

Direkte Zielgruppe:	Unsere Zielgruppe sind alle Schneverdinger BürgerInnen, deren Inklusionsverständnis nicht oder nicht umfänglich vorhanden ist.
Indirekte Zielgruppe:	
Kernproblem:	Das maßgebliche Problem unserer Zielgruppe ist, dass sie kein ausreichendes Selbstverständnis von Inklusion haben und der Begriff Inklusion für sie teilweise negativ konnotiert ist.
Wesentlicher Bedarf:	Unsere Zielgruppe benötigt für eine erfolgreiche Weiterentwicklung von „Kommune Inklusiv“ Aufklärung und Motivation. Es ist wichtig, das Interesse der BürgerInnen an Inklusion zu wecken, um möglichst umfassende und nachhaltige Veränderungen herbei zu führen und um den gesamten Prozess zu stützen.

Arbeitsblatt 2:

Ursachen und Auswirkungen des Problems verstehen

Auswirkungen bei der Zielgruppe „Schneverdinger BürgerInnen“ bzw. der Gesellschaft:
<ul style="list-style-type: none">- Oft fühlt sich die Zielgruppe im Kontakt zu Menschen, die anders sind als sie nicht wohl, was wiederum Begegnungen verhindert. Ein Kreislauf entsteht.- Missverständnisse entstehen und bleiben bestehen.- Fehlende Hilfe wird nicht angeboten.- Angebote werden nicht geschaffen.- Es wird kein Zugang zu allen Bereichen geboten.- Zu häufig wird keine Verantwortung übernommen.- Barrieren im Kopf und physikalische Barrieren bleiben bestehen.- Individualisierung und Egoismus werden gefördert.- AUSGRENZUNG
Kernprobleme der Zielgruppe „Schneverdinger BürgerInnen“ bzw. der Gesellschaft:
<p>Das maßgebliche Problem unserer Zielgruppe ist, dass sie keine Berührungspunkte hat („Wir sehen sie einfach nicht!“).</p> <p>Inklusion findet nicht oder nicht genügend statt.</p>
Ursachen bei der Zielgruppe „Schneverdinger BürgerInnen“ bzw. der Gesellschaft:
<ul style="list-style-type: none">- Es gibt nicht genügend Berührungspunkte.- Vorurteile gegenüber Diversität sind vorhanden und bleiben bestehen.- Unwissenheit über Menschen und deren Teilhabebeschränkungen führt oftmals zu Ängsten, Vorurteilen und eventuell Intoleranz.- Ängste werden auch durch falsche Berichterstattung geschürt.- Ein Bewusstsein von Inklusion ist nicht oder nur zum Teil vorhanden.- Die eigene Schamhaftigkeit verhindert ein „Zusammenwachsen“.- Anders als früher gibt es keine Großfamilien mehr, in denen alle Menschen zusammen unter einem Dach leben.- Einhergehend liegt ein fehlendes Selbstverständnis von einem gemeinschaftlichem „Wir“ vor.- Eine Ursache ist durch fehlende Transparenz begründbar, z. B. hinsichtlich vorhandener Einrichtungen, die „unter sich bleiben“.

- Eine Ghettoisierung ist bereits vorhanden.
- Erfahrungsberichte zeigen, dass oftmals auch die Bequemlichkeit einzelner Personen ein Umdenken vereitelt.
- Vielen Menschen fehlt es an Offenheit und aktivem Engagement.
- In bestehenden Gruppen ohne Teilhabebeschränkung besteht die Angst durch Öffnung die eigene Gruppendynamik zu beeinträchtigen.
- Fehlende personelle oder finanzielle Ressourcen führen dazu, dass Angebote zur Inklusion nicht durchgeführt werden können.

Arbeitsblatt 3:

Wer arbeitet mit welchen Themen bereits für unsere Zielgruppe?

