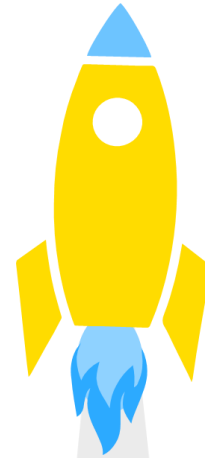


Unser Weg zu mehr Wirkungsorientierung im Reporting



Webinar (3.4.2025): Wirkung erkennen und nutzen | Als Stiftung Reporting strategisch einsetzen



Wer wir sind

Die Stiftung der Deutschen Fernsehlotterie

„fördert soziale Projekte und Initiativen, die sich positiv und unmittelbar auf das Zusammenleben in Deutschland auswirken. Die von uns geförderten Projekte sollen die Lebenssituation von Menschen verbessern, die aus sozialen oder gesundheitlichen Gründen von Benachteiligung betroffen oder bedroht sind. Wir fördern dort, wo eine Gemeinschaft von Menschen in ihrer Lebenssituation gestärkt wird oder die Aufwertung nachbarschaftlicher Lebensräume das Ziel ist.“

Mittelvergabe seit 1967:
> 2 Mrd. EUR

Bewilligte Förderungen
2024: 304

Mittelvergabe in 2024:
48 Mill. EUR

Unser Ziel: mehr Wirkungsorientierung!

Unsere Ziele

Wirkungsorientierung wird ein fester Bestandteil unserer Bewerbungs- und Berichtsverfahren.

Wir kennen unsere direkte Wirkung und gewinnen ein Steuerungsinstrument das wir aktiv nutzen.

Wir befähigen Organisationen in Bewerbungen ihre Wirkungsziele darzustellen und in Berichten den Grad der Zielerreichung abzubilden.

Stetig:
Beobachten und
Lernen



2024:
Entwicklung
Wirkungsmatrix für
Pilotbetrieb



2025:
Umsetzung in
wenigen
Förderbausteinen



Wir befinden
uns hier.

**Frühjahr 2025:
Feedback**

Doch zuerst: Eine Anekdote aus dem Kaffeeanbau



Experten
trainer

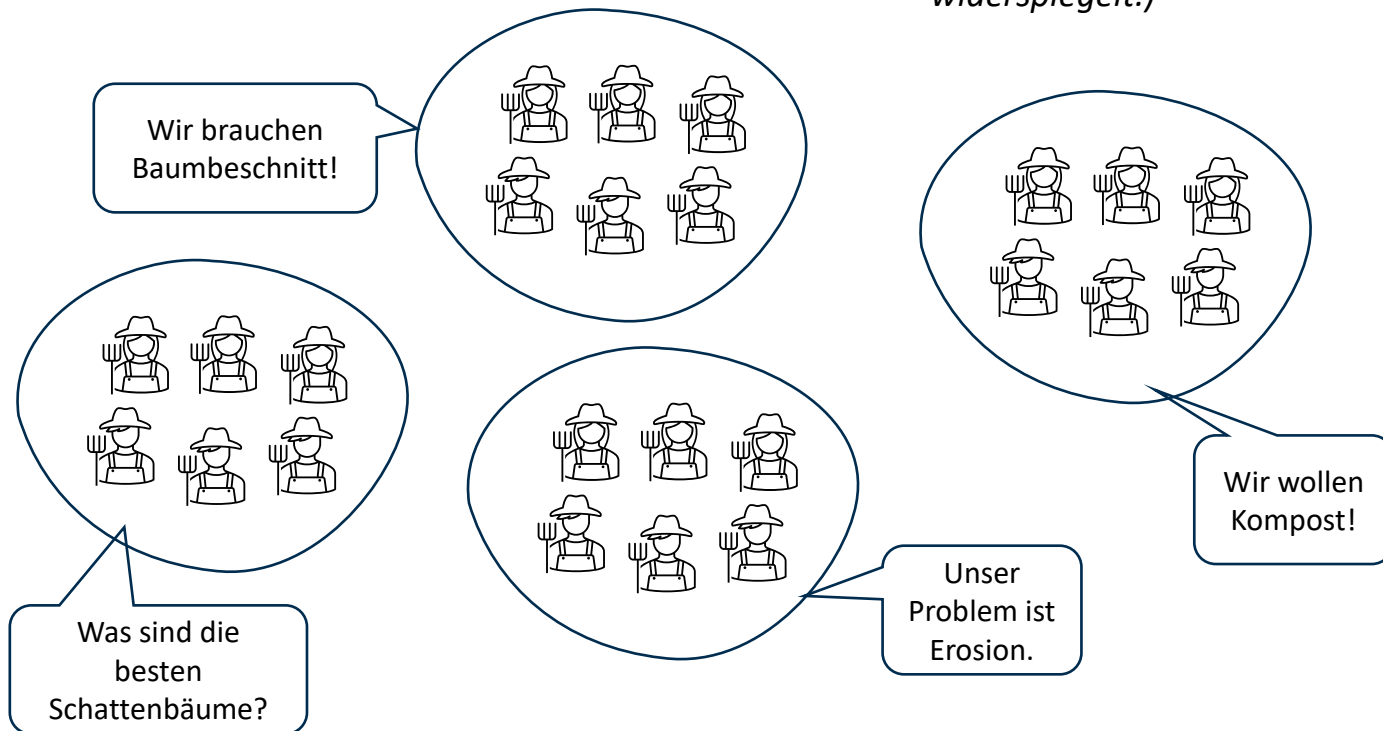
„Jede Gruppe kriegt das
Training, was sie braucht!“

