



Fachbereich 4: Informatik

# Zufriedenheitsstudie der Studierenden des FB 4 an der Universität Koblenz-Landau am Campus Koblenz

Bachelorarbeit

zur Erlangung des Grades eines  
Bachelor of Science  
im Studiengang Informationsmanagement

vorgelegt von

**Michael Dücker**

Betreuer und Erstgutachter: Prof. Dr. Klaus G. Troitzsch  
Institut für Wirtschafts- und Verwaltungsinformatik,  
Fachbereich 4: Informatik,  
Universität Koblenz-Landau

Zweitgutachter: Dr. Michael Möhring  
Institut für Wirtschafts- und Verwaltungsinformatik,  
Fachbereich 4: Informatik,  
Universität Koblenz-Landau

Koblenz, im September 2009

## Erklärung

Ich versichere, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Mit der Einstellung dieser Arbeit in die Bibliothek bin ich einverstanden. Der Veröffentlichung dieser Arbeit im Internet stimme ich zu.



---

Michael Dücker

# Inhaltsverzeichnis

<b>Erklärung</b> .....	<b>II</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>III</b>
<b>Darstellungsverzeichnis</b> .....	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>VI</b>
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Zielsetzung .....	1
1.2 Vorgehensweise.....	2
<b>2. Grundlagen</b> .....	<b>4</b>
2.1 Methoden der Datenerhebung .....	4
2.1.1 Sekundärforschung .....	6
2.1.2 Primärforschung.....	6
2.1.2.1 Befragung .....	7
2.1.2.2 Beobachtung .....	9
2.1.2.3 Experiment .....	11
2.1.2.4 Panelforschung.....	12
2.2 Abgrenzung der Datenerhebungsformen .....	13
<b>3. Gestaltung des Fragebogens</b> .....	<b>16</b>
3.1 Methoden der Fragebogenerstellung .....	16
3.2 Vergleiche vorheriger Studien am Campus Koblenz .....	20
3.2.1 Studien des Fachbereich 4 .....	20
3.2.2 Studien der Fachschaft Informationsmanagement .....	22
3.3 Erstellung des Fragebogens .....	23
3.3.1 Abgrenzung der relevanten Fragestellungen .....	24
3.3.2 Aufbau der Fragebatterien .....	25
3.4 Wahl der Befragungsplattform.....	26
<b>4. Empirische Untersuchung</b> .....	<b>29</b>
4.1 Methoden der Datenauswertung.....	29
4.2 Abgrenzung der Auswertungsformen .....	33
4.3 Auswertung der Evaluation .....	33
4.3.1 Demographische Daten .....	34

4.3.2 Beweggründe der Studien- und Hochschulwahl.....	35
4.3.3 Meinungsbild der Studiengänge .....	38
4.3.4 Wahrgenommene Außendarstellung der Studiengänge .....	41
4.3.5 Zeitlicher Aufwand für und neben dem Studium .....	43
4.3.6 Verhältnis zu Professoren/Mitarbeitern und der Beratung .....	45
4.3.7 Meinungsbild Master am Campus Koblenz .....	48
4.3.8 Stärken und Schwächen der Studiengänge .....	49
4.3.9 Zufriedenheit mit den Studiengängen .....	50
4.4 Zusammenfassung .....	51
<b>5. Handlungsempfehlung .....</b>	<b>53</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>XII</b>
Anhang 1: Durchführung und Auswertung der Umfrage .....	XII
Anhang 2: Schaltung des Fragebogens.....	XIII
Anhang 3: Fragebogen.....	XIV

# Darstellungsverzeichnis

<i>Dar. 1-1: Marktforschungsprozess.....</i>	<i>3</i>
<i>Dar. 2-1: Arten von Auswahlverfahren.....</i>	<i>5</i>
<i>Dar. 2-2: Vor- und Nachteile unterschiedlicher Befragungsmethoden.....</i>	<i>14</i>
<i>Dar. 3-1: Entwicklung der Studierendenzahlen im FB 4 am Campus Koblenz .....</i>	<i>21</i>
<i>Dar. 3-2: Vergleich online Befragungstools .....</i>	<i>27</i>
<i>Dar. 4-1: Methoden der Datenauswertung.....</i>	<i>29</i>
<i>Dar. 4-2: Aufteilung der Studierenden Antworten nach Studiengang und Abschluss .....</i>	<i>34</i>
<i>Dar. 4-3: Gewichtungskoeffizienten.....</i>	<i>35</i>
<i>Dar. 4-4: Gründe für Studiengangwahl.....</i>	<i>36</i>
<i>Dar. 4-5: Gründe für Hochschulwahl.....</i>	<i>37</i>
<i>Dar. 4-6: Ausbauungsfähige Angebote .....</i>	<i>38</i>
<i>Dar. 4-7: Zutreffen der Außendarstellung der Studiengänge .....</i>	<i>41</i>
<i>Dar. 4-8: Bedeutung Internationalität .....</i>	<i>43</i>
<i>Dar. 4-9: Zeitlicher Aufwand des Selbststudiums vs. benötigter Aufwand.....</i>	<i>44</i>
<i>Dar. 4-10: Entgegenkommen der Masterstudiengänge .....</i>	<i>48</i>
<i>Dar. 4-11: Zufriedenheit mit Studiengang .....</i>	<i>50</i>
<i>Dar. 4-12: Zufriedenheit mit Studiengang (Prozentwerte) .....</i>	<i>51</i>

# Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
BAföG	Bundesausbildungsförderungsgesetz
BWL	Betriebswirtschaftslehre
CV	Computervisualistik
FB	Fachbereich
IM	Informationsmanagement
Inf.	Informatik
IP	Internetprotokoll
PO	Prüfungsordnung
TXT	Text
WI	Wirtschaftsinformatik

## **1. Einleitung**

Nachdem der Studiengang Informationsmanagement im Jahr 2000 am Campus Koblenz der Universität Koblenz-Landau als erster deutscher Studiengang im Bachelorsystem akkreditiert wurde, haben sich im Laufe der Zeit einige Dinge verändert. Dies führte zu einer Änderung der Prüfungsordnung im Jahre 2006. Hieraus ergaben sich einige Umstellungen im Studiengang Informationsmanagement. Da im Zuge des Bolognaprozesses auch die Studiengänge Informatik und Computervisualistik in das neue System gewandelt wurden, stellten sich auch hier die Studienbedingungen um.

In den letzten Jahren ist es vermehrt dazu gekommen, dass die Studierenden des Fachbereichs Informatik (im weiteren auch Fachbereich 4, oder FB 4) unzufrieden mit der augenblicklichen Situation am Campus Koblenz sind. Diese Unzufriedenheit scheint auf unterschiedlichen Ursachen zu beruhen.

Da eine Unzufriedenheit innerhalb der Studierenden ein negatives Bild darstellt, ist es für eine Universität wünschenswert, wenn die Lehrenden eines Fachbereichs wissen, welche Einschätzungen die Studierenden hinsichtlich Ihres Studienfachs haben. Daher ist es von hoher Bedeutung, im Sinne der Qualitätssicherung, die Meinungen der Studenten über das Lehrkonzept sowie die einzelnen Studienfächer des Fachbereichs 4 am Campus Koblenz der Universität Koblenz-Landau zu evaluieren. Durch die Befragung der Studierenden kann somit eine Ergänzung zu der seit einiger Zeit durchgeführten Lehrveranstaltungsevaluation gebildet werden.

### ***1.1 Zielsetzung***

Ziel dieser Arbeit ist es, das Meinungsbild im Fachbereich Informatik an der Universität Koblenz-Landau am Campus Koblenz zu ergründen.

Anhand der Ergebnisse der Evaluation, welche im Wesentlichen von den Erfahrungen und Meinungen der Studierenden abhängig sind, können weiterführende Kenntnisse zur Verbesserung und Sicherung der Qualität von Studium und Lehre erlangt werden. Auf diese Weise erhält der Fachbereich Informatik den Stand des wahrgenommenen Profils nach außen und kann somit überprüfen, ob dieses mit den selbstgesetzten Zielvorstellungen übereinstimmt.

Die Evaluation soll außerdem dazu beitragen, die eigenen Stärken und Schwächen hinsichtlich der Lehrveranstaltungen und Studiengänge zu erarbeiten sowie den Lehr- und Studienbetrieb transparenter zu gestalten. Durch diese Ergebnisse kann der Studienablauf optimiert und eine Basis für die Weiterentwicklung der Lehre geschaffen werden.

Ebenfalls gilt es eventuelle Unterschiede in der Wahrnehmung der Studiensituation einzelner Studiengänge zu ermitteln, da durch verschiedene Ausrichtungen der Studierenden andere Meinungen hinsichtlich des Lehrbetriebs entstehen können. Des Weiteren gilt es dieses Meinungsbild auch innerhalb der Studiengänge zu differenzieren, damit die verschiedenen Abschlüsse, für welche die Studierenden eingeschrieben sind, herausgefiltert werden können.

Ein weiterer Punkt den eine solche Evaluation mit sich führt, ist die Chance, die eigenen Kontrollmechanismen zu überprüfen und zu verbessern, damit Strategien entwickelt werden können, um die oben erwähnte Qualität der Lehre zu sichern. Somit soll neben der Darstellung der aktuellen Situation auch eine Handlungsempfehlung für den Fachbereich 4 erarbeitet werden.

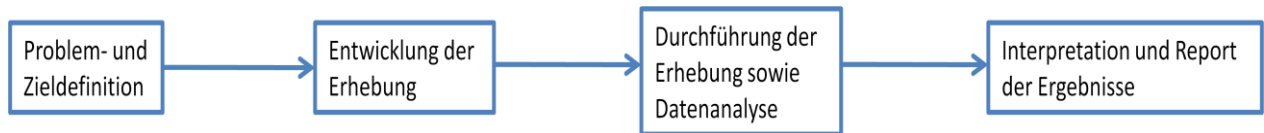
Die entstandene Umfrage soll so ausgelegt werden, damit weitere Befragungen im Sinne einer Panelforschung in Folgesemestern durchgeführt werden können. Hiermit soll festgestellt werden, ob sich im Laufe der Zeit Veränderungen zwischen den einzelnen Umfragen ergeben haben.

## ***1.2 Vorgehensweise***

Eine Evaluation kann durch unterschiedliche Mittel und Techniken erfolgen: Eine Möglichkeit ist es, eine Befragung während der Vorlesung durchzuführen. Darüber hinaus, gibt es neben dieser Methode auch die Option, die Allgemeinheit in einer von den Vorlesungen unabhängigen Befragung zu evaluieren. Da die erste Methode bereits in einer ähnlichen Form am Campus Koblenz durchgeführt wird, sich daraus allerdings kein allgemeines Meinungsbild erschließen lässt, wird sich diese Arbeit direkt an alle Studenten des Fachbereich Informatik wenden, um somit einen genauen Ist-Zustand zu erfassen.

Um eine Erhebung dieser Art durchzuführen ist es sinnvoll das Projekt in folgende vier Teilschritte zu gliedern:





*Dar. 1-1: Marktforschungsprozess  
(Quelle: in Anlehnung an Kotler et al. (2002), S.272)*

Nachdem die Problem- und Zieldefinition bereits abgearbeitet wurde ist es notwendig die einzelnen Erhebungsformen voneinander abzugrenzen, um ein Bild davon zu bekommen, welche Methoden angewendet werden können.

Des Weiteren wird auf die unterschiedlichen Befragungsarten eingegangen, damit der zu entwickelnde Fragebogen die gewünschten Ergebnisse liefern kann.

Ebenfalls wird im Verlauf der Arbeit auf bereits vorhandene Studien des Campus Koblenz zurückgegriffen, um Überschneidungspunkte zu minimieren und um aus vorhandenen Berichten ggf. Rückschlüsse auf die Gestaltung des Evaluationsbogens zu ziehen.

Nach der Erstellung der Umfrage ist darauf zu achten, dass diese von möglichst vielen Studierenden beantwortet wird. Damit eine möglichst hohe Rücklaufquote erreicht wird ist diese Arbeit so angelegt, dass der Fragebogen vor der Klausurphase ausgeteilt wird. Der Zeitraum sollte groß genug sein, um möglichst viele Studierende zu erfassen, jedoch nicht zu groß, da er sich sonst verlaufen würde.

Die hieraus resultierenden Daten werden im dritten Schritt durch unterschiedliche Methoden der Datenauswertung zusammengefasst und so aufgearbeitet, dass die Ergebnisse Einblicke in die Situation der Studierenden liefern.

Anhand der erhaltenen Werte wird am Ende der Arbeit eine Handlungsempfehlung an den Fachbereich 4 ausgearbeitet.

## 2. Grundlagen

Dieser Abschnitt der Arbeit wird die Entwicklung der Erhebung betrachten sowie die Allgemeinen Grundlagen der Datenerhebung aufführen, die notwendig sind, um eine Befragung durchzuführen. Neben der reinen Auflistung dieser Methoden, werden diese im weiteren Verlauf voneinander abgegrenzt und die für das Ziel dieser Arbeit relevanten Mittel erarbeitet.

### *2.1 Methoden der Datenerhebung*

Die Durchführung der Evaluation bedarf der vorherigen Überlegung, mit welchen Methoden die Daten erhoben werden können, da in der Marktforschung eine Vielzahl von anwendbaren Erhebungstechniken verwendet werden.

In der Marktforschung werden drei verschiedene Ansätze unterschieden: Der explorative, der deskriptive und der explikative Ansatz [vgl. Herrmann/Homburg (2000), S. 15]. Ersterer wird eingesetzt, wenn eine grobe Darstellung der Problemfelder benötigt wird, wohingegen der deskriptive Ansatz die für das Problem verantwortlichen Ursachen ermittelt. Die dritte Untersuchungsart beschäftigt sich mit möglichen Schilderungen der Probleme, woraus abgeleitet oftmals erste Lösungsansätze entstehen.

Damit Daten erhoben werden können, muss zunächst einmal die Grundgesamtheit der zu befragenden Personen festgelegt werden. Da sich diese Arbeit ausschließlich auf den Fachbereich Informatik bezieht, besteht die Grundgesamtheit aus allen Studierenden des FB 4, die im Sommersemester 2009 an der Universität Koblenz-Landau, am Campus Koblenz eingeschrieben waren.

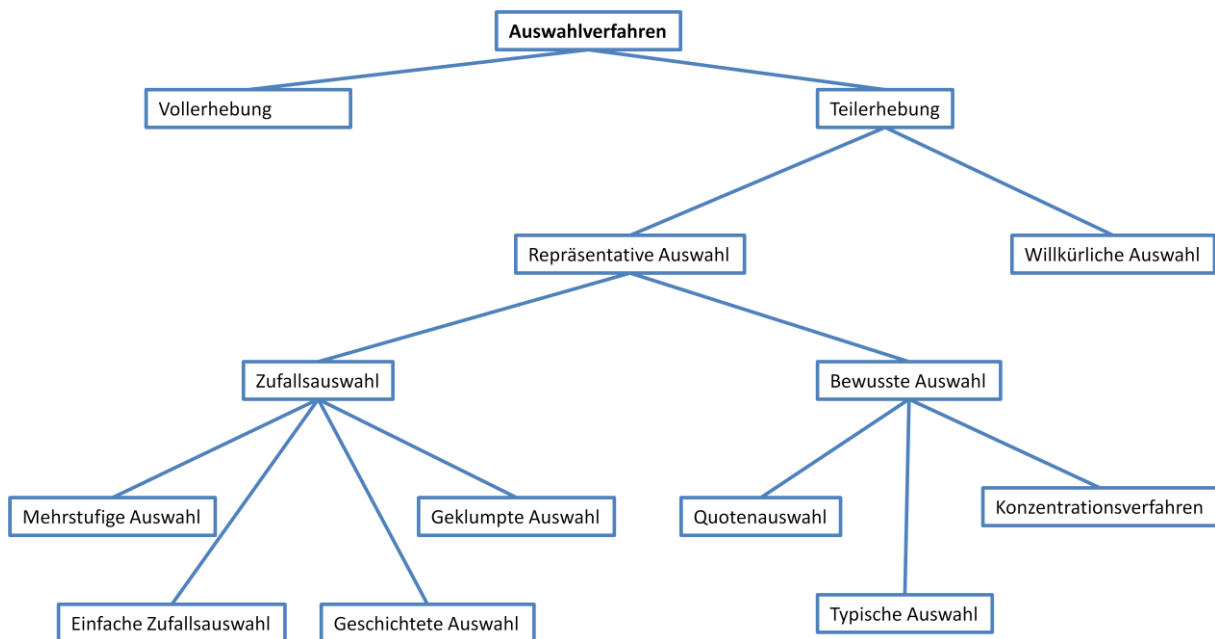
Um die Grundgesamtheit zu befragen gibt es die Möglichkeit einer Teilerhebung oder die einer Vollerhebung. Erstere befragt Stichprobenartig einen repräsentativen Teil der Grundgesamtheit, von welchem Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit gezogen werden können. Hierbei gibt es unterschiedliche Möglichkeiten die Stichproben auszuwählen:

Einerseits gibt es die Auswahl nach dem Zufallsprinzip, bei dem, wie der Name schon sagt, die zu befragenden Probanden durch Zufall ausgewählt werden. Damit hierbei die Repräsentativität gewährleistet bleibt, ist es sinnvoll die Auswahl so groß zu wählen, damit die Wahr-

scheinlichkeit groß genug ist, dass von jeder Ausprägung mindestens ein Proband in der Stichprobe enthalten ist.

Andererseits gibt es noch die Möglichkeit der bewussten Auswahl (auch Quotenauswahl). Nach diesem Prinzip werden Probanden anhand bestimmter Kriterien, von denen man später auf die Grundgesamtheit schließen kann, ausgewählt.

Im Rahmen der Teilerhebung gibt es zudem, wie in der folgenden Grafik aufgeführt, noch weitere Verfahren. Auf diese wird in der vorliegenden Arbeit allerdings nicht genauer eingegangen, da sie nicht dem Ziel dieser Arbeit dienen.



Dar. 2-1: *Arten von Auswahlverfahren*  
(Quelle: In Anlehnung an Bereikoven et al. (2006), S. 62)

Die Vollerhebung hingegen zielt auf die Befragung der kompletten Grundgesamtheit ab. Dies wird in vielen Fällen entweder aus ökonomischen Gründen nicht in Erwägung gezogen oder weil es nahezu unmöglich ist für eine hundertprozentige Rücklaufquote zu sorgen bzw., dass die Beantwortung erzwungen werden kann.

Im Rahmen dieser Arbeit wird die gesamte Grundgesamtheit zwar befragt, allerdings kann nicht mit einer hundertprozentigen Rücklaufquote gerechnet werden. Daher findet eine Teilerhebung mittels einer Zufallsauswahl statt, da im Vorhinein nicht feststeht, wer an der Umfrage teilnimmt und wer nicht.

Nachdem die Grundgesamtheit sowie die Erhebungsform feststehen, sind die empirischen Informationen zu erheben. Hier unterscheidet man zwei Forschungsansätze: Die Primär- und Sekundärforschung.

### **2.1.1 Sekundärforschung**

Nach Kotler versteht man unter Sekundärforschung „Daten, die zunächst für einen anderen Zweck gesammelt wurden und schon zur Verfügung stehen“ [vgl. Kotler et al. (2003), S. 406].

Da in diesem Fall die Daten und Dokumente bereits vorliegen, erhält man durch diese Forschungsmethode schnell die relevanten Daten und dies mit einem geringen Kostenaufwand. Allerdings bringen Sekundärdaten auch Nachteile mit sich: Die bereits vorhandenen Dokumente haben nicht den gleichen Forschungshintergrund und somit könnte eine andere Grundgesamtheit dieser Daten zugrunde liegen. Des Weiteren sind die Daten nicht zwingend relevant für den neuen Forschungszweck und können somit nicht verwendet werden. Ein weiteres Problem kann die Aktualität der Daten sein, da bei einer Meinungsumfrage eine Erhebung in ferner Vergangenheit kaum den aktuellen Stand widerspiegeln kann. Ebenso kann es der Fall sein, dass die gesuchten Informationen noch nicht existieren, da es in diesem Umfeld noch keine Untersuchung gegeben hat. In vielen Fällen reichen die Daten, die durch die Sekundärforschung aufgearbeitet werden nicht aus, um die gewünschten Informationen zu ermitteln.

Aus den oben genannten Gründen ist es auch in dieser Arbeit nicht sinnvoll auf die Sekundärforschung zurückzugreifen. Allenfalls werden aus vergangenen Berichten oder Umfragen Fragestellungen aufgegriffen und erneut gestellt. Daher wird sich diese Arbeit auf die Primärforschung stützen.

### **2.1.2 Primärforschung**

Unter Primärforschung wird die Sammlung von Daten für eine spezielle Aufgabe verstanden [vgl. Kotler et al. (2003), S. 406]. Durch diese Methode wird eine hohe Steuerbarkeit der Erhebung erreicht, da die Art der Sammlung mit eigenen Mitteln und zu seinem bestimmten Zweck selbst festlegt wird. Hiermit einhergehend können Problemfelder spezifiziert werden, um die erforderlichen Daten möglichst genau zu erhalten. Mit diesen Vorteilen erhält man allerdings auch einige negative Aspekte. Zum einen ist der Kostenfaktor einer primären Da-

tenerhebung relativ hoch, zum anderen zieht eine Umfrage immer eine gewisse Erhebungsdauer mit sich und damit verbunden einen weiteren zeitlichen Aufwand, bis die Daten ausgewertet werden. Ebenso müssen bestimmte Kompetenzen, wie die korrekte Form einer solchen Erhebung vorhanden sein, damit diese auch zum angestrebten Ziel führt.

Grundsätzlich unterteilt sich die primäre Datenerhebung in vier verschiedene Methoden:

- Befragung
- Beobachtung
- Experiment
- Panelforschung

### **2.1.2.1 Befragung**

Die bedeutendste und am häufigsten angewendete Methode der Primärdatenerhebung ist die Befragung. Mittels einer Befragung können viele unterschiedliche Daten direkt von der Zielgruppe gesammelt werden. Mit der Wahl der Erhebungsform können relevante Informationen schnell und kostengünstig sichergestellt werden, da das Ergebnis, anders als bei den anderen Methoden, unmittelbar aus der Befragung abgeleitet werden kann. Eine Befragung kann auf vier unterschiedliche Arten durchgeführt werden.

Zunächst gibt es die persönliche Befragung (auch Face-to-Face-Befragung), welche direkt an den Personen aus der Zielgruppe durchgeführt wird. Diese Befragungsmethode kann nochmals in Einzel- und Gruppenbefragungen aufgeteilt werden. Im ersten Fall werden Personen an unterschiedlichen Orten befragt, wohingegen im zweiten Fall in der Regel sechs bis zehn Personen [vgl. Kotler et al. (2003), S. 411] eingeladen werden.

