

# Controlling und Evaluation: Strategien und Methoden für die Wissenschaftskommunikation

## 8. Forum Wissenschaftskommunikation

Markus Gabriel, Partner der Geschäftsführung com.X  
01. Dezember 2015



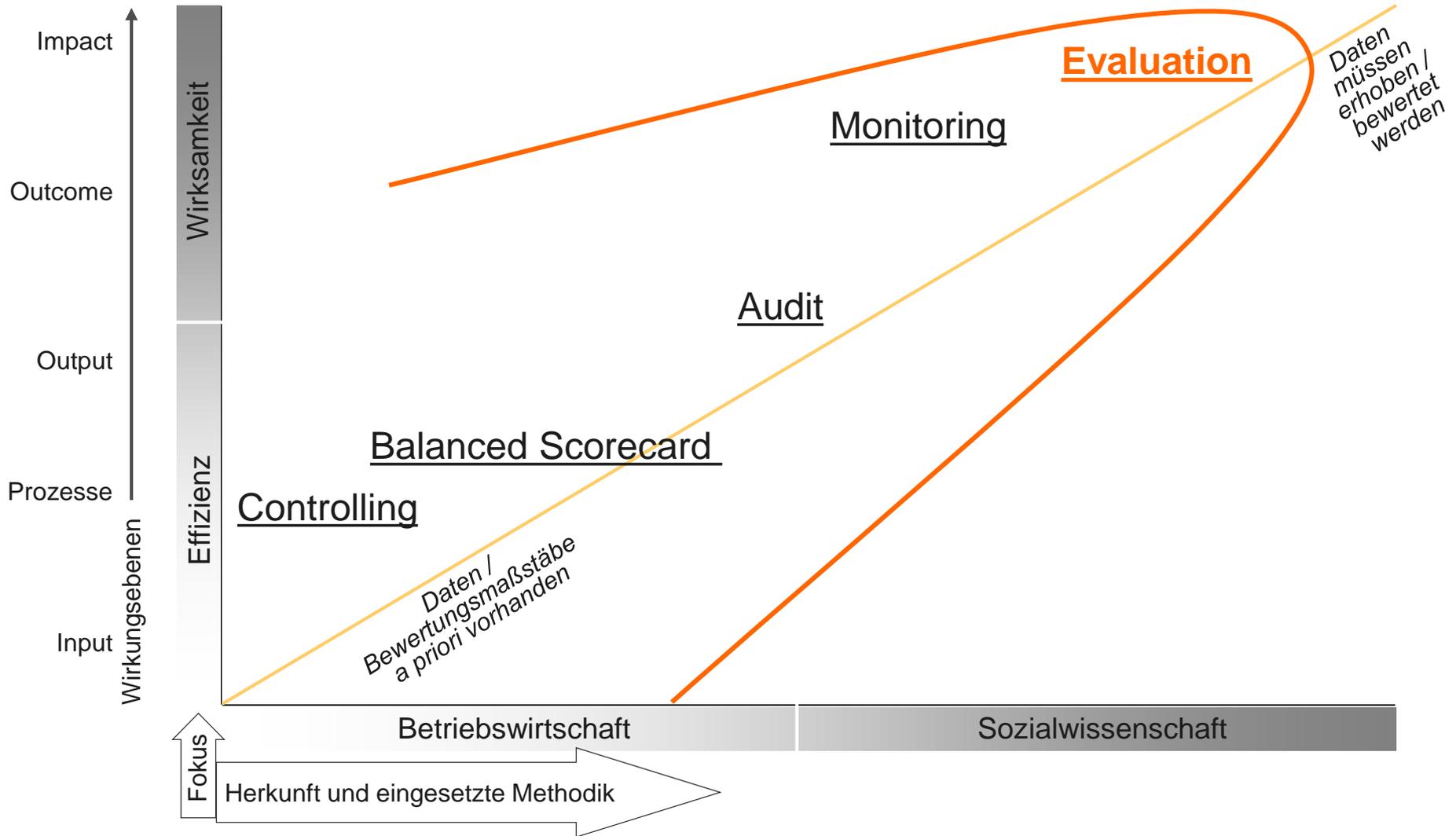
wissenschaft • im dialog



„Wenn ich in ein  
lachendes Kindergesicht  
schaue, dann reicht mir  
das als Evaluation!“

