

RUHRFUTUR

EINE GEMEINSAME BILDUNGSINITIATIVE
VON STIFTUNG MERCATOR, LAND, KOMMUNEN
UND HOCHSCHULEN FÜR DAS RUHRGEBIET

ALLES WIRKUNG ODER WAS?

MIT ULRIKE SOMMER, DANIEL LAPRELL UND MELANIE DAHL



ALLES WIRKUNG ODER WAS?

1. Wirkung: Was, für wen und wozu?
2. RuhrFutur: Ziele und Arbeitsweise
3. Gemeinsam Wirken oder Collective Impact
4. Wirkungsüberprüfung und –darstellung am Beispiel RuhrFutur
5. Jetzt wird ´s konkret: Arbeitspapier und Arbeitsphase

WIRKUNG: WAS FÜR WEN UND WOZU

Eine Definition

„Wirkungen sind Veränderungen, die Sie mit ihrer Arbeit, bei Ihren Zielgruppen, deren Lebensumfeld oder der Gesellschaft erreichen.“

(Phineo: Kursbuch Wirkung, Seite 5)



WIRKUNG: WAS FÜR WEN UND WOZU

Ein Interesse an Wirkung haben...

- Mittelgeber (öffentliche Hand oder Stiftungen):
Nachweis über das Erreichen angestrebter Zeile
→ von der „gefühlten“ zur gemessenen Wirkung
- Projektträger (gemeinnützige Organisationen):
Legitimation über gesellschaftliche Wirkung
→ vom effiziente Mitteleinsatz zur Wirkungslogik

WIRKUNG: WAS FÜR WEN UND WOZU

- Feststellen, was man mit der eigenen Arbeit für die angestrebten Zielgruppen bewirkt
- Feststellen, welchen Beitrag das Vorhaben zur Entwicklung von Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen leistet
- Kontinuierliche Weiterentwicklung der eigenen Arbeit
- Legitimation gegenüber Mittelgebern/Förderern
- Transparenz und Motivation für MitarbeiterInnen und für Projektpartner
- Bessere Kommunikation von Prozessen und Ergebnissen



Kontinuierlicher Lernprozess für alle Beteiligten

GEMEINSAM MEHR WIRKUNG ERZIELEN IN DER METROPOLE RUHR

Die Metropole Ruhr

- Insgesamt 53 Kommunen – 11 kreisfreie Städte und vier Kreise
- Fünf Millionen Einwohner (einer der fünf größten Ballungsräume Europas)
- Alle Herausforderungen eines großen urbanen Ballungsraum



