

Werkzeuge/Checks

Wie starten mit unserem Regionalforum?

Erfolg mitdenken – einen Schwerpunkt für unser RF finden

Check zur Ausgangslage im RF

Schwerpunktfindung für ein RF – Themenauswahl

Erfolgsscheck zur Wirkung in der Öffentlichkeit

Strategische Kommunikation und Überzeugung - Leitfaden

Kommunikations- und Medienplanung mit Beispielen

Argumentation und Überzeugung: Das „MISLA-Argumentations-Modell“

Anregungen zur Gestaltung des Gesamtkonzeptes

Wie können wir unsere Aktivitäten im Regionalforum steuern?

Aktionen und Projekte auf den Weg bringen und professionell begleiten

Zielformulierungs- und Überprüfungscheck

Planung von Aktionen - Leitfaden

Erfolgsscheck - Aktionsplanung

Planungsinstrument für Projekte

Projektplanung in Detail – Vorbereitung und Auswertung von Projektsitzungen

Erfolgsbewertung

Ergebnisse präsentieren mit Beispiel

Wie leiten wir unsere interne Arbeit?

Wie gestalten wir Veranstaltungen?

Kommunikation und Beteiligung

Diskussionen leiten – Checkliste

Sitzungen leiten

Einen Tätigkeitskatalog erstellen

Check zur Vorbereitung einer Befragung

Check zur Organisation von Befragungen

Check zur Ausgangslage im RF

Wodurch und wie wird die IG BCE in unserer Region "erlebt"?	
Was findet Zustimmung – wo gibt es eher Vorbehalte?	
Wo liegen unsere Stärken in einem Regionalforum?	
Wie können wir diese Stärken (noch besser) nutzen?	

Was wollen wir konkret tun?

Mit welchen Themen/ Handlungsfeldern können Aufmerksamkeit und Profil gewinnen?	
Was wünschen wir uns / Was wollen wir erreichen?	
Wie packen wir es an? Erste Ideen	

Schwerpunktfindung für ein Regionalforum – Themenauswahl

Themen in unserer Region?	Wer ist davon betroffen?	Wie sind wir dazu aufgestellt?

Wählt maximal drei Themen aus ...

Welche Themen interessiert und bewegt die Menschen am meisten?	Bei welchen Themen seht ihr gute Chancen, etwas zu erreichen?	

Entscheidet euch zunächst für ein Thema und checkt euer Wissen

Welche Informationen brauchen wir?	Wie verschaffen wir uns diese Informationen? <i>z.B. Gespräche, Befragung, Datenbanken, Betriebe, kommunale Einrichtungen, Vereine, Verbände, social media, ...</i>

Aktionen und Projekte auf den Weg bringen und professionell begleiten

Erfolgscheck zur Wirkung in der Öffentlichkeit

Je mehr dieser Fragen für ein bestimmtes Thema mit "Ja" beantwortet werden können, desto geeigneter ist das Thema in der Regel für einen öffentlichkeitswirksamen Schwerpunkt.

