

# Das Nutzerverhalten von Schülerinnen und Schülern im Internet



Konzeption und Durchführung eines Marktforschungsprojekts, mit anschließender Auswertung und Ergebnispräsentation

# Agenda

- Hochschule Hamm-Lippstadt
- Technisches Management und Marketing - Technologiemarketing
- Marktforschung
- Forschungsdesign
- Ergebnisse der Befragung
- Fazit
- Resümee

# Hochschule Hamm-Lippstadt

- Gegründet 2009
- Aktuell ca. 5.800 Studierende
- 14 Bachelor- & 7 Masterstudiengänge
- Interdisziplinäre Ausrichtung
- Marktorientierte Lehre und Forschung

Biomedizinische Technologie

Energietechnik und  
Ressourcenoptimierung

Intelligent Systems Design

Technisches Management  
und Marketing

Sport- und  
Gesundheitstechnik

Umweltmonitoring und  
forensische Chemie

Interkulturelle  
Wirtschaftspsychologie

# Technisches Management und Marketing

Semester 7	<b>Bachelorarbeit</b> CP 12 Ponick	<b>Studienschwerpunkt III</b> CP 6 Risikomanagement 4SWS Green Business 4SWS Technologiemarketing 4SWS Informationstechnologie 4SWS	<b>Wertschöpfungsmanagement</b> CP 12 Advanced Sales Management 2V Wertorientierte Unternehmenssteuerung 2V Supply Chain Management 2V Thorn		
Semester 6	<b>Projektarbeit</b> CP 12 Mathis	<b>Studienschwerpunkt II</b> CP 6 Risikomanagement 4SWS Green Business 4SWS Technologiemarketing 4SWS Informationstechnologie 4SWS	<b>Strategie und Patente</b> CP 8 Strat. Unternehmensführung II 2V/1Ü Internationale Businessstrategien 2V/1Ü Kleinkes	<b>Führungs- techniken und Changemanagement</b> CP 4 Führungstechniken 2V Changemanagement 2V Leiss	
Semester 5	<b>Praxis-/Auslandssemester</b> CP 30				
Semester 4	<b>Grundlagen d. Produktion und Logistik</b> CP 8 Produkt-/Qualitätsmanagement 2V/1Ü Materialwirtschaft und Logistik 2V/1Ü Materialfluss- und Fertigungsplanung 1V/1Ü Lucas	<b>Studienschwerpunkt I</b> CP 6 Risikomanagement 4SWS Green Business 4SWS Technologiemarketing 4SWS Informationstechnologie 4SWS Lucas	<b>Unternehmenssimulation und Controlling</b> CP 6 Controlling 2V/1Ü TOPS... 2V/1Ü Thorn	<b>Technologie und Marketing</b> CP 6 Technologiemarketing 2V Instrumente des Marketings II 2V/1Ü Heiland	<b>Projektmanagement</b> CP 4 Projektmanagement 2V Leiss
Semester 3	<b>Grundlagen d. Konstruktions- und Fertigungstechnik</b> CP 7 Grundlagen der Fertigungs- und Produktionstechnik 2V Konstruktionstechnik 2V/1Ü Materialien 2V/1Ü Wiczorek	<b>Wirtschaftliche Grundlagen</b> CP 7 Deskriptive Statistik und angewandte Mathematik Höhere Mathematik II 2V/1Ü Statistik I 2V/1Ü Wiczorek	<b>Unternehmensrecht</b> CP 5 IP-Marktrecht 2V B2B-Vertragsrecht 2V Business Law 2V Wiczorek	<b>Rechtliche Grundlagen</b> CP 5 Unternehmensrecht 2V Wirtschaftsrecht 2V Wiczorek	<b>Management &amp; Marketing</b> CP 6 Einführung in das Marketing 2V Marktforschung/Instrumente des Marketing 2V/1Ü Heiland
Semester 2	<b>Wirtschaftliche Grundlagen</b> CP 7 Höhere Mathematik 2V/1Ü Wirtschaftsmathematik 2V/1Ü Wiczorek	<b>Wirtschaftliche Grundlagen</b> CP 7 Höhere Mathematik 2V/1Ü Wirtschaftsmathematik 2V/1Ü Wiczorek	<b>VWL, Finanzierung und Investition</b> CP 6 Einführung in die VWL 2V Finanzierung & Investition 2V/1Ü Thorn	<b>Rechtliche Grundlagen</b> CP 5 Unternehmensrecht 2V Wirtschaftsrecht 2V Wiczorek	<b>Management &amp; Marketing</b> CP 6 Einführung in das Marketing 2V Marktforschung/Instrumente des Marketing 2V/1Ü Heiland
Semester 1	<b>Mathematische Grundlagen</b> CP 7 Höhere Mathematik 2V/1Ü Wirtschaftsmathematik 2V/1Ü Wiczorek	<b>Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen</b> CP 5 Ingenieurwissenschaftliche Grundlagen 2V/2Ü Kopf	<b>Einführung in das Marketing</b> CP 6 Marketing 2V Marktforschung/Instrumente des Marketing 2V/1Ü Heiland	<b>Einführung in die BWL &amp; Rechnungswesen</b> CP 8 Rechnungswesen 2V/2Ü Einführung in die BWL 2V/1Ü Thorn	<b>Softskills</b> CP 4 Projektmanagement 2V Leiss

