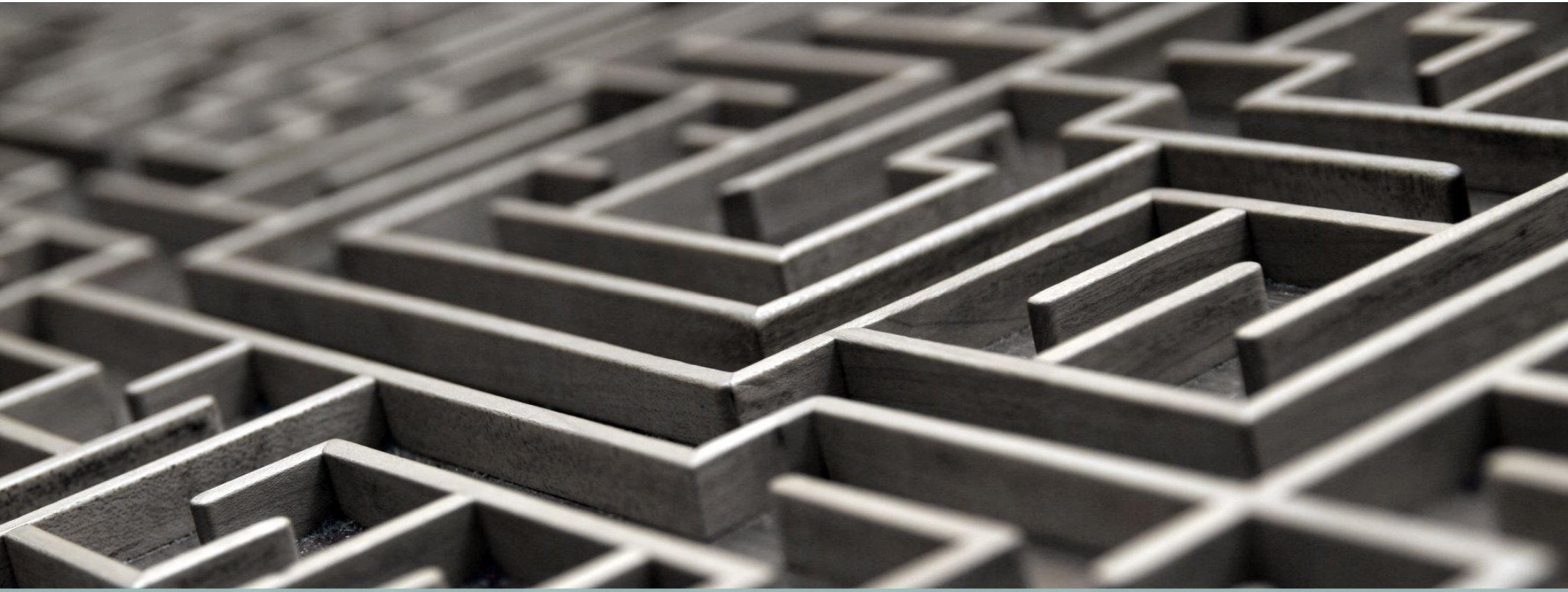


EVALUATION – WIE & WOZU

Felix Klapprott
Psychologe | Berater | Mediator
fk@felix-klapprott.de

TEIL 1: DIE EINSTIMMUNG IST WICHTIG

… das bedeutet zielorientierte Neugier!

EVALUATION IST KEIN SELBSTZWECK

...UND SOLLTE NEUGIERIG MACHEN

Welche Kriterien zählen für die Nutzer:innen?

Vgl.: Utilization-Focused Evaluation (Patton, 2008)

Nur externe Gründe? Dann versuchen Sie etwas zu finden, was die Expert:innen interessiert.

Am Anfang einer Evaluation, sollte eine interessante Frage stehen, die für Menschen zählt.

EVALUATION IST NETZWERK-ARBEIT

Wer ermöglicht Zugang zu den Befragten?

Wer kann den Zugang erschweren oder erleichtern?

Welche Personen im Umfeld verfügt noch über wertvolle Informationen?

Wer benötigt die Daten später?

Wer könnte noch davon profitieren?

Pflegen Sie gute Kontakte zu allen Beteiligten und involvieren Sie diese früh und regelmäßig!

