

# Mission & Wirkung



**Wir möchten mit unserer Arbeit im Haus des Engagements gesellschaftlich möglichst viel bewirken: im Sinne der Nachhaltigkeit, der globalen Gerechtigkeit und der Menschenrechte. Dafür stärken wir mit unseren Angeboten Engagierte in ihrer Arbeit.**

Um unsere Wirkung zu evaluieren und unsere Aktivitäten immer wieder darauf auszurichten, arbeiten wir mit der Wirkungstreppe der PHINEO gAG. Dabei spricht man von Wirkung, wenn eine Maßnahme zu Veränderungen bei der Zielgruppe, in deren Lebensumfeld und in der Gesellschaft insgesamt führt (siehe: phineo.org).

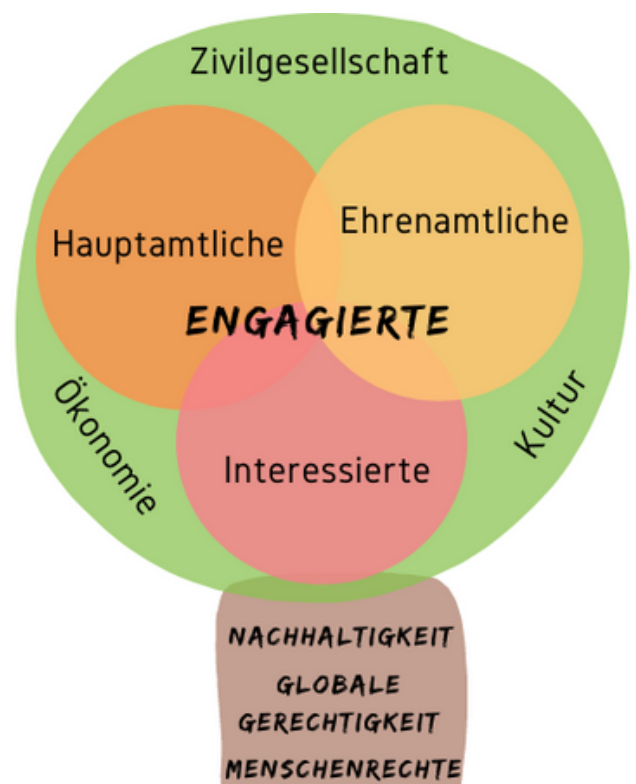
Über den direkten **Output**, also die konkreten Angebote, hinaus wird der **Outcome** evaluiert. Das bedeutet, dass die Angebote eine Veränderung im Verhalten und damit auch im Leben der Zielgruppe hervorrufen, indem Wissen oder Fähigkeiten vermittelt werden. Erst dann kann man von einer "Wirkung" (**Impact**) der Angebote sprechen, die auch etwas an der Struktur der gesamten Gesellschaft verändert.

Die Fokussierung unserer Ziele auf bestimmte **Zielgruppen** hilft uns, unsere Aktivitäten und Projekte auf deren Bedürfnisse spezifisch auszurichten und zu priorisieren.

Zu den Zielgruppen des HdE zählt ein bestimmtes Spektrum von Engagementakteuren: von Engagementinteressierten, über sich bildende Initiativen und kleinere bis mittlere ehrenamtlich Initiativen und Vereine, bis hin zu aktionen- bzw. kampagnenbasierten Gruppen oder Bündnissen,

sowie darüber hinaus hauptamtlich strukturierte Vereine. Neben diesen zivilgesellschaftlichen Akteuren sind wir überzeugt, dass der enge Austausch und die Kooperation mit Kultur & Kreativen sowie mit (nachhaltig orientierten) Wirtschaftsakteuren großen Mehrwert bietet und neue Ideen hervorbringt. Gemeinsame Grundlage sind die Werte der Nachhaltigkeit, der globalen Gerechtigkeit und der Menschenrechte.

## DIE ZIELGRUPPEN DES HAUS DES ENGAGEMENTS:



# WIRKUNGSANALYSE HDE

## IMPACT

Durch die Angebote des Haus des Engagements machen Menschen die Erfahrung, dass sie mit ihrem Potenzial und gemeinsam mit anderen die Welt im Sinne der Nachhaltigkeit und globalen Gerechtigkeit positiv gestalten und verändern können.

## OUTCOME

### Zielgruppen verändern Bewusstsein bzw. Fähigkeiten

Zielgruppen sind...

- **...ZIELORIENTIERT:** Sie kennen ihre Ziele und Handlungsoptionen und richten ihre Aktivitäten auf die erwünschte Wirkung strategisch aus. Sie können den Zusammenhang zwischen strukturellen, gesellschaftlichen Problemen und ihrem Beitrag zu deren Lösung beschreiben.
- **...VERNETZT:** Sie haben einen Überblick über die Engagementmöglichkeiten, -akteure und -aktivitäten in ähnlichen Themenbereichen und darüber hinaus. Sie nehmen Akteure in ihrem Bereich als Ressource oder mögliche Kooperationspartner wahr und nutzen Synergieeffekte: „Gemeinsam schaffen wir mehr!“
- **...INNOVATIV:** Sie haben den Mut und die Fähigkeit, neue experimentelle Interventionen und kreative Konzepte für komplexe Transformationsprozesse auszuprobieren.
- **...INFORMIERT:** Sie kennen Möglichkeiten und Ansprechpersonen für die Unterstützung ihres Engagements.
- **...BEGEISTERT:** erleben Selbstwirksamkeit, nehmen ihr Engagement als sinnstiftend, persönlichkeitsentwickelnd und freudebringend wahr. Sie sind motiviert, haben Erfolgserlebnisse und fühlen sich wertgeschätzt für ihr Engagement.

