

# Jena - ausgerechnet...

Eine Studie zu den Motiven der Studienortwahl  
westdeutscher Studierender an der  
Friedrich-Schiller-Universität

Claudia Hüttner  
Eva Schmitt-Rodermund

unter Mitarbeit von  
Beate Gräf, Florian Müller & Anne Bauer



seit 1558

© Friedrich-Schiller-Universität Jena, Januar 2010

## Impressum

---

© Friedrich-Schiller-Universität Jena, Januar 2010

Claudia Hüttner & Eva Schmitt-Rodermund: Jena - ausgerechnet... Eine Studie zu den Motiven der Studienortwahl westdeutscher Studierender an der Friedrich-Schiller-Universität unter Mitarbeit von Beate Gräf, Florian Müller & Anne Bauer

Verantwortlich: Friedrich-Schiller-Universität Jena. Dezernat 1  
Akademische und Studentische Angelegenheiten  
Fürstengraben 1, 07743 Jena  
(E-Mail: [svs@uni-jena.de](mailto:svs@uni-jena.de))

## Abstract

Im Rahmen des Hochschulpakts 2020 haben sich die östlichen Bundesländer verpflichtet, in den kommenden Jahren vermehrt Studieninteressenten aus den westlichen Bundesländern aufzunehmen. Doch die Mobilitätsbereitschaft westdeutscher Abiturienten ist vergleichsweise gering. Wie sind also Studienanfänger für den Osten zu gewinnen? Wo sind Ansatzpunkte für ein zielgruppenorientiertes Hochschulmarketing?

Mit dieser Zielstellung wurde im Wintersemester 2008/09 eine Befragung der westdeutschen Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität durchgeführt. Die hier vorliegenden Ergebnisse von 705 Fragebögen geben Auskunft über die Motive der Studieninteressenten aus den Altbundesländern, die bei der Wahl der Universität und des Hochschulstandorts Jena eine Rolle spielten. Ansatzpunkte für ein zielgruppenorientiertes Hochschulmarketing sind über die Analyse des Informationsverhaltens der Studierenden, der für die Hochschulwahl genutzten Medien, die Abfrage des Bekanntheitsgrads bisheriger Marketingmaßnahmen an der Friedrich-Schiller-Universität im Vergleich zu Imagekampagnen anderer östlicher Hochschulen und Bundesländer sowie die Ermittlung alternativer ‚Wunschhochschulen‘ gegeben. Die Zufriedenheit der befragten Studierenden mit den hiesigen Studien- und Lebensbedingungen gibt Hinweise auf eventuelle Verbesserungsmaßnahmen aus universitärer und städtischer Sicht. Zudem enthält die Studie eine Imageanalyse des Studienorts Jena, der Universität und der Stadt, sowie der östlichen Bundesländer aus Sicht von Studierenden aus den Altbundesländern.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass sich die Studierenden für ein Studium in Ostdeutschland aus Gründen der Studiengebührenfreiheit entscheiden und Jena eine Alternative insbesondere zu klassischen westlichen Hochschulstandorten wie Tübingen oder Göttingen darstellt. Die Nähe zum Heimatort spielte bei der Wahl der Friedrich-Schiller-Universität keine Rolle, vielmehr zeichnen sich die Befragten gerade dadurch aus, dass sie ein Studium in angenehmer Entfernung zum Elternhaus anstrebten. Zwar lassen sich Unterschiede in der Prioritätensetzung bei der Hochschulwahl in Abhängigkeit von Fachwahl und Studienlänge feststellen. Doch ist es vor allem der ‚Wohlfühlfaktor‘, der für ein Studium in Jena spricht. Die Zufriedenheit der Studierenden mit den hiesigen Studien- und Lebensbedingungen ist vergleichsweise hoch, 90% aller Befragten würden Jena als Studienort ihren Freunden empfehlen, mehr als 80% die Wahl des Faches bzw. der Universität erneut so treffen. Unter der Maßgabe, dass derzeit ein Drittel aller Erstkontakte zur Universität Jena über Empfehlungen durch Dritte zustande kommen, ist die Wiederempfehlungsbereitschaft ein Schlüsselbereich für die Akquise westdeutscher Abiturienten. Obwohl das Image des Studienorts Jena bei den Befragten selbst positiv ausfällt, wird bei Eltern und Freunden ein Studium im Osten mit ‚Mut‘ gleichgesetzt und ruft ‚positives Erstaunen‘ hervor.

Die Desinformation über die geographische Lage der Stadt bzw. über die östlichen Bundesländer insgesamt ist sogar im direkten Umfeld der befragten Studierenden recht hoch und spiegelt die weitgehende Unkenntnis über Ostdeutschland im Westen der Bundesrepublik wider. Die weitere Steigerung der Zufriedenheit der Studierenden mit Studien- und Lebensbedingungen in Jena ist daher gemeinsam mit einer Ausweitung eingeführter Marketingkampagnen der zentrale Ansatz für ein Hochschul- und Studienortmarketing, das verstärkt auf die zielgruppenorientierte Ansprache westdeutscher Abiturienten setzt.

<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>5</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>12</b>
1.1 Problemhintergrund .....	12
1.2 Ziel der Untersuchung .....	15
1.3 Datengrundlage und Methodik .....	17
<b>2 Demographische Merkmale der Studierenden .....</b>	<b>20</b>
2.1 Studierende nach Semesterzahl, Fakultätszugehörigkeit und Studienfach sowie Bildungshintergrund .....	20
2.2 Regionale Herkunft .....	25
2.3 Soziale Herkunft .....	29
<b>3 Informationsverhalten .....</b>	<b>32</b>
3.1 Erstkontakt .....	32
3.2 Nutzung von Informationsquellen .....	36
3.3 Einfluss von Rankings auf die Hochschulwahl .....	44
3.4 Informationsverhalten über ortsalternative Hochschulstandorte .....	46
3.5 Ortsalternativen: Wunschhochschule und Zulassung .....	49
3.6 Hochschulen der Studienortwechsler .....	52
<b>4 Motive der Hochschulwahl .....</b>	<b>54</b>
4.1 Die wichtigsten Gründe für die Hochschulwahl .....	54
4.2 Stellenwert der einzelnen Gründe für die Hochschulwahl .....	57
4.3 Zusammenhang zwischen Studienfach und Hochschulwahl .....	62
<b>5 Bekanntheitsgrad von Imagekampagnen .....</b>	<b>67</b>
<b>6 Zufriedenheit mit den Studienbedingungen .....</b>	<b>73</b>
6.1 Zufriedenheit mit Angeboten am Studienort .....	73
6.2 Empfehlung von Studiengang, Universität und Stadt .....	79

<b>7</b>	<b><i>Image von Universität und Stadt</i></b> .....	<b>87</b>
7.1	Image der Universität.....	88
7.2	Image der Stadt Jena .....	95
7.3	Image der Hochschulregion Jena und der ‚östlichen Bundesländer‘ .....	103
7.3.1	Vorteile und Vorurteile .....	103
7.3.2	Sicherheit und Fremdenfeindlichkeit.....	106
<b>8</b>	<b><i>Zusammenhang zwischen Zufriedenheit und Empfehlung</i></b> .....	<b>109</b>
8.1	Allgemeine Empfehlung der Friedrich-Schiller-Universität.....	112
8.2	Zufriedenheit mit Hochschule und Stadt und Motivation der Studienortwahl: Zwei Schlüsselbereiche für eine Empfehlung der Friedrich-Schiller-Universität Jena gegenüber Dritten.....	114
8.3	„Ach Kind, muss es wirklich der Osten sein?“ Kritische Äußerungen und das Empfinden von Sicherheit.....	115
8.4	Neuankömmlinge und ‚alte Hasen‘: Unterschiede nach Fachsemester.....	116
8.5	Wahlmotivation und Zufriedenheit: Ansatzpunkte und Strategien für ein künftiges Hochschulmarketing.....	117
<b>9</b>	<b><i>Ergebnisse und Empfehlungen</i></b> .....	<b>120</b>
9.1	Zusammenfassung der Ergebnisse .....	120
9.2	Empfehlungen.....	124
<b>10</b>	<b><i>Literatur</i></b> .....	<b>133</b>
<b>11</b>	<b><i>Anhang</i></b> .....	<b>137</b>
11.1	Polaritätsprofile zum Image von Universität und Stadt.....	137
11.2	Anschreiben.....	145
11.3	Fragebogen.....	146
11.4	Abbildungsverzeichnis.....	161
11.5	Tabellenverzeichnis .....	163

## Zusammenfassung

Im Rahmen des Hochschulpakts 2020 haben sich die östlichen Bundesländer verpflichtet, in den kommenden Jahren vermehrt Studieninteressenten aus den alten Bundesländern aufzunehmen, um den Ansturm geburtenstarker Jahrgänge und doppelter Abiturientenklassen auf die Hochschulen in den Altbundesländern abzumildern. Die Mobilitätsbereitschaft westdeutscher Abiturienten ist jedoch vergleichsweise gering, 69,6% der westdeutschen Studieninteressenten halten ein Studium an einer Osthochschule für unwahrscheinlich. Die Mobilitätsbereitschaft sinkt zudem bei zunehmender Entfernung der Hochschule vom Heimatort, als maximale Distanz werden 300km angesehen (vgl. Beckmann/Langer 2009).

Doch wie sind Studienanfänger für den Osten zu gewinnen? Wo sind Ansatzpunkte für ein zielgruppenorientiertes Hochschulmarketing? Vor diesem Hintergrund wurden im Wintersemester 2008/09 westdeutsche Studierende an der Friedrich-Schiller-Universität Jena befragt. Untersucht wurde, warum sich die Studierenden für die Hochschule und den Studienort Jena entschieden haben. An dieser Stelle sollen die wichtigsten Ergebnisse der 705 ausgewerteten Fragebögen zusammenfassend kurz dargestellt werden.

