



mit:forschen!
GEMEINSAM WISSEN SCHAFFEN

partX

Fortbildungsreihe partizipative Forschung

Modul IV: Wirkungsorientierte Projektplanung

Michael Wingens (Wissenschaft im Dialog)

wissenschaft • im dialog



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Forschung, Techn
und Raumfahrt



© Ilja C. Hendel / WID

WISSENSCHAFT IM DIALOG

Die Organisation für Wissenschaftskommunikation der deutschen Wissenschaft

Gliederung

Einführung

1

Zielsetzung des Moduls und Ideenvorstellung

Projektplanung

2

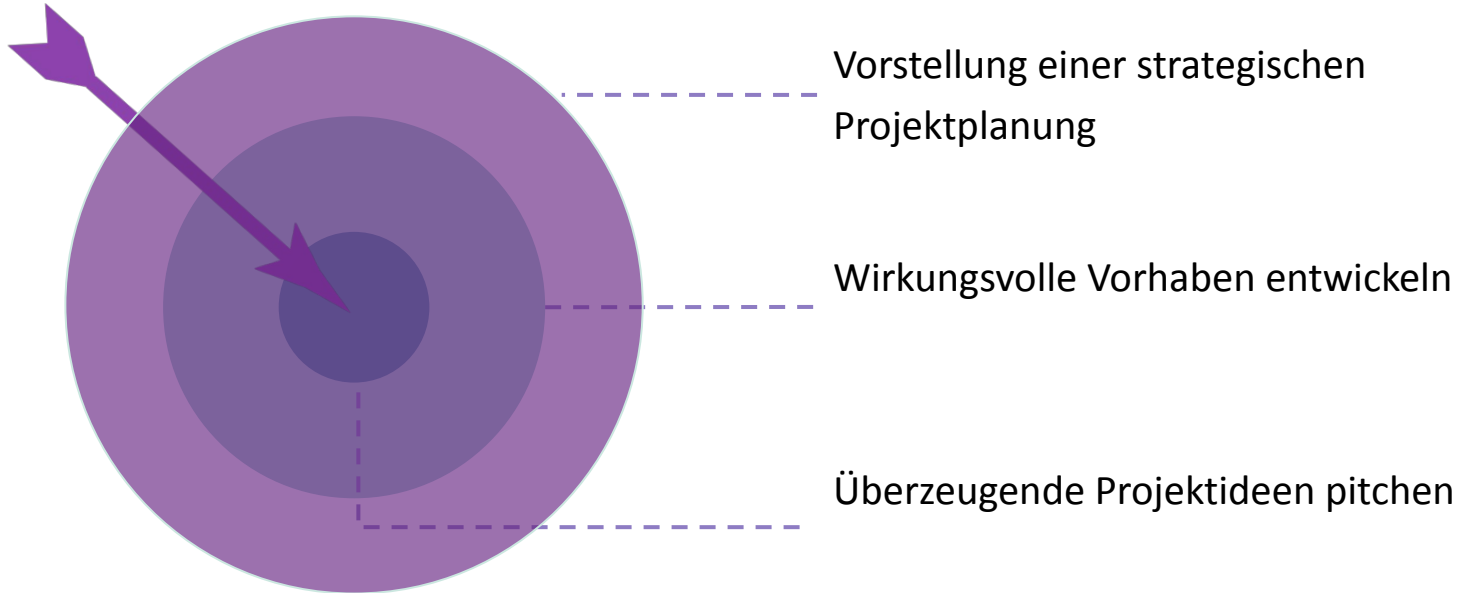
Wirkungsvolle Projekte planen

Ideenentwicklung

3

Kluge Ideen pitchten

ZIELSETZUNG DES MODULS



Projektideen

Wo steht eure Projektidee aktuell auf dem Weg vom ersten Gedanken zu einer wirkungsorientierten Umsetzung?