Wirkungs
messung

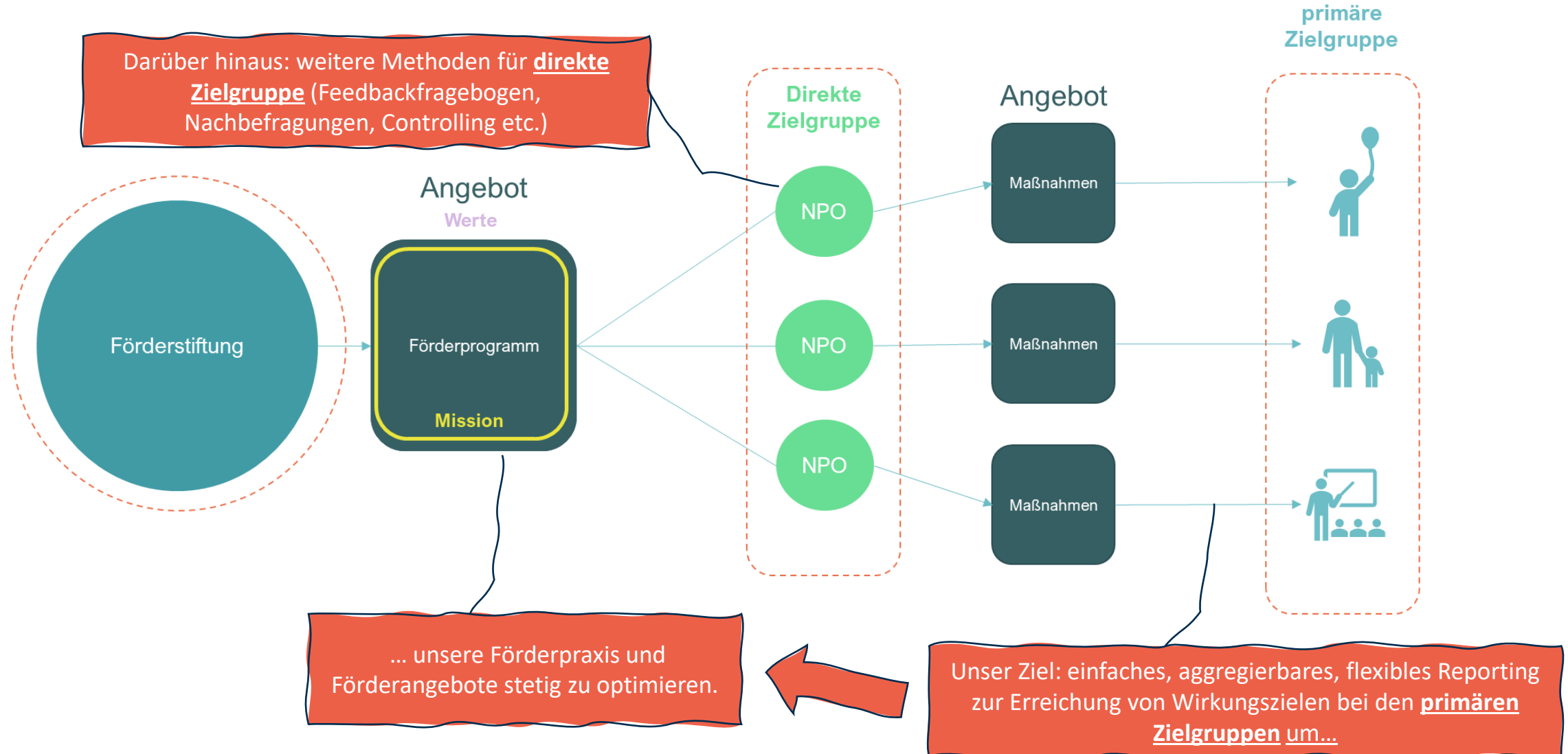


„Und um zu schauen ob es
funktioniert, kriegt jede Gruppe
denselben Fragebogen für alle
Anbaupraktiken!“

(Auch wenn das gar nicht die
relevanten Wirkungsziele
widerspiegelt.)



Reporting ist das zentrale Element für unsere Zielerreichung



Dafür führen wir schrittweise zwei neue Kennzahlen ein

Zielerreichung der
Wirkungsziele

Wirkungstiefe der
Förderungen

Grundlage:

Wirkungsmatrix

zur systematischen Erfassung von Wirkungszielen in der Bewerbung
sowie der Zielerreichung in der Umsetzung

Kennzahl 1: Zielerreichung der Wirkungsziele

SCHRITT 1 – die Wirkungsmatrix in der Fördermittelbewerbung

Bitte listen Sie alle Zielgruppen, die Sie mit Ihrem Vorhaben direkt erreichen wollen. Beschreiben Sie, welche Wirkung das Vorhaben auf das Leben der Zielgruppe haben wird.

Direkte Zielgruppe 1

Name der Zielgruppe <i>Wer ist Ihre Zielgruppe</i>	Beschreibung Zielgruppe <i>Bitte beschreiben Sie die Zielgruppe detailliert</i>	Anzahl <i>Wie groß ist Ihre Zielgruppe?</i>	Zielgruppe Klassifikation <i>Durch DHW ausgefüllt</i>
--	---	---	---

	<i>Beabsichtigte Wirkung</i>	<i>Wirkungstiefe</i>		
1				
2				
3				

Direkte Zielgruppe 2

