



# ERSTSEMESTERBEFRAGUNG WS 2019/20

Studiendekanat  
Philosophische Fakultät  
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

# Grundsätzliche Informationen

- Ziele: Weiterentwicklung von Marketingmaßnahmen, Weiterentwicklung des Studiums an der Philosophischen Fakultät
- Befragungsart: Online-Befragung; Einladung per E-Mail
- Zielgruppe: Bachelorstudierende im ersten Fachsemester
- Erhebungszeitraum: dritte und vierte Vorlesungswoche WS 2019/20
- Rücklauf: 9 % (n=270)
- Inhalte:

## Mit Blick auf das Studierendenmarketing

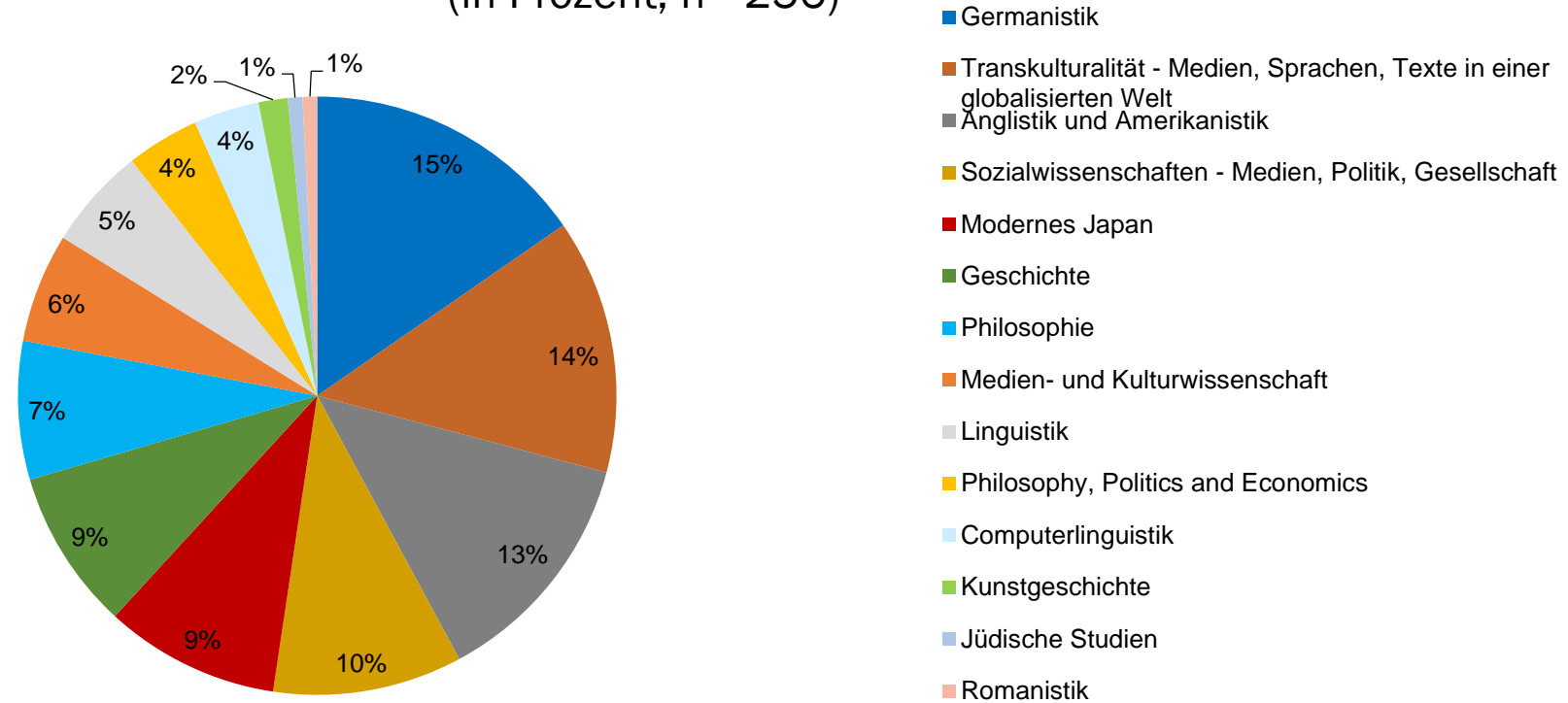
- u.a. demographische Angaben, Studienmotivation, Bewerbungsverhalten

## Mit Blick auf die Weiterentwicklung des Studiums an der Philosophischen Fakultät

- u.a. Auswahl von Kern- und Ergänzungsfächern, Bewertung praxis- und berufsbezogener Elemente im Studium, Themenbereiche von Interesse

