

Fachkonferenz Bildungsmonitoring

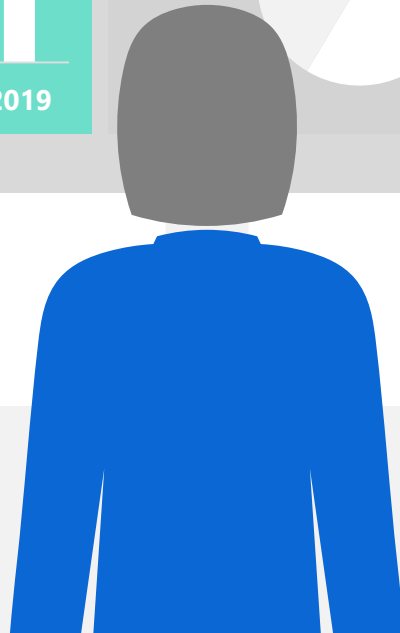
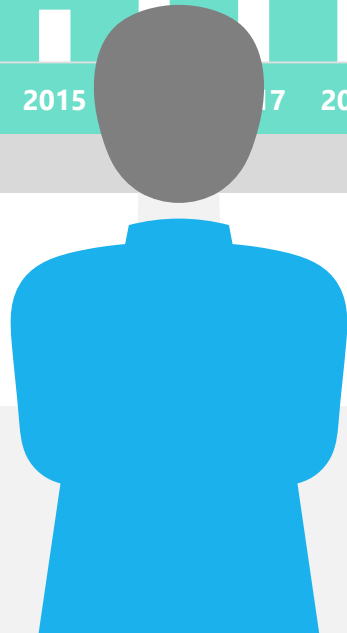
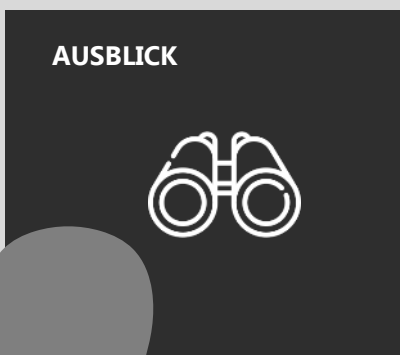
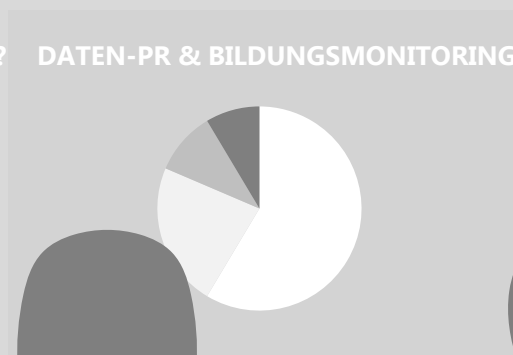
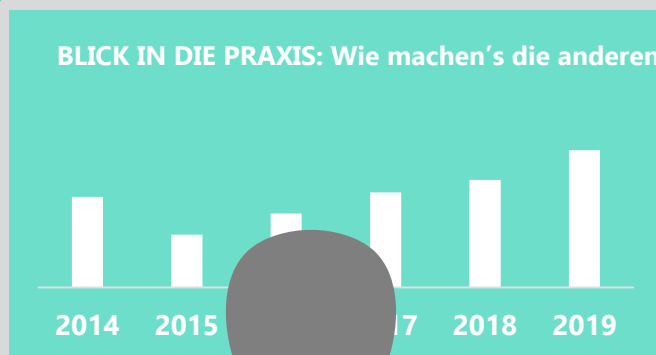
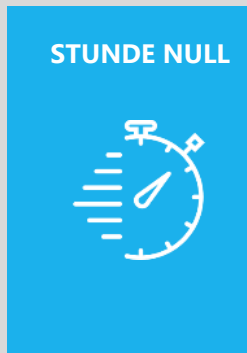
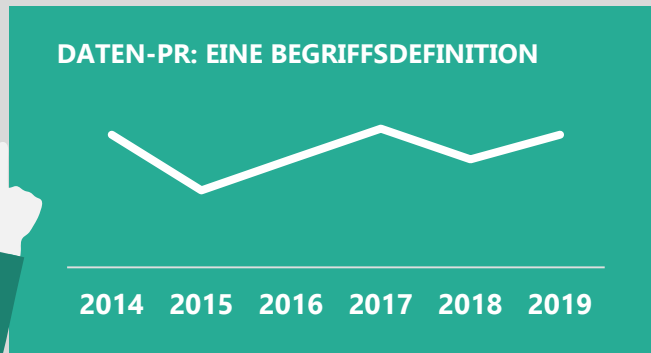
**Datenbasierte  
Öffentlichkeitsarbeit im  
Bildungsmonitoring**

Isabelle Ewald, 10. Dezember 2019



01001101 01101111  
01101001 01101110  
00100001\*

**Moin!**



# DATEN-PR: BEGRIFFSDEFINITION

VORÜBERGEHENDER TREND ODER ECHTER GAME CHANGER?



## In a Nutshell

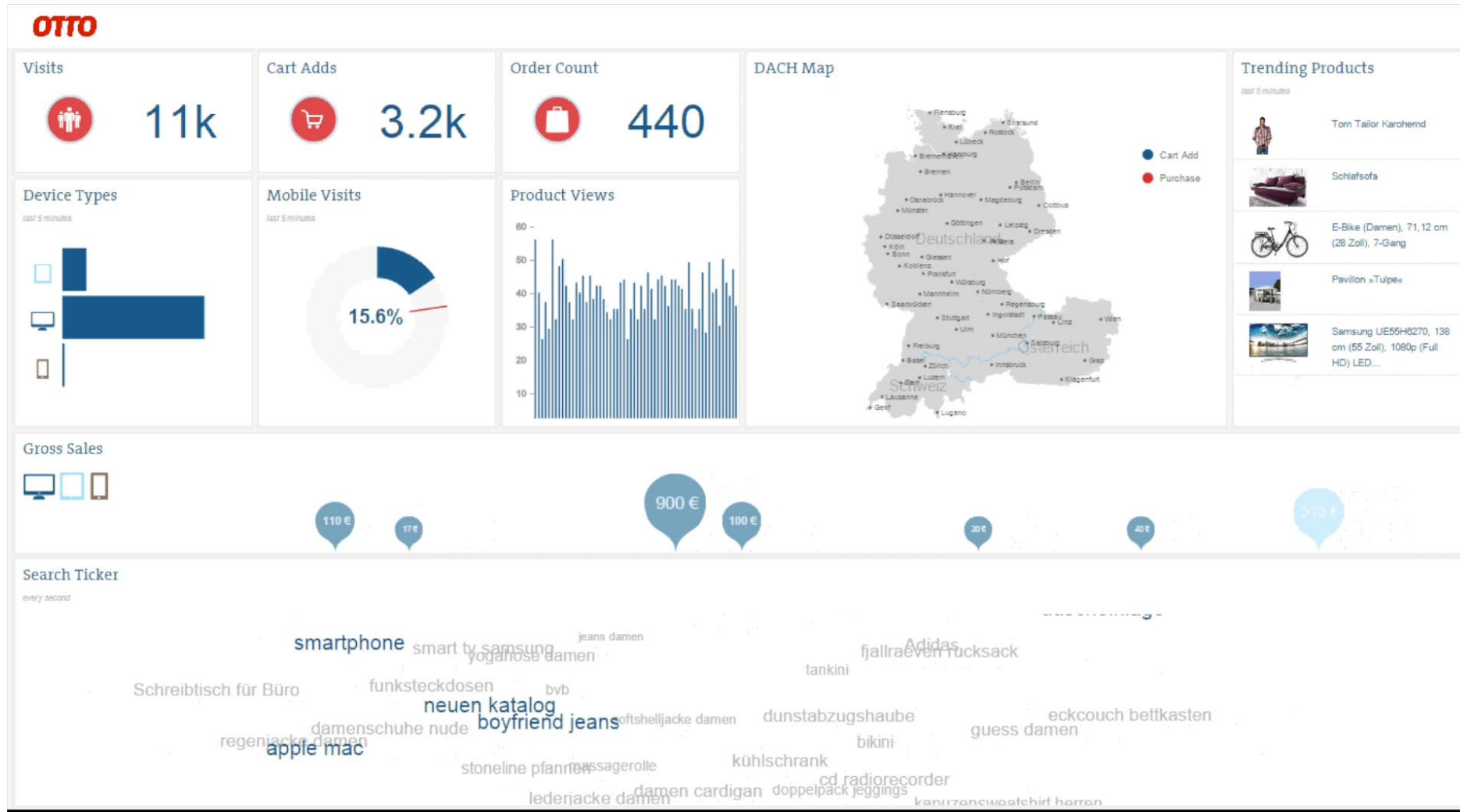
Daten-PR meint den systematischen **Einsatz von Daten in der Kommunikationsarbeit**, um (meist komplexe Themen) zielführend zu vermitteln, besser zu erklären und/oder in einen Kontext zu stellen. Dabei können Daten entweder das Werkzeug sein, **mit dem eine Geschichte erzählt wird**, die Quelle, auf der eine Geschichte basiert, oder beides. Dabei werden vielfache Möglichkeiten der Visualisierung eingesetzt.

