

BEGLEITMATERIAL ZUM ZERTIFIKATSKURS „WIRKUNGSMANAGEMENT“

┌ PRAXISPROJEKTPLANER

Die Weiterbildung Wirkungsmanagement ist ein Zertifikatskurs des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes LV Berlin e.V. und der Paritätischen Akademie Berlin gGmbH.

Kontakt und Rückfragen:

Paritätischer Wohlfahrtsverband Berlin e.V.

Anne Jeglinski

Leiterin der Geschäftsstelle Bezirke, Innovation und Wirkung
jeglinski@paritaet-berlin.de

Anika Göbel

Bezirksbeauftragte, Stadtteilarbeit und Wirkung
goebel@paritaet-berlin.de

EINFÜHRUNG UND ERLÄUTERUNGEN

Das Wirkungsmodell (siehe Seite 4 im Überblick) des Paritätischen Wohlfahrtsverbandes Berlin unterstützt dabei, soziale Arbeit noch wirkungsvoller zu gestalten, auszurichten und darüber zu berichten. Begleitend zum Wirkungsmodell ist eine Vielzahl an unterstützenden Arbeitsmaterialien entwickelt worden. Diese sind im vorliegenden Praxisprojektplaner zusammengestellt.

Die Weiterbildung und der dazugehörige Praxisprojektplaner sind aus der Kooperation mit der Phineo gAG entstanden und weiterentwickelt worden. Gemeinsam mit der Praxis entwickeln wir diese Materialien weiter. Sie dienen als Grundlage in den Kursen zum Thema Wirkungsmanagement an der Paritätischen Akademie.

Das Wirkungsmodell gibt Hilfestellung bei Konzeption, Planung, Durchführung und Analyse von wirkungsorientierten Vorhaben zur positiven Veränderung von gesellschaftlichen Herausforderungen.

Das Wirkungsmodell (siehe Seite 4) ist eine vereinfachte Darstellung davon, **WOZU** (mit welchen Zielen) und **WIE** (mit welchen Leistungen/Aktivitäten) Wirkungen bei Zielgruppen (Outcomes) bzw. darüber hinaus in Bezug auf die Gesellschaft (Impact) erzielt werden. Es erleichtert die Planung und Analyse von Ergebnissen und Wirkungen, indem vor Beginn der Umsetzungsphase Annahmen über Zusammenhänge zwischen den Interventionen (also den Leistungen/Aktivitäten) und den daraus folgenden Wirkungen getätigt werden.

Alle Materialien des Praxisprojektplaners ermöglichen es, Aspekte und Fragen, die im Rahmen eines Wirkungsprojektes zentrale Bedeutung haben, systematisch sammeln, visualisieren und bearbeiten zu können und diese im Nachgang von außen nachvollziehbar sind.

