



# PROJEKTBERICHT

2023-II

(Weiter-)Entwicklung digitaler Lern- und Lehrmittel zur  
Verbesserung der Studienqualität sowie zur  
Aktivierung der Studierenden (Fortsetzung)

**Projektleitung**

Univ.-Prof. Dr. Peter Kenning



## Projektbericht

### 1. Ausgangssituation/Gründe für den Einsatz von E-Learning

Mit zuletzt 598 Kursteilnehmenden (Wintersemester 2022/23) gehört der Grundlagenkurs „Absatz und Beschaffung“ zu den am stärksten frequentierten Vorlesungen im wirtschaftswissenschaftlichen Studium an der Heinrich-Heine-Universität. Die Vorlesung vermittelt Wissen, auf das spätere Vertiefungsmodule konkret aufbauen, sodass es für den Lehrstuhl von hoher Relevanz ist, die zentralen Lehrinhalte über verschiedene methodisch-didaktische Wege in der Breite verständlich zu machen. Aus diesem Grund hat der Lehrstuhl bereits in der Vergangenheit Lernvideos zu wichtigen in der Vorlesung behandelten Theorien und Modellen produziert, was von Studierenden als äußerst hilfreich wahrgenommen wurde.

Da jedoch weiterhin relevante Vorlesungsinhalte existierten, die noch nicht in Form von Lernvideos aufbereitet wurden und regelmäßig zu Nachfragen der Studierenden führten, hat sich der Lehrstuhl dazu entschieden, zehn neue Lernvideos zu verbleibenden relevanten Inhalten aus der Vorlesung zu erstellen. Studierende erhalten dadurch die Möglichkeit, die Lehrinhalte in ihrem eigenen Lerntempo sowie zeit- und ortsunabhängig zu wiederholen und zu festigen. Um Studierende nicht nur in der Nachbereitung zu unterstützen, sondern auch eine eingehende kritische Auseinandersetzung mit relevanten Inhalten der Vorlesung zu fördern, wurde zudem beschlossen, zu jeder Vorlesung jeweils eine Quizfrage mit Bezug auf einen zentralen Lehrinhalt zu erstellen. Durch die insgesamt elf Quizfragen erhalten Studierende auch die Möglichkeit der Überprüfung ihres Wissensstandes.

### 2. Ziele und Zielgruppen

Sowohl mit den Lernvideos als auch mit den Quizfragen wird das Ziel verfolgt, den Studierenden adäquate Möglichkeiten der Nachbereitung zentraler Vorlesungsinhalte zu bieten. Insbesondere die Lernvideos können allerdings auch jederzeit zur Vorbereitung auf Vertiefungsmodule im Bachelor- und im Masterstudium genutzt werden, in denen das Verständnis gewisser Theorien und Modelle bereits vorausgesetzt wird. Zusätzlich zielen die Lernvideos darauf ab, die unterschiedlichen Wissensstände der Studierenden zu homogenisieren, was die Chancengleichheit fördert. Dem Lehrstuhl ermöglicht die



Bereitstellung der Lernvideos zudem eine effizientere Allokation zeitlicher Ressourcen, die aufgrund der stetig steigenden Anzahl an Studierenden immer bedeutsamer wird.

Die Bereitstellung der Quizfragen wiederum trägt dazu bei, dass sich die Studierenden schon während des Semesters und nicht erst unmittelbar vor der Modulabschlussprüfung eingehend mit den Vorlesungsinhalten auseinandersetzen. Ebenso können die Studierenden durch die Quizfragen regelmäßig ihren Wissensstand überprüfen und sich so einen Eindruck davon verschaffen, welche Themen gegebenenfalls noch einmal gesondert behandelt werden sollten. Sowohl die Lernvideos als auch die Quizfragen sprechen jedes Jahr aufs Neue eine Zielgruppe an, die aus über 500 Erstsemesterstudierenden besteht.

### **3. Umsetzung**

Zunächst wurden insgesamt zehn Lernvideos zu besonders relevanten Vorlesungsinhalten produziert, die bislang noch nicht durch andere Lernvideos abgedeckt wurden. Für jedes Lernvideo wurden im ersten Schritt PowerPoint-Folien erstellt, auf denen die Inhalte des jeweils behandelten Themas konzentriert behandelt werden. Im zweiten Schritt wurde schließlich zu jeder erstellten PowerPoint-Folie Text gesprochen, wobei darauf geachtet wurde, dass die Erklärungen mit jenen aus der wöchentlichen Vorlesung vereinbar sind, gleichwohl aber durch neue Beispiele und alternative Formulierungen einen zusätzlichen Mehrwert bieten. Die Lernvideos setzen sich dann aus den jeweiligen Foliensätzen und dem gesprochenen Text zusammen und sind maximal zehn Minuten lang.

Als zweite Komponente des E-Learning-Projekts wurde zu jeder Vorlesung eine Quizfrage erstellt, die sich auf einen zentralen Lehrinhalt bezieht. Zu den insgesamt elf Quizfragen gehören zwei Single-Choice-Fragen und neun Freitext-Fragen, welche größtenteils bewusst so gestaltet wurden, dass sie nicht nur eine eindeutige Antwort zulassen, die den Vorlesungsunterlagen zu entnehmen ist. Vielmehr sollen Studierende bei der Beantwortung der Fragen über den Tellerrand blicken und das durch die Vorlesung erlangte Wissen mit eigenen Ansätzen kombinieren, um dadurch einen echten Lernerfolg zu erzielen.