Daten-PR gelangt allmählich ins Relevant Set von Kommunikator\*innen, unter anderem dank des schieren Umfangs der jetzt verfügbaren digitalen Informationen, die Unternehmen und Organisationen inzwischen heben können. Daten-PR ist eine **Konsequenz aus großen Datenmengen**, die darauf abzielen, nutzbare Muster in Datensätzen zu erkennen und nutzbar zu machen.



# STUNDE NULL (BEI OTTO)

AN ANFANG WAR DAS DASHBOARD...



Quelle: [ottogroupunterwegs.com/blog/blog/posts/Cyber-Monday-Das-passierte-in-den-Otto-Group-Shops.php](http://ottogroupunterwegs.com/blog/blog/posts/Cyber-Monday-Das-passierte-in-den-Otto-Group-Shops.php)

# ERSTE SCHRITTE

WAS NACH EINEM FULMINANTEN AUFTAKT PASSIERTE





AKTUELLE AUSGABE GALERIE VIDEOS SPECIALS  
 MARKETING AGENTUREN DIGITAL MEDIEN KAMERAS  
 HOME > DIGITAL > HALFTE DER EM-FANS IST WÄHREND DER SPIELE



Otto.de hat die Seitenaufrufe beim EM-Spiel Deutschland gegen Nordirland überholt

#YouGov #Intelliad #Otto

INTELLIAD | 29.06.2016 | von W&V Online

# Hälfte der EM-Fans ist der Spiele im Netz aktiv

Die Hälfte der deutschen EM-Fans surft bei der Fußballspielen im Internet. Selbst bei Duellen der jeder Dritte von seinem Smartphone oder Tablet a repräsentative Online-Umfrage des Meinungsfors

## Otto im Trikotfieber:

Nch den deutschen EM-Auswärt vorherigen Turnieren. Bereits v während der gesamten WM 20 deutsche Trikot wenig überras folgt die Türkei. Auf den v

Von Olaf Kolbrück | Heute 08:08 | Kommentieren  
 Guten Morgen etailment-Leserinnen und Leser!  
 Otto hat nach dem Deutschland-Sieg über Nordirland eine Pressemeldung Traffic im Shop während des Spiels wenig überraschend massiv eingebracht. In der Halbzeit wurde dann wieder etwas mehr geklickt. Interess Einzug ins Achtelfinale nach dem Abpfiff offensichtlich verstärkt für Shopping die Seitenbesuche überdurchschnittlich ansteigen ließ. Was wir nun noch viele Trikots mehr verkauft wurden und wie viele davon die Rückennummer



### AUSRÜSTUNG

#### Trikot, Fahnen, Tröten - Fans rüsten sich für die EM

HAMBURG :: Deutsche Fußballfans statten sich zum Mitfeiern zur Europameisterschaft zünftig aus. Knapp ein Drittel der Bundesbürger, allen voran die 35- bis 49-Jährigen, plane anlässlich des Turniers kleinere oder größere Anschaffungen, teilte der Online-Händler Otto auf Basis einer repräsentativen



## Unternehmen EM 2016: Frauen shoppen online, Männer schauen fern



Datum: 13.06.2016  
 Schlagworte: Fußball EM | Onlineshopping | otto.de  
 Bildrechte: © Otto  
 Webcode: 13745

Frauen nutzen während der Fußball-EM die Zeit vor dem Fernseher verstärkt zum Onlineshopping. Dies ergab eine Untersuchung während des ersten Spiels der deutschen Nationalmannschaft gegen die Ukraine. Demnach klicken Frauen während der Übertragung 30 Prozent mehr als sonst durch die Otto-Sortimente.  
 Die Statistik zeigt auch die Highlights des Spiels: Die Seite otto.de fielen um 43 Prozent, als Shkodran Mustafi mit einem ersten Tor erzielte. Auch als Jérôme Boateng in letzter Sekunde verhinderte, blickten Männer wie Frauen gebannt auf den TV-Bildschirm. Punktlich zum Halbzeitpfiff stöberten viele Deutsche wieder

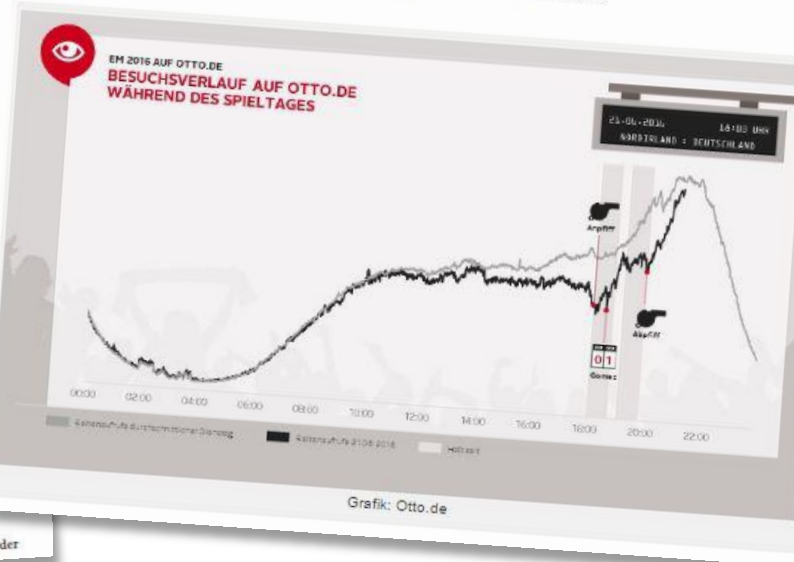


News Marketing **Player** Mobil Payment Logistik & Services

# Spielanalyse bei Otto: Halbzeitpause beflügelt Online-Shopping, Tore hemmen Kauflust

Gepostet in Player • 1 Woche alt • Geschrieben von Manuel Stenger • Keine Kommentare

Das EM-Spiel zwischen Deutschland und den Nordiren nahm Otto zum Anlass, den Besucherverlauf während des Spiels zu analysieren. Das Ergebnis: Zum Anpfiff erfolgten um 50 Prozent weniger Seitenaufrufe im Shop. Nach dem 1:0 der Deutschen in der 30. Minute rückte das Online-Shopping noch stärker in den Hintergrund. In der Halbzeitpause stieg der Besucherverlauf auf Otto.de dann rasant an und konnte fast das Niveau eines durchschnittlichen Dienstags auf Otto.de erreichen. Nach dem A kam es erneut zu einem stark anwachsenden Besucherstrom.



