

Wirkungskommunikation in der Praxis: Einstieg in wirkungsorientiertes Berichten

Workshop 11:15-12:30 Uhr

OSGS Forum 2022
13.05.2022

PHINEO 
damit Engagement wirkt



Herzlich Willkommen



Stephanie Müller
Wirkungsexpertin
PHINEO gAG

PHINEO

damit Engagement wirkt





Agenda

Praxistipps zu Wirkung Berichten anhand des SRS (Social Reporting Standard)

- SRS *25 min.*
 - Aufbau: Leitfaden für Wirkungsberichte
 - Beispiele
- Tipps für Einsteiger*innen *15 min.*
 - Der erste Wirkungsbericht
 - "How to" Kurzbericht
- **Übung:** Storytelling mit Wirkungsmodell (Pitch) *30 min.*
- Fragen *15 min.*

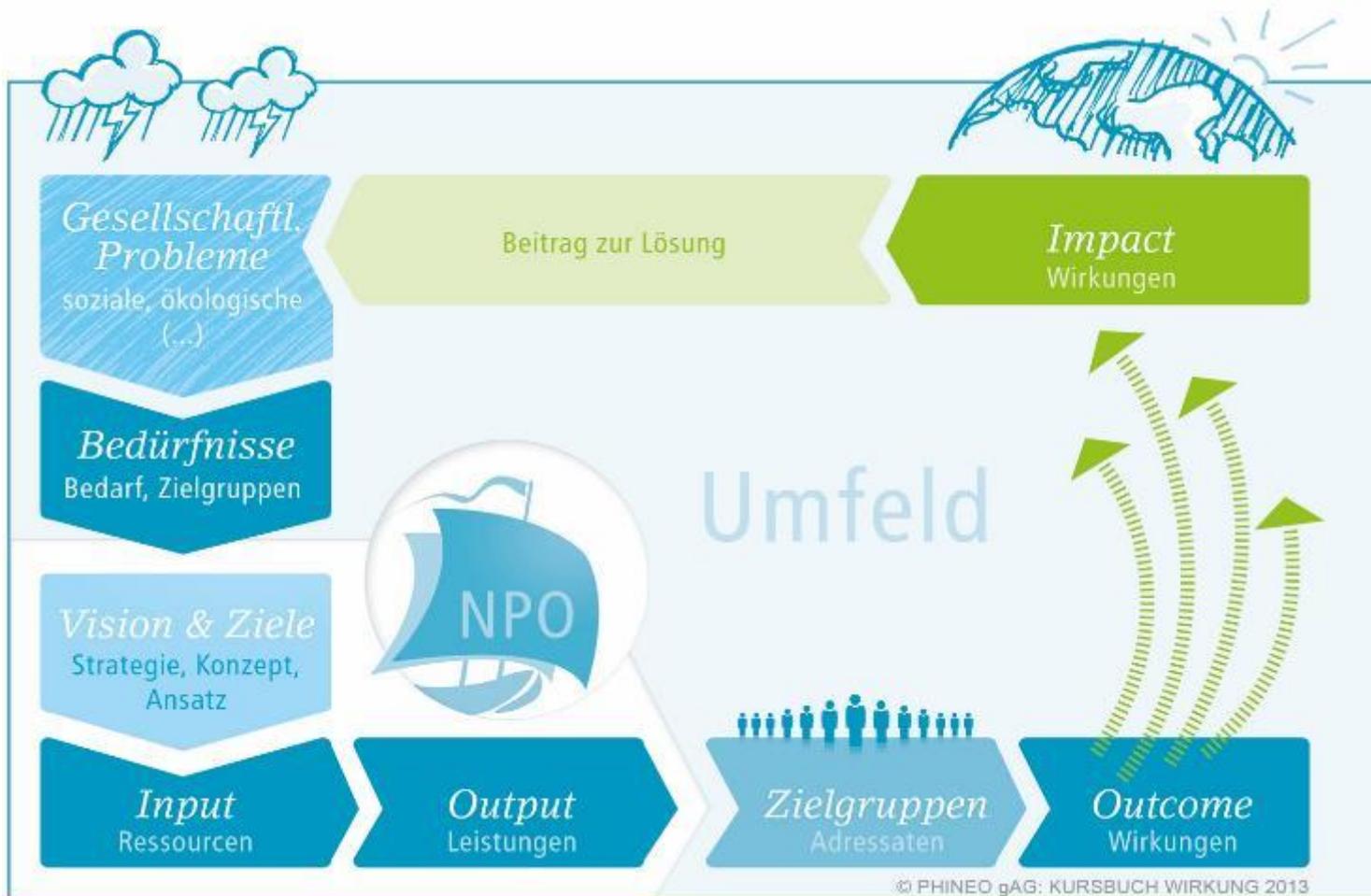
SRS – Social Reporting Standard

Aufbau





Der Wirkungskreislauf: Ein roter Faden für die Berichterstattung





Wirkungsorientiert berichten mit dem Social Reporting Standard (SRS)



- ✓ Einfach nutzbare **Vorlage** für Berichte
- ✓ Sichtbarkeit des gesellschaftlichen Wertes des Engagements
- ✓ Erfolgreiches Fundraising
- ✓ Bessere **Vergleichbarkeit** durch **einheitliche Sprache** und Systematik
- ✓ Qualitätsgewinn: Förderung wirkungsorientierter Steuerung und Lernkultur in der Organisation.

www.social-reporting-standard.de

→ Beispielberichte, Erklärvideos, Selbstlernprogramm,...





Auszug SRS-Inhaltsverzeichnis (1/2)

TEIL A – ÜBERBLICK

1. Einleitung

1.1 Vision und Ansatz

1.2 Gegenstand des Berichts

TEIL B – IHR ANGEBOT

2. Das gesellschaftliche Problem und Ihr Lösungsansatz

2.1 Das gesellschaftliche Problem

2.2 Bisherige Lösungsansätze

