

Beiblatt SMART-Ziele

SMART ist die Abkürzung für **S**pezifische, **M**essbare, **A**traktive, **R**ealistische und **T**erminierte Ziele

Die Ziele müssen, um erreichbar und überprüfbar zu sein, **spezifisch**, **messbar**, **attraktiv**, **realistisch** und **terminiert** ausformuliert sein.

Was bedeutet das?

Die genannten Beispiele beziehen sich nicht auf ein Projekt, sondern sind an verschiedenen Projektideen angelehnt.

Spezifisch

Das gewünschte Ergebnis des Projektes soll möglichst genau beschrieben und die entsprechende Formulierung soll leicht verständlich sein

Beispiele 1.

Zielgruppe sind Jugendliche zwischen 15 und 18 Jahren mit Rassismuserfahrungen, die wir über unseren Kooperationspartner xxx, persönlich und über soziale Medien ansprechen werden.

Beispiele 2.

In zwei Workshops werden die Mitarbeiter*innen vom Bezirksamt für das Thema „Teilhabe von Menschen ohne Wahlrecht“ sensibilisieren. Dazu laden wir Expert*innen ein, die Best Practices Beispiele vorzustellen, wie das Thema in der Nachbarschaft in Moabit bekannt gemacht werden kann.

Messbar

Die Zielerreichung muss nachvollziehbar und messbar sein. Dabei kann es sich um quantitative Kriterien (Anzahl/Stückzahl von z.B. Teilnehmer*innen, Postern etc., Zeiteinheiten) handeln oder auch um qualitative (erfolgreicher Projektabschluss, gute Stimmung).

Beispiel 1.

An drei Workshops á vier Stunden nehmen mind. 15 Teilnehmende teil.

Beispiel 2.

Eine Broschüre (Print) wird erstellt (geplant 40 Seiten, Auflage 500 Stück). Die Broschüre wird bei mind. vier Veranstaltungen an mind. 450 Menschen verteilt.

Attraktiv

Was ist die Motivation für dich und die Zielgruppe?

Beispiele 1.

Im Vorfeld fanden Gespräche mit der Zielgruppe und dem Kooperationspartner statt. Es wurde dem Thema – die Auseinandersetzung mit den Geschichten türkischsprachiger Arbeitsmigrant*innen – gegenüber großes Interesse gezeigt. Durch die aktive Beteiligung der Teilnehmenden an der Gestaltung der Veranstaltungsreihe werden die Wünsche und Bedarfe berücksichtigt und das Angebot einladend gestaltet.

Beispiele 2.

Unser Verein arbeitet schon seit mehreren Jahren für den Abbau von Sprachbarrieren vor allem von Menschen aus Südosteuropäischen Ländern. Mit dem Projekt werden wir die Teilnehmenden aktiv motivieren, mit Nachbar*innen ins Gespräch zu kommen. Ein gemeinsam entwickelter Gesprächsleitfaden sowie kleine Sprachlernmethoden helfen den Teilnehmenden mit Unsicherheiten besser umgehen zu können.

Realistisch

Die Ziele sollten ambitioniert, jedoch unter den gegebenen Umständen auch erreichbar sein.

Beispiel 1.

Mind. 30 Menschen nehmen an den Interviews teil. Mit mind. vier Teilnehmenden können wir daraus erste Ideen für Aktionen im öffentlichen Raum entwickeln und sie bringen sich aktiv ein.

Beispiel 2.

Wir werden 100 Flyer für das Nachbarschaftsfest in den Hauseingängen verteilen. Bei einem Stand im Okt. (zwischen 11-15 Uhr) im öffentlichen Raum werden wir die Wünsche der Nachbar*innen an ein gemeinsames Fest sammeln. Zum Fest erwarten wir generationsübergreifend mind. 100 Besucher*innen. Mind. vier Einrichtungen in der Straße beteiligen sich mit eigenen Angeboten an dem Fest.

Terminiert

Ein Termin/Termine muss festgesetzt sein, zu dem das Ziel erreicht wird.

Beispiel 1.

Im Zeitraum von September bis Dezember 2022 finden vier Workshops (einmal monatlich, jeweils von 10 – 17 Uhr samstags) statt.

Beispiel 2.

Zur Vorbereitung finden zwischen Juni und August 2022 mind. vier Vorbereitungstreffen mit mind. vier Teilnehmenden statt.

Was ist ein Indikator?

Mit Hilfe von Indikatoren werden Ziele messbar gemacht, d.h. es lässt sich feststellen, ob ein bestimmtes Ereignis eingetreten ist (z. B. zählbar (Anzahl von Broschüren erstellt) oder beschreibbar (z. B. selbstbewussteres Auftreten, überzeugende Argumente zu nennen). Stellen Sie sich die Frage: Wie kann ich feststellen, dass die Ziele des Projektes erreicht wurden?

Beispiel 1.

Zielgruppe sind Jugendliche zwischen 15 und 18 Jahren mit Rassismuserfahrungen, die wir über unseren Kooperationspartner xxx, persönlich und über soziale Medien ansprechen werden.

Indikator 1.

Bei der Anmeldung für den Workshop wird in einem Vorgespräch das Alter der Jugendlichen abgefragt und sie werden gefragt, ob sie Rassismuserfahrungen haben.

Beispiel 2.

Unser Verein arbeitet schon seit mehreren Jahren für den Abbau von Sprachbarrieren vor allem von Menschen aus Südosteuropäischen Ländern. Mit dem Projekt werden wir die Teilnehmenden aktiv motivieren, mit Nachbar*innen ins Gespräch zu kommen. Ein gemeinsam entwickelter Gesprächsleitfaden sowie kleine Sprachlernmethoden helfen den Teilnehmenden mit Unsicherheiten besser umgehen zu können.

Indikator 2.

Im Nachgang der Interviews finden Auswertungsgespräche mit den Teilnehmenden statt. Hierbei wird abgefragt, inwieweit der Gesprächsleitfaden eine Hilfe war und wie die Gespräche aus Sicht der Teilnehmenden gelaufen sind.