



› ABSCHLUSSPRÄSENTATION

WER SIND WIR?

Studierende des 6. und 7. Semesters des Studiengangs BWL und Kultur-, Freizeit-, Sportmanagement der Hochschule Heilbronn am Campus Künzelsau



Melina Egler



Annika Götz



Jana Ruoff



Lisa Schmidt



› EVALUIERUNG DIGITALE WERKSTATT

Take a look at the different shades. Try around a bit
until you really find the shades you like.

Fakultät TW/BK | WiSe 2021/22 | Melina Egler, Annika Götz, Jana Ruoff & Lisa Schmidt

GLIEDERUNG – DIGITALE WERKSTATT

1. Methoden und Zielsetzung
2. Fragebogen
3. Analyse und Interpretation
4. Fazit und Handlungsvorschläge

DIGITALE WERKSTATT - EINFÜHRUNG UND METHODEN

Auftraggeber

Klassik Stiftung Weimar, Nicolas Dittgen

Befragte

215 Teilnehmer

154 abgeschlossene Umfragen

Zeitraum

24.11.21- 12.12.21, 18 Tage 12h 40min

Ziel

Das Ziel der Befragung ist es, das Meinungsbild zur Digitalen Werkstatt der Klassik Stiftung Weimar herauszufinden.

Art der Befragung

Online Umfrage

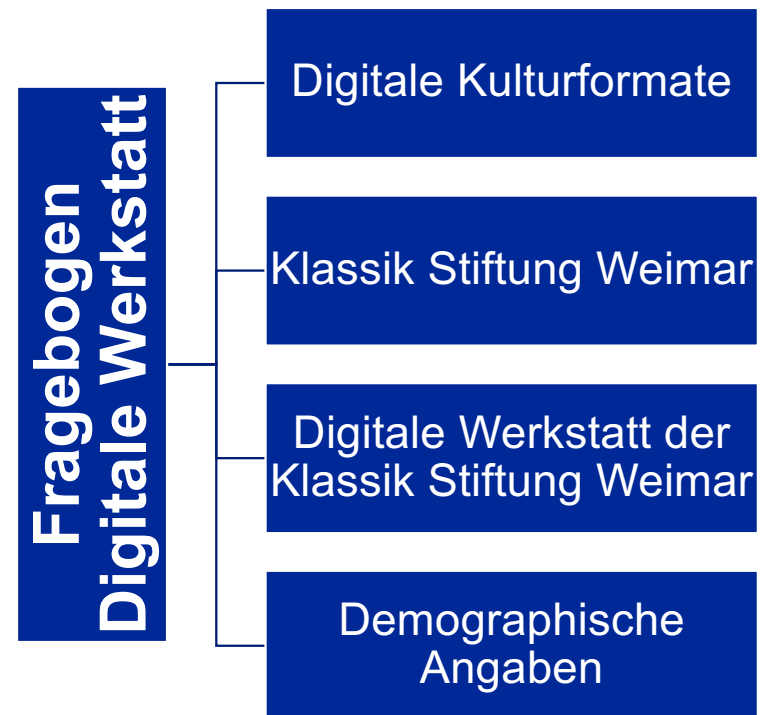
Auswertungsmethode

LamaPoll und EXCEL

Stichprobenziehung

willkürlich

AUFBAU DES FRAGEBOGENS



ANALYSE UND INTERPRETATION DER ERGEBNISSE - DEMOGRAPHISCHER DATEN

Geschlecht

Geburtsjahr

Bildungsabschluss

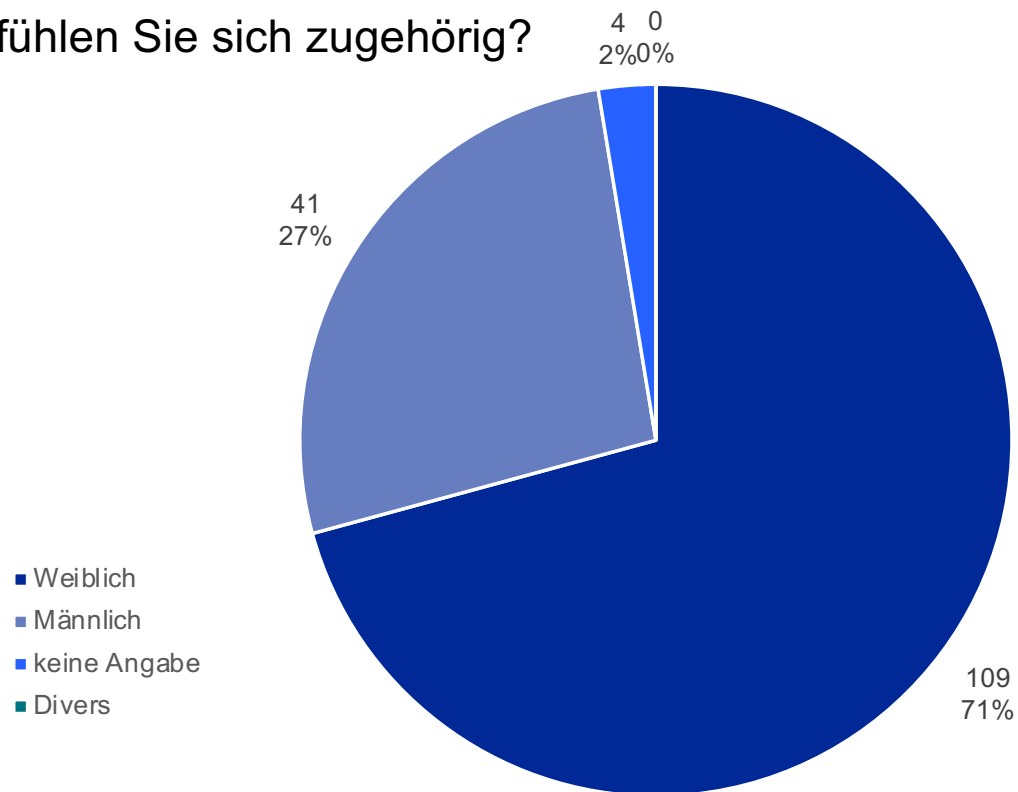
Postleitzahl

DEMOGRAPHISCHE DATEN - GESCHLECHT

FAST DREIVIERTTEL DER BEFRAGTEN SIND WEIBLICH.

Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

N= 154

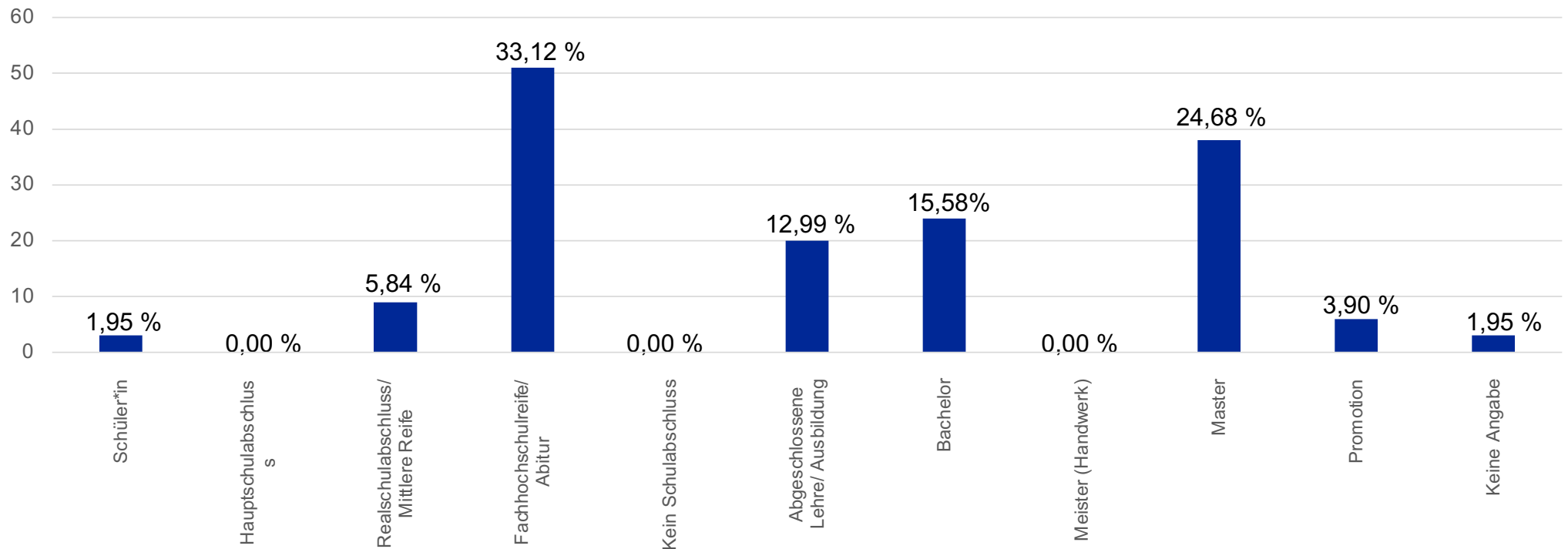


DEMOGRAPHISCHE DATEN - BILDUNGSABSCHLUSS

DIE MEHRHEIT DER BEFRAGTEN HAT ABITUR.

N = 151

Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

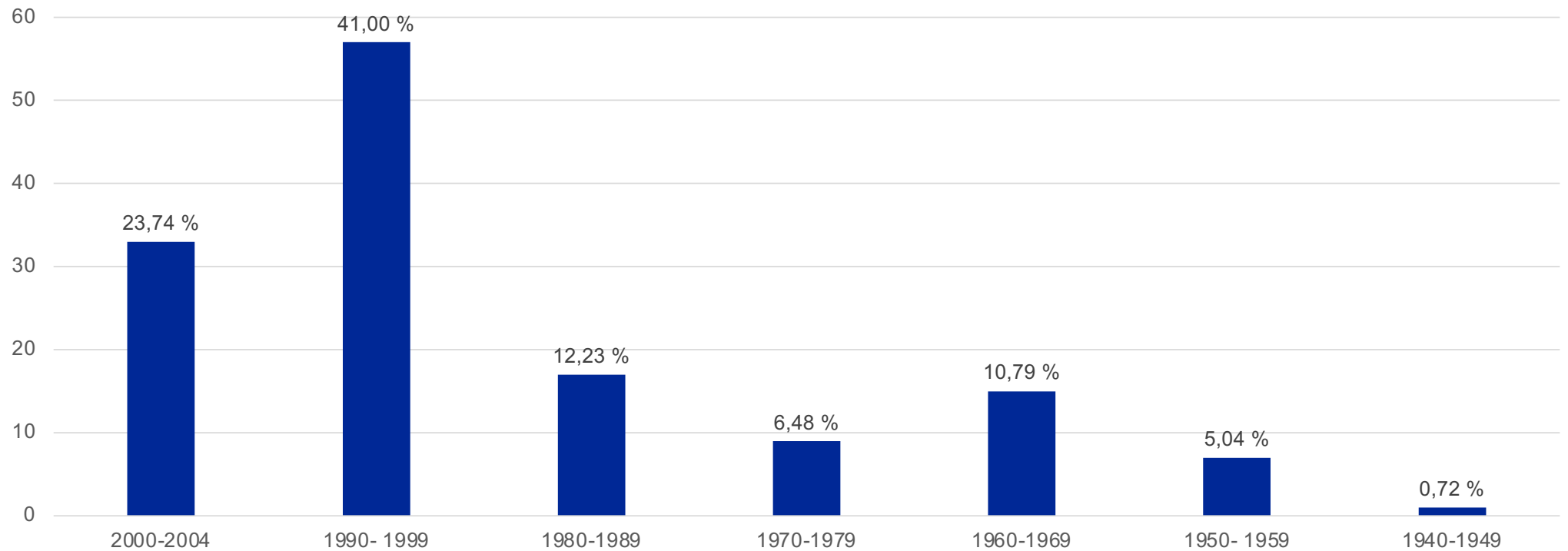


DEMOGRAPHISCHE DATEN - GEBURTSJAHR

DIE MEISTEN TEILNEHMER:INNEN SIND ZWISCHEN 1990 UND 1999 GEBOREN.

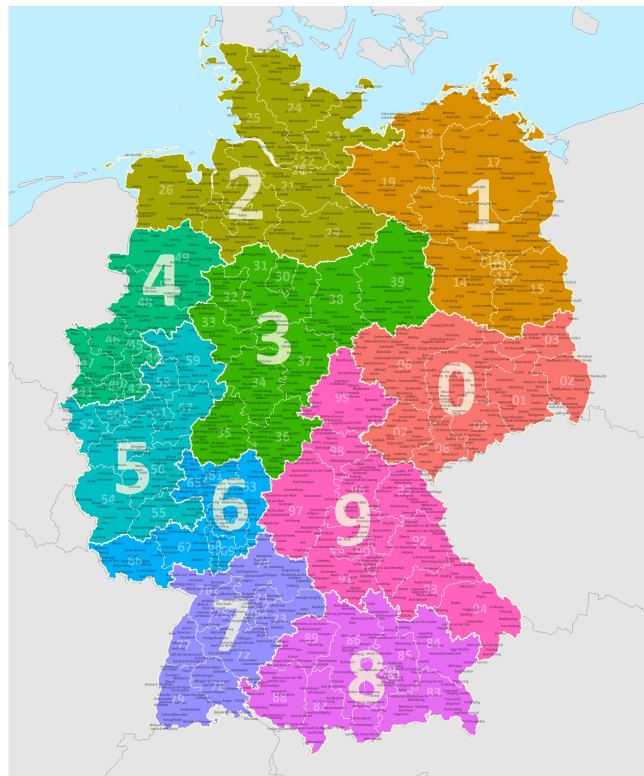
In welchem Jahr sind Sie geboren?

N = 139



DEMOGRAPHISCHE DATEN - POSTLEITZAHL

50 PROZENT DER TEILNEHMENDEN KOMMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG.



Postleitzahl	Absolute Häufigkeit	relative Häufigkeit
0	4	2,99 %
1	5	3,73 %
2	2	1,49 %
3	0	0,00 %
4	2	1,49 %
5	1	0,75 %
6	4	2,99 %
7	69	51,49 %
8	12	8,96 %
9	28	20,90 %
deutschsprachiges Ausland	6	4,48 %
Ausland	1	0,75 %

N = 134

DIGITALE FORMATE

Nutzung Kulturformate

Häufigkeit der Nutzung

Gründe dafür und dagegen

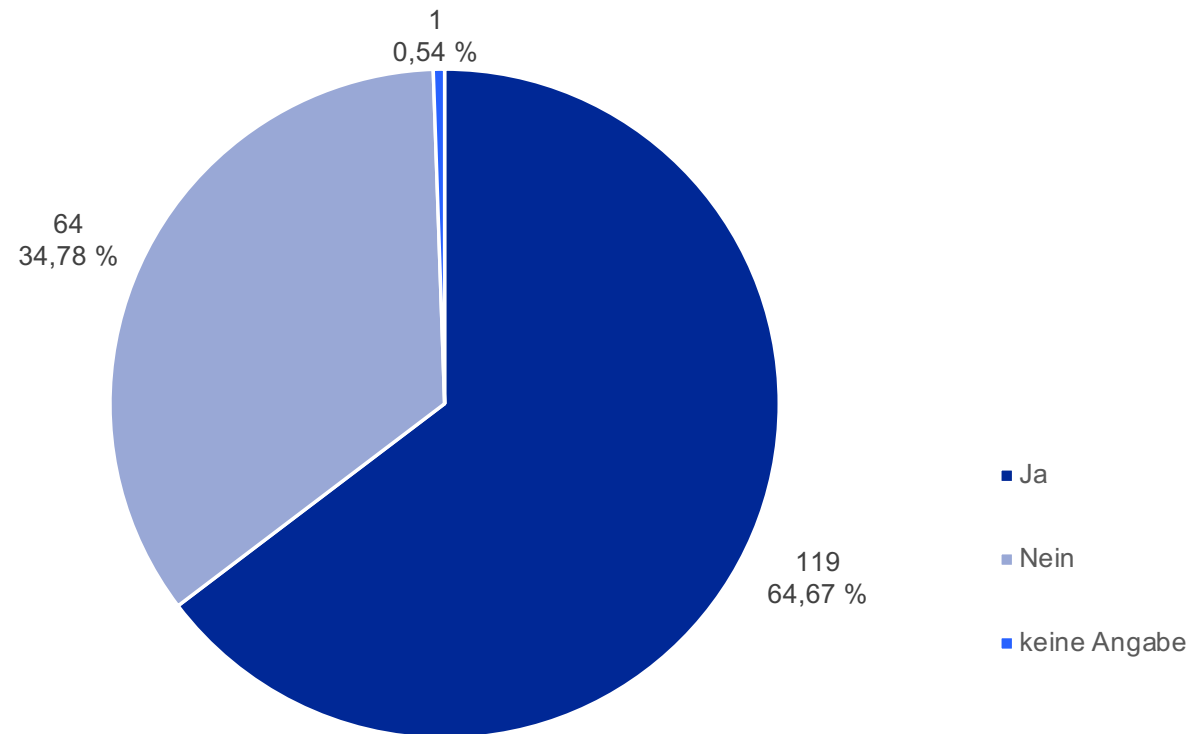
DIY Formate

NUTZUNG DIGITALER KULTURFORMATE

FAST ZWEI DRITTEL HABEN DIGITALE KULTURFORMATE SCHON EINMAL GENUTZT.

Haben Sie schon einmal digitale Kulturformate genutzt?

N = 184

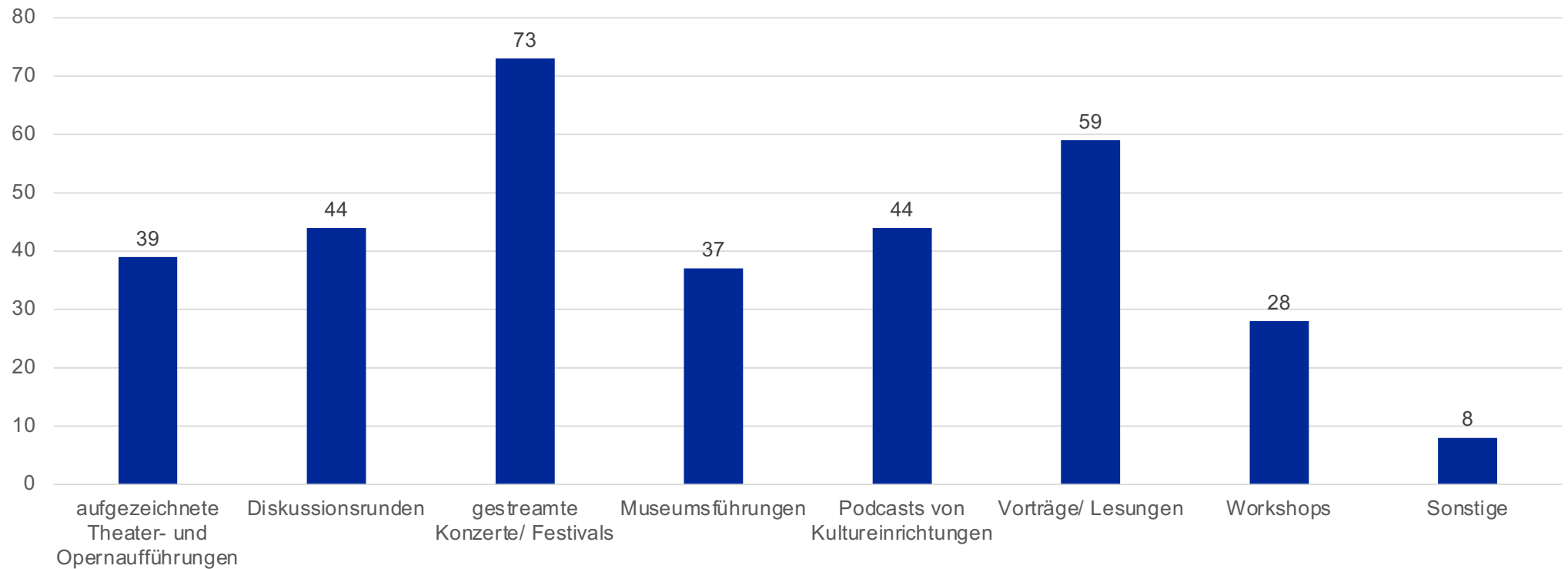


ARTEN VON DIGITALEN FORMATEN

DAS MEIST GENUTZTE SIND GESTREAMTE KONZERTE/FESTIVALS.