### Hochschulwahlgründe

Das Hauptargument für ein Studium in Ostdeutschland ist die Studiengebührenfreiheit. Fast die Hälfte der Studierenden (45%) hat die Friedrich-Schiller-Universität Jena - neben den spezifischen Gründen für die Orts- und Fachwahl - hauptsächlich wegen der Studiengebührenfreiheit gewählt. Allerdings widerlegen die hier vorliegenden Ergebnisse die Annahme, dass es vor allem Studierende aus finanziell weniger gut gestellten Haushalten sind, die sich für ein Studium in den neuen Ländern entscheiden. Der Großteil der Befragten stammt vielmehr aus Akademikerhaushalten und zeichnet sich durch den Wunsch aus, an einer Universität in angenehmer Entfernung zum Elternhaus studieren zu können. Dies ist ihnen sogar wichtiger als eine gute Platzierung des Fachs in einem Hochschulranking. Argumente, wie eine überschaubare Größe von Stadt und Universität, werden von den Studierenden in Zusammenhang mit einer typischen Studentenstadt gesehen und sind mit die wichtigsten Gründe, die für ein Studium in Jena sprechen. Nur wenige Studierende haben sich für die Universität Jena entschieden, weil das gewünschte Fach ausschließlich in Jena angeboten wird oder es hier keine Zugangsbeschränkungen gibt. Diese beiden Punkte stehen auf Platz 2 und 3 der Rangliste der unwichtigsten Gründe. Das heißt, dass die Friedrich-Schiller-Universität Studierende anzieht, die auch an anderen (Voll)Universitäten ohne Zugangsbeschränkung studieren könnten.

### **Alternative Hochschulen**

Die Mehrheit der Befragten hätte zudem ohne weiteres in nächster Nähe des Heimatortes ein Studium aufnehmen können. Über 80% der Studierenden haben sich im Vorfeld des Studiums auch über andere Hochschulen informiert, im Schnitt kamen dabei 4,6 alternative Hochschulen in die engere Wahl. Wie die Ergebnisse zeigen, gibt es für die Universität Jena faktisch zwei Gruppen konkurrierender Hochschulstandorte: Auf der einen Seite stehen Großstädte wie Hamburg, München und Berlin, auf der anderen Seite die ‚klassischen‘ Studienorte Heidelberg, Freiburg oder Münster, mit denen die Universität Jena im Wettbewerb um westdeutsche Studierende steht. Andere ostdeutsche Standorte spielten lediglich eine untergeordnete Rolle. Von den Zulassungen, die die Studierenden alternativ zur Universität Jena hatten, waren 14% an ostdeutschen Hochschulen.

### **Erstkontakt und Besuch vor Ort**

Fast die Hälfte der Studierenden gibt an, zum ersten Mal von der Universität Jena über allgemeine Internetrecherchen und die Homepage der Hochschule erfahren zu haben. Fast drei Viertel (73,4%) der Studierenden haben diese Seite besucht, und ein Fünftel der Befragten (20,4%) gibt an, die Wahl der Uni Jena u.a. aufgrund des Informationsangebotes dieser Seiten getroffen zu haben. Einen nennenswerten Bekanntheitsgrad erreicht die Universität Jena zudem über persönliche Kontakte und Empfehlungen. Insgesamt hat ein Drittel aller Studierenden zum ersten Mal von der Friedrich-Schiller-Universität vor allem über Freunde und Gleichaltrige, in zweiter Linie über Eltern und Großeltern, Lehrer, Dozenten bzw. Gastredner bei Vorträgen gehört. Ein Fünftel aller ‚Erstkontakte‘ ist zudem auf Informationsquellen zur Studienberatung im weitesten Sinne zurückzuführen, wie beispielsweise das aktuelle Ranking der ZEIT, der jährliche Studienführer der Agentur für Arbeit, die Studienbroschüre ‚ZVS info‘ und der HRK-Hochschulkompass.

Der erste Besuch der Studierenden vor Ort erfolgt größtenteils kurz vor Studienbeginn: Über die Hälfte der Studierenden haben sich erst ca. ein bis zwei Monate zuvor einen persönlichen Eindruck von der Universität und der Stadt verschafft. Fast drei Viertel (74,6%) der Befragten waren zwei Monate vor Studienbeginn noch nie in Jena, nur ein Viertel hat sich mindestens ein halbes Jahr vorher über die örtlichen Verhältnisse informiert. Von denjenigen, die vor den Studieneinführungstagen bereits in Jena waren, kamen zwei Drittel (66,2%) der Befragten in Begleitung – entweder mit Freunden oder mit der Familie.



### **Genutzte Medien zur Hochschulwahl**

Das Internet ist - wie erwartet – das meistgenutzte und wichtigste Informationsmedium für die potentiellen Studierenden. Sie beziehen die für sie zur Hochschulwahl entscheidenden Informationen vor allem über die Internetseiten der Universität (77,0%) und der einzelnen Fachbereiche (65,3%) sowie über das Online-Angebot der Stadt (73,4%).

Aus dem persönlichen Umfeld hat im Zuge der Hochschulwahlentscheidung ein Großteil der Studierenden (42%) die Freunde um Rat gefragt. Fast 20% der Befragten hielten deren Meinung, ob sie in Jena studieren sollten oder nicht, für ‚sehr wichtig‘. Auf die Meinung der Eltern vertrauten dagegen weniger. Etwa ein Drittel (29%) der Studierenden fragten diese zwar um Rat, aber nur 8% gaben an, dass die Eltern einen entscheidenden Einfluss auf die Hochschulwahl hatten. Online-Communities als Ratgeber dagegen nehmen einen nicht zu unterschätzenden Stellenwert bei den Studierenden ein: Immerhin ein Viertel (26%) der Befragten nutzte dieses Medium und der Austausch dort wurde für genauso wichtig für die Hochschulwahl gehalten wie der elterliche Rat (8,5%). Nur 12% der befragten Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität nutzten die Gelegenheit, ihre Schullehrer in die Entscheidung bei der Hochschulwahl einzubeziehen, deren Tipps wurden zudem als weniger bedeutsam bis unwichtig angesehen. Als bedeutendste zusätzliche Informationsquelle wurden von den Befragten Rankings aller Art angegeben (37%). Den höchsten Bekanntheits- und Nutzungsgrad weist dabei das CHE-Ranking auf.

### **Zufriedenheit**

Über 80% der Studierenden würden sich nochmals für ihr Studienfach entscheiden und für ihr Studium auch wieder die Universität Jena als Hochschule wählen. In 90% der Fälle können die Studierenden zudem ein Studium in der Stadt Jena weiterempfehlen. Woher kommt diese große Zufriedenheit mit den Studienbedingungen? Zum einen beruht sie auf der richtigen Wahl des Studienfachs: 586 von 705 Studierenden würden ihr Studienfach nochmals wählen, weil es ihr Wunschfach war, das ihren Interessen entspricht, Spaß macht, vielfältig und spannend ist. Sie sind weitgehend zufrieden mit den Inhalten und der Struktur des Studiums und haben ihrer Ansicht nach gute Berufsaussichten nach dem Abschluss. Die Gründe, zukünftigen Kommilitonen von ihrem gewählten Studienfach abzuraten, beruhen daher auch in 68,8% der Fälle auf einer ‚Unzufriedenheit wegen persönlicher Neigungen und Interessen‘. Darüber hinaus bemängeln die mit dem Studienfach Unzufriedenen v.a. den geringen Praxisbezug in der universitären Ausbildung, eine unzureichende Struktur der Studieninhalte und zeigen vereinzelt Enttäuschung hinsichtlich der Qualität der Lehre.

Eine Empfehlung für die Universität Jena wird vor allem aufgrund der engagierten Dozenten, des guten Rufs der Universität und des Studienfachs ausgesprochen. Über die Hälfte der angegebenen Gründe für eine Wiederwahl und Empfehlung der Friedrich-Schiller-Universität haben jedoch nur im weitesten Sinne etwas mit der Universität selbst zu tun. Sie betreffen eher die Atmosphäre am Studienort. Hier wird deutlich, wie eng verknüpft das Image der Hochschule mit dem des Studienorts ist. Von den Studierenden, die sich gegen eine Wiederwahl der Universität aussprachen, kann etwa ein Drittel sie wegen der Studienbedingungen nicht empfehlen. Die übrigen Studierenden gaben Gründe gegen eine Empfehlung der Universität an, die eher auf die Ansprüche an ihr Lebensumfeld zurückzuführen sind. Gründe für die Unzufriedenheit sind hier vor allem die Heimatferne und die eher kleinstädtische Struktur Jenas mit wenig Urbanität.

Mit der Anzahl der Studierenden, die ihre Universität außerordentlich positiv beurteilen, kann die Friedrich-Schiller-Universität Jena sicherlich zufrieden sein: 68,4% aller Befragten bejahen alle drei Einschätzungen. Sie würden Fach, Universität und Studienort ohne weiteres erneut wählen und eine Empfehlung gegenüber ihren Freunden aussprechen. Dabei ergeben sich Unterschiede bzgl. der Herkunft der Studierenden: Demnach sind die Hamburger am unzufriedensten und die Saarländer am zufriedensten mit den Studien- und Lebensbedingungen in Jena. Dies ist kaum mit der Entfernung zum Heimatort zu begründen, eher mit der städtischen Infrastruktur: ‚Vollblutgroßstädter‘ vermissen in Jena das ein oder andere Angebot und sind deshalb etwas weniger zufrieden. Hinsichtlich der Zufriedenheit mit der persönlichen Studiensituation ergaben sich übrigens keine spezifischen Unterschiede abhängig von der Herkunft der Studierenden.

Wie die Ergebnisse weiter zeigen, ist die Empfehlung der Hochschule bedingt durch die Zufriedenheit mit dem Studium. Wer die persönliche Studiensituation als positiv einschätzt, ist auch eher bereit, Universität und Fach nochmals zu wählen und seine Hochschule anderen zu empfehlen. Gleiches ist für die allgemeine Zufriedenheit der Fall. Auch hier gilt: Wer zufrieden ist, empfiehlt weiter. Kritische Kommentare Dritter, typischerweise von den Freunden und Eltern der Studierenden, vermögen allerdings das empfundene ‚Wohlfühlgefühl‘ der Studierenden zu dämpfen. Dabei müssen sich insbesondere Studienanfänger eher kritischen Bemerkungen und Fragen aussetzen als Studierende höherer Semester. Hier haben sich Eltern und Freundeskreis noch nicht an den Studienort Jena gewöhnt.

### **Image der Hochschule, des Studienorts und der östlichen Bundesländer**

Die Friedrich-Schiller-Universität Jena hat bei den westdeutschen Studierenden ein Image, das kurz folgendermaßen beschrieben werden kann: zukunftsorientiert, innovativ und kreativ, gute Ausstattung, sauber und saniert, zentral gelegen und preisgünstig. Sie wird nicht als regionale Provinz-Universität wahrgenommen, sondern tendenziell europäisch, multikulturell und international.