...

In der Bewerbung können beliebig viele weitere Zielgruppen erfasst werden-

Kennzahl 1: Zielerreichung der Wirkungsziele

SCHRITT 2 – die Wirkungsmatrix im Sachbericht

Bitte listen Sie alle Zielgruppen, die Sie mit Ihrem Vorhaben direkt erreichen wollen. Beschreiben Sie, welche Wirkung das Vorhaben auf das Leben der Zielgruppe haben wird.

Direkte Zielgruppe 1

Name der Zielgruppe <i>Wer ist Ihre Zielgruppe</i>	Beschreibung Zielgruppe <i>Bitte beschreiben Sie die Zielgruppe detailliert</i>	Anzahl <i>Wie groß ist Ihre Zielgruppe?</i>	Zielgruppe Klassifikation <i>Durch DHW ausgefüllt</i>
--	---	---	---

	<i>Beabsichtigte Wirkung</i>	<i>Wirkungstiefe</i>	<i>Wirkungserreichung Mittelabruf</i>	<i>Wirkungserreichung Verwendungsnachweis</i>
1				
2				
3				

Skala:
 1 ... Noch keine Wirkung
 2 ... Wirkung sichtbar, aber weniger als erwartet
 3 ... Auf Kurs zur Zielerreichung
 4 ... Finales Ziel für Gesamtvorhaben bereits erreicht
 9 ... Nicht mehr relevant / Ziel gestrichen

Skala:
 1 ... Nicht eingetreten
 2 ... in geringem Maße eingetreten
 3 ... zu etwa 50% eingetreten
 3 ... Weitestgehend eingetreten
 4 ... vollständig eingetreten
 5 ... in höherem Maße als geplant eingetreten

