



Träger der öffentlichen
Kinder- und Jugendhilfe

Bearbeitet von: Christa Frenzel

E-Mail:
christa.frenzel@ms.niedersachsen.de

Fax: (05 11) 1 20-99 3001

Ihr Zeichen, Ihre Nachricht vom

Mein Zeichen (Bei Antwort angeben)
304-43184-03-02

Durchwahl (0511) 120-
3001

Hannover,
26.07.2011

**Zuwendungen zur Förderung von Familien unterstützenden Maßnahmen und Frühen Hilfen;
Fördergrundsätze vom 11.02.2011- Az.: 304- 43184-03-02**

Sehr geehrte Damen und Herren,

nach Nummer 4.1. der oben genannten Fördergrundsätze und der gleichlautenden Vorschrift im Entwurf der Richtlinie ist Voraussetzung für die Gewährung einer Zuwendung das Vorliegen eines zielorientierten Handlungskonzepts mit den geplanten Maßnahmen. Dieses ist unter Berücksichtigung der Evaluationsergebnisse (Nr. 4.2 Satz 2) jährlich fortzuschreiben. Das Konzept ist in Kooperation mit den Gemeinden des Zuständigkeitsbereichs, die nicht Träger der öffentlichen Kinder- und Jugendhilfe sind, und den örtlichen freien Trägern zu erstellen (§ 4 SGB VIII ist zu berücksichtigen).

Nach Nummer 4.2 der Fördergrundsätze sind die Mittel vom Zuwendungsempfänger auf der Basis des gemeinsamen Konzepts einzusetzen. Die Maßnahmen sind quantitativ und qualitativ zu evaluieren. Das Ergebnis ist in den Sachbericht aufzunehmen und dient u. a. der Fortschreibung des Handlungskonzeptes. Für die Familienbüros sind Konzeptionen oder Aufgabenbeschreibungen vorzulegen.

Zur Umsetzung dieser Fördervoraussetzung hat das MS am 11.04.2011 und 05.05.2011 Fortbildungen angeboten. Die Ergebnisse sind auf der Website www.Familien-mit-Zukunft.de – Familienförderung ab 2011 dokumentiert.

Auf vielfachen Wunsch stellen wir zur Orientierung ergänzend eine kurze Arbeitshilfe zur Verfügung, die als Raster für zukünftig zu erstellende Handlungskonzepte und zukünftig als Hilfe für die Konzeptionen und Aufgabenbeschreibung der Familienbüros dienen kann. Darüber hinaus kann sie Grundlage für die jährliche Evaluation sein.

Mit freundlichen Grüßen
Im Auftrage

Christa Frenzel

R:\Referat304\Familienförderung ab 2011 43184-05_03\RICHTLINIE 43184-03-02\Arbeitshilfe\110728 Arbeitshilfe Handlungskonzept.doc

Ausgezeichnet mit dem



Dienstgebäude
Hinrich-Wilhelm-
Kopf-Platz 2
30159 Hannover



Behinderten-
parkplatz
am Eingang

Telefon
(05 11) 120-0

Telefax
(05 11) 120-4296 Allgemein
(05 11) 120-5999 Abt. Soziales
(05 11) 120-3096 Abt. Frauen
(05 11) 120-3092 Abt. Familie
(05 11) 120-4295 Abt. Gesundheit
(05 11) 120-3095 Abt. Bau

Bankverbindung
Nord/LB (BLZ 250 500 00) Konto 106 021 322

E-Mail
Poststelle@ms.niedersachsen.de

Hinweise zu den Fördergrundsätze für die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung von Familien unterstützenden Maßnahmen und Frühen Hilfen vom 11.02.2011:

Systematisches Vorgehen zum Erstellen und Durchführen eines Konzeptes in neun Schritten

Vorab: Voraussetzung für die Förderung von Familien unterstützenden Maßnahmen ist die Entwicklung eines zielorientierten Handlungskonzeptes

1. Analyse Problem erkennen

Sie erkennen ein soziales Problem in Ihrer Kommune. Bei einem Problem handelt es sich um eine unerwünschte Kluft zwischen einem Ist-Zustand und einem Soll-Zustand. Sie wünschen sich in Zukunft eine andere Situation.

Problemursache feststellen

Um für ein Problem eine Lösung zu finden, identifizieren Sie als erstes die Problemursache.

Zielgruppe definieren

Meist ist eine Gruppe von Menschen von dem Problem betroffen Sie halten fest, wer genau davon betroffen ist.

2. Zielfindung

Sie halten fest, wie Sie sich in Zukunft einen sozialen Zustand und die Lage Ihrer Zielgruppe vorstellen.

Sie formulieren ein Ziel, das Sie erreichen wollen. Meist ist es mit dem Soll-Zustand identisch.

Dabei unterscheiden Sie zwischen

- Leitzielen
- Mittlerzielen
- Handlungszielen

3. Leitziel entwickeln

Hier handelt es sich um einen erstrebenswerten Zustand. Das Leitziel beruht auf grundlegenden Wertvorstellungen, gleicht oft einer Vision und kommt einem Idealbild nahe. Es ist langfristig angelegt.

Am besten das Leitziel sachlich, knapp, eindeutig und positiv im Aktiv und im Präsens formulieren.