Welche digitalen Kulturformate haben Sie bereits genutzt?

Mehrfachnennungen möglich

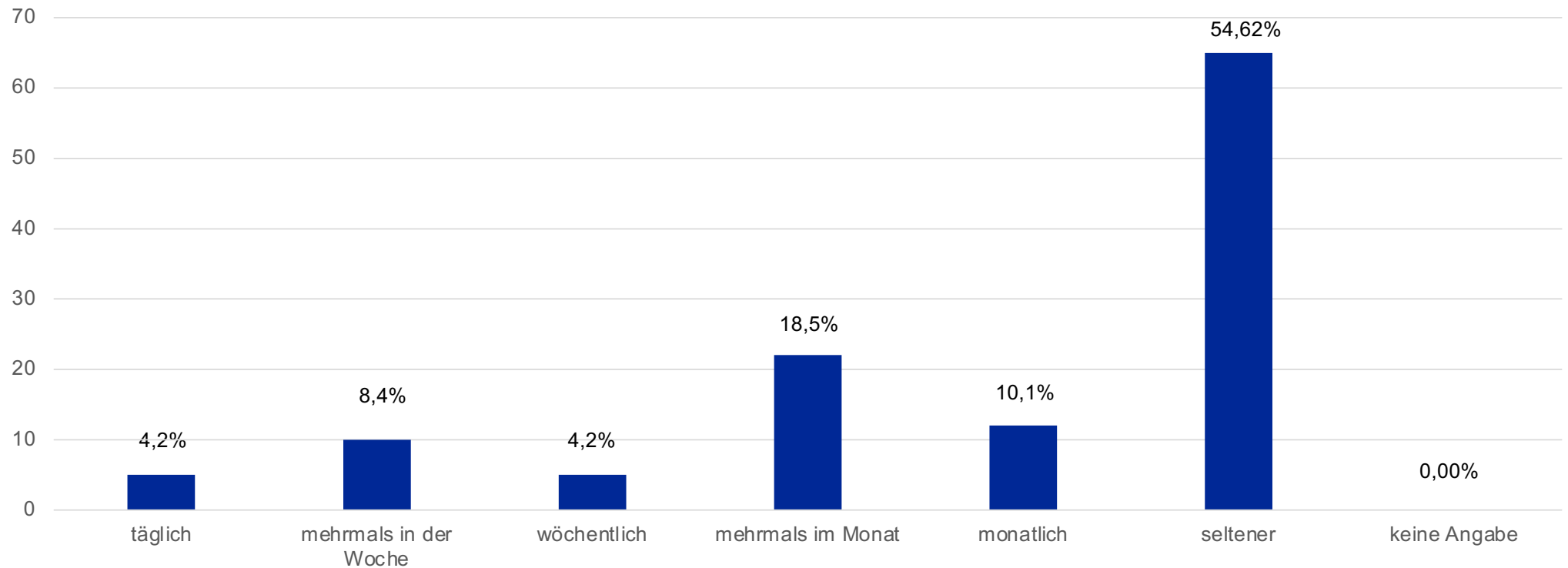


HÄUFIGKEIT DER NUTZUNG

FAST ZWEI DRITTEL NUTZEN DIGITALE FORMATE SELTENER ALS 1X IM MONAT.

Wie oft nutzen Sie digitale Kulturformate?

N = 119

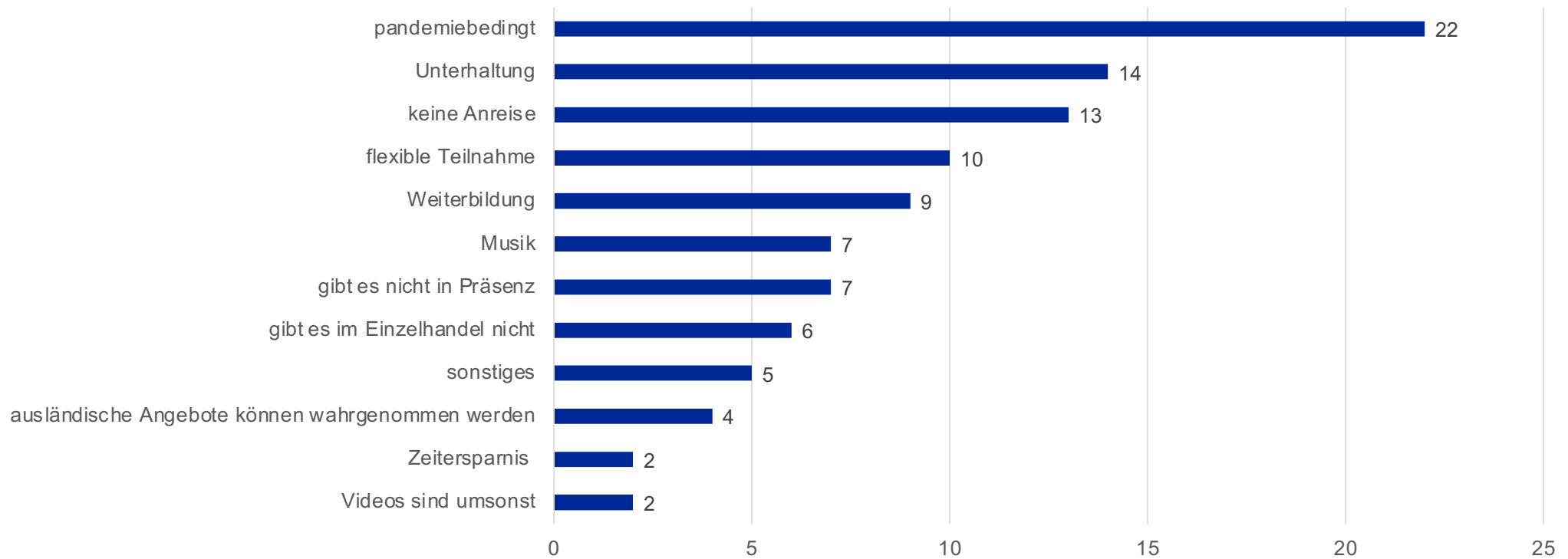


GRÜNDE FÜR DIGITALE KULTURFORMATE

DER HAUPTGRUND LIEGT IN DER PANDEMIE.

Warum nutzen Sie digitale Formate?

Offene Frage
Antworten kategorisiert

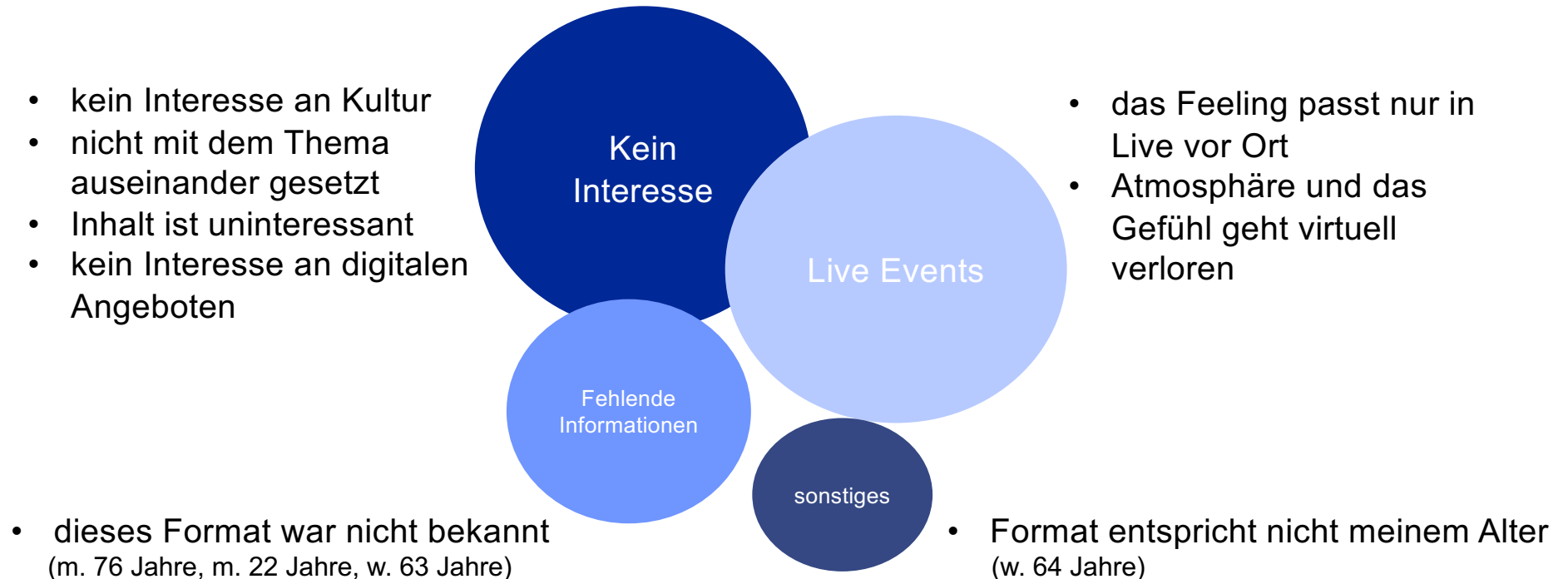


GRÜNDE GEGEN DIGITALE KULTURFORMATE

FAST 40% DER BEFRAGTEN HAT KEIN INTERESSE AN DIGITALEN KULTURFORMATEN.

Warum nutzen Sie keine digitalen Formate?

Offene Frage
Antworten kategorisiert

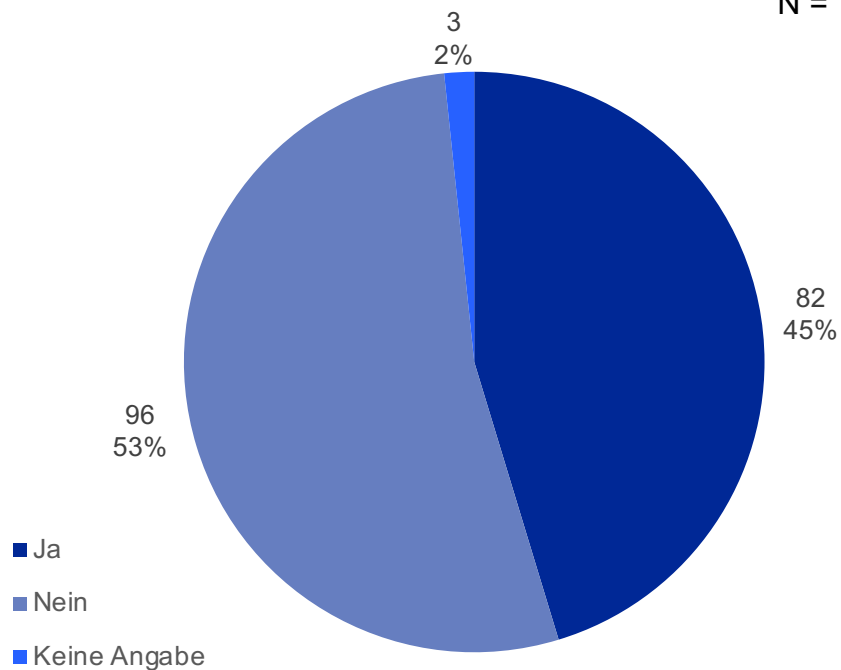


DIY VIDEOS

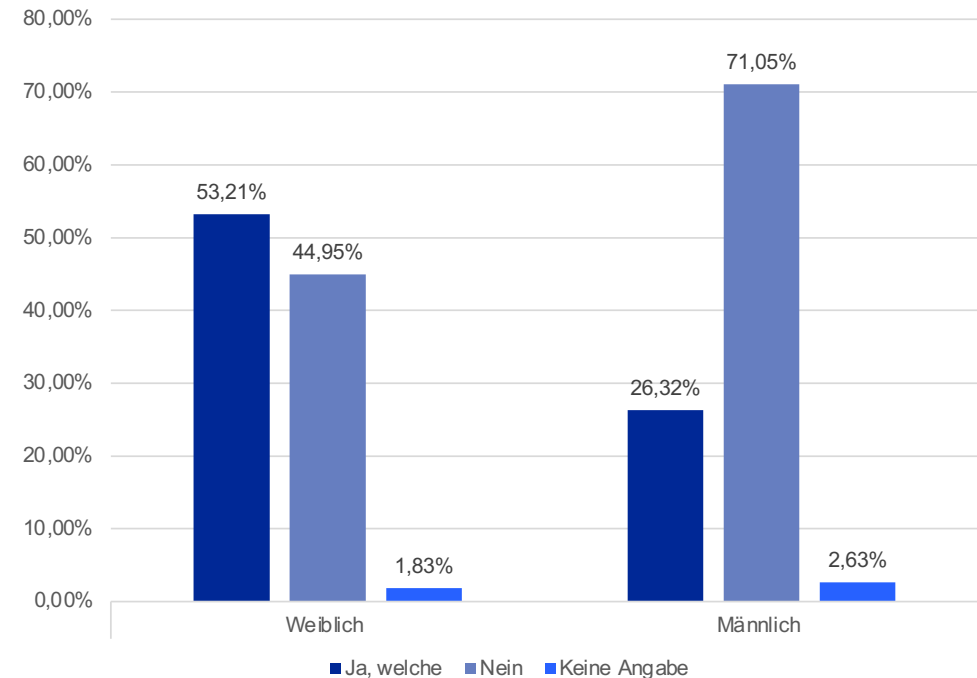
ÜBER DIE HÄLFTE DER BEFRAGTEN HAT SCHON MAL EIN DIY-PRODUKT SELBST GEMACHT, MÄNNER ABER DEUTLICH WENIGER.

Haben Sie schon DIY-Produkte nachgemacht?

N = 181



Vergleich: Geschlecht und Durchführung DIY-Produkte

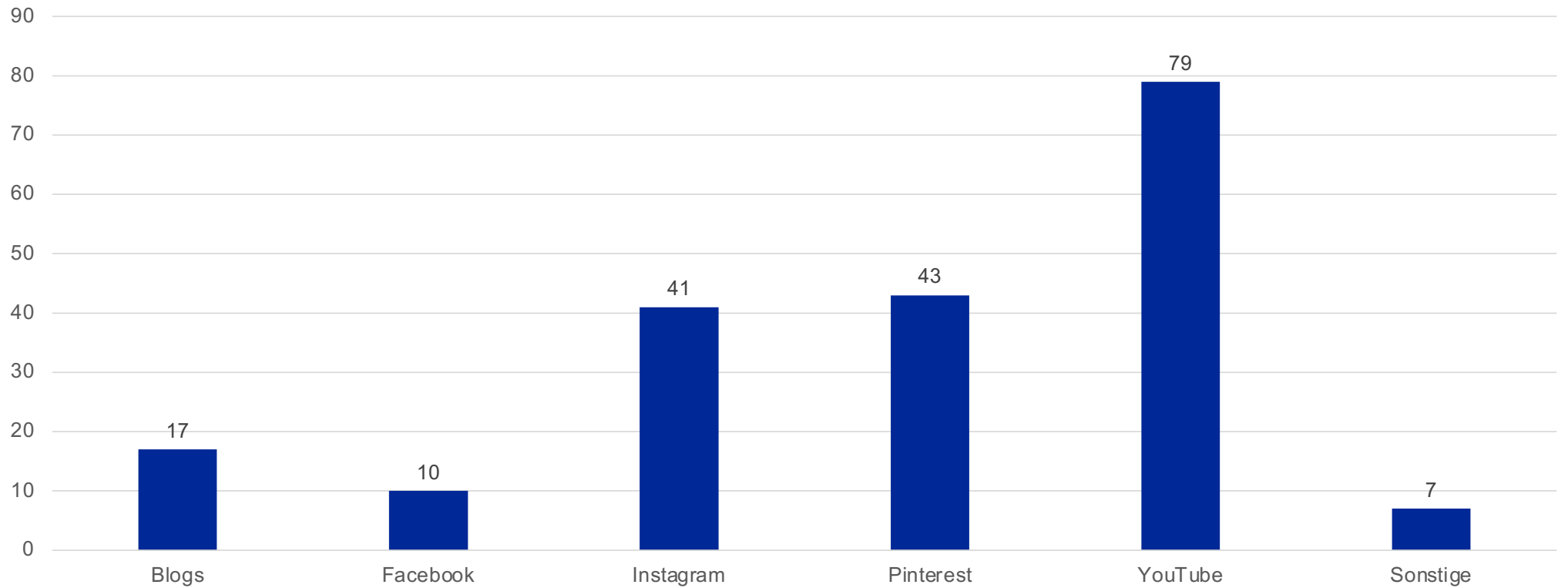


PLATTFORMEN FÜR DIY VIDEOS

DIE MEISTGENUTZTE PLATTFORM FÜR DIY-VIDEOS IST YOUTUBE.

Welche Kanäle nutzen Sie dafür?

Mehrfachnennungen möglich



KLASSIK STIFTUNG WEIMAR

Bekanntheit

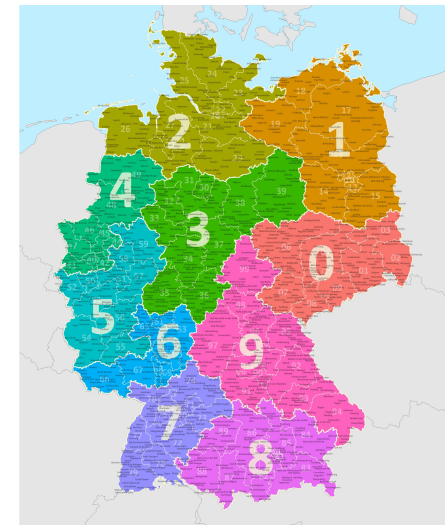
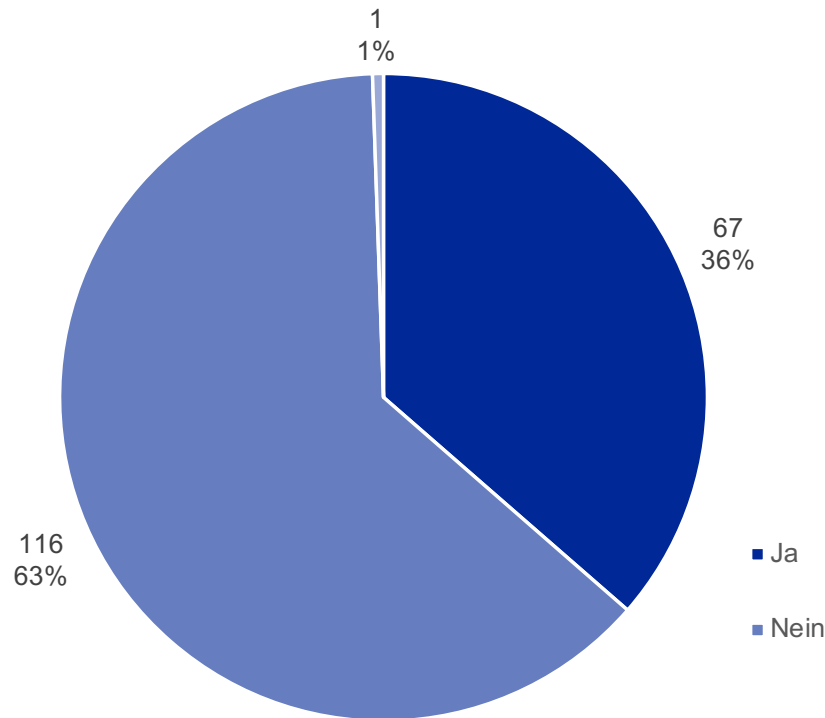
Aktivitäten

Kanäle

BEKANNTHEIT DER KLASSIK STIFTUNG WEIMAR

MEHR ALS EIN DRITTEL DER TEILNEHMER:INNEN KENNT DIE KLASSIK STIFTUNG WEIMAR.

