

Erläuterung zur WissKomm Diversity-Scorecard



Eine Checkliste für Wissenschafts-Organisationen:

Wen erreicht unsere Wissenschaftskommunikation nicht?

Die Diversity-Scorecard ist ein Hilfsmittel für (Wissenschafts-)Organisationen, das dabei unterstützt, die genutzten Formate, Methoden und Kanäle der Wissenschaftskommunikation diverser und inklusiver¹ zu gestalten und bisher nicht-erreichte Zielgruppen anzusprechen und einzubinden. Sie kann auf das komplette Kommunikationsportfolio einer Organisation oder auch nur auf eine einzelne Aktivität, z. B. eine Veranstaltungsreihe, angewendet werden.

Die Diversity-Scorecard ist als Hilfsmittel für die Organisations-interne Arbeit und Planung konzipiert, um in einem geschützten internen Prozess die eigenen Kommunikationsaktivitäten ungeschönt kritisch analysieren zu können. Dazu wird mit der Scorecard zuerst das eigene Wissenschaftskommunikationsangebot mit Blick auf Exklusionseffekte analysiert. Einzelne oder aggregierte Ergebnisse, und insbesondere die daraus resultierenden Maßnahmen können und sollen dann später aber auch an die Öffentlichkeit und insbesondere die angesprochenen Gruppen kommuniziert und mit diesen diskutiert werden.

Eine gute Datengrundlage ist für eine fundierte Analyse essenziell. Wenn es die Zeit und Ressourcen erlauben, ist es daher zu empfehlen, die bestehenden Kommunikationsaktivitäten mit Blick auf die Publikumszusammensetzung zu evaluieren. Dazu liegt der Diversity-Scorecard eine Vorlage für einen Fragebogen bei. Ansonsten genügen für einen ersten Eindruck auch eine Sammlung und Auswertung bestehender Evaluationen, ergänzt um persönliche Eindrücke aus der eigenen Erfahrung als Kommunikator*in oder durch kurze qualitative Interviews mit relevanten Angehörigen der Organisation (z. B. Wissenschaftler*innen und Kommunikator*innen, aber auch Empfangs- und Garderobenpersonal oder Hilfskräfte, die direkten Publikumskontakt haben).

Aus der Analyse können dann nach einer Auswertung, Reflexion und Priorisierung der zusammengetragenen Informationen Maßnahmen für eine diversere und inklusivere Gestaltung der eigenen Kommunikationsangebote abgeleitet werden. Dies geschieht idealerweise unter Einbeziehung von Vertreter*innen der Zielgruppen, beteiligten Wissenschaftler*innen und ggf. anderen relevanten Stakeholder*innen. Die Maßnahmen können einerseits kleinere Anpassungen (manchmal mit wenig Aufwand und dennoch hoher Wirkung) bestehender Formate sein, wie beispielsweise mehrsprachige Texte, angepasste Werbemaßnahmen oder eine andere Terminierung. Andererseits kann daraus auch die Entwicklung neuer Formate und Methoden, beziehungsweise eine fokussierte Ausrichtung oder Ergänzung bestehender Formate resultieren. Die Scorecard kann hier nur eine erste Anregung sein, für eine Implementierung ist dann eine strategische Planung und fundierte Vorbereitung nötig.

¹ Inklusion und Diversität wird hier in einem umfassenden Sinn verstanden. Für einen Überblick siehe: Schrögel, Philipp; Humm, Christian; Leßmöllmann, Annette; Kremer, Bastian; Adler, Jona & Weißkopf, Markus (2018). Nicht erreichte Zielgruppen in der Wissenschaftskommunikation: Literatur-Review zu Exklusionsfaktoren und Analyse von Fallbeispielen.

http://www.geistsoz.kit.edu/germanistik/downloads/Zwischenbericht_Wissenschaft_fuer_alle.pdf

Natürlich wird es sowohl grundsätzlich als auch rein praktisch nicht möglich sein, jeder Einzelsituation gerecht zu werden. Manchmal stehen sich die Interessen beziehungsweise Anpassungen von Kommunikationsformaten für verschiedene Gruppen entgegen, und es gilt eine Abwägung vorzunehmen und eine Entscheidung zu treffen. Weiterhin kann es aufgrund der Vielfalt an individuellen Bedürfnissen immer Einzelpersonen oder Gruppen geben, die auch mit ergänzten Angeboten nicht zufrieden sind. Nicht zuletzt sind die Möglichkeiten einer Organisation auch immer eine Frage der personellen und finanziellen Ressourcen.

Deswegen ist die Aussage der Diversity-Scorecard explizit **NICHT**, dass Wissenschaftsorganisationen alle identifizierten und potenziellen Exklusionsfaktoren unmittelbar berücksichtigen müssen und alle identifizierten Probleme und betroffenen Gruppen umfänglich adressiert werden müssen.

