

Einführung in die Wirkungsorientierung „Zielgruppen klar bestimmen“

Initiative Offene Gesellschaft – Europa Hub Berlin

21. November 2023



Vorstellung

Trainer:



Emmanuel Klauk
Großspendenberatung,
Organisationsentwicklung,
Wirkungsanalyse

Teilnehmende:

Wer seid ihr? Welche Rolle habt ihr bei eurer Organisation? Welche Erwartungen habt ihr für das Training?



Agenda – 2 Std

- 11:00* Check-In & Start – 10 min
- 11:10* **Input:** Einführung Wirkungsorientierung & Zielgruppen – 25 min
- 11:35* **Übung:** Zielgruppenmatrix - 15 min
- 11:50* **Plenum:** Vorstellung 1 Person, Diskussion & Fragen – 15 min
- 12:05* **Kaffeepause** - 10 min
- 12:15* **Tandem:** Vorstellung & Feedback – 20 min
- 12:35* **Input:** Umgang mit Zielgruppen & Stakeholdern – 10 min
- 12:45* Abschluss



Ziele des Workshops

Nach dem Workshop weißt du ...

- wie sich **Wirkung** definiert und wie du sie in den Projektalltag übersetzt.
- wie du herausfindest, wer deine wichtigsten **Zielgruppen** sind.
- wie du Zielgruppen und Stakeholder gezielt **einbindest**.

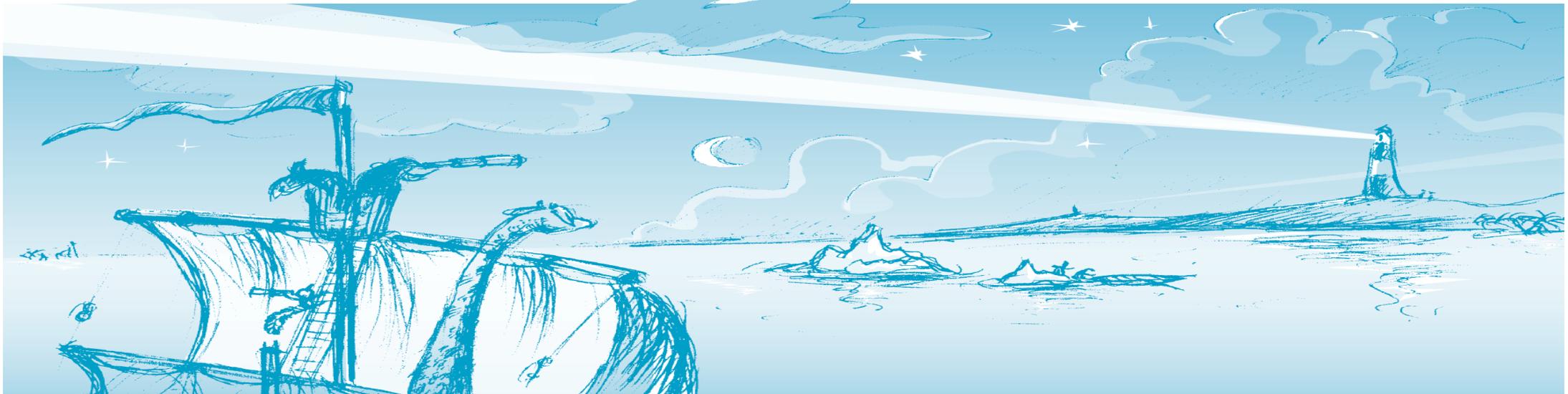


Einführung in die Wirkungsorientierung



Wirkungsorientierung bedeutet...

