



Einführung in die Wirkungsorientierung

Vortrag 18. ThAFF-Netzwerkforum

Sonja Schäffler (PHINEO)

30. März 2023



Herzlich Willkommen



Sonja Schäffler

Wirkungsexpertin PHINEO



PHINEO – Die Organisation



PHINEOs Beitrag für mehr Wirkungsorientierung

Wissen generieren & verbreiten



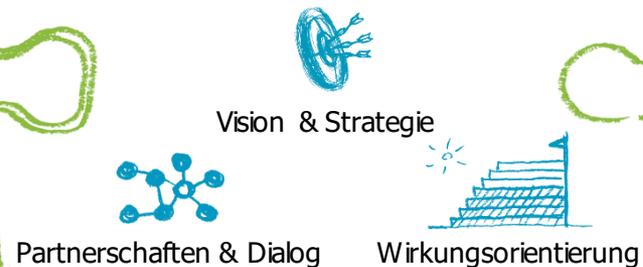
Erfolge auszeichnen & Qualität sichern

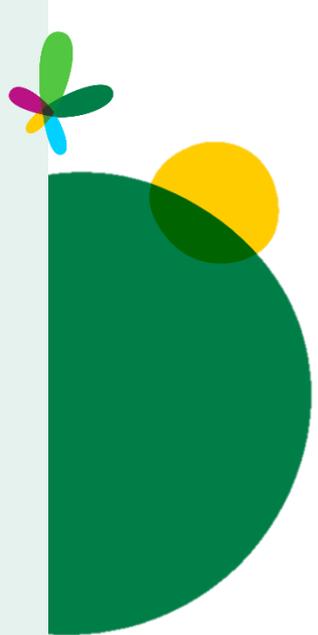


Agenda Setting betreiben



Soziale Investor*innen unterstützen





Ihr Einstieg ins Thema Wirkung!

Ziele des Vortrags:

- Sie verfügen über ein **Basiswissen zum Thema Wirkungsorientierung.**
- Sie haben einen differenzierteren Blick auf die **Zielgruppen** Ihres Projekts.
- Sie haben gelernt, **Wirkungsziele** zu formulieren.
- Sie haben ein **Grundwissen zum Thema Monitoring und Evaluation.**
- Sie kennen Grundlagen des **Storytellings** als Format für eine Wirkungsberichterstattung bzw. als Format für das Fundraising.
- ... und hatten die Möglichkeit zu **Diskussion und Austausch**



Wirkung und Wirkungsorientierung



Anspruch und Wirklichkeit klaffen auseinander

Ein Selbsttest ([Wirkometer](#)) unter gemeinnützigen Organisationen zeigt:

72% der teilnehmenden Organisationen geben an, einige oder (fast) alle erwünschten Veränderungen bei den Zielgruppen erreicht zu haben.

Aber:

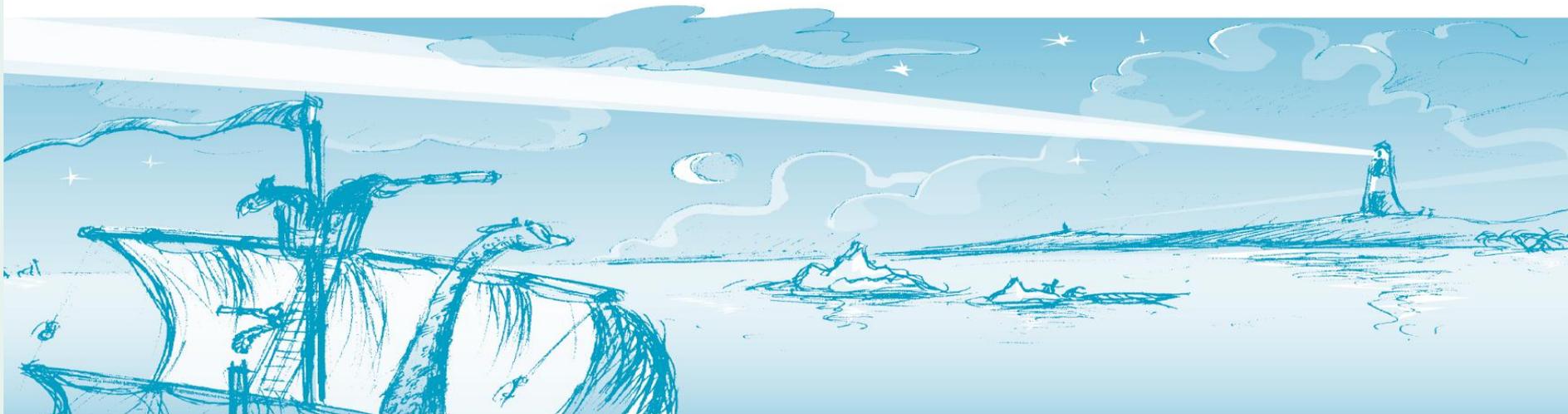


- ▶ Weniger als die Hälfte der Organisationen (43%) überprüft, ob die Zielgruppe erreicht wird.
- ▶ Nur 1/3 der Organisationen (31%) erfasst ihre Outcomes systematisch.



Wirkungsorientierung bedeutet ...

- dass ein Projekt darauf ausgerichtet ist, Wirkungen zu erzielen
- und es entsprechend geplant und umgesetzt wird.



... das, was man erreichen will, im Blick zu behalten.



Wofür ist Ihre Organisation / Ihr Projekt eigentlich da?

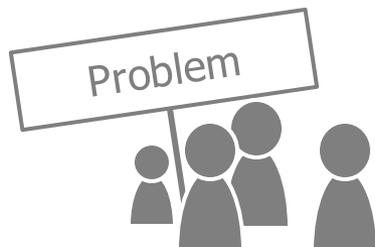
Für ihre gesellschaftlichen Wirkungen!





Wirkungen sind Veränderungen bei Zielgruppen, die in Folge einer gezielten Intervention auftreten