Kennen Sie die Klassik Stiftung Weimar?



N = 184

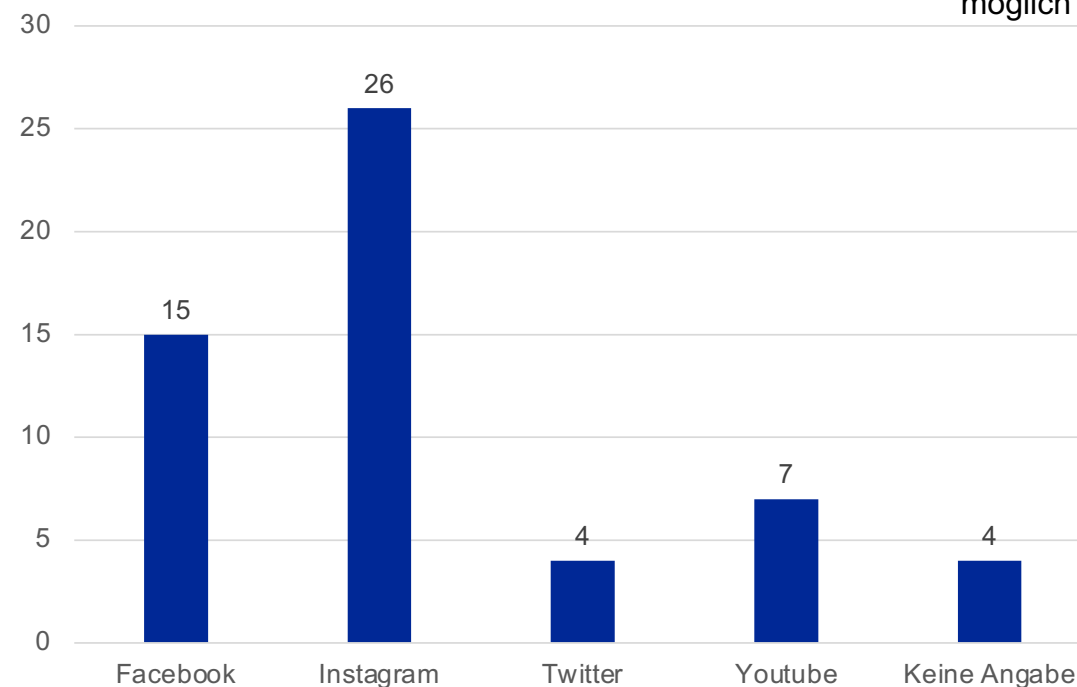
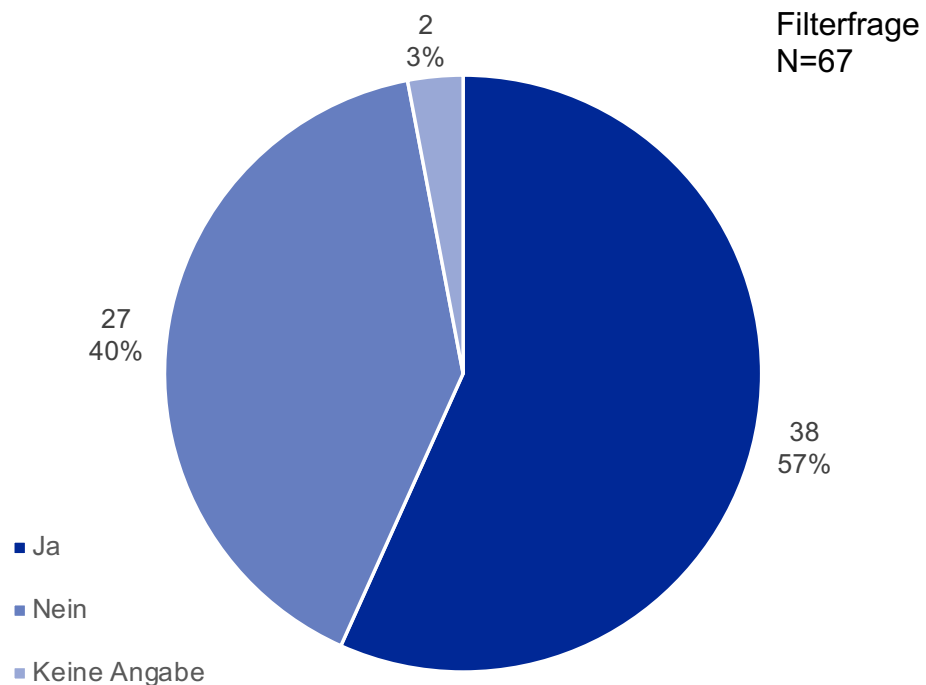
	Beginn mit 9	Beginn mit 7
Ja	88,46%	8,33%
Nein	11,54%	91,67%

AKTIVITÄTEN DER KLASSIK STIFTUNG WEIMAR

MEHR ALS DIE HÄLFTE VERFOLGEN DIE AKTIVITÄTEN. DER MEISTGENUTZTE KANAL IST INSTAGRAM.

Verfolgen Sie die Aktivitäten der Klassik Stiftung? Welchen Kanälen folgen Sie?

Filterfrage N=38
Mehrfachnennung
möglich



DIGITALE WERKSTATT

Bekanntheit

Beispielvideo

Zufriedenheit

weitere Videos

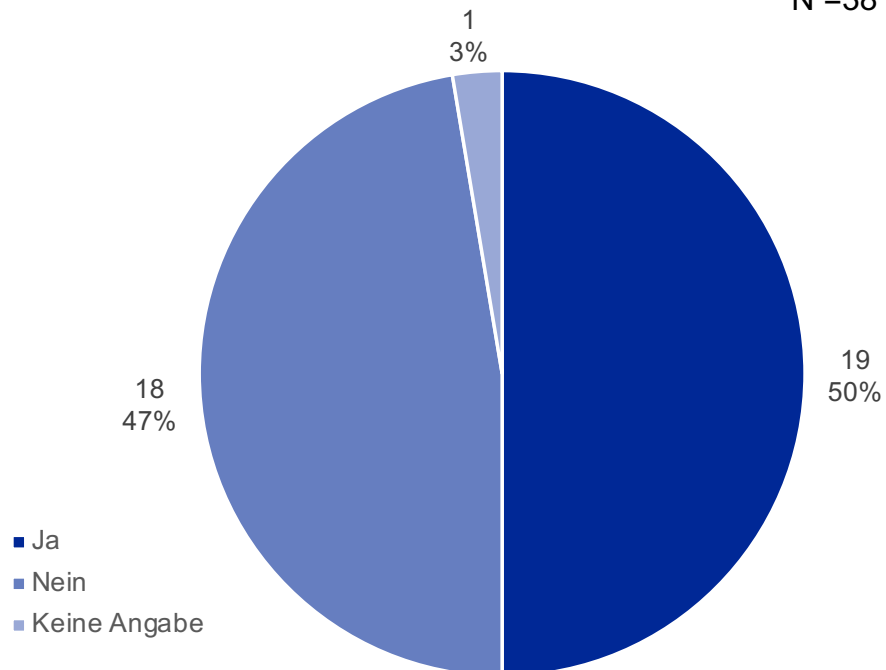
Verbesserungsvorschläge

DIGITALE WERKSTATT

DIE HÄLFTE KENNT DIE DIGITALE WERKSTATT.

Kennen Sie die Digitale Werkstatt?

Filterfrage
N = 38

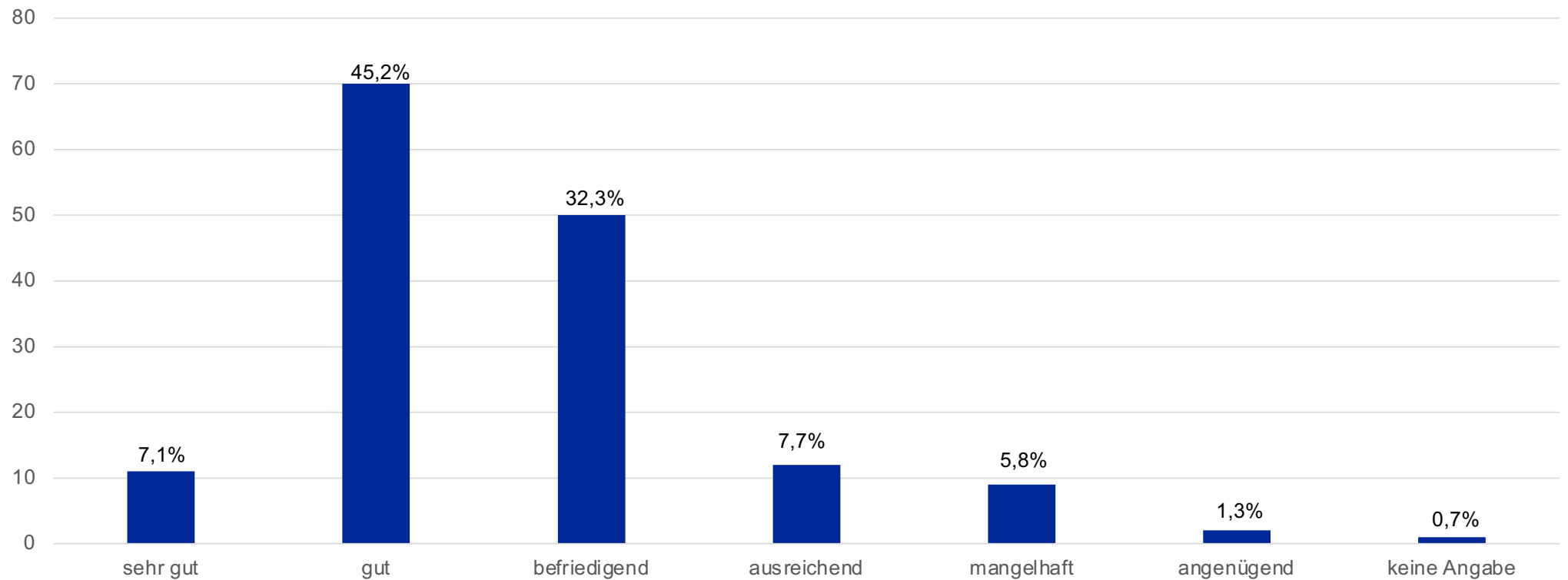


KLASSIK TODAY – SILHOUETTENWERKSTATT

IM DURCHSCHNITT WIRD DAS VIDEO MIT EINER 2,6 BEWERTET.

Wie hat Ihnen das Video gefallen? $\bar{x} = 2,6$

N= 155



BEWERTUNG DES VIDEOS

HINTERGRUNDMUSIK UND ANREGUNG ZUM NACHMACHEN WERDEN SCHLECHTER BEWERTET.

Wie zufrieden sind Sie mit dem Video in den folgenden Punkten?

N = 155

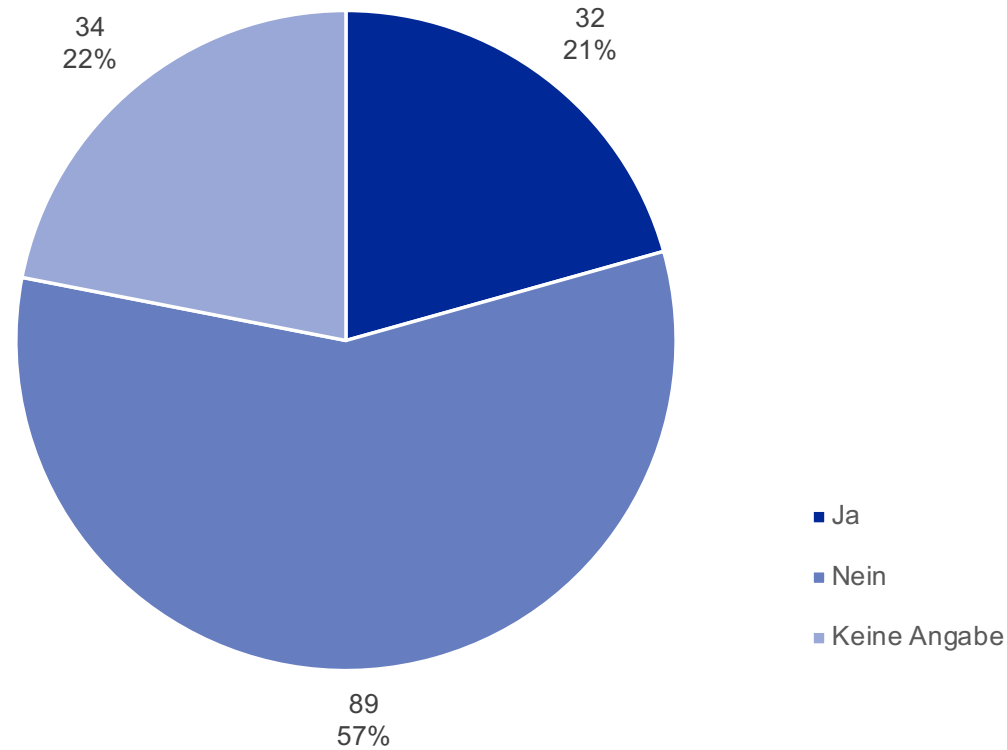
Aspekte	Mittelwerte
Länge des Videos	2,01
Videoqualität	2,10
Aufbau des Videos	2,21
Informationsvermittlung	2,21
Videoschnitt	2,25
Hintergrundmusik	2,86
Anregung zum Nachmachen	3,06

NACHBAU DES PRODUKTS DES VIDEOS

FAST EIN VIERTEL WURDEN ZUM NACHBAU DES PRODUKTES ANGEREGT.

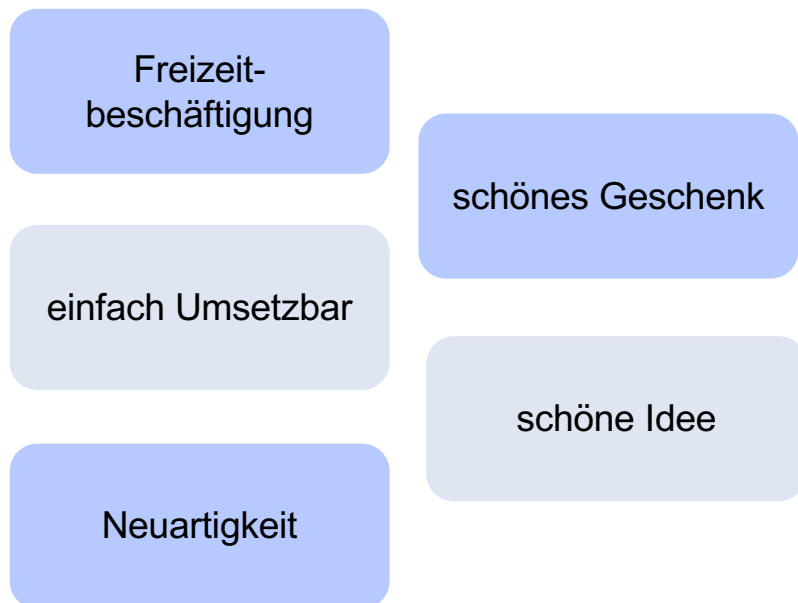
Hat Sie das Video angeregt, das Produkt nachzumachen?

N = 155

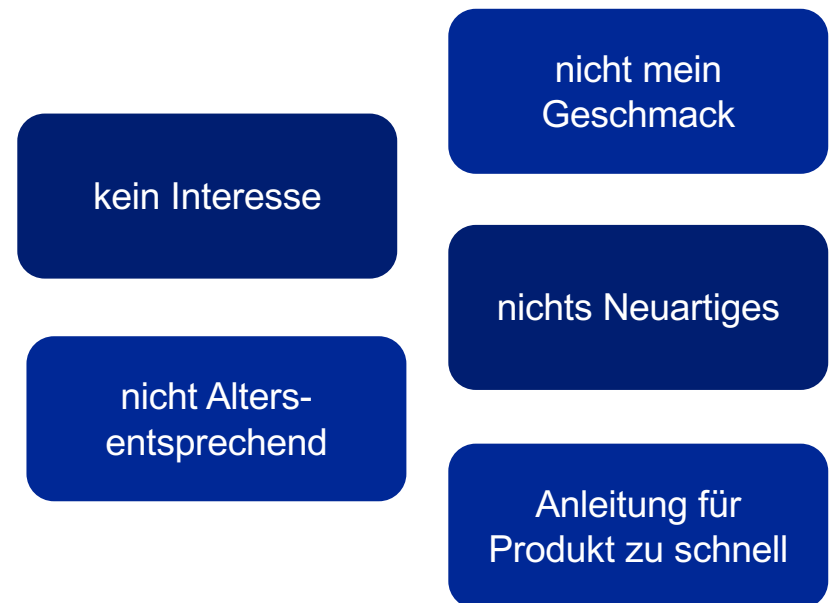


GRÜNDE FÜR UND GEGEN DAS NACHMACHEN DES PRODUKTES

Warum würden Sie das Produkt nachmachen?



Warum würden Sie das Produkt nicht nachmachen?

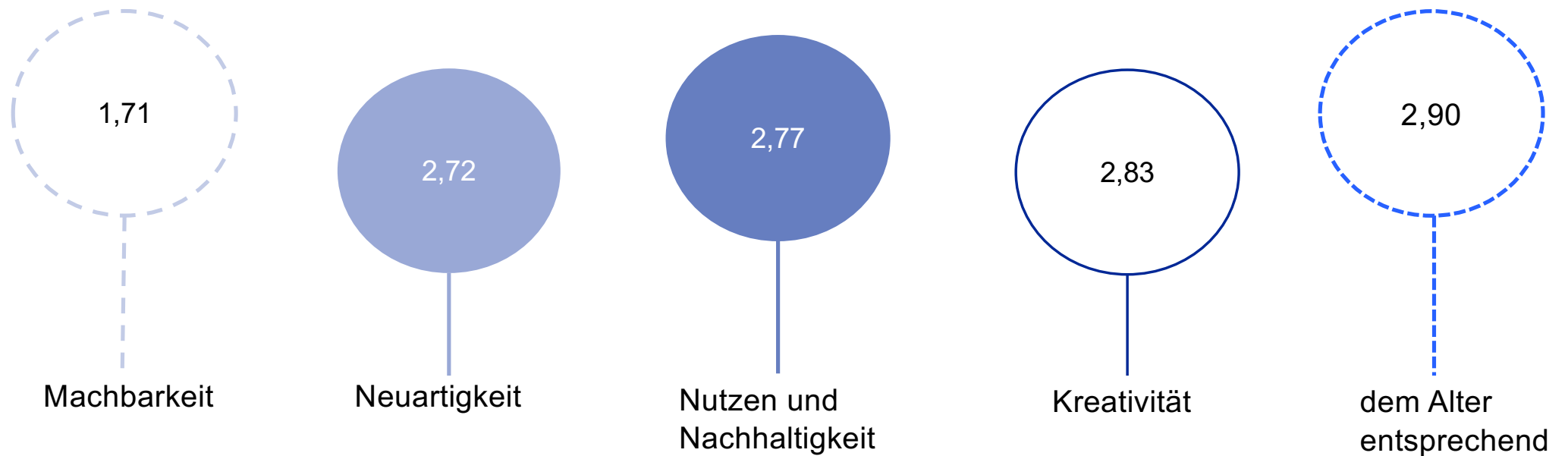


BEWERTUNG DER SILHOUETTEN- ANHÄNGER

DIE ANHÄNGER SIND GUT NACHZUMACHEN.

Wie finden Sie die folgenden Punkte hinsichtlich des Anhängers?