Die Studierenden schätzen die überschaubare, gemütliche und ruhige Atmosphäre, die vielfältige und persönliche Kontakte ermöglicht. Leichte Unterschiede in der Wahrnehmung gibt es hinsichtlich Geschlecht, Studienfortschritt, Zulassungsbeschränkung, Fächergruppe und Bildungshintergrund. Am deutlichsten ausgeprägt sind die Unterschiede im Hinblick auf Zufriedenheit. Studierende, die sowohl ihr Fach, die Hochschule als auch den Studienort empfehlen können, zeigen erwartungsgemäß das mit Abstand positivste Bild der Friedrich-Schiller-Universität.

Wie wird nun die Stadt Jena aus Sicht der Studierenden wahrgenommen? Im Vergleich der Images von Stadt und Universität zeigt sich zunächst, dass die Studierenden ihr Umfeld differenziert wahrnehmen und sehr wohl zwischen Hochschule und Hochschulort unterscheiden. Insgesamt erscheint Jena den befragten Studierenden als eine gemütliche, nicht eben preisgünstige und etwas abgelegene Stadt. In diesen Punkten gibt es einige Abweichungen zum positiven Image der Universität. Dennoch wird die Stadt als weltoffen, innovativ, kreativ und zukunftsorientiert beschrieben. Auch hier zeigen sich nur geringe Unterschiede im Vergleich zwischen männlichen und weiblichen Studierenden, zwischen Studienfortgeschrittenen und Erstsemestern, Studierenden aus Akademikerhaushalten und bildungsferneren Elternhäusern. Grösser sind die Unterschiede zwischen einzelnen Fächergruppen und hinsichtlich der Bereitschaft der Studierenden, den Studienort Jena weiterzuempfehlen.

### **Image der Hochschulregion und der östlichen Bundesländer**

Knapp 80% der Studierenden gaben an, dass ihr Umfeld ihren Entschluss, ein Studium in den neuen Bundesländern aufzunehmen, aufgrund fehlender Studiengebühren (,völlig/eher zutreffend') zustimmend zur Kenntnis nahm. Die Vermutung, dass zwar die Studienbedingungen im Osten besser eingeschätzt würden, die Universitäten in den östlichen Bundesländern jedoch ein schlechteres Image als im Westen haben, wurde nicht bestätigt. Der in den Medien wahrgenommene Rechtsradikalismus in Ostdeutschland beunruhigte das Umfeld der westdeutschen Studierenden ebenfalls weit weniger als angenommen. Es halten sich allerdings hartnäckig Vorurteile gegenüber dem Osten, was Mentalitätsunterschiede und die Thüringer Mundart betrifft.

Wie die Ergebnisse zeigen, ist die Desinformation über die geographische Lage der Stadt, die städtebauliche Situation bzw. über die östlichen Bundesländer sogar im direkten Umfeld der befragten Studierenden recht hoch und spiegelt die weitgehende Unkenntnis über Ostdeutschland im Westen der Bundesrepublik wider. Ein Großteil der Studierenden erfuhr jedoch emotionale Unterstützung von Elternhaus und Freundeskreis. Das Umfeld der befragten westdeutschen Studierenden fand die Entscheidung für ein Studium in Jena gut (87,1% ,völlig/eher zutreffend').

Trotzdem ist die Normalität noch ein Stück entfernt: Ein Studium im Osten wird im Verwandten- und Bekanntenkreis der befragten Studierenden mit ‚Mut‘ gleichgesetzt und ruft ‚positives Erstaunen‘ hervor. Dabei gab es einen signifikanten Zusammenhang mit dem Bildungshintergrund. Von kritischen Kommentaren von Familie und Bekannten berichteten vor allem Studierende, die aus bildungsferneren Familien kamen.

### **Handlungsansätze für ein zielgruppenorientiertes Hochschulmarketing**

Wie sich zeigt, konkurriert die Universität Jena mit zwei Gruppen von Hochschulen: traditionellen Hochschulstandorten und Großstädten. Für das Hochschulmarketing bedeutet dies zweierlei. Einerseits besteht die Notwendigkeit deutlich zu machen, dass Jena in einer Reihe mit den traditionsreichen westdeutschen Hochschulen steht: ebenso schön, aber deutlich preisgünstiger. Gerade das Argument fehlender Studiengebühren in den östlichen Bundesländern ist eines der Hauptmotive für Studieninteressenten, in die neuen Bundesländer zu gehen. Andererseits muss Jena seine Qualitäten als Großstadt im Westentaschenformat aufzeigen – dazu braucht es neben einem prall gefüllten Veranstaltungskalender den Anschluss an die ICE-Verbindungen nach München und Berlin.

Unterschiede der Prioritätensetzung bei der Hochschulwahl zeigen sich im Hinblick auf einzelne Fachgruppen, deren Informationsbedarf und die jeweils genutzten Medien im Vorfeld der Studienortentscheidung. Während Studierende der Geistes- und Sozialwissenschaften eine ganze Reihe verschiedener Informationsquellen nutzen, bevor sie sich für ihren jeweiligen Studiengang und den Studienort Jena entscheiden, und dabei auch intensiv Informationen über Land und Leute beispielsweise über die ‚Studentenparadies‘-Seiten abfragen, sind für die künftigen Naturwissenschaftler zum einen weniger und zum anderen stärker fach- und studiengangbezogene Informationen bedeutsam. Unter dem Gesichtspunkt, dass westdeutsche Studieninteressenten für nicht-zulassungsbeschränkte, naturwissenschaftliche Studiengänge einem weit geringeren Druck zur Mobilität ausgesetzt sind und entsprechend in diesen Fächern weit seltener den Weg nach Jena finden, sollte ein zukünftiges, sich auf den Erhalt der Größe der Universität richtendes Studienplatzmarketing insbesondere auf die Bedürfnisse der geistes- und sozialwissenschaftlichen Interessenten ausgerichtet sein.

Ziel sollte es zudem sein, die Zufriedenheit der Studierenden allgemein zu fördern. Die Befragten berichten zwar über ein recht hohes Maß an Zufriedenheit mit Bedingungen im Studium ebenso wie mit dem Leben in ihrer Stadt. Dennoch zeigen sich Ansatzpunkte, wie diese noch gesteigert werden könnte. Von ganz besonderer Bedeutung sind in diesem Zusammenhang die Lebens- und Arbeitsbedingungen in der Studienregion. Die Unzufriedenheiten der Studierenden deuten auf Mängel in diesen Bereichen hin, die es zukünftig zu beheben gilt.

Die Zufriedenheit der Studierenden mit den Verhältnissen in Jena und an ihrer Universität ist der Schlüssel für die Bereitschaft, ein Studium an der Friedrich-Schiller-Universität weiter zu empfehlen. Schon jetzt studieren mehr als 230 der befragten Studierenden an der Universität, weil sie über eine persönliche Empfehlung durch Gleichaltrige auf die Idee kamen.

Unter der Annahme, dass die Zufriedenen unter den insgesamt 705 ihrerseits wieder als Botschafter für ihre Hochschule und ihre Stadt unterwegs sein werden, kann man Bemühungen um das Wohlergehen aller Studierenden nicht wichtig genug nehmen. Glücklicherweise zeigt sich, dass das Image der Studienregion Jena und der östlichen Bundesländer sowohl bei den befragten Studierenden als auch in ihrem persönlichen Umfeld recht positiv ausfällt. Wenn aber gleichzeitig gilt, dass als mutig eingeschätzt wird, wer den Schritt zum Studium in Jena wagt, zeigt dies die Wegstrecke auf, die hier noch vor uns liegt.

# 1 Einleitung

## 1.1 Problemhintergrund

Im Westen werden die Studenten die Unis stürmen, im Osten bleiben die Hörsäle leer. Dieses düstere Szenario ist Ergebnis eines Arbeitspapiers des Centrums für Hochschulentwicklung (vgl. CHE 2006). Von ähnlichen Prognosen geht auch die Kultusministerkonferenz aus (vgl. KMK 2005). Tatsächlich wird in den nächsten Jahren aufgrund geburtenstarker Jahrgänge mit einem immensen Anstieg der Studierendenzahlen gerechnet, bei gleichzeitig freien Studienkapazitäten in den neuen Bundesländern. Diese fallen so massiv aus, dass ab 2013 die ostdeutschen Hochschulen mindestens ein Viertel der jährlich bundesweit zusätzlich benötigten 20.000 Studienplätze zur Verfügung stellen könnten (CHE 2006: 7). Daher haben sich die neuen Bundesländer im Rahmen eines Hochschulpaktes verpflichtet, keine Studienplätze abzubauen (vgl. BMBF 2007). Sie werden im Gegenzug finanziell unterstützt, attraktive Studienbedingungen zu schaffen und ein entsprechendes Hochschul-Marketing aufzubauen (vgl. HRK 2006).

Einige ostdeutsche Hochschulen und Bundesländer haben im Sinne eines *Hochschulmarketings* inzwischen Imagekampagnen und Konzepte zur Wettbewerbsfähigkeit erarbeitet, wie beispielsweise die Länder Brandenburg und Sachsen ([www.studium-in-brandenburg.de](http://www.studium-in-brandenburg.de), [www.studieren.sachsen.de](http://www.studieren.sachsen.de)). Eine gemeinsame Image- und Hochschulkampagne aller ostdeutschen Bundesländer, koordiniert vom Land Sachsen-Anhalt, soll die Aktivitäten der einzelnen Hochschulen und Länder unterstützen und verstärken (vgl. Wünscher 2008; [www.hochschulkampagne.de](http://www.hochschulkampagne.de); [www.studieren-in-fernost.de](http://www.studieren-in-fernost.de)). Bisher initiierte Imagekampagnen zielen jedoch, so die Ergebnisse einer Studie der TU Dresden, dabei in erster Linie auf die Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen und eines spezifischen Profils ab, eine zielgruppenspezifische Ansprache stecke erst in den Kinderschuhen. Diese ist allerdings dringend erforderlich, will man – wie in den neuen Bundesländern – Studierende aus ganz Deutschland und dem Ausland gewinnen (Killisch u.a. 2007: 249f).

