

**Relevance, Rigour & Relationship**

# Informationen nutzbar machen



Dr. Karl Ledermüller  
Leiter Evaluierung und Qualitätsentwicklung



- Man möchte für Qualitätssteigerung in eine subjektiv als pos. empfundene Qualitätssteigerung eintreten.
- Man vertritt eine inhaltliche Position und möchte diese gegenüber Entscheidungsträgern vertreten bzw. das System verändern.
- Eine inhaltliche Position gewinnt an Überzeugungskraft, wenn gezeigt werden kann, dass sie in von einer empirisch belegten Basis ausgeht.
- Die Position wird stärker, wenn:
  - die Argumentation dahinter gut und methodisch solide aufgebaut wird **RIGOUR**
  - Das Thema und die Argumentation relevant ist (bzw. gemacht wird) **RELEVANCE**
  - die Evidenzen gut kommuniziert und von der Personen eingebracht werden, die guten Zugang zu Entscheidungsträger/innen haben. **RELATIONSHIP**

Diese Ideen sind jedenfalls nicht neu

# Das historische Beispiel von Florence Nightingale



- Während der Krim-Kriege (1853-1856) brachten die ersten Kriegsberichterstatter die Geschichte von katastrophalen medizinischen Zuständen der Feldlazarette in die Öffentlichkeit
- MP Lord Herbert entsandte Florence Nightingale (ausgebildete Krankenschwester und Statistikerin) um die Situation zu evaluieren und die Situation zu verbessern
- Ergebnisse: 16.000 Soldaten starben durch Krankheiten; 4.000 durch Kampfhandlungen (bei sehr schlechter Datenlage)
- Aufgrund unterschiedlicher Reorganisationsvorschläge von FN sank die Todesrate in den Spitälern von 40% auf 2,2%

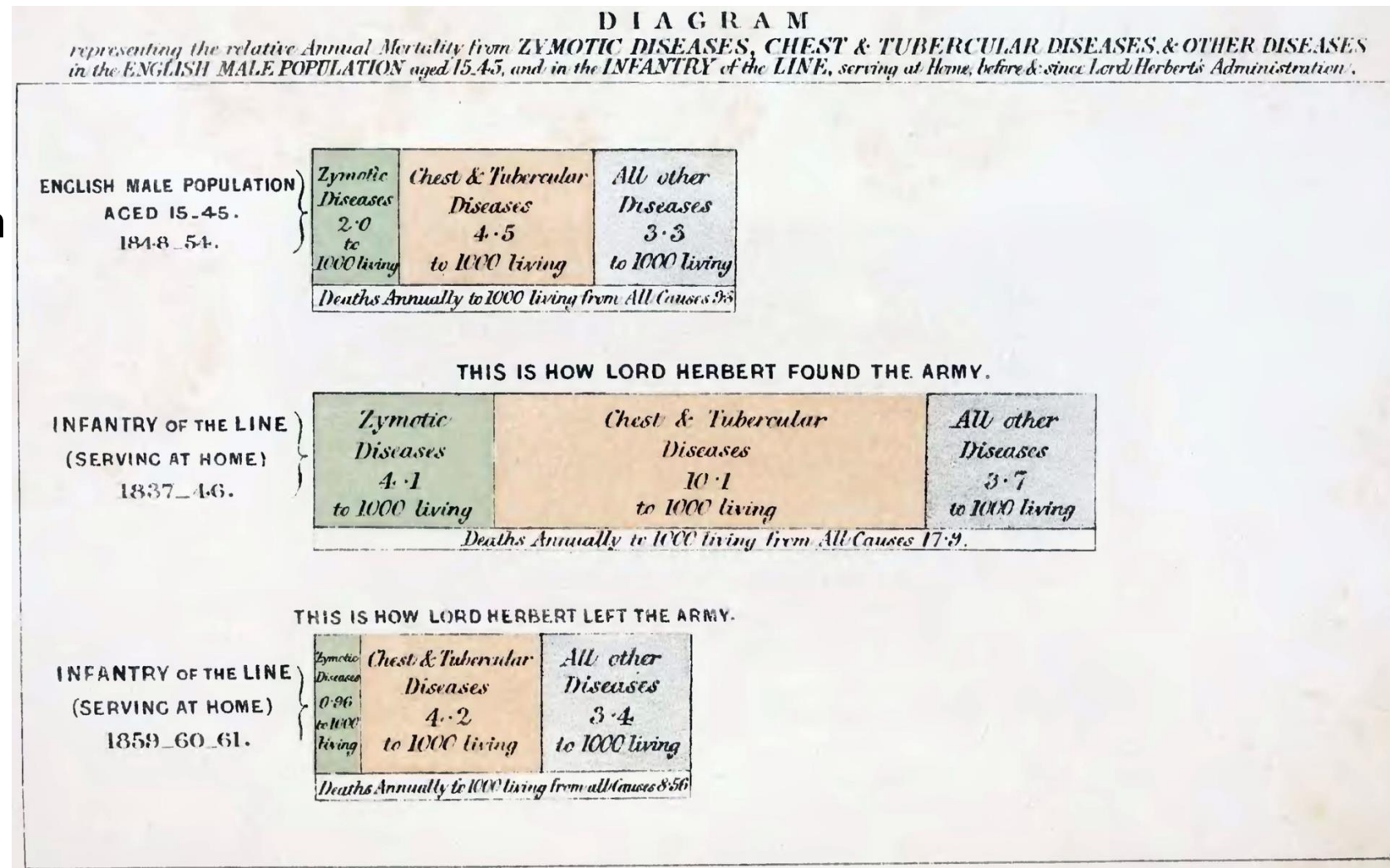
*Famous woodcarving of Florence Nightingale in a military hospital. 1854*