Wer arbeitet bereits an Problemlösungen für unsere Zielgruppe?	Worum handelt es sich bei den Angeboten konkret?	Kennen wir Schwächen oder Lücken der Angebote?	Synergien/Konkurrenz
Kindergärten und Schulen	<ul style="list-style-type: none"> - Gemeinsames Leben... 	<ul style="list-style-type: none"> - Ressourcen - stoßen oft an Grenzen 	<ul style="list-style-type: none"> - Diversität ist „normal“ - Begegnungen werden geschaffen
Stadt Schneverdingen	<ul style="list-style-type: none"> - bietet Infrastruktur - FZB (Freizeitbegegnungsstätte) - bieten öffentliche Plätze - Bücherei - schafft Rahmenbedingungen 	<ul style="list-style-type: none"> - muss mehr darüber nachdenken, „was geht“ - muss teilweise priorisiert werden 	<ul style="list-style-type: none"> - mehr Partizipation schaffen - gemeinsam mehr über Inklusion lernen - Ressourcen, z. B. Räume nutzbar machen
Stadtwerke	<ul style="list-style-type: none"> - bieten Freizeitangebote/Orte der Begegnung (z.B. Hallenbad) - bauen Infrastruktur aus (z.B. Internet) 	-	-
Vereine	<ul style="list-style-type: none"> - bieten Gemeinschaft 	<ul style="list-style-type: none"> - denken z.T. nicht inklusiv 	<ul style="list-style-type: none"> - Kommunikation/Vernetzung - teilweise Konkurrenz
Verkehrsunternehmen	<ul style="list-style-type: none"> - bieten Mobilität, die nicht ausreichend ist, sowie Informationen 	-	<ul style="list-style-type: none"> - Vernetzung notwendig (Rufbusse als Angebot?)

			<ul style="list-style-type: none"> - können Angebote nutzbar machen
Selbsthilfegruppen	-	<ul style="list-style-type: none"> - bleiben oft unter sich 	<ul style="list-style-type: none"> - können Infos aus erster Hand bieten - sind Spezialisten (Wissen nutzen!)
Kirchen	<ul style="list-style-type: none"> - Vorbildfunktion - Infrastruktur - Gemeinschaft 	-	<ul style="list-style-type: none"> - Vernetzung - Plattform bieten - gemeinsame Unternehmungen - Ressourcen nutzen
Presse	<ul style="list-style-type: none"> - Berichterstattung 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausrichtung auf „Sensationen“ und weniger auf Alltägliches 	<ul style="list-style-type: none"> - Infos anbieten und im Prozess einbinden

Arbeitsblatt 4:

Tragen Sie die Rahmenbedingungen hier ein, wenn es sich eher um eine Stärke handelt.	Tragen Sie die Rahmenbedingungen hier ein, wenn es sich eher um eine Schwäche handelt.	Sofern die vorstehend genannten Rahmenbedingungen für Ihr Vorhaben eher nützlich sein können, tragen Sie hier bitte ein, inwiefern Sie das so erwarten.	Sofern die vorstehend genannten Rahmenbedingungen für Ihr Vorhaben eher hinderlich sein können, tragen Sie hier bitte ein, inwiefern Sie das so erwarten.	Können wir aus den vorstehend formulierten Aspekten bereits <u>erste Handlungsansätze</u> ableiten? Wenn ja, formulieren Sie diese hier als Gedächtnisstütze für die spätere Konzepterstellung.
„Kurze Wege“		Eine persönliche Betreuung ist einfacher, als bei großen Entfernungen.		Persönliche Betreuungen möglichst intensiv gestalten.
Oft persönliche Beziehungen/Kontakte vorhanden	Eine Vernetzung fehlt zum Teil.	Können bei Vermittlungsansätzen genutzt werden.	Eigene Reputation leidet bei einem Misslingen.	Nutzung von eigenen Kontakten mit Bedacht.
viel Ehrenamt	z. T. mangelnde Qualifikation und/oder Überlastung	Starke Motivation vorhanden	Z. T. zu engagierter Aktionismus	
Wenig Hauptamt zum Thema Inklusion	Wenig nutzbares Fachwissen vorhanden.	Nicht möglich, auf eingefahrene Strukturen zurückzugreifen.		Sorgfältige Planung!

Arbeitsblatt 5:

Interessengruppenanalyse

Um welche Gruppen handelt es sich?	Welche Erwartungen hat diese Gruppe an unser Vorhaben?	Welchen positiven Einfluss können diese Gruppen auf unser Vorhaben haben?	Welchen negativen Einfluss können diese Gruppen auf unser Vorhaben haben?	Wie sollten wir diese Gruppen deshalb für unser Vorhaben konkret berücksichtigen/ einbinden?
Schneeverdinger BürgerInnen	<ul style="list-style-type: none"> - Teilweise möchten BürgerInnen inklusive Veränderungen, teilweise sind sie anderer Meinung (ambivalent). 	<ul style="list-style-type: none"> - Schneeballwirkung - Fachwissen von vielen einbeziehen - Kreativität nutzen 	<ul style="list-style-type: none"> - Vorbehalte können bremsen - „Brauchen wir nicht“-Mentalität 	<ul style="list-style-type: none"> - Bürgerforum - Besuche bei Vereinen und Institutionen - Öffentlichkeitsarbeit
Stadt	<ul style="list-style-type: none"> - Einsparungen im Unterstützungsbereich - positives Image der Stadt fördern - Stadt entwickeln - möchte sich als Vorbild profilieren 	<ul style="list-style-type: none"> - Fachwissen einbringen - Ressourcen nutzbar machen 	-	<ul style="list-style-type: none"> - Schnittstelle zur Politik nutzen - Fachwissen abfragen - Vernetzung nutzen
Vereine und Organisationen	<ul style="list-style-type: none"> - möchten Projektideen umsetzen - wollen ihren Verein etc. weiterentwickeln - erhoffen sich Verbesserungen in ihrer Struktur 	<ul style="list-style-type: none"> - können Ideen einbringen - können sich gegenseitig unterstützen 	<ul style="list-style-type: none"> - blockieren teilweise Veränderungen 	<ul style="list-style-type: none"> - Informieren, vernetzen, gemeinsame Projekte
Menschen mit Teilhabebeschränkungen	<ul style="list-style-type: none"> - Erhoffen sich Verbesserungen 	<ul style="list-style-type: none"> - Mitgestaltung durch Partizipation 	<ul style="list-style-type: none"> - Desinteresse - Ablehnung - Festhalten an bestehenden Mustern 	<ul style="list-style-type: none"> - Bei jeder Planung und bei späteren Umsetzungen sollen Personen der einzelnen

				Gruppen mit einbezogen werden
--	--	--	--	-------------------------------

Arbeitsblatt 6:

Erarbeitung von Wirkungszielen

Wirkungsziele bei der Zielgruppe „Schneverdinger BürgerInnen“ bzw. der Gesellschaft:
<ul style="list-style-type: none">- Orte und Möglichkeiten der Begegnung werden geschaffen.- Neue Freundschaften und Empathie entstehen. Der Kreislauf der Isolation wird unterbrochen.- Missverständnisse werden abgebaut.- Durch mehr Verständnis wird Hilfe zukünftig automatisch angeboten.- Neue oder veränderte Angebote werden geschaffen.- Menschen mit besonderen Bedürfnissen erhalten Zugang zu allen Bereichen.- Die Gesellschaft übernimmt Verantwortung für alle Menschen.- Barrieren im Kopf und physikalische Barrieren werden abgebaut.- Individualisierung und Egoismus werden durch mehr „Wir-Gefühl“ ersetzt.- Inklusion wird gestaltet!
Kernwirkungsziel der Zielgruppe „Schneverdinger BürgerInnen“ bzw. der Gesellschaft:
<p>Das Kernwirkungsziel ist, dass Schneverdinger BürgerInnen eine intrinsische Motivation verspüren Inklusion zu fördern.</p> <p>Mehr Begegnungen und selbstbestimmte Teilhabe finden statt.</p>
Voraussetzungen bei der Zielgruppe „Schneverdinger BürgerInnen“ bzw. der Gesellschaft:
<ul style="list-style-type: none">- Es gibt Angebote für mehr Begegnung.- Vorurteile werden abgebaut, Diversität gefördert.- Mehr Wissen über Menschen und deren Teilhabebeschränkungen durchdringt die Gesellschaft.- Ängste werden auch durch gute Öffentlichkeitsarbeit abgebaut.- Ein Bewusstsein von Inklusion wächst stetig und wird automatisch an zukünftige Generationen weitergereicht.- Schneverdinger erkennen ihren eigenen Gewinn, fühlen sich wohl und wachsen zusammen.- Die Bereitschaft sich für andere einzusetzen steigt.- Mit Selbstverständnis wird aus einem „Ich“ ein „Wir“.- Transparenz in vorhandenen Einrichtungen führt zu einer Öffnung nach außen.

- Eine Ghettoisierung muss erkannt und überwunden werden.
- Mit Hilfe Motivation muss die Bequemlichkeit einzelner Personen abgebaut werden, z.B. durch das Aufzeigen eigener Vorteile.
- In bestehenden Gruppen ohne Teilhabebeschränkung werden differenzierte Angebote für mehr Teilhabe geschaffen.
- Inklusion wird auch wirtschaftlich positiv bewertet, bzw. Wirtschaftlichkeit wird gegen Vorteile durch Inklusion abgewogen.
- Fehlende personelle oder finanzielle Ressourcen werden bereitgestellt.

