Zeitschrift für Evaluation | 24. Jahrgang | 2025
Heft 2 | S. 395–398 | https://doi.org/10.31244/zfe.2025.02.18 |
© 2025 Waxmann

Jenseits des schriftlichen Abschlussberichts – neue Formate zur Verwertung von Forschungserkenntnissen aus Evaluations- und Kulturmanagementforschung

Rückblick auf die Frühjahrstagung des Arbeitskreises Kultur und Kulturpolitik im Februar 2025 in Fulda

Thomas Renz[1]

Evaluationsforschung hat den Anspruch, dass ihre Forschungsergebnisse anschlussfähig an Herausforderungen der Praxis sind und dort auch Wirkung entfalten. Daher stellt sich schnell die Frage nach dem richtigen Format. Gerade in der Evaluationspraxis ist diese Praxisorientierung immanent, denn es wird nie der Evaluation wegen evaluiert, es geht immer um einen zu erforschenden Gegenstand in der Praxis. Auch die Kulturmanagementforschung als akademisch vergleichsweise junge (Inter-)Disziplin zehrt eine wesentliche Begründung aus dem Streben nach Lösungsangeboten für Fragen des praktischen Kulturmanagements (vgl. Mandel, 2008).

Am 14. Februar 2025 trafen sich der Arbeitskreis Kultur und Kulturpolitik in der DeGEval, die Arbeitsgemeinschaft Methoden im Fachverband Kulturmanagement e. V.[2] und das Institut für Kulturelle Teilhabeforschung[3] auf Einladung von Joanna Ozga in den Räumen der Hochschule Fulda[4]. Insgesamt 35 Teilnehmende aus Wissenschaft, Evaluationspraxis und Kulturmanagement fanden den Weg zum Workshop. Dabei ging es um die Gretchenfrage, die sich jede forschende Person irgendwann einmal stellt: Wie können Forschungs- oder Evaluationsberichte so gestaltet werden, dass sie gelesen und die Erkenntnisse auch in organisatorische oder politische Prozesse implementiert werden. Ein Bauchgefühl, das die meisten zur Teilnahme bewegte, war: Der klassische schriftliche Abschlussbericht scheint irgendwie nicht mehr zu genügen.

Gerade im Feld von Kultur und Kulturpolitik spielt die Vermittlung von Evaluationsergebnissen eine besondere Rolle. Denn dort ist die Evaluationskultur (noch) geringer ausgeprägt als in anderen Politikfeldern. Dementsprechend ist die Verwertung

1 Institut für Kulturelle Teilhabeforschung Berlin
2 www.fachverband-kulturmanagement.org/arbeitsgruppe/arbeitsgemeinschaft-methoden/
3 www.iktf.berlin
4 www.hs-fulda.de

von Evaluationserkenntnissen in administrativen Prozessen (z. B. in der Gestaltung von Förderrichtlinien) noch verhältnismäßig wenig eingeübt.

Bei praxisorientierten Forschungsarbeiten stellt sich grundsätzlich die Frage, welches Format das passendste ist, um die Forschungsergebnisse möglichst optimal zu vermitteln. Der Klassiker der akademischen Forschung – der schriftliche Abschluss- oder Forschungsbericht – scheint definitiv nicht das gewinnbringendste Format zu sein. Dennoch wird dieser in der Regel gewählt, als ausführliche Langfassung – die dann aber niemand liest.

Bereits Kristin Oswald, Redakteurin bei Kulturmanagement Network[5], lieferte in ihrem Beitrag „Jenseits des Feuilletons. Zeitgemäße Wissenschaftskommunikation im Kulturmanagement" die vielleicht wichtigste Erkenntnis des Tages: Bevor über konkrete Formate der Wissenschaftsvermittlung nachgedacht wird, muss die zentrale Frage nach der Zielgruppe geklärt werden. Wen will ich erreichen? Was will ich erreichen? Dass es dann dennoch häufig auf klassische schriftliche Worddokumente rausläuft erklärte sie auch damit, dass Kulturmanagementforschung weiterhin auf innerwissenschaftlichen Anerkennungslogiken basiert. Diese bilden aber nicht zwingend eine Schnittstelle zur Praxisorientierung, sondern liegen eher in der klassischen schriftlichen Abschlussarbeit mit Unmengen an Fußnoten oder im sperrigen Peer-Review-Artikel.

