

better.together. Oder: zusammen mehr bewirken

Erfolgreiches Wirkungsmanagement in der
Diakonie Hasenberg e.V.



Wer wir sind



Dr. Stefan Fröba, Vorstand Diakonie Hasenberg e.V.
froeba@diakonie-hasenberg.de



Philipp Blümle, Einrichtungsleitung Pro. Arbeit & Perspektive,
Wirkungsmanager
bluemle@diakonie-hasenberg.de



Luis Teuber, Bereichsleitung Kinder, Jugend und Familie,
Wirkungsmanager
teuber@diakonie-hasenberg.de



Jessica Vogel, Fachbereichsleitung Stadtteilarbeit,
Wirkungsmanagerin
vogel@diakonie-hasenberg.de



60 Jahre Diakonie Hasenberg e.V.



- 560 Mitarbeitende, 80 freiwillig engagierte Unterstützer*innen
- über 60 Einrichtungen, vorwiegend im Münchner Norden, Mitglied im Diakonischen Werk Bayern
- Zertifiziert nach DIN EN ISO, AZAV, Gütesiegel der berufsbezogenen Jugendhilfe, geprüftes Energie- und Umweltmanagement, GWÖ-Bilanzierendes Unternehmen, Eine Welt Kita, ...

Ausgangslage

Leistungs-/
Zielvereinbarungen

Qualitätsmanagement

Politik

Finanzierung

Demokratieförderung

Partizipation/
Beteiligung

GWÖ-Bilanz

Güte-Siegel

Wirkung ist die intendierte Änderung mittels gezielter Handlungen

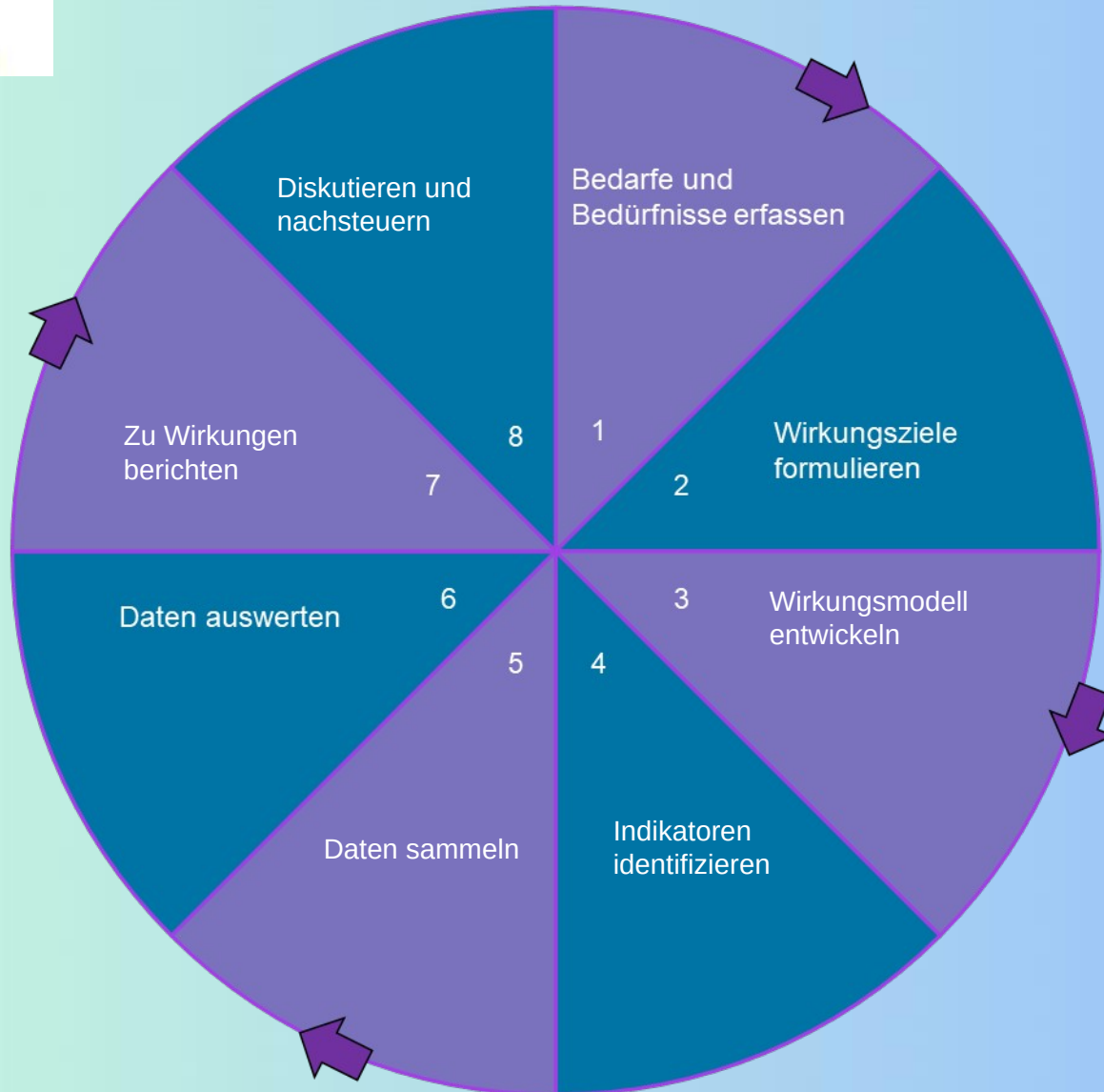
- bei der Zielgruppe
- in deren Lebensumfeld und/oder
- in der Gesellschaft insgesamt

