

Direkte Zielgruppe:	Unsere Zielgruppe sind ältere Menschen/Menschen mit Behinderung, die gar nicht oder wenig an Freizeitangeboten teilnehmen.
Indirekte Zielgruppe:	Unsere indirekte Zielgruppe sind die Familien der Zielgruppen.
Kernproblem:	Das maßgebliche Problem unserer Zielgruppen ist, dass sie an keinen oder an wenigen Freizeitangeboten teilnehmen, welches in diversen Ursachen eine Begründung findet.
Wesentlicher Bedarf:	Unsere Zielgruppen benötigen zur Teilhabe Motivation, Information, Unterstützung und einen barrierefreien Zugang, um ein abwechslungsreiches und (Freizeit-)erfülltes Leben zu führen.

Arbeitsblatt 2:

<p>Auswirkungen im Hinblick auf die Zielgruppen:</p>	<p>Auswirkungen in der Gesellschaft:</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Personen der Zielgruppen und ihre Familien bleiben oft isoliert - Zum Teil vereinsamen Personen der Zielgruppen - Mentale und körperliche Gesundheit wird nicht gefördert - Demenzgefährdung ist höher - Ablenkung und Struktur fehlt im täglichen Leben - Keine Teilhabe aufgrund mangelnder Mobilität - Barrieren bleiben bestehen - Es gibt nicht genügend Angebote im eigenen Heim 	<ul style="list-style-type: none"> - Gesellschaftliches Bewusstsein entwickelt sich nicht, aufgrund des fehlenden täglichen Umgangs - Es gibt zum Teil eine Parallelgesellschaft - Passende Angebote werden nicht ausreichend geschaffen - Selbstverständlichkeit von Diversität fehlt - Angebote können nicht stattfinden, weil Ressourcen fehlen - Evtl. auf Sicht zu wenig Teilnehmer bei Angeboten, weil Konkurrenzangebote bestehen
<p>Kernproblem der Zielgruppe:</p> <p>Das maßgebliche Problem unserer Zielgruppen ist, dass sie an keinen oder an wenigen Freizeitangeboten teilnehmen, welches in diversen Ursachen eine Begründung findet.</p>	<p>Kernproblem auf gesellschaftlicher Ebene:</p> <p>Inklusion findet nicht statt.</p>
<p>Ursachen mit Blick auf die Zielgruppen:</p>	<p>Ursachen in der Gesellschaft:</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Fehlende Mobilität - Zum Teil hemmt die eigene Bequemlichkeit - Angebote sind nicht barrierefrei - Krankheit oder Teilhabebeschränkung wird in den Vordergrund gestellt - Falsche Selbstwahrnehmung: „Ich kann gar nichts“ oder „nicht mehr“ - Information über Angebote erreichen die ZG nicht oder sind unverständlich 	<ul style="list-style-type: none"> - Vorurteile gegen Unbekanntes - Angst vor Einschnitte in der Gruppendynamik bestehender Gruppen - Fördermöglichkeiten sind unbekannt - Finanzielle Mittel sind begrenzt, um neue Angebote zu schaffen oder bestehende Angebote zu modifizieren - Zu hohe Auflagen/Bürokratie - Fehlende personelle Ressourcen - ÜL/Trainer sind nicht ausgebildet

- Angebote werden aufgrund „klammernder“ Angehöriger nicht wahrgenommen
- Skepsis bzw. Hemmschwelle bei Betreuern wegen erforderlicher Fortbildung
- Mit den ZG wird nicht/zu wenig gesprochen. Eine Bedarfsermittlung ist mangelhaft.
- „Ich kenne da keinen“/Unsicherheit oder sogar Angst vor Neuem
- Persönliche Ansprache fehlt
- Es ist schwer, in bestehende Gruppen einzusteigen
- Schwellenängste
- Finanzielle Mittel von einigen Personen sind stark eingeschränkt

- Mangelnde Vernetzung und Konkurrenzangebote bei Anbietern
- Fachliches Wissen fehlt bei Betreuern der ZG

Arbeitsblatt 3:

