



Forum Wissenskommunikation 2016
4. & 5. April 2016
Frankfurt am Main

Werkstatt: Wie war's? – Feedbacksysteme zu Texten

Sophia Becker

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Die Veranstaltung wird gefördert vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft.

EVALUATION VON TEXTEN



Sophia Becker
Dipl.-Psych.

sophia.becker@sowi.uni-stuttgart.de

FiBL Forum Wissenskommunikation 4.4.2016



Universität Stuttgart



Initiative
Psychologie im
Umweltschutz e.V.

EVALUATION

= Beurteilung/ Wirkungskontrolle einer Maßnahme

- Anwendungsschwerpunkte: Personalentwicklung, Bildungsprogramme
- Komponenten:
 - Beurteilung hinsichtlich bestimmter **Kriterien** und Fragestellungen
 - Beurteilung mit bestimmten **Methoden**
 - Beurteilung durch bestimmten **Personenkreis**: Teilnehmerinnen (nicht Organisatoren) → externe Beurteilungsperspektive
 - **Konsequenzen und Verwendungszweck**: Vergabe von finanziellen Mitteln; Weiterführung oder Einstellung der Maßnahme
 - **Interessen** und Motive der beteiligten Akteure: Lob und Bestätigung, persönliche Laufbahn, Kritik loswerden u. Dampf ablassen

3

INHALT UND ZIELE

- Komponenten und Begriffe der Evaluation
- 4-Stufen-Modell der Evaluation
- Methoden der Evaluation

Lernziele:

- Mit den Begriffen und Bestandteilen von Evaluation vertraut sein
- Bisherige Evaluationsprozesse in Hinblick auf das vorgestellte Modell reflektieren
- Noch systematischer an den Evaluationsprozess herangehen
- Die Qualität der Evaluation (für alle Beteiligten) verbessern
- Neugierde und Freude am Evaluationsprozess steigern

2

DEFINITION DER ZIELGRUPPE

- **Wer** soll von meinem Text profitieren?
- Wer wird an der Evaluation teilnehmen? (Vollerhebung o. Stichprobe)
- Was weiß ich über meine Zielgruppe?
 - Gibt es Subgruppen, z.B. Viehzüchter, Weinbauern, Obstbauern
 - Was ist das Kriterium für die Bildung der Subgruppen?
 - Erwarte ich Unterschiede zwischen den Subgruppen?
- Wie motiviere ich die TN dazu, bei der Evaluation mitzumachen?

4

MOTIVATIONSANREIZE ZUR TEILNAHME AN EVALUATION

- auf den guten Willen setzen
- Dauer der Evaluation kurz halten und ehrliche Zeitangabe (z.B. 5 Minuten)
- ansprechendes Design
- direkte Belohnung pro Teilnahme (v.a. bei längeren u. wichtigen Befragungen)
- Verlosung
- Welche Art von Anreizen sind geeignet?
 - **Themenbezogen** (meist billig zu haben): kann zu Verzerrung der Teilnahmebereitschaft führen.
 - Bsp.: ich verlose ein exquisites Bioweinpaket als Dankeschön
 - es nehmen vor allem Winzer an meiner Umfrage teil
 - **Themenunabhängig** (meist höhere Kosten)
 - Bsp.: Einkaufsgutscheine oder Bargeld
 - Es nehmen alle TN-Gruppen gleichmäßig teil.

5

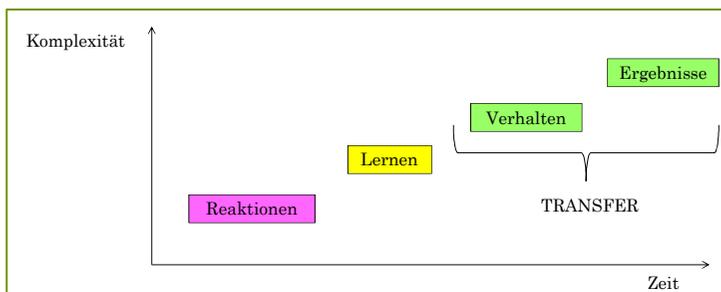
ERLÄUTERUNG DES 4-STUFEN-MODELLS (I)

- Reaktionen
 - Subjektive Meinungen der TN zu Inhalten und Umständen der Maßnahme, Akzeptanz, affektive Reaktionen:
 - z.B. Zufriedenheit, Arbeitsatmosphäre, Methoden, Relevanz der Inhalte?
 - Wirkt positiv auf Lernmotivation und Informationsverarbeitung
 - Notwendige, aber nicht hinreichende Bedingung für Lernerfolg
- Lernen
 - Neues deklaratives Wissen aufgenommen, Prinzipien verstanden, neue Fertigkeiten gewonnen, Einstellungen verändert, Trainingsziele erreicht?
 - Z.B. Wissen über ökologische Zusammenhänge, Einstellungen zum Umweltschutz
 - Subjektive oder objektive Messung (Wissenstest) möglich
 - Vorher-Nachher-Messung und Kontrollgruppe wären ideal
 - Voraussetzung für Änderung des Verhaltens und Wissenstransfer