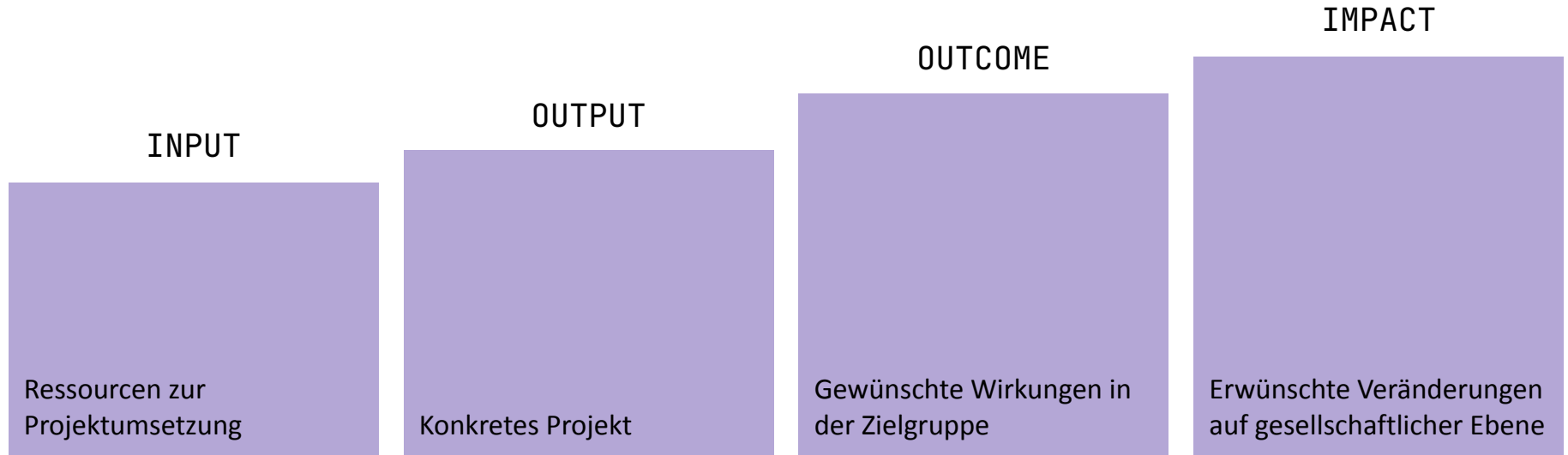
Projektplanung

1

Wirkungsvolle Projekte planen

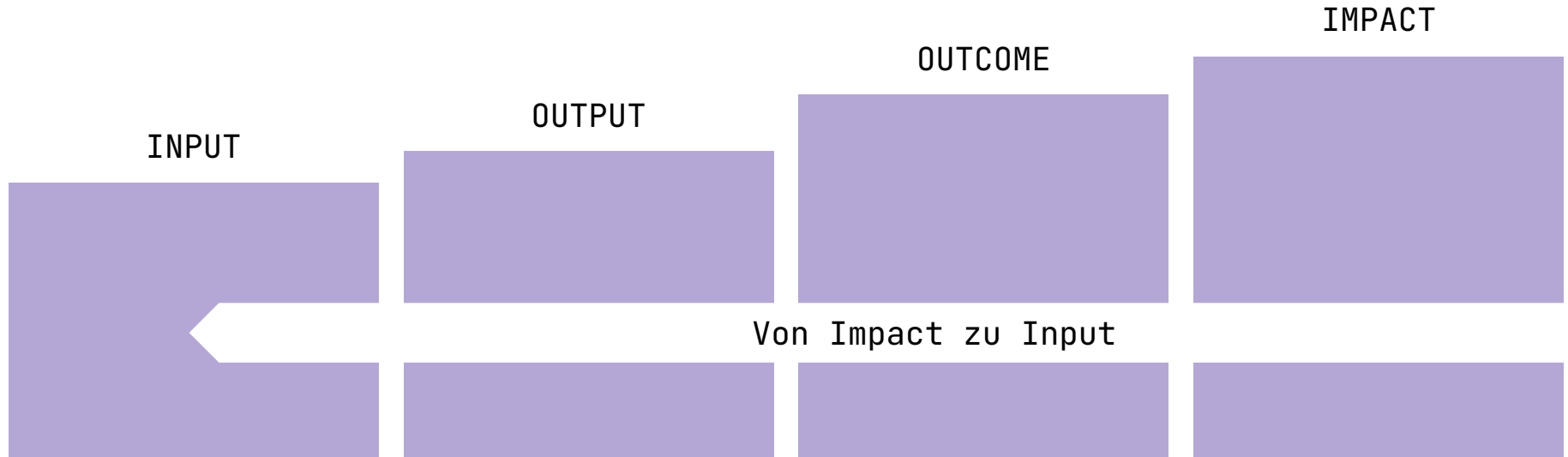
Projektplanung

EINEN EIGENEN IMPACTPLAN ENTWICKELN



Projektplanung


EINEN EIGENEN IMPACTPLAN ENTWICKELN



Strategieentwicklung

IMPACT

- : Was möchte ich erreichen?
- : Welchen gesellschaftlichen Impact möchte ich erzeugen?



Gesellschaftlicher Impact als “sozialer, kultureller, ökologischer und wirtschaftlicher Nutzen (...) von Ergebnissen oder Produkten aus der Forschung”

Gesellschaftlicher Impact

AUSEINANDERSETZUNG

- : Mögliche Motivationen für die Auseinandersetzung mit gesellschaftlichem Impact:
 - : Individuell: Relevanz der eigenen Arbeit aufzeigen
 - : Institutionell: (Finanzielle) Notwendigkeit für die Außenkommunikation