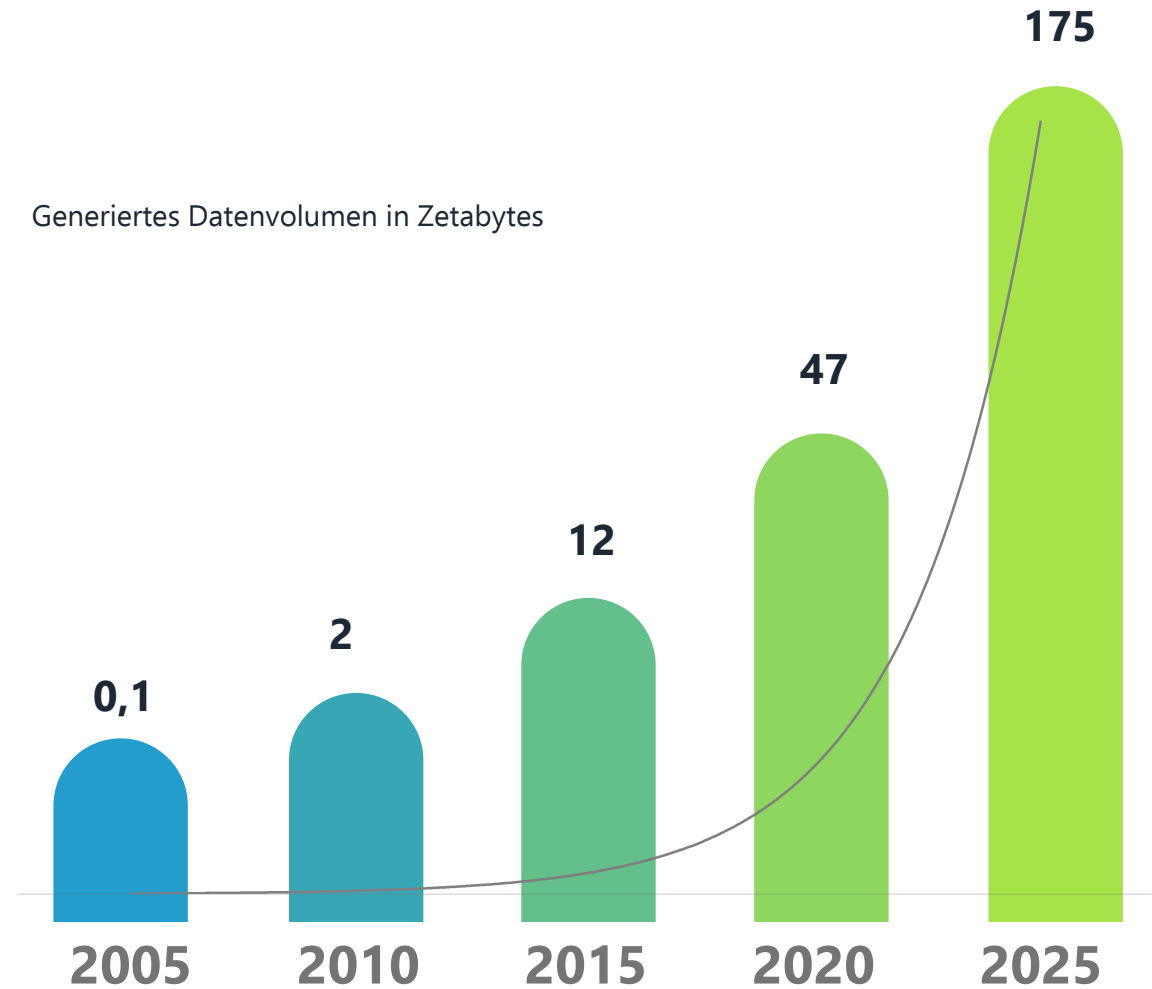


## Big, Bigger, Big Data

Einer Studie des amerikanischen Festplattenherstellers Seagate und des IT-Marktbeobachtungshauses IDC zufolge soll das weltweite Datenaufkommen bis zum Jahr 2025 auf ganze 175 Zettabytes (das ist eine 175 mit 21 Nullen) anwachsen.

Zur Einordnung: Speicherte man diese Datenmenge auf herkömmliche DVDs, würde der Stapel mit Datenträgern 23 Mal die Entfernung zwischen Erde und Mond übertreffen. Bei der vergleichbaren Prognose des Vorjahrs erwarteten die Marktforscher dagegen „nur“ 163 Zettabyte für 2025.

Generiertes Datenvolumen in Zetabytes





## Wo kommen die Daten her?

Mehr als drei Milliarden Nutzer tummeln sich derzeit im Netz und sorgen für Daten gigantischen Ausmaßes. Beispielsweise werden auf Facebook jede Minute 4,1 Millionen Beiträge geliked. Apple-Nutzer laden binnen einer Minute im Schnitt 51.000 Apps herunter und YouTube-Anwender laden währenddessen 300 Stunden neues Videomaterial hoch.

Quelle: [domo.com/learn/data-never-sleeps-3-0](http://domo.com/learn/data-never-sleeps-3-0)