Technisch/Inge-  
wissenschaftlich

Management &  
Marketing

Softskills

# Studienschwerpunkt Technologiemarketing

Technologische Trends und Themen identifizieren, erforschen, marktorientiert steuern und kundenspezifisch kommunizieren

- Marktforschung
- Strategieentwicklung
- Operative Umsetzung



# Die Zielgruppe

- 286 Schülerinnen/Schüler des Friedrich-List-Berufskollegs Hamm
- Alter von 16 – 28 Jahren
- Häufigstes Alter 17 Jahre



# Das Ziel der Umfrage

Ziel ist es, herauszufinden...

- Wie Schüler und Schülerinnen das Internet nutzen und sich dort verhalten
- Was die Schüler und Schülerinnen im Internet anspricht und was nicht

Wie können wir diese gewonnenen Informationen nutzen, um die Schüler und Schülerinnen auf die Seite „[technologiemarketing.org](http://technologiemarketing.org)“ aufmerksam zu machen

# Wieso ihr als Zielgruppe?

- Ihr als potenzielle Studenten der nächsten Semester
- Wirtschaftlich und technisch interessiert (fast die Hälfte aller Befragten)
- Generation „Digital Natives“






# Datenerhebungsmethode

- Primärforschung mit deskriptiven Ansatz
- Befragung mittels Fragebogen
- Qualitative sowie quantitative Fragestellungen
- Umfragezeitraum von 14.05.2018 bis 16.05.2018
- Rund 300 Schülerinnen und Schüler nahmen an der Umfrage teil
- Excel-Auswertung



Nutzerverhalten von Schülerinnen und Schülern im Internet 

**Frage 2.2: Welche Möglichkeiten nutzt Du, um dich über dein zukünftiges Studium zu informieren? (Wenn Frage 2.1 = Studium)**

Studien-/Berufsberatung  Fachzeitschriften/ Bücher  
 Internet  Freunde / Familie  
 Infoveranstaltung/ Messe/ Tag der offenen Tür  
 Sonstiges \_\_\_\_\_

**Frage 2.3: Für welchen Fachbereich würdest Du dich im Falle eines Studiums interessieren?**

Wirtschaft  Gestaltung/ Kreatives  
 Technik/ IT  Unentschlossen  
 Naturwissenschaften  Soziales/Gesellschaftswissenschaften  
 Sonstiges \_\_\_\_\_

