

Methodenatelier zum Beitrag  
«Social Media als Instrument zur Professionalisierung  
von Evaluationen in der Kultur?  
Die Eignung von Social Media zur  
Wirkungsmessung»

Tina Wodiunig | Evaluatorin und Museologin | Zürich

Bettina Riedrich | Kuratorin und Vermittlerin | Zürich

Warum ist Social Media ein Thema in der Evaluation?

➤ Auftraggebende Institutionen sind aktiv auf Web 2.0  
Evaluatoren müssen sich professionalisieren

➤ Eignet sich Social Media als methodisches Instrument  
in der Evaluation? Eignet es sich insbesondere für die  
Wirkungsmessung?

> Was erfahren Kulturinstitutionen mittels Social  
Media über ihr Publikum

> und die Wirkung ihrer Arbeit auf das Publikum?

## Vorgehen

Formulieren eines Erkenntnisinteresses:

**Eignet sich Social Media als Werkzeug, um etwas über die Besuchenden eines Events und dessen Wirkung auf diese zu erfahren?**

Suche nach geeigneten Social-Media-Events:

Diskussion unseres Vorhabens mit den Verantwortlichen der Events.

**Studium von Unterlagen, Konzepten, PR-Material usw. zu den Events. Ziele der Events? Ziele des Social-Media-Einsatzes?**

Datenerhebung und Auswertung: quantitativ und qualitativ

Zusammenfassung der Ergebnisse

Debriefing: Diskussion der Ergebnisse mit den Verantwortlichen der Events.

## Methodenmix

Dokumentenstudium

Leitfadeninterviews

Teilnehmende Beobachtung

Online-Schlagwortsuche zu den einzelnen Events

Inhaltsanalyse (quantitativ und qualitativ) der Tweets

## Unter Social Media versteht man...

... Online-Tools, die kollaborativ aufgebaut und einfach zu bedienen sind.

Sie...

... fördern das Publizieren und Teilen von Inhalten (Fotos, Text, Filmen, ...).

... leben von der grossen Anzahl der User, die freiwillig Content produzieren.

... gehen teilweise fragwürdig mit Datenschutz (Copyright, Persönlichkeitsrechte) um.

... manifestieren je länger je mehr einen zweiten Raum, in dem sich die User selbstverständlich bewegen.

# Tools

## Twitter & Storify

### @ und #

Startseite Mitteilungen # Entdecken Account

Twitter durchsuchen

**ZWISCHENDRIN**  
Marketing, Projekte & Beratung

**Ausstellungen**  
Konzepte Projekte Social Media Beratung  
**Vermittlung**

**Bettina Riedrich**  
@briedrich  
Vermittlung, Ausstellungen, Social Media.  
Zürich  
zwischendrin.ch  
Bei Twitter seit Mai 2010  
32 Fotos und Videos

TWEETS 168 FOTOS/VIDEOS 32 FOLGE ICH 253 FOLLOWER 82 FAVORITEN 29 Mehr ▾

Profil bearbeiten

Tweets Tweets & Antworten

Retweetet von Bettina Riedrich

**Theater Neumarkt** @TheaterNeumarkt · 28. Aug.  
Das Theater Neumarkt sucht ab sofort eine unbefristete Assistenz Kommunikation (50%)!

Bereich der Kommunikation unterstützt und vorantreibt.

Ihre Aufgaben:  
Sie unterstützen das Team

- bei der Planung, Koordination und Umsetzung von Marketingmassnahmen

Wem folgen? · Aktualisieren · Alle anzeigen

**Expo Milano 2015** @Expo...  
Gefolgt von Museo delle Cultu...  
Folgen

Gesponsert

**Die Herbergsmütter** @herbe...  
Gefolgt von Roger Aeschbac...  
Folgen

# Tools

## Twitter & Storify



The image shows a screenshot of a Storify profile page. At the top left is the Storify logo with the text "by livefyre". To the right are icons for search, a document with a plus sign, and a user profile icon labeled "BettinaRiedrich". The main header area features a green abstract background image. Below this, the profile name "Bettina Riedrich" and handle "BettinaRiedrich" are displayed, along with statistics: "5 stories", "1 follower", and "1 following". A bio section includes the location "Zürich", the description "Vermittlung, Ausstellungen, Social Media.", a website link "http://zwischendrin.ch/home/", and a Twitter handle "@briedrich". A small profile picture icon is visible on the left side of the bio section.