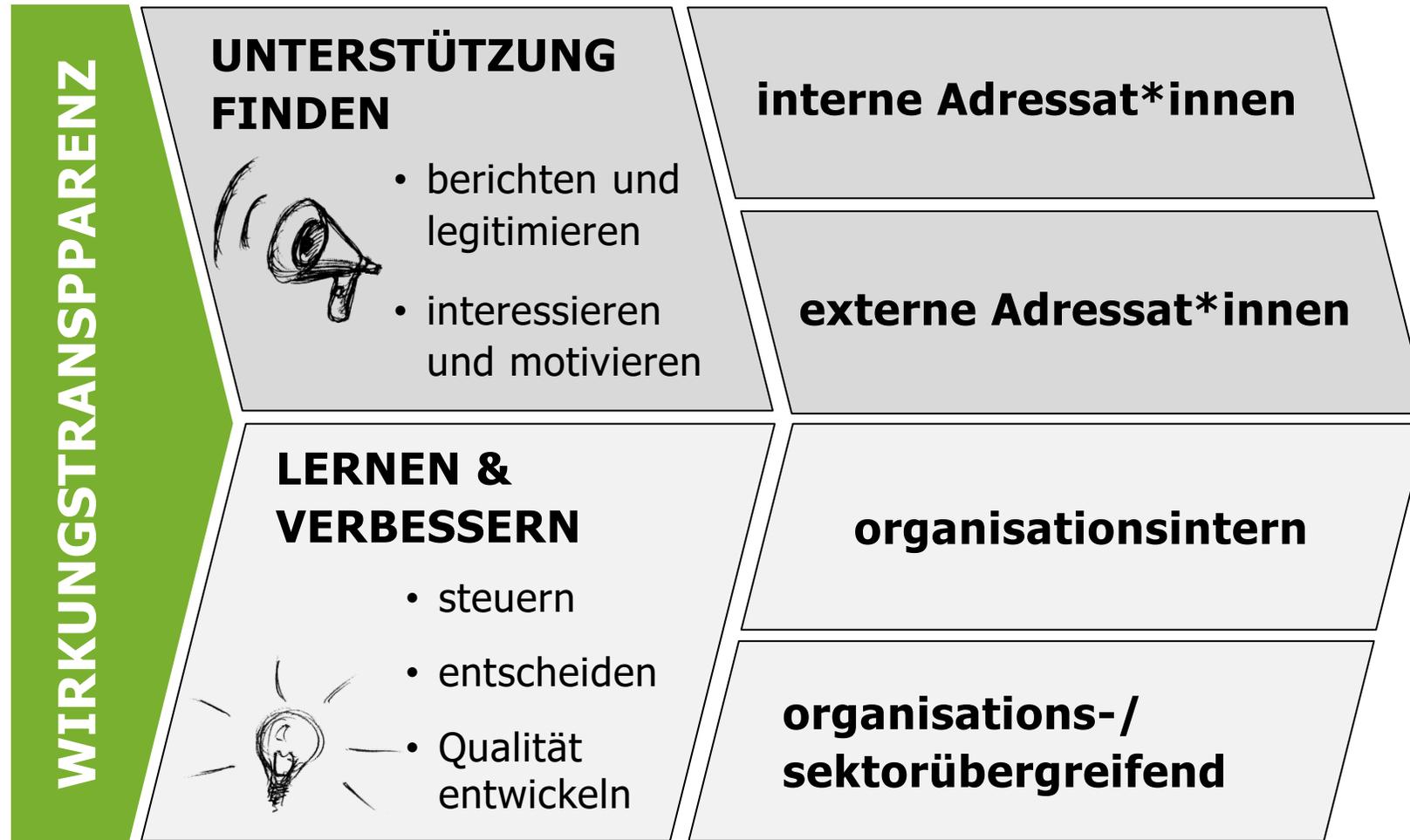
- dass ein Projekt darauf ausgerichtet ist, Wirkungen zu erzielen
- und es entsprechend geplant und umgesetzt wird.



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

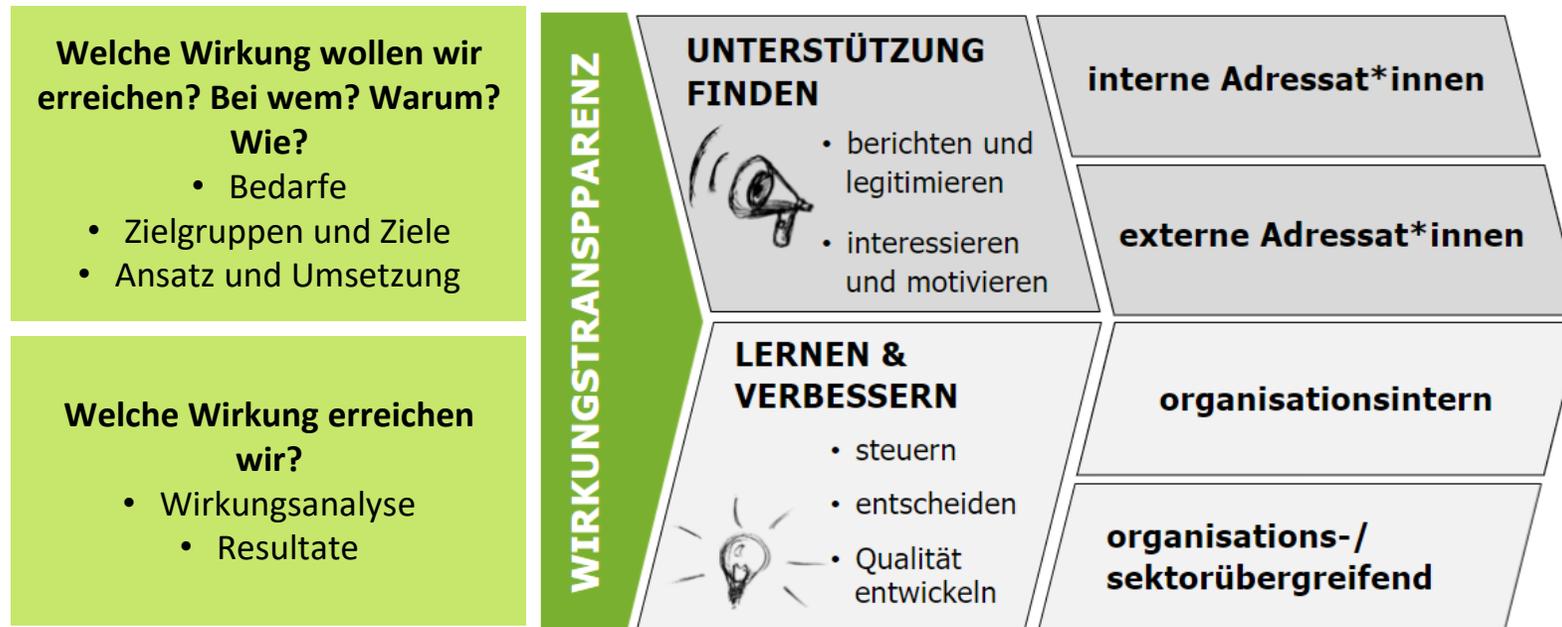


Warum es sich lohnt, die eigene Wirkung im Blick zu haben:





Wirkungstransparenz = Nachvollziehbarkeit von Ansatz und Wirkung



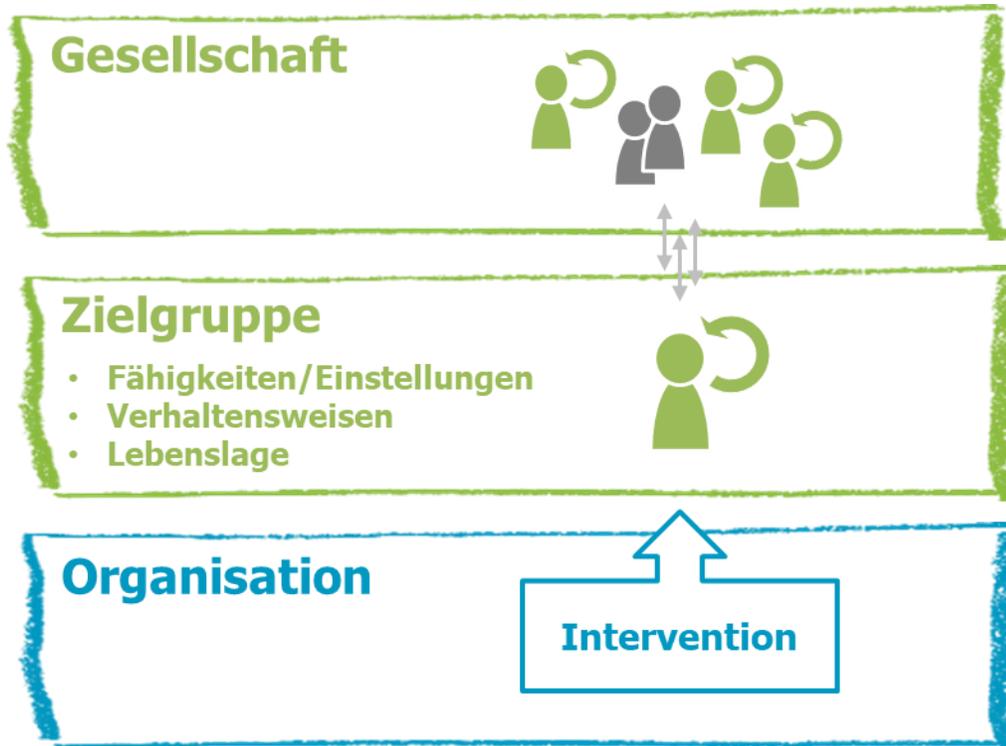


? **Resultat** **Effekt**
Qualität
Outcome
Wirkung? **Impact** ?





Wirkungen sind Veränderungen ...



... in der Gesellschaft,...

... bei Zielgruppen oder deren Lebensumfeld,...

... die in Folge einer gezielten Intervention auftreten.

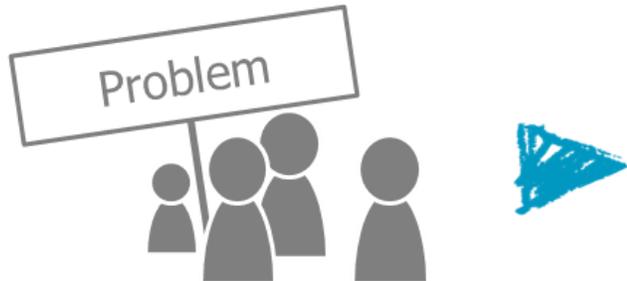
 Person **ohne** Veränderung

 Person **mit** Veränderung



Wirkungen bei Zielgruppen und in der Gesellschaft treten in Folge einer gezielten Intervention auf.

