
ERGÄNZENDE TOOLS UND METHODEN

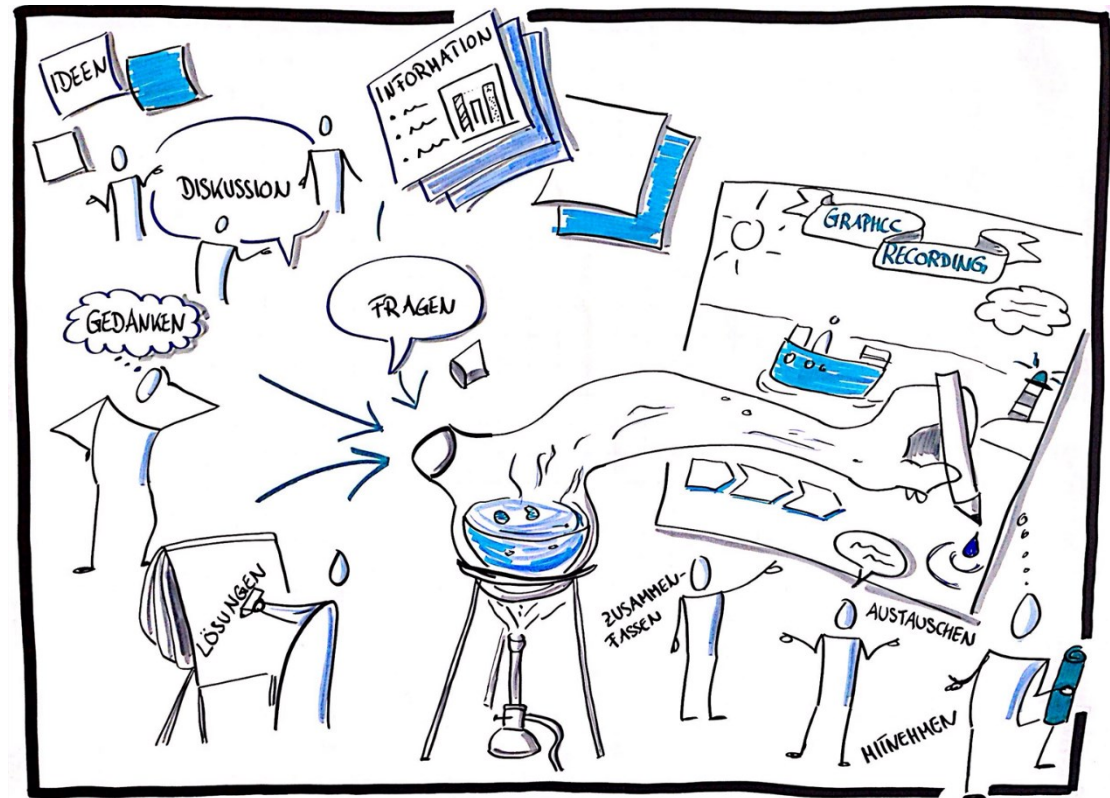
Inhaltsverzeichnis

GRAPHIC RECORDING	3
ONLINE-UMFRAGEN.....	5
AUDIENCE-MANAGEMENT- UND AUDIENCE-ENGAGEMENT-SYSTEME.....	7

Graphic Recording

Visuelle Darstellungen helfen erarbeitete Ergebnisse klar und mit Fokus auf die wesentlichen Aspekte zu dokumentieren. Graphic Recording bedeutet die laufende grafische Dokumentation der Essenz der Arbeitsergebnisse und des Diskussionsverlaufs einer Veranstaltung.

Graphic Recorder sammeln die zentralen Informationen, organisieren diese verständlich und sinnvoll durch eine Kombination von Bild und Schrift. Dies erfolgt live, während der Veranstaltung, so dass die dokumentierten Informationen direkt von den Teilnehmenden betrachtet und als Anknüpfungspunkt für weitere Diskussionen genutzt werden können. Das finale Graphic Recording wird den Teilnehmenden im Anschluss an die Veranstaltung zur Verfügung gestellt und dient somit als Erinnerungstütze. Neurowissenschaftler vom MIT (Massachusetts, USA) haben herausgefunden, dass das menschliche Gehirn nur 0,013 Sekunden braucht, um ein gesehenes Bild zu verarbeiten (*MIT News: <http://news.mit.edu/2014/in-the-blink-of-an-eye-0116>*). Diese schnelle Aufnahme von Informationen in visueller Form stellt den hohen Wert von Visual Recording anschaulich dar.