Es besteht ein kausaler Zusammenhang zwischen Zustandsänderung und der durchgeführten Intervention.

Wirkungsorientierung bedeutet, dass alles Handeln darauf ausgelegt ist, Wirkung zu erzielen, die Projekte entsprechend zu planen, umzusetzen und zu reflektieren.

Wirkungsmanagement ist das Projektmanagement und die Anpassung von Leistungen im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses und dem Matching zwischen den Bedarfen der Zielgruppen und dem tatsächlichen Angebot.

Wirkungsanalyse / Wirkungsmessung ist die systematische (objektive) Überprüfung bzw. Beurteilung, ob die intendierten Ziele und erzielten Wirkungen übereinstimmen bzw. welche Effekte erreicht wurden.





IMPACT

Stufe 7

Gesellschaft verändert sich

OUTCOME

Stufe 6

Lebenslage der Zielgruppe ändert sich

Stufe 5

Zielgruppe ändert ihr Handeln

Stufe 4

Zielgruppe verändert Fähigkeiten

OUTPUT

Stufe 3

Zielgruppe akzeptiert Angebote

Stufe 2

Zielgruppe wird erreicht

Stufe 1

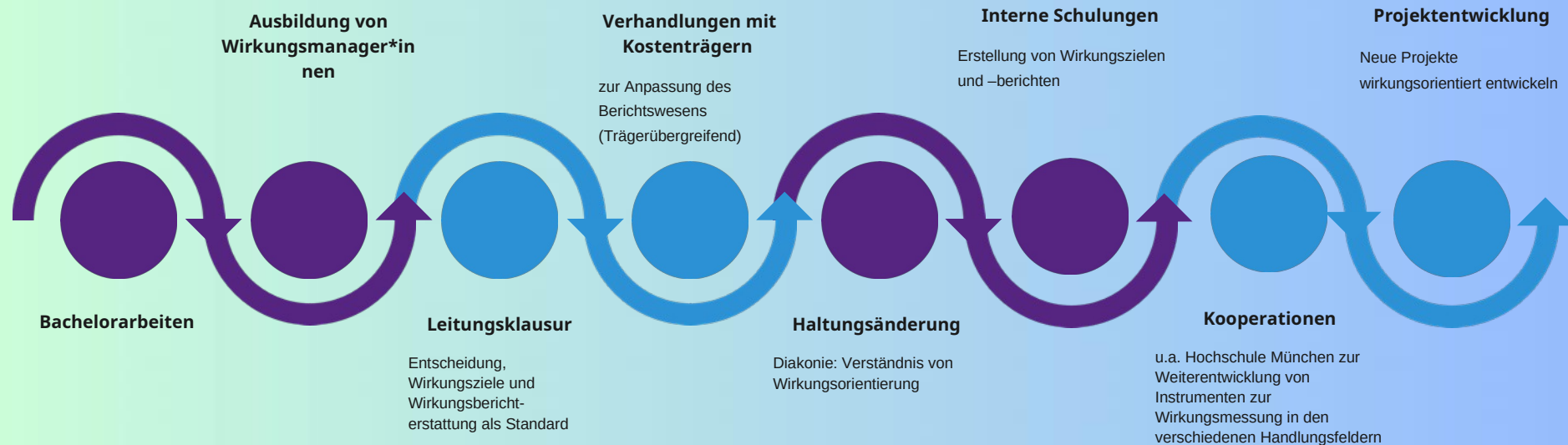
Angebote für Zielgruppe finden wie geplant statt