Der Interviewer kann mittels dieser Befragungsmethode umfangreiche Informationen erhalten sowie unklare Sachverhalte näher erläutern. Des Weiteren können zusätzliche Beobachtungen, wie etwa zur Mimik und Gestik gemacht werden, welche der Interviewer zur späteren Verarbeitung notiert. Da die zu befragenden Personen mit dem Interviewer in Kontakt treten, können unerwünschte Nebeneffekte, wie die soziale Erwünschtheit [vgl. Andreas et al. (2003), S. 5 ff.] auftreten. Dies kann der Fall sein, wenn der Interviewer einen feinen Anzug trägt und einen gehobenen Eindruck macht, der Befragte sich aber einer anderen sozialen Gruppe zuordnet und die Fragen dahingehend beantwortet, dass er sich dem Interviewer anzupassen versucht.

Allerdings ist die persönliche Befragung ein sehr aufwendiges Mittel, welches sich in den Kosten einer solchen widerspiegelt. In der Regel liegen diese drei- bis viermal über denen eines Telefoninterviews [vgl. Kotler et al. (2002), S. 278].

Das Telefoninterview stellt die zweite Form der Befragung dar. Es zeichnet sich vor allem dadurch aus, schnelle Ergebnisse zu liefern. Die Fragen werden sofort am Telefon beantwortet und sind somit in der jeweiligen Datenbank hinterlegt und fließen in die Erhebung ein. Neben diesem großen Vorteil, ist die Reduktion der sozialen Erwünschtheit ebenfalls zu erwähnen. Der Interviewer kann zwar durch sein Verhalten am Telefon indirekt Einfluss auf die Entscheidung des Befragten nehmen, allerdings ist dieser Faktor weitaus geringer als bei der persönlichen Befragung.

Die Response-Rate liegt bei einem Interview über das Telefon allerdings unter der einer Face-to-Face-Befragung, da der Angerufene hier oft die Befragung abbrechen kann bzw. gar nicht erst auf die Befragung eingeht. Die zeitliche Dauer einer solchen Umfrage ist vergleichsweise eingeschränkt, da der Angerufene eine geringe Bereitschaft zeigt lange zu telefonieren, als sich persönlich Befragen zu lassen. Der Schwierigkeitsgrad der zu stellenden Fragen muss bei dieser Methode ebenfalls niedriger gehalten werden, da hier z. B. keine begleitenden Materialien mitgegeben werden können.

Anders sieht es bei den schriftlichen Befragungen aus. Diese werden, im Gegensatz zu den vorhergehenden Methoden, ohne einen direkten Interviewer angewendet. Hierbei werden die Fragebögen per Post an die jeweiligen Personen oder die Haushalte versendet. Dies hat u.a. einen kostensparenden Charakter, da keine Personen die Befragung durchführen müssen. Durch die hiermit gewährleistete Anonymität erhält man eher Antworten auf Fragen, die den Befragten persönlich betreffen. Damit einhergehend kann der Faktor der sozialen Erwünschtheit komplett vermieden werden. Ebenso sind mit diesem Verfahren große Stichproben möglich, da keine räumlichen Distanzen zu überwinden sind.

Allerdings ist die Rücklaufquote bei einer solchen Befragung im Vergleich zu den beiden anderen Methoden um ein vielfaches niedriger. Dies hat damit zu tun, dass zum einen die Personen die Befragung einfach nicht beantworten wollen und zum anderen der Aufwand der selbst geleistet werden muss relativ hoch ist. Neben der Beantwortung der Fragen, muss der Bogen zurückgeschickt werden. Außerdem stellt sich auch die Frage der Repräsentativität einer solchen Erhebung. Es kann nicht geklärt werden, ob auch tatsächlich die adressierte

Person den Fragebogen beantwortet hat oder jemand anderes. Da es faktisch keinen direkten Kontakt zu den Befragten gibt, ist es auch nicht möglich, evtl. aufkommende Rückfragen zu beantworten. Jedoch spielt bei dieser Methode auch der zeitliche Aufwand eine sehr große Rolle. Da es unter Umständen sehr lange dauern kann bis die Bögen zurückkommen, ist diese Erhebungsform eher als träge zu bezeichnen.

Die vierte Form der Befragung wird über einen weiteren Kommunikationskanal durchgeführt - das Internet. Eine solche Online-Befragung bietet zwei große Vorteile: Geschwindigkeit und Kosteneffizienz [vgl. Kotler et al. (2003), S. 412]. Die zu erhebenden Daten liegen unmittelbar nach der Befragung vor und müssen nicht erst in die Datenbank eingegeben werden. Die Kosten einer Online-Befragung befinden sich auf niedrigem Niveau, da man keine räumlichen Distanzen überwinden muss und keine Kosten für Post und Telefonate anfallen. Ein weiterer Vorteil liegt darin begründet, dass über das Internet eine Vielzahl von Personen erreicht werden kann.

Trotz der vielen Vorteile sollte berücksichtigt werden, dass eine Online-Befragung nicht zwingend eine ideale Lösung darstellt. Die Verteilung der Internetnutzer spiegelt die Bevölkerung nicht direkt wieder, womit nicht immer repräsentative Stichproben zu erhalten sind. Wie bei der schriftlichen Befragung besteht hier das Problem, dass nicht überprüft werden kann, wer den Fragebogen ausgefüllt hat.

Da sich herausgestellt hat, dass das Gesamtbild der Internetnutzer in der Regel aus Personen besteht, die eine höhere Schulausbildung und dadurch bedingt ein höheres Einkommen als der Durchschnitt der Bevölkerung haben [vgl. Kotler et al. (2003), S. 412], lässt sich hieraus schließen, dass sich Online-Umfragen für bestimmte Gruppen eignen können. Dies trifft in diesem Fall für die hier durchzuführende Erhebung zu.

### **2.1.2.2 Beobachtung**

Beobachtungen repräsentieren eine weitere Form der Primärforschung. Hierbei werden die relevanten Daten nicht direkt von den zu beobachtenden Personen gewonnen, sondern durch deren Verhalten. Die einzige Form der Beobachtung in der eine Selbstauskunft erfolgt, ist die Selbstbeobachtung. Diese Methode wird aber in der Regel durch die Befragung mit abgedeckt und spielt hier eher keine Rolle.

Durch die direkte Beobachtung von Personen kann man unmittelbar ihr Verhalten erkennen und somit aussagekräftige Daten erhalten. Diese Forschungsmethode wird durch mehrere Beobachtungsformen unterschieden, die in folgende Kategorien einzuordnen sind: Ort der Beobachtung, Methode der Beobachtung, Durchschaubarkeit der Situation und Grad der Beteiligung [vgl. Walsh (2006), S. 109].

Die erste Kategorie beschreibt die örtlichen Gegebenheiten in der eine Beobachtung durchgeführt wird und besteht aus der Feld- und Laborbeobachtung. Erstere findet an keinem speziellen Ort statt, sondern wird je nach Erhebungsziel und Grundgesamtheit ausgewählt und kann z. B. das Einkaufsverhalten in einem Supermarkt überprüfen. Die Laborbeobachtung hingegen, bezieht sich nur auf einen Ort, welcher von den Beobachtern kontrolliert werden kann. Hier können z. B. Alltagssituationen nachgestellt werden.

Unabhängig vom Ort der Beobachtung gibt es verschiedene Verfahren diese durchzuführen. Zum einen gibt es die Möglichkeit diese persönlich durchzuführen, d.h. eine oder mehrere Personen beobachten das Geschehen. Zum anderen können, z. B. Videokameras die Probanden aufzeichnen und man benötigt kein Beobachtungspersonal. Diese Methode wird auch apparative Beobachtung genannt.

Die Forschung bietet die Möglichkeit Beobachtungen auf unterschiedliche Arten durchzuführen. Von einer offenen Beobachtung wird gesprochen, wenn die Probanden wissen, dass sie beobachtet werden. Hier kann, z. B. überprüft werden, ob sich das Verhalten im Vergleich zu der unbeobachteten Situation verändert. Dies kann überprüft werden, indem durch verdeckte Beobachtungen, das heißt ohne das Wissen der Personen, das Verhalten gemessen wird.

Der Grad der Beteiligung beschreibt inwieweit der Beobachter an der Studie beteiligt ist. Entweder er nimmt unmittelbar teil, indem er, z. B. als Testkäufer fungiert oder er nimmt nicht persönlich an der Beobachtung teil.

Betrachtet man die Beobachtung, lassen sich schnell ihre Vorteile erfassen. Die gewonnenen Informationen sind unmittelbar verfügbar und der Effekt sozialer Erwünschtheit bleibt außen vor. Des Weiteren können Personen direkt in ihrer Umgebung beobachtet werden und somit mit einbezogen werden. Dadurch bedingt, kann auch das reale Verhalten der Personen wahrgenommen werden.

Allerdings muss berücksichtigt werden, dass mit dieser Methode keine Beweggründe für bestimmte Handlungen erforscht werden können, welche in einigen Situationen durchaus



von Bedeutung sind. Nicht zu verachten ist der hohe Aufwand, den eine Beobachtung mit sich führen kann, welcher sich in den Kosten und der Dauer einer Studie niederschlägt.

### **2.1.2.3 Experiment**

Unter einem Experiment versteht man eine Untersuchung bestimmter Ursachen- und Wirkungszusammenhänge, mit dem Ziel, für die Marktforschung relevante Ergebnisse zu gewinnen.

In der Regel wird geprüft, ob die Veränderung einer oder mehrerer unabhängiger Variablen Einfluss auf die abhängigen Variablen hat. In der Literatur wird hier häufig das Beispiel der Auswirkung von Preissenkungen (unabhängige Variable) auf das Kaufverhalten der Kunden (abhängige Variable) aufgeführt [vgl. Koch (2009), S. 94].

Experimente in der Marktforschung lassen sich in mehrere Kategorien einordnen, welche die verschiedenen Methoden erfassen. In der Forschung werden folgende Arten von Experimenten unterschieden: Befragungs-, Beobachtungs-, Labor-, Feld-, projektive und Ex-post-facto-Experimente.

Befragungs- und Beobachtungsexperimente beschreiben die Wirkung eines Faktors auf einen anderen Faktor, mittels einer Befragung, respektive einer Beobachtung [vgl. Koch (2009), S. 95].

Laborexperimente werden unter bestimmten Bedingungen durchgeführt, die „nicht-natürlich“ sind. Somit lassen sich äußere Einflussfaktoren eliminieren und der Fokus liegt auf den zu testenden Produkten oder Verhaltensweisen. Diese Form wird häufig für Produkt- und Verpackungstests durchgeführt.

Dem entgegen stehen die Feldexperimente, welche sich in Bezug auf die Umgebung unterscheiden. Wie der Name schon deuten lässt, finden diese Tests unter „natürlichen“ Bedingungen statt. Durch die Realitätsnähe wird diese Methode genutzt um repräsentative Ergebnisse zu liefern und kommt demzufolge u.a. bei Markttests zum Einsatz.

Projektive und Ex-post-facto-Experimente werden nach ihrem zeitlichen Anwendungsbezug unterschieden. Während ersteres durch experimentell geschaffene Bedingungen den Zeitraum der Änderung der unabhängigen Variablen bis zum Auswirkungszeitraum auf die abhängige Variable misst, befasst sich die zweite Methode nur mit der Auswirkung auf die ab-

hängige Variable, einer bereits in der Vergangenheit veränderten unabhängigen Variablen in einer Umgebung, die ohne Experimente geschaffen wurde.

Der Kostenfaktor von Experimenten spielt ebenfalls eine große Rolle, da die Kosten hier relativ hoch sind. Vor allem bei Feldexperimenten muss zu Beginn überlegt werden, ob die zu gewinnenden Informationen den entstandenen Kostenpunkt amortisieren können.

#### **2.1.2.4 Panelforschung**

Die Paneluntersuchung stellt eine gesonderte Form der Befragung dar. Sie lässt sich kurz als einen „bestimmten, gleichbleibenden, repräsentativen Kreis von Auskunftspersonen, der über einen längeren Zeitraum hinweg fortlaufend oder in gewissen Abständen über im Prinzip den gleichen Gegenstand befragt wird“ [vgl. Hüttner et al. (2002), S. 183], beschreiben.

Die Panelforschung ist darauf ausgelegt Veränderungen, z. B. im Kaufverhalten, die im Laufe der Zeit auftreten, zu messen und Zusammenhänge zu ermitteln. Hierbei können u. a. Rückschlüsse auf die Marktbedingungen gezogen sowie personenbezogene Profile erstellt werden, um spezielle „Kauftypen“ zu analysieren.

Es werden hauptsächlich zwei Formen von Paneluntersuchungen unterschieden: Das Verbraucher- und der Handelspanel.

Panels die Personen eines privaten Haushaltes, also die Endverbraucher direkt betreffen, werden Verbraucherpanels genannt. Hierbei differenziert man weiter zwischen Haushaltspanels, welche Einkäufe für den gesamten Haushalt erfassen und dem Individualpanel. Letzteres befasst sich mit den Posten, die eine Person alleine betreffen.

Das Handelspanel hingegen beschäftigt sich mit Unternehmen, die den privaten Haushalten Produkte anbieten. Dieser wird nochmals in Großhandels- und Einzelhandelspanels unterteilt [vgl. Koch (2009), S. 118].

Der Aufwand ist wie bei den Experimenten auch bei der Panelforschung enorm groß und fordert einen erhöhten Investitionsaufwand. Um eine repräsentative Gruppe zu erhalten, müssen die Teilnehmer per Zufallsprinzip gewählt werden, wobei darauf zu achten ist, dass dieser Personenkreis auch für einen längeren Zeitpunkt zur Verfügung steht. Das Problem der Panelforschung spiegelt sich in diesem Punkt wieder. Im Laufe der Zeit ändern sich jedoch häufig die Lebensumstände der Probanden und sie sind nicht mehr erfassbar. Deshalb

muss die Teilnehmerzahl von Anbeginn höher sein, damit die sogenannte Panelsterblichkeit vermieden wird.

Zusammengefasst liefern die Verbraucher- und Handelspanels jedoch einige Informationen die einen hohen Bedeutungsgrad mit sich bringen. Neben den individuellen Informationen über die Probanden und deren Kaufverhalten können u.a. Nachfrageveränderungen sowie das Marktvolumen eines Produktes ermittelt werden.

Damit die Daten, die in dieser Arbeit erhoben werden, auch mit ggf. kommenden Umfragen verglichen werden können, soll diese Erhebung auf eine Panelforschung vorbereiten. Wie die Daten aufgenommen werden und im Sinne des Datenschutzes gespeichert werden, wird im Verlauf der Arbeit weiter definiert.

## ***2.2 Abgrenzung der Datenerhebungsformen***

Nachdem die Formen der Datenerhebung geschildert wurden, ist nun zunächst festzuhalten, welche dieser Methoden am sinnvollsten im Rahmen dieser Arbeit anzuwenden sind.

Um die bereits aufgeführten Ziele dieser Arbeit zu erhalten, werden zwei verschiedene Untersuchungsmethoden verwendet. Zunächst einmal werden mittels des deskriptiven Ansatzes die relevanten Probleme genauer erfasst und beschreiben. Da die Probleme dadurch näher erklärt werden, kann anschließend die eplikative Studie die beobachteten Probleme erklären sowie die Ursachen dieser ermitteln. Hieraus ergeben sich die Felder, welche der Fachbereich genauer betrachten sollte.

Wird die Dokumentenanalyse betrachtet, wird sofort klar, dass aus älteren Daten zwar ggf. Rückschlüsse gezogen werden können, jedoch ergeben sich nicht mit Gewissheit Daten, die zwingend der Gegenwart entsprechen müssen. Ebenso verhält es sich mit den Noten, die sich aus der Analyse ergeben, da hieraus allenfalls die Stimmung der Studierenden erahnt werden kann, aber weder Begründungen noch Lösungen erhalten werden. Durch Beobachtungen können ebenfalls keine direkten Rückschlüsse auf das Meinungsbild der Studierenden geschlossen werden. Ein Experiment kann in einem solchen Fall ebenfalls nicht angewendet werden, da es sich als schwierig erweisen könnte, einige Faktoren zu verändern und die Folgen zu betrachten. Die Panelforschung ist dahingehend interessant, wenn eine solche Evaluation dauerhaft durchgeführt werden soll. Da es sich in diesem Fall um eine erste Evaluation handelt, können die teilnehmenden Studenten durch einen Verschlüsselungscode in

späteren Erhebungen erkannt werden. Hierbei ist darauf zu achten, dass der Schutz der Daten gewährleistet ist und die Studenten nicht zurückverfolgt werden können. Dies könnte so gelöst, dass jeder Teilnehmer einen Code eingeben muss, der aus mehreren Kombinationen von Buchstaben und Zahlen besteht. Möglich wäre es, dass die jeweiligen Anfangsbuchstaben des Vaters und der Mutter, sowie den Tag und Monat der Geburtstage der Eltern eingegeben werden. Somit ist es nahezu unmöglich auf einen Studenten zu schließen. Es ist zwar möglich, dass mehrere Studenten den gleichen Code verwenden müssten, allerdings ist dies relativ unwahrscheinlich.

Bei dieser Umfrage ist eine Befragung die sinnvollste Alternative um die erforderlichen Daten zu erheben, da hier durch unterschiedliche Gestaltungsweisen des Fragebogens konkrete Probleme erfasst sowie ggf. Lösungsansätze dargestellt werden. Hierauf wird im nächsten Punkt genauer eingegangen.

Nun ist es noch zu entscheiden ob eine solche Befragung online oder offline durchzuführen ist.

	<b>Briefpost</b>	<b>Telefon</b>	<b>Face-to-Face</b>	<b>Internet</b>
<b>Flexibilität</b>	schlecht	gut	ausgezeichnet	mäßig
<b>Umfang der ermittelbaren Daten</b>	gut	ausreichend	ausgezeichnet	gut
<b>Vermeidung sozialer Erwünschtheit</b>	hervorragend	ausreichend	schlecht	ausgezeichnet
<b>Beantwortungsrate</b>	schlecht	gut	gut	schlecht
<b>Kosten</b>	gut	in Ordnung	schlecht	ausgezeichnet
<b>Steuerung der Stichprobe</b>	ausreichend	ausgezeichnet	ausreichend	ausreichend
<b>Geschwindigkeit der Erhebung</b>	schlecht	ausgezeichnet	gut	ausgezeichnet

*Dar. 2-2 Vor- und Nachteile unterschiedlicher Befragungsmethoden  
(Quelle: in Anlehnung an Kotler et al. (2003), S.410)*

Bezieht man in die Überlegungen die obige Grafik mit ein, so kann eine sinnvolle Entscheidung getroffen werden. Da hier verschiedene Vor- und Nachteile aufgelistet werden, ist zu

differenzieren, welche der Faktoren am wichtigsten sind und welche durch externe Einflüsse verändert werden können.

Zunächst ist festzuhalten, dass es für die Universität sinnvoll ist, wenn die Evaluation schnell ausgeführt werden kann, der Kostenfaktor eine vernachlässigbar kleine Rolle spielt und zudem ein aussagekräftiges Ergebnis erreicht wird. Im Punkte Geschwindigkeit ist der Onlinekanal sehr schnell. Bei den entstehenden Kosten ist er ebenfalls die günstigste Wahlmöglichkeit. Der einzige Punkt, welcher gegen diesen Kanal sprechen könnte, wäre die Rücklaufquote solcher Umfragen. Dieser Schwachpunkt kann allerdings durch eine Gewichtung der Antworten (z. B. nach Geschlecht, Studiengang, Semester, etc.) ausgeglichen werden.

Zum einen kann die Rücklaufquote durch Erinnerungen in diversen Vorlesungen durch Professoren sowie Einträge in der Newsgroup erhöht werden. Zum anderen handelt es sich bei dieser Erhebung um ein Thema, welches den Studierenden helfen kann ihre derzeitige Situation zu verbessern und daher dürfte die intrinsische Motivation über dem Durchschnitt liegen. Die Länge des Fragebogens sollte hierbei so knapp wie nötig gehalten werden, da diese ebenfalls Einfluss auf die Teilnahmequote hat.

Vergleicht man nun diese Vorteile mit den anderen Möglichkeiten, wird deutlich, dass dieser Kanal die sinnvollste Alternative darstellt.

Nachdem nun geklärt ist, welcher Kanal für die Evaluation verwendet wird, ist im Verlauf der Arbeit noch zu klären wie die Studenten an dieser Umfrage teilnehmen werden. Hier muss vor allem der Faktor Datenschutz beachtet werden.

### **3. Gestaltung des Fragebogens**

Um einen möglichst aussagekräftigen Fragebogen zu erstellen, müssen einige „Regeln“ beachtet werden, da die Gestaltung eines Fragebogens hinsichtlich der Fragen einen erheblichen Einfluss auf das Ergebnis der Befragung haben kann. Im Folgenden Abschnitt werden die Methoden zur Erstellung eines Fragebogens zunächst kurz im Allgemeinen erläutert, wonach im weiteren Verlauf auf vorangegangene Studien zurückgegriffen wird, um speziellere Frageformen in Bezug auf den Campus Koblenz herauszufiltern.

Der Schlussteil dieses Kapitels liefert die benötigten Frageformen sowie den Aufbau der Erhebung, welche für die zu erstellende Evaluation dieser Arbeit erforderlich sind.

#### ***3.1 Methoden der Fragebogenerstellung***

Damit ein Fragebogen die erforderlichen Ergebnisse liefern kann, ist es notwendig bestimmte Regeln einzuhalten.

Zunächst einmal sollten bestimmte sprachliche Richtlinien eingehalten werden, damit der Fragebogen von den Befragten auch korrekt verstanden wird. Hierbei ist darauf zu achten, dass die Fragen nicht fehlinterpretiert werden können und für den Befragten eindeutig sind. Neben der klaren Formulierung, ist es ebenfalls notwendig, die Antwortmöglichkeiten so zu formulieren, dass diese in sich logisch und sinnvoll sind.

In diesem Zusammenhang kann auf den von Schulz von Thun erwähnten „Hamburger Verständlichkeitsansatz“ zurückgegriffen werden [vgl. Schulz von Thun (2007), S. 140 ff.], welcher die Grundregeln der sprachlichen Gestaltung darstellt.

Die Wertneutralität der einzelnen Fragestellungen ist ebenso zu bedenken, wie die mögliche Beeinflussung der einzelnen Fragen untereinander und das ausgewogene Verhältnis zueinander [vgl. Kirschhofer-Bozenhardt/Kaplitzer (1975), S. 98].

Nachdem die Grundregeln der Fragebogengestaltung kurz dargelegt wurden, wird nun auf die einzelnen Fragearten eingegangen.

Hier können zwei grundlegende Fragetypen voneinander unterschieden werden: Die geschlossene Frage und die offene Frage. Erstere wird mit vorgefertigten Antwortmöglichkeiten gestellt (z. B.: In welchem Semester studieren Sie? – Antwort: 1-3/4-6/>6), wohingegen

die offene Frage darauf zielt, den Befragten die Antwort eigenständig formulieren zu lassen. Geschlossene Fragen sind nochmals von Fragen mit der Möglichkeit einer Antwort und Fragen mit der Möglichkeit einer Mehrfachantwort zu trennen [vgl. Porst (2008), S. 52].

Offene Fragen werden unterschieden in Entscheidungsfragen, welche in der Regel nur mit „ja“, „nein“, oder „weiß nicht“ bzw. „mir egal“ beantwortet werden können (z. B.: Sollen Studiengebühren am Campus Koblenz eingeführt werden?) und Ergänzungsfragen. Diese lassen eine kurze Antwort nicht zu, da sie schwieriger zu beantworten sind (z.B.: Aus welchem Grund studieren Sie Informationsmanagement und nicht Informatik?). Im Rahmen der Marktforschung gibt es natürlich weitere „Open-End-Fragen“, wie z. B. die Assoziationsfrage [vgl. Kotler et al. (2003), S. 418].

Die geschlossenen Fragen werden im Allgemeinen häufiger verwendet, da sich aus ihnen relativ leicht Ergebnisse ableiten lassen. Dies liegt auch darin begründet, dass geschlossene Fragen dem Befragten abverlangen etwas wiederzuerkennen, wohingegen offene Fragen eine Erinnerung fordern. Menschen fällt es leichter etwas wiederzuerkennen, als es sich selbst zu erarbeiten [vgl. Albert/Coster (2002), S. 35].

Neben den verschiedenen Fragetypen gibt es auch eine Reihe von Skalen, die angewendet werden können. Hier gibt es unter anderem die Likert-Skala, welche eine Zustimmung bzw. Ablehnung einer Äußerung darstellt [vgl. Kotler et al. (2003), S. 417]. Eine ähnliche Form besitzen die Bedeutungs- und Bewertungsskala. Diese unterscheiden sich hinsichtlich der Antwortmöglichkeiten. Die Bedeutungsskala erfasst die Relevanz bestimmter Äußerungen, wohingegen die Bewertungsskala eine Wertung dieser Aussage aufnimmt.

Bei der Anwendung der verschiedenen Fragen ist darauf zu achten, dass bestimmte Ausdrucksformen negative Gedanken bei den Befragten hervorrufen können. Hierbei sind Ausdrucksformen wie „nicht sehr engagiert“, „entspricht nicht den Leistungsanforderungen“ Formen wie „faul“ oder „dumm“ vorzuziehen [vgl. Kirschhofer-Bozenhardt/Kaplitzer (1975), S. 110].

Die Formulierung einer Frage entscheidet also im Voraus über die Art der Antwort. Neben der Formulierung spielt die Anordnung der verschiedenen Antwortmöglichkeiten für die Ergebnisse einer Umfrage ebenfalls eine große Rolle.

Dies wird daran erkannt, dass Antworten die positiv wirken, den negativeren Alternativen vorgezogen werden. Neben diesem „Phänomen“ werden weiter hinten angeordnete Ant-

wortmöglichkeiten eher ausgewählt als deren Vorgänger. In Anbetracht dieser Auswirkungen, wird diese Problematik umgangen, indem die Alternativen gemischt werden.

Bei der Gestaltung des Fragebogens ist die Reihenfolge der einzelnen Fragen von großer Bedeutung. Hierbei ist zu beachten, dass das didaktische Prinzip „vom Allgemeinen zum Besonderen“ [vgl. Kirchhoff et al. (2003), S. 23] angewendet wird. Dies führt dazu, dass zunächst der allgemeine Teil erfragt werden soll und im weiteren Verlauf spezielle Fragen folgen. Nach Friedrichs wird dies auch als Trichter bezeichnet [vgl. Friedrichs (1985), S. 197].

Fragen, die ungern beantwortet werden, wie etwa Fragen nach dem Einkommen, werden am Ende eines Fragebogens positioniert, da diese dort mit einer höheren Wahrscheinlichkeit beantwortet werden.

Neben den einzelnen Fragetypen muss auch darauf geachtet werden, welche Skalentypen für die Beantwortung der geschlossenen Fragen vorgesehen sind. Hierbei werden grundsätzlich vier Typen unterschieden: Die Nominal-, Ordinal-, Intervall- und Ratio-Skala [vgl. Porst (2008), S. 68]. Die Wahl des jeweiligen Skalentyps hat später einen Einfluss auf die Analysemethoden bei der Auswertung.

Die Nominal-Skala beschreibt mehrere Ausprägungen von Antworten, die keinen unmittelbaren Zusammenhang zueinander haben. Als Beispiel kann hier die Frage nach der Lieblingsfarbe gewählt werden. Die einzelnen Farben können außer durch eine Häufigkeitsaufzählung in keine Ordnung zueinander gebracht werden.

Eine Rangordnung wird bei Ordinal-Skalen erreicht. Die Antwortmöglichkeiten können hier geordnet werden. Deutlich wird dies anhand des Schulnotensystems mit den Noten von eins bis sechs. Allerdings kann hierbei nicht festgestellt werden wie „groß“ der Abstand der einzelnen Ausprägungen untereinander ist und ob dieser gleich oder ungleich ausfällt [vgl. Porst (2008), S. 72].

Die Gleichheit des Abstandes zwischen den Ausprägungen wird mittels der Intervall-Skala dargestellt. Hier werden die Abstände festgelegt, wie es bei Maßeinheiten (z. B. kg) der Fall ist [vgl. Bühner (2006), S. 74].

Der Vierte Skalentyp unterscheidet sich von der Intervall-Skala dahingehend, dass es bei der Ratio-Skala einen natürlichen Nullpunkt gibt. Hierbei ist darauf zu achten, dass es auch künstliche Nullpunkte geben kann. Der gewählte Nullpunkt muss dabei nicht zwingend „null“



sein, sondern kann beliebig zwischen verschiedenen Werten liegen (z. B. Skala von -5 bis +5). Der natürliche Nullpunkt hingegen hat in jedem Fall den Wert „null“ (z. B. Einkommen in Euro) [vgl. Porst (2008), S. 74].

Neben der Wahl der Skalen ist ebenso darauf zu achten, ob die Antwortmöglichkeiten in einer geraden oder ungeraden Anzahl vorliegen. Führt man ungerade Skalen ein, so wird für den Teilnehmer der Befragung ein künstlicher Mittelpunkt geschaffen. Hierbei kann es passieren, dass unentschlossene Probanden die „Mitte“ ankreuzen [vgl. Porst (2008), S. 81]. Bei einer geraden Skala gibt man dem Befragten nicht diese Möglichkeit und „zwingt“ ihn somit zu einer Tendenz. Allerdings kann hierbei das Problem auftreten, dass der Befragte irgendeine Antwort gibt [vgl. Porst (2008), S. 82] und somit keine validen Ergebnisse erzielt werden können.

Da es bei jedem dieser beiden Alternativen zu Problemen kommen kann, ist es hier dem Fragebogensteller überlassen, welche dieser Form angewendet wird.

Es hat sich als sinnvoll erwiesen, eine Umfrage in schriftlicher Form mit einer speziellen Einstiegsfrage einzuleiten [vgl. Porst (2008), S. 135]. Hierbei gilt es bestimmte Kriterien zu beachten, damit der Befragte den Fragebogen ausfüllt.

Zunächst sollte versucht werden die Frage „spannend“ zu formulieren, damit die Umfrage für den Probanden interessant wirkt. Je nach Themengebiet ist diese Forderung allerdings schwer umzusetzen. Neben der ersten Forderung sollte die Frage themenbezogen sein, damit zu Beginn verdeutlicht wird, worum es in der Befragung geht. Es ist ebenfalls darauf zu achten, dass die befragte Person persönlich betroffen ist und dass diese die Frage auch beantworten kann [vgl. Porst (2008), S. 148].

Nachdem der Einstieg in den Fragebogen beendet ist, werden die einzelnen Fragen in einer für den Befragten logischen Reihenfolge [vgl. Porst (2008), S. 142] gestellt. Hierbei ist darauf zu achten, dass einzelne Frageblöcke durch inhaltliche Überschriften abgegrenzt werden, damit der Proband sich auf diese Themengebiete einstellen kann [vgl. Porst (2008), S. 143].

Am Ende des Fragebogens sollten die demographischen Daten folgen. Dies hat sich als sinnvoll erwiesen, da diese Daten zwar einfach zu beantworten sind, jedoch meistens ungern preisgegeben werden [vgl. Porst (2008), S. 143]. Daher ist es wahrscheinlicher, dass der Proband, nachdem er bereits alle anderen Fragen beantwortet hat, diese Fragen ebenfalls beantwortet.

## ***3.2 Vergleiche vorheriger Studien am Campus Koblenz***

Um eine möglichst aussagekräftige Evaluation durchführen zu können, ist es sinnvoll, bereits erhobene Daten hinsichtlich Ihrer Ergebnisse und der angewandten Frageformen zu untersuchen. Die daraus gewonnenen Daten können in die Erhebung einbezogen werden, um somit ein genaueres Gesamtbild der aktuellen Situation der Studierenden im Fachbereich 4 zu erhalten.

### **3.2.1 Studien des Fachbereich 4**

Aufgrund der Verpflichtung der Fachbereiche nach § 16 Abs. 4 und § 80 Abs. 2 Nr. 2 des Universitätsgesetzes vom 23. Mai 1995, dem Präsidenten jährlich einen Lehrbericht vorzulegen, wurden im Laufe der letzten Jahre einige Daten über Studium und Lehre gesammelt, sowie Evaluationen durchgeführt, welche in dieser Arbeit berücksichtigt werden können.

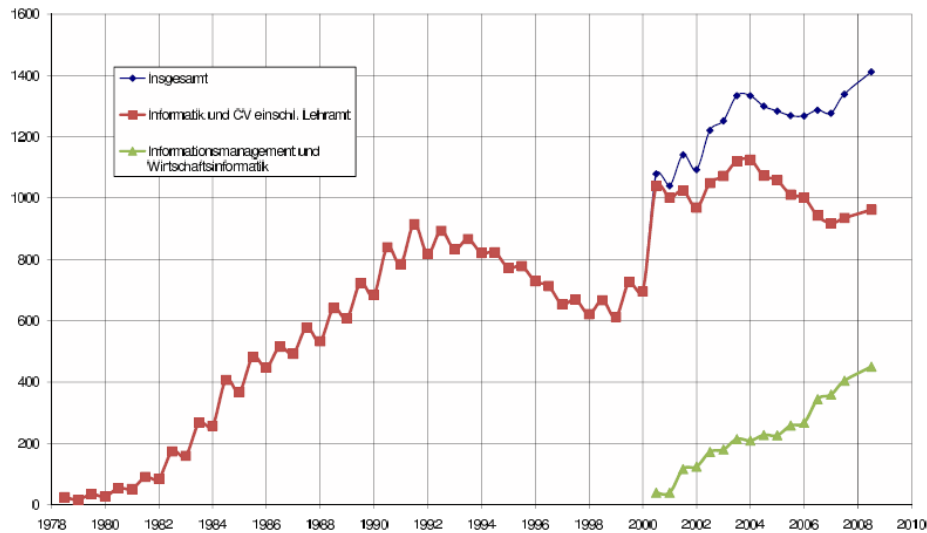
Im Jahr 1998 hat der Fachbereich zum ersten Mal eine Online-Befragung durchgeführt, die allerdings nur eine Rücklaufquote von 11% hatte [vgl. Jahresbericht 1998 des Fachbereich 4, S. 196]. Die Gründe hierfür wurden in der späten Veröffentlichung der Evaluation im Semester gesucht. Aus dieser Erkenntnis kann abgeleitet werden, dass, die in dieser Arbeit angestrebte Evaluation, am Anfang oder zumindest vor dem letzten Drittel eines Semesters durchgeführt werden sollte, welches auch für weitere Befragungen sicher eine sinnvolle Alternative darstellt.

Anhand der Berichte lässt sich außerdem festhalten, dass die Betreuungsrelation für Studenten mit Professoren bzw. wissenschaftlichen Mitarbeitern im Laufe der Jahre zunehmend schlechter geworden ist. Nachdem im Jahresbericht 1998 von einer Relation zwischen Studenten pro Professor von 43,4:1 und bei Wissenschaftlern 15,7:1 ausgegangen wurde, hat sich diese im Jahresbericht 2004 auf 69,4:1 respektive 27,6:1 verändert.

Geht man nun davon aus, dass der Fachbereich seit jeher fordert, dass diese Relation bei Professoren 50:1 und bei Wissenschaftlern 10:1 (was bisher noch nie erfüllt wurde [vgl. Jahresbericht 2000 des Fachbereich 4, S. 170]) liegen sollte, wird es offensichtlich, dass es zu Problemen bzw. kritischen Äußerungen aus der Studierendenschaft kommen kann.

Dies mag einerseits an der wachsenden Studierendenzahl liegen (siehe Dar. 4-1), andererseits werden im Verhältnis zu der Zunahme der Studierenden kaum weitere Professuren

eingrichtet. Dies wird dann deutlich, wenn man die Professoren- und Mitarbeiterstellen im Jahresbericht 1999 (17 und 23) mit denen aus dem Jahresbericht 2005 (20 und 25) vergleicht.



*Dar. 3-1 Entwicklung der Studierendenzahlen im FB 4 am Campus Koblenz  
(Quelle: Jahresbericht 2008 des FBR 4, S. 205)*

Betrachtet man nun die oben aufgeführte Grafik, erkennt man in diesem Zeitraum eine annähernde Verdopplung der Studierendenzahlen, jedoch nur eine marginale Erhöhung der Angestelltenzahl. Somit ist es fragwürdig, ob eine Betreuung nach den Forderungen des Fachbereichsrats möglich ist.

Die Internet-Befragung 1998 sowie die Befragung 2001 beinhalteten Fragebatterien bezüglich der Studieninhalte und –organisation. Diese Ergebnisse sind für die Lehrveranstaltungen sicherlich nicht uninteressant und somit sind ähnliche Fragen für die derzeitige Erfassung ebenfalls zu berücksichtigen.

Anhand der Bemerkungen der Evaluation von 2001 [vgl. Jahresbericht 2001 des Fachbereich 4, S. 204], können weitere Rückschlüsse auf die Gestaltungen der aktuellen Umfrage gezogen werden. Es muss darauf geachtet werden, dass auch jüngere Semester den Fragebogen beantworten können und, dass die Fragen nicht unverständlich formuliert werden. Sofern dies nicht möglich ist, sollte die Wahloption „weiß nicht“ vorhanden sein. Ebenso kam die Beschwerde auf, dass der damalige Bogen zu lang gewesen sei. Dies ist auch hier zu beachten und es wird abzuwägen sein, welche Fragen notwendig sind und welche überflüssig erscheinen.

Das Thema Datenschutz ist kritisch zu betrachten. Einerseits fordern die Studierenden eine Online-Befragung [vgl. Jahresbericht 2001 des Fachbereich 4, S. 204] und äußern kaum Bedenken hinsichtlich der Daten. Andererseits schien die Umfrage 1998 auch aus Gründen des Datenschutzes selten beantwortet worden zu sein. Demnach ist genau abzuwägen welche Fragen gestellt werden und wie dieser Schutz gewährt wird.

Ein weiteres Problemfeld ist die, laut den Studierenden, zu theoretische Herangehensweise der Lehrveranstaltungen. Allerdings hat sich aus den Studien [vgl. Jahresbericht 1999 des Fachbereich 4, S. 175] auch ergeben, dass Veranstaltungen bzw. Events, die den Lehrstoff praktisch darstellen, kaum besucht werden, da diese unbenotet sind. Hier ist es zu überlegen, ob das Interesse an solchen Angeboten grundsätzlich vorhanden ist, da es ohne Interessenten zwecklos ist Veranstaltungen anzubieten.

Der Fachbereich 4 hat in seinem Jahresbericht 2002 geschildert, dass sichergestellt werden soll, „dass in jedem Semester genügend Veranstaltungen in englischer Sprache angeboten werden“ [vgl. Jahresbericht 2002 des Fachbereich 4, S. 193]. Diese Forderung wurde daraufhin festgestellt, dass wenig englischsprachige Module [vgl. Jahresbericht 2003, des Fachbereich 4, S. 195] angeboten werden. Nach diesen Feststellungen wurde für das Sommersemester 2005 beschlossen, dass jeweils in der zweiten Hälfte der Vorlesungszeit, die doppelte Wochenstundenzahl in englischer Sprache im Rahmen der Summer Academy gehalten werden soll [vgl. Jahresbericht 2004 des Fachbereich 4, S. 206].

Im Jahr 2005 wurde eine Befragung im Studiengang Computervisualistik durchgeführt, indem auch nach Entscheidungsmerkmalen für diesen gefragt wurde. Anhand dieser Ergebnisse lässt sich überprüfen, ob die Außendarstellung eines Studiengangs die tatsächliche Studiensituation widerspiegelt. Daher ist es interessant zu überprüfen, wie die Studierenden die aktuelle Situation sehen und ob diese mit der Darstellung der Universität übereinstimmen.

### **3.2.2 Studien der Fachschaft Informationsmanagement**

Im Jahr 2008 hat die Fachschaft Informationsmanagement eine Umfrage unter allen Studierenden des Studiengangs Informationsmanagement (im Folgenden IM) ab dem dritten Semester durchgeführt. Diese Evaluation ist entstanden, da viele Beschwerden der Studierenden an die Fachschaft weitergetragen wurden und diese sich daraufhin mit den Professoren zusammengesetzt hat.

Ziel dieser Umfrage war es, ein grobes Meinungsbild der IM-Studenten zu erhalten und aktuelle Problemfelder zu analysieren. Neben dieser Erfassung wurde ebenfalls das Interesse eines folgenden Master-Studiums erfragt.

Unter Betrachtung der Evaluationsergebnisse [vgl. Fachschaft IM (2008)], kann der im vorherigen Kapitel angesprochene internationale Bezug hervorgehoben werden. Demnach sind über 50% der Studierenden nicht zufrieden mit dem Angebot der Universität. Dieses Ergebnis gilt es in dieser Umfrage zu bestätigen oder zu widerlegen. In diesem Fall werden allerdings nicht nur IM-Studenten, sondern alle Studiengänge des FB 4 befragt. Anhand der Auswertungen können dann Rückschlüsse auf die Zielerreichung des Beschlusses vom Fachbereichsrat gezogen werden.

Der Wille, einen konsekutiven Master in Koblenz anzuschließen, scheint für den Großteil der IM-Studenten allerdings vorhanden zu sein, was wiederum für einen guten Master-Studiengang bzw. für einen gelungenen Bachelor sprechen könnte. Dies gilt es ebenfalls zu überprüfen und auf alle Studiengänge zu beziehen.

Über das Vorlesungsangebot können keine konkreten Aussagen getroffen werden, da hier gemischte Verhältnisse vorherrschen. Daher sollte diese Frage unter Umständen differenzierter aufgeführt werden, um ein klareres Meinungsbild zu erhalten.

Da in der Umfrage der Fachschaft auch auf den Schwierigkeitsgrad von Veranstaltungen eingegangen wird, könnte man überlegen dies ebenfalls mit in die Evaluation einzubringen. Hier muss allerdings geprüft werden, wie eine solche Frage zu stellen ist, da es naheliegend ist, dass Studenten dazu neigen werden eine Veranstaltung tendenziell als schwerer zu bewerten als sie zu sein scheint. Ebenso muss man daran denken, dass das universitäre Niveau gewahrt bleiben und ein Hochschulabschluss nicht geschenkt, sondern durch Leistung erarbeitet werden sollte.

### ***3.3 Erstellung des Fragebogens***

Nachdem in den vorhergehenden Abschnitten die theoretischen Aspekte besprochen sowie vergangene Studien am Campus Koblenz verglichen wurden, kann nun mittels der gewonnenen Daten der Fragebogen für das Ziel dieser Arbeit entwickelt werden. Im Folgenden werden die hierzu notwendigen Fragestellungen sowie der Aufbau einzelner Fragebatterien erarbeitet.

### 3.3.1 Abgrenzung der relevanten Fragestellungen

Die verschiedenen Fragetypen und Skalentypen gilt es nun sinnvoll anzuwenden, um einen möglichst aussagekräftigen Fragebogen zu erstellen, welcher für die Befragten einfach und schnell zu beantworten ist.

Daher wird in der Umfrage darauf geachtet, dass hinsichtlich der Verteilung zwischen offenen und geschlossenen Fragen ein höherer Anteil geschlossener Fragen vorkommt. Dies hängt zum einen mit der schnelleren Auswertung der Evaluation, zum anderen auch mit dem Vorwissen über die Gedanken einiger Studenten zur aktuellen Situation zusammen. Hieraus können einige Antwortalternativen bereits vorab ausgewählt werden, sodass oftmals keine offenen Fragen notwendig sind. Diese werden vornehmend bei Ergänzungsfragen angewendet, um genauere Beweggründe zu erfahren.

Damit der Fragebogen einheitlich wirkt werden die Antwortmöglichkeiten in einer ungeraden Form angegeben. Die einzelnen Skalenniveaus werden gemischt, da es unterschiedliche Fragearten gibt, die nicht grundsätzlich mit einem bestimmten Niveau beantwortet werden können. Neben der oben aufgeführten formalen Komponente werden nun kurz die wichtigsten Punkte der Befragung aufgeführt.

Aufgrund der oben erwähnten Jahresberichte werden einige Fragen die aktuelle Betreuungssituation hinterfragen um zu erkennen, wie sich das Verhältnis im Studienalltag bemerkbar macht und ob an dieser Stelle Probleme auftreten.

Des Weiteren wird der aktuelle Ist-Zustand der Studiengänge erfragt, um Rückschlüsse auf den Soll-Zustand der Universität und des FB 4 zu ziehen. Hierbei wird sowohl auf die Innendarstellung als auch auf die Außendarstellung eingegangen. Es gilt ebenfalls zu überprüfen, wie oder ob das Studierverhalten der Studierenden am Campus Koblenz auf die gefühlte Unzufriedenheit zurückzuführen ist.

Wie im Absolventenbarometer [vgl. *trendence Absolventenbarometer (2006)*, S. 27] erfragt, werden die Beweggründe für die Wahl der Universität aufgeführt, um die positiven Aspekte der Hochschule zu erforschen und ggf. Schwachstellen darzustellen.

### 3.3.2 Aufbau der Fragebatterien

Nachdem die anzuwendenden Befragungsarten erläutert wurden ist es nun wichtig, die Fragen in eine sinnvolle Reihenfolge zu bringen. Hierbei hat sich herausgestellt dass es empfehlenswert ist, zunächst die einzelnen Fragen in Blöcke gleichen Inhalts zu gliedern [vgl. Porst (2008), S. 142]. Hiermit wird vermieden, dass zwischen unterschiedlichen Themengebieten gewechselt wird und der Fragebogen unstrukturiert wirkt. Die hieraus entstandenen Blöcke (Studium, Studierverhalten, Betreuung durch Professoren und Mitarbeiter, allgemeiner Teil) gilt es nun in eine Sinnvolle Reihenfolge zu bringen.

Zunächst werden eher die allgemeinen Fragen über das Studium und den jeweiligen Studiengang aufgeführt. Hiermit wird der Grundsatz „vom Allgemeinen zum Speziellen“ verfolgt, der besagt, dass einfache und leicht zu beantwortende Fragen am Anfang eines Fragebogens stehen sollen. Schwierigere Fragen und demographische Daten, die nicht gerne beantwortet werden, findet man am Ende der Evaluation.

Hieraus ergibt sich eine Spaltung des allgemeinen Teils in zwei Blöcke, da einige Fragen für bestimmte Gruppen der Befragten nicht aufgeführt werden sollen, z. B. Fragen über den Bachelorstudiengang für Diplomstudenten. Um dies zu gewährleisten ist es notwendig einige Fragen, wie z. B. nach der Studienart, an den Anfang der Befragung zu stellen. Der zweite Block wird am Ende der Umfrage weitere demographische Daten erfassen und die Evaluation abschließen. Somit kann die oben geforderte Einteilung der Blöcke nicht komplett eingehalten werden.

Diese Reihenfolge stellt außerdem eine gewisse „Dramaturgie“ [vgl. Porst (2008), S. 142] dar. Mit dieser soll der Fragebogen möglichst „spannend“ oder zumindest nicht uninteressant für den zu Befragenden werden, damit dieser die Fragen auch beantwortet. Dies ist ebenfalls ein Grund dafür die oben genannten demographischen Daten sowie schwierige Fragen am Ende einer Umfrage zu erheben [vgl. Porst (2008), S. 143].

Aus den aufgeführten Merkmalen, die bei einer Umfrage beachtet werden sollten, ergibt sich nun für den Fragebogen eine Reihenfolge, in der die einzelnen Blöcke abgefragt werden. Zunächst werden aus oben genannten Gründen allgemeine Fragen an die Studierenden gestellt. Hierauf folgend wird die aktuelle Situation im Studium erörtert, worauf hin der nächste Block direkte Fragen zum Studierverhalten der Studierenden aufgreift. Darauf aufbauend

wird die Betreuungssituation am Campus Koblenz für den FB 4 erfragt. Abschließend werden die demographischen Daten erhoben, sowie ein Code aus dem Geburtsmonat der Mutter und den Anfangsbuchstaben der Namen der Eltern für eine spätere Panelforschung erfragt, welcher den Abschluss des Fragebogens darstellt.

### ***3.4 Wahl der Befragungsplattform***

Da die Entwicklung des Fragebogens nun abgeschlossen ist, gilt es eine Befragungsplattform zu finden, auf der die Umfrage durchgeführt werden kann. Hierbei muss die Plattform verschiedene Kriterien erfüllen um ausgewählt zu werden.

Zunächst einmal ist es wichtig den Datenschutz zu garantieren oder zumindest weitestgehend sicherzustellen. Des Weiteren sollten die gewonnenen Ergebnisse in einer SPSS-Datei oder zumindest in einer Excel-Datei zur Verfügung gestellt werden, damit die spätere Auswertung einfacher gestaltet werden kann. Ebenso ist es nicht unerheblich, wenn die Fragetypen so visualisiert werden können, dass sie ansprechend und übersichtlich für den Befragten dargestellt werden.

Der Kostenfaktor spielt ebenfalls eine Rolle. Da es heutzutage allerdings ein hohes Angebot an kostenfreien Alternativen gibt, werden Plattformen erwogen, die möglichst keine Kosten verursachen.

Anhand der oben aufgeführten Kriterien wurden die in der folgenden Grafik aufgeführten Anbieter ausgewählt. Diese werden im Folgenden weiter untersucht und bewertet, sodass die sinnvollste Alternative ausgewählt werden kann.



	Voycer	askallo	Onlineumfragen	eQuestionnaire	Fragebogen-Tool.de	Netzumfrage
Umfrage-dauer	-	7 Tage/ 3 Monate*	-	4 Monate	-	-
Frageanzahl	-	-	-**	-	15	-
Max. Teilnehmer	-	500/ 5000*	-**	-	-	-
Individualisiertes Layout	Bedingt	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja
Dateiformat	CSV (Excel, SPSS)	CSV (Excel)/ SPSS*	Excel, SPSS, Word, Powerpoint, PDF	CSV, Excel, SPSS, etc.	TXT-Datei	Excel, CSV, SPSS
Datenschutz	Daten können durchgehend gelöscht werden, Anonymisierung möglich	Datenanonymisierung (Löschung nach 30 Tagen)	SSL-Verschlüsselung	Keine Weitergabe, Löschung nach spätestens 30 Tagen	IP-Adresse, Host und User-ID werden gespeichert	Nicht explizit aufgeführt
Kosten	-	- / 59 €* / 59 €*	Abhängig von Teilnehmeranzahl	59 €	-	100€ bis 200€

\*Studententarif

\*\* Kosten steigen pro Teilnehmer – Begrenzung möglich

### *Dar. 3-2 Vergleich Online Befragungstools (Quelle: eigene Darstellung)*

Die obige Tabelle enthält einige kostenlose sowie kostenpflichtige Befragungsplattformen. In einer Vorauswahl sind bereits einige kostenfreie Alternativen herausgefallen, da diese im Vorhinein die meisten der geforderten Kriterien nicht erfüllen konnten.

Betrachtet man nun die kostenfreie Plattform [fragebogen-tool.de](#) fällt sofort auf, dass das Dateiformat der eingegebenen Daten nur als TXT-Datei vorliegt und somit der Aufwand für eine Auswertung erhöht wird. Des Weiteren ist hierbei der Datenschutz eingeschränkt, da sich der Anbieter vorbehält einige Daten (z.B. die IP-Adresse) zu speichern. Des Weiteren ist die Anzahl der Fragen die gestellt werden können auf 15 beschränkt, was eine Kürzung der Umfrage zur Folge hätte.

Bei den kostenpflichtigen Alternativen von [onlineumfragen.de](#) und [netzumfrage.de](#) wurden die geforderten Kriterien weitestgehend erfüllt, allerdings ergeben sich hierbei Preise die weit über 100 € liegen und somit scheiden die Plattformen ebenfalls aus.

Günstigere Möglichkeiten eine Onlinebefragung durchzuführen kommen von [equestionnaire.de](#) und [askallo.de](#). Hier gibt es zudem spezielle Angebote für Studenten und Akademiker. Zwar bietet [askallo.de](#) auch eine kostenfreie Alternative, allerdings ist diese im Umfang und der Dauer sehr beschränkt. Eingegebene Daten werden hier anonymisiert und nach 30 Ta-

gen gelöscht, sofern man dies vorher nicht eigenständig durchgeführt hat. Die Kosten würden bei diesen beiden Möglichkeiten jeweils 59 € betragen.

Als kostenfreie Alternative, die alle Kriterien erfüllt, hat sich die Plattform Voycer.de herausgestellt. Hierbei können die Daten jederzeit gelöscht werden und sind dazu durch moderne Methoden nahezu nicht zurück zu verfolgen. Das Dateiformat für die Verwendung des Statistikprogramms SPSS wird ebenfalls unterstützt. Da diese Plattform bereits durch die Fachschaft Informationsmanagement genutzt wurde, konnten auch positive Erfahrungen eingebracht werden, aufgrund dessen die Wahl für diese Befragung ebenfalls auf Voycer.de gefallen ist.

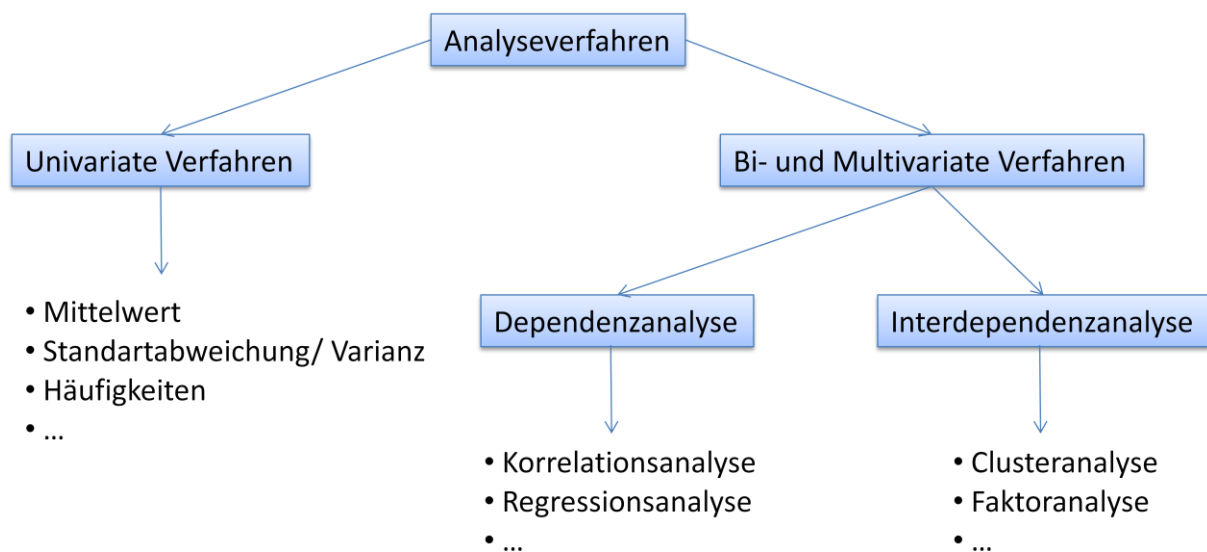
## 4. Empirische Untersuchung

Nachdem der Fragebogen entwickelt und die Evaluation durchgeführt wurde, ist es nun notwendig, die gewonnenen Daten auszuwerten und Zusammenhänge einzelner Variablen zu untersuchen. Zunächst werden die Methoden der Datenanalyse beschrieben, welche eine Grundlage für die weitere Auswertung darstellen. Anschließend wird eine ausführliche Analyse der Daten, welche den Hauptteil dieser Arbeit darstellt, folgen.

### 4.1 Methoden der Datenauswertung

In der Literatur werden unterschiedliche Analyseverfahren besprochen, welche sich hinsichtlich der zu erforschenden Daten unterscheiden. Im Folgenden werden diese Verfahren kurz erörtert und voneinander abgegrenzt.

Grundsätzlich werden bei der Datenanalyse zwei Verfahren unterschieden: Die deskriptive bzw. beschreibende Statistik und die induktive Statistik [vgl. Berekoven et al. (2006), S. 197]. Während sich erstere vornehmend mit Verfahren der Aufbereitung und Auswertung von untersuchten Daten aus der Grundgesamtheit befasst, behandelt die induktive Statistik die Rückschlussnahme auf die Grundgesamtheit. In der folgenden Grafik werden die wichtigsten Verfahren der deskriptiven Statistik aufgeführt:



Dar. 4-1: *Methoden der Datenauswertung*  
(Quelle: Walsh (2006), S. 110)

Zunächst wird zwischen den univariaten und den bi- und multivariaten Verfahren unterschieden. Ersteres drückt Verfahren aus, die nur eine Variable betrachten, d.h. alle anderen Ausprägungen werden nicht berücksichtigt und nur die Veränderung dieser einen Variablen wird analysiert.

Univariate Verfahren werden in der Praxis zunächst für eine eindimensionale Häufigkeitsverteilung verwendet [vgl. Herrmann/Homburg (2000), S. 107]. Hierbei werden die erfassten Häufigkeiten der Ausprägungen erfasst. Diese Verteilung wird nochmals unterschieden zwischen der absoluten und relativen Häufigkeitsverteilung. Erstere listet die Häufigkeit des Vorkommens eines bestimmten Wertes auf. Der Anteil des untersuchten Merkmals an einem Wert wird durch die relative Häufigkeitsverteilung beschrieben. Dargestellt wird eine solche Analyse in der Regel mittels Säulen-, Kreis- oder Balkendiagrammen oder aber bei einer Anordnung (z. B. ordinal) der Merkmale auch als kumulierte Häufigkeitsverteilung [vgl. Herrmann/Homburg (2000), S. 107].

Neben den Verfahren der Häufigkeitsverteilung gibt es im Rahmen der univariaten Statistik ein weiteres Teilgebiet, welches sich mit den Parametern von Häufigkeitsverteilungen befasst. Hier gilt es zwischen den Lageparametern und den Streuungsparametern zu unterscheiden. Die Lageparameter beschreiben diejenigen Merkmale einer Untersuchung, die für die erhobene Häufigkeitsverteilung eine „zentrale“ Verteilung darstellen. Hierbei sind die Mittelwerte die bedeutendsten Lageparameter [vgl. Berekoven et al. (2006), S. 200].

Mittelwerte werden auf drei unterschiedlichen Arten berechnet. Zunächst gibt es das arithmetische Mittel (= Berechnung des Durchschnitts), welches die bekannteste und am häufigsten angewendete Mittelwertberechnung ist [vgl. Berekoven et al. (2006), S. 200]. Neben dieser Berechnung werden noch der Median und der Modus verwendet. Der Median ist derjenige Wert, der in einer geordneten Häufigkeitsverteilung genau in der Mitte liegt. Unterhalb des Median befinden sich ebenso viele Beobachtungswerte wie oberhalb. Der Modus hingegen stellt die Ausprägung einer Häufigkeitsverteilung dar, welche am häufigsten auftritt.

Streuungsparameter beschreiben wie „nah“ einzelne Merkmalswerte einer Häufigkeitsverteilung an einem Mittelwert liegen. Hierbei sind vor allem die wichtigsten Parameter Varianz und Standardabweichung zu nennen.

Die Varianz gilt als das bedeutendste Streuungsmaß in der Marktforschung [vgl. Berekoven et al. (2006), S. 201]. Sie wird aus der durchschnittlichen quadratischen Abweichung einzelner Beobachtungswerte vom Durchschnitt ermittelt. Die Standardabweichung wird aus der Quadratwurzel der Varianz berechnet, dies funktioniert allerdings nur bei einer Intervallskalierung.

Bi- und multivariate Verfahren befassen sich, im Gegensatz zu den univariaten Verfahren, mit der Analyse von Zusammenhängen zwischen zweier oder mehrere Variablen. Diese Verfahren finden im Zuge der Marktforschung im Marketing immer mehr Zuwachs, da sich mit ihnen mehrere Merkmalsausprägungen zusammen untersuchen lassen.

Im Rahmen der bivariaten Verfahren ist zunächst die Kreuztabellierung zu nennen. Bei diesem Verfahren werden alle Kombinationen von Merkmalausprägungen hinsichtlich zwei oder mehrerer Variablen in einer Matrix (Kreuztabelle) aufgeführt und die absoluten bzw. relativen Häufigkeiten angegeben.

Ein weiteres Verfahren ist die einfache Korrelationsanalyse, durch welche die Stärke des linearen Zusammenhangs zwischen zwei metrischen Merkmalen ermittelt wird. Durch die Berechnung des Korrelationskoeffizienten, welcher Werte zwischen -1 und +1 annehmen kann, werden die Zusammenhänge gemessen. Hierbei bedeuten negative Zusammenhänge, dass bei der Erhöhung eines Wertes der andere kleiner wird. Graphisch wird dies durch eine fallende Gerade ausgedrückt [vgl. Berekoven et al. (2006), S. 204].

Der Wert 0 hingegen stellt dar, dass es keinen linearen (ggf. aber einen nichtlinearen) Zusammenhang zwischen den einzelnen Variablen gibt und, dass eine Veränderung der einen keine Veränderung der anderen Variablen zur Folge hat.

Positive Zusammenhänge bedeuten, dass bei Zunahme der einen Variablen die andere ebenfalls zunimmt. Wie bei den negativen Zusammenhängen gilt: Je näher der Wert bei 1 liegt, desto stärker ist der Zusammenhang [vgl. Herrmann/Homburg (2000), S. 110].

Im Gegensatz zur Korrelationsanalyse befasst sich die einfache Regressionsanalyse mit dem Einfluss einer unabhängigen Variablen auf eine abhängige Variable und bestimmt diesen. Hierbei steht vor allem die Ursache-Wirkungsbeziehung im Vordergrund [vgl. Meffert (2000), S. 165]. Bei diesem Verfahren werden die einzelnen Paare der Variablen in ein Koordinatensystem eingetragen, welches zu einem Streudiagramm führt. Mittels der Regressionsanalyse wird nun eine Gerade bzw. Kurve durch dieses Diagramm gelegt, um den Zusam-

menhang zwischen der abhängigen und unabhängigen Variablen durch eine Funktion zu beschreiben. Hierdurch können Zusammenhänge verdeutlicht werden und z. B. im Marketingbereich, Rückschlüsse gezogen und ggf. Prognosen gegeben werden.

Wie bereits erwähnt befassen sich die multivariaten Verfahren mit einer Vielzahl von Variablen. Hierbei unterscheidet man zwischen der Dependenzanalyse, welche darauf basiert, dass eine oder mehrere Variablen (auch abhängige Variablen) von anderen (unabhängigen) Variablen bestimmt oder beeinflusst werden [vgl. Berekoven et al. (2006), S. 209] und der Interdependenzanalyse. Diese unterscheidet nicht zwischen abhängigen und unabhängigen Variablen, da sie von wechselseitigen Beziehungen dieser untereinander ausgeht [vgl. Herrmann/Homburg (2000), S. 31].

Bei der multiplen Regression geht es, im Vergleich zur einfachen Regression, um mehrere unabhängige Variablen, die eine abhängige Variable beeinflussen. Bei diesem Verfahren ist allerdings darauf zu achten, dass die unabhängigen Variablen nicht untereinander abhängig voneinander sind [vgl. Herrmann/Homburg (2000), S. 114], da ansonsten eine Multikollinearität auftritt.

Ein anderes multiples Verfahren ist die Varianzanalyse. Hierbei wird die Wirkung einer oder mehrerer unabhängiger Variablen auf eine oder mehrere abhängige Variablen untersucht [vgl. Herrmann/Homburg (2000), S. 114].

Die Diskriminanzanalyse ist dem Verfahren der Regressionsanalyse recht ähnlich, da auch hier die Abhängigkeit einer abhängigen Variablen von einer oder mehreren unabhängigen intervallskalierten Variablen überprüft wird. Allerdings wird die Diskriminanzanalyse dazu verwendet mehrere Gruppen von Merkmalsausprägungen durch bestimmte Merkmale zu trennen. Es werden im vorhinein Gruppen von Ausprägungen gebildet, welche dann auf bestimmte Merkmale untersucht und dahingehend getrennt werden [vgl. Berekoven et al. (2006), S. 216].

Im Gegensatz zur Diskriminanzanalyse unterscheidet die Clusteranalyse nicht bereits gegebene Gruppen, sondern ist vielmehr darauf ausgelegt Gruppen zu bilden. Hierfür werden sich in ihren Merkmalsausprägungen ähnelnde Objekte zusammengefasst. Daraus ergeben sich homogene Gruppen, die sich jedoch von anderen Gruppen möglichst groß unterscheiden [vgl. Berekoven et al. (2006), S. 221]. Aufgrund der Gruppenbildung wird die Clusterana-

lyse hauptsächlich zur Marktsegmentierung im Marketing angewandt [vgl. Herrmann/Homburg (2000), S. 121].

Eine Reduktion der Variablen wird durch die Faktoranalyse geschaffen. Erreicht wird dies dadurch, dass mehrere korrelierte Variablen durch wenige andere unkorrelierte Variablen ausgedrückt werden [vgl. Berekoven et al. (2006), S. 217]. Ein bekanntes Beispiel hierfür ist der Intelligenzquotient, welcher nicht direkt ersichtlich ist, sondern durch unterschiedliche Tests dargestellt wird.

## ***4.2 Abgrenzung der Auswertungsformen***

Nachdem die einzelnen Analyseverfahren erläutert wurden ist nun zu entscheiden, welche dieser Methoden bei der Auswertung der Evaluation angewendet werden. Hierbei muss ebenfalls darauf geachtet werden, welche Zusammenhänge erarbeitet werden sollen und welche eine sekundäre Rolle spielen.

Grundsätzlich kann gesagt werden, dass die univariaten Verfahren bei den meisten Fragen angewendet werden können. Dies liegt zum einen daran, dass die Fragen so gestellt werden, dass eine direkte Auswertung erfolgen kann und dadurch, dass, z. B. relative Häufigkeitsverteilungen in der Marktforschung üblich sind [vgl. Berekoven et al. (2006), S. 198].

Zum anderen können bei einigen Fragestellungen Kreuztabellierungen, oder Korrelationsanalysen durchgeführt werden, um bestimmte Zusammenhänge zu erfragen (z. B. Zusammenhang zwischen Geschlecht und der Durchschnittsnote).

Der Anteil multivariater Analysen wird einen eher geringen Anteil bei der Auswertung der Evaluation in Anspruch nehmen. Allerdings kann noch nicht genau gesagt werden, welche Methoden genau und in welcher Anzahl angewendet werden, da dies erst im Zuge der Auswertung entschieden wird. Dort können ggf. mehr Rückschlüsse gezogen werden, als bisher vermutet.

## ***4.3 Auswertung der Evaluation***

Da die Grundlagen für eine Analyse der Erhebung erarbeitet wurden, kann diese nun durch Auslesung der Daten ausgewertet werden. Hierbei werden zunächst die grundlegenden Daten dargestellt und im weiteren Verlauf die Ergebnisse aufgearbeitet.

### 4.3.1 Demographische Daten

Die Grundgesamtheit der Befragten besteht aus allen Studierenden die zum Sommersemester 2009 an der Universität Koblenz-Landau, am Campus Koblenz, im Fachbereich 4 eingeschrieben waren. Dies ergibt eine Grundgesamtheit von 1271 Personen, welche sich wiederum in den einzelnen Studiengängen Informationsmanagement, Informatik, Computervisualistik, Wirtschaftsinformatik und Lehramt Informatik aufteilt. Die Anzahl der Studierenden in den jeweiligen Studiengängen, den eingeschriebenen Abschluss sowie der Rücklauf der Fragebögen kann in folgender Grafik entnommen werden:

	Bachelor	Master	Diplom	Gesamt
Informationsmanagement	106 (369)	15 (61)	0	<b>121 (430)</b>
Computervisualistik	44 (179)	0 (2)	59 (286)	<b>103 (467)</b>
Wirtschaftsinformatik	0	6 (8)	0	<b>6 (8)</b>
Informatik	21 (118)	3 (9)	21 (221)	<b>45 (348)</b>
Lehramt Informatik	3 (18)	0	0	<b>3 (18)</b>
<b>Gesamt</b>	<b>173 (684)</b>	<b>18 (80)</b>	<b>87 (507)</b>	<b>278 (1271)</b>

*Dar. 4-2: Aufteilung der Studierenden Antworten nach Studiengang und Abschluss*

Die grau hinterlegten Ziffern stellen hierbei jeweils die Anzahl der eingeschriebenen Studenten in der jeweiligen Kombination dar. Die schwarzen Ziffern stehen für die Zahl der beantworteten Fragebögen.

Demzufolge haben 278 Personen an der Umfrage teilgenommen, woraus sich eine Rücklaufquote von 21,87% ergibt, was bedeutet, dass mehr als jeder fünfte Student des FB 4 an dieser Umfrage teilgenommen hat. Betrachtet man allerdings die Rücklaufquote der einzelnen Studienfächer bzw. des eingeschriebenen Abschlusses, so ergeben sich sehr unterschiedliche Quoten. Somit haben lediglich 12,9% aller Informatikstudenten (Im Studiengang Diplom Informatik sogar lediglich 9,5%) an der Umfrage teilgenommen. Im Studiengang Informationsmanagement hingegen liegt die Quote bei 28,1% (Der Studiengang Wirtschaftsinformatik kommt auf 75%, wobei hier beachtet werden muss, dass es nur acht Studierende gibt.).

Damit diese unterschiedliche Rücklaufquote innerhalb einzelner Studiengänge und Abschlüsse ausgeglichen wird und valide Aussagen getroffen werden können, werden die jeweiligen Studiengänge und Abschlüsse verschieden gewichtet. Der Gewichtungskoeffizient wird so gewählt, dass die Summe der Gewichte wieder 278 ergibt, dass aber die Anteile der verschie-



denen Studiengänge in der gewichteten Stichprobe den entsprechenden Anteilen in der Grundgesamtheit gleichkommen. Demnach ergeben sich folgende Gewichtungskoeffizienten, welche in der weiteren Auswertung berücksichtigt werden:

	Bachelor	Master	Diplom
Informationsmanagement	0,79141205	0,88948335	-
Computervisualistik	0,88981475	0,80199318	1,06026217
Informatik	1,22902851		2,30182459
Wirtschaftsinformatik	-	0,29163388	-
Lehramt Informatik	1,31235248	-	-

*Dar. 4-3: Gewichtungskoeffizienten*

Die Masterstudiengänge Computervisualistik und Informatik wurden hier auf Grund der nicht vorhandenen Antworten der Computervisualisten zusammengefasst. Anhand der Gewichtungskoeffizienten kann entnommen werden welche Studierendengruppe am häufigsten an der Umfrage teilgenommen hat. Je größer der Koeffizient, desto weniger Studierende des jeweiligen Studienganges beantworteten den Fragebogen.

Die teilnehmenden Studierenden umfassen das Erste bis hin zum 20. Semester. Der Mittelwert liegt im sechsten Semester. Das Angebot der Universität, die Studiengänge auch im Sommersemester zu beginnen, wird häufig wahrgenommen, da 43,3% der Studierenden im Sommersemester mit dem Studium begonnen haben.

Der Frauenanteil beläuft sich im Fachbereich auf 23%, wobei hier erwähnt werden muss, dass die meisten Frauen im Studiengang Informationsmanagement (28,7%) zu finden sind, wohingegen im Studiengang Informatik die Quote bei 7,7% liegt.

### 4.3.2 Beweggründe der Studien- und Hochschulwahl

Nachdem die grundlegenden Kennzahlen ausgearbeitet wurden, werden im Folgenden die wichtigsten Beweggründe für die Studienwahl aufgearbeitet.

Mehr als die Hälfte der Studierenden (55,3%) sind über das Internet durch Eigenrecherche auf den gewählten Studiengang aufmerksam geworden, gefolgt von der Empfehlung von Verwandten, Bekannten und Freunden (34,5%). Die durchgeführten Informationstage für Schüler sowie Presseberichte und Fachzeitschriften werden von den wenigsten Studenten wahrgenommen (alle drei zusammen kommen auf 17,2% aller Stimmen).

Häufig haben Studenten nicht nur einen Studiengang für den sie sich interessieren, sondern mehrere. Studierende der Computervisualistik geben als häufigste Alternative den Studiengang Informatik an (26,2%). Hier wird eine enge Verbundenheit zwischen den beiden Studiengängen sichtbar. Allerdings sahen viele Studenten keine Alternative zu diesem Studiengang, da neben Informatik nur vereinzelt Mediendesign und Medieninformatik (zusammen 8,7%) erwähnt wurden. Der Studiengang Informatik hingegen bot für fast keinen Teilnehmer eine Alternative, lediglich Mathematik (11,1%) und Computervisualistik (8,8%) wurden mehrmals genannt.

Dem Fach Informationsmanagement hingegen, boten sich viele Alternativstudiengänge. Hier wurden Wirtschaftsinformatik (22,3%) und Betriebswirtschaftslehre (17,3%) als häufigste Option gewählt. Ein Informatikstudium (6,6%) wurde nur von wenigen in Betracht gezogen.

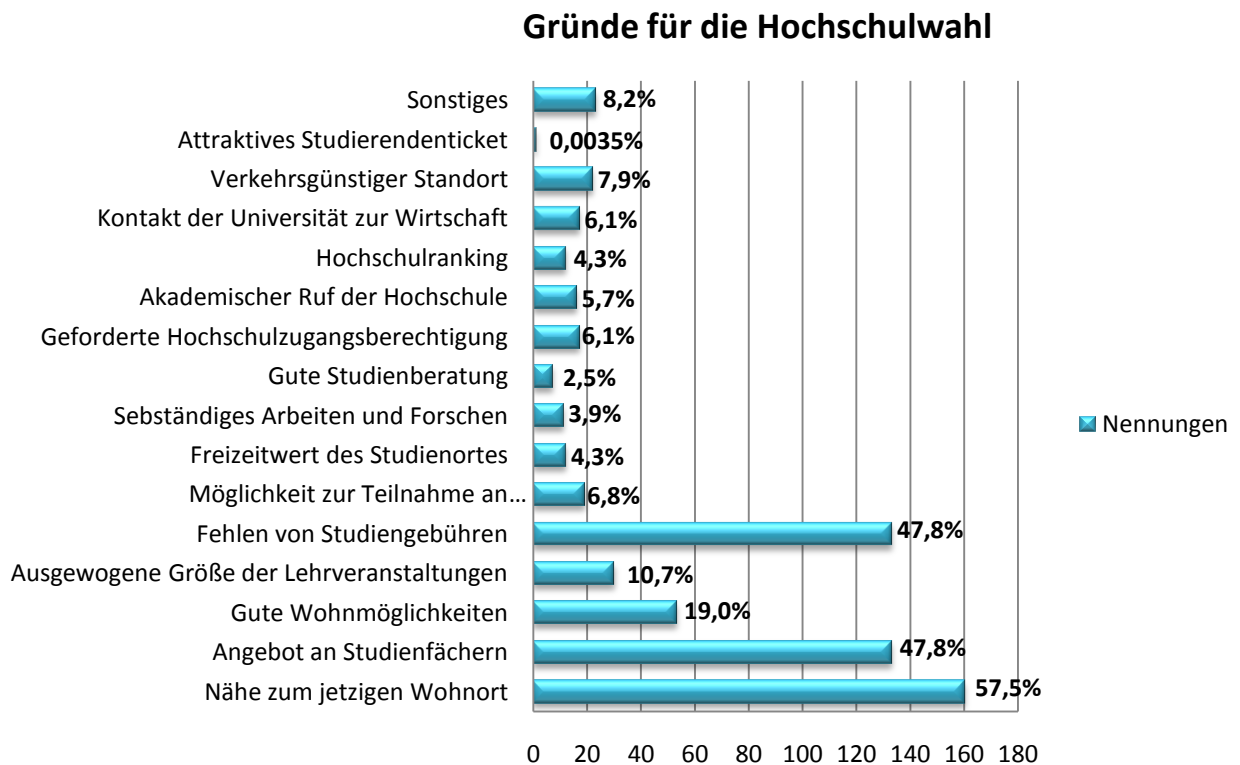
Neben den Alternativen Studiengängen wurde nach den Gründen für die Wahl des Studienganges gefragt, um herauszufinden, weshalb letztendlich dieser gewählt wurde und nicht einer der aufgeführten Optionen. Mehrfachantworten waren bei dieser Frage erwünscht.

	IM	CV	Inf.	WI	Lehramt Informatik	Gesamt
Herausfordernde Arbeitsaufgaben	6	21	18	-	1	<b>46</b> (16,5%)
Verdienstmöglichkeiten	30	16	27	1	3	<b>77</b> (27,6%)
Chancen auf dem Arbeitsmarkt	68	57	43	1	3	<b>173</b> (62,2%)
Theoretische Weiterbildung	2	4	11	-	-	<b>17</b> (6,1%)
Empfehlung durch Bekannte	15	9	4	-	-	<b>27</b> (9,7%)
Interesse am Fachgebiet	64	92	68	2	1	<b>226</b> (81,2%)
Praxisbezug der Ausbildung	8	10	2	-	-	<b>20</b> (7,1%)
Internationale Ausrichtung der Abschlüsse	27	1	-	-	-	<b>28</b> (10%)
Schneller Studienabschluss	6	5	1	-	-	<b>12</b> (4,3%)
Fächerübergreifendes Arbeiten	25	41	-	-	-	<b>66</b> (23,7%)
Sonstiges	5	-	3	-	1	<b>9</b> (3,2%)

*Dar. 4-4: Gründe für Studiengangwahl*

Die Mehrheit der Studierenden hat sich durch Interesse am Fachgebiet für den jeweiligen Studiengang entschieden, gefolgt von den Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Die Meinungen der einzelnen Studiengänge sind hier größtenteils ähnlich. Unterschiede tauchen hier bei der internationalen Ausrichtung auf, was jedoch dadurch bedingt ist, dass der Studiengang Informationsmanagement als einziger hierfür ausgerichtet ist. Ähnlich verhält es sich mit dem fächerübergreifenden Arbeiten. Die Studiengänge IM und CV werden hiermit geworben und interagieren auf verschiedenen Ebenen. Herausfordernde Arbeitsaufgaben werden jedoch häufiger von den Studiengängen Computervisualistik und Informatik als Grund für deren Wahl gesehen.

Die Verdienstmöglichkeiten nach dem Studium werden an dritter Stelle für die Wahl des Studienganges aufgeführt.



*Dar. 4-5: Gründe für Hochschulwahl*

Die Wahl der Hochschule hat in erster Linie nichts mit der Universität zu tun. Die Mehrheit der Studierenden hat sich für diese Universität entschieden, da sie in der Nähe des aktuellen Wohnortes liegt. An zweiter Stelle werden das Fehlen der Studiengebühren, sowie das Angebot an Studienfächern aufgeführt. Der Studienort Rheinland-Pfalz ist daher sehr interessant für viele Studierende und wird Universitäten in anderen Bundesländern vorgezogen. Da

Koblenz sehr gut von anderen Bundesländern mit Studiengebühren erreichbar ist, könnte sich dieser Effekt, sofern die Studiengebühren ausbleiben, verstärken.

Weitere Faktoren die unmittelbar mit der Universität verbunden sind wie der akademische Ruf der Hochschule oder der Kontakt zur Wirtschaft, spielen in der Entscheidung der Studierenden kaum eine bedeutende Rolle.

Die oftmals beworbene ausgewogene Größe der Lehrveranstaltungen [vgl. Studentenflier Information Management (2005)] scheint ebenfalls nur für einige Studenten relevant zu sein. 14,8% der IM-Studenten sahen die Lehrveranstaltungsgröße als Entscheidungskriterium an. Bei den Studiengängen Informatik (10,3%) und CV (7,8%) war dieser Grund weniger ausschlaggebend. Unter dem Punkt „Sonstiges“ wurden als weitere Punkte, die Möglichkeit des Studienbeginns im Sommersemester sowie die Größe der Universität („keine Massenuniversität“) genannt. Die Erwartungen der Studenten haben sich nach der Umfrage größtenteils erfüllt. Eine Vielzahl der Studierenden sieht alle Erwartungen als erfüllt und nur wenige (8,4%) beurteilen die Internationalität des Studienganges (dies betrifft die IM-Studenten) als nicht zufriedenstellend.

### 4.3.3 Meinungsbild der Studiengänge

Im Verlauf der Umfrage, wurde im dritten Abschnitt nach Themen rund um den gewählten Studiengang gefragt. Hier ging es zunächst darum, herauszufinden welche Angebote im Rahmen des ausgesuchten Studienganges verbessert bzw. ausgebaut werden sollten.

	IM	CV	Inf.	WI	Lehramt Informatik	Gesamt
Praxiserfahrung	50	75	49	1	4	<b>179</b>
Methodenkompetenz	15	17	11	-	1	<b>44</b>
Grundlagenwissen	13	22	21	-	-	<b>56</b>
Ökonomisches Grundwissen	19	13	8	-	-	<b>40</b>
Theoretisches Wissen auf praktische Probleme ableiten	38	47	26	1	1	<b>113</b>
Fachwissen	10	18	20	-	1	<b>49</b>
Führungsfähigkeit	41	10	14	1	1	<b>67</b>
Fremdsprachen	30	21	20	1	-	<b>72</b>
Projektmanagement	21	25	19	1	-	<b>66</b>
Sonstiges	-	1	1	-	-	<b>2</b>

Dar. 4-6: *Ausbauungsfähige Angebote*

Anhand dieser Tabelle kann man erkennen, dass eine Vielzahl der Studierenden gerne mehr Bezug zur Praxis haben möchte. Dies geht vor allem auch daraus hervor, dass das erlernte theoretische Wissen in praktischen Anwendungen zur Geltung gebracht werden soll. Diese Einstellung wird von allen Studiengängen getragen und ist kein Phänomen eines speziellen Studienfachs.

Ein nächster Punkt der Verbesserungspotenzial besitzt, sind die angebotenen Fremdsprachen. Hier sehen ebenfalls einige Studierende der drei großen Studiengänge (Informatik, Computervisualistik, Informationsmanagement) Handlungsbedarf.

Trotz des bisher sehr ähnlichen Meinungsbildes, fallen in einem Punkt größere Unterschiede auf. Das Thema Führungsfähigkeit scheint im Studiengang IM, im Gegensatz zu den anderen Studiengängen, weniger gut behandelt zu werden bzw. wird von den Studenten mehr Aufmerksamkeit für dieses Thema gefordert. Dies mag damit zusammenhängen, dass dieser Studiengang mehr darauf abzielt später Führungsaufgaben zu übernehmen, als die anderen Studiengänge.

Vergleicht man nun den Inhalt der Vorlesungen mit den Erwartungen der Studierenden, so entsprechen 57,2% der Vorlesungen weitestgehend den Erwartungen und weitere 30,8% sehen für die meisten Vorlesungen eine treffende Erwartung.

Ähnlich verhält es sich mit dem Aufbau des Studiengangs hinsichtlich der Gestaltung der Reihenfolge von Veranstaltungen, da hier lediglich 20,3% die Reihenfolge wenig bis gar nicht gelungen empfinden.

Die Selbstgestaltung des Studiums durch die Wahl von Vertiefungen, ist für die Studierenden ein sehr wichtiger Punkt. Hier betrachten immerhin 69,5% den Punkt als sehr wichtig und weitere 19,4% als wichtig. Demzufolge ist es für Studenten sehr interessant, wenn eine Wahlfreiheit bestimmter Studienrichtungen besteht.

Nachdem herausgefunden wurde, dass der Aufbau der Studiengänge sowie deren Inhalt für die meisten Studenten zufriedenstellend sind, muss festgehalten werden, dass immerhin 56,4% der Bachelorstudenten mehr als sechs Semester für ihr Studium benötigen, was über der Regelstudienzeit von eben diesen sechs Semestern liegt. Der Grund dafür wird im Verlaufe der Auswertung diskutiert.

Die Zufriedenheit mit dem Studiengang lässt sich auch indirekt anhand der Frage, ob die Studenten jemals daran gedacht haben das Studium zu beenden, abzulesen. Hier stellt sich heraus, dass ungefähr ein Drittel (33,7%) der Befragten daran gedacht haben das Studium abzubrechen. Hierbei unterscheiden sich die einzelnen Studiengänge nur leicht und daher kann keine erhöhte Quote an Abbruchgedanken einem speziellen Studiengang zugeordnet werden. Wird der Unterschied zwischen Männern und Frauen untersucht so kann erkannt werden, dass der Abbruchgedanke bei 30,6% des männlichen Geschlechts und bei 44,8% der Frauen vorkommt.

Die Gründe für diese Gedanken konnten aus den Freitexten herausgelesen werden. Hierbei stehen an erster Stelle die Informatikveranstaltungen im Studiengang Informationsmanagement. Der prozentuale Anteil ist einigen Studenten zu hoch, ebenso der Schwierigkeitsgrad einzelner Kurse.

An zweiter Stelle werden die Komplexität und das damit verbundene hohe Niveau der Studiengänge aufgeführt, was bei den Computervisualisten hauptsächlich auf Mathematikvorlesungen zurückzuführen ist. Dieses Meinungsbild spiegelt sich auch in der Frage nach möglichen Gründen für den Studienabbruch von Kommilitonen wieder, da hier 82,7% der Befragten den Schwierigkeitsgrad nannten. Hiermit einhergehend wird der hohe zeitliche Aufwand der einzelnen Studiengänge als potenzieller Abbruchsgrund aufgeführt, da es schwierig ist neben dem Studium zu arbeiten, um dieses zu finanzieren. Dies mag vermutlich ein Grund für die häufig überschrittene Regelstudienzeit sein. Ein weiterer auffälliger Punkt ist der fehlende Praxisbezug der Studiengänge und die nicht darauf ausgerichtete Lehre.

Der Gedanke den Studienort zu wechseln wurde, im Gegensatz zum Abbruch, von weniger Studierenden erwogen (24,3%). Der Hauptgrund der Studierenden den Ort zu wechseln, ist die mangelnde Reputation der Universität Koblenz-Landau, da andere Hochschulen hier besser aufgestellt sind. Demzufolge liegt der Hauptgrund nicht in der Qualität der Lehre. Des Weiteren ist die Wahl an Vertiefungsmöglichkeiten an bestimmten Universitäten größer bzw. eher auf die Interessen der wechselwilligen Studenten angepasst. IM-Studenten geben als häufigsten Wechselgrund ein weiterführendes BWL Studium an. Es wurde allerdings keine Universität auffallend häufig als Alternative aufgeführt, da das Spektrum sehr weit zu sein scheint. Demzufolge hat die Universität Koblenz-Landau keine direkte „Konkurrenzuniversität“. Die häufigsten Nennungen erhielten die Universitäten in Köln und Mainz, gefolgt von Magdeburg und Trier. Hierbei ist zu vermerken, dass drei dieser Universitäten relativ nah an

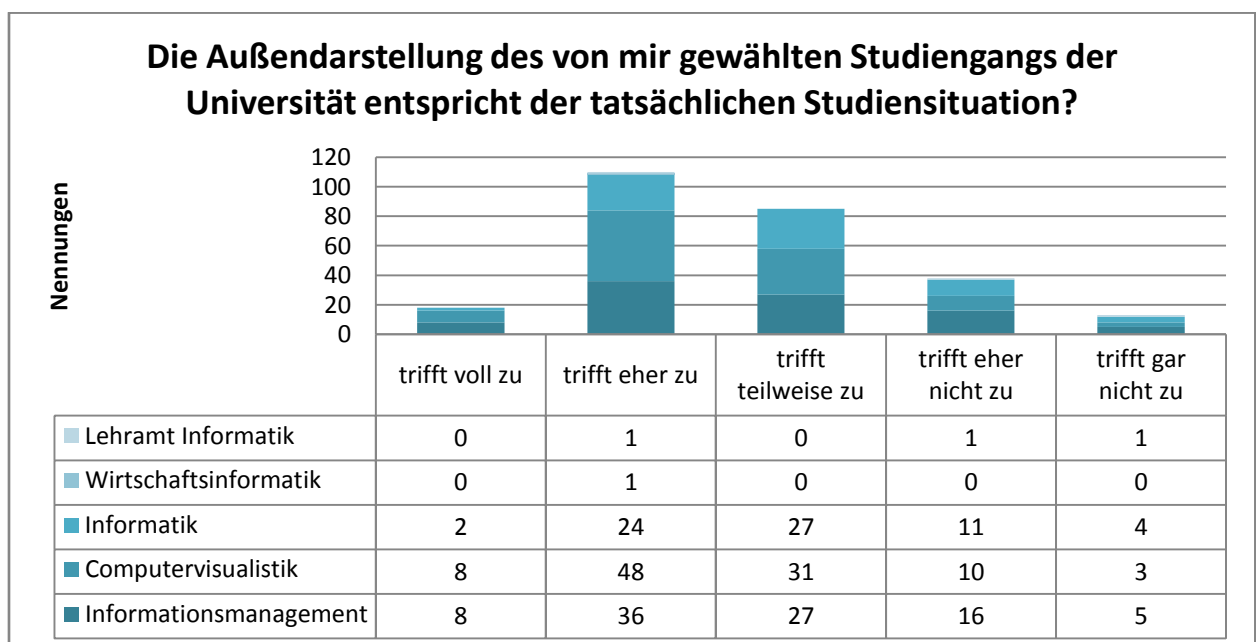
Koblenz liegen und die Universität Magdeburg die einzige Hochschule ist, die ebenfalls Computervisualistik als Studienfach anbietet.

Der Gedanke innerhalb der Universität zu wechseln ist 13,8% der Studierenden aufgekommen. Hier kann allerdings keine Tendenz zu einem bestimmten Studiengang festgestellt werden, da die Nennungen sehr ausgeglichen sind.

Neben den Wechselgedanken haben sich viele Studierende für den gewählten Studiengang entschieden und insgesamt würden diesen knapp zwei Drittel (65,5%) weiterempfehlen. Demzufolge kann die Mehrzahl eine positive Bilanz ziehen, da eine Weiterempfehlung sonst sicher nicht in Erwägung gezogen würde.

Auffällig ist jedoch, dass 13,8% der IM-Studenten den Studiengang nicht empfehlen würden. Bei anderen Studienfächern liegt die Quote bei 8,3% (Informatik) bzw. 5,9% (CV). Hierbei muss erwähnt werden, dass der Unterschied zwischen diesen Werten nur auf einem 10%-Niveau signifikant ist. Daher ist die Stichprobe zu klein um sicherzugehen, dass der Unterschied signifikant ist. Der Lehramtsstudiengang Informatik wurde hier nicht berücksichtigt, da nur vier Studenten diese Frage beantwortet haben und sonst durch eine Person die Quote bei 25% liegen würde, was nicht zwingend signifikant ist.

#### 4.3.4 Wahrgenommene Außendarstellung der Studiengänge



Dar. 4-7: Zutreffen der Außendarstellung der Studiengänge

Aus obiger Grafik kann entnommen werden, dass die Mehrheit der Befragten die Außendarstellung als zutreffend (48,5%) oder zumindest in vielen Fällen (80,6%) als zutreffend betrachtet. Dementsprechend sehen 19,4% kaum eine oder gar keine Übereinstimmung zur Außendarstellung. Dies wird von den Studierenden damit begründet, dass die Informationen auf der Webseite der Universität fehlleitend bzw. falsch vermittelt werden. Die Aussage „Es gibt immer wieder Studenten die glauben, Computervisualistik wäre etwas ähnliches wie Webdesign“ macht deutlich, dass einige an einen kreativen Studiengang denken.

Daher trifft die wahrgenommene Außendarstellung der Studierenden nicht auf die tatsächliche Situation zu, da dieser Studiengang sehr eng mit der Informatik verbunden ist. Dies spiegelt sich auch in den Gründen für einige Studenten, die ihr Studium abgebrochen haben wieder. Auch hier geschah dies, da die Faktoren Design und Kreativität neben der Informatik eine untergeordnete Rolle spielen. Andererseits merken auch ein paar Studenten an, dass „es kaum eine Außendarstellung gibt“, die den Studiengang beschreibt und daher die vorherigen Erwartungen nicht zutreffen können, da dieser anscheinend nicht genügend publiziert wird. Daher scheint im Allgemeinen ein großer Unterschied in der Kommunikation zwischen der Universität und den neuen Studierenden erkennbar zu sein, da im Verhältnis viele eine komplett andere Vorstellung von diesem Studiengang haben.

Eine, ebenfalls mit dem hohen Anteil an Informatik verbundene Kritik, an der Außendarstellung kommt von Seiten der Informationsmanagement Studenten. In den vorhandenen Flyern bzw. im Internetauftritt wird der Informatikanteil als geringer dargestellt als er ist („Die Infos für Studieninteressierte auf der Website waren fehlleitend“). Der Studiengang wird nach den Studierenden „als Managementstudium mit Wissen in BWL und Informatik beworben“ allerdings sei dieser „zu informatiknah“. Hieraus resultierend entsteht auch die Meinung, dass dieser Studiengang eher Wirtschaftsinformatik genannt werden sollte.

Des Weiteren wird die nach außen beworbene Internationalität in Frage gestellt, da nicht genügend Vorlesungen in englischer Sprache gehalten werden und nur sehr wenige Partneruniversitäten vorhanden sind. Das Problem hierbei ist allerdings, dass bisher nicht geklärt wurde, was für die Studierenden Internationalität wirklich bedeutet. Um diesen Kritikpunkt genauer erfassen zu können, sollten die Befragten eine Reihenfolge derjenigen Punkte erstellen, die für sie am ehesten im Bezug auf den Lehrbetrieb international bedeuten. Ebenfalls wurde vorab gefragt, ob genügend Veranstaltungen mit internationalem Bezug angeboten werden. Hier ergab sich, dass 43,4% der Studierenden wenige bis gar keine Veranstaltungen



mit diesem Charakter vorgefunden haben und 21,1% genügend internationale Veranstaltungen hören (35,5% empfinden es als ausgeglichen). Hinsichtlich der verschiedenen Studiengänge wurden kaum Unterschiede bei der Wahl getroffen.

Rang	1	2	3	4	5	6
Fremdsprachige Veranstaltungen	73	40	55	42	25	3
Internationaler Bezug zu Unternehmen/Märkten/Behörden	54	31	51	38	40	14
Ausländische Dozenten	12	48	31	46	83	9
Auslandspraktikum	16	75	54	50	28	4
Auslandssemester	85	45	37	35	22	7
Sonstiges	5	4	7	9	17	161

*Dar. 4-8: Bedeutung Internationalität*

Für die Mehrheit der Studierenden bedeutet Internationalität ein Auslandssemester durchzuführen, gefolgt von Veranstaltungen die in einer anderen Sprache gehalten werden. Hierbei stehen 44,8% der Befragten gegenüber Veranstaltungen in englischer Sprache offen (gegenüber 26,1%, die diesen Schritt nicht befürworten würden).

Ein Praktikum im Ausland wird im Gegensatz hierzu als nicht so wichtig angesehen. Dagegen zählen ausländische Dozenten sowie ein Bezug zu internationalen Unternehmen, Behörden und Märkten zu den eher weniger bedeutenden Merkmalen von Internationalität im Lehrbetrieb.

#### **4.3.5 Zeitlicher Aufwand für und neben dem Studium**

Um bestimmte Antworten der Befragten besser eingrenzen und auffassen zu können wurden die Studierenden gefragt, in wie weit diese sich im Rahmen des Selbststudiums mit der Universität befassen und wie viel Zeit sie für nötig halten würden, um die Lernziele zu erreichen. Die hier erfassten Ergebnisse wurden nach Studiengängen aufgeteilt und die Resultate in der folgenden Tabelle festgehalten und aufgeführt.

	<10	11-15	>16	Keine Angabe/ weiß nicht
Informationsmanagement	35,4%	23,6%	27,9%	12,9%
	15%	24,7%	47,3%	12,9%
Computervisualistik	21,7%	28,7%	36,6%	12,8%
	13%	26%	46%	14%
Informatik	20%	22,6%	49,3%	8%
	8%	10,6%	61,3%	20%

*Dar. 4-9: Zeitlicher Aufwand des Selbststudiums vs. benötigter Aufwand*

Es werden hier nur diese drei Studiengänge aufgelistet, da die Teilnehmerzahl der Studiengänge Wirtschaftsinformatik und Lehramt Informatik zu gering ist, um weitere Rückschlüsse ziehen zu können. Die weiß hinterlegten, kursiven Prozentwerte, stellen den vermuteten durchschnittlich notwendigen Aufwand zum Erreichen der Lernziele dar, wohingegen die anderen Werte den tatsächlichen Aufwand repräsentieren.

Anhand der Grafik lässt sich erkennen, dass die verwendete Zeit für das Studium unter der für die Teilnehmer erforderlichen Zeit liegt. Die Studierenden des Studiengangs Informationsmanagement haben hier die größte Diskrepanz. Obwohl nahezu die Hälfte der Studierenden (47,3%) denkt, es müssten mehr als 16 Stunden die Woche für das Selbststudium verbracht werden, halten sich lediglich 27,9% daran. Im Gegensatz hierzu verwenden über ein Drittel (35,4%) weniger als 10 Stunden für universitäre Angelegenheiten außerhalb der Vorlesungen.

Die Studiengänge Computervisualistik und Informatik lassen zwar ebenfalls erkennen, dass weniger Zeit für das Selbststudium erbracht wird als es müsste, allerdings ist der prozentuale Unterschied hier nicht so ausgeprägt. Des Weiteren scheint Informatik einen höheren Aufwand abzuverlangen als die beiden anderen Studiengänge, da hier die durchschnittliche Selbststudienzeit bei knapp 50% über 16 Stunden pro Woche liegt und dies nach 61,3% der Befragten notwendig sei.

Neben den universitären Verbindlichkeiten gehen Studierende weiteren Verpflichtungen nach. Einige verdienen neben dem Studium Geld, um sich dieses leisten zu können, andere leisten Betreuungsarbeiten im Rahmen der Familie oder Verwandten und Bekannten. Zusammen beträgt die Erwerbs- und Betreuungsarbeit knapp drei Viertel (72,9%). 40,9% der Studierenden des FB4 am Campus Koblenz haben einen mittleren Arbeitsaufwand von 10,2 Stunden die Woche durch eine Erwerbstätigkeit mit Studienbezug. Weitere 40,5% gehen

einer Erwerbstätigkeit ohne Studienbezug nach, welche einen durchschnittlichen Aufwand von 11,3 Stunden die Woche ausmacht. 10,7 Wochenstunden befassen sich 19,6% der Studierenden mit Betreuungsarbeiten. Demnach verbringen die Befragten im Schnitt ca. 4,1 Stunden pro Woche mit einer Erwerbstätigkeit mit Studienbezug und ca. 4,6 Wochenstunden ohne Studienbezug. Betreuungsarbeiten nehmen ca. 2,1 Stunden die Woche in Anspruch.

Hieraus kann man entnehmen, dass die Studierenden im Allgemeinen ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Studium und anderen Verpflichtungen pflegen. Allerdings sind hier einige aufgefallen, die mehr als 20 Stunden in der Woche arbeiten und somit das Studium zwangsweise nach hinten verlagern müssen. Im Zuge dessen besuchen dennoch drei Viertel der Studenten die meisten Veranstaltungen und 92,4% regelmäßig. Dies liegt vermutlich auch daran, dass knapp zwei Drittel (67,6%) mit dem Verhältnis von Selbststudium und Präsenzzeit zufrieden sind.

#### **4.3.6 Verhältnis zu Professoren/Mitarbeitern und der Beratung**

Neben der Meinung zum Studiengang selbst ist es für eine Zufriedenheit auch notwendig ein gutes Verhältnis zu den Professoren und Mitarbeitern zu pflegen. Im Folgenden wird dieses Thema genauer untersucht.

Sprechstundentermine sind für die Mehrheit der Studierenden schnell zu realisieren, da nur 11,5% hier Defizite in der Geschwindigkeit der Terminfindung sehen. Allerdings ist nicht nur die schnelle Vereinbarung von Terminen zu beachten, sondern auch die Häufigkeit in der Beratungsgelegenheiten wahrgenommen werden. Hier lässt sich feststellen, dass knapp die Hälfte (48,6%) der Befragten unverzüglich Termine wahrgenommen haben. 42,1% der Studierenden haben bisher keine Betreuung benötigt bzw. keine Möglichkeit wahrgenommen.

Bei der Suche nach Beratungen kommt es immer mal wieder vor, dass Probleme auftreten. Diese können von inhaltlicher oder organisatorischer Natur sein. Ein häufiger Beschwerdegrund kommt bei Themen rund um die Prüfungsordnung (PO) und Studienberatung auf. Hierbei verhält es sich nach den Studierenden so, dass zu bestimmten Themen, wie etwa die Freiversuchregelung, öfter unterschiedliche Angaben gemacht werden. Des Weiteren sei es so, dass viele Personen verschiedene Aussagen zu gleichen Sachverhalten machen und die Studierenden somit nicht wissen worauf sie sich verlassen sollen. Dies erwecke den Ein-

druck, als ob die Prüfungsordnung „Interpretationssache“ sei. Im Bereich der Studienberatung fällt es den Studierenden schwer einen konkreten Ansprechpartner zu finden, der ihnen bei Fragen weiterhelfen kann. Aktuell wird es im Fachbereich so gehandhabt, dass jeder Professor und Mitarbeiter hierauf angesprochen werden kann. Jedoch weiß zwangsweise kaum jeder alles, sofern sich keiner hauptsächlich hiermit befasst und daher die Studenten vermutlich häufig weiterverwiesen werden.

Ein weiteres Problemfeld ist das Prüfungsamt des FB 4. Hier äußern sich die Studierenden negativ über die kurzen Öffnungszeiten und die schlechte Erreichbarkeit. Ebenfalls kommt es bei der Zwischenzeugniserstellung zu Problemen, da hier ebenso eine Unzufriedenheit geäußert wurde. Die Betreuung von Studienarbeiten scheint durch die zeitliche Einschränkung der Professoren schwer durchführbar zu sein, da sich hier einige Studenten über den Zeitmangel beschwert haben.

Dennoch kann gesagt werden, dass zwei Drittel der Befragten bei fachlichen Fragen den entsprechenden Ansprechpartner immer oder überwiegend kennen. Im organisatorischen Bereich verschiebt sich das Bild ein wenig. Hier wird der Ansprechpartner zwar in vielen Fällen gekannt, allerdings scheint es auch eine große Gruppe derjenigen zu geben, die diesen nur selten oder kaum kennt. Im Rahmen der verwaltungstechnischen Fragen, wie etwa das Thema BAföG, ist die Aufklärungsquote wieder etwas verbessert und die Mehrheit der Studierenden weiß an wen sie sich zu wenden hat.

Neben den oben bereits erwähnten Problemen mit der Prüfungsordnung wissen einige Studierende nicht wen sie bzgl. der Prüfungsordnung ansprechen sollen. Allerdings muss man diesen Punkt kritisch betrachten, da es einem immer frei steht sich an das Prüfungsamt bzw. den Vorsitzenden zu wenden, was wiederum, wie oben erwähnt, aus zeitlicher Sicht scheinbar nicht gut abgewickelt wird.

Im Hinblick auf die Betreuung von Studien, Haus- und Abschlussarbeiten, bevorzugt die Mehrheit der Studierenden (56,1%) eine differenzierte Handhabung der Lehrenden. Nur etwas mehr als ein Drittel fände es besser, wenn alle Themen zentral auf einer Seite bereitgehalten würden. Demnach entspricht das Meinungsbild der Befragten der aktuellen Situation am Campus Koblenz. Die Betreuungssituation schätzen wiederum 83,1% der Studierenden als zufriedenstellend ein.

Dennoch kann gesagt werden, dass sich knapp drei Viertel der Studierenden in den jeweiligen Studiengängen genügend orientiert (77,5%) und beraten (72,6%) fühlen. Dem zu Folge scheint das bisherige Engagement der Universität sowie der Fachschaften recht erfolgreich zu sein. Die Kritiken die hier aufgefallen sind richten sich erneut an die anscheinend unklare Situation der PO, die vor allem durch die Umstellung der Studiengänge von Diplom auf das Bachelor und Master System sowie durch die Veränderung der PO in den bereits umgestellten Studiengängen.

Negativ aufgefallen ist den Befragten, dass im Verlauf des Studiums wenig auf die späteren Tätigkeiten vorbereitet wird und dass es keinen direkten Ansprechpartner zur Planung des Studienverlaufs und der Studienplanung gäbe.

Bezieht man die oben genannten Kritikpunkte in die Frage nach der Beratung zur Strukturierung und Organisation mit ein so ist es nicht verwunderlich, dass 44,4% viel bis vollkommen zufrieden sind und knapp ein Drittel (31,3%) nur teilweise eine gute Beratung in diesem Bereich sehen.

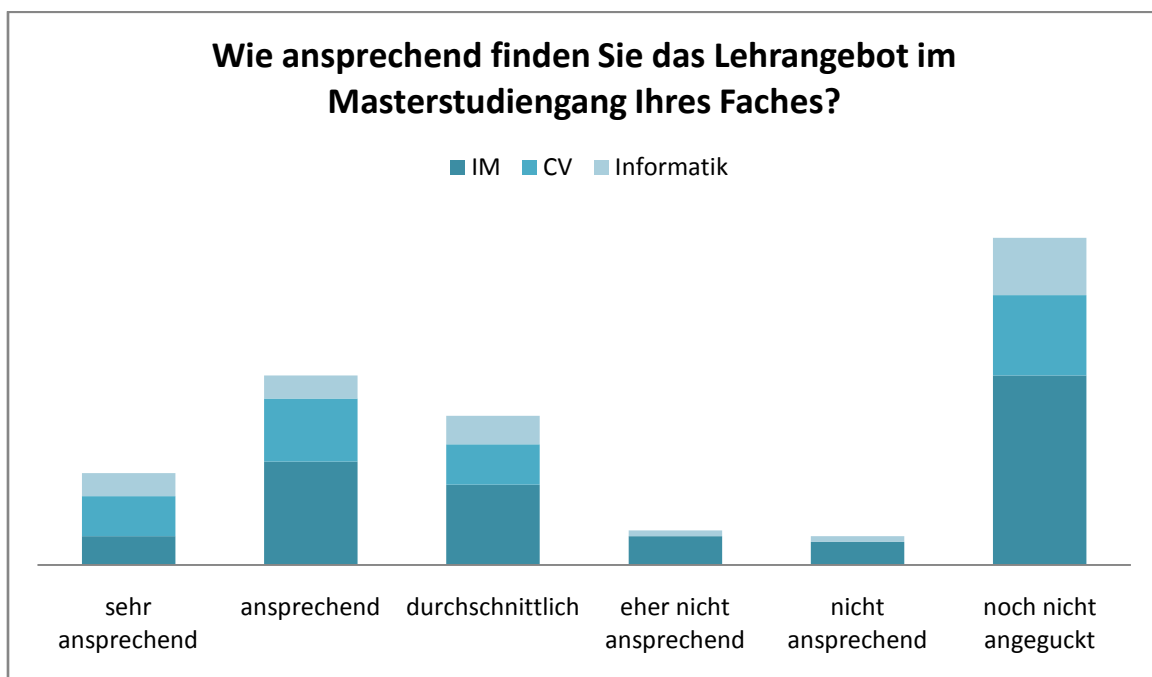
Die weiter oben aufgeführte verlängerte Studienzeit der Bachelorstudiengänge mag vermutlich auch an dem veränderten System liegen. Da hier jede einzelne Note in die Endnote einfließt scheint es für die Studierenden schwerer zu sein das Studium erfolgreich abzuschließen. Dies wird auch deutlich wenn man die Abiturnoten mit den Noten des Abschlusses vergleicht. Hier fällt auf, dass Studenten mit einem nicht so guten Gymnasialabschluss in Diplomstudiengängen überwiegend gute Noten schreiben. Demnach werden 46,4% der Diplomstudenten das Studium mit einem Schnitt unter 2,0 abschließen, wohingegen nur 25,2% eine Abiturnote kleiner 2,0 erreichen konnten. Bei den Bachelorstudenten hingegen verringert sich der Wert derjenigen, die den Abschluss unter 2,0 erreichen werden von 18,4% im Abitur auf 14,1% mit dem Bachelor. Berücksichtigt man diesen Punkt, so kann die oben gestellte Frage nach der Studienzeitverlängerung unter Umständen auf einen erhöhten Schwierigkeitsgrad zurückgeführt werden.

Weiterhin muss erwähnt werden, dass die Studierenden für eine direkte Zulassung des Masterstudiums einen Bachelorabschluss unter 2,5 benötigen. In Anbetracht des vermutlich erhöhten Schwierigkeitsgrades scheint es nicht verwunderlich, dass 48,8% der Bachelorstudenten die Note 2,5 als ein Problem definieren, da diese Note vermutlich kaum oder nur schwer erreicht werden wird. Vor allem der Studiengang Informatik sieht darin das größte Hindernis

mit 57,6%. Allerdings muss erwähnt werden, dass sich knapp ein Fünftel bisher noch nicht mit diesem Problem befasst hat.

### 4.3.7 Meinungsbild Master am Campus Koblenz

Neben der Hürde der zu erreichenden Note für den Masterstudiengang ist es für die Universität auch von Interesse, wie ansprechend die Studierenden das Angebot dieser Studiengänge finden.



*Dar. 4-10: Entgegenkommen der Masterstudiengänge*

Den Studierenden zufolge betrachten 34,1% die angebotenen Masterstudiengänge mindestens als ansprechend. Hierbei fällt auf, dass knapp die Hälfte (46,1%) der CV-Studierenden diese Wahl getroffen haben, aber lediglich 29,1% der IM-Studenten. Bei dieser Wertung muss allerdings darauf geachtet werden, dass sich knapp 40% der Befragten noch nicht mit diesem Thema auseinandergesetzt haben, was vermutlich daran liegt, dass sich ebenfalls knapp 40% der Bachelorstudenten noch innerhalb der ersten drei Semester befinden. Dies wird daran deutlich, dass sich 57,8% derjenigen, die sich mit dem Master noch nicht befasst haben, innerhalb der ersten drei Semester befinden und 75,4% das vierte Semester noch nicht abgeschlossen haben.

Die Absicht nach dem Bachelor direkt den Masterabschluss zu absolvieren haben trotzdem 58,8% der Studierenden. Allerdings wollen 18,5% diesen nicht an der Universität Koblenz

angehen. Auffällig ist, dass 64% der Informatikstudenten den gewählten Studiengang an dieser Universität fortführen wollen, wohingegen nur 30% der Informationsmanager diesen Schritt in Betracht ziehen. Bei den CV-Studenten liegt die Quote bei 45%. Die letzteren Studiengänge weisen wiederum eine erhöhte Wechselwilligkeit nach dem Bachelorabschluss auf, da hier jeweils um die 20% der Studierenden die Universität wechseln möchte. Wie bereits bei der Frage nach dem Entgegenkommen der Masterstudiengänge, muss hier beachtet werden, dass 27,3% der Befragten hierzu noch keine Aussage treffen können.

#### **4.3.8 Stärken und Schwächen der Studiengänge**

Nachfolgend wurden die Studierenden nach den Schwächen und Stärken, die der jeweilige Studiengang aufweist befragt. Hierbei hat sich deutlich gezeigt, dass eine Vielzahl einen zu geringen Praxisbezug während des Studiums bemängelt. Demnach wird im Lehrbetrieb sehr viel theoretischer Lehrstoff vermittelt, in dem die Studierenden keinen Bezug zur Wirtschaft erkennen können. Ein weiterer Punkt ist die geringe Zahl an Wahlmöglichkeiten und deren Inhalt. Es wurde erwähnt, dass diese zu selten angeboten werden (Rhythmus) und zudem einige Vertiefungsmöglichkeiten durch den Abgang von Professoren weggefallen sind. Wie bereits weiter oben erwähnt, ist der Punkt der Wahlmöglichkeit für die Studierenden sehr wichtig.

Die Umstellung auf das Bachelor/Master-System scheint weiterführend ein straffes Studium hervorzurufen über das sich einige Studierende negativ äußern, da hierdurch viele Überschneidungen von Veranstaltungen auftreten. Des Weiteren wird es nach Meinung der Befragten erschwert das Studium in Regelstudienzeit abzuschließen, da es teilweise sehr schwierig ist alle Kurse in dieser Zeit zu absolvieren.

Vor allem Teile der Studierenden des Studiengangs Informationsmanagement sehen es weniger positiv, dass der Informatikanteil so hoch ausfällt und der Schwierigkeitsgrad im Verhältnis zu den anderen Kursen deutlich erhöht ist. Dem entsprechend wird ein zu geringer BWL Anteil bemängelt.

Die Überbelegung, verursacht durch eine erhöhte Studierendenzahl an der Universität, wird von einem Teil der Befragten ebenfalls als ein Schwachpunkt aufgelistet. Es komme häufiger dazu, dass Vorlesungen auf Fensterbänken oder dem Boden verfolgt werden müssen, da die Räume überfüllt seien. Die Beschwerden hierüber können allerdings keiner bestimmten Stu-

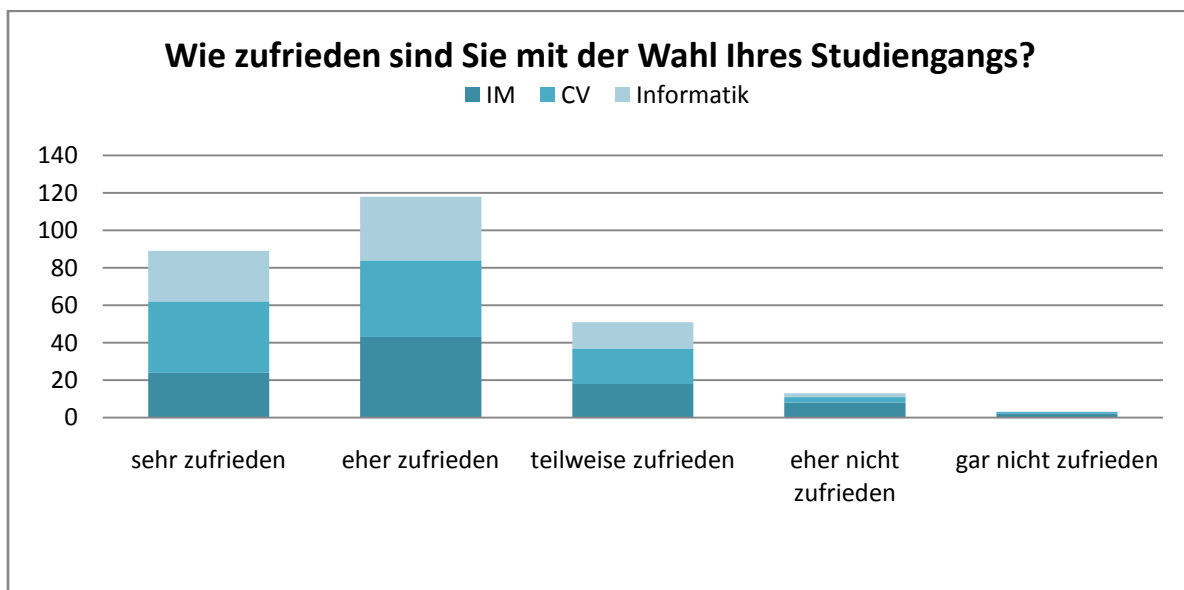
dierendengruppe zugeordnet werden, da dieser Punkt von unterschiedlichen Studiengängen und -semestern erwähnt wird. Andererseits fassen diesen Punkt wiederum viele Studenten auch als positiv auf, da Sie der Meinung sind, dass es verhältnismäßig wenig Studierende am Campus Koblenz gäbe und die Platzwahl dementsprechend angenehm sei.

Das Engagement der Professoren und Mitarbeiter im Allgemeinen sehen die Studierenden sehr positiv, ebenso wie die Aktualität der Themen die in den einzelnen Veranstaltungen durchgenommen werden. Der überwiegend freundliche Umgang der Lehrkräfte gegenüber den Studierenden wird im Zuge mit der gut ankommenden „Open Door Policy“ des FB 4 genannt. Demnach fühlen sich die Befragten hier sehr wohl, da die Lehrkörper bemüht und häufig ansprechbar sind.

Ein weiterer positiver Aspekt ist die Interdisziplinarität einzelner Studiengänge (IM und CV), welche sehr gut angenommen wird. Die hiermit verbundene Vielfalt der Lehrveranstaltungen und das Arbeiten in anderen Fachgebieten scheint hier eine gute Kombination zu sein.

#### 4.3.9 Zufriedenheit mit den Studiengängen

Letztendlich führte die bisherige Auswertung einige Faktoren heran durch die auf eine gewisse Zufriedenheit oder eben Unzufriedenheit geschlossen werden kann. Ebenfalls können gewisse Problemfelder erkannt werden, die Ursachen der aktuellen Situation darstellen. Um hier unmittelbar eine kompakte Zusammenfassung zu erhalten, wurden die Teilnehmer nach der Zufriedenheit mit der Wahl des jeweiligen Studiengangs befragt.



Dar. 4-11: Zufriedenheit mit Studiengang



	IM	CV	Informatik	Gesamt
Sehr zufrieden	25,2%	37,6%	35,0%	32,6%
Eher zufrieden	45,2%	40,5%	44,1%	43,2%
Teilweise zufrieden	18,9%	18,8%	18,1%	18,6%
Eher nicht zufrieden	8,4%	2,9%	2,6%	4,7%
Gar nicht zufrieden	2,1%	0,9%	0%	1%

*Dar. 4-12: Zufriedenheit mit Studiengang (Prozentwerte)*

Anhand obiger Tabelle und Grafik lässt sich erkennen, dass mehr als drei Viertel (75,8%) der Studierenden mit Ihrem Studiengang zufrieden bis sehr zufrieden sind. Lediglich 5,7% sind nicht zufrieden, wobei die Mehrzahl der unzufriedenen aus dem Studiengang Informationsmanagement stammt. Betrachtet man dieses Ergebnis nochmals unter Berücksichtigung des eingeschriebenen Abschlusses, so ergeben sich sehr ähnliche Bilder. Auffällige Unterschiede in der Bewertung der Zufriedenheit nach Geschlecht, Abiturnote, Studiennote oder Einschreibesemester können hier erkannt werden.

#### **4.4 Zusammenfassung**

Die oben ausgewerteten Ergebnisse gilt es nun kurz zusammenzufassen, um einen groben Überblick der Gesamtsituation zu erhalten.

Die Ausgangsthese ging von einer erhöhten Unzufriedenheit der Studierenden im Fachbereich 4 des Campus Koblenz aus. Im Zuge der Evaluation konnte festgestellt werden, dass es in wenigen Bereichen zu unterschiedlichen Meinungsbildern kommt, allerdings ist die Mehrheit der Studierenden mit der Wahl des Studienganges zufrieden. Somit bestätigt sich die Ausgangsthese nicht im vollen Umfang.

Die höchste Unzufriedenheit gibt es im Studiengang Informationsmanagement. Dies liegt nach Meinung der Studierenden an den unerwartet schweren Informatikveranstaltungen. Diese Studierendengruppe sieht sich selbst eher als Manager und erkennt somit keinen direkten Zusammenhang zu diesen Veranstaltungen.

Zudem wurde festgestellt, dass die angebotenen Studiengänge Defizite in ihrer Außendarstellung aufweisen. Hierbei sind vor allem die Studiengänge CV und IM zu nennen. Einerseits werden wenige Informationen nach außen weitergegeben, sodass aus Sicht der Studierenden kaum nach Außen geworben wird. Andererseits sind die Angaben, die in den Prospekten

und auf dem Webauftritt der Universität aufgeführt sind, teilweise irreführend und entsprechen nach Meinung der Studierenden nur bedingt der tatsächlichen Situation am Campus Koblenz. Hier sind die häufigen Verknüpfungen der Studierenden von Computervisualistik mit Design und der geringer geschätzte Informatikanteil bei den Informationsmanagern zu erwähnen.

Ein weiterer Kritikpunkt ist der fehlende Praxisbezug der Studiengänge. Hier fühlen sich die Studierenden wenig auf den späteren Berufsalltag vorbereitet und sehen hier einen größeren Makel der Universität. Dies geht sicherlich mit einer ausbaufähigen Internationalität der Studiengänge (insbesondere CV und IM) sowie weiteren Veranstaltungen in englischer Sprache einher.

Positiv zu betrachten ist die Interdisziplinarität (wiederum CV und IM) der Studiengänge, da die Studierenden das fächerübergreifende Arbeiten gut aufnehmen und hier Vorteile erkennen. Des Weiteren wird die Universität für die „Open Door Policy“ der Dozenten gelobt, da hierdurch ein guter Kontakt zu diesen möglich ist und dies die Betreuung erleichtert und Fragen schnell beantwortet werden können.

Im Zuge dessen empfiehlt ebenfalls die Mehrheit der Studierenden den jeweiligen Studiengang weiter, wodurch die angebotenen Studienfächer für weitere Interessenten an Attraktivität gewinnen.

## 5. Handlungsempfehlung

Die Evaluation der Studierenden ergab einige Problemfelder die weiter betrachtet werden sollten, um das Meinungsbild zu ändern und ggf. die Qualität der Lehre zu steigern. Im Folgenden wird eine kurze Handlungsempfehlung an den Fachbereichsrat 4 der Universität Koblenz-Landau gegeben.

In Anbetracht der Kritik an der Außendarstellung der Studiengänge Informationsmanagement und Computervisualistik sollte diese überarbeitet werden, um eine weitere Fehleinschätzung der Studierenden zu vermeiden. Hier sollte dementsprechend deutlicher hervorgehoben werden, dass die CV näher der Informatik angesiedelt ist und IM nicht nur als Managementstudium ausgeschrieben wird, sondern auch der Informatikanteil ein Schwerpunkt ist. Wobei hierbei zu überlegen ist, in wie weit der Informatikanteil im Studiengang IM gewichtet wird, da zumindest die Studierenden dadurch den Unterschied zu einem Wirtschaftsinformatikstudium kaum erkennen können.

Da die Evaluation hervorgebracht hat, dass die Studierenden bereit sind mehr Veranstaltungen in englischer Sprache zu hören wäre es, auch im Sinne der Internationalität, sicherlich sinnvoll zu prüfen, an welcher Stelle dies durchgeführt werden kann. Hierbei sollte jedoch darauf geachtet werden, dass die Studierenden nicht vor die Wahl gestellt werden, sondern es nur in der Fremdsprache anbietet. Dies könnte zudem dafür sorgen, dass ausländische Studierende den Besuch dieser Universität in Betracht ziehen, da mehrere Kurse in englischer Sprache gehalten werden würden.

Eine weitere Überlegung ist es, den Masterstudiengang früher zu bewerben und Vorteile aufzuführen, damit sich die Bachelorstudenten rechtzeitig damit befassen und somit die Wechsel- bzw. Abwanderungsquote sinkt.

Eine Veränderung der Organisation des Prüfungsamtes ist ebenfalls in Betracht zu ziehen. Hierüber beschwerten sich einige Studierende, da die Öffnungszeiten zu kurz sind und häufig keine Zwischenzeugnisse erstellt werden können. Daher sollte hier überprüft werden wie man diesen Zustand positiv verändern könnte.

Weiter beibehalten werden sollte die „Open Door Policy“, da dies ein Punkt ist, den die Studierenden dem Fachbereich sehr positiv anrechnen. Die Grundidee der Interdisziplinarität gehört ebenfalls zu den Merkmalen die fortgeführt werden sollten.

Im Zuge der Qualitätssicherung ist es empfehlenswert eine solche Umfrage regelmäßig durchzuführen um ggf. Anpassungen vornehmen zu können. Die in dieser Evaluation erhaltenen Daten für die Panelforschung sollten zur Überprüfung einer Meinungsänderung der Studierenden in folgenden Umfragen weiterverwendet werden.

# Literaturverzeichnis

Albert, R., und C. J. Coster. *Empirie in Linguistik und Sprachlehrforschung: Ein methodologisches Arbeitsbuch*. Narr, 2001.

Andreas, M., V. Habermeier, J. Hirrle und T. Miedl. *Eine Untersuchung zum Phänomen der sozialen Erwünschtheit: Auswirkungen von Geschlecht, Instruktion und Methode der Datenerhebung*. Norderstedt: Grin, 2003.

Atteslander, P., J. Cromm und B. Grabow. *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Bd. 11. Berlin: Gruyter-Verlag, 2006.

Backhaus, K., B. Erichson, W. Plinke und R. Weiber. *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung*. Bd. 12. Berlin: Springer Verlag, 2008.

Bandilla, W. „WWW-Umfragen – Eine alternative Datenerhebungstechnik für die empirische Sozialforschung?“ In *Online Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse*, von Batinic, B., A. Werner, L. Gräf und W. Bandilla, 9-20. Göttingen: Hofgreffe Verlag für Psychologie, 1999.

Benninghaus, H. *Einführung in die sozialwissenschaftliche Datenanalyse*. Bd. 6. München: Oldenbourg Verlag, 2001.

Berekoven, L., W. Eckert und P. Ellenrieder. *Marktforschung - Methodische Grundlagen und praktische Anwendung*. Bd. 11. Wiesbaden: Gabler Verlag, 2006.

Bosnjak, M. „Web-basierte Fragebogenuntersuchungen. Methodische Möglichkeiten, aktuelle Themen und Erweiterungen.“ In *Informationszentrum Sozialwissenschaften (IZ) / Arbeitskreis Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. (ASI)*, 109-133. Bonn, 2003.

Bühner, M. *Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion*. Bd. 2. Pearson Studium, 2006.

Crano, W. D., und M. B. Brewer. *Principles and Methods of Social Research*. Bd. 2. Routledge: Lawrence Erlbaum Associates, 2002.

Denz, H. *Einführung in die empirische Sozialforschung*. Wien: Springer Verlag, 1989.

Fachbereich 4: Informatik, Universität Koblenz-Landau. *Jahresbericht Informatik*. Forschungs- und Lehrbericht, Koblenz: Verlag Dietmar Fölbach, 1998.

Fachbereich 4: Informatik, Universität Koblenz-Landau. *Jahresbericht Informatik*. Forschungs- und Lehrbericht, Koblenz: Verlag Dietmar Fölbach, 2000.

Fachbereich 4: Informatik, Universität Koblenz-Landau. *Jahresbericht Informatik*. Forschungs- und Lehrbericht, Koblenz: Verlag Dietmar Fölbach, 1999.

Fachbereich 4: Informatik, Universität Koblenz-Landau. *Jahresbericht Informatik*. Forschungs- und Lehrbericht, Koblenz: Verlag Dietmar Fölbach, 2001.

Fachbereich 4: Informatik, Universität Koblenz-Landau. *Jahresbericht Informatik*. Forschungs- und Lehrbericht, Koblenz: Verlag Dietmar Fölbach, 2002.

Fachbereich 4: Informatik, Universität Koblenz-Landau. *Jahresbericht Informatik*. Forschungs- und Lehrbericht, Koblenz: Verlag Dietmar Fölbach, 2003.

Fachbereich 4: Informatik, Universität Koblenz-Landau. *Jahresbericht Informatik*. Forschungs- und Lehrbericht, Koblenz: Verlag Dietmar Fölbach, 2004.

Fachbereich 4: Informatik, Universität Koblenz-Landau. *Jahresbericht Informatik*. Forschungs- und Lehrbericht, Koblenz: Verlag Dietmar Fölbach, 2005.

Fachbereich 4: Informatik, Universität Koblenz-Landau. *Jahresbericht Informatik*. Forschungs- und Lehrbericht, Koblenz: Verlag Dietmar Fölbach, 2006.

Fachbereich 4: Informatik, Universität Koblenz-Landau. *Jahresbericht Informatik*. Forschungs- und Lehrbericht, Koblenz: Verlag Dietmar Fölbach, 2007.

Fachbereich 4: Informatik, Universität Koblenz-Landau. *Jahresbericht Informatik*. Forschungs- und Lehrbericht, Koblenz: Verlag Dietmar Fölbach, 2008.

Fachschaft Informationsmanagement. „Zufriedenheitsumfrage.“ Koblenz, 2008.

Flick, U. *Qualitative Evaluationsforschung*. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag, 2006.

Floyd, J., and Jr. Fowler. *Survey Research Methods*. SAGE Publications, 2009.

Friedrichs, J. *Methoden empirischer Sozialforschung*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1985.

Günther, M., U. Vossebein und R. Wildner. *Marktforschung mit Panels*. Bd. 2. Wiesbaden: Gabler Verlag, 2006.

Hair, J. F., R. E. Anderson, R. L. Tatham und W. C. Black. *Multivariate Data Analysis*. Bd. 6. Prentice Hall, 2006.

Häuser, Professor Dr. Franz. „Lehrevaluationsordnung der Universität Leipzig.“ Leipzig, 2005.

Herrmann, A., und C. Homburg. *Marktforschung*. Bd. 2. Wiesbaden: Gabler Verlag, 2000.

HIS Hochschul-Informationen-System GmbH. „Jahresbericht.“ Hannover, 2008.

Hüttner, M., und U. Schwarting. *Grundzüge der Marktforschung*. Bd. 7. München: Oldenbourg, 2002.

- Jackob, N., H. Schoen und T. Zerback. *Sozialforschung im Internet: Methodologie und Praxis der Online-Befragung*. Herausgeber: Thomas Zerback. Wiesbaden: VS-Verlag, 2009.
- Kirchhoff, S., S. Kuhnt, P. Lipp und S. Schlawin. *Der Fragebogen*. Bd. 3. Stuttgart: Verlag Leske + Budrich, 2003.
- Kirschhofer-Bozenhardt, A., und G. Kaplitzer. *Der Fragebogen*. Herausgeber: K. Holm. Bd. 1. München, 1975.
- Koch, J. *Marktforschung: Grundlagen und praktische Anwendungen*. Bd. 5. München: Oldenburg, 2009.
- Kotler, P., G. Armstrong, J. Saunders and V. Wong. *Principles of Marketing*. Vol. 3. Italien: Pearson Education Limited, 2002.
- Kotler, P., G. Armstrong, J. Saunders und V. Wong. *Grundlagen des Marketing*. Bd. 3. München: Pearson Studium, 2003.
- Kuß, A., *Marktforschung*. Bd. 2. Wiesbaden: Gabler Verlag, 2007.
- Meffert, H., *Marketing: Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung*. Bd. 9. Wiesbaden: Gabler Verlag, 2000.
- Mummendey, H. D., und I. Grau. *Die Fragebogenmethode*. Hogrefe Verlag, 2008.
- Porst, R. *Im Vorfeld der Befragung: Planung, Fragebogenentwicklung, Pretesting*. Mannheim: ZUMA Arbeitsbericht 98/02, 1998.
- Porst, R. *Fragebogen - Ein Arbeitsbuch*. VS-Verlag, 2008.
- Prüfer, P., und M. Rexroth. *Verfahren zur Evaluation von Survey-Fragen: Ein Überblick*. Mannheim: ZUMA Arbeitsbericht Nr. 96/05, 1996.
- Raithel, J. *Quantitative Forschung*. Bd. 2. Wiesbaden: VS-Verlag, 2008.
- Risch, Professor Dr. Nikolaus. „Evaluationsordnung für Lehre und Studium der Universität Paderborn.“ Paderborn, 2006.
- Rumler, A. *Marketing für mittelständische Unternehmen*. Bd. 1. SPC TEIA Lehrbuch Verlag, 2002.
- Sanders, J. R. *Handbuch der Evaluationsstandards - Die Standards des "Joint Committee on Standards for Educational Evaluation"*. Opladen: Verlag Leske + Budrich, 1999.
- Schnell, H., P. B. Hill und E. Esser. *Methoden der empirischen Sozialforschung*. München: Oldenburg, 2005.

Schulz von Thun, Friedemann. *Miteinander reden*. 45. Auflage. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt, 2007.

Steinmetz, P., und H. C. Weis. *Marktforschung*. Kiehl, 2002.

trendence Institut für Personalmarketing GmbH. „Das Absolventenbarometer.“ Berlin, 2006.

trendence Institut für Personalmarketing GmbH. „Das Absolventenbarometer.“ Berlin, 2007.  
Walsh, Gianfranco. „Einführung in die Betriebswirtschaftslehre.“ Vorlesung 6 (Marketing), Koblenz, 2006.

Winkelmann, P. *Marketing und Vertrieb*. Bd. 6. München: Oldenburg, 2008.

Zentrum für Evaluation und Methoden (ZEM). „Beispielmodul Bachelor.“ *Universität Leipzig*. 28. April 2008. [http://www.uni-leipzig.de/evaluation/material/fb/onl\\_lv\\_modul.pdf](http://www.uni-leipzig.de/evaluation/material/fb/onl_lv_modul.pdf) (Zugriff am 10. Mai 2009).

Zentrum für Evaluation und Methoden (ZEM). „Studierendenbefragung.“ *Universität Leipzig*. 14. November 2008. [http://www.uni-leipzig.de/evaluation/material/fb/fb\\_ersts08.pdf](http://www.uni-leipzig.de/evaluation/material/fb/fb_ersts08.pdf) (Zugriff am 10. Mai 2009).

Zentrum für Evaluation und Methoden (ZEM). „Studierendenbefragung.“ *Universität Leipzig*. 4. Mai 2007. [http://www.uni-leipzig.de/evaluation/material/fb/FB\\_Studbed\\_0507.pdf](http://www.uni-leipzig.de/evaluation/material/fb/FB_Studbed_0507.pdf) (Zugriff am 10. Mai 2009).



# Anhang

## *Anhang 1: Durchführung und Auswertung der Umfrage*

Diese Umfrage ist darauf ausgelegt, im Rahmen einer Panelforschung in zukünftigen Semestern erneut durchgeführt zu werden. Um einen möglichst identischen Ablauf zu gewährleisten wird im Folgenden erläutert wie diese Evaluation durchgeführt und ausgewertet wurde.

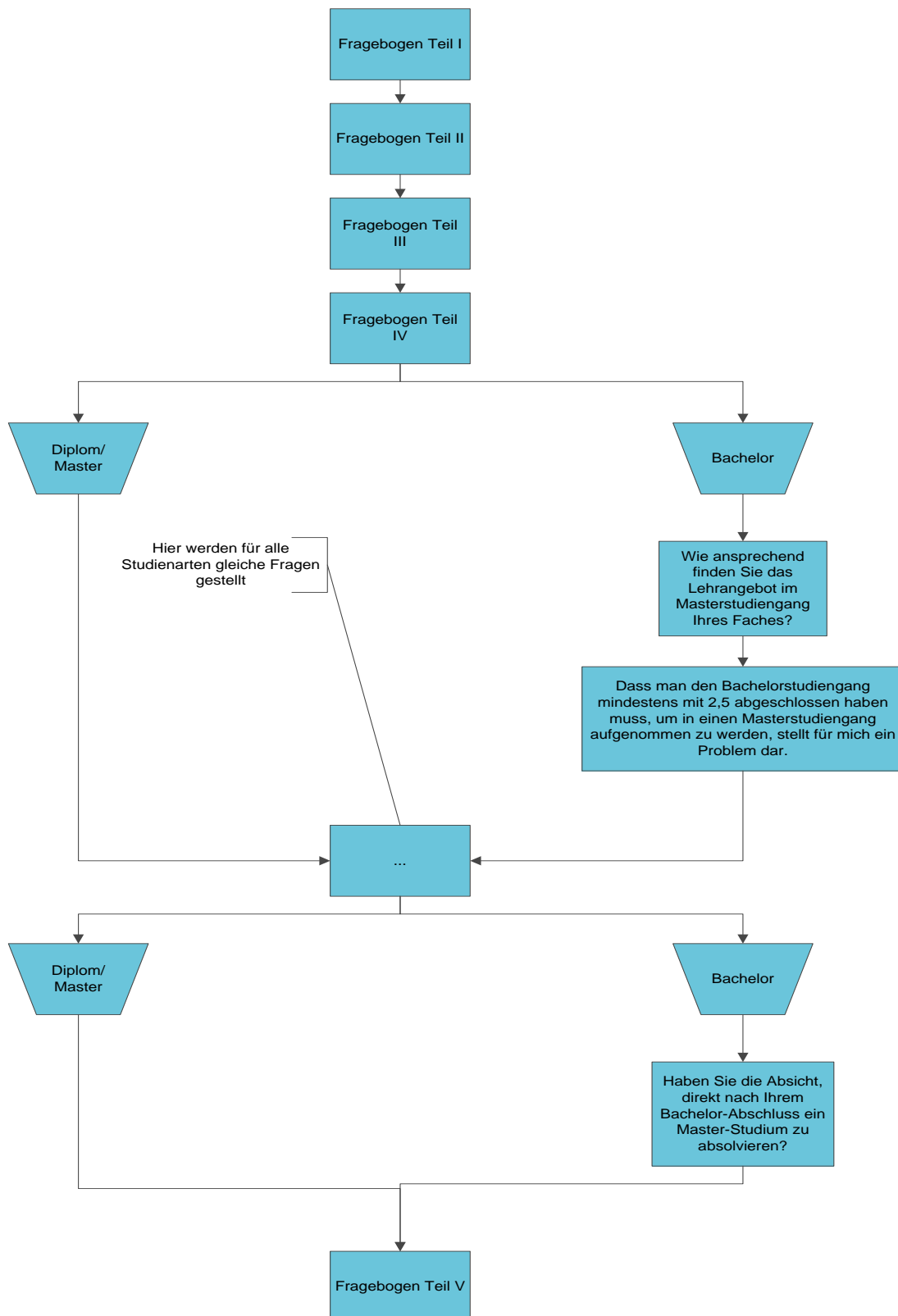
Zunächst wurde die Umfrage auf Voycer.de eingegeben und online gestellt. Hierbei ist darauf zu achten, dass bestimmte Fragestellungen nicht für jeden Teilnehmer der Umfrage geeignet sind und diese daher ausgeblendet werden. Die Schaltung der Fragen kann aus Anhang 2 entnommen werden.

Nachdem der Fragebogen online gestellt wurde ist dieser für den Zugriff anderer freizuschalten und die Umfrage sollte in den Einstellungen als anonym eingestellt werden. Somit werden die Daten der Teilnehmer nicht gespeichert. Ebenfalls gilt es einen Zeitraum der Befragung einzustellen, da das System die Umfrage nun zu einem bestimmten Stichtag beendet. Eine Zeitspanne von vier Wochen sollte genügen um eine möglichst große Zahl von Studierenden zu erreichen. Diese können über den e-Mail-Verteiler, die Newsgroup und durch Ansprache der Professoren in einzelnen Vorlesungen auf die Umfrage aufmerksam gemacht werden.

Es ist darauf zu achten, dass sobald die Umfrage freigeschaltet ist nichtmehr verändert werden kann, ohne diese kurzfristig abzuschalten. Dadurch werden die vorhandenen Ergebnisse allerdings bei erneuter Freischaltung gelöscht. So entstehen durch vorheriges Sichern entweder mehrere Dateien zum auswerten oder die alten Ergebnisse gehen verloren. Bereits während der Umfrage können einzelne Zwischenstände eingesehen werden, um Tendenzen vorzeitig zu erkennen.

Sobald die Umfrage abgeschlossen ist können die Daten als \*.sps und \*.sav heruntergeladen werden und zusammen in SPSS geöffnet und als eine Datei gespeichert werden. Nun können die einzelnen Fragen ausgewertet werden. Hierbei ist darauf zu achten die Fragen möglichst in einer sinnvollen Reihenfolge auszuwerten um ggf. Zusammenhänge erkennen und darstellen zu können.

## Anhang 2: Schaltung des Fragebogens



## Anhang 3: Fragebogen



Wir produzieren  
Meinung!

**Umfrage:** Studiensituation im Fachbereich 4 der  
Universität Koblenz-Landau am Campus Koblenz  
**Verfasser:** Michael Dücker  
**Kategorie:** nicht verfügbar  
**Thema:** nicht verfügbar

0% Abgeschlossen

### Studiosituation im Fachbereich 4 der Universität Koblenz-Landau am Campus Koblenz

Sehr geehrte Studierende des Fachbereich 4 am Campus Koblenz, im Rahmen meiner Bachelorarbeit erhebe ich Daten zur allgemeinen Studiensituation im Fachbereich 4. Dies liegt darin begründet, dass es in letzter Zeit zu einer gewissen Unzufriedenheit der Studierenden gekommen sein könnte. Um die Ursachen dieser Entwicklung zu erforschen, wird diese Umfrage durchgeführt. Daher bitten wir Sie, die Umfrage so gewissenhaft wie möglich auszufüllen, damit der Fachbereich 4 den aktuellen Stand erfahren und ggf. notwendige Schritte einleiten kann. Obwohl durch die hier erhobenen Daten nicht unmittelbar auf Ihre Person zurückgegriffen werden kann, werden die Daten vertraulich behandelt und nur in aggregierter Form zur Ergebnispräsentation weitergegeben. Es werden keine Werte einzelner Teilnehmer preisgegeben. Der Datenschutzbeauftragte der Universität hat hierbei keine Bedenken geäußert.

[Umfrage Test starten](#) [Weiter >>](#)

*Sie sind ein externer Benutzer, Ihre Teilnahme an dieser Umfrage geschieht anonym.  
Ein Stern an einer Frage bedeutet Pflichtfrage. Um fortfahren zu können, müssen diese Fragen ausgefüllt werden.*



Wir produzieren  
Meinung!

Umfrage: Studiensituation im Fachbereich 4 der  
Universität Koblenz-Landau am Campus Koblenz  
Verfasser: Michael Dücker  
Kategorie: nicht verfügbar  
Thema: nicht verfügbar

14% Abgeschlossen

Seiten-Titel:  
Allgemeiner Teil (1)

Beschreibung:  
Zu Beginn der Umfrage werden zunächst wenige allgemeine Fragen erhoben, da im Verlaufe des Fragebogens bestimmte  
Frage nur für einige Studierende eingeblendet werden.

\* Welchen Studiengang studieren Sie?

- Informationsmanagement
- Computervisualistik
- Informatik
- Wirtschaftsinformatik
- Lehramt Informatik

\* Für welchen Abschluss sind Sie eingeschrieben?

- Bachelor
- Master
- Diplom

In welchem Fachsemester befinden Sie sich?

Zu welchem Semester haben Sie Ihr Studium begonnen?

- Sommersemester
- Wintersemester

Dies ist Ihr...

Ein direkt auf den Bachelor folgender Masterstudiengang ist wird als Erststudium gezählt.

- Erststudium
- Zweitstudium

\* Geschlecht

- männlich
- weiblich

Umfrage Test starten << Zurück Weiter >>

Ein Stern an einer Frage bedeutet Pflichtfrage. Um fortfahren zu können, müssen diese Fragen ausgefüllt werden.

Seiten-Titel:  
Studium (Teil 1)

Beschreibung:  
Dieser Teil befasst sich mit den Beweggründen für die Wahl Ihres Studiengangs.

**Wie sind Sie auf den von Ihnen gewählten Studiengang aufmerksam geworden?**

- Web
- Fachzeitschriften
- Schule, Lehrer
- Freunde, Verwandte, Bekannte
- Bundesagentur für Arbeit
- Schülerinformationstag im Fachbereich Informatik
- Presse
- Sonstiges

**Was waren die Alternativen zu dem von Ihnen gewählten Studiengang?**

**Welche der folgenden Gründe waren ausschlaggebend für die Wahl Ihrer Hochschule?**

Es werden maximal 3 Antworten erwartet.  
Bitte die drei wichtigsten Gründe ankreuzen!

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Angebot an Studienfächern                                       | <input type="checkbox"/> Nähe zum jetzigen Wohnort  |
| <input type="checkbox"/> Gute Wohnmöglichkeit/Geringe Lebenshaltungskosten am Studienort | <input type="checkbox"/> Ausgewogene Größe der Lehrveranstaltungen                        |
| <input type="checkbox"/> Fehlen von Studiengebühren                                      | <input type="checkbox"/> Möglichkeit zur Teilnahme an internationalen Austauschprogrammen |
| <input type="checkbox"/> Freizeitwert des Studienortes                                   | <input type="checkbox"/> Selbstständiges Arbeiten und Forschen                            |
| <input type="checkbox"/> Gute Studienberatung  | <input type="checkbox"/> Geforderte Hochschulzugangsberechtigung                          |
| <input type="checkbox"/> Akademischer Ruf der Hochschule                                 | <input type="checkbox"/> Hochschulranking   |
| <input type="checkbox"/> Kontakt der Universität zur Wirtschaft                          | <input type="checkbox"/> Verkehrsgünstiger Standort                                       |
| <input type="checkbox"/> Attraktives Studierendenticket                                  | <input type="checkbox"/> Sonstiges  |

**Welche der folgenden Gründe waren ausschlaggebend für die Wahl Ihres Studiengangs?**

Es werden maximal 3 Antworten erwartet.  
Bitte nur die drei wichtigsten Gründe angeben!

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Herausfordernde Arbeitsaufgaben | <input type="checkbox"/> Verdienstmöglichkeiten                               |
| <input type="checkbox"/> Chancen auf Arbeitsmarkt        | <input type="checkbox"/> theoretische Weiterbildung                           |
| <input type="checkbox"/> Empfehlung durch Bekannte       | <input type="checkbox"/> Interesse am Fachgebiet                              |
| <input type="checkbox"/> Praxisbezug der Ausbildung      | <input type="checkbox"/> Internationale Ausrichtung der Abschlüsse            |
| <input type="checkbox"/> Schneller Studienabschluss      | <input type="checkbox"/> Fächerübergreifendes Arbeiten (Interdisziplinarität) |
| <input type="checkbox"/> Sonstiges                       |   |

Welche Erwartungen haben sich davon erfüllt?

Welche Erwartungen haben sich nicht erfüllt?

Was kam unerwartet (Sowohl positiv, als auch negativ)?

[Umfrage Test starten](#) [<< Zurück](#) [Weiter >>](#)

*Ein Stern an einer Frage bedeutet Pflichtfrage. Um fortfahren zu können, müssen diese Fragen ausgefüllt werden.*



Wir produzieren  
Meinung!

Umfrage: Studiensituation im Fachbereich 4 der  
Universität Koblenz-Landau am Campus Koblenz  
Verfasser: Michael Dücker  
Kategorie: nicht verfügbar  
Thema: nicht verfügbar

43% Abgeschlossen

Seiten-Titel:  
Studium (Teil 2)

Beschreibung:  
Im diesem Abschnitt werden Themen zum gewählten Studiengang bearbeitet.

Welche der folgenden Angebote sollten Ihrer Meinung nach im Rahmen Ihres Studienganges weiter ausgebaut werden?

*Es werden maximal 3 Antworten erwartet.  
Bitte nur die drei wichtigsten angeben!*

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Praxiserfahrung                                       | <input type="checkbox"/> Methodenkompetenz        |
| <input type="checkbox"/> Grundlagenwissen                                      | <input type="checkbox"/> Ökonomisches Grundwissen |
| <input type="checkbox"/> Theoretisches Wissen auf praktische Probleme ableiten | <input type="checkbox"/> Fachwissen               |
| <input type="checkbox"/> Führungsfähigkeit                                     | <input type="checkbox"/> Fremdsprachen            |
| <input type="checkbox"/> Projektmanagement                                     | <input type="checkbox"/> Sonstiges                |

Der Inhalt der angebotenen Vorlesungen entspricht meinen Erwartungen.

trifft für alle zu      trifft für keine zu

---

Der Aufbau des Studiengangs hinsichtlich der Reihenfolge der Veranstaltungen empfinde ich als gelungen.

trifft voll zu        trifft gar nicht zu

---

Mir ist es wichtig, mein Studium durch Wahl von Vertiefungen selbst gestalten zu können.

sehr wichtig       unwichtig

---

Wie viele Semester werden Sie voraussichtlich für Ihren derzeitigen Studiengang benötigen?

- <=4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- >9
- kann ich noch nicht beurteilen

---

Haben Sie im Verlaufe Ihres Studiums jemals daran gedacht, ihr Studium abzubrechen?

- Ja
- Nein

---

Wenn ja, warum?

---

Haben Sie im Verlaufe Ihres Studiums jemals daran gedacht, den Studienort zu wechseln?

- Ja
- Nein

---

Wenn ja, warum und an welche Hochschule hätten Sie mit welchen Erwartungen überlegt zu wechseln?

---

Haben Sie im Verlaufe Ihres Studiums jemals daran gedacht, Ihren Studiengang am Campus Koblenz zu wechseln?

- Ja
  - Nein
-

**Wenn ja, zu welchem?**

- Informatik
- Computervisualistik
- Informationsmanagement
- Ecological Impact Assessment
- Wirtschaftsinformatik
- Kulturwissenschaft
- Lehramt

**Würden Sie Ihren Studiengang an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen?**

- ja
- nein
- weiß nicht
- kann ich noch nicht beurteilen

**Die Außendarstellung des von mir gewählten Studienganges der Universität entspricht der tatsächlichen Studiensituation?**

- trifft voll zu
- trifft eher zu
- trifft teilweise zu
- trifft eher nicht zu
- trifft gar nicht zu

**Worin sehen Sie die Gründe, dass die Außendarstellung Ihres Studienganges nicht, oder nur kaum dem aktuellen Zustand entspricht?**

[Umfrage Test starten](#) | [<< Zurück](#) | [Weiter >>](#)

*Ein Stern an einer Frage bedeutet Pflichtfrage. Um fortfahren zu können, müssen diese Fragen ausgefüllt werden.*



*Wir produzieren  
Meinung!*

**Umfrage:** Studiensituation im Fachbereich 4 der Universität Koblenz-Landau am Campus Koblenz  
**Verfasser:** Michael Dücker  
**Kategorie:** nicht verfügbar  
**Thema:** nicht verfügbar

57% Abgeschlossen

**Seiten-Titel:**  
Studium (Teil 3)

**Beschreibung:**  
Hier werden weiterführende Fragen in Bezug auf den Studiengang gestellt.

**Wie ansprechend finden Sie das Lehrangebot im Masterstudiengang Ihres Faches?**

- sehr ansprechend
- ansprechend
- durchschnittlich
- eher nicht ansprechend
- nicht ansprechend
- habe ich mir noch nicht angeguckt

**Dass man den Bachelorstudiengang mindestens mit 2,5 abgeschlossen haben muss, um in einen Masterstudiengang aufgenommen zu werden, stellt für mich ein Problem dar.**

- Ja
- Nein
- Habe ich mich noch nicht mit beschäftigt



**Was bedeutet für Sie in Bezug auf den Lehrbetrieb international?**

Bitte bringen Sie die aufgeführten Möglichkeiten in eine Reihenfolge, beginnend mit der für Sie wichtigsten Alternative. Um eine Wahlmöglichkeit in ein Feld zu bekommen muss diese Wahlmöglichkeit einmal angeklickt werden. Bitte beachten Sie, dass die zuerst ausgewählte Alternative an die erste Stelle gesetzt wird. Die zweite Wahl an die zweite Stelle etc. Sollten Sie die Reihenfolge später nochmal ändern wollen, so können Sie durch Klicken auf das "X" neben den Alternativen, diese wieder entfernen.

1:	<input type="text"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Fremdsprachige Veranstaltungen
2:	<input type="text"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Internationaler Bezug zu Unternehmen/Märkten/Behörden
3:	<input type="text"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	ausländische Dozenten
4:	<input type="text"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Auslandspraktikum
5:	<input type="text"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Auslandssemester
6:	<input type="text"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	sonstiges

**Es werden ausreichend Veranstaltungen mit internationalem Bezug angeboten**

trifft voll zu       trifft gar nicht zu

**Wählen Sie jeweils drei Schwächen Ihres Studienganges.**

**Wählen Sie jeweils drei Stärken Ihres Studienganges.**

**Wie zufrieden sind Sie mit der Wahl Ihres Studienganges?**

sehr zufrieden      gar nicht zufrieden

**Haben Sie die Absicht, direkt nach Ihrem Bachelor-Abschluss ein Master-Studium zu absolvieren?**

- Ja, an der Uni Koblenz
- Ja, woanders
- Nein, mir reicht der Bachelor
- Nein, erst Praxiserfahrung sammeln
- Weiß ich noch nicht
- Nein

Umfrage Test starten << Zurück Weiter >>

*Ein Stern an einer Frage bedeutet Pflichtfrage. Um fortfahren zu können, müssen diese Fragen ausgefüllt werden.*

Seiten-Titel:  
Studieverhalten

Beschreibung:  
Das allgemeine Studieverhalten wird im Folgenden grob erfragt.

**Wie viel Zeit (in Stunden) pro Woche verwenden Sie durchschnittlich im Rahmen des Selbststudiums in der Vorlesungszeit?**

- <5
- 5-10
- 11-15
- 16-20
- >20
- weiß nicht

**Wie viel Zeit wäre Ihrer Meinung nach pro Woche außerhalb der Lehrveranstaltung durchschnittlich nötig um die Lernziele zu erreichen?**

- <5
- 5-10
- 11-15
- 16-20
- >20
- weiß nicht

**Wie viele Wochenstunden verbringen Sie durchschnittlich während der Vorlesungszeit neben dem Studium mit...**  
Bitte die Antworten in vollen Stundenzahlen ohne Einheit angeben (z.B. "5" für 5 Stunden).

	Stunden
Erwerbstätigkeit mit Studienbezug?	
Erwerbstätigkeit ohne Studienbezug?	
Betreuungsarbeiten (Pflege von Verwandten/Kindern/Bekanntem)?	

**Bitte beurteilen Sie das Verhältnis von Präsenzzeit und Selbststudium in dem von Ihnen gewählten Studiengang?**

- zu viel Präsenzzeit
- angemessenes Verhältnis
- zu viel Selbststudium
- weiß nicht

**Ich nehme regelmäßig an Veranstaltungen teil.**

Ich versäume nie eine Veranstaltung      Ich besuche keine Veranstaltung

**Würden Sie gerne mehr Veranstaltungen in englischer Sprache hören?**

- Ja
- Nein
- Mir egal
- Weiß nicht

**Wenn Sie an Kommilitoninnen und Kommilitonen denken, die ihr Studium abgebrochen haben: Welches mögen ihre Gründe gewesen sein?**

- fachlich (Studium zu schwer, bestimmte Veranstaltungen ...)
- Organisation zu kompliziert, zu unübersichtlich
- persönliche Gründe
- enttäuschte Erwartungen
- kann ich nicht beurteilen

Welche Erwartungen wurden vermutlich enttäuscht?

Umfrage Test starten << Zurück Weiter >>

Ein Stern an einer Frage bedeutet Pflichtfrage. Um fortfahren zu können, müssen diese Fragen ausgefüllt werden.



Wir produzieren  
Meinung!

Umfrage: Studiensituation im Fachbereich 4 der  
Universität Koblenz-Landau am Campus Koblenz  
Verfasser: Michael Dücker  
Kategorie: nicht verfügbar  
Thema: nicht verfügbar

86% Abgeschlossen

**Seiten-Titel:**  
Betreuung durch Professoren und  
Mitarbeiter

**Beschreibung:**  
Die Betreuung durch Professoren und Mitarbeiter spielt im Verlaufe des Studiums ebenfalls eine große Rolle. Daher wird die aktuelle Situation erfragt.

**Man bekommt angemessen schnell Sprechstundentermine.**

- trifft für alle zu  trifft für die meisten zu  trifft für die wenigsten zu  trifft bei keinem zu  weiß nicht

**Ich habe Beratungs-/Betreuungsgelegenheiten, sooft ich sie brauchte.**

- Ich habe nie welche gebraucht  
 Ich habe immer unverzüglich welche bekommen  
 Ich habe ziemlich lange warten müssen  
 Ich habe unzumutbar lange warten müssen

**Bei welchen Themen haben Sie Probleme mit Beratungsbedarf gehabt?**

**Bei speziellen Fragen weiß ich immer, wer der richtige Ansprechpartner ist.**

	trifft voll zu	trifft eher zu	trifft teilweise zu	trifft eher weniger zu	trifft gar nicht zu	weiß nicht
bei fachlichen Fragen:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
bei organisatorischen Fragen:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
bei verwaltungstechnischen Fragen (z.B. Bafög):	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
bei sonstigen Fragen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Bitte erläutern Sie die Fragethemen des Punktes "sonstige Fragen" .**

Die Beratung/Betreuung beim Verfassen von Studien-/Haus- oder Abschlussarbeiten wird bei jedem Dozenten verschieden behandelt.

	Ja
Ich finde es gut, dass alle Lehrenden das verschieden handhaben	<input type="checkbox"/>
Ich fände es besser, wenn alle Themen zentral auf einer Webseite stünden	<input type="checkbox"/>
Ich fände es besser, wenn man das Thema selbst vorschlagen kann	<input type="checkbox"/>

**Fühlen Sie sich in Ihrem Studiengang genügend orientiert?**

- Ja
- Nein

Wenn nein, wo fehlt es?

**Fühlen Sie sich in Ihrem Studiengang genügend beraten?**

- Ja
- Nein

Wenn nein, wo fehlt es?

**Fühlen Sie sich in Ihrem Studiengang genügend betreut?**

- Ja
- Nein

Wenn nein, wo fehlt es?

**Zur Strukturierung / Organisation meines Studiums werde ich gut beraten.**

trifft voll zu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	trifft gar nicht zu
----------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	---------------------

Umfrage Test starten << Zurück Weiter >>

Ein Stern an einer Frage bedeutet Pflichtfrage. Um fortfahren zu können, müssen diese Fragen ausgefüllt werden.



Wir produzieren  
Meinung!

Umfrage: Studiensituation im Fachbereich 4 der  
Universität Koblenz-Landau am Campus Koblenz  
Verfasser: Michael Dücker  
Kategorie: nicht verfügbar  
Thema: nicht verfügbar

100% Abgeschlossen

Seiten-Titel:  
Allgemeiner Teil (2)

Beschreibung:  
Der letzte Abschnitt erhebt weiterführende demographische Daten.

Haben Sie bereits vor Ihrem Studium eine Berufsausbildung abgeschlossen?

- Ja
- Nein

Wenn ja, als was?

Mit welchem Notendurchschnitt werden Sie vermutlich den Bachelor (bzw. Master, oder Ihr Diplom) abschließen?

- <1,5
- 1,6-2,0
- 2,1-2,5
- 2,6-3,0
- 3,1-3,5
- >3,6
- weiß nicht

Welche Durchschnittsnote hatten sie im Abitur?

- <1,5
- 1,6-2,0
- 2,1-2,5
- 2,6-3,0
- 3,1-3,5
- >3,6

Damit wir Ihre heutigen Antworten ggf. mit Ihren künftigen Antworten in einem Folgesemester vergleichen können, bitten wir Sie, in den folgenden Kästen den Geburtstag Ihrer Mutter (00..31), die ersten beiden Buchstaben des Vornamens Ihrer Mutter und die ersten beiden Buchstaben des Vornamens Ihres Vaters einzutragen. Damit können wir Ihre Antworten aus verschiedenen Umfragen zusammenführen, ohne auf Ihre Person zurückschließen zu können.

Umfrage Test starten << Zurück Abschließen

Ein Stern an einer Frage bedeutet Pflichtfrage. Um fortfahren zu können, müssen diese Fragen ausgefüllt werden.



Wir produzieren  
Meinung!

Umfrage: Studiensituation im Fachbereich 4 der  
Universität Koblenz-Landau am Campus Koblenz  
Verfasser: Michael Dücker  
Kategorie: nicht verfügbar  
Thema: nicht verfügbar

100% Abgeschlossen

Vielen Dank für die Beantwortung des Fragebogens.

Umfrage Test starten << Zurück

Ein Stern an einer Frage bedeutet Pflichtfrage. Um fortfahren zu können, müssen diese Fragen ausgefüllt werden.