Die *Mobilität von Studienanfängern und Studierenden*, also die Bereitschaft der Studierenden, für das Studium ihr Bundesland zu verlassen, in dem sie ihre Studienzugangsberechtigung erworben haben, hat seit 1980 kontinuierlich zugenommen. 2005 lag der Anteil der ‚mobilen‘ Studierenden bei rund einem Drittel, sowohl bei den Studienanfängern als auch bei bereits studierenden Hochschulwechslern (KMK 2007: 19ff). Im umgekehrten Fall heißt das jedoch auch, dass ca. zwei Drittel der Studierenden als „territorial sesshaft“ (KMK 2007: 19) einzustufen sind, d.h. in dem Bundesland studieren, in dem sie auch die Hochschulzugangsberechtigung erworben haben. Im Hinblick auf die Erfüllung des Hochschulpaktes 2020 ist jedoch die sog. West-Ost-Mobilität entscheidend.

Bislang liegt diese bei etwa 4% aller Erstmatrikulierten, und dieser Wert ist seit Mitte der 1990er Jahre in etwa konstant. Das heißt, nur ein vergleichsweise kleiner Teil der Erstsemester aus den westdeutschen Bundesländern beginnt derzeit ein Studium an einer Universität in Ostdeutschland (Heine 2008a: 129).

Das Land Thüringen gehört zudem laut Kultusministerkonferenz (KMK) zu den „gemäßigt austauschenden Ländern“ (KMK 2007: 35), d.h. der Anteil der Studierenden, die das Land verlassen, ist ebenso hoch wie derjenigen, die zum Studium nach Thüringen kommen. Im Jahr 2005 ‚exportierte‘ Thüringen fast die Hälfte (48%) seiner Abiturienten, dafür lag die Zuwanderungsquote von Studierenden aus anderen Bundesländern mit 52% ebenfalls sehr hoch und 2005 sogar 3,1 Prozentpunkte über dem Länderdurchschnitt (KMK 2007: 26; 28). Allerdings handelt es sich in erster Linie um Zuwanderung aus den übrigen neuen Ländern. Von allen 24.487 Studierenden in Thüringen kamen im Wintersemester 2007/08 nur 12% aus den Altbundesländern, Berlin nicht mit eingerechnet (TLS 2008).

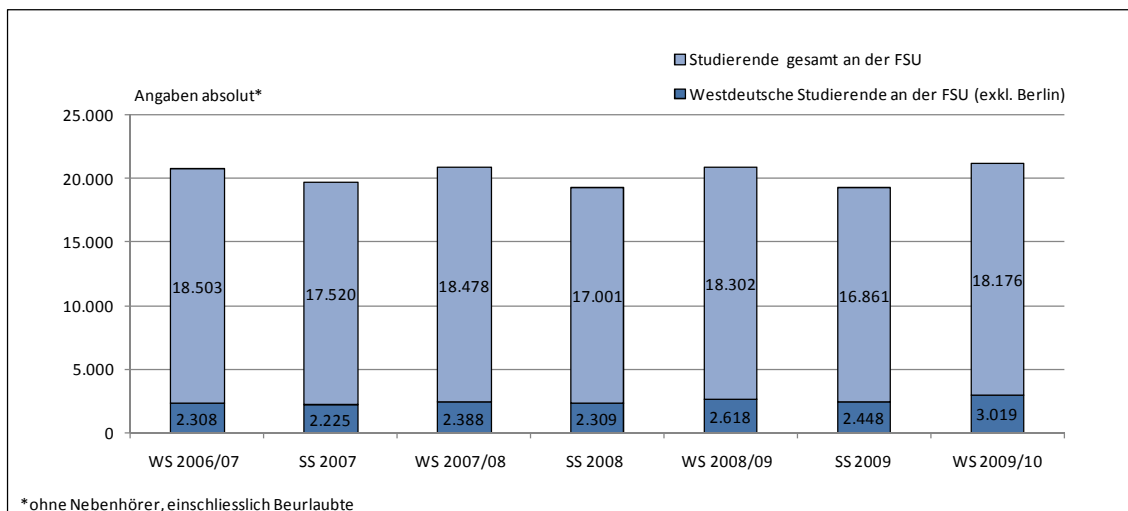


Abbildung 1: Entwicklung der Gesamtstudierendenzahlen und Anteil der westdeutschen Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität Jena; Datengrundlage: Studierendenstatistik der Friedrich-Schiller-Universität (FSU 2008a, 2008b)

Die Entwicklung der Studierendenzahlen an der Friedrich-Schiller-Universität Jena der letzten Jahre ist in Abbildung 1 dargestellt. Im Wintersemester 2009/10 waren 3.019 Studierende mit einer Hochschulzugangsberechtigung aus den westlichen Bundesländern eingeschrieben. Der Anteil dieser Studierenden ist seit den letzten Semestern leicht gestiegen, von knapp 11% in 2006/07 auf ca. 14% im WS 2009/10 (FSU 2008a). Nachdem über Jahre hinweg der Anteil der Studienanfänger aus den Altbundesländern bei etwa 10% lag, kamen von allen Erstsemestern (1. Fachsemester, grundständige Studiengänge, inklusive Bildungsinländer) im Wintersemester 2008/09 17% aus den alten Bundesländern (FSU 2008a).

Nach den aktuellen Zahlen des Dezernats 1 ‚Akademische und studentische Angelegenheiten‘ liegt dieser Anteil im Wintersemester 2009/10 bereits bei 20%. Zum Zeitpunkt der Drucklegung dieses Berichts war jedoch die aktuelle Hochschulstatistik noch nicht vollständig abgeschlossen. Für den detaillierten Vergleich der Studienergebnisse werden daher im Folgenden die Zahlen vom Wintersemester 2008/09 herangezogen.

Vor dem Hintergrund des demographischen Wandels und sinkender Geburtenzahlen in Thüringen besteht hier Handlungsbedarf, wenn die Studierendenzahlen auf dem derzeitigen Niveau gehalten oder gar gesteigert werden sollen. Nach Prognosen der Kultusministerkonferenz (KMK) und des CHE werden die Studierendenzahlen in Thüringen bis 2020 um etwa 34% im Vergleich zu 2005 zurückgehen und von 2011 bis 2020 insgesamt 28.000 Studienplätze frei bleiben, wenn sie nicht durch den Nachfrageüberhang aus dem Westen besetzt werden (Berthold u.a. 2009: 90).

Doch wie sind die Abiturienten aus dem Westen für ein Studium im Osten zu begeistern, wenn die Mobilitätsbereitschaft unter den zukünftigen Studierenden bisher nicht sehr groß ist? Zunächst einmal ist die *Studienortwahl* für die künftigen Studienanfänger zweitrangig, an erster Stelle steht die *Wahl des Studienfachs* und danach die der Hochschule, wie eine Studie über die Einflussfaktoren der Studienentscheidung zeigt (vgl. Hachmeister u.a. 2007). Bereits 40% der befragten Schüler haben jedoch eine eindeutige Präferenz für ihre ‚Wunschhochschule‘, für ein Viertel der Befragten (26%) sind drei bis vier Hochschulen in der engeren Wahl. Als die beiden wichtigsten Gründe für die Studienortwahl wurden von den befragten Schülern die ‚Atmosphäre am Hochschulort‘ und ‚(finanziell) günstige Lebensbedingungen am Hochschulort‘ angegeben (Hachmeister u.a. 2007: 61).

An der Friedrich-Schiller-Universität Jena können sich die zukünftigen Studierenden für die meisten Studienfächer bei der Universität bewerben bzw. direkt einschreiben. Nur für die Fächer Medizin, Pharmazie und Zahnmedizin werden Studienplätze über die Zentralstelle für die Vergabe von Studienplätzen (ZVS) vermittelt (FSU 2008). Von den übrigen Fachrichtungen waren weitere 27 intern zulassungsbeschränkt. Auf jeden Platz gab es durchschnittlich sieben Bewerber, ein Zeichen für eine insgesamt gute Nachfrage. Die große Zahl der zulassungsfreien Studiengänge zeigt, dass hier Potential für Studieninteressenten von anderswo zu finden ist. Immerhin waren 88% der 20.866 Studierenden an der FSU Jena im Wintersemester 2007/2008 in nicht ZVS-beschränkten Studienfächern eingeschrieben (FSU 2007a).



Die wichtigsten Medien, aus denen die Schüler ihre Information beziehen, sind Internetseiten und Printmedien (Bücher, Broschüren, Hefte), die von ca. 97% der studieninteressierten Schüler genutzt werden. Bildungsmessen, so die CHE-Studie, wurden von über 40% der Befragten als wichtige/sehr wichtige *Informationsquelle* gesehen und von 70% der Schüler zum Zeitpunkt der Befragung auch genutzt. Von den befragten Schülern halten 76% eine Beratung vor Ort für wichtig/sehr wichtig (Hachmeister u.a. 2007: 82). Doch im Vorfeld der Studienentscheidung spielen vor allem Eltern und Lehrer als Informationsquellen eine wichtige Rolle (Hachmeister u.a. 2007:80f). Eine Differenzierung und Individualisierung der Informations- und Beratungsangebote, die Entwicklung von Marketing- und Rekrutierungskonzepten sowie eine gezielte Ansprache von Eltern als Zielgruppe sind daher auch die Empfehlungen für Hochschulen, um gezielt Studierende anzuwerben (vgl. Hachmeister u.a. 2007a; Meffert u.a. 2007).

Eine andere Studie zeigt den *individuellen Charakter der Studienortwahl* auf (Hachmeister u.a. 2007a). Über eine Typisierung von Studierenden, die deutliche Präferenzen für bestimmte Studienfächer zeigen und sich zudem in den Aspekten Informationsbedarf und Heimatgebundenheit unterscheiden, lässt sich ein Zusammenhang zwischen angestrebtem Studienfach und der Orts- und Hochschulwahl erkennen. Beispielsweise präferiert der Typ 3 ‚Serviceorientierte Unabhängige‘ ein Studium der Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften oder war zum Zeitpunkt der Befragung noch unentschlossen, welche Fachrichtung er belegen würde. Den Studienort jedoch wählt der ‚Serviceorientierte Unabhängige‘ hauptsächlich nach den für ihn zentralen Gesichtspunkten wie Betreuung und Service an den Hochschulen, die Nähe seines Studienorts zum Heimatort dagegen ist für ihn nicht unbedingt wichtig (Hachmeister u.a. 2007a: 65f). Auf der Grundlage solcher Studierendenprofile kann durchaus eine gezieltere Ansprache von Studienbewerbern erfolgen als auf Basis von Durchschnittswerten, so die Schlussfolgerung der CHE-Forscher (Hachmeister u.a. 2007a: 66).