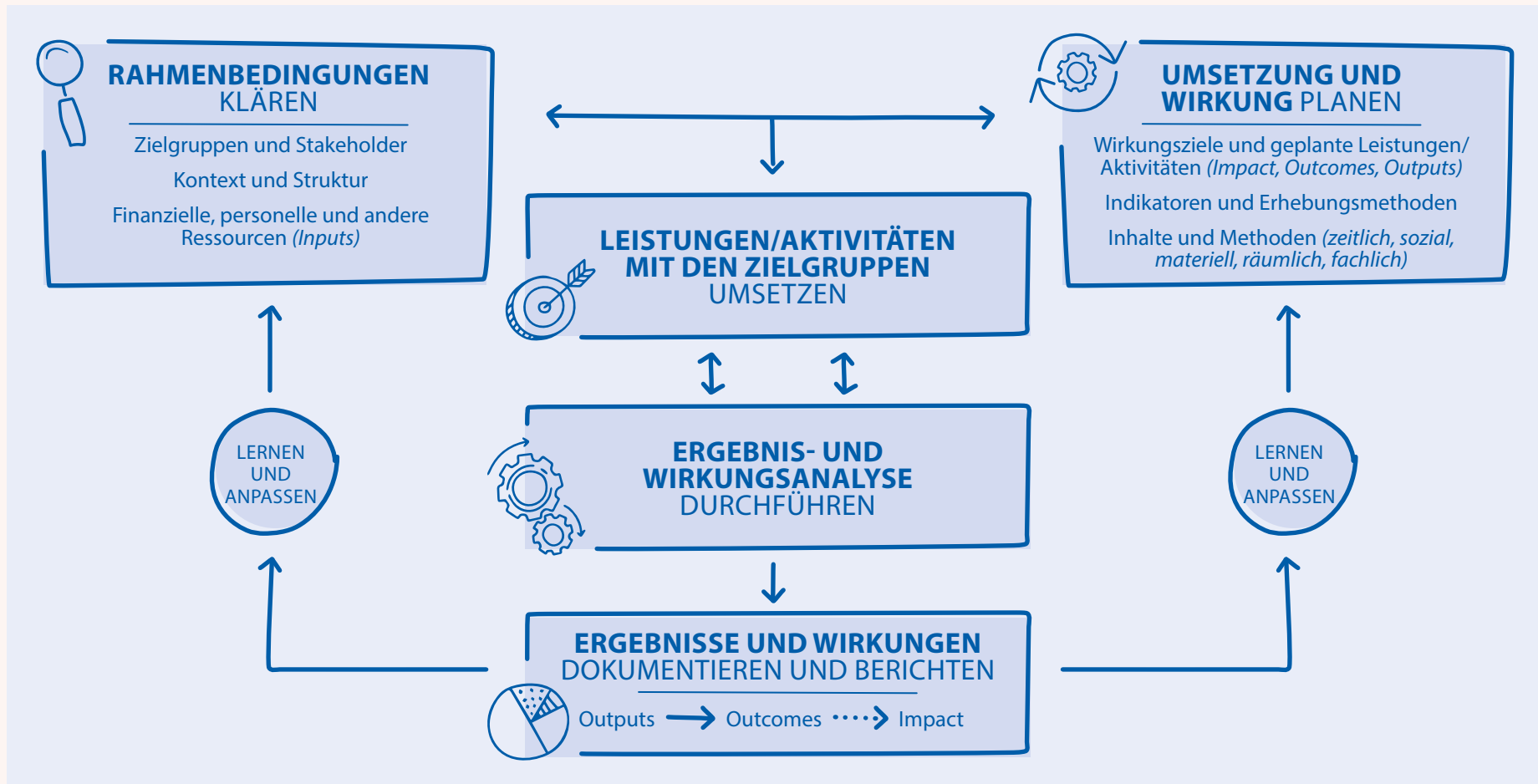
INHALTSVERZEICHNIS

Seite

Einführung und Erläuterungen	2
Paritätisches Wirkungsmodell	4
Leitbild der Organisation	5
Ihre Rolle in der Organisation	6
GESELLSCHAFTLICHE HERAUSFORDERUNG	7
RAHMENBEDINGUNGEN KLÄREN	11
Zielgruppe, Bedarfe und Ressourcen	12
Stakeholder	15
Kontext	18
Interne Projektbeteiligte und Struktur	20
Input/Ressourcen	22
UMSETZUNG UND WIRKUNG PLANEN	24
Inhalte und Methoden	27
Wirkung	29
ERGEBNIS- UND WIRKUNGSANALYSE DURCHFÜHREN	31
Logbuch	36



GESELLSCHAFTLICHE HERAUSFORDERUNG IDENTIFIZIEREN UND IN BEZUG ZUM ZIEL UND ZWECK DER ORGANISATION STELLEN



LEITBILD DER ORGANISATION

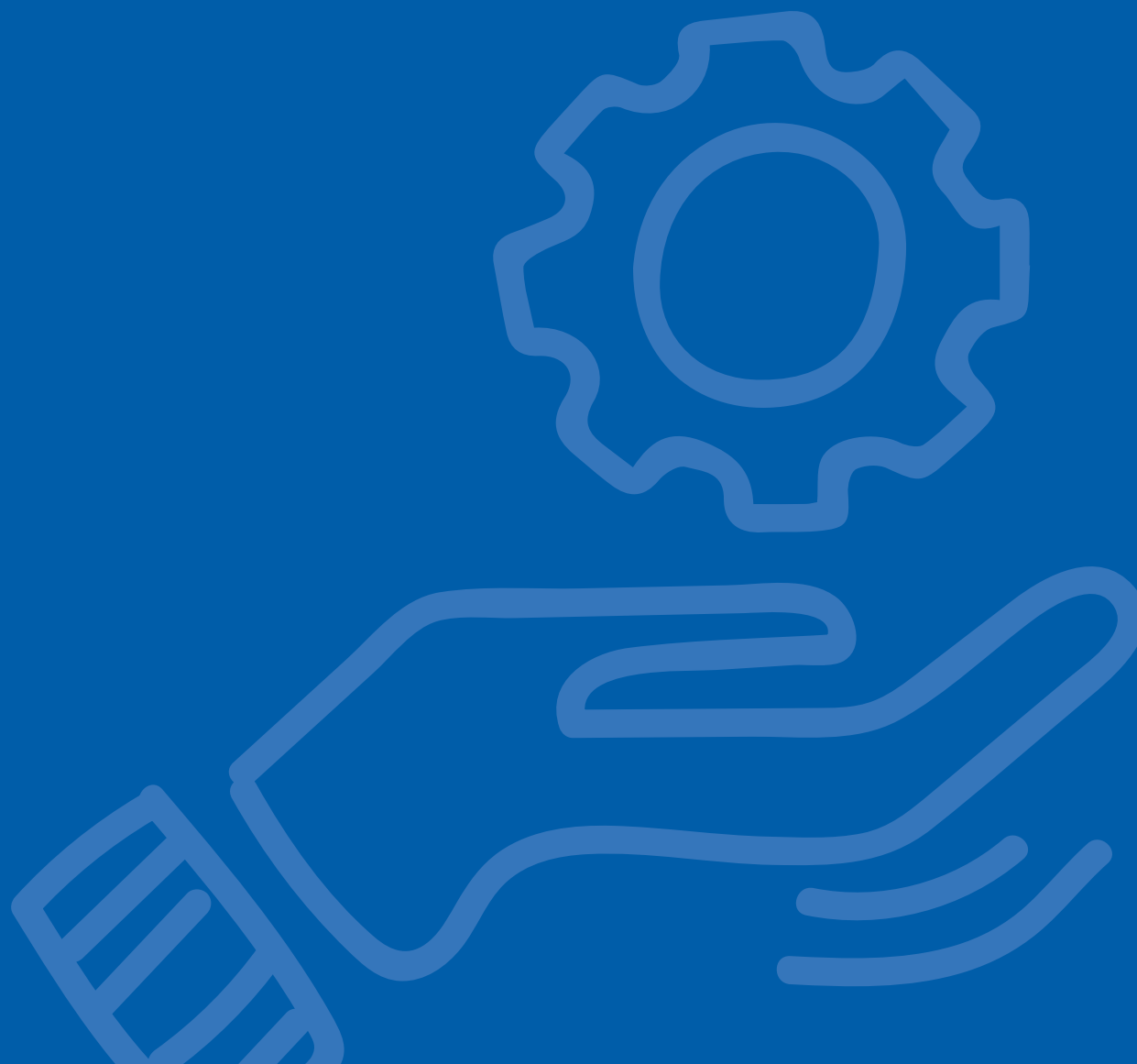
- Welchen gesellschaftlichen Idealzustand streben Sie mit Ihrer Organisation an?
- Welchen Handlungsansatz verfolgen Sie dazu?
- Auf Grundlage welcher Werte und Grundsätze tun Sie das?