7

INHALTLICHE FRAGESTELLUNG UND KRITERIEN

- Evaluation = Erfolgskontrolle einer Maßnahme
 - Was heißt „Erfolg“ im konkreten Anwendungsfall?
- 4-Stufen-Modell der Evaluation nach D. Kirkpatrick (1998)



6

ERLÄUTERUNG DES 4-STUFEN-MODELLS (II)

- Verhalten
 - Anwendung des Gelernten in der alltäglichen Praxis (z.B. am Arbeitsplatz) = Wissenstransfer
 - Auch durch Dritte (z.B. Kollegen, Vorgesetzte) messbar
 - Intention zum Transfer (antizipierter Transfer): unmittelbar nach der Trainingsmaßnahme messbar
 - Faktischer Transfer: erst mit zeitlichem und räumlichem Abstand messbar
- Ergebnisse
 - Nutzen der Maßnahme für die Organisation
 - Z.B. Mehr Ertrag/ bessere Qualität durch neue Anbaumethode, weniger Schadstoffbelastung durch neue Methode
 - Teilweise nur schwer oder gar nicht messbar – trotzdem mitdenken bei Konzeption
 - Nur mit zeitlichem Abstand zur Maßnahme messbar (Follow-up)

8

INDIREKTE ODER GEZIELTE EVALUATION VON TEXTEN

- Indirekte Evaluation (v.a. online)
 - Anzahl der Seitenaufrufe
 - Anzahl an „Likes“ oder „Sharings“ in sozialen Medien (Facebook, Twitter etc.)
 - Anzahl verkaufter Ausgaben des Magazins
 - Anzahl Kommentare/ Zuschriften zum Artikel
 - Art der Kommentare (positiv/negativ, Nachfragen, Diskussion etc.)
- Gezielte Evaluation
 - Fragen/ Aussagen konzipieren, abfragen

9

GESAMTE PUBLIKATION EVALUIEREN

- Offline
 - Evaluationsbogen der Publikation beilegen (max. 2 Seiten)
 - Mit frankiertem Rücksendeumschlag
 - Anreiz für Teilnahme bieten, z.B. Verlosung
- Online
 - Befragungstool, z.B. Typeform verwenden
- Hauptziel und Unterziele der Evaluation klären
 - Was ist die Funktion des Magazins? Z.B. Wissensvermittlung, Terminkalender, Kundenbindung, Werbung, Unterhaltung?
 - Was sind aktuelle Unterziele? Z.B. neue Rubriken, neues Layout – wie gefällt es den Leserinnen?

11

EINZELTEXT EVALUIEREN

- Einzeltext *online*
 - Direkt unter dem Text ein Bewertungstool einfügen
 - Klar formulieren, **was** beurteilt werden soll
 - Beispielfrage „*Wie verständlich fanden Sie diesen Artikel?*“
 - Visuelle Skala ★★★★★☆
 - Max. 3 Items
 - Beispielaussage: „*Dieser Artikel hat meine Einstellung zu ökologischer Landwirtschaft positiv verändert.*“
Ich stimme gar nicht zu, etwas zu, ... sehr zu (etc.)
- Einzeltext *offline*
 - QR-Code/ einfacher Link zu Online-Befragung (3 Fragen)
 - Anreiz schaffen um TN-Motivation zu erhöhen

10

METHODEN

- Qualitativ
 - Interview
 - Offene Fragen
 - Explorativer Charakter, neue Aspekte entdecken
 - Mehr in die Tiefe gehen, Interaktion möglich
 - Aufwendig in Durchführung und Auswertung
 - Begrenzte Anzahl an Teilnehmerinnen
 - Meist von den TN als angenehm empfunden
- Quantitativ
 - Fragebogen
 - Deduktives Vorgehen
 - Mittlerer Vorbereitungsaufwand
 - Hohe Vergleichbarkeit der Ergebnisse
 - Durchführung Auswertung vergleichsweise schnell
 - Meist Anreize zur Teilnahme sinnvoll

Auch Kombination
möglich!