**Frage 2.4: Welche Hochschulform kommt für dich in Frage?**

Fachhochschule  
 Universität  
 Beides

**Frage 2.5: Hast Du dich schon bezüglich eines Studiums an der HSHL in Hamm informiert?**

Wenn ja, wo? \_\_\_\_\_  
 Nein

**Frage 2.6: Würde ein Studium, an der HSHL in Hamm, für Dich in Frage kommen?**

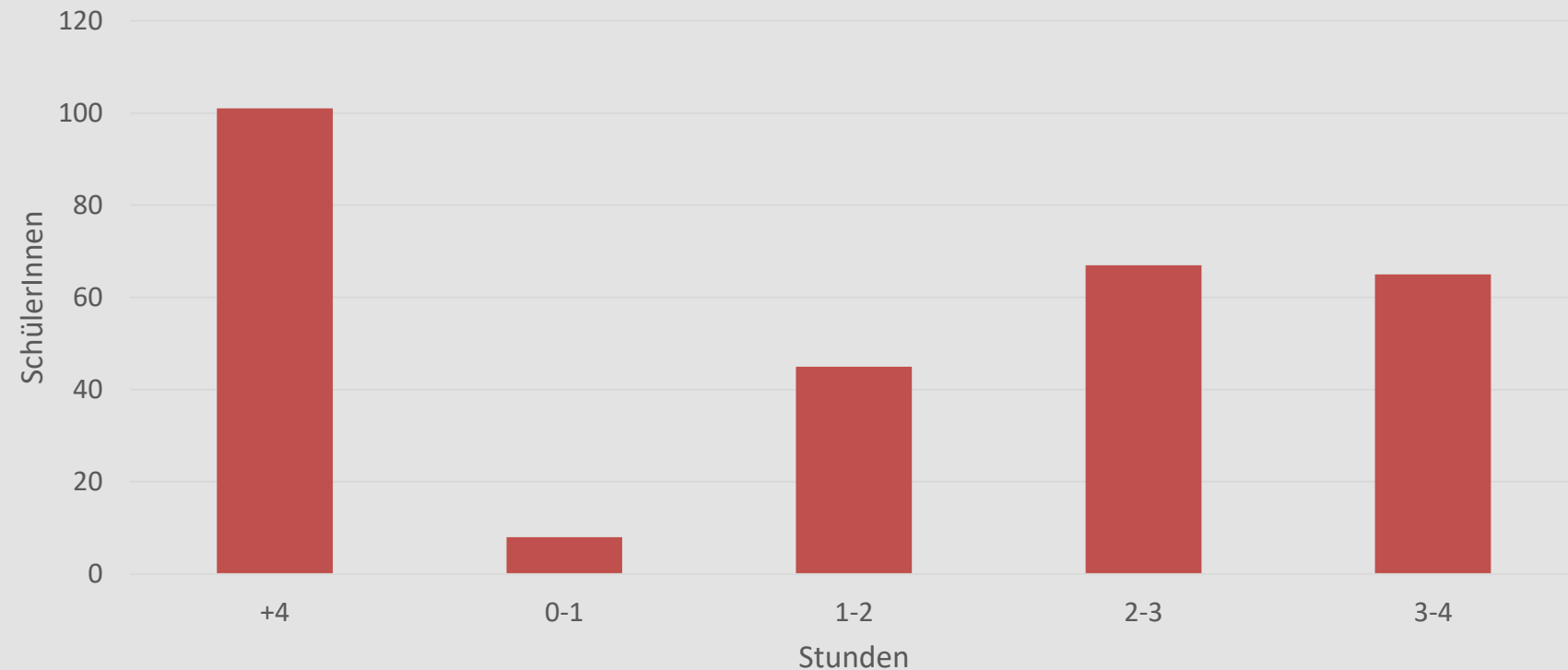
Ja  
 Nein  
 Unentschlossen

**Frage 2.7: Wo möchtest Du über Studiengänge informiert werden?**

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

# Dauer des Aufenthalts im Internet

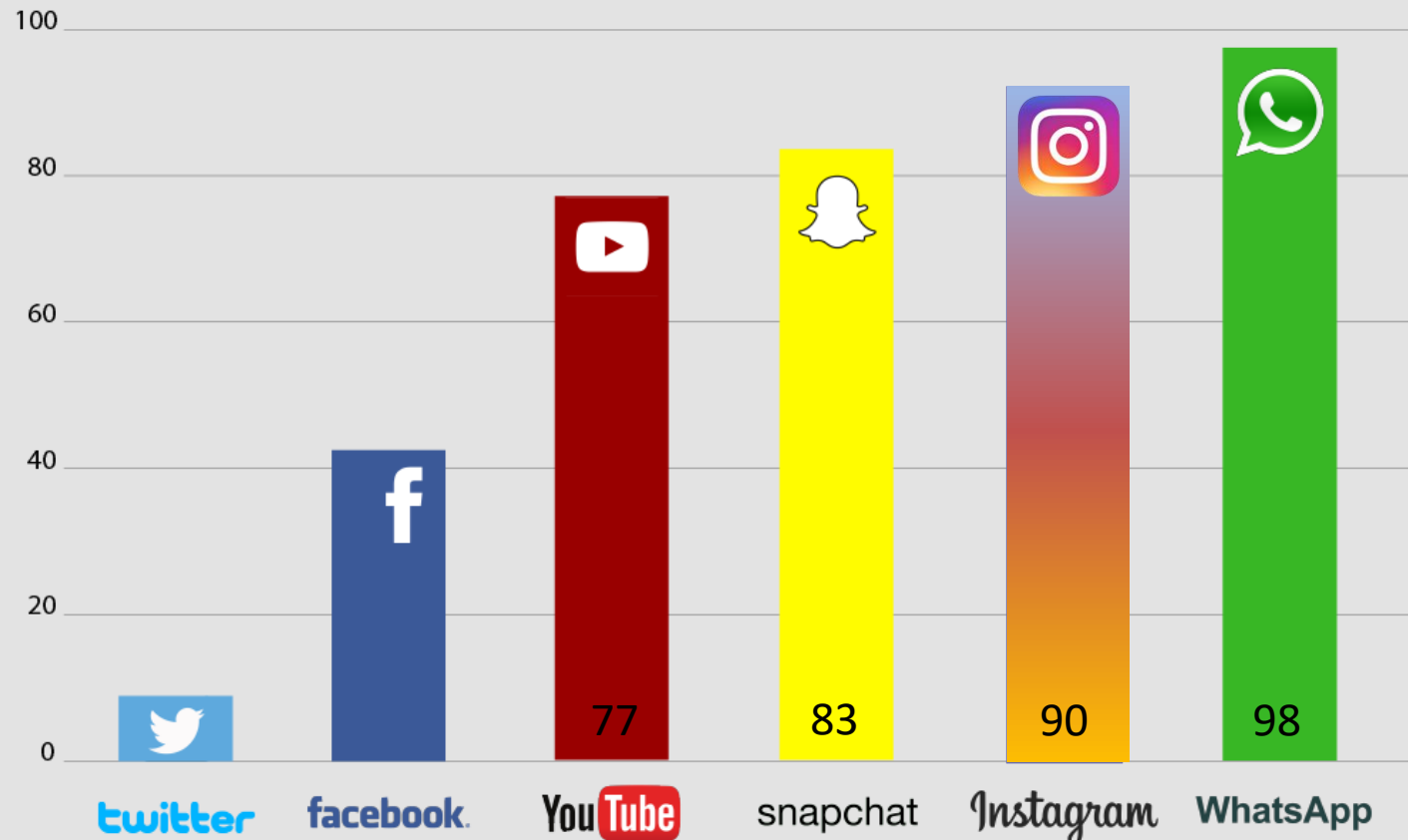
- Dauer von mehr als 4 Stunden täglich überwiegt stark



*„Wie viele Stunden verbringst Du am Tag online?“*

\*n=286

# Aufenthalt potenzieller Studenten im Internet



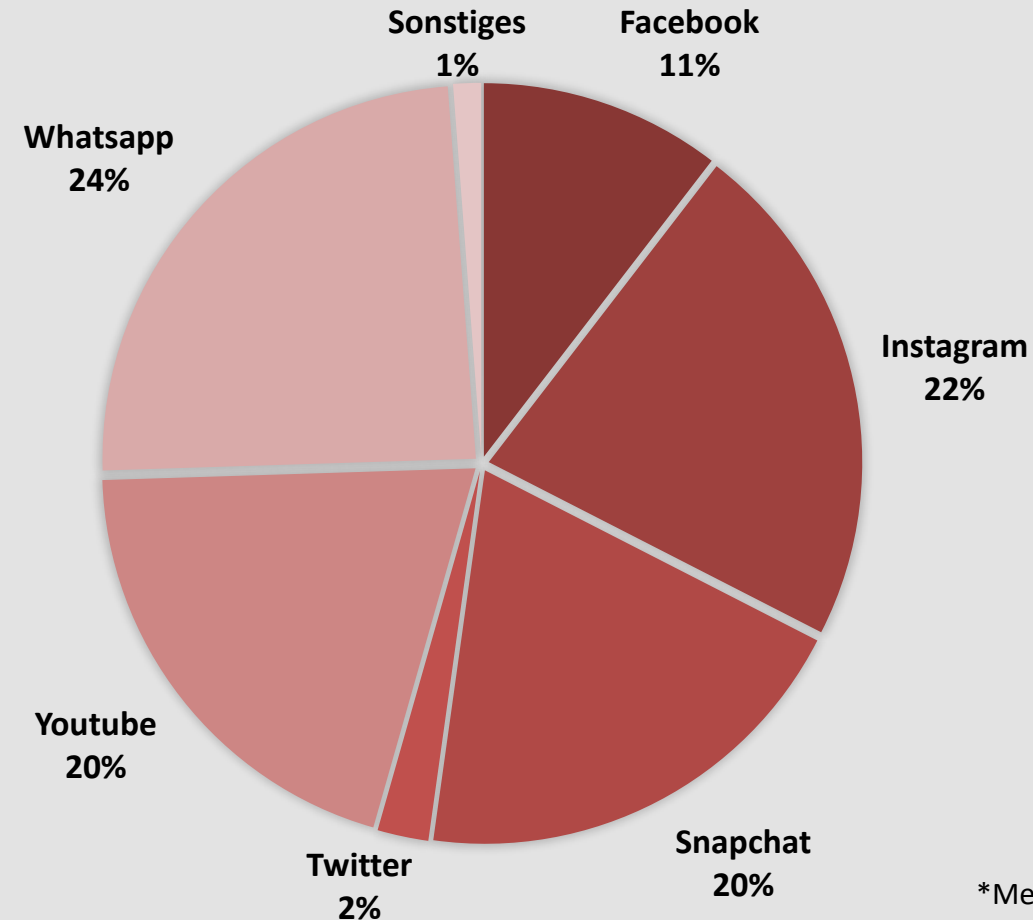
„Welche Online-Plattformen nutzt du aktiv?“

