

Maria Klotz¹ & Elisabeth Schwindt²

¹Institut für Arbeit und Gesundheit (IAG) der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung (DGUV); ²Westfälische Hochschule Gelsdorf

Evaluationsmethoden für Großveranstaltungen im Themengebiet Sicherheit und Gesundheit

Bereits zum siebten Mal in Folge belegt Deutschland als Kongress- und Tagungsstandort den ersten Platz in Europa, laut Ranking der International Congress & Convention Association (2011). Für Initiatoren ist es immer noch üblich, die Qualität von Veranstaltungen lediglich mithilfe eines Fragebogens zur allgemeinen Zufriedenheit zu erheben (vgl. Schwägermann, 2010, S. 123-4). Doch Zufriedenheit entspricht nur einer Facette des Erfolgs bzw. der Qualität einer Veranstaltung, denn Zufriedenheit ist nur ein kurzfristiger Faktor, welcher die Basis für alle weiteren Erfolgsfaktoren bildet. Langfristige Erfolgsfaktoren zu messen ist ein Kosten- und Zeitfaktor, den viele noch scheuen (vgl. Schwägermann, 2010, S. 123-4). Der Lernerfolg nach dem Kirkpatrick-Modell (1959) wird in der Praxis völlig vernachlässigt.

In diesem Beitrag werden drei verschiedene Herangehensweisen zur Evaluierung von Großveranstaltungen vorgestellt. Der erste Teil des Beitrags widmet sich der Fragestellung, wie Veranstalter zu einem gütegeprüften Evaluationsfragebogen gelangen können. Im zweiten Teil wird die Penalty-Reward-Contrast-Analyse (Brandt, 1987) vorgestellt, welche Hinweise für einen effektiven Ressourceneinsatz liefert. Im letzten Teil geht es um die Generierung von spezifischen Wissens- und Einstellungsitems für Befragungen von Teilnehmenden vor und nach einer Veranstaltung. Zu allen drei Methoden werden empirische Daten vorgestellt.

1 Veranstaltungsevaluation mithilfe standardisierter Fragebögen

Der Fragebogeneinsatz ist eine der ökonomischsten Erhebungsmethoden, daher widmet sich dieser Abschnitt der Fragestellung, wie Veranstalter zu einem gütegeprüften Evaluationsbogen gelangen können.

Güteprüfung des IAG-Fragebogens für Veranstaltungen

In einer ersten Studie wurde die Qualität des standardisierten Veranstaltungsbogens des Instituts für Arbeit und Gesundheit (IAG) der Deutschen gesetzlichen Unfallversicherung (DGUV) einer Güteprüfung unterzogen. Der Fragebogen, besteht aus 22 Items mit einer sechsstufigen Likert-Skala („trifft völlig zu = 6“ bis „trifft gar nicht zu = 1“). Es wurde eine Itemanalyse anhand

der Daten von 1105 Personen durchgeführt, die in den Jahren 2009 und 2010 an Veranstaltungen des IAG teilnahmen. Diese Analyse beinhaltete die Berechnung der Schwierigkeitsindizes (Popularitätsindex von 0,69 – 0,91), der Trennschärfen, der internen Konsistenz (0,73 - 0,84 für die einzelnen Skalen) sowie eine Faktorenanalyse zur Prüfung der Dimensionen. Anhand der Methode der Hauptkomponenten ergab die Faktorenanalyse eine 5-Faktorenlösung, welche 64,11% der Gesamtvarianz aufklärt. Sechs von 22 Items weisen eine geringe Trennschärfe auf, zwei Items haben eine sehr gute Trennschärfe und die restlichen 14 Items eine mittlere.

Die Itemanalyse des standardisierten Veranstaltungsbogens des IAG verdeutlichte, dass der Bogen noch verbessert werden kann. Speziell die Faktorenanalyse zeigte, dass sich die Skalen nicht eindeutig replizieren ließen und verschiedene Aspekte auf ein und demselben Faktor laden. Daher ist eine Überarbeitung der Struktur des Bogens zu empfehlen.

