

Ergebnisbericht – „Titel der Studie“

Autor(en)

Info

Alle kursiv geschriebenen Texte dienen der Information, was Sie in Ihrem Ergebnisbericht ungefähr schreiben bzw. dokumentieren sollten. Das heißt, die kursiv geschriebenen Texte sollten durch Angaben von Ihnen ersetzt werden.

Sie finden zunächst immer eine beschreibende bzw. erklärende Folie und im Anschluss eine Beispielfolie. (Diese dient der Orientierung für Sie und muss selbstverständlich nicht genau so umgesetzt werden.)

Aufbau/Inhalt

1. Zielsetzung und Fragestellungen
2. Methode und Vorgehensweise
3. Ergebnisse
4. Fazit
5. Ggf. Quellen
6. Ggf. weiterführende Informationen
7. Kontakt

1. Zielsetzung und Fragestellungen

Zielsetzung und Fragestellungen

*Bitte beschreiben Sie hier stichwortartig den **Projekthintergrund sowie Zielsetzung und Fragestellungen** Ihres Projektes.*

- *Gerne können Sie das Projekt(-ziel) zunächst **allgemein** beschreiben.*
- *Wir freuen uns auch über die Auflistung **spezifischer Forschungsfragen** zu einzelnen Themenkomplexen innerhalb der Studie.*

Zielsetzung und Fragestellungen



Beispiel

Die Studie analysiert die Wahrnehmung von StudiQUEST durch die Panelmitglieder sowie deren Teilnahmemotivation. Im Detail wurden die folgenden Fragestellungen untersucht:

- **Kommunikation mit den Panel-Mitgliedern**
 - Wie wurden die Panelmitglieder auf StudiQUEST aufmerksam und wie werden die Werbemaßnahmen bewertet?
 - Wie wird das Panel-Portal bewertet und was sind Erwartungen und Wünsche an die künftige Kommunikation und das Panel-Portal?
- **Studierenden-E-Mail-Account und Umfrageverhalten**
 - Wie nutzen die Studierenden Ihre E-Mail-Adresse der Hochschule?
 - Wie bewerten die Studierenden die bisherige Anzahl der Befragungseinladungen an Ihr Hochschulpostfach und wie häufig haben sie teilgenommen?
- **Beweggründe für die Teilnahme und Interessensfelder**
 - Was sind die Gründe für die Teilnahme an StudiQUEST?
 - Welche Themenfelder sind von Interesse?
 - Wie werden die Prämien bewertet?

2. Methode und Vorgehensweise

Methode und Vorgehensweise

*Bitte beschreiben Sie hier stichwortartige Ihre **Methode/Vorgehensweise**.*

Hierbei wünschen wir uns – sofern vorliegend – Informationen zu:

- *Zielgruppe der Studie*
- *Rekrutierung der Teilnehmer/innen
(ausschließlich über StudiQUEST oder auch über andere Kanäle?)*
 - *Anzahl der eingeladenen Personen*
 - *Realisierte Stichprobe*
 - *Rücklaufquote*
- *Dauer der Befragung*
- *Befragungszeitraum*
- *Ggf. Grund für die Durchführung der Studie (z.B. Abschlussarbeit, Projekt im Rahmen der Vorlesung „xyz“) sowie Ihren Studiengang und Betreuer/in*
- *Ggf. Aufbau des Fragebogens und Besonderheiten (z.B. zwei analoge Zweige, besondere Filterführung)*



Methode und Vorgehensweise

- **Zielgruppe:** Panelmitglieder von StudiQUEST
(aktive und ehemalige Studierende der HS Pforzheim)
- **Rekrutierung:**
 - 288 Einladungen zur Umfrage
(alle zu diesem Zeitpunkt registrierten StudiQUEST-Mitglieder)
 - 191 Beteiligungen an der Umfrage
→ 66,3 % Rücklauf
- **Befragungszeitraum:** 11.09.2015 – 31.10.2015
(vergleichsweise lange Feldzeit wegen Start in vorlesungsfreier Zeit)
- **Befragungsdauer:** ca. 10 Minuten

Es handelt sich hierbei um die **Erstbefragung** im Studierenden-Panel, u.a. mit folgenden Zielen: Untersuchung der Wahrnehmung von StudiQUEST und der Teilnahmemotivation der Panelisten.

