Ziele, Wirkung, Konsequenz: Der Weg zu einer sinnvollen Evaluation. Nicht alles, was zählbar ist, zählt – und auch der Erkenntnisgewinn durch Unzählbares ist groß

idw-Lunchtalk, 17. Juni 2025

Julia Wandt

1) Entwicklungen in der Hochschulkommunikation

Relevanz des Themas

- Hochschul- und Wissenschaftskommunikation ist zu einem Leistungs- und Bewertungskriterium geworden (in Wettbewerben, für Institutionen, auch für Personen)
- Kommunikation/Wissenschaftskommunikation ist auch über Hochschulen hinaus ein Profilierungselement geworden (auch für die Politik)
- Wissenschaftskommunikation ist integraler Bestandteil von Wissenschaft, erlebt gleichzeitig einen Professionalisierungsschub (und neue gesellschaftliche/politische Wertschätzung)
- **verändertes Qualitäts- und Evaluationsverständnis**

2) Qualität und Evaluation in der Hochschul- und Wissenschaftskommunikation I

Mehr als eine Erfolgsmessung

- Werte von Wissenschaftskommunikation:

  : Nutzen für die Gesellschaft

  : Transparenz

  : Offenheit der Wissenschaft für den aktiven Dialog mit der Gesellschaft

  : Selbstkritik und Veränderungsbereitschaft

  : Unabhängigkeit

  : Kooperationsbereitschaft aller Akteur*innen

  : die Prinzipien der guten wissenschaftlichen Praxis

Quelle: Leitlinien für gute Wissenschafts-PR (2016; Neuauflage 2025): https://www.bundesverband-hochschulkommunikation.de/fileadmin/user_upload/verband/oeffentliche-dokumente/Leitlinien_ueberarbeitet_-_Stand_06.03.2025.pdf

2) Qualität und Evaluation in der Hochschul- und Wissenschaftskommunikation II

Mehr als eine Erfolgsmessung

- „weniger ist mehr“
- „wie Wissenschaft funktioniert“
- Methoden, Prozesse, Zwischenevaluationen
- Weg von reiner Erfolgskommunikation und Ergebniskommunikation

3) Evaluation braucht Unterstützung und Freund:innen

Was sich geändert hat und noch weiter ändern kann:

- intrinsische Motivation kommt zu extrinsischer Motivation hinzu
- positive Anlässe kommen zu „negativen“ Anlässen hinzu
- qualitative Evaluation kommt zu quantitativer Evaluation hinzu
- Individualität erweitert die Standardisierung
- Evaluationskultur und Evaluationsverständnis
- Rollen und Verantwortlichkeiten

➔ Initiativen und Angebote arbeiten gemeinsam am Thema; z. B. Impact-Unit, NaWik, MSCL LMU München, ZEIT Verlagsgruppe und Berater:innen

4) Nutzen von Evaluation I

Zielebene

- Aufzeigen der Kommunikationswirkung zum Erreichen zentraler Ziele (Image, Reputation, Meinungen und Einstellungen)
- Priorisierung von Strategien, Themen und Projekten
- Beantwortung der Frage nach Impact von Kommunikation, z. B. für Fördermittelgeber
- Justierung von Strukturen von Kommunikationsbereichen, um noch besser und bei Bedarf auch effektiver agieren zu können
- Begründung zur Ressourcenfreigabe (monetär, personell und zeitlich) für die Kommunikation

4) Nutzen von Evaluation II

Zielebene

- organisationsinterne Positionierung der Kommunikation
- effiziente Planung von Wissenschaftskommunikationsprojekten, nicht nur in Frühphasen von Antragsstellungen
- Argumentation für Drittmittelanträge

5) Evaluation umsetzen können I

Eine Frage von Ressourcen

– Expertise und Kompetenz als Ressource

– Zeit als Ressource

– Stellenanteile als Ressource

5) Evaluation umsetzen können II

– **„WissKomm Evaluiert. Aus der Praxis – für die Praxis.“**

– Erfahrung ZEIT Verlagsgruppe in Kombination mit ...

– ... Erfahrung der Berater:innen aus der Community der Hochschul- und Wissenschaftskommunikation.

– gleichzeitig möglich: Individualisierung und qualitativ hochwertige Standards.

– Vertraulichkeit und Exklusivität in Bezug auf individuelle Wünsche und Anforderungen.

– ausführliche Informationen: https://eva.zeit.de

6) Was evaluieren?

Vier Ebenen

– einzelne Maßnahmen (maßnahmenbezogener Ansatz)

– Projekte (projektbezogener Ansatz)

– Funktionsbereiche, z. B. interne Kommunikation, Krisenkommunikation, Medienarbeit u. v. m. (funktionsbezogener Ansatz)

– Gesamtstrategie, z. B. Kommunikationskonzepte, Abteilungsstrukturen (struktureller Ansatz)

7) Evaluation braucht Unterstützung und Freund:innen

Was sich geändert hat und noch weiter ändern kann:

- ➔ Initiativen und Angebote: Nicht nur Austausch, sondern Verbesserung durch gegenseitiges Einbringen der Erfahrungen und Bedarfe ihrer Zielgruppen (selbstverständlich anonym)
- ➔ gemeinsame Formate und Diskussionen (u. a. Jahrestagung Bundesverband Hochschulkommunikation, Forum Wissenschaftskommunikation ...)
- ➔ ... und jetzt heute hier. Vielen Dank.