Kennzahl 1: Zielerreichung der Wirkungsziele

SCHRITT 2 – die Wirkungsmatrix im Sachbericht

Direkte Zielgruppe 1		
Name der Zielgruppe		Jugendliche
Beschreibung der Zielgruppe		Jugendliche im Alter von 13-17 Jahren in drei Stadtteilen in Hamburg.
Anzahl		1500
Beabsichtigte Wirkung		Ist das Vorhaben auf dem Weg die beabsichtigte Wirkung zu erreichen?
1	Konflikthäufigkeit und Konfliktschwere unter Jugendlichen in den Stadtteilen verringert sich spürbar.	3 ... zu etwa 50% eingetreten
2	Jugendliche haben Wissen über gewaltfreie Kommunikation erworben. Sie haben ihre Einstellung zu Konflikten in ihrem Lebensumfeld verändert.	5 ... Wirkung vollständig eingetreten
3		

- In Sachberichten und Abschlussberichten geben die Förderorganisationen den momentanen Grad der Zielerreichung anhand einer Skala an.
- Sie nutzen die im Antrag formulierten Wirkungsziele.
- Sie begründen ihre Einschätzung im Bericht und in Meilensteingesprächen.

Im Verwendungsnachweis: Begründen Sie Ihre Einschätzung zur erzielten Wirkung

Das Angebot wurde durch die Zielgruppe sehr gut angenommen und Befragungen nach der Intervention sowie drei Monate nach Ende haben ergeben, dass teilnehmende Jugendliche die erlernten Methoden wiedergeben können und daraufhin ihre Einstellung zu Konflikten geändert haben. Wir sehen dieses Wirkungsziel als erreicht an.

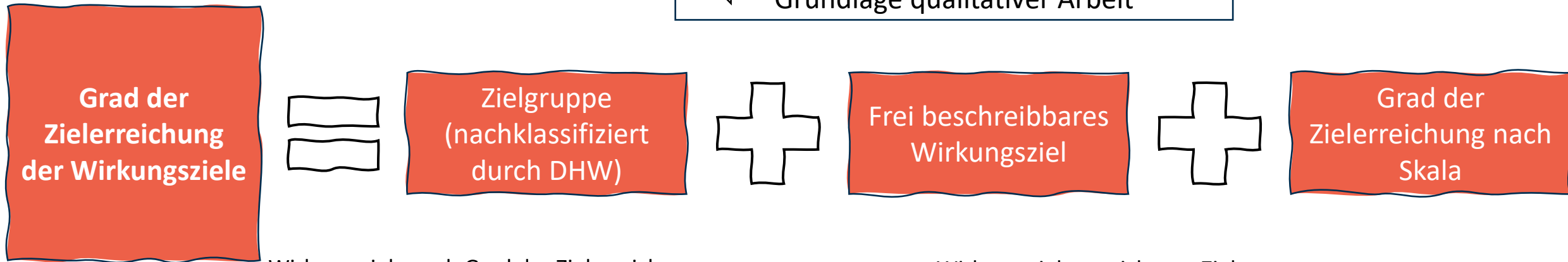
Die geplanten Gespräche mit Stakeholdern und dem Steuerungskreis zu Projektende ergaben, dass die ausgetragenen Konflikte im Stadtteil nicht so stark zurückgingen wie erhofft. Wir vermuten, dass nicht genügend Jugendliche am Vorhaben teilgenommen haben (kritische Masse) und andere Faktoren im Leben der Jugendlichen ebenfalls adressiert werden müssen, um dieses Wirkungsziel zu erreichen. Der Evaluationsbericht führt mögliche Anschlussvorhaben aus Sicht der Stakeholder auf, um sich dem Wirkungsziel weiter zu nähern.