Wer arbeitet bereits an der Problemlösung für unsere Zielgruppe?	Worum handelt es sich bei dem Angebot konkret?	Kennen wir Schwächen oder Lücken des Angebots?	Wie sollten wir damit im Rahmen unseres Vorhabens umgehen?
TV Jahn	Sportangebote wie z.B. Nordic Walking, Gymnastik, Wassergymnastik etc.	Mitgliedsbeiträge, lange bestehende Gruppen, die sich wenig offen zeigen, Kurse sind zum Teil recht voll	Absprache, Informationen zugänglich machen
Verein zur Pflege	Sport/Präventionsangebote auch für hochbetagte Menschen Spielemittage, Bingo, Gedächtnistraining Gesellige Nachmittage Kombination Kita – Pflegebedürftige + Musik Selbsthilfegruppen MS + Trauergruppe, Dementen Betreuung	Gruppen sind nicht untereinander vernetzt, Angebote werden nicht genügend nach außen kommuniziert. Es gibt keine Angebote, die Altersübergreifend sind. Die Gruppen sind nicht ausreichend bekannt Hemmschwelle, den ersten Besuch zu machen Häufig die Einstellung: „Ich bin doch noch nicht alt, da gehör ich noch nicht hin.“	Kooperation und gemeinsame Planung, Besuchsdienste optimieren, als Infomedium nutzen, da sie viele Personen treffen. Angebote vernetzen und Öffentlichkeitsarbeit nutzen.
Kirchen	Verschiedene Angebote	Personen der ZG sind wegen des kirchlichen Charakters abgeschreckt („geschlossener Kreis“), Barrierefreiheit fehlt	Zusammenarbeit besser vernetzen, Ansprachsmöglichkeiten nutzen
Verein für Diakonie, „Der Tannenhof“, „Wiesentrifft“, Diakoniestation	Essen auf Rädern, z.T. öffentliche Tagesprogramme, Ausflüge, Feste, Basare Bingo, Kaffee, Spiele, Thementage, Betreuungsangebote für Personen mit Pflegestufe,	Angebote müssen oft über das Internet angefordert werden, Ort Pflegeheim stellt oft eine Überwindung dar. Gruppen sind nicht untereinander vernetzt, Angebote werden nicht genügend nach außen kommuniziert. Es gibt keine Angebote, die Altersübergreifend sind.	Absprachen und gemeinsame Planungen, evtl. Räumlichkeiten anfragen, öffentliches Café, Knowhow nutzen

Kulturverein und Kino Lichtspielverein	Filme, Konzerte, Lesungen, ehrenamtliches Engagement, kulturelle Veranstaltungen aller Art	Zum Teil höhere Eintrittsgebühren	Angebote vernetzen, Öffentlichkeitsarbeit nutzen, Synergien suchen
Mehrgenerationenhaus	Senioren ans Netz, Anti-Rost, Basteln, Kontakt zu anderen Generationen	Altes Gebäude, nicht barrierefrei	Information und Vernetzung, ggfls. Infrastruktur nutzen
Heimatbund	Traditionspflege, gemeinsame Veranstaltungen, eigenes Wissen weitergeben	Angebote können oftmals kaum aufrecht erhalten werden, weil die Gruppe immer älter wird, wenig Eigenwerbung	Fachwissen nutzen, einbinden und gemeinsame Aktionen planen
Hausfrauenbund, Landfrauen	Gemeinsame Ausflüge und Veranstaltungen aller Art, zum Teil längere Reisen, Kochen mit Kindern		Fachwissen nutzen, einbinden und gemeinsame Aktionen planen
AWO und Sozialverband	Fahrradtouren, Spielenachmittage, Vorträge, Ausflüge	Konkurrenzsituation, wenig Absprachen	Angebote vermitteln, vernetzen, Synergien suchen
Bürgerbus	Mobilität	Rentabilität ist ohne Förderung fraglich, kein Rufbus-Service	Bedarfe klären, vernetzen
Schützenverein	Seniorenachmittage	Kaum Öffnung nach außen	Einbinden, neue Perspektiven aufzeigen

