mehr Interaktionsdichte mehr Übersicht  schrittweise gegliedert geordnet nachvollziehbar  externer Gedächtnis- speicher  kontrollierbar korrigierbar neuordnen ergänzen wegnehmen ändern dokumentierbar

leicht mit lokal verfügbarem Material selbst behelfen. Packpapier, Abfallpapier, Wachsmalstifte bzw. Filzschreiber, Stecknadeln und mit Wellpappe bezogene Tafeln als Steckwände erfüllen ihren Zweck genauso. Auch ohne Steckwand geht es, wenn man kleine Streifen Klebeband benutzt, mit denen man Karten an der Wandtafel ankleben, wieder abnehmen und neu befestigen kann.

Eine entscheidende Erleichterung bringt Visualisierung auch für das Gesprächsprotokoll. Wird gutes Material eingesetzt und technisch sauber gearbeitet, so genügt als Protokoll die Vervielfältigung der abphotografierten Plakate auf einem Fotokopiergerät. Ansonsten lassen sich die Plakate einfach in ein geschriebenes Protokoll übersetzen.

Dieser Beitrag soll, ebenso wie die Arbeitsunterlage → E 16, lediglich Interesse für die Visualisierungs- und Moderationsmethode wecken. Für den, der sich entschließt, damit zu experimentieren und zu arbeiten, gibt es detaillierte weiterführende Literatur und auch entsprechende Fortbildungsangebote.

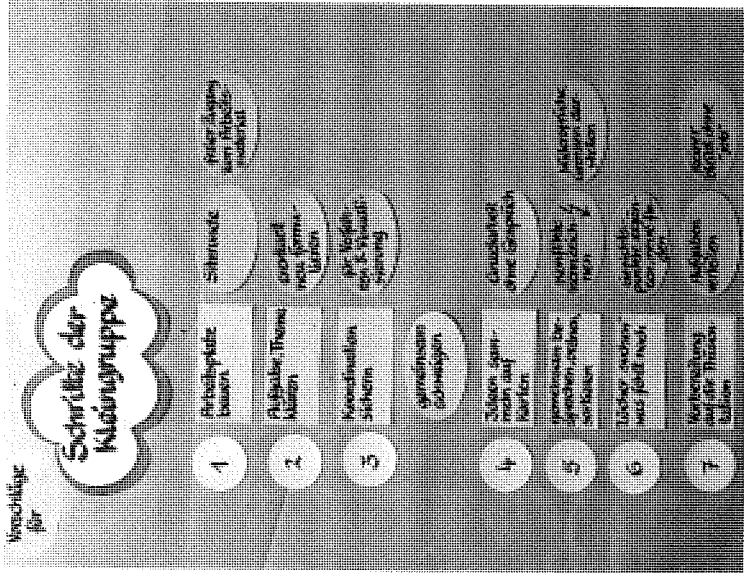
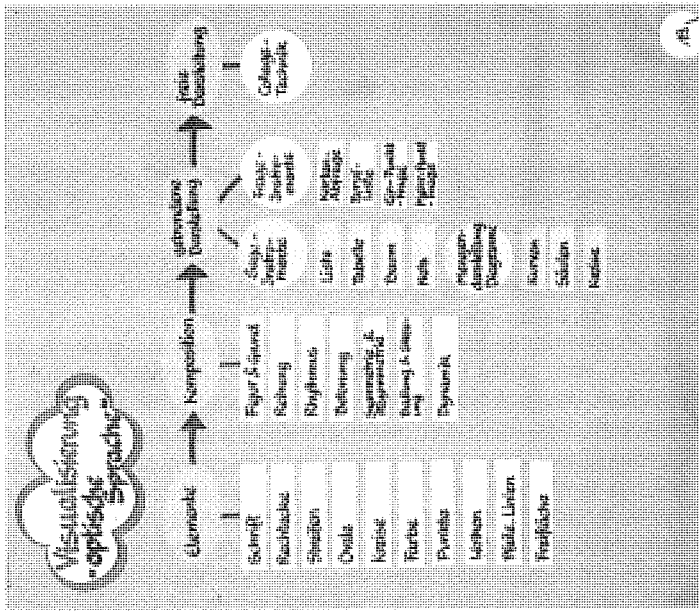