 - : Idealistisch: Gesellschaftlichen Herausforderungen mithilfe von Wissenschaft lösen



Erhalt der Biodiversität



Vertrauen in Wissenschaft



Nachhaltige Industrie



*Sichere
Gesundheitsversorgung*



Integrierte Gesellschaft



Menschzentrierte Mobilität

Strategieentwicklung

OUTCOME

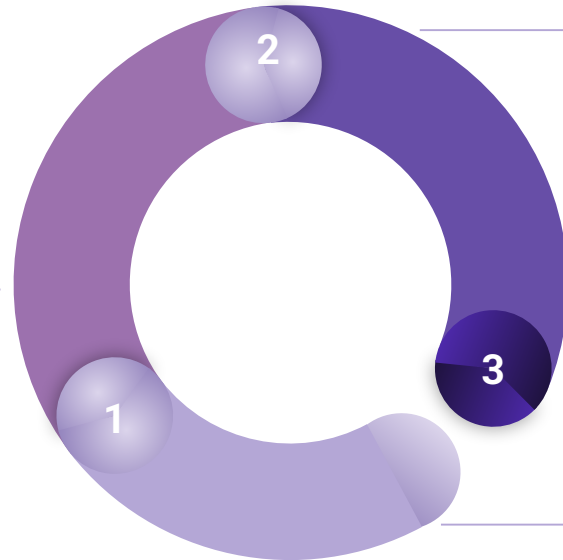
- : Was ist meine Zielgruppe?
- : Welche Wirkung möchte ich bei ihr erzeugen?

Outcome

WIRKUNGEN IN DER ZIELGRUPPE BESTIMMEN

Verhalten

Es gibt erwünschte Veränderungen im Handeln der erreichten Personen



Lebenslage

Die Lebenslage der erreichten Personen wurde in wünschenswerter Weise verändert.

utcome

Wissen, Fähigkeiten, Einstellungen

Erreichte Personen verfügen über neues Wissen oder neue Fähigkeiten, haben ihre Fähigkeiten gefestigt oder verändert, sich eine Meinung gebildet etc.

