

# WISSENSCHAFT EVALUIERT

Prof. Dr. Beatrice Dernbach/ Dipl.-Journ. Pia Schreiber

2. Forum Wissenschaftskommunikation

30.11.2009, Berlin



## Public Relations – Die vier Modelle

	<b>Publicity</b>	<b>Informations- tätigkeit</b>	<b>Überzeugungs- arbeit</b>	<b>Dialog</b>
<b>Charakteristik</b>	propagieren	mitteilen und verlautbaren	argumentieren	sich austauschen
<b>Ziel/ Zweck</b>	Anschluss- handlung	Aufklärung	Erziehung	Konsens
<b>Art der Argumentation</b>	Einweg- kommunikation, stark verkürzte Aussagen	Einweg- kommunikation, umfassende Mitteilungen	asymmetrische Zwei-Wege- Kommunikation, Berücksichtigung des Feedbacks	symmetrische Zwei-Wege- Kommunikation, Meditation
<b>Anwender heute</b>	Parteien, Veranstalter, Verkaufsförderer	Behörden, Unternehmen	Unternehmen, Verbände, Kirchen	Unternehmen, PR-Agenturen
<b>Geschätzter Anteil der Anwendungen</b>	25%	35%	35%	5%

# Das Internet als Kommunikationsplattform

Funktionen:

1. Aktualität
2. Multimedialität
3. Interaktivität

# Die Hypothesen

## Hypothese 3:

[...] Aufgrund dieser Entwicklungen könnte unterstellt werden, dass wissenschaftliche Einrichtungen dieses Potenzial nutzen; es ist allerdings zu vermuten, dass es bei Weitem nicht ausgeschöpft wird, vor allem im Hinblick auf die Kriterien Multimedialität und Interaktivität.

# Die Hypothesen

**H 3.1** Über die Webseiten werden die Programme der Einrichtungen und Projekte dargestellt, allerdings eher statisch, d.h. ohne **multimediale und interaktive Elemente**.

**H 3.2 Kontaktmöglichkeiten** sind auf die E-Mail-Funktion beschränkt. Chats und Foren gehören eher selten zum interaktiven Angebot.

**H 3.3** Die Informationen auf der Website werden regelmäßig, aber in einem Turnus von maximal monatlich **aktualisiert**.

**H 3.4 Audio-, Video-Beiträge und Fotos, Animationen und Grafimationen sowie Web 2.0-Elemente** sind bei einem geringeren Teil der untersuchten Angebote zu finden.

# Die Hypothesen

**Hypothese 5:** Vorträge von Wissenschaftlern

# Die Hypothesen

## Hypothese 6: Dokumentationen

# Die Hypothesen

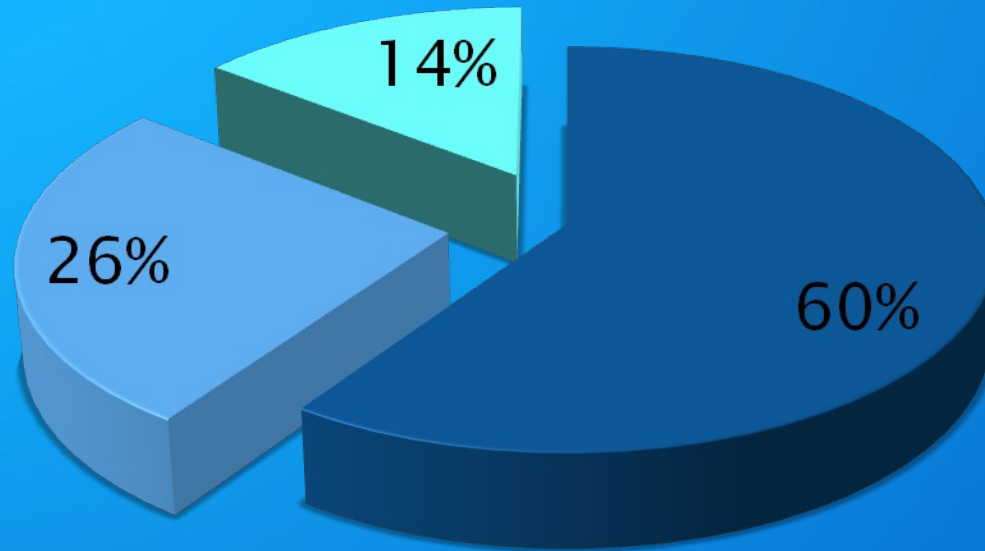
**Hypothese 7:** Angelehnt an das Modell von Grunig und Hunt und der Annahme, dass nur ein geringer Teil der Kommunikationsangebote tatsächlich symmetrisch angelegt ist, wird angenommen, dass der Großteil der Websites insgesamt eine **one-way-communication** aufweist und nur wenige Dialogmöglichkeiten anbietet.