## 1.2 Ziel der Untersuchung

Zur Studienwahlentscheidung gibt es, neben den bereits genannten Untersuchungen, nur wenige umfassende Studien, die Hinweise auf die West-Ost-Mobilität von Studieninteressenten geben. Zum einen ist an dieser Stelle eine Veröffentlichung des Hochschulinformationssystems (HIS) als Sekundäranalyse der jährlichen Studienanfängerbefragung zu nennen. Diese Untersuchung richtet den Fokus speziell auf das Informationsverhalten der Studienanfänger unter räumlichen Gesichtspunkten, was den Erwerb der Hochschulzugangsberechtigung als auch die Studienaufnahme in West- und Ostdeutschland betrifft (Heine u.a. 2009). Auch die Studie über ‚Wahlmotive der Studienanfänger und Bewertung des Studienorts‘ enthält regionale Gesichtspunkte und vergleicht alte und neue Bundesländer (Krawietz u.a. 2007).

Eher qualitativ angelegt ist dagegen die Untersuchung ‚Studienwahl Ost‘ (Hermann u.a. 2009). Die Befragung westdeutscher Studierender an ostdeutschen Hochschulen stützt sich jedoch auf lediglich sieben Interviewpartner und kann nur bedingt vertiefende Informationen beitragen.

Die zentrale Fragestellung der hier vorliegenden Untersuchung lautet zunächst, was die Studierenden aus den westlichen Bundesländern dazu veranlasst, Jena als Studienort zu wählen. Ziel war dabei die Analyse von Potentialen der Universität Jena und der Stadt, d.h. die Ermittlung von Pluspunkten ebenso wie von Problemlagen, die den Studierenden auffallen und für eine Studienentscheidung bedeutsam sind. In unterschiedlichen Dimensionen (Universität, Stadt, Land) soll zunächst ermittelt werden, was die Studierenden dazu bewegt,

- die Friedrich-Schiller-Universität Jena als Hochschule zu wählen?
- die Stadt Jena als Studienort zu wählen?
- das Land Thüringen als Hochschulstandort zu wählen?

Eine im Rahmen der Befragung durchgeführte Zufriedenheitsanalyse der Studierenden zu den in Jena vorgefundenen Studienbedingungen soll zudem Handlungsfelder hinsichtlich zukünftiger Aktivitäten im Hochschulmarketing aufdecken. Ein weiteres Ziel der Untersuchung ist die Ableitung von Strategien und Maßnahmen für eine gezielte Ansprache von Studienbewerbern. Um einen gezielten Einsatz an Mitteln für zukünftig geplante Hochschulkampagnen zu ermöglichen, soll untersucht werden, aus welchen Medien die Studierenden die für sie wichtigen Informationen ziehen und worauf sich ihr Interesse am Studienort gründet. Dies soll für die Ebenen Universität/Stadt/Land dargestellt werden. In diesem Bereich wurden daher die bisher eingesetzten Medien und Informationskanäle abgefragt, wie Print- und Online-Kampagnen, Zeitungsartikel über den Studienort, Plakate, TV- und Radiospots, der Versand von Broschüren und Werbematerialien, Beratungsstände auf Hochschulmessen, aber auch persönliche Kontakte oder vorherige Besuche am Studienort Jena. Zudem soll die Studie Hinweise geben auf die Möglichkeit der Bündelung von Maßnahmen und des zielgerichteten Einsatzes von Mitteln auf Ebene des Landes Thüringen, der Stadt Jena und der Friedrich-Schiller-Universität Jena.

Die Ziele der Untersuchung lassen sich wie folgt kurz zusammenfassen:

- Ermittlung des Status quo des Universitätsimages bei den Studierenden aus den alten Bundesländern
- Identifikation der Stärken und Schwächen der Universität Jena
- Nutzung der Befragungsergebnisse für ein zielführendes Marketingkonzept
- Gewinnung von verwertbaren Ergebnissen für die Ausrichtung einer (hochschulinternen oder hochschulübergreifenden) Imagekampagne im Wettbewerb um Studierende
- Erhalt von Anknüpfungspunkten für eine Weiterführung und Intensivierung der Kooperation mit der Stadt, dem Studentenwerk Thüringen und der Fachhochschule Jena.

Im Rahmen der Untersuchung westdeutscher Studierender wurde u.a. nach den Bedingungen und Kriterien der Hochschulwahl gefragt. Untersucht wurden die „Wahrnehmungsmuster“ in Bezug auf den Hochschulstandort Jena (Stadt) und die Universität. Die Ergebnisse der Befragung werden nach dem Methodenteil in den nachfolgenden Kapiteln vorgestellt.

### 1.3 Datengrundlage und Methodik

Die Studierendenbefragung sah die ausschließliche Befragung von westdeutschen Studierenden vor, die im WS 2008/2009 an der Friedrich-Schiller-Universität Jena eingeschrieben waren und ihre Hochschulzugangsberechtigung in den alten Bundesländern (ausgenommen Berlin) erlangten. In die Untersuchung sollten jedoch nicht nur Erstsemester Eingang finden, sondern auch Studierende höherer Semester und Studienortwechsler. Nicht berücksichtigt wurden lediglich Promotionsstudenten und Studierende in weiterbildenden Studienrichtungen. Als Datengrundlage stand über die Studierendenstatistik des Dezernats 1 ‚Akademische und Studentische Angelegenheiten‘ der Friedrich-Schiller-Universität Jena ein Datensatz von 2.461 Studierenden zur Verfügung, der die o.g. Kriterien erfüllte. Dieser Datensatz enthielt Angaben zu Geschlecht, Studienfach und Studiensemester im Hauptfach, Ort der Hochschulzugangsberechtigung (nach Bundesland und KFZ-Kennzeichen) sowie die aktuelle E-Mail-Adresse. In dieser Datenliste waren 120 Studierende mit mehr als einer E-Mail-Adresse vertreten, die fehlenden 133 E-Mail-Adressen wurden durch Vorname.Nachname@uni-jena.de ergänzt. Insgesamt stand somit für die Kontaktaufnahme eine Liste mit 2.595 E-Mail-Adressen zur Verfügung.

Die Befragung wurde als Online-Befragung konzipiert. Im Gegensatz zu einer klassischen schriftlichen oder mündlichen Befragung kann diese Befragungsmethode sehr viel zeit- und kostensparender umgesetzt werden. Dies gilt sowohl für die Erhebungs-, als auch für die Auswertungsphase, da die Daten mit geeigneter Software leicht mit gängigen Statistik- und Office-Programmen (SPSS, Excel, OpenOffice) eingegeben, exportiert und ausgewertet werden können. Technisch umgesetzt wurde der Online-Fragebogen mithilfe der Open-Source-Software ‚Online-Fragebogen oFb‘ ([www.ofb.msd-media.de](http://www.ofb.msd-media.de)). Diese ermöglicht neben dem Datenexport u.a. die sichere Dateneingabe und -übertragung, Plausibilitätschecks und Filterführung, Feldstatistik und Rücklaufkontrolle, Integration von Multimedia-Elementen und eine Fortschrittsanzeige beim Ausfüllen der Fragebögen ([www.ofb.msd-media.de](http://www.ofb.msd-media.de)). Sie beinhaltet somit alle wesentlichen Anforderungen, die Batinic (2003: 10) an eine Software zur Gestaltung von Online-Fragebögen stellt.

Als Erhebungszeitraum wurde die Spanne zwischen Ende Dezember 2008 und Ende Januar 2009 gewählt. Dies hatte den Hintergrund, eine möglichst hohe Beteiligung bei den Studierenden zu erreichen. Dafür sprachen mehrere Argumente: Die Studierenden wären eventuell im Dezember eher bereit, an einer ca. 15 minütigen schriftlichen Befragung teilzunehmen, da Klausuren und Prüfungen im laufenden Semester erst Ende Januar 2009 stattfinden. Eine weitere Annahme war, dass viele der westdeutschen Studierenden die Zeit zwischen den Weihnachtsfeiertagen und Silvester größtenteils bei ihren Familien verbringen. Dort haben sie evtl. auch die technischen Voraussetzungen eines Internet-Zugangs, um ihre E-Mails abzurufen und den Fragebogen auszufüllen.

Die Befragung selbst erfolgte vom 27.12.2008 (Samstag) bis einschließlich 31.01.2009 (Sonntag). Der Versand der E-Mails wurde über ein Unix-Skript realisiert, mit ausdrücklicher Genehmigung der Hochschulleitung und Kenntnisnahme des Hochschulrechenzentrums. Die erste ‚Einladungsmail‘ an die Studierenden wurde am 27.12.2008 versandt. Sie enthielt eine freundliche Aufforderung, sich an der Studie zu beteiligen und einen direkten Link zum Fragebogen. Etwa vier Wochen später, am 20.01.2009, wurde eine zweite E-Mail als ‚Erinnerungsmail‘ verschickt, mit dem Hinweis, dass die Befragung noch ca. 10 Tage online zugänglich ist.

*Tabelle 1: Beteiligung an der Befragung und Rücklaufquoten*

Rücklaufquoten	Häufigkeit	Prozent
abgebrochen	500	38,6
vollständig ausgefüllt	794	61,4
<b>Summe</b>	<b>1294</b>	<b>100,0</b>
davon		
Rücklauf ‚Einladungsmail‘ (27.12.08)	394	30,4
Rücklauf ‚Erinnerungsmail‘ (20.01.-31.01.09)	400	30,9

In Tabelle 1 sind die jeweiligen Zahlen der Beteiligung nach dem Versand der beiden E-Mails angegeben. Bereits am ersten Tag nach Versand der Einladungs-Mail konnte ein Drittel der angeschriebenen Studierenden für die Umfrage gewonnen werden. Durch den Versand der Erinnerungs-Email konnte nochmal ein weiteres Drittel motiviert werden, an der Umfrage teilzunehmen. Um die Rücklaufquoten zu erhöhen, sollten zudem unter allen Teilnehmern der Befragung Büchergutscheine verlost werden. Am Gewinnspiel nahmen 92,9% der 705 in der Untersuchung berücksichtigten Studierenden teil. In der Regel ist die Beteiligung bei Online-Befragungen niedriger als bei einer traditionellen, postalisch zugestellten schriftlichen Befragung (Batinic 2003: 10).

Bei der hier durchgeführten Studierendenbefragung lagen nach Abschluss der Erhebungsphase insgesamt 794 vollständig ausgefüllte Fragebögen vor. Das entspricht einer Rücklaufquote von 32,3% bei insgesamt 2.461 an der Friedrich-Schiller-Universität eingeschriebenen westdeutschen Studierenden. Aus technischen Gründen gab es für die Teilnehmenden keine Möglichkeit, die Befragung zu unterbrechen und zu einem anderen Zeitpunkt fortzusetzen. Die Abbrecherquote lag daher bei 38,6% (vgl. Tabelle 1). Der genaue Aufbau und Inhalt des Fragebogens, ebenso wie die Anschreiben per E-Mail, sind im Anhang enthalten.

Nach Abschluss der Erhebung wurde der Datensatz nach folgenden Merkmalen gefiltert: vollständig ausgefüllte Fragebögen, Hochschulzugangsberechtigung (HZB) der westlichen Bundesländer (ohne Berlin) sowie ab Geburtsjahr 1980. Mit der ausschließlichen Berücksichtigung von vollständig ausgefüllten Fragebögen soll eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse gewährleistet werden. Um eine Verzerrung durch sog. ‚Langzeitstudierende‘ weitestgehend zu vermeiden, wurde als Filtermerkmal das Geburtsjahr 1980 festgesetzt. Ferner sollten sog. ‚Rückkehrer‘ ausgeschlossen werden, also Studierende, die ihre Hochschulzugangsberechtigung in den östlichen Bundesländern erwarben, ihr Studium jedoch in den westlichen Bundesländern begannen und nun in Jena fortsetzen.

Der vertiefenden Analyse liegen die Ergebnisse der Auswertung von 705 Fragebögen zugrunde, die in den nachfolgenden Kapiteln dargestellt werden. Die Teilnehmer der Befragung (N=705) sind im Text als ‚westdeutsche Studierende‘ definiert. Praktisch handelt es sich dabei um Studierende mit einer Hochschulzugangsberechtigung aus folgenden Bundesländern: Baden-Württemberg, Bayern, Bremen, Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland und Schleswig-Holstein.

## 2 Demographische Merkmale der Studierenden

### 2.1 Studierende nach Semesterzahl, Fakultätszugehörigkeit und Studienfach sowie Bildungshintergrund

Im Wintersemester 2008/09 waren insgesamt 20.920 Studierende an der Friedrich-Schiller-Universität Jena eingeschrieben, davon 42% Männer und 58% Frauen. Dieses Geschlechterverhältnis spiegelt sich auch bei den befragten Studierenden aus Westdeutschland (N=705) wider, insgesamt wurden Fragebögen von 404 Studentinnen und 286 Studenten ausgewertet. Die befragten Studierenden haben fast ausschließlich die deutsche Nationalität. Nur in zwei Fällen wurde eine andere Staatsbürgerschaft angegeben. Im Schnitt sind die Studierenden 24 Jahre alt, 25% der befragten Studierenden sind älter als 26 Jahre. Im bundesweiten Vergleich lag das Durchschnittsalter der Studierenden im Erststudium im WS 2006/07 bei 24,6 Jahren (Feuerstein 2008: 603).

Die befragten westdeutschen Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität studierten zum Befragungszeitpunkt 4,8 Semester in Jena. Der Anteil der sog. Studienortwechsler, also derjenigen, die vorher an einer anderen Universität eingeschrieben waren, liegt bei 17%. In ca. 20% der Fälle haben die Befragten in ihrem Umfeld Freunde, Bekannte oder Verwandte, die aktuell ebenfalls in Jena studieren oder Jena in der Vergangenheit als Studienort wählten (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Die westdeutschen Studierenden in Zahlen (Übersicht)

Studierendenbefragung (N=705), davon	Häufigkeit	Prozent
männlich	286	40,6
weiblich	404	57,3
Nationalität deutsch	697	99,7
durchschnittliches Alter (Jahre)	24,0	
Erstsemester	219	31,6
durchschnittliche Semesterzahl	4,8	
Studienortwechsler	122	17,3
in der Regelstudienzeit (bis 10. Semester)	631	89,5
Freunde/ Bekannte/Verwandte studieren ebenfalls in Jena	135	19,1

Von den insgesamt 20.920 Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität waren im WS 2008/09 4.180 im ersten Fachsemester. Davon kamen 653 Erstsemester aus den westlichen Bundesländern zum Studieren nach Jena (FSU 2008c). In der Befragung sind die Studierenden nach Semesterzahl in etwa ähnlich repräsentiert wie die an der Friedrich-Schiller-Universität insgesamt eingeschriebenen westdeutschen Studierenden (vgl. Tabelle 2 und Abbildung 2).

Ein Drittel der Befragten (31,6%) waren Studienanfänger im ersten Semester. Vier von fünf Studenten befanden sich zum Befragungszeitpunkt zwischen dem 1. bis einschließlich 8. Semester (79%). Bis einschließlich 10. Semester studierten knapp 90% der Befragten.

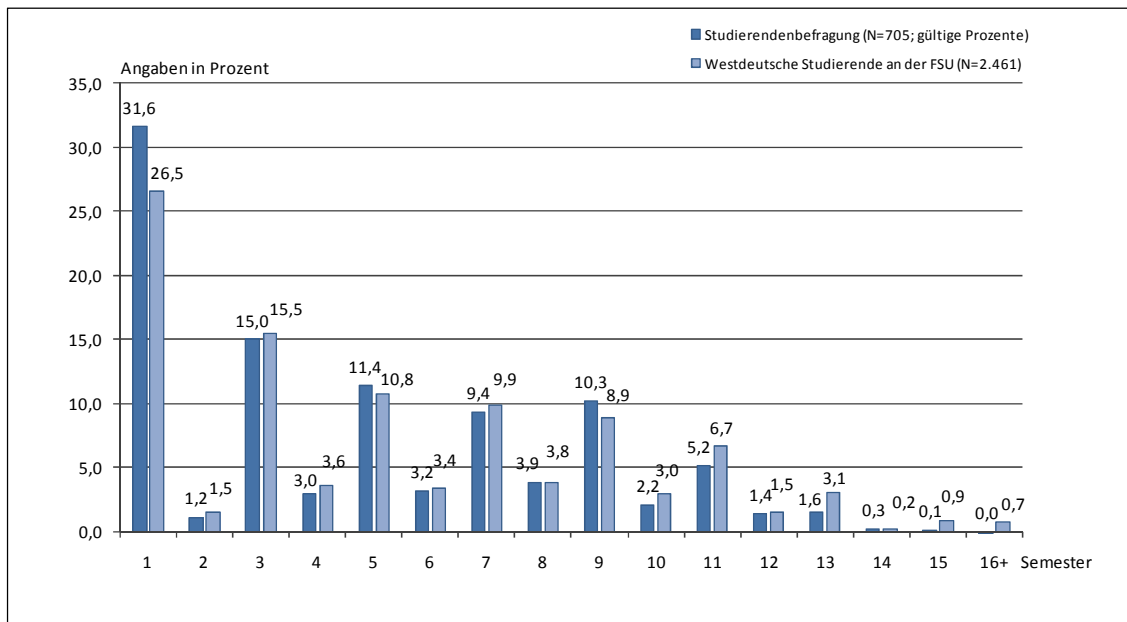


Abbildung 2: Studierende nach Semesterzahl (Hauptfach in Jena)

Generell sind die westdeutschen Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität Jena vermehrt in Fakultäten wie Medizin, Wirtschafts- und Rechtswissenschaften vertreten. Die Anteile in den Fächern Jura und Wirtschaftswissenschaften liegen jeweils etwa 4 Prozentpunkte über dem Schnitt, in Medizin liegt der Anteil mit 1,5 Prozentpunkten nur wenig höher als im Vergleich zu allen an der Fakultät eingeschriebenen Studierenden (FSU 2008c). Das ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass für einige Studiengänge in den westlichen Bundesländern Zulassungsbeschränkungen im Sinne eines hochschulinternen Numerus Clausus bestehen. Die Fächer Jura und Wirtschaftswissenschaften sind in Jena zulassungsfrei und unterliegen auch keinem universitätsinternen Auswahlverfahren (FSU 2008). Ebenso mag die Zuweisung von Studienplätzen über die Zentralstelle für die Vergabe von Studienplätzen (ZVS) einen Einfluss auf die Verteilung westdeutscher Studierender an den ostdeutschen Fakultäten haben. Zwar können Studienplatzbewerber bei der ZVS eine Liste an Wunschhochschulen u.a. auch in Wohnortnähe angeben, die Vergabe der Plätze erfolgt jedoch in einem mehrstufigen Verfahren unter Berücksichtigung der Nachfragesituation. (ZVS 2008: 10). Zulassungsbeschränkungen über ZVS bestehen an der Friedrich-Schiller-Universität Jena im WS 2008/09 nur für die Fächer Medizin, Pharmazie und Zahnmedizin. Dies kann eine Erklärung für den höheren Anteil westdeutscher Studierender an der medizinischen Fakultät sein (vgl. Abbildung 3).

Während Bewerber aus den neuen Ländern ihre Studienortwahl weniger aufgrund der hier günstigeren Noten- und Wartezeitgrenzen treffen, zeigt die Befragung, dass ca. 10% der Bewerber aus den alten Bundesländern teils gezielt in den ‚Osten‘ kommen, weil sie an einer westdeutschen Hochschule aufgrund von Zulassungsbeschränkungen keinen Studienplatz erhalten haben. Allerdings ist dieses Argument nicht der wichtigste Grund für die Wahl der Friedrich-Schiller-Universität (vgl. Kapitel 4).

