

Studiebarometeret: Rapport 4–2015

# Studiebarometeret 2014 – tiltak for høy svarprosent

Pål Bakken



NOKUT 

*NOKUT gjennomførte den nasjonale studentundersøkelsen Studiebarometeret for andre gang høsten 2014. I alt deltok cirka 25 000 studenter, noe som utgjør 42 % av alle som fikk tilsendt spørreskjemaet. I 2013 besvarte 32 % av studentene som fikk skjema undersøkelsen.*

*I etterkant av denne undersøkelsen – i desember 2014 – foretok NOKUT en rundspørring på institusjonene, for å avdekke hvilke tiltak som ble brukt for å få studentene til å besvare spørreskjemaet, og hvilke tiltak som anses som de mest effektfulle. Forhåpentligvis kan viktige lærdommer trekkes ut av dette materialet, som kan brukes til å oppnå enda høyere svarprosent i neste undersøkelse (høsten 2015), og på den måten få mer robuste tall på studieprogramnivå.*

## **Sammendrag**

I 2014 var 58 universiteter og høyskoler og 1 738 studieprogram med i undersøkelsen. Totalt sett utgjør dette over 58 000 studenter, av de besvarte 42 % spørreskjemaet. Svarprosenten varierte kraftig mellom institusjonene, og mellom ulike studieprogram på samme institusjon.

Studiebarometeret har kontaktpersoner ved hver institusjon. Flere av disse besvarte en undersøkelse om hvilke tiltak for høy svarprosent som ble brukt og hvilken effekt de hadde. Formålet med undersøkelsen og denne rapporten er å identifisere tiltak som gjør det lettere å oppnå enda høyere svarprosent i de neste undersøkelsene.

Følgende tiltak vurderes som de mest effektfulle:

- Informasjon i undervisningen fra studenttillitvalgte eller ansatte, gjerne kombinert med å sette av tid til å svare på undersøkelsen i undervisningen
- Informasjon til faglærere, programledere og institutt-/avdelingsledere
- Informasjon til studentene via e-post
- God ledelsesforankring
- Å skape et lokalt konkurranseklima, gjerne forsterket med lokale svarpremier

## Innhold

Sammendrag .....	1
1. Innledning.....	3
2. Studiebarometerets svarinngang 2014 .....	4
3. Hvilke lokale tiltak ble mest brukt i Studiebarometeret 2014? .....	4
4. Hvilke lokale tiltak hadde mest effekt? .....	6
4.1 Alle institusjonene .....	6
4.2 Institusjonene med høyest svarprosent.....	7
5. Nasjonale tiltak.....	8
Vedlegg 1: Tiltak brukt av institusjonene, tabell .....	10
Vedlegg 2: Effekt av tiltak, tabell.....	11
Vedlegg 3: Tekstlig beskrivelse av effekt av tiltak, tabell .....	12
Vedlegg 4: Synspunkter på flyere og plakater, tabell.....	13

## 1. Innledning

Den nasjonale studentundersøkelsen Studiebarometeret gjennomføres av NOKUT, på oppdrag fra Kunnskapsdepartementet. En del av oppdraget var å presentere resultater fra undersøkelsen i en ny nettportal. Spørreundersøkelsen kartlegger studentens oppfatning av kvalitet på sitt studieprogram.

Mange svar og høy svarprosent er av vesentlig betydning for at institusjonene kan bruke data i eget kvalitetsarbeid og for at studenter og studiesøkere skal kunne finne studentenes synspunkter på studiekvalitet i Studiebarometerets nettportal.

NOKUT tror at det er mulig å oppnå enda høyere svarprosent enn tidligere, blant annet fordi vi vet stadig mer om hvilke tiltak som egner seg best for å oppnå høy svarprosent.

Dette dokumentet beskriver hvilke tiltak institusjonene kan gjøre for å bidra til at flest mulig studenter besvarer spørreskjemaet de mottar. Dokumentet berører ikke andre viktige elementer, som institusjonene i mindre grad kan påvirke, for å få studentene til å svare.<sup>1</sup>

Alle institusjoner er forskjellige, og det som virker godt et sted trenger ikke nødvendigvis å virke godt et annet sted. Det er vanskeligere for enkelte typer institusjoner å oppnå like høy svarprosent som andre. Vi ser for eksempel at det gjennomgående er enklere å oppnå høy svarprosent på små institusjoner, gjerne også på institusjoner med kvinnedominerte studieprogram innen helse-/sosial.

Det er vanskelig å vurdere hvilke tiltak som traff best, da må nesten studentene spørres hvorfor de besvarte og hvordan de ble informert om undersøkelsen. Det er også svært vanskelig å isolere effekten av et enkelt tiltak, når flere tiltak kjøres mer eller mindre parallelt. Den langsiktige effekten av flere tiltak antas å ha virket i store deler av undersøkelsesperioden. Likevel er Studiebarometerets kontaktpersoner (minst en på hver institusjon) for prosjektet de nærmeste til å vurdere dette.

