

Ziele SMART formulieren

Die Formulierung von Zielen ist in zweierlei Hinsicht von Bedeutung und nützlich. Zum einen geben Ziele Ihnen und den Kernteammitgliedern eine Orientierung für die Planung und die Umsetzung der Kampagne. Zum anderen bieten Ziele letztlich vor allem eine Grundlage, um den Erfolg der Kampagne bewerten zu können. Das Motto ist „Nur wer Ziele hat, kann auch erfolgreich sein.“

Nun ist Zielformulierung nicht gleich Zielformulierung, nur vage formulierte Ziele wie „Alle Mitarbeiter*innen sollen mitmachen“ sind keine gute Grundlage für die Kampagnenarbeit und -bewertung. Eine geeignete Zielformulierung sollte vielmehr dem SMART Prinzip folgen. Mit dem SMART-Prinzip können Zielformulierungen anhand von fünf Anforderungskriterien geschärft formuliert werden:

S

Spezifisch: Ziele müssen so präzise, eindeutig und so einfach wie möglich formuliert sein und keinen Spielraum für Interpretationen lassen. So sollte z.B. das Zielverhalten nicht einfach „Mitarbeiter*innen sparen Energie“ lauten, sondern entsprechende Verhaltensweisen sollten genau benannt werden, z.B. „Mitarbeiter*innen nutzen schaltbare Steckerleisten“.

M

Messbar: Ziele müssen messbar sein (Messbarkeitskriterien), denn nur so ist eine spätere Erfolgskontrolle möglich. Die Zielformulierung sollte also konkrete Kriterien beinhalten und benennen: etwa das Ausmaß der Energieeinsparung (z.B. 7%) oder die Anzahl (oder den Prozentsatz) der Personen, die aufgrund der Kampagne der

Zielverhalten ausführen, z.B. „Mindestens 80% der Mitarbeiter*innen benutzen schaltbare Stecker“.

A

Akzeptiert: Ziele müssen von den Kernteammitgliedern und der Zielgruppe akzeptiert werden, d.h. sie sollten angemessen, attraktiv, anspruchsvoll und durch eigenes Handeln aktiv beeinflussbar sein.

R

Realisierbar: Ziele müssen erreichbar sein, d.h. die Ziele müssen mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen erreichbar sein. Sie dürfen nicht zu ambitioniert oder „zu hoch gehängt sein“, um Enttäuschungen und Demotivierung vorzubeugen. Trotzdem sollte ein Ziel von Bedeutung und mit einem Mehrwert verbunden sein, damit es motivieren kann.

T

Terminierbar: zu jedem Ziel sollte eine klare Terminvorgabe formuliert werden, die deutlich festhält, bis wann das Ziel erreicht sein muss. Wichtig für die Strukturierung der Kampagnenarbeit und die Erfolgskontrolle ist es, dass die Zieldefinitionen in einen Zeitplan eingebunden sind, der die Gesamtdauer der Kampagne und Termine für die Erreichung von Zwischenzielen beinhaltet., z.B. „nach Kampagnenstart und Informationsphase im September“.

Wichtig ist ferner, dass Ziele auf das Ergebnis bezogen formuliert

werden und nicht auf die Aufgaben.

Beispiel für eine Zielformulierung nach der SMART Methode:

Mindestens 80% der Mitarbeiter*innen benutzen nach Kampagnenstart und der Informationsphase im September schaltbare Stecker.

Eine spezifische Zielformulierung ist aus mehrerlei Gründen wichtig:

- sie sollten den Sollzustand beschreiben damit alle Beteiligten die gleiche Vorstellung von dem haben, was erreicht werden soll
- nur für ein eindeutig und präzise formuliertes Ziel können auch Kriterien festgelegt werden, an denen Sie erkennen können, ob das Ziel erreicht wurde
- nur für ein eindeutig und präzise formuliertes Ziel können solche Kriterien festgelegt werden, die Sie beobachten oder messen können.

Leitfragen zur Formulierung spezifischer Ziele:

Leitfragen zur Formulierung spezifischer Ziele:

- Wie sieht der Sollzustand aus, was genau soll erreicht werden?
 - Welche spezifischen Eigenschaften hat das zu erreichende Ziel?
 - Ist das Ziel so formuliert (interpretationsfrei), dass alle Beteiligten die gleiche Vorstellung davon haben?
-
- Wie sieht der Sollzustand aus, was genau soll erreicht werden?
 - Welche spezifischen Eigenschaften hat das zu erreichende Ziel?
 - Ist das Ziel so formuliert (interpretationsfrei), dass alle Beteiligten die gleiche Vorstellung davon haben?