INPUT

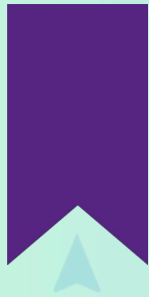
Stufe 0

Eingesetzte Ressourcen, Personal, Finanzmittel

WIR SIND AUF DEM WEG

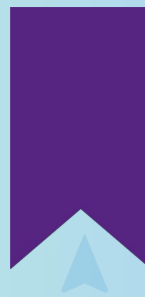


Beispiel: PONTIS



Menschen mit Migrationshintergrund (MmM)

Überbrückung von Kultur-
unterschieden, Sprachbarrieren und
Analphabetismus, um einen
chancengleichen Zugang zu
Leistungen zu ermöglichen.



Maßnahmeteilnehmende des 2. Arbeitsmarktes (MTN)

Ermöglichung des Einstiegs in den
ersten Arbeitsmarkt für langzeit-
arbeitslose Migrant*innen:
Sie werden als Lots*innen qualifiziert.



Mitarbeitende kommunaler Dienststellen/ kooperierender Einrichtungen (MA)

Interkulturelle Öffnung von Ämtern und
sozialen Einrichtungen:
Unterstützungsprozesse werden
ermöglicht, vereinfacht und beschleunigt.



Beispiel Nachbarschaftstreffe und SRS



ERFOLGREICHE ZUSAMMENARBEIT

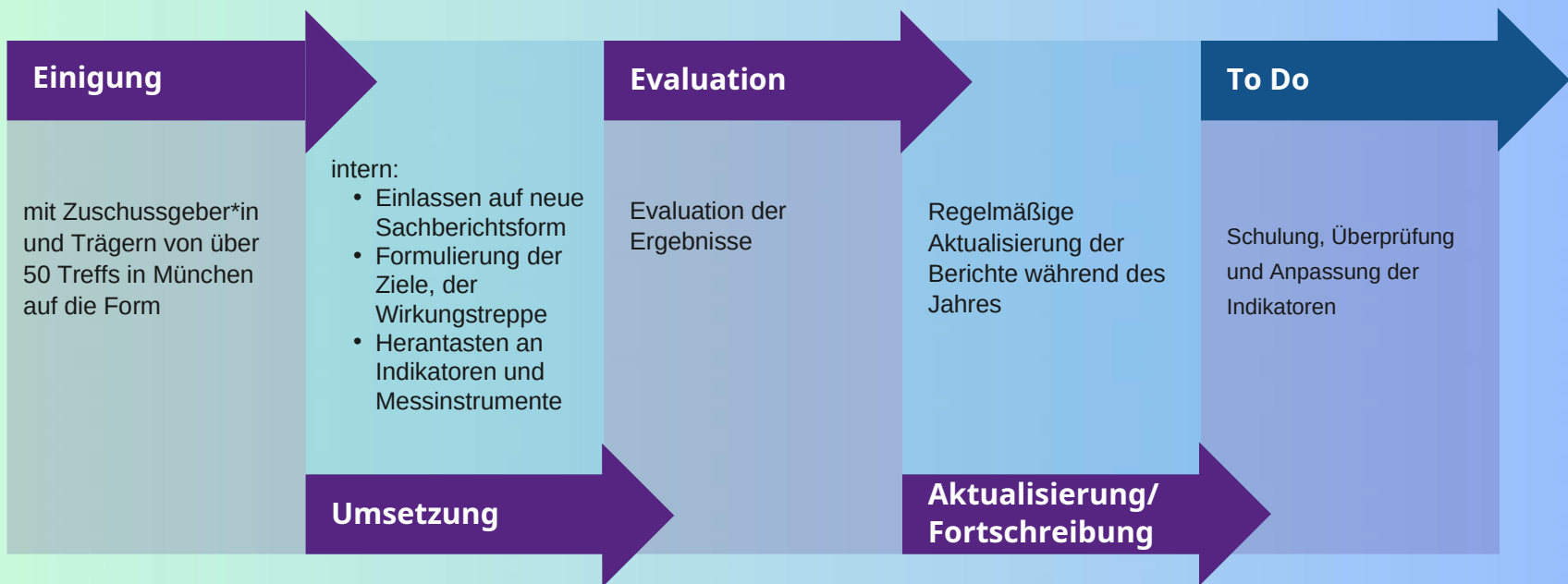
- Über 50 Treffs in München, 6 in der Diakonie Hasenberg e.V.
- Zusammenarbeit Landeshauptstadt München und den Träger der Treffs
- 2019 Vorstellung SRS Berichtsformat „Social Reporting Standard“