Die Referentin suchte daher Lösungsansätze im Feld der Wissenschaftskommunikationsforschung. Sie stellte Studien vor, wonach die große Mehrheit der Bevölkerung sich über wissenschaftliche Erkenntnisse vor allem im Fernsehen und im Internet informiert – klassische gedruckte Medien würden weitaus seltener genutzt (vgl. Oswald, 2025). Vor allem bei jüngeren Menschen geht die Nutzung textbasierter Inhalte zu Gunsten von visuellen und audio-visuellen Formaten zurück.

Onlinebasierte Anwendungen als Vermittlungsformate der Zukunft?

Dass Online-Formate zur Vermittlung von Forschungsergebnissen zukünftig eine größere Rolle spielen können, machten alle weiteren Referierenden deutlich. Christian Holst[6] von der Leuphana Universität Lüneburg stellte den Entwicklungsstand einer „Toolbox für digitale Transformation in kleinen und mittleren Kultureinrichtungen" vor. Das Forschungsprojekt entstand im Schweizer Kanton Aargau zur Unterstützung der Bemühungen von Kultureinrichtungen um den Ausbau ihrer Digitalisierung. Dabei wird eine webbasierte Anwendung entwickelt, welche den Beteiligten die unmittelbare praktische Anwendung erlaubt. Neben theoretischem Input und Reflexionsfragen beinhaltet die Webanwendung ein Tool zur Selbsteinschätzung der Akteur:innen. Die Anwendung ermöglicht es ihnen, eine unmittelbare Rückmeldung zum Stand der Digitalisierung ihrer Einrichtung und konkrete Optimierungsvorschläge zu erhalten.

5 www.kulturmanagement.net/Autoren/Kristin-Oswald,4
6 www.christianholst.de/ueber-mich/

Christian Steinau von CulturalPolicyLab[7] präsentierte dann einen „Policy-Baukasten Familie und Care im Theater – Ein innovatives Tool zur Förderung familienfreundlicher Strukturen im Theater“[8]. Dabei handelt es sich um ein zielgruppenspezifisches Transferkonzept, welches kulturpolitische und theaterbetriebliche Themen verknüpft und den Fokus auf das Gestaltbare legt. Ein langer schriftlicher Bericht ist in diesem Vermittlungsangebot gar nicht mehr vorgesehen. Die Adressat:innen arbeiten direkt mit der webbasierten Anwendung. Wie beim zuvor präsentierten Projekt zeigt sich der zentraler Vorteil webbasierter Tools: Die Nutzer:innen erhalten unmittelbare und individualisierte Rückmeldungen. Die damit verbundene Interaktivität verspricht eine stärkere Anwendung, als ein rein passives Lesen eines gedruckten Textes.

Schließlich stellte Adrian Rudershausen von Research und Redaktion[9] die Anwendungsmöglichkeit von Künstlicher Intelligenz in der Museumsarbeit vor. Am Beispiel eines aktuell laufenden Projekts im Stadtmuseum Oldenburg werden Personas als Grundlage zielgruppenorientierter Museumsarbeit ‚ein Gesicht gegeben'. Personas sind detaillierte, jedoch fiktive Beschreibungen einer idealtypischen Person innerhalb einer Zielgruppe und können Entscheidungen im Marketing einer Organisation erleichtern. Ziel ist es, im konkreten Projekt die zwar in der Regel plakativen, aber immer auch ein Stück weit abstrakten Personas mit Leben zu füllen und den Mitarbeiter:innen des Museums die Möglichkeit zu geben, mit ihnen per Chat ins Gespräch zu kommen. In einer nur verschriftlichten Präsentation von Personas bleiben diese immer stumm. In der Webanwendung können beispielsweise auch Interessen und Vorlieben von eher nicht-museumsaffinen Zielgruppen im Gespräch erörtert werden und in der Folge entsprechende museale Angebote entwickelt werden und später wieder im Chat mit der Persona bewertet und evaluiert werden.