GEMEINSAM MEHR WIRKUNG ERZIELEN IN DER METROPOLE RUHR

Der Bildungsbericht Ruhr

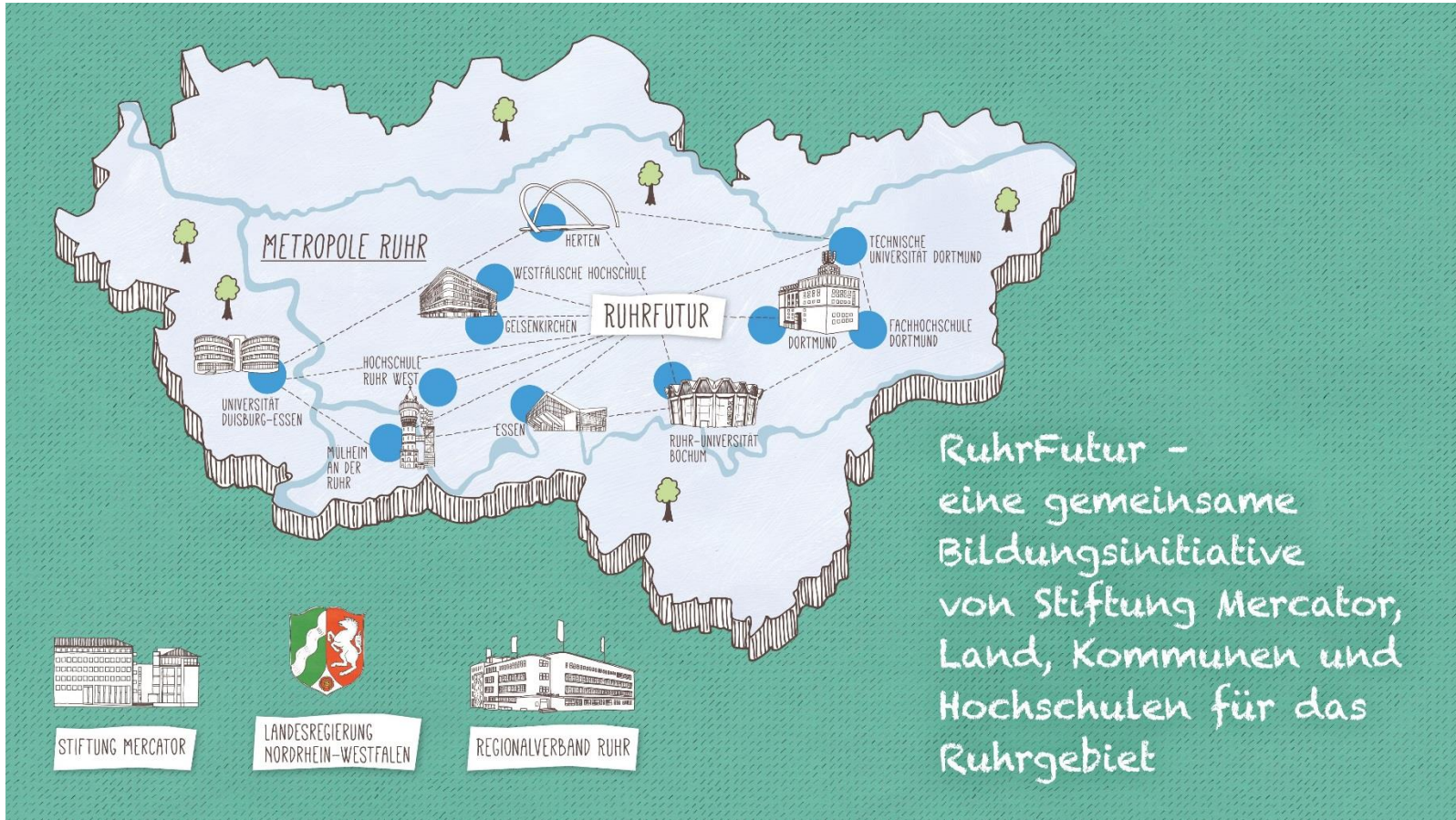
- Veröffentlichung 2012 als bundesweit erster regionaler Bildungsbericht
- Empirisch basierte Beschreibung und Analyse von Bildungsangeboten, Bildungsprozessen und Bildungsergebnissen von der frühkindlichen Bildung bis zur Weiterbildung in der Metropole Ruhr

Zentrale Befunde

- Das Bildungsniveau in der Region bleibt deutlich hinter dem des übrigen NRW zurück
- Bildungserfolg ist eng an die Herkunft geknüpft
- Mangel an wirkungsvollen Kooperationsstrukturen

Empfehlungen

- Aufbau regionaler Kooperations- und Koordinierungsstrukturen
- Aufbau eines regionalen Bildungsmonitorings als Grundlage für datenbasierte Steuerung
- Weiterentwicklung der Metropole Ruhr zur einer regionalen Bildungslandschaft (Bildungsmetropole Ruhr)



RuhrFutur -
eine gemeinsame
Bildungsinitiative
von Stiftung Mercator,
Land, Kommunen und
Hochschulen für das
Ruhrgebiet