IHRE ROLLE IN DER ORGANISATION

- In welcher Rolle und Funktion agieren Sie innerhalb Ihrer Organisation?
- Welche Möglichkeiten und Grenzen haben Sie für Ihr Handeln?

GESELLSCHAFTLICHE HERAUSFORDERUNG

Identifizieren und in Bezug zum Ziel
und Zweck der Organisation stellen





LEITFRAGEN

- Was ist das zentrale Problem?
- Wie lässt sich die Herausforderung beschreiben?
- Liegt das zentrale Problem in der Aufstellung der Zielgruppe(n)?
- Oder wird es eher im sozialräumlichen, politischen und rechtlichen Kontext verortet, in dem sie sich bewegt?
- Ist Ihre Organisation geeignet, zur Lösung beizutragen?
- Welchem Leitbild folgt Ihre Organisation und wie steht dieses im Verhältnis zu der identifizierten Herausforderung?

GESELLSCHAFTLICHE HERAUSFORDERUNG

Identifizieren und in Bezug zum Ziel und Zweck der Organisation stellen

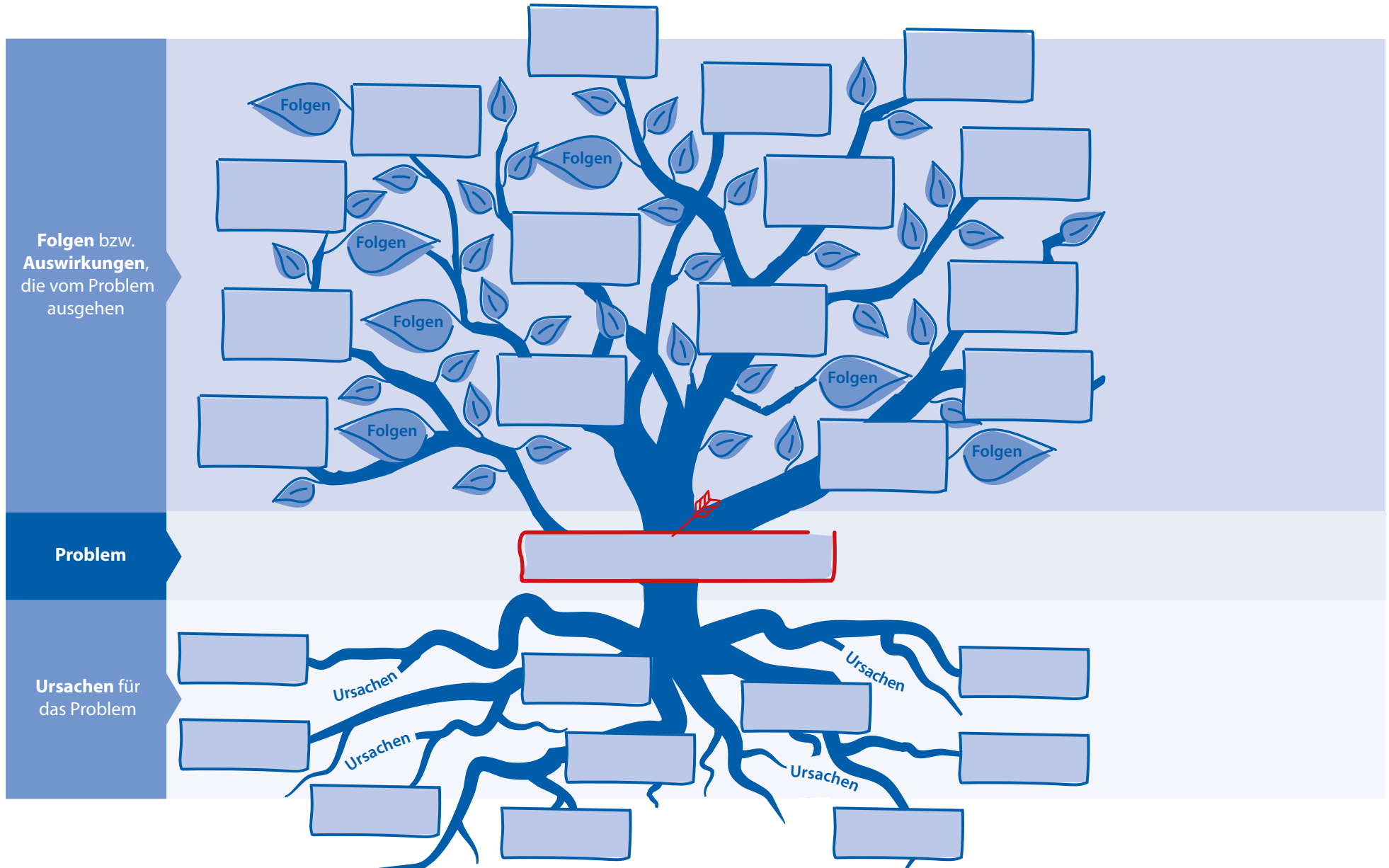


a. Gesellschaftliche Herausforderung