# Das empirische Projekt

**959** Projekte und Institutionen

→ Stichprobe von **308** Projekten

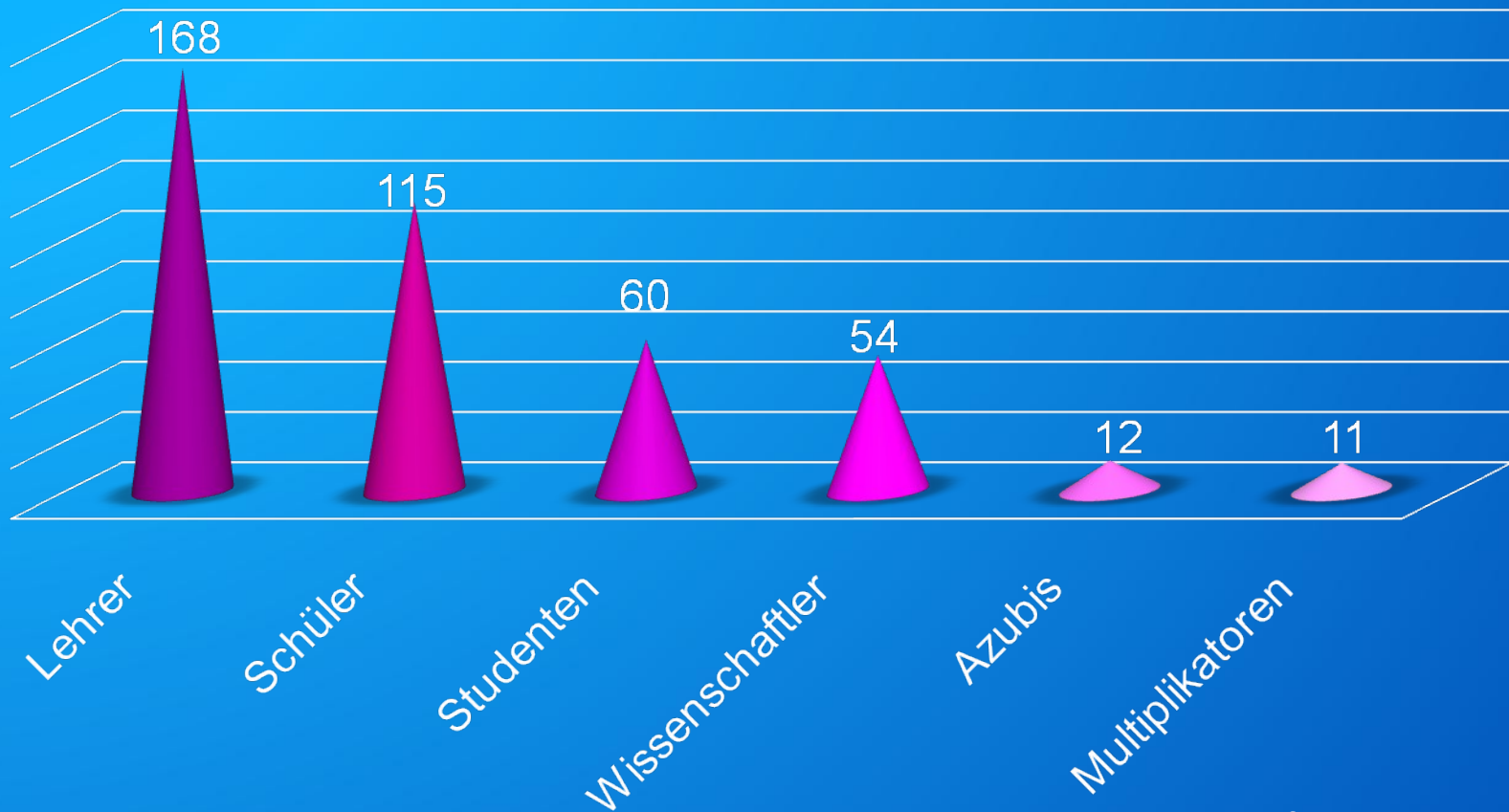
# Zielgruppen der Homepage



- Erwachsene
- Jugendliche
- Kinder

Mehrfachnennungen möglich  
n=308

# Zielgruppen der Homepage - Status



n=308

Mehrfachnennungen möglich

# Zielgruppen - Vergleich

	Zielgruppe der Homepage	Zielgruppe des Projekts
Erwachsene	<b>81,5%</b>	24,7%
Jugendliche	35,7%	49,7%
Kinder	19,5%	29,9%
alle Altersgruppen	8,8%	1,3%
Schüler	37,3%	<b>68,8%</b>
Azubis	3,9%	2,9%
Studenten	19,5%	13,0%
Lehrer	<b>54,5%</b>	9,1%
Wissenschaftler	17,5%	13,6%
Mulplikatoren	3,6%	1,9%

Mehrfachnennungen möglich

# Aktualität

Zuletzt aktualisiert vor...