Ausgangssituation



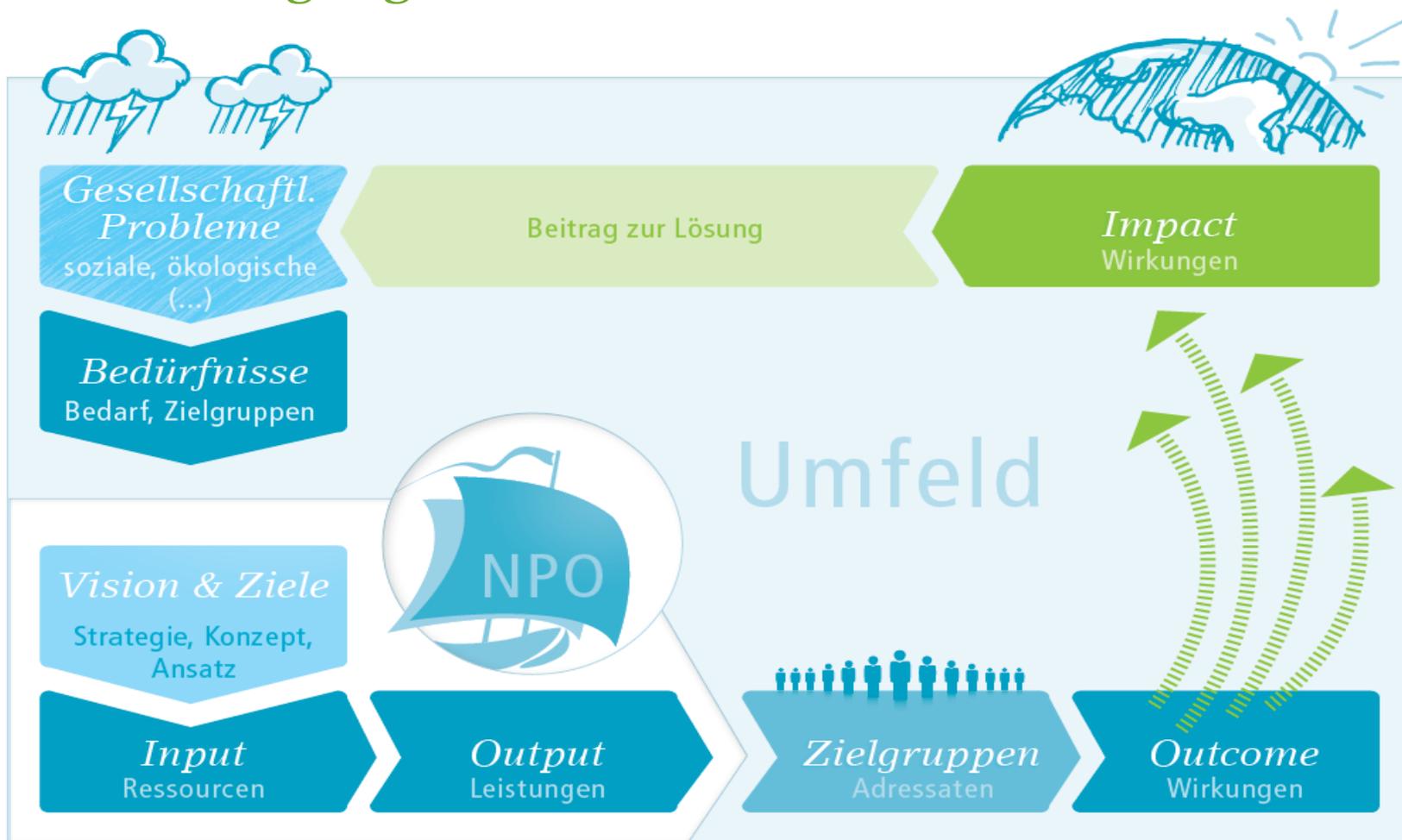
Wirkung

Ursache-Wirkungs-Beziehung

- ▶ Wirkungen bei den Zielgruppen werden als **Outcomes**, Gesellschaftliche Wirkung wird als **Impact** bezeichnet.



Die Wirkungslogik im Kontext



Quelle: PHINEO; eigene Darstellung in
Anlehnung an Pollitt/Bouckaert 2000



Warum es schwer fällt, über Wirkung zu sprechen

▶ Es gibt keine objektiv richtigen **Ziele**. Sie müssen individuell und regelmäßig **neu entwickelt** werden.

▶ Es gibt oft keine gemeinsame Sprache. Diese erfordert **einheitliche Definitionen**.

▶ Kontexte und Zielsetzungen variieren. Hier braucht es **praktikable Verfahren**.

▶ Deshalb: **Dialogräume schaffen und Methoden in der Praxis erproben!**

Effekt
Qualität
Outcome
Wirkung?
Resultat



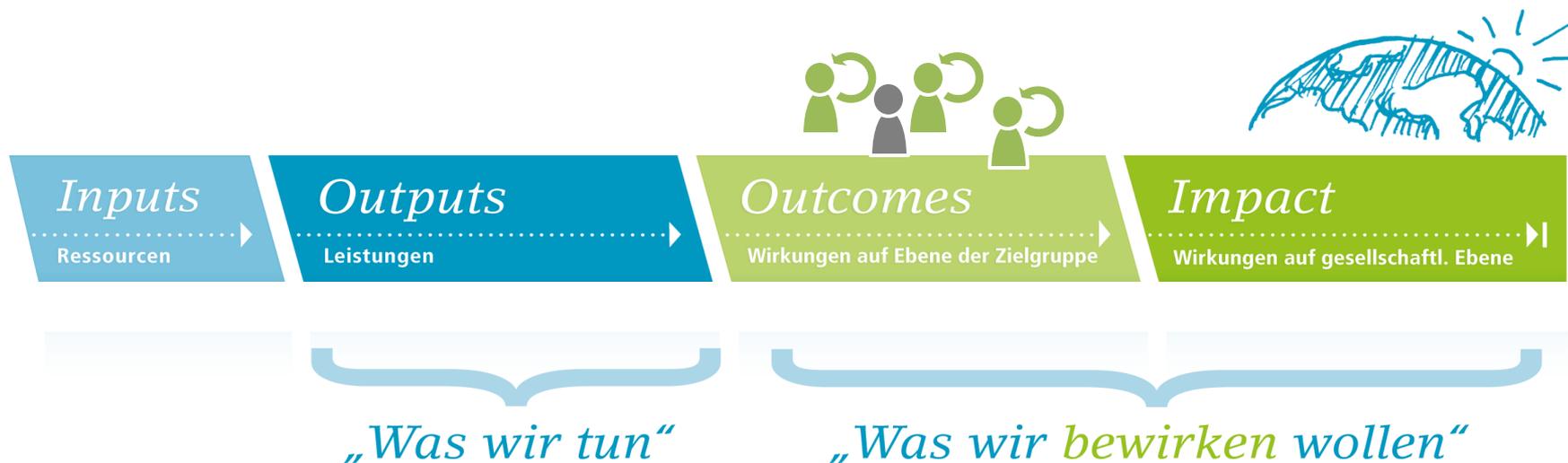


Im Arbeitsalltag wird der Blick auf die Wirkung manchmal unscharf



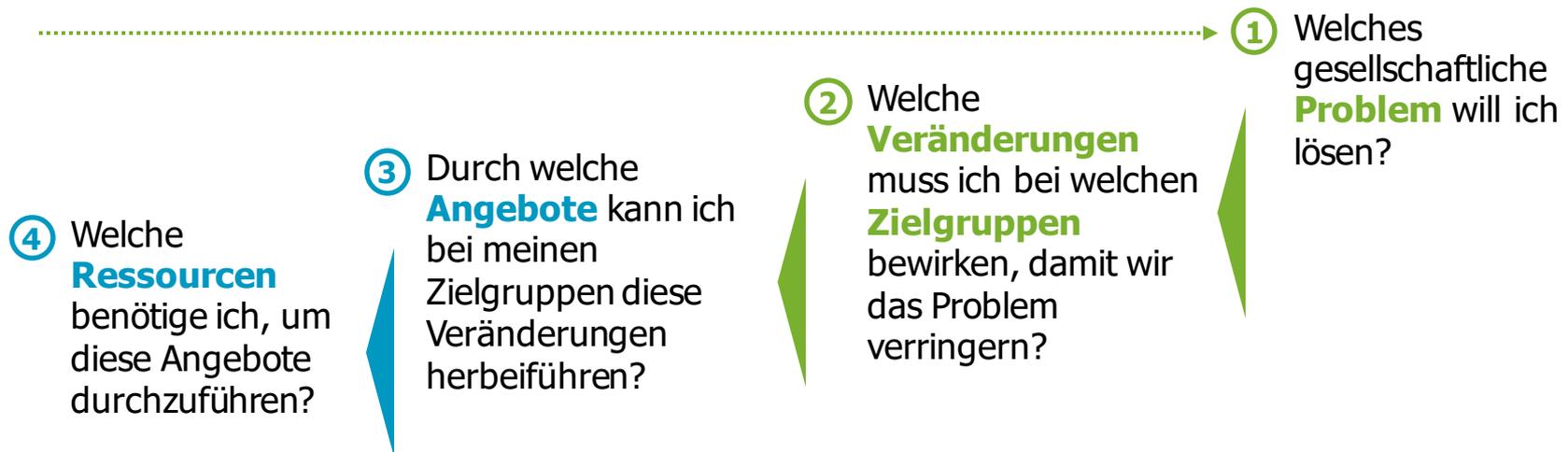


Wie Wirkungen entstehen: Die IOOI-Wirkungskette





Wirkungsorientierung ist eine Haltung, bei der man „vom Ergebnis her“ denkt





IOOI – Wirkungskette als einfachste Form der Darstellung von Wirkungszusammenhängen.





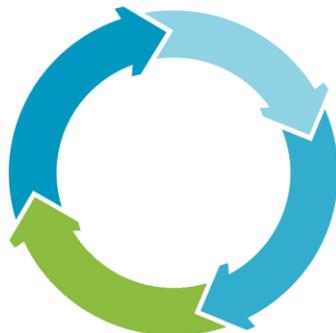
Der Steuerungskreislauf unterstützt bei der wirkungsorientierten Projektarbeit

4 BERICHTEN & VERBESSERN

- **Lern- & Fehlerkultur leben**
- Qualität der Angebote weiterentwickeln
- **Intern und extern berichten**

3 WIRKUNGSANALYSE

- **Daten erheben und analysieren**
- Ergebnisse/Wirkungen partizipativ reflektieren und interpretieren
- Ergebnisse mit Zielen abgleichen (Soll-Ist)



1

ZIELSETZUNG & PLANUNG

- Problem & Bedarfe analysieren
- Leitbild erarbeiten
- **Wirkungslogik darstellen**
- **Ziele & Zielgruppen explizieren**
- Indikatoren entwickeln

2

UMSETZUNG

- Nach Wirkungshypothesen steuern
- Mit anderen kooperieren
- Mitarbeitende fördern



**Zielgruppen
klar bestimmen**

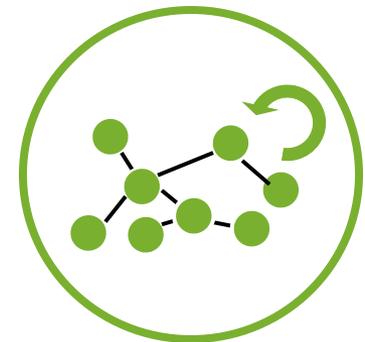


Zielgruppen sind ...

