

Massnahmen zur zielgruppenorientierten Präsentation des Studiengangs Geomatik und Planung

Julia Burgermeister, Patrick Neff
Interdisziplinäre Projektarbeit
Herbstsemester 2015
Geomatik MSc

Institut für Kartografie und Geoinformation IKG
Prof. Dr. Lorenz Hurni
Christian Häberling

Institut für Geodäsie und Photogrammetrie IGP
Prof. Dr. Andreas Wieser
Helena Kordic

1 Einleitung

Das Studium in «Geomatik und Planung» (GuP) an der ETH weist seit einigen Jahren sinkende Studierendenzahlen auf, auch im Vergleich mit anderen Hochschulen (siehe folgende Abbildung).

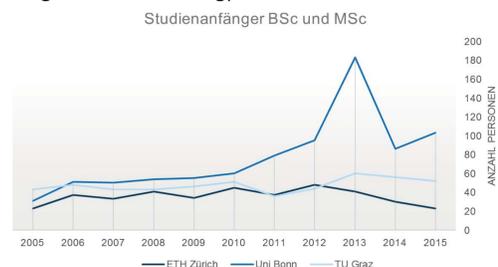


Abb. 1. Entwicklung Studierendenzahlen ETH im Vergleich

Um die Zielgruppe für das Studium begeistern zu können, bedarf es einer grundlegenden Analyse der Situation. Darauf basierend können konzeptuelle Vorschläge zur Umsetzung festgehalten werden.

2 Analyse des Studiengangs und dessen Aussenwirkung

Die Analyse umfasst folgendes: Untersuchung des bisherigen Auftritts, Vergleich mit anderen Hochschulen und Projekten sowie eine SWOT-Analyse. Diese subjektive Betrachtung wurde durch eine Online-Befragung von 60 Absolventen und 40 Studierenden ergänzt und validiert. Ebenso wurden sieben Interviews mit ausgewählten GuP-Absolventen geführt.

Fazit: Studium ist inhaltlich stark, wird aber nach aussen ungenügend präsentiert



Abb. 2. Anforderungen für Studium «Geomatik und Planung»

Ausgehend von den Befragungen wurden ein Anforderungsinventar sowie eine definierte Zielgruppe abgeleitet. So steht etwa die Profilwahl im Gymnasium einem GuP-Studium keinesfalls im Weg. Sofern zumindest ein Zugang zur Mathematik vorhanden ist, können allfällige fachliche Schwächen durch Motivation und Interesse problemlos ausgeglichen werden.

Zur Verfeinerung der Zielgruppe «Schüler» wurden drei Stereotypen definiert. Der Vermesser, der Informatiker und der Planer repräsentieren unterschiedliche Stärken und Interessen. Für eine zielgruppenorientierte Präsentation soll jeder Typ angesprochen werden.

3 Umsetzung der Erkenntnisse

Zur Umsetzung wurden drei Kernelemente zur Präsentation des Studienganges identifiziert. Die Zielgruppe kann mehrheitlich über einen oder mehrere dieser drei Kanäle erreicht werden. Die in Abbildung 3 ersichtlichen Hilfestellungen wie Mitmach-Aktivitäten oder ein Gesprächsleitfaden unterstützen die zielgruppengerechte Präsentation.

Die Stände an Anlässen wie ETH unterwegs oder den Maturandentagen bieten den Schülern die Möglichkeit, im direkten Kontakt mit den Studierenden mehr über GuP an der ETH zu erfahren. Als Hilfsmittel für das Personal dienen der Leitfaden sowie die FAQs, welche die Gespräche mit Schülern erleichtern.

Die Vorträge legen den Fokus auf visuelle Anreize und sollten unterschiedliche Präsentationsmodi umfassen. Live-Demonstrationen oder Mitmach-Aktivitäten können längere Referate auflockern und dadurch die Aufmerksamkeit der Zuhörer steigern.

Beim Internetauftritt und den Broschüren müssen die wichtigsten Informationen übersichtlich und ansprechend auffindbar sein. Grafiken und Bilder haben eine hohe Aussagekraft und sollten den Kriterien entsprechend der Hilfestellung folgen.



Abb. 3. Kernelemente und Hilfestellungen für die Präsentation

Beispiel zur Umsetzung

Die Erkenntnisse aus der Analyse flossen unter anderem in einen Kriterienkatalog für Mitmach-Aktivitäten und Live-Demonstrationen ein.

- Minimales Vorwissen
- Einfach verständlich
- Mobil
- Umgebungsunabhängig
- Kurze Dauer
- Schnelles Feedback
- Einfache Betreuung
- Zeigt Stärken auf
- Adaptierbar

Es ist offensichtlich, dass nicht sämtliche Kriterien gemeinsam eingehalten werden können. Im Bericht zur interdisziplinären Projektarbeit sind je zwei Objekte vorgeschlagen, welche die Bedingungen bestmöglich erfüllen.



Abb. 4. Überschneidung Geomatik und Planung mit anderen Fachgebieten

4 Diskussion und Ausblick

Die mit dieser Arbeit geschaffene Basis ermöglicht einen konsistenten und einheitlichen Aussenaustritt. Die mehrheitlich konzeptuellen Ergebnisse sollen in Zukunft bei der Präsentation des Studiengangs konkret umgesetzt und angewandt werden.

Ein neuer Internetauftritt, aktualisierte Broschüren, spannende Vorträge und innovative Werbemaassnahmen bilden den nächsten Schritt in Richtung einer zielgruppenorientierten Präsentation. Der Erfolg dieser Änderungen sollte zukünftig in steigenden Studierendenzahlen sichtbar werden.