EINHEITLICH STRUKTURIERT UND VERGLEICHBAR

- erste freiwillige Tests
- seit 2021 für alle verpflichtend
- wirkungsorientierte Zielvereinbarungsgespräche im Vorfeld
- Formulierung und Evaluation von Wirkungsziele(n)

GELUNGENE SCHRITTE UND VORHABEN



AUS DER PRAXIS: TREFF LERCHENAU

Vision: Gemeinschaftliche Räume
generationsübergreifend und gemeinsam
gestalten

Ziel 1:

Neue Anwohner*innen nehmen an den Angeboten des Treffs
teil und bringen sich aktiv mit ein (Gewinnung von 3-5 neuen
freiwillig Engagierten)

Beschreibung und Begründung der Zielsetzung

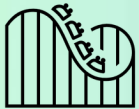
Für die Organisation und Durchführung der
Senioren-gymnastik, des Sprach Cafés, des offenen Mutter
Kind Treffs, die Durchführung einer Umfrage, die Gestaltung
der Stadtteilzeitung, die Teilnahme an der öffentlichen
Veranstaltung, die Gestaltung des Treffs sowie die Nutzung
des Gruppenraumes sind weitere freiwillig Engagierte
Nachbar*innen erforderlich.



Ziele



Proof of concept / Ergebnisqualität / Was funktioniert?



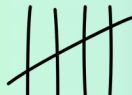
Interne Motivation steigern / Wert der eigenen Arbeit zeigen



Datenbasis für strategische (Projekt-) Entscheidungen



Kostenträger-Legitimation & Rechenschaftslegung
Haltung der Sozialen Investition



Ergänzung Kennzahlen zur Trägerbewertung



Marketing, Kommunikation, Fundraising

Ausgangsbedingungen

- Immaterialität sozialer Dienstleistungen → Bewertung der Qualität
- Gesteigerte Wettbewerbsbedingungen um kritische Ressourcen
- zunehmende Ausrichtung an Leistungs- und Effizienzkriterien
- Langfristige Existenzsicherung als Ziel
- Suche nach strategischer Erfolgspotentiale und Wettbewerbsvorteilen gegenüber Konkurrenten
- Schaffung Sicherung des langfristig relevanten Nutzen für die wesentliche Stakeholdergruppe
- nicht substituierbar oder nur hohen finanziellen und zeitlichen Aufwand

Zeitplan

2017 / 2018

Kick-Off mit Masterthesis (Kooperation Hochschule München)
*„Wirkungsmessung in der Arbeitsförderung“ –
Entwicklung eines Indikatorentableaus zur Wirkungsmessung.*

2018

Moderierter Workshop
*„Wirkungsorientierung im MBQ“
Kostenträger, Leitung, Fachanleitungen, Soz.päd. Fachkräfte*

2019 / 2020

Ausbildung Wirkungsmanager
Phineo

2020

Task-Force „Wirkungsmanagement“
Januar – Oktober 2020

- Theoretische Einführung ins Thema
- Entwicklung Wirkziele
- Entwicklung Indikatoren-Set
- Entwicklung Erhebungsinstrument
- Zeitraum Datenerhebung
- Datenanalyse, Prozessevaluation und erste Anpassung

2022 / 2023

- Überprüfung Ergebnisse Arbeitsgruppe aus 2020 auf Aktualität und Relevanz
- Ausführliche Datenauswertung
- Anpassung des Fragebogens

Praxisanforderungen

1. Alltagstauglich, ohne erheblichen Mehraufwand
2. Multiperspektivische Erfassung der Wirkung
3. Andauernde Auswertbarkeit

Umsetzung

1. Qualitativer Fragebogen
2. Sechs zentrale Wirkungsziele und Bereiche
3. 19 Wirkindikatoren und zugehörige Unterindikatoren
4. Definierte Erhebungszeitpunkte

Praxisnutzen

1. Auswertung der Daten und Ergebnisse
2. Ableitung konkreter Projekte z.B. Präventionsangebote zur Gesundheitsförderung

- Haben Sie Fragen?
- Was sind Ihre Erfahrungen mit dem Wirkungsmanagement?
- Wie wirksam sind Ihre Angebote?
- Wie schätzen Sie die Relevanz von Wirkungsmanagement ein?
- Wie beschreiben Sie die Wirkung Sozialer Arbeit? Wie können wir gemeinsam mehr bewirken?

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Lassen Sie uns in Kontakt bleiben!
Wir stehen gerne für Ihre Fragen zur Verfügung.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.