- Erste Schritte zum Kommunikations-Controlling
- Evaluationen für die Wissenschaftskommunikation: Begleitende Forschung
- Effiziente Erfolgskontrollen für die Praxis der Wissenschaftskommunikation

# Einordnung: Controlling, Evaluation und „verwandte“ Ansätze



# DPRG/ICV-Bezugsrahmen für Kommunikations-Controlling

## Wertschöpfung

## Outcome

## Output

## Input

Personaleinsatz  
Finanzaufwand

*Personal-/  
Materialkosten*

Prozesseffizienz  
Qualität

*Budgettreue  
Durchlaufzeit  
Interne  
Zufriedenheit*

Reichweite  
Inhalte

*Clippings  
Visits  
Downloads  
Likes/Shares*

Wahrnehmung  
Nutzung  
Wissen

*Awareness  
Unique Visitors  
Verweildauer  
Leser  
Recall  
Recognition*

Meinung  
Einstellung  
Emotion  
Verhalten

*Zufriedenheit  
Reputation  
Image  
Handlungs-  
intention  
Mitarbeiter-  
Commitment*

Einfluss auf strategische/  
finanzielle Ziel-  
größen

Einfluss auf materielle/im-  
materielle  
Ressourcen

*Umsatz  
Kostenreduktion  
Reputationswert  
MA-Kompetenz*

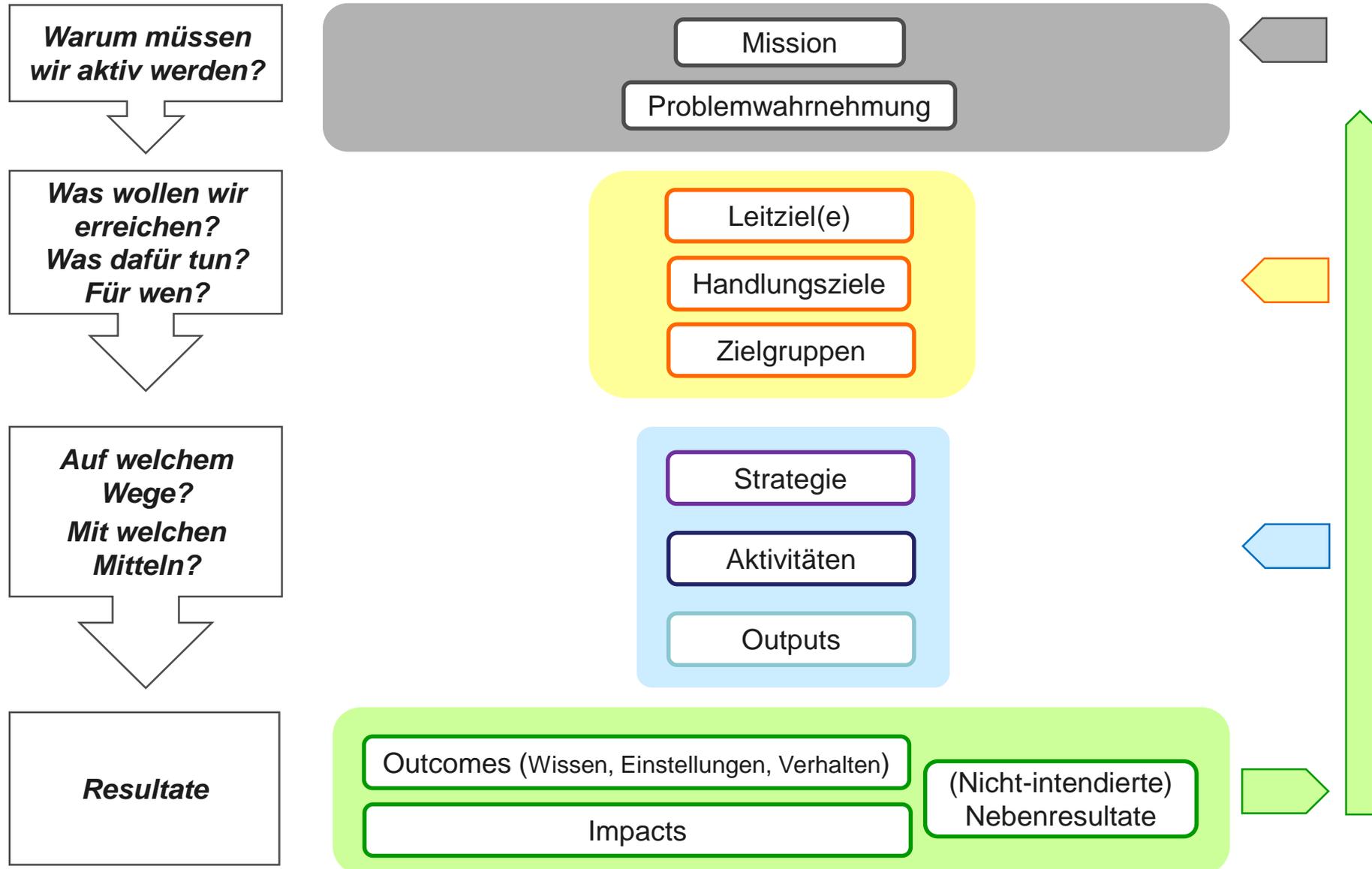
Organisation

Medien/Kanäle

Stakeholder/Zielgruppen

Gesellschaft