Einzelpersonen,

Gruppen,

Organisationen oder **Systeme**



... bei denen durch gezielte Intervention eine **Veränderung** bewirkt werden soll.

Andere Stakeholder können z.B. für den Projekterfolg wichtig sein, aber bei ihnen soll keine Veränderung durch die Intervention bewirkt werden.



Zielgruppen nach Bezug und Priorität differenzieren

Bezug: Wie stehe ich mit der Zielgruppe in Kontakt?

- ▶ Differenzierung in **direkte** und **indirekte** Zielgruppe
- Differenzierung in **primäre** und **sekundäre** Zielgruppe





Eine „Persona“ kann helfen eine stärker Zielgruppen-zentrierte Sichtweise einzunehmen

Template im
Anhang

- **Zielgruppen-Fokus:** Die Ziele der **ZG** und deren **Bedürfnisse** werden zum **Zentrum** der Aufmerksamkeit, nicht die der Projektentscheidenden.
- **„Reale“ Person:** Man kann sich auf **wenige Charaktere** konzentrieren, statt sich über eine anonyme Masse Gedanken machen zu müssen.
- **Mehr Identifikation:** Personas erhöhen das **Einfühlungsvermögen** und die Empathie gegenüber der Zielgruppe.
- **Nachfrage statt Bedarf:** Personas verhindern, dass etwas entwickelt wird, was von der ZG zwar **gebraucht, aber nicht nachgefragt** wird.
- **Kostengünstiges Instrument:** Personas können **schnell und unkompliziert** entwickelt werden.
- **Universelle Anwendbarkeit:** Personas **verstehen jede/r** Beteiligte.



Wirkungsziele und Wirkungslogik erarbeiten



Gemeinsame Arbeit wird besser plan- und steuerbar, wenn ...

- die gesellschaftliche Herausforderung,
- Die Zielgruppe(n) und deren Bedarf(e),
- der Ansatz,
- die Leistungen und
- die Wirkungen

logisch verknüpft und **gut nachvollziehbar** sind.





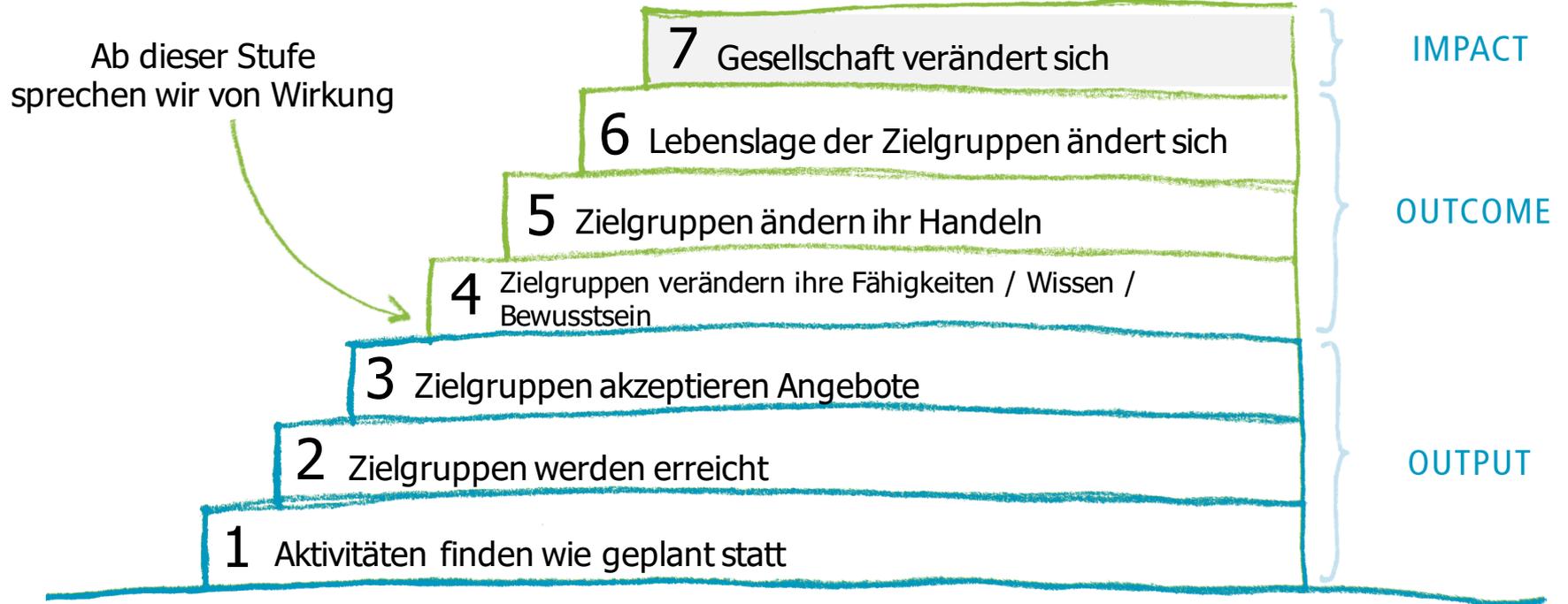
Warum es notwendig und nützlich ist...

...sich mit Wirkungszielen auseinanderzusetzen **zu Beginn** und auch **während der Projektlaufzeit**:

- ✓ es fällt leichter das Projekt „ auf Kurs“ zu halten
- ✓ eine partizipative Erarbeitung schafft gemeinsames Verständnis und gibt allen gleichermaßen Orientierung in der Projektarbeit
- ✓ motiviert Ihre Mitarbeiter, auch über Durststrecken hinweg
- ✓ bildet Grundlage für wirkungsorientiertes Monitoring & Evaluation
- ✓ hilft beim Fundraising



Die Wirkungstreppe

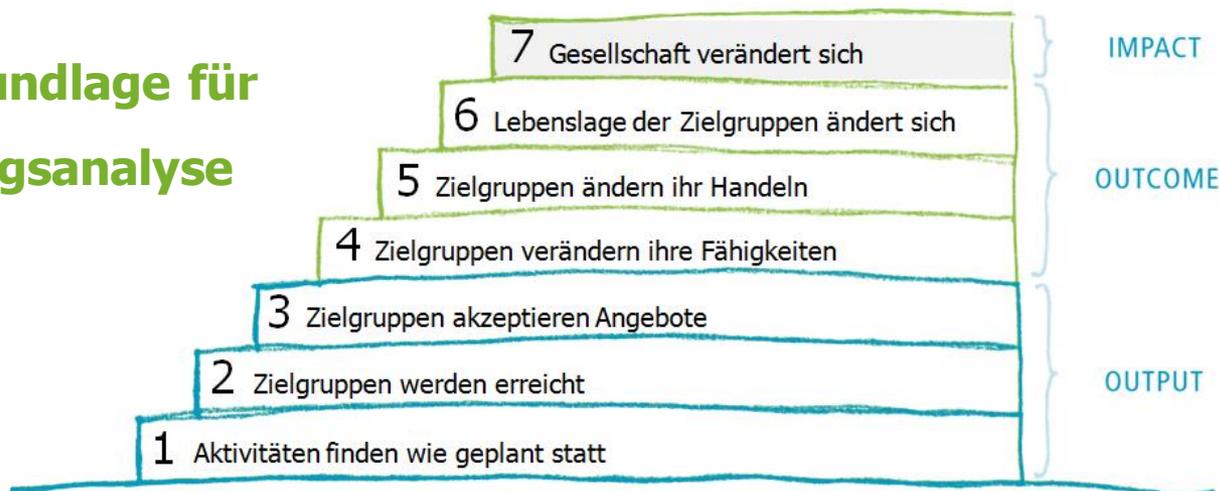




Was sind Wirkungsziele?