3. Ergebnisse

Ergebnisse

Bitte stellen Sie im Folgenden Ihre zentralen Ergebnisse dar.

Dazu gehören

- **Demografische Angaben** (sofern für das Thema relevant bzw. wenn damit Gruppenvergleiche durchgeführt werden)
- **Inhaltliche Ergebnisse** zu Ihrem Studienthema (jedoch nur relevante Ergebnisse, die der Beantwortung der Fragestellung dienen)

Gerne können Sie hierfür grafische Darstellungen (Diagramme, Tabellen, SmartArts) verwenden. Bitte erläutern Sie dabei kurz die jeweiligen Grafiken, indem Sie deren Kernaussagen stichwortartig festhalten (nicht nötig bei demografischen Angaben). Eventuell kann es auch hilfreich sein, relevante Werte in einem Diagramm zu markieren oder auf andere Weise hervorzuheben.

Bedenken Sie bitte bei der Aufbereitung der Ergebnisdarstellung, dass die Leser/innen Ihres Ergebnisberichts nicht mit Ihrem Studienthema oder Ihren Auswertungsmethoden vertraut sind!

Ergebnisse

Bitte achten Sie für eine **vollständige Beschreibung** auf folgende Dinge:

- *Fragetext möglichst genau abbilden bzw. eine klare Beschreibung der Frage (z.B. als Überschrift des Diagramms oder am unteren Rand der Folie)*
- *Beschriftung der Achsen bei Diagrammen*
- *Ggf. Beschriftung und Angabe von Kategorien oder Skalen bei Diagrammen mit Gruppenvergleichen oder Skalenwerten (z.B. als Farb-Legende, in der Achsenbeschriftung des Diagramms oder am unteren Rand der Folie)*
 - *Achtung bei Gruppenvergleichen mit verschieden großen Gruppen: absolute Zahlen sind hier wenig aussagekräftig, lieber mit %-Angaben arbeiten und Anzahl der Fälle je Gruppe angeben*
 - *Bei der Darstellung von Verteilungen bei Skalenfragen gerne auch den Mittelwert angeben*
- *Angabe, welche Werte im Diagramm dargestellt werden (z.B. absolute oder relative (%-) Daten, Mittelwerte, ..)*
 - *Bei der Nutzung relativer Daten: Angabe der Anzahl der Fälle „n= xx“*

Ergebnisse

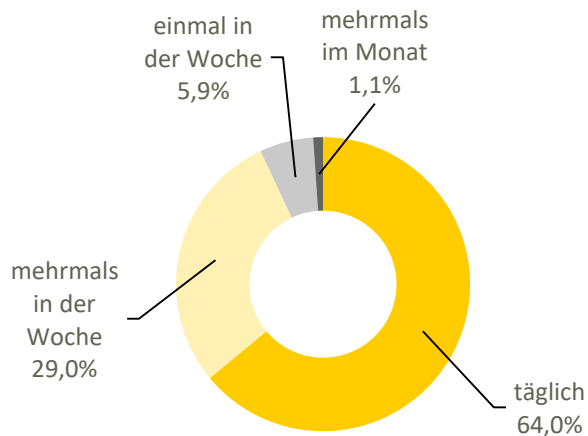


Hochschul-Mail-Account

Die Hochschuladresse wird von den meisten Befragten sehr aktiv genutzt. 93 Prozent rufen ihre Hochschulmails mehrmals in der Woche (29%) oder gar täglich (64%) ab.

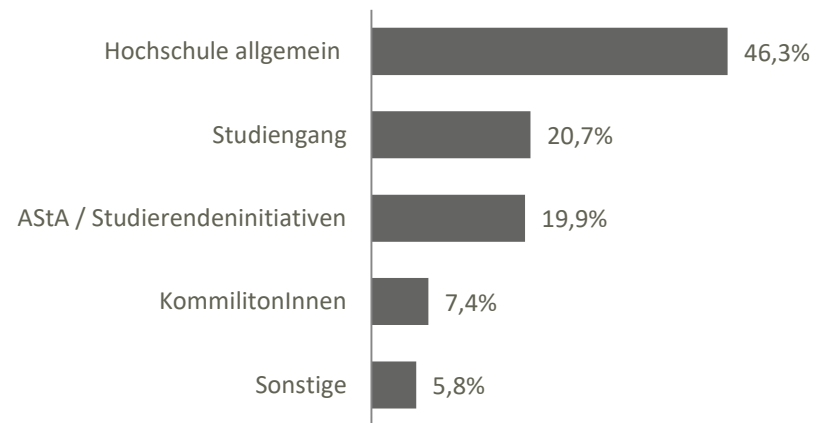
Knapp die Hälfte der E-Mails (45,8%) an diese Adresse kommen von der Hochschule allgemein – darunter fallen u.a. Befragungen, Prüfungsamt, Rektorat und Bibliothek. Mit jeweils rund 20 Prozent folgen der jeweilige Studiengang sowie Studierendeninitiativen und der AStA.

