



Das Publikum ist überall!


Wirkungsorientierung als krisenfester Evaluierungsansatz und
Mittel der Organisationsentwicklung

Regina Cosenza Arango

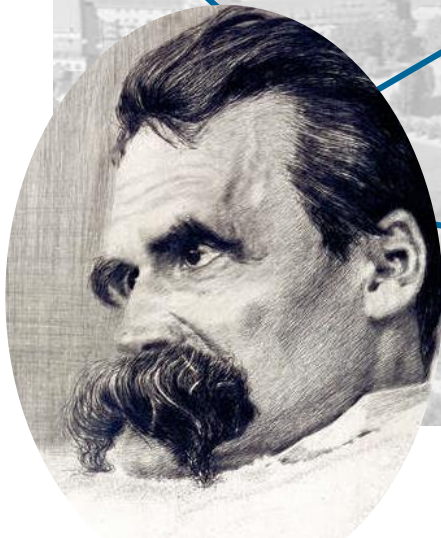
IfKTf, DeGEval, 09.06.2023



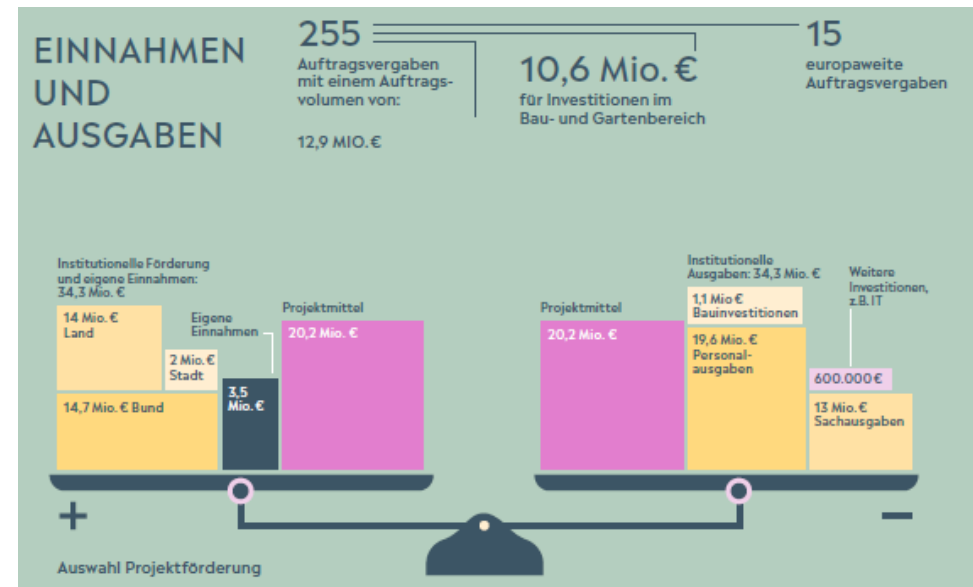
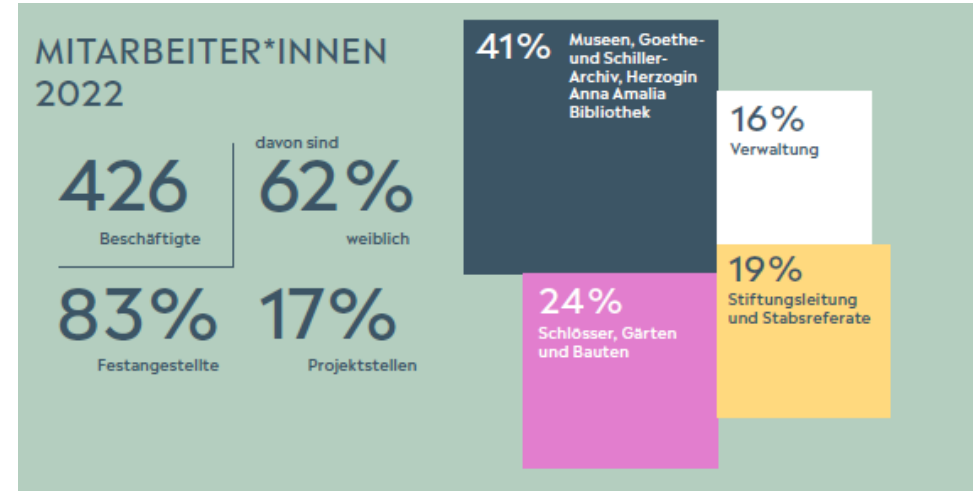
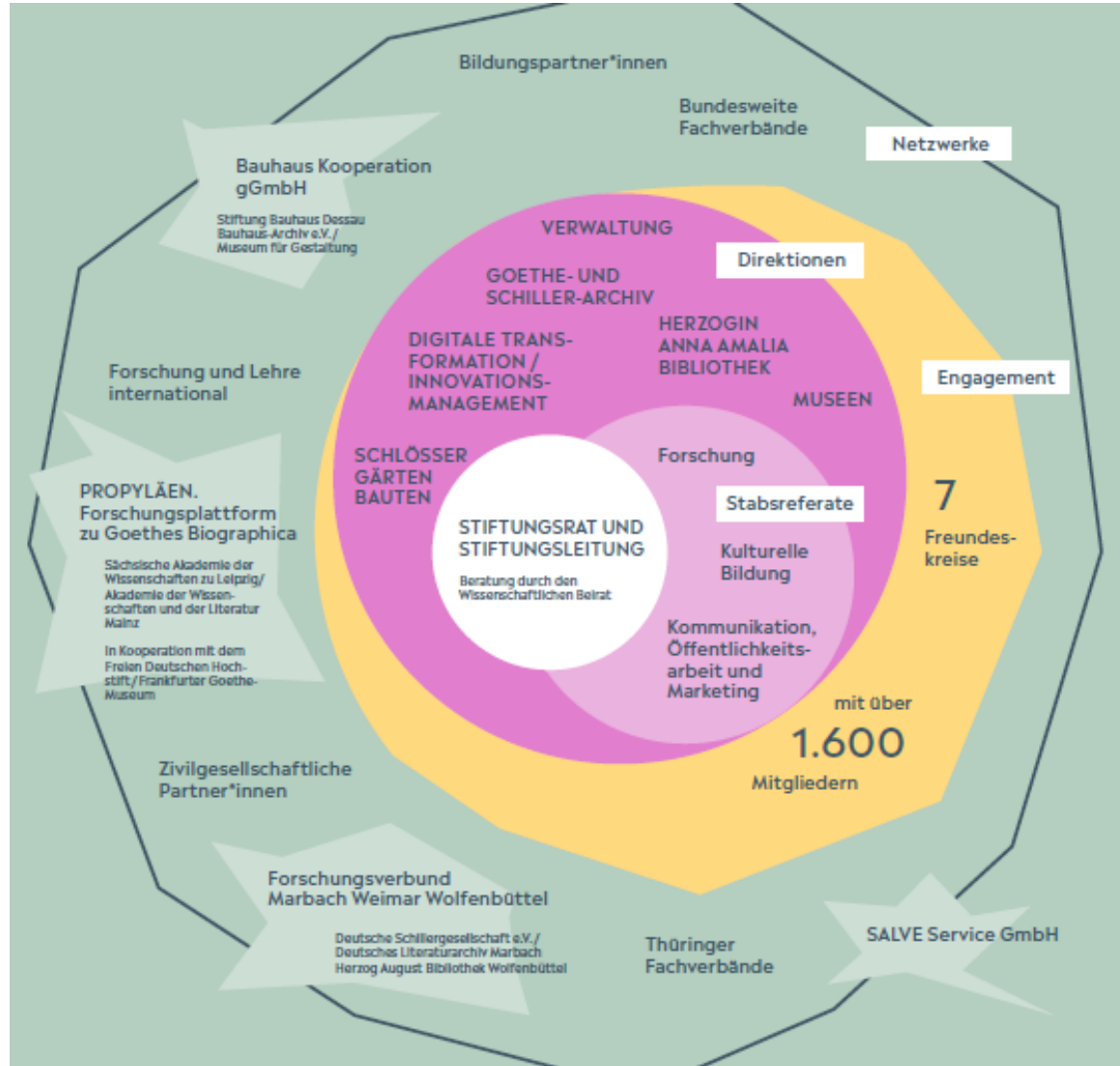
KLASSIK
STIFTUNG