b. Bezug zu Ziel und Zweck der Organisation herstellen

DER PROBLEMBAUM

Problem und Ausgangssituation des Vorhabens definieren



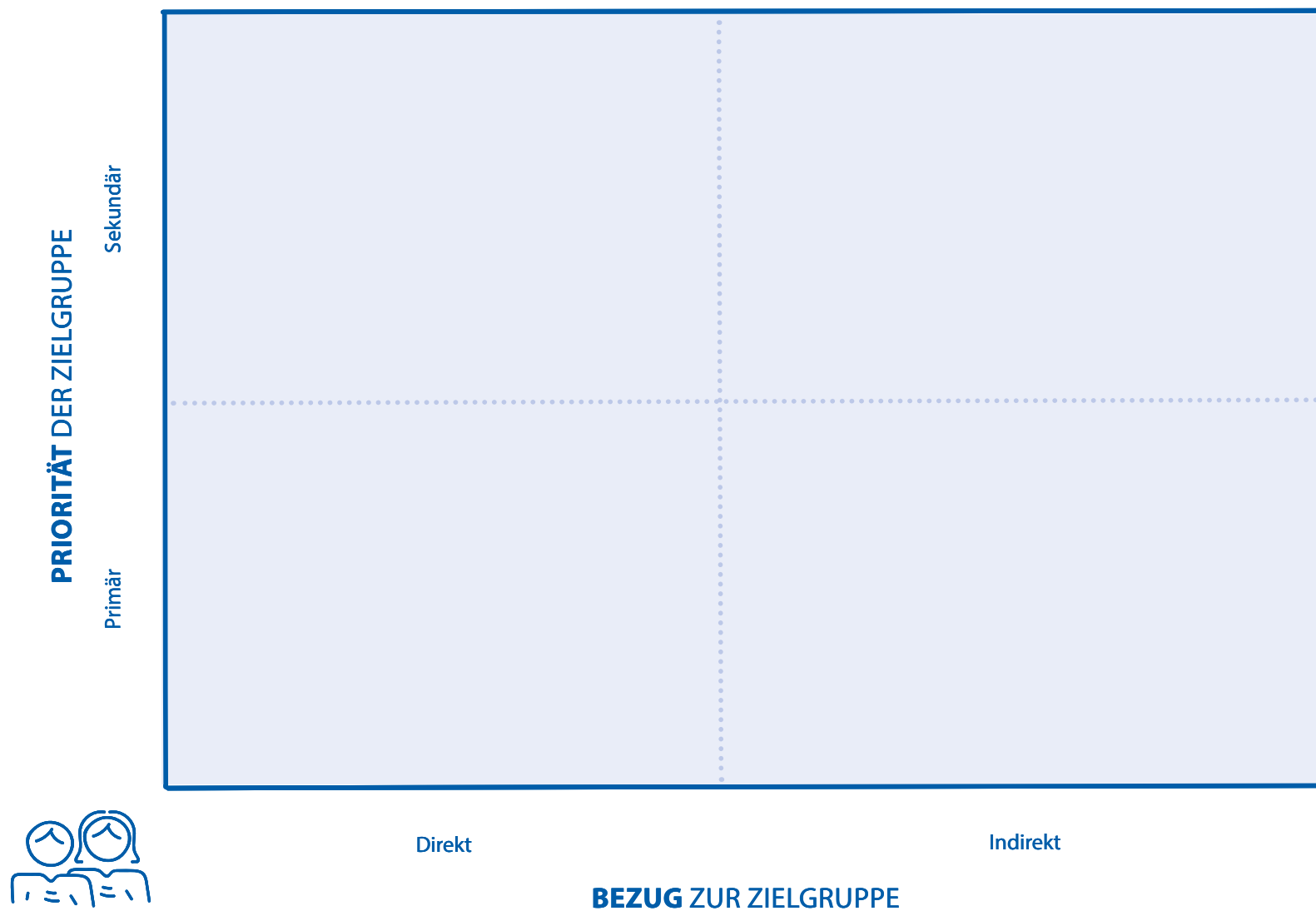
RAHMENBEDINGUNGEN KLÄREN





LEITFRAGEN

- Bei welchen Personen oder Personengruppen wollen Sie Veränderungen bewirken?
- Welche direkten/indirekten und primären/sekundären Zielgruppen lassen sich unterscheiden?
- Welche Ressourcen (Income), also Ideen, Werte, Bedürfnisse, Interessen, Haltungen, Orientierungen und/oder Aktivitäten sind vorhanden?
- Welche relevanten Merkmale charakterisieren diese Gruppe(n)?
- Wie ist die Haltung und Motivation der Zielgruppe(n) gegenüber dem Vorhaben, den Beteiligten und ggf. den Partnern?
- Welchen übergeordneten, gesellschaftlichen Bedarf sehen Sie?
- In welchen persönlichen, familiären oder sozialen Bedürfnissen spiegelt sich dieser Bedarf auf individueller Ebene bei Ihren Zielgruppen wider?