Vielmehr sind die Ziele,

- **zu einer kritischen Reflexion der eigenen Kommunikationsaktivitäten anzuregen,**
- **das Bewusstsein für Exklusionsprozesse und nicht-erreichte Bevölkerungsgruppen zu stärken**
- **und eine gezielte Verbesserung der Kommunikationsmaßnahmen und Formate hin zu mehr Diversity und Inklusion zu erreichen.**

Hintergrund und Herkunft

Die WissKomm Diversity-Scorecard baut auf dem Konzept der „Balanced Scorecard“ aus dem Unternehmensmanagement auf – einem Werkzeug zur Messung, Dokumentation und Steuerung der Unternehmensaktivitäten im Einklang mit den formulierten Zielen und der Unternehmensvision.² Aufbau und Inhalte der WissKomm Diversity-Scorecard unterscheiden sich grundlegend, aber die Kernidee einer strukturierten Analyse der eigenen Aktivitäten als Basis für eine Reflexion und strategische Anpassung ist übernommen.

Das Prinzip einer „Balanced Scorecard“ wurde zuvor schon einmal auf den Wissenschaftsbereich übertragen. Die vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft konzipierte „Science Scorecard“³ hat allerdings zum Ziel, Städte und Regionen dabei zu unterstützen, sich über das Thema Wissenschaft zu entwickeln.

Aufbau der WissKomm Inklusions-Scorecard

Der erste Teil der Scorecard soll die Grundlage für die weitere Analyse legen. Hier werden die wichtigsten Rahmenbedingungen der Organisation (Größe, Einzugsgebiete, Kommunikationsmaßnahmen, Kommunikationsziele, Zielgruppen usw.) abgefragt.

² Kaplan, R. S., Kaplan, R. S., Norton, D. P., & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: translating strategy into action*. Harvard Business Press.

³ Webseite zur Science Scorecard: <https://wissen-messen-regionen-gestalten.de>

Der Hauptteil der Scorecard folgt strukturell der im Projekt „Wissenschaft für alle“ entwickelten Typologie von Exklusionsfaktoren⁴. Für die Scorecard wurden nicht alle Faktoren der Typologie übernommen, sondern eine Auswahl nach praktischer Relevanz und Umsetzbarkeit getroffen. Die Faktoren sind in drei Ebenen aufgeteilt: individuelle Faktoren, soziale Faktoren und strukturelle Bedingungen. Es gibt teilweise Überschneidungen zwischen Faktoren, vor allem zwischen strukturellen Bedingungen auf der einen Seite und den individuellen und sozialen Faktoren auf der anderen Seite. Dazu sei betont, dass es unabhängig von der Einordnung der Faktoren primär in der Verantwortung der „Anbieterseite“ von Wissenschaftskommunikation liegt, die identifizierten Exklusionsfaktoren zu adressieren und diversere und inklusiverer Angebote zu gestalten. In der Scorecard sind dennoch auch überlappende Faktoren aufgeführt, da die Betrachtung von Exklusionsprozessen aus zwei unterschiedlichen Perspektiven ggf. zu einem besseren Verständnis beitragen kann. Weiterführende Informationen zu den Faktoren sind im Zwischenbericht des Projekts zu finden.

Der Abschnitt zu Strukturellen Bedingungen ist in drei Spalten gegliedert:

- **Exklusionsfaktoren:** Die zu dieser Ebene der Typologie gehörenden Exklusionsfaktoren.
- **Stärken / Best Practice:** Anwender*innen können hier gelungene inklusive Kommunikationsvorhaben und Ansätze ebenso wie gute Voraussetzungen in Ihrer Organisation auflisten, die sich auf den jeweiligen Faktor beziehen.
- **Schwächen / Lessons Learned:** Hier können Lernerfahrungen, zum Beispiel aus Evaluationen und anderen Rückmeldungen sowie identifizierte Schwachpunkte der eigenen Organisation in Bezug auf inklusive Wissenschaftskommunikation gesammelt werden.

Die Abschnitte zu den individuellen und sozialen Exklusionsfaktoren sind in vier Spalten gegliedert:

- **Exklusionsfaktoren:** Hier sind die ausgewählten Faktoren aus der Typologie aufgeführt. Wie erwähnt, können diese Überschneidung aufweisen, dann können Beobachtungen auch doppelt notiert werden oder Verweise festgehalten werden. Wenn in der Analyse zu einzelnen Faktoren keine relevanten Beobachtungen gemacht werden können, können die entsprechenden Felder auch leer bleiben. Die Scorecard ist als Hilfsmittel zur Strukturierung der eigenen Analyse gedacht, nicht mit dem Ziel, einen Bericht, um des Berichts Willens zu erstellen.
- **Situation und Umfeld:** Hier soll eine Analyse der Situation der Organisation und ihrer Umgebung vorgenommen werden. In welchem Umfeld agiert die Organisation, was ist vor Ort bzw. für die relevanten Themen und Kommunikationsformen ggf. zu bedenken? Dies könnten beispielsweise Analysen des regionalen Einzugsbereichs sein,

⁴ Schrögel, Philipp; Humm, Christian; Leßmöllmann, Annette; Kremer, Bastian; Adler, Jona & Weißkopf, Markus (2018). Nicht erreichte Zielgruppen in der Wissenschaftskommunikation: Literatur-Review zu Exklusionsfaktoren und Analyse von Fallbeispielen.