DER KONTEXT IST WICHTIG

„Evaluators need to understand the human environment of programs so that data collection and interpretation are appropriate and realistic." (Newcomer, Hatry & Wholey, 2010)

Als Interne oder als diejenigen nah an der Quelle haben Sie einen Vorteil: Sie kennen den Kontext und Einflussfaktoren:

- Kulturelle Faktoren
- Sprachliche Faktoren
- Beziehungsfaktoren

Informieren Sie sich vor Ort und Teilen Sie Ihre Gedanken früh mit Praxis-Expert:innen

TEIL 2: EVALUATIONSMETHODEN SIND KEINE ROCKET-SCIENCE

… auch wenn manche Disziplinen es manchmal so wirken lassen

EIN PAAR METHODISCHE SCHLAGWORTE:

- Prozessevaluation vs. Ergebnisevaluation
- Prä-Post-Vergleich vs. Post-Hoc-Evaluation
- Vergleichsgruppen
- Einzelfallstudie

DATEN GIBT ES AUCH AUßERHALB VON BEFRAGUNGEN

Beobachtungen

Befragungen

Interviews

Focus-Gruppen

Natürliche Daten

Memos & Feldstudien

Kombinieren Sie – wenn möglich – Quellen!

BEFRAGUNGEN MÜSSEN VOR ALLEM FUNKTIONIEREN

Nutzen Sie etablierte Verfahren, aber prüfen Sie sie kritisch!

Praktische Evaluation ist nicht universitäre Forschung

Kennen & Hinterfragen Sie gängige Indikatoren wie Validität und Reliabilität

EIGENE FRAGEN MÜSSEN DURCHDACHT WERDEN

1 Aspekt je Frage

Verneinungen vermeiden

Den Zeitraum klar definieren

Antwortskalen bewusst nutzen

- Zielgruppe beachten
- Mittelkategorie
- Ausweichantwort prüfen

Für Qualitative / Erfahrungswerte achten Sie darauf, dass die Frage offen genug gestellt ist

VERMEIDEN SIE TYPISCHE FEHLER BEI FRAGEN:

Durch die gute Unterstützung bzw. die sympathischen Dozent:innen ist mir das Lernen leicht gefallen.

Ich hatte nie das Gefühl, nicht so richtig zu wissen worum es in dem Seminar gehen sollte.

Vor dem Seminar hatte ich hin- und wieder das Gefühl, ungesund zu leben.