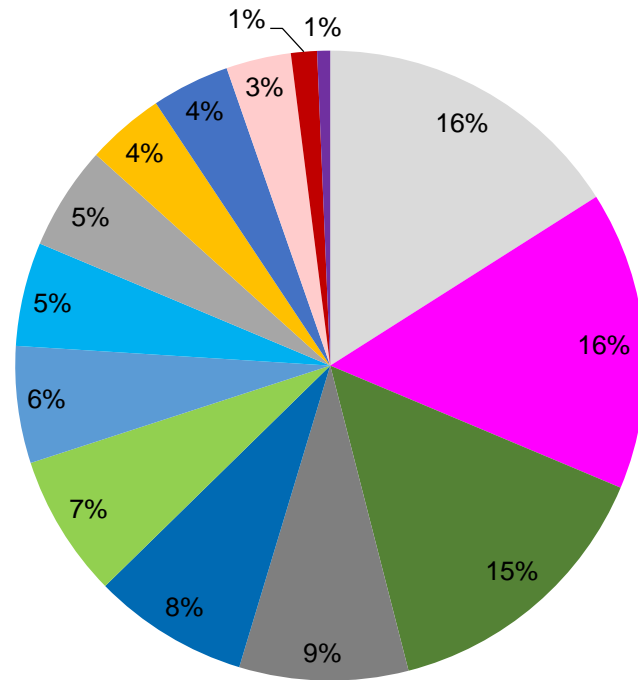
# Wer hat an der Befragung teilgenommen?

Kernfach / integrierter Studiengang  
(in Prozent; n= 256)



# Wer hat an der Befragung teilgenommen?

Ergänzungsfach  
(in Prozent; n= 150)



- Linguistik
- Kommunikations- und Medienwissenschaft
- Geschichte
- Anglistik und Amerikanistik
- Germanistik
- Kunstgeschichte
- Musikwissenschaft
- Philosophie
- Soziologie
- Antike Kultur
- Politikwissenschaft
- Romanistik
- Modernes Japan
- Jiddische Kultur, Sprache und Literatur