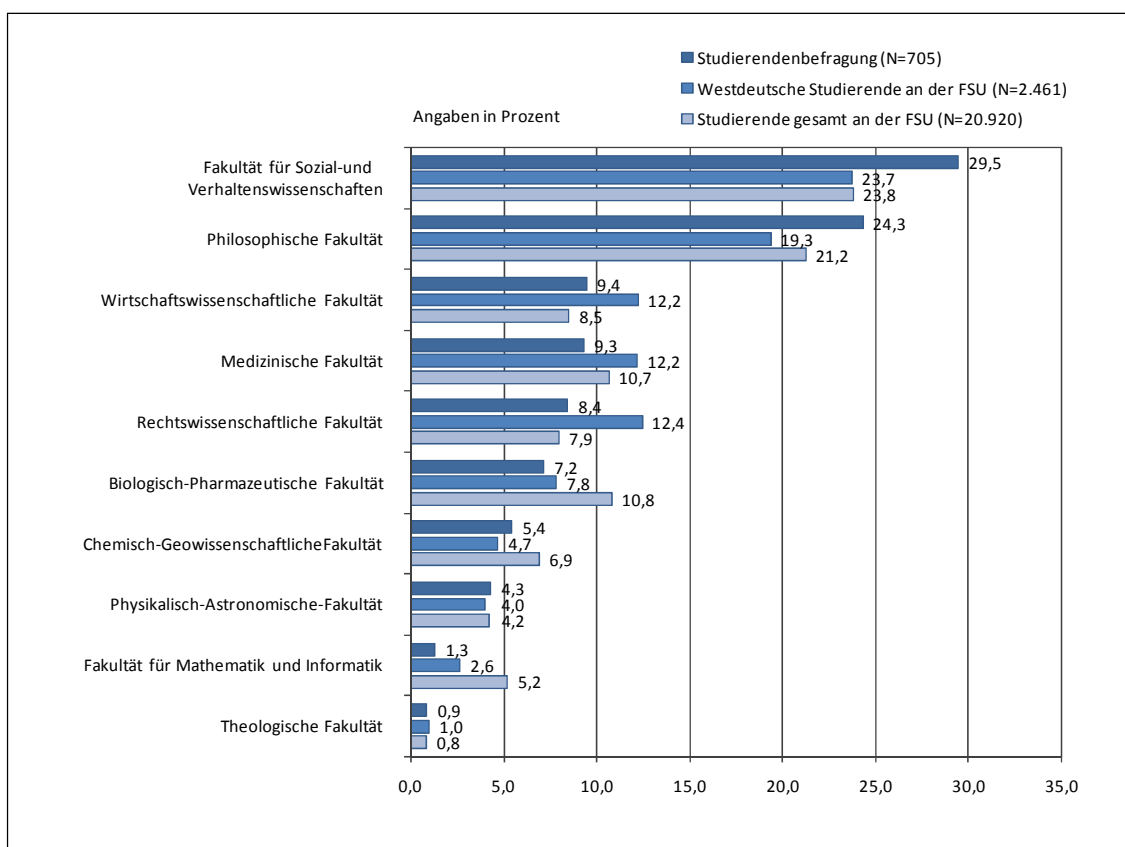


Abbildung 3: Studierende nach Fakultäten

Im Vergleich der Befragungsergebnisse (N=705) mit den Gesamtstudierendenzahlen (N=20.920) sind die einzelnen Fakultäten in etwa gleich verteilt. Studierende aus den Bereichen ‚Sozial- und Verhaltenswissenschaften‘ und der Philosophischen Fakultät sind in der Befragung jedoch etwas stärker vertreten, was auf ein stärkeres, ‚berufsbedingtes‘ Interesse der Studierenden an Umfragen zurückgeführt werden kann. Andere Fakultäten sind in der Stichprobe der ausgewerteten 705 Fragebögen leicht unterrepräsentiert, wie beispielsweise die Fakultäten ‚Mathematik & Informatik‘ sowie ‚Biologie & Pharmazie‘ (vgl. Abbildung 3 und Tabelle 3).



Tabelle 3: Anteil der Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität in ausgewählten Fächern im WS 2008/09

	Studierende gesamt (N=20.920)		Westdeutsche Studierende (N=2.461)		Studierenden- befragung (N=705)	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Medizin/Zahnmedizin	2.228	10,7	300	12,2	59	8,4
Wirtschaftswissenschaften	1.776	8,5	96	3,9	17	2,4
Rechtswissenschaften	1.661	7,9	305	12,4	48	6,8
Biologie	1.385	6,6	52	2,1	10	1,4
Politik	970	4,6	165	6,7	52	7,4
Erziehungswissenschaften	928	4,4	49	2,0	19	2,7
Soziologie	861	4,1	106	4,3	50	7,1
Psychologie	740	3,5	151	6,1	42	6,0
Physik	620	3,0	84	3,4	26	3,7
Chemie	551	2,6	40	1,6	13	1,8
<b>Summe</b>	<b>11.720</b>	<b>56,0</b>	<b>1.348</b>	<b>54,8</b>	<b>336</b>	<b>47,7</b>

Quelle: FSU 2008c, eigene Erhebungen und Berechnungen

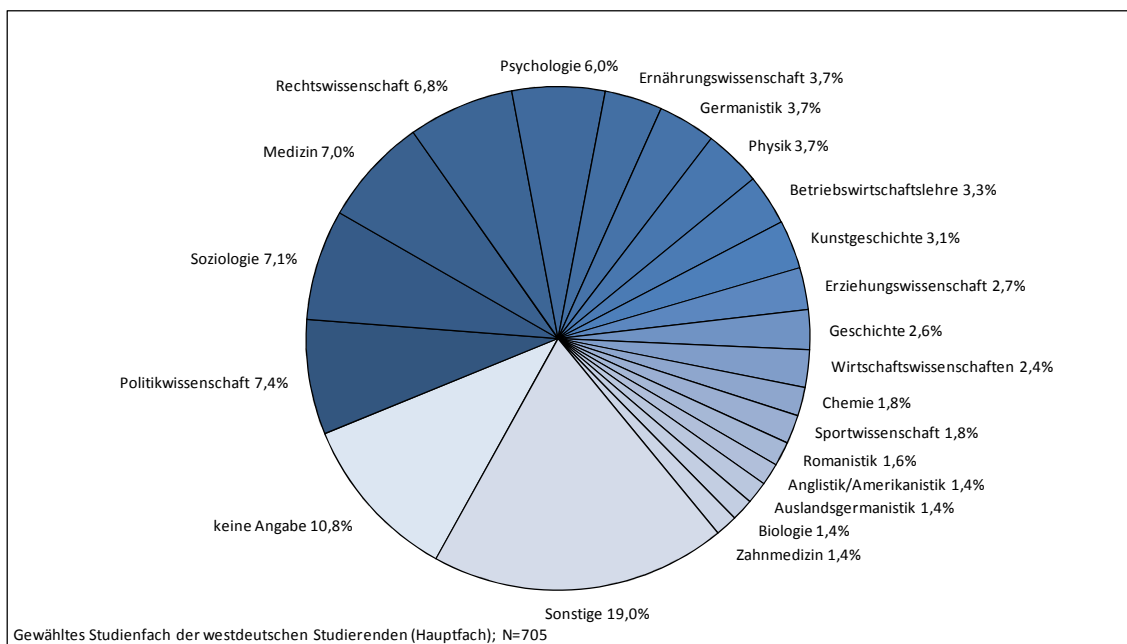


Abbildung 4: Studienfächer (Hauptfach) der befragten Studierenden im WS 2008/09

Etwa die Hälfte aller Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität Jena waren im Wintersemester 2008/09 in den Fächern Wirtschafts- und Rechtswissenschaften, Politik, Soziologie, Medizin, Psychologie, den Erziehungswissenschaften sowie in den naturwissenschaftlichen Fächern Physik, Chemie und Biologie eingeschrieben. Die westdeutschen Studierenden sind mit ca. 55% in diesen Studiengängen vertreten. Von den befragten Studierenden werden vor allem die Fächer Jura, Psychologie, Medizin und Politikwissenschaften stärker bevorzugt. Gründe für den höheren Anteil westdeutscher Studierender in ZVS-Fächern (wie Medizin) wurden bereits angesprochen. In der Studierendenbefragung sind Medizinstudenten jedoch leicht unterrepräsentiert, ebenso wie Studierende der Rechts- und Wirtschaftswissenschaften und Biologie (vgl. Tabelle 3). Die Befragungsergebnisse stützen sich dennoch auf eine Studierendenzahl mit einem breiten Fächerspektrum. In Abbildung 4 ist die Verteilung ausgewählter Studienfächer angegeben, in denen die befragten Studierenden im WS 2008/09 im Hauptfach eingeschrieben waren.

## 2.2 Regionale Herkunft

Von den insgesamt 20.290 Studierenden, die im WS 2008/09 an der Friedrich-Schiller-Universität eingeschrieben waren, kommen 2.618 Studierende (13%) aus den westlichen Bundesländern (ohne Berlin). Stark vertreten sind als Herkunftsländer vor allem die bevölkerungsreichen Flächenstaaten Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Bayern und Baden-Württemberg. Insgesamt stammen 72,1% der westdeutschen Studierenden aus diesen Bundesländern. Dies gilt auch für die Gruppe der Befragten, in denen diese Bundesländer mit 72,2% vertreten sind. Auch Hessen, als ein an Thüringen angrenzendes Bundesland, nimmt mit 14,0% einen recht hohen Stellenwert ein. Hier entspricht die Verteilung der befragten Studierenden ebenfalls in etwa den Verhältnissen an der Friedrich-Schiller-Universität insgesamt (vgl. Abbildung 5).

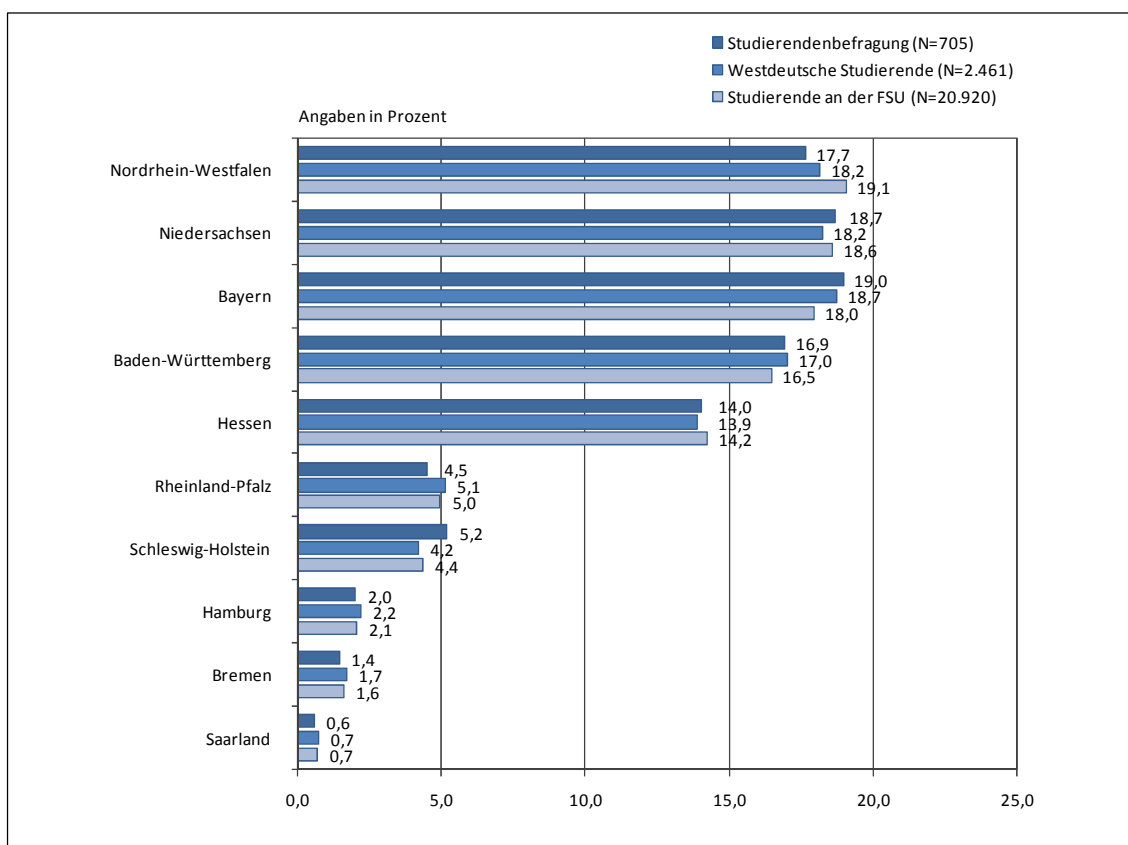


Abbildung 5: Herkunft der Studierenden mit Hochschulzugangsberechtigung (HZB) nach Bundesländern im WS 2008/09

