



Fortbildung Wirkungsorientiertes Arbeiten I: Wirkung planen

Transferagentur Nord-Ost

Das Wirkmodell

Ratzeburg, 25.06.2019

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

deutsche kinder-
und jugendstiftung



Transferinitiative
Kommunales
Bildungsmanagement

Agentur Nord-Ost

Inhalt

- I. Die Wirktreppe
- II. Das Wirkmodell und seine Elemente
- III. Zwei Tools im Zusammenhang – Wirktreppe und Wirkmodell

I. Die Wirktreppe im Detail

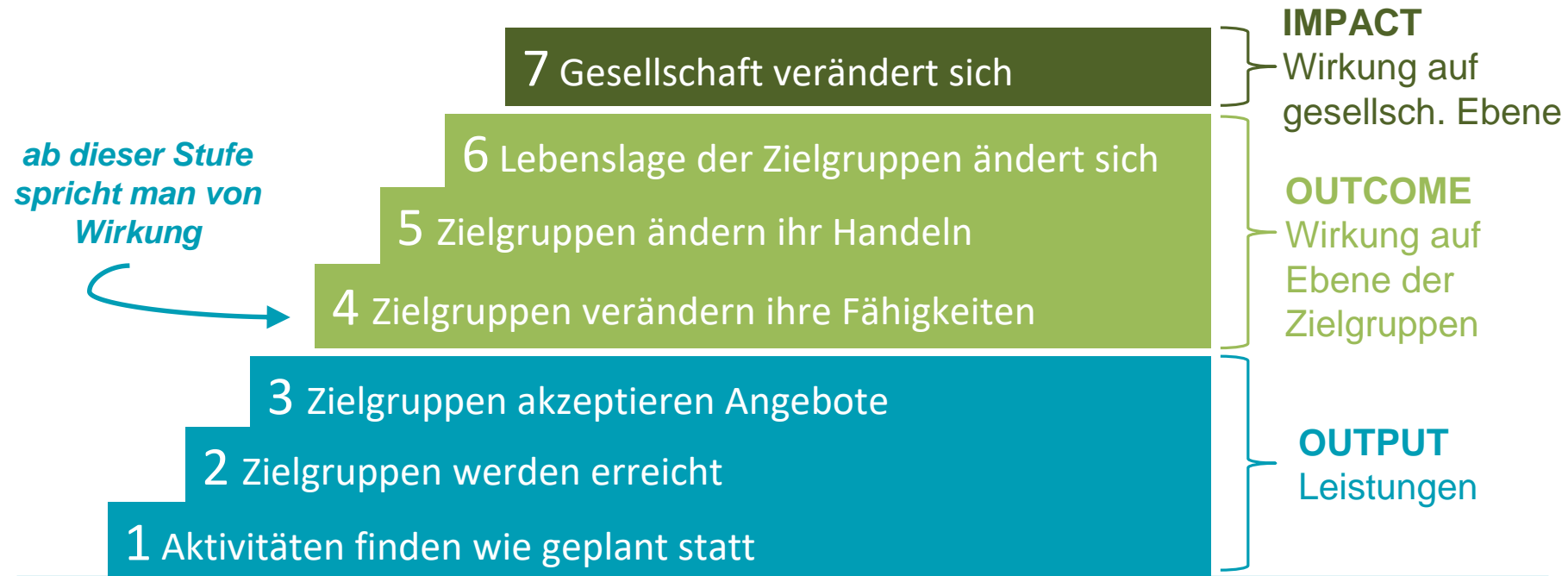


Abb.: Wirktreppe, eigene Darstellung nach Univation 2007

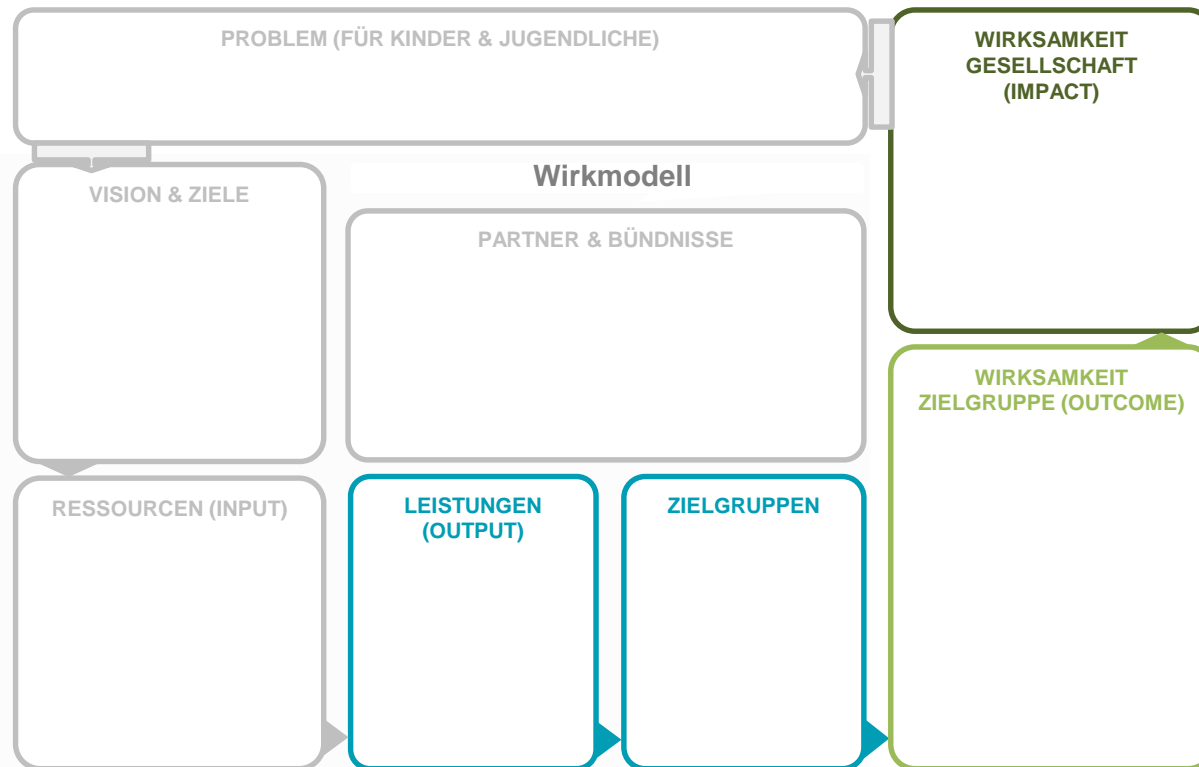
I. Die Wirktreppe im Detail

Von Zielen aus planen, um Aktivitäten auf gewünschte Wirkungen auszurichten. Von Aktivitäten aus prüfen, ob der Plan plausibel ist.

Um indirekte Zielgruppen zu erreichen, müssen die direkten Zielgruppen anders handeln. Was brauchen sie dazu?



II. Das Wirkmodell und seine Elemente



II. Das Wirkmodell und seine Elemente

PROBLEM (FÜR KINDER UND JUGENDLICHE)

„Lücke“ und Handlungsdruck als Ausgangspunkt

- Beschreiben Sie das Problem, welches durch das „Projekt“ adressiert werden soll scharf, prägnant, und überzeugend, so dass alle Akteure und Partner eine konkrete, gemeinsame Vorstellung davon haben: Was genau schränkt die Bildungschancen und Teilhabe von Kindern, Jugendlichen oder Erwachsenen ein? Welche Ursachen und Auswirkungen hat das Problem?

II. Das Wirkmodell und seine Elemente

VISION & ZIELE

Was Sie am Problem ändern wollen und wie Sie das angehen

- Vision: Beschreiben Sie in 2-3 knackigen Sätzen, wie die ideale gesellschaftliche Zukunft aussieht, wenn das benannte Problem gelöst wäre. Was ist der ideale Zustand?
- Leitziele: Während die Vision eine Richtung anzeigt, die nicht vollumfänglich durch das Projekt erreicht wird, müssen die Leitziele konkret und verifizierbar sein.