- 
1. Klassik Stiftung Weimar
 2. Erfolgskontrolle Museumsarbeit
 3. Kultur:Labor Thüringen
 4. Jahresbericht
 5. Audience Development + Wirkungsanalyse
 6. Abschlussthese

1. Klassik Stiftung Weimar



1. Klassik Stiftung Weimar



1. Klassik Stiftung Weimar



www.klassik-stiftung.de/bildung



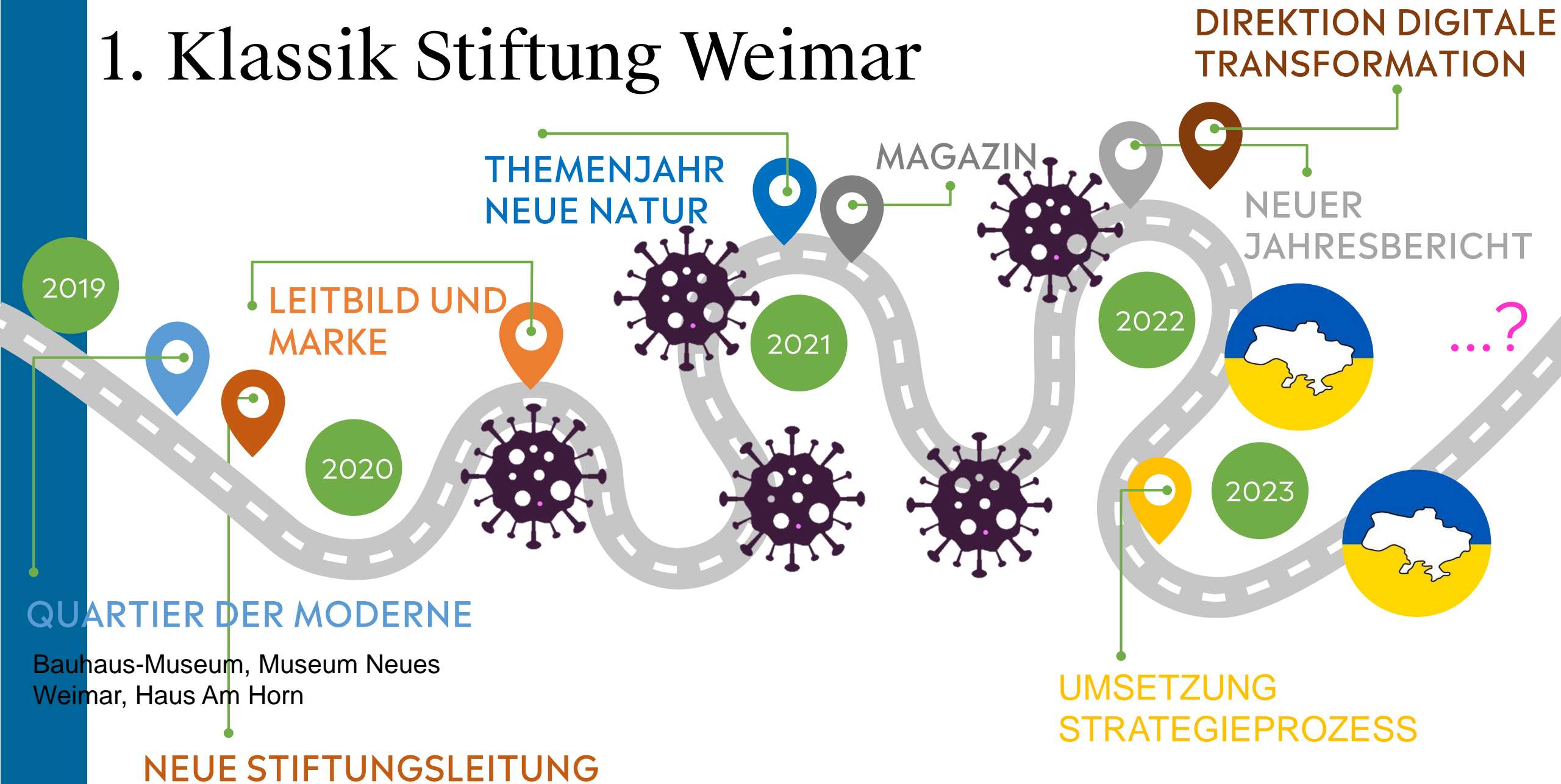
Rolle des Stabsreferats Kulturelle Bildung