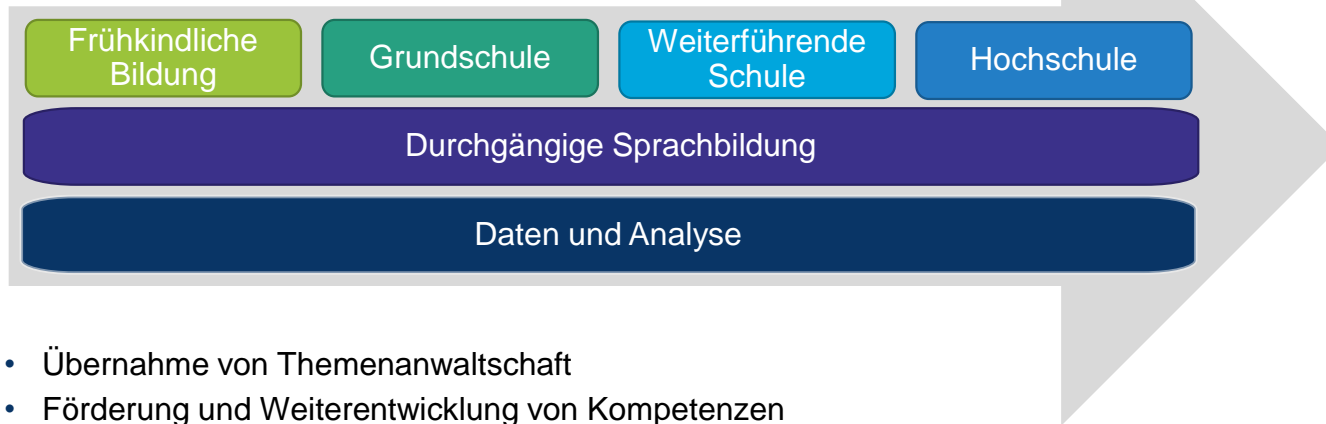
ZIELE VON RUHRFUTUR

- Verbesserung der Leistungsfähigkeit des Bildungssystems in der Metropole Ruhr
- Schaffung von fairen Bildungschancen für alle
- Intensivierung der Kooperation zwischen den relevanten Bildungsakteuren in der Region



**Entwicklung der Metropole Ruhr
zu einer kooperativen Wissenschafts- und Bildungsregion
mit gleichen Chancen für alle**

ARBEITSWEISE VON RUHRFUTUR



- Übernahme von Themenanwaltschaft
- Förderung und Weiterentwicklung von Kompetenzen
- Entwicklung, Erprobung, Verstetigung und Implementierung von Maßnahmen
- Gemeinsam wirken

GEMEINSAM WIRKEN (COLLECTIVE IMPACT)

Wesentliche Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung des Ansatzes

1. Eine gemeinsame Zielsetzung
2. Gemeinsame Erfolgsindikatoren und Messsysteme
3. Sich wechselseitig verstärkende Aktivitäten
4. Eine kontinuierliche Kommunikation zwischen allen Beteiligten
5. Eine unabhängige und gut ausgestattete Koordinierungsstelle

GEMEINSAM WIRKEN – EIN MODELL FÜR EINE WIRKUNGSORIENTIERTE ZUSAMMENARBEIT?

Gemeinsames Wirken ist ein Modell für komplexe gesellschaftliche Herausforderungen

- Gefahr der Beschränkung auf leicht erhebbare Indikatoren, die den komplexen Wirklogiken nicht gerecht werden
- Wirkungen werden oft erst sehr langfristig sichtbar
- Erfolgsdruck kann Innovations- und Experimentierbereitschaft mindern
- Umgang mit Herausforderungen birgt auch eine normative Dimension, die sich schwer messen lässt

Gemeinsames Wirken bringt Akteure aus unterschiedlichen Sektoren zusammen

- Anspruchsvolle Aufgabe der Entwicklung einer gemeinsamen Wirkungslogik:
Wie lässt sich eine partnerschaftlich orientierte Wirkungslogik gestalten?
Wie lässt sich Transparenz zwischen den Partnern herstellen?

WORAN ERKENNEN WIR, OB RUHRFUTUR WIRKT?

Wie lässt sich überprüfen, ob die Arbeit der Bildungsinitiative tatsächlich auf unsere Ziele einzahlt?

Die Ziele von RuhrFutur sind

- sehr komplex
- langfristig orientiert
- auf Nachhaltigkeit ausgelegt
- nur schwer (oder gar nicht?) in Zahlen zu fassen



Problem: Wie stellen wir die Effekte unserer Arbeit vor diesem Hintergrund nachvollziehbar und transparent dar?