NOKUT har indikasjoner på at kontaktpersonenes engasjement og gjennomslagskraft påvirker svarprosenten på institusjonene.

Det ble jobbet aktivt med markedsføringstiltak overfor studentene, både fra NOKUTs og institusjonenes side. Den klart viktigste delen av dette arbeidet ble utført av institusjonene.

Etter at undersøkelsen i 2014 ble gjennomført, innhentet NOKUT synspunkter på hvilke tiltak som anses som mest effektfulle. I alt var 58 institusjoner med i Studiebarometeret, 42 av dem besvarte undersøkelsen. Undersøkelsen besto av følgende hoveddeler:

- Spørsmål om hvilke lokale informasjonstiltak som ble brukt
- Spørsmål om hvilken effekt tiltakene hadde på svarprosenten
- Spørsmål om synspunkter på de tiltakene NOKUT gjennomførte

Skjemaet var en miks av graderingss spørsmål med faste svaralternativer og fritekstspørsmål.

En tilsvarende undersøkelse ble gjennomført i 2013, resultatene derfra samsvarer godt med denne.

---

<sup>1</sup> Som for eksempel tidspunkt for utsendelse, utsendingenes layout, spørreskjemaets lengde, type spørsmål etc.

## 2. Studiebarometerets svarinngang 2014

Studiebarometeret oppnådde en svarprosent på 42 i 2014, 10 prosentpoeng høyere enn i 2013. Økningen skyldes trolig at Studiebarometeret var langt mer og bedre kjent blant tilsatte og studenter ved institusjonene enn i 2013. I tillegg kommer at institusjonene var langt mer forberedte på gjennomføringen av undersøkelsen, at de var mer engasjerte og at de hadde mer kunnskap om hvilke tiltak som burde bli gjennomført for å oppnå høy svarprosent.

Det er stor variasjon mellom institusjonene, svarprosenten varierte fra 25 % til 92 %. Sammenlignet med 2013, oppnådde de fleste institusjonene en større svarinngang. De fire institusjonene med høyest svarprosent er alle små, spesialiserte institusjoner, to av dem har bare helseutdanninger. Fagsammensetning, institusjonsstørrelse og andre lokale forhold påvirker svarprosenten på institusjonene. Svarinngangen beskrives langt mer grundig i en annen rapport på <http://www.nokut.no/studiebarometeret/analyser>

De aller fleste responderer på en invitasjon/påminnelse til å delta i undersøkelsen i løpet av samme dag og dagen etter en invitasjon. Svarinngangen synker markant de påfølgende dagene. Hver invitasjon har altså god effekt i to dager.

Institusjonenes lokale tiltak påvirker imidlertid også. Trolig ble undersøkelsen gradvis bedre kjent blant studentene, noe som kan ha gitt en langsom «snøballeffekt» i løpet av den tre uker lange svarperioden. Institusjonene kunne følge med på svarinngangen per studieprogram, og mange satte i verk målrettede tiltak overfor studieprogram med lav svarprosent. Det ble observert store byk i svarprosent på noen institusjoner underveis i perioden på grunn av dette.

NOKUT gjennomførte følgende utsendelser av lenke til e-post:

- første invitasjon ble sendt til studentenes «private» e-post 14. oktober
- en påminnelse ble sendt på SMS 16. oktober
- en påminnelse ble sendt til studentens «institusjons-e-post» 21. oktober
- en ny e-post til studentenes «private» e-post ble sendt 28. oktober
- en siste påminnelse ble sendt via SMS 30. oktober

Det er NOKUTs oppfatning at alle disse kanalene for utsending er viktige. Privat e-post har mest effekt og SMS nest mest effekt på svarinngangen. Institusjonene ble spurt om sin vurdering av kanalenes effektivitet, de aller fleste av de 25 som svarte på dette spørsmålet mener det er viktig å bruke begge kanaler. Effekten av de ulike kanalene er mer inngående beskrevet i analysen om gjennomføring og svarinngang på <http://www.nokut.no/studiebarometeret/analyser> .

## 3. Hvilke lokale tiltak ble mest brukt i Studiebarometeret 2014?

I spørreskjemaet vi sendte kontaktpersonene, ble de bedt om å oppgi omfanget av bruk av en del tiltak vi vet mange institusjoner gjør. Skalaen vi ba de oppgi sine svar etter, er «Ble ikke brukt» - «Ble brukt i noen grad» - «Ble mye brukt». Disse svarene er gitt tallverdiene 1, 2 og 3, som danner grunnlag for en gjennomsnittscore (jo høyere score, jo mer er tiltaket brukt). I tillegg kunne de svare «Vet ikke / ikke relevant». Alle de 42 respondentene har fylt ut svar på disse spørsmålene. Alle detaljer finnes i vedlegg 1, under følger en tabell som viser de ti mest brukte tiltakene.