- Wirkungsziele sind formulierte intendierte Wirkungen auf Outcome- und Impactebene
- Sie beschreiben, welche Veränderungen konkret bei den Zielgruppen und darüber hinaus erreicht werden sollen.

Wirkungsziele sind Grundlage für Steuerung und Wirkungsanalyse





Tipps zur Formulierung von Wirkungszielen

S	spezifisch
M	messbar
A	akzeptiert
R	realistisch
T	terminierbar

- Das Wirkungsziel ist klar, präzise, eindeutig und wird von Dritten verstanden
- Es muss feststellbar sein, ob die Wirkung eingetreten ist oder nicht
- Es besteht ein gemeinsames Verständnis und die Ziele werden von Beteiligten mitgetragen
- Das Wirkungsziel sollte im Rahmen des Projekts und seiner Konzeption erreichbar sein
- Dem Wirkungsziel sollte ein Zeitrahmen zugeordnet sein



Tipps zur Formulierung von Wirkungszielen

80%*

“(Zielgruppe x) hat/ist (aktives Verb des Erreichens)
(positiven Zustand y) (zu Zeitpunkt z).”

- Zielgruppe als Subjekt an den Satzanfang
- Aktive Verben
- Positive, bereits erreichte Zustände
- "und" vermeiden (wären 2 Ziele)

Beispiel Stufe 6 der Wirkungstreppe:



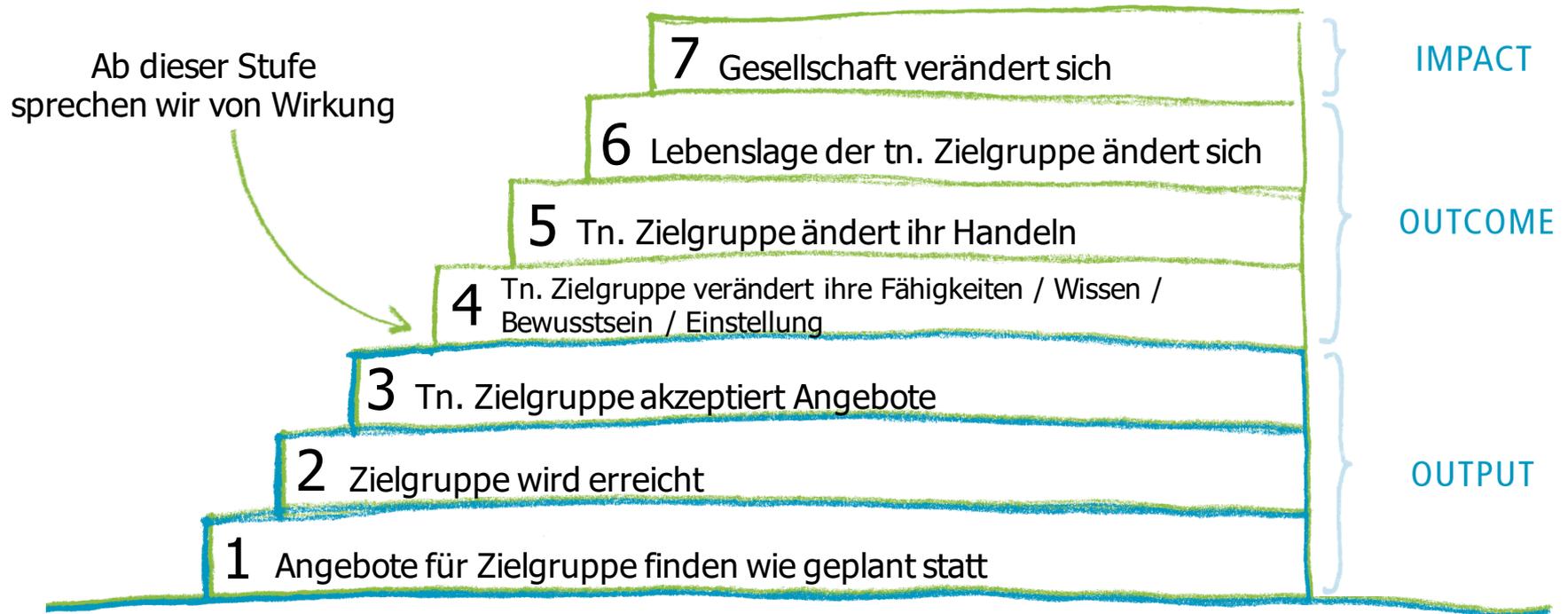
"Es besteht weniger Bedarf für Jugendliche, nach dem Schulabschluss nach Ausbildungsplätzen zu suchen."



"Teilnehmende Schüler*innen haben zum Schulabschluss einen Ausbildungsplatz gefunden."



Die PHINEO-Wirkungstreppe – ein Instrument zur Unterscheidung von Leistungs- und Wirkungszielen





Beispiel: PAFF – Pat*innen für Ausbildung und Förderung in Frankfurt

- PAFF ist ein Pat*innenprojekt in einem Stadtteil von Frankfurt, das **seit fast 5 Jahren** besteht.
- **Problembeschreibung:** Jugendliche aus dem Stadtteil haben deutlich geringere Erfolgsquote, nach dem Schulabschluss einen Ausbildungsplatz zu bekommen, als Jugendliche aus anderen Stadtteilen. Viele haben Migrationshintergrund und die Schulleistungen sind nicht ausreichend, um einen qualifizierten Schulabschluss zu erlangen.
- **Ziel:** Jugendliche werden fit für die Ausbildung gemacht.
- **Projektbeschreibung:** Jugendliche von ehrenamtlichen Pat*innen begleitet. Das sind überwiegend ehemalige Führungskräfte, die mit den Jugendlichen lernen und ihnen mit Rat und Tat zur Seite stehen. Zusätzlich zu der Begleitung durch Pat*innen bietet PAFF Nachhilfestunden und Bewerbungstrainings an, die von professionellen Kräften durchgeführt werden.



Jugendliche haben nach ihrer Teilnahme selbständig gute Bewerbungsunterlagen erstellt.

Jugendliche verfügen nach ihrer Teilnahme über soziale Kompetenzen, die für einen erfolgreichen Berufseinstieg wichtig sind.

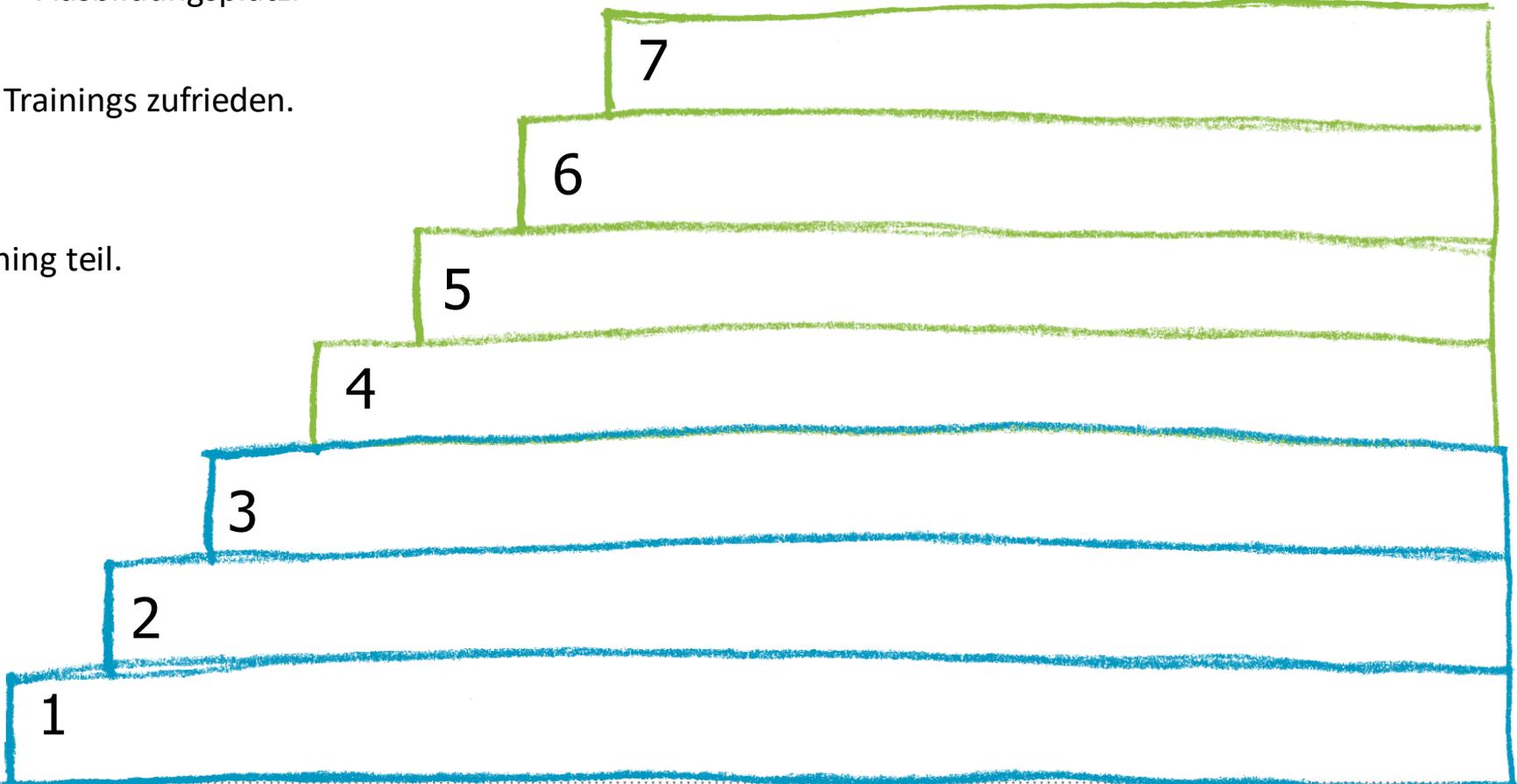
Jugendarbeitslosigkeit im Stadtteil ist gesunken.