- Konzeption und Umsetzung Bildungs- und Vermittlungsprogramm an verschiedene Publika
- Stiftungsübergreifende Entwicklungsarbeit mit den Schwerpunkten:
 - > Wirkungsorientierung
 - > Teilhabe
 - > Inklusion
 - > Digitale Vermittlung

1. Klassik Stiftung Weimar

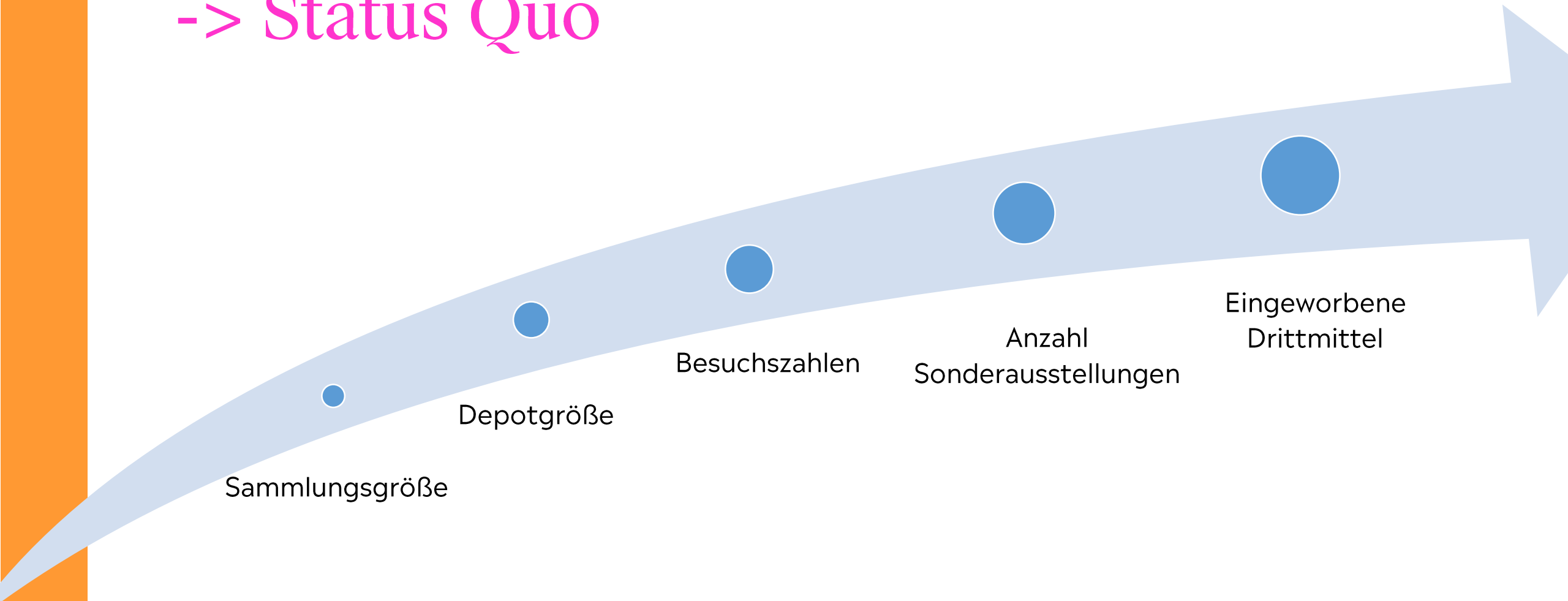


1. Klassik Stiftung Weimar



2. Erfolgskontrolle Museumsarbeit

-> Status Quo



2. Erfolgskontrolle Museumsarbeit vs. Post-Wachstum



**GEMEINWOHL
ÖKONOMIE** Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft



3. Evaluation Kultur:Labor Thüringen



SCHULE

4 Schulen in
4 Regionen
439 Schüler*innen

REGIONALE PARTNER

Ortsteilbürgermeister
Vereine / Initiativen
Stadtmuseum
Stadtarchiv

ZIELE UND ANSÄTZE DES KULTUR:LABORS

- Arbeit außerhalb Weimars mit neuen Zielgruppen
- Community Engagement vor Ort
- Lebensweltbezug und regionale Themen als Ausgangspunkt
- Prozessoffenheit und Beteiligung
- Erprobung digitales Outreach – bspw. Online-Kurs über Moodle zur Weimarer Klassik



3. Evaluation Kultur:Labor Thüringen

- Externe Evaluierung durch Syspons
- Gemeinsame Erstellung Wirkungskette
- Datenerhebung durch Syspons und das Projektteam

112 befragte
Schüler*innen

4 Fokusgruppen mit
Schulvertreter*innen

7 qualitative Interviews

Summative Evaluation & Outreach

Wurden die Ziele der aufsuchenden Kulturarbeit in ländlichen Räumen erreicht und weshalb (nicht)?

