

Infoblatt: Tipps und Methoden

So evaluieren Sie Ihr inklusives Vorhaben

Welche Evaluations-Methoden die richtigen sind, hängt vor allem davon ab, was Sie über Ihr Projekt herausfinden möchten. Und natürlich auch davon, wie viel Zeit und welches Budget Sie zur Verfügung haben. Wir stellen Ihnen einfache Methoden vor, mit denen Sie selbst Daten erheben und auswerten können. Ziel ist es, zu sehen, welche Wirkungen und Veränderungen Ihr Projekt erzielt hat. So können Sie Ihre Arbeit systematisch weiterentwickeln.

Denken Sie auch an Partizipation. Es braucht unbedingt die Perspektive Ihrer Zielgruppe auf die Inhalte und Methoden, auf die Fragestellungen zur Auswertung und auf die Bewertung der Ergebnisse. Partizipation ermöglicht es, fachlich fundierte und hilfreiche Ergebnisse einer Evaluation zu erzielen. Beteiligungsverfahren sichern zudem die Akzeptanz der Evaluation bei der Zielgruppe und schaffen ein Klima des Vertrauens.

Weitere Infos finden Sie im Praxishandbuch Inklusion:

- Wie Sie Ihr Vorhaben wirkungsorientiert planen und die Evaluation vorbereiten, lesen Sie im Kapitel Projekte wirkungsvoll planen (www.kommune-inklusiv.de/wirkung).
- Mehr über Partizipation und Beteiligungsverfahren lesen Sie im Kapitel Aktiv für Partizipation (www.kommune-inklusiv.de/partizipation).
- Wenn Sie in Ihrem Team nur wenig Erfahrung mit Evaluation haben, holen Sie sich externe Unterstützung. Oder bilden Sie ihr Team weiter (www.kommune-inklusiv.de/qualifizierung).

Die Basis: Dokumenten-Analyse

Zu Beginn eines Projekts sollten Sie recherchieren, welche Informationen (Daten, Akten, Studien, Vermerke, Ratsbeschlüsse oder ähnliches) zum Thema Inklusion bereits in der Kommune existieren. Beispielsweise:

- Welche Aktionspläne, Verordnungen und Regelungen gibt es zu Inklusion?
- Welche Daten über Inklusion liegen vor?
- Wo ist das Thema strukturell verankert? Wer kümmert sich in der Kommune um das Thema Inklusion – die Verwaltung, Vereine, Verbände, Einzelpersonen?

Die Daten, die Sie bei der Dokumentenanalyse finden, dienen Ihnen als Basis-Wert für die Wirkungsanalyse. Der Basiswert zeigt den Stand der Dinge in Ihrer Kommune. Im Verlauf des Projektes können Sie anhand der Evaluation feststellen, ob sich eine Veränderung vollzogen hat. Dann haben Sie gute Argumente, um zum Beispiel eine Maßnahme beizubehalten oder zu beenden, sie zu verändern oder zu erweitern.

Die Dokumenten-Analyse hilft Ihnen auch, gegenüber möglichen Netzwerkpartner*innen und Entscheider*innen zu argumentieren. Sie können dadurch zum Beispiel belegen, dass Ihr Vorhaben notwendig ist und dass die Maßnahmen, die Sie planen, richtig und wichtig sind.

Quantitative Daten erheben: Zählen und dokumentieren

Bei Veranstaltungen oder Sprechstunden zählen Sie, was relevant ist für Ihr Projekt. Zum Beispiel:

- Wie viele Menschen nehmen teil?
- Welches Geschlecht haben die Teilnehmer*innen?
- Welches Alter haben die Teilnehmer*innen?
- Aus welchem Stadtteil kommen die Teilnehmer*innen?

Praktisch ist die laufende Dokumentation in Form einer Tabelle.

Beispieltabelle

Veranstaltung	Datum / Ort	Anzahl Teilnehmer*innen gesamt	Davon Frauen	Davon Menschen mit Beeinträchtigung
1. Informationsnachmittag zum Projektstart	31.1.2021 Gemeindehaus	12	8	2
2. Online-Konferenz zum Thema Barrierefreiheit	8.2.2021 per Video- konferenz	5	3	0

Dokumentieren Sie ebenfalls, was zur Überprüfung Ihrer Maßnahmen und Leistungen sinnvoll ist. Zum Beispiel:

- Wie oft wurden Infomaterialien heruntergeladen / bestellt?
- Wie viele Anrufe / E-Mails / Postkarten gingen ein?
- Wie viele Medienberichte sind entstanden?