ANSÄTZE DER WIRKUNGSÜBERPRÜFUNG/-DARSTELLUNG

1. Wissenschaftliche Begleitforschung – „Reallabor RuhrFutur“

Begleitung der zentralen Prozesse bei der Etablierung und Weiterentwicklung von RuhrFutur durch den Arbeitsbereich Bildungsforschung und soziale Systeme der FU Berlin

Zentrale Fragen

- Wie etabliert sich RuhrFutur?
- Wie wird RuhrFutur den Ansprüchen des gemeinsamen Wirkens gerecht?
- Welche Rolle spielen Netzwerke bei der regionalen Verankerung von RuhrFutur?
- Welche Handlungsempfehlungen lassen sich ableiten?

Vorgehensweise:

- Interviews mit 21 ausgewählten Expertinnen und Experten
- Online-Fragebogen, der von 786 Mitwirkenden beantwortet wurde

ANSÄTZE DER WIRKUNGSÜBERPRÜFUNG/-DARSTELLUNG

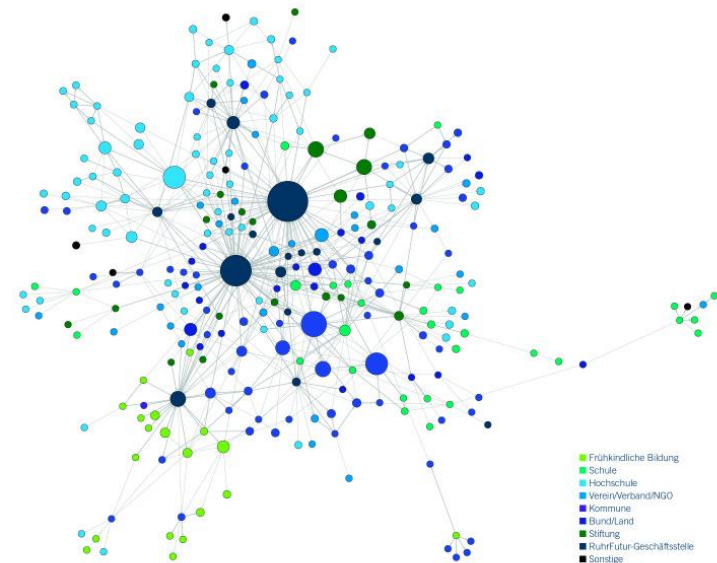
1. Wissenschaftliche Begleitforschung – „Reallabor RuhrFutur“

Gegenstand der Interviews:

- Einschätzung aktueller Herausforderungen der Region und für die Bildungsinitiative
- Fragen zu Motivation bzgl. der Teilnahme an RuhrFutur
- Erwartungen an die Zusammenarbeit
- Fragen zum Netzwerk und zu den Vertrauensbeziehungen

Ergebnisse:

- Angaben zum Grad der Identifikation mit den Zielen von RuhrFutur
- Darstellung des Netzwerks von RuhrFutur



ANSÄTZE DER WIRKUNGSÜBERPRÜFUNG/-DARSTELLUNG

2. Wirkungsgeschichten

- Wirkungsbeschreibung statt –messung
- Im Unterschied zur datenbasierten, erklärenden Herangehensweise wird das Thema Wirkung „expressionistisch“ angegangen
- Unterschiedliche Wahrnehmung wird zugelassen
- Neue Perspektive auf Organisation und ihre Wirkung
- Intuitive und emotionale Formen wie Bilder und Geschichten ergänzen Daten und Fakten
- Akteure erzählen ihre eigene RuhrFutur-Geschichte



ANSÄTZE DER WIRKUNGSÜBERPRÜFUNG/-DARSTELLUNG

2. Wirkungsgeschichten

Voraussetzungen:

- Unterstützung durch die Führungsebene
- Offenheit gegenüber den Ergebnissen
- Ressourcen für die Durchführung: Partner brauchen Zeit und Freiraum

Es lohnt sich, externe Unterstützung einzuholen, denn

- oft fällt es den Beteiligten leichter, Externen ihre Geschichten zu erzählen
- in der Auswertung ist es als Beteiligter schwieriger, unerwartete Zusammenhänge zu erkennen („Betriebsblindheit“)