2.3 Ihr Lösungsansatz

2.3.1 Leistungen (Output) und direkte Zielgruppen

2.3.2 Intendierte Wirkungen (Outcome/Impact) auf direkte und indirekte Zielgruppen

2.3.3 Darstellung der Wirkungslogik

3. Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

3.1 Eingesetzte Ressourcen (Input)

3.2 Erbrachte Leistungen (Output)

3.3 Erreichte Wirkungen (Outcome/Impact)

3.4 Darstellung der Ressourcen, Leistungen und Wirkungen im Berichtszeitraum

3.5 Maßnahmen zur begleitenden Evaluation und Qualitätssicherung

4. Planung und Ausblick

4.1 Planung und Ziele

4.2 Einflussfaktoren: Chancen und Risiken



Auszug SRS-Inhaltsverzeichnis (2/2)

- **5. Organisationsstruktur und Team**
- 5.1 Organisationsstruktur
- 5.2 Vorstellung der handelnden Personen
- 5.3 Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke

TEIL C – IHRE ORGANISATION

- **6. Organisationsprofil**
- 6.1 Allgemeine Angaben über die Organisation
- 6.2 Governance der Organisation
 - 6.2.1 Leitungs- und ggf. Geschäftsführungsorgan
 - 6.2.2 Aufsichtsorgan
 - 6.2.3 Interessenskonflikte
 - 6.2.4 Internes Kontrollsystem
- 6.3 Eigentümerstruktur, Mitgliedschaften und verbundene Organisationen
 - 6.3.1 Eigentümerstruktur der Organisation
 - 6.3.2 Mitgliedschaften in anderen Organisationen
 - 6.3.3 Verbundene Organisationen
- 6.4 Umwelt- und Sozialprofil
- **7. Finanzen und Rechnungslegung**
- 7.1 Buchführung und Rechnungslegung
- 7.2 Vermögensrechnung
- 7.3 Einnahmen und Ausgaben
- 7.4 Finanzielle Situation und Planung