Auch hier bietet sich eine Dokumentation in Form einer Tabelle an:

Beispieltabelle

Art der Öffentlichkeitsarbeit	Titel	Erschienen am / Zeitraum	Erschienen im	Anzahl	Kommentar
Zeitungsartikel	Kommune Inklusiv in Erlangen	23.2.2021	Erlanger Nachrichten	1	Viel positives Feedback per Mail und Telefon
Bestellungen Leitfaden	Leitfaden für inklusive Sportangebote	Februar 2021	Versand per Post	8	Bestellungen sind rückläufig

Erkenntnisse durch die erhobenen Daten: Zählbare (quantitative) Daten helfen Ihnen dabei, die Entwicklung einer Maßnahme oder eines Angebots im Blick zu behalten. Außerdem können Sie Erfolge nach außen kommunizieren.

Beispiel:

Nach drei Monaten „Erzählcafé“ haben Sie kontinuierlich mehr Teilnehmer*innen gezählt. Daraus können Sie ableiten, dass die Maßnahme bekannter geworden ist und dass die Menschen sie annehmen. Achtung: Sie können daraus nicht ableiten, ob die Maßnahme wirkt, also ob Sie damit Ihre Zielgruppe erreichen oder ob Sie gar die Lebensumstände der Zielgruppe verbessern. Dafür müssen Sie genauer hinschauen und weitere Daten erheben.

Qualitative Daten erheben: Feedback einholen, Befragungen durchführen

Bevor Sie mit einer Befragung beginnen, beachten Sie: Feedback muss Konsequenzen haben. Notieren Sie Lob, Kritikpunkte und Verbesserungsmöglichkeiten. Setzen Sie sich in der nächsten Teambesprechung konstruktiv mit dem Feedback auseinander. Denken Sie darüber nach, wie sich Ihr Angebot für die Zielgruppe verändern und verbessern lässt. Durch solche Feedback-Schleifen entwickeln sich Maßnahmen und Vorhaben ständig weiter und entfalten schließlich Wirkung.

Einfache Feedback-Methoden für Veranstaltungen



Stimmungsampel für schnelles Feedback: Stellen Sie in der Pause einer Veranstaltung ein Flip-Chart oder eine Tafel bereit sowie farbige Klebepunkte. Zum Beispiel grüne für „bin zufrieden“, gelbe für „geht so“, rote für „bin nicht zufrieden“.

Nach der Pause können Sie darauf eingehen und gegebenenfalls nach den Gründen fragen, weshalb die Stimmung oder die Zufriedenheit nicht so hoch ist. Sie können auch diskutieren, was sich ändern sollte.



Selbstreflexion: Verteilen Sie Karten, auf der die Teilnehmer*innen Sätze vervollständigen. Sammeln Sie die Karten ein, lesen Sie sie vor und kommen Sie ins Gespräch. Dokumentieren Sie das Gespräch. Mögliche Satzanfänge:

- Heute war gut, dass
- Ich wünsche mir, dass
- Ich würde gern ändern:
- Das möchte ich noch sagen:
- Nützlich war:
- Weniger nützlich war:
- Mir fehlt:
- Ich fühlte mich wohl, weil
- Ich fühlte mich nicht wohl, weil
- Wenn ich an morgen denke, geht es mir



Mit fünf Fingern inhaltliches Feedback geben: Die Teilnehmer*innen zeichnen den Umriss ihrer Hand auf ein Blatt Papier. Jeder Finger steht für eine Rückmeldung. Die Teilnehmer*innen schreiben ihre Rückmeldung an den entsprechenden Finger.

- Daumen: Das war super
- Zeigefinger: Das ist mir aufgefallen, das möchte ich loswerden
- Mittelfinger: Das hat mir nicht gefallen
- Ringfinger: Das nehme ich mit
- Kleiner Finger: Das ist zu kurz gekommen



Zielscheibe: Malen Sie eine Zielscheibe auf eine Tafel oder ein Plakat. Unterteilen Sie die Zielscheibe in verschiedene Felder, die jeweils ein anderes Thema behandeln. Zu den Themen fragen Sie die Zufriedenheit ab. Die Teilnehmer*innen malen dort Kreuze auf. Je näher ein Kreuz an die Mitte gesetzt wird, umso höher ist die Zufriedenheit.

