

AKADEMISCHES

Auf die Wirkung kommt es an



Wer sich finanziell engagieren möchte, investiert nicht einfach ins Blaue hinein. Geldgeber fragen sich vielmehr, wo ihr Geld hinfließen wird, was genau damit passiert – und vor allem, was ihre Förderung bewirken kann. Gemeinnützige Organisationen, die das Thema Wirkung als festen Baustein ihres Fundraisings verstehen, können mit handfesten Argumenten punkten und so das Vertrauen potenzieller Geldgeber gewinnen. So hat Wirkungsorientierung nicht nur einen großen positiven Einfluss auf die Qualität der Arbeit an sich, sondern verschafft Ihrer Organisation wertvolle Wettbewerbsvorteile im Fundraising: Obwohl viele Organisationen sehr ausführlich über ihre Aktivitäten informieren, berichten bislang nur wenige über ihre Wirkung.

Wirkung verstehen

Wirkungen sind Veränderungen, die Sie unmittelbar bei Ihrer Zielgruppe oder gar in der Gesellschaft insgesamt erreichen. Das heißt konkret: Wenn Ihre Zielgruppe Wissen erwirbt, ihr Denken, Verhalten und Handeln verändert, sind dies direkt durch Ihre Arbeit erzielte Wirkungen. Wirkungsorientierung wiederum bezieht sich auf die Ausgestaltung der Organisationsstrukturen und Maßnahmen, damit diese optimal zur Erreichung der Ziele beitragen können. Das betrifft einerseits die Arbeit für jedes einzelne Projekt – von der Planung über die zielorientierte Durchführung bis hin zur Auswertung und Weiterentwicklung des Angebots. Andererseits muss Wirkungsorientierung aber auch innerhalb der gesamten Organisation verankert sein, alle Mitarbeiter beziehungsweise Bereiche einbeziehen und bei Entscheidungen Berücksichtigung finden.

Wirkung erzeugen

Wirkung beginnt bereits damit, konkrete Ziele für Ihre Arbeit festzulegen. Ausgehend von einer

Betrachtung der Ist-Situation – welches spezifische gesellschaftliche Problem möchten Sie lösen, was sind die Ursachen dafür und welche Lösungsansätze gibt es bereits – entwickeln Sie eine Vision: Welche langfristigen gesellschaftlichen Veränderungen möchten Sie konkret in Bezug auf das beschriebene Problem erreichen? Welchen idealen gesellschaftlichen Zustand streben Sie an? Diese Fragen klingen für Sie vielleicht banal, sie sind aber wichtig dafür, wirksame Maßnahmen planen zu können. Nur, wer seine Ziele kennt, kann diese auch erreichen.

In einem nächsten Schritt gilt es, den für Sie richtigen Weg zu finden: Was muss ich investieren, welche Maßnahmen anbieten, um diese Ziele auch zu erreichen? Bedenken Sie, es gibt häufig viele Möglichkeiten, um ein gesellschaftliches Problem zu lösen. Gerade deshalb ist es wichtig, dass Sie eine schlüssige Wirkungskette aufstellen und festlegen, welche Zielgruppe Sie mit welchen Maßnahmen erreichen möchten, um welche Wirkungen zu erzielen. Wenn Sie klar, strukturiert und schlüssig erklären können, wie Ihr Projekt funktioniert und welchen Beitrag es zur Lösung des gesellschaftlichen Problems leistet, dann können sie damit auch Förderer und Spender überzeugen.

Wirkung darstellen und nutzen

Behalten Sie Ihr Wissen um die Wirksamkeit und die Wirkungsorientierung Ihrer Arbeit nicht für sich. Besonders bei der Akquirierung von Geldern sollten Sie selbstbewusst zeigen, was in Ihnen steckt! Das bedeutet aber keineswegs, dass Ihre relevanten Informationen nur zahlenbasiert sein müssen. Kennzahlen helfen natürlich, Zusammenhänge besser verstehen zu können. Sie sind jedoch nicht alleiniger Maßstab zur Erfolgsmessung. Ein rundes Gesamtbild ergibt sich erst, wenn Zahlen mit qualitativen Aussagen verknüpft werden.

Niedrigschwellige Messinstrumente zur qualitativen und quantitativen Erfolgsmessung können zum Beispiel sein:

- Befragungen der Projektmitarbeiter und Teilnehmer
- Gruppendiskussionen
- Lernrunden im Team
- Systematische Feedbackauswertung
- Einzelinterviews

Gewinnbringender – aber auch aufwendiger – sind zum Beispiel regelmäßige Fragebogenaktionen, Interviews mit den relevanten Zielgruppen oder Evaluationen.

Zeigen Sie also potenziellen Geldgebern, wie sie – gemeinsam – die Welt verändern können! Reden Sie über Ihre Wirkung – nicht nur im direkten Gespräch. Begreifen Sie Ihre Wirkungsorientierung als ganz natürlichen Teil Ihrer Arbeit und berichten Sie darüber im Sinne einer transparenten Berichterstattung zum Beispiel auf Ihrer Website oder einem Projektflyer. Und greifen Sie bei der Erstellung Ihres Jahresberichts auf den [Social Reporting Standard](#) zurück. Der SRS begleitet Sie mit praktischen Hinweisen bei der Erstellung Ihrer Wirkungslogik und hilft Ihnen so, Daten und Belege zusammenzutragen, die Sie für Ihre Argumentation nutzen können. Schritt-für-Schritt-Anleitungen zur wirkungsorientierten Steuerung Ihrer Projekte werden Sie auch im „Kursbuch Wirkung“ von PHINEO finden. Das Praxishandbuch wird im November dieses Jahres erscheinen und ist kostenlos über die [Phineo-Homepage](#) zu beziehen.



Annett Zühlke ist Diplom-Journalistin und arbeitet seit 2011 bei der gemeinnützigen [PHINEO AG](#)

(Bilder: PHINEO AG)

Einen Kommentar schreiben