

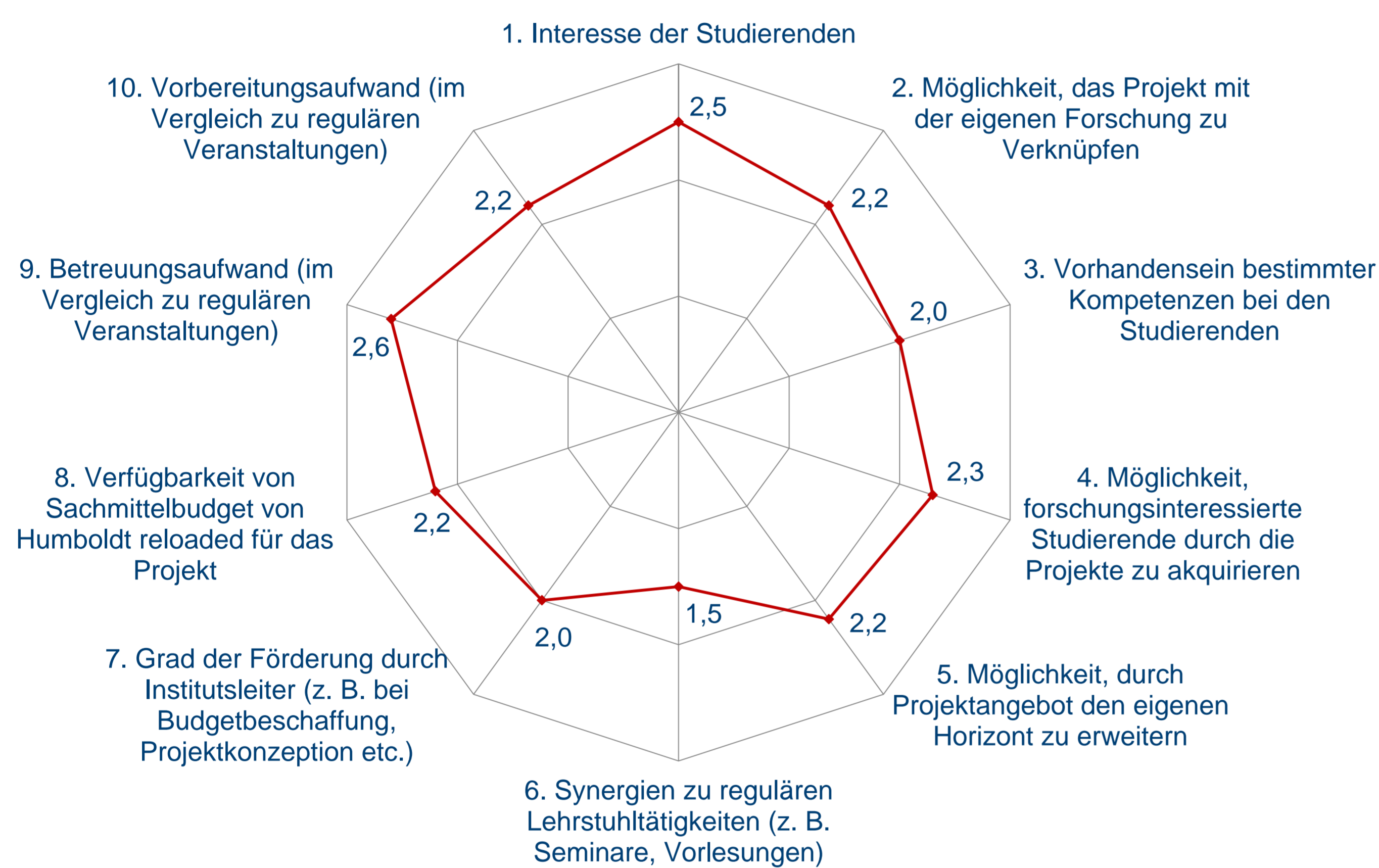


Projektbegleitende Forschung zur Akzeptanz von Humboldt reloaded

- **Zielsetzung:** Durch die projektbegleitende Akzeptanzforschung beim Humboldt reloaded-Programm soll die Akzeptanz von Projekten sowohl aus Sicht von Studierenden als auch Lehrenden erhöht werden und somit ein Beitrag zum Erfolg des Humboldt reloaded-Programms geleistet werden.
- **Methode:** Auf Basis der Identifizierung relevanter Akzeptanzdimensionen mithilfe von Fokusgruppengesprächen (qualitativ) und anschließender Gewichtung dieser Akzeptanzdimensionen mittels einer conjointanalytischen Befragung (quantitativ), wird nun eine standardisierte Abfrage zur kontinuierlichen Bestimmung des Ist-Zustandes bei „Usern“ eingesetzt, um daraus die Gesamtakzeptanz mittels eines Soll/Ist-Vergleiches abzuleiten, die rollen-, projekt- und fakultätsspezifisch sowie -übergreifend dargestellt werden kann. Seit SS 2013 erfolgt zudem die Ermittlung der Akzeptanz bei „Non-Usern“.
- **Ergebnis:** Die nachfolgenden Diagramme zeigen die Bewertung der wichtigsten Veranstaltungsmerkmale sowie die Gesamtakzeptanz der Humboldt reloaded-Projekte aus Sicht von Lehrenden und Studierenden:

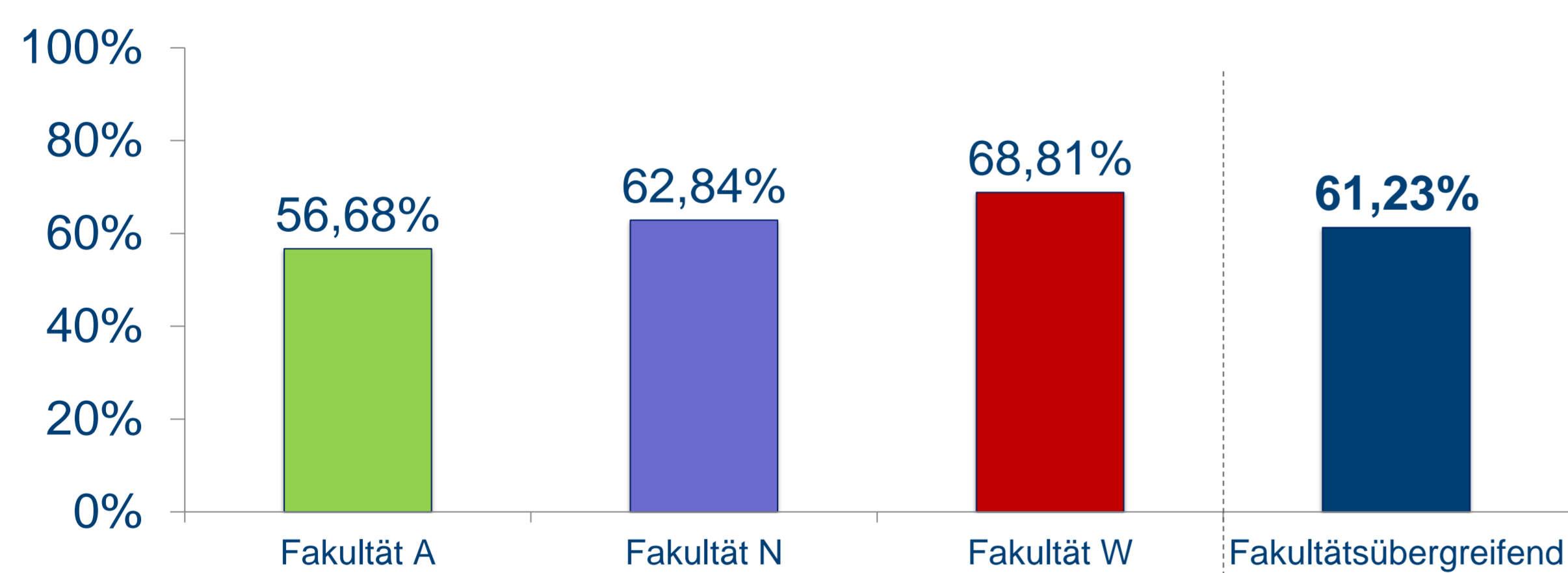
Lehrende („User“)

Durchschnittliche Merkmalsbewertung (Ist-Ausprägung)*



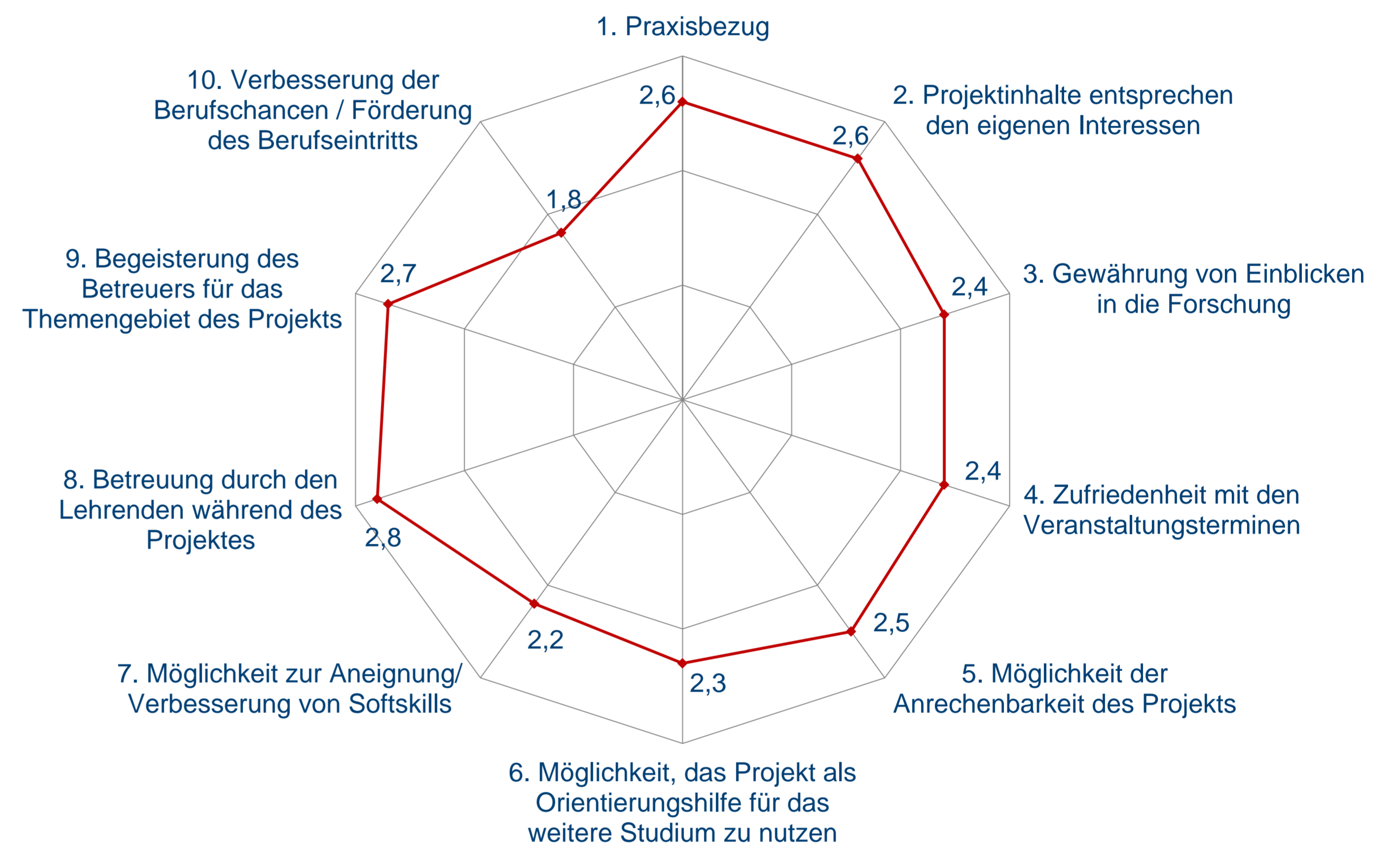
*n=57, Skala von 1 („gering“) bis 3 („hoch“)

Fakultätsspezifische Gesamtakzeptanzwerte der Lehrenden*



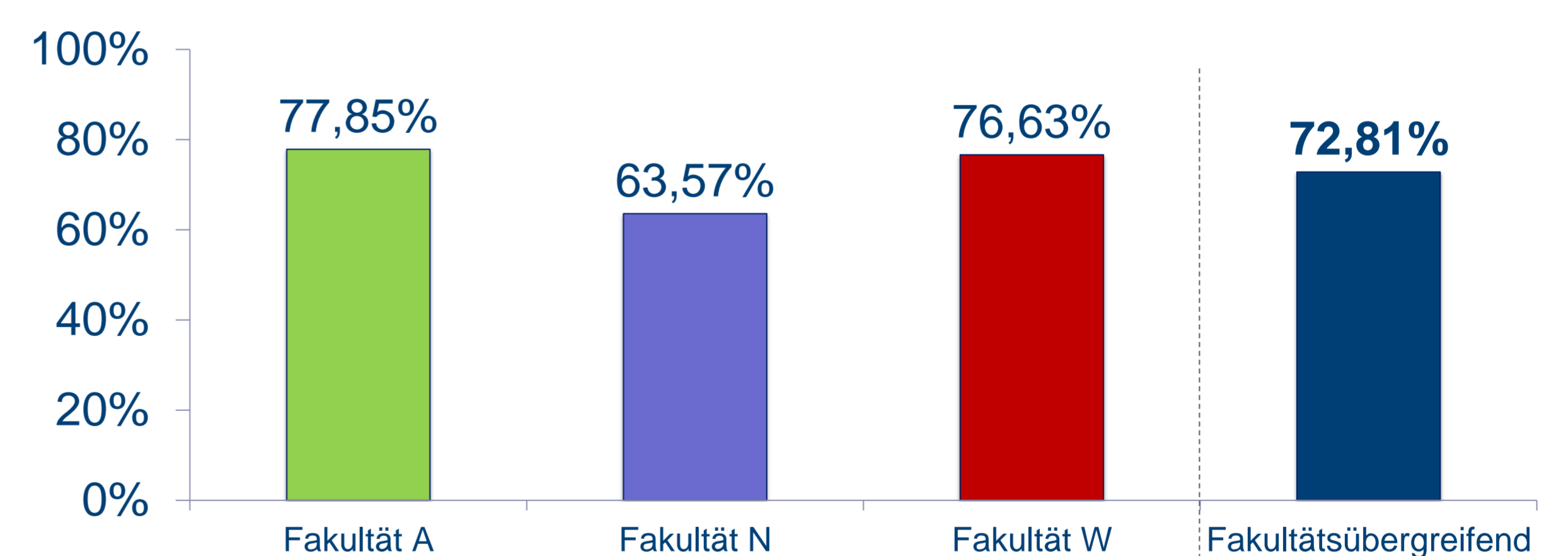
Studierende („User“)

Durchschnittliche Merkmalsbewertung (Ist-Ausprägung)*



*n=55, Skala von 1 („gering“) bis 3 („hoch“)

Fakultätsspezifische Gesamtakzeptanzwerte der Studierenden*



Studierende („Non-User“)

Im SS 2013 wurden erstmals auch „Non-User“-Studierende zu den Gründen ihrer Nicht-Teilnahme an einem Humboldt reloaded-Projekt befragt. Fakultätsübergreifend nannten die Studierenden am häufigsten Zeitmangel als Begründung für ihre Nicht-Teilnahme; in der Fakultät Agrarwissenschaften wurde auffällig oft mangelndes Interesse als Begründung angeführt, während in der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften wiederholt fehlende Informationen über den Ablauf und Nutzen der Projekte zur Nicht-Teilnahme führten.

Projektverantwortliche



Prof. Dr. Markus Voeth
Institut für Marketing & Management
Lehrstuhl für Marketing I
marketing@uni-hohenheim.de

Dipl.-Kffr. Natalie Schmidt
Lehrstuhl für Marketing I
natalie_schmidt@uni-hohenheim.de

Katrin Mischke, B.Sc.
Lehrstuhl für Marketing I

GEFÖRDERT VOM