Freiwillige Feuerwehr	Aktive Mithilfe ist möglich	Hoher Anspruch?	Aufklärung und Informationen einholen, gemeinsam planen und vernetzen
Schneverdingen Touristik	Stadtführungen, Veranstaltungen	Mehr auf Gäste ausgerichtet	Neue Ideen entwickeln, um Inklusionsbewusstsein zu schaffen
Presse	Berichterstattung	Ausrichtung auf „Sensationen“ und weniger auf Alltägliches	Infos anbieten und im Prozess einbinden
Stadtbücherei Schneverdingen	Medienangebote, wie Hörbücher auf CD/mp3, Großdruckbücher, Erzählungen für Demente, Sachbücher über Demenz, Fachbücher über Demenz per Fernleihe, E-Medien per Onleihe, E-Book-Reader-Verleih, etc. Verwaltung des eigenen Büchereikontos: Aussuchen, Verlängern per Internet möglich.	Kostenpflichtige Leseausweise für Rentner*innen, gebührenpflichtige Fernleihbestellungen, nicht durchgehend barrierefrei, kein persönlicher Bring- und Abholdienst	Zusammenarbeit festigen, gemeinsame Projekte planen, besonders im Hinblick auf einen eventuellen Umbau

Arbeitsblatt 4:

Tragen Sie die Rahmenbedingung hier ein, wenn es sich eher um eine Stärke handelt.	Tragen Sie die Rahmenbedingung hier ein, wenn es sich eher um eine Schwäche handelt.	Sofern die vorstehend genannte Rahmenbedingung für Ihr Vorhaben eher nützlich sein kann, tragen Sie hier bitte ein, inwiefern Sie das so erwarten.	Sofern die vorstehend genannte Rahmenbedingung für Ihr Vorhaben eher hinderlich sein kann, 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, kurze Wege zu Räumlichkeiten und Veranstaltungen		Persönliche Betreuung möglichst intensiv gestalten, um zu helfen, bevor Probleme zu groß werden
Oft persönliche Kontakte		Kann bei Planungen genutzt werden		Persönliche Kontakte als „Öffner“ nutzen und pflegen
Starkes kommunales Bekenntnis, aber wenige fachliche Experten	Expertenwissen fehlt Inklusionsstrukturen erst im Aufbau	Öffentliche Strukturen und Ressourcen können genutzt werden		
Starkes ehrenamtliches Engagement		Motivation und „Herz“	Zum Teil Überforderung und fehlende Professionalisierung	Ehrenamt stärken, vernetzen und weiterbilden

Arbeitsblatt 5:

Interessengruppenanalyse

Um welche Gruppe handelt es sich?	Welche Erwartungen hat diese Gruppe an unser Vorhaben?	Welchen positiven Einfluss kann diese Gruppe auf unser Vorhaben haben?	Welchen negativen Einfluss kann diese Gruppe auf unser Vorhaben haben?	Wie sollten wir diese Gruppe deshalb für unser Vorhaben konkret berücksichtigen / einbinden?
Zielgruppen	Möchten zum Teil mehr Teilhabe	Zum Teil kann Eigeninitiative erkannt und genutzt werden, Stichwort Partizipation	Verweigerung	Von Anfang an motivieren und stärken, bei der Planung die eigenen Wünsche und Bedarfe berücksichtigen
Familie/Betreuer	Erhoffen sich eine Verbesserung	Können die ZG stärken	Vorbehalte können bremsen	Evtl. in Gespräche mit einbeziehen und mit informieren
Kommune	Imagepflege, wollen eine lebenswerte Kommune	Kann Einfluss auf die ZG nehmen, bieten Ressourcen	-	Ins Netzwerk einbinden und gemeinsam planen, Kanäle der Ansprache nutzen
Anbieter von Freizeitangeboten	Möchten ein gutes und passendes Angebot für ihre Einrichtung, Imagepflege, eigene Daseinsberechtigung	Haben einen guten Zugang zur ZG, bieten zum Teil eigene Verteiler und Vernetzung	Einzelne Anbieter könnten sich gegen Zusammenarbeit sperren	Informieren, vernetzen, gemeinsame Projekte?

Arbeitsblatt 6:

Erarbeitung von Wirkungszielen

Wirkungsziele bei den Zielgruppen:	Wirkungsziele auf gesellschaftlicher Ebene:
<ul style="list-style-type: none">- Selbstwertgefühl steigt, die ZG wird gestärkt- Isolation wird überwunden- Kompetenzerhöhung der ZG- Stärkung des Familiensystems- Mobilität ist gewährleistet- Mentale und körperliche Gesundheit wird gefördert- Barrierefreiheit ist gegeben- Angebote für „zu Hause“ sind vorhanden und werden angenommen- Individuelle Ansprache ist vorhanden- Höhere Lebensqualität für die Zielgruppen- Personen der ZG fühlen sich sicher- Bedarfsgerechte Angebote sind vorhanden, z.T. mit Unverbindlichkeit	<ul style="list-style-type: none">- Größere Vielfalt in der Gesellschaft- Selbstverständlichkeit- Vorurteile werden abgebaut- Mehr Begegnungen mit der Mehrheitsgesellschaft- Teilnehmer nehmen am ges. Leben teil- Inklusionsbewusstsein ist vorhanden- Praxisnahe Rahmenbedingungen sind vorhanden (vielleicht auch Kleingruppen?)- Personelle und finanzielle Ressourcen sind vorhanden- Ehrenamtliche, Anbieter und ZG sind vernetzt- Fachwissen ist bei den Anbietern vorhanden- Kooperationen werden geschaffen und ausgebaut
Kernwirkungsziel der Zielgruppen: Personen der ZG nehmen ihren Fähigkeiten entsprechend aktiv an angebotenen Freizeitmöglichkeiten teil.	Kernwirkungsziel auf gesellschaftlicher Ebene: Inklusion findet statt. Freizeitangebote werden von allen angenommen.
Voraussetzungen bei den Zielgruppen: <ul style="list-style-type: none">- Eigeninitiative muss ergriffen werden und vorgefertigte Strukturen müssen überprüft werden- Familien/Betreuer müssen eingebunden und gestärkt werden- Ansprache durch Vorbilder aus der Peer-Gruppe- Begegnungen finden statt	Voraussetzungen bei der Gesellschaft: <ul style="list-style-type: none">- Vorurteile müssen abgebaut werden, z. B. mithilfe von Begegnung- „Schubladendenken“ muss überwunden werden- Inklusionsverständnis muss hervorgerufen werden- „Blick über den Tellerrand“ ist nötig

- Informationen müssen verstanden werden
- Zentrale Stelle der Informationsbeschaffung
- Mobilität muss geklärt werden
- ZG muss motiviert werden
- Neugier muss geweckt werden
- Ängste müssen abgebaut werden
- Gespräche mit den Zielgruppen führen (Bedarfsermittlung)
- Hilfe durch Tandempartner oder Paten

- Bessere Absprachen und Koordination von Angeboten (Ehrenamtsbörse o.ä.)
- Gute Darstellung der Angebote (verständlich, umfassend, leichte Sprache, Piktogramme)
- Informationstransfer stetig wiederholen, verschiedene Ebenen bedienen
- Fördermöglichkeiten nutzen
- Angebote modernisieren („Mit der Zeit gehen“)
- Angebote prüfen und günstige Angebote schaffen
- Angebote zu Hause schaffen
- Bewusste Öffnung bestehender Gruppen (z.B. durch Aktionstage etc.)
- Hilfe bei Rahmenbedingungen und Auflagen prüfen
- Bedingungen für Ehrenamt überprüfen
- Personelle Ressourcen finden und aktivieren
- Möglichkeiten der Fortbildung schaffen

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 blickt diese Interessengruppe auf unser Vorhaben?	An welcher Stelle kann sich diese Interessengruppe mit unserem Vorhaben identifizieren? Für das Erreichen welcher Zielsetzung kann sie motiviert und engagiert werden?	Wann und wie wollen wir diese Gruppe beteiligen? Oder warum ggfs. eher nicht?
Personen der Zielgruppen	Motivation ist unterschiedlich: Zum Teil wollen die Personen mehr Teilhabe, zum Teil wollen sie „unter der Käseglocke“ bleiben	Engagement wird gefördert, wenn wirklich eigene Bedarfe ermittelt und gefördert werden	Von Anfang an mit einbinden, vernetzen und beraten und motivieren
Familien/Betreuer	Wollen für ihre Schützlinge ein selbstbestimmtes, aber sicheres Leben	Könnte unterstützend tätig werden und motivieren	Mit bei der Planung berücksichtigen, Vorbehalte durch Transparenz abbauen
Anbieter von Freizeitangeboten	Wollen tragfähige Angebote und Unterstützung	Fördermöglichkeiten können aufgezeigt werden, Projekte können vernetzt werden, Fachwissen kann bereitgestellt werden	Von Anfang an, vernetzen, Informationen nutzen, gemeinsame Aktivitäten planen
Kommune	Imagepflege	Gemeinsame Aktionen, Hilfe einfordern	Von Anfang an, vernetzen, Informationen und Ressourcen nutzen
Verkehrsmittelbetriebe	Wollen rentable und barrierefreie Angebote vorhalten	Gemeinsame Bedarfe planen	Von Anfang an, vernetzen, Informationen nutzen