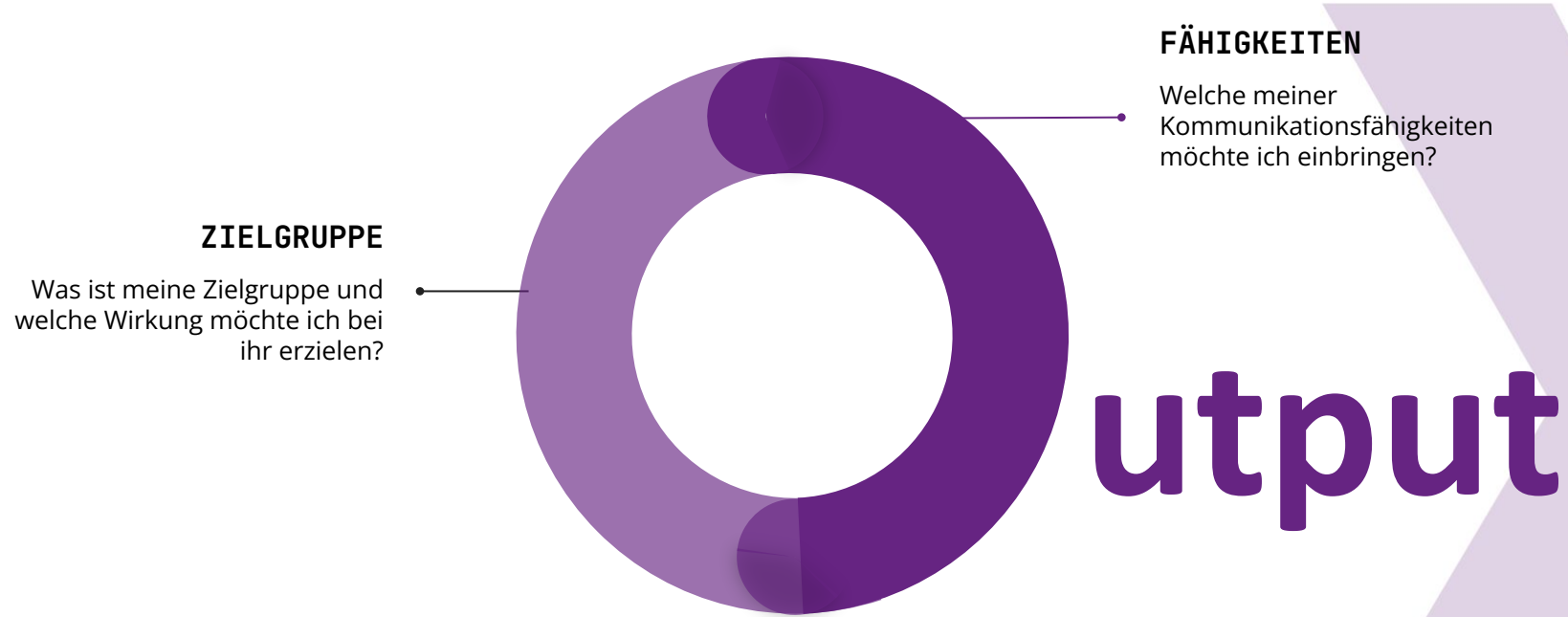
Strategieentwicklung

OUTPUT

- : Was ist ein geeignetes Format für mein Projekt...
 - : das zu mir passt?
 - : um meine Zielsetzungen zu erreichen?

Wie wähle ich ein passendes Format aus?

16



Strategieentwicklung

INPUT

- : Welche Ressourcen benötige ich zur Projektumsetzung?
- : Welche Ressourcen stehen mir zur Verfügung?

AUSARBEITUNG DER PROJEKTIDEEN

- : **20 Minuten Einzelarbeit (Think)**

Reflektiert die gewünschte Zielgruppe für eure Projektidee. Erörtert, welche Wirkungen ihr bei der Zielgruppe erreichen wollt und welches Format dafür geeignet ist. Notiert euch offene Fragen und To Dos.

- : **15 Minuten Gruppenarbeit (Pair)**

Stellt einander eure Überlegungen vor. Diskutiert, durch welches Format ihr eure Zielgruppe erreichen wollt.