http://www.geistsoz.kit.edu/germanistik/downloads/Zwischenbericht_Wissenschaft_fuer_alle.pdf

ENTWURF (Layout und Inhalt nicht final) – zur öffentlichen Kommentierung

die Bevölkerungsstruktur mit Blick auf Migrationshintergründe, Sozialstruktur, oder Einkommensverteilung. Wichtig ist, dass hierbei nicht das bisher vorhandene Publikum von Veranstaltungen und Kommunikationsformaten gemeint ist, sondern die gesamte Umgebung der Organisation, um die Nicht-Erreichten daraus abzuleiten. Die Auswertung zu den einzelnen Faktoren kann quantitativ erfolgen (z. B. auf Basis der offiziellen Bevölkerungsstatistik) oder qualitativ (am fundiertesten durch Interviews mit relevanten Stakeholder*innen und Expert*innen, aber auch unter Einbeziehung von Selbsteinschätzung und eigenen Beobachtung).

- **Analyse Kommunikationsangebot:** Hier sollen die eigenen Kommunikationsformate und -kanäle in den Blick genommen werden. Wo gibt es eventuell Schwachpunkte in Bezug auf eine Exklusionswirkung zum jeweiligen Faktor? Wo gibt es eventuell gute Beispiele, bei denen explizit Maßnahmen für eine inklusivere Gestaltung getroffen wurden?
- **Vorschläge für inklusivere Gestaltung:** Hier können im Rahmen der Analyse erste Ideen und Vorschläge gesammelt werden, die sich in Bezug auf den jeweiligen Faktor ergeben. Die Scorecard dient nicht als Planungstool für die detaillierte Umsetzung, es sollen lediglich wie bei einem Brainstorming die Gedanken festgehalten werden, die sich bei der Befassung mit dem Thema herauskristallisiert haben.

Ergänzungsmaterialien

Ergänzend zur WissKomm-Diversity-Scorecard werden weitere Materialien zur Verfügung gestellt, die bei der Anwendung der Scorecard hilfreich sein können:

- **Fragebogenvorlage:** Idealerweise basiert die Anwendung der Diversity-Scorecard auch auf den Ergebnissen einer detaillierteren Erhebung zur Soziodemographie des eigenen Publikums. Dabei sollten weitere Faktoren erfragt werden, als die bei üblichen Evaluationen anzutreffende Beschränkung auf Bildungshintergrund, Alter und Geschlecht (auch wenn dies sicherlich wichtige Daten sind). Dazu ist eine Fragensammlung beigefügt, die ganz oder teilweise weiterverwendet werden kann.
- **Anleitung und Beispielfragen:** Neben einer Blanks-Vorlage der WissKomm Diversity-Scorecard ist auch eine zweite Version mit einer „Ausfüllhilfe“ beigefügt. Diese enthält einige Hinweise zum Vorgehen sowie beispielhafte Leitfragen für das Self-Assessment der einzelnen Punkte und nennt, wo möglich, Beispiele für Datenquellen oder Ansatzpunkte. Die Anwender*innen der Scorecard sind aber gefordert, nach eigenem Ermessen weitere Fragen und Aspekte bei der Analyse aufzunehmen.

Austausch und wechselseitiges Lernen

Die WissKomm Diversity-Scorecard ist als internes Werkzeug zum Self-Assessment konzipiert. Es gibt kein öffentliches Ranking und keine Siegel. Alle Anwender*innen sind aber zu einem anonymisierten Austausch zu Analysen und identifizierten Best-Practices und Lessons-Learned eingeladen. Ebenso soll die Ausfüllhilfe auf Basis der Praxiserkenntnisse kontinuierlich angepasst und erweitert werden.

ENTWURF (Layout und Inhalt nicht final) – zur öffentlichen Kommentierung

Wir möchten daher alle Anwender*innen einladen, uns Ihre Erfahrungen, Ergebnisse und Verbesserungsvorschläge per E-Mail zuzusenden. Wir werden dann anonym gesammelt auf unserer Webseite oder an anderer geeigneter Stelle darüber berichten. Bei großem Interesse ist auch denkbar, in Zukunft eine Plattform oder einen Newsletter bzw. Mailingliste für die interessierte Community einzurichten.

Kontakt

Karlsruher Institut für Technologie (KIT)
Institut für Technikzukünfte
Teilinstitut für Wissenschaftskommunikation
Kaiserstraße 12
76131 Karlsruhe

Ansprechpartner:

Philipp Schrögel

E-Mail: philipp.schroegel@kit.edu

Christian Humm

E-Mail: christian.humm@kit.edu

Das Forschungs- und Praxisprojekt „Wissenschaft für alle: Wie kann Wissenschaftskommunikation mit bisher nicht erreichten Zielgruppen gelingen?“ wird gemeinsam vom [Lehrstuhl Wissenschaftskommunikation \(Prof. Dr. Annette Leßmöllmann\)](#) am [Institut für Technikzukünfte, Teilinstitut Wissenschaftskommunikation](#) und [Wissenschaft im Dialog \(WiD\)](#) durchgeführt. Die [Robert Bosch Stiftung](#) fördert das Projekt.

wissenschaft • im dialog