II. Das Wirkmodell und seine Elemente

ZIELGRUPPEN – direkte und indirekte Zielgruppen

Wer von der Problemlage betroffen bzw. in der Lage ist, dieses zu ändern

- Wirkung wird erzielt, wenn bestimmte Zielgruppen nach der Intervention anders denken oder handeln, als davor. Deshalb ist es zentral, die Zielgruppen der Maßnahme präzise zu benennen.
- Ordnen Sie Kinder und Jugendliche ein: Sind sie *direkte* Zielgruppe (z.B. Camps, Bildungsangebote)? Oder sind sie *indirekte* Zielgruppe, weil Sie erwachsenen Begleitungen oder Menschen in (Bildungs-) Systemen und Politik dabei unterstützen, bessere Bedingungen für sie zu schaffen?

II. Das Wirkmodell und seine Elemente

OUTCOME – Wirkung bei den Zielgruppen

Welche Veränderung die Maßnahme bei seinen Zielgruppen erreicht

- Beschreiben Sie die Wirkungen der von Ihnen erbrachten Leistungen. Diese Wirkungen sollten SMART sein: Spezifisch, Messbar, Atraktiv/Akzeptiert, Realistisch, Terminiert. Alle Wirkungen zusammen sollten die gewünschten Veränderungen bei den Zielgruppen erreichen.
- Welches neue Wissen, Fertigkeiten und Fähigkeiten erhalten die Zielgruppen und wie verändert sich z.B. ihre Haltung (Stufe 4 der Wirktreppe)?
- Wie verändert sich ihr Handeln auf dieser Basis (Stufe 5 der Wirktreppe)?
- Wie ändert sich dadurch die ‚Lebenslage‘ der Zielgruppen (Stufe 6 der Wirktreppe)?

II. Das Wirkmodell und seine Elemente

IMPACT – Wirksamkeit auf gesellschaftlicher Ebene

Wie die Maßnahmen über die Zielgruppe hinaus wirken

- Beschreiben Sie den Impact des Projekts, der über die direkten und indirekten Zielgruppen hinausgehend auf der gesellschaftlichen Ebene erreicht werden soll.
- Für wen ergeben sich positive Veränderungen jenseits unserer Zielgruppen? Was passiert durch das veränderte Handeln und die verbesserte Lebenslage unserer Zielgruppen in ihrem Umfeld?
- Definieren Sie dabei den für die Maßnahme relevanten gesellschaftlichen Rahmen bzw. die Ebene des Ansatzes (Kommune, Bundesland, Strukturen und Regelsysteme...). Was soll sich auf dieser Ebene, also im Stadtteil, dem regionalen Bildungssystem etc. verändern?

II. Das Wirkmodell und seine Elemente

OUTPUT – Leistungen der Kommunalverwaltung

Was die Maßnahme seinen Zielgruppen konkret anbietet

- Benennen Sie die Leistungen (Produkte, Angebote, Formate, Module...) mit welchen die gewünschten Veränderungen bei den direkten Zielgruppen erreicht werden sollen.
- Für welche der benannten Zielgruppen sind diese jeweils gedacht?
- In welcher Qualität und Anzahl werden die Leistungen erbracht? Sind die Zielgruppen auch erreichbar für Ihre Leistungen und finden Sie gut funktionierende Zugänge zu ihnen?

II. Das Wirkmodell und seine Elemente

INPUT – (Notwendige) Ressourcen

Welche Mittel der Maßnahme zur Verfügung stehen

Benennen Sie alle relevanten Ressourcen, die für eine effektive Umsetzung der geplanten Leistungen benötigt werden.