Wie häufig rufen Sie die E-Mails von Ihrer Hochschuladresse ab? (n=186)



Von wem kommen die E-Mails, die an diese Adresse gesendet werden?

Mittelwerte der Prozentangaben (n=186)



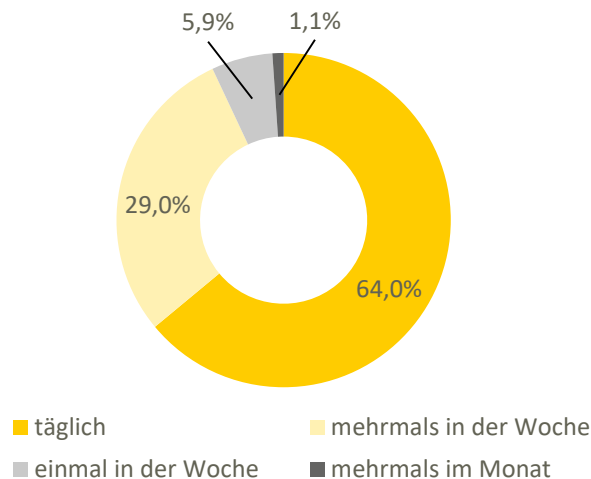
Ergebnisse – *Alternative Darstellung*



Hochschul-Mail-Account

Häufigkeit Abruf der Hochschul-Mails

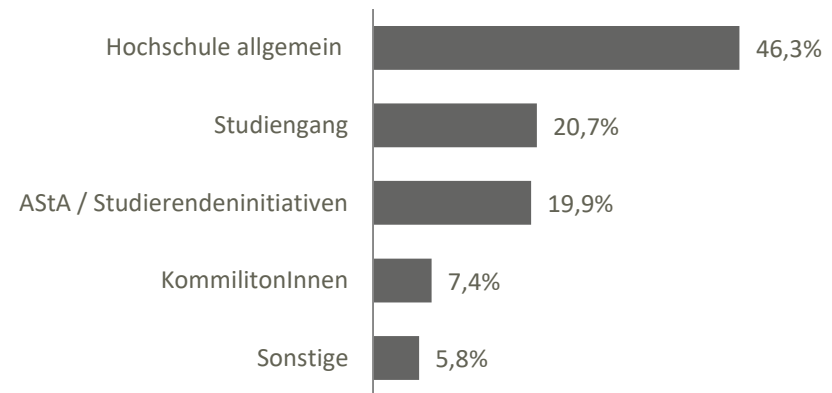
In Prozent (n=186)



Die Hochschuladresse wird von den meisten Befragten sehr aktiv genutzt. 93 Prozent rufen ihre Hochschulmails mehrmals in der Woche (29%) oder gar täglich (64%) ab.

Absender empfangener Hochschul-Mails

Mittelwerte der Prozentangaben (n=186)