Beispiel – Einsatz von Graphic Recording zur Begleitung einer Zukunftswerkstatt

Die in den vier Gruppen verbal und zeichnerisch entworfenen Zukunftsbilder der Teilnehmenden werden live durch ein „Graphic Recording“ verdichtet festgehalten und bilden zum Abschluss der Veranstaltung das visuelle Protokoll der Zukunftswerkstatt. Dort werden Bedarfe, Themen, Hoffnungen und Wünsche an Bildung und Ausbildung im Industriekontext dargestellt, aber auch gangbare Wege in diese Zukunft bildlich aufgezeigt.

3 Gründe für den Einsatz von Graphic Recording:

1. Beschäftigung mit dem Thema
 - Aufmerksamkeit wird aufrechterhalten
 - Metaphern/Bilder dienen als Erinnerungsstütze
 - Grafiken verändern Denkstrukturen und Sprache
2. Verstehen des Inhalts
 - ermöglicht ein gemeinsames Verständnis

- Informationen werden organisiert, vereinfacht und zusammengefasst dargestellt
- neue Perspektiven werden aufgezeigt

3. Erinnerung unterstützen

- Regel der Merkfähigkeit:
 - nur Worte: 30 %
 - nur Bilder: 35 %
 - Bilder & Worte: 65 %

Online-Umfragen

Online-Umfragen können von Industrieinitiativen und -bündnissen vielfältig eingesetzt werden. Im Folgenden werden zentrale Aspekte für die Erstellung von Online-Umfragen vorgestellt.

Wer wird befragt?

Bei **gezielten Befragungen bestimmter Personen(gruppen)** wird der Link der Befragung per E-Mail versandt. Dies setzt voraus, dass die E-Mail-Adressen der betroffenen Personen vorliegen und entsprechend der Datenschutzrichtlinien auch zum Zweck der direkten Kontaktaufnahme eingesetzt werden können. Diese Variante bietet sich z. B. an, wenn Vertreter/innen der Mitgliedsorganisationen der Initiative zu einem bestimmten Aspekt, wie beispielsweise Themen für die nächste Veranstaltungsreihe, befragt werden sollen.

Soll ein **breiteres Spektrum von Personen** befragt werden, kann der Link u. a. auf der eigenen Homepage oder den genutzten Social-Media-Kanälen geteilt werden. Damit eine möglichst hohe Beteiligung erreicht wird, sollte die Umfrage in diesem Fall gezielt beworben werden. Diese Form der Online-Umfrage kann z. B. genutzt werden, um mit jüngeren Personen (Auszubildenden, potenzielle Mitarbeitende u. a.) in Kontakt zu treten und ihre Bedürfnisse/Interessen o. ä. abzufragen.

Welche Themen eignen sich?

Um schnell nutzbare Ergebnisse zu erzielen, empfiehlt es sich stets geschlossene Fragen zu nutzen, um die zeitintensive qualitative Auswertung offener Fragen zu vermeiden.

Für Industrieinitiativen sind abhängig von der Zielgruppe verschiedene Befragungsthemen denkbar, u. a.:


Befragung der Mitgliedsorganisationen der Initiative

- Wahl von Veranstaltungsformaten oder Themenschwerpunkten der Initiative durch die Mitgliedsorganisationen
- Erfahrungen der Mitarbeitenden der Organisationen mit der Initiative und ihrer Arbeit für diese

Befragung spezifischer Personenkreis

- Vorab-Befragung: Interessen und Einstellungen von Teilnehmenden einer geplanten Veranstaltung zum Thema der Veranstaltung
- Abfrage der Stimmung und Einstellungen von Industriepark-Anwohner/innen
- Interessen bestimmter Gruppen, z. B. Jugendliche und deren Einstellung zu industrieller Ausbildung und ihre Erwartungen an Ausbildungsstätten