# Florence Nightingale: Umgang mit Rigour

- Florence Nightingale war eine sehr gut ausgebildete Mathematikerin und Statistikerin
- Sie wendete Methoden der Datensammlung an, die zur damaligen Zeit von Biologen angewendet wurde und beschäftigt ein Team von Datensammlern um einen empirisch-fundierten Überblick über die Situation zu bekommen
- Diese Evidenzen werden in einer für damalige Verhältnisse extrem innovativer Form aufbereitet um Entscheidungsträger/innen zu überzeugen

# Florence Nightingale: Umgang mit Relevance

- Das Thema gewann durch die sehr wirksame Darstellung von Florence Nightingale bei den Entscheidungsträger/innen an Relevanz
- Eine grafische Erfindung von Florence Nightingale – der Polar Area Plot half dabei die Relevanz auf die wesentliche Information zu lenken. Diese Aufbereitung überzeugte das Parlament finanzielle Mittel für die Verbesserung der Lazarette zur Verfügung zu stellen.



# Florence Nightingale: Umgang mit Relationship

Florence Nightingale stand in Kontakt mit unterschiedlichen wichtigen Personen der damaligen Zeit und versuchte diese durch ihre Argumentation zu überzeugen

- MP Lord Sidney Herbert (Kriegsminister)
- Adolphe Quetlet (Präsident des internationalen Statistischen Kongresses und auswärtiges Mitglied der Royal Society) in Fragen der Datensammlung
- CP Viliers um die Situation in lokalen Krankenhäusern zu verbessern
- Sir Edwin Chadwick (Sozialreformer)
- John Stuart Mill (sehr einflussreicher Philosoph des 19. Jahrhunderts)

# Was wir aus dem historischen Beispiel lernen können

- **Rigour:** Die eigene Position lässt sich einfacher vertreten, wenn Daten aktuell und Methodik am neuesten Stand der Forschung sind. Es hilft darüber hinaus, wenn die Personen, die hinter der Position stehen als Expert/inn/en ausgewiesen sind.

Wir versuchen theoretisch und methodisch am neuesten Stand zu sein. Aufbauend auf klassischen umfänglichen Reports bzw. catch it all Studien punktuell in die Tiefe gehen. Nicht nur Evidenzen für das Haus, sondern auch am wissenschaftlichen Diskurs teilnehmen.

- **Relevance:** Relevanz schafft man mit einzelnen zielgerichteten Themen und nicht mit umfänglichen Studien.

Wir versuchen unsere interne Kommunikations- und Informationsstrukturen auf anstehende Probleme aufzubauen und inhaltliche Lösungen anzubieten.

- **Relationship:** Es benötigt eine Kommunikationsstrategie und eine zielgerichtete Vermittlung der wichtigsten inhaltlichen Ergebnisse zu den wesentlichen Entscheidungsträger. Nur veröffentlichen ist zu wenig.

Wir arbeiten daran unser internes Reporting so zu paketieren, dass die relevante Information dort ankommt, wo sie benötigt wird/nützlich ist.

# Erkenntnisse auf den Studienbeginn umgelegt – ein angewandtes Beispiel...

- **Aufgabe:** Soziale Durchmischung der Studienbeginner/innen darstellen inkl. Vergleich mit anderen Unis & Schätzung der Erfolgs bzw. Drop Out Quote aus historischen Daten.
- Mit **relevantem** Problem starten Fragestellung definieren und abgrenzen **rigoros** arbeiten, also: Theorien kennen, Methoden kennen & Daten auswählen: Nützlich sind bspw. USTAT1 Daten, die man sinnvollerweise mit ECTS Fortschritt verschränkt. Für Vergleiche der Universität mit anderen, oder Evidenzen die nicht aus Registerdaten ablesbar sind ist die Studierendensozialerhebung bei dieser Fragestellung sehr wertvoll.
- Von Beginn einen **Kommunikationsplan** haben, wer welche Infos in welcher Form bekommen sollte. Die Möglichkeit zu haben die Findings in den Managementdiskurs einspielen zu können ist jedenfalls hilfreich.



# Danke für die Aufmerksamkeit



VIENNA UNIVERSITY OF  
ECONOMICS AND BUSINESS

Dr. Karl Ledermüller  
*Evaluation and Quality Enhancement*

**WU**

Wirtschaftsuniversität Wien  
*Vienna University of Economics and Business*  
Welthandelsplatz 1, 1020 Vienna, Austria

Tel: +43-1-31336-4064  
Email: [evaluierung@wu.ac.at](mailto:evaluierung@wu.ac.at)  
[www.wu.ac.at](http://www.wu.ac.at)