Formative Evaluation & Inreach

Was lernt die Klassik Stiftung Weimar für die weitere Bildungsarbeit und die Outreachstrategie daraus?

Was braucht es dafür in Zukunft?

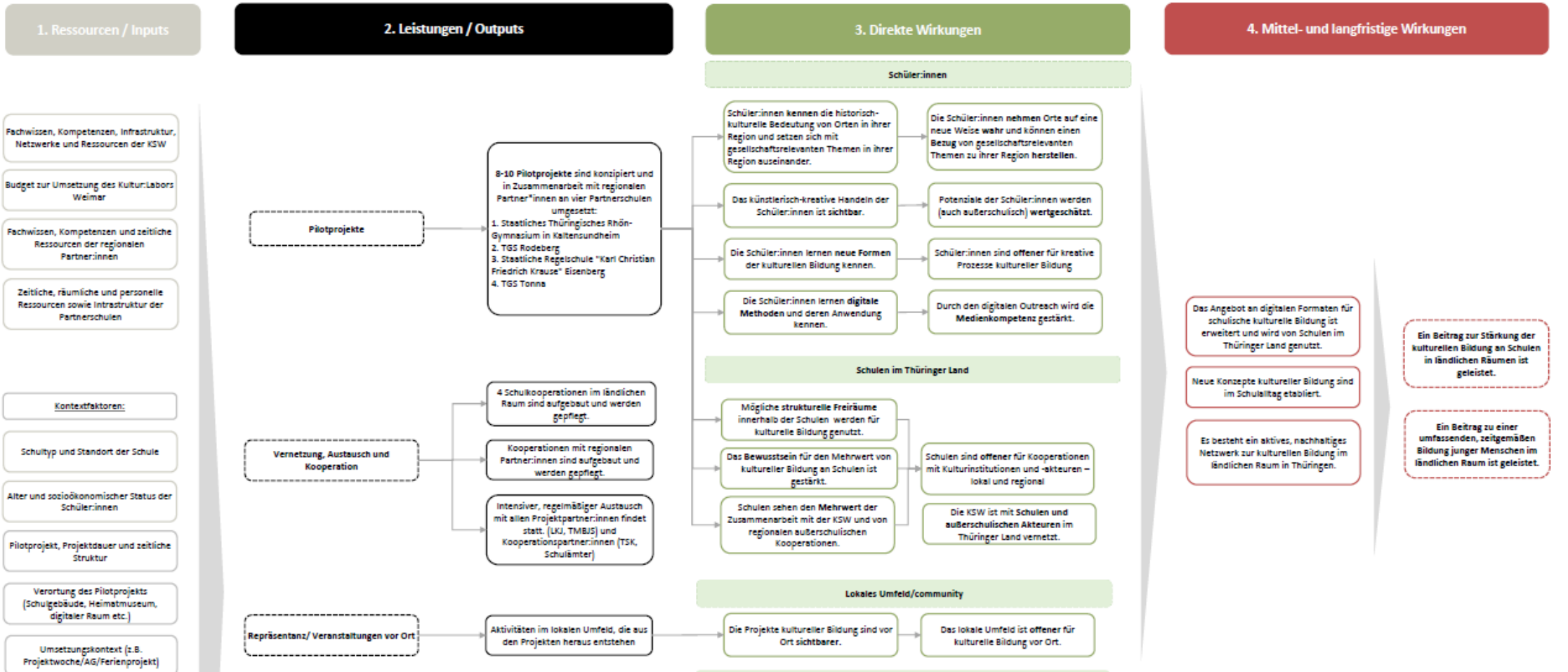
3. Evaluation Kultur: Labor Thüringen

Inputs: was geben wir rein?

Output: was machen wir?

Outcome: was bewirken wir direkt?

Impact: welche langfristigen Ziele haben wir?



3. Evaluation Kultur:Labor Thüringen

Krisenfester Evaluationsansatz

- Qualitative Erfassung, ergänzt durch quantitative Daten
- Output selbst kein Bewertungskriterium
- Evaluationsbericht und Empfehlungen anpassbar auf Adressaten

-> Gelingensbedingungen übertragbar auf andere Einrichtungen (Handreichung)