<p>Ist das Thema oder Problem gestaltungsoffen?</p> <p>Es sind unterschiedliche Wege möglich, wie Ergebnisse erarbeitet werden. Es besteht Offenheit für die Ideen der Betroffenen. Ziel ist es, dass die Menschen eine regionale gewerkschaftliche Strategie und solidarische Vorgehensweise „hautnah“ kennen lernen.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Kann das Thema mit breiter Wirkung behandelt werden?</p> <p>Ergebnisse und Erfolge haben eine breite Wirkung in den unterschiedlichen gewerkschaftlichen Ebenen (Betrieb, Zielgruppen, Betroffene). Die regionale Presse hat Interesse über das Regionalforum und die Aktionen zu berichten.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Besteht Interesse und Druck für Veränderungen?</p> <p>Der Schwerpunkt ist verbunden mit einem Handlungsbedarf, z.B. Missstände anzugehen und Verbesserungen zu erreichen.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Identifizieren sich Menschen in der Region mit diesem Themenbereich?</p> <p>Menschen stehen hinter dem Thema. Das gewerkschaftliche Potential für ein solidarisches und interessensnahes Vorgehen wird wahrgenommen.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Ist das Thema für die regionale Gewerkschaftsarbeit „strategisch“ wichtig?</p> <p>Eure Aktivität hat positive Auswirkungen auf die Wahrnehmung eurer Kompetenz (Betriebsrat, Vertrauensleute, Ortsgruppe) und auf das (Kompetenz-)Profil der IG BCE. Die Rolle der Gewerkschaft „Wichtige Themen aufzugreifen und Beteiligung zu organisieren“ wird gestärkt.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Ist das Thema in überschaubare Handlungs- und Aktionsschritte zu untergliedern?</p> <p>Erreichbare Ziele bzw. Teilziele leiten die Arbeit und werden kommuniziert. Ergebnisse und Erfolge sind für die regionale Presse interessant. Ressourcen sind vorhanden oder zu aktivieren.</p>	<input type="checkbox"/>
<p>Ist die Umsetzung möglicher Lösungsvorschläge wahrscheinlich?</p> <p>Es gibt Multiplikatoren, die für die Umsetzung werben und Verantwortliche, die die Umsetzung organisieren.</p>	<input type="checkbox"/>

Aktionen und Projekte auf den Weg bringen und professionell begleiten

Check zur strategischen Kommunikation und Überzeugung

Euren Schwerpunkt solltet ihr mit einer durchdachten Kommunikationsstrategie verbinden. Das „Oberziel“ ist immer, mit der Handlungskompetenz des Regionalforums zu überzeugen und somit Image und Profil der IG BCE zu verbessern. Mit einer Situationsanalyse könnt ihr klären, worum es euch geht und was ihr mit der Kommunikation erreichen wollt.

Die Fragen sind Anregungen, die je nach Situation passend auszuwählen sind.

Beispiele: Situationsbeschreibung		Was wollen wir erreichen? Unser Ziel ...
Wollen wir für das Thema möglichst breit sensibilisieren?	<input type="checkbox"/>	
Wollen wir Missstände in der Region anprangern und den Handlungsbedarf herausstellen?	<input type="checkbox"/>	
Gibt es eine spezielle Aufgabenstellung (z.B. die Überzeugung für ein Vorhaben)?	<input type="checkbox"/>	
Soll für eine bestimmte Aktivität z.B. für eine Informationsveranstaltung geworben werden?	<input type="checkbox"/>	
Wird eine sachliche Ergebnisdarstellung verfolgt z.B. kontinuierlich zum Arbeitsstand des Regionalforums?	<input type="checkbox"/>	
Wollen wir Multiplikator(inn)en für das Vorhaben gewinnen?	<input type="checkbox"/>	
Sollen engagierte Mitarbeiter/innen für eine Aktivität überzeugt werden?	<input type="checkbox"/>	

Wenn ihr überzeugen wollt, solltet ihr zunächst diese Fragen klären: Um was geht es genau und was wollen wir erreichen?

Sind diese Fragen geklärt, ist zu überlegen ...

- Wer kann uns unterstützen und wer könnte Einsprüche haben?
- Welche Stärken haben wir und welche Schwachpunkte müssen wir berücksichtigen?
- Welche Kommunikationswege und Medien sind geeignet?
- Was ist zu tun, damit das Regionalforum öffentliche Beachtung findet?

Aktionen und Projekte auf den Weg bringen und professionell begleiten

Kommunikations- und Medienplanung mit Beispielen

Bei der Planung gilt es zu beantworten: Wie (mit welchen Mitteln, Maßnahmen, welchem Gesamtkonzept) wollen wir unser Anliegen an die Menschen bringen? Und es ist wichtig, eure Strategien und Texte zur Öffentlichkeitsarbeit mit dem Bezirk abzusprechen. Denn von einem gegenseitigen Austausch profitiert ein Regionalforum wie auch der Bezirk.

Die folgenden Fragen sind Anregungen, die je nach Situation passend auszuwählen sind.