Bitte beachten: Die Zielscheibe zeigt nur die Bewertung, gibt aber keine Gründe an. Ist das letzte Kreuz gesetzt, sollten Sie mit der Gruppe darüber sprechen. Dokumentieren Sie das Gespräch (Protokoll).



Skala: Wählen Sie ein Thema oder mehrere Themen aus, zu dem Sie die Meinung der Teilnehmer*innen wissen möchten. Zeichnen Sie pro Thema auf Flip-Chart, Tafel oder Plakat einen Strich mit Unterteilungen. Mit den Unterteilungen geben Sie den Einschätzungsrahmen vor.

Sie können den Einschätzungsrahmen schriftlich vorgeben, beispielsweise „trifft voll zu“, „trifft eher zu“, „trifft eher nicht zu“, „trifft überhaupt nicht zu“. Für jüngere Kinder, Menschen, die nicht lesen können, und Teilnehmer*innen, die eine andere Sprache sprechen, können Sie statt der Text-Aussagen Emoticons / Smileys verwenden.

Mit einem Klebepunkt oder einem Kreuz geben die Teilnehmer*innen dazu ihre Meinung ab. So sehen Sie auf einen Blick, ob eher Einigkeit besteht oder die Meinungen stark auseinander gehen.

Tiefer gehende Feedback-Methoden



1. Interviews und Gespräche

Interviews sind dafür geeignet, die Sichtweise, Meinung und Lebenslage von Einzelnen oder einer Gruppe besser zu verstehen. Sie können Teilnehmer*innen, Projektpartner*innen und Expert*innen befragen – das hängt davon ab, was Sie herausfinden möchten. Bei Expert*innen-Interviews steht nicht die Privatperson im Vordergrund, sondern ihre berufliche Rolle oder Expertise. Befragen Sie Expert*innen zu Ihrem Thema: Entscheider*innen und Menschen, die die Situation vor Ort und Ihrer Zielgruppe einschätzen können – beispielsweise Quartiersmanager*innen, Sozialarbeiter*innen, Leiter*innen von Sportvereinen. Vergessen Sie nicht Menschen aus Ihrer Zielgruppe. Sie geben wichtigen Input als Lebenswelt-Expert*innen. Interviews und Gespräche helfen Ihnen beim wirkungsorientierten Planen: So finden Sie heraus, wer welche Bedürfnisse hat, wo Schwierigkeiten und Hürden liegen, an welchen Stellen Sie ansetzen können und welche Verbündete Sie dafür brauchen.

Im Laufe des Projektes wiederholen Sie die Befragungen. Für die Evaluation analysieren und vergleichen Sie die Gespräche. Sie erkennen dann, ob Ihr Vorhaben und die damit verbundenen Maßnahmen etwas verändern und ob Sie auf dem Weg zu Ihrem Ziel sind.

Beteiligen Sie Ihre Zielgruppe

Lernen Sie im Kapitel „Aktiv für mehr Partizipation“ die Methode der kooperativen Projektplanung kennen. Sie finden dort auch eine ausführliche Anleitung.

<https://www.aktion-mensch.de/kommune-inklusiv/praxis-handbuch-inklusion/planung/partizipation/kooperative-projektplanung>

Egal, ob Sie eine Befragung schriftlich, telefonisch oder online durchführen, Sie brauchen dafür einen Fragebogen. Überlegen Sie sich konkret, was Sie erfahren möchten und wozu Sie die gesammelten Informationen verwenden wollen. Recherchieren Sie im Internet oder fragen Sie Kolleg*innen aus ähnlichen Projekten, ob es zu Ihrem Thema bereits Fragebögen gibt, die sich leicht an Ihr Vorhaben anpassen lassen. Das erspart viel Arbeit.