N = 155

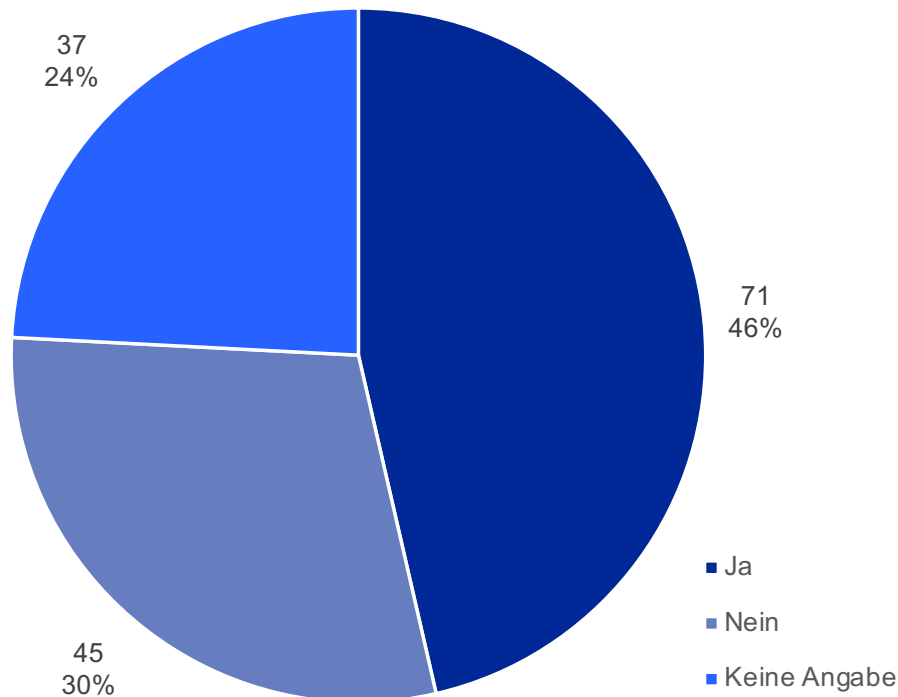


INTERESSE AN WEITEREN VIDEOS

FAST 50 PROZENT DER TEILNEHMER:INNEN WÜRDEN SICH NOCH WEITERE VIDEOS DER DIGITALEN WERKSTATT ANSEHEN.

Würden Sie noch weitere Videos der Digitalen Werkstatt anschauen?

N = 153 offene Teilfrage



Ja, da ...

- ... inspirierend
- ... gut machbar
- ... ansprechende Gestaltung
- ... interessante Informationsvermittlung

Nein, da ...

- ... kein (Bastel-) Interesse
- ... keine Zeit
- ... keine eigenen Kinder
- ... nicht in der richtigen Zielgruppe
- ... Produkte nicht ansprechend

WÜNSCHE/ ANREGUNGEN ZUR DIGITALEN WERKSTATT

Macht **weiterhin tolle und informative Formate**. Ich könnte mir das **Thema Kunstepochen** vorstellen in der **Architektur und Malerei**. Oder das Thema **Farbkreis**. Oder auch **Bauhaus damals und heute...** (w. 59 Jahre, NRW)

Ich würde mir digitale Kulturformate wünschen, **die ohne eine Bastelanleitung auskommen**. Für Kinder ist es vielleicht nett, für **kulturinteressierte Erwachsene wohl eher nicht**. (w. 29 Jahre)

Mehr Kommunikation nach außen dass so etwas existiert (w. 24 Jahre)

Ich sehe ehrlich gesagt den **Mehrwert von noch mehr Bastelvideos nicht**. Das Internet ist voll davon. Wenn ich bedenke, dass das mit Steuergeldern finanziert wird, finde ich man sollte das vielleicht einsparen. Das Video hat ja **nur sehr indirekt was mit Weimar und Kultur zu tun**. Eine Veranstaltung für Kinder mit guten Hygienekonzept, wäre nützlicher. Videos haben die Kinder genug geschaut in Coronazeiten. (w. 33 Jahre)

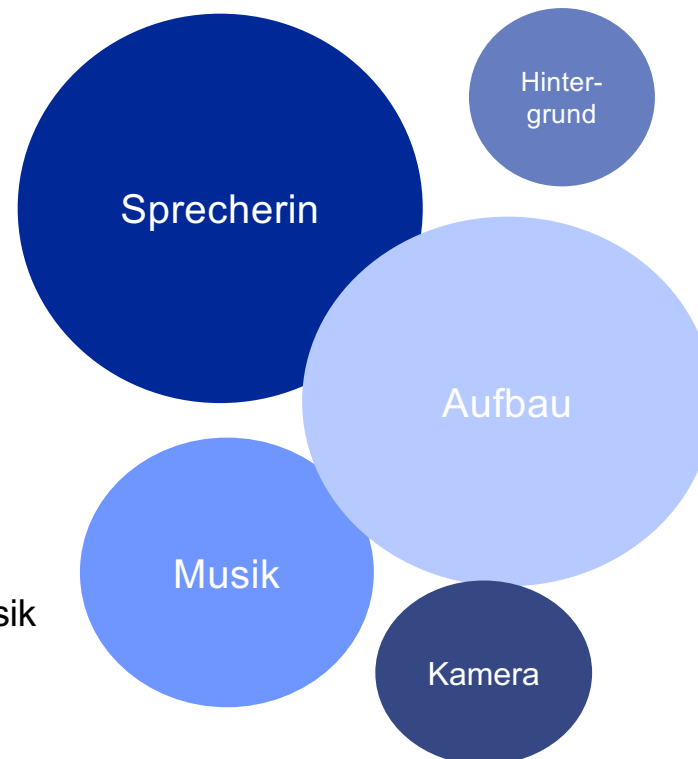
Wechsel von (populär)wissenschaftlichen und durchaus **lebensnahen, nacherlebbar Themen** (w.)

Erzählen von **Geschichten aus der Weimarer Geschichte, Anekdoten** (w. 45 Jahre, Jena)

GEZIELTE VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE ZUM VIDEO

- sollte frei reden
- mehr Begeisterung zeigen
- Evtl. Narrator aus dem Off
- lockerer/ lebhafter
- mehr Bewegung
- langsamer sprechen

- langsamer/ ruhiger
- leiser
- Sprecher sollte immer lauter als Musik sein



- moderner
- passender zum Thema
- fertige Produkt am Anfang zeigen
- Materialliste einblenden
- kürzer
- Informationsinhalt spritziger
- mehr Fokus auf Produkt nicht auf Person
- Zielgruppe erläutern (für Kinder war Anleitung zu schnell)
- ruhigere Kamerahaltung
- verschiedene Perspektiven
 - nähere Distanz, weiter weg, unterschiedliche Blickwinkel

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

- Fortführung überdenken
- Zielgruppe bestimmen und Videos auf Zielgruppe anpassen
- Plattform und Bewerbung auf Zielgruppe abstimmen (z.B. TikTok für Jugendliche, Facebook für Personen des mittleren Alters)

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN



- „Entertainment“
- Bastelanleitung und Materialliste für Eltern am Anfang des Videos und in Infobox
- Schritt-für-Schritt-Anleitung
- fertiges Produkt am Anfang zeigen
- Sicherheitshinweise für Eltern

- „Edutainment“
- keine DIY
- Fokus auf Klassik Stiftung Weimar
 - Blick hinter die Kulissen
 - Interviews
 - Infotainment → Wissensvermittlung

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

- Anreize für Einsendungen schaffen
 - Analoge „Wall of Fame“
- Länge des Videos beibehalten
- Sprecher*innen sollten frei sprechen



› EVALUIERUNG EVA-TOOL

Fakultät TW/BK | WiSe 2021/22 | Melina Egler, Annika Götz, Jana Ruoff & Lisa Schmidt

GLIEDERUNG

1. Methoden und Zielsetzung
2. Fragebogen
3. Analyse und Interpretation
4. Fazit und Handlungsvorschläge

METHODEN UND ZIELFÜHRUNG

Auftraggeber

Klassik Stiftung Weimar, Nicolas Dittgen

Befragte

314 Teilnehmer*innen

213 abgeschlossene Umfragen

Zeitraum

08.01.- 23.01.2022, 15 Tage

Ziel

Das Ziel der Befragung ist es herauszufinden, wie das neue Befragungstool (EVA-Tool) bei den Endnutzer*innen ankommt und ob es fehlerfrei funktioniert

Art der Befragung

Online Umfrage

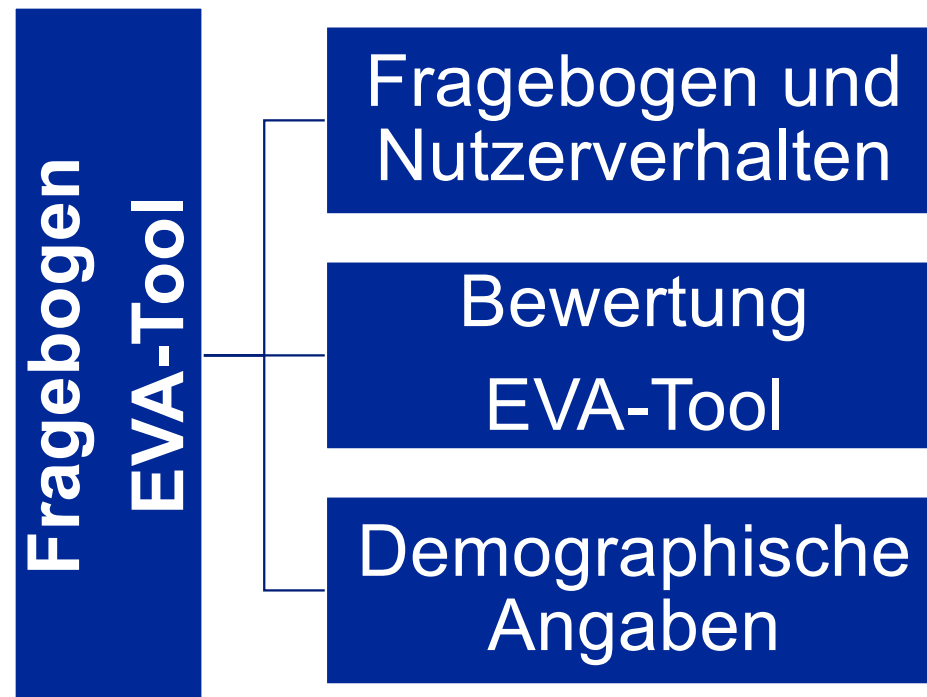
Auswertungsmethode

EVA-Tool, SPSS und EXCEL

Stichprobenziehung

willkürlich

AUFBAU DES FRAGEBOGENS



DEMOGRAPHISCHER DATEN

Geschlecht

Alter

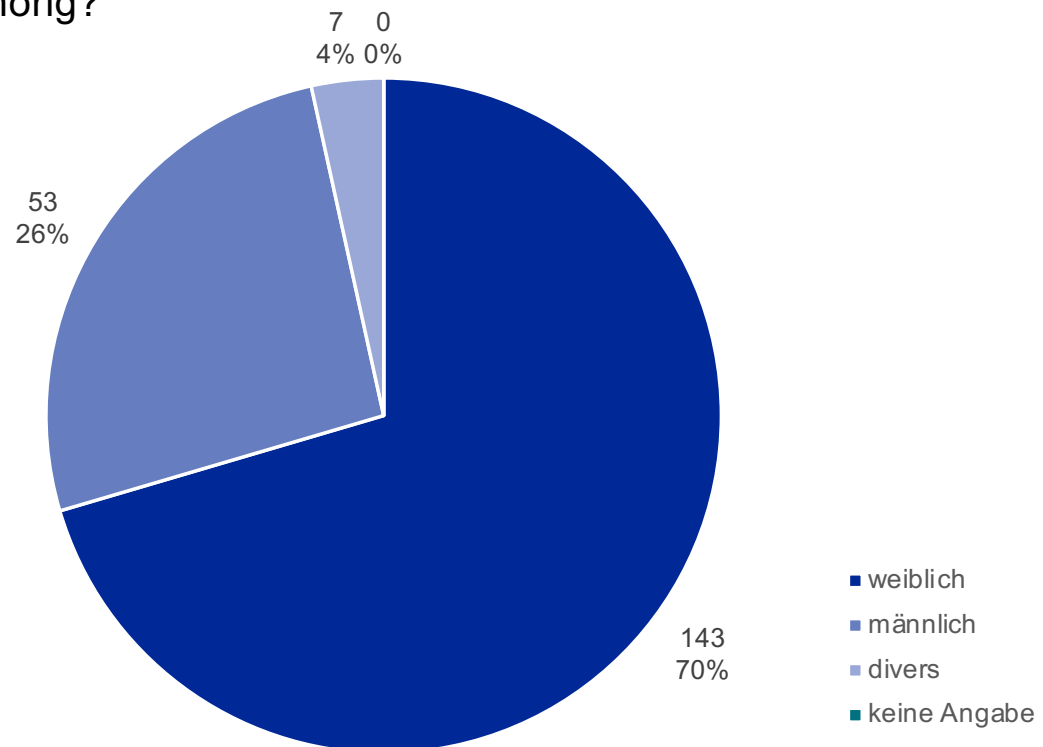
Bildungsabschluss

DEMOGRAPHISCHE DATEN - GESCHLECHT

70 % DER BEFRAGTEN SIND WEIBLICH.

Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

N= 203

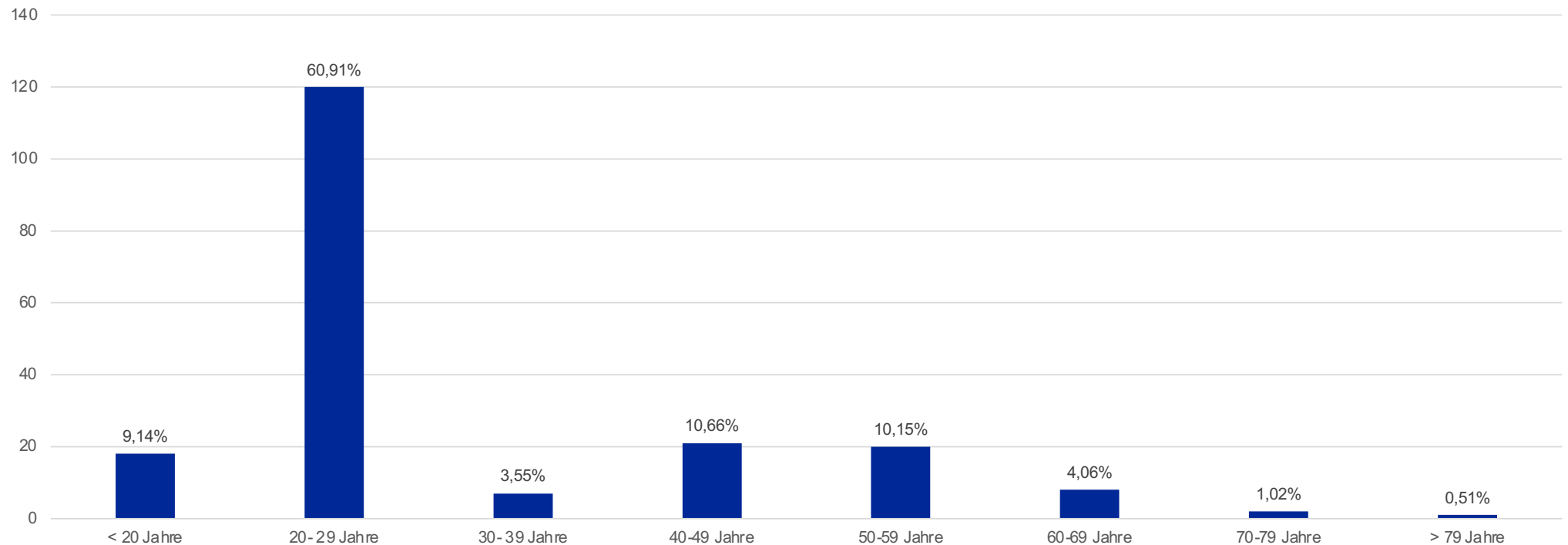


DEMOGRAPHISCHE DATEN - ALTER

DIE MEISTEN DER BEFRAGTEN SIND ZWISCHEN 20 UND 29 JAHREN ALT.
DIE DURCHSCHNITTLICHE TEILNEHMER:IN IST 30 JAHRE ALT.

Wie alt sind Sie?

N= 197

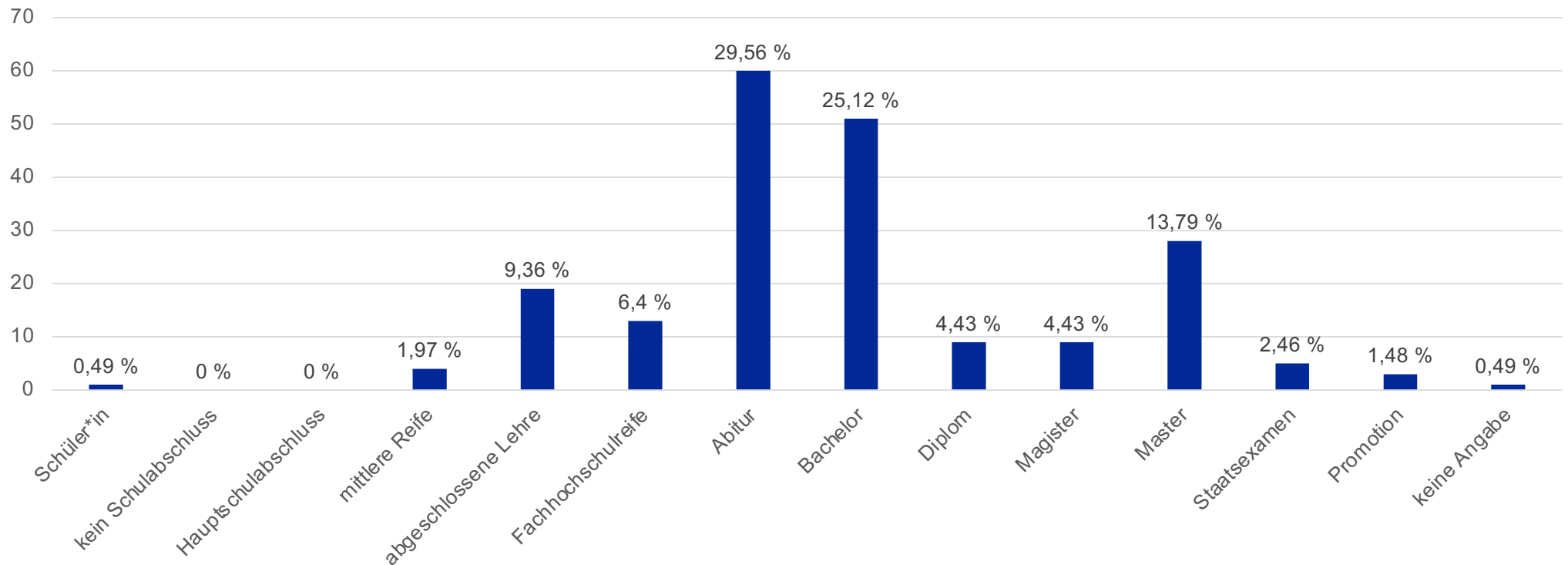


DEMOGRAPHISCHE DATEN - BILDUNGSABSCHLUSS

DIE MEHRHEIT DER BEFRAGTEN HAT ABITUR.

N = 203

Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?