# Alternative: Logic-Chart-Analyse

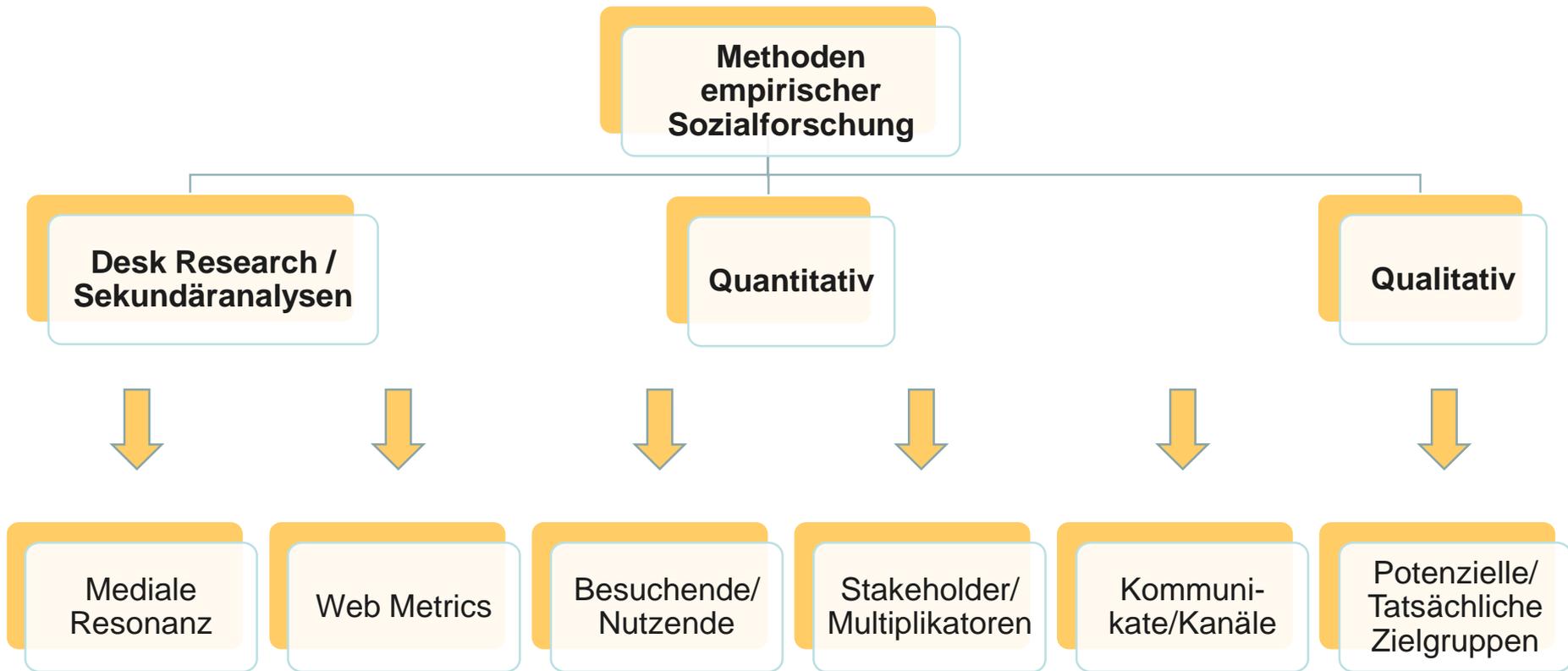


	Aktivitäten
<b>Leitziele</b>	Anteil von Frauen in FTI erhöhen
<b>Mittlerziele</b>	Bewusstsein für das Thema "Gender" und "Frauen in FTI" schaffen
<b>Handlungsziele</b>	Sichtbarmachung Vernetzung fördern
<b>Zielgruppen</b>	Technologieintensive Unternehmen, außeruniversitäre Forschungseinrichtungen Frauen in FTI, FTI-politische Community
<b>Strategien</b>	Öffentlichkeits- u. Awareness-Maßnahmen
<b>Aktivitäten</b>	Expertinnen-Datenbank, Expertin des Monats, Netzwerktreffen, Forum NaWiTech, Auszeichnungen, Gendercocktail, FEMtech-Website, Mentoring, FEMtech meets Fiction, FEMtech Newsletter
<b>Output</b>	Anzahl der Einträge, Veranstaltungen, Teilnehmenden, AbonnentInnen Bekanntheit des Angebots, Zufriedenheit der Nutzenden Webseite: Anzahl der Besuche, Downloads
<b>Outcome</b>	Sichtbarmachung erfolgreicher Forscherinnen und Technikerinnen Stärkere Diskussion des Themas „Frauen in FTI“ in Österreich Verdeutlichen der Notwendigkeit zur Erschließung ungenutzter Potentiale von Frauen in F&E Förderung der Vernetzung von FTI-AkteurInnen zum Thema „Gender“ und Frauen in FTI