Sowohl die Lernvideos als auch die Quizfragen werden über die E-Learning-Plattform ILIAS zur Verfügung gestellt, worauf regelmäßig an entsprechender Stelle innerhalb der Vorlesung



hingewiesen wird. Musterlösungen sowie Lösungsvorschläge zu den Quizfragen werden zeitversetzt ebenfalls über ILIAS bereitgestellt. Fragen zu den Lernvideos und Quizfragen werden im Rahmen der wöchentlichen Wiederholungseinheit zu Beginn der Vorlesung beantwortet. Treten weiterführende Fragen auf, können diese auch jederzeit persönlich in einer E-Mail oder bei einem Gesprächstermin gestellt werden.

#### **4. Ergebnisse und Ausblick**

Da der Lehrstuhl im Rahmen vergangener Projekte bereits Erfahrungen mit dem Produzieren von Lernvideos sammeln konnte, verlief die Konzeption und Erstellung der Lernvideos weitgehend problemfrei. Eine Herausforderung bestand allerdings in der Erstellung von Quizfragen, deren Beantwortung tatsächlich einen Mehrwert für Studierende schafft. Dem Lehrstuhl war es besonders wichtig, keine Quizfragen bereitzustellen, für deren Beantwortung ein bloßer Blick in die Vorlesungsunterlagen genügt, sondern Aufgaben zu schaffen, die Studierende zum Nachdenken anregen und vor Herausforderungen stellen. Ein erstes positives Feedback von Studierenden deutet darauf hin, dass dies gelungen ist.

Ein Problem bei der Umsetzung des E-Learning-Projekts lag in der Integration der Quizfragen in die Lehre. Ursprünglich war geplant, die Quizfragen mittels eines Abstimmungssystems in die Vorlesung zu integrieren und so die Interaktion mit den Lehrenden zu fördern. Bei der Umsetzung wurde dann aber festgestellt, dass der zeitliche Rahmen der Vorlesung aufgrund der zur Beantwortung der Fragen notwendigen Bedenkzeit und der Besprechung der Antworten nicht mehr einzuhalten war. Um dieses Problem zu lösen, hat der Lehrstuhl sich dazu entschieden, die Quizfragen ausschließlich über ILIAS zur Verfügung zu stellen und nur bei Rückfragen in der Vorlesung zu besprechen. Diese Lösung erfordert zwar mehr Eigenverantwortung der Studierenden, erhöht aber auch deutlich die zur Besprechung der Lehrinhalte zur Verfügung stehende Zeit, wovon die Studierenden letztendlich profitieren.

Der Lehrstuhl wird genau beobachten, wie die Videos und Quizfragen von den Studierenden angenommen werden, und daraus Schlüsse für zukünftige Projekte ableiten. Zurzeit ist zum einen geplant, die Lehrveranstaltungen um weitere digitale Elemente zu ergänzen, da diese einen äußerst nachhaltigen Nutzen bieten, indem sie vielen Studiengenerationen



zugutekommen. Zum anderen möchte der Lehrstuhl auch das Angebot an digitalen Lehrinhalten rund um die Marketingforschung und das wissenschaftliche Arbeiten ausbauen.

## 5. Ergänzendes Anschauungsmaterial



# Preisdifferenzierung und Preisbündelung

Beispiel: Personelle Preisdifferenzierung

### Essen I



Pasta (20a)  
Sauce bolognaise [R] (22)  
geriebener Käse (1,19,31,15)

Studierende: 1,50 €  
Bedienstete: 4,10 €  
Gäste: 4,10 €

### Essen II



Pfannengemüse mit Kokosmilch [V] (21,20a)

Studierende: 1,50 €  
Bedienstete: 4,10 €  
Gäste: 4,10 €

### Eintopf



Weißer Bohneneintopf [V] (11,22)  
Weizenbrötchen (19,21,15,20a,20b,20c)

Studierende: 1,20 €  
Bedienstete: 2,70 €  
Gäste: 2,70 €

3

**Abbildung 1:** Auszug aus dem Lernvideo zu Preisbündelung und Preisdifferenzierung

Ein Hersteller von Videorekordern sieht sich in einem oligopolistischen Markt einem zunehmenden Konkurrenzdruck insbesondere von fernöstlichen Billiganbietern ausgesetzt. Es ist davon auszugehen, dass der Marktanteil des Herstellers in diesem wachsenden Markt bei konstantem Marketing-Mix von zurzeit 8 % auf 3 % in vier Jahren sinken wird. Aus Marktstudien weiß die Marketingleitung, dass die Nachfrager überproportional auf Preisänderungen reagieren. Sollte der Hersteller als Reaktion auf diese Situation lieber die Preise senken und den Billiganbietern anpassen (Preisführerschaft) oder die Qualität des Produkts erhöhen (Qualitätsführerschaft)? Begründen Sie bitte Ihre Antwort.

**Beispiel für eine Quizfrage zu relevanten Vorlesungsinhalten**