\*Mehrfachauswahl möglich

# Potenzielle Studenten Wirtschaft/Technik

- Verteilung der Studenten auf den Kanälen differenziert in Wirtschaft/Technik

*„Welche Online-Plattformen nutzt du aktiv?“*

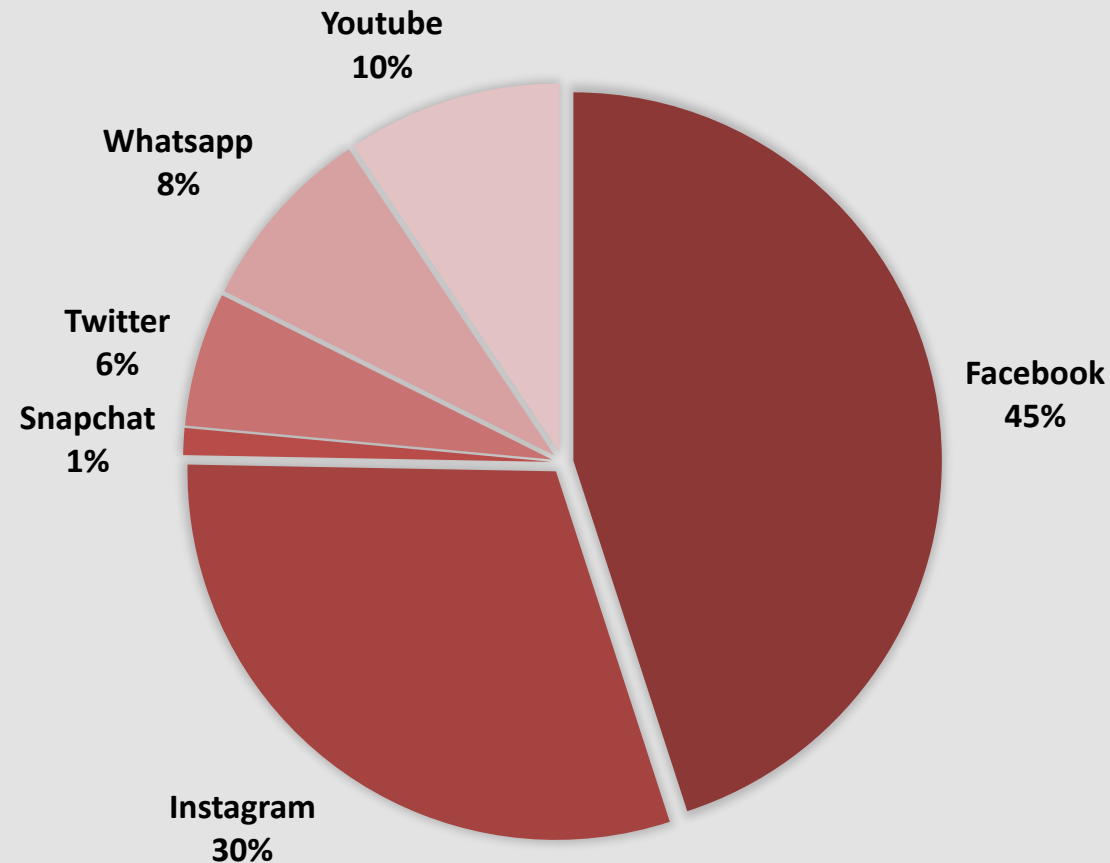


\*Mehrfachauswahl möglich  
n=485

# Informationsbeschaffung: Social Media

- Fokussierung auf Facebook & Instagram

*„Auf welchen Plattformen hast Du dich schon mal über Studiengänge informiert?“*

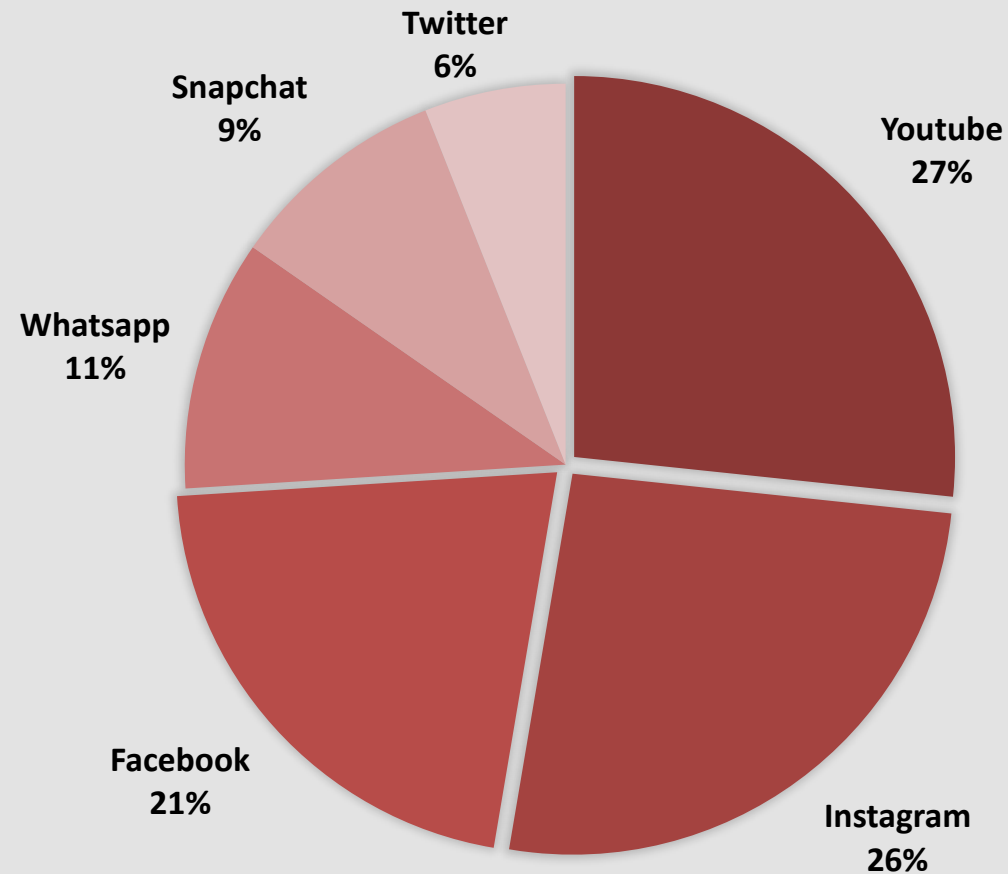


