

& Stiftung Sponsoring

Ausgabe 6 | 2007

Das Magazin für Nonprofit-
Management und -Marketing



www.stiftung-sponsoring.de

NEUES ENTDECKEN: FÖRDERZIEL WISSENSCHAFT

GESPRÄCH

Gesine Schwan zum geänderten Stellenwert bürgerschaftlichen Engagements in der Sozialdemokratie und zur Überführung der Viadrina in eine Stiftung

AKTUELLES

Nach mehr als 80 Jahren erfährt das Stiftungsrecht in Liechtenstein eine Totalrevision. Ein geschlossenes neues Regelwerk soll zu mehr Rechtssicherheit führen

SCHWERPUNKT

Stiftungsuniversitäten, Stipendienvergabe, „Kleine Fächer“, High-Tech-Ausgründungen...: Wie Stiftungen sich im Wissenschaftssektor engagieren



DAS EINSTEINJAHR

Evaluation eines Großformats der Wissenschaftskommunikation

von Thomas Quast und Markus Gabriel, Bochum

Das Einsteinjahr 2005 stellt einen Höhepunkt der seit dem Jahr 2000 vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) ausgerichteten Wissenschaftsjahre dar. Daran beteiligter und für zentrale Programmelemente verantwortlicher ständiger Partner ist die Initiative „Wissenschaft im Dialog“ (WiD), im Jahre 1999 gegründet, um Wissenschaft und Öffentlichkeit in einen Dialog zu bringen und die Bekanntheit von und das Verständnis für Wissenschaft zu erhöhen. Dem in anderen europäischen Ländern bereits etablierten Ansatz eines Public Understanding of Science and Humanities (PUSH) sollte so ein entscheidender Impuls gegeben werden. WiD organisiert im Rahmen der Wissenschaftsjahre u.a. ein zentrales Veranstaltungselement, den meist einwöchigen Wissenschaftssommer, vergleichbar etwa mit der „National Science Week“ in Großbritannien oder der „Fête de la Science“ in Frankreich. Die Mitglieder von WiD, die großen wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Forschungsgemeinschaften bzw. ihre Mitglieder sind je nach Jahresthema Partner der Wissenschaftsjahre.

SYMBOLFIGUR EINSTEIN

Aufgrund der großen Bedeutung des Einsteinjahres und seiner breiten, weit über naturwissenschaftliche Themen hinausgehenden Konzeption war die Beteiligung höher als in jedem anderen Wissenschaftsjahr. Das Einsteinjahr fokussierte zum ersten Mal nicht auf ein Themengebiet wie Physik, Geowissenschaften, Informatik oder – gegenwärtig – Geisteswissenschaften, sondern eine – vielleicht die – Wissenschaftlerpersönlichkeit. Anlass für das Einsteinjahr bot der 50. Todestag des Forschers und das 100-jährige Jubiläum der Formulierung seiner Relativitätstheorie. Insgesamt hatte das Einsteinjahr so auch den Charakter eines offiziellen Würdigungs- und Gedenkjahres, was die starke Beteiligung der Politik erklärt. Albert Einstein, nicht nur Wissenschaftler mit Bedeutung für mehrere naturwissenschaftliche Teildisziplinen, sondern auch bekennender Pazifist und Musiker mit einem von historisch-politischen Kontexten stark geprägten Leben, ist eine der Symbolfiguren der Moderne. Um das „System Wissenschaft“ mit anderen Subsystemen der Gesellschaft in Dialog zu bringen, erschien seine Persönlichkeit daher prädestiniert.

Das Einsteinjahr 2005 wurde dieser „Multidimensionalität“ durch ein breites Angebots- und Veranstaltungsspektrum gerecht. Auch dem Anliegen, Bedeutung und Notwendigkeit von Grundlagenforschung und zugleich die praktische Relevanz von Forschung aufzuzeigen, konnte das Einsteinjahr

gerecht werden: Den Nobelpreis erhielt Albert Einstein für seine Arbeiten zum photoelektrischen Effekt, in deren Folge er die so genannte stimulierte Emission von Licht erforschte, die bis heute die Grundlage der vielfältig, beispielsweise im CD-Player eingesetzten Lasertechnik ist. Insoweit lässt sich eine Parallele zu den aktuellen deutschen Nobelpreisträgern Peter Grünberg und Gerhart Ertl ziehen, deren Grundlagenforschungen nahezu unmittelbar Eingang in Alltagsanwendungen fanden. Das Einsteinjahr richtete sich schließlich, stärker noch als andere Wissenschaftsjahre, an die allgemeine Öffentlichkeit, schwerpunktmäßig an Schüler, Jugendliche und junge Erwachsene sowie den wissenschaftlichen Nachwuchs.

