

## Checkliste: Bildungsevaluationen für alle Stakeholder bedeutungsvoll machen

Paula Gangopadhyay\*

September 2002

Original:

<http://www.wmich.edu/sites/default/files/attachments/u350/2014/makingevalmeaningful.pdf>

*2005 von Wolfgang Beywl übersetzt und annotiert,  
2015 überarbeitet durch Katharina Klockgether*

Diese Checkliste wurde entwickelt, um [Evaluatorinnen und Evaluatoren](#) dabei zu unterstützen, [Evaluation](#) bedeutungsvoller zu machen für verschiedene Settings von Bildungs-[Stakeholdern](#). Mit der aktuellen Bildungsreform und dem Kernthema „[Rechenschaftslegung](#)“ hat sich die Einbeziehung von Gemeinden und Nachbarschaften in den Erziehungsbereich in den letzten Jahren stark ausgeweitet. Damit hat sich die Konstellation von Bildungs-Stakeholdern ebenfalls dramatisch verändert. Kooperationen, Partnerschaften und kollektive Aktion sind Schlüsselworte im heutigen Bildungswesen. Dabei sprechen Wirtschaft, Regierung, Eltern, Medien und die lokalen Partner nicht die gleiche Sprache wie die Angehörigen des Bildungswesens. Es hält sich die Geschichte von zwei verschiedenen Welten, die sich sowohl im öffentlichen wie im privaten Sektor überschneiden. Auch wenn sich beide auf Themen beziehen wie Rechenschaftslegung, messbare [Outcomes](#) und die Verbindung von Evaluation mit der strategischen Planung von Bildungsreform, so sind doch Ideologie wie Verfahrensregeln des Bildungssektors und seines gesellschaftlichen Umfelds sehr unterschiedlich.

Für Evaluatorinnen und Evaluatoren ist es erforderlich, dass sie die aktuelle Konstellation von Bildungs-Stakeholdern erkennen und dass sie ihre Produkte ([Berichte](#)) so zuschneiden, dass sie bedeutungsvoller und besser verständlich sind für Stakeholder außerhalb des Bildungswesens. Dies ist ein kritischer Faktor, um Sponsorengelder für Bildung und Erziehung einzuwerben sowie aktive Beteiligung auszulösen und aufrecht zu erhalten, um Mitglieder von Schulkommissionen darin zu unterstützen, wichtige Entscheidungen über [Leit-](#) und [Detailziele](#) zu treffen und um dazu beizutragen, dass die Partnerschaften in der Schule zum Nutzen aller optimiert werden. Indem sie ein angemessenes [Evaluationsdesign](#) nutzen und angemessene [Methoden](#) zur Verfügung stellen, können Evaluatorinnen und Evaluatoren eine Win-Win-Situation für alle schaffen und sie können wichtige politische Entscheidungen beeinflussen.

Die folgende Checkliste ist auf drei Ebenen angelegt:

- 1) Die Ausgangsposition der Kundinnen und Kunden einschätzen („*pre-evaluation*“)
- 2) Zuschneiden der Evaluation (laufend und „*post-evaluation*“)
- 3) Verbreitung der Informationen und Instruktion der Stakeholder („*post-evaluation*“)

Die den jeweiligen Schritt unterstützende Vorgehensweise ist in Klammern beschrieben.

### 1. Einschätzung der **Ausgangslage**, in der sich Kundinnen und Kunden befinden

Betrachten Sie die Evaluationsstätigkeit aus den Perspektiven der Stakeholder. Sehen Sie Ihre Evaluation als „das Produkt“ an und ziehen Sie die weit gespannten Adressatengruppen in Betracht, die Ihr Produkt nutzen werden.