Lebenslage der Zielgruppen

Empty box for notes on the life situation of the target groups.

Bedarfe der Zielgruppen

Empty box for notes on the needs of the target groups.

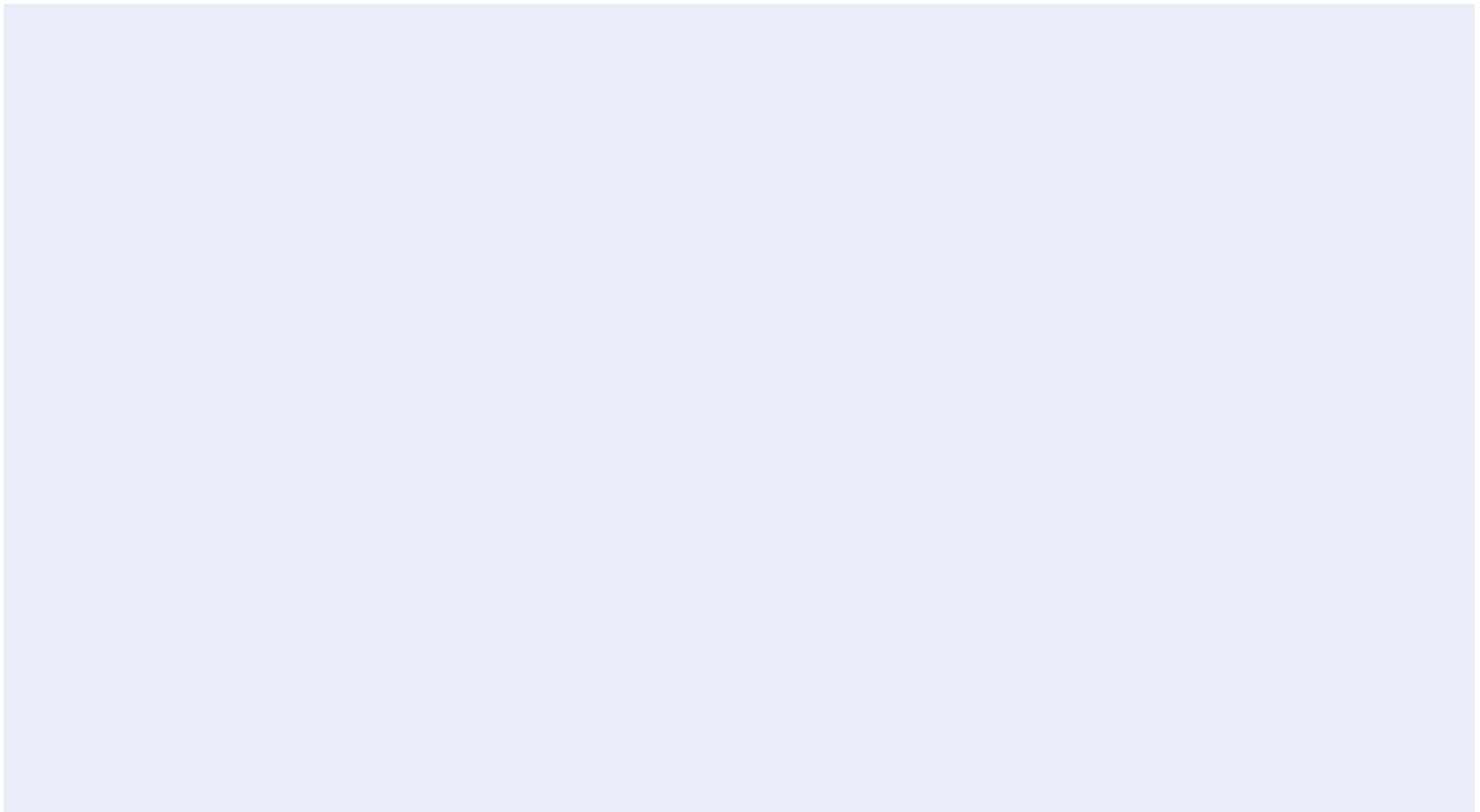
Ressourcen der Zielgruppen

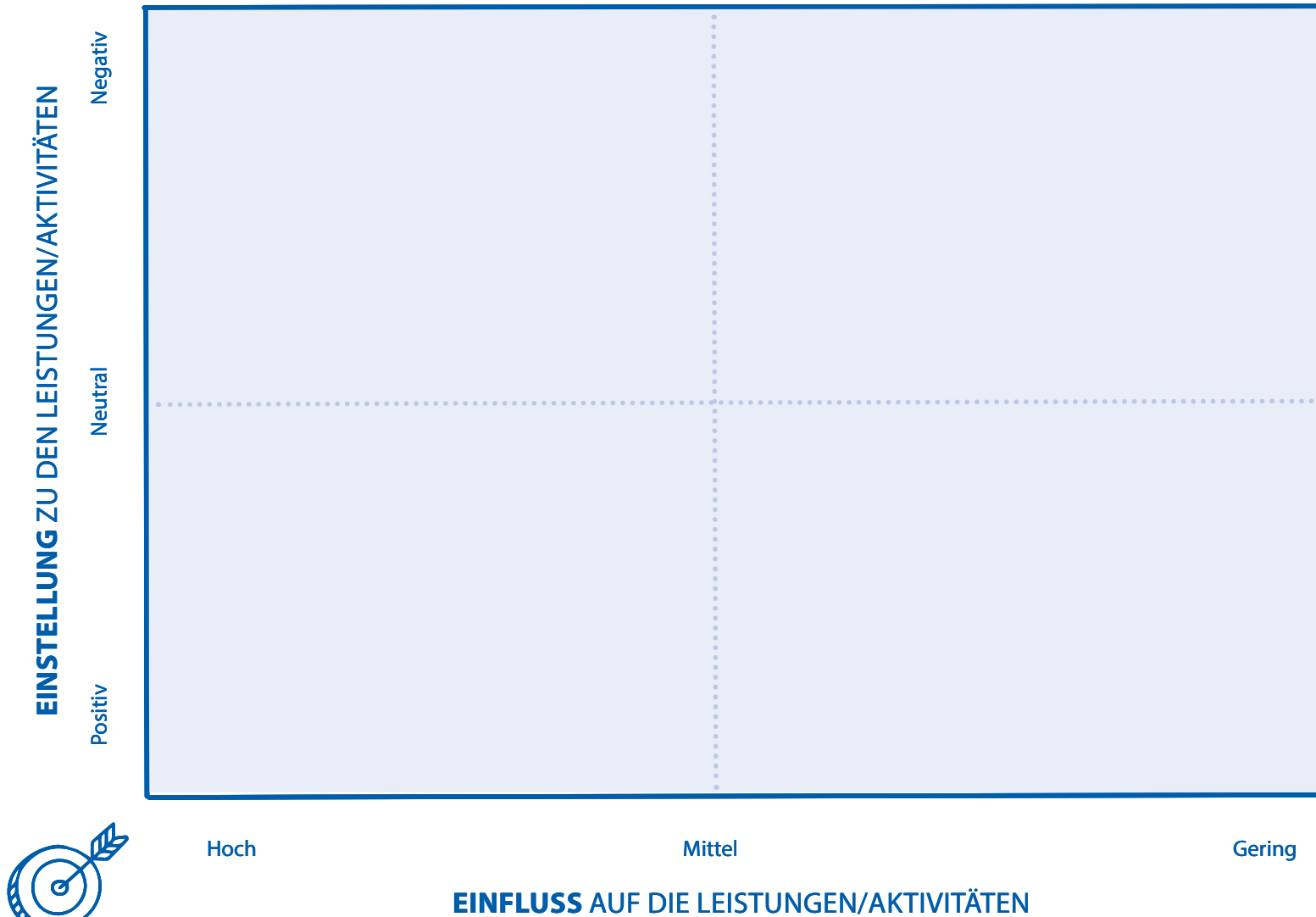
Empty box for notes on the resources of the target groups.



LEITFRAGEN

- Welche Stakeholder gibt es in Ihrem Projekt, die keine Zielgruppen sind?
- Welche Motivation besteht zur Unterstützung des Vorhabens?
- Was sind die Herausforderungen bei konträren Interessenslagen?
- Wie kann die Einbindung funktionieren?
- Welche Erwartungen gibt es von Seiten der Stakeholder?







LEITFRAGEN

- In welchem Kontext findet das Projekt statt?
- Sind besondere soziale, politische oder juristische Aspekte zu berücksichtigen?
- Welche besonderen Risiken und Chancen ergeben sich aus den identifizierten Bedingungen?





LEITFRAGEN

- Wie ist die Organisationsstruktur der handelnden Organisation?
- Welche Möglichkeiten bringt sie mit, welchen Limitierungen unterliegt sie?
- Wer sind die internen Beteiligten am Vorhaben?
- Wie sind die Rollen der Beteiligten im bisherigen Alltag der Einrichtung?