- Erste Schritte zum Kommunikations-Controlling
- Evaluationen für die Wissenschaftskommunikation: Begleitende Forschung
- Effiziente Erfolgskontrollen für die Praxis der Wissenschaftskommunikation

# Mit welchen Methoden werden wer oder was in der Evaluation von Kommunikation erforscht?



## Quantitative Erhebungsmethoden der empirischen Sozialforschung

Ziel: Gewinnung von Informationen über Ist-Zustände (Häufigkeiten, Anteile etc.)

deskriptiv,  
beschreibend

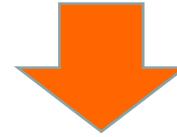
Analytisch-erklärender  
Ansatz

Deduktives Vorgehen (hypothesengeleitet;  
vom Allgemeinen zum Besonderen)

**Problem: Repräsentativität, liefert keine Erklärungsansätze**



## Triangulation



## Qualitative Erhebungsmethoden der empirischen Sozialforschung

Ziel: Verstehen und Hypothesen gewinnen;  
insbes. über unerschlossene Untersuchungsbereiche

explorativ,  
erkundend

Interpretativ-  
interaktionistischer  
Ansatz

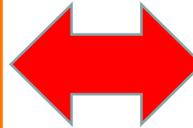
Induktives Vorgehen (von  
Einzelbeobachtungen ausgehend; vom  
Besonderen zum Allgemeinen)