FORMATIV-SUMMATIVE EVALUATION

Parallel zur Durchführung fand ein Evaluationsverfahren statt, das von der organisatorischen Grundstruktur über die Angebote bis zur Begleitkommunikation den „Gesamtprozess Einsteinjahr“ unter der Perspektive von Zielformulierung und Zielerreichung betrachtete. Die Evaluation lieferte zeitnahe Erkenntnisse und Empfehlungen, die sowohl bereits im Einsteinjahr umgesetzt werden konnten, als auch Eingang in die Konzeption folgender Wissenschaftsjahre fanden, z.B. zur organisatorischen Grundkonzeption oder zielgemäßen Effizienz einzelner Veranstaltungsformen. Aufgrund des besonderen gesellschaftspolitischen Charakters und hohen Ressourceneinsatzes erfolgte außerdem eine summierende Erfolgsbewertung, die auch Kosten-Nutzen-Aspekte berücksichtigte.



Abb. 1: Zentrale Ebenen der Evaluation

METHODIK UND DURCHFÜHRUNG

Mit den Initiatoren und zentralen Akteuren des Einsteinjahres wurden intensive Leitfadengespräche geführt, die neben der Feststellung verschiedener Ziele und Interessen vor allem Aspekte der Ideenfindung und vernetzten Zusammenarbeit

innerhalb der „Organisationsstruktur Wissenschaftsjahr“ behandelten. Da ein zentrales Ziel der Wissenschaftsjahre die breite Einbindung dezentraler Partner mit eigenen Angeboten ist, wurde auf die Einbindung dieser Gruppe in der Evaluation großen Wert gelegt (etwa durch eine flächendeckende Onlinebefragung). Zur Vor-Ort-Evaluation einzelner Veranstaltungen und Angebote fanden Expertenbegehungen statt. Unterschiedliche Besucher- bzw. Nutzergruppen mussten berücksichtigt und passend zum jeweiligen Format auf und nach Veranstaltungen befragt werden. Eine repräsentative Bevölkerungsbefragung, eine Befragung von Journalisten, eine Analyse eingesetzter Kommunikations- und Informationsmaterialien sowie eine Medienresonanzanalyse rundeten die Evaluation ab.

ZENTRALE ERGEBNISSE

Das Einsteinjahr war im Ergebnis der Analyse ein für die Entwicklung der Wissenschaftskommunikation in Deutschland überaus erfolgreiches Wissenschaftsjahr. Über die Persönlichkeit eines Albert Einstein gelang es, mehr Menschen anzusprechen als jemals zuvor in der Geschichte der Wissenschaftsjahre. Für die ausgesprochen hohe Bekanntheit des Einsteinjahres und seiner Themen war nicht nur die Popularität Einsteins selbst, sondern die gelungene und zum ersten Mal breit angelegte Begleitkommunikation mit verantwortlich. Mehrheitlich wurden zwar – wie eigentlich üblich und wenig verwunderlich in der Wissenschaftskommunikation – a priori stärker naturwissenschaftlich-technisch Interessierte erreicht. Doch gelang es vermehrt, auch weniger Vorinteressierte und -informierte anzusprechen und mit naturwissenschaftlichen Themen in Kontakt zu bringen. Dieser Erfolg war der thematischen Ausweitung auf (wissenschafts-)historische, gesellschaftlich-politische, wirtschaftliche und kulturell-künstlerische Aspekte zu verdanken.

Die Kernzielgruppen des Einsteinjahres (Schüler, Studierende, wissenschaftlicher Nachwuchs, Lehrer und Wissenschaftler) wurden gezielt erreicht. Schüler und Jugendliche in der Berufswahlorientierung wurden durch den Besuch von Veranstaltungen in ihrer Orientierung hin zu natur- und technikwissenschaftlichen Feldern bestärkt oder (allerdings in erheblich geringerem Maße) erst für diese Bereiche interessiert.