Bild 5:



**Quellen**

METAPLAN: Metaplan-Gesprächstechnik. Kommunikationswerkzeug für die Gruppenarbeit. Quickborn 1975. Überarbeitete Neuauflage 1982 (Metaplan-Reihe, Heft 2)

E. SCHNELLE: Metaplanung — Zielsuche ... Lernprozeß der Beteiligten und Betroffenen. Quickborn: Metaplan GmbH 1973 (Metaplan-Reihe, Heft 1)

T. SCHNELLE-CÖLLN: Visualisierung, die optische Sprache problemlösender und lerner der Gruppen. Quickborn: Metaplan GmbH, 1975 (Metaplan-Reihe, Heft 6)

K. KLEBERT, E. SCHRADER, W. STRAUB: Moderationsmethode. Gestaltung der Meinungs- und Willensbildung in Gruppen, die miteinander lernen und leben, arbeiten und spielen. Zweite überarbeitete und erweiterte Auflage 1984, Preisinger Verlag, Rimsting am Chiemsee

G. ULLRICH, U. KRAPPITZ: Participatory approaches for cooperative group events - introduction and examples of application, DSE, Feldafing, 1985

**Bearbeitung**

Volker HOFFMANN

**Vorschläge für die Gestaltung partizipativer externer Evaluierungs-Missionen**

In regelmäßigen Abständen, meistens vor Ablauf wichtiger Projektphasen, brechen externe Evaluierungs-Missionen wie Naturkatastrophen über die Projekte herein. Entsandt werden sie von der projektdurchführenden Organisation oder vom Geldgeber. Daher können sich die Projekte auch kaum dagegen wehren. Bleibt nur die Hoffnung, daß alles gut vorüber geht; daß die Gutachter wohlwollend sind, wichtige Schwachstellen übersehen, Mängel nachsichtig beschreiben oder nur in Form allgemeiner Verbesserungsvorschläge behandeln. Diese Hoffnungen können sich natürlich nicht immer erfüllen, und so steckt in externen Evaluierungen meist gehöriger Zündstoff, entsteht ein überdurchschnittlich streßbelastender Arbeitsmonat für alle Projektmitarbeiter (meist auch für die Evaluierer) und wird ein Großteil der Chancen, die eine solche Gelegenheit bieten könnte, durch ungeschickte Verfahrensweisen verbaut.

Dafür, daß es auch anders geht, liegen inzwischen einzelne Erfahrungen vor. Dar- aus möchten wir die Anwendung folgender Grundsätze und Verfahrensvor- schläge empfehlen:

- Die Evaluierungs-Mission arbeitet auf der Grundlage von „ZOPP“, Mode- ration und Visualisierung, in Teamarbeit.
- die „terms of reference“ für die Gutachter-Mission sind zwischen entsen- dender Stelle und Projekt abgesprochen.
- Die Evaluierungs-Mission arbeitet vorrangig problemorientiert und nicht empfehlungsorientiert. Sie legt den Schwerpunkt ihrer Arbeit auf wahrge- nommene Probleme und deren vermutliche Ursachen und hütet sich vor vorschnellen Lösungsvorschlägen und Handlungsempfehlungen.
- Die Evaluierungs-Mission ist gemischt zusammengesetzt aus Mitgliedern, die die Entsendeorganisation benennt, und aus Mitgliedern, die die nation- ale Trägerorganisation des Projekts benennt.
- Alle wesentlichen, zu begutachtenden Fachgebiete sollten von den Mit- gliedern der Evaluierungs-Mission abgedeckt sein (oder Aktivitätsberei- che aus der Evaluierung ausklammern).
- Zumindest der Leiter der Evaluierungs-Mission muß mit ZOPP, Moderation und Visualisierung vertraut sein und die übrigen Missions-Mitglieder zu Beginn der Evaluierung in die Gundzüge dieser Verfahrensweisen einfüh- ren. Danach gibt er nach Bedarf praktische Hilfen.