Ausgangssituation



Intervention

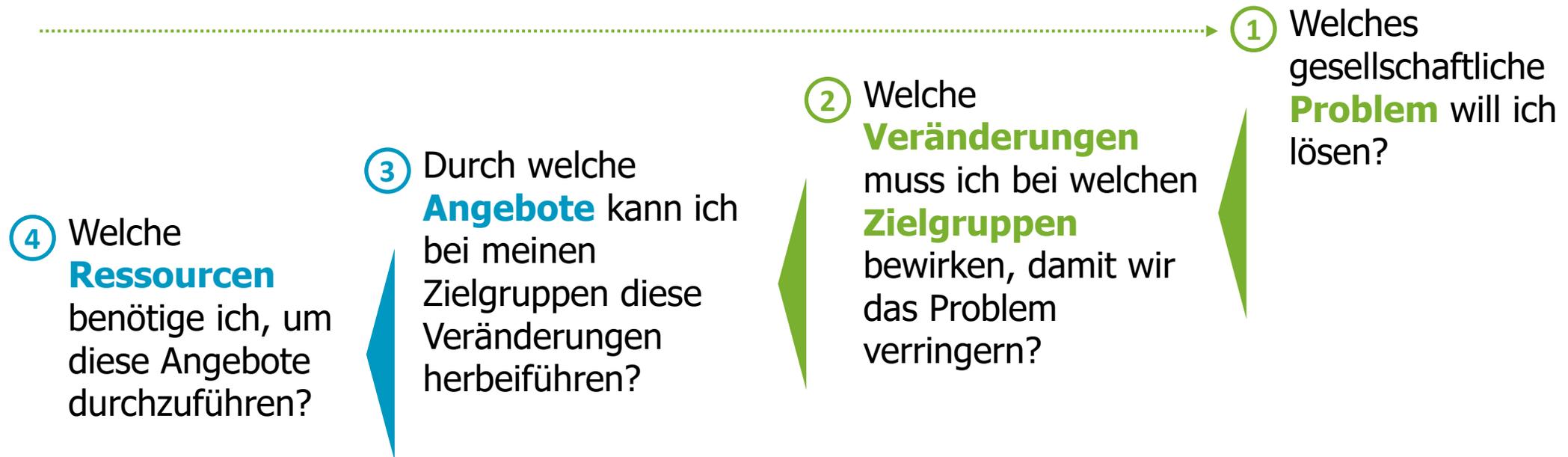
Wirkung



Ursache-Wirkungs-Beziehung

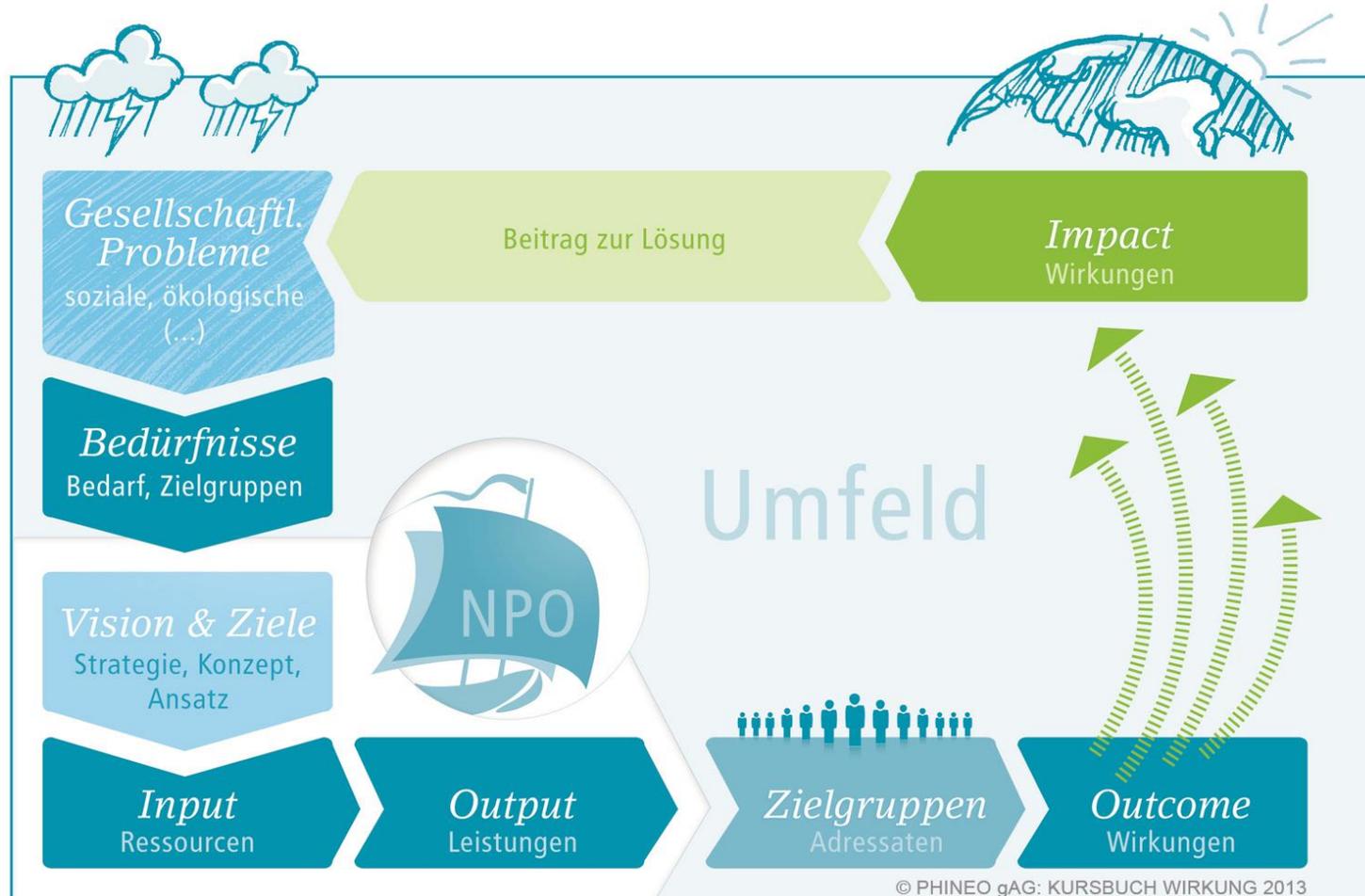


Wie Wirkungen entstehen: Die IOOI-Wirkungskette





Das PHINEO Wirkungsmodell betrachtet den gesamten Wirkungskreislauf und -kontext



© PHINEO gAG: KURSBUCH WIRKUNG 2013

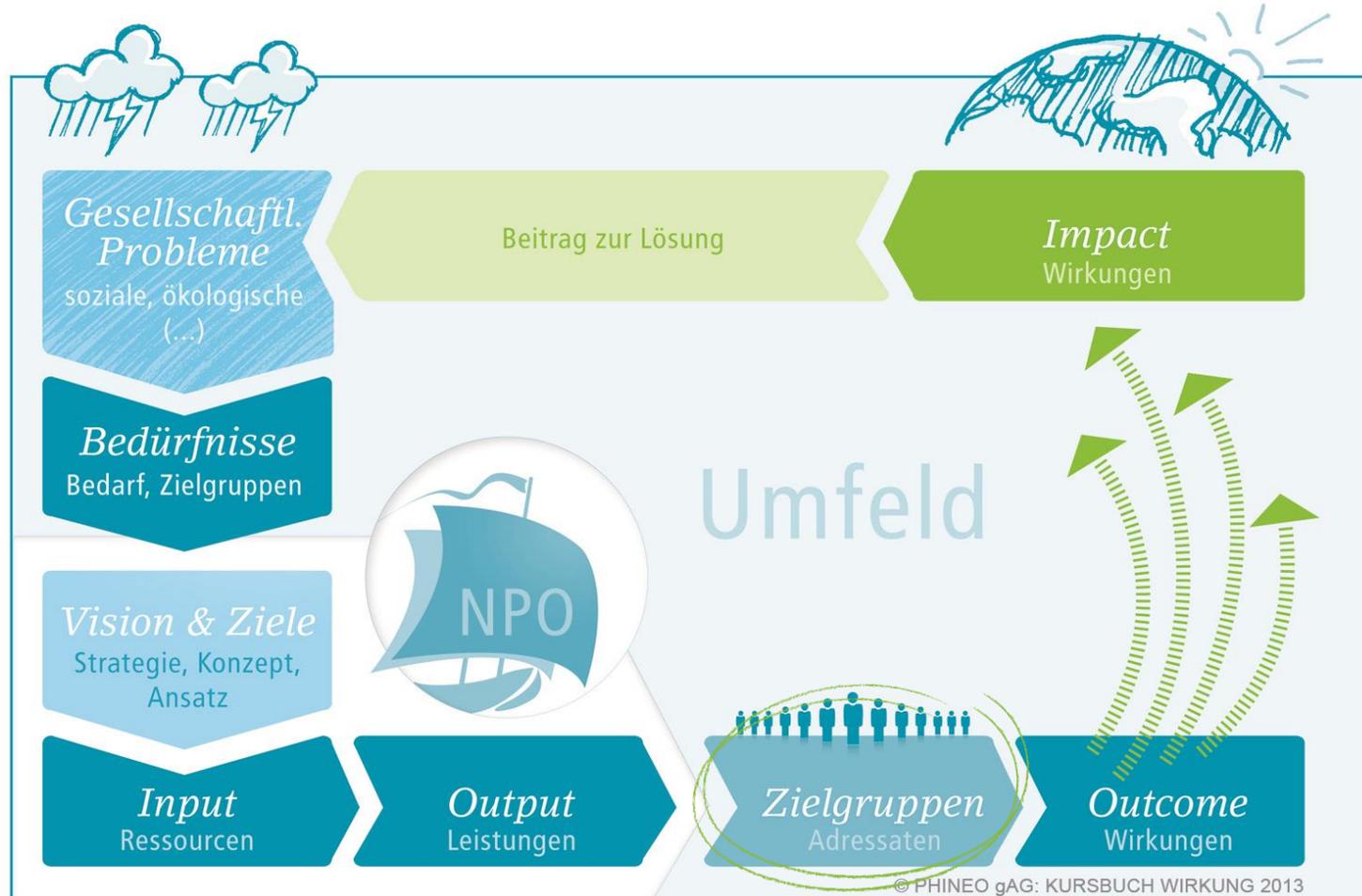




Einführung in die Zielgruppen



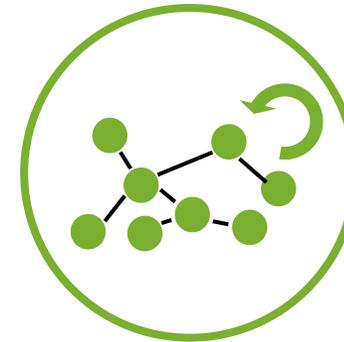
Das PHINEO Wirkungsmodell betrachtet den gesamten Wirkungskreislauf und -kontext





Zielgruppen sind...

Einzelpersonen, **Gruppen,** **Organisationen** oder **Systeme**



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



Zielgruppen nach Bezug und Priorität differenzieren (1/2)

Bezug: Wie stehe ich mit der Zielgruppe in Kontakt?

▶ Beispiel: eine Organisation will die Bildungsqualität verbessern





Zielgruppen nach Bezug und Priorität differenzieren (2/2)

Priorität: Bei welcher Zielgruppe sollen hauptsächlich Veränderungen bewirkt werden?