Mittel der Organisationsentwicklung

- Inreach-Wirkungsziele
- Empfehlungen für Projektteam und Stiftungsleitung



4. Jahresbericht

-> Konzept

- Wirkungsbericht
- Orientierung an Berichtswesen Stiftungswesen und in Anlehnung an den Social Reporting Standard (SRS)
- exemplarische und strategische Auswahl, klarer und knapper Aufbau

 www.klassik-stiftung.de/jahresbericht



4. Jahresbericht

-> Konzept



HYBRIDE ORTE ALS
ÖFFENTLICHEN RAUM
GESTALTEN



14.499
Besuche im
Erlebnisportal Weimar



Informations-
angebot und
Aufenthaltsquali-
tät verbinden

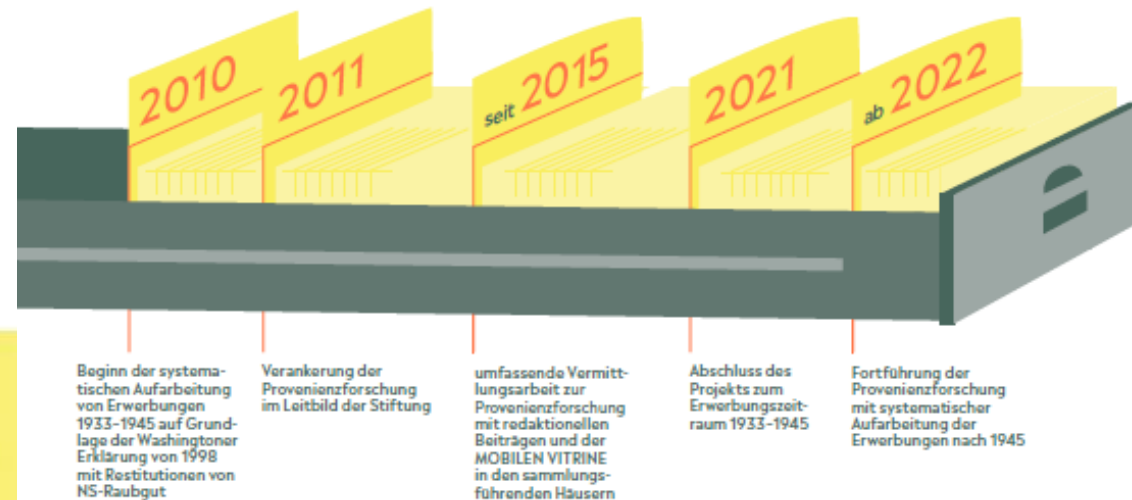
Einladende und
kostenfreie Orte
schaffen

Thematische
Zusammenhänge
zu musealen Orten
aufzeigen

Museumsbesuche
anregen und
Barrieren abbauen

KULTURGUTENTZIEHUNGEN IM 20. JAHRHUNDERT

Auf der Suche nach angemessenen Lösungen



4. Jahresbericht

-> Konzept

DAS THEMENJAHR SPRACHE – UMRÜCKE UND PERSPEKTIVEN

Dr. Folker Metzger
Projektleiter Themenjahr

Sprache in den Mittelpunkt ihrer Aktivitäten zu stellen, sollte für die Klassik Stiftung Weimar selbstverständlich sein, tatsächlich jedoch betraten wir damit „Neuland“. Wie schon 2021 bespielen wir auch den öffentlichen Raum, wodurch zu einem räumlichen Bier tages verdeutlicht, zum anderen eine bessere Zugänglichkeit erzielt wurde. Für den Sprachparasus wurden erstmals beide Tore des Goethe-Wohnhauses sowie die Eingangstür zu Schillers Wohnhaus geöffnet, und jeder war eingeladen, hier kostenfrei zu flanieren und sich von den Sprachinterventionen in den direkt dahinterliegenden Räumlichkeiten inspirieren zu lassen. Erweitert seien hier etwa die Worterfindungen der Dichter der Weimarer Klassik, die, mit kurzweiligen Kommentaren versehen, an die Wand projiziert wurden. Weitere Texte der Klassiker waren im Stadtraum sowie in den Wohnhäusern von Goethe und Schiller präsent. Für eine konzertierte und anregende Rezeption, etwa von Goethegedichten, die die Wände eines ganzen Raumes im Erdgeschoss des Goethe-Wohnhauses ausfüllen, wirkte die Typografie von Ariane Spanier wie ein Katalysator. Ihr expressives Signet gab dem Themenjahr ein unverwechselbares Gesicht.



Ausstellung „NEUSPRECH: KUNST WIDERSPRECHT“ im Schiller-Museum

Drei weitere Stationen, die vor dem Hauptbahnhof vor und im Museum Neues Weimar, als ehemaligem Amtssitz von Reichsgauleiter Sauckel, sowie vor dem Nietzsche-Archiv platziert waren, thematisierten den Sprachwandel in den 20. Jahren und ert. Hier wiederum vermittelte die Ausstellung „Nietzsche – Weimar – DLR. Zwei Italienen entdecken den schen Nietzsche“, wie Elisabeth Förster-Nietzsche Teile des Werks ihres Bruders entsprechend ihrer völkischen Vorstellung anpasste und fälschte, und wie es zur ersten Publikation der korrekten Fassungen seiner Werke kam.

Sprachpöbler im Weimarer Stadtraum



Open Stage am Sprachlabor

SPRACHE ERFAHRBAR MACHEN

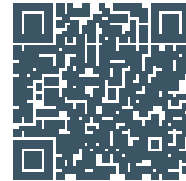
Gemeinsame Spracherkundungen boten wir an vielen Wochenenden und Abenden unter Einbeziehung eines breiten Publikums am Sprachlabor vor dem Schloss an. Der subtil wirkende Kubus, eine temporäre Architektur aus Abfallholz des Parks an der Elm, wurde im vergangenen Themenjahr aktiviert und von seinem ehemaligen Standort am Tempelherrenhaus im Park vor das Schloss transloziert. Das Programm wurde erstmals zusammen mit verschiedenen zivilgesellschaftlichen Gruppen entwickelt und veranstaltet, die wiederum für uns gewinnen: ihre jeweiligen Communities mitbrachten. So erfreute sich an 15 Samstagen das „Sprachcafé“ großer Beliebtheit: Muttersprachen*innen aus vier Ländern trafen mit Sprachlernenden in einem regen Austausch. Überrascht und beeindruckt haben uns unsere Gäste zudem mit ihren teils umfangreichen Texten zu kollaborativ ausgewählten Fragen wie etwa: „Was machst Du, wenn Du dich traurig fühlst?“ Die Erfahrungen im und um das Sprachlabor herum machten deutlich, wie wir eine Plattform für einen anregenden Dialog bilden können, der uns wiederum selbst neue Impulse bringt – hier treffen Nichtbesucher*innen auf „klassisches“ Museumspublikum und treten in einen Dialog. Mit dem Sprachlabor konnten wir einen neuen öffentlich genutzten Ort schaffen, indem wir Akteur*innen aus der Stadt einladen; die wöchentliche Open Stage wurde von Chören, Musiker*innen, Poetry Slammer*innen oder Bands bespielt. Nach und nach kamen immer mehr Vereine, Verbände und andere Organisationen auf uns zu, um das Sprachlabor für ihre Zwecke und Anliegen zu nutzen.