**Problem: Verallgemeinerbarkeit, Intersubjektivität**

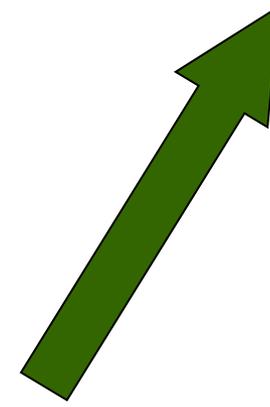
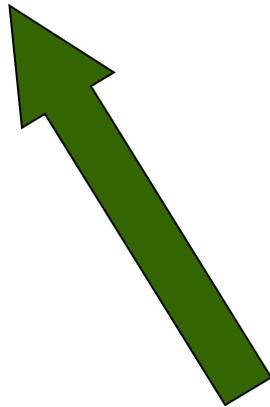
## Besuch und Bewertung von DFG Science TV durch Jugendliche

### Online-Testgruppe

Online-Befragung im Panel-Design in zwei Wellen



### Tracking des tatsächlichen Nutzerverhaltens der Online-Tester auf DFG Science TV



### Telefonische Nachinterviews

Kontrollieren Angaben („Overreporting“ bei Nutzungsangaben) der Befragten.

# Wie aussagekräftig sind reine (Online-)Reichweitendaten?



Keine Dislikes!

Organische Reichweite?

Karteileichen?

Angezeigt heißt nicht gelesen!

1,778,715 people visited this site

3,036,256 Visits

1,778,715 Absolute Unique Visitors

6,566,111 Pageviews

2.16 Average Pageviews

00:02:16 Time on Site

71.17% Bounce Rate

55.73% New Visits

Suchmaschinen-Robots

Geteilte IP-Adressen

Cookie-Löschung



- Erste Schritte zum Kommunikations-Controlling
- Evaluationen für die Wissenschaftskommunikation: Begleitende Forschung
- Effiziente Erfolgskontrollen für die Praxis der Wissenschaftskommunikation

## Liefert Erkenntnisse zu

- Zusammensetzung und Herkunft der erreichten Nutzerschaft
- Zielgruppenbedarf für weitere Gestaltung und Optimierung

## Vorgehensweise

- Standardisierte Kurzbefragung entwickeln (max. 5 Min.)
- OnSite-Aufruf implementieren
- Selbstselektives Sample-Building (ca. 0,8-1,2% Visitors)

## Kombinierbar mit

- Web Metrics = detailliertes Bild, welche Gruppen über welche Kontaktpunkte wie häufig/lange welche Inhalte nutzen

## Beispiel:

### OnSite-Befragung auf dfg.de (com.X)



## Liefert Erkenntnisse zu

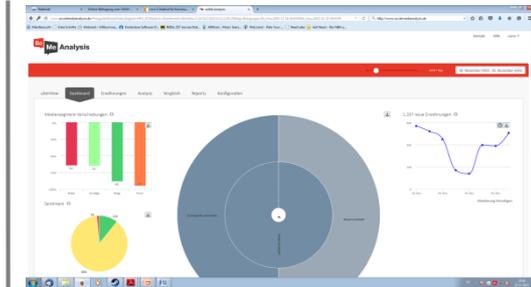
- Diskursive Praktiken von Online-Communities
- Frühzeitige Identifikation von Trends, meinungsbildenden/-verstärkenden Positionen