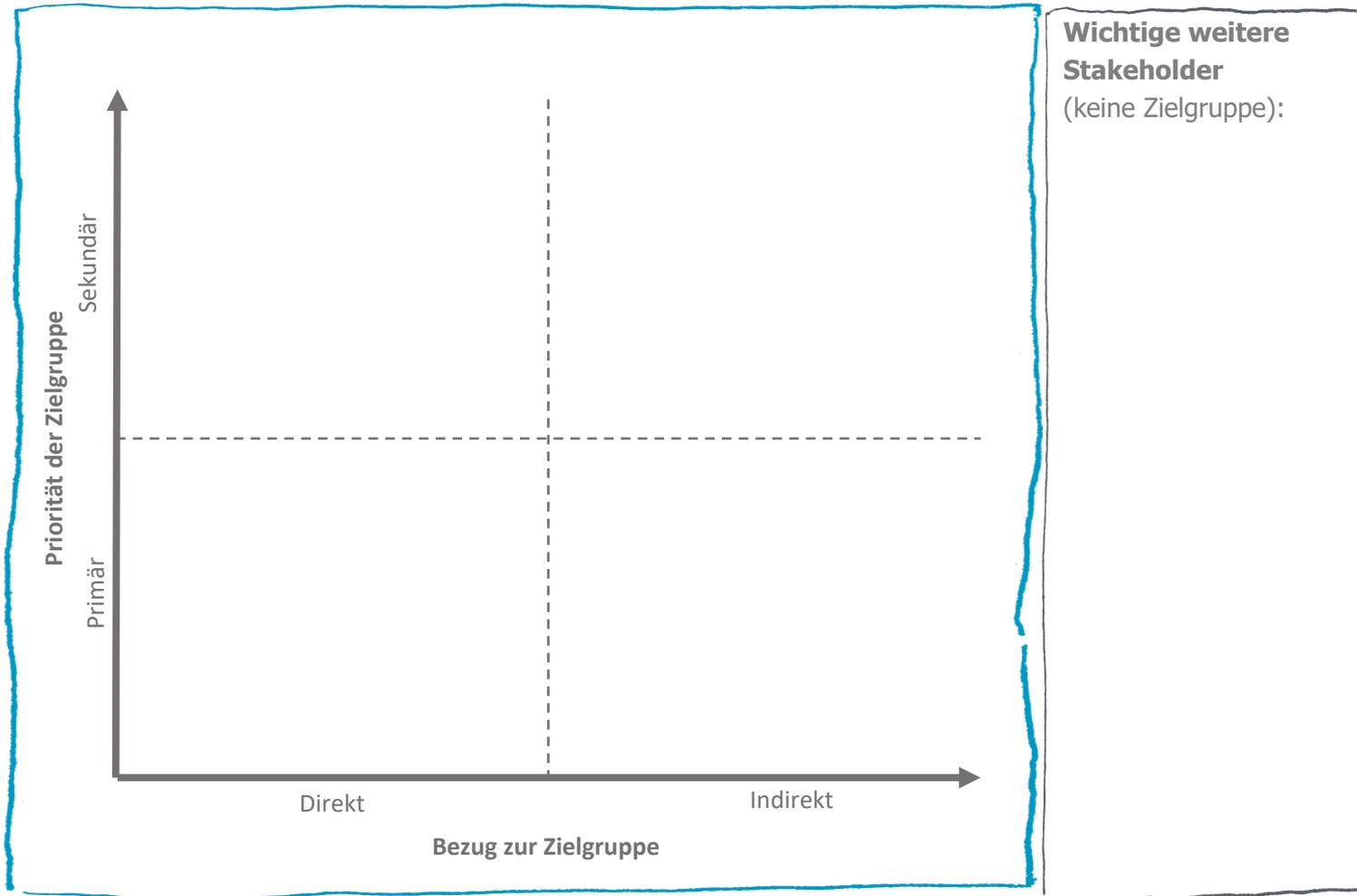
Differenzierung in **primäre** und **sekundäre** Zielgruppe

▶ Beispiel: eine Organisation will die Bildungsqualität verbessern





Zielgruppenanalyse – Bezug und Priorität



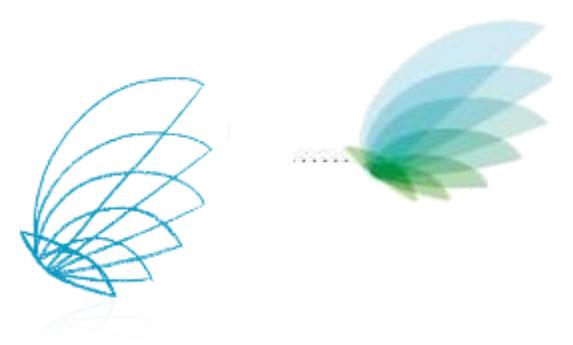


Einzelübung (15 min):

Überlegt mögliche Zielgruppen für euer Projekt und differenziert sie!

Hinweise:

- Jede*r überlegt für sich **alle Zielgruppen & Stakeholder**, die es für dieses Projekt gibt, und schreibt sie auf (10 Minuten)
- Jede*r **sortiert** die Zielgruppen den einzelnen Feldern der ZG-Matrix zu (5 Minuten).



Plenum (15 min):

Diskussion:

Wie ging es euch mit der Aufgabe?

Welche Aha-Momente hattet ihr?

Wer möchte seine Zielgruppenmatrix präsentieren?



Pause



Agenda – 2 Std

- 11:00* Check-In & Start – 10 min
- 11:10* **Input:** Einführung Wirkungsorientierung & Zielgruppen – 25 min
- 11:35* **Übung:** Zielgruppenmatrix - 15 min
- 11:50* **Plenum:** Vorstellung 1 Person, Diskussion & Fragen – 15 min
- 12:05* **Kaffeepause** - 10 min
- 12:15* **Tandem:** Vorstellung & Feedback – 20 min
- 12:35* **Input:** Umgang mit Zielgruppen & Stakeholdern – 10 min
- 12:45* Abschluss



Übung zu zweit (15 min):

Stellt euch gegenseitig eure ZG-Matrix vor und gebt Feedback!

Hinweise:

- Jede*r hat 7 Minuten Zeit, die eigene ZG-Matrix vorzustellen und gegenseitig Feedback zu geben.
- Stellt euch für das Feedback die Fragen:
 - Ist die Zuordnung in die Matrix nachvollziehbar?
 - Sind alle genannten Gruppen Zielgruppen oder sind weitere Stakeholder darunter?
- Gibt es offene Fragen für die anschließende Reflexion im Plenum?



Plenum (5 min):

Diskussion:

Wie ging es euch mit der Aufgabe?

Welche Aha-Momente hattet ihr?