Wie du den Social Reporting Standard für dich nutzt

- ✓ Nutze den SRS- Bericht zum **Lernen** und zum Identifizieren von Lücken bzgl. Wirkungsorientierung
- ✓ Nimm dir **Zeit** für die Implementierung und plane ausreichend **Ressourcen** ein
- ✓ Erstelle den SRS-Bericht möglichst im **Team**
- ✓ Nutze Erprobtes und **Vorhandenes**
- ✓ Profitiere von reduziertem Aufwand bei **Folgeberichten**
- ✓ Entwickle Templates und **Leitfäden** für die interne Datenerhebung
- ✓ Vermeide **unrealistische Erwartungen** durch überzogene Wirkungsbelege

SRS – Social Reporting Standard

Beispiele





3 Organisationen und ihre Berichterstattung



GemüseAckerdemie



<https://www.start-stiftung.de/stipendium/wirkung/>

<https://www.quinoa-bildung.de/wirkung/>

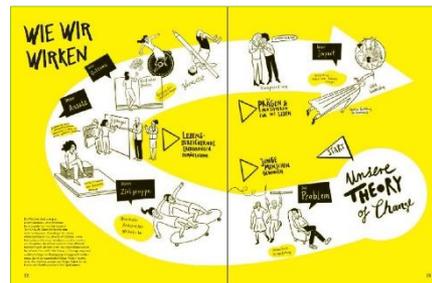
<https://www.gemueseackerdemie.de/ueber-uns/wirkung/>



START-Stiftung: Wirkungsbericht 2020



- **Wirkungslogik** als grafische (Held*innen-) Geschichte
- **Zweigeteilt**: Vorderer Teil ansprechend gestaltet, hinterer Teil rein textlich SRS-Inhalte



<https://www.start-stiftung.de/stipendium/wirkung/>



Quinoa Bildung: Wirkungsbericht 2019



- **SRS-Struktur**, weniger ausführlich, dafür lesefreundlich
- **Schwerpunkte** jeweils mit Bild, Zitat, Interview, Wirkungstreppe und Einzelgeschichte