<p>Welche Maßnahmen sprechen die Menschen/ unsere Zielgruppe an?</p>	<p>Feedback von „Unbeteiligten“ aus dem Kreis der Betroffenen einholen.</p>
<p>Wie wollen wir kommunizieren?</p> <p>Laut (z.B. durch Emotionen und Provokation) <input type="checkbox"/></p> <p>Eher leise (z.B. durch sachliche Schwerpunkte) <input type="checkbox"/></p> <p>Einfach und direkt (z.B. durch selbst gestaltete Poster) <input type="checkbox"/></p> <p>Professionell (z.B. durch geeignete Materialien der IG BCE) <input type="checkbox"/></p> <p>Welche Erfahrungen habt ihr mit Kommunikationswegen gemacht? Bewertet eure Erfahrungen.</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>Tipp: Fragt die Zielgruppe und holt euch deren „Experten“-Rat ein.</p>	<p>Mit welchen Medien/Medienmix, z.B. ...</p> <p>Bildwand <input type="checkbox"/> Aushänge <input type="checkbox"/></p> <p>Flyer <input type="checkbox"/> Flugblätter <input type="checkbox"/></p> <p>Interaktiv: Poster mit Fragen <input type="checkbox"/></p> <p>Internet <input type="checkbox"/></p> <p>Betriebsratszeitung <input type="checkbox"/></p> <p>Pressenotiz <input type="checkbox"/></p> <p>Sammelt eure Ideen ...</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
<p>Was ist für die regionale Presse interessant? <i>Beispiele „Struktur Pressemitteilungen“</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="radio"/> Wer ist das Regionalforum der IG BCE und was ist das Besondere? <input type="radio"/> Was ist der aktuelle Schwerpunkt: Warum steht dieses Thema/diese Aktivität im Mittelpunkt? <input type="radio"/> Was ist zu diesem Thema bisher passiert und wie stehen die Menschen und die IG BCE dazu? – Ist-Zustand <input type="radio"/> Was ist geplant? – Soll-Zustand <input type="radio"/> An wen können sich Interessierte wenden und informieren? Ansprechpartner/ Kontaktdaten <input type="radio"/> Wann und wo finden aktuelle Aktionen 	<p>Feedback zum Text / zur Mitteilung von Unbeteiligten und/oder aus dem Kreis der Betroffenen einholen.</p> <p>Feedbackaspekte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ist klar, was ein IG BCE-Regionalforum ist? • Ist die verwendete Sprache einfach und verständlich? • Wird nachvollziehbar und motivierend argumentiert und Neugier geweckt? • Sind alle wichtigen Informationen enthalten? • Was fehlt? • Oder was sollte gekürzt werden?

Aktionen und Projekte auf den Weg bringen und professionell begleiten

statt?

Argumentation und Überzeugung: Das „MISLA-Argumentations-Modell“

M	Motivation	Warum sprechen wir als Regionalforum?
I	Ist-Zustand	Was kennzeichnet die Situation/das Thema, um das es uns geht? Was erfordert unser Handeln?
S	Soll-Zustand	Wie soll es werden? Wie muss es sein? Was wollen wir mit euch gemeinsam verändern und erreichen?
L	Lösung	Was ist unser Weg zur Erreichung des Ziels? Wie können wir das mit unserer gewerkschaftlichen Strategie/Power angehen?
A	Appell	Übernehmen wir das Steuerrad! Packen wir es gemeinsam an!

Zu einem konkreten Thema / Schwerpunkt des Regionalforums

M	Motivation	
I	Ist-Zustand	
S	Soll-Zustand	
L	Lösung	
A	Appell	

Aktionen und Projekte auf den Weg bringen und professionell begleiten

--	--	--

Anregungen zur Gestaltung des Gesamtkonzeptes

Die Fragen sind Anregungen, die je nach Situation passend auszuwählen sind.

Unser Vorhaben und Ziel

.....

Welche Schritte sind nötig, damit wir unser Ziel erreichen können?	
Womit fangen wir an und wie müssen die Schritte aufeinander aufbauen?	
Wie machen wir unser Vorhaben interessant/spannend?	
Welche Ressourcen haben wir? Was, wen und wie können aktivieren?	
Was ist für die lokale Presse von Interesse? Wie bereiten wir diese Informationen auf?	
Was sollten wir bedenken/berücksichtigen?	