Das universelle Vermittlungsformat gibt es nicht

Während des Workshops gab es für einige Teilnehmenden ein Déjà-vu. Beim letzten Workshop der Arbeitsgemeinschaft Methoden im Fachverband Kulturmanagement Anfang 2022 ging es um das Thema ‚Diversität messen'. Auch damals startete der Tag mit der (vielleicht naiven) Hoffnung am Ende fertige, universell einsetzbare standardisierte Erhebungsinstrumente zur Messung von Diversitätskriterien zum Beispiel in Publikumsbefragungen gesammelt zu haben. Vielmehr wurde aber deutlich: Ein einzelnes standardisiertes Instrument kann es nicht geben. Vielmehr hat der Wunsch, Diversität standardisiert zu messen, Einfluss auf den gesamten Forschungsprozess, beginnend bei der Formulierung der Fragestellung und endend mit der Frage, wie Ergebnisse zusammen mit den beforschten Personen diskutiert werden (vgl. Renz & Allmanritter, 2024).

Deutlich wurde somit auch in Fulda: Es funktioniert nicht, wenn konventionelle Forschung ohne klare Zieladressat:innen und Wirkungsabsichten das universal einsetzbare, bereits fertige Vermittlungsformat sucht. Möglichst kostenlos und selbst-

7 www.culturalpolicylab.com
8 www.theaterpolicy.care/policy-baukasten/
9 www.redaktur.de

erklärend. Und selbstverständlich ohne jegliche Auswirkungen auf den eigentlichen (heiligen) Forschungsprozess.

Neben klaren Forschungs- oder Evaluationsfragen bedarf es von Anfang an auch der Definition klarer Zielgruppen. Wer soll mit den Evaluationserkenntnissen erreicht werden? Es bedarf zudem auch der Definition deutlicher Wirkungsabsichten von Forschung und Evaluation. Was sollen die jeweiligen Erkenntnisse bei wem bewirken? Bei Evaluationen im Feld der Kulturpolitik muss das dann keine politische Einflussnahme sein, im Sinne von ‚Die Politik soll dieses und jenes tun'. Es geht vielmehr darum, welche Prozesse Forschung auslösen soll, z. B. ‚Die Politik soll sich mit der Problematik der ungleichen Altersverteilung im Opernpublikum befassen und daraus Konsequenzen für Förderkriterien diskutieren.' Eine Vorab-Klärung dieser Dimensionen wird dann auch Einfluss auf den eigentlichen Forschungsprozess und auf dessen Methoden und Fragen haben. Wer ernsthaft praxisorientierte Wissenschaftsvermittlung abseits des standardisierten schriftlichen Berichts vorhat, wird den klassisch-konventionellen Prozess verlassen, wonach erst geforscht wird und andere dann – im schlimmsten Fall auch noch eine unbeteiligte Kommunikationsabteilung – versuchen, die Ergebnisse zu verkaufen und zu vermitteln.

Eine gewisse Entwicklungsrichtung wurde deutlich, als im Workshop nach den grundsätzlich strategischen Überlegungen von Kristin Oswald drei Praxisbeispiele vorgestellt wurden, welche genau diesen überkommenen Prozess von Anfang an hinter sich gelassen haben. Sie haben von Beginn an einen neuen Prozess entwickelt, der Vermittlung zum immanenten Teil von Forschung macht. Und: Alle drei Beispiele nutzten Vorteile von webbasierten Anwendungen, zum Teil auch von KI-Technologien. Damit werden wir uns in Zukunft sicherlich noch mehr beschäftigen.

Literatur

Mandel, B. (2008). *Audience Development, Kulturmanagement, Kulturelle Bildung. Konzeptionen und Handlungsfelder der Kulturvermittlung* [Kulturelle Bildung, Ausgabe 5]. koaped.

Oswald, K. (2025, 23. Juni). *Alles Wissen nützt nichts, wenn niemand davon weiß. Wissenschaftskommunikation im Kulturmanagement*. https://www.kulturmanagement.net/Themen/Wissenschaftskommunikation-im-Kulturmanagement-Alles-Wissen-nuetzt-nichts-wenn-niemand-davon-weiss,4768

Renz, T. & Allmanritter, V. (2024). Diversität messen in der Besuchsforschung. Ergebnisse aus dem 4. Workshop der Arbeitsgemeinschaft Methoden der empirischen (Kulturnutzer/innen-)Forschung des Fachverbands Kulturmanagement am 18. Februar 2022 in Berlin. *Journal of Cultural Management and Cultural Policy, 10*(1), 231–236. https://doi.org/10.14361/zkmm-2024-0111

Dr. Thomas Renz | Institut für Kulturelle Teilhabeforschung | Spandauer Damm 19, D-14059 Berlin | E-Mail: t.renz@iktf.berlin