- Zeit, Geld und Personal
- Ressourcen wie Expertisen, Erfahrungen, Materialien und Netzwerke

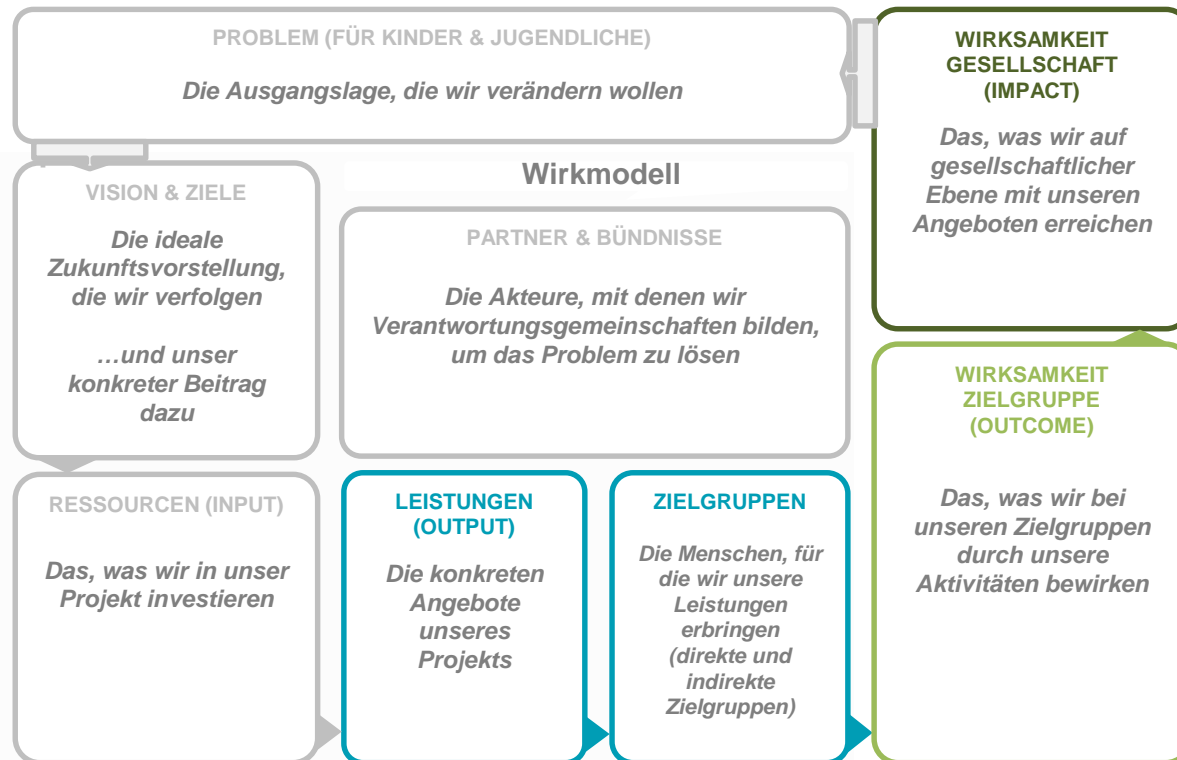
II. Das Wirkmodell und seine Elemente

Partner & Bündnisse

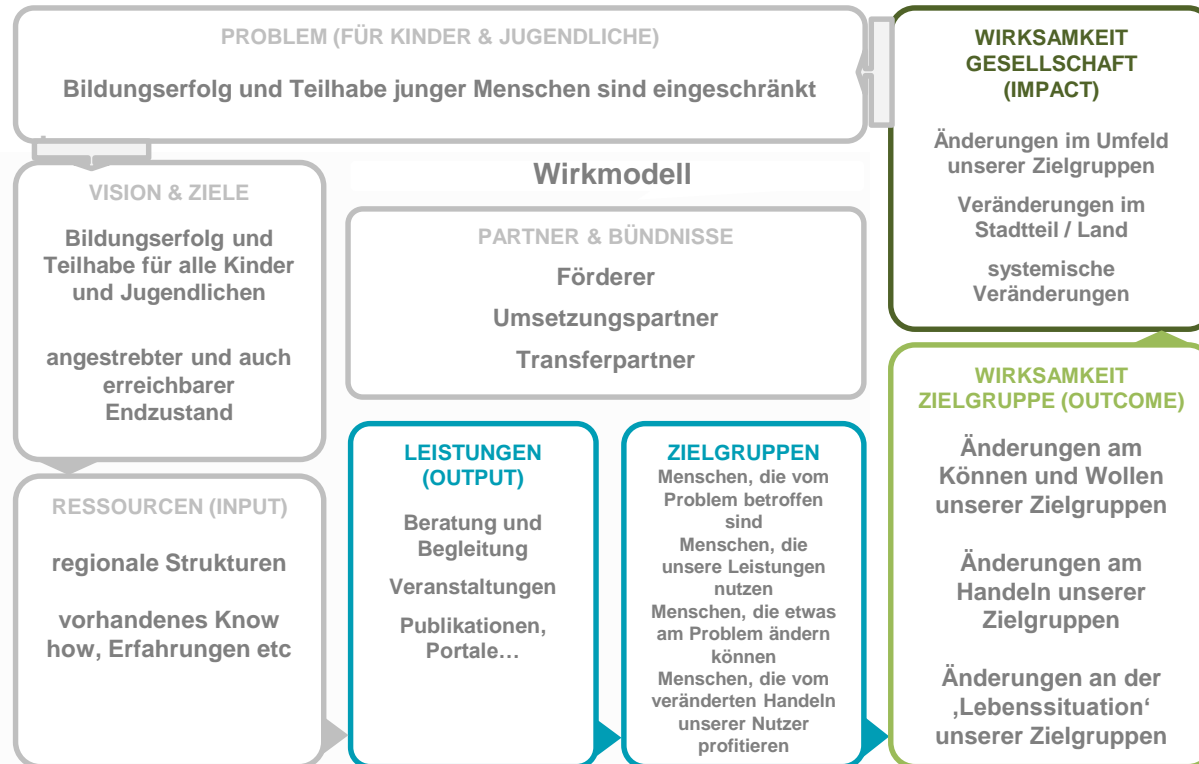
Mit welchen Förderern, Partnern und Unterstützern arbeiten Sie dabei zusammen?
Förderer, Umsetzungspartner & Transferpartner

- Benennen Sie relevante Partner, mit denen Sie kooperieren, um das Problem optimal zu lösen.
Beschränken Sie sich dabei auf diejenigen, mit denen Sie intensiv und regelmäßig zusammenarbeiten
- (Die potentiellen Partner gehören in die Stakeholderanalyse und nicht jeder hilfreiche Kontakt ist eine Partnerschaft)
- Wer ist beteiligt, ohne Zielgruppe zu sein und könnte hier verortet werden?

