

peer signs!edwae

Plattform für visuelle Peer-Projekte

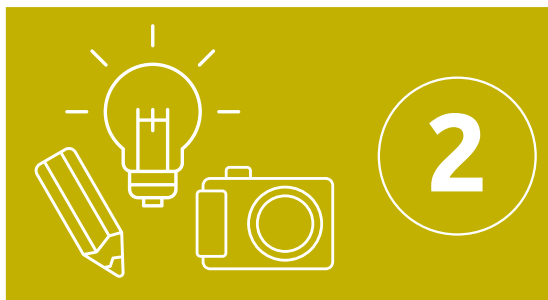
Drei Grundlagen für das Entwickeln
und Verankern von Peer-Campaigns-
Projekten sowie für das Definieren
der Evaluationsindikatoren.

PEER-PROJEKT-
GRUNDLAGEN

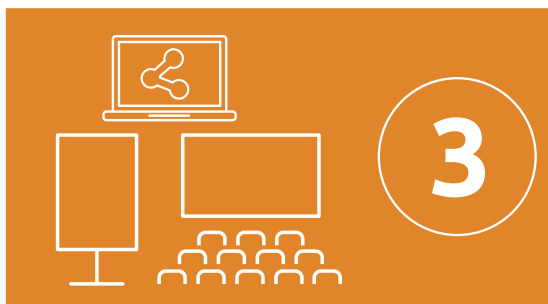
3-Phasen-Strategie der Peer-Campaigns-Projekte



Im ersten Schritt erfolgt unter Einsatz verschiedener Methoden, Materialien und Lernformen **eine vertiefte Auseinandersetzung mit der Thematik**. Dabei steht das Peer-Learning im Vordergrund. Durch Kompetenzbildung soll die Resilienz gestärkt und gleichzeitig durch Wissensvermittlung die Argumentationsfähigkeit gefördert werden.



Beim gemeinsamen **Entwickeln der Botschaften in Form von Wort-Bild-Kombinationen** werden das vermittelte Wissen und die erarbeiteten Inhalte in einem zweiten Schritt vertieft. Dies unterstützt zusätzlich die Verankerung der Erkenntnisse und fördert die Kommunikationsfertigkeiten sowie die Sozial-, Methoden- und Handlungskompetenzen.



Damit die Botschaften ihre Wirkung entfalten können erfolgt im dritten Schritt im Sinne der Peer-to-Peer-Kommunikation die **Vermittlung der Erkenntnisse und der gestalteten Botschaften**, je nach Projektvorhaben in Form von Plakaten, Postkarten, Flyern, Broschüren, Ausstellungen, Videos, Traffic-Media-Screens, Cinémotions, Social Media usw.). Die Beteiligten werden so zu Multiplikator:innen und erleben sich als handelnde, aktive Mitglieder der Gesellschaft.

Das Peer-Campaigns-6-Kompetenzenmodell



© Fausto Tisato,
© Peer-Campaigns

Wirkungsorientiertes 6-Kompetenzenmodell für visuelle Peer-Projekte

Das eigens für visuelle **Peer-Campaigns-Projekte** entwickelte **6-Kompetenzenmodell** ist ein wirkungsorientiertes Modell, das den Erkenntnisprozess über die Problemanalyse (Reflexionskompetenz) bis zum Transfer der Erkenntnis (Handlungskompetenz) darstellt. Die Kompetenzfelder stehen gleichermassen bedingend wie ergänzend zueinander und bilden die Grundlage für einen kumulierenden Kompetenzaufbau. Entsprechend zu den Kompetenzen sind Wirkungsziele definiert. Diese bilden wiederum die Ausgangslage für die kompetenzbezogenen Evaluationsindikatoren.

Zur Begriffsdefinition: Unter «**Input**» ist im **Peer-Campaigns-6-Kompetenzenmodell** die **themenspezifische Problem- oder Aufgabenstellung** zu verstehen und nicht die Investition (Personal, Zeit, Material usw.) in ein Projekt. «**Impact**» bedeutet die Auswirkung auf das nähere Umfeld der Peers und auf die Gesellschaftsgruppen, die mit der entsprechenden Thematik auf Grund von Interesse oder Betroffenheit verbunden sind. Der «**Impact**» erfolgt auf Grund der von den Peers erworbenen Handlungskompetenzen sowie mittels ihrer Botschaften, die über Kampagnen multipliziert werden.