TEIL 3: DIE DATEN SIND ZUR NUTZUNG DA

DATENAUSWERTUNG IST MEHR ALS ZAHLEN ZU VERGLEICHEN

Statistische Auswertungen

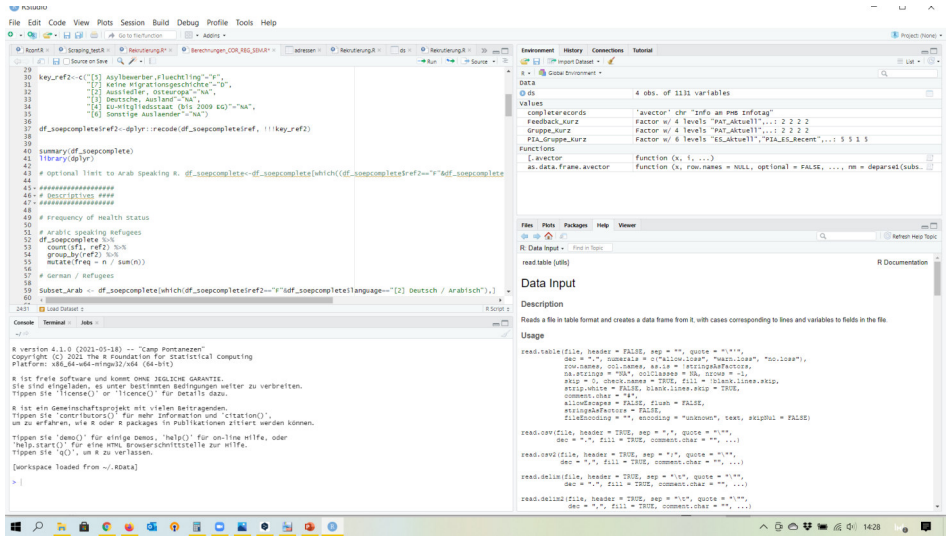
Vergleiche von Werten

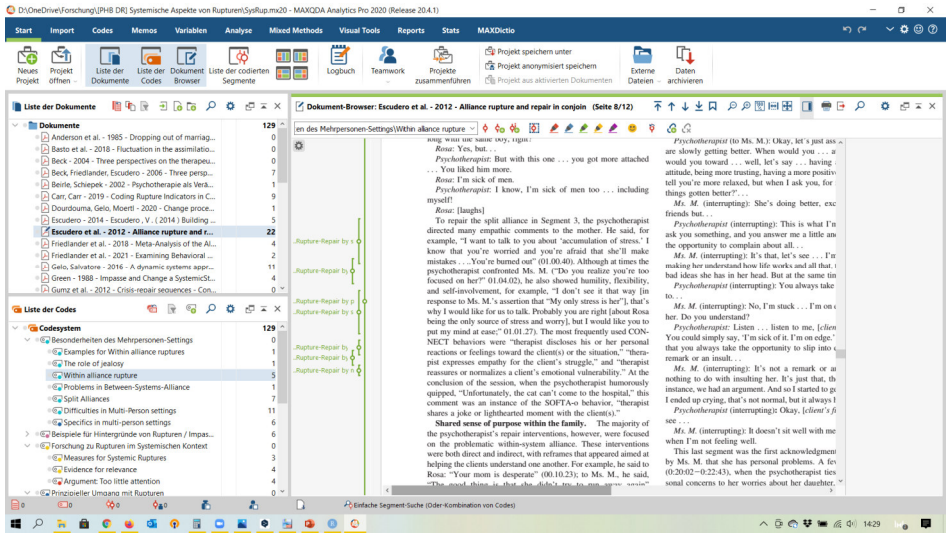
Zusammenhangsmaße

Qualitative Auswertungen

Deduktives Codieren

Induktives Codieren





EXKURS: MITTELWERTE SIND NICHT IMMER INHALTLICH SPANNEND

1 Sehr Schlecht	2 Schlecht	3 Eher Schlecht	4 Eher Gut	5 Gut	6 Sehr Gut

Gruppe 1	Gruppe 2
1	4
1	4
2	4
3	4
6	4
6	4
6	4
6	4
6	4

DATENAUSWERTUNG SOLLTE ENTSCHEIDUNGEN VEREINFACHEN

Wer ist die Zielgruppe?

Welche klaren Empfehlungen leiten Sie ab?

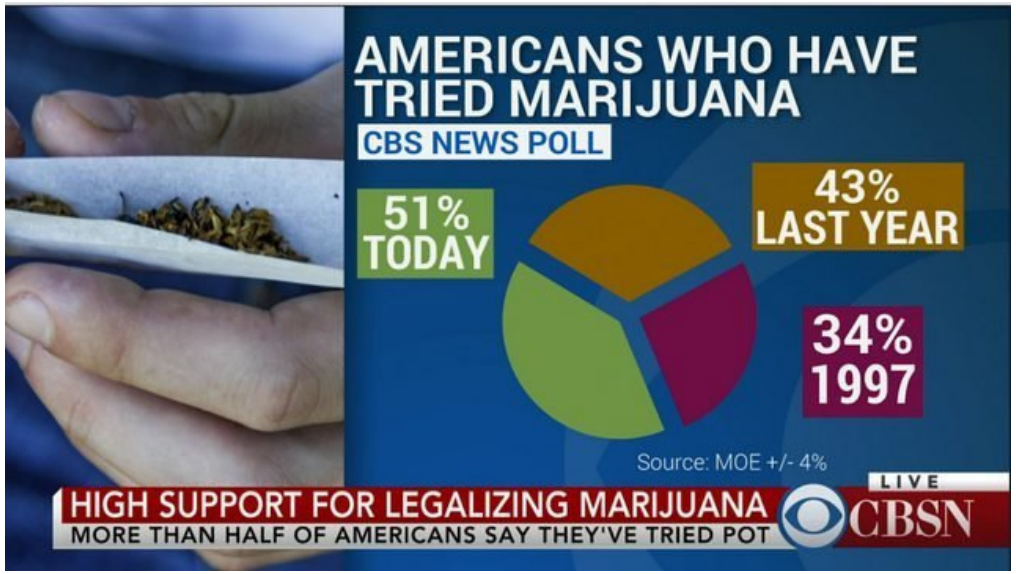
Haben Sie eine Executive Summary

Achten Sie auf gute Visualisierungen

Machen Sie es Ihrer Zielgruppe einfach, Ihre Daten zu nutzen!

HOW NOT TO DO IT

Lehrreich: https://badvisualisations.tumblr.com/



Quelle: https://64.media.tumblr.com/64190c133243c655533bf0b29b346aa5/tumblr_pq587fdBLV1xbq2wwo1_640.jpg

DANKE!

Felix Klapprott
Psychologe | Berater | Mediator
fk@felix-klapprott.de