Ein weiteres Highlight war der mit dem MDH gemeinsam veranstaltete „Hörspielsummer“. Das Mitmach-Programm trugen wir via einer mobilen Pop-up-Workstatt auf Lasten fahrrädern in die Außenbezirke Weimars und das Weimarer Umland. Dies wurde vielfach als Wertschätzung wahrgenommen, wodurch sich das Bild der Klassik Stiftung Weimar sukzessive positiv veränderte und die Verankerung in der Region weiter gefördert wird.



„Hörspielsummer“ vor dem Stadtschloss Weimar

Eine Auseinandersetzung mit Sprache im Medium der bildenden Kunst verfolgte die Ausstellung „NEUSPRECH: KUNST WIDERSPRECHT“ im Schiller-Museum, in der Werke von 15 zeitgenössischen Künstler*innen präsentiert wurden, ergänzt durch Artefakte aus den Sammlungen der Stiftung. Eine besonders intellektuelle Beschäftigung mit dem Verhältnis von Sprache und Bild ausgehend von Walter Benjamins Gedanken zu Paul Klees „Angelus Novus“ zeigte eine dreifache Ausstellungreihe im Bauhaus-Museum mit Werken der international renommierten Künstler*innen Esther Shalev-Gorzi, Ori Gerbitz und Aura Rosenberg: „Welt übersetzen. Zeitgenössische Perspektiven auf Walter Benjamin“.



k:evatool zum Download: https://github.com/museum4punkt0/k_evatool_survey_player



DIGITALE EVALUIERUNGS- PROZESSE VEREINFACHEN MIT DEM K:EVATOOL

Um die Gelingenbedingungen von digitalen Angeboten zu erforschen, entwickelte die Klassik Stiftung Weimar ein neues Tool, das über die Ansätze bisheriger Fragebögen und Datenanalyse-Tools hinausgeht. In wenigen einfachen Schritten können im neuen k:evatool eigene Umfragen angelegt und Rückmeldungen von Nutzer*innen eingeholt werden. Umfragen können in Websites oder Apps eingebettet werden, aber auch Medienstationen in Museen bespielen. So werden kurze Erhebungen zu vielfältigen Angeboten ohne großen Aufwand ermöglicht und somit Evaluierungsprozesse direkt ins Tagesgeschäft integriert.

Das k:evatool wurde im Mai 2022 auf Github als Open Source Software veröffentlicht.

4. Jahresbericht

Krisenfester Evaluationsansatz



- ≠ Evaluation
- Kommunikationskanal für Wirkungsanalysen
- Legitimation der Stiftungsarbeit
- Berichtsform, die den Institutionskontext einbezieht

Mittel der Organisationsentwicklung



- = Reflexionshilfe
- unterstützt Jahresauswertung innerhalb der Stiftung
- Reduktion und exemplarische Darstellung Kommunikation nach innen

5. Audience Development

-> als Teil des Strategieplans

Zielsetzung bis 12/2025:

1. Wir rücken das Publikum in das Zentrum unseres Handelns. Dafür definieren wir **Publikumsziele**, an denen die Klassik Stiftung Weimar arbeitet.
2. Wir entwickeln **Ablaufpläne und Methoden** zum Umgang mit Zielgruppen und befähigen möglichst viele Mitarbeiter*innen, diese selbstständig für ihre Tätigkeitsfelder zu nutzen.
3. Wir erproben die oben genannten Methoden anhand ausgewählter (bestehender oder bereits geplanter) **Pilotprojekte**.

5. Audience Development

Publikumserweiterung

- Stammpublikum
- Flanier- und Zufallspublikum

Weimarpublikum ≠ Stiftungspublikum
Bauhauspublikum ≠ Goethepublikum...
Goethepublikum ≠ Themenjahrpublikum...

Beziehungsvertiefung

- Stammpublikum
- Flanier- und Zufallspublikum

Priorisierung analog:
1. quantitativ: Mehrfach- + Wiederholungsbesuche
2. qualitativ: Besuchsqualität steigern!

Diversifizierung

- Nicht-Besucher*innen
- Flanier- und Zufallspublikum

Priorisierung analog:
• Wirkungsradius Thüringen
• Einzelbesucher*innen und Gruppen
• Multiperspektivität in den Angeboten

vorab!
Datenanalyse

Projekt/
Maßnahme xy

begleitend!
Wirkungsanalyse

5. Audience Development

-> Wirkungskette

● Input - Was wird eingebracht?

- Externe und interne Ressourcen
- geldwerte Leistungen und andere Ressourcen (Fachwissen)

● Output - Was soll entstehen?

- Projektergebnisse/Angebote
-> Monitoring

● Outcome - Welche direkte Wirkung hat das Projekt?

Mind. 1 Publikumsziel formulieren!