- Wie werden oder sollen die Rollen bezogen auf das Vorhaben sein und wie ist die jeweilige Motivationslage der Beteiligten?
- ! Bei mehreren beteiligten Organisationen werden alle Kooperationspartner sowie ihre Hierarchien und ggfs. Synergieeffekte, aber auch potentielle Konfliktlinien identifiziert, um Chancen und Risiken abschätzen zu können.



a. Interne Projektbeteiligte

Empty box for internal project participants.

b. Struktur

Empty box for structure.



LEITFRAGEN

- Welche nutzbaren Ressourcen – materiell, zeitlich, räumlich, sozial, organisatorisch – gibt es?
- Welche davon sind intern, welche extern (aus Sicht der handelnden Organisation)?
- Welche stehen nicht zur Verfügung?
- Was kann noch zur Verfügung gestellt werden?
- Was kann nicht zur Verfügung gestellt werden?
- Welche Grenzen hat das für Ihr Vorhaben als Konsequenz?

INPUT/RESSOURCEN

(Zeit, Geld, Wissen, Fähigkeiten, Infrastruktur)



UMSETZUNG UND WIRKUNG PLANEN





LEITFRAGE IMPACT



- Welche langfristige Vorstellung, welche Vision über die Zielgruppe(n) hinaus hat der Träger in Bezug auf die positive Veränderung der gesellschaftlichen Herausforderung?