In jedem Kompetenzfeld entstehen persönliche Ressourcen bzw. Fertigkeiten. Ohne das Zusammenspiel dieser Ressourcen aus den ersten 5 Kompetenzfeldern entsteht keine Handlungskompetenz und somit auch kein Impact.

Kennzeichnend beim **Peer-Campaigns-6-Kompetenzenmodell** ist, dass die Reflexionskompetenz im Ablauf zwei Mal erscheint. Am Anfang im Sinne der Ausgangsanalyse des Inputs (Aufgabenstellung) und am Schluss als das Zusammenführen der Erkenntnisse aus allen vorangegangenen Kompetenzfeldern, gewissermassen als Vorstufe zur Handlungskompetenz.

Die nachfolgend beschriebenen Kompetenzfelder stehen im Kontext zu den 4 Wirkungs-Auswirkungsphasen Input – Output – Outcome – Impact.

Reflexions-/Risikokompetenz (Analyse)



Die Auseinandersetzung in einer Gruppe mit den verschiedenen «Input-Faktoren» fördert die analytische Reflexionskompetenz: **«Was erkennen wir?»** Die Ergebnisse aus dieser Auseinandersetzung bilden eine gemeinsam, aktiv erworbene Wissensgrundlage. Dieses Wissen wird zur persönlichen Ressource sowohl der Einzelnen wie auch der Peer-Group und stellt den Anfang der drei Outputphasen dar. Diese Reflexionskompetenz beinhaltet bei risikobehafteten Projektthemen auch die Bildung von Risikokompetenz. Wobei speziell bei **Peer-Campaigns**-Projekten neben dem Erkennen der Risiken der Fokus auf die Chancen gerichtet ist – ganz im Sinne der lösungs- statt problemorientierten Vermittlung.

Sozialkompetenz



In Peer-Projekten dient dieses erworbene Wissen dazu **gemeinsam** Ziele zu definieren, mögliche Zielkonflikte aufzudecken und Lösungsvorschläge zu entwerfen. Damit einhergehend wird ein bestmögliches Berücksichtigen und Einbinden der Gefühle, Erfahrungen, Motive und Werthaltungen der anderen Gruppenmitgliedern im Kontext zur eigenen Haltung geübt. Das «Andere» soll als Potenzial erkannt und konstruktiv eingebunden werden. Die Grundsatzfrage **«Was wollen wir?»** steht dabei im Zentrum der Interaktion in der Peer-Group. Das Beantworten dieser Frage bildet die mittlere **Outputphase**.

Methodenkompetenz



Im Ablauf eines **Peer-Campaigns**-Projektes steht die Methodenkompetenz vor allem für das Strukturieren der Inhalte und der Ergebnisse aus den ersten zwei Kompetenzfeldern sowie für das zusätzliche Aneignen von Wissen. Dies ist Bestandteil der dritten und letzten Outputphase. In der Folge gilt es daraus, mittels geeigneter Methoden und orientiert an den Erwartungen, Problemlösungsstrategien zu entwickeln, was die Ausgangslage für die **Outcomephase** schafft. Die zentrale Frage hier ist: **«Wie gehen wir vor und was benötigen wir dazu?»**

Fachkompetenz



Aus der Problemlösungsstrategie heraus soll in diesem Kompetenzbereich die Fähigkeit erworben werden, mit den gewählten Methoden und Strategien unter Anwendung spezifischer Techniken Inhalte zu vermitteln – bei **Peer-Campaigns**-Projekten im Sinne der visuellen und verbalen Gestaltung von Botschaften. Diese Fachkompetenz beinhaltet das Herstellen von Zusammenhängen inhaltlicher, methodischer und technischer Aspekte. Das daraus entstandene Fach- und Methodenwissen kann so fokussiert eingesetzt werden, um Dialog- bzw. Peergruppen gegenüber adäquat zu vermitteln. Dies bildet die zweite von vier **Outcome**phasen. Beantwortet wird in dieser Phase die Frage «Wie setzen wir was um?»