Beispiel:

Wir von Kommune Inklusiv wollen wissen, wie das Praxishandbuch Inklusion bei der Leserschaft ankommt und machen das mit folgendem Fragebogen: <https://easy-feedback.de/umfrage/1413228/Q3LH5a>



Einzel-Interviews: Stellen Sie offene und geschlossene Fragen. Geschlossene Fragen lassen sich mit „Ja“ und „Nein“ beantworten. Offene Fragen laden zum Erzählen ein. Entscheidend ist, wer die Interviews durchführt. Interne Projektmitarbeiter*innen oder neutralere Externe. Beides hat Vor- und Nachteile. Intern besteht die Gefahr, dass die Befragten nur Antworten geben, von denen sie denken, dass Sie sie hören wollen. Bei Externen kann es passieren, dass Befragte ihre Meinung lieber für sich behalten.

Beispiel A:

Wirkungsziel: Die Kommunalverwaltung denkt bei allen Entscheidungen Inklusion mit. Mit Einzel-Interviews finden Sie heraus, welche Haltung Mitarbeitende in der Kommunalverwaltung zu Inklusion haben.

Beispiel B:

Wirkungsziel: Gehörlose Menschen haben mehr Austausch und Teilhabemöglichkeiten vor Ort. Als Maßnahme bieten Sie gemeinsam mit der Volkshochschule und der Erwachsenenbildung Kurse zum Erlernen von Gebärdensprache an. Nach drei Jahren wissen Sie: Die Kurse waren gut besucht, die Teilnehmer*innen der Kurse können Gebärden verstehen und sich in der neuen Sprache unterhalten. Nun möchten Sie wissen, ob sich der Alltag für gehörlose Menschen in der Gemeinde dadurch auch verändert / verbessert hat. In Einzelgesprächen mit Menschen aus der Zielgruppe finden Sie das heraus.



Fokusgruppen-Interviews: Sie können auch eine Gruppe von Projektpartner*innen, Expert*innen oder Zielgruppenvertreter*innen gemeinsam befragen. Der Vorteil gegenüber Einzel-Interviews: Die verschiedenen Teilnehmer*innen bringen unterschiedliche Perspektiven ein und reagieren aufeinander. Zum Beispiel können sie widersprechen oder zustimmen, Aspekte aufgreifen und vertiefen. Laden Sie sechs bis zehn Teilnehmer*innen zum gemeinsamen Diskutieren über ein bestimmtes Thema ein. Das Fokusgruppen-Interview sollte maximal zwei Stunden dauern. Eine Moderatorin oder ein Moderator leitet die Diskussion, steuert die Gruppe durch das Interview und regt die Menschen an, sich zu beteiligen. Ohne sie zu beeinflussen. Damit Sie das Fokusgruppen-Interview später gut auswerten können, sollte eine Person ausführlich Protokoll führen, auch eine Aufzeichnung per Video-Kamera oder Audio-Aufnahmegerät ist möglich.

Beispiel:

Wirkungsziel: Alle Sportangebote in der Kommune sind inklusiv. Um den Stand der Dinge zu erfahren, laden Sie unterschiedliche Menschen ein, die das Thema in der Kommune betrifft. Fragen Sie im gemeinsamen Gespräch nach Wünschen, Vorbehalten und Hemmnissen. Laden Sie beispielsweise Trainer*innen, den / die Sportdezernten*in, Menschen mit Behinderung, Senior*innen, Vereinsvorsitzende, Eltern, Quartiersmanager*innen ein.