Arbeitsblatt 8: SMART

<p>Spezifisch: Die Zielgruppen finden Freizeitangebote, die ihren Wünschen und Fähigkeiten entsprechen und nehmen diese an.</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: Teilnehmerzahlen können gemessen werden, besonders bei neuen Angeboten.</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: Die beteiligten Verantwortlichen und die beteiligten Menschen der ZG sind kompetent und willens an dem Projektziel zu arbeiten.</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: Inklusion wird gefördert, wenn mehr Begegnungen stattfinden. Die Personen der ZG können durch die beschriebenen Maßnahmen die im Lösungsbaum benannten Ziele erreichen.</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. Inklusion wird selbstverständlich.	Welche Veränderung möchten Sie auf gesellschaftlicher Ebene erreichen? Formulieren Sie möglichst knapp und eindeutig. (siehe auch: Stufe 7 der Wirkungstreppe)
Wir möchten erreichen, dass sich die Lebenslage unserer Zielgruppen verbessert. Das bedeutet konkret, dass Personen unserer Zielgruppen ihr Leben verändern und zufriedener und gesünder werden/bleiben, indem sie Angebote wahrnehmen, die sie erfüllen.	Wie formulieren Sie die Veränderung der Lebenslage Ihrer Zielgruppe? (siehe auch: Stufe 6 der Wirkungstreppe)
Unsere Zielgruppen entscheiden eigenständig, wie und wo sie sich beteiligen wollen. Dieses ist möglich durch ein neu gewonnenes Selbstvertrauen und erlangter Kompetenzen.	Wie sollte sich das Verhalten unserer Zielgruppe verändert haben? (siehe auch: Stufe 5 der Wirkungstreppe)
Unsere Zielgruppen sind motiviert und genügend gestärkt, um verschiedene Freizeitangebote wahrzunehmen.	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"> - Koordination von Angeboten (Ehrenamtsbörse o.ä.) - Hilfen für gute Darstellung der Angebote (verständlich, umfassend, leichte Sprache, Piktogramme) schaffen - Informationstransfer stetig wiederholen, verschiedene Ebenen bedienen (Medienfahrplan erstellen) - Fördermöglichkeiten kommunizieren - Angebotspalette prüfen und evtl. mehr Heimfreizeitangebote finden 	Welche Ideen für passende Angebote / Leistungen ergeben sich daraus für Sie? Werfen Sie hier ggfs. auch noch einmal einen Blick in den Lösungsbaum.

- Bewusste Öffnung bestehender Gruppen z.B. durch Aktionstage etc. planen
- Möglichkeiten der Fortbildung schaffen, z.B. mit Tonfolgen eV
- Mobilität prüfen und Angebote vernetzen
- Evtl. Kleingruppen schaffen oder Tandempartner/Paten finden
- Elektronisches Werbebanner am Rathaus o.ä.
- Schaffung eines Seniorenbeirats/Behindertenbeirats prüfen
- Bewusstes Überprüfen der Innenstadt (fehlende Bänke, Barrieren etc. feststellen)
- Mobilitätsleistungsangebot prüfen, Rufbus?
- Hol- und Bringdienst durch Ehrenamtliche
- Bereitstellung von kostenfrei ausleihbarer Fachliteratur
- Barrierefreiheit der Stadtbibliothek verbessern
- Kostenfreie Leseausweise für Personen der Zielgruppen möglich?

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.
Menschen mit Behinderung und ältere Menschen gehören ganz selbstverständlich in allen Bereichen dazu. Vorurteile sind abgebaut und Begegnungen werden „auf gleicher Ebene“ möglich.	(siehe auch: Stufe 7 der Wirkungstreppe)
Die verstärkte Annahme von Angeboten schafft größere Zufriedenheit und schafft mehr Möglichkeiten der Begegnung und Teilhabe.	(siehe auch: Stufe 6 der Wirkungstreppe)
Die Personen können Angebote wahrnehmen und gehen gestärkt hervor.	(siehe auch: Stufe 5 der Wirkungstreppe)
Menschen der ZG nehmen Angebote an und erweitern ihre Kompetenzen.	(siehe auch: Stufe 4 der Wirkungstreppe)