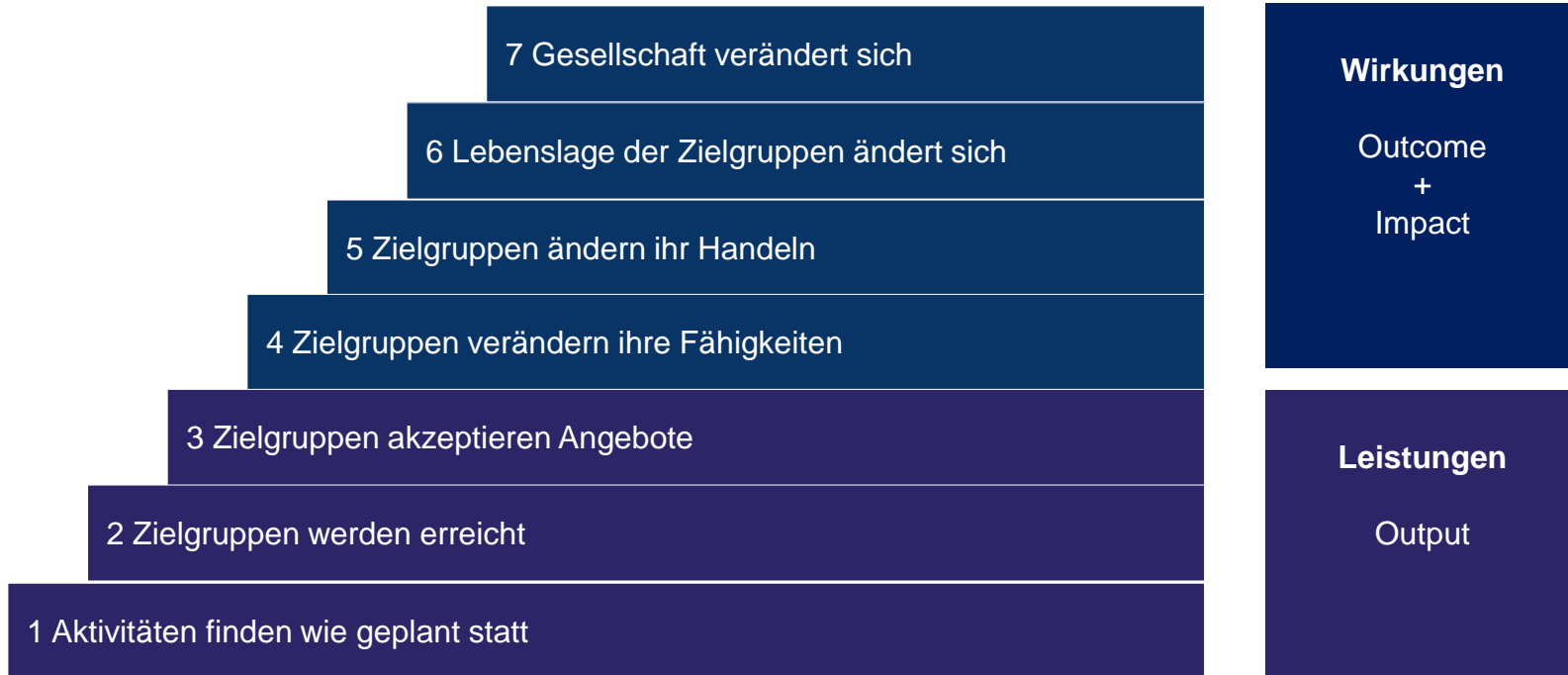
ANSÄTZE DER WIRKUNGSÜBERPRÜFUNG/-DARSTELLUNG

3. Wirkungsorientierte Berichterstattung nach SRS

Ein Bericht nach SRS dokumentiert insbesondere

- die gesellschaftliche Problemstellung und deren Ursache
- die dem Angebot zu Grunde liegende Vision, Konzeption und Wirkungslogik
- die im Berichtszeitraum eingesetzten Ressourcen (Input)
- die damit erstellten Leistungen (Output)
- die damit erzielten Wirkungen (Outcome und Impact) sowie
- die organisatorischen und finanziellen Rahmenbedingungen und Grundlagen

ANSÄTZE DER WIRKUNGSÜBERPRÜFUNG/-DARSTELLUNG



ANSÄTZE DER WIRKUNGSÜBERPRÜFUNG/-DARSTELLUNG

7 Die RuhrFutur-Partner bilden den Kern einer chancengerechten, regionalen Bildungslandschaft

6 Die Partner verstehen sich als regionale Akteure und denken sektorübergreifend

5 Die Partner planen und handeln gemeinsam/regional

4 Die Partner lernen, (auch) regional zu denken, indem sie regionale Maßnahmen initiieren

3 Vertreterinnen und Vertreter der Partner entwickeln gemeinsam mit der Geschäftsstelle zentrale Elemente der Initiative (z.B. Themenschwerpunkte, Maßnahmen, Bedarfe, Ziele)

2 Vertreterinnen und Vertreter der Partner treffen sich mit der Geschäftsstelle zu regelmäßigen Austauschtreffen und nehmen an den Gremiensitzungen teil.

1 Grundlagen werden geschaffen: Die RuhrFutur-Partner unterzeichnen die Kooperationsvereinbarung, formulieren übergreifende Ziele, verständigen sich auf eine Gremien-/Governancestruktur sowie auf gemeinsame Arbeitsformate

Projekt:		Autor:		Datum:		
ALLGEMEINES ZIEL <ul style="list-style-type: none"> • Was ist das Projektziel? • Wie sieht das Projektergebnis aus? 		STRATEGISCHES ZIEL <ul style="list-style-type: none"> • Welches Ziel verfolgen Sie/ Ihre Institution mit dem Projekt? • Wann ist das Projekt erfolgreich verlaufen? Was hat sich für Ihre Zielgruppe verändert? 		GEWÜNSCHTE WIRKUNG <ul style="list-style-type: none"> • Welche neuen Möglichkeiten ergeben sich für die Zielgruppe/ die Projektteilnehmer? • Wie hat sich die Lage der Zielgruppe/ der Projektteilnehmer geändert? 		
<small>Tipps: Formulieren Sie das gemeinsam mit allen Projektpartnern veränderte Ziel</small>		<small>Tipps: Sie können Ihr Ziel nicht formulieren? Dann stellen Sie sich folgende Fragen: Wo steht das Problem aus? Wo steht es aus, wenn das Problem gelöst ist?</small>		<small>Tipps: „Wirkungen sind Veränderungen, die Sie mit Ihrer Arbeit, bei Ihren Zielgruppen, deren Lebensumfeld oder der Gesellschaft erreichen.“ (Praxis-Konkretisierung, Seite 1)</small>		
KONKRETE WIRKUNGSZIELE						
<small>Tipps: Nennen Sie zu Beginn des Satzes die Zielgruppe. Beschreiben Sie den „Ist-Zustand“. Formulieren Sie positiv</small>						
1				Zielgruppen werden erreicht.		
2				Zielgruppen akzeptieren Angebote.		
3				Zielgruppen verändern ihre Fähigkeiten.		
4				Zielgruppen ändern ihr Handeln.		
5				Lebenslagen der Zielgruppen ändern sich.		
6				Gesellschaft verändert sich.		
7						
INDIKATOREN						
<small>Tipps: Indikatoren...</small> <ul style="list-style-type: none"> • geben Hinweise darauf, ob ein bestimmter Sachverhalt/bestimmtes Ziel eingetreten ist. • sind Anzeigen/Anhaltspunkte für das Vorhandensein eines Sachverhaltes, dessen Vorliegen nicht unmittelbar beobachtbar ist. 						
1	2	3	4	5	6	7

JETZT WIRD´S KONKRET!

Beispiel „Studierendenbefragung“

Allgemeines Ziel

- Verbesserung des Bildungssystem in der Metropole Ruhr
 - Bildungszugang
 - Bildungsteilhabe
 - Bildungserfolg