Kurzinterviews zum Thema „Qualität von Veranstaltungen“

Auf einer ausgewählten Veranstaltung im September 2012 wurden 30 standardisierte Interviews durchgeführt. Anwesend waren circa 70 Personen. Der Interviewer nutzte folgende Fragen:

1. Was macht Qualität von Veranstaltung für Sie aus?
2. Fällt Ihnen außer diesen Dingen noch etwas ein?
3. Sie haben jetzt folgende Dinge genannt: ...

Gibt es da eventuell noch etwas, das Ihnen einfällt?

Die Antworten aus den Interviews wurden wörtlich notiert und anschließend mithilfe der Inhaltsanalyse nach Mayring (1993) ausgewertet. Anhand der Interviews konnten 114 Teilmehneraussagen kategorisiert werden. Es entstanden sieben inhaltlich sinnvolle Kategorien: Ort & Räumlichkeiten, Teilnehmermanagement & Service, Struktur der Veranstaltung, Qualität der Moderatoren & Referenten, Inhaltliche Aufbereitung, Atmosphäre & Interaktion und Teilnehmerunterlagen. Diese wurden mittels Beobachterübereinstimmung für nominale Daten auf ihre Güte geprüft.

Erstellung eines neuen Fragebogens für Veranstaltungen

Das entstandene Kategoriensystem diente als Grobgerüst für die Entwicklung eines neuen Fragebogens. Darüber hinaus wurden 37 standardisierte Fragebögen zur Evaluation von Bildungsveranstaltungen recherchiert und analysiert. Alle Items der recherchierten Fragebögen wurden zu einem Itempool von 1024 Items zusammengestellt. Daraus entstand ein neuer Bogen mit acht Skalen, da die sieben Kategorien aus den Interviews noch um eine achte ergänzt wurden: „Nutzen und Bewertung der Veranstaltung“.

Der neu entwickelte Fragebogen besteht aus 44 Aussagen, welche ebenfalls auf einer sechsstufigen Likert-Skala zu beurteilen sind. Eine Kurzversion mit nur acht Items ist ebenfalls verfügbar. Die psychometrischen Kenn-

werte des neu entwickelten Bogens stehen noch aus, erst dann kann abschließend beurteilt werden, ob dieser wissenschaftlichen Standards genügt.

2 Penalty-Reward-Contrast-Analyse (PRC-Analyse)

Brandt entwickelte 1987 die PRC-Analyse, welche sich stark an die Zwei-Faktoren-Theorie von Herzberg (Herzberg et al., 1959) anlehnt. Hier werden wertsteigernde Faktoren bei Veranstaltungen mittels Regressionsanalysen untersucht, welche eine Zufriedenheitserhöhung bei Teilnehmenden bewirken, ohne dass ihr Fehlen Unzufriedenheit auslöst (Reward-Faktoren). Auf der anderen Seite gibt es minimale Anforderungen, deren Vorhandensein nicht ausreicht, um die Zufriedenheit zu steigern, deren Fehlen aber Unzufriedenheit bewirkt (Penalty-Faktoren). Darüber hinaus können Hybrid-Faktoren ermittelt werden, welche bei optimaler Ausprägung die Zufriedenheit steigern und bei Nichterfüllung zu Unzufriedenheit führen.

Im Mai 2013 wurde bei einer Veranstaltung mit circa 100 Teilnehmenden eine PRC-Analyse mittels des neuen Fragebogens (Rücklauf: 57%) durchgeführt. Es zeigte sich, dass es bei dieser Art von Veranstaltung darauf ankommt, dass es transparente Ziele gibt, die Veranstaltung interessant gestaltet ist, die Teilnehmenden die Möglichkeit haben, Kontakte zu pflegen, Neues zu lernen und die Inhalte auch anwendbar sind, sonst entsteht Unzufriedenheit (Penalty-Faktoren). Als Hybrid-Faktoren ließen sich beispielsweise die genutzten Methoden und vielfältige Formate identifizieren. Steigern ließe sich die Zufriedenheit, wenn die Teilnehmer unabhängig von den Inhalten auch etwas über Präsentation und Moderation lernen könnten sowie durch die Raumgestaltung (Reward-Faktoren).

