

www.wirkung-lernen.de – Zwischenbericht März 2017

Ausgangslage

Wir entwickeln seit dem Spätsommer 2016 eine Lern-Website, die gemeinnützige Organisationen (NPO) befähigen soll, wirkungsorientierter zu arbeiten. Die Lern-Website ist ein digitales Lernangebot, das das geballte Know-how aus dem Kursbuch Wirkung (PHINEO), Wirkungs-Workshops, Erfahrungen aus der Wirkt-Siegel-Analyse ergänzt durch eine zeitgemäße Form des selbstständigen digitalen Lernens. Grundlage zur Umsetzung ist das im Herbst 2016 mit den FörderpartnerInnen abgestimmte Konzept.

Stand der Umsetzung

Die **Erstellung der Website** ist von der technischen Seite zu 85 Prozent abgeschlossen. Verantwortlich zeichnet hierfür die Agentur 10hoch16, die über jahrelange Erfahrung in der Konzeption und Realisierung digitaler Inhalte für Nonprofits verfügt. Rund zwei Drittel des Contents sind bereits in die Website integriert; aktuell erfolgen Designanpassungen und letzte technische Feinheiten (Implementierung einer Maske für die Newsletter-Anmeldung etc.). Die Screenshots im Anhang geben einen Eindruck über den aktuellen Stand der Website. Falls Sie live dabei sein möchten, können Sie sich unter <http://phineo-wirkung-lernen.siruphosting.de/> ein Bild machen (kein Login nötig).

Zugang und Navigation der Website sind so angelegt, dass sie verschiedenen Lerntypen und Anforderungen gerecht wird. Überdies ist sie **barrierearm** (gemäß BITV 2.0) und **mobiloptimiert**.

Hinsichtlich **Vermarktung** und Verbreitung der Website haben wir u.a. einen Spezialisten aus dem Bereich Suchmaschinenoptimierung konsultiert. Seiner Einschätzung erfüllt die Website alle gängigen Standards einer google- und nutzerfreundlichen Internetpräsenz. Gleichwohl konnte er uns viele hilfreiche Impulse zur Optimierung geben, die wir nach und nach umsetzen.

Der **Textcontent** ist zu 90 Prozent fertig und wird derzeit eingepflegt. Die restlichen 10 Prozent folgen im Laufe der KW 11.

Parallel wird der Content bereits ins Englische übersetzt. Die **Übersetzung** übernimmt Barbara Serfozo, mit der wir schon beim Social Impact Navigator, der englischen Entsprechung des Kursbuch Wirkung, zusammengearbeitet haben.

Die **Wissens-Tests** sind redaktionell erstellt und zum größten Teil auch implementiert. Neben Multiple-Choice-Tests zur Überprüfung und Anwendung des Erlernten hat die Agentur dazu eine interaktive Übung erstellt, bei der die Wirkungstreppe, also das Kernstück der Wirkungslogik, eigenständig zusammengesetzt werden muss.

In der KW 11 drehen wir **Lernvideos**, die die textlichen Inhalte der Website ergänzen. Hierfür haben wir unsere Workshopleitenden befragt, mit welchen Fragen sie am häufigsten konfrontiert werden. Darauf basierend erstellten wir Drehbücher für sechs Videos mit einer Länge von jeweils rund drei Minuten, die nun filmisch umgesetzt werden (jeweils D/ENG). Hierbei unterstützt uns ein Profi aus dem Bereich audiovisueller Medien, der bereits zahlreiche Lerntutorials erstellt hat und selbst aus dem gemeinnützigen Bereich stammt.

Ausblick

Aktuell liegt das Projekt im Zeitrahmen. Auf den letzten Metern rechnen wir jedoch mit kleineren Verzögerungen, da sich ein Kollege, der das Projekt federführend begleitet, beruflich verändern wird, und wir das fehlende Know-how nicht unmittelbar kompensieren können. Der avisierte „**stille Launch**“ und die Ansprache der Fokusgruppe der Website wird sich daher etwas weiter ins Frühjahr verschieben. Infolgedessen werden auch der **Launch** der fertigen Website und die **Vermarktung** nicht wie angekündigt im Mai 2017 starten, sondern sich ebenfalls verzögern. Unter Umständen verschieben wir den Start auf September 2017, da uns ein Launch im Sommerloch aktuell nicht sinnvoll erscheint. Wir halten Sie auf dem Laufenden!

Parallel zum stillen Launch erstellen wir die funktional und inhaltlich zu 99 Prozent identische **englische Website**.

Angaben zum geplanten Output und Outcome

Zielgruppe	Wirkung	Ziel	Indikator	Tracking / M&E
	Output	Die Lern-Website ist online und kann in vollem Umfang genutzt werden.		
NPO	Stufe 2	NPOs werden mit dem Thema Wirkungsorientierung erreicht	50.000 Unique Visitors auf der Website in den ersten 12 Monaten	Tracking via Google Analytics
			Das Kursbuch Wirkung wird 1.000 mal innerhalb von 12 Monaten nach Launch von der Website heruntergeladen	Tracking via Google Analytics
NPO	Stufe 3	NPOs sind zufrieden mit der Website	80 % derer, die die Website nutzen, sind zufrieden mit dem Angebot	Befragung auf der Website
			40 % der NutzerInnen sind wiederkehrende BesucherInnen	Tracking via Google Analytics
			5.000 NutzerInnen bleiben länger als 3:00 Minuten pro Besuch auf der Website	Tracking via Google Analytics
			20 NutzerInnen innerhalb von 12 Monaten nach Launch geben konstruktive Rückmeldungen zur Verbesserung der Website	Befragung auf der Website, Monitoring von individuellen Feedbacks
			50 Organisationen empfehlen die Website weiter	Monitoring von Social Media, Newslettern etc., individuelle Feedbacks
NPO	Stufe 4	NPOs werden befähigt und erlangen neues Wissen über Wirkung und Wirkungsorientierung	80% der NutzerInnen erlangen neues Wissen	Befragung auf der Website, Nachbefragung nach 1 Jahr
			70% der befragten NutzerInnen bestätigen den praktischen Mehrwert für die eigene Arbeit	Befragung auf der Website, Nachbefragung nach 1 Jahr

NPO	Stufe 5	NPOs nehmen Veränderungen in Projekt und/oder Organisation vor	50 NPOs nehmen Veränderungen in Richtung Wirkungsorientierung vor	Nachbefragung nach 1 Jahr
-----	---------	--	---	---------------------------

Zeitplan

September – Oktober 2016: Abstimmung der Design-Entwürfe und technische Umsetzung

November 2016 – Februar 2017: Erstellen und Einpflegen von Texten, Grafiken, Wissens-Tests, interaktiven Elementen etc.

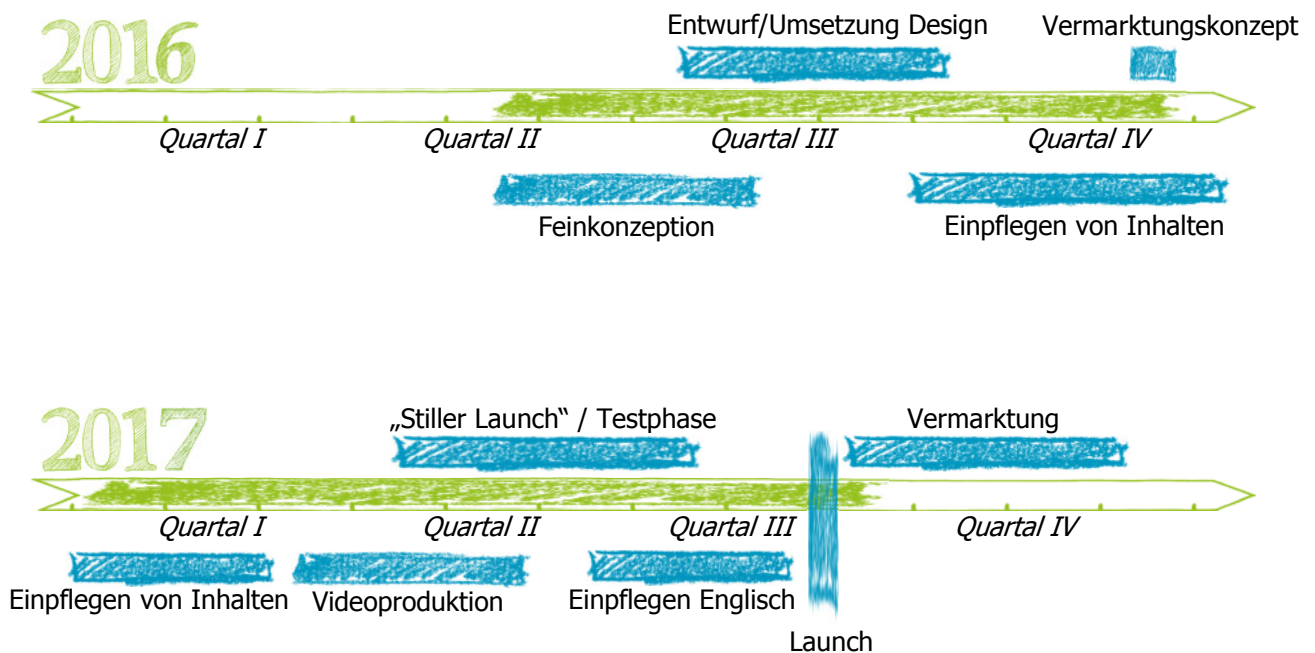
Dezember 2016: Erstellung eines Vermarktungskonzepts

März – April 2017: Produktion und Einbindung der Videos

April – Mai 2017: „Stiller Launch“ der Lern-Website als Testlauf ohne Vermarktungsmaßnahmen, Monitoring von Nutzerverhalten, Anpassung von Inhalten, Bereinigen technischer Fehler aus Testlauf

Juni-Juli 2017: Implementierung der englischen Website

September 2017: Offizieller Launch mit Vermarktungsmaßnahmen



Anhang: Screenshots

Startseite

[JETZT STARTEN!](#)

WIRKUNG LERNEN

Für alle, die Gutes noch besser tun wollen




- DIE KAPITEL -



[JETZT STARTEN](#)

Schritt für Schritt zu mehr Wirkung!

Tagtäglich engagieren sich Hunderttausende, um die Gesellschaft ein Stück besser zu machen. Im Kiez, in der Region oder weltweit.

Sie möchten mit ihrer Arbeit möglichst viel *bewirken*. Aber was genau ist eigentlich *Wirkung*? Und wie kann man sie feststellen? Und planen?

All das möchten wir Ihnen in diesem Webangebot zeigen. Schritt für Schritt, kostenlos und ohne Anmeldung.

Hier geht es los...

WIRKUNG PLANEN

- Bedarfe ermitteln** 1
Das Problem verstehen und die Zielgruppen ermitteln
- Wirkungsziele setzen** 2
Die Ziele formulieren und den Handlungssatz wählen
- Wirkungslogik erarbeiten** 3
Wirkungen vorbereiten und planen

WIRKUNG ANALYSIEREN

- Wirkungsanalyse vorbereiten** 4
Wirkungsmessung, Monitoring und Evaluation
- Indikatoren entwickeln** 5
Wirkung überprüfbar machen
- Daten erheben** 6
Methoden und Qualitätskriterien
- Daten auswerten und analysieren** 7
Datenaufbereitung, -vergleich und -nutzung

WIRKUNG VERBESSERN

- Lernen und anpassen** 8
Nach der Wirkungsanalyse lernen und verbessern
- Über Wirkung berichten** 9
Strategie, Berichte, Transparenz
- Wirkung verbreiten** 10
Projekte verbinden und weiter wirken

DAS ERWARTET SIE

Wissen-Tests
Anwenden & Überprüfen
des Gelernten

Videos & Tutorials
Kurze Erklärfilme zeigen
verständlich, wie es geht

Downloads
Checklisten & Arbeitshilfen
zum direkten Loslegen

 [Empfehlen](#)
 [Teilen](#)
 [Drucken](#)
 [Share](#)



Übersetzt und gefördert durch






Kontakt · Impressum · Datenschutz · Über uns · PartnerInnen

Copyright © 2016 PHINEO gAG

Interaktive Navigation



Beispielhafte Inhaltsseite

Home

Was passiert hier?

1 WIRKUNG PLANEN >

2 WIRKUNG ANALYSIEREN >

Vorbereitung >

Wirkungsanalyse

Monitoring & Evaluation

Wann?

Wer?

Kosten

Fragestellung

Wissen überprüfen

Indikatoren entwickeln >

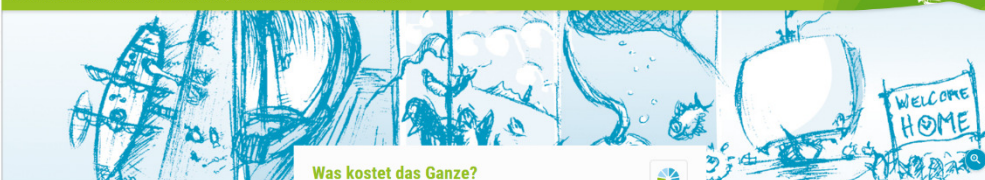
Daten erheben >

Daten auswerten >

3 WIRKUNG ENTFALTEN >

STAGE >

KURSBUCH TESTING Das Praxishandbuch für alle, die Gutes noch besser tun wollen



Was kostet das Ganze?

© Lesezeit: 1 Minute

Natürlich stellt sich auch die Frage: Wie viel kostet M&E und woher kommt das Geld dafür? Erfahrungsgemäß kostet eine angemessene Wirkungsanalyse **zwischen drei und zehn Prozent des Projektbudgets**. Das beinhaltet vor allem die Personalkosten. Dazu kommen Druckkosten für den Evaluationsbericht, Kosten für die Kommunikation der Ergebnisse und eventuell Reisekosten.

In der Realität sind meistens überhaupt keine Mittel eingeplant (was häufig daran liegt, dass viele Mittelgebende noch zu wenig Interesse an Wirkungszusammenhängen haben).

Ohne Budget wird es tatsächlich schwer, aber wenn Sie doch ein paar Mittel erübrigen können, wäre das immerhin ein Anfang. Es gibt durchaus [günstige Methoden der Datenerhebung und -auswertung](#), auf diese kommen wir später zu sprechen.

Generell gilt: Bei einem schmalen Budget ist es sinnvoll, lieber einen kleinen, dafür aber relevanten Teil des Projekts zu evaluieren.

So halten Sie die Kosten überschaubar

- Sind die zu sammelnden Informationen wirklich (wirklich?) relevant?
- Liegen die Daten vielleicht schon andersorts vor?
- Ist die Stichprobe angemessen oder doch zu groß?
- Gibt es kostengünstigere Erhebungsinstrumente?
- Welche Aufgaben können Sie kostensparend inhouse übernehmen?

Realistisches Erwartungsmanagement bei der Wirkungsanalyse

Mit einer Wirkungsanalyse sind häufig (zu) hohe Erwartungen verbunden: Zum einen wollen die Projektbeteiligten wissen, ob das Projekt die erwünschten Wirkungen zeigt. Zum anderen wünschen auch die, die das Geld geben, Wirkungsnachweise.

Ihre Erwartungen sollten sich im Wesentlichen daraus speisen, welche Ressourcen Ihnen zur Verfügung stehen und welche Datenerhebungsmethoden Sie anwenden.


Mit wenig Geld müssen Sie auf preisgünstige (und wenig aussagekräftige) Erhebungsmethoden zurückgreifen, deren Resultate überschaubar sein werden.

Entsprechend zurückhaltend sollte sich Ihr Erwartungsmanagement gestalten.

< Vorheriges Kapitel
WER?


Nächstes Kapitel
FRAGESTELLUNG >

Empfehlen |
 Tweeten |
 Sichern |
 Teilen



Übersetzt und gefördert durch
BertelsmannStiftung

Vollqualifizierte
BeraterInnen



Kontakt · Impressum · Datenschutz · Über uns · PartnerInnen

Copyright © 2016 PHINEO gAG

Wissens-Test

Home

Was passiert hier?

1 WIRKUNG PLANEN

Was ist Wirkung?

Bedarfe ermitteln

Bedarfe verstehen

Wozu und wann?

Für wen und was?

Leitfragen

Recherche

Zielgruppen und Bedarfe

Stakeholder

Das Problem verstehen

Wissen überprüfen

Wirkungsziele setzen


Wirkungslogik erstellen

2 WIRKUNG ANALYSIEREN

3 WIRKUNG ENTFALTEN

STAGE

KURSBUCH TESTING Das Praxishandbuch für alle, die Gutes noch besser tun wollen

Wissen überprüfen: Bedarfserhebung 

© Lesezeit: 5 Minuten

ABSCHLUSSTEST

WISSEN ÜBERPRÜFEN: BEDARFE, UMFELD UND ZIELGRUPPEN Punkte: 0 / 6

Woa dient eine Bedarfs- und Umfeldanalyse hauptsächlich?

Um eine Lösung für das gesellschaftliche Problem zu finden


Um das Projekt punktgenau auf die Zielgruppe zuzuschneiden






Um die Konkurrenz im Blick zu behalten

WEITER

← Letztes Kapitel DAS PROBLEM VERSTEHEN

Nächstes Kapitel WIRKUNGSZIELE →



PHINEO  unterstützt und gefördert durch BertelsmannStiftung     Kontakt · Impressum · Datenschutz · Über uns · PartnerInnen Copyright © 2016 PHINEO gAG

Interaktive Wirkungstreppe

Home

Was passiert hier?

1 WIRKUNG PLANEN

Was ist Wirkung?

Bedarfe ermitteln

Wirkungsziele setzen

Wirkungslogik erstellen

Wirkungslogik

Funktion

Bestandteile

Logik erstellen

Wirkungskreislauf

Wissen überprüfen

2 WIRKUNG ANALYSIEREN

3 WIRKUNG ENTFALTEN

STAGE

Wissen anwenden: Die Wirkungstreppe 

© Lesezeit: 6 Minuten

Die Stufen der Wirkungstreppe

Aufgabe: Bringen Sie die Stufen der Wirkungstreppe per Drag&Drop in die richtige Reihenfolge. Sollten Sie noch unsicher sein, schauen Sie sich am besten noch einmal die Bestandteile der Wirkungslogik an.

Zielgruppen ändern ihr Handeln

Zielgruppen verändern Bewusstsein bzw. Fähigkeiten

Gesellschaft verändert sich

Zielgruppen werden erreicht

Aktivitäten finden wie geplant statt

Ab dieser Stufe spricht man von Wirkung

Lebenslage der Zielgruppen ändert sich

Zielgruppen akzeptieren Angebote

IMPACT

OUTCOME

OUTPUT

Über Output und Outcome unterscheiden