**Tabell 1: De mest brukte tiltakene for høy svarprosent i 2014**

	Ble ikke brukt	Ble brukt i noen grad	Ble mye brukt	Gjennomsnitt
Informasjon til de (nærmest) ansvarlige for studieprogrammene	7,7%	17,9%	74,4%	2,7
Informasjon til institutt-/avdelingsledere	11,9%	14,3%	73,8%	2,6
Informasjon på elektroniske læringsplattformer	9,5%	21,4%	69,0%	2,6
Informasjon til det lokale studentdemokratiet	13,5%	29,7%	56,8%	2,4
Informasjon på Facebook/andre sosiale medier	12,2%	39,0%	48,8%	2,4
Informasjon til fakultetsledere	21,4%	21,4%	57,1%	2,4
Informasjon til studentparlamentet	21,9%	25,0%	53,1%	2,3
Informasjon til faglærerne	11,9%	45,2%	42,9%	2,3
Faglærere informerte studentene i tilknytning til undervisningen	11,1%	47,2%	41,7%	2,3
Informasjon via plakater	17,5%	35,0%	47,5%	2,3

Tabellen er sortert etter hvor mye tiltakene er brukt: de mest brukte tiltakene står øverst.

Nesten alle har gitt informasjon til grupper av faglig tilsatte: bare tre institusjoner har ikke gjort det, to av de er svært små og spesialiserte institusjoner. Mange (32) institusjoner har informert både de (nærmest) ansvarlige for studieprogrammene, institutt-/avdelingsledere og faglærerne. Av de 22 største institusjonene som svarte, oppgir 20 at de har informert faglærerne, 21 at de har informert de (nærmest) ansvarlige for studieprogrammene og 20 har informert til institutt-/avdelingsleder.

Nesten alle har også informert via elektroniske læringsplattformer: bare fire oppgir at det ikke ble informert her. Av de 22 største, er det bare en som ikke ha brukt elektroniske læringsplattformer. Facebook ble brukt i nesten samme omfang, mens Twitter bare ble brukt av ti institusjoner. Interne nettsider ble brukt av ganske mange institusjoner, mens eksterne nettsider i liten grad ble brukt.

Nesten alle (35) har gitt informasjon til studentene i tilknytning til undervisningen. De fleste (32) har fått faglærer til å informere, mens en god del har brukt andre tilsatte eller studenttillitsvalgte. Ganske mange (20) har brukt flere enn en gruppe til å informere i undervisningen.

Mange institusjoner informerer også det lokale studentdemokratiet og studentparlamentet. Nesten alle de 22 største institusjonene oppgir at de har brukt det lokale studentdemokratiet: 13 svarer «Ble mye brukt», 8 «I noen grad brukt». Tallene er nesten lik for bruk av studentparlamentet.<sup>2</sup>

Tiltak som i liten grad ble brukt var informasjon via Twitter, trykte medier og bruk av flyere og svarpremiering. Bare sju institusjoner hadde ulike former for lokal premiering av studieprogram eller organisatorisk enhet med høy svarprosent, eller til tilfeldig uttrukne studenter.

Gjennom det åpne svar/kommentar-feltet fikk vi inn en rekke innspill basert på egne erfaringer. Kontaktpersonene trekker fram mye av det samme som er gjengitt ovenfor. I tillegg fremheves ledelsesforankring på alle nivå, det å utarbeide en plan i forkant, e-poster og SMS med påminnelse til

<sup>2</sup> Mange Studentparlament, lokale studentdemokrati og tillitsvalgte informerer om Studiebarometeret uavhengig av institusjonene, og de kan til dels påvirke institusjonene til å informere om Studiebarometeret.

studenter, jevnlig oppdateringer om svarinngang til ansatte og studenter, og det å skape konkurranseklima<sup>3</sup> mellom avdelinger/studieprogram som tiltak som ble brukt.

#### 4. Hvilke lokale tiltak hadde mest effekt?

Som nevnt tidligere er det vanskelig å isolere effekten av ulike tiltak, og dermed også vanskelig å vite hvilke tiltak som er mest treffsikre. Imidlertid er kontaktpersonene på den enkelte institusjon best egnet til å gjøre slike vurderinger, da de i stor grad fulgte tett med på utrulling av de lokale tiltakene og på svarinngangen.

Kontaktpersonene ble bedt om å vurdere tiltakenes effekt. Som forventet svarte mange, nesten en tredjedel i gjennomsnitt per tiltak, at effekt ikke kan vurderes. Like mange svarte at tiltakene ikke ble brukt. Flere har også *kommentert* at det er vanskelig å vurdere effekt. Dette gjelder blant annet noen av de største institusjonene, som ikke har noen sentral oversikt over hvilke tiltak fakultet og institutter har gjort. Flere av de 42 institusjonene som besvarte spørsmålet har dermed ikke kunnet vurdere tiltakenes effekt.