# Studierendenmarketing

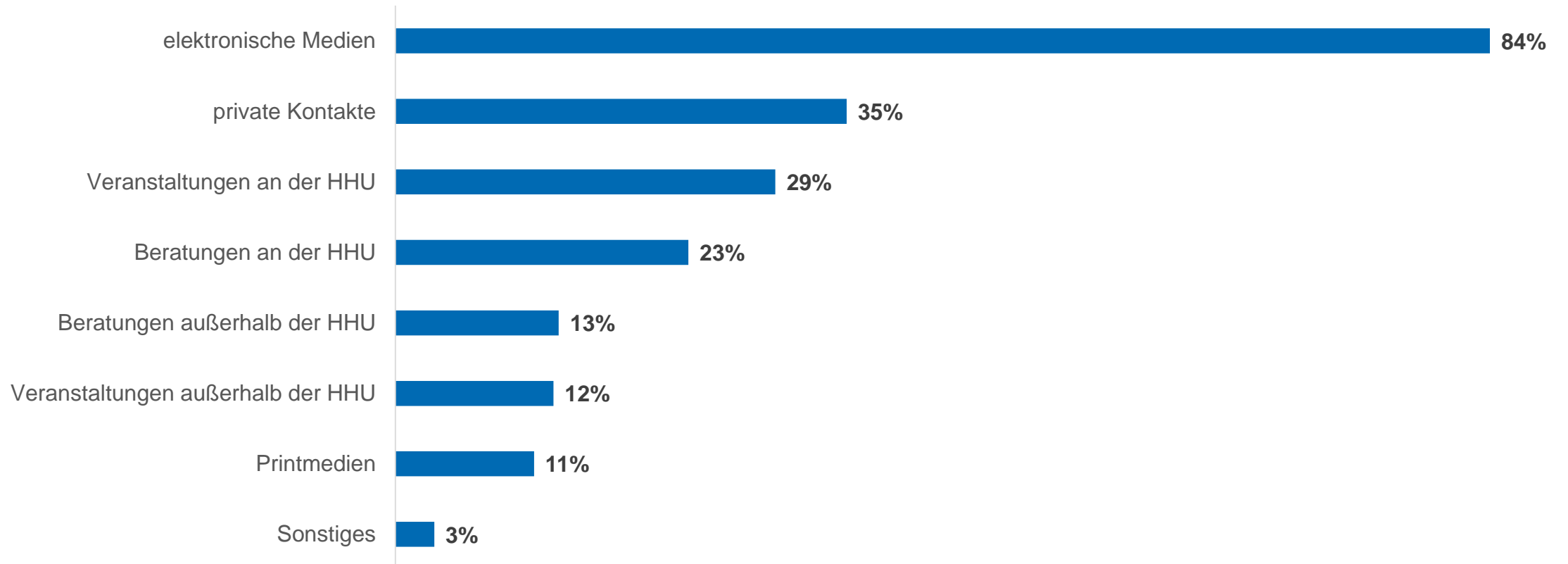
## Zentrale Ergebnisse

- 84 % (n= 270) der Befragten nutzten elektronische Medien bei der Studienwahlentscheidung. Damit liegt dieser Informationskanal weit vor persönlichen Kontakten (35 %) sowie Veranstaltungen (29 %) und Beratungsangeboten an der HHU (23 %).
- Für über die Hälfte der Befragten (58 %; n=251) stellen die HHU und ihre Fächerkombination bzw. ihr Studiengang die erste Wahl dar.
- 82 % (n= 255) der Befragten haben ihre Hochschulzugangsberechtigung in NRW erworben.
- Die am häufigsten genannten Gründe für die Entscheidung für die HHU sind die Attraktivität der Stadt als Studienort (53 %; n=270) sowie die Nähe zum sozialen Umfeld (42 %).
- Fachliches Interesse nennen 84 % (n= 270) der Befragten als ausschlaggebenden Grund für die Entscheidung für den Studiengang bzw. das jeweilige Kernfach.

# Studierendenmarketing

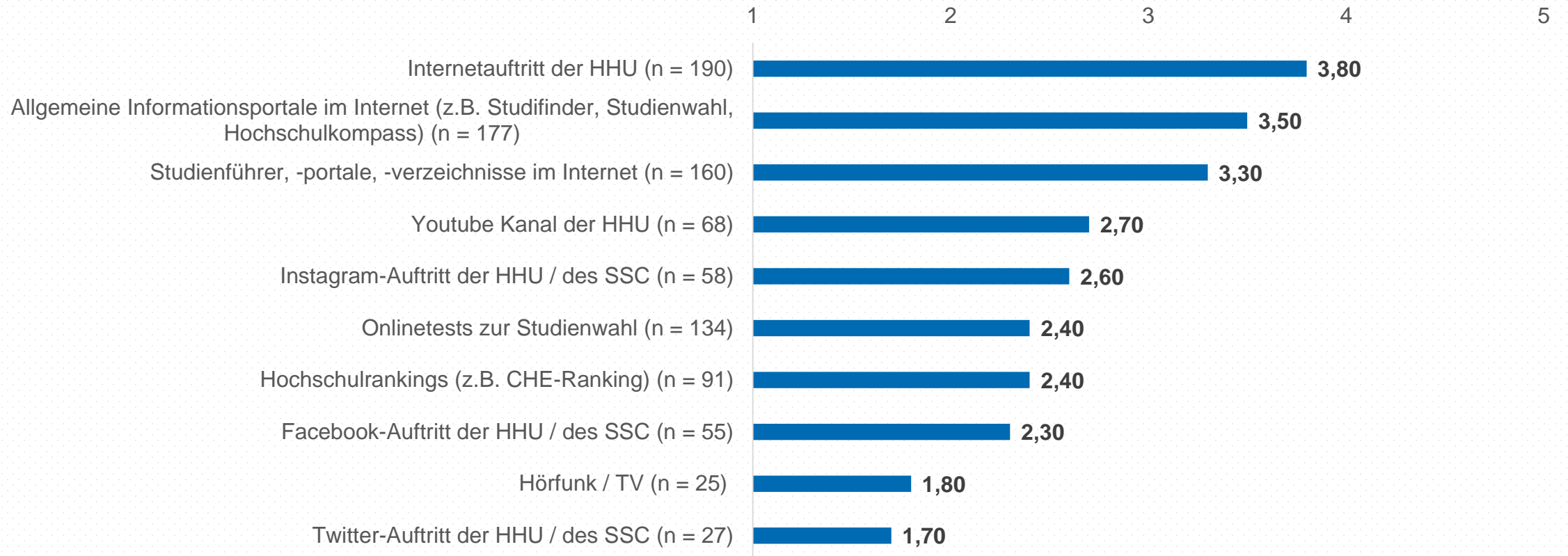
## Nutzung von Informationskanälen und Angeboten bei der Studienwahlentscheidung

(in Prozent; n=270; Mehrfachnennungen möglich)