Projekt:		Autor:		Datum:		
ALLGEMEINES ZIEL • Was ist das Projektziel? • Wie sieht das Projektergebnis aus?		STRATEGISCHES ZIEL • Welches Ziel verfolgen Sie/ Ihre Institution mit dem Projekt? • Wann ist das Projekt erfolgreich verlaufen? Was hat sich für Ihre Zielgruppe verändert?		GEWÜNSCHTE WIRKUNG • Welche neuen Möglichkeiten ergeben sich für die Zielgruppe/ die Projektteilnehmer? • Wie hat sich die Lage der Zielgruppe/ der Projektteilnehmer geändert?		
<small>Tipp: Formulieren Sie das gemeinsam mit allen Projektpartnern veränderte Ziel.</small>		<small>Tipp: Sie können Ihr Ziel nicht formulieren? Dann stellen Sie sich folgende Fragen: Wo steht das Problem aus? Wo steht es aus, wenn das Problem gelöst ist?</small>		<small>Tipp: „Wirkungen sind Veränderungen, die Sie mit Ihrer Arbeit, bei Ihren Zielgruppen, durch Lebensumfeld oder der Gesellschaft erreichen.“ (Praxis-Konkretisierung, Seite 1)</small>		
KONKRETE WIRKUNGSZIELE						
<small>Tipp: Nennen Sie zu Beginn des Satzes die Zielgruppe. Beschreiben Sie den „Ist-Zustand“. Formulieren Sie positiv.</small>						
1		2		3		
Zielgruppen werden erreicht.		Zielgruppen akzeptieren Angebote.		Zielgruppen verändern ihre Fähigkeiten.		
4		5		6		
Zielgruppen ändern ihr Handeln.		Lebenslagen der Zielgruppen ändern sich.		Gesellschaft verändert sich.		
7						
INDIKATOREN						
<small>Tipp: Indikatoren...</small> <ul style="list-style-type: none"> • geben Hinweise darauf, ob ein bestimmter Sachverhalt/bestimmtes Ziel eingetreten ist. • sind Anzeigen/Anhaltspunkte für das Vorhandensein eines Sachverhaltes, dessen Vorliegen nicht unmittelbar beobachtbar ist. 						
1	2	3	4	5	6	7

JETZT WIRD´S KONKRET!

Beispiel „Studierendenbefragung“

Strategisches Ziel

- Datengrundlage für die Entwicklung und Beurteilung gemeinsamer Angebote zur Verbesserung der studienbezogenen Teilhabe- und Bildungserfolgchancen mit den Partnern in der Metropole Ruhr

Projekt:		Autor:		Datum:		
ALLGEMEINES ZIEL <ul style="list-style-type: none"> Was ist das Projektziel? Wie sieht das Projektergebnis aus? <p><small>Tipps: Formulieren Sie das gemeinsam mit allen Projektpartnern verständliche Ziel.</small></p>		STRATEGISCHES ZIEL <ul style="list-style-type: none"> Welches Ziel verfolgen Sie/ Ihre Institution mit dem Projekt? Wann ist das Projekt erfolgreich verlaufen? Was hat sich für Ihre Zielgruppe verändert? <p><small>Tipps: Sie können Ihr Ziel nicht formulieren? Dann stellen Sie sich folgende Fragen: Wo steht das Problem aus? Wo steht es aus, wenn das Problem gelöst ist?</small></p>		GEWÜNSCHTE WIRKUNG <ul style="list-style-type: none"> Welche neuen Möglichkeiten ergeben sich für die Zielgruppe/ die Projektteilnehmer? Wie hat sich die Lage der Zielgruppe/ der Projektteilnehmer geändert? <p><small>Tipps: „Wirkungen“ sind Veränderungen, die Sie mit Ihrer Arbeit, bei Ihren Zielgruppen, deren Lebensumfeld oder der Gesellschaft erreichen.“ (Prüfung-Klausur-Werkzeug, Seite 6)</small></p>		
KONKRETE WIRKUNGSZIELE <p><small>Tipps: Nennen Sie zu Beginn des Satzes die Zielgruppe. Beschreiben Sie den „Ist-Zustand“. Formulieren Sie positiv!</small></p>						
1				Aktivitäten finden wie geplant statt.		
2				Zielgruppen werden erreicht.		
3				Zielgruppen akzeptieren Angebote.		
4				Zielgruppen verändern ihre Fähigkeiten.		
5				Zielgruppen ändern ihr Handeln.		
6				Lebenslagen der Zielgruppen ändern sich.		
7				Gesellschaft verändert sich.		
INDIKATOREN <p><small>Tipps: Indikatoren...</small></p> <ul style="list-style-type: none"> geben Hinweise darauf, ob ein bestimmter Sachverhalt/bestimmtes Ziel eingetreten ist. sind Anzeigen/Anhaltspunkte für das Vorhandensein eines Sachverhaltes, dessen Vorliegen nicht unmittelbar beobachtbar ist. 						
1	2	3	4	5	6	7

JETZT WIRD´S KONKRET!