Aktionen und Projekte auf den Weg bringen und professionell begleiten

Zielformulierungs- und Überprüfungscheck

Was wollen wir **konkret** mit unserem Schwerpunkt/Vorhaben **erreichen**?

Was genau soll **anders sein als vorher**?

Was **unterstützt** uns auf unserem Weg der Zielerreichung (z.B. welche Aktivitäten und Ressourcen?)

Wie/Womit können wir unseren **Erfolg überprüfen**?

Bis wann soll welches **Ergebnis** vorliegen?

Ist das Ziel so formuliert, dass **verschiedene Wege** zu seiner Erreichung **denkbar** sind?

Planung von Aktionen - Leitfaden

Bei Aktionen und öffentlichen Darstellungen – live oder internetbasiert – geht es immer darum, sich über Ziele und Botschaften auseinanderzusetzen und ein stimmiges Konzept zu entwerfen. Der Leitfaden gibt Anregungen dazu.

Konzept erarbeiten

Aktionsinhalte und Ausgangsposition klären	Welche Inhalte sind uns wichtig? Welche Botschaft(en) haben wir? Welchen Anlass wählen wir aus?
Zielsetzung konkret machen und überprüfen Entscheidungen treffen	Welche Ziele wollen wir mit unserer Aktion erreichen? Sind sie sinnvoll, positiv formuliert, mit eigenen Mitteln erreichbar, relevant für das Umfeld und überprüfbar? Können die Adressaten sich mit den Zielen identifizieren? Wer unterstützt uns bei der Erreichung unserer Ziele? Welche Ressourcen gilt es zu aktivieren?
Partner finden	Mit wem lässt sich die Aktion gemeinsam veranstalten? Was ist zu beachten: Wer sind unsere „Gegner“? Was sind die Vor- und Nachteile einer möglichen Kooperation?
(Zeit-)Plan erstellen	Verbindlichkeit sichern. Nicht zu engen Zeitplan gemeinsam im Team festlegen.
Öffentlichkeitsarbeit/ Presse vorbereiten	Wer soll wann von der Aktion erfahren? Welches Medium ist geeignet?
Materialien und Standort(e) checken	Hindernisse und Risiken bedenken. Standorte bewerten und auswählen.
Aktion nachbereiten	Teamarbeit und Ergebnisse auswerten. Zeitpunkt dafür festlegen. Ergebnisse aufbereiten für innerbetriebliche und lokale Medien, Internetseite der IG BCE
Erfolge bewerten	Haben wir erreicht, was wir wollten? Warum?

Erfolgsccheck - Aktionsplanung

Erfolgskriterien	
Die Ziele sind relevant für das Umfeld und überprüfbar.	<input type="checkbox"/>
Die Betroffenen identifizieren sich mit den Zielen.	<input type="checkbox"/>
Ziele und Aktionsinhalte passen gut zusammen.	<input type="checkbox"/>
Zwischenziele sind berücksichtigt und geeignet, Druck aufzubauen.	<input type="checkbox"/>
Die Zwischenziele sind flexibel an kurzfristige Änderungen anzupassen.	<input type="checkbox"/>
Ressourcen können aktiviert werden bzw. sind bereit gestellt. Zum Beispiel ... Arbeitsgruppen mit klarer Aufgabenübertragung (AG Aktionsplanung und AG Öffentlichkeit) Zusammenarbeit mit Verbündeten	<input type="checkbox"/>

Projektplanung in Detail – Vorbereitung und Auswertung

von Projektsitzungen

Im **Einstieg** fasst ihr das bisher Erarbeitete zusammen. Ihr verbindet den bisherigen Arbeitsstand mit den Zielen der aktuellen Sitzung.

Die **Vertiefung** ist die intensive Arbeit an den Inhalten. Sie beansprucht den größten Zeitanteil und muss am gründlichsten vorbereitet werden.