##### 4.1 Alle institusjonene

Likevel er det i gjennomsnitt 16 institusjoner som har gitt en vurdering av tiltakenes effekt. Skalaen vi ba de oppgi sine svar etter, er «Lav effekt» - «Middels effekt» - «Høy effekt». Disse svarene er gitt tallverdiene 1, 2 og 3, som danner grunnlag for en gjennomsnittscore (jo høyere score, jo mer effekt anses tiltaket å ha). Antall og andel som har vurdert effekt varierer dermed med hvor mange som har brukt det enkelte tiltaket. Under følger en tabell som viser de ti tiltakene som er ansett for å ha høyest effekt. NB! Tiltak med færre enn ti vurderinger er ekskludert, se vedlegg 2 for alle detaljer.<sup>4</sup>

**Tabell 2: Tiltakene som anses å være mest effektfulle for høy svarprosent i 2014**

	Lav effekt	Middels effekt	Høy effekt	Gjennomsnitt
Studenttillitsvalgte informerte studentene i tilknytning til undervisn.	6,7%	26,7%	66,7%	2,6
Andre tilsatte informerte studentene i tilknytning til undervisningen	16,7%	22,2%	61,1%	2,4
Faglærere informerte studentene i tilknytning til undervisningen	8,7%	39,1%	52,2%	2,4
Informasjon til studentene via e-post	22,2%	22,2%	55,6%	2,3
Informasjon til faglærerne	14,8%	48,1%	37,0%	2,2
Informasjon til de (nærmest) ansvarlige for studieprogrammene	21,4%	39,3%	39,3%	2,2
Informasjon til det lokale studentdemokratiet	25,0%	33,3%	41,7%	2,2
Informasjon til studentparlamentet	25,0%	37,5%	37,5%	2,1
Informasjon på elektroniske læringsplattformer	13,8%	65,5%	20,7%	2,1
Informasjon på Facebook/andre sosiale medier	17,4%	65,2%	17,4%	2,0

Tabellen er sortert etter tiltakenes anslåtte effekt: de mest effektfulle tiltakene står øverst.

Det mest effektfulle tiltaket – ifølge kontaktpersonene – er informasjon i undervisningen, enten fra studenttillitsvalgte, fra «andre ansatte» eller fra faglærere. Av de mellom 29 og 34 institusjonene

<sup>3</sup> I tillegg kommer at Studentparlamentet ved minst en institusjon organiserte en konkurranse.

<sup>4</sup> Tiltak med få vurderinger: gjelder spesielt bruk av (lokal) svarpremiering, som er ansett som svært effektfullt av de få (6) svarende institusjonene som både har prøvd tiltaket og som har vurdert det. Dette gjenspeiles både i effektvurderingene og i de åpne kommentarfeltene. To institusjoner fremhever premiering i form av kake til program med høy svarprosent som et godt insitamant.

som informerte i undervisningen på en eller flere av disse måtene, vurderte mellom 15 og 23 tiltakene. Bare mellom 1 og 3 mener at informasjonstiltakene har lav effekt, mens mellom 10 og 12 mener at de har høy effekt.

Andre tiltak med en høy score er blant annet informasjon til studentene via e-post, informasjon til faglærerne, programlederne og det lokale studentdemokratiet. Informasjon på Facebook anses som å ha middels effekt av 15 av de 23 som har vurdert effekten, 4 mener effekten er lav og 4 mener den er høy. Omtrent samme svarfordeling er det på spørsmålet om informasjon på læringsplattformer.

Tiltakene som anses å ha *minst* effekt er informasjon på interne og eksterne nettsider, Twitter, plakater, flyere og informasjon til læringsmiljøutvalg. Eksempelvis mener 16 av de 20 som gir sin vurdering av papirplakater at effekten er lav, mens på den annen side mener 10 av 17 at bruk av plakater på monitoren har middels effekt. Hele 12 av 17 mener det har lav effekt å gi informasjon til læringsmiljøutvalg.

Blant de 22 største institusjonene er bildet temmelig likt som for alle institusjonene sett under ett. Av de mellom 8 og 13 som har vurdert ulike aktørers informasjon i undervisningen, svarer i snitt 6,3 at slik informasjon har høy effekt, 3,0 at den har middels effekt og 1,0 at den har lav effekt.

Blant de minste institusjonene er også bildet svært likt som for alle under ett, her anses imidlertid informasjon i allmøter som effektivt av flere institusjoner.

I et åpent spørsmål kunne institusjonene oppgi eventuelt andre tiltak enn de som var listet opp i spørreskjemaet som hadde god effekt. Flere nevner oppfølging av studieprogram med lav svarinnang som et godt tiltak. En del andre institusjoner nevner at det å sette av tid i undervisningen til å svare på spørreskjemaet gir gode resultater. To institusjoner, i tillegg til de seks som besvarte spørsmålet om premiering, nevner å skape en lokal konkurransekultur som et effektivt tiltak.