Beispiel „Studierendenbefragung“

Wirkungsziele

1. Die beteiligten Hochschulen nehmen an gemeinsamen Sitzungen teil.
2. Die Hochschulen bringen sich aktiv ein, verständigen sich auf Arbeitspakete und nehmen Arbeitsaufträge entgegen.
3. Die Hochschulen arbeiten aktiv am Konzept der Studierendenbefragung mit und beziehen alle relevanten Stellen mit ein.
4. Das gemeinsame Konzept (Befragung und Auswertung) wird umgesetzt. Die Hochschulen erkennen den Nutzen und Mehrwert.
5. Die Hochschulen haben ein gemeinsames Verständnis von Studienverläufen und verfügen über gemeinsame Daten und Vorstellungen bezüglich ihrer Auswertung.
6. Hochschulen entwickeln gemeinsam datenbasierte Strategien und Angebote zur Verbesserung der studienbezogenen Teilhabe- und Bildungschancen
7. Siehe Strategisches Ziel

Projekt:		Autor:		Datum:		
ALLGEMEINES ZIEL • Was ist das Projektziel? • Wie sieht das Projektergebnis aus?		STRATEGISCHES ZIEL • Welches Ziel verfolgen Sie/ Ihre Institution mit dem Projekt? • Wann ist das Projekt erfolgreich verlaufen? Was hat sich für Ihre Zielgruppe verändert?		GEWÜNSCHTE WIRKUNG • Welche neuen Möglichkeiten ergeben sich für die Zielgruppe/ die Projektteilnehmer? • Wie hat sich die Lage der Zielgruppe/ der Projektteilnehmer geändert?		
<small>Tipps: Formulieren Sie das gemeinsam mit allen Projektpartnern verständliche Ziel</small>		<small>Tipps: Sie können Ihr Ziel nicht formulieren? Dann stellen Sie sich folgende Fragen: Wo steht das Problem aus? Wo steht es aus, wenn das Problem gelöst ist?</small>		<small>Tipps: „Wirkungen“ sind Verbindungen, die Sie mit Ihrer Arbeit, bei Ihren Zielgruppen, deren Lebensumfeld oder der Gesellschaft erreichen.“ (Praxis-Konkretisierung, Seite 1)</small>		
KONKRETE WIRKUNGSZIELE						
<small>Tipps: Nennen Sie zu Beginn des Satzes die Zielgruppe. Beschreiben Sie den „Ist-Zustand“. Formulieren Sie positiv</small>						
7		Gesellschaft verändert sich.				
6		Lebenslagen der Zielgruppen ändern sich.				
5		Zielgruppen ändern ihr Handeln.				
4		Zielgruppen verändern ihre Fähigkeiten.				
3		Zielgruppen akzeptieren Angebote.				
2		Zielgruppen werden erreicht.				
1		Aktivitäten finden wie geplant statt.				
INDIKATOREN						
<small>Tipps: Indikatoren...</small> <ul style="list-style-type: none"> • geben Hinweise darauf, ob ein bestimmter Sachverhalt/bestimmtes Ziel eingetreten ist. • sind Anzeigen/Anhaltspunkte für das Vorhandensein eines Sachverhaltes, dessen Vorliegen nicht unmittelbar beobachtbar ist. 						
1	2	3	4	5	6	7

JETZT WIRD´S KONKRET!

Beispiel „Studierendenbefragung“

Indikatoren

1. Sitzungen finden statt, Teilnehmer sind anwesend → Protokolle
2. Sitzungen finden statt, Teilnehmer sind anwesend → Protokolle
3. Sitzungen finden statt, Teilnehmer und relevante Gäste sind anwesend → Protokolle
4. Die Befragung findet statt → Befragungsbögen → Daten
Das Auswertungskonzept greift → Interpretationen/Ergebnisse
5. ...
6. Letter of Intent/Comittment, mehr/spezifische/passgenaue Angebote
7. Optimale Angebote

FAZIT UND ABSCHLUSS

Wenn Sie Fragen haben: Sprechen Sie uns an!
Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.