Im **Abschluss** fasst ihr die Sitzungsergebnisse zusammen und gebt einen Ausblick auf das weitere Vorgehen. Plant **Zeitpuffer** ein – eine Faustregel ist: Nur zwei Drittel der Zeit verplanen!

Projektsitzung am zum Projekt					
Ziel(e)					
Arbeitsphase	Inhalt	Methode	Zeit	Wer	Abweichungen zur Planung
Einstieg					
Vertiefung					
Abschluss					
In der Spalte „Abweichungen zur Planung“ könnt ihr euch Notizen machen, wie es tatsächlich in der Sitzung abgelaufen ist. Durch diese kombinierte Planung und Auswertung gewinnt ihr mehr Sicherheit für die nachfolgenden Sitzungen. Es wird auch später bei der Auswertung nach Abschluss des Projekts nachvollziehbar, an welchen Stellen die Planung Schwachpunkte hatte oder auch welches Vorgehen gut funktioniert hat. So gewinnt ihr konkrete Anhaltspunkte für Folgeaktionen.					

Erfolgsbewertung

Fragen für die Erfolgsbewertung	
Was sind unsere wichtigsten Erfahrungen?	Was haben wir gut „gemeistert“?
Was sind unsere (sichtbaren) Erfolge?	Was war hilfreich, um diese zu erreichen?
Welche Problempunkte gab es?	Wie verändern wir das zukünftig?
Was geben wir anderen Regionalforen mit auf den Weg?	

Energie- und Motivationsförderer

- Sammelt eure Verbesserungsideen. So könnt ihr immer auf eure Erfahrungen zurückgreifen.
- Lobt euch für die gemeinsame Arbeit und für das was ihr geleistet habt. Wie wäre es mit einem gemeinsamen Essen? Feiert euch ruhig mal! Das motiviert sehr für weitere Projekte.
- Gebt eure Erfolge und Erfahrungen weiter!
- Lebt den „Netzwerkgedanken“, den ihr ja auch mit euren Aktivitäten im Regionalforum hautnah vermittelt - auch über die engere Projektarbeit hinaus. Tauscht Euch mit Gremien und Kolleg(inn)en anderer Regionen aus. Gebt eure Erfahrungen und euer Know-how weiter und seid offen für das was andere an wertvollen Tipps z.B. für Folgeprojekte geben.
- Fragt in eurem Bezirk oder der Abteilung Regionalforen/Vertrauensleute/Ortsgruppen in Hannover nach, welche Anregungen es gibt oder welche Informationen von euch für andere hilfreich sind.

Aktionen und Projekte auf den Weg bringen und professionell begleiten

Check - Ergebnisse präsentieren mit Beispielen

Ziel- und Situationsanalyse	
Wer sind die Adressaten?	
Welche (Haupt-)Botschaft wollen wir überbringen?	
Hauptfrage: Was müssen wir präsentieren, um die Bedeutung des Regionalforums und die erzielten Ergebnisse herauszustellen? Einige Beispiele dazu ...	
Beispiel: Wir zeigen den Wirkungsgrad unserer regionalen Gewerkschaftsarbeit, gebündelt im Regionalforum, mit seinen Akteuren OG, VL, BR auf.	
Beispiel: Wir belegen mit Beispielen, wie sich das Zusammenspiel von Schulen und Betrieben zum Nutzen benachteiligter Kinder/Gruppen verbessert hat.	
Beispiel: Wir stellen den Gewinn der erreichten Flexibilität in der Kita-Betreuung für die Beschäftigten und den Betrieb heraus und greifen beispielhaft Aussagen der Eltern heraus: Die Eltern haben weniger Stress - müssen nicht mehr hetzen, um ihre Kinder rechtzeitig abzuholen Das kollegiale Klima hat sich verbessert – Eltern sind entspannter, können sich flexibel auf Unvorhergesehenes in der Teamarbeit einstellen Die Leistungsfähigkeit wird gestärkt – Druck und Angst schwinden, es nicht rechtzeitig zu schaffen	
Beispiel: Wir zeigen auf, wie sich die erreichte Verbesserung der Ausbildungssituation auf das regionale Umfeld auswirkt.	
Weitere relevante Fragen zur Wahl der Medien	
Verfolgen wir vor allem eine sachliche Ergebnisdarstellung? Mit welchen Medien?	<input type="checkbox"/>
Wollen wir Emotionen ansprechen? Wie gelingt uns das am besten?	<input type="checkbox"/>
Wollen für die Umsetzung von Maßnahmen werben? Mit welchen Mitteln?	<input type="checkbox"/>
Wollen wir Druck z.B. auf kommunale Akteure ausüben? Was erhöht den Druck?	<input type="checkbox"/>
Wie verbinden wir die Ergebnisse mit Profilbildung unseres Regionalforums?	