Jugendliche haben nach ihrer Teilnahme einen Ausbildungsplatz.

Bewerbungstrainings werden wöchentlich durchgeführt.

90% der Teilnehmer sind mit Trainings zufrieden.

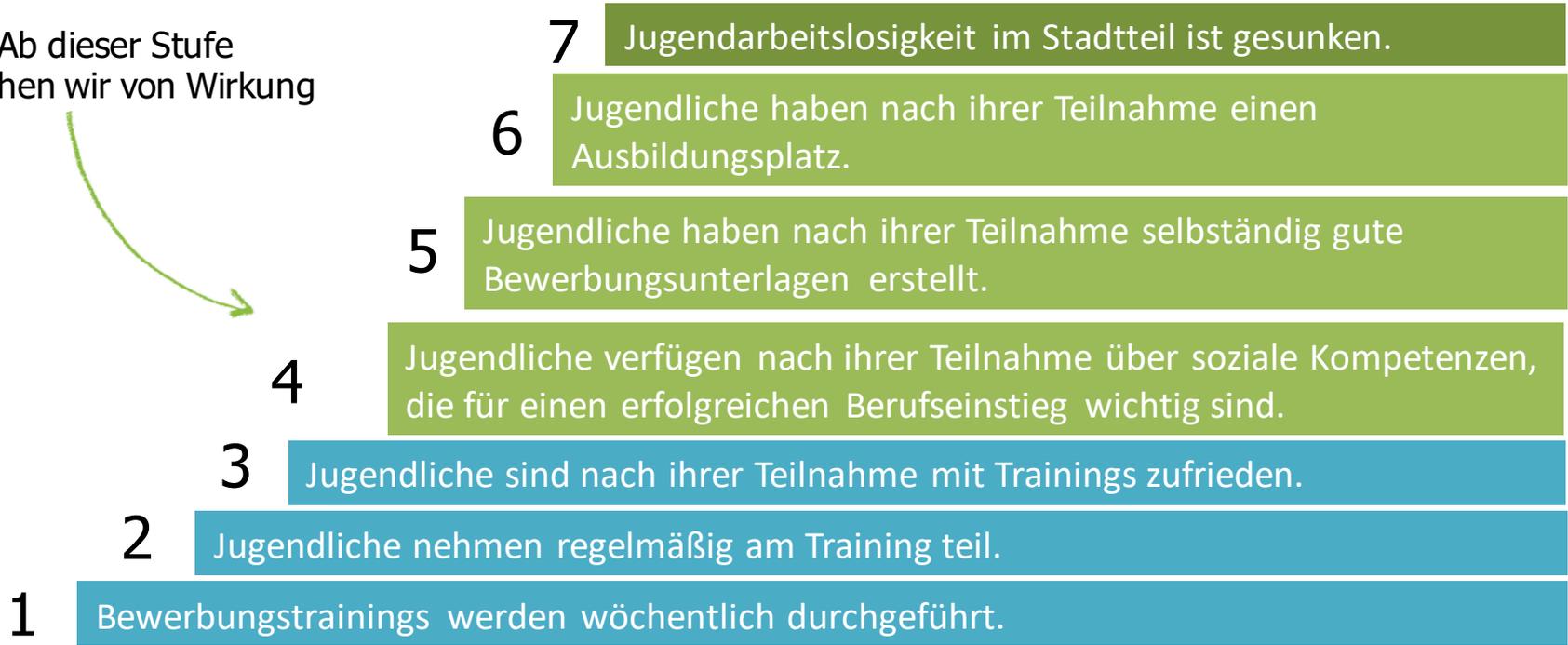
80% der Teilnehmer nehmen am Training teil.





Die PHINEO-Wirkungstreppe – am Beispiel des Jugendhilfeprojekts "PAFF"

Ab dieser Stufe
sprechen wir von Wirkung





Methoden der Datenerhebung



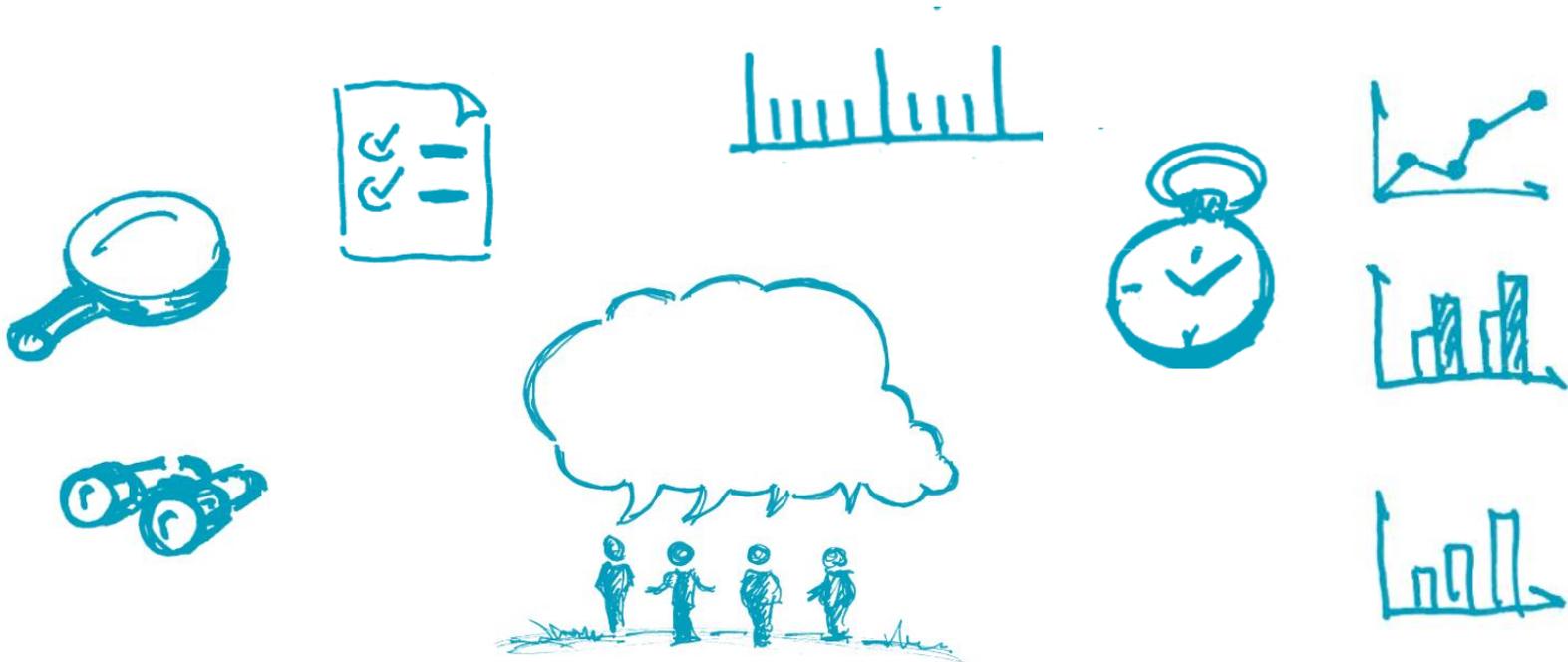
Wie finde ich heraus, bei welchen Zielen eine Wirkungsanalyse besonders lohnenswert ist?