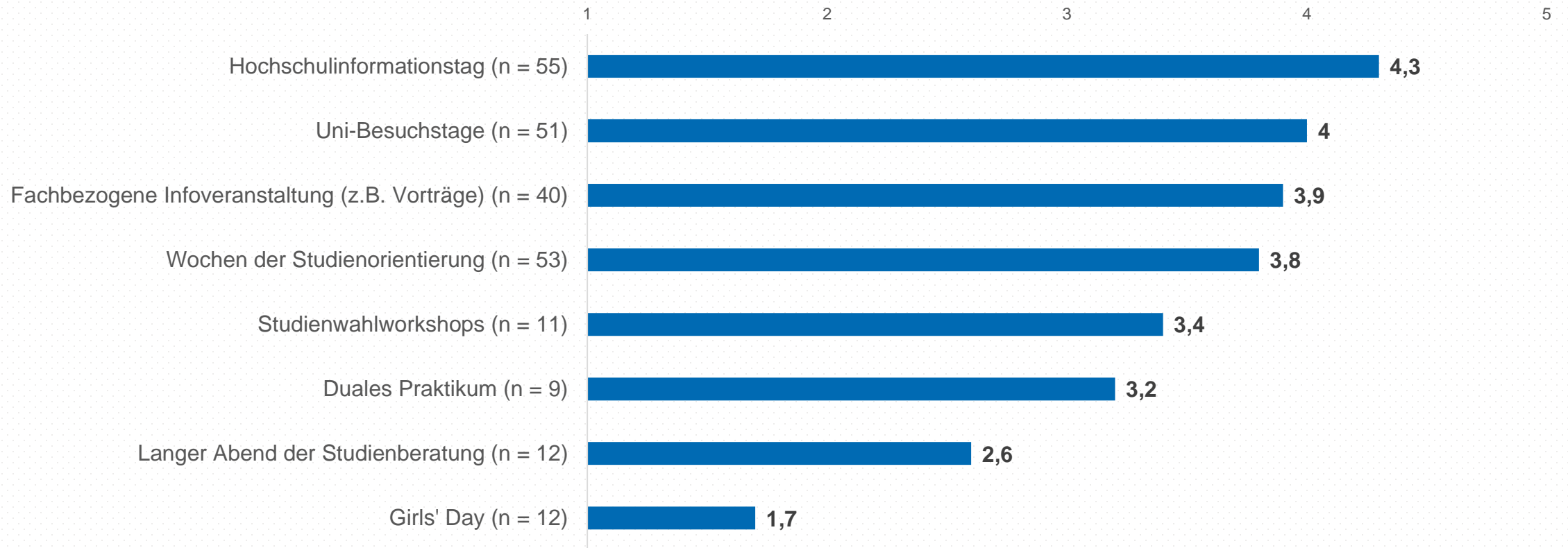
# Studierendenmarketing

## Nutzung und Einfluss von Informationskanälen - elektronische Medien (Mittelwerte; 1=wahrgenommen, aber nicht beigetragen; 5=wahrgenommen, entscheidend beigetragen)



# Studierendenmarketing

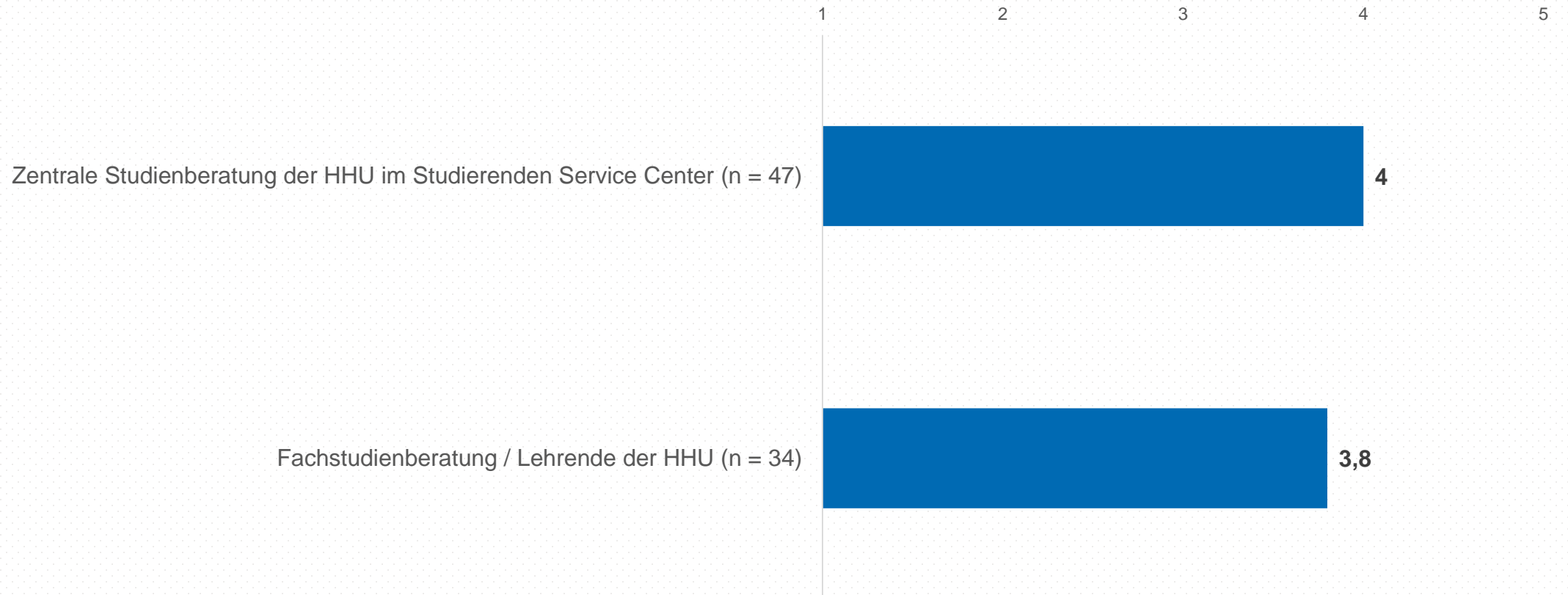
## Nutzung und Einfluss v. Informationskanälen – HHU-Veranstaltungen (Mittelwerte; 1=wahrgenommen, aber nicht beigetragen; 5=wahrgenommen, entscheidend beigetragen)