Check – Ergebnisse präsentieren

Ziel- und Situationsanalyse	
Wer sind unsere Adressaten?	
Welche (Haupt-)Botschaft wollen wir überbringen	
Leitfrage: Was müssen wir präsentieren, um unser Regionalforum und die erzielten Ergebnisse herauszustellen?	
Unsere Präsentationsschwerpunkte	
Weitere relevante Fragen zur Wahl der Medien	
Verfolgen wir vor allem eine sachliche Ergebnisdarstellung? Unsere Medien	<input type="checkbox"/>
Wollen wir Emotionen ansprechen? Womit und Wie gelingt uns das am besten?	<input type="checkbox"/>
Wollen für die Umsetzung von Maßnahmen werben? Womit und Wie machen wir das?	<input type="checkbox"/>
Wollen wir Druck z.B. auf kommunale Akteure ausüben? Womit und Wie machen wir das?	<input type="checkbox"/>
Wie verbinden wir die Ergebnisse mit Profilbildung unseres Regionalforums?	

Aktionen und Projekte auf den Weg bringen und professionell begleiten

Diskussionen leiten - Checkliste

Organisatorische Rahmenbedingungen festlegen

- Eröffnung, Diskussionsleitung, Tagesordnung, Niederschrift, Redeliste
- Notizen machen

Thema strukturieren

- Kurze Einführung geben
Worum geht's, was ist bisher passiert?
- Thema untergliedern
Diskussionspunkte festlegen
- Diskussionspunkte nacheinander abhandeln
auf Abweichungen hinweisen
auf den diskutierten Punkt zurückführen
- Zwischenzusammenfassungen machen
Was ist schon geklärt, was muss noch geklärt werden?
Wichtig: Die eigene Meinung von der Zusammenfassung trennen!

Wenig Durchsetzungsfähige unterstützen

- Darauf achten, dass nicht so Durchsetzungsfähige ...
- die eigene Meinung wichtig nehmen
 - genügend Redezeit für sich beanspruchen
 - sich nicht unterbrechen lassen
 - nicht vorschnell aufgeben

Auf andere eingehen

- Genau zuhören und sich Notizen machen
- Beiträge miteinander verbinden und Argumente aufgreifen
- Auf ein positives Diskussionsklima achten
persönliche Angriffe zurückweisen
lange "Vielredner-Dialoge" freundlich unterbrechen
mit Fragen zum konstruktiven Austausch anregen

Solidarisch handeln

Bezug zu Interessen und Forderungen der Betroffenen herstellen

Konsequenzen festhalten

- Handlungsschritte festlegen
Wer macht was, wann und wie?
Ergebnis zusammenfassen und schriftlich festhalten

Sitzungen leiten

Bei der Einführung den Sitzungsablauf transparent machen

- Sachlage und Ziel der Sitzung klar und präzise benennen
- Sitzungsziel in einzelne aufeinander aufbauende Arbeitsschritte untergliedern
- Arbeitstechniken (z.B. Visualisierungsmethoden) erläutern

Sitzungsablauf zielorientiert gestalten

- Arbeitsschritte nacheinander abhandeln und bei Abweichungen auf den momentanen Arbeitspunkt zurückführen
- Als Abschluss eines Arbeitsschrittes den Stand der Diskussion und Ergebnisse zusammenfassen
- Bei komplexen Themen und kontroversen Diskussionen Zwischenzusammenfassungen machen