Reflexionskompetenz (Synthese)



Bei diesem Kompetenzfeld wird die Frage behandelt: «Was sind die Ergebnisse?» Hier wird die Reflexion der kontextbezogenen Erfahrung aus den bisherigen Output- und Outcomephasen gefördert. Das heisst: In der Peergroup sollen anhand von möglichst gemeinsam entwickelten oder von fachlich bewährten Bewertungskriterien, die aus den verschiedenen Kompetenzfeldern entstandenen Ressourcen bzw. Fertigkeiten reflektiert und erschlossen werden. Diese ergebnisorientierte Reflexion bildet die dritte **Outcome**phase und ist gleichzeitig die Grundlage für das Entwickeln von Handlungskompetenz.

Handlungskompetenz



Die vierte und letzte **Outcome**phase steht am Anfang der Bildung von Handlungskompetenzen. Hier geht es nicht mehr um das Beantworten von Fragen, sondern um das Implementieren der gewonnenen Erkenntnisse, Fertigkeiten und Ressourcen in das eigene Handeln. Diese situative Selbstorganisation von Ressourcen stellt die eigentliche Handlungskompetenz dar. Als **Impact** gilt die Nutzbarmachung dieser Fertigkeiten im Kontext zur Auswirkung im gesellschaftlichen Umfeld.

Fazit

Die 6 beschriebenen Kompetenzen sind integraler Bestandteil der allgemeinen Lebenskompetenzen, die Schutzfaktoren stärkt sowie Resilienz und Selbstwirksamkeit fördert. Lebenskompetenz im Kontext zu Peer-Projekten bedeutet auch die erfolgreiche Anwendung der erworbenen Fertigkeiten zu erleben. Dabei steht im Zentrum das Gefühl und die Erkenntnis, etwas bewirken zu können und sich als aktives Mitglied der Gesellschaft bestätigt zu sehen. Dieses Empowerment begünstigt die Entwicklung eines konstruktiven Optimismus, um mit Zuversicht persönliche und gesellschaftliche Herausforderungen angehen und bewältigen zu können. Selbst wenn ein Input problemorientiert ist und Defizite aufgezeigt werden, das 6-Kompetenzenmodell verdeutlicht den lösungsorientierten Fokus von Peer-Campaigns auf die Bildung von Ressourcen, auf die Stärkung der Potenziale und Entfaltungsmöglichkeiten, der Förderung von Kreativität und Selbstbestimmung.

Hexagon-Zirkularmodell zur Definition der Anforderungen an Peer-Projektvorhaben



Für die Definition der qualitativen Anforderungen dient das eigens für Peer-Campaigns-Projekte entwickelte Hexagon-Zirkularmodell. Ausgehend von einer Organisation mit verschiedenen Kooperationspartner:innen entsteht ein Projekt oder ein Programm (1) für und mit Peer-Groups (2), die sich zu bestimmten Inhalten und Themen (3) ausdrücken. Um eine Auseinandersetzung mit den Inhalten und Themen zu begünstigen, bedarf es adäquater Methoden, die auf bestimmte Haltungen basieren (4). Diese Methoden orientieren sich an den Inhalten und fördern gleichzeitig den Ausdruck, der eine Palette an Resultaten (5) hervorbringt. Die Reflexion über diese Resultate, einhergehend mit einer formativen und summativen Evaluation, trägt wiederum zur Weiterentwicklung der Organisation (6) sowie des Projekts bzw. des Programms (1) bei, mit der Ausrichtung auf die Multiplizierbarkeit des Vorhabens.

Die Zirkulardynamik dieses Hexagonmodells zeigt eine einander bedingende Beziehung zwischen den einzelnen Bereichen auf. → 
Simultan stehen die sechs Bereiche in einem Wechselwirkungskontext zueinander und verdeutlichen die einander ergänzende Beziehung. → 

Dieses Modell soll bei Peer-Campaigns-Projektvorhaben zur Formulierung der Anforderungen sowie der spezifischen und messbaren Wirkungszielen, inkl. Evaluationsindikatoren dienen.