Arbeitsblatt 7:

Checkliste Partizipation (bitte halten Sie fest, wen Sie wann, ob und wie an der Planung beteiligen wollen)

relevante Interessengruppen (→ siehe auch Arbeitsblatt 5)	Mit welcher Perspektive blicken diese Interessengruppen auf unser Vorhaben?	An welcher Stelle können sich diese Interessengruppen mit unserem Vorhaben identifizieren? Für das Erreichen welcher Zielsetzung können sie motiviert und engagiert werden?	Wann und wie wollen wir diese Gruppen beteiligen? Oder warum ggfs. eher nicht?
Stadt	<ul style="list-style-type: none"> - will möglichst eine Entlastung der öffentlichen Kassen - möchte das positive Image der Stadt fördern und die Stadt weiter entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> - Von Anfang an, schließlich ist die Bewerbung durch die Stadt erfolgt. 	<p>Von Anfang an, vernetzen, Informationen nutzen, gemeinsame Aktivitäten planen.</p>
Schneverdinger BürgerInnen	<ul style="list-style-type: none"> - Teilweise möchten Schneverdinger BürgerInnen inklusive Veränderungen, teilweise nicht. 	<ul style="list-style-type: none"> - Einige Menschen sind bereits motiviert, mitzuarbeiten, andere müssen erst „aktiviert“ werden. - Oft werden Verbesserungen für Personen des eigenen Umfelds erhofft. - Die Lebensqualität der Schneverdinger steigt 	<ul style="list-style-type: none"> - Vorbehalte können bremsen - Fachwissen kann durch große Beteiligung aktiviert werden - Multiplikatoren finden
Projektpartner, Vereine und Organisationen	<ul style="list-style-type: none"> - möchten Projektideen umsetzen - wollen ihre Bereiche weiterentwickeln - erhoffen sich Verbesserungen ihrer Strukturen, z.B. durch Vernetzungen und Informationen 	<ul style="list-style-type: none"> - Projektpartner: von Anfang an - Andere: möglichst bald 	<ul style="list-style-type: none"> - können Ideen einbringen - können sich gegenseitig unterstützen und Projekte umsetzen

Menschen mit Teilhabebeschränkungen	- erhoffen sich Verbesserungen	- Die Zielsetzung von Kommune Inklusiv muss auch hier verständlich erklärt werden, um ein Partizipation zu erreichen.	- Mitgestaltung durch Partizipation von Anfang an, bzw. gleich bei der Planung
Presse	- wollen interessante Berichte	- Berichten, wenn sie etwas für ihre Kunden als wichtig empfinden	- Einbindung durch gute Pressearbeit (Medienfahrplan)

Arbeitsblatt 8: SMART

<p>Spezifisch: Das Inklusionsbewusstsein der Schneverdinger BürgerInnen wächst.</p>	<p>Erläuterungen / Arbeitshilfen</p> <p>Ist das Ziel spezifisch genug?</p> <p>Prüfen Sie an dieser Stelle noch einmal, ob die Formulierung klar und eindeutig ist. Würden Dritte, die z.B. auch nicht am bisherigen Diskussionsprozess beteiligt waren, verstehen, welche Wirkung für welche Gruppe erreicht werden soll?</p>
<p>Messbar: Ja. Angebote werden verstärkt geplant angenommen. Mehr Menschen beteiligen sich aktiv im Laufe der Projektlaufzeit. Barrieren werden abgebaut.</p>	<p>Ist das Ziel messbar?</p> <p>Woran kann gemessen werden, ob die Wirkung eingetreten ist? (→ die detaillierte Ausarbeitung ist Teil der später noch erfolgenden Indikatorenfestlegung im Rahmen der Wirkungsanalyse)</p>
<p>Angemessen: Aus allen Arbeitsgruppen wurden diese Zielsetzungen als oberste Priorität festgelegt.</p>	<p>Ist das Ziel angemessen genug?</p> <p>Besteht über die Wirkungsziele Konsens bei den Projektverantwortlichen und der Zielgruppe selbst? Soll das Ziel erreicht werden?</p>
<p>Relevant: Eine Umsetzung der Maßnahmen für diesen „allgemeinen“ Prozess ist die Voraussetzung für ein langfristiges Gelingen und für eine gesicherte Nachhaltigkeit des Inklusionsprozesses insgesamt.</p>	<p>Ist das Ziel relevant genug?</p> <p>Ist die Erreichung des Wirkungsziels bedeutsam genug für die Zielgruppe (es löst also ein zentrales Problem) und ist es im Rahmen des Vorhabens zu erreichen?</p>
<p>Terminiert: Die Maßnahmen können nach eingehender Vorbereitung während der gesamten Projektlaufzeit und danach durchgeführt werden.</p>	<p>Ist das Ziel klar terminierbar?</p> <p>Können Sie die Erreichung der Wirkungsziele einem Zeitrahmen zuordnen? Wann denken Sie bspw. über eine erste Wirkungsanalyse nach?</p>