LEITFRAGEN OUTCOMES



- Wie ändert sich die Lebenslage der Zielgruppe(n)?
- Wie ändert die Zielgruppe / ändern die Zielgruppen ihr Handeln?
- Welche Veränderungen an Bewusstsein, Kompetenzen bzw. Fähigkeiten ergeben sich bei der Zielgruppe /den Zielgruppen?

LEITFRAGE OUTPUT



- Welche Leistungen bzw. Aktivitäten sind zielführend, um die beschriebenen Outcome-Ziele zu erreichen und ggf. einen Einfluss auf das Impact-Ziel zu haben?

Indikatoren und Erhebungsmethoden

Anhand welcher Indikatoren und Erhebungsmethoden lassen sich diese Ziele überprüfen?





WIRKUNGSZIELE



INDIKATOREN




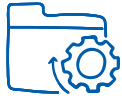
ERHEBUNGSMETHODEN

 <p>Gesellschaft verändert sich</p>	<p>7 Impact</p>			
<p>Lebenslage der Zielgruppen ändert sich</p>	<p>6 Outcomes</p>			
 <p>Zielgruppen ändern ihr Handeln</p>	<p>5 Outcomes</p>			
<p>ZG verändern Fähigkeiten/ Bewusstsein</p>	<p>4 Outcomes</p>			



LEISTUNGEN / AKTIVITÄTEN

<p>Zielgruppen akzeptieren Angebote</p>	<p>3 Outputs</p>			
 <p>Zielgruppen werden erreicht</p>	<p>2 Outputs</p>			
<p>Aktivitäten finden wie geplant statt</p>	<p>1 Outputs</p>			



LEITFRAGEN

- Durch welche Aktivitäten möchten Sie die gesetzten Wirkungsziele erreichen (Handlungsansatz mit Leistungen)?
- In welchem Umfang und in welcher Reihenfolge sollen diese Aktivitäten stattfinden?
- Können Sie die einzelnen Aktivitäten untereinander priorisieren?

zeitlich

Welche Zeitschiene streben Sie aus welchen Gründen an? Wie viele Interventionen (z. B. Workshops ect) planen Sie ein? Wann benötigen Sie was? Bis wann sollen welche Ziele erreicht sein? Sind die Zeitplanungen realistisch?

sozial

Welche sozialen Faktoren sollten Sie berücksichtigen? Wie ist die Zusammenarbeit innerhalb der Organisation organisiert? Wie wird Partizipation der Zielgruppe(n) und Einbezug der Stakeholder sichergestellt?

materiell

Was benötigen Sie an Material/Sachaufwendungen?

räumlich

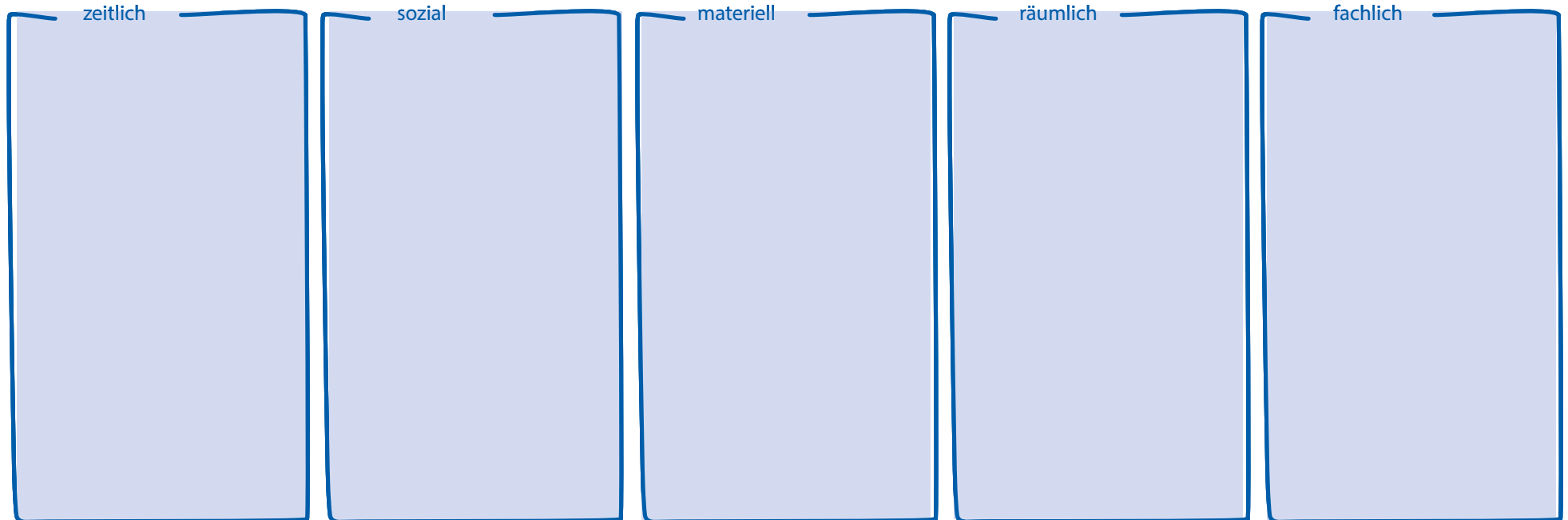
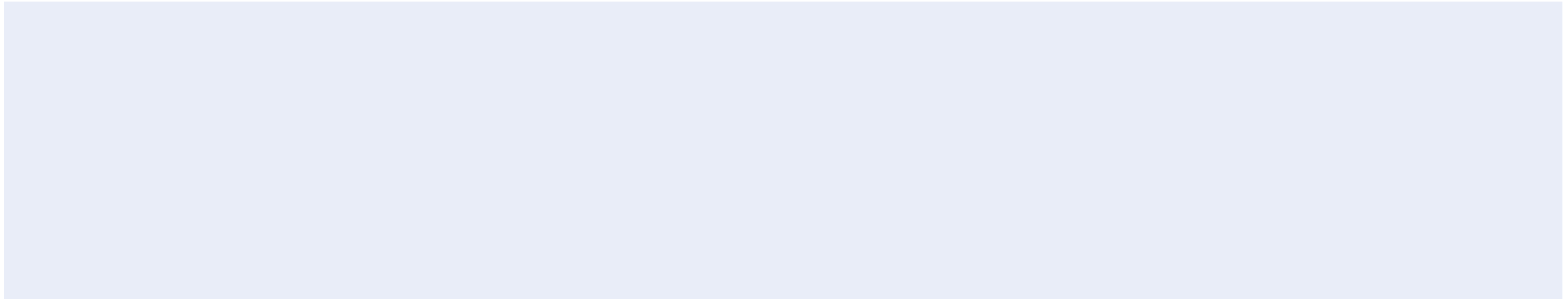
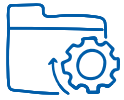
Welche räumliche Ausstattung benötigen Sie? Sind diese vorhanden?