I vedlegg 3 gjengis institusjonenes kommentarer fra et fritekstfelt tilknyttet vurderingen av effekt.

## 4.2 Institusjonene med høyest svarprosent

Mange av institusjonene med høyest svarprosent i 2014 er små, spesialiserte institusjoner, og dermed ikke representative for større institusjoner.

Åtte institusjoner svarte på denne undersøkelse og hadde en svarprosent på over 55 % i 2014.<sup>5</sup> Mange (seks) av disse er små og spesialiserte institusjoner. Av de åtte, har fem vurdert effekten av følgende tiltak høyest:

- Studenttillitsvalgte informerer i undervisningen (alle fem vurderer dette å ha høy effekt)
- Faglærere eller andre tilsatte informerer i undervisningen blir vurdert nesten like høyt
- Informasjon til det lokale studentdemokratiet vurderes også å ha høy effekt

---

<sup>5</sup> Haraldsplass diakonale høgskole, Rudolf Steinerhøgskolen, Bjørknes Høgskole, Høgskolen Betanien, Høgskolen Stord/Haugesund, Høgskolen i Østfold, Høgskolen Diakonova og Lovisenberg diakonale høgskole.



Blant de åtte er det to statlige høyskoler (Høgskolen Stord/Haugesund og Høgskolen i Østfold). Begge vurderer effekten av de samme tiltakene som nevnt ovenfor til å gi høy effekt, i tillegg oppgis informasjon til faglærere, programledere og institutt-/avdelingsledere av begge som å ha høy effekt. Et annet fellestrekk ved disse to institusjonene, er at det ble lagt planer på institusjonene på forhånd for hvordan de skulle oppnå høy svarprosent.

To andre statlige høyskoler, Høgskolen i Sogn og Fjordane (62 %) og Høgskolen i Sør-Trøndelag (58 %) oppnådde også høy svarprosent, men besvarte ikke denne undersøkelsen. Basert på samtaler med sentrale personer der, vet vi at en eller begge av disse institusjonene brukte følgende tiltak for å få høy svarprosent:

- Informasjon til og bruk av tillitsvalgte til å promotere undersøkelsen i undervisningen
- Faglærerne engasjerte seg og promoterte undersøkelsen
- Skape et lokalt konkurranseklima, blant annet ved hjelp av premiering til program/enheter
- Forankring i ledelsen og bruk av data fra Studiebarometeret som en del av institusjonens kvalitetssikringssystem

## 5. Nasjonale tiltak

Kunnskapsministeren skrev brev til ledelsen ved institusjonene med oppfordring til å arbeide for å heve svarprosenten. Kunnskapsdepartementet bruker data fra Studiebarometeret i sin dialog med institusjonene.

NSO har i mange sammenhenger støttet Studiebarometeret og oppfordret studenter til å delta i undersøkelsen.

NOKUT gjorde følgende tiltak i 2014:

- Informasjonsmateriell (plakater tilpasset utskrift og monitorer og flyere) ble utarbeidet. Langt over halvparten av institusjonene som besvarte undersøkelsen benyttet disse. Flyere ble ikke mye brukt, mens plakater (både i papirform og på monitorer) ble brukt av mange institusjoner. Nesten samtlige av de 30 institusjonene som svarte på vårt spørsmål om de brukte NOKUTs informasjonsmateriell var også fornøyd med materialet. I vedlegg 4 gjengis institusjonenes kommentarer om materialet. Som vi har vist tidligere anses ikke effekten av disse tiltakene som høy. Best ut kommer monitorer; 10 av 17 institusjoner som brukte tiltaket mener det har middels effekt.
- Hver institusjon fikk tilgang til en egen nettside som viste løpende svarinngang (i svarperioden) per studieprogram per institusjon. Mange institusjoner brukte dette verktøyet til å monitorere og følge opp studieprogram med svak svarinngang i svarperioden. Flere institusjoner fremholder dette som et godt grep for å oppnå høy svarprosent, til dels gjennom å skape et lokalt konkurranseklima.
- Det ble informert om undersøkelsen via sosiale medier (Twitter og Facebook). Vi har ikke spurt institusjonene om NOKUTs informasjonsarbeid på disse plattformene. NOKUT tror at disse tiltakene ikke direkte påvirker studenter til å svare, men at de kan ha påvirkningskraft på studenter gjennom andre aktører og meningsbærere, som for eksempel lokale studentorganisasjoner.

- Det ble delt ut sentrale svarpremier. I 2014 trakk NOKUT ut 10 gavekort, pålydende 5000 kroner hver. Vi har ikke spurt institusjonene om tiltaket, og har heller ikke målt effekten av det. Vi tror imidlertid at en viss andel av populasjonen lar seg trigge til å svare på skjema av muligheten til å vinne en svarpremie.