Beziehungsarbeit
an Schulübergangspunkten

Wirkungstreppe

Inputs

Outputs

Outcomes

„Wo Konflikte in der Luft hängen, ist kein Platz für Mathematik.“

Wirkungsgeschichte

Interview: Paul Lück

Beziehungsarbeit
an Schulübergangspunkten

Wirkungstreppe

Inputs

Outputs

Outcomes

„Kinder lernen nicht von jemandem, den sie nicht mögen.“

Wirkungsgeschichte

Interview: Paul Lück

Sprachförderung
an Schulübergangspunkten

Wirkungstreppe

Inputs

Outputs

Outcomes

„In jedem Fach lernen die Schüler*innen auch Sprache.“

Wirkungsgeschichte

Interview: Marie Czek

Sprachförderung
an Schulübergangspunkten

Wirkungstreppe

Inputs

Outputs

Outcomes

„Sprache ist der Schlüssel zur Welt.“

Wirkungsgeschichte

Interview: Marie Czek

<https://www.quinoa-bildung.de/wirkung/>

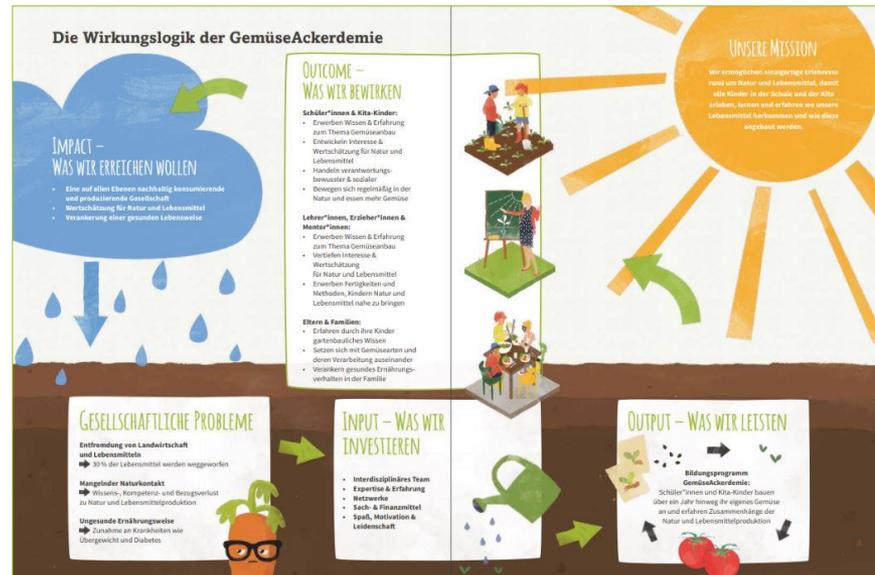


Gemüseackerdemie: Wirkungsberichte 2019 und 2020



GemüseAckerdemie

- **4 Wirkungsberichte** über 2020: Einer für die Gesamtorganisation, jeweils einer für die drei Programme
- **Wirkungslogik** als Acker-Grafik



<https://www.gemueseackerdemie.de/ueber-uns/wirkung/>

https://www.gemueseackerdemie.de/fileadmin/Redaktion/06_Ueber-uns/PDFs/GemueseAckerdemie_Wirkungsbericht_2019.pdf

Tipps: Dein erster Wirkungsbericht





Tipps für den ersten Bericht (1/4)

Bleib entspannt: du kommst auch erstmal ohne Daten zurecht

- wenige oder keine Daten = normal
- Der erste Bericht zeigt v.a., was fehlt, um wirkungsorientiert zu arbeiten

Der erste Bericht wird eher in die Zukunft gerichtet sein

- falls Ziele, Indikatoren und Daten fehlen: darüber berichten, was ihr bis zum kommenden Jahr implementieren wollt
- glaubwürdig und nachvollziehbar, wie ihr euch aktuell **mehr in Richtung Wirkung orientiert** (z.B.: Bedarfe und Berichtsprozess/-zyklus)

Hangle Dich am SRS-Leitfaden entlang

- Social Reporting Standard: Leitfaden für Berichterstattung von gemeinnützigen Organisationen. Er fragt gezielt Daten und Belege ab, die ihr auch für eure Fundraising-Argumentation nutzen könnt.



Tipps für den ersten Bericht (2/4)

Lass Dich von anderen inspirieren!

Welche Gestaltung passt zu euch? Entwickle einen Blick dafür, was eure Wirkung zügig und greifbar kommuniziert.

Fang klein an - 1: Vielleicht im ersten Schritt kein ganzer Bericht?

- Quick-Wins, um Schritt für Schritt ins Thema zu kommen.
- z.B. kleine Post-Reihe auf Social-Media-Kanälen, mit nur einer Zahl, einem Zitat, einer Geschichte der Veränderung

Fang klein an – 2 ... oder du berichtest erstmal nur über ein Teilprojekt?

So lernst du, worauf du mit Blick auf die gesamte Organisation achten solltest, von welchen Kolleg*innen du wann welche Infos brauchst – und was dich Berichterstattung im Ganzen an Zeit kostet.



Tipps für den ersten Bericht (3/4)

Fang klein an – 3: ...oder du startest mit einem Mini-Bericht.

- zu allen Bereichen des SRS nur jeweils 1-3 Sätze aus dem Stehgreif
- Abschnitte, zu denen dir nichts einfällt: vermerke interne Ansprechpartner*innen

Wie können wir das ansprechend gestalten?

Design-Tools & Pro Bono Gestalter*innen

- <https://www.youvo.org/> Finde Kreative, die sich sozial engagieren wollen.
- <https://vostel.de/de/> Verknüpfung von Ehrenamtlichen und gemeinnützigen Organisationen
- selbst gestalten: Powerpoint (oder PAGES auf Apple-Produkten) ein guter Anfang.
- <https://theslidequest.com/> liefert für beide Programme Vorlagen und ist bezahlbar (ca. 50€ einmalig).
- Starten mit Flyer oder Instagram-Posts: (https://www.canva.com/de_de/) für Designs. Canva Pro ist für gemeinnützige Organisationen kostenlos.