- Nach der Einweisung in die grundlegenden Arbeitstechniken beginnen die Mitglieder der Evaluierungs-Mission mit individuellem Studium von Dokumenten und Projektunterlagen.
- Nun können erste Fachgruppen gebildet werden, in denen Mitglieder der Evaluierungs-Mission mit ausgewählten Projekt-Mitarbeitern an speziellen fachlichen Fragen arbeiten. Die Zusammensetzung dieser Gruppen kann im Verlauf der Evaluierungs-Mission wechseln und bestimmt sich nach der fachlichen Erfahrung, den fachlichen Verantwortungsbereichen und dem verfügbaren Informationshintergrund der zu beteiligenden Personen.
- Die weitere Arbeit an der Evaluierung geschieht im Wechsel zwischen Einzelarbeit, Fachgruppen, Plenum der Evaluierungs-Mission und besonderen Zusammenkünften von Evaluierungs-Mission und weiteren Projekt-Mitarbeitern.
- Die Fachgruppen entwerfen einen ersten Plan zu ihrer Vorgehensweise und legen erste Arbeits- und Untersuchungsschritte fest. Diese Pläne werden untereinander abgestimmt, auf Wandzeitungen dargestellt und öffentlich zugänglich ausgehängt.
- Die Arbeitsprogramme werden dem zunehmenden Informationsstand entsprechend fortgeschrieben und angepaßt. Der Leiter der Evaluierungs-Mission koordiniert die Verfahrensweisen in enger Abstimmung mit der Projektleitung. Er sorgt für die erforderliche Querinformation und Transparenz.
- Für die Evaluierung erscheint es sowohl aus sachlichen als auch aus psychologischen Gesichtspunkten dringend empfehlenswert, nicht direkt mit der Ermittlung von Problemen zu beginnen, sondern mit den Zielen für die laufende Projektphase und einem Inventar der positiven Voraussetzungen für die weitere Projektarbeit anzufangen. Dazu gehören dann die natürlichen Ressourcen und das sozioökonomische Projektumfeld, die erreichten Leistungen bei den Zielgruppen und die Leistungen des Projekts.
- Nach spätestens drei Wochen sollte die Evaluierungs-Mission so weit sein, eine Hierarchie der Probleme für das Gesamt-Projekt präsentieren zu können.
- Danach empfiehlt es sich, diesen Vorschlag der Problemhierarchie in einem vier- bis sechstägigen „ZOPP-Workshop“ zu diskutieren und in eine Projektplanungsübersicht für die nächste Projektphase fortzuentwickeln. Am Workshop sind alle wesentlich betroffenen Projekt-Mitarbeiter zu beteiligen.

- Diese gemeinsam erstellte und verabschiedete Projektplanungsübersicht ist dann die Grundlage sowohl für den Evaluierungsbericht als auch für das Angebot und die Verhandlungen über die nächste Projektphase.
- Organisatorische, personelle und finanzielle Konsequenzen der aufgrund sachlicher Kriterien entwickelten Projektplanungsübersicht werden nach dem ZOPP-Workshop in kleineren Gesprächskreisen diskutiert. Daran sind dann Evaluierer, Projektleitung, Projektträger, projektdurchführende Organisation und Geldgeber in geeigneter Form zu beteiligen. Sobald daraus verbindliche Entscheidungen resultieren, sind diese schnellstmöglich den Betroffenen bekanntzumachen.
- Im Evaluierungsbericht wird der Verlauf der Evaluierung mit den verschiedenen Arbeitsschritten und den eingesetzten Untersuchungsmethoden beschrieben. Die Darstellung der Ergebnisse folgt den schon in Form von Wandplakaten und Visualisierungsergebnissen vorliegenden Dokumenten, bis hin zur Projektplanungsübersicht für die nächste Phase.
- Dort, wo es nicht gelang, für alle Beteiligten tragbare Kompromisse zu finden, steht es den Betroffenen frei, ihre abweichende Sichtweise im Evaluierungsbericht zu Protokoll zu geben. Davon sollte allerdings nur im schwerwiegenden Fall Gebrauch gemacht werden. In erster Linie steht dieses Recht den Mitgliedern der Evaluierungs-Mission zu, wenn sie es gegenüber ihrem Auftraggeber für erforderlich halten.