So erstellen Sie gute Fragebögen und Interviews

- Bieten Sie einen guten Einstieg. Ihre erste Frage ist oft die wichtigste. Stellen Sie sehr persönliche oder heikle Fragen besser am Ende – falls sie überhaupt notwendig sind.
- Benutzen Sie eine einfache, konkrete Sprache und verwenden Sie keine Fachbegriffe.
- Formulieren Sie präzise und leicht. Jede Frage sollte nur einen Gedanken behandeln, damit die Teilnehmer*innen Ihre Frage richtig verstehen. Vage formulierte, allgemein gehaltene oder mehrteilige Fragen verwirren und sind schwierig zu beantworten. Zum Beispiel statt „Wie zufrieden sind Sie mit der Durchführung und den Arbeitsmaterialien des Seminars?“ besser zwei Fragen stellen: „Wie zufrieden sind Sie mit der Durchführung des Seminars? Wie zufrieden sind Sie mit den Arbeitsmaterialien?“ Statt „Welches Ausmaß an Barrierefreiheit hat das Seminar?“ Leichter formulieren: „Wie barrierefrei finden Sie das Seminar?“
- Stellen Sie echte Fragen statt Suggestiv-Fragen, die die Antwort in eine bestimmte Richtung beeinflusse. Zum Beispiel statt suggestiv zu fragen: „Sind Sie nicht auch der Meinung, dass .../ Sie wollen bestimmt auch, dass ...“ echte Fragen stellen wie „Wie ist Ihre Meinung zu .../ Welche der folgenden Möglichkeiten finden Sie am besten? (a, b, c ...)“
- Fassen Sie sich kurz. Stellen Sie nicht zu viele Fragen. Niemand nimmt gern an langen Umfragen teil.
- Gendern Sie oder nutzen Sie eine geschlechtsneutrale Formulierung, damit sich alle angesprochen fühlen.
- Möchten Sie mit einer Skala arbeiten? Zum Beispiel von „trifft genau zu“ bis „trifft gar nicht zu“? Dann geben Sie eine gerade Anzahl an Möglichkeiten vor, damit die Teilnehmer*innen eine Tendenz angeben müssen. Stellen Sie sicher, dass die Einteilung der Skala klar und verständlich ist.
- Testen Sie den Fragebogen, bevor Sie ihn zum ersten Mal einsetzen. Lassen Sie ihn zum Beispiel von Personen aus der Zielgruppe und von Kolleg*innen ausfüllen. Bitten Sie sie um Rückmeldung. So finden Sie heraus, wo Unklarheiten bestehen und ob eine Frage missverständlich ist. Passen Sie Ihre Fragen entsprechend an.

2. Selbsteinschätzung / Beobachtungen

Wenn Sie herausfinden möchten, welche Fortschritte Ihre Zielgruppe macht, dann können Sie das durch verschiedene Methoden der Selbsteinschätzung herausfinden oder durch Beobachtung. Sie können so auch das Kommunikations-, Interaktions- und Konfliktverhalten in einer Gruppe sichtbar machen. Die Ergebnisse können Sie auch nutzen, wenn Sie Ihrer Gruppe Feedback geben möchten.



Projektstagebuch: Legen Sie für jede Teilnehmerin und jeden Teilnehmer ein Projektstagebuch an, auf dessen Seiten Sie bestimmte Aspekte oder Fragen vorgeben. Lassen Sie es regelmäßig von den Teilnehmer*innen ausfüllen.

Beispiele für Vorgaben:

- Das habe ich heute gemacht
- Das habe ich heute gelernt
- Das nehme ich vom heutigen Treffen mit
- Mein Highlight des Tages
- Weniger gut war heute
- Das möchte ich jetzt üben
- Das habe ich nicht verstanden
- Ich habe mich wohl gefühlt bei
- Ich habe mich unwohl gefühlt bei



Photovoice: Heute haben fast alle Menschen ein Handy mit Kamerafunktion. Das lässt sich für die Methode Photovoice nutzen. Menschen dokumentieren mit Bildern ihre Lebenswelt und ihre Sichtweise. Sie äußern ihre Meinung, ihre Kritik und Wünsche in Fotos. Durch die Diskussionen über die Bilder setzen die Teilnehmer*innen sich mit Themen auseinander, die für sie wichtig sind. Die entstandenen Fotos und herausgearbeiteten Themen werden dokumentiert.

Eine Anleitung finden Sie im Infoblatt „Methoden der Partizipation“.

Beispiel:

Wirkungsziel: In unserer Kommune sind Gebäude und öffentliche Plätze, Verkehrsmittel, Dienstleistungen und Freizeitangebote so gestaltet, dass sie für alle ohne fremde Hilfe zugänglich und nutzbar sind.

Um den Stand der Dinge zu erfahren, bitten Sie Ihre Zielgruppe, Bilder zu machen von Barrieren in ihrem Alltag. Aus der Fotosammlung entwickeln Sie zusammen mit der Gruppe Handlungsempfehlungen für Einzelhändler*innen und die Kommunalverwaltung. Für die Evaluation prüfen Sie zu einem späteren Zeitpunkt, ob die Barrieren tatsächlich abgebaut wurden.