Tipps für den ersten Bericht (4/4)

Digital ist genug: Es muss keine gedruckte Broschüre sein

- drucken ist aufwendiger und weniger nachhaltig, als z.B. kleine Präsentation als PDF auf Website oder einzelne Ausschnitte des Reporting in Website/Newsletter
- Ob eure Förder*innen z.B. lieber etwas Hübsches in der Hand halten oder sich am liebsten online informieren lassen, wisst ihr am besten – wenn nicht, fragt sie!

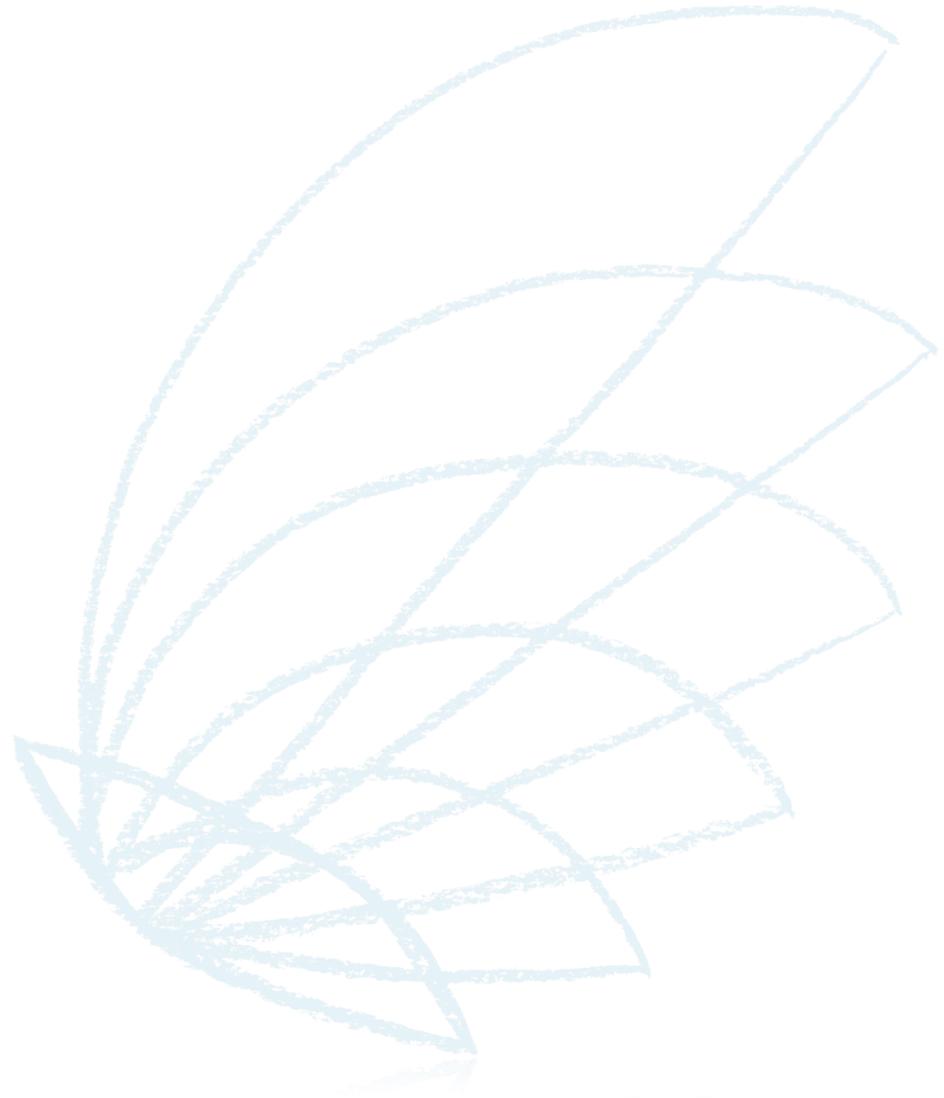
Am wichtigsten: Was ist gerade das Beste für euch?