Leitfragen:

- Ist das Ziel in Bezug auf die **Gesamtwirksamkeit** meiner Leistungen **relevant**?
- Wie **unsicher** bin ich mir, dass die entsprechende Wirkung auf Grundlage meines Handelns eintritt? Wie groß ist mein **Lernpotenzial**?
- Wie nützlich ist ein Beleg der Zielerreichung zur **Legitimation** und zum **Unterstützung finden**?
- Wie gut ist eine Zielerreichung **erfassbar**, bzw. wie groß ist der **Aufwand** dazu?



Es braucht praktikable Verfahren!



Je nach Kontext und Position der Beteiligten können Verfahren **unterschiedlich praktikabel** sein.



Grundsätzliche Methoden der Erhebung von Daten und Informationen





Je nach Erkenntnisinteresse eignen sich eher qualitative oder quantitative Daten

Fragen im Fokus	Wie und Warum?	Was und Wieviele?
Erkenntnisinteresse	<ul style="list-style-type: none">• Beschreibende Funktion• Tieferes Verständnis über Ursachen, Zusammenhänge, einen Sachverhalt oder Entwicklungen erlangen	<ul style="list-style-type: none">• Informationen präzise in Zahlen ausdrücken• Überblick, Vergleich oder Überprüfung statistischer Abhängigkeiten ermöglichen
Datenform	Qualitative Daten	Quantitative Daten
Geeignete Methoden	<ul style="list-style-type: none">• Teilstandardisierte / offene Interviews• Beobachtungen• Dokumentenanalyse	<ul style="list-style-type: none">• Zählungen• Messungen / Tests• Interviews• strukturierte Beobachtungen



Monitoring und Evaluation



	Monitoring	Evaluation
Was wollen Sie wissen?	Was passiert?	Wie gut und warum passiert etwas und welche Änderungen kommen dadurch zustande?
Warum?	Fortschritte überprüfen, Informationen für Entscheidungsfindungen und Anpassungen zur Verfügung stellen, Grundlage für weitere Analysen (z.B. Evaluation) schaffen	Fortschritte und Resultate beschreiben und bewerten, Schlussfolgerungen und Empfehlungen ableiten
Wann?	durchgehend während des Projekts	zu einem bestimmten Zeitpunkt während des Projekts, zum Ende des Projekts oder einige Zeit nach Abschluss des Projekts
Wer?	Intern, Projektmitarbeitende	Intern oder extern
Wo in der Wirkungslogik genutzt?	Schwerpunkt auf Inputs, Aktivitäten, Outputs und leicht zu messenden Wirkungen (Outcomes)	Schwerpunkt auf Wirkungen (Outcomes und Impact)



Wirkungsanalysen bauen auf einen passenden Mix an Erhebungsmethoden

Aufwand: Zeit,
Kosten, Expertise



Längsschnittstudien mit Kontrollgruppen und Kontrollvariablen

Wiederholte standardisierte Tests

Standardisierte und teilstandardisierte Befragungen

Teilnehmende Beobachtungen durch externe Fachleute

Strukturierte Interviews mit Fachexperten

Monitoring und Statistiken von Teilnehmerzahlen, Anfragen etc.

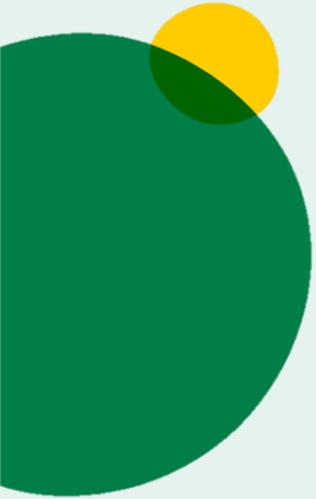
Foto-und Videodokumentation

Anekdotensammlung

-  Methode liefert eher „emotional“ überzeugende Daten
-  Methode liefert eher informierende Daten

Inhaltliche Aussagekraft

S. 74



Gemeinsam lernen





Lernen und Verbessern

Lernkultur fördern: Lernen ist ein dynamischer Prozess, der gefördert werden muss, damit eine Lernkultur selbstverständlicher Bestandteil der Organisation wird.

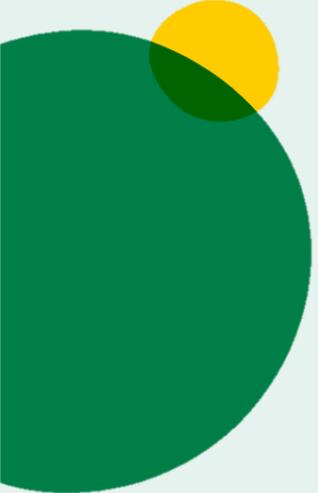
- **Ressourcen zur Verfügung stellen:** Lernen erfordert zunächst Ressourcen, d.h. in erster Linie Zeit für die Mitarbeitenden zu gemeinsamen Reflexionsprozessen, aber ggf. auch Sachkosten z.B. für den Aufbau eines Wissensmanagementsystems oder die Hinzuziehung externer Experten.
- **Fehler akzeptieren:** Fehler und Schwächen sollten mit dem Ziel betrachtet werden, daraus zu lernen und sich zu verbessern. Fehlerkultur bedeutet, dass Mitarbeiter das Gefühl haben, zu Diskussionen ermutigt zu werden und offen sprechen zu können.
- **Erkenntnisse transparent machen:** Transparenz ermöglicht den Dialog und das Lernen untereinander (intern) und erfüllt gleichzeitig eine legitimatorische Funktion (extern), da durch Transparenz sichtbar wird, was Sie mit Ihrer Arbeit erreichen und wie Gelder eingesetzt werden.



Lernen und Verbessern

Gelegenheiten zum Lernen anbieten: Zur Auswertung der Daten aus der Wirkungsanalyse sollten regelmäßige Treffen stattfinden.