\*Mehrfachauswahl möglich  
n=340

# Informationsbeschaffung Wirtschaft/Technik

- Mehrheitlicher Informationsbezug über YouTube, Instagram & Facebook

*„Auf welchen Plattformen hast Du dich schon mal über Studiengänge informiert?“*

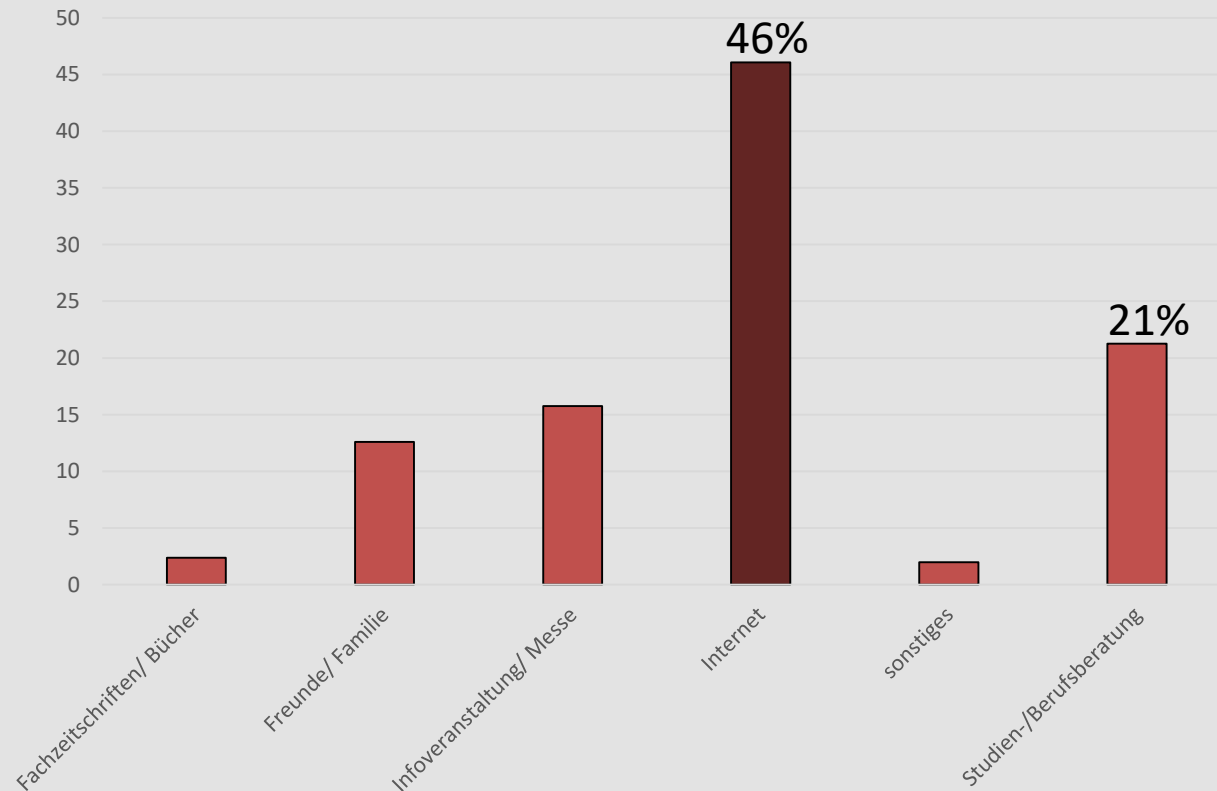


\*Mehrfachauswahl möglich  
n=150

# Auskunft zur Studienwahl

- Bevorzugtes Medium:  
Internet

*„Welche Möglichkeiten nutzt Du, um dich über dein zukünftiges Studium zu informieren?“*