## Vedlegg 1: Tiltak brukt av institusjonene, tabell

Hvilke lokale informasjonstiltak ble gjennomført? / Ble det utlovet lokal premiering ved din institusjon?

	Ble ikke brukt	Ble brukt i noen grad	Ble mye brukt	Gjennomsnitt	Svarende
Informasjon på institusjonenes interne nettsider	20,0%	42,9%	37,1%	2,2	35
Informasjon på institusjonens eksterne nettsider	50,0%	33,3%	16,7%	1,7	42
Informasjon på Facebook/andre sosiale medier	12,2%	39,0%	48,8%	2,4	41
Informasjon på Twitter	67,7%	25,8%	6,5%	1,4	31
Informasjon på elektroniske læringsplattformer	9,5%	21,4%	69,0%	2,6	42
Informasjon til studentene via e-post	35,7%	33,3%	31,0%	2,0	42
Informasjon via trykte medier (interne aviser)	83,9%	9,7%	6,5%	1,2	31
Informasjon via plakater	17,5%	35,0%	47,5%	2,3	40
Informasjon via flyere	52,8%	30,6%	16,7%	1,6	36
Informasjon på monitorer i fellesområder	27,8%	33,3%	38,9%	2,1	36
Informasjon til studentparlamentet	21,9%	25,0%	53,1%	2,3	32
Informasjon til det lokale studentdemokratiet	13,5%	29,7%	56,8%	2,4	37
Informasjon på allmøter eller lignende	37,1%	37,1%	25,7%	1,9	35
Informasjon til læringsmiljøutvalg	45,9%	27,0%	27,0%	1,8	37
Informasjon til faglærerne	11,9%	45,2%	42,9%	2,3	42
Informasjon til de (nærmest) ansvarlige for studieprogrammene	7,7%	17,9%	74,4%	2,7	39
Informasjon til institutt-/avdelingsledere	11,9%	14,3%	73,8%	2,6	42
Informasjon til fakultetsledere	21,4%	21,4%	57,1%	2,4	28
Studenttillitsvalgte informerte studentene i tilknytning til undervisningen	43,8%	43,8%	12,5%	1,7	32
Faglærere informerte studentene i tilknytning til undervisningen	11,1%	47,2%	41,7%	2,3	36
Andre tilsatte informerte studentene i tilknytning til undervisningen	27,3%	54,5%	18,2%	1,9	33
Premier til program eller organisatorisk enhet med høy svarprosent	87,5%	2,5%	10,0%	1,2	40
Premier til tilfeldig uttrukne enkeltstudenter	92,3%	0,0%	7,7%	1,2	39
Premier til studenter ved studieprogrammer med høy svarprosent	92,3%	2,6%	5,1%	1,1	39
Premier til studenter ved avdelinger/institutt/fakultet med høy svarprosent	95,0%	0,0%	5,0%	1,1	40

Tabellen er sortert etter samme rekkefølge som i spørreskjemaet som kontaktpersonene fylte ut.

I tillegg kommer svaralternativet «Vet ikke / ikke relevant», som ikke vises i tabellen.

## Vedlegg 2: Effekt av tiltak, tabell

Hvilken effekt hadde tiltakene på svarprosenten? / Hvilken effekt hadde lokal premiering ved din institusjon?

	Lav effekt	Middels effekt	Høy effekt	Gjennomsnitt	Svarende
Informasjon på institusjonenes interne nettsider	64,7%	35,3%	0,0%	1,4	17
Informasjon på institusjonens eksterne nettsider	66,7%	33,3%	0,0%	1,3	12
Informasjon på Facebook/andre sosiale medier	17,4%	65,2%	17,4%	2,0	23
Informasjon på Twitter	75,0%	25,0%	0,0%	1,3	4
Informasjon på elektroniske læringsplattformer	13,8%	65,5%	20,7%	2,1	29
Informasjon til studentene via e-post	22,2%	22,2%	55,6%	2,3	18
Informasjon via trykte medier (interne aviser)	60,0%	20,0%	20,0%	1,6	5
Informasjon via plakater	80,0%	15,0%	5,0%	1,3	20
Informasjon via flyere	72,7%	27,3%	0,0%	1,3	11
Informasjon på monitører i fellesområder	41,2%	58,8%	0,0%	1,6	17
Informasjon til studentparlamentet	25,0%	37,5%	37,5%	2,1	16
Informasjon til det lokale studentdemokratiet	25,0%	33,3%	41,7%	2,2	24
Informasjon på allmøter eller lignende	38,9%	33,3%	27,8%	1,9	18
Informasjon til læringsmiljøutvalg	70,6%	17,6%	11,8%	1,4	17
Informasjon til faglærerne	14,8%	48,1%	37,0%	2,2	27
Informasjon til de (nærmest) ansvarlige for studieprogrammene	21,4%	39,3%	39,3%	2,2	28
Informasjon til institutt-/avdelingsledere	36,0%	36,0%	28,0%	1,9	25
Informasjon til fakultetsledere	29,4%	47,1%	23,5%	1,9	17
Studenttillitsvalgte informerte studentene i tilknytning til undervisningen	6,7%	26,7%	66,7%	2,6	15
Faglærere informerte studentene i tilknytning til undervisningen	8,7%	39,1%	52,2%	2,4	23
Andre tilsatte informerte studentene i tilknytning til undervisningen	16,7%	22,2%	61,1%	2,4	18
Premier til program eller organisatorisk enhet med høy svarprosent	0,0%	0,0%	100,0%	3,0	2
Premier til tilfeldig uttrukne enkeltstudenter	0,0%	0,0%	100,0%	3,0	2
Premier til studenter ved studieprogram med høy svarprosent	0,0%	25,0%	75,0%	2,8	4
Premier til studenter ved avdelinger/institutt/fakultet med høy svarprosent	0,0%	0,0%	100,0%	3,0	1