KAFFEPAUSE

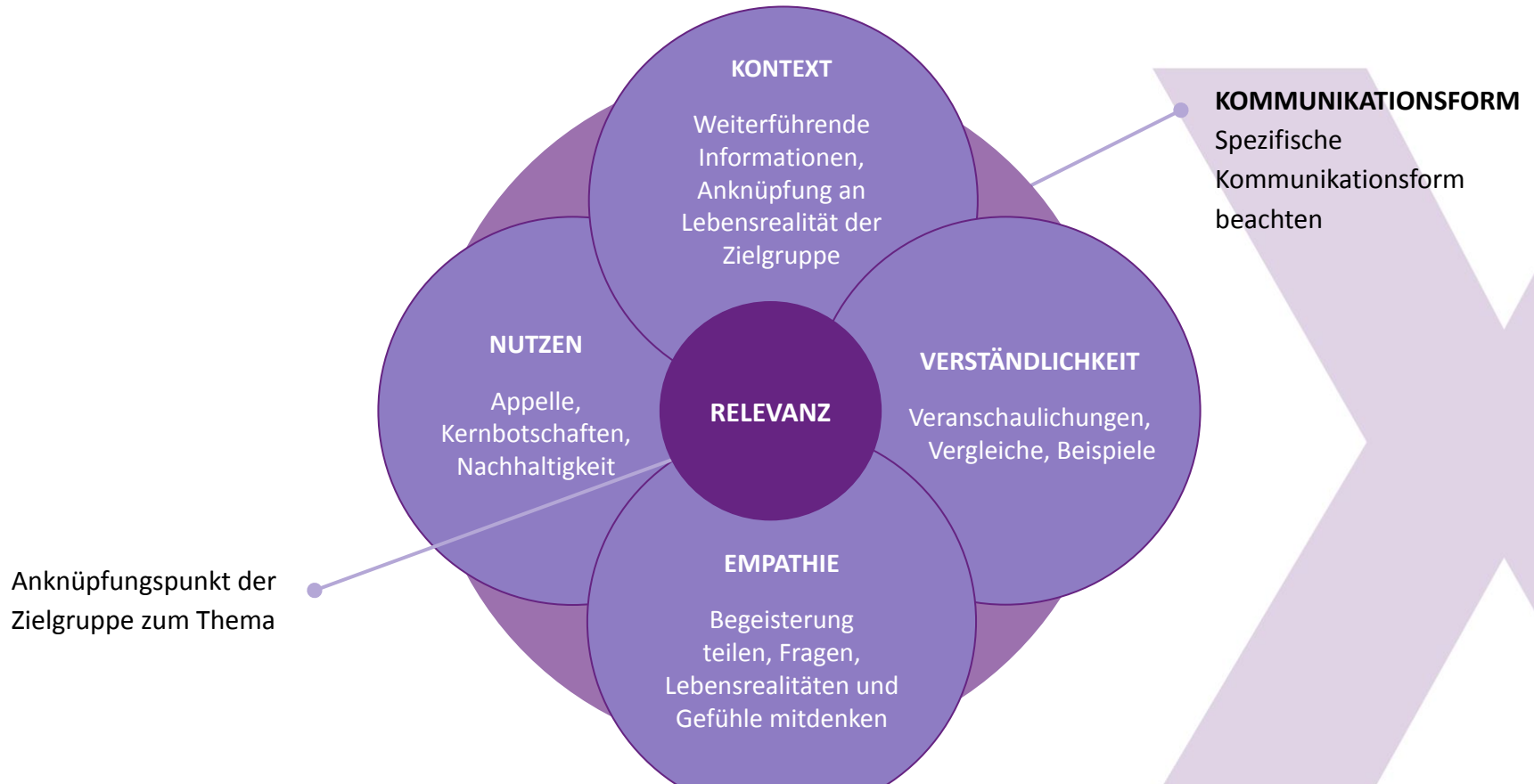
Frische Luft und Kekse

10 min

IDEENENTWICKLUNG

2

Kluge Ideen pitchten



Beispiel: Dr. Aysel Ahadova, Tumorbiologin

22

“Ich habe mir überlegt, was das wichtigste Thema aus meinem Feld ist und bin schnell auf die Krebs-Impfungen gekommen. Es schien mir sinnvoll, mit DNA-Reparatur zu beginnen. Über die Reparatur bin ich dann auf die Idee gekommen, Zellen mit Autos zu vergleichen. Es ist zwar ein Klischee, aber damit kann jede*r in Deutschland etwas anfangen und sich identifizieren. Statt also den Reparaturmechanismus mit DNA und Enzymen zu erklären, wollte ich über den TÜV sprechen.”