Für die erfolgreiche Online-Befragung bestimmter Personen ist es erforderlich, die E-Mail-Adressen der zu befragenden Personen zu besitzen und auch zu diesem Zweck nutzen zu dürfen.




gängige Online-Umfrage-Tools sind u. a. Lamapoll Survey Monkey Umfrage Online

Befragung der breiten Zivilgesellschaft

- Einstellung der Bevölkerung zu industriepolitischen Maßnahmen und Entwicklungen im Wirkungskreis der Industrieinitiative
- Bekanntheitsgrad der Initiative im Wirkungsgebiet

Klassischer Aufbau einer Online-Befragung

- **Willkommen** und kurze Erklärung des Kontextes sowie Angabe zu voraussichtlicher Bearbeitungszeit; Zusicherung der vertraulichen Behandlung der Daten
- **Frageblöcke**: Es wird empfohlen nicht zu viele Fragen auf eine Seite zu stellen; idealerweise können alle Fragen, ohne scrollen auf dem Computer-Desktop angezeigt werden.
- Dank und **Abschluss**, ggf. Verweise auf Verwendung und Veröffentlichung der Ergebnisse (z. B. in einer folgenden Veranstaltung, Publikation etc.)



Die gängigen Online-Tools zur Umfragen-erstellung bieten sowohl automatische Auswertungen der Ergebnissen als auch deren Download in verschiedenen Dateiformaten.

Audience-Management- und Audience-Engagement-Systeme

Dialog-Veranstaltungen leben von der Interaktion mit den und dem Input von den Teilnehmenden. Neben klassischen Beteiligungsmethoden wie Blitzlicht, Punkte kleben etc. gibt es inzwischen verschiedene technische Lösungen für die internet-gestützte Beteiligung. Gerade bei Veranstaltungen mit mehr als 50 Personen ist es häufig schwierig die Interaktion und Beteiligung Aller zu gewährleisten. Audience-Management- und Audience-Engagement-Systeme erleichtern die Beteiligung durch digitale Interaktionsformen.

Zentrale Elemente sind (Um-)Fragen mit Echtzeit Auswertung und die Möglichkeit Fragen an den/die Vortragende/n zu schicken, die dann auf der Bühne auf einem Bildschirm erscheinen. Dies erhöht den Beteiligungs- und Interaktionsgrad zwischen Vortragendem/r und Teilnehmenden, da Fragen auch anonym bzw. ohne vor der Gruppe sprechen zu müssen gestellt werden können.

Audience-Management- und Audience-Engagement-Systeme bieten eine Vielzahl an Funktionen:

Fragen stellen

- Fragen über das Smartphone (anonym) an den Präsentierenden schicken und auf Leinwand projizieren

- Moderation der gestellten Fragen, um unangemessene Fragen zu filtern
- Chatfunktionen – Teilnehmende können sich austauschen/gegenseitig auf ihre Fragen antworten
- Rating der gestellten Fragen durch andere Teilnehmende, um zu sehen welche Fragen besonders viele Personen interessieren
- z. T. Integration der Fragen und der live-Ergebnisse in die Präsentation



Präsentation

- Inhalte an Teilnehmende schicken
- z. T. direktes Feedback zu Folien der Präsentation/gestellten Fragen durch Like-/Dislike-Button
- z. T. direktes Teilen/Bereitstellen der gezeigten Präsentation



Umfragen

- live Umfragen in der Veranstaltung durchführen
- direkte Auswertung der Umfragen etc. und späterer Download der Ergebnisse in verschiedenen Dateiformaten
- Echtzeit Feedback erhalten

*ohne App nutzbar –
Teilnehmende können
sich über den Browser
in ihrem Smartphone
oder Tablet in die
Veranstaltung einloggen*

*gängige Audience
Management
Systeme sind u. a.
[sli.do](#)
[Inquiro](#)
[FXP | touch](#)
[IQ Polls](#)*