<input type="checkbox"/>	Identifizieren Sie, wer die Bildungs-Stakeholder sind – Schulsysteme, Regierung, Vereinigungen, Eltern, Medien usw. (Es ist ausschlaggebend dies frühzeitig in Erfahrung zu bringen, weil es den <a href="#">Kontext</a> klar abgrenzt, in dem die <a href="#">Evaluationsergebnisse</a> genutzt werden).
<input type="checkbox"/>	Bestimmen Sie die <a href="#">nachdrücklichen Interessen</a> , welche die Stakeholder in Bezug auf die Evaluation haben. (Nachdrückliche Interessen der lokalen Stakeholder können verbunden sein mit der örtlichen Wirtschaft, Politik und anderen sozialen Themen, die indirekt mit dem evaluierten Projekt zusammenhängen. Es ist im besten Interesse des <a href="#">Evaluationsteams</a> , frühzeitig einige dieser indirekten Verbindungen zu identifizieren, welche die <a href="#">Nutzung</a> der Evaluation in der Zukunft beeinflussen könnten.)
<input type="checkbox"/>	Stellen Sie fest, wer die Evaluation finanziert. (Es ist wichtig für die Evaluierenden, die <a href="#">Ziele</a> der finanzierenden Organisation und deren Beteiligung in Bezug auf das Projekt zu kennen. Dies kann dazu beitragen, den Rahmen für den vorgesehenen <a href="#">Nutzen</a> der Evaluation festzulegen).
<input type="checkbox"/>	Finden Sie heraus, ob die Evaluation von Anbeginn des Projektes stattfinden wird. (Vielfach beziehen Projekte keine Evaluatorinnen und Evaluatoren ein, während sie noch laufen; stattdessen bringen sie das Evaluationsteam spät im Projektverlauf ins Spiel, um eine <a href="#">summative Evaluation</a> durchzuführen, und zwar auf Basis der <a href="#">Daten</a> , die durch die Mitarbeitenden des Projekts erhoben worden sind. Dies schränkt das Potenzial der Evaluation ein, das Projekt bei seiner <a href="#">Verbesserung</a> zu unterstützen. Wenn keine frühzeitige gemeinsame Planung mit dem Evaluationsteam erfolgt, besteht die Gefahr, dass die Projektmitarbeitenden nicht all die <a href="#">Informationen</a> gewinnen, die benötigt werden, um <a href="#">Güte</a> und <a href="#">Tauglichkeit</a> des Projektes einzuschätzen).
<input type="checkbox"/>	Werten Sie die vorliegende Forschung in Bezug auf das Thema aus. (Es ist wichtig, dass Sie über das Themenfeld informiert sind, in dem Sie evaluieren, genauso wie über ähnliche bereits erfolgte Evaluationen. Dies kann Sie dabei unterstützen, Ansätze zu identifizieren, Theorien und <a href="#">Instrumente</a> , die Sie bei der Durchführung der Evaluation einsetzen können. Außerdem können Sie auf diese Weise im Bereich der Forschung Lücken identifizieren, welche Ihre Evaluation schließen kann).
<input type="checkbox"/>	Finden Sie die wichtigsten Ergebnisse konkurrierender Forschung heraus. (Damit die Evaluationsergebnisse eine bestehende Sichtweise oder vorherrschende Annahmen in Frage stellen können, ist es wichtig, die Behauptungen wichtiger konkurrierender Forschung zu thematisieren. Beachten Sie, dass deren Vertretende Ihre Evaluationsergebnisse vielleicht in Frage stellen werden. So bringen Sie sich in eine strategische Position, indem Sie sich vollständig über die Hauptaspekte der Opposition und deren Vorgehensweise informieren).
<input type="checkbox"/>	Stellen Sie fest, welche politischen Implikationen Ihre Evaluationsstudie haben kann. (Dies wird Sie unterstützen abzuschätzen, wie die Evaluation am besten langfristige Nutzung erreichen kann).
<input type="checkbox"/>	Finden Sie heraus, welche lokalen politischen Gremien an Ihren Evaluationsergebnissen Interesse haben werden. (Jede Evaluation beabsichtigt, den politischen Entscheidungsprozess zu beeinflussen. Lokale politische Gremien sind die Akteure, welche diejenigen Ergebnisse effektiv nutzen und sich für die Sache einsetzen können. Sie können starke und hochgradig einflussreiche Fürsprecher für Ihre Evaluationsergebnisse werden).
<input type="checkbox"/>	Schätzen Sie die Aufmerksamkeit, Wahrnehmung und das Wissen ein, welche die lokalen, landesweiten und nationalen Medien in Bezug auf das gegebene Thema haben. (Beachten Sie: Die Medien können die öffentliche Aufmerksamkeit für ein gegebenes Thema genauso herstellen wie erschweren).

## 2. Strukturierung des Evaluationsberichts

Stellen Sie sicher, dass Ihr Evaluationsbericht für alle Stakeholder verständlich ist.