...weniger als einer Woche: **4,5%**

...weniger als einem Monat: **6,2%**

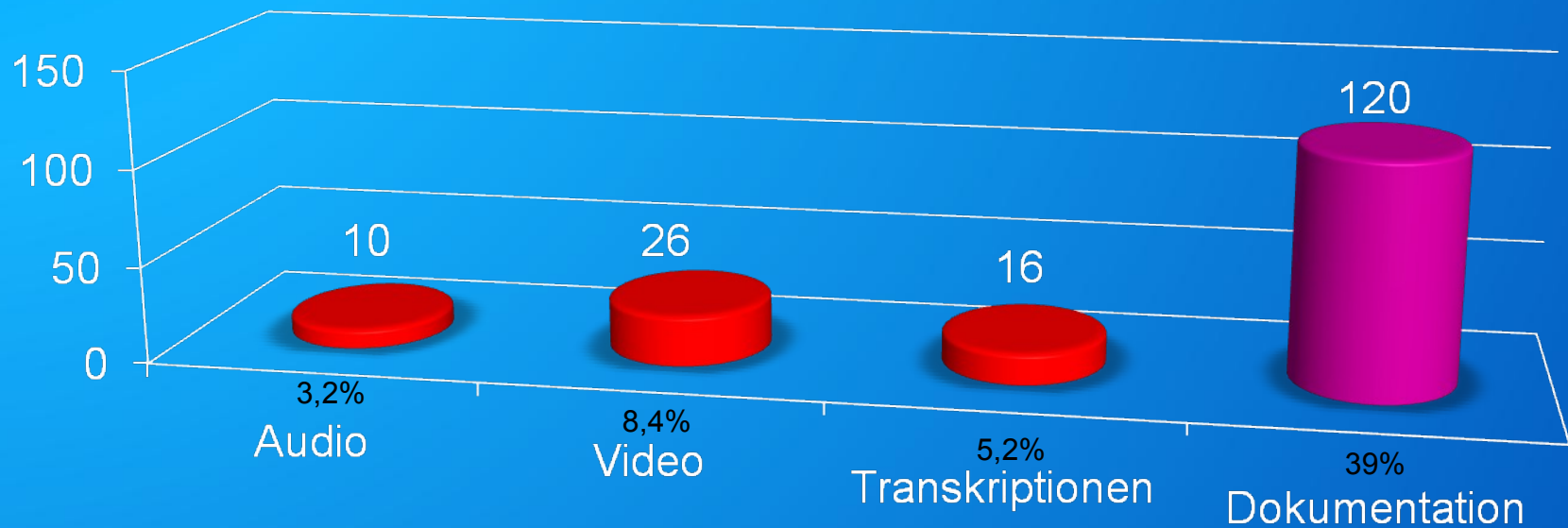
...mehr als einem Monat: **3,9%**

...mehr als einem halben Jahr: **18,2%**

Aktualität erkennbar bei rund **33%** der Projekte

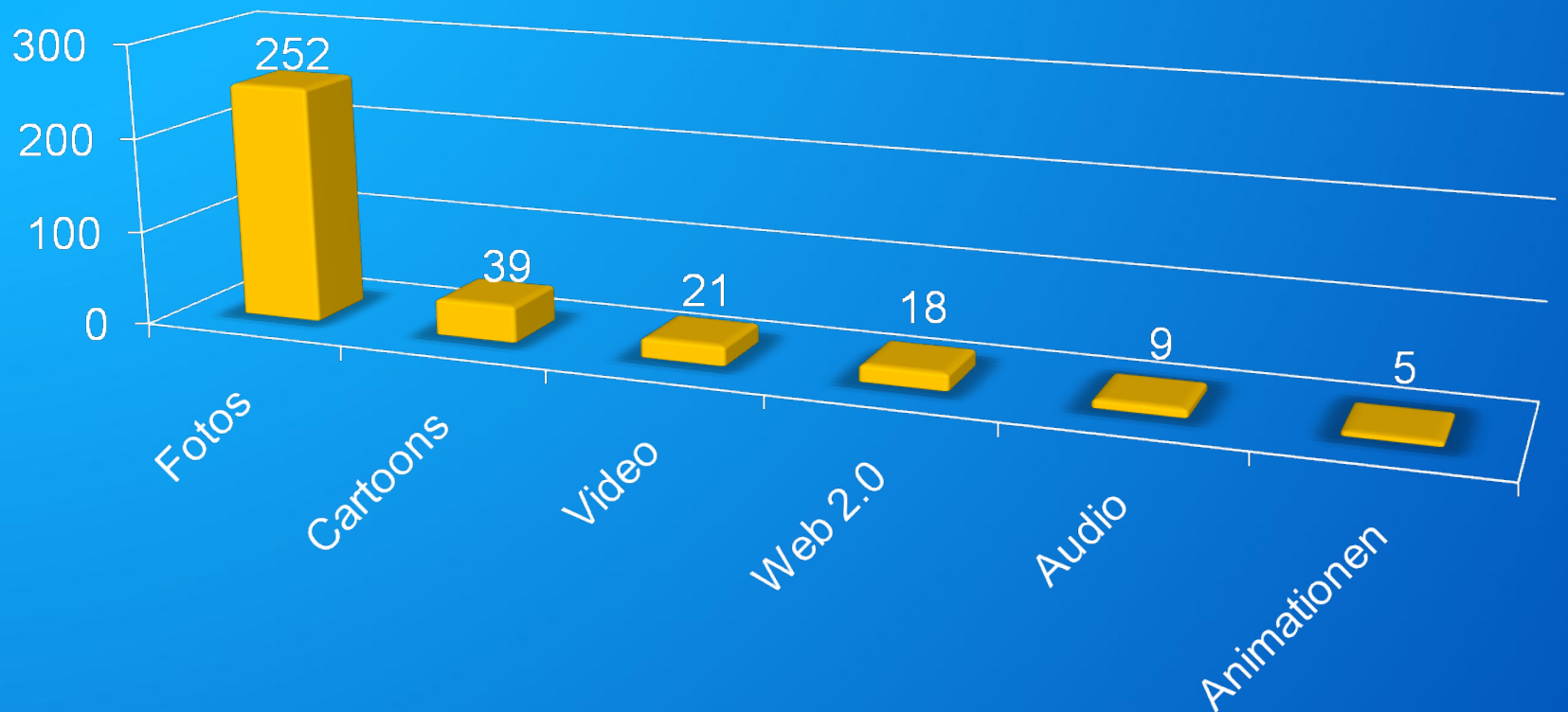
n = 308

# Vorträge der Wissenschaftler / Dokumentationen



n=308

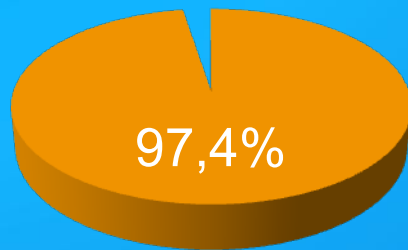
# Häufigkeit der Gestaltungselemente



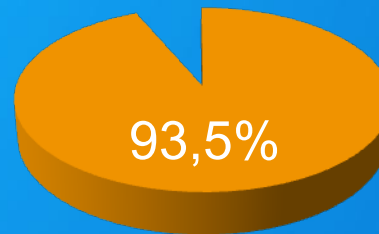
n=308

# Kontaktmöglichkeiten

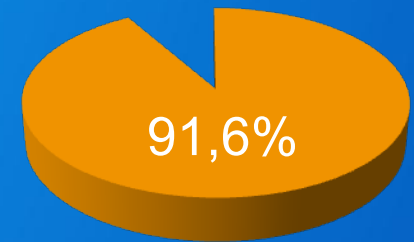
E-Mail



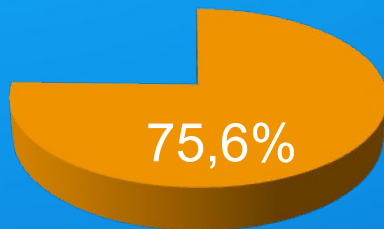
Post



Telefon



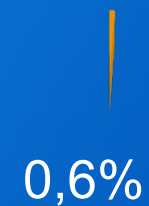
Fax



Forum

