

Workshop D4: Wirkungsmessung

Ausschreibungstext

Wirkungsmessung ist ein Instrument, das in der Praxis und der Fachdiskussion zunehmend Raum einnimmt. Zahlen und Aussagen über die erzielte Wirkung von Freiwilligenagenturen werden z.B. für die Öffentlichkeitsarbeit und die Akquise von finanziellen Mitteln genutzt. Was kann eine Wirkungsmessung leisten? Ist Wirkungsmessung vor allem das Erfassen von Vermittlungszahlen? Wie wirkt sie sich auf die Arbeit der Freiwilligenagenturen aus – nach außen und nach innen? Es diskutieren eine Mitarbeiterin und ein Mitarbeiter aus Freiwilligenagenturen über die Chancen und die Grenzen dieses Ansatzes

Thesen

1. Das Anliegen der Freiwilligenagenturen ist ein fachliches und ein politisches. Kein parteipolitisches aber ein gesellschaftspolitisches. Das bürgerschaftliche Engagement, die Beteiligung von BürgerInnen an der Stadtgestaltung und ihr Einflussnehmen auf kommunale Angelegenheiten, das wollen wir befördern. Wir streben eine Bürgergesellschaft an, in der Menschen vor Ort wieder mehr in die eigenen Hände nehmen. Das zumindest ist das Anliegen der Kölner Freiwilligen Agentur, das über das rein fachliche Interesse an der Engagementvermittlung hinausgeht. Und ich habe den Eindruck, dass es viele Agenturen gibt, die diese Haltung teilen.

2. Diese Haltung geht weit über das hinaus, was durch das Zählen von Beratungen oder Vermittlungen dargestellt werden kann. Es geht auch weit über das Abfragen von Zufriedenheit hinaus (zum Beispiel: Waren Sie zufrieden mit unserer Beratung?). Diese quantitativen und qualitativen Darlegungen sind wichtig, aber nicht ausreichend. Ich will wissen, ob wir etwas bewegt haben, ob wir unserem Anliegen und unserem Ziel näher gekommen sind.

3. Wirkungsmessung, so wie ich sie verstehe, betrifft diesen zuletzt genannten Bereich. In der Entwicklungszusammenarbeit wurden Instrumente entwickelt, die helfen, ein Urteil darüber zu fällen, ob der Einsatz von Entwicklungshilfegeldern nachhaltig die lokale Gemeinschaft stärkt – um daraus Maßnahmenplanungen abzuleiten. Nicht immer bedeutet mehr Geld auch mehr Wirkung der gewünschten Art. Hier wurden Instrumente wie „Logical Framework“ entwickelt. Die BertelsmannStiftung hat - unter maßgeblicher Beteiligung von VIS a VIS Agentur für Kommunikation – einen „Leitfaden für das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen“ herausgegeben. Das hier vorgeschlagene Instrument heißt iooi-Methode. Sicher gibt es noch mehr Beispiele, die auf eine gesellschaftliche Wirkungsdimension zielen. Ein geeignetes Instrument für Freiwilligenagenturen ist mir nicht bekannt.

4. Geeignete Instrumentarien für Freiwilligenagenturen sollten aber entwickelt werden. Sie könnten sich an der iooi-Methode orientieren:

I für input: Was wird eingesetzt? Wieviel Personal, berufliches und ehrenamtliches? Wieviel Zeit? Wieviel Geld? Wieviele Kooperationspartner?

O für output: Welche Aktivitäten werden unternommen? Wieviele Projekte werden in der Freiwilligenagentur gemacht? Wieviele Veranstaltungen? Wieviele Beratungen? Wieviele Veröffentlichungen geben wir heraus? Und wie haben sich all diese Werte entwickelt, sind sie gestiegen oder gefallen?

O für outcome: Welche Ergebnisse werden erzielt - vor allem hinsichtlich unser Zielgruppen, den Engagementinteressierten und den gemeinnützigen Organisationen? Wieviele Vermittlungen? Wie oft werden wir in der Presse erwähnt? Wie oft wird unsere Website angeklickt? Wieviele Stunden haben sich die Vermittelten engagiert? Welche Impulse geben wir mit unseren Projekten?

I für impact: Welche Wirkungen werden erzielt? Wie zufrieden sind die Freiwilligen, die wir vermittelt haben? Wie zufrieden sind die Einrichtungen, in die wir vermittelt haben? Fragen, die auf die Wirkung im gesellschaftlichen Umfeld abzielen: Wie groß ist der Wert des Engagements von Freiwilligen, die wir vermittelt haben, wenn er in Geld umgerechnet wird? Wie groß ist der volkswirtschaftliche Nutzen? Hat sich die Engagementquote in unserer Region erhöht und was haben wir dazu beigetragen? Ist die Wertschätzung gegenüber dem Engagement in unserer Stadt/unserer Gemeinde gestiegen und was haben wir dazu beigetragen?

5. Wir brauchen solche Wirkungsmessungen/Evaluationen/Einschätzungen für uns selbst. Die Erkenntnisse hieraus lassen uns besser planen, zielorientierter vorgehen und effektiver arbeiten. Wenn wir mit einer politischen Vision antreten, sollten wir auch nach einer gewissen Zeit in der Lage sein zu sagen, ob wir ihr nähergekommen sind. Das trägt zur Eigenmotivation bei. Und es begeistert neue MitarbeiterInnen, für uns tätig zu werden.

Und wir brauchen solche Wirkungsmessungen/Evaluationen/Einschätzungen aber auch gegenüber Kooperationspartnern, gegenüber der Politik und gegenüber öffentlichen und privaten Geldgebern. Denn sie wollen mehr und mehr wissen, ob es sich lohnt mit uns zusammen zu arbeiten, ob es sich lohnt, in uns zu investieren. Und sie wollen genau wie wir, präzise Antworten auf ihre Fragen haben.

6. Solche Fragestellungen werden in unserem Alltag immer öfter an uns herangetragen. Weltwärts, der entwicklungspolitische Freiwilligendienst, will wissen, ob die Freiwilligen wirklich etwas zur Entwicklungszusammenarbeit beitragen. Unternehmen wollen – wenn sie mit ihrem Engagement nicht gerade am Anfang stehen – wissen, wo ihre Unterstützung am meisten bewirkt. Die Pflegekassen wollen wissen, ob sich der Heimaufenthalt tatsächlich durch die niedrigschwelligen Dienste Ehrenamtlicher hinauszögern lässt. Eine Stiftung will wissen, ob das Vorlesen auch die Kinder beim Lesenlernen positiv beeinflusst, die nicht aus einem bildungsbeflissenen Milieu kommen. Das sind nur einige Beispiele aus unserer täglichen Arbeit.

7. Ich fände es äußerst spannend, angemessene Instrumente für Freiwilligenagenturen zu entwickeln. Angemessen meint, sie messen das Erreichen der von uns definierten Ziele (und nicht die Ziele, die jemand anders verfolgt). Angemessen heißt, die Instrumente sind fachlich zu handhaben (und erfordern keine Wissenschaft für sich). Angemessen heißt, sie sind in der zur Verfügung stehenden Zeit zu bewältigen. Solche Instrumentarien zu entwickeln, ist sicherlich eine Herausforderung, der sich Freiwilligenagenturen besser nicht allein sondern in Gemeinschaft stellen. Ein interessantes Wirkungsfeld für die bagfa!