Beispiel Publikumsziel:

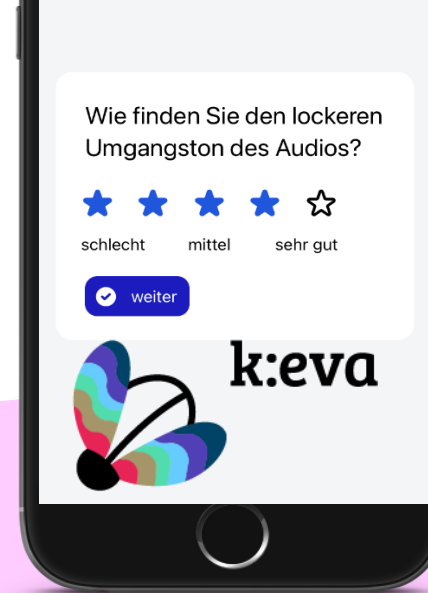
-> Messinstrumente z.B. qualitative Interviews oder Besucher*innenbefragungen (k:evatool), teilnehmende Beobachtung, Fokusgruppentests, Reflexionsworkshops

● Impact - Welche langfristige Wirkung hat das Projekt zur Umsetzung des Leitbildes?

- beabsichtigte langfristige und nachhaltige Folgen beschreiben
- gesellschaftliche Wirkungsabsicht inkludieren (nicht messbar)

5. Audience Development

-> Wirkungsanalyse



RESSOURCEN

Projektteam erstellt
Wirkungskette

nutzt Wirkungskette zur
Projektsteuerung und
Reflektion

nutzt Wirkungskette zur
Projektsteuerung und Reflektion
+ untersucht ein oder mehrere
Wirkungsziele mithilfe
ausgewählter Messinstrumente

beauftragt externe
Agentur für Gesamt- oder
Teilevaluation

5. Audience Development

-> Wirkungsanalyse

Krisenfester Evaluationsansatz



- Was bewirkt unsere Arbeit?
- Qualitative und quantitative Indikatoren
- Drittmittelanträge und Verwendungsnachweise
- legitimiert Arbeit gegenüber Trägern + Stakeholder
- Bessere Kommunikation der Ergebnisse (z.B. Pressearbeit)

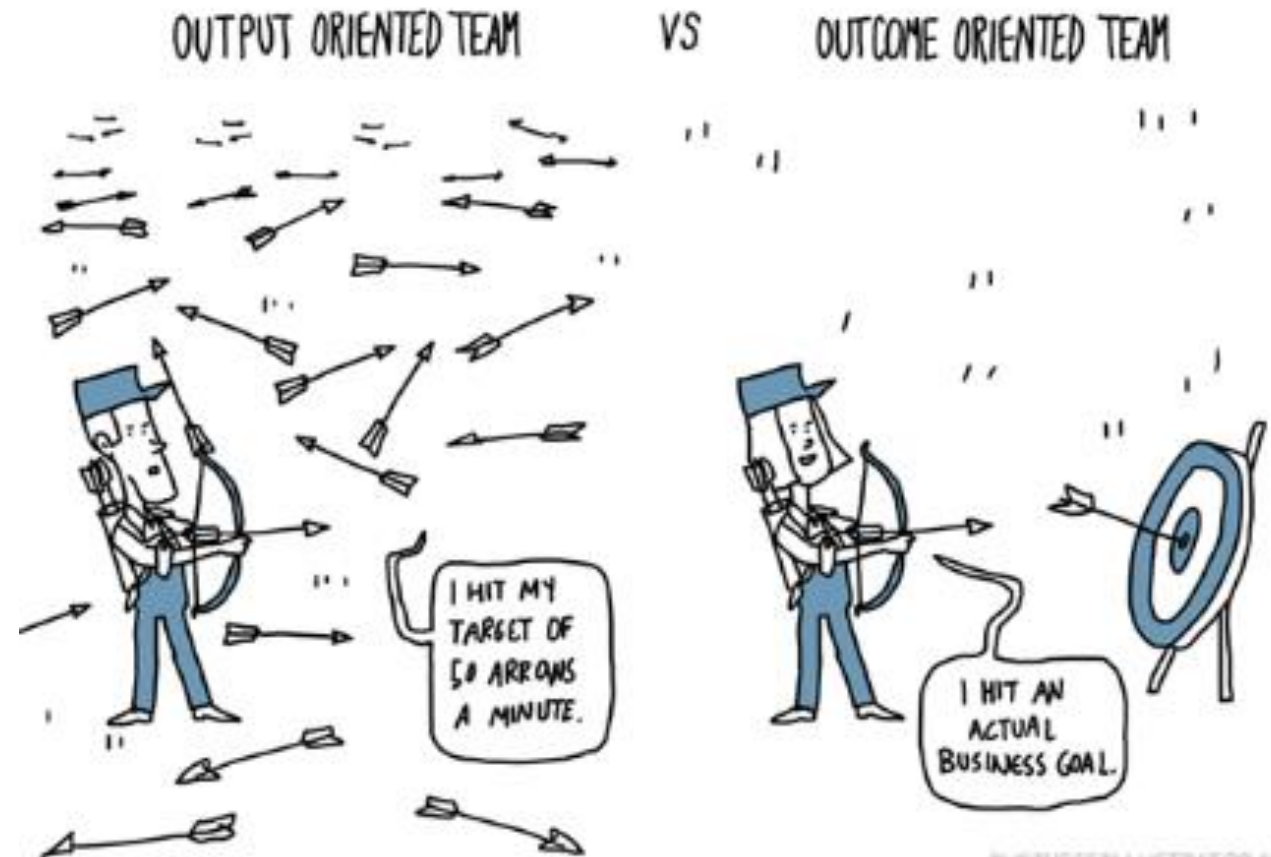
5. Audience Development

-> Wirkungsanalyse

Mittel der Organisationsentwicklung



- Verbessert Projektsteuerung/-management
- Lernen aus Fehlern/ kontinuierliche Verbesserung
- Mitarbeiter*innenmotivation



6. Abschlussthese

Wirkungsorientierung ist Überzeugungssache.

