

Medien ——— Kampagnen

Wissenschaftsjahre als Instrument der Innovationspolitik Erfahrungen mit zielgeführter Evaluation

7. Jahrestagung der DeGEval
AK Medienevaluation
Wien, 12.11.2004
Melanie Borgmann, Univation GmbH, Köln

Univation

Einführung

Im Bereich der Reformpolitik sind Medienkampagnen nicht unbekannt
Sie zielen auf größere Akzeptanz von Maßnahmen, Imageverbesserung von Institutionen, Wissensvermittlung

Zur Veränderung von Einstellungen oder Verhalten müssen parallel und im Verbund weitere Mittel eingesetzt werden

„Multi-Interventionen-Kampagnen“ verbinden massenkommunikative Mittel vielfältig mit personalkommunikativen Mitteln

Solche Kampagnen kennt man bspw. in der Gesundheitsförderung (bspw. BZgA „Rauchfrei“ u.a.)

Beispiel hier: Wissenschaftsjahre aus dem Bereich Innovationspolitik, ganz konkret das „Jahr der Technik 2004“

Folie 2 von 16

Univation

Das „Jahr der Technik“

Auf Initiative des BMBF (auch Hauptgeldgeber), in Kooperation mit Wissenschaft im Dialog und wissenschaft.-techn. Verbänden, viele dezentrale Kooperationspartner und Träger

Zentrale Steuerungsgruppe mit Vertretern der wichtigsten Beteiligten

Agenturverantwortete Dachkampagne: Logo, Homepage, Broschüren, Medienarbeit etc.

12 große Veranstaltungen im ganzen Bundesgebiet (jeweils versch. Aktivitäten), mehr als 1.100 eingetragene dezentrale Veranstaltungen

Weitgehend grobe Zielformulierungen; selten Detailkonzepte

Herausforderung:

Wie eine solch multizentrische / dezentrale Kampagne evaluieren?

Folie 3 von 16

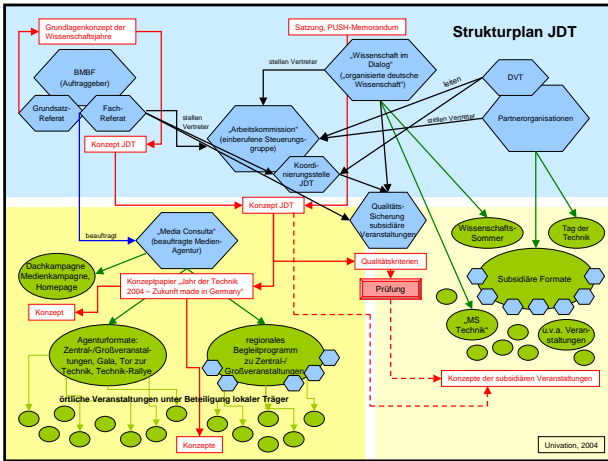
Univation

Unser Ansatz der Evaluation des JDT

- Überblick verschaffen, Zusammenhänge visualisieren (Strukturplan erstellen, Zielsystem Gesamtkampagne u.ä.)

Folie 4 von 16

Univation



Unser Ansatz der Evaluation des JDT

- Überblick verschaffen, Zusammenhänge visualisieren (Strukturplan erstellen, Zielsystem Gesamtkampagne u.ä.)
- Beteiligtenorientierung bei Fragestellungen, Vorgehen etc.

Zielgeführte Evaluation von Angeboten:

- Beschränkung auf ausgewählte Formate / Aktivitäten
 - Erstellung von Datenblättern mit Zielsystemen als Grundlage für eine Zielerreichungskontrolle
 - Durchführung von Erhebungen, die Zielerreichung prüfen und Rückführbarkeit auf Umsetzungen d. Konzepts ermöglichen
- [Zahlreiche andere Erhebungen – hier nicht dargestellt]

Verdeutlichung am Beispiel des Informationsmediums „Tor zur Technik“

Folie 6 von 16

Univation

Informationsmedium „Tor zur Technik“



Quelle: www.jahr-der-technik.de;
hier auch weitere Informationen.

Folie 7 von 16

Univation

„Tor zur Technik“- Konzept

1. Datenblatt mit zentralen Konzeptinformationen

Verdeutlicht Rolle der Aktivität in der Gesamtkampagne und Konzept der Aktivität. Erarbeitung mit den jeweils Konzeptverantwortlichen.

Enthält u.a.:

- primäre Zielgruppen
- Angesteuerter Zielbereich des Gesamtzielsystems „Jahr der Technik“
- Zielsystem des Formats mit überprüfbaren Handlungszielen

Beispiele Handlungsziele „Tor zur Technik“:

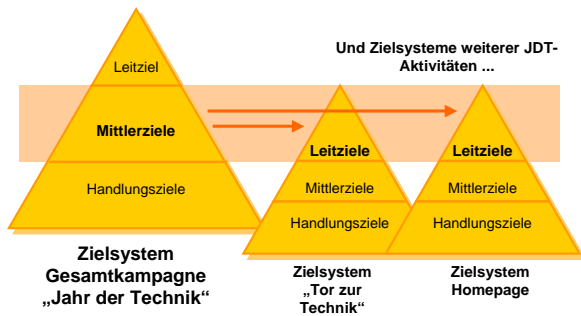
„Mindestens 50% der Besuchenden nehmen bei Verlassen des Containers eine Broschüre zum Technik-vor-Ort-Programm mit.“

„80% der Besuchenden können beim Verlassen des Tors zur Technik angeben, dass das Jahr 2004 das Jahr der Technik ist.“

Folie 8 von 16

Univation

Zusammenhang der Zielsysteme



Folie 9 von 16

Univation

„Tor zur Technik“ - Mitarbeitenden-Befragung

2. Befragung der Mitarbeitenden des Formats vor Ort

Überprüfung, in wie weit die Mitarbeitenden über das Konzept informiert sind und wie sie dazu beitragen, dass dieses Konzept umgesetzt wird und die Ziele erreicht werden.

