

Wirkungsorientierung – Zeigen, was wir leisten

Autor/in Maja Graf und Fanni Dahinden, Fachstelle vitamin B

Warum ist Wirkungsorientierung auch für Vereine wichtig?

Viele Vereine finanzieren sich durch Mitgliederbeiträge, aber auch durch Spenden und/oder Fördererinstitutionen wie Stiftungen oder die öffentliche Hand. Kommt eine Unterstützung zustande, wird heute meist verlangt, die Erfolge der Arbeit des Vereins – also seine Wirkung – zu messen und nachzuweisen. Das Instrument dafür ist eine Wirkungsanalyse.

Mit einer Wirkungsanalyse messen Sie, ob die Ziele des Vereins erreicht werden. Gleichzeitig überprüfen Sie, ob ihre (begrenzten) Ressourcen effizient eingesetzt sind und mit welchen Aktivitäten sie die beste positive Wirkung erzielen. Sie erkennen, wo und wie sie Ihre Arbeit verbessern können, wo Herausforderungen liegen und wie man ihnen begegnen kann. Gleichzeitig gewinnen Sie Daten und Geschichten, die Sie nutzen können, um über Ihre Arbeit zu berichten und Ihr Fundraising zu unterstützen. Sie können potenzielle Unterstützende überzeugen, indem Sie die positive Wirkung Ihrer Organisation oder Ihres Projekts verdeutlichen.

Mit einer Wirkungsanalyse zeigen Sie zudem Stakeholdern, Spender:innen und Unterstützenden den Mehrwert auf, der sich aus den Angeboten und Leistungen des Vereins ergibt. Zudem zeigen Sie ihnen, dass Sie sich aktiv mit den erzielten Ergebnissen auseinandersetzen und transparent über die Wirkung berichten.

Woran erkennt man die Leistung des Vereins?

Die Wirkungsanalyse weist Aktivitäten / Leistungen des Vereins aus (Output) und zeigt deren Wirkungen auf, sowohl auf die Zielgruppen (Outcome) wie auch auf das gesellschaftliche Umfeld (Impact). Die Wirkungsanalyse versucht aufzuzeigen, ob und in welchem Mass eine Wirkung erreicht wurde. Sie besteht aus diesen Schritten:

Input: Aufgewendete Ressourcen

Wie viele resp. welche Ressourcen des Vereins fließen in das Angebot?
→ Arbeitsstunden, Sachleistungen, Finanzen

Output: Messbare Ergebnisse

Welche Leistungen erbringt der Verein und welche Zielgruppen werden erreicht?
→ Angebote, Projekte, Programme

Outcome: Unmittelbare Nutzen

Welche Veränderungen treten bei der Zielgruppe ein und in welchem Ausmass?
→ Evaluationen, Umfragen

Impact: Gesellschaftlicher Mehrwert

Zu welchen gesellschaftlichen Entwicklungen trägt das Angebot des Vereins bei?
→ Reflexionen, Annahmen

Beispiel: Ein Verein hilft Jugendlichen bei der Suche nach einer Lehrstelle

Input:	Wie viele Schulungsräume, Ausbilder:innen und Lernunterlagen stellt der Verein dafür jährlich zur Verfügung?
Output:	Wie viele Nachhilfestunden und Bewerbungstrainings pro Jahr führt der Verein durch? Wie viele Jugendliche nehmen teil?
Outcomes:	Jugendliche werden fähig, selbstständig qualitativ gute Bewerbungsunterlagen zu erstellen, die Schule mit einem guten Abschluss zu verlassen und einen Ausbildungsplatz zu finden. Wie viele erfolgreiche Abschlüsse resp. Stellenantritte konnten pro Jahr erreicht werden? Wie zufrieden waren die Jugendlichen mit dem Angebot des Vereins?
Impact:	Verringerung der Jugendarbeitslosigkeit (z.B. in einem Stadtquartier, einer Gemeinde). Gibt es dazu Zahlen?

Wie misst man die Wirkung?

Wirkung wird mit Monitoring und Evaluation gemessen. Mit Monitoring werden regelmässig Informationen gesammelt, z.B. Anzahl und Dauer von Anlässen, Besucherzahlen und daraus Statistiken erstellt. Monitoring eignet sich insbesondere für die Erhebung von Input und Output.

Outcome und insbesondere Impact sind schwieriger mit statistischen Mitteln zu erfassen. Für Aussagen über unmittelbaren und gesellschaftlichen Nutzen eignen sich Evaluationen, also Befragungen (mündlich, schriftlich, online) und Reflexionen. Aussagen zu Impact beinhalten oft auch Annahmen.

Wie erstellt man eine Wirkungsanalyse?

1. *Zieldefinition:* Definieren Sie die Ziele des Vereins. Formulieren Sie klar, was Sie erreichen wollen und welchen positiven Einfluss Sie erzielen möchten.
2. *Identifizierung der Wirkungsindikatoren:* Bestimmen Sie messbare Indikatoren, die den Erfolg oder die Wirkung der Aktivitäten des Vereins widerspiegeln. Diese Indikatoren sollten direkt mit den Zielen verknüpft sein und helfen, den Fortschritt zu messen.
3. *Datenerhebung:* Legen Sie fest, welche Daten Sie benötigen, um Ihre Wirkungsindikatoren zu messen. Das können quantitative Daten wie Zahlen, Statistiken oder Umfrageergebnisse sein, aber auch qualitative Daten wie Erfolgsgeschichten oder Feedback von Beteiligten.
4. *Datenanalyse:* Analysieren Sie die gesammelten Daten, um den Fortschritt und die Wirkung Ihrer Aktivitäten zu bewerten. Vergleichen Sie die Ergebnisse mit den Indikatoren und interpretieren Sie die Daten, um Erkenntnisse über die erreichte Wirkung zu gewinnen.
5. *Bewertung und Berichterstattung:* Bewerten Sie die Ergebnisse Ihrer Wirkungsanalyse und reflektieren Sie, ob Ihre Aktivitäten die gewünschte Wirkung erzielt haben. Erstellen Sie einen Bericht, der die wichtigsten Ergebnisse zusammenfasst und Empfehlungen für zukünftige Verbesserungen gibt.

6. *Kontinuierliche Verbesserung*: Nutzen Sie die gewonnenen Erkenntnisse, um Ihre Strategien, Angebote anzupassen und kontinuierlich zu verbessern.

Wirkungsanalysen sollten an die jeweiligen Kapazitäten und Ziele des Vereins angepasst sein. Auch kleinere Vereine können mit begrenzten Ressourcen Wirkungsanalysen durchführen, um ihre Arbeit zu verbessern und ihre Wirkung zu überprüfen und allenfalls zu verbessern, wenn sie sich auf zwei bis drei wichtige Fragen konzentrieren.

Weiterführende Links und Unterlagen

- Impact Guide Migros Pionierfonds: <https://engagement.migros.ch/dam/jcr:53c6b41c-3bc4-47b6-81bd-64eca4500de1/1.0-IMPACT-GUIDE-deutsch.pdf>
- www.projekte-mit-wirkung.ch
- Werkstatt Wirkung (Weiterbildungsangebot Stiftung Mercator Schweiz: <https://www.stiftung-mercator.ch/journal/werkstatt-wirkung>)