

Anhang: Fragebogen**Unsicherheitsreduktion bei Dienstleistungen****Interviewleitfaden**

1. Welches sind Ihre Ziele/Motive für das Studium?

2. Was macht Qualität bei Bildung für Sie aus?

3. Nach welchen Kriterien haben Sie die Auswahl vorgenommen?

4. Was konnten Sie im Vorfeld beurteilen?

Punkteskala:

1: trifft überhaupt nicht zu

2: trifft im Großen und Ganzen nicht zu

3: trifft eher nicht zu

4: trifft eher zu

5: trifft im Großen und Ganzen zu

6: trifft voll und ganz zu

10. "Statements"

- | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| a) Das Studium ist für mich von großer Wichtigkeit | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| b) Ich hatte keine Schwierigkeiten bei der Beurteilung der Qualität | | | | | | |
| ▪ zu Beginn des Entscheidungsprozesses | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| ▪ im Zeitpunkt der Vertragsunterzeichnung | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| ▪ nach Beendigung des Studiums | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| c) Ich habe keine Mühen gescheut, Informationen im Vorfeld zu beschaff. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| d) Ich habe mich auf die Aussagen des Anbieters verlassen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| e) Für die Entscheidung hatte ich viel Zeit | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| f) Entscheidungen wäge ich meistens sorgfältig ab | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| g) Informationen im Vorfeld der Kaufentscheidung haben Unsicherheit
entscheidend reduziert | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| h) Ich bin ein risikofreudiger Mensch | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| i) Ich bin mit dem Studium zufrieden | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| j) Ich werde das Studium weiterempfehlen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

11. Selektion wichtigster Indikatoren zur Reduzierung der Unsicherheit im Bereich Bildung

Der Indikator ... reduziert die Unsicherheit am meisten, bitte jeweils Plätze 1-6 vergeben

a) im Vorfeld des Studiums

b) Gesamt

	Studium		Hypothetisch zukünftig	
	Ranking Platz 1-6 Vorfeld	Ranking Platz 1-6 gesamt	Ranking Platz 1-6 Vorfeld	Ranking Platz 1-6 gesamt
Reputation (Guter Ruf, Image) Institution				
Reputation Dozent				
Bekanntheit				
Erfahrung mit dem Anbieter				
Markenname/Logo				
Marktanteil				
Werbung				
Alter des anbietenden Instituts				
Leistungsdarstellung Broschüre				
„Proben“, Tag der offenen Tür				
Telefonkontakt				
Empfehlung Bekannte				
Empfehlung von Experten				
Referenzen				
Preis				
Garantie (z. B. Zufriedenheitsgarantie, Wiederholungsmöglichkeiten)				
Erfolgsabhängige Bezahlung, Lernerfolg (modulweise)				
Einrichtung/Ausstattung				
Erreichbarkeit				
anerkannter Abschluss, Urkunde				
Qualifikation Personal				
Freundlichkeit Personal				
Aussehen Personal				
Messeauftritt				
Unterrichtsmaterialien				
Curriculum				
Selektion durch Aufnahmekriterien				
Urteil Stiftung Warentest				
Verbandsmitgliedschaft				
Gütesiegel				
direkte Interaktionen				
andere Moments of Truth:				