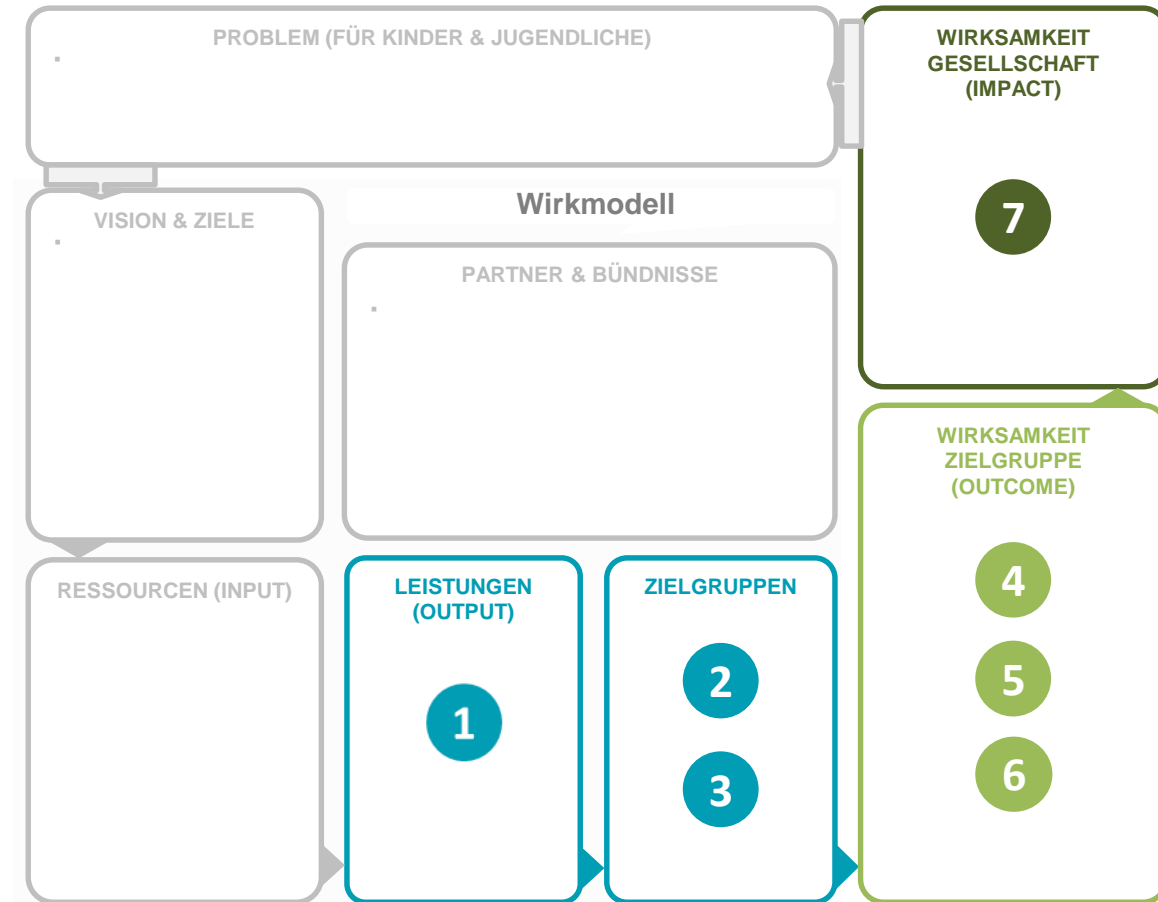
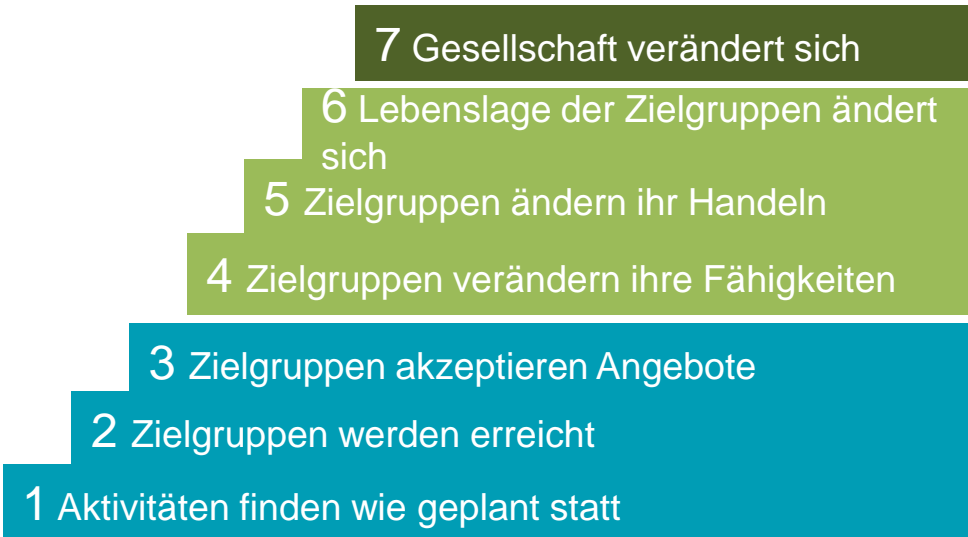
II. Das Wirkmodell und seine Elemente