Die Motivation zur Evaluierung muss aus dem Team kommen.

Das Team muss von der Wirkungskette überzeugt sein.

Mit Wirkungsanalysen kann ich andere von meinem Projekt überzeugen.

Literatur- und Onlinequellen (Auswahl)

Cosenza Arango, Regina: Handlungswissen statt Repräsentation Wenn Jahresberichte Wirkung entfalten, 2022. Online unter <https://cdn.kulturmanagement.net/dlf/fc35aab724fc086c40b1bf098554d094,1.pdf>

CREMA/ Guideline Audience Development, 2022. Online unter https://static1.squarespace.com/static/5e216933d3bb8f2dd401ff34/t/64403add08cf93699063aa9e/1681930985663/crema_output_2.pdf

Döring, Nicola; Bortz, Jürgen: Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften, 2016

Engage Audiences www.engageaudiences.eu

Frohmann, Christiane : Meine Kultur ist systemrelevanter als deine Kultur. Umsehenlernen im Lockdown, 2021. Online unter <https://kupoge.de/blog/2021/02/18/meine-kultur-ist-systemrelevanter-als-deine/>

Mandel, Birgit: Audience Development, Kulturelle Bildung, Kulturentwicklungsplanung, Community Building. Konzepte zur Reduzierung der sozialen Selektivität des öffentlich geförderten Kulturangebots, 2016/17 Online unter: www.kubi-online.de/artikel/audience-development-kulturelle-bildung-kulturentwicklungsplanung-community-building

Mohr, Henning; Modarressi-Tehrani, Diana (Hrsg.): Museen der Zukunft, 2022

Mohr, Henning: Zeit für Transformation(en). Notwenige Paradigmenwechsel in der Kulturpolitik, 2021. Online unter <https://kupoge.de/blog/2021/09/30/zeit-fuer-transformationen/>

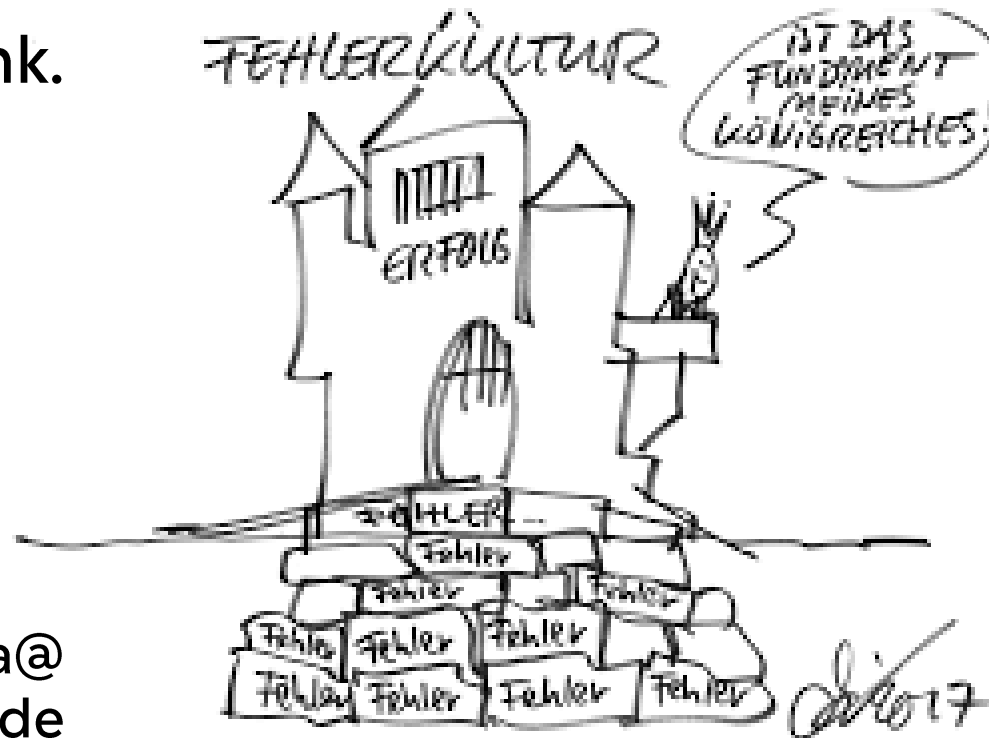
Phineo (Hrsg.): Kursbuch Wirkung, 2021. Online unter www.kursbuch-wirkung.de

Schieck, Tilo; Zipf, Jonas: Relevanz, Resilienz, Resonanz, 2021. Online unter <https://kupoge.de/blog/2021/07/07/relevanz-resilienz-resonanz/>

Stiftung Preußischer Kulturbesitz (Hrsg.): museum4punkt0 workbook. Impulse und Tools für die digitale Kulturvermittlung, 2023. Online unter www.museum4punkt0.de/museum4punkt0-workbook

Stiftung Preußischer Kulturbesitz (Hrsg.): Wirksamkeit durch Selbstevaluierung: Der Analyserahmen „Museums of Impact“. Online unter <https://www.smb.museum/museen-einrichtungen/institut-fuer-museumsforschung/forschung/kooperationen/moi-framework/>

Vielen Dank.



regina.cosenza@
klassik-stiftung.de