

Financial Plan
Statement
Swiss
Summary
Insights
Analysis
Seminar
Development



11.05.2023

Evaluationen: Grundlagen und
Einblicke in die Praxis

Evaluationen: Grundlagen und Einblicke in die Praxis



Dr. Tobias Arnold
Mitglied der Geschäftsleitung
von Interface

10 Jahre Berufserfahrung in der Evaluation in unterschiedlichen Themenbereichen, Lehrtätigkeit an ETH und HSLU zum Thema Evaluation

Evaluationen leisten einen Beitrag zu effizientem und nachhaltigem Handeln in der Politik, in der Verwaltung und in privaten Organisationen oder NGOs. Die Basis dafür bilden empirische Methoden.

Der Kurs führt in die Grundlage von Evaluationen ein, zeigt verschiedene Möglichkeiten von Evaluationsdesigns auf und diskutiert, wie sich sowohl quantitative als auch qualitative Methoden der empirischen Sozialwissenschaft darin verorten lassen.

Im Detail

Im engeren Sinne steht der Begriff Evaluation für eine wissenschaftlich fundierte Bewertung eines bestimmten Gegenstands. Dieser Gegenstand kann ein Projekt, ein bestimmtes Programm oder eine konkrete Massnahme sein. Mit einem Wirkungsmodell wird anschliessend die Wirkungslogik aufgezeigt: Was sind die Ziele? Welche Akteure haben welche Rolle in der Umsetzung und welche Outputs (Produkte, Dienstleistungen usw.) resultieren aus der Umsetzung? An welche Zielgruppen richten sich die Outputs und inwiefern werden die intendierten Wirkungen erzielt? Um diese Fragen zu beantworten braucht es empirische Methoden. Dabei hat sich die Kombination von quantitativen und qualitativen Methoden (die sogenannte Triangulation) oft als «Königsweg» herausgestellt, mit dem die Vorteile beider «Welten» vereint werden können. Der Kurs knüpft hier an und zeigt das facettenreiche Repertoire an Evaluationsmethoden und deren Kombination in einem Evaluationsdesign auf.

Inhalte

Im ersten Teil des Kurses werden wir uns mit den Grundlagen der Evaluation beschäftigen: Was ist eine Evaluation? Was ist ein Wirkungsmodell? Was sind die Vorteile von Evaluation und wo sind die Grenzen?

Im zweiten Teil fokussieren wir auf das Design von Evaluationen. Was sind die Vor- und Nachteile unterschiedlicher Vergleichsansätze (Soll-Ist-Vergleich, Vorher-Nachher-Vergleich, Quervergleich, (quasi-)experimentelle Ansätze)? Wie lassen sich unterschiedliche Methoden (z.B. Interviews, Fokusgruppen, Breitenbefragungen, partizipative Methoden) in diese Vergleichsansätze integrieren?

Allgemein liegt der Fokus weniger auf den methodischen Grundlagen als vielmehr auf den praktischen Anwendungen und Herausforderungen in der Evaluationspraxis.

Zielgruppe

Für Personen, welche sich mit dem Thema Evaluation auseinandersetzen möchten; sei es, indem sie diese Fähigkeiten selber für kleinere Evaluationen in der eigenen Organisation (sogenannte Selbstevaluationen) aneignen oder generell Einblick in die Evaluationspraxis haben möchten. Der Kurs setzt keine spezifischen methodischen Vorkenntnisse voraus.

Datum / Zeit

11.05.2023
09.00 bis 17.00 Uhr

Kurskosten (CHF)

Einzelmitglied Swiss Insights 850
Nicht-Mitglieder: 950

inkl. Unterlagen, Pausenverpflegung und Mittagessen

Kursort

INTERFACE
Seidenhofstrasse 12
6003 Luzern

Anmeldung

bis: 21.04.2023
an: info@swiss-insights.ch

Swiss Insights

Swiss Insights ist der Verband und die Interessensvertretung aller Unternehmen, die Daten und prädiktive Modelle im Rahmen von Marketing, Innovationsprozessen, Kundenservice, Angebotsgestaltung, Kommunikation und Zielgruppendefinitionen erheben, analysieren, einsetzen und daraus Handlungsempfehlungen ableiten.

Swiss Insights pflegt einen aktiven Dialog mit politisch und gesellschaftlich wichtigen Akteuren und fördert den Austausch mit anderen nationalen und internationalen Fachorganisationen.

Eine der Hauptaufgaben des Verbands ist die Förderung der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung im Allgemeinen und der Wissenschaftlichkeit im Besonderen. Er entwickelt, definiert und unterhält strenge Leitlinien zur Qualitätssicherung und grenzt sich im Bereich

der Markt- und Sozialforschung klar von Werbung und Direktmarketing ab. Hierzu führt der Verband das Qualitätslabel «Market & Social Research by Swiss Insights».

Darüber hinaus engagiert sich Swiss Insights dafür, dass die Nutzung von Daten und die Anwendung von datengetriebenen Modellen transparent, nachvollziehbar und in diesem Sinne fair gestaltet wird. Hierfür wurde das Label «Data Fairness by Swiss Insights» geschaffen.



Herausgeber und Kontakt

Swiss Insights, Swiss Data Insights Association, Gruebengasse 10, 6055 Alpnach, Switzerland
+41 44 3501960, info@swiss-insights.ch, www.swiss-insights.ch