## Vorgehensweise

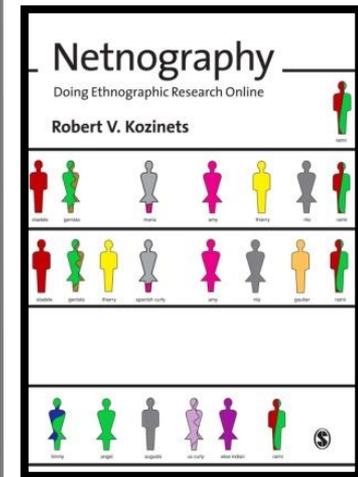
- Recherche relevanter, offener Foren/Blogs/Sozialer Netzwerke (z.B. durch Social Media Monitoring-Tool)
- Nicht-teilnehmende/Teilnehmende Beobachtung
- Inhalts-/Diskursanalyse

## Kombinierbar mit

- Onlinebefragungen = als effiziente qualitative Vorstufe zur Konzeption von Image-/Einstellungserhebungen
- Web Metrics / Medienresonanzanalysen = ergänzt diese um „ungefilterte“ Eindrücke zur Wahrnehmung und Bewertung



Dashboard: Tool „SoMe Analysis“



Robert V. Kozinets: Doing Ethnographic Research Online

## Liefert Erkenntnisse zu

- Gebrauchstauglichkeit von Onlineangeboten im Hinblick auf Zielgruppenansprache und -eignung

## Vorgehensweise

- Einen/mehrere Persona-Steckbrief/e entwickeln (= Profile prototypischer Nutzender)
- Entwicklung intendierter/typischer Nutzungsszenarien
- Durchführung durch Usability-Experten

## Kombinierbar mit

- Begleitete Studiotests mit potenziellen/tatsächlichen Nutzenden = präzisiert Rekrutierung und ergänzt „echte“ Nutzerperspektive
- Logic Chart Analyse = als Werkzeug zur Zielgruppendefinition



**Erwin Schirner**  
Dozent für DaF  
54 Jahre

- möchte dabei sein
- politisch interessiert
- kontaktfreudig
- engagiert

Goals	Projects & Initiatives
Einstieg in „neue Medien“ wünscht sich Austausch	Austausch von Unterrichtsmaterialien
Pain Points	
sehr alter Computer kein Internet in der Schule	Kontakt zu Kollegen schnelle Vorbereitung des Unterrichts

Quelle:  
<http://www.penova.de/2012/08/visualisierung-der-persona/>

## Liefert Erkenntnisse zu

- Wahrnehmung, Akzeptanz und Wirkung von WiKo-Maßnahmen bei Zielgruppen und Multiplikatoren, insbesondere auch bei potenziellen, (noch) nicht erreichten Gruppen

## Vorgehensweise

- Rekrutierung von Probanden für mind. 2-4 nach Merkmalen wie Alter, Geschlecht, Bildungsstand differenzierten Gruppen
- Moderation im Studio unter Nutzung von Vorlagen, Medien

## Kombinierbar mit

- Besucher-/Nutzererhebungen = vertieft und erklärt quantitative Erkenntnisse (Frage nach dem warum?, gewinnt operative Optimierungshinweise)



Quelle: <http://www.punkt-teststudios.de/>

Sie kann unterstützen,

- die **innere „Logik“** von Kommunikationsstrategien und -maßnahmen zu klären und transparent zu dokumentieren,
- **langfristige Lern- und Entwicklungsprozesse** anzustoßen,
- auf systematische Weise **Wirkungen jenseits reiner Reichweiten- und Nutzungsdaten** zu ermitteln,
- den **eigenen Beitrag zur Erreichung gesamtinstitutioneller Ziele** sichtbar zu machen,
- (auch etablierte) **Formate und Instrumente für die Zukunft zu wappnen.**





# Com.X

Institut für  
Kommunikations-Analyse & Evaluation  
Ehrenfeldstr. 34  
D-44789 Bochum

Markus Gabriel  
Tel +49 (0) 234 - 325 08 30  
Fax +49 (0) 234 - 325 08 31

[www.comx-forschung.de](http://www.comx-forschung.de)  
[markus.gabriel@comx-forschung.de](mailto:markus.gabriel@comx-forschung.de)  
[https://www.xing.com/profile/Markus\\_Gabriel29](https://www.xing.com/profile/Markus_Gabriel29)