<input type="checkbox"/>	<p>Strukturieren Sie Ihre Evaluationsergebnisse KASKADENFÖRMIG und unterstützen Sie Lesende, von den Schlüsselthemen (oben) zu den detaillierten Punkten (unten) zu navigieren. (Die meisten nicht akademischen Stakeholder werden kurz auf die Schlüsselthemen schauen und sich nur dann in Ihren detaillierten Bericht vertiefen, „wenn es denn sein muss“. Vorge-schlagene Reihenfolge: (1) Titelseite mit Projekttitle und <a href="#">Evaluationsfragstellung(en)</a>; (2) In-haltsverzeichnis; (3) Bemerkungen der Verfasserinnen/der Verfasser zum gewählten <a href="#">Ansatz/logischen Modell</a>; (4) One-Page <a href="#">Zusammenfassung</a> von Ergebnissen und darauf bezo-genen politischen Implikationen – durch Spiegelstriche gegliedert (am wichtigsten); (5) <a href="#">Executive Summary</a>; (6) visuell leicht erfassbare Säulen- oder Kreisdiagramme, welche die Hauptergebnisse wiedergeben; (7) Verweise auf andere unterstützende Forschungsergebnisse in Bezug auf das Feld; (8) Ihre „präventiven“ Gegenargumente gegenüber jeder Art vorausseh-baren widersprechenden Perspektiven; (9) umfassender detaillierter Bericht; (10) Glossar der in Ihrem Evaluationsbericht genutzten Begriffe.)</p>
<input type="checkbox"/>	<p>Nutzen Sie einfache, visuell leicht erfassbare Säulengrafiken, Kreisgrafiken oder andere grafi-sche Darstellungen. (Dies sind hilfreiche visuelle Stützen für Stakeholder und insbesondere Personen aus Unternehmen sind grafisch präsentierte Informationen gewöhnt.)</p>
<input type="checkbox"/>	<p>Legen Sie die Evaluationszwecke klar dar und erläutern Sie, wie Sie an das Thema herange-gangen sind und wie Sie bestimmte Erhebungsmethoden genutzt haben. (Gehen Sie davon aus, dass die Lesenden weder Ihre Vorgehensweise noch Ihren Ansatz kennen.)</p>
<input type="checkbox"/>	<p>Bereiten Sie immer eine One-Page-Zusammenfassung der Evaluationsergebnisse und darauf bezogener politischer Implikationen vor, gegliedert durch Spiegelstriche. (Dies ist ein alternati- ver Ansatz gegenüber der traditionellen Executive Summary. Die meisten Stakeholder außer- halb des Bildungsbereiches schauen nach einer einzigen Seite, welche die Hauptergebnisse der Evaluation enthält und Aussagen über deren Relevanz für die Politik oder für die Bildungs- reform trifft. Dies ist Ihre Chance, um einen ersten und nachhaltigen Eindruck zu hinterlassen.)</p>
<input type="checkbox"/>	<p>Liefere Sie Belege, die Ihre Ergebnisse unterstützen oder ihnen beipflichten (um zu demonst- rieren, dass Ihre Evaluation mit Befunden anerkannter Forschender in Übereinstimmung steht).</p>
<input type="checkbox"/>	<p>Nennen Sie mögliche Gegenargumente Ihrer Kritiker bzw. Kritikerinnen und sichern Sie Ihre Ergebnisse durch Argumente ab, die auf empirischen Daten beruhen. (Die meisten Evaluieren- den warten ab, ob Kritiken Ihre Ergebnisse in Frage stellen und versuchen erst dann, diese mit ihren eigenen Belegen zu konterkarieren. Bedenken Sie, dass weder die Medien noch die Sta- keholder daran interessiert sind, einen längeren Schlagabtausch mit Argumenten und Gegen- argumenten zu verfolgen. Um die öffentliche Meinung zu beeinflussen, müssen sie von Beginn an punkten.)</p>
<input type="checkbox"/>	<p>Sprechen Sie Themenstränge der Bildungsreform an, die sich auf Ihre Evaluationsergebnisse beziehen und arbeiten Sie heraus, welchen Einfluss Ihre Ergebnisse auf solche Themen haben können. (Zusätzlich können diese so bearbeitet werden, dass sie in populäre und weit verbrei- tete nationale oder landesweite populärwissenschaftliche Veröffentlichungen und Medienbe- richte zu Themen von Bildung und Erziehung Eingang finden.)</p>
<input type="checkbox"/>	<p>Erarbeiten Sie spezielle <a href="#">Empfehlungen</a>, wie die Evaluationsergebnisse effektiv genutzt werden können und verbinden Sie diese mit übergreifenden strategischen Planungen und Verände- rungs-Managementprozessen der jeweiligen Organisation bzw. des Projektes. (Dies wird die Organisation dabei unterstützen, effektiven Gebrauch von den Evaluationsergebnissen für ei- nen lang angelegten systemischen Wandel zu machen.)</p>
<input type="checkbox"/>	<p>Fügen Sie ein Glossar der in Ihrem Bericht genutzten Untersuchungsmethoden und Begriffen an. (Gehen Sie davon aus, dass 80% Ihrer Leserinnen und Leser das Evaluationsvokabular nicht verstehen. Klären Sie diese auf, sodass sie Ihre Arbeit bedeutungsvoller machen kön- nen.)</p>