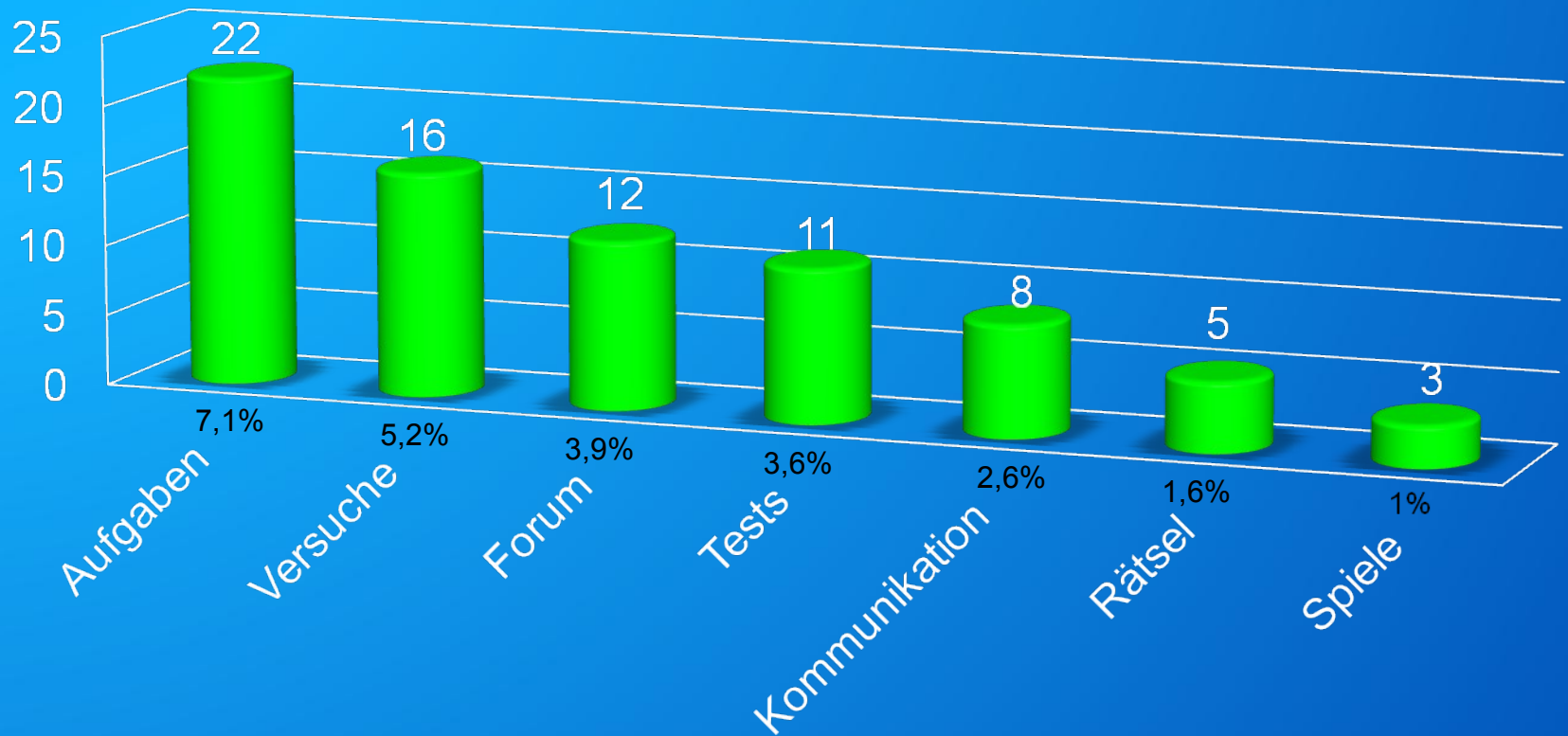


Chat



n=308

# Aktivierungselemente



n=308

# Best Practice - Aktivierungselemente

Gewinnspiel



## **Gewinnspiel im November**

Gewinnt einen LED-Duschkopf und bringt leuchtende Farben in Euer Bad. Der LED-Duschkopf wechselt die Farben zwischen gelb, rot, violett, blau, grün und weiß. Damit wird Duschen zum Fest der Sinne.

Beantwortet einfach folgende Frage:

**Wie heißt die Stadt, in der die Ampeln sprechen können?**

Füllt einfach das Gewinnspiel-Formular aus und schon bald könnte der Duschkopf Euch gehören.

Der Einsendeschluss ist der **2.12.2009**.

Quelle: [www.tectv.de](http://www.tectv.de)