Tabellen er sortert etter samme rekkefølge som i spørreskjemaet som kontaktpersonene fylte ut.

I tillegg kommer svaralternativene «Ble ikke brukt» og «Effekt ukjent/kan ikke vurderes», som ikke vises i tabellen.

## Vedlegg 3: Tekstlig beskrivelse av effekt av tiltak, tabell

I fritekstboksen under er det anledning til å knytte ytterligere kommentarer til effekten av de lokale tiltakene:

Institusjon	Kommentar
Privat høyskole	Å få de ulike studieprogrammene til å konkurrere mot hverandre fungerte bra. Vi startet også informasjonsarbeidet langt før undersøkelsen startet. Resultatene fra fjorårets studiebarometer var forholdsvis godt kjent blant studentene. Vi skrøt om våre resultater fra 2013 ovenfor studentene og dermed er det blitt en naturlig del av evalueringsarbeidet vårt. Vi holdte de ulike studieprogrammene oppdatert om utviklingen underveis og hvor vi lå nasjonalt når det gjelder svarprosent. Studieprogrammet med høyest prosent ble lovet kake i den interne konkurransen. Det var nok dette som hadde best effekt. Vi fikk god drahjelp fra tillitsvalgte fra de ulike studieprogrammene. Vi sørget for å holde dem informert også underveis.
Privat høyskole	Vi har sett at det vil være aktuelt med lokal premiering neste gang Studiebarometeret kjøres.
Statlig høyskole	Vi hadde forholdsvis høy svarprosent i fjor, med målsetting om 50% i år. Det nådde vi ikke. Vi kan derfor si å ha hatt middels effekt av våre lokale tiltak, selv om vi også i år kom over snittet for undersøkelsen. Det er særlig to store studieprogram/kull som hadde lav deltakelse, og som vil få spesielt fokus i 2015.
Statlig høyskole	Vi hadde en del eksempler på tydelig sammenheng mellom informasjon fra studieleder eller faglærer og stigning i svarprosent døgnet etterpå. Aller tydeligst der det ble satt av godt med tid til slik informasjon med spørsmål og samtale om hele tematikken.
Universitetet	Vanskelig å spekulere i hva som hadde god effekt, da man ikke så annet enn at svarprosenten gikk opp når man hadde publisert på fronter og hentet saken fram igjen. Instituttene ble bedt om å jobbe med dette, men da vi ikke vet nøyaktig hva som ble gjort ute på hvert enkelt institutt, er det vanskelig å si noe sikkert om effekten. Svarprosenten gikk vært fall betraktelig opp, så man regner med at de lokale tiltakene samlet sett har hatt noe for seg.
Statlig høyskole	Et aktivt studentparlament, samt programområdeledere og studiekoordinatorer med forankret interesse var det vi følte hadde best effekt. I tillegg til stadige påminnelser.
Universitetet	Enhetene (fakultetene) har ikke rapportert på hvilke tiltak som er brukt og effekten av disse. Har derfor best oversikt over sentrale tiltak, og mindre oversikt over de lokale tiltakene pr studieprogram. Dette preger besvarelsen.
Privat høyskole	Det var helt klart å møte studentene i forelesning som hadde størst effekt. Alle andre tiltak oppnådde effekt da de ble brukt som påminnelser i etterkant av studentmøter.
Vitenskapelig høyskole	Det er vanskelig å vurdere hvilke effekt "statiske" tiltak som postere, informasjon på nettsidene ol, hadde. Det eneste vi kan si klart er at vi så et hopp i svarprosenten når konkrete tiltak ble gjort, som f.eks. informasjon i forelesning og utsendt informasjon på It's learning.
Statlig høyskole	Det er vanskelig å vurdere effekten av tiltakene, men vi tror det direkte og studentnære er det som gir best effekt.
Universitetet	Det er vanskelig å svare på mange av spørsmålene fordi vi ikke har gjort en tilsvarende undersøkelse internt ved institusjonen, dermed kjenner vi ikke til detaljer i de tiltakene som ev. ble gjort ved fakultet/institutt.
Vitenskapelig høyskole	Det er vanskelig å måle de enkelte tiltakene og hvilken effekt de isolert har hatt.
Statlig høyskole	- Informasjonsmateriellet fra NOKUT er til stor hjelp - Involvere studenttillitsvalgte er vesentlig - Fokus på høy svarprosent blant fagansatte med bruk av tid i klasserommet er vesentlig

