



Data Storytelling im öffentlichen Sektor

Weiterbildungskurs

06. – 08. Dezember 2023, Zürich

Zahlen, Daten & Fakten wirkungsvoll kommunizieren

Finanzinformationen und Datenberichte dienen als wichtige Informationsquellen und liefern zentrale Entscheidungsgrundlagen. Sie sind jedoch häufig von einem hohen Detailgrad und technischer Komplexität gekennzeichnet, was ihre Verständlichkeit und somit ihren Nutzen beeinträchtigt. Die Instrumente der Finanzkommunikation helfen dabei, die Kernbotschaften aus Zahlen, Daten & Fakten in sprachliche und visuelle Narrative zu verpacken und wirkungsvoll zu kommunizieren.

In dieser Weiterbildung sollen Menschen, die mit Finanzinhalten und Daten arbeiten, dazu befähigt werden, auch Personen mit wenig ausgeprägter Finanzaffinität zu erreichen. Insbesondere im öffentlichen Sektor sind die Adressat*innen von Finanzinformationen sehr divers und reichen von Bürger*innen, Medienvertreter*innen, Investor*innen, Shareholdern von öffentlichen Unternehmen bis hin zu

Regierungsverantwortlichen und anderen Entscheidungstragenden. Eine verbesserte Verständlichkeit komplexer Sachverhalte ist auch für interne Kommunikation von zentraler Bedeutung, da Finanz- und Analyseabteilungen von Behörden und Unternehmen ihr Management bestmöglich unterstützen können sollen.

Data Storytelling baut dabei auf der Kunst des Geschichtenerzählens auf, um finanzielles Expertenwissen einem breiteren Publikum klar und verständlich näher zu bringen. Somit kann Finanzkommunikation nicht nur einen wesentlichen Beitrag zur fundierten Entscheidungsfindung, sondern auch zur Verbesserung der Rechenschafts- und der Informationsfunktion des öffentlichen Finanzmanagements leisten, als auch den gesellschaftlichen Nutzen insgesamt erhöhen.

Wir wollen Teilnehmende dazu befähigen

- Finanzinformationen und komplexe Sachverhalte einfach und klar zu kommunizieren.
- aus Zahlen, Daten & Fakten Kernbotschaften zu destillieren, Narrative zu entwickeln, und Bildsprache unterstützend einzusetzen.
- ihre Zielgruppe zu verstehen, um Finanzinformation entscheidungsrelevant und adressatengerecht aufzubereiten.
- nicht nur externe, sondern auch die interne Kommunikation zu verbessern und somit die Reichweite, als auch den Wirkungsgrad der eigenen Arbeit zu erhöhen

Der Kurs richtet sich an

- Mitarbeiter*innen in Finanz- oder Analyseabteilungen, primär im öffentlichen, aber auch im privaten Sektor
- Mitarbeiter*innen in der Finanz- und Steuerverwaltung
- Statistiker*innen und Ökonom*innen
- Controller*innen, Rechnungsprüfer*innen & Finanzmarktaufseher*innen
- Kommunikationsverantwortliche in Regierungen, Behörden & öffentlichen Unternehmen
- Exekutiv-Politiker*innen & Finanzvorstände
- Beratungsunternehmen

Für diesen Kurs ist kein spezifisches Vorwissen erforderlich.

Der Kurs besteht aus Theorie und Praxis und schließt mit einer Teilnahmebestätigung ab.

Die Dozierenden sind profilierte Expert*innen auf ihren jeweiligen Fachgebieten.

Kursaufbau & Inhalte

Session 1.

Data Storytelling: Kommunikation im öffentlichen Finanzmanagement



Dozierende

Christoph Schuler

Stv. Leiter der Fachstelle für öffentliches Finanzmanagement, ZHAW-SML

Peter Sinelli

Projektleiter & Dozent,

Fachstelle für öffentliches Finanzmanagement, ZHAW-SML

Beschreibung

- Problemaufriss. Bedeutung und Stellenwert der Finanzkommunikation im öffentlichen Sektor.
- Data Storytelling. Kommunizieren numerischer Inhalte mithilfe von Narrativen und Visualisierungen.
- Erkenntnisgewinn erzielen. Wie Data Storytelling zum Verständnis von Finanzinformationen beiträgt.
- Aufbau und Storyline des Kurses.

Session 2.

Wahrnehmung: Psychologische Faktoren der Finanzkommunikation



Dozierender

Kurt Ackermann

Stv. Zentrumsleitung Fachstelle Behavioral Marketing, ZHAW-SML

Beschreibung

- Wahrnehmungspsychologische Grundlagen der Informationsaufnahme und -verarbeitung. Verständnis der Wahrnehmung als aktiven Vorgang.
- Implikationen aus der Verhaltensökonomie für die Finanzkommunikation. Alles ist relativ - wie die gleiche Information unterschiedlich wirken kann.
- Spezifische Phänomene und Effekte im Zusammenhang mit der Kommunikation quantitativer Informationen verstehen und berücksichtigen.

Selbsterfahrung

Die Teilnehmenden lernen mittels Selbsterfahrung, wie die Kommunikation von Daten, Zahlen und komplexen Inhalten wahrgenommen wird, und erlangen ein tieferes Verständnis für die Bedürfnisse ihrer verschiedenen Zielgruppen.

Session 3.

Von der Zahl zur Botschaft: Adressatengerechte Sprache



Dozierender

Peter Sim

Investigativ- und Datenjournalist, Dossier

Beschreibung

- In Botschaften denken. Aus technischen Informationen, Zahlen & Daten kohärente Kernbotschaften destillieren.
- Komplexität reduzieren. Einsatz einer einfachen, nicht-technischen Sprache, um Finanzinformationen adressatengerecht aufzubereiten.
- Erklären versus beschreiben. Einnehmen eines erklärenden Ansatzes, um die wesentlichen Inhalte zu kontextualisieren und effektiv zu transportieren.

Workshop

Die Teilnehmenden lernen den Einsatz von Sprache, indem Sie mittels Titel und Teaser zu komplexen Themen eine Botschaft entwickeln, die Spannung und Interesse der jeweiligen Zielgruppe erzeugen.

Session 4.

Erzeugen von Emotionen: Storytelling und Dramaturgie



Dozierende

Fridolin Brand

Creative Director und CEO, VerVieVas Erklärvideos und Storytelling

Beschreibung

- Einführung in das Storytelling. Bausteine und Dramaturgie von Ur-Erzählmustern.
- Die Kraft des Narrativen. Technische Inhalte emotionalisieren, um Zielgruppen besser anzusprechen und Erkenntnis zu fördern.
- Aufbau eines Handlungs bogens. Einsatz von Storytelling-Mustern üben.

Workshop

Die Teilnehmenden üben mittels Ansätze aus dem Improvisationstheater Erzählstränge aufzubauen und Geschichten zu entwickeln.

Session 5.

Bildsprache einsetzen: Datenvisualisierung und Infografiken



Dozierender

Peter Sim

Investigativ- und Datenjournalist, Dossier

Beschreibung

- Visualisierungsmethoden und -typen. Einführung in Datenvisualisierungen und Infografiken, sowie Übersicht über aktuelle Tools.
- Kodierung von Daten. Anwendung von visuellen Variablen wie Form, Farbe, Größe, Richtung, und Position.
- Visual Storytelling. Mittels Visualisierungen und Infografiken Daten und ihre dazugehörigen Botschaften bildlich verknüpfen.

Workshop

Die Teilnehmenden entwickeln eine visuelle Geschichte und kreieren ein Konzept für eine Datenvisualisierung oder Infografik – angelehnt an ein Thema aus ihrem Arbeitsalltag.

Session 6.

Ideenwerkstatt



Dozierende

Christoph Schuler

Stv. Leiter der Fachstelle für öffentliches Finanzmanagement, ZHAW-SML

Peter Sinelli

Projektleiter & Dozent, Fachstelle für öffentliches Finanzmanagement, ZHAW-SML

Marc Schadegg

Creative Director, Agentur Koch

Christoph Mandl

Leiter Unternehmenskommunikation bei der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft mbH (FFG)

Beschreibung

- Visualisierungsmethoden und -typen. Einführung in Datenvisualisierungen und Infografiken, sowie Übersicht über aktuelle Tools.
- Kodierung von Daten. Anwendung von visuellen Variablen wie Form, Farbe, Größe, Richtung, und Position.
- Visual Storytelling. Mittels Visualisierungen und Infografiken Daten und ihre dazugehörigen Botschaften bildlich verknüpfen.

Workshop

Was kann ich mitnehmen in meine eigene Welt? Schmieden von Ideen für den eigenen Arbeitsbereich, Entwicklung von oder Reflexion bestehender Kommunikationskampagnen. Gruppendiskussion unter Begleitung von Expert*innen.

EXPERTEN-VORTRÄGE

Der Weiterbildungskurs Data Storytelling bietet nebst den 6 Sessions, Experten-Vorträge an. Diese Vorträge vermitteln den Wissenstransfer in die Praxis. Lassen Sie sich von Experten und Expertinnen inspirieren, die innovative und großartige Ideen entwickeln, ausarbeiten und im Daily-Business umsetzen.

Praxisinput

Christoph Mandl

Leiter Unternehmenskommunikation beider Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft mbH (FFG)

Wie man Jahresberichte auch anders gestalten kann.

Christoph Schuler

Stv. Leiter Fachstelle für öffentliches Finanzmanagement, ZHAW-SML

Digitale und interaktive Jahresberichterstattung für Schweizer Gemeinden und Städte

Marc Schadeegg

Creative Director, Agentur Koch

Dozierende & Expert*innen



Christoph Schuler

Co-Programmverantwortlicher

Christoph Schuler ist stellvertretender Leiter der Fachstelle für öffentlichen Finanzmanagement an der ZHAW Institut für Verwaltungs-Management. Als Projektleiter in nationalen und internationalen Kontext arbeitet er über alle Verwaltungsstufen hinweg in unterschiedlichen Bereichen der öffentlichen Finanzen. Die aktuellen Projekte begleiten Vorhaben der Finanzkommunikation, die Umsetzung von Reformen, sowie die fachliche Aus- und Weiterbildung. Christoph Schuler studierte Betriebswirtschaft mit Schwerpunkt Public Management an der Hochschule Luzern und der ZHAW.



Peter Sinelli

Co-Programmverantwortlicher

Peter Sinelli ist Dozent am ZHAW Institut für Verwaltungs-Management mit dem Schwerpunkt Public Finance, Public HR und strategisches Management. Er ist ein leidenschaftlicher Public Management Experte und arbeitete vor seiner Tätigkeit an der ZHAW bei der SBB Infrastruktur und der Abteilung Finanzen des Kantons Aargau. An beiden Orten leitete er bedeutende und komplexe Reformprojekte, deren Inhalte für die verschiedensten Anspruchsgruppen (u.a. Regierungsmitglieder, Management oder Bevölkerung) in simpler, präzisier und nachvollziehbarer Art und Weise aufbereitet werden mussten. Zuvor promovierte Sinelli an der Universität Bern im Personalmanagement des öffentlichen Sektors und studierte an der Universität St. Gallen International Affairs and Governance.



Kurt Ackermann

Kurt Ackermann ist Dozent für Marketing mit Schwerpunkt Psychologie und Verhaltensökonomie sowie stellvertretender Leiter der Fachstelle für Behavioral Marketing am ZHAW Institut für Marketing Management. Nach dem Studium der Psychologie promovierte er an der ETH Zürich im Bereich Entscheidungstheorie und verhaltensorientierte Spieltheorie. Vor seiner Tätigkeit an der ZHAW arbeitete er unter anderem als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der ETH Zürich und als Consultant beim Beratungsunternehmen FehrAdvice & Partners AG, welches im Bereich von verhaltensökonomischen Anwendungen führend ist.



Peter Sim

Peter Sim ist Investigativ-Journalist und leitete die Abteilung Datenjournalismus bei Dossier, der vielfach preisgekrönten unabhängigen Rechercheplattform mit Sitz in Wien, Österreich. Vor seiner journalistischen Karriere arbeitete der studierte Ökonom als wissenschaftlicher Mitarbeiter beim österreichischen Statistischem Bundesamt Statistik Austria. Heute unterrichtet Sim Datenjournalismus an der Axel Springer Akademie und der FreeTech Academy in Berlin, dem Forum Journalismus und Medien und der Österreichischen Medienakademie in Wien, der Fachhochschule Joanneum in Graz und gibt Data Storytelling Workshops, unter anderem für die Österreichische Finanzmarktaufsicht und dem Bundesministerium für Finanzen.



Fridolin Brand

Fridolin Brand ist als Creative Director & CEO der Kreativkopf der ersten Stunde von VerVieVas. Er verfügt über Know-How aus verschiedensten Bereichen wie Illustration, Design und Programmierung, die er tagtäglich in seiner Arbeit umsetzt. Er gibt Workshops in den Bereichen strategisches Branding, Visual Communication und der Visualisierung von Zielbildern & Visionen von Unternehmen und begleitet Unternehmen beim Erreichen ihrer Kommunikationsziele. Er überzeugt durch sein souveränes Auftreten und ist selbst immer am Optimieren, um die perfekte Basis für B2B Kommunikatoren der Zukunft zu schaffen, die mit starker Story und Marke am Markt überzeugen wollen.



Christoph Mandl

Christoph Mandl ist ein Kommunikationsprofi mit über 15 Jahren Erfahrung in verschiedenen Industrien. Seit März 2023 ist er Leiter Unternehmenskommunikation der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft FFG. Davor war er Vorstand für Kommunikation beim Österreichischen Patentamt. In dieser Rolle hat er unter anderem den ersten Chatbot im Dienst der Republik Österreich verantwortet.



Marc Schadegg

Marc Schadegg ist Creative Director und Mitinhaber der Agentur Koch. Als Leiter der Kreation, führt und begleitet er regionale und nationale Unternehmen durch die Herausforderungen der Kommunikation. Mit seiner gestalterischen und strategischen Expertise kombiniert er in Markenentwicklung und Markenführung die interdisziplinären Leistungen der Agentur da, wo nötig. Verknüpft analoge, und digitale Disziplinen zielführend und sorgt mit hoher Gestaltungskraft für erfolgreiche Lösungen am Markt.

Informationen & Kontakt

Veranstalter

Fachstelle für öffentliches Finanzmanagement
ZHAW Institut für Verwaltungs-Management

Datum

6.-8. Dezember 2023
13 Kontaktlektionen (5 Halbtage)

Durchführungsort

ZHAW, Gebäude ZL
Lagerstrasse 41
8004 Zürich

Kurskosten

CHF 2'300.00



Weitere Informationen & Anmeldung

<https://www.zhaw.ch/de/sml/weiterbildung/detail/kurs/wbk-data-storytelling-im-oeffentlichen-sektor/>



Rückfragen gerne an

scrw@zhaw.ch
Mirjam Schwarz