VORSTELLEN DER FRAGETYPEN UND BENUTZERVERHALTEN

Motivation

Gründe für Abbruch

Anzahl Umfragen

Dauer der Umfragen

Bedeutung von Pflichtfragen

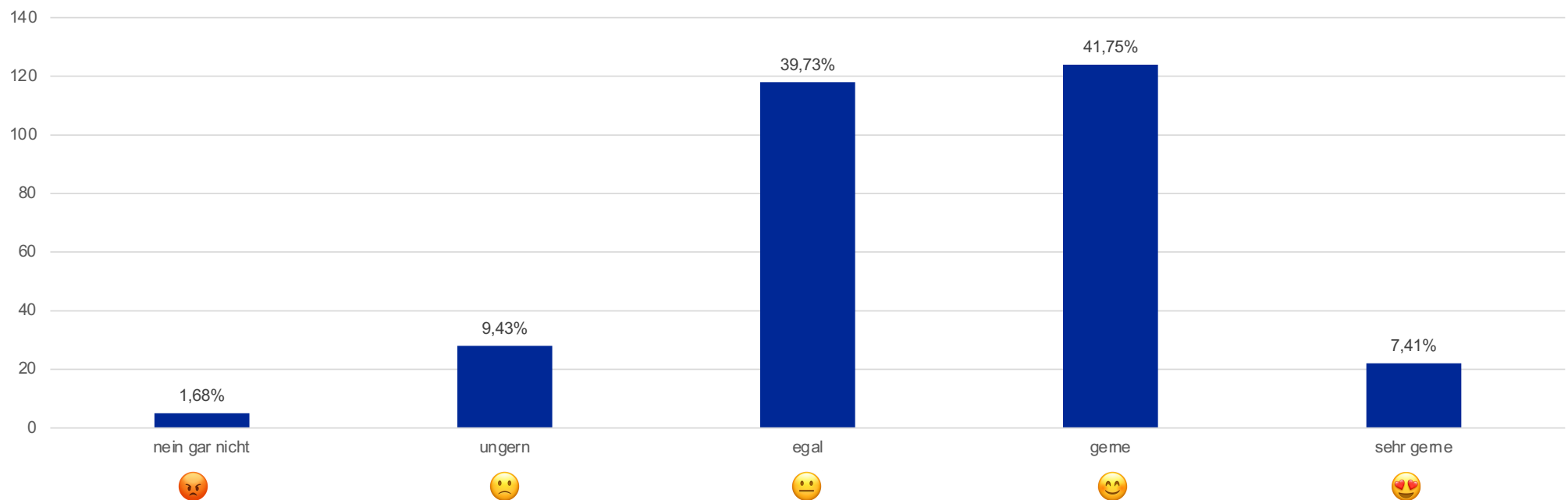
Bewertung von Designs/Formate

GRUNDEINSTELLUNG HINSICHTLICH UMFRAGEN

FAST 50 PROZENT DER BEFRAGTEN NEHMEN GERNE ODER SEHR GERNE AN UMFRAGEN TEIL.

Nehmen Sie gerne an Umfragen teil?

N = 297

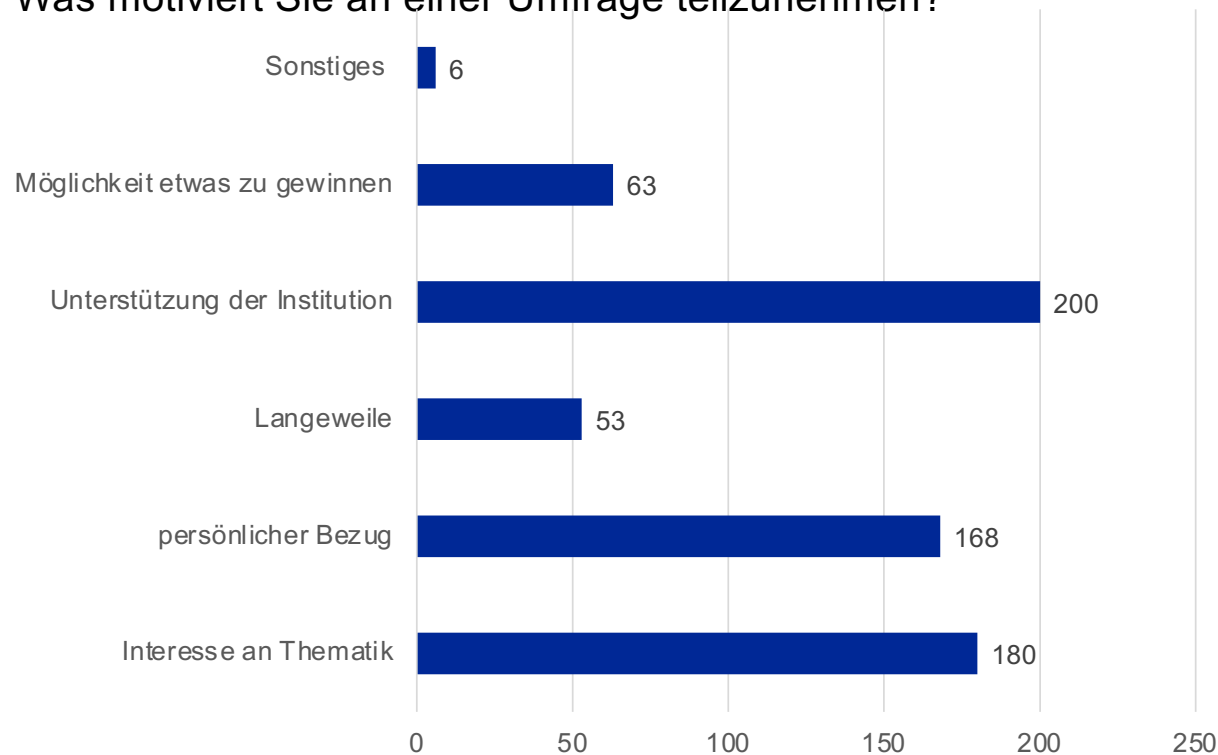


MOTIVATION EINER TEILNAHME

DIE MEISTEN BEFRAGTEN WOLLEN INSTITUTIONEN UNTERSTÜTZEN, HABEN INTERESSE AM THEMA ODER EINEN PERSÖNLICHEN BEZUG DAZU.

Was motiviert Sie an einer Umfrage teilzunehmen?

Mehrfachnennungen möglich



Beispielhafte Antworten bei Sonstiges:

Die Umfragenden zu unterstützen, auf ein valides Ergebnis zu kommen

Entlohnung

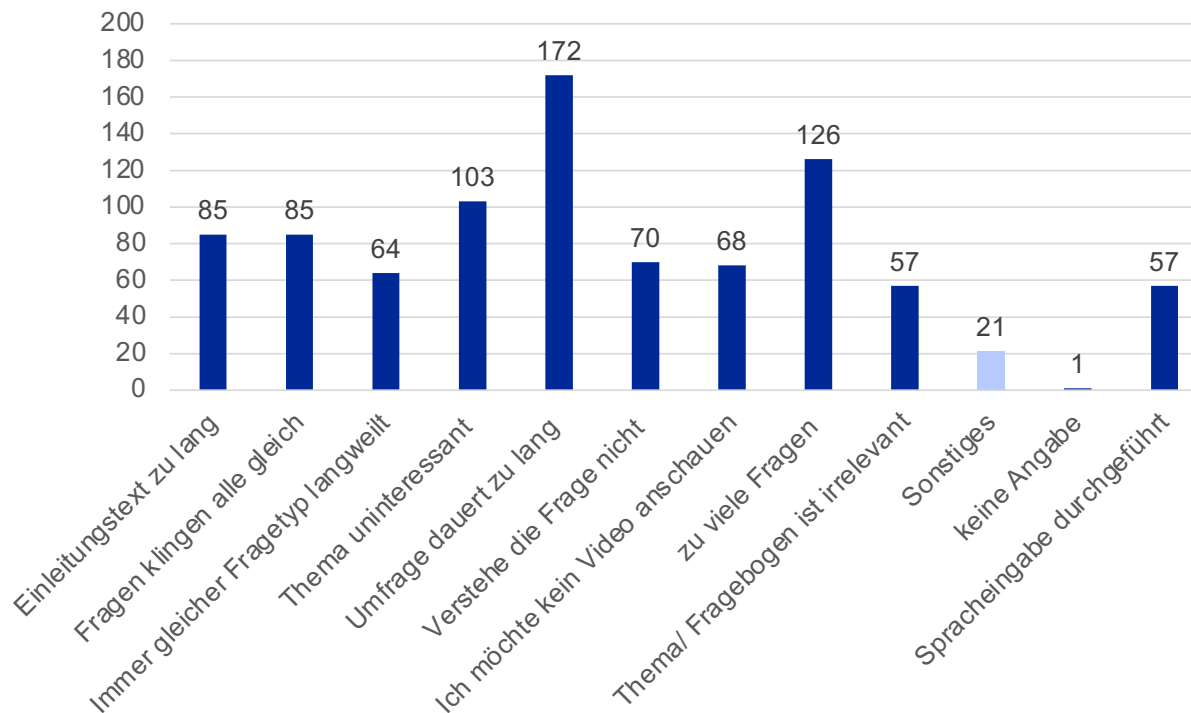
Unterstützen von Familie/Freunde

GRÜNDE FÜR EINEN ABBRUCH

172 PERSONEN WÜRDEN EINE UMFRAGE AUFGRUND DER LÄNGE ABBRECHEN.

Mehrfachnennungen möglich

Was könnte ein Grund sein, dass Sie Fragebögen abbrechen?



Beispielhafte Antworten bei Sonstiges:

Abfrage persönlicher Daten, Email usw.

Ablenkung von außen (Anruf/wichtige E-Mail)

Antwortmöglichkeiten passen nicht zu meinem Empfinden/ Meinung/ Einstellung (4 Pax)

benutze ungerne die Sprachfunktion (7 Pax)

wenn die Intention zu offensichtlich ist.

etwas funktioniert technisch nicht

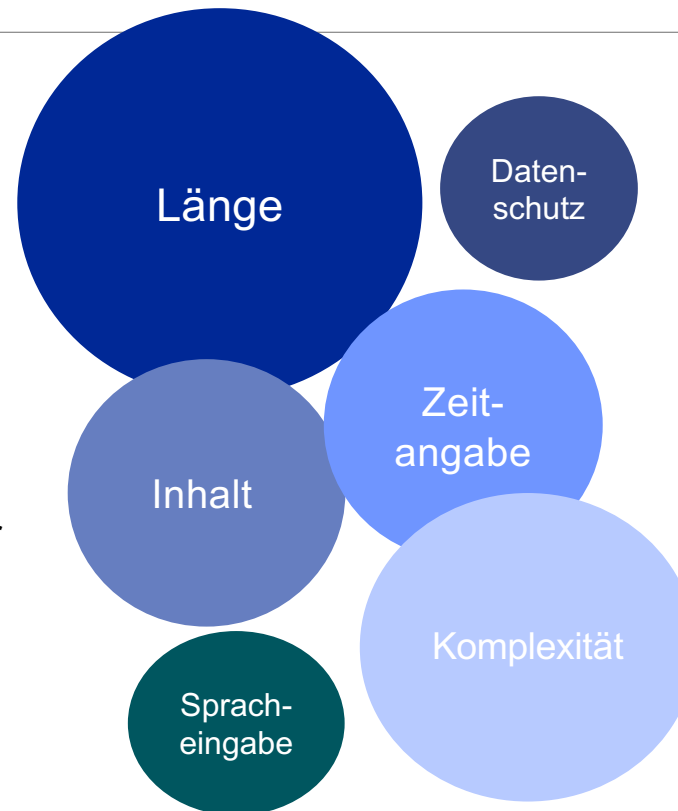
GRÜNDE FÜR EINEN ABBRUCH

FRAGETYP - SPRACHNOTIZEN

- der Fragebogen ist zu lange
- es werden zu viele Fragen gestellt

- Fragebogen ist nicht wissenschaftlich
- kein Sinn erkennbar
- Doppelung des Wortlauts oder der Fragen

- Abbruch bei Audioaufnahme



- das Gefühl das Daten zur Marktforschung genutzt werden
- keine Anonymität

- Fragebogen dauert länger als angegeben
- Zeitangabe fehlt

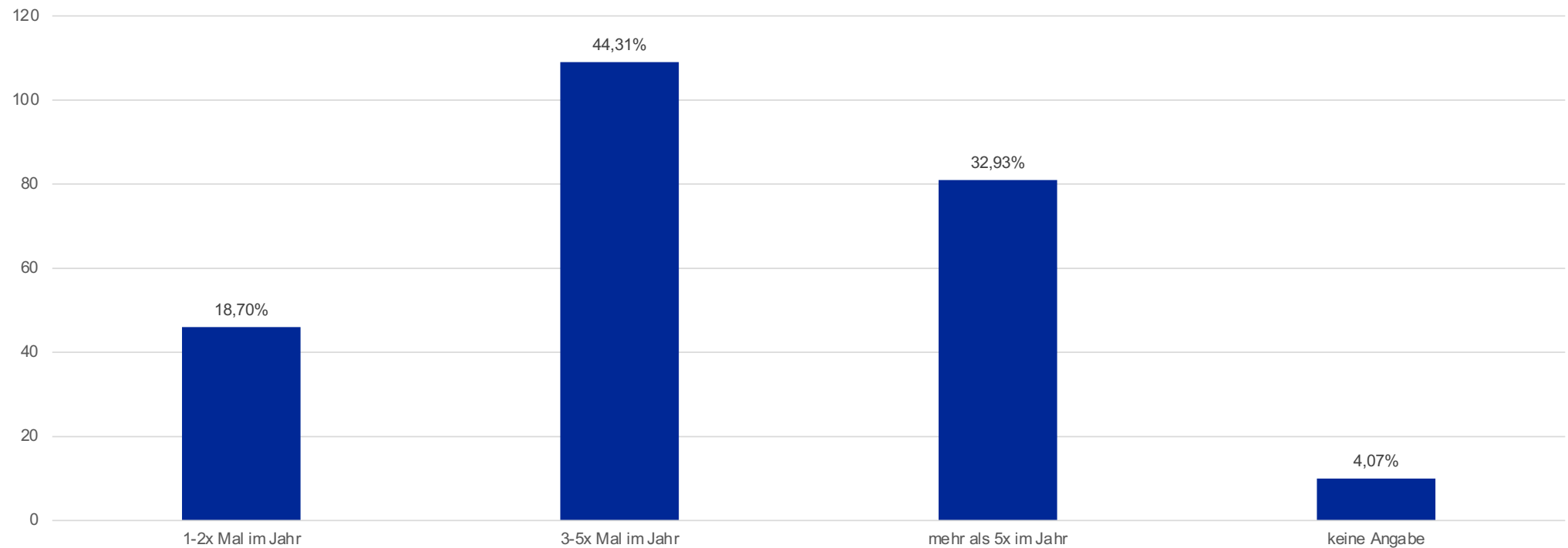
- wenn man viel selbstständig nachdenken muss
- Fragbogen ist zu komplex
- Fragen werden nicht verstanden

ANZAHL DER TEILNAHMEN IN EINEM JAHR

ÜBER 32 PROZENT DER BEFRAGTEN NEHMEN MEHR ALS 5 MAL IM JAHR AN UMFRAGEN TEIL.

An wie vielen Umfragen nehmen Sie durchschnittlich im Jahr teil?

N = 246

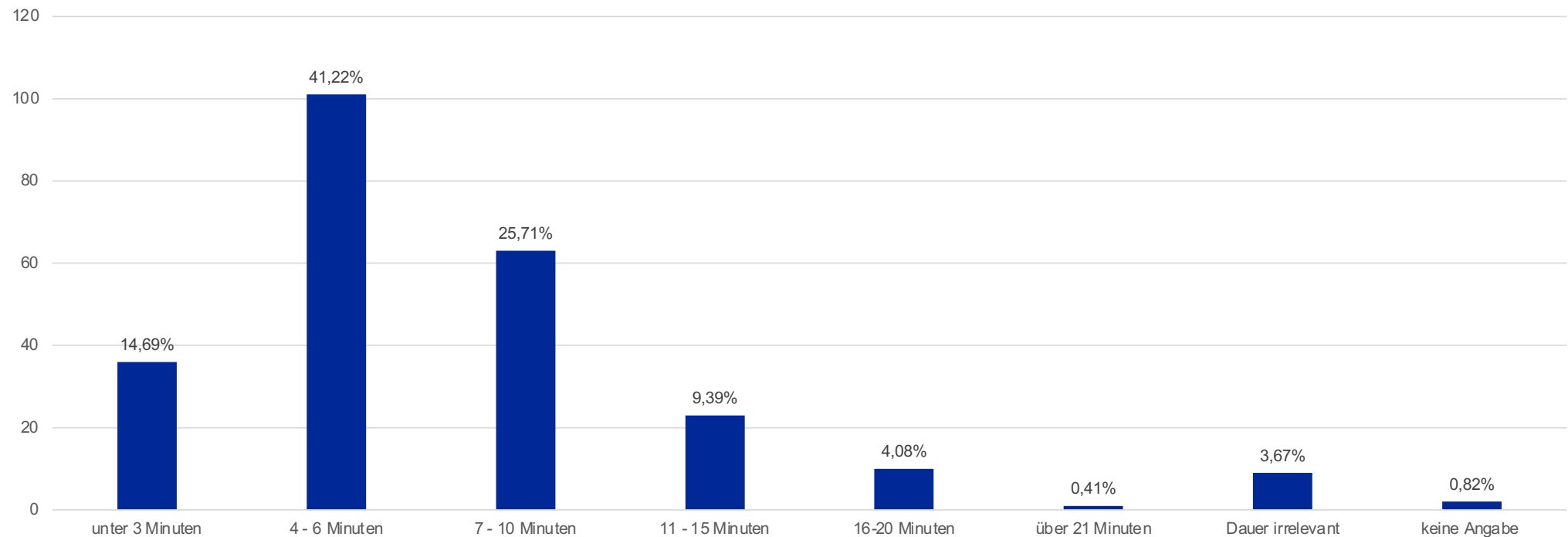


DAUER EINER UMFRAGE

ÜBER 40 % FINDEN, DASS EINE UMFRAGE 4 – 6 MINUTEN DAUERN SOLLTE.

Wie lang sollte für Sie eine Umfrage maximal dauern?

N = 254

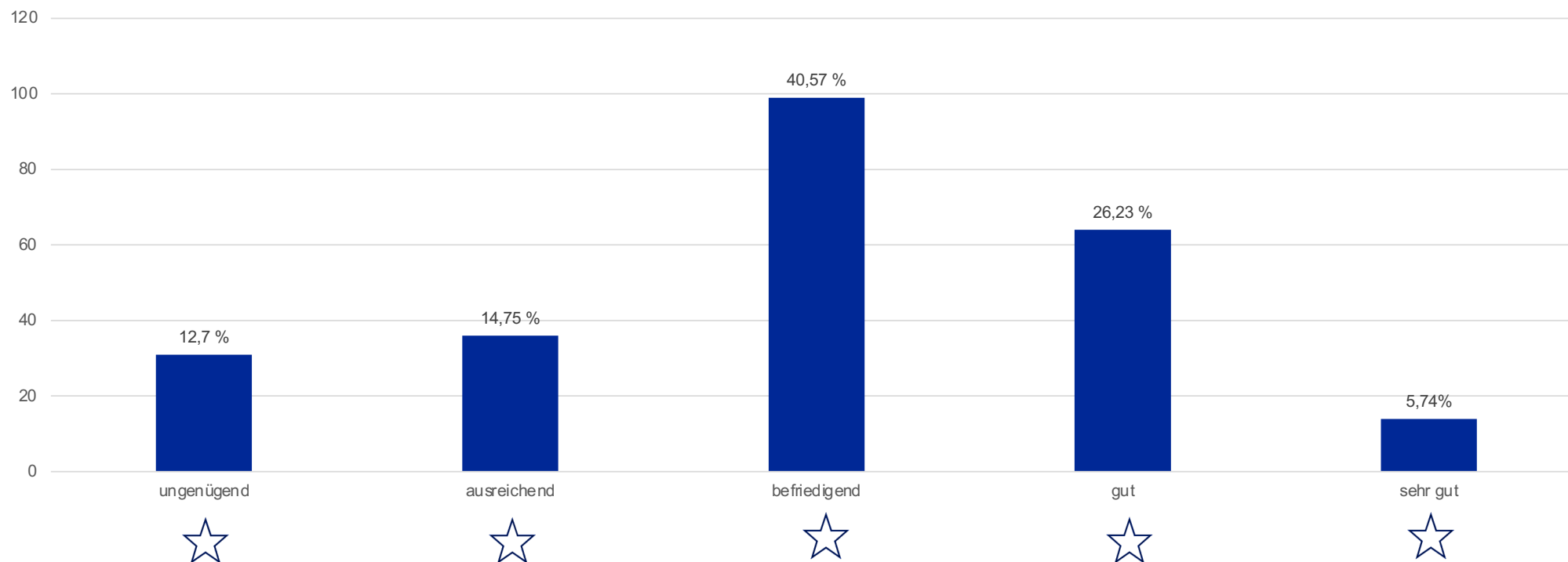


BEDEUTUNG VON PFLICHTFELDER

KNAPP 30 PROZENT FINDEN PFLICHTFELDER SEHR GUT ODER GUT.