Neutrale Sitzungsleitung

- Aufgaben der Sitzungsleitung von persönlichen Stellungnahmen trennen
- Offene Fragen stellen: nach Meinungen, Einschätzungen und Beobachtungen und nicht nur nach dem Fachwissen fragen
- Denkpausen zulassen
- Gezielt nachhaken bei allgemein formulierten oder unverständlichen Äußerungen
- Beiträge aus der Gruppe nicht als gut oder schlecht bewerten
- Störungen in der Diskussion ansprechen und gemeinsam klären

Gesprächsregeln verabreden

Beispiele

- Redezeit begrenzen
- Unterschiedliche Meinungen akzeptieren
- Vorschläge nicht vorschnell ab- oder bewerten
- Ausreden lassen
- Sachlich bleiben

Solidarisch handeln

Ergebnis und Konsequenzen festhalten

- Den Bezug zu den Interessen und Forderungen des Regionalforums herstellen
- Ergebnis zusammenfassen und in die Gesamtstrategie des Regionalforums einordnen
- Aufgaben verteilen und einen Zeitplan erstellen
- Arbeitsergebnis im Protokoll festhalten

Kommunikation und Beteiligung

Einen Tätigkeitskatalog erstellen

Der Tätigkeitskatalog ist das wichtigste Instrument zur verbindlichen Umsetzung der Arbeitsergebnisse.

Der letzte Schritt in einer Sitzung / in einer Arbeitsgruppe besteht darin, alle notwendigen Handlungen für die Ergebnisumsetzung zu sammeln.

Mit dem Tätigkeitskatalog kann die Leitung sammeln und festhalten, was zu tun ist und wer dafür die Verantwortung übernimmt. Arbeitsplanung vornehmen und visualisieren.

Tätigkeitskatalog

Was?	Wer?	Mit wem?	Bis wann?	An wen?

Hinweise zum Vorgehen

Beim Tätigkeitskatalog ist darauf zu achten, dass zu jeder Tätigkeit/Aufgabe tatsächlich die zugehörigen Spalten ausgefüllt werden. Findet sich niemand dazu bereit, so muss die entsprechende Tätigkeit wieder aus dem Katalog entfernt werden. Damit wird für alle sichtbar gemacht, dass diese Aufgabe dann wegfallen muss. So wird auch noch ein gewisser Druck erzeugt.

Beim Ausfüllen der "bis - wann" Spalte zeigt sich oft, ob eine Tätigkeit konkret genug formuliert ist, um sie mit einem Termin zu versehen. Ist die Aufgabe nicht überschaubar genug, um sie in einem klar definierten Zeitraum zu erledigen, sollte sie so formuliert werden, dass eine Terminierung möglich wird.

Ein Tätigkeitskatalog, in dem die "wer" und die "bis wann" Spalten nicht vollständig ausgefüllt sind, hat selten Chancen wirklich realisiert zu werden.

Die Schritte

1. Diskutierte Ziele zusammenfassen und konkrete Frage stellen:
Was ist zu tun, damit wir unsere Ziele erreichen?
2. Handlungsschritte/Tätigkeiten diskutieren und Einigung herbeiführen
3. Tätigkeiten auf Wandzeitung aufschreiben

4. Ausfüllen der Spalten

Check zur Vorbereitung einer Befragung

Wir sollten die Mitglieder befragen, weil ...	Eine Befragung könnte schwierig sein, wenn/ weil ...

Wenn wir die Mitglieder befragen, hätte das folgende Wirkungen/Auswirkungen ...

.....

.....

.....

Mit den Ergebnissen aus der Befragung können wir

.....

.....

.....

Die Mitglieder wären eher zu einer schriftlichen Befragung bereit, weil ...

.....

.....

.....

Die Mitglieder wären eher zu einer mündlichen Befragung bereit, weil ...

.....

.....

.....

Check zur Organisation von Befragungen – 1 -

Eine Befragung muss gut vorbereitet sein. Die folgenden Fragen zeigen auf, was im Vorfeld einer Befragung bedacht werden sollte.