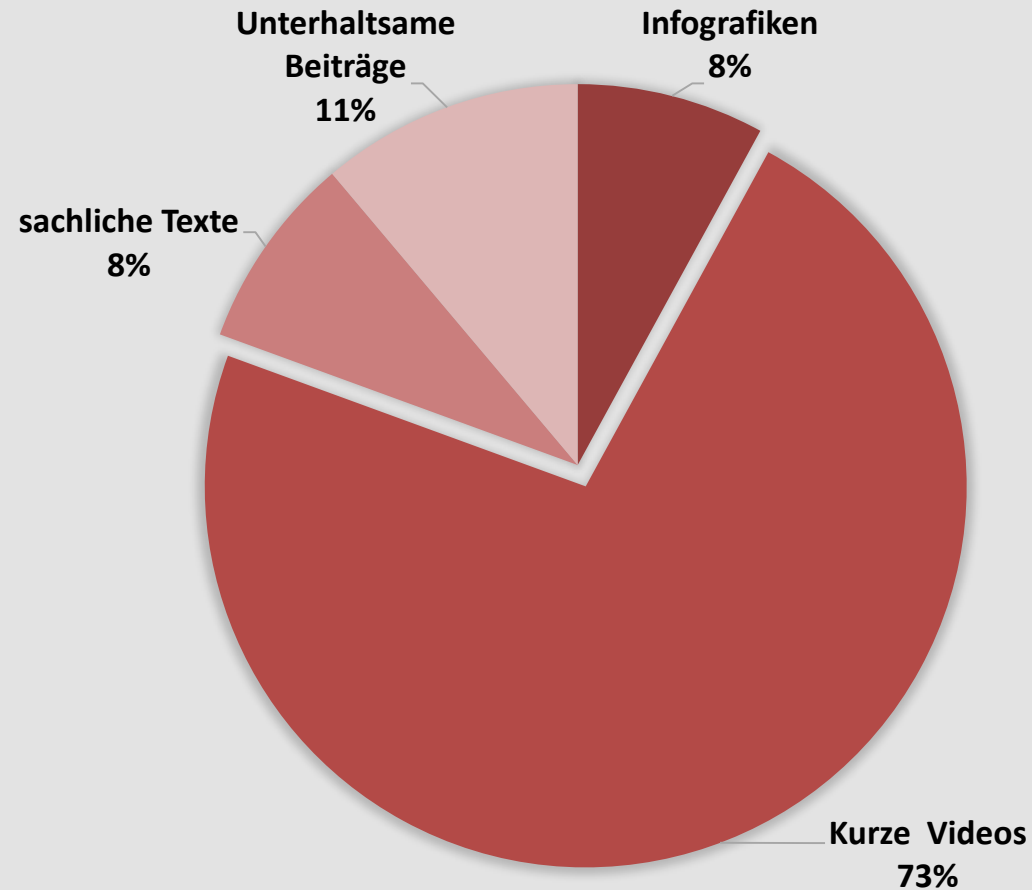


\*Mehrfachauswahl möglich  
n=254

# Darstellung wissenschaftlicher Themen

- Hohe Nachfrage kurzer Videos

*„In welcher Form sind wissenschaftliche/technische Themen für Dich interessant?“*