Wie finden Sie Pflichtfelder? $\bar{x} = 3,02$

N = 244



BEWERTUNG VON DESIGNS UND FORMATEN

Gefällt Ihnen das folgende Design/ Format bei der Umfrage?

Jeweils
N = 243

Demographische Angaben

In welchem Jahr sind Sie geboren?

Geburtsjahr

Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

Weiblich

Männlich

Divers

keine Angabe

Bitte tragen Sie hier ihre Postleitzahl ein.

Was ist ihr höchster Bildungsabschluss?

Schüler/in

Hauptschulabschluss

Realschulabschluss/Mittlere Reife

Fachhochschulreife/Abitur

/ Ausbildung

[Weiter >](#)

	Anzahl	%
Ja	167	68,72%
Nein	76	31,28%

easy feedback 95%

Exemplarisches Umfragebeispiel

Wie stellt sich aus Ihrer Sicht die Benutzerfreundlichkeit unserer Website dar. Bitte beurteilen Sie die folgenden Bereiche:

	sehr benutzerfreundlich	benutzerfreundlich	unübersichtlich	sehr unübersichtlich
Navigation auf den Hauptseiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Navigation auf den Unterseiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finden von Informationen zum Produkt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bestellprozess	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hilfe-Center	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Welcher Bereich sollte aus Ihrer Sicht wie verbessert werden?

Bitte bewerten Sie folgende Aussage:

	stimme voll zu	stimme zu	50 : 50	stimme nicht zu
easyfeedback ist ein professionelles Umfragetool	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[← zurück](#)

Datenschutz: Ihre Antworten sind mittels SSL-Verschlüsselung gesichert.

	Anzahl	%
Ja	190	78,19%
Nein	53	21,81%

BEWERTUNG VON DESIGNS UND FORMATEN

Gefällt Ihnen das folgende Design/ Format bei der Umfrage?

Jeweils
N = 242

E-Business-Seite - Kundenzufriedenheit

1. Wie häufig besuchen Sie [Webseite]?

- täglich
- wöchentlich
- monatlich
- quartalsweise oder seltener

2. Wie zufrieden sind Sie mit [Webseite] im allgemeinen?

sehr zufrieden zufrieden sehr unzufrieden

3. Welche Eigenschaften sind Ihnen beim Besuch von Internetseiten wichtig?

	sehr wichtig	wichtig	mittel	unwichtig
einfache Navigation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Übersichtlichkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auswahl an verschiedenen Zahlungsarten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angebote	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produktauswahl	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produktqualität	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produktpreise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informationen zu den Produkten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informationen zum Thema an sich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	Anzahl	%
Ja	112	46,28%
Nein	130	53,72%

Nehmen Sie gerne an Umfragen teil?

	Anzahl	%
Ja	198	81,82%
Nein	44	18,18%

* Mit wie vielen Personen haben Sie den Christmas Garden dieses Jahr besucht?

- Alleine
- 1 Person
- 2 Personen
- 3 Personen
- 4 Personen und mehr

	Anzahl	%
Ja	218	90,08%
Nein	24	9,92%

BEWERTUNG EVA-TOOL

Design

Benutzerfreundlichkeit

Favorit und Nicht-Favorit der Antworttypen

Emojis bei Umfragen

Offene Fragen und Sprachnachricht

Bildfragen als Antworttyp

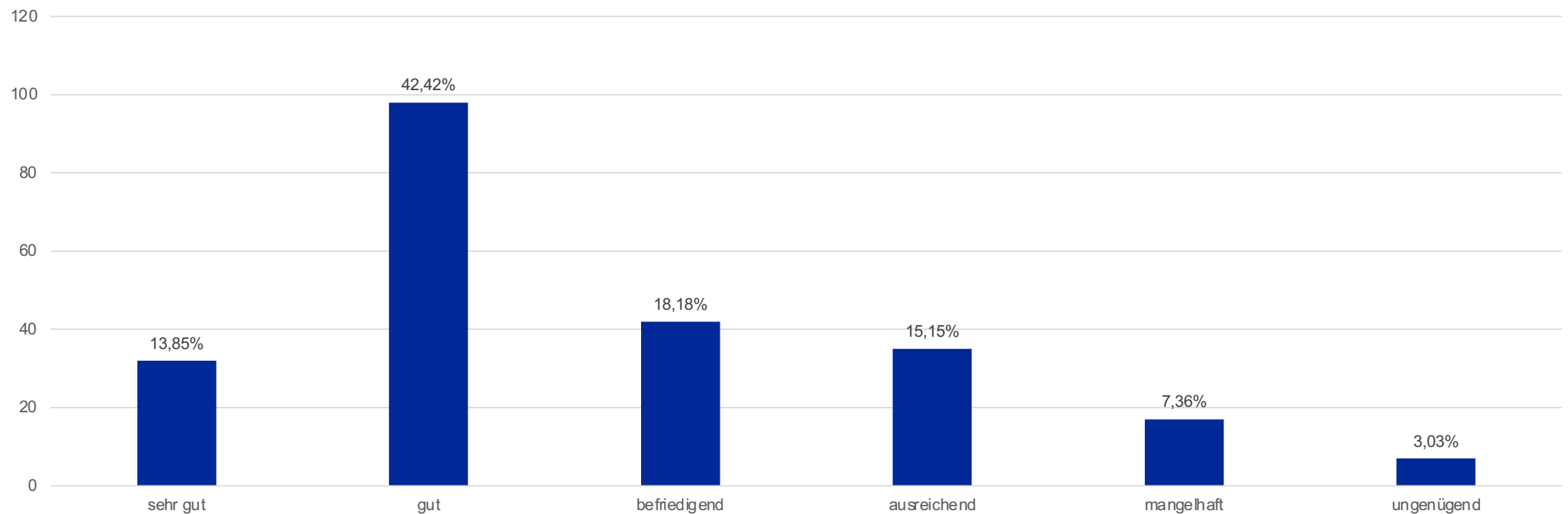
Anregungen und Verbesserungen

DESIGN DES TOOLS

DIE MEHRHEIT BEWERTET DAS DESIGN MIT DER NOTE ZWEI.

Wie ansprechend finden Sie das Design der Umfrage/ des Evaluationstools? $\bar{x} = 2,69$
(Schriftart, Schriftgröße, Logo, Gesamtbild)

N = 231

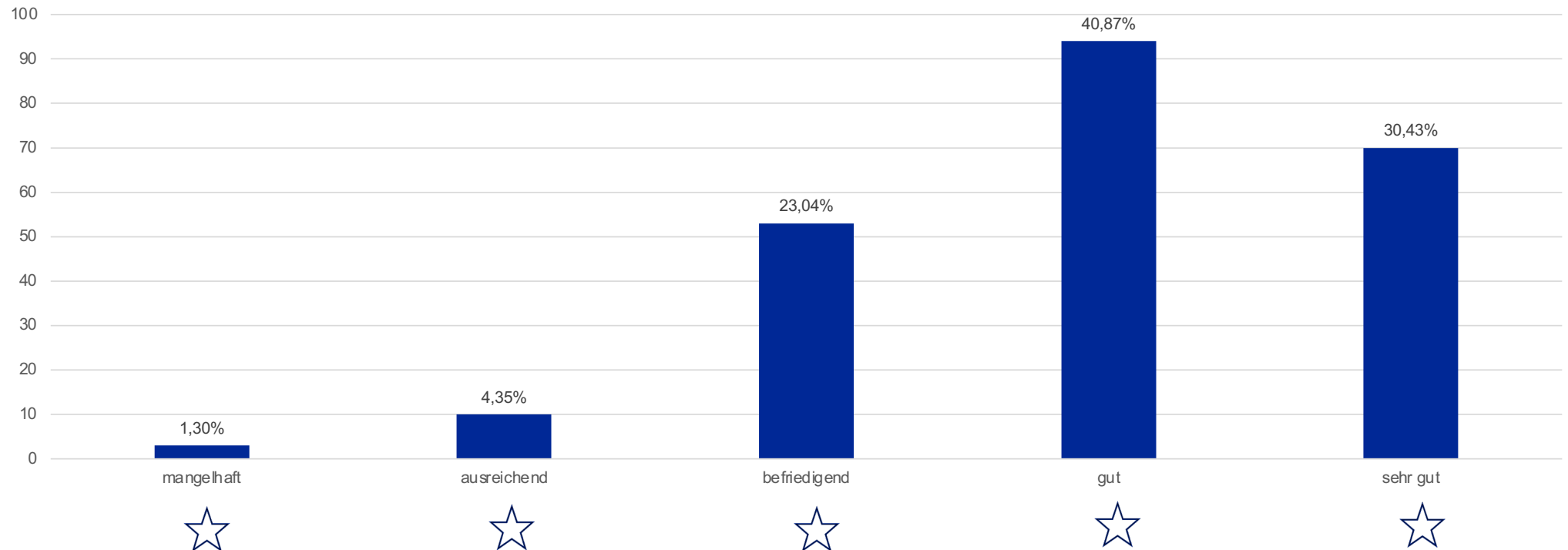


BENUTZERFREUNDLICHKEIT EVA-TOOL

71 PROZENT BEWERTEN DAS TOOL MIT 4 STERNEN ODER BESSER.

Wie benutzerfreundlich finden Sie das Evaluationstool? $\bar{x} = 2,05$

N = 230

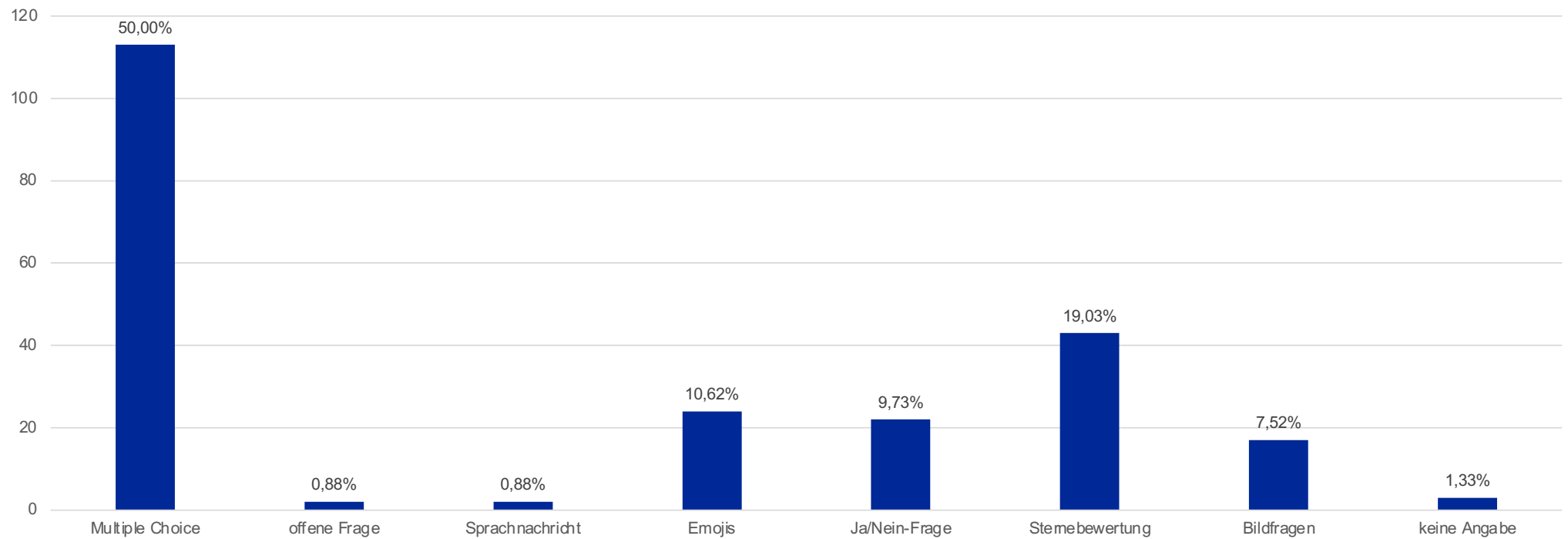


FAVORIT BEI ANWORTTYP

MIT 50 PROZENT IST „MUTIPLE CHOICE“ DER BELIEBTESTE ANWORTTYP.

Welcher Antworttyp ist Ihr Favorit?

N = 226



FAVORIT BEI ANTWORTTYP – NACH ALTERSGRUPPEN

EMOJIS WERDEN BEI 30-49 JÄHRIGEN BESSER BEWERTEN, BILDFRAGEN VOR ALLEM BEI 40-49 JÄHRIGEN.

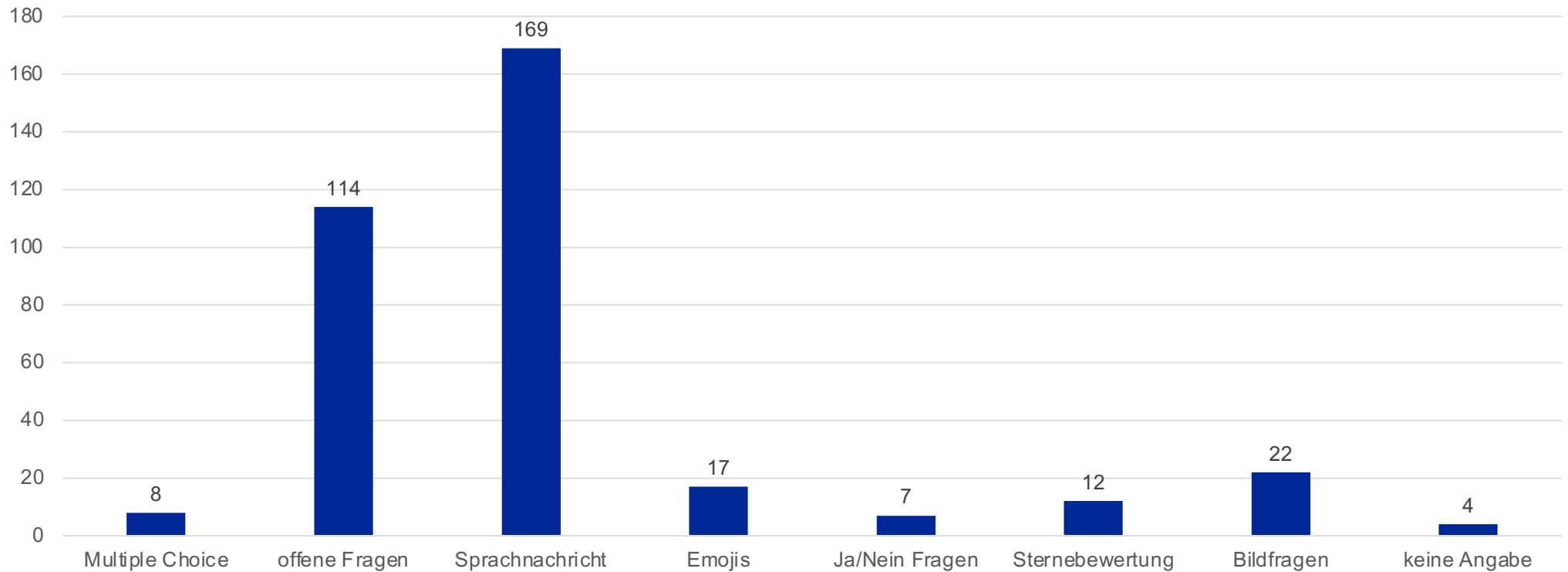
Altersgruppe	Anteil
unter 20 Jahre	Multiple Choice (72,2%)
20-29 Jahre	Multiple Choice (50,8 %)
30-39 Jahre	Sternebewertung (42,9 %), Emojis (28,6 %)
40-49 Jahre	Multiple Choice (52,4 %), Emojis (19 %), Bildfragen (19 %)
50-59 Jahre	Multiple Choice (45 %), Sternebewertung (30 %)
60-69 Jahre	Sternebewertung (37,5%), Ja-Nein Frage (25%), Multiple Choice (25 %)
70 – 79 Jahre	Multiple Choice (50%), offene Frage (50%) (2 Befragte)
80 Jahre und älter	Ja-Nein Frage (100%) (1 Befragte*r)

NICHT-FAVORIT BEI DEN ANTWORTTYPEN

SPRACHNACHRICHTEN SIND AM UNBELIEBTESTEN.

Welchen Antworttyp mögen Sie überhaupt nicht?

Mehrfachnennungen möglich



NICHTFAVORIT BEI DEN ANTWORTTYPEN

BILDFRAGEN KOMMEN BEI JÜNGEREN NICHT GUT AN UND EMOJIS BEI DEN BEFRAGTEN VON 60-69 JAHREN

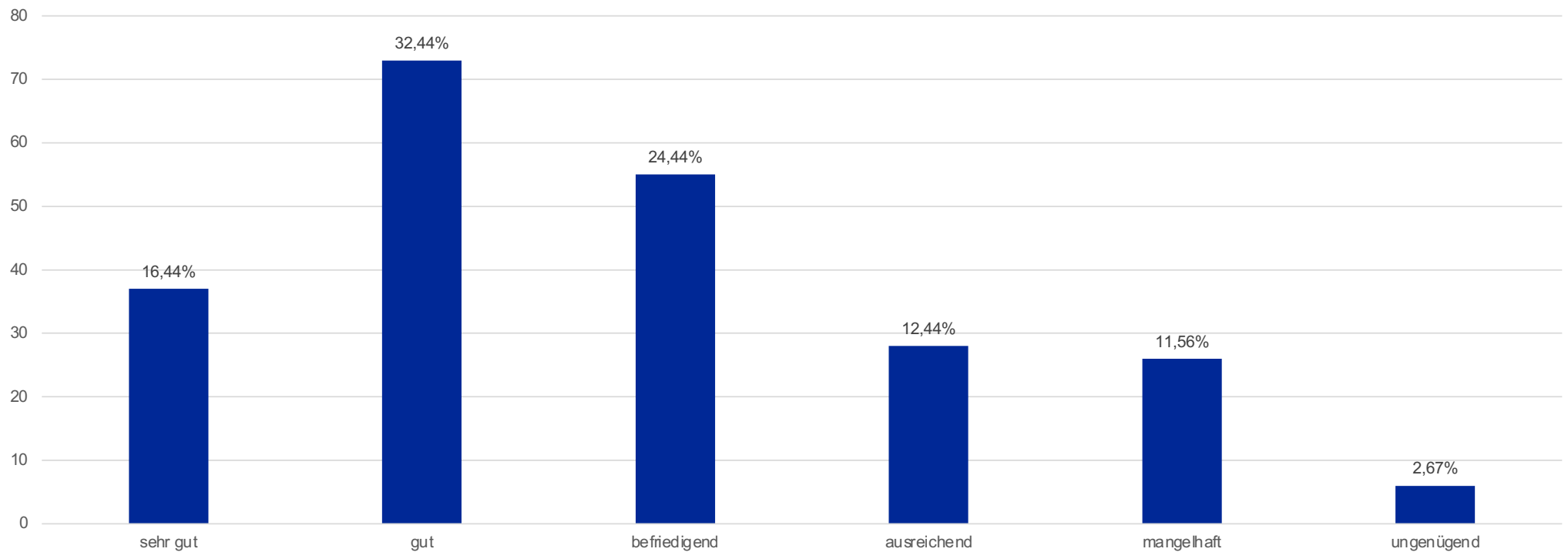
Altersgruppe	Anteil (Mehrfachnennung möglich)
unter 20 Jahre	Sprachnachricht (83,3%) , offene Frage (44,4%), Bildfragen (22,2%)
20-29 Jahre	Sprachnachricht (77,5%), offene Frage (52,5%)
30-39 Jahre	Sprachnachricht (57,1%) offene Frage (57,1%)
40-49 Jahre	Sprachnachricht (66,7%), offene Frage (52,4%)
50-59 Jahre	Sprachnachricht (80%), offene Frage (45%)
60-69 Jahre	Sprachnachricht (62,5%), offene Frage (37,6%), Emojis (25%)
70 – 79 Jahre	MC, offene Frage, Emojis, Bildfragen (jeweils 50% von zwei Befragte*n)
80 Jahre und älter	keine Angabe

EMOJI FRAGEN

ÜBER 48 PROZENT FINDEN EMOJI-FRAGEN SINNVOLL.