# WELCHE MEHRWERTE HAT DATEN-PR?

VIER TRAGENDE SÄULEN

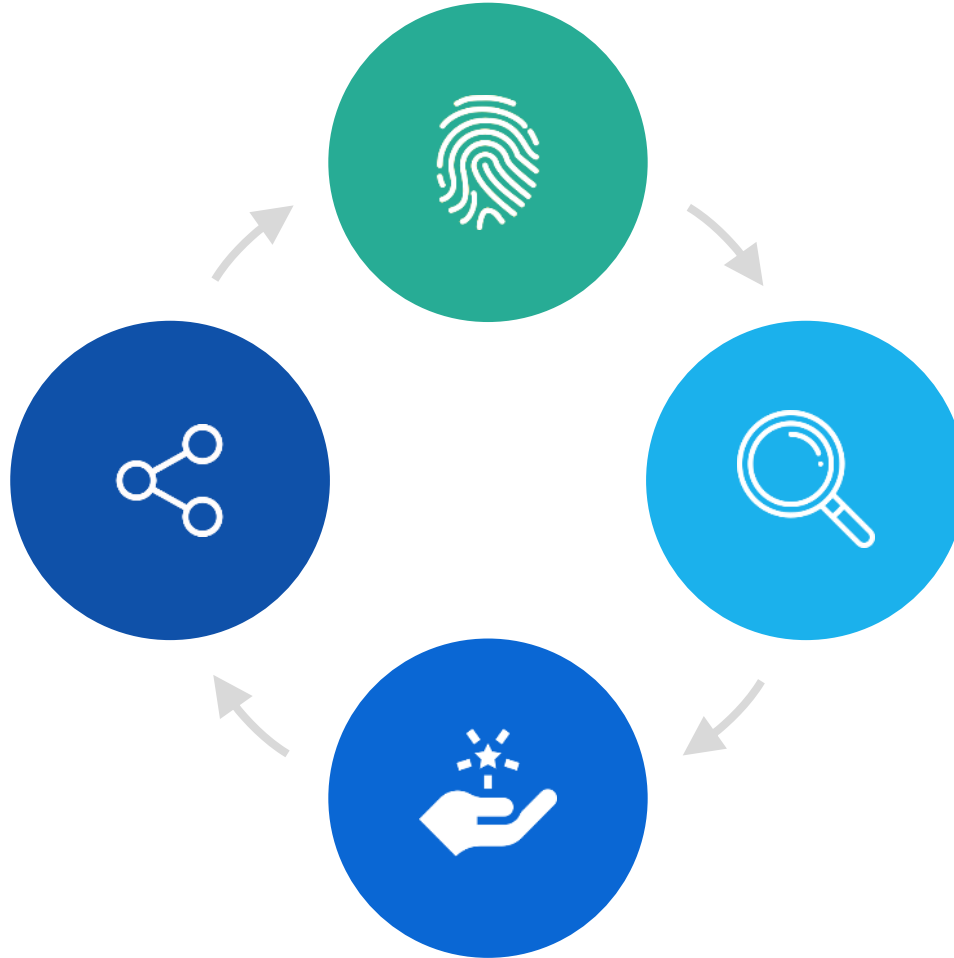
## EINZIGARTIGKEIT

(Eigen)Daten sind verfügbar und in der Form nirgendwo anders zu finden. Sie sind exklusiv



## ONLINE FIRST

Datenbasierte PR-Geschichten schärfen das "Digitale Bild" von Unternehmen und Organisationen.



## TRANSPARENZ

Daten schaffen Transparenz und machen komplexe Themen "anfassbar, nachvollziehbar."

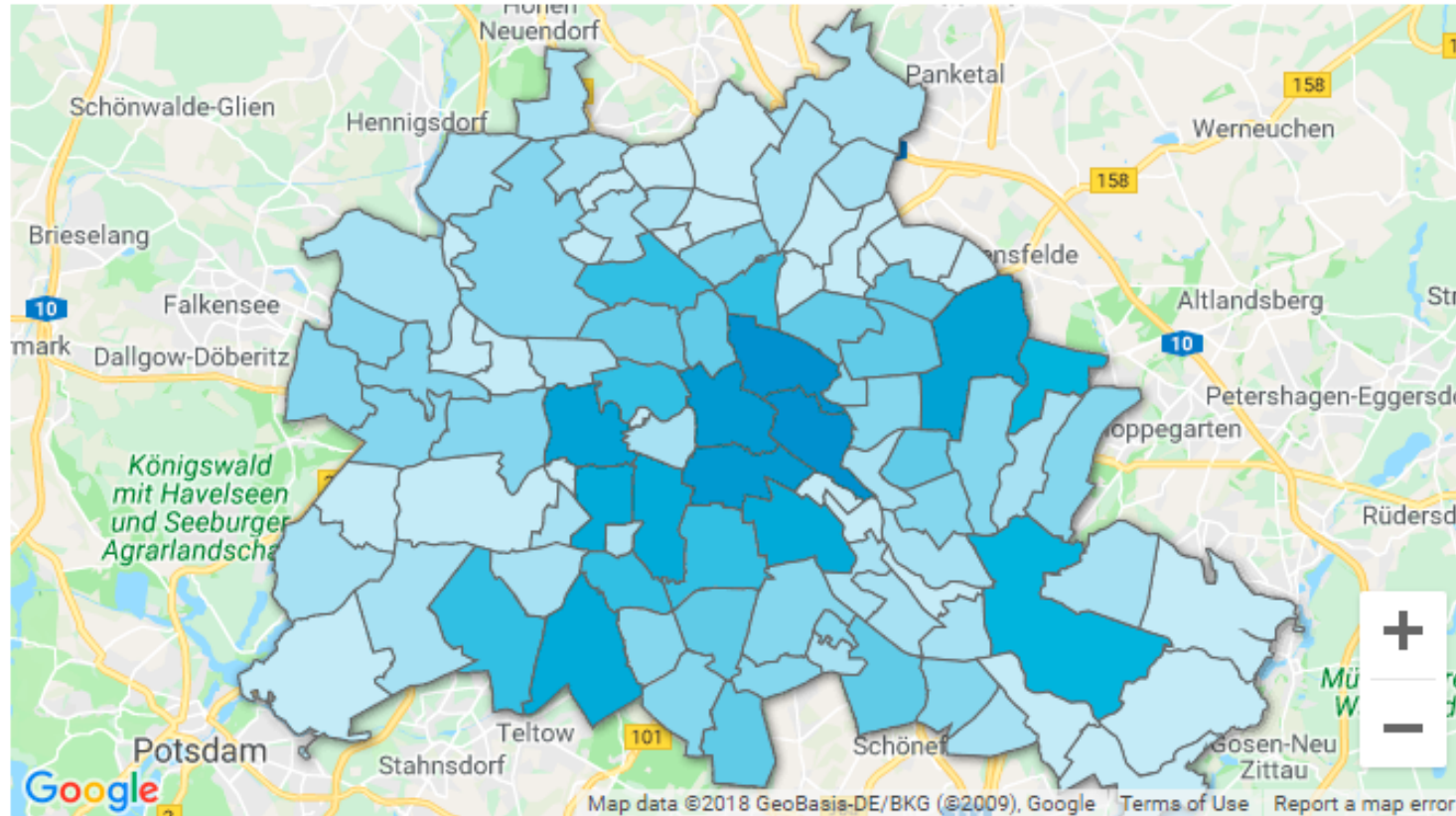


## DIGITALE REPUTATION

Datenbasierte PR-Geschichten sind prädestinierter Online-content, haben eine hohe „Shareability“.



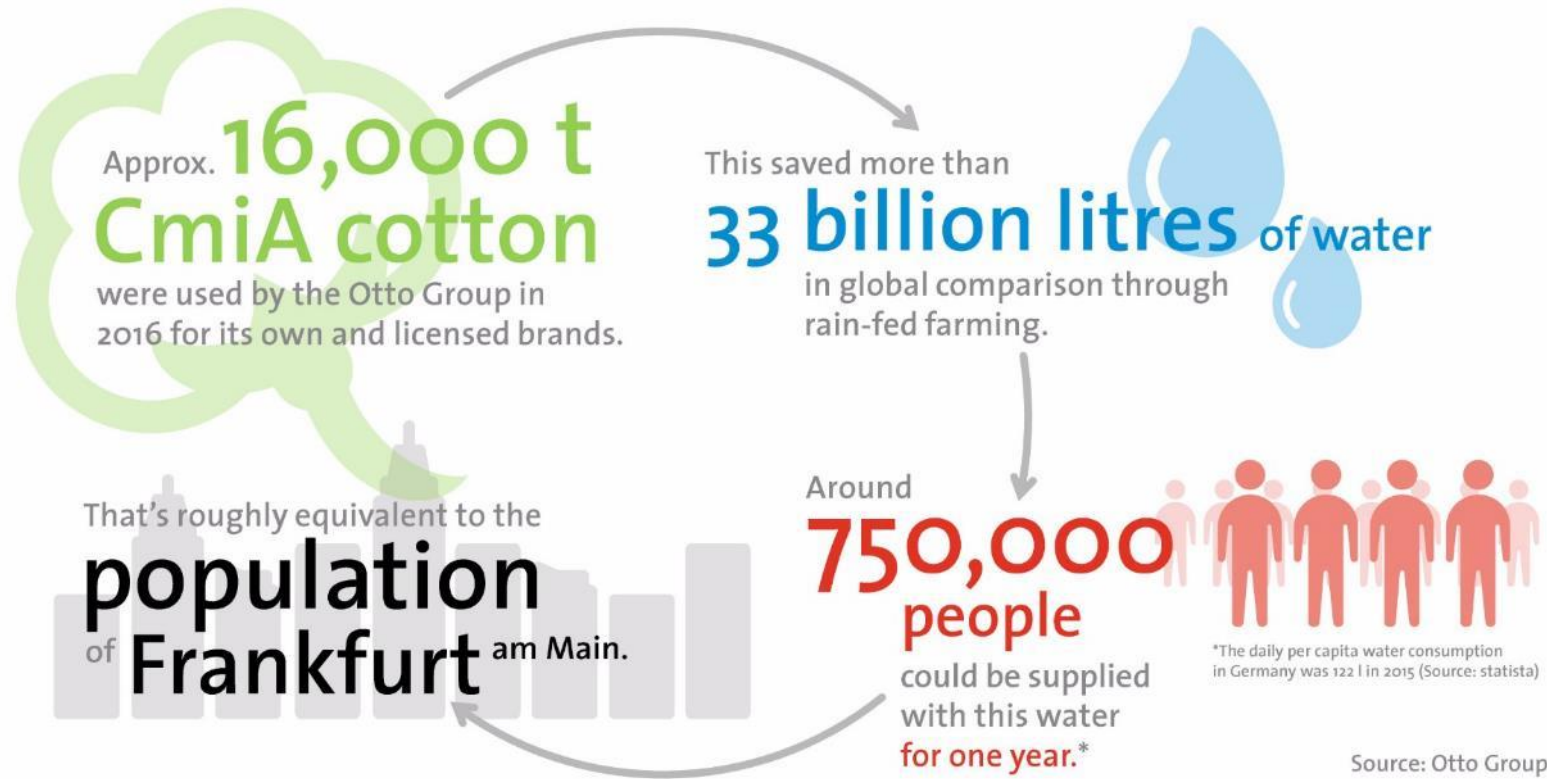
## Berlin: Prenzlauer Berg top, Neukölln flop



Quelle: [newsroom.hermesworld.com/hermes-paketradar-berlin-friedrichshain-ist-neuer-spitzenreiter-bei-paketzustellungen-14153/](https://newsroom.hermesworld.com/hermes-paketradar-berlin-friedrichshain-ist-neuer-spitzenreiter-bei-paketzustellungen-14153/)



## Water saving in 2016 through CmiA cotton



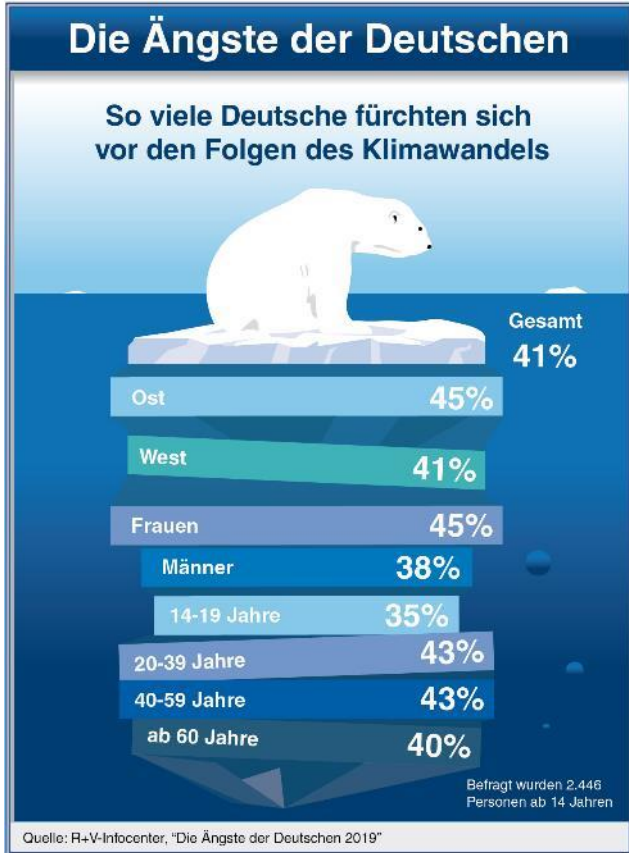
Quelle: [ottogroup.com/en/newsroom/meldungen/Otto-Group-significantly-increases-order-quantity-for-sustainable-cotton-and-saves-33-billion-litres-of-water.php](http://ottogroup.com/en/newsroom/meldungen/Otto-Group-significantly-increases-order-quantity-for-sustainable-cotton-and-saves-33-billion-litres-of-water.php)











### Presseinformationen zur Ängste-Studie 2019

Die R+V-Studie zeigt: Die Deutschen sind 2019 deutlich optimistischer als im Vorjahr. Dennoch bereiten die aktuellen politischen Probleme mehr als jedem zweiten Bundesbürger erhebliche Sorgen. Auf den Spitzenplätzen der repräsentativen Umfrage „Die Ängste der Deutschen 2019“ stehen Zuwanderungsthemen nahezu gleichauf mit den Folgen der Trump-Politik.

[Mehr >](#)



### Grafiken: Die Ängste-Zahlen im Überblick

Spitzenwerte, Rekordtiefs und Vergleiche: Die Grafiken veranschaulichen die Sorgen der Deutschen und zeigen auch, wie sich die Ängste gegenüber dem Vorjahr verändert haben. Außerdem hat das R+V-Infocenter die unterschiedliche Intensität der Sorgen bei Männern und Frauen, in den Altersgruppen und Ost und West sowie Nord und Süd grafisch aufbereitet.

[Mehr >](#)



### Audio-Podcast: Die Highlights der R+V-Studie

Die wichtigsten Ergebnisse in Kürze: Brigitte Römstedt, Leiterin des R+V-Infocenters, erläutert die Highlights der Ängste-Studie 2019.

[Mehr >](#)



### Video: Die Ergebnisse der 28. Ängste-Studie

Szenen von der Pressekonferenz, Interviews und eine Straßenumfrage: Video zur R+V-Studie „Die Ängste der Deutschen 2019“.

[Mehr >](#)



### „Die Ängste der Deutschen“ im Langzeitvergleich

Zwischen Konstanz und Veränderung: Der Langzeitvergleich zeigt die Entwicklung einzelner Sorgen über einen langen Zeitraum – mit interessanten und teilweise erstaunlichen Befunden.

[Mehr >](#)



### Ergebnisse nach Bundesländern

Von B wie Baden-Württemberg bis T wie Thüringen: Wie unterscheiden sich die Ängste im Vergleich der einzelnen Bundesländer? Welche regionalen Besonderheiten gibt es?

[Mehr >](#)

DER TAGESSPIEGEL

R+V-Chef Rollinger über die Ängste der Deutschen 12.11.2019, 06:41 Uhr

## „Die Wähler fürchten, dass die Politiker Probleme nicht mehr sauber lösen“

Die R+V-Versicherung untersucht, was den Bürgern Furcht einjagt. Ein Gespräch über Politik, Bankschließfächer und autonome Busse. VON HEIKE JAHBERG

Deutschlandfunk Kultur

Donnerstag, 03.12.2019 Suchen

Kultur • Politik & Zeitgeschehen • Literatur • Musik • Wissenschaft • Hörspiel & Feature Live Seit 05.03 Uhr Studio 9

STUDIO 9 - DER TAG MIT ... | Beitrag vom 05.09.2019

Stunde „Die Ängste der Deutschen 2019“  
Die neue Gelassenheit

Beitrag hören Podcast abonnieren

MEISTGELESEN MEISTGEHÖRT

1. Evolutionsbiologe über die Zukunft der Erde: „Das Ende der Welt ist näher, als gedacht.“
2. Philosophin über Willensschwäche: Warum wir oft das eine wollen und das andere tun
3. „Zentrum für politische Schönheit“ (Wiederentschulde! - Müde es immer das Spektrum sein?)
4. Gwendolyn Weisser und Patrick Allgauer: Zwei Schwarzwaldler trampeln um die halbe Welt - (Dieser Beitrag ist zwar fertig ab.)
5. Meinungsfreiheit: Versteht die Kunst vor den Moral Apoptosen!

PODCAST

MDR SACHSEN-ANHALT

Startseite Magdeburg Halle Dessau Stendal Politik Sport Wetter MDR SACHSEN-ANHALT

MDR.DE > Sachsen-Anhalt

HALT Woolly Bully von Sa

Studie Vorlesen

## Sachsen-Anhalter sind nicht mehr die ängstlichsten Deutschen

Flüchtlinge, politischer Extremismus, steigende Kosten - das sind nur einige Ängste der Deutschen. Statistisch sind Sachsen-Anhalter ängstlicher als der Bundesschnitt. Immerhin sagt eine Studie: Wir sind nicht mehr die Ängstlichsten.

Freude, Unbeschwingtheit, Lebenslust - so geht es nicht allen Sachsen-Anhaltern, sagt eine aktuelle Studie. Immerhin: Die Gefühlslage im Land ist optimistischer geworden.

Bildrechte: imago/Westend61

Sachsen-Anhalt gehört weiter zu den ängstlichsten Bundesländern, belegt aber deutschlandweit nicht mehr den Spitzenplatz. Zu diesem Ergebnis kommt die Langzeitstudie „Die Ängste der Deutschen“ im Auftrag der R+V-Versicherung. Danach lebt mit 47 Prozent fast jeder zweite Sachsen-Anhalter in Sorge. Das sind 16 Prozent weniger als im Vorjahr, was die größte Verbesserung unter allen Ländern bedeutet.

NEWS & TRENDS

ÜBERSICHT FUN & FACTS FUSSBALL FITNESS & GESUNDHEIT URLAUB OHNE STRESS

...mit 1029 Menschen des Meinungsforschungsinstituts INSA im Auftrag der "BILD"-Zeitung ergeben.

NEWS & TRENDS TEILEN MEHR

## DAS SIND DIE GRÖSSTEN SORGEN DER DEUTSCHEN FÜR 2019

02.11.2019 • 10:49 @Wolke

Krieg, Terror, Klimawandel. Eine exklusive Umfrage der "BILD" zeigt, was die größten Sorgen und Ängste der Deutschen für das Jahr 2019 sind.

ZEIT ONLINE

Politik Gesellschaft Wirtschaft Kultur • Wissen Digital Campus • Arbeit Entdecken Sport ZEITmagazin Podcasts mehr

Angststudie

## German Misstrauen

Die Deutschen fürchten sich viel weniger als vergangenes Jahr. Passt das zur Paranoia am rechten Rand? Vielleicht ja, weil dort andere Affekte die Angst verdrängen.

Ein Essay von **Nils Markwardt**

12. September 2019, 16:07 Uhr / Aktualisiert am 12. September 2019, 16:08 Uhr / 345 Kommentare

Schockschaverenrod Wenn die Deutschen keine Angst mehr haben, liegt es vielleicht am Hass. © GeorgePeters/Getty Images




LinkedIn Economic Graph

Research Resources Blog About

**in**

## The Economic Graph

Creating economic opportunity around the world.  
One member at a time.



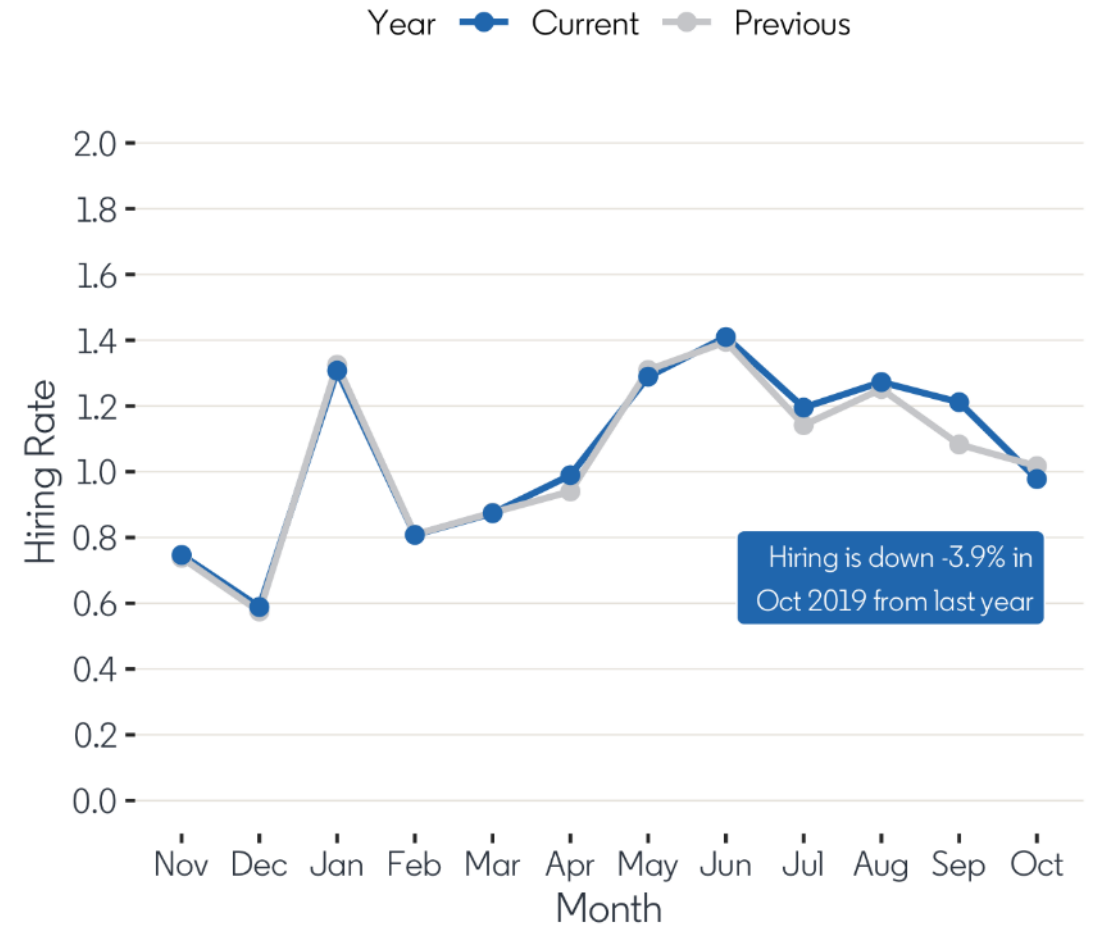
### What is the Economic Graph?

The Economic Graph is a digital representation of the global economy based on over 610 million members, 50 thousand skills, 30 million companies, 20 million open jobs, and 84 thousand schools. In short: it's all the data on LinkedIn.