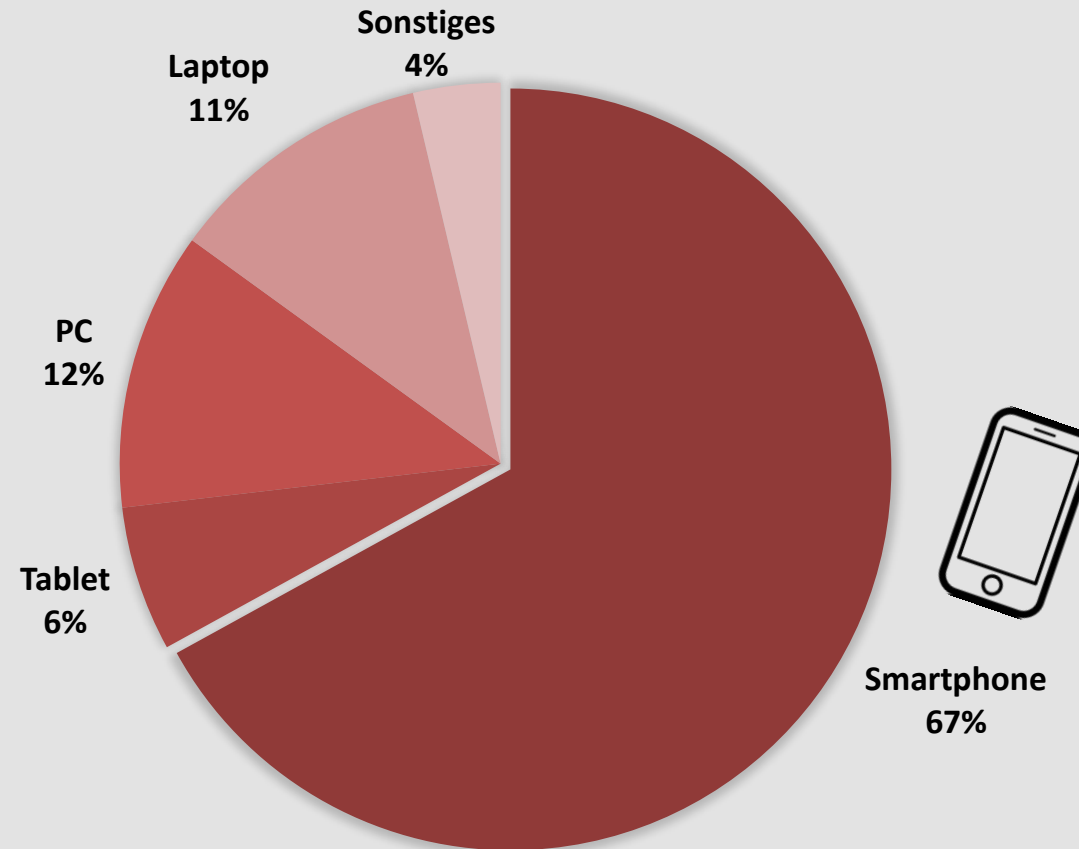
\*Mehrfachauswahl möglich  
n=310



# Wahl des Endgerätes

- Smartphone dominiert

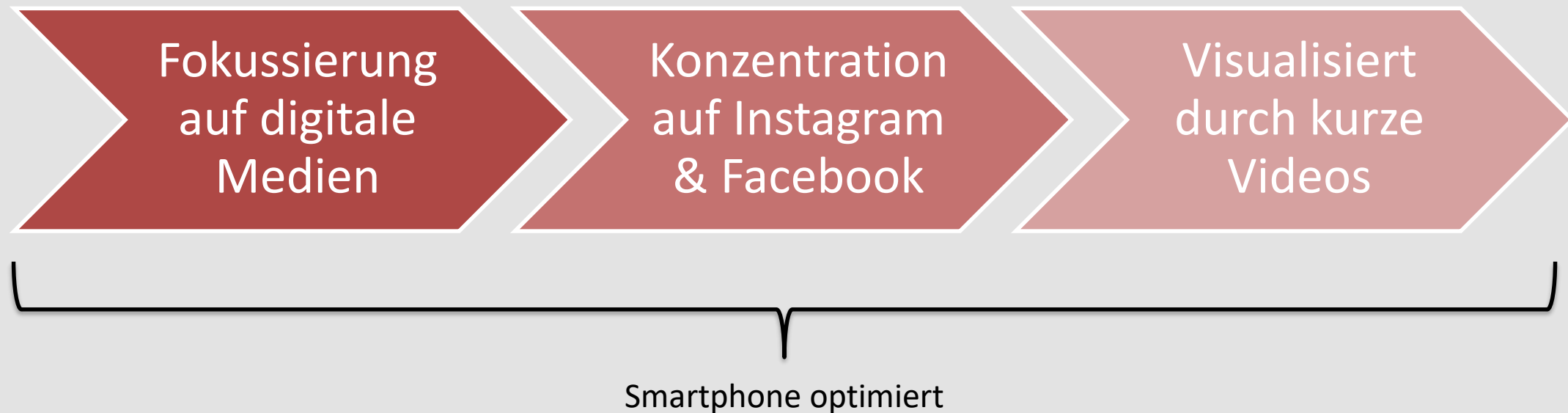
*„Welche Geräte nutzt  
Du hauptsächlich  
dafür?“*



\*Mehrfachauswahl möglich  
n=406

# Fazit

Handlungsempfehlung für die Erreichung der SchülerInnen des FLBK's



# Resümee

- Organisation innerhalb des Seminars
- Zusammenarbeit mit Berufskolleg
- Befragung der Schüler/innen
- Teamfähigkeit Präsentationsfähigkeit