# Studierendenmarketing

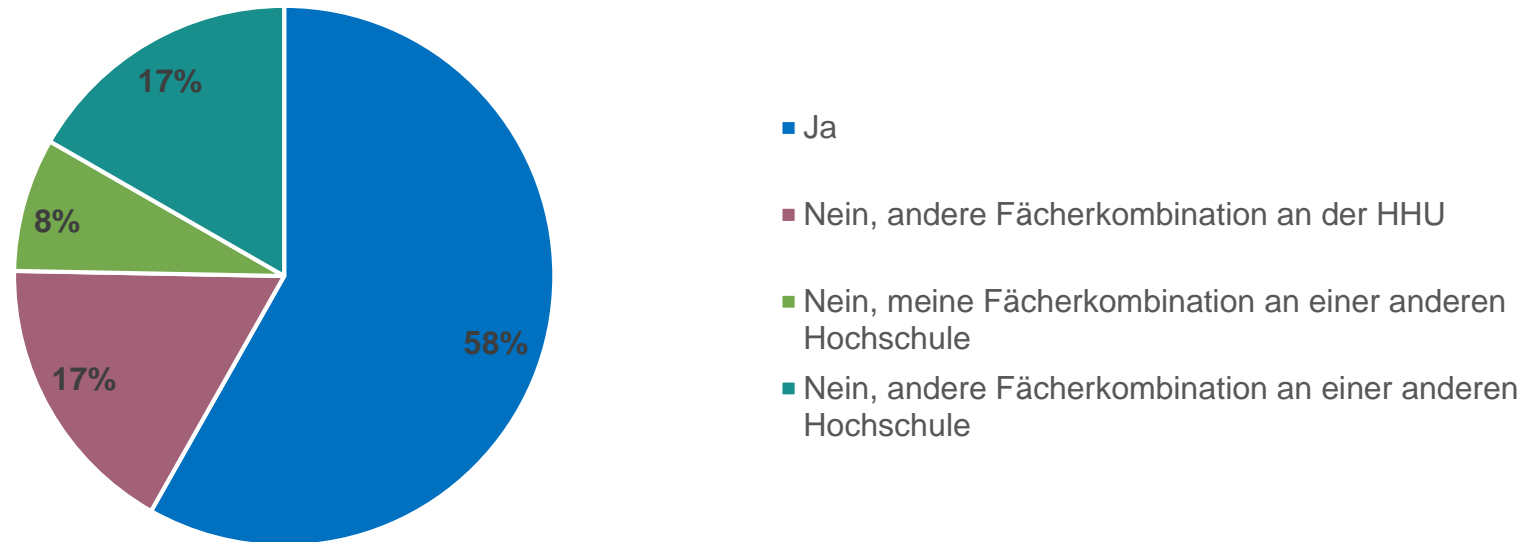
**Nutzung und Einfluss v. Informationskanälen – HHU-Beratungen**  
(Mittelwerte; 1=wahrgenommen, aber nicht beigetragen; 5=wahrgenommen, entscheidend beigetragen)