Kennzahl 1: Zielerreichung der Wirkungsziele

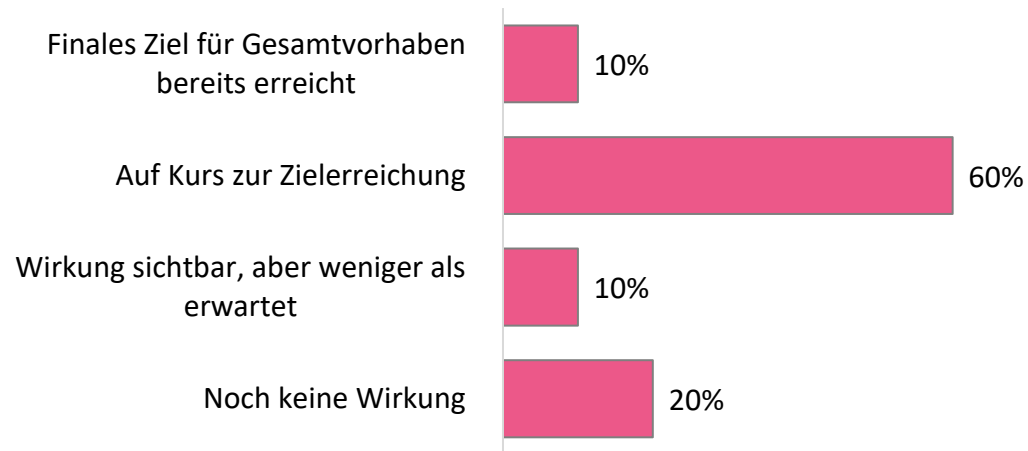
SCHRITT 3 – Berichterstattung



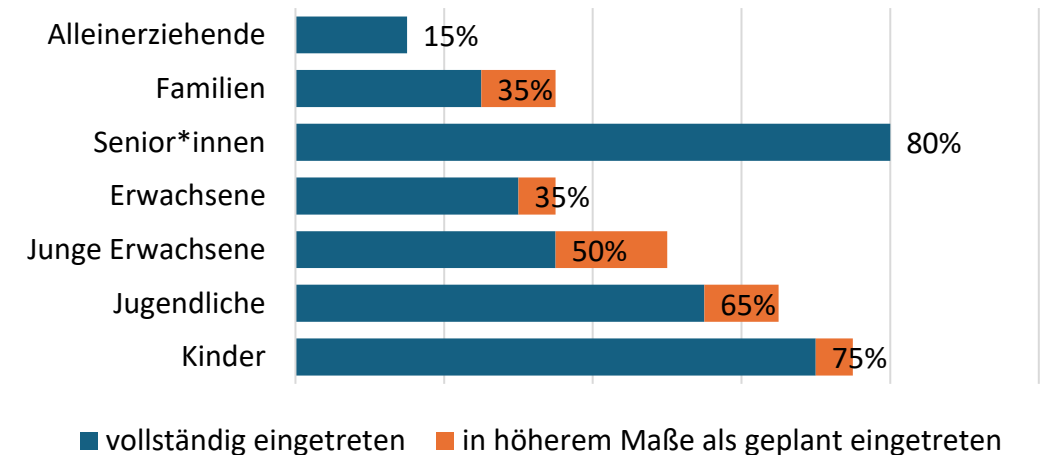
Quantitative Analyse ist die Grundlage qualitativer Arbeit