Reihenfolge flexibel

12

FRAGEBOGENKONSTRUKTION

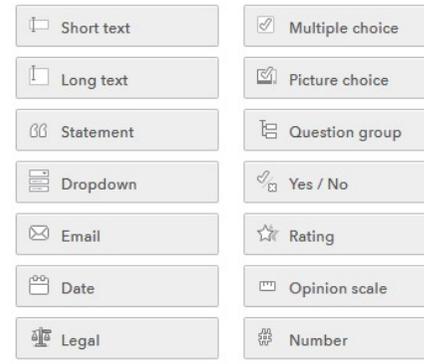
- Ein Item = die kleinste Einheit eines Fragebogens

Itemtypen

- Offene Frage
 - „Welche Themen wünschen Sie sich in Zukunft?“
- Geschlossene Frage (Ja-Nein; Multiple Choice)
 - „Sind Sie mit der Themenauswahl zufrieden?“ Ja- Nein
 - „In welchen Bereichen sollte sich der Verband hauptsächlich engagieren?“ z.B. Bodenschutz, Verbraucherschutz, Umweltpolitik
- Aussagen (Einstellungsitens/ gezielte Hypothesen)
 - „Ich bin zuversichtlich, dass ich das neue Fachwissen gut in meiner alltäglichen Arbeitsparxis anwenden kann“ (stimme nicht zu... - ... sehr zu)

13

ITEMTYPEN BEI TYPEFORM



15

FRAGEBOGENERSTELLUNG - ONLINE MIT TYPEFORM.COM

14

BEISPIEL FÜR MULTIPLE CHOICE FRAGE (KONSTRUKTIONSMODUS)

16

KONSEQUENZEN UND VERWENDUNGSZWECKE DER EVALUATION

- *Formative* Evaluation: laufendes Programm verbessern, z.B. Fragen zur zünftigen Gestaltung eines Magazins
- *Summative* Evaluation: Ergebnisorientierte Evaluation, z.B. nach dem Lesen eines Texts
- Wissenstest (über Fragebogen) im vorher/nachher Vergleich
 - „objektive Erfolgskontrolle“, positive Ergebnisse sind gutes Argument
 - Akzeptanz auf Seiten der TN – evtl. mit Zertifikat zu kombinieren?
- Langzeit-Evaluation oder Follow-Up: (wiss.) Dokumentation von Lerneffekten über die Zeit oder Vergleich verschiedener Durchgänge
 - konstantes Set von Items immer wieder abfragen
- Reflexion, Transparenz und Diskussion: Ergebnisse an Zielgruppe zurückspiegeln, z.B. Veröffentlichung der Evaluationsergebnisse in anonymisierter Form auf der Webseite.

17

WEITERFÜHRENDE LITERATUR (BEISPIELE)

- Udo Kuckartz, Thorsten Dresing, Stefan Rädiker, Claus Stefer (2008): **Qualitative Evaluation: Der Einstieg in die Praxis.** Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
 - Wissenschaftlich „angehaucht“, sehr fundiert und ausführlich

Internetressourcen

- Checklisten zum Themenfeld Evaluationspraxis:
<http://www.univation.org/checklisten>
- Glossar zu Evaluation:
<http://eval-wiki.org/glossar/Eval-wiki.org>
- DeGEval - Gesellschaft für Evaluation e.V.
<http://www.degeval.de/home/>

19

REFLEKTION DER INTERESSEN BETEILIGTER AKTEURE

- Wer hat ein Interesse an einem positiven Evaluationsergebnis?
 - Wer an einem negativen?
 - Fordert Auftraggeber des Projekts eine Evaluation?
 - Gibt es einen speziellen Anlass für die Evaluation? Z.B. sinkende Leserzahlen oder viele Beschwerden?
- Durch Auswahl der Items kann man das Evaluationsergebnis sehr stark beeinflussen
- Ebenso durch Art der Auswertung und Darstellung
- Auch durch „Schwierigkeitsgrad“ der Items und Auswahl der Skala

★★★★★☆☆ ODER ★★★★★☆☆☆☆

18



Forum Wissenskommunikation 2016

4. & 5. April 2016

Frankfurt am Main



Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft

Die gezeigten Bilder wurden für das Forum Wissenskommunikation 2016 erstellt. Das Werk ist in allen seinen Teilen urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung der Referenten/innen unzulässig.

Die Inhalte dieses Vortrags wurden mit bestem Wissen erstellt und mit größtmöglicher Sorgfalt überprüft. Dennoch sind Fehler nicht völlig auszuschließen. Daher erfolgen alle Angaben ohne jegliche Verpflichtung oder Garantie des Herausgebers oder der/des Referent(in). Der Herausgeber übernimmt deshalb keinerlei Haftung für etwa vorhandene inhaltliche Unrichtigkeiten.

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Die Veranstaltung wird gefördert vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft.