



# 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 die interne Kommunikation von zentraler Bedeutung, damit Finanz- und Analyseabteilungen von Behörden und Unternehmen ihr Management bestmöglich unterstützen können.

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. Dies schafft einen Mehrwert für die Gesellschaft als Ganzes.

## 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 die externe, sondern auch die interne Kommunikation zu verbessern und damit sowohl 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
- Kommunikationsverantwortliche in Regierungen, Behörden & öffentlichen Unternehmen
- Exekutiv-Politiker:innen
- 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,

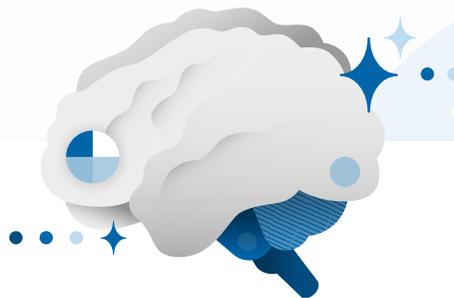
Fachstelle für öffentliches Finanzmanagement, ZHAW-SML

#### 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. Leitung 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



#### Dozierender

**Tana Sehorst**

Lead Storytellerin,  
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 erarbeiten ein eigenes Narrativ für ein Thema aus ihrem Arbeitsalltag oder basierend auf der in Session 3 entwickelten Botschaft

## 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, 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 Fachstelle für öffentliches Finanzmanagement, ZHAW-SML

##### Peter Sinelli

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

#### Beschreibung

- Entwicklung neuer Ideen und deren Umsetzung im eigenen Arbeitsbereich mithilfe von Data Storytelling-Techniken.
- Reflexion und mögliche Optimierung bestehender Kommunikation durch den Einsatz von Data Storytelling.
- Inspiration durch Praxisinputs und Gruppendiskussionen um innovative und grossartige Ideen zu entwickeln, auszuarbeiten und im täglichen Geschäft umzusetzen.

#### 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.

# Dozierende & Experten



**Christoph Schuler**

Co-Programmverantwortlicher

Christoph Schuler ist stellvertretender Leiter der Fachstelle für öffentlichen Finanzmanagement am Institut für Verwaltungs-Management der ZHAW. 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 Institut für Verwaltungs-Management der ZHAW 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, präziser und nachvollziehbarer Art und Weise aufbereitet werden mussten. Zuvor promovierte Peter 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 Institut für Marketing Management der ZHAW. 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 Peter 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.



## Tana Sehorst

Tana Sehorst ist studierte Betriebswirtin und Ökonomin - trotzdem hat es sie in die Kreativbranche verschlagen. Dort geht sie seit 2013 komplexen Themen auf den Grund: In ihrer Rolle als Lead Storytellerin bei der VerVieVas GmbH, ist es ihre Aufgabe komplizierte Sachverhalte in verständliche und unterhaltsame Geschichten zu verwandeln. Egal ob Industrie, Finanzen, Telekommunikation, Medizin oder öffentliche Institutionen: Sie ist überzeugt, dass man aus allem eine spannende Geschichte machen kann, die den Menschen die Freude am Entdecken, Erklären und Verstehen des Themas gibt.

# Informationen & Kontakt

## Veranstalter

Fachstelle für öffentliches Finanzmanagement  
ZHAW Institut für Verwaltungs-Management

## Datum

13. - 15. November 2024  
13 Kontaktlecturen (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

[mirjam.schwarz@zhaw.ch](mailto:mirjam.schwarz@zhaw.ch)  
Mirjam Schwarz