## Vedlegg 4: Synspunkter på flyere og plakater, tabell

**NOKUTs flyere, plakater og annen informasjon rettet mot studenter. Brukte din institusjon dem? Er informasjonsmaterialet godt nok? Har du forslag til forbedringer?:**

Institusjon	Kommentar
Statlig høyskole	Vi har ikke så stor tro på flyere og plakater
Vitenskapelig hs	Vi brukte plakater og Powerpoint
Privat høyskole	Vi brukte plakat og powerpoints. Følte at den som var rettet mot studenter med fordel kunne hatt annet tekstlig innhold. Den var for informativ og lite praktisk. Måtte skrive den om før den ble presentert til studentene.
Vitenskapelig hs	Vi brukte dem, og opplevde dem som gode. Fikk tilbakemelding på at plakaten design og farger var smakfull og pen.
Statlig høyskole	Vi brukte dem! Nyttig og bra!
Privat høyskole	Vi brukte de til informasjonsskjermene våre og logoene til oppslag på Facebook
Vitenskapelig hs	Veldig fint for oss med ferdige plakater. Flyersene er ikke nødvendige. Til neste år er det fint om alt blir tospråklig, dvs. at alt informasjonsmateriell er både på norsk og engelsk, siden spørreundersøkelsen også går til våre internasjonale gradsstudenter.
Privat høyskole	Plakatene var fine og vi brukte de på Campus
Privat høyskole	Plakatene ble hengt opp. Flyers ble ikke brukt. Vi brukte også deres oppdateringer på NOKUTs facebookside.
Statlig høyskole	Liten flyer og tosidig informasjonsbrosjyre ble brukt via lenker på nettet eller ble sendt ut til ansatte. Ukjent hva som ble brukt direkte overfor studentene i de lokale miljøene.
Statlig høyskole	Ja, vi brukte NOKUTs materiale, det er et godt utgangspunkt for lokale tiltak, takk for at det også kom på engelsk!
Vitenskapelig hs	Ja, vi brukte dem. Fint at det kom på engelsk også etter hvert :)
Statlig høyskole	Ja, vi brukte dem i mange sammenhenger. Opplevde f.eks. at de fungerte godt på våre infoskjermer.
Statlig høyskole	Ja, vi brukte de. De er for dårlige, nærmere bestemt – de bommer på målgruppen i både budskap og utforming. Plakatene kunne og burde vært mye større – om så som roll-ups, og hatt et mye mer spenstig utforming/budskap.
Privat høyskole	Ja, vi bruket alt informasjonsmateriellet fra Studiebarometeret. Logoene er blitt godt kjent, og enkelte studenter spurte faktisk etter undersøkelsen tidligere i semesteret.
Universitet	Ja, materiellet ble brukt. God avlastning for oss at NOKUT utformer materiale som er klar til bruk. Men ordlyden var dessverre litt for lik vår egen kampanje
Statlig høyskole	Ja, disse ble brukt og vi oppfattet dem som gode
Statlig høyskole	Ja, brukte både flyere og plakater. Fortsette å lage slike!
Universitet	Ja, alt utenom flyere. Synes informasjonsmaterialet er bra. Kunne kanskje vært informert om/markedsført noe mer i media fra NOKUT i denne perioden, ettersom ønsket også er å nå søkere og framtidige studenter.
Statlig høyskole	Ja, og informasjonsmaterialet var godt nok.
Privat høyskole	Ja
Universitet	Ja
Statlig høyskole	Informasjonsmaterialet er godt. Det bør vurderes om det er mulig å legge inn lokal logo i materiellet.
Statlig høyskole	I noen grad. Logoene er lett gjenkjennelige og tekstforslagene gjør det enkelt for oss å få publisert informasjonen.
Privat høyskole	Flyere, plakater o.a. ble benyttet, men høyskolen har en stor andel studenter som er i praksis eller kun inne på samlingsuker. Disse er vanskelige å nå når de ikke er inne på skolen. Ble derfor lagt ut informasjon på læringsplattform, Facebook og nettsider.
Vitenskapelig hs	Disse ble brukt. Oppslag på tavler, laget bordkort og satte på bord i kantina og andre steder.
Privat høyskole	Dette var bra
Statlig høyskole	De ble benyttet, men effekten er ukjent.
Statlig høyskole	Brukte tekster til e-post ellers i liten grad.
Privat høyskole	Brukt elektronisk.