Arbeitsblatt 9:

Rückwärtsplanung der Wirkungslogik

	Erläuterungen / Arbeitshilfen
	Denken Sie rückwärts und formulieren Sie - ausgehend vom beabsichtigten Wirkungsziel auf gesellschaftlicher Ebene - die jeweiligen „Voraussetzungen“ für die in dieser Stufe definierte Wirkung.
Wir möchten auf gesellschaftlicher Ebene erreichen, dass diese sich verändert und inklusiver wird.	Welche Veränderung möchten Sie auf gesellschaftlicher Ebene erreichen? Formulieren Sie möglichst knapp und eindeutig. (siehe auch: Stufe 7 der Wirkungstreppe)
Das Leben der Zielgruppe wird abwechslungsreicher durch mehr Begegnung untereinander. Isolationen werden bekämpft.	Wie formulieren Sie die Veränderung der Lebenslage Ihrer Zielgruppe? (siehe auch: Stufe 6 der Wirkungstreppe)
Unsere Zielgruppe Schneverdinger BürgerInnen verändert ihr Verhalten, indem sie andere Menschen sehen und dabei helfen Teilhabebeschränkungen abzubauen.	Wie sollte sich das Verhalten unserer Zielgruppe verändert haben? (siehe auch: Stufe 5 der Wirkungstreppe)
Unsere Zielgruppe ist motiviert und qualifiziert dafür Veränderungen herbeizuführen, weil ein eigenes Inklusionsbewusstsein verinnerlicht wurde.	Wie sollten sich die Fähigkeiten / das Bewusstsein / die Perspektive unserer Zielgruppe verändert haben? (siehe auch: Stufe 4 der Wirkungstreppe)
<ul style="list-style-type: none">- Mehr Bürgerbeteiligung durch ein Bürgerforum- Regelmäßiger Austausch und Vernetzung mit Projektpartnern, Vereinen und Verbänden- Gemeinsames Netzwerk aufbauen, Plattform schaffen- Multiplikatoren finden und einbinden, z.B. über Schulen- Verschiedene Medienkanäle nutzen- Medienfahrplan erstellen- Meet&Greet Veranstaltungen oder Tag(e) der offenen Tür organisieren- Inklusion erlebbar machen, z.B. durch Spiele, Parcours etc.	Welche Ideen für passende Angebote / Leistungen ergeben sich daraus für Sie? Werfen Sie hier ggfs. auch noch einmal einen Blick in den Lösungsbaum.

Arbeitsblatt 10:

Plausibilitätscheck: wenn, dann ...

	Erläuterungen / Arbeitshilfen
	Arbeiten Sie die Ziele klein und legen Sie nun für die einzelnen Wirkungsstufen sogenannte Meilensteine („WAS soll WIE bis WANN für WEN erreicht sein?“) fest.
Vorurteile sind abgebaut und Begegnungen werden „auf gleicher Ebene“ möglich.	(siehe auch: Stufe 7 der Wirkungstreppe)
Mehr Selbstverständlichkeit beim Thema Inklusion durchdringt die Zielgruppe.	(siehe auch: Stufe 6 der Wirkungstreppe)
Menschen bringen sich eigenständig ein und nutzen ihre Potentiale.	(siehe auch: Stufe 5 der Wirkungstreppe)
Menschen dieser ZG informieren sich und erweitern ihre Kompetenzen. Ihre eigene Motivation steigt, sich einzubringen (Schneeballsystem).	(siehe auch: Stufe 4 der Wirkungstreppe)