# Studierendenmarketing

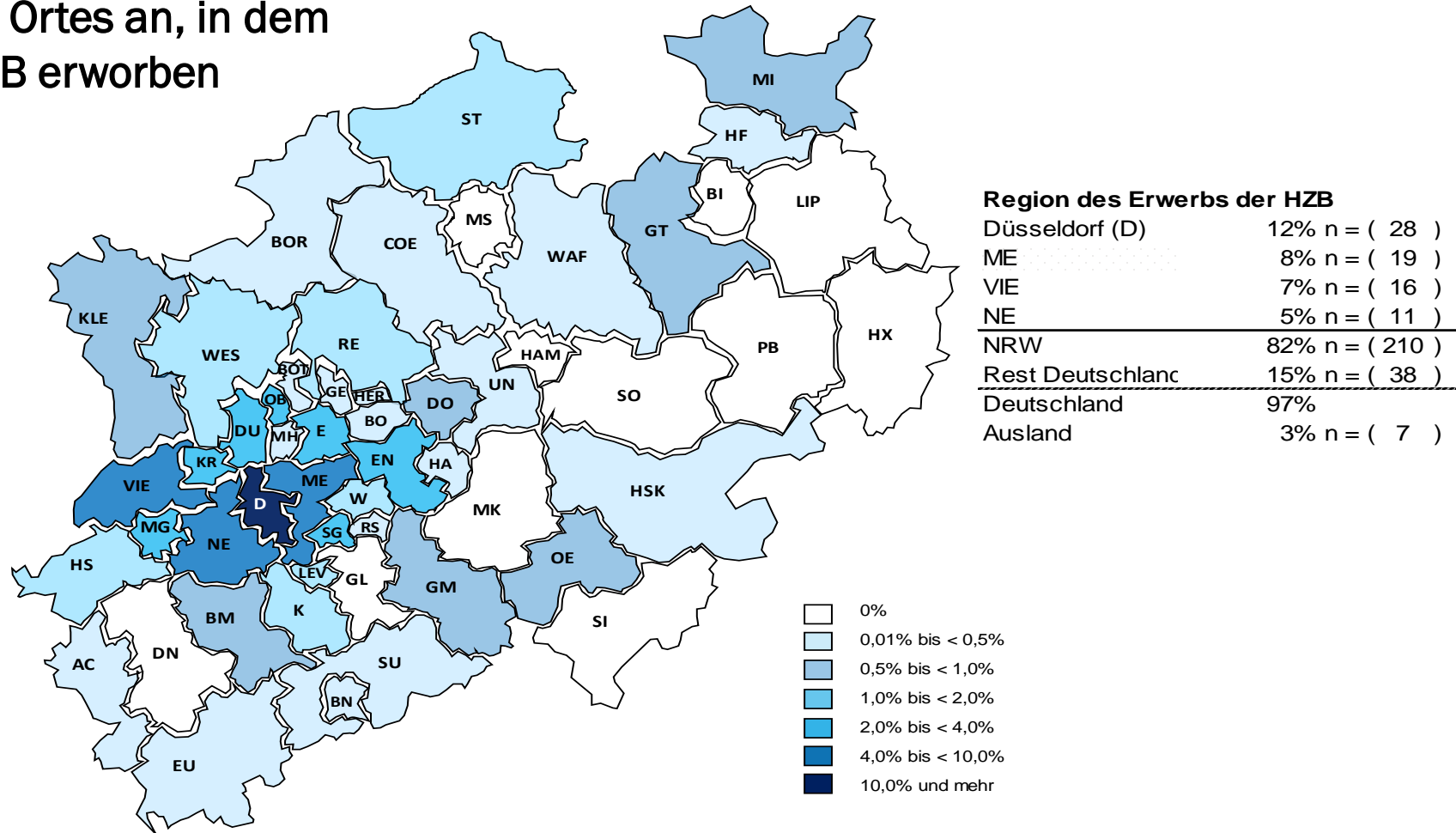
**Waren die HHU und Ihre Fächerkombination/Ihr Studiengang Ihre erste Wahl?**

(in Prozent; n=251)