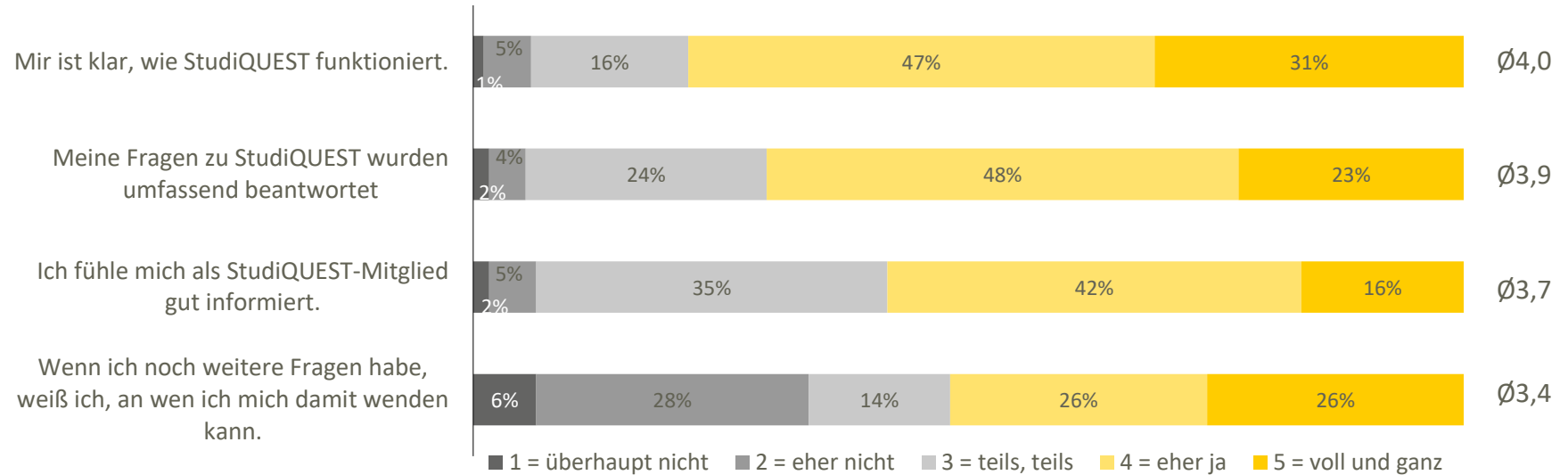
Knapp die Hälfte der E-Mails (45,8%) an diese Adresse kommen von der Hochschule allgemein – darunter fallen u.a. Befragungen, Prüfungsamt, Rektorat und Bibliothek. Mit jeweils rund 20 Prozent folgen der jeweilige Studiengang sowie Studierendeninitiativen und der AStA.

Ergebnisse



Informationsstand

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? In Prozent (n=186)



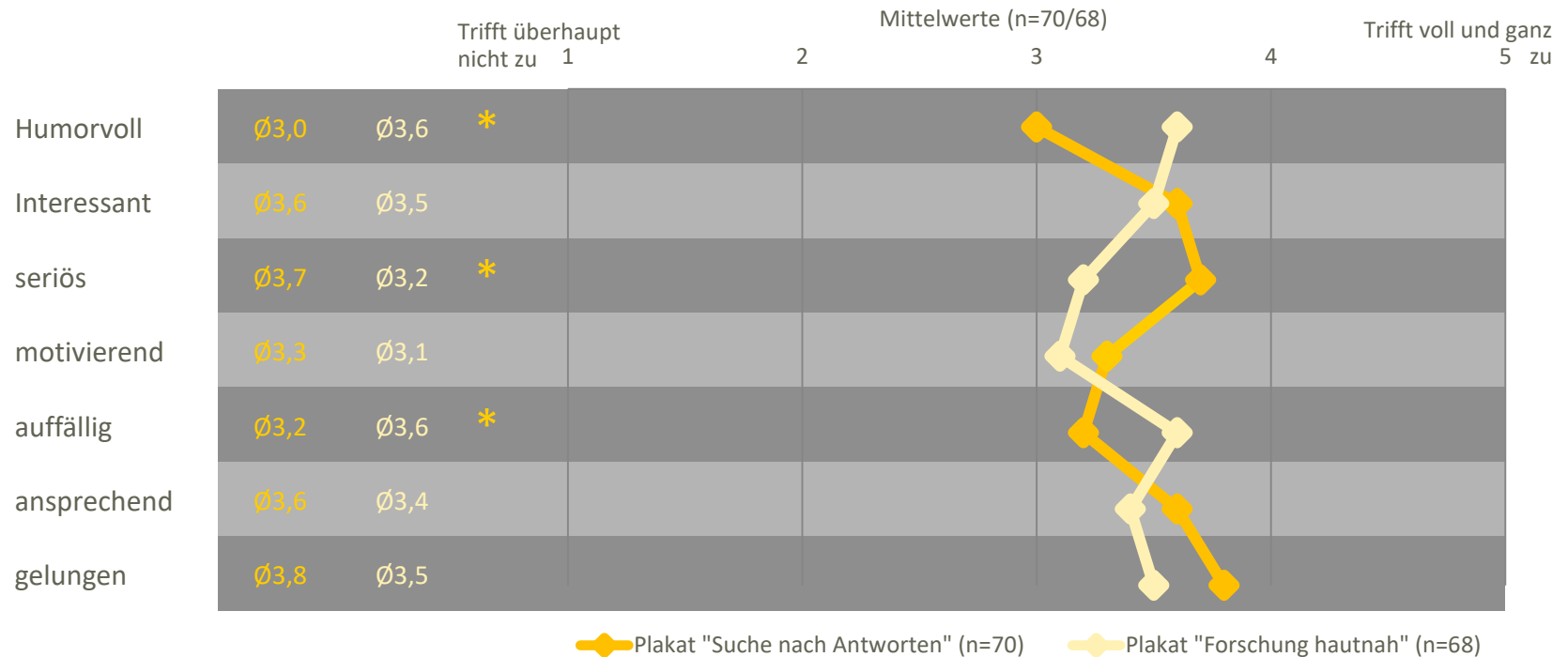
Die Funktionsweise von StudiQUEST ist für die Mehrheit der Mitglieder (78%) verständlich. Der Großteil der Befragten gibt an, dass ihre Fragen zum Studierenden-Panel ausreichend beantwortet wurden (68%). Dennoch fühlen sich 42 Prozent noch nicht gut genug informiert. Nachholbedarf besteht auch hinsichtlich der Kontaktmöglichkeit – nahezu die Hälfte (48%) ist unsicher, an wen sie sich bei zusätzlichen Fragen wenden kann.