Wie sinnvoll finden Sie Emojis bei einer Umfrage? $\bar{x} = 2,78$

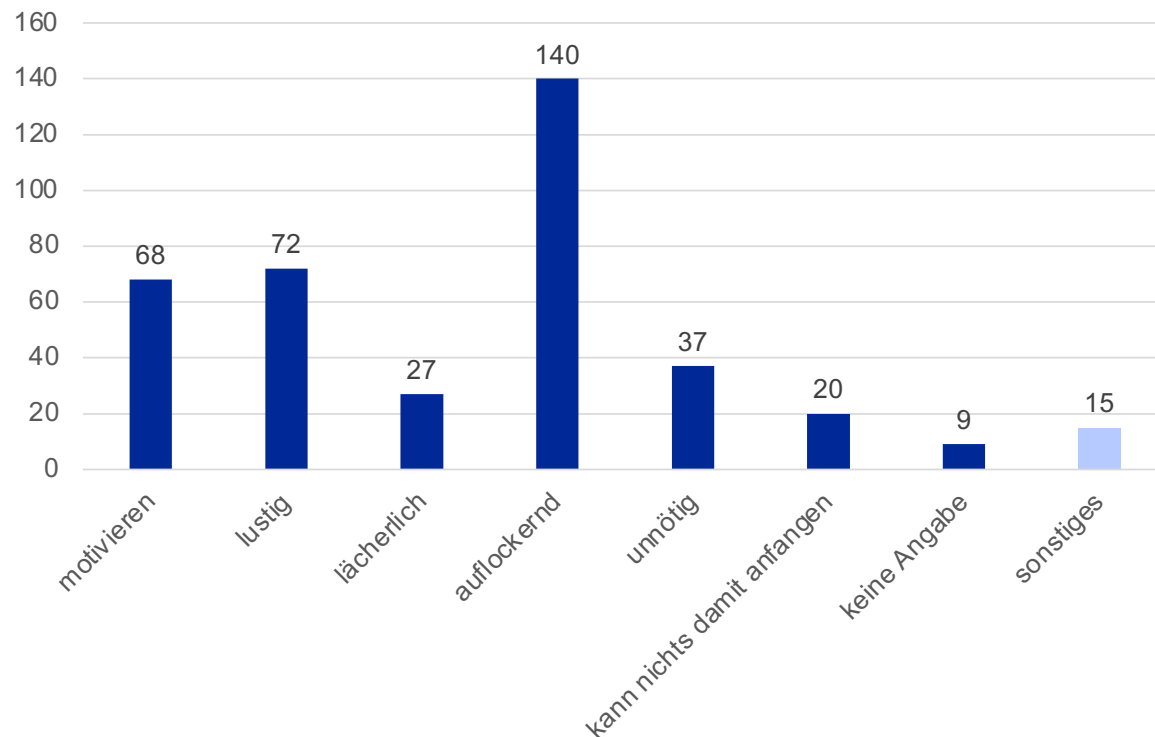
N = 225



WIRKUNG DER EMOJIS

DIE MEISTEN FINDEN, DASS EMOJIS FÜR LOCKERHEIT SORGEN. VOR ALLEM BEI DEN UNTER 20 - JÄHRIGEN, ÜBER 60- JÄHRIGE EMPFINDEN SIE EHER ALS UNNÖTIG. Mehrfachnennung möglich

Was bewirken bei Ihnen die Emojis?



Beispielhafte Antworten bei sonstiges:

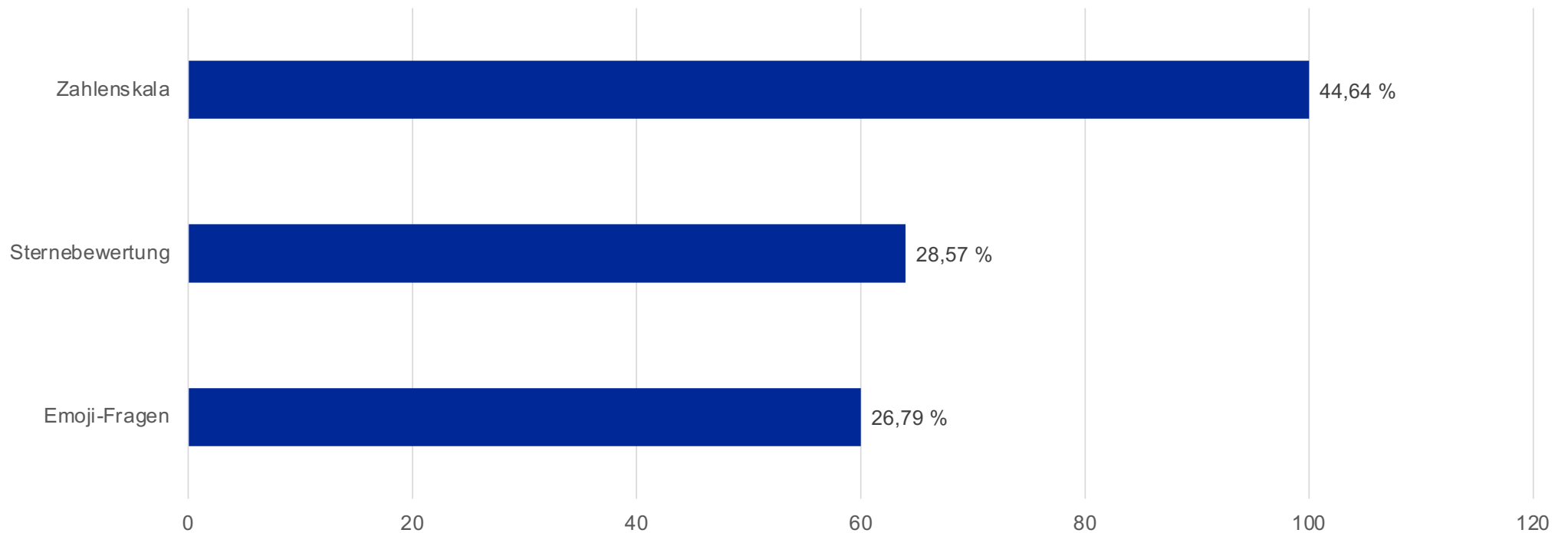
- drücken meine Gefühle ganz gut aus
- für jüngere Teilnehmer*innen (Kinder) evtl. gut geeignet
- missverständlich | uneindeutig
- manchmal vermitteln Emojis eine andere Emotion, als mit der dazugehörigen Antwort gemeint ist
- oft keine wirkliche Aussagekraft
- praktisch für Skalen, aber sollten insgesamt sparsam eingesetzt werden
- wirkt etwas unseriös

BEWERTUNGSSKALEN

AM BELIEBTESTEN IST DIE ZAHLENSKALA.

Welche Bewertungsmethode bevorzugen Sie?

N = 224

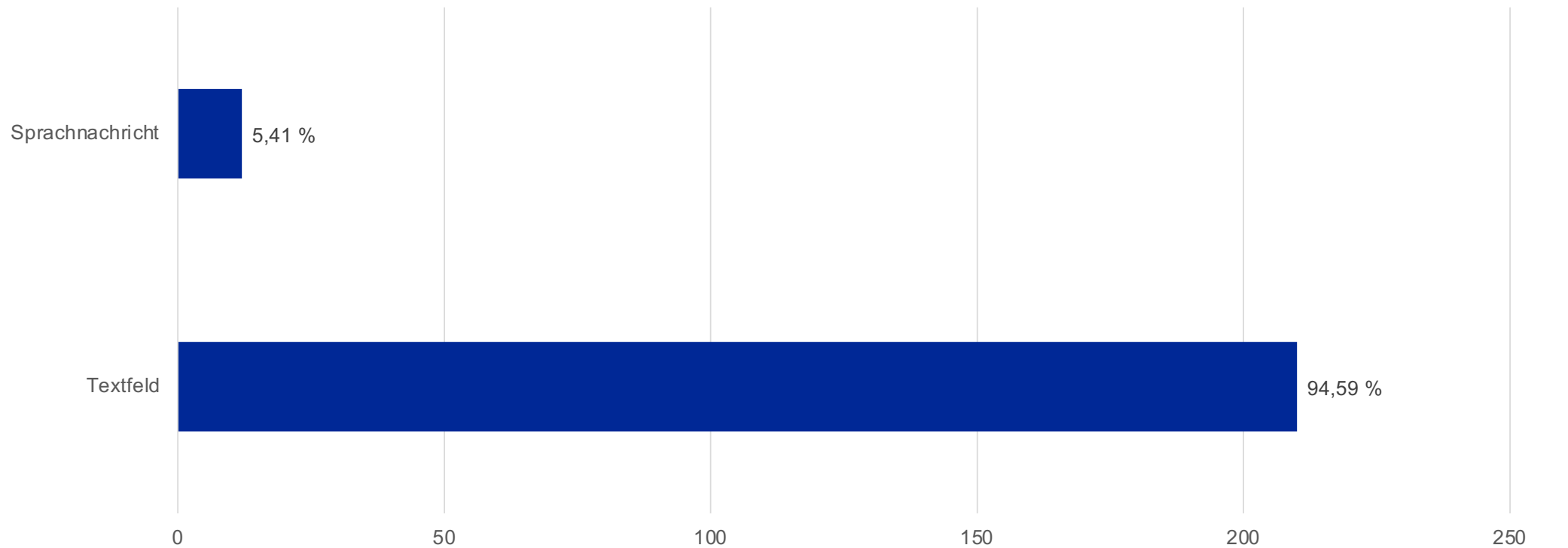


ANTWORTTYP BEI OFFENEN FRAGEN

ÜBER 90 PROZENT BEVORZUGEN DAS TEXTFELD.

Welche Antwortmöglichkeit bevorzugen Sie bei einer offenen Frage?

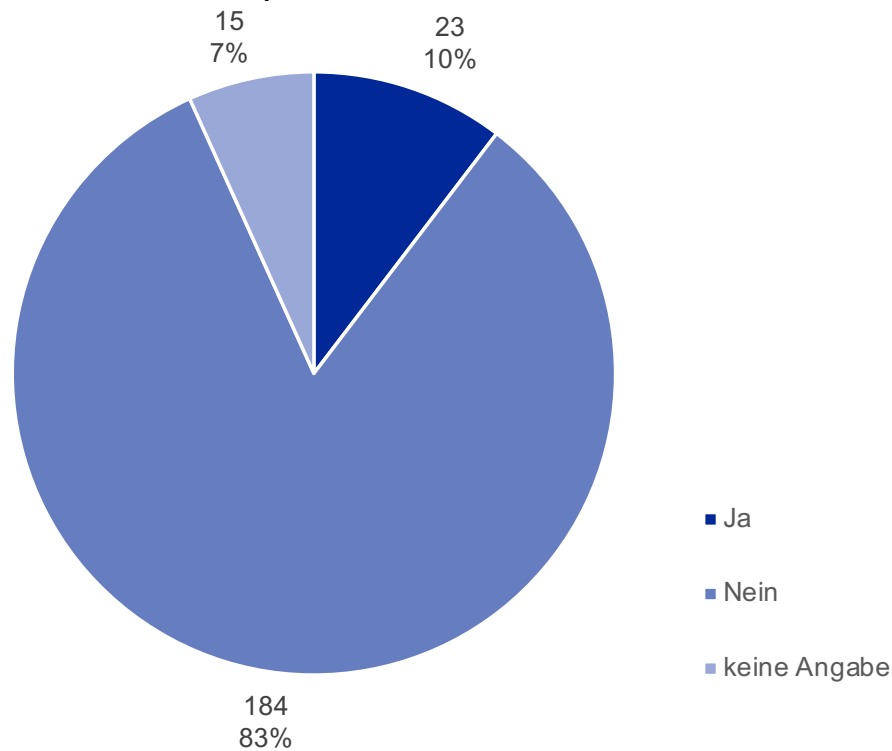
N = 222



NUTZUNG SPRACHNOTIZEN

80 PROZENT WÜRDEN DIE SPRACHFUNKTION UNGERNE NUTZEN. DIE UNTER 30-JÄHRIGEN TENDENZIELL EHER WENIGER.

Würden Sie die Sprachnachrichten nutzen? N = 222



Nutzung der Sprachnachrichten nach Altersgruppen:

Altersgruppe:	Anteil:
unter 20 Jahre	5,6 %
20-29 Jahre	8,3 %
30-39 Jahre	14,3 %
40-49 Jahre	28,6 %
50-59 Jahre	0 %
60-69 Jahre	25 %
70 – 79 Jahre	50 % (2 Befragte)
80 Jahre und älter	0 %

HANDHABUNG EVA-TOOL

SPRACHNACHRICHT

Bevorzugen Sie Sprachnachrichten über einem Textfeld? Was finden Sie gut an dieser Funktion?



Ich glaube, ich würde in einer Umfrage immer noch lieber schreiben wollen, damit ich **noch mal sehen kann, was ich geschrieben habe**. Das kann man besser überfliegen, als sich nochmal eine ganze Aufnahme anzuhören. Aber es ist auf jeden Fall etwas, was man im Alltag durch Sprachnachrichten in Messenger Diensten ja schon kennt und deswegen auf Platz in so eine Umfrage finden sollte. (w. 24 Jahre)

wenn man spricht und wenn man was tippt, spricht man unterschiedliche Areale des Hirns an. Wenn **ich spreche muss ich mir vorher überlegt haben, was ich sagen will**. Es ist ein Unterschied, wenn jemand eine Geschichte über seine kranke Oma erzählt oder seine Kindheit oder wenn jemand von mir erwartet, dass ich **strukturiert, zielgerichtet antworte**. (w. 38 Jahre)



geht **schneller** als tippen (w. 28 Jahre)

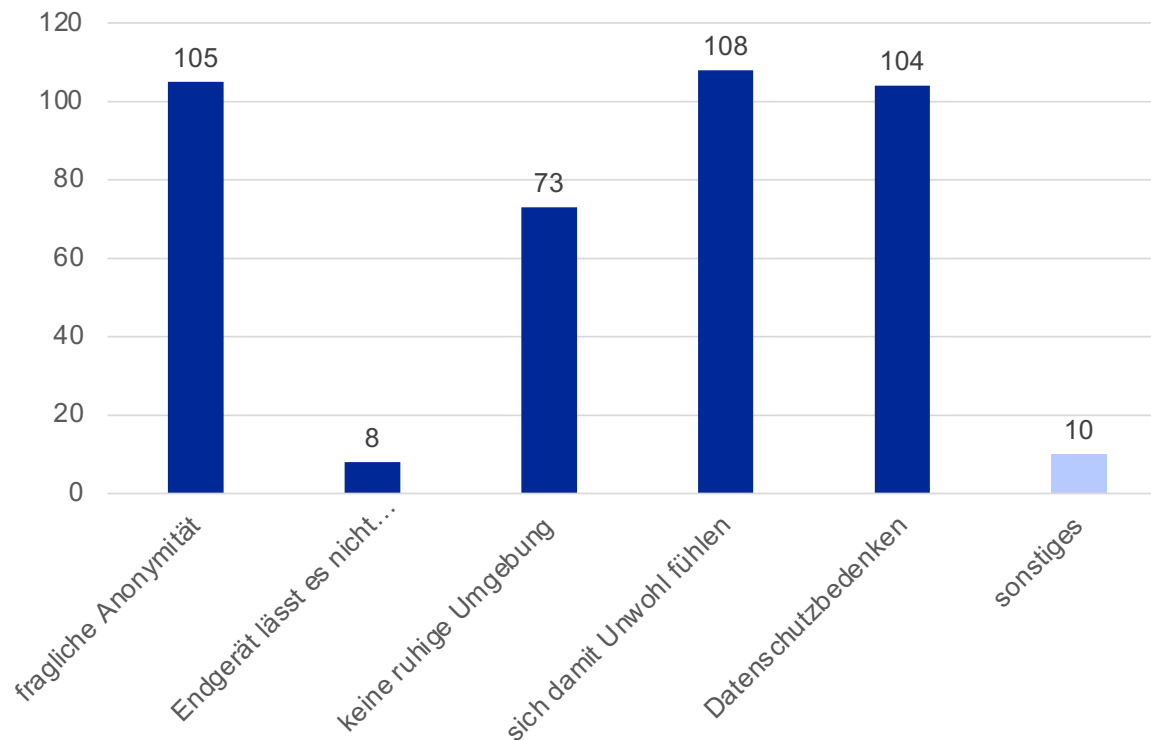
es ist relativ entspannt und man muss **nicht die ganze Zeit schreiben**, wenn man eine Umfrage macht. (m. 24 Jahre)

GRÜNDE GEGEN SPRACHFUNKTION

108 PERSONEN FÜHLEN SICH BEI EINER SPRACHNACHRICHT UNWOHL.

Mehrfachnennungen möglich

Warum möchten Sie diese Funktion nicht nutzen?



Beispielhafte Antworten bei sonstiges:

Ich will keine zusätzlichen Freigaben treffen müssen

bei einer schriftlichen Rückmeldung kann ich präziser formulieren

Ich will meine Umgebung nicht stören

ungewohnt, zu entspannt um Sprachnachrichten „seriös“ aufzunehmen

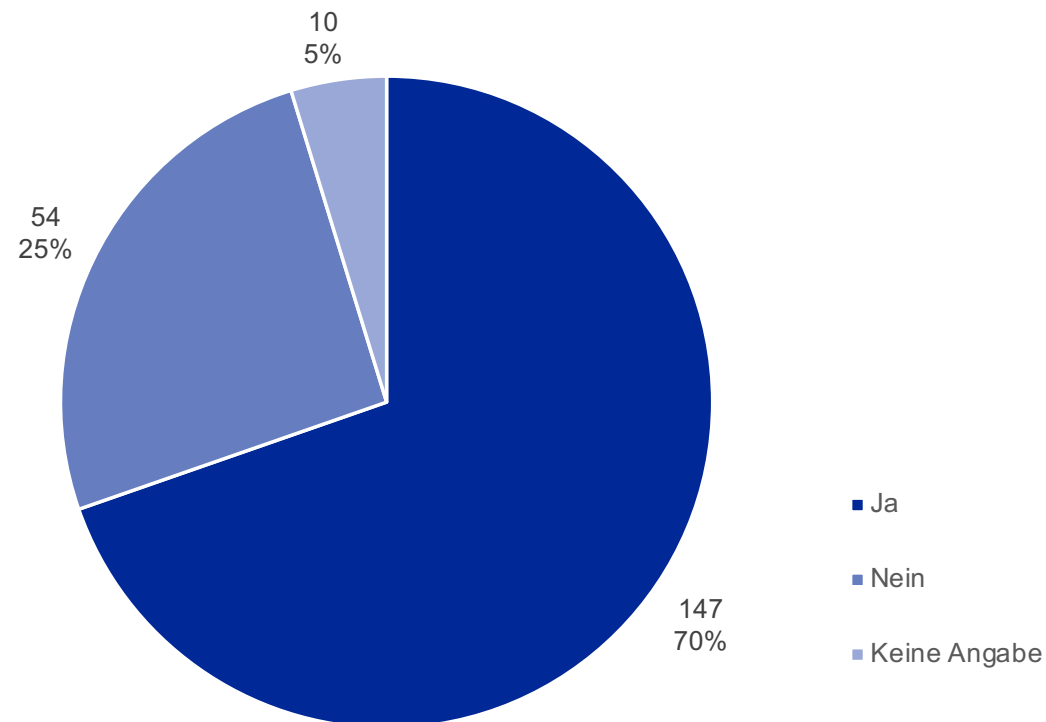
sind lästig

MACHBARKEIT DES WISCHENS

70 PROZENT FINDEN DAS WISCHEN BEI BILDFRAGEN GUT UND VERSTÄNDLICH.

War das Wischen der Bilder gut machbar/ verständlich?