Zwar zeigt die CHE-Studie ‚Studieren im Osten‘, dass die Mobilitätsbereitschaft westdeutscher Abiturienten verhältnismäßig gering ist, je weiter entfernt ein Studieninteressierter von einer ostdeutschen Hochschule wohnt, desto geringer ist seine Bereitschaft, ein Studium im Osten aufzunehmen (Beckmann/Langer 2009: 40, 55). Dass bei der Studienplatzwahl der befragten westdeutschen Studierenden die räumliche Nähe zum Elternhaus jedoch keine allzu große Rolle spielt, zeigt Abbildung 6. Dargestellt sind die Herkunftsregionen der westdeutschen Studierenden auf Landkreisebene, d.h. die Landkreise, in denen sie ihre Hochschulzugangsberechtigung erworben haben.

Es zeigt sich zunächst, dass Städte mit einer höheren Einwohnerdichte als Herkunftsort stärker vertreten sind als weniger dicht besiedelte Landkreise. Aus Bremen, Hamburg, Hannover, und Nürnberg haben je mehr als zehn Studierende ihr Studium in Jena aufgenommen, aus dem Raum Braunschweig kamen mit 17 die meisten Studierenden nach Jena. Aus der Gemeinde Bad Ems im rheinland-pfälzischen Rhein-Lahn-Kreis stammt dagegen beispielsweise nur ein Studierender, wie das für insgesamt 249 Gemeinden der 377 genannten Kommunen der Fall ist.

Aus räumlicher Sicht lässt sich eine leichte Konzentration auf die an Thüringen angrenzenden Landkreise feststellen. Darunter vertreten sind die nördlichen Landkreise Bayerns Rhön-Grabfeld, Hassberge, Coburg, Kronach und Hof sowie in West- und Nordhessen die Stadt- und Landkreise Kassel, Werra-Meißner, Hersfeld, Rotenburg und Fulda. Allerdings ist dieses räumliche Muster nur sehr schwach ausgeprägt. Denn aus peripher gelegenen Landkreisen wie etwa dem Emsland in Niedersachsen und dem Ortenaukreis im westlichen Baden-Württemberg finden mit sechs Studierenden immerhin ebenso viele Studienbewerber nach Jena wie aus dem Landkreis Kassel (vgl. Abbildung 6).

Die Vermutung, dass junge Menschen wegen räumlicher Nähe zum Elternhaus ein Studium in benachbarten Bundesländern bevorzugen, kann demnach nur bedingt bestätigt werden. Auch die Frage, ob es in unmittelbarer Nähe des Heimatorts eine geeignete Hochschule gegeben hätte, war für die Teilnehmer der Studie nicht von Belang. Vielmehr zeigt sich, dass die befragten Studierenden durchaus die Möglichkeit gehabt hätten, ein Studium in ihrer Heimatstadt oder in direkter Nähe aufzunehmen<sup>1</sup>. Unter den Herkunftsorten finden sich zahlreiche Universitätsstädte bzw. an diese angrenzende Stadt- und Landkreise, wie Tabelle 4 zeigt.

---

<sup>1</sup> Welche Zusammenhänge gibt es zwischen der Hochschulwahl und dem Mobilitätsverhalten der Studierenden? Denkbar ist, dass zwischen den Gründen für die Hochschulwahl einzelner Herkunftsgruppen Unterschiede bestehen. So könnten Studierende aus den zu Thüringen nahe gelegenen Landkreisen weniger Wert auf das studentische Leben in Jena legen, weil sie eher das Wochenende zuhause und bei ihren Freunden in der Heimat verbringen. Solche Zusammenhänge können derzeit aufgrund zu kleiner Gruppen nicht untersucht werden, dürften aber künftig durchaus interessant sein.

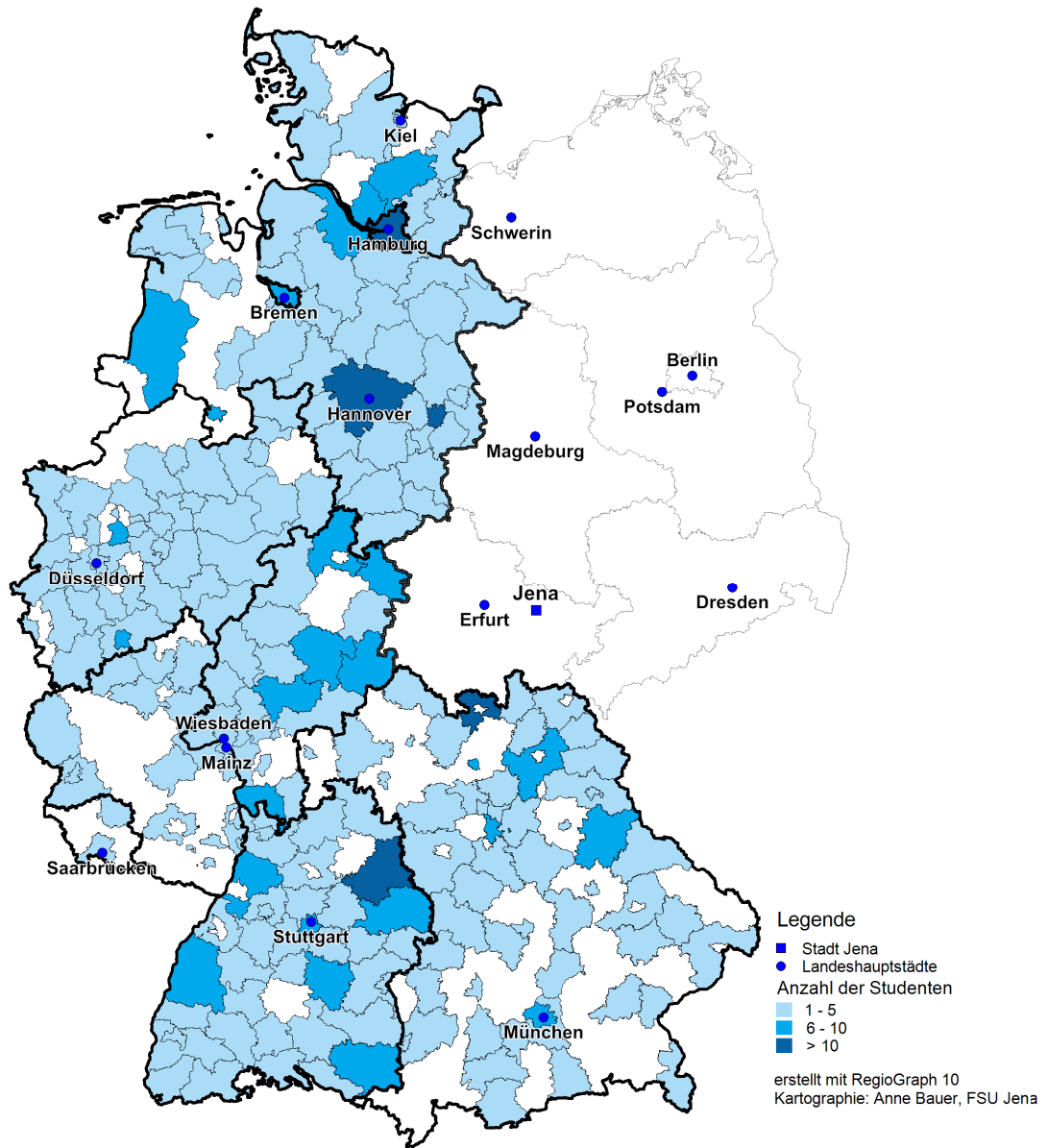


Abbildung 6: Herkunft der befragten westdeutschen Studierenden nach Hochschulzugangsberechtigung (HZB) alte Bundesländer (Landkreise) im WS 2008/09; Kartographie: Anne Bauer, FSU Jena

Tabelle 4: Herkunft nach Hochschulzugangsberechtigung (Universitätsstädte und angrenzende Land- und Stadtkreise mit mehr als 5 Studierenden)

Stadt-/Landkreis	Kfz-Kennzeichen	Häufigkeit	Kumulierte Prozente	in Prozent der Gesamtsumme
<b>Studierende aus an Universitätsstädte angrenzende Stadt-/Landkreise</b>				
LK Vogelsbergkreis	VB	6	6,7	
LK Segeberg	SE	7	7,8	
LK Wetteraukreis	FB	7	7,8	
LK Werra-Meißner-Kreis	ESW	9	10,0	
LK Bayreuth	BT	6	6,7	
LK Karlsruhe	KA	6	6,7	
LK Main-Kinzig-Kreis	MKK	11	12,2	
LK Schwandorf	SAD	7	7,8	
LK Stade	STD	6	6,7	
LK Pinneberg	PI	6	6,7	
LK Kassel	KS	6	6,7	
LK Fulda	FD	8	8,9	
LK Göttingen	GÖ	5	5,6	
<b>Summe</b>		<b>90</b>	<b>100,0</b>	<b>41,9</b>
<b>Studierende aus Hochschulstädten</b>				
SK Bamberg	BA	7	5,6	
SK Osnabrück