Umgang mit Zielgruppen & Stakeholdern



Hilfestellung Zielgruppen präziser darzustellen

Eine reflektierte Darstellung der Zielgruppen beinhaltet:



Größe



geographische Merkmale: z.B. Einzugsgebiet, Wohnort



soziodemografische Merkmale: z.B. Alter, Geschlecht, Herkunft, Bildung, soziale Situation/Umfeld



psychografische Merkmale: z.B. Bedürfnissen, Wünschen, Einstellungen, Motivationstreiber, Werte, Interessen, Lebensstil



Ausgangslage und Herausforderungen: Eine detaillierte Beschreibung der spezifischen Bedürfnisse und Probleme, mit denen die Zielgruppe konfrontiert ist

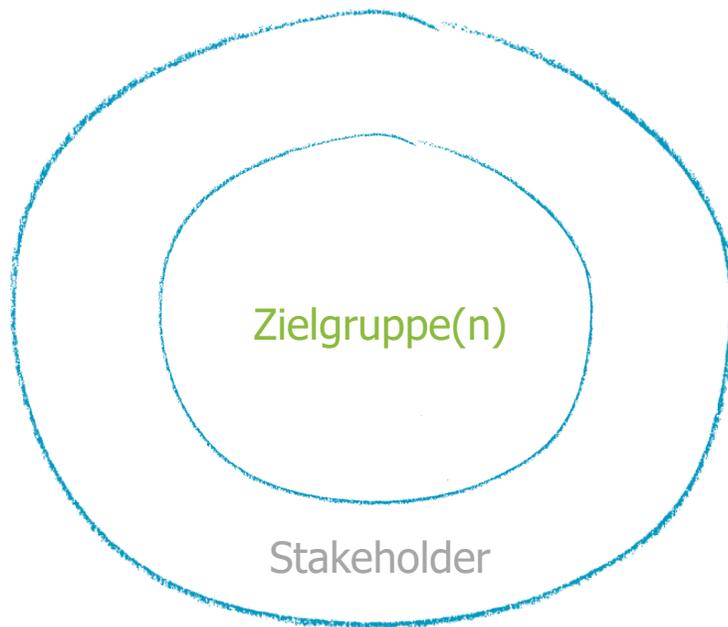


Relevanz: deren Relevanz für die erfolgreiche Bearbeitung des Problems



Zielgruppen und Stakeholder

Stakeholder sind alle Personen, die an dem Projekt interessiert sein könnten und/oder für den Erfolg des Projekts relevant sind (intern & extern).



! **Alle Zielgruppen sind Stakeholder**, aber nicht alle Stakeholder sind Zielgruppen

? Wie können wir zwischen Zielgruppen und Stakeholdern, die keine Zielgruppen sind, unterscheiden?

▶ Zielgruppe(n) sind die **Adressaten der angestrebten Veränderung** und/oder die Personen **im direkten Umfeld** der Adressaten

⚡ Stakeholder stehen vielleicht nicht in direktem Zusammenhang mit der Wirkungslogik, sind aber **auf operativer Ebene** dennoch von zentraler Bedeutung