Beispiele Ergebnisse Mitarbeitenden-Befragung:

Mitarbeiterinnen sind Jurastudentinnen und können kaum Aussagen zu Exponaten oder Technikthemen machen.

Die Vorab-Information zum Konzept der Veranstaltung ist sehr unvollständig. Die Mitarbeiterinnen wünschen sich mehr Information.

Folie 10 von 16

Univation

„Tor zur Technik“ - Besuchenden-Befragung

3. Befragung der Besuchenden des Formats vor Ort

U.a.: Überprüfung, in wie weit die Besuchenden mit dem Format zufrieden sind und welche Ziele kurzfristig erreicht werden.

Beispiele Ergebnisse ZG-Befragung:

12,2% der Besucher/-innen erfahren etwas Neues über das Jahr der Technik.

Annähernd zwei Drittel nehmen Informationsbroschüren mit.
(=Handlungsziel erreicht)

Folie 11 von 16

Univation

„Tor zur Technik“ - Nachbefragung

4. Telefonische Nachbefragung ausgewählter Besuchender

Ausgewählt wurden unmittelbar nach Besuch des Formats face-to-face Befragte, für die Zielerreichung hoch eingeschätzt wird.

U.a.: Überprüfung, was zur Zielerreichung besonders beigetragen hat.

Beispiele Ergebnisse telefonische Nachbefragung:

Moderne Aufmachung kommt gut an.

Dass Mitarbeiterinnen fachfremd waren, fiel negativ auf.

Format vermittelt kaum Inhalte.

Folie 12 von 16

Univation

Thesen - Startzeitpunkt der Evaluation

- Medien sind teuer und kaum optimierbar, wenn einmal gedruckt / gebaut
 - Ausstellungs-(ähnliche) Medien funktionieren dann gut, wenn sie durch integrierte Personalkommunikation gestützt sind
- Großteil des Erfolges entscheiden sich über das Konzept, das klare Zielgruppen, auf deren Bedarfe abgestimmte Ziele und mediale Interventionen aufweisen muss

**Evaluation muss proaktiv und klärend (also ex-ante) beginnen, soll Erfolg groß, messbar und beurteilbar sein.
Reine ex-post Evaluationen haben kaum Nutzen.**

Folie 13 von 16

Univation

Thesen - Commitment bei Multizentrik

- Multizentrische, multisite, in Public-Private-Partnership angelegte Multi-Interventionen-Kampagnen zeichnen sich durch verteilte Verantwortung aus
- Ziel- und Interessendivergenzen können in widersprüchliche, schwer zu vereinbarende Anforderungen an die Evaluation münden

**Commitment mit der Evaluation muss persönlich schrittweise erarbeitet werden und bleibt brüchig.
Teilnahme / Präsenz der Evaluation an Steuerungsgremien ist erforderlich, aber risikobehaftet.**

Folie 14 von 16

Univation

Thesen – Prozessnutzen bei Multizentrik

- Autonome Programmträger sind nicht darauf angewiesen, gemeinsam Ziele zu definieren und insbesondere eigene Ziele operational auszuweisen
- Einer Klärung von Zielen und Bewertungskriterien sind enge Grenzen gesetzt; nicht flächendeckend möglich

Zielgeführte Evaluation kann in weiten Teilen nur auf ‚freiwilliger‘ Basis und exemplarisch erfolgen.

Längerfristige Lernzyklen für das Gesamtprogramm sind schwierig zu initiieren.

(aber positiv: Veröffentlichung des Berichtes zur Evaluation des „Jahrs der Chemie 2003“)

Folie 15 von 16

Univation

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**

Kontakt:

melanie.borgmann@univation.org

Univation

Homepage: www.jahr-der-technik.de



Stand
12.11.04

Univation

Homepage: www.jahr-der-technik.de

Selbst viele Funktionen:

- Unterstützung der Interventionen über: Information über Veranstaltungen u. andere Aktivitäten, die Gesamtkampagne etc.
- selbst Intervention über: Themen, Spiele, weiterführende Links etc.
- Identitätsstiftung für Beteiligte

Ergebnisse online-Befragung:

- Nutzer überwiegend männlich, technikinteressiert
- Interesse v.a. an Informationen über Veranstaltungen, das JDT, an Informationen zu Technikthemen
- ganz überwiegende Zufriedenheit mit der Homepage

Im Rahmen einer Kurzexpertise wurde bspw. die Anpassung der Homepage an die Anforderungen der BITV empfohlen, Genderaspekte wurden von Anfang an berücksichtigt

Univation