Weshalb, für wen und in welchem Umfang soll es einen Wirkungsbericht geben? Von euren Zielen und Kapazitäten leitet sich alles ab: Wie groß, wie „schön“ und was ihr genau bis wann wem berichten wollt. Nimm dir Sparringpartner*innen aus deinem Team, um diese Fragen zu klären.

Bonus-Tipp: Nutze den Bericht als Planungs- und Organisationsentwicklungstool!

Du kannst viele Bereiche des SRS nicht ausfüllen? Der erste Schritt auf eurem Weg, euch als Organisation zu verbessern und wirkungsorientiert weiterzuentwickeln: Organisiere Lernrunden, in denen ihr euch gemeinsam diesen Fragen widmet!

How To: Kurzbericht





Kurzporträt: Zum Gespräch kommen





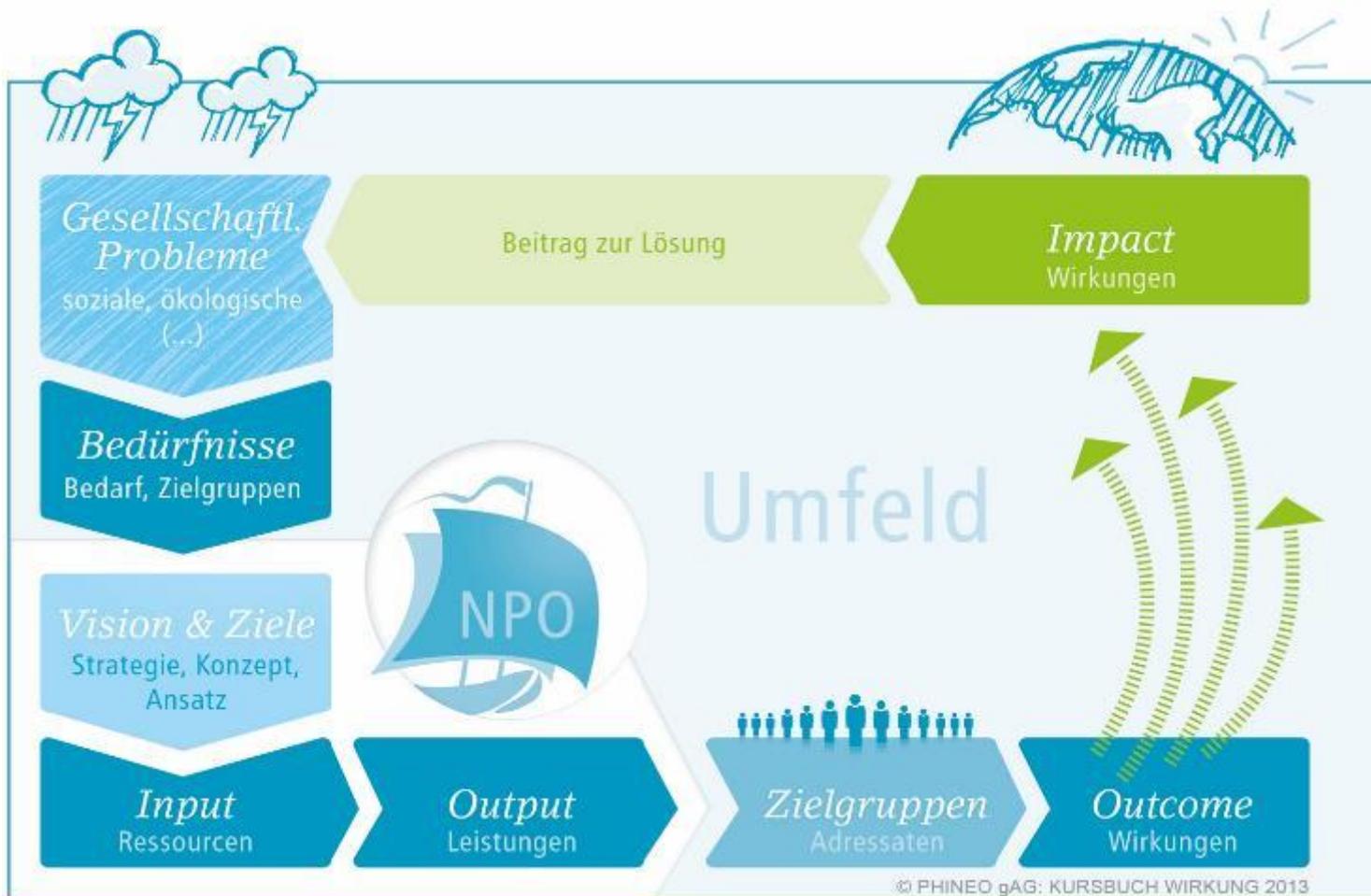
Beispiel: Children for a better World e.V.