# Best Practice - Aktivierungselemente

The screenshot shows the website for 'Noctalis WELT DER FLEDERMÄUSE Bad Segeberg'. The navigation menu includes: Noctalis, Service, Bildung, Termine, Konzept, Kontakt, Für Kinder, and Virtueller Rundgang. The 'Für Kinder' section is active, displaying a list of activities: 'Für Kinder', 'Memory Spiel', 'Wissensquiz', 'Graslöwen Club', 'Geburtstag', 'Gruselwelt-Geburtstag', and 'Zauberhafter Geburtstag'. The 'Memory Spiel' is selected, showing a score of 0 points and a 'Fix' button. Below it, a 'Foxi' button shows a score of 1 point. A text box contains the message 'Ein Paar! Zwei Fransenfledermäuse!'. At the bottom, there are buttons for 'Neues Spiel' and 'Anleitung'. To the right, a 4x4 grid of 16 cards is shown. The top row contains four identical blue bat icons. The second row has a bat icon, a bat icon with glowing eyes, a bat icon, and a bat icon. The third row has a bat icon with glowing eyes, a bat icon, a bat icon, and a bat icon. The bottom row contains four identical blue bat icons.

Quelle: [www.noctalis.de](http://www.noctalis.de)

# Best Practice - Aktivierungselemente

## Noctalis-Quiz

Was weißt du über Fledermäuse. Teste dein Wissen mit dem spannenden Fledermaus-Quiz von Noctalis. Benutze den Pfeil unten rechts um das Quiz zu starten.

### Frage:

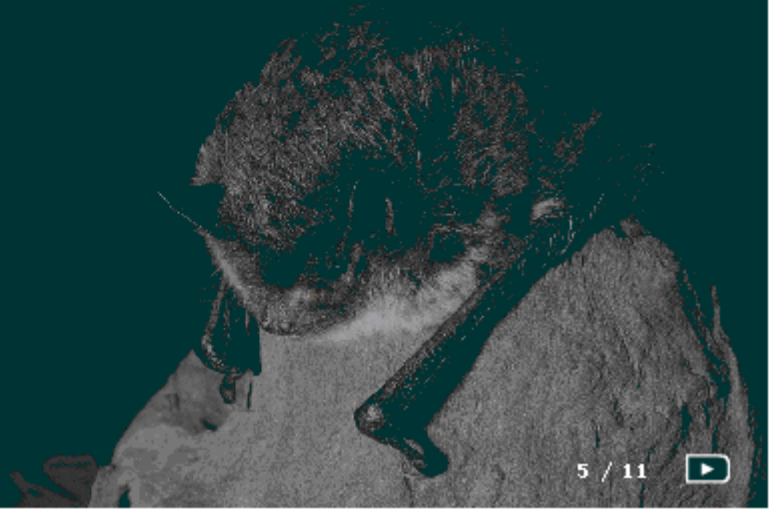
Was jagt die Wasserfledermaus über dem See?