Stakeholder-Analyse



Zielgruppen

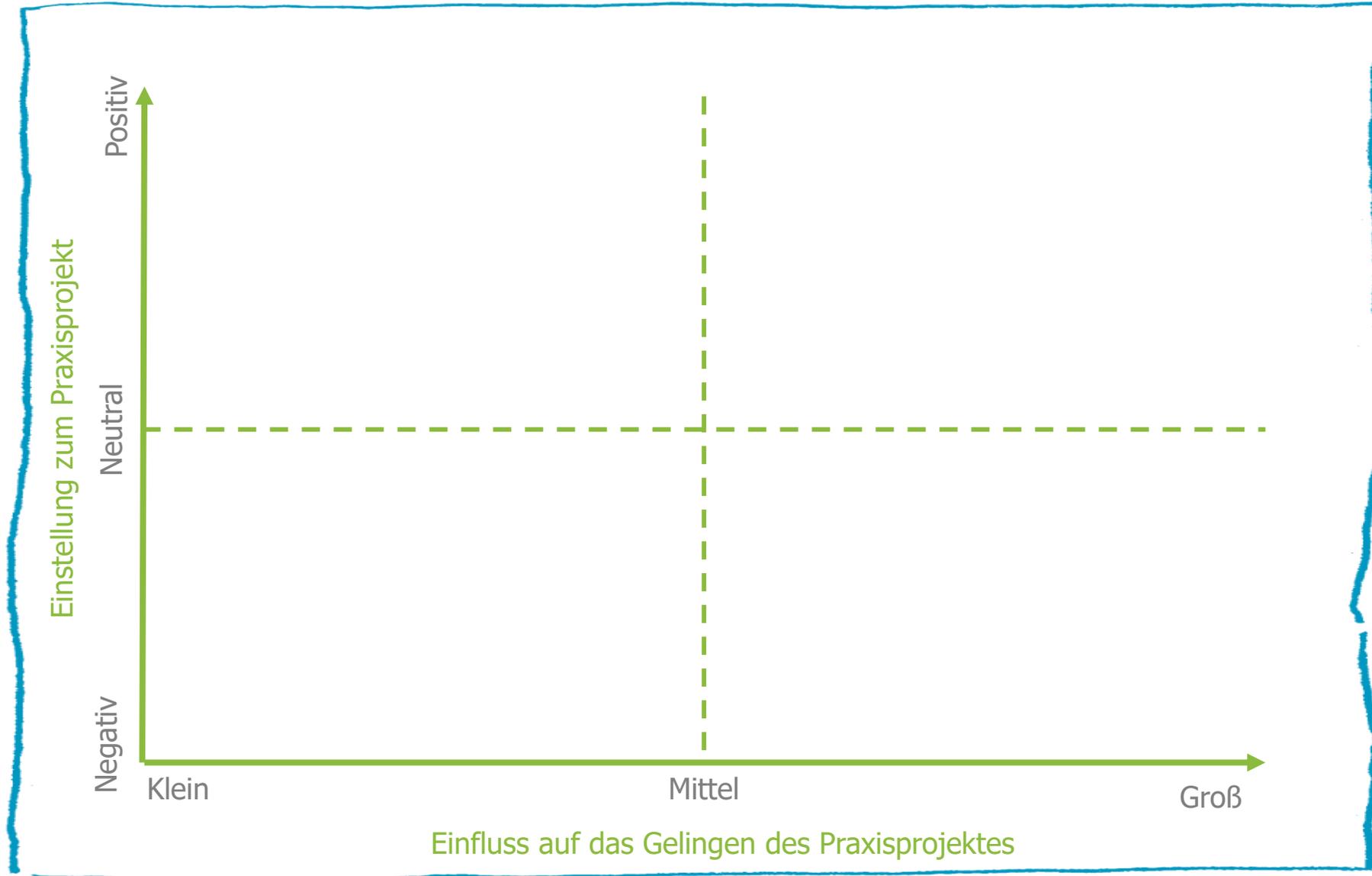
Jugendliche (direkte Zielgruppe)	<ul style="list-style-type: none"> • 1:1-Patenschaft und Teilnahme an Angeboten des Projekts, z.B. Nachhilfe, Bewerbungstraining etc. • erwarten Unterstützung beim Schritt in die Ausbildung 	<ul style="list-style-type: none"> • besitzen teils eine hohe Motivation, den Schritt in die Ausbildung zu schaffen und das Projektangebot zu nutzen • äußern sich gegenüber Dritten positiv über das Projekt 	<ul style="list-style-type: none"> • sind teils wenig motiviert, haben eine geringe Frustrationstoleranz, was sich negativ auf Projekterfolg und die Motivation der Pat*innen auswirken kann 	<ul style="list-style-type: none"> • regelmäßige Feedback-möglichkeit bieten
Eltern (indirekte Zielgruppe)	<ul style="list-style-type: none"> • müssen der Teilnahme ihrer Kinder am Projekt zustimmen • erwarten im positiven Fall, dass das Projekt ihren Kindern hilft • haben im negativen Fall keine Erwartungen an das Projekt 	<ul style="list-style-type: none"> • können ihre Kinder darin bestärken, am Projekt teilzunehmen und sich um ihre berufliche Zukunft zu kümmern 	<ul style="list-style-type: none"> • können die Teilnahme der Kinder am Projekt verhindern • können durch eine ablehnende Haltung die Motivation der Kinder negativ beeinflussen 	<ul style="list-style-type: none"> • müssen einbezogen werden, damit sie ein Verständnis für das Projekt entwickeln und die Teilnahme ihrer Kinder fördern (oder zumindest nicht behindern)

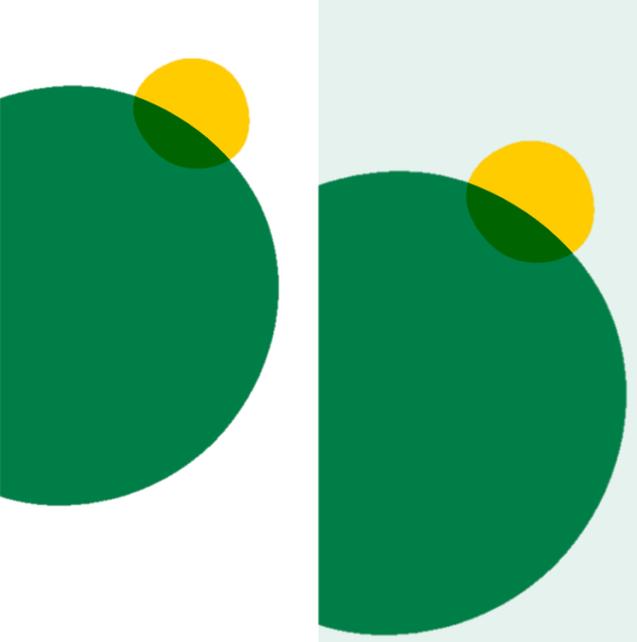


Wirkungsorientierter Umgang mit Zielgruppen & Stakeholdern

- Stakeholder **möglichst früh** einbinden (Mitwissen trägt zu Identifikation, dem Gefühl von „Ownership“ und Bereitschaft zu positiver Mitwirkung bei.)
- Im Rahmen der **Wirkungsanalyse** bieten sich hier viele **Möglichkeiten**, die wir uns an dieser Stelle genauer ansehen können
- Augen auf: Wo liegen **Stärken & Potenziale?** Was sind Wünsche & Hoffnungen? Dies sind die starken Treiber für Projekterfolge.
(Hier hilft eine genaue **Zielgruppenanalyse** und eine scharfe, klare Definition.)
- Bewusstsein: Stakeholder sind auch **interne** Mitwirkende

Stakeholder-Analyse: Einstellung und Einflussgrad





Abschluss

Euer Feedback zum Webinar

https://phineo.slsurvey.de/Evaluation_Initiative_Offene_Gesellschaft_e.V./de