Account	Anzahl Tweets	Inhalt	Bemerkungen über das Medium oder das Format
<a href="#">@klaeui</a>	14	Versuchte im Vorfeld, noch ein paar Kollegen zum Mitkommen zu aktivieren, offenbar ein Wiederholungstäter, häufig mit Fotos	
<a href="#">@retobuergin</a>	2	Fragt nach, wer kommt, twittert den ganzen Abend nicht, nur am Ende kommentiert er den Abend	That was awesome <a href="#">#tweevening</a> ! Danke <a href="#">@HistMuseumBs</a> !
<a href="#">@danieleturini</a>	5	Privataccount, Organisator des <a href="#">Tweevenings</a> , begrüsst, begleitet, nimmt Bezug, bringt die Leute zusammen/stellt vor, twittert privat	Das sind so Sachen, die mich in <a href="#">#Museen</a> immer frustrieren <a href="#">#tiredwalking</a> <a href="#">#tweevening</a>
<a href="#">@wanderwoman</a>	3	Hat vor, aus den Bergen, in denen sie gerade ist, <a href="#">mitzutwittern</a> , hat Probleme mit dem Internet, kennt sowohl die Crew vom Museum, als auch die Leute von Stadtgeschichten	
<a href="#">@Stadtgeschichtn</a>	15	Sind Kooperationspartner an dem Abend, bringen (offenbar vorbereitete) Wohn- und Stadtfotos von ausserhalb der Ausstellung in den <a href="#">Tweevening</a> hinein	Das war ein toller Abend! Vielen Dank für die ausgezeichnete Führung und die spannenden Beiträge <a href="#">@HistMuseumBs</a> <a href="#">#tweevening</a>
<a href="#">@AurlieSchreiner</a>	4	Hat die Ausstellung schon gesehen und fand sie interessant, s. Zitat. War am <a href="#">Tweevening</a> nochmals dabei	Sehr interessante und interaktive Ausstellung!:) war letzten <a href="#">samstag</a> dort. Hat spass gemacht <a href="#">#Tweevening</a>
<a href="#">@JungblutMarie</a>	4	Direktorin des Historischen Museums Basel, twittert aus der Ferne mit und mischt sich in die <a href="#">Twitterdiskussionen</a> ein	
<a href="#">@TinaWodiunig</a>	2	<a href="#">Evaluatorin</a> , <a href="#">Newby-Twittererin</a> , versuchte im Vorfeld, die <a href="#">Museologen</a> für den Anlass zu aktivieren	
<a href="#">@HistMuseumBs</a>	28	begrüsst, begleitet, nimmt Bezug, bringt die Leute zusammen, reagiert auf die <a href="#">Tweets</a> , versucht, die Twitterer dazu zu bringen, ihren Lieblingsraum preiszugeben	1ste Gewohnheit an einem <a href="#">#Tweetup</a> : Alle starren auf die Smartphones - Teil der heutigen <a href="#">#Wohnkultur</a> ? <a href="#">#Tweevening</a> Die <a href="#">@Stadtgeschichtn</a> 'ler übernehmen die Ausstellungsräume - habt Ihr die <a href="#">Quartierposts</a> bemerkt?



## Fallbeispiel Oper für alle

Wer sind die Besuchenden der Open-Air-Übertragung von Verdis Rigoletto? Und wie denken Sie über diesen Event?

#OperfueralleZH

@operzuerich

## Fallbeispiel Museumstag

Sind die Museen dem Aufruf des VMS gefolgt, Twitter am Internationalen Museumstag einzusetzen? Wie wurde Twitter eingesetzt?

#Museumstag

#Giornatadeimusei

#Journéedesmusées

@swissmuseums

## Fallbeispiel «Tweevening»

Erfährt man über Twitter etwas über die Wirkung der Führung auf die Besuchenden des Anlasses? Auf welche Inhalte sprechen die Besuchenden wie an? Was ergibt sich ausserdem?

#Tweevening

@HistMuseumBs

## Schluss

- Twitter als PR-Instrument
- Twitter als Möglichkeit, Informationen über das Publikum zu generieren
- Twitter als Instrument der Wirkungsanalyse?

## Fazit

Twitter als Instrument zur Wirkungsanalyse hat Potential, wenn:

- die Community eine gewisse Grösse hat
- Institutionen am Dialog mit der Community interessiert sind
- der Kontakt mit der Community auf Augenhöhe gepflegt wird

## Chancen für die Evaluation

- Social Media ist unabhängig von Raum und Zeit rasch einsetzbar
- Social Media als zusätzliche Datenquelle nutzen im Sinne eines «Gästebuchs im digitalen Raum», um Stimmen eines Social Media nahen Publikums abzuholen:
  - > Monitoring
  - > formative Evaluationen
  - > Ex-ante-Evaluationen

## Herausforderungen

- Social Media ist unberechenbar und kann systematische Methoden der Datenerhebung und Analyse nicht ersetzen
- Social Media ist dauernd im Fluss, wandelt sich rasch
  - > Professionalisierung, Zusammenarbeit

Auch der Dialog im Social Web ist ein Dialog zwischen realen Personen.

Wir sind gespannt auf Ihre Erfahrungen, Bemerkungen, Kommentare, usw. und danken für Ihre Aufmerksamkeit.

## Literatur/Links

(alle Links zuletzt aufgerufen am 3.9.2014)

Gries, Christian. «“Niemand“ besucht ein Museum», Beitrag auf Blog von Iliou Melathron, 1. Juni 2014.

<http://blog.iliou-melathron.de/index.php/2014/06/niemand-im-museum/>

Huber, Dieter Hans. 1997. «Museen im Internet I», in Kunstchronik Jg. 50, Heft 1, Januar 1997. S. 33.

Janner, Karin, Christian Holst und Axel Kopp. 2011. Social Media im Kulturmanagement: Grundlagen, Fallbeispiele, Geschäftsmodelle, Studien. [www.mitp.de](http://www.mitp.de)

Pekel, Joris. 2014. Democratising the Rijksmuseum. Europeana Foundation.

<http://pro.europeana.eu/documents/858566/858665/Democratising+the+Rijksmuseum?version=1.1>

Reussner, Eva M. 2007. «Wissensvermittlung im Museum – ein überholtes Konzept?»

[http://kulturmanagement.net/beitraege/prm/39/v\\_d/ni\\_368/cs\\_11/index.html](http://kulturmanagement.net/beitraege/prm/39/v_d/ni_368/cs_11/index.html)

Tomasik, Dominik. 2014. Postmoderne Vestibüle: Schweizer Museen im WWW.

Zertifikatsarbeit im Rahmen des Grundkurses Museumspraxis von ICOM Schweiz

<http://www.museums.ch/bildung/kurse/grundkurs/grundkurs-zertifikat.html>



