

Die „forsch“ als Forschungsobjekt

Studierende der Medienwissenschaft führten Umfrage durch



Foto: uk

Wie hoch ist der Bekanntheitsgrad der „forsch“, erreicht sie ihre Zielgruppen? Welche Themengebiete werden besonders gelesen und wie wirkt sie auf ihre Leser? Mit diesen Fragen beschäftigte sich die Studentin der Medienwissenschaft Sigrid Ostendorf in ihrer Arbeit zum Proseminar „Methoden der Medien- und Kommunikationsforschung“.

Studierende: Informativ, aber nicht so bekannt

In einer Stichprobe wurden 180 Studierende aus allen Fakultäten direkt angesprochen und füllten Fragebogen aus. Ergebnis: Den höchsten Bekanntheitsgrad hat die „forsch“ in der Katholisch-Theologischen, einen hohen auch in der Medizinischen, den niedrigsten in der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät. Rechnet man die Werte hoch, wüsste jedoch nur etwa ein Drittel der 38.000 Studierenden von ihrer Existenz. Schwierig war offenbar die Angabe zum Zeitaufwand, da Zeitschriften selten „am Stück“ gelesen werden. Der höchste Durchschnittswert lag mit 60 Minuten in der Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Fakultät. Favoriten sind die Rubriken Forschung (vor allem bei den Medizinerinnen), Hochschu-

le sowie Lernen und Lehren, weniger gefragt ist der Service-Teil. Bei der Abfrage der Wirkung auf die Leser bewegt sich die Beurteilung deutlich auf der positiven Seite mit Tendenz besonders zu „informativ“, aber u.a. auch „objektiv“ und „attraktiv gestaltet“. Fazit: der Mehrzahl der Studierenden ist die forsch unbekannt, bei Lesern erreicht sie – wenn auch keine stabile Bindung – einen „durchaus positiven Eindruck“, so Ostendorf.

Mitarbeiter:

Viele kennen und lesen sie

Professoren, wissenschaftliche Mitarbeiter, Mitarbeiter in Technik und Verwaltung sowie studentische Hilfskräfte wurden online befragt und getrennt ausgewertet. Helli Helbig betreute diesen Teil und verschickte dazu 558 Anfragen, und zwar an alle

Angehörigen einzelner Einrichtungen. Bei den antwortenden wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Mitarbeitern sowie den studentischen Hilfskräften erreicht die „forsch“ einen Bekanntheitsgrad von 80 %, bei den Professoren 65 %, wobei diese jedoch betont regelmäßig bzw. gezielt lesen. Die längste Lesezeit widmen wissenschaftliche Mitarbeiter der „forsch“. Eindeutig werden auch in dieser Befragung die Themenbereiche Hochschule, Forschung, Lehren und Lernen bevorzugt; in Technik und Verwaltung Tätige interessieren sich verstärkt für die Rubrik „Menschen“. Von der auch bei den Mitarbeitern vornehmlich positiven Beurteilung von Gestaltung und Aufbereitung setzen sich nur die studentischen Hilfskräfte ab – sie äußern sich sogar kritischer als ihre Kommilitonen. Fazit: Insgesamt genießt die „forsch“ bei den Gruppen der Mitarbeiter einen recht hohen Bekanntheitsgrad; eine echte Bindung besteht hauptsächlich bei den Professoren.

forsch auch online

Weil die Auflage zu klein ist, um alle Angehörigen der Universität zu erreichen, findet sich im Internet die online-Version der „forsch“ – und zwar nicht nur der aktuellen Ausgabe, sondern auch älterer im Archiv.

Gute Note von den Medien

In einer kleinen, aber detaillierten Umfrage zur Wirkung der Universität nach außen und innen wollte die Abteilung Presse und Information wissen, wie ihre Informationsangebote bewertet werden. Obwohl die Vertreter der Medien die „forsch“ auf einer Skala von 1 bis 6 etwas kritischer als Befragte anderer Gruppen zuordneten, gaben sie im Durchschnitt eine erfreuliche 1,9.

UK/FORSCH

Sorgt für den Überblick, was an der Uni Bonn so läuft: die „forsch“.