Ergebnisse



Werbemaßnahmen

Zutreffen der folgenden Eigenschaften je Plakat



Beide StudiQUEST-Plakate werden eher positiv bewertet. Signifikante Unterschiede gibt es bei folgenden Eigenschaften: während das Plakat „Forschung hautnah“ vor allem bei „humorvoll“ und „auffällig“ besser abschneidet, punktet das Plakat „Suche nach Antworten“ mit Seriosität.

4. Fazit

Fazit

*Bitte fassen Sie hier in einem kurzen Fazit **die wichtigsten Erkenntnisse** aus Ihrer Studie zusammen.*

Gerne können Sie zur Strukturierung die Themenblöcke/Schwerpunkte der Studie bzw. des Fragebogens nutzen.

Fazit



Kommunikation mit den Panel-Mitgliedern

Insgesamt wird deutlich, dass die direkte Ansprache am erfolgreichsten im Anwerben neuer Panelmitglieder ist. Über die Hälfte der Panelmitglieder hat durch Ihre Studiengangleitung von StudiQUEST erfahren, gefolgt vom Stand auf dem Campus.

Einladungen zu Umfragen möchte die Mehrheit der befragten Panelmitglieder (57,1%) per E-Mail an ihre Hochschul-Adresse erhalten. Für etwas mehr als ein Viertel der Befragten (28%) wäre eine StudiQUEST-App der bevorzugte Kanal.

Befragungsteilnahme und Themeninteressen

Die Befragten gaben an, dass sie im vergangenen Semester (Sommersemester 2015) durchschnittlich 21 Befragungen erhalten haben. Mehr als zwei Drittel der Umfrageteilnehmer (68,8%) bewerten die Anzahl der Befragungseinladungen vor dem Start von StudiQUEST tendenziell als zu hoch.

Medien, Lebensmittel und Ernährung, Sport und Freizeit sowie Studium und Hochschule sind die Themen, welche die StudiQUEST-Mitglieder am meisten interessieren. Mode, Design und Politik stoßen dagegen nur bei einem geringen Teil der Befragten auf Interesse.

5. Quellen

Quellen

*Falls gegeben, hier bitte die im Ergebnisbericht **verwendeten Quellen** angeben.*

6. Weiterführende Informationen

Weiterführende Informationen

*Falls gegeben, bitte hier **weiterführende Links/Websites** mit Informationen zum Studienprojekt angeben.*

Kontaktdaten

Name, Funktion/Studiengang, E-Mail

StudiQUEST

Studierendenpanel der Hochschule
Pforzheim
Tiefenbronner Str. 65
75175 Pforzheim

Tel.: +49 7231 28 6273

E-Mail: studiquest@hs-pforzheim.de

Internet: <http://panel.hs-pforzheim.de>