Welche Informationen soll die Befragung liefern?

- Wissen wir schon etwas über die zu erfragende Situation oder fangen wir bei null an?
- Soll es eher eine systematische Bestandsaufnahme sein oder brauchen wir detaillierte Informationen von den Mitgliedern/unseren Adressaten?

Wie kann die Durchführung organisiert werden?

- Wie kann beispielsweise der Rücklauf von Fragebögen oder die Teilnahme an Gesprächen gesichert werden?
- Wäre die Zielgruppe eher zu einer mündlichen oder schriftlichen Befragung bereit?
- Wie gut ist unser Kontakt zur Zielgruppe – was ist förderlich oder auch hinderlich?

Wie soll die Befragung ausgewertet werden?

- Haben wir eine Expertin oder einen Experten in unserem Regionalforum?
Wer kann uns behilflich sein? – Experten für das Mafotool einbeziehen

Welche Wirkungen/Konsequenzen können die Ergebnisse nach sich ziehen?

- Was wird sich nach einer Befragung in unserem Regionalforum verändern?
- Welche Bedeutung haben die erwarteten Ergebnisse?
- Welche Erwartungen werden an uns gestellt und sind dann auch von uns zu erfüllen?
- Wie kann mit den Ergebnissen weitergearbeitet werden?

Die Entscheidung soll immer vor dem Hintergrund der Rahmenbedingungen getroffen werden. Bei einem Regionalforum kann es eine Fragebogenaktion sein, in einem anderen Regionalforum können Gespräche besser sein.

Die Auswahl der Befragungsart (schriftlich oder mündlich) hängt ab von ...

- der Komplexität des Themas
- den Vorinformationen bzw. den Diskussionen im Regionalforum
- den Informationswegen
- der Anzahl der Befragten
- der Arbeitskapazität
- der Unterstützung (z.B. engagierte Mitglieder, Bezirk)
- vom gewünschten Zeitpunkt, an dem die Ergebnisse vorliegen sollen

Check zur Organisation von Befragungen – 2 -

Zieldiskussion im Regionalforum

Was wollen wir mit der Befragung erreichen?

Abschätzung des Aufwandes und der Ressourcen

Wer kann uns unterstützen? Umfangreiche Befragungen erfordern einen sehr hohen Arbeitsaufwand; Hilfestellung des Bezirks nutzen.

Organisation durch eine Projektgruppe

Wer plant die Befragung und koordiniert die weiteren Arbeitsschritte?

Die Projektgruppe sollte die weitere Arbeit planen, koordinieren und für den Informationsfluss (Rückkopplung) sorgen.

Wichtige Arbeitsschritte sind dabei:

- Fragebogen oder Gesprächsleitfaden erarbeiten und abstimmen
- „Testdurchlauf“ an einer kleinen Auswahl der zu befragenden Zielgruppe vornehmen: Sind unsere Fragen klar gestellt und eindeutig zu beantworten?
- Befragung mit Feedback aus dem Testdurchlauf überarbeiten
- Über Befragungsaktion informieren: Ziel der Befragung schon jetzt kommunizieren, um zu motivieren und für ein späteres Engagement zu überzeugen

Befragung durchführen

Schriftliche Befragung

Es ist immer damit zu rechnen, dass es einen enttäuschenden Rücklauf gibt.

Günstige Gelegenheiten nutzen, bei denen der ausgefüllte Bogen gleich abgegeben werden kann

Mündliche Befragung

Es gilt die Personen befragen, mit denen das gesamte Spektrum der Meinungen oder Interessen erfasst werden kann

Befragung auswerten und Ergebnisse präsentieren:

- Know-how der Experten nutzen zur computergestützten Auswertung
- Ergebnisse interpretieren: Was sagen die Ergebnisse aus? Welche Zusammenhänge sind erkennbar?
- Eine Befragung, die nicht an die Befragten und Zielgruppe zurückgemeldet wird, erzeugt Unmut.
- Eine zielführende Präsentation der Ergebnisse stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl und motiviert, die Ergebnisse gemeinsam umzusetzen