Foto: arc

Auf Invent(o)ur

Da liegt was in der Luft, wenn 100.000 Orchideen blühen! Aber mit Schätzungen geben sich Wissenschaftler aber ungern zufrieden; darum wurde jetzt nachgezählt: Professoren und Studenten der Landwirtschaftlichen Fakultät gingen zum bundesweiten „Tag der Artenvielfalt“ mit Journalisten auf Inventur-Tour. Ziel der Aktion war das Naturschutzgebiet Sistig-Krekeler Heide in der Eifel, ein rund 100 Hektar großes Areal mit Weiden, Berg- und Feuchtwiesen. Dort wurden Pflanzen- und Tierwelt, Bodenleben und Pilze „inventarisiert“. Die Aktion, zu der das Magazin GEO jährlich aufruft, ist eine der größten Feldforschungsmaßnahmen in Mitteleuropa und leistet einen wertvollen Beitrag zur Erhaltung und Dokumentation der heimischen Tier- und Pflanzenwelt.

Die Ergebnisse des Bonner Aktionstags werden am Dienstag, 5. August, im Universitätsclub vorgestellt.

ARC/FORSCH

Forschungsbericht 2001

Übersicht über die Bonner Forschungsaktivitäten

Knapp 1.500 Seiten ist er stark; in seinem Index finden sich allein unter „A“ rund 200 Einträge von „Abendmahl“ bis „Axonale Sprossung“ – der jetzt erschienene „Forschungsbericht 1999-2001“ der Universität Bonn gibt einen umfangreichen Überblick über die Forschungsaktivitäten an der Bonner Hochschule.

Mit ihrem Forschungsbericht – dem bislang siebten – legt die Universität Rechenschaft über ihre wissenschaftliche Tätigkeit ab. Der Bericht gibt Öffentlichkeit, Steuerzahlern, Ministerien, Förderorganisationen und Sponsoren einen Überblick über die

ganze Breite der bearbeiteten Themen und die wissenschaftlichen Ergebnisse von über 500 Professoren und 3.000 Mitarbeitern; über acht Sonderforschungsbereiche und 14 Graduiertenkollegs ebenso wie über 2.928 Forschungsschwerpunkte und rund 13.000 Veröffentlichungen. Der umfangreiche Index erleichtert die Recherche im Datenbestand.

Der Bericht ist im Internet unter <http://forbe.informatik.uni-bonn.de/> abrufbar. Ansprechpartner: Rüdiger Mull, Dezernat 8 - Transfer und Öffentlichkeitsarbeit, Telefon: 0228/73-3330, E-Mail: transfer@uni-bonn.de

Informationen rund um die Uni

„Traditionell modern / Traditionally modern“ – unter diesem Titel gibt es gleich zwei Möglichkeiten, sich über die Universität Bonn zu informieren. Die **CD-ROM** bietet deutsch und englisch in einer Multimedia-Show mit Text, vielen Bildern und kurzen Videosequenzen Informatives und „Atmosphärisches“ zum Studieren, Arbeiten und Leben an der Universität Bonn, in Stadt und Umland. Die CD-ROM ist für 1,50 Euro bei der Universitätskasse erhältlich. Wer Wissenswertes lieber kompakt auf Papier mag, erhält einen umfassenden Eindruck in der deutsch-englischen **Broschüre**. „Viele Wege führen nach Bonn“, „Im Rheinland verwurzelt – in der Welt zu Hause“, „Zentren für Querdenker“ sind Beispiele für die kurzen, bunt bebilderten Beiträge. Die Broschüre gibt es kostenlos bei der Abteilung Presse und Information.

Die „**Bonn University News international**“ 2003 zeigt farbig bebildert in englischer Sprache Blitzlichter aus der Universität. Sie ist für Gäste aus dem Ausland oder zum Mitnehmen für Partner der Universität bei eigenen Auslandsaufenthalten gedacht und kostenlos bei der Abteilung Presse und Information erhältlich.

Weiterhin erhältlich ist das Buch „**Perspektiven** – Forschung und Lehre an der Universität Bonn“, das ebenfalls zweisprachig einen spannenden, beispielhaften Einblick in Hörsäle und Labors ermöglicht. Universitätsangehörige erhalten es für 5 Euro bei der Universitätskasse.

Wir machen Druck. Mit wachen Druck

**Ob Sammelband, Vorlesungsskript,
Festschrift oder Visitenkarte:**

Die Hausdruckerei der Universität Bonn
bietet Ihnen

Beratung bei Druckvorhaben,
Hilfestellung zur Erzeugung entsprechender Dateien,
hochwertigen Druck in Farbe und schwarz-weiß
sowie die Endverarbeitung und kostenlose Auslieferung.

Informieren Sie sich über unsere Dienstleistungen
bei Koordinator Peter Braun,
Telefon 0228 / 73-5103, Fax -9696
oder im Internet unter www.druckerei.uni-bonn.de