EMPFEHLUNGEN UND FOLGEN

Die Themenwechsel der Wissenschaftsjahre machen zwar auch einen Wechsel der inhaltlichen Verantwortung nötig; ein Großteil der wichtigen organisatorischen Leistungen ist davon jedoch unabhängig. An der personell-organisatorischen oder auch kommunikativen Kontinuität der Wissenschaftsjahre auf einer zentralen Ebene fehlt es jedoch. Sie zu stärken – so eine zentrale Empfehlung – ist ebenso nötig wie eine Kontinuität des visuellen Auftritts (CD und CI). Dazu gehört die bewusste Entscheidung für eine Markenstrategie, die klärt, ob etwa jedes Wissenschaftsjahr für sich allein gestärkt werden oder die Dachmarke „Wissenschaftsjahr“ eine stärkere Klammerfunktion haben soll. Ein Wiedererkennungswert käme nicht zuletzt auch den Initiatoren und Förderern zu Gute. Die maßgeblichen Initiatoren des Einsteinjahres wurden beispiels-

weise nicht optimal sichtbar. Erst gegen Ende und als Folge der laufenden Evaluation – im sechsten Wissenschaftsjahr – wurde damit begonnen, die Bekanntheit des Einsteinjahres zu nutzen und die Reihe der Wissenschaftsjahre (als Marke) zu stärken.

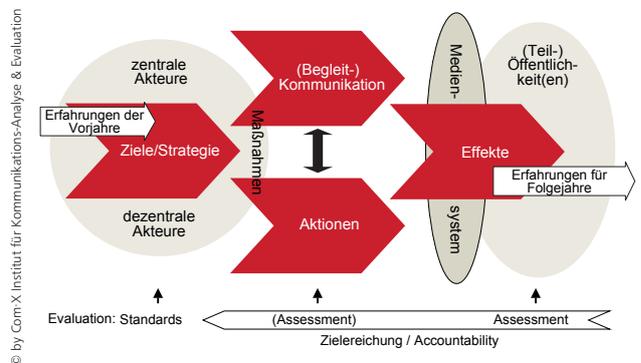


Abb. 2: Prozessmodell: Botschaftstransfer im Einsteinjahr

Unverständlich blieb, warum eine kommunikative und organisatorische Netzbildung und Einbindung von Partnern nicht wesentlich stärker erfolgte. Selbst zentrale Veranstaltungen, die in unmittelbarer Nachbarschaft stattfanden, verwiesen nur höchst unzureichend aufeinander; der Gesamtzusammenhang Einsteinjahr/Wissenschaftsjahr wurde nur suboptimal verdeutlicht. Die für die Wissenschaftsjahre wichtigen Partner, die ja auch bereits erste Zielgruppe sind, zeigten sich insgesamt mit der Betreuung durch zentrale Stellen im Einsteinjahr zwar zufrieden. Eine im Wissenschaftsjahr und darüber hinausgehende kontinuierliche Ansprache, z.B. über den für das Folgejahr etablierten Newsletter, könnten allerdings die Beziehungen noch optimieren.

KURZ & KNAPP

Die Evaluation des Einsteinjahres 2005 wollte sowohl durch die Herausarbeitung von Erfolgsfaktoren als auch durch Verweise auf Optimierungspotenzial helfen zu erkennen, wie Wissenschaftskommunikation im Rahmen der Wissenschaftsjahre oder ähnlicher Formate noch ziel- und erfolgsorientierter gestaltet werden kann. Die daraus gezogenen Lehren haben sich bereits deutlich sichtbar in Kommunikation, Organisation und Veranstaltungsgestaltung der Folgejahre niedergeschlagen.

ZUM THEMA
 im Internet
www.innovationsanalysen.de/de/projekte/formate_ej2005.html
 [Gesamtbericht zur Evaluation des Einsteinjahres 2005]
 in Stiftung&Sponsoring
Wichmann, Caroline: Alle fördern mit: Der Wissenschaftssommer, S&S 3/2006, S. 19-20
Windau, Bettina / Meinhold-Henschel, Sigrid: Evaluation in Stiftungen: gegenwärtiger Stand und Empfehlungen für die Praxis, S&S RS 5/2006.



Thomas Quast ist Geschäftsführer, Markus Gabriel Forschungsberater des com.X Institut für Kommunikations-Analyse & Evaluation, www.comX-forschung.de