Wirkungsziele nach Grad der Zielerreichung

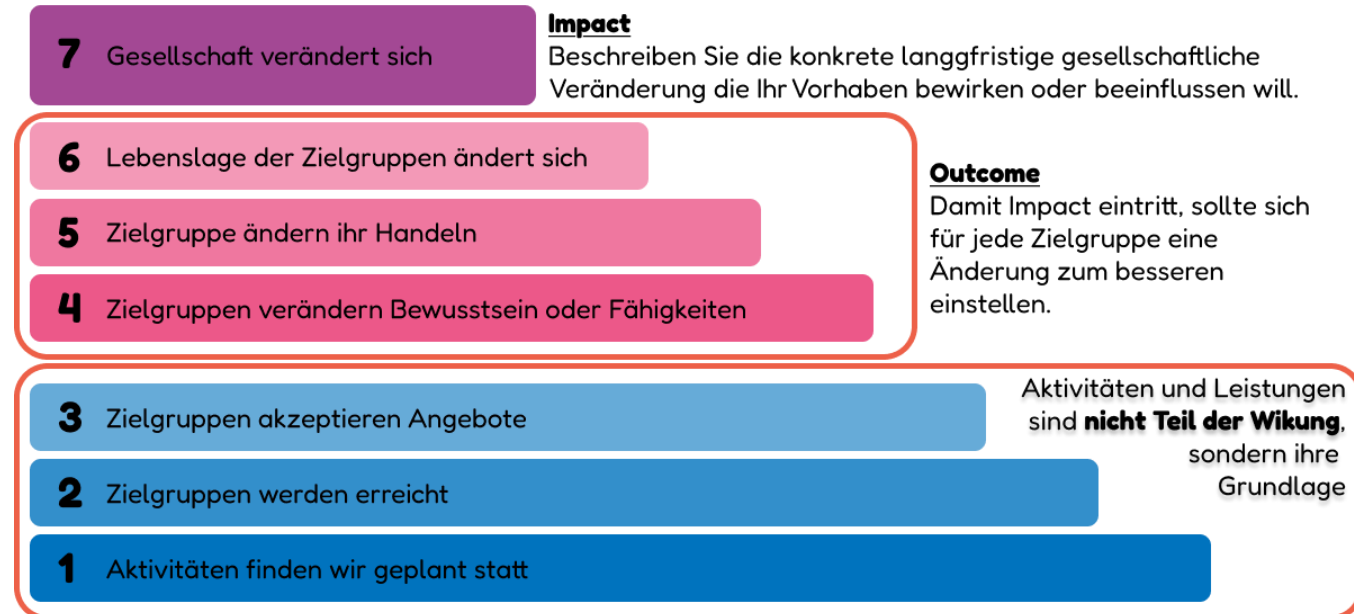


Wirkungsziele erreicht pro Zielgruppe



Kennzahl 2: Wirkungstiefe der Förderungen

- Die **Förderpartner**...
 - können die Wirkungsziele pro Zielgruppe frei definieren.
 - sind für die Erreichung der Ziele verantwortlich. Wir unterstützen durch Förderung und Beratung.
- **Wir** stellen bei Antragsstellung zwei Dinge sicher:
 - Es handelt sich um Wirkungsziele (also Outcome oder Impact)
 - Die Wirkungsziele sind nach der Tiefe der Wirkung klassifiziert und festgehalten (Auf welcher Stufe der Wirkungstreppe befindet sich das Wirkungsziel?)



Abgewandelt aus Phineo Kursbuch Wirkung

Kennzahl 2: Wirkungstiefe der Förderungen

SCHRITT 1 – Wirkungstiefe pro Wirkungsziel bestimmen

Direkte Zielgruppe 1

Name der Zielgruppe

Wer ist Ihre Zielgruppe

Beschreibung Zielgruppe

*Bitte beschreiben Sie die Zielgruppe
detailliert*

Anzahl

Wie groß ist Ihre Zielgruppe?

Zielgruppe Klassifikation

Durch DHW ausgefüllt

	<i>Beabsichtigte Wirkung</i>	<i>Wirkungstiefe</i>	<i>Wirkungserreichung Mittelabruf</i>	<i>Wirkungserreichung Verwendungsnachweis</i>
1				
2				
3				

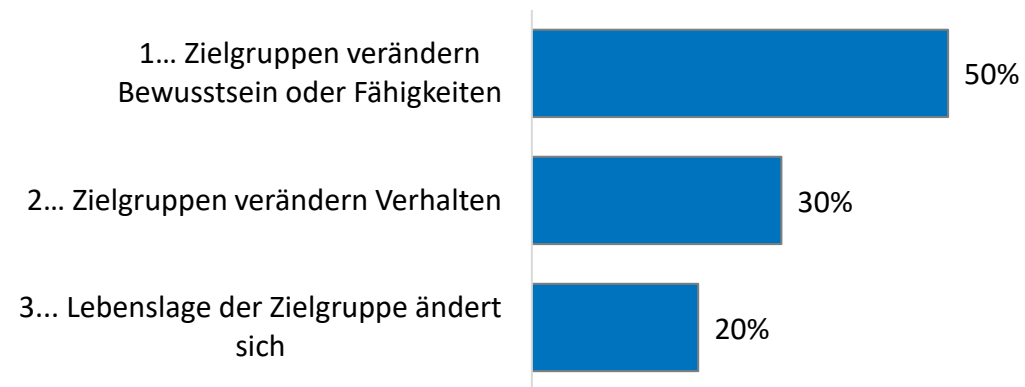
Diese Spalten werden durch
uns ausgefüllt.

Wirkungstiefe der Förderungen

SCHRITT 2 – Berichterstattung



Wirkungsziele nach Grad der Zielerreichung



An illustration of four diverse people in conversation. On the left, a man with red hair and a beard is smiling. Next to him is a woman with dark hair, also smiling. In the center, a woman with dark curly hair is speaking, with a large dark speech bubble above her head. On the right, a man with a beard and dark hair is listening. The background is a gradient of orange and red.

Fragen? Anregungen?
Kommentare?

Vielen Dank!

Tobias Voigt

Referent Evaluation & Wirkung

Deutsches Hilfswerk SdbR

Axel-Springer-Platz 3

20355 Hamburg

T: 040 / 80 90 359 - 04

F: 040 / 41 41 04 - 14

t.voigt@deutsches-hilfswerk.de