- Fische
- Kaulquappen
- Mücken
- Enten
- Seerosen

Überprüfen

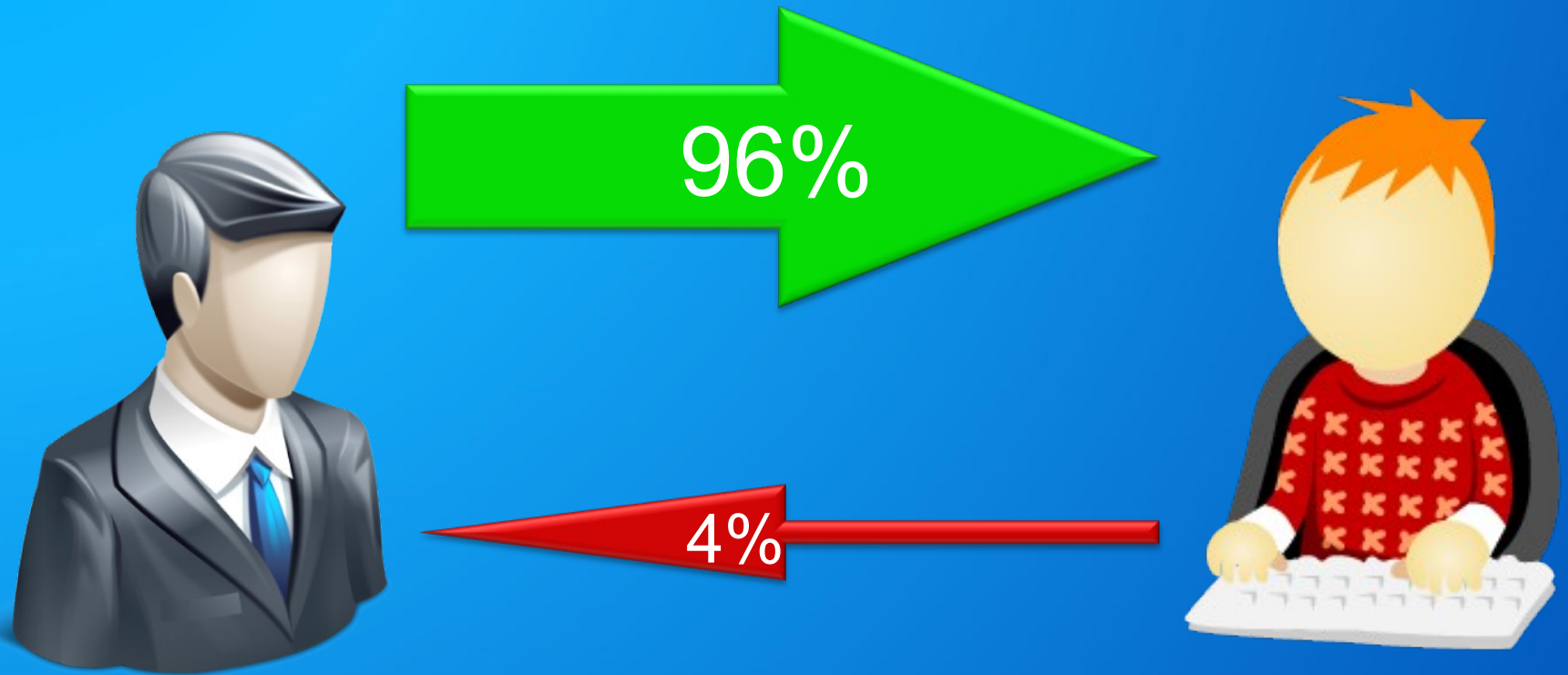
Ja, das ist richtig.