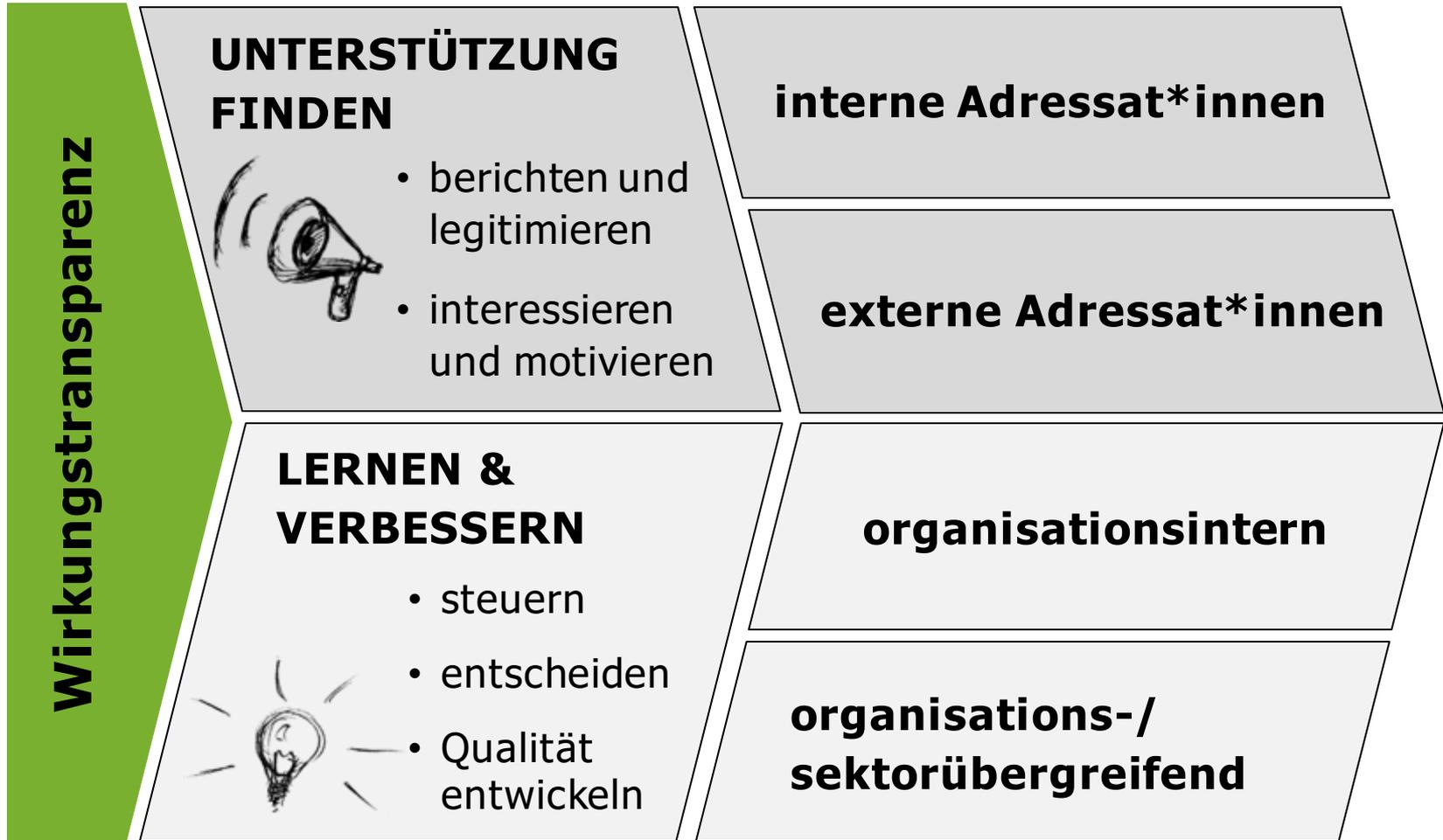
- **Innerhalb der Organisation:** Monitoringdaten werden regelmäßig gesammelt, entsprechend können hierfür auch regelmäßige Austauschtreffen festgelegt werden. Bei Evaluationen können Lern- und Austauschtreffen anlassbezogen durchgeführt werden.
- **Mit Stakeholdern:** Das regelmäßige von- und miteinander Lernen ist vor allem für das Projektteam und seine laufende Arbeit relevant. Jedoch sollten – wo dies sinnvoll ist – auch weitere Stakeholder einbezogen werden, insbes. bei der Auseinandersetzung mit Evaluationsergebnissen.
- **Zwischen Organisationen:** Evaluationsergebnisse können auch für den lernorientierten Austausch zwischen Organisationen (mit ähnlichen Projektansätzen oder Zielgruppen) genutzt werden.



Über Wirkung berichten und "Storytelling"



Warum es sich lohnt, die eigene Wirkung im Blick zu haben:





Was berichten?

Was möchte das Projekt erreichen?

Darstellung der

- Gesellschaftlichen Herausforderungen
- Zielgruppen und ihrer Bedarfe
- Vision und Ziele des Projekts
- Projektstrategie

Was unternimmt das Projekt um seine Ziele zu erreichen?

Darstellung

- des Handlungsansatzes
- der Aktivitäten, Angebote und Produkte, die das Projekt erarbeitet

Wirkungs- transparenz

Welche Wirkungen erzielt das Projekt mit seiner Arbeit?

Darstellung der

- Wirkungen auf Outcome- und Impactebene

Woran lässt sich die Wirkung erkennen?

Darstellung der

- Art und Methode der Wirkungsanalyse

Quelle: PHINEO



Wie berichten?

Balance halten zwischen „Fakten und Unterhaltung“, zwischen „Herz und Verstand“ („Methodenmix“: Fließtext, Visualisierungen, Feedback der Zielgruppen, Erfolgsgeschichten, Bilder)



Zitate
„PAFF HAT MIT GEHOLFEN, EINE LEHRSTELLE ZU FINDEN UND MEIN PATE HAT MICH IMMER UNTERSTÜTZT.“



Kuchendiagramme
eignen sich gut, um die Verteilung innerhalb eines Indikators darzustellen



Storys / Fallstudien
„Seit Denis einen Paten bei PAFF hat... [ist alles besser].“



Tabellen
eignen sich gut, um quantitative Daten nach Kategorien geordnet darzustellen



Balkendiagramme
eignen sich gut, um Verteilungen nach Kategorien darzustellen



Fast Facts
Kernfakten kurz und knackig dargestellt z.B. ein Prozentwert prominent aufgeführt und ein zwei Sätze dazu

Quelle: PHINEO



In 6 Schritten zur Wirkungsgeschichte



1. Allgemeine gesellschaftliche Problemlage und individuelle Implikationen für Zielgruppe?

Ursache > Problem > Folge



2. Wer ist Ihre Organisation, was macht Sie besonders?

Welchen besonderen **Charakter, Stärken** und **Eigenschaften** hat Ihre Organisation als Akteur?

Vision – Mission – Werte



3. Welche konkreten, Hindernisse / Probleme / Schwierigkeiten gibt es für Sie?

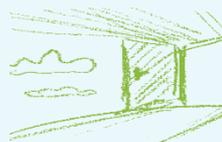


4. Wie gehen Sie vor? Warum funktioniert Ihr Ansatz?

3 Werden die Angebote so gestaltet, dass die Zielgruppen sie als nützlich akzentrieren?

2 Werden mit dem Projekt / den Angeboten die relevanten Zielgruppen erreicht?

1 Welche und wie viele Angebote erbringen Sie in dem Projekt für die Zielgruppen?



5. Was ändert sich durch Ihre Ansätze konkret für Menschen?

6 Wie soll sich Lebenslage der Zielgruppen bzw. ihre Interaktion mit ihrem Umfeld verändern?

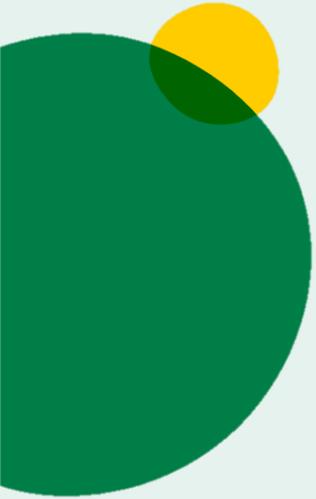
5 Wie sollen sich Einstellungen, Bewusstsein und das Handeln der Zielgruppen verändern?

4 Welche neuen Fähigkeiten oder welches Wissen sollen die Zielgruppen durch das Projekt erlangen?



6. Was verändert sich durch Ihre Arbeit in der Gesellschaft?

7 Wie soll sich die Gesellschaft langfristig verändern?



Abschluss





Zum Weiterlesen:

- phineo.org
- skala-campus.org
- kursbuch-wirkung.de
- wirkung-lernen.de
- wirkometer.de
- social-reporting-standard.de





Der SKala-CAMPUS

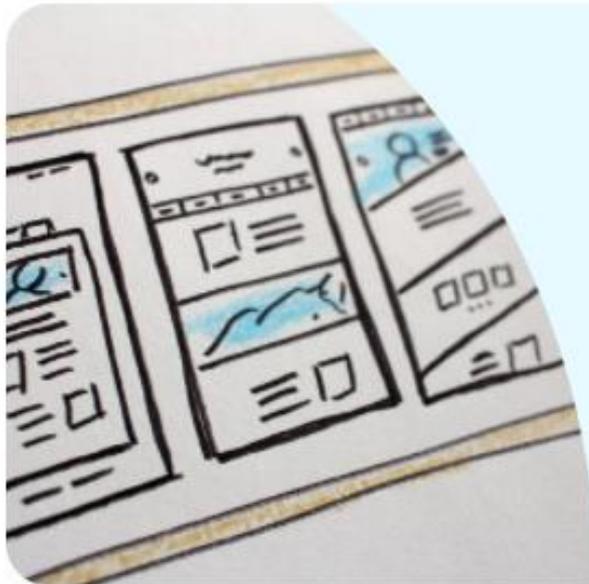
Lern- und Austauschplattform
für sozial Engagierte

Wir vermitteln Praxiswissen und fördern
den Austausch zwischen Non-Profits

Jeder Mensch lernt anders: Wir
bieten individuelle Lernreisen – durch
Leitfäden, Übungsaufgaben, Video-Tutorials,

Wir schaffen Räume, in denen
sich Interessierte untereinander
austauschen können.