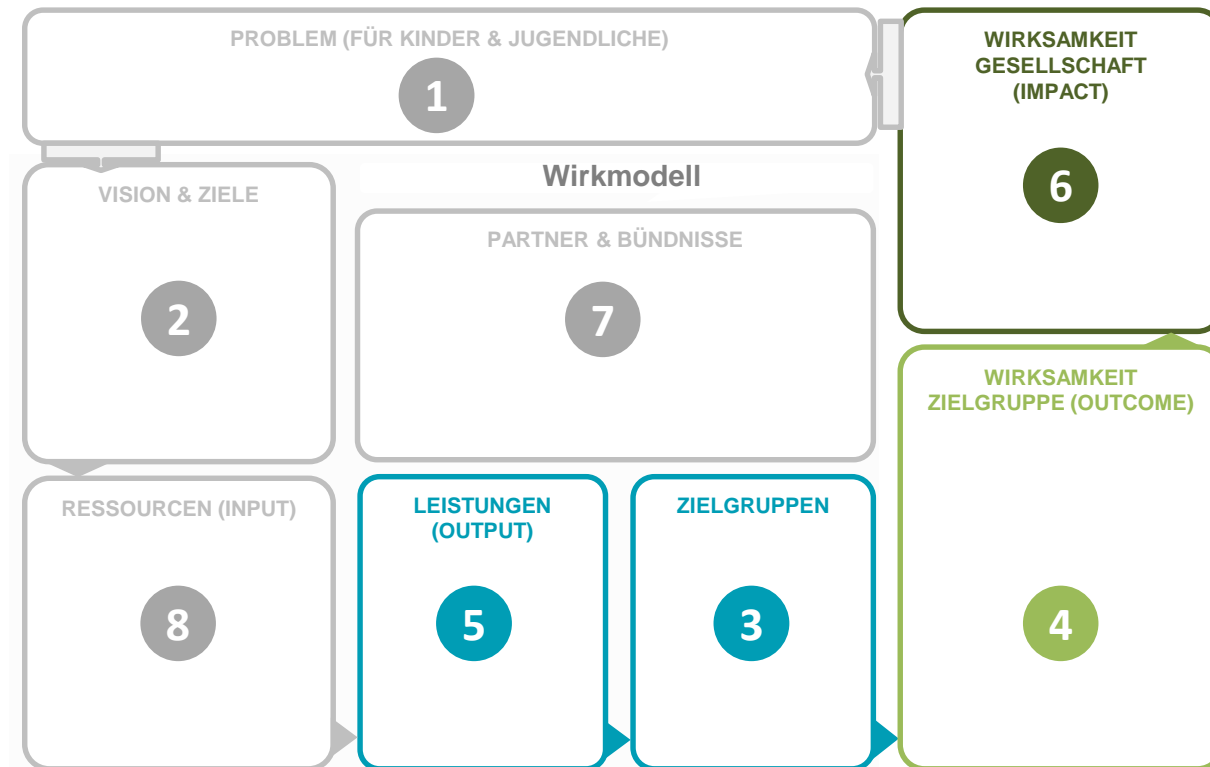
II. Das Wirkmodell und seine Elemente



III. Zwei Tools im Zusammenhang - Wirktreppe und Wirkmodell



II. Reihenfolge beim Ausfüllen und der inhaltlichen Entwicklung des Wirkmodells



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Die **Transferagentur Nord-Ost** der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung unterstützt Kommunen in Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein beim Aufbau eines datengestützten Bildungsmanagements. Sie ist Teil der „Transferinitiative Kommunales Bildungsmanagement“. Dieses Vorhaben wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung gefördert.

www.transferagentur-nord-ost.de