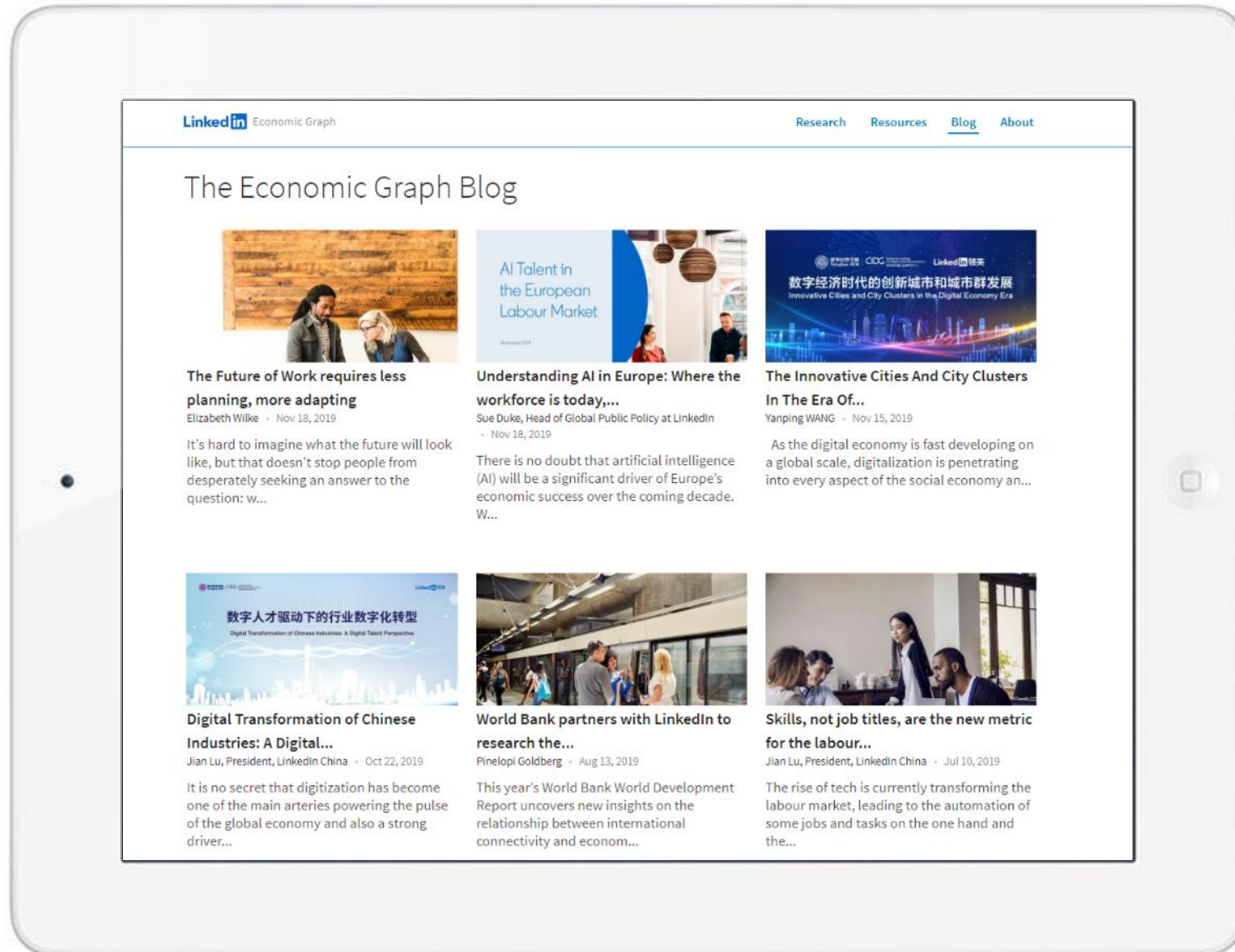
Through mapping every member, company, job, and school, we're able to spot trends like talent migration, hiring rates, and in-demand skills by region. These insights help us connect people to economic opportunity in new ways. And by partnering with governments and organizations around the world, we help them better connect people to opportunities.

## United States Hiring on LinkedIn

November 2019



"Hiring Rate" is the percentage of LinkedIn members who added a new employer to their profile in the same month the new job began, divided by the total number of LinkedIn members in the U.S. By only analyzing the timeliest data, we can make month-to-month comparisons and account for any potential lags in members updating their profiles. This number is indexed to the average month in 2015-2016; for example, an index of 1.05 indicates a hiring rate that is 5% higher than the average month in 2015-2016.



# Highest Wind Energy Producing Countries



2018

World Total: 1 269 953 375

\*Production in Megawatt hour per year

# HITZEWELLE

lässt Suchanfragen nach  
**VENTILATOREN**  
explodieren





**Otto (GmbH & Co KG)** ✓

@otto\_de

Hier twittet das #OTTOCOMMS-Team [otto.me/2X12DD2](https://otto.me/2X12DD2) | Unser Service-Team beantwortet eure Kundenfragen (24/7). [otto.de/impressum](https://otto.de/impressum)

Hamburg

[otto.de](https://otto.de)

Beigetreten März 2009



**Otto (GmbH & Co KG)** ✓

@otto\_de

Folgen

"Liebe Freunde von OTTO" - unser Marketing-Vorstand Marc Opelt hat heute unsere aktuellen Geschäftszahlen vorgestellt und bei **#Facts2Go** über unseren OTTO-Campus geführt. Eine Zusammenfassung gibt's im Video.



2:18 917 Aufrufe

**OTTO-Marketingvorstand Marc Opelt zu den Geschäftszahlen**

Nach der #Facts2Go-Presskonferenz auf dem OTTO-Campus hat OTTO-Vorstand Marc Opelt einen Überblick über die verkündeten News und Zahlen.

04:04 - 28. März 2018

8 Retweets 20 „Gefällt mir“-Angaben



8

20

# DATEN-PR MEETS BILDUNGSMONITORING

WIE KÖNNEN ERGEBNISSE ZIELGRUPPENGERECHT TRANSPORTIERT WERDEN?