- 12 Seiten, DIN Brief,
 - Anschaulich: 6 Bilder, 6 Zitate
1. Deckblatt
 2. Hintergrund & Vision
 3. Ziele & Zielgruppe
 4. Ansatz: Förderung fin. + inhaltl. + ideell
 5. „Förderin“: Zitat Elke Büdenbender
 6. Wirkung: Wortwolke der ZG zur Erfahrung
 7. (Corona 2020: Spezielles Engagement)
 8. Output: Reichweite + Fördersumme: 6 Zahlen
 9. Output: Engagement: 3 Zahlen
 10. Wirkung: Zitat ZG + Bild
 11. Wirkung: 4 Zahlen
 12. Kontakt & Spendenkonto





Der Wirkungskreislauf: Ein roter Faden für die Berichterstattung





Von Held*innen und großen Taten...

Es gibt komplexe und dem Zuhörer bekannte Probleme in der Gesellschaft vor Ort



Die/der Akteur*in macht sich gemeinsam mit Partner*innen/ „Gefährt*innen“ auf den Weg



Einführung des/r Akteur*in inkl. besonderer Eigenschaften

Die Gruppe sucht nach Lösungen und überwindet die Hindernisse durch unkonventionelle Aktionen



Die Gruppe trifft auf Hindernisse bzw. Schwierigkeiten

Die/der Akteur*in / die Gruppe bringen die Lösungen und transformieren die Gesellschaft



Die Hindernisse wandeln sich in „Durchgänge“ / Lösungen / Werkzeuge



In 6 Schritten zur Wirkungslogik

1. Was ist die allgemeine gesellschaftlich Ausgangslage?
Warum müssen wir diese Situation verändern?



2. Welche Zielgruppen sind von der Situation betroffen und wie äußert sie sich bei ihnen persönlich?



3. Wer ist deine Organisation, wofür setzt sie sich ein und **warum** arbeitest du an der Veränderung der Situation?



4. Wie gehst du vor? Warum funktioniert dein Handlungsansatz?



5. Was ändert sich durch deine Arbeit ganz konkret für einzelne Menschen der Zielgruppen?



6. Was verändert sich durch deine Arbeit in der Gesellschaft?





Elevator-Pitch: Projekte in 2 Minuten durch Storytelling vermitteln

- ✓ Nutze dein Wirkungsmodell als roten Faden
- ✓ Überlege dir die Dramaturgie der Geschichte z.B. die Wirkungslogik in 6 Schritten oder als Held*innen-Geschichte
- ✓ Ergänze ggf. fehlende Informationen
- ✓ Lege dir eine Tonspur zurecht
- ✓ Fasse dich kurz





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Stephanie Müller

Wirkungsanalyse | Organisationsentwicklung | Beratung

PHINEO gemeinnützige AG

Anna-Louisa-Karsch-Str. 2 | 10178 Berlin | Germany

Telefon: +030 520065394

E-Mail: stephanie.mueller@phineo.org

www.phineo.org

<https://www.instagram.com/phineoofficial/>