- : **Relevanz:** Krebs als Volkskrankheit
- : **Verständlichkeit:** TÜV-Vergleich
 - : Bei jeder Zellteilung überprüfen sich unsere Zellen auf mögliche Fehler
 - : Autos mit Fehlern sind gefährlich im Straßenverkehr, Zellen mit Fehlern sind gefährlich, weil sie zu Tumoren führen können
- : **Nutzen:** Impfungen als zusätzliche Behandlungsmethode für Krebserkrankungen

Elevator Pitch

WIE GELINGT EIN ELEVATOR PITCH?

- : Möglicher Aufbau eines Elevator Pitches
 - : Interesse wecken
 - : Hauptargument / Nutzen nennen
 - : Alleinstellungsmerkmal der Idee oder persönliche Motivation nennen
 - : Appell / Call to Action

AUSARBEITUNG DER PROJEKTIDEEN

: **20 Minuten Einzelarbeit**

Konkretisiert eure Projektideen. Bezieht dabei die Zielgruppe inkl. gewünschte Wirkung und das gewählte Format in ihre Ausarbeitung ein. Fasst eure Projektidee für einen einminütigen Elevator Pitch zusammen.

Übung

ELEVATOR PITCHES

: **30 Minuten Gruppenarbeit**

Pitcht euch gegenseitig eure Ideen und gebt einander Feedback in Bezug auf die Zielgruppe, Verständlichkeit und Umsetzbarkeit des Vorhabens.

KONTAKT

Wissenschaft im Dialog gGmbH

Charlottenstraße 80
D-10117 Berlin

Telefon: 030 2062295-0
info@w-i-d.de



[Wissenschaft im Dialog](#)



[@w-i-d.de](#)



[wissenschaftimdialog](#)

Präsenztermin am 10. Dezember



Ort:

Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt (BMFTR)
Kapelle-Ufer 1, 10117 Berlin (fußläufig von Berlin Hbf)



Termin:

10. Dezember 2025 · 12:00–16:00 Uhr



Programminhalte (vorläufig):

- Begrüßung & Zertifikatübergabe
- Elevator Pitches
- Austauschformate & Mittagessen



Hinweis:

Reisekosten sind im Rahmen der finanziellen Unterstützung abrechenbar.

Nächste Schritte und Fristen

1. Ideenskizze einreichen: Abgabe der Ideenskizze inkl. Kostenplanung **bis 30.11.**

2. Erhalt der Unterlagen zur finanziellen Unterstützung: Versand der Unterlagen (Anforderung & Vereinbarung) **bis 05.12.**

3. Einreichung der unterzeichneten Unterlagen

- Per E-Mail: **10.–12.12.**
- Postalisch: **bis 15.12.** (*inkl. unterschriebener Anforderung mit Kontoangaben und Vereinbarung*)

4. Auszahlung & Umsetzung

- Auszahlung der Mittel: **noch 2025**
- Verausgabung der Mittel: **bis 30.04.2026**

5. Abschlussberichte: Sachbericht & zahlenmäßiger Nachweis: **bis 31.05.2026**

Das Konzept für dieses Modul entstand in Zusammenarbeit mit:

- Michael Wingens (Wissenschaft im Dialog)

Für das wertvolle Feedback zu allen Modulen der Reihe bedanken wir uns bei:

- Julia Backhaus (RWTH Aachen, Human Technology Center (HumTec))
- Simone Kaiser (Fraunhofer IAO)
- Tim Kiessling (Direct Action Research Collective)
- Christin Liedtke (Helmholtz-Gemeinschaft)
- Philipp Schrögel (TU Chemnitz)
- Lena Theiler (Institut für sozial-ökologische Forschung ISOE)
- Kirsten von der Heiden (AFoReg – Angewandte Forschung und Region)
- Sarah Weschke (Berlin Institute of Health at Charité – Universitätsmedizin Berlin, QUEST Center for Responsible Research)