## 1x1 DER NACHRICHTENFAKTOREN

### ◆ ZEIT

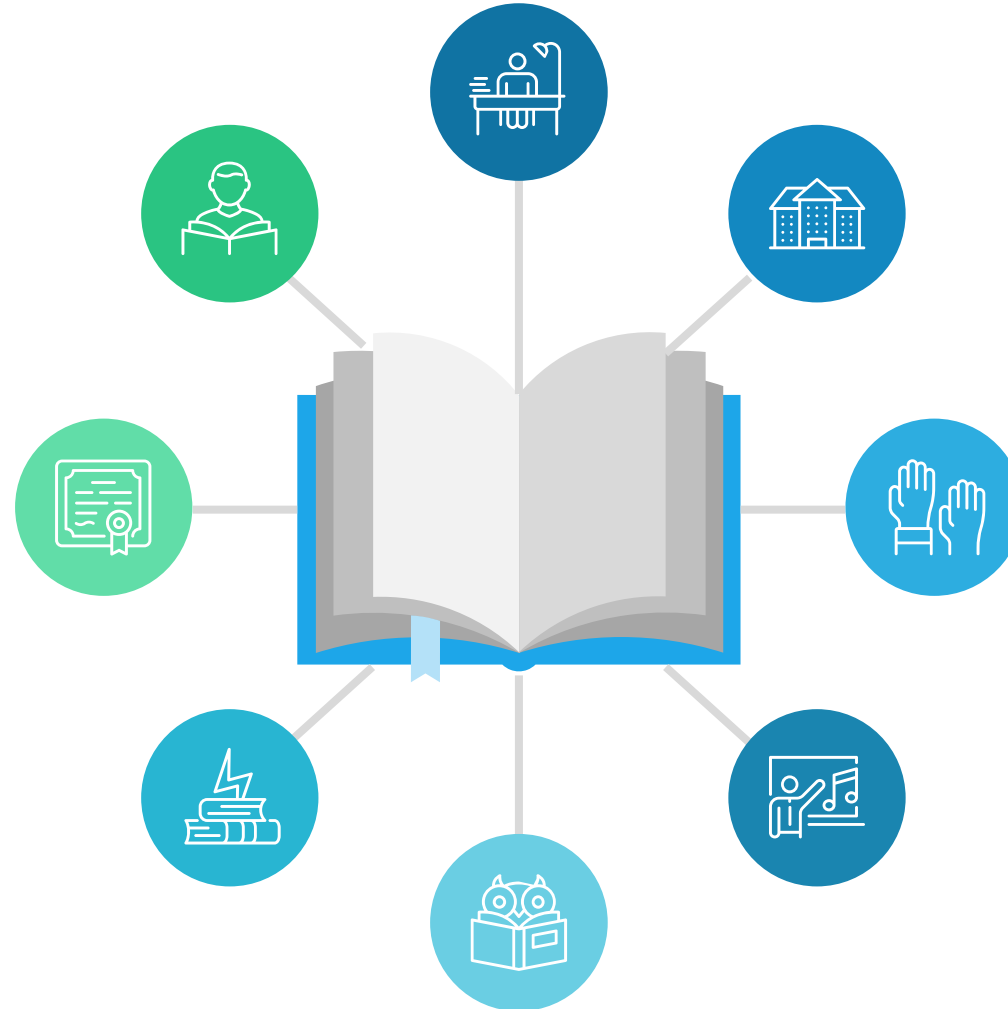
Hier spielen Dauer und Thematisierung des Ereignisses eine Rolle.

### ◆ STATUS

Welche regionale oder nationale Zentralität hat ein Ereignis und welcher persönliche Einfluss oder welche Prominenz steht dahinter?

### ◆ VALENZ

Negativ-Faktoren wie Konflikt, Kriminalität, Schaden; oder im Gegensatz: Erfolg.



### ◆ NÄHE

Wie nah ist uns das Ereignis räumlich, aber auch politisch und kulturell, wie relevant ist das Ereignis für uns bzw. inwiefern sind wir betroffen?

### ◆ DYNAMIK

Ist das Ereignis eine Überraschung, hat es eine einfache oder komplexe Struktur?

### ◆ IDENTIFIKATION

Gibt es bei dem Ereignis bestimmte Personalisierungen, Ethnozentrismus (inwiefern ist die eigene Bevölkerung betroffen)?

VON DER KUNST DES (DATEN)PERLENTAUCHENS



[www.APVSub.com](http://www.APVSub.com)



## Datenperle #1

Der Atlas: Aufbereitung regionalisierbarer Daten zu Bildungsrelevanten Themen (z.B. MINT-Förderung, Studienabbrüche, Jugendarbeitslosigkeit); Darstellung als Karte.

## Datenperle #2

Der Index: Kennziffer auf Grundlage bestimmter Merkmalswerte, die Trends und Entwicklungen aufzeigt (z.B. Digital Readiness, Diversity-Score).

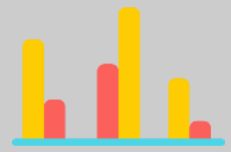
## Datenperle #3

Typologien: Klassifikation von Personen nach Gruppen auf Grundlage bestimmter sozialer Parameter (z.B. Bildungsgrad, Alter, Geschlecht).

## Datenperle #4

Die Infografik: Effiziente Vermittlung von Fakten mit Fokus auf Klarheit, Genauigkeit und Anschaulichkeit (z.B. Bildungsbericht kompakt).

# Bildungsbericht



## Datenperle #5

Das Barometer: Statistisches Messinstrument zur Erfassung aktueller Stimmungen und Trends (siehe ifo Bildungsbarometer).

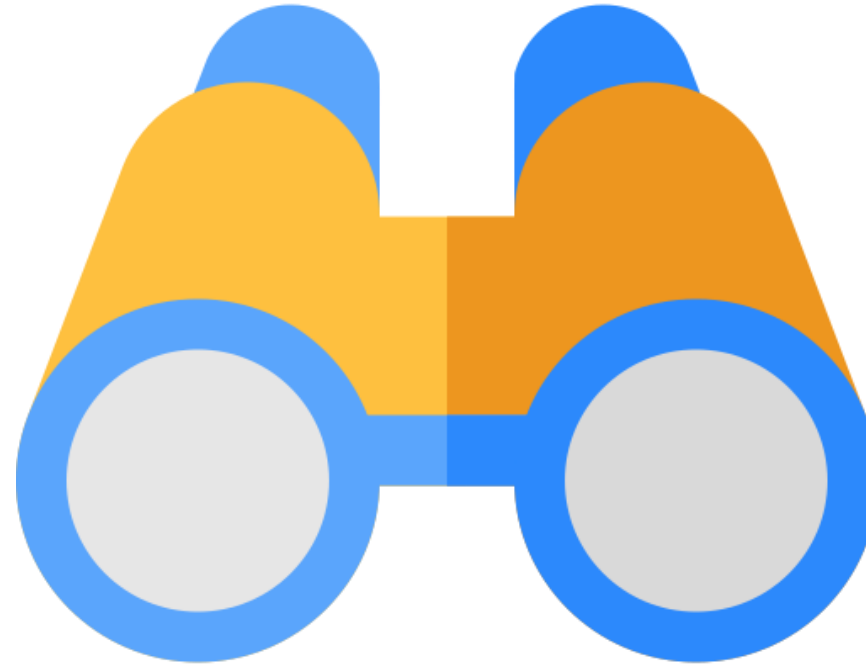
# AUSBLICK

Vom Monitorer zum Daten-PR-Supporter

◆ **GESCHICHTE HINTER  
DEN DATEN ERKENNEN**

◆ **DENKEN SIE  
OUTSIDE THE BOX**

◆ **NUTZEN SIE TREND-  
PROGNOSE-TOOLS**



◆ **DENKEN SIE IN BILDERN**

◆ **KLEIN, ABER MUTIG ANFANGEN**

◆ **GEHEN SIE  
MIT IHREN PR-KOLLEG\*INNEN  
MAL EINEN KAFFEE TRINKEN**



**VIELEN DANK  
FÜR IHRE  
AUFMERKSAMKEIT!**



**DO SOMETHING GREAT**

Backup

## Datenjournalismus

vs.

## Daten-PR



Primär Drittdaten



Unter Berücksichtigung geltender Gesetze zur Presse- und Informationsfreiheit



Globale Vernetzung von Datenjournalisten untereinander (Crowdsourcing)



Investigativ



Ggf. Crowdsourcing bei der Auswertung von Daten



Primär Eigendaten, sekundär Drittdaten



Unter Berücksichtigung geltender Regelwerke zum Umgang mit selbst erhobenen Datensätzen bzw. Datenschutzrichtlinien vom Gesetzgeber



Interne Vernetzung mit relevanten Fachbereichen oder Einzelexperten



Reputationsfördernd



Ggf. Hinzunahme von (internen) Dienstleistern bei der Auswertung von Daten

 VENNGAGE

Datawrapper

infogram

visualising  
data



visually

easel.ly



**Piktochart**  
make information beautiful

**Flourish** 



  
visme™