### Zielgruppen verändern ihr Handeln

Zielgruppen handeln...

- **...GANZHEITLICH:** Sie entwickeln nachhaltige Projekte / Aktivitäten, die ökologische, soziale und ökonomische Aspekte vereinen. Sie greifen Themen auf, die aus der Lebenssituation der Menschen vor Ort entstehen und schaffen hierzu Engagementmöglichkeiten.
- **...PARTIZIPATIV:** Sie kennen Teilhabemöglichkeiten, wenden diese an und setzen diese gezielt ein. Sie selbst ermöglichen vielfältige Mitwirkung.
- **...KOOPERATIV:** Sie starten gemeinsame Projekte mit anderen Gruppen oder unterstützen sich gegenseitig in ihren Aktivitäten
- **...WIRKUNGSVOLL:** Sie richten sich an die Öffentlichkeit und erreichen Menschen über eigene Milieu-, Denk- und Themengrenzen hinaus
- **...WERTEORIENTIERT:** Sie pflegen einen wertschätzenden, vertrauensvollen Umgang miteinander und gehen mit Konflikten konstruktiv um. Sie sind transparent bezüglich ihrer Werthaltungen, (Entscheidungs-)Strukturen, Informationsflüsse und Arbeitsweisen.

# WIRKUNGSANALYSE HDE

## OUTCOME

### Lebenslage der Zielgruppen ändert sich

Zielgruppen sind...

- **...SOVERÄN:** Sie verfügen über notwendige Ressourcen, Fähigkeiten und Rahmenbedingungen, die ihr Engagement ermöglichen und vereinfachen.
- **...BEFÄHIGT:** Sie kennen und nutzen Möglichkeiten, mithilfe von modernen organisatorischen und digitalen Hilfsmitteln ihre Arbeit effizient, effektiv und wirkungsorientiert zu strukturieren.
- **...DYNAMISCH:** Erreichen eine gewinnbringende Diversität ihrer Gruppe (z.B. Altersstruktur, Geschlechter, Herkunft) und erleben eine gesunde Fluktuation an aktiven Engagierten.
- **...SOLVENT:** Sie haben ausreichend finanzielle und personelle Ressourcen, um ihre Arbeit nachhaltig zu gestalten.
- **...OFFEN:** Sie erleben Weiterentwicklung sowie das Lernen aus Erfahrung und Fehlern positiv.
- **...RESILIENT:** Sie sind reaktionsfähig als Individuen und Gruppen gegenüber Veränderungen und auftretenden Schwierigkeiten.

## OUTPUT 2021

- 25 Organisationen im Coworking (Nutzung von Arbeitsplätzen, Vernetzung), 2/3 davon gemeinnützig
- 110 Nutzergruppen (v.a. ehrenamtlich), ca. 1300 Personen, ca. 1/3 davon regelmäßig
- 21 gemeinnützige Nutzer\*innen von Lagerfläche
- 5 Bands im Probenraum
- 59 Ausleihvorgänge an gemeinnützige Organisationen über den Materialverleih
- 45 Einzelberatungen ("Helpdesks") mit >90% der Feedbacks "zufrieden" oder "sehr zufrieden"
- 2 Fortbildungen mit 17 Teilnehmenden und >90% der Feedbacks "zufrieden" oder "sehr zufrieden"
- 7 Vernetzungstreffen von Nachhaltigkeitsinitiativen mit 194 Teilnehmenden
- 5 Projekte zur Engagementförderung in Zusammenarbeit mit insg. 12 Kooperationspartnern
- Sommerfest mit >150 Besucher\*innen, 11 aktiv eingebundenen Initiativen und 4 Bands
- 10 Newsletter für Engagierte: Infos zu Förderungen, Fortbildungen und Aktionen (490 Abonnent\*innen)
- 9 HdE-Newsletter mit >750 Abonnent\*innen

## INPUT 2021

- **PERSONAL:** 30% Koordinationsstelle, 30% Praktikumsstelle (zeitweise besetzt), 150 Std./Monat ehrenamtliche Arbeit von 12 Ehrenamtlichen, 4 Std./Monat Beratungszeit durch 3 Expert\*innen (Honorar oder pro bono), Fortbildungs-Trainer\*innen
- **RÄUME:** 320m<sup>2</sup> Bürofläche (inkl. 3 Meetingräume), 200m<sup>2</sup> Lagerfläche, 70m<sup>2</sup> Bandprobenraum, 70m<sup>2</sup> Jugendraum
- **MATERIAL:** Veranstaltungs-, Büromaterial und Technik (auch zum Verleih über Online-Plattform)
- **SONSTIGES:** Fahrtkosten, Buchhaltung, Administration