fachlich

Welche fachliche Richtung ist Ihnen wichtig/notwendig? Welche fachlichen Grundlagen brauchen Sie und/oder haben Sie bereits? Sind alle notwendigen Kompetenzen vorhanden?

INHALTE UND METHODEN

(zeitlich, sozial, materiell, räumlich, fachlich)



Was haben wir
(was brauchen wir, was fehlt uns)...

...um mit welchen Inhalten und Methoden welche Wirkung...

...gemeinsam mit wem und für wen zu erzielen?



Gesellschaftliche Herausforderung

Outputs:
Leistungen/Aktivitäten



Outcomes:
Wirkung auf Ebene der Zielgruppen



Impact:
Wirkung auf gesellschaftlicher Ebene



Lebenslage, Bedarfe und Ressourcen der Zielgruppen



Kontext

Stakeholder



Input/Ressourcen
(Zeit, Geld, Wissen, Fähigkeiten, Infrastruktur)



Inhalte und Methoden
(zeitlich, sozial, materiell, räumlich, fachlich)

Interne Projektbeteiligte und Struktur





WIRKUNGSLOGIK

- Wie lautet – in nur zwei bis drei zusammenhängenden Sätzen – die Wirkungslogik Ihres Projektes? Gesellschaftliche Herausforderung, Zielgruppen, Ihre Organisationen (Vision, Mission Werte), Handlungsansatz (Umsetzung / Outputs), Wirkungen auf Ebene der Zielgruppen (Outcomes), Wirkung auf Ebene der Gesellschaft (Impact).

ERGEBNIS- UND WIRKUNGSANALYSE DURCHFÜHREN





ARBEITSPROZESS

- Wie sind Sie in Ihrem Praxisprojekt vorgegangen?



LEITFRAGEN

- Welche Ergebnisse haben Sie erhalten?
- Welche der zu Beginn des Projektes gesetzten Ziele haben Sie erreicht?
- Haben Sie erreicht, was Sie geplant haben?
- Haben Sie auch nicht-intendierte Wirkungen erzielt?



ERKENNTNISSE

- Welche Erkenntnisse haben Sie gewonnen und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Empty light blue rectangular area for notes or answers.



LERNEN UND ANPASSEN

- Was werden Sie anpassen?
- Was hat sich ggf. an den Rahmenbedingungen geändert?
- Was werden Sie bei der Konzeption und an den Wirkungszielen ändern und warum?
- Was hat sich bei der Zielgruppe(n) und/oder bei den Stakeholdern geändert?



Datum	AKTIVITÄT Was haben Sie konkret getan und wer war beteiligt?	RESULTAT Was ist inhaltlich dabei herausgekommen?	ERKENNTNIS Was ist Ihnen aufgefallen/ was haben Sie gelernt?



Datum	AKTIVITÄT Was haben Sie konkret getan und wer war beteiligt?	RESULTAT Was ist inhaltlich dabei herausgekommen?	ERKENNTNIS Was ist Ihnen aufgefallen/ was haben Sie gelernt?



Datum	AKTIVITÄT Was haben Sie konkret getan und wer war beteiligt?	RESULTAT Was ist inhaltlich dabei herausgekommen?	ERKENNTNIS Was ist Ihnen aufgefallen/ was haben Sie gelernt?



Datum	AKTIVITÄT Was haben Sie konkret getan und wer war beteiligt?	RESULTAT Was ist inhaltlich dabei herausgekommen?	ERKENNTNIS Was ist Ihnen aufgefallen/ was haben Sie gelernt?

DER PROBLE MBAUM

Dies ist ein Platzhalter für einen ein- oder mehrzeiligen Textabschnitt zum Kapitel „Problembaum“





LEITFRAGEN

- Hier befindet sich
- eine Auflistung
- von verschiedenen Leitfragen
- zum Kapitel
- „Der Problembaum“