Innerhalb der Gruppen-Moderations-Methode mittels Visualisierung ist es schon feste Regel, daß abweichende Meinungen und Konflikte auch im Arbeitsergebnis sichtbar festgehalten werden (→ E 17).

Mit der Anwendung eines solchen Verfahrens für die externe Evaluierung sollte die Chance steigen, daß der daraus entstehende Projektvorschlag für die nächste Phase von allen Beteiligten als wünschenswerter und realisierbarer Schritt in eine bessere Zukunft gesehen wird. Dann werden sie sich auch voll mit dem Planungsvorschlag identifizieren können und ihr möglichstes zu seiner Verwirklichung tun.

#### Quelle

R. GÖRGEN: Projektevaluierung und ZOPP. Erfahrungen — Probleme — Vorschläge. In: BASLER, A. u.a.: Unveröffentlichter Evaluierungsbericht zum PAP, Nyabisindu, Rwanda. GTZ, Eschborn, 1986, Anhang 4.

#### Bearbeitung

Volker HOFFMANN



## Hinweise für die Nutzung von Fahrzeugen bei Beratungsorganisationen

Bei ständig steigenden Treibstoff- und Materialkosten ist die pflegliche und sparsame Benutzung von Motorfahrzeugen notwendig. Die nachfolgenden Hinweise sollen Anregungen dazu geben, wie mit diesen Transportmitteln sorgfältig und schonend umgegangen werden kann.

Fahrzeugbenutzung stellt eine Quelle des Prestiges, der besonderen Annehmlichkeit dar, und gerade dort, wo Fahrzeuge im privaten Bereich besonders knapp und teuer sind, stellen die Verfahren des Dienstfahrzeugeinsatzes eine beständige Quelle für Neid, Rivalität und Unzufriedenheit in der Organisation dar.

Um so wichtiger sind klare und als gerecht empfundene Regelungen.

### 1. Fahrzeuge der Zentrale

- Fahrten müssen wöchentlich und täglich geplant werden. Ein Mitarbeiter der Zentrale sollte hierfür verantwortlich gemacht werden. Eine allen sichtbare Schautafel kann ständig die verfügbaren Fahrzeuge sowie deren Einsatzbereitschaft, Verwendungszweck und Fahrrouten aufzeigen.
- Für Fahrzeuge der Zentrale empfiehlt sich die Einrichtung eines Pools, um eine bessere Ausnützung zu gewährleisten.
- Bei der Planung von Fahrzeugeinsätzen sollten möglichst mehrere Aufgaben verknüpft werden.
- Eintragungen in Fahrtenbücher müssen regelmäßig und unmittelbar vor und nach der Fahrt erfolgen. Stellt der nächste Benutzer Versäumnisse fest, meldet er sie vor seiner eigenen Abfahrt bei der Fahrzeugzentrale.
- Fahrzeuge der Zentrale sollten möglichst überwiegend von Berufsfahrern gelenkt werden, um dadurch die Lebensdauer zu erhöhen und Defekte frühzeitig zu erkennen und reparieren zu lassen.
- Der Einsatz von Fahrzeugen für private Zwecke muß sich nach den sozialen Gepflogenheiten des Landes richten. Er darf die Arbeit nicht behindern und sollte keine einseitigen Privilegien schaffen. Die vorgeschlagene Schautafel schafft die nötige Öffentlichkeit, um soziale Kontrolle wirksam werden zu lassen. Anfallende Kosten sollten landesüblich ersetzt werden, eventuell auch durch Tausch mit Arbeit oder Ähnliches. Mißbrauch sollte auch durch persönliche Haftung der Benutzer verhindert werden.