Diese Methode ist besonders geeignet für regelmäßig stattfindende Veranstaltungen, da sie Hinweise für eine effektive Ressourcennutzung liefert.

3 Generierung von spezifischen Wissens- und Einstellungitems zur Evaluation von Veranstaltungen

Im letzten Abschnitt wird eine Evaluationsstrategie beschrieben, die über die Ebene der Zufriedenheitsfeststellung hinausgeht. Zu diesem Zweck wurde ein methodischer Ansatz zur Generierung von Einstellungitems entwickelt. Dazu werden die Referenten vor einer Veranstaltung zu den Zielen ihres Inputs befragt, anhand dessen werden dann Items generiert. Diese Methode ist auf der zweiten Stufe (dem Lernerfolg) des Kirkpatrick-Modells (1959) anzusiedeln. Die Wissen- und Einstellungsänderungen der Teilnehmer werden dann durch eine Prä-Post-Untersuchung anhand der zuvor generierten Items überprüft. Folgende Abbildung verdeutlicht die Methodik (Abb. 1):

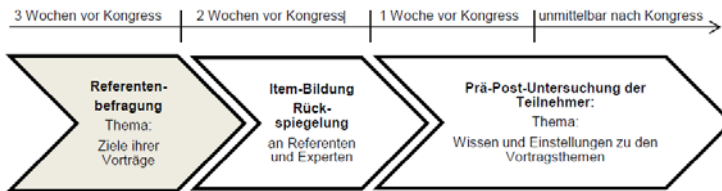


Abb. 1: Methodik zur Gewinnung von Einstellungsitems

Dieses Verfahren wurde bei einem Medienkongress (N=39) in 2013 getestet. Anhand einer Referentenbefragung (N=11) wurden Wissens- und Einstellungsitems formuliert und zu einer Befragung zusammengestellt. Um die Güte der generierten Items zu prüfen, wurde die Beobachterübereinstimmung berechnet, welche mit 81% als gut zu bewerten ist.

Anhand der angewandten Methode kann überprüft werden, inwiefern die Referenten einer Veranstaltung die gestellten Ziele umgesetzt und ob die Teilnehmer die Inhalte verinnerlicht bzw. ihre Einstellungen verändert haben. Die Evaluation kann gleichzeitig auch als Intervention verstanden werden, da die Konfrontation mit den Inhalten vor der Veranstaltung, die Möglichkeit bietet, sich intensiv mit den Themen auseinander zu setzen.

In diesem Beitrag wurde erläutert, wie Veranstalter zu einem hochwertigen Evaluationsbogen gelangen können, welcher über die bloße Feststellung der Zufriedenheit hinaus geht und wie Hinweise für einen effektiven Ressourceneinsatz bei Großveranstaltungen gewonnen werden können.

Literatur

- Brandt, D. R. (1987). A procedure for identifying value-enhancing service components using customer satisfaction survey data. In C. Surprenant (Ed.), *Add Value to your Service. 6th Annual Services Marketing Conference Proceedings* (pp. 61-64). Chicago.
- Herzberg, F., Mausner, B. & Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work* (2. Aufl.). New York. Wiley.
- Kirkpatrick, D. L. (1959). Techniques for Evaluating Training Problems. *Journal of the American society of Training Directors*, 3-26.
- Mayring, P. (1993). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Technik*. Weinheim: Dt. Studien-Verlag.
- Ranking der International Congress & Convention Association (2011). Zugriff am 11. Juni 2013 unter <http://www.stnet.ch/files/?id=52526>.
- Schwägermann H. (2010). Meeting Architecture, ROI und Bildungscontrolling – Neue Wege für effiziente Meetings?. In C. Zanger (Hrsg.), *Stand und Perspektiven der Eventforschung* (S.120-131), Wiesbaden: Gabler Verlag.