### 3. Verbreitung der Informationen und Weiterbildung der Stakeholder

Ihre Rolle als Evaluatorin/Evaluator endet nicht mit dem Abschluss des Berichtes. Um dauerhaft und stark Einfluss auf politische Themen zu nehmen und um sozialen Wandel in Gang zu bringen, ist Ihre proaktive Einmischung erforderlich, was auch für die Phasen gilt, die auf die Evaluation folgen. Aber bedenken Sie, Ihr Fall kann toppen oder floppen, je nachdem wie Sie die Botschaft verpacken.

<input type="checkbox"/>	Vermitteln Sie Ihre Evaluation an alle Stakeholder und nicht ausschließlich an Ihre Auftraggebenden. (Dies fördert, dass eine breitere Adressatengruppe auf Ihre Untersuchung aufmerksam wird und sich Türen öffnen für ihre Beteiligung bei künftigen ähnlichen Projekten.)
<input type="checkbox"/>	Verbreiten Sie Ihre Ergebnisse in einer <u>Vielzahl von Formaten</u> an eine breitere und nicht konventionell festgelegte Zuhörerschaft. (Überlegen sie z. B. ob Sie Ihre Evaluationsergebnisse auf eine der folgenden Weisen verbreiten: Über die Newsletter lokaler/regionaler Handelskammern, Briefe an Herausgebende von Zeitungen, Newsletter von Schulen, Anhörungsbogen im Rahmen der Gesetz- und Verordnungsgebung, Websites, und <a href="#">Feedback-Sitzungen</a> mit verschiedenen Stakeholdergruppen sowie andere Mittel. Gehen Sie davon aus: Je weiter die Verbreitung, desto größer der Impact.)
<input type="checkbox"/>	Erstellen Sie Veröffentlichungen für die Presse kurz und schlagwortartig sowie nicht zu detailliert und wortreich – stellen Sie eine durch Spiegelstriche gegliederte Liste von Ergebnissen (maximal eine Seite lang) zur Verfügung und nicht eine Executive Summary. (Die Gefahr, dass Spiegelpunkte missverstanden werden ist weitaus geringer als dass dies mit einzelnen Punkten aus einer Executive Summary gemacht wird.)
<input type="checkbox"/>	Erkunden Sie Zugänge, um <u>alle</u> Stakeholder zu instruieren, wie sie die Evaluation nutzen sollten. (Zusätzlich zur Verbreitung der Evaluationsergebnisse an Professionelle aus dem Bildungsbereich oder Eltern erwägen Sie, die Herausgeberschaften von Zeitschriften zu informieren, ebenso Grundstückmakler <sup>1</sup> und Mitglieder lokaler Parlamente.)
<input type="checkbox"/>	Erstellen Sie ein Verzeichnis darüber, wer Ihren Evaluationsbericht bestellt/anschaut, zitiert und nutzt. (Dies ist wichtig, um künftige Auftraggebende zu erschließen und genauso um nachzuzeichnen, wie und wo Ihre Evaluationsergebnisse genutzt wurden.)