5 / 11



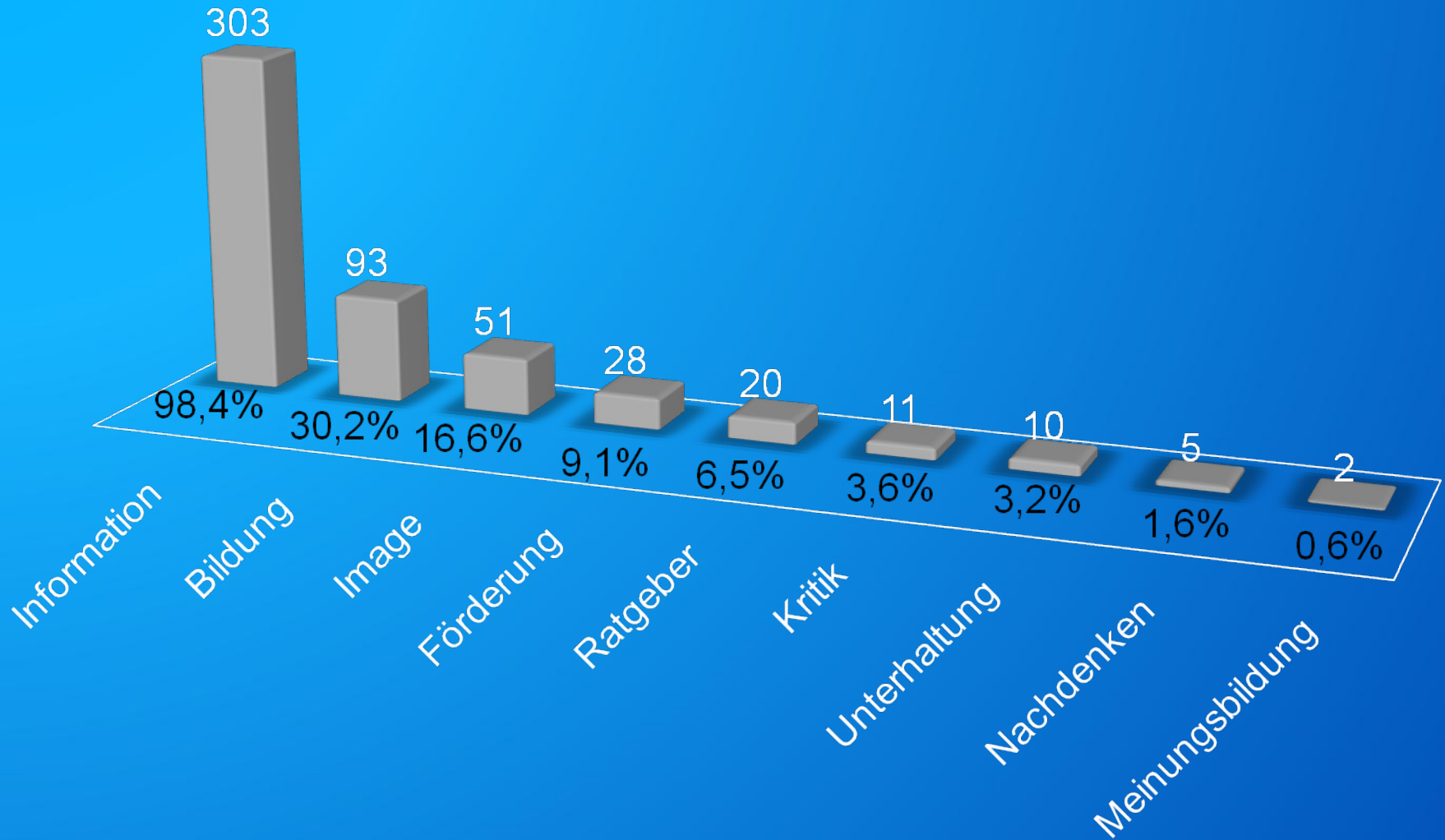
Quelle: [www.noctalis.de](http://www.noctalis.de)

# Kommunikationsrichtung



n=308

# Kommunikationsziele



n=308

# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt:

Prof. Dr. Beatrice Dernbach

[Beatrice.Dernbach@hs-bremen.de](mailto:Beatrice.Dernbach@hs-bremen.de)

0421/5905 - 3187

Pia Schreiber

[Pia.Schreiber@hs-bremen.de](mailto:Pia.Schreiber@hs-bremen.de)

0421/5905 - 3536