- Die regelmäßige Durchführung der Wartungsarbeiten muß sichergestellt werden (Fahrtenbuch, Aufkleber).
- Das Verleihen von Fahrzeugen an andere Institutionen sollte soweit wie möglich eingeschränkt werden.
- Sind Reparaturen und Wartungsarbeiten nur in einem entfernten Ort möglich und dauern diese erfahrungsgemäß lange, so sollte die Einrichtung einer Reparaturabteilung erwogen werden.
- Von der Zentrale ist die Treibstoffversorgung im Feld zu gewährleisten. Dabei ist auf die regelmäßige Belieferung und sachgemäße Lagerung zu achten.

## 2. Fahrzeuge des Feldbüros

- Fahrräder und Motorräder sollten von den Beratern auf der Basis günstiger Regierungskredite erworben werden können. Der private Besitz erhöht die Chancen für eine sorgfältige Behandlung. Durch die Bezahlung von Pauschalen oder Kilometergeldern wird ein weiterer Anreiz zum Erwerb geschaffen.
- Fahrräder und Motorräder müssen monatlich auf ihre Fahrtüchtigkeit geprüft werden, um Fahrsicherheit und Einsatzbereitschaft zu gewährleisten.
- Besonders Motorradhalter müssen regelmäßig in Fahrzeugwartung geschult und auf die Notwendigkeit zeitgerechter Servicearbeiten hingewiesen werden
- Auf Feldebene empfiehlt sich die Einrichtung eines kleinen Ersatzteillagers mit entsprechenden Werkzeugen, um kleine Reparaturen selbst durchführen zu können.
- Da neueingestellte Berater anfangs oft noch kein eigenes Fahrrad besitzen, sollte jedes Feldbüro eine kleine Anzahl von Fahrrädern zur Überbrückung bereithalten.

### Bearbeitung

Gerhard PAYR, Rolf SÜLZER

## Prüfliste zu begrenzenden Faktoren für die Partizipation der Zielgruppen

Den Maßnahmen zur systematischen Beteiligung der Zielgruppen stehen eine Reihe von Widerständen entgegen. Sie lassen sich in der Regel überwinden, müssen jedoch von vornherein in die Beratung miteinbezogen werden, um dann auch entsprechend abgebaut werden zu können. Folgende Einflußbereiche sollten betrachtet werden, wenn die Partizipation der Zielgruppen angestrebt wird.

Einflußbereiche auf die Partizipation	Auswirkungen und Zusammenhänge
Physikalisch-biologische	Klima, Wetter, Bodenbeschaffenheit und Anbauzeiten usw. beeinflussen die Teilnahme an Versammlungen (schlechte Straßenverhältnisse, Schwerkraft bei schlechten Böden).
Ökonomische	Pachtverhältnisse, Landbesitz sowie Verfügung über weitere Produktionsfaktoren sind bei Kleinbauern eingeschränkt. In dieser Abhängigkeitssituation weckt Partizipation oftmals die Furcht vor Sanktionen aus dem Sozialsystem, dem Verlust von Kreditmöglichkeiten und der Ernteabnahme.
Politische	Rurale Eliten, Parteien und Bürokratien verhindern Partizipation. Anweisungen kommen von den nationalen oder provinziellen Zentren. Gegen zentrale Planausarbeitung können keine entsprechenden Aktionen unternommen werden. Dezentrale Entscheidungsinstanzen werden umgangen.
Soziale	Familien-/Klanstruktur, Gruppenbeziehungen, Erbschaftsregelungen, soziale Schichtung und Klassenstruktur sowie Siedlungsformen erschweren Partizipation. Die Unfähigkeit, allein über bestimmte Produktionsfaktoren zu verfügen, und Kontrolle durch wohlhabendere Gruppen begrenzen den Zugang zur Beteiligung an Entscheidungen.
Kulturelle	Werte und Normen der jeweiligen Gesellschaft, Ziel- oder Teilgruppe, Arbeitsteilung nach Geschlechtern, Zukunftsorientierung, gemeinschaftliche Arbeiten, Rolle der Frau und anderer Teilgruppen