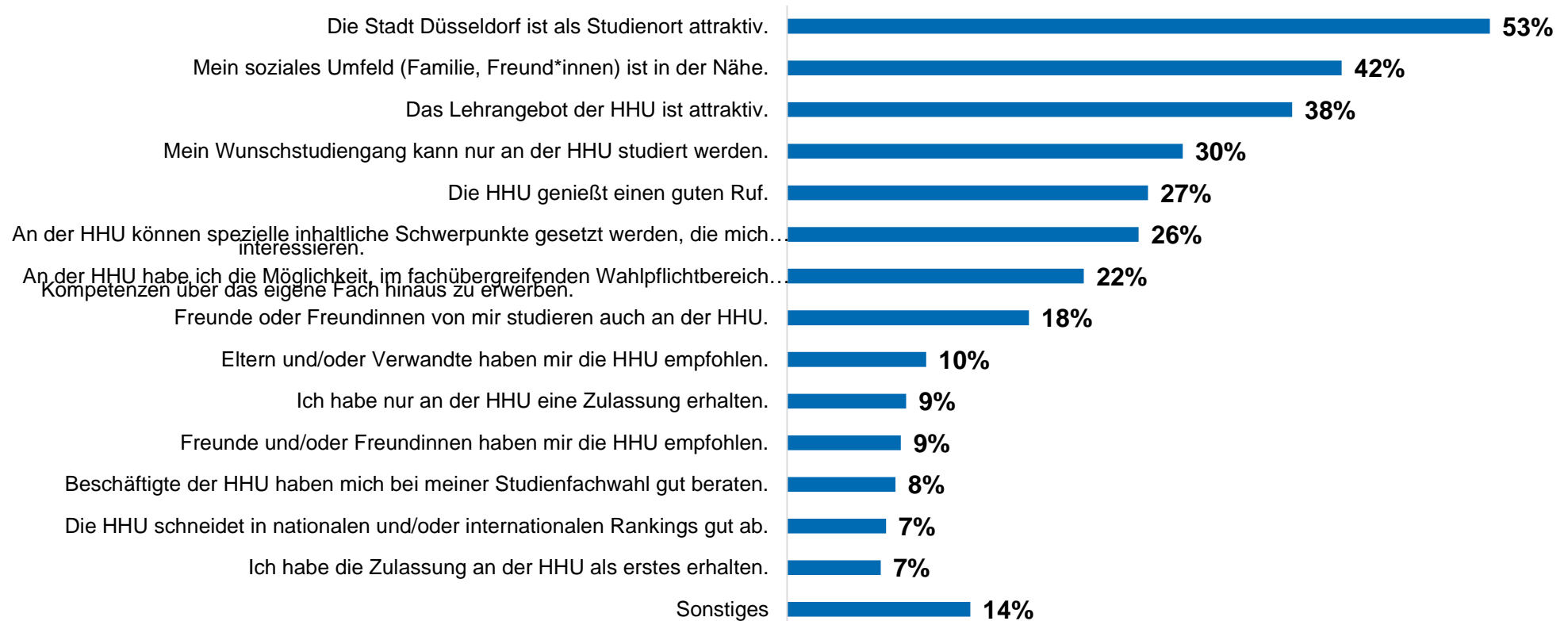
# Studierendenmarketing

Bitte geben Sie die Ortskennung des Kfz-Kennzeichens desjenigen Ortes an, in dem Sie Ihre HZB erworben haben.



# Studierendenmarketing

## Ausschlaggebende Gründe für ein Studium an der HHU (in Prozent; n=270; Mehrfachnennungen möglich)



# Studierendenmarketing

## Ausschlaggebende Gründe für den integrierten Studiengang bzw. das Kernfach

(in Prozent; n=270; Mehrfachnennungen möglich)



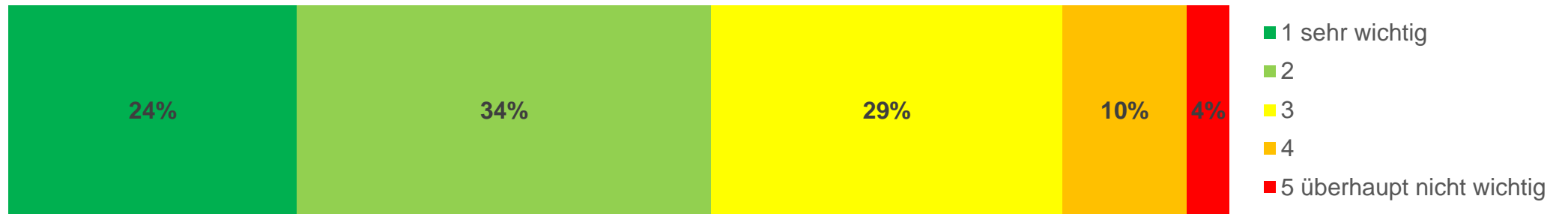
# Weiterentwicklung des Studiums an der HHU

## Zentrale Ergebnisse

- Für 58 % (n=254) der Befragten sind praxis- und berufsbezogene Elemente im Studium (sehr) wichtig.
- Die Option auf ein Lehramtsstudium ist (zumindest zum Zeitpunkt der Befragung) nur für 12 % der Befragten (sehr) wichtig.