Sie wollen mehr? Die nächsten
Veranstaltungen zum Thema:



Weiterbildungs-Paket ab 5. April

**Berichte, Pitch-Decks
und mehr – Wirkung
überzeugend
kommunizieren**

Anmeldung auf www.skala-campus.org

Lust auf mehr? Unsere Kurse

Wissen, was wirkt: soziale Projekte erfolgreich planen

53min

7 Lektionen

Lerne, wie du eine Wirkungslogik für dein soziales Projekt entwickelst und Indikatoren für Erfolg definierst.

Starte jetzt den Kurs

Wissen, was wirkt: den Erfolg sozialer Projekte analysieren und optimieren

140min

19 Lektionen

Erfahre, wie du die Wirkung deines Projektes in Eigenregie misst, bewertest und optimierst.

Starte jetzt den Kurs

Kostenlose Anmeldung auf www.skala-campus.org

Sie wollen Tiefe? Dann werden Sie zertifizierte
Wirkungsmanager*in!



**Werde
Wirkungsmanager*in**

Kursstart im März (Kurs A) und April (Kurs B) 2023

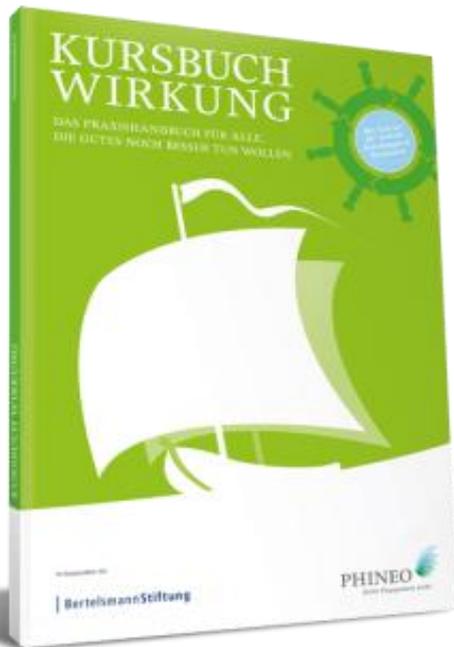
Für Kurs B Anmeldung bis 4. April möglich

Berufsbegleitende Weiterbildung mit Zertifikat

Anmeldung auf www.skala-campus.org



Besser wirken mit dem KURSBUCH WIRKUNG



Projekte wirkungsorientiert planen, umsetzen und analysieren

- 135 Seiten Fach- und Methodenwissen
- Viele Illustrationen, anschauliche Grafiken und Checklisten
- Praxisbeispiele und Literaturtipps
- kostenlose Arbeitsvorlagen als Extra-Download



pdf-Download kostenfrei:
www.kursbuch-wirkung.de

Digitale Version:
www.wirkung-lernen.de



Vielen Dank fürs Mitmachen!

Kontakt

PHINEO gAG

Sonja Schäffler
Wirkungsanalyse

E-Mail: sonja.schaeffler@phineo.org

—



Template Persona-Steckbrief

Name: _____ Alter: _____ Beruf: _____



ein typischer Satz



ein zentraler Gedanke

Eigenschaften

wie sieht sie aus (Outfit, Charakter), wie lebt sie



Was sie liebt



Was sie hasst



Motivationskiller:

Gründe, die dagegen sprechen, sich auf das Angebot einzulassen



Motivationstreiber:

Gründe, die dafür sprechen, sich auf das Angebot einzulassen



Persona alleinerziehende Mutter: Anna-Lena

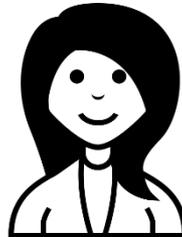
Beispiel

Name: Anna-Lena

Alter: 19 J.

Beruf: in Ausbildung

Ich hab gerade mega viel zu tun!



Ich weiß echt nicht, wie ich Kind und Ausbildung unter einen Hut bringe!

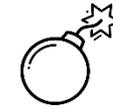
Eigenschaften:

- aus NRW, wohnt in Berlin mit 2-jährigen Sohn
- alleinerziehend
- kommt aus Lehrerfamilie
- in Ausbildung zur Kauffrau im Einzelhandel
- hat wenig Zeit
- familienorientiert
- verantwortungsbewusst
- vielseitig interessiert
- gesellig



Was sie liebt:

- ihren Sohn
- in sozialen Netzwerken unterwegs zu sein
- Joggen



Was sie hasst:

- Zeit verschwenden
- Angeber*innen
- Bürokratie



Persona alleinerziehende Mutter: Anna-Lena

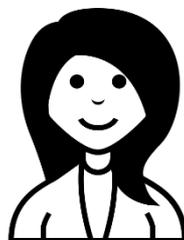
Beispiel

Name: Anna-Lena

Alter: 19 J.

Beruf: in Ausbildung

Ich hab gerade mega viel zu tun!



Ich weiß echt nicht, wie ich Kind und Ausbildung unter einen Hut bringe!



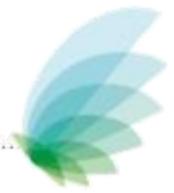
Motivationskiller:

- lange Ratgeber/Broschüren
- Überforderung im Dschungel der Unterstützungsangebote in Berlin



Motivationsstreiber:

- Selbstvergewisserung, eine „gute“ Mutter zu sein und sich anderen Müttern so darstellen zu können
- Erziehung und Beruf unter einen Hut zu kriegen
- Gefühl, nicht die einzige zu sein / Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft



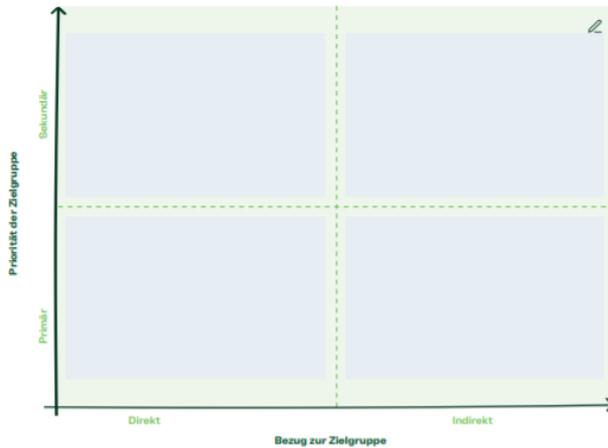
Tipp: Vorlage „Zielgruppenanalyse“

Zielgruppenanalyse

👤 Einzelübung ⌚ 20 min

Mit dieser Vorlage kannst du die Zielgruppen und Stakeholder deines Projekts strukturieren

1. Sammle alle Zielgruppen und relevanten Stakeholder des Projekts, und notiere diese auf Klebzetteln.
2. Ordne die Klebzetel der entsprechenden Stelle auf der Arbeitsvorlage zu.
3. Tauscht euch im Projektteam aus.



Unter:

www.skala-campus.org

Wichtige Stakeholder
Keine Zielgruppe



Tipp: Vorlage „Wirkungstreppe“

Erstelle deine Wirkungstreppe

Mit dieser Vorlage kannst du eine Wirkungstreppe für euer Projekt erstellen.
Für jede Stufe braucht es mindestens 1 Ziel.
Bei mehreren Zielgruppen erstellt eine Treppe pro Zielgruppe.

Gruppenübung 60 min

Organisationsname	Projektname	Zielgruppe
7	Gesellschaft verändert sich	
6	Lebenslage der Zielgruppen ändert sich	
5	Zielgruppen ändern ihr Handeln	
4	Zielgruppen verändern Bewusstsein bzw. Fähigkeiten	
3	Zielgruppen akzeptieren Angebote	
2	Zielgruppen werden erreicht	
1	Aktivitäten finden wie geplant statt	

Impact
Outcome
Output

SkalaCAMPUS
www.skala-campus.org



Unter:
www.skala-campus.org