N = 211

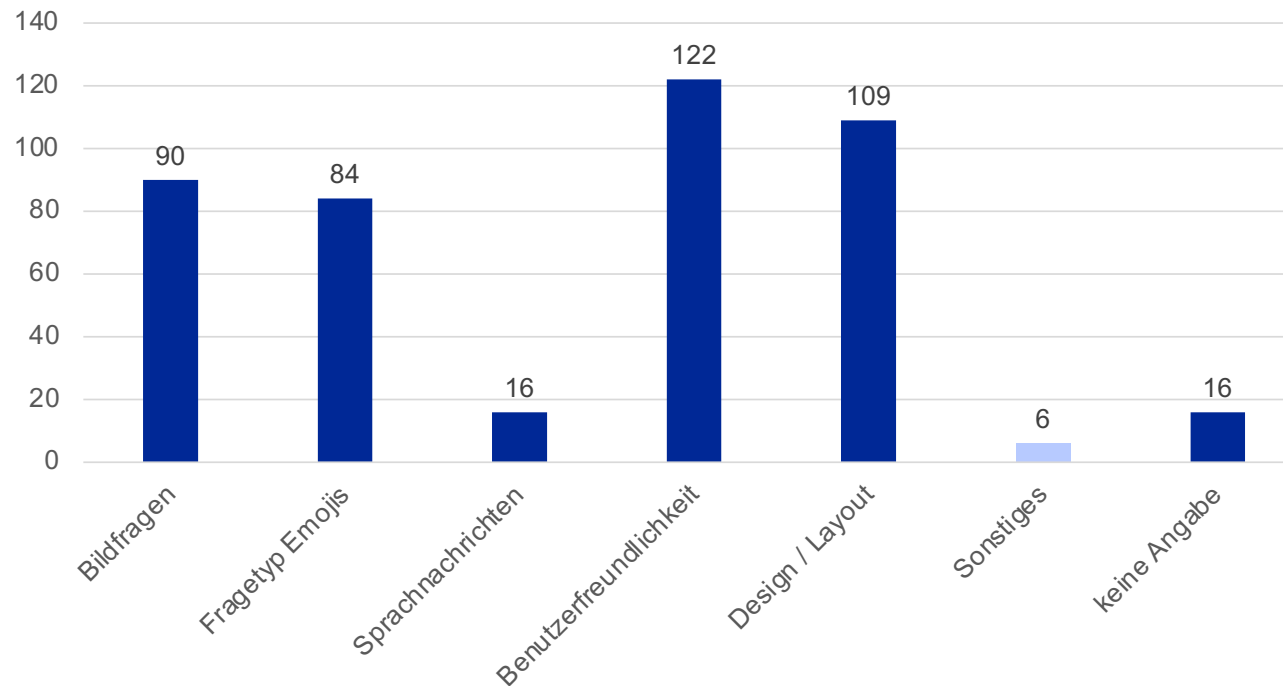


BESONDERHEITEN EVA-TOOL

DEN MEISTEN IST DIE BENUTZERFREUNDLICHKEIT POSITIV AUFGEFALLEN.

Mehrfachnennungen möglich

Was gefällt Ihnen besonders gut an diesem Befragungstool?
Ist Ihnen was besonders positiv aufgefallen?



Beispielhafte Antworten bei sonstiges:

abwechslungsreich

alles ist sehr verständlich

mobile Nutzung (iPhone) funktioniert recht gut

WÜNSCHE UND ANREGUNGEN

Beim Wischen der Bilder könnte man auch auf der **linken bzw. rechten Seite gut/schlecht oder Zustimmung und keine Zustimmung hinschreiben**. Nur damit es bei niemanden zu Verwechslungen kommt. Bei dem Feld **Sprachnotiz** könnte man anstatt weiter auch **"überspringen"** eintragen. Ich kann mir vorstellen, dass einige dort den Fragebogen abgebrochen haben (hätte ich auch fast), weil die Form der Befragung ungewöhnlich und vielleicht etwas unwohl ist. (m. 24 Jahre)

Ich finde, dass Bilder wischen grundsätzlich ne nette Idee, als Mensch mit starker Rechts-links-Schwäche und ohne Tinder-Erfahrung finde ich das nicht intuitiv. Helfen würde mir dabei eine **Markierung, welche Richtung was bedeutet**, die dauerhaft über den oberen Bildecken zu sehen ist. (w. 31 Jahre)

keine **"sinnlosen" Klicks, wie "weiter"**, wo einfach gleich die nächste Frage aufleuchten könnte. (w. 29 Jahre)

Ich finde bei der Zahlenskala könnte man die Bewertung 1= sehr gut; 6= nicht gut direkt über die Zahlen schreiben, damit man nicht vorher im Erklärungstext danach suchen muss. (w. 27 Jahre)

WÜNSCHE UND ANREGUNGEN

Multiple Choice-Boxen alle unterschiedlich groß, das sieht **unnötig komplex** aus **und stört**. (d. 46 Jahre)

Sinn der Umfrage ist ja das Testen verschiedener Layouts, in einer echten Umfrage sollten aber dieselben Skalen verwendet werden (Sterne oder Noten oder Emojis). Der **Wechsel der Skala verringert die Benutzerfreundlichkeit**. Zu viele verschiedene Skalen sind zudem verwirrend. (m. 29 Jahre)

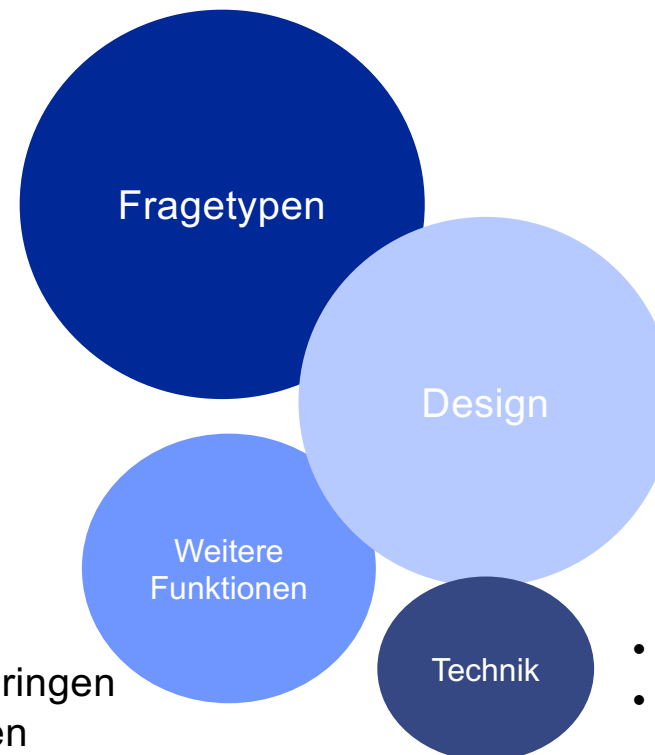
Erscheinen der Fragen und Antworten könnte **ohne Animation** (Einschweben) sein. (m. 28 Jahre)

{...} Außerdem wäre es gut gewesen, wenn es eine zurück Funktion gibt. Dennoch finde ich die **Sprachfunktion und die Emojis beides innovative** Ideen. (m. 36 Jahre)

Das **Wischen ist eine super Idee** und sollte weiterverfolgt werden! (m. 35 Jahre)

GEZIELTE VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE

- neue Fragetypen erläutern (Bsp. Bildfragen)
- es ist verwirrend, dass bei der Zahlenskala "gut" links ist und bei den Sternen rechts
- Sprachnotizfunktion als Ergänzung zum Freitext



- Fortschrittsanzeige
- Zurückbutton
- Möglichkeit Fragen zu überspringen
- Funktion "Zoom" bei Bildfragen

- pro Thematik eine Seite → mehrere Fragen
- Teilüberschriften bzw. Thematik einblenden
- ansprechenderes Layout – zu nüchtern
- farbliche Gestaltung
- Fragen auf einen Blick sehen, ohne scrollen!
- ohne bewegte Animation

- responsive Gestaltung
- "Verboten" Icon beim Klicken "weiter" entfernen

PROBLEME DER BEFRAGTEN

- scrollen teilweise schwierig
- wenn man bei einer Frage nach unten scrollen musste, startet die nächste Frage auch unten
- Programm hängt sich an manchen Fragen auf
- Weiterbutton:
 - reagiert nicht
 - befindet sich woanders
 - Keinen
- Wischen am Desktop ist nicht möglich, Wischen zu Beginn nicht verstanden und dann falsch gewischt (Testlauf wäre möglich)

FAZIT



FAZIT

WAS IST BEI ERSTELLUNG EINER UMFRAGE ZU BEACHTEN?



Feststellung

- Hauptsächlich nehmen Frauen an Umfragen teil
- Die meisten nehmen an Umfragen teil, weil sie das Thema interessiert und weil sie den Umfragenden helfen möchten (persönlicher Bezug)

Handlungsempfehlungen

- Umfrage sollte nicht länger als 10 Minuten dauern
- Fragetypen:
- häufigster Fragentyp: Multiple Choice
 - Bedeutung Emojis beachten
 - seltene Verwendung von Offenen Fragen
 - bei offenen Fragen: Möglichkeit zwischen Sprachnachricht und Textfeld
 - Zielgruppe anpassen



FAZIT EVA-TOOL

FEEDBACK DER STUDIERENDEN



- besondere Fragetypen
- Zugriff auf alle Frageelemente (Vorlage /Inspiration)
- Auswertungsübersicht im Eva-Tool praktisch
- Excel-Liste als Übersicht
- Einsicht der Statistiken mit Diagramm
- Option von Demodaten

ANMERKUNGEN DER STUDIERENDEN

ERSTELLUNG DES FRAGEBOGENS IM EVA-TOOL



- nicht benutzerfreundlich
- Pfeile sind sehr starr → nicht übersichtlich
- Fehlende Fragetypen (Ranking, Matrixabfrage, Jahreszahlen)
- Schriftart und Größe nicht veränderbar
- Speicherung jeder Frage bei Elementen
- keine Untertitelmöglichkeit bei Fragen
- keine Einteilung von Frageelementen → Ergebnis: endlose Liste aus (gedoppelten) Fragen
- antwortabhängige Fragen nur bei Single Choice möglich
- Überschreiben von bestehenden Elementen
- Freitextfeld: mit Auswahlmöglichkeit Buchstaben /Zahlen
- keine Umwandlung des Umfragetyps möglich
- Übersetzung zwingend notwendig
- Frageelement ist nur Frage und Typ ersichtlich, Antworten nicht sichtbar
- automatischer Abschluss
- Elemente lassen sich sehr schwer bewegen

ANMERKUNGEN DER STUDIERENDEN

DURCHFÜHRUNG EINER UMFRAGE IM EVA-TOOL



- fehlende Fortschrittsanzeige
- Design nicht responsiv
- keine Möglichkeit Fragen zu überspringen
- keine „Zurück“ Button
- keine Rückfrage bei Veröffentlichung der Umfrage

ANMERKUNGEN DER STUDIERENDEN

AUSWERTUNG EINER UMFRAGE IM EVA-TOOL



- Umfrage nach Schließung der Veröffentlichung nicht mehr aufrufbar (Ansicht)
- Excel-Liste: Frage pro Datenblatt
- nicht SPSS (Auswertungsprogramm) freundlich
 - Datensätze ohne Überschriften
 - setzt Umcodierung voraus
- Statistiken können nicht kopiert werden, nur als png Verfügbar
- Sprachnachrichten: automatisches Transkribieren hat nur bedingt funktioniert, Speichern von manuellem Transkription nicht möglich

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN EVA-TOOL



Anpassungen

- Frageelemente
 - Unterordner erstellen
 - Vorlagen erstellen z.B. für demographische Angaben (keine Möglichkeit der Überschreibung)
- Design
- responsive Gestaltung
- Übersetzung nicht Pflicht
- Excel-Liste bei Auswertung

Ergänzungen

- „Zurück“-Button
- Fragen überspringen
- Fortschritt der Umfrage
- neue Fragetypen
 - Matrix
 - Ranking
 - Jahreszahlen
- Rückfragemeldung bei Veröffentlichung

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

Kontaktinformation:

Hochschule Heilbronn | Studiengang Betriebswirtschaft und Kultur-, Freizeit, Sportmanagement | <https://www.hs-heilbronn.de/bk>

Melina Egler: megler@stud.hs-heilbronn.de

Annika Götz: angoetz@stud.hs-heilbronn.de

Jana Ruoff: jaruoff@stud.hs-heilbronn.de

Lisa Schmidt: Ischmid3@stud.hs-heilbronn.de

Prof. Dr. Raphaela Henze: raphaela.henze@hs-heilbronn.de

ANALYSE DER ABBRÜCHE BEI DEN UMFRAGEN

Digitale Werkstatt

Zeitpunkt	Anzahl
zu Beginn	215 Antworten
erste Frage	184 Antworten
nach Video	142 Antworten
demographische Daten	138 Antworten

→ Abbrüche vor Beantwortung der ersten Frage und nach dem Video

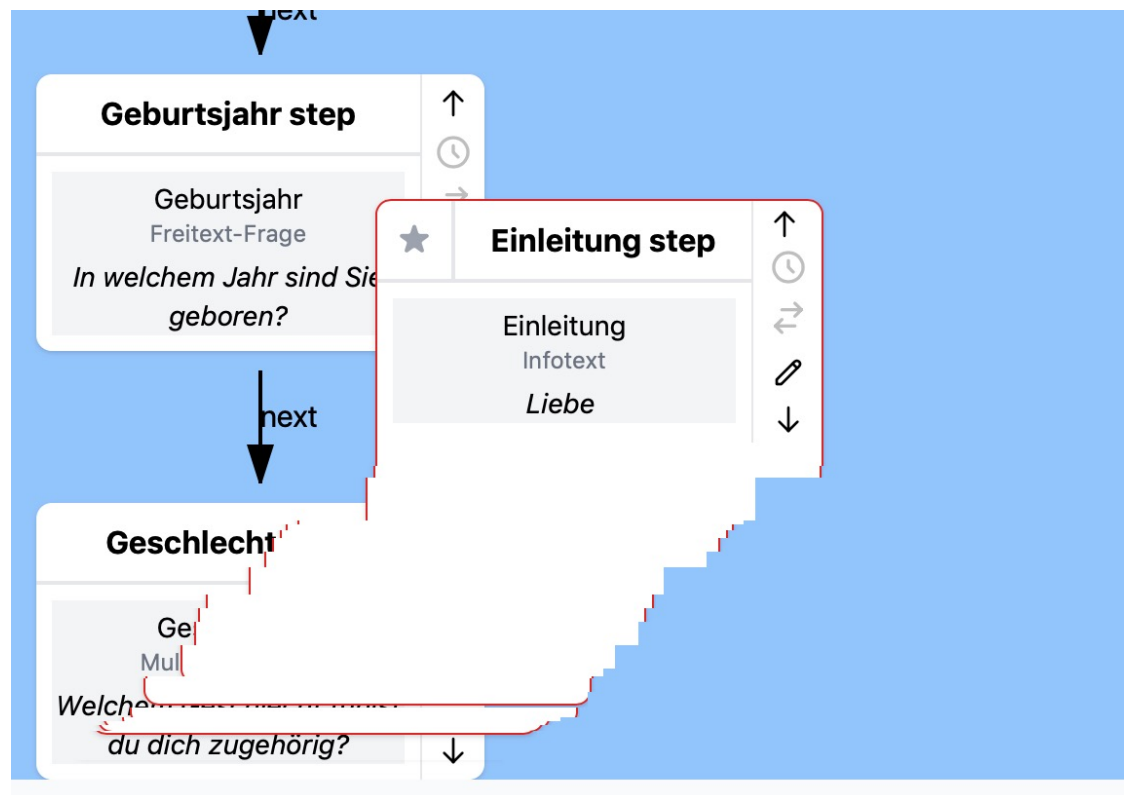
EVA-Tool

Zeitpunkt	Anzahl
zu Beginn	314 Antworten
Antworten bei der ersten Frage	297 Antworten
nach erstem Block und Sprachnachricht	245 Antworten
nach Bildfragen	231 Antworten
...	...
demographischen Daten	203 Antworten

→ Abbrüche bei Sprachnachricht am Anfang und den Bildfragen

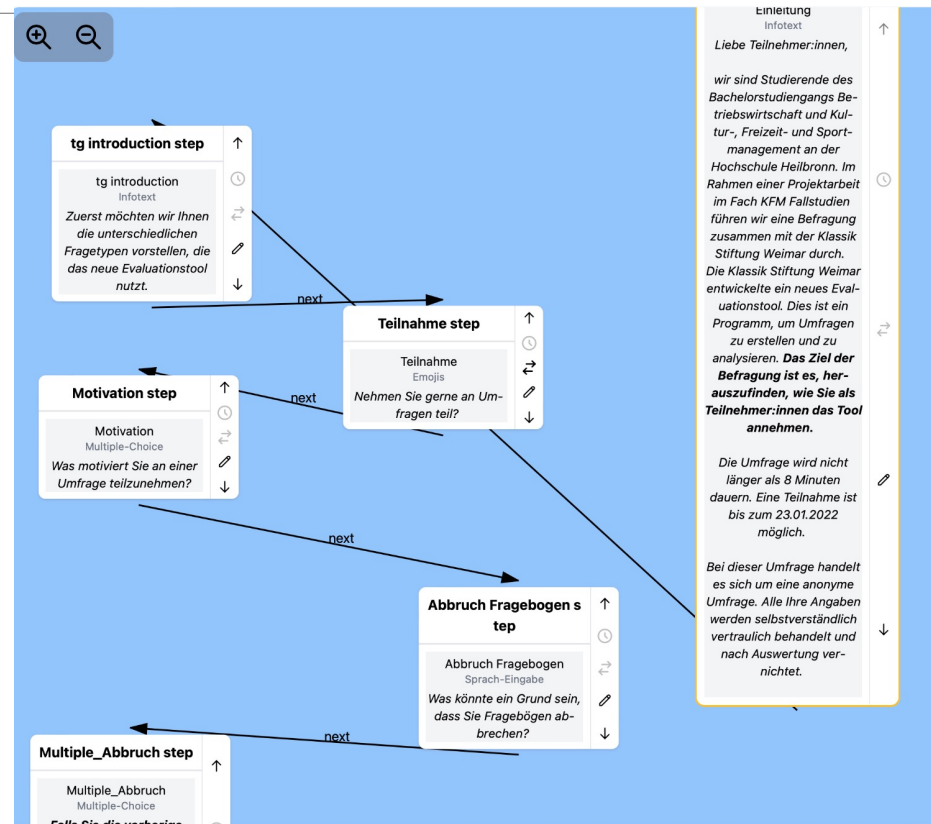
ERSTELLUNG DES FRAGEBOGENS IM EVA-TOOL

ELEMENTE LASSEN SICH SEHR SCHWER BEWEGEN



ERSTELLUNG DES FRAGEBOGENS IM EVA-TOOL

PFEILE SIND SEHR STARR → NICHT ÜBERSICHTLICH



ERSTELLUNG DES FRAGEBOGENS IM EVA-TOOL

FRAGEELEMENT IST NUR FRAGE UND TYP ERSICHTLICH, ANTWORTEN NICHT SICHTBAR

Motivation step

Motivation
Multiple-Choice

*Was motiviert Sie an einer
Umfrage teilzunehmen?*

↑
🕒
↔
✎
↓

Schritt ID: 159

Name

Umfragen-element



Abbrechen



Speichern

Dieser Schritt hat bereits 289 Ergebnisse und kann daher nicht mehr gelöscht werden.

DURCHFÜHRUNG EINER UMFRAGE

KEINE RÜCKFRAGE BEI VERÖFFENTLICHUNG DER UMFRAGE

30	deutsch deutsche Umfrage	Veröffentlicht
32	Test Umfrage Test Umfrage	Veröffentlicht
33	Fragebogen_EvaTool Studierende der HHN führen diese Umfrage durch, um das Meinungsbild zum Evaluationstool herauszufinden.	Nicht veröffentlicht
34	Browserkompatibilität 2av Test Umfrage	Veröffentlicht