Profil der Autorin: *Paula Gangopadhyay* war Leiterin der Kommission für das *Lansing Schools Success Programm*, eine groß angelegte Schulreform-Initiative in Lansing (USA). Sie hat wertvolle Erfahrungen in der Begleitung gemacht und dabei, verfügbare Daten aufzubereiten und zu [interpretieren](#), und sie in einem leicht verständlichen Format gegenüber verschiedenen [Zielgruppen](#) zu präsentieren. Paula nennt dies „Verpacken in einer nutzungsfreundlichen Art und Weise“. Das von ihr empfohlene Format fand große Resonanz bei der Konferenz der *National Partners in Education* und wurde durch verschiedene Schuldistrikte genutzt, um Aktionspläne für die Schulreform umzusetzen. *Ms. Gangopadhyay* ist auch tätig als *Education Policy Fellow* am *Institute of Education Policy* und hat substantielle Erfahrungen darin, Evaluationsergebnisse mit Prozessen der Politikentwicklung zu verknüpfen. Gegenwärtig evaluiert sie das *Michigan Middle Public Policy Public Engagement Program*, und auch die *Kalamazoo United Way Youth Development Initiative*.

1 Hintergrund für den Einbezug dieser Gruppe ist: In den USA werden Wohnquartiere für den Hauskauf auch danach ausgewählt, wie der jeweilige Schulbezirk in landesweiten standardisierten Leistungstests abschneidet. Immobilienagenturen werben mit positiven Ergebnissen; vermehrte Hauskäufe heben die Lebensqualität in der Wohngegend mit positiven Wirkungen für die Schulen – ein positiver (oder negativer) Regelkreis wird in Gang gesetzt. Dabei werden Leistungstests von den Grundstückmaklern oft fehlinterpretiert oder sie übersehen z. B., dass es auch in unterdurchschnittlich abschneidenden Schulbezirken (mit z. B. 60 Schulen) einige exzellente Schulen gibt. [Zusammenfassung einer Erläuterung der Autorin, per E-Mail am 12.10.2006 gegeben – W. B.].

#### Disclaimer

Die Checkliste ist Bestandteil der *Evaluation Checklists Website* des *Evaluation Center* an der *Western Michigan University*. Die Nutzenden erhalten sie als kostenlosen Service. Die Verfassenden haben die Checklisten nicht auf einen spezifischen Bedarf zugeschnitten; die Nutzenden wenden die Checklisten nach eigenem Ermessen und Urteil an. Es werden keine Zusicherungen oder Garantien gegeben, dass diese Checkliste für den spezifischen Zweck geeignet ist, für den die Nutzenden sie einsetzen wollen. Die Verfassenden stellen solche Garantien oder Zusicherungen ausdrücklich in Abrede.

Diese deutschsprachige Fassung erscheint auf der Website von Univation – Institut für Evaluation, Köln. Herausgebende der deutschen Versionen der auf dieser Webseite veröffentlichten Checklisten sind Wolfgang Beywl und Katharina Klockgether. Die Übersetzungen erfolgen mit Erlaubnis der Verfassenden; mehrdeutige Textstellen sind teils in Rücksprache mit ihnen geklärt. Teils finden sich Erläuterungen der Übersetzenden in Fußnoten. Bei der Übersetzung von Akteurs-Begriffen wie *participant* werden geschlechtsneutrale Bezeichnungen bevorzugt (z. B. „Teilnehmende“) oder beide grammatikalischen Geschlechter genannt (z. B. „Kunden und Kundinnen“). Gelegentlich wird im Plural formuliert, auch wenn im Original der Singular steht. In Ausnahmefällen wird zur Vereinfachung des Satzaufbaus/bei Platzmangel (in Fragebogen, Tabellen ...) das generische Maskulinum genutzt (z. B. „Einwohnerzahlen“). Teils werden den übersetzten Begriffen die englischsprachigen Originalbegriffe in doppelten spitzen Klammern und kursiv ausgezeichnet nachgestellt. Beispiel: Auftraggebende «*clients*».

Mehr Informationen zur Zwecksetzung und Konzeption der Checklisten finden sich auf: [www.wmich.edu/evalctr/checklists/](http://www.wmich.edu/evalctr/checklists/)

Besonders hingewiesen sei auf die Leitlinien für eine akzeptable Verwendung der Checklisten:

[www.wmich.edu/evalctr/checklists/policy.html](http://www.wmich.edu/evalctr/checklists/policy.html)

Copyright beim Verfasser; für die Übersetzung ins Deutsche zusätzlich beim Übersetzer.

**Zitierweise:** Gangopadhyay, Paula (2002): *Checkliste: Bildungsevaluationen für alle Stakeholder bedeutungsvoll machen*. 2005 übersetzt und annotiert von Wolfgang Beywl. Downloadbar von <http://univation.org/checklisten>

