

Vier und vier

Ein neues Hochschulrahmengesetz, ein kontrovers diskutiertes Weissbuch zur Ausrichtung der Bildung im Jahre 2030, ein gewichtige Zunahme der Studierenden an den Fachhochschulen – grundlegende Fragen zu Ausbildung und Bildung erlangten in letzter Zeit eine enorme Aktualität.

Claudio Moro, FH SCHWEIZ

Und damit ist es nicht getan. Denn: Das hervorragende Ausbildungssystem der Schweiz muss auch in Zukunft hervorragend bleiben. Darüber herrscht Einigkeit – sowohl im politischen als auch im wirtschaftlichen sowie gesellschaftlichen Kontext. Die FH SCHWEIZ beteiligt sich rege an dieser Diskussion. Es gilt, die Interessen aller Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen zu vertreten, sich für die Stärkung des Ausbildungsweges über Berufslehre, Berufsmaturität und FH-Studium einzusetzen sowie die hohe Beschäftigungsbefähigung der entsprechenden Absolvierenden zu garantieren.

Ein Beirat wird diese Arbeit der FH SCHWEIZ nunmehr begleiten. Acht Personen aus Politik und Wirtschaft bilden diesen Beirat. Sie haben die Aufgabe, die politisch-strategische Arbeit der FH SCHWEIZ zu unterstützen und zu stärken.

Der politische Bereich wird durch die Mitglieder des Nationalrats Brigitte Häberli-Koller, Mario Fehr und Christian Wasserfallen sowie Ständerat Ivo Bischofberger vertreten. Aspekte der Wirtschaft werden von Margret Omlin (Jörg Lienert AG), Martin Geissmann (ABB Schweiz), Andreas Rüfenacht (Nestlé Food Services) und Rainer Kirchofer (UBS) zur Sprache kommen. Der Beirat wird sich regelmässig zu jeder Session in Bern treffen. Der Austausch über laufende Themen und mögliche Handlungsfelder wird kontinuierlich gepflegt.

Zur Arbeit des Beirates wird das Magazin INLINE regelmässig berichten.

Diplomarbeiten und Onlineumfragen: meist nicht repräsentativ, oft unbrauchbare Ergebnisse!

Immer häufiger werden bei Diplomarbeiten Onlineumfragen durchgeführt. Diese haben den Vorteil, dass sie schnell und günstig durchführbar sind, und schliesslich macht es sich immer gut, eine Hypothese oder einen Artikel mit Daten aus der Meinungsforschung etwas aufzubrezeln. Simple-polls, Swissspoll, Surveymonkey etc. lassen grüssen.

Dr. Georges Ulrich, MBA,

CEO des Forschungsinstitutes gfs-befragungsdienst www.gfs-bd.ch

Doch leider werden die Resultate solcher Erhebungen zu wenig kritisch hinterfragt. Nur weil man Word kennt ist man schliesslich noch lange kein Schriftsteller und so sind viele Onlineumfragen keine Umfragen im wissenschaftlichen Sinne. Und genau das sollte eine Diplomarbeit nämlich sein, eine wissenschaftliche Arbeit.

Onlineerhebungen sind meist nicht repräsentativ.

Repräsentativität heisst nichts anderes, als dass jedes Element der interessierenden Grundgesamtheit die gleiche Chance haben sollte, an der Erhebung teilzunehmen und dann auch tatsächlich teilnehmen. Dafür müssen vier Voraussetzungen erfüllt sein: Erstens muss die Grundgesamtheit bekannt sein, das heisst der/die Student muss genau wissen, welche Gruppe es ist, auf die sich die Erhebung beziehen soll. Dazu gehört auch, dass ein vollständiges Verzeichnis dieser Gruppe vorhanden sein muss, aus dem dann die zu befragende Stichprobe gezogen wird. Zweitens muss die Stichprobe dann nach einem Verfahren gezogen werden, die jedem Element die gleiche theoretische Chance einräumt, befragt zu werden. Die Stichprobenziehung aus einer Grundpopulation erfolgt in der Wissenschaft deshalb meist nach dem Zufallsprinzip (z.B. jede/r Zehnte aus dem Verzeichnis). Drittens muss jedes Element aus der Stichprobe erreichbar sein und, viertens, dann auch an der Erhebung mitmachen.

In der Realität sind diese Voraussetzungen selbstredend nie zu 100% er-

füllt. Das Ziel jeder Umfrage, die Anspruch auf Repräsentativität hat, muss aber sein, ihnen so nahe wie irgend möglich zu kommen. Onlineumfragen – Abseits professioneller Umfrageinstitute des Dachverbandes der Markt und Sozialforschung VSMS, sind weit entfernt und da hilft auch eine Gewichtung nach soziodemographischen Merkmalen nichts. Das fängt schon damit an, dass man nur sehr wenig darüber weiss, wie die Gruppe der Internetnutzer zusammengesetzt ist. Die Mobilisierung zur Teilnahme an Online-Erhebungen im Schneeball-Verfahren läuft dem wissenschaftlich korrekten Zufallsprinzip diametral zuwider. Des Weiteren nehmen an solchen Umfragen in der Regel hauptsächlich Leute teil, die sich für das Thema besonders interessieren, was – gerade bei Umfragen, die sich auf die Bevölkerung beziehen – alles andere als repräsentativ ist.

Was heisst das nun für die Praxis? Onlineumfragen sind nicht grundsätzlich zu verteufeln. Sie eignen sich zum Beispiel sehr gut für Vollerhebungen im Kleinen, etwa für Mitarbeiterumfragen in KMU, oder aber wenn keine Repräsentativität angestrebt wird, etwa bei qualitativen Forschungsdesigns. Wird aber eine Online-Erhebung als repräsentativ verkauft, so tut der Leser gut daran, das Resultat mit höchster Vorsicht zu geniessen oder vorher mit oder vorher mit einem Fachmann/ Fachfrau zu sprechen. Wäre doch schade um den ganzen Aufwand, nur wegen Halbwissen ein schlechtes Ergebnis zu haben.