4. Mittlerziele festlegen

Mittlerziele leiten sich von dem Leitziel ab Es kann sich um **ein** Mittlerziel oder um **mehrere** handeln. Diese orientieren sich an einzelnen Bereichen des Leitziels. Sie sind mittelfristig angelegt Es lässt sich ein direkter oder indirekter Bezug zu Problemursachen und zur Zielgruppe feststellen. Mittlerziele sind konkreter als das Leitziel und stecken grob den Rahmen ab für das, was Sie erreichen wollen in Hinblick auf die Zielgruppe und auf die Wirkungen, die bei Ihrer Zielgruppe erreicht werden sollen.

Sie legen fest, mit welchen Mitteln und auf welchem Wege Sie Ihre Ziele erreichen wollen. Sie stimmen die Mittlerziele auf Ihre Zielgruppe und Ihre Erfahrungen aus der Praxis ab.

Auch die Mittlerziele werden kurz, sachlich, im Aktiv und im Präsens formuliert.

5. Handlungsziele festlegen

Handlungsziele leiten sich aus den Mittlerzielen ab. Sie beschreiben einen eindeutigen, spezifischen Endzustand, den Sie erreichen werden wollen. Sie machen quantitative und qualitative Vorgaben, wie Sie diese Ziele mit bestimmten Interventionen und Instrumenten zu einem bestimmten Zeitpunkt erreichen werden

In der Regel splitten Sie ein Handlungsziel in mehrere Teilziele auf, an denen Sie arbeiten wollen.

Die Handlungsziele müssen ganz konkret benannt werden. Dabei hilft Ihnen das **smart**-Prinzip:

| | |
|------------------------|--|
| s → spezifisch | Ganz konkret formulieren, zugeschnitten auf klar definierte Teilbereiche und Personen/-gruppen, |
| m → messbar | Quantitativ und qualitativ genau beschreiben |
| a → akzeptiert | Akzeptiert von Politik, Verwaltung und Ihrem Team. Ein Minimalkonsens ist vorhanden. |
| r → realistisch | Auf die Wirklichkeit abgestimmt, an die Realität angepasst. Mit vorhandenen Ressourcen machbar. |
| t → terminiert | Zeitraumen und Zeitziel exakt festlegen. |

Prüfen Sie, ob Ihr Handlungsziel wirklich zu Ihrem Team passt und mit ihm erreichbar ist. Gleiches gilt für die finanziellen Mittel und sonstigen Rahmenbedingungen, die Ihnen bekannt sind. In dieser Planungsphase können Sie noch umsteuern.

6. Maßnahmen festlegen

Maßnahmen, sind die kleinen Schritte, mit denen Sie die Handlungsziele erreichen. Auch diese planen Sie nach dem **smart**-Prinzip. Sie legen konkret fest, welche Ressourcen (Personal, Geldmittel, Räume, Rahmenbedingungen) Sie brauchen, um Ihre Maßnahmen durchzuführen. Für die Durchführung überlegen Sie sich, **wie-womit-wodurch** Ihre Maßnahme erfolgreich wird.

Überlegen Sie sich, ob es noch andere, vielleicht effektivere Maßnahmen gibt, mit denen Sie Ihr Ziel erreichen können.

7. Evaluation planen - Wirkungen erkennen, Erfolg überprüfen

Qualitätskriterien entwickeln

Als Qualität wird die Gesamtheit von Merkmalen einer Einheit bezeichnet, die sich eignen, festgelegt und vorausgesetzte Erfordernisse zu erfüllen.

Die Qualitätskriterien ergeben sich aus Ihrer Zielstellung. Sie lassen sich operationalisieren. An ihnen messen Sie Ihren Arbeitserfolg. Sie sind Grundlage für Ihre Evaluation,

Qualitätskriterien können z.B. zielgruppengenaue Öffentlichkeitsarbeit, Anwenden interkultureller Kompetenz, Berücksichtigung von Genderkriterien, Nachhaltigkeit sein.

8. Evaluation

Sie überprüfen Ihre Maßnahmen auf Qualität und Effektivität. Sie beobachten in festgelegten Arbeits-

und Zeitabschnitten, ob sich positive Wirkungen für die Lösungen der Problemursachen abzeichnen,

Sie Ihre Zielgruppe erreichen und sich das Verhalten ihrer Zielgruppe positiv (auf Ihr Ziel hin)

verändert hat. Sie befragen Ihre Zielgruppe, ob sie positive Wirkungen bemerkt. Ebenso befragen Sie deren Umgebung und Ihr Team.

Sie werten die Ergebnisse aus, interpretieren und bewerten sie.

Bei Nichterreichen einzelner Handlungsziele bessern Sie nach.

9. Vergleich von Ist- und Soll - Der Kreis schließt sich

Sie vergleichen am Ende Ihres Projektes den alten Ist-Zustand mit dem angestrebten Soll-Zustand. Anschließend prüfen, ob Sie Ihre Handlungsziele und Mittlerziele erreicht und sich Ihrem Leitziel angenähert haben. Sie stellen dar, inwieweit sich Wirkungen durch Ihre Maßnahmen im Verhalten Ihrer Zielgruppe erkennen lassen. Sie halten fest, ob die Problemursache gemildert oder beseitigt ist. Das Ergebnis fassen Sie in einem Bericht zusammen - sowohl quantitativ als auch qualitativ.