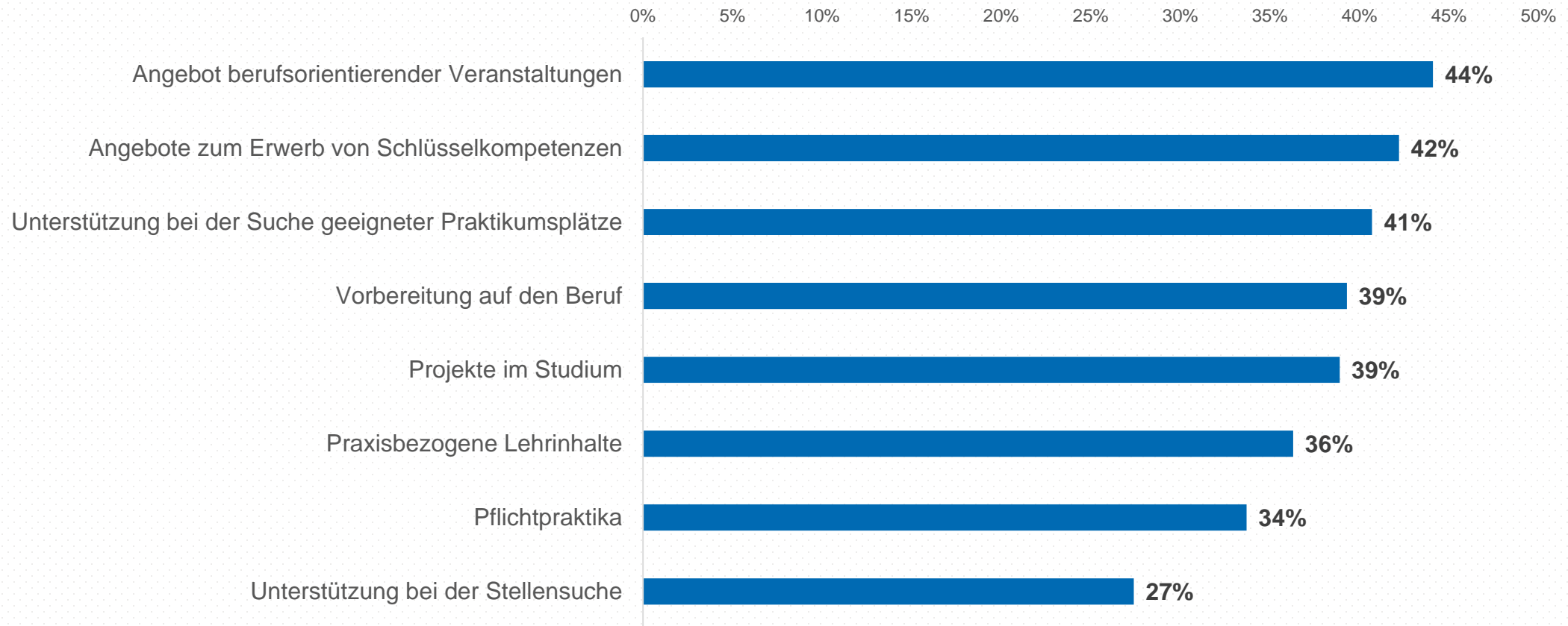
# Weiterentwicklung des Studiums an der HHU

Einschätzung der Bedeutung praxis- und berufsbezogener Elemente im Studium  
(in Prozent, n=254)



# Weiterentwicklung des Studiums an der HHU

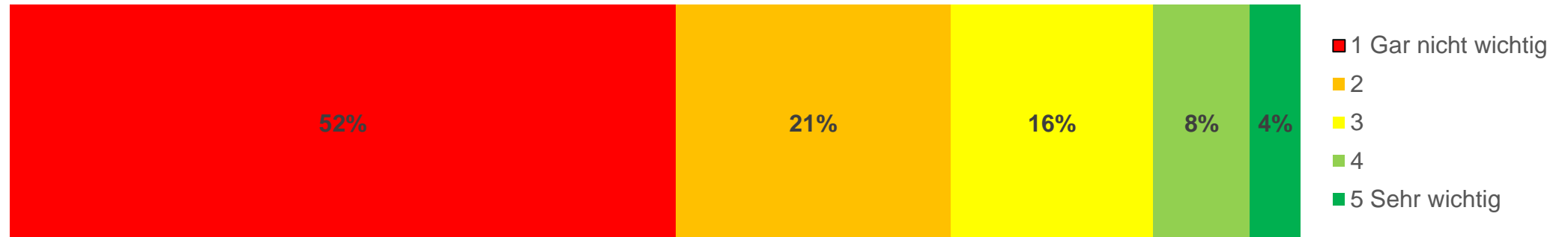
## Erwartung praxis- und berufsbezogener Elemente im Studium (in Prozent; n=270; Mehrfachnennungen möglich)





# Weiterentwicklung des Studiums an der HHU

Relevanz der Option auf ein Lehramtsstudium nach dem Bachelorstudium  
(in Prozent; n=254)



# Kontakt Daten

Bei Fragen zum Studierendenmarketing:

Gereon Blaseio

[gereon.blaseio@hhu.de](mailto:gereon.blaseio@hhu.de)

Tel.: +49 211 81-11572



Bei Fragen zu den Ergebnissen:

Klara Schneider

[klara.schneider@hhu.de](mailto:klara.schneider@hhu.de)

Tel.: +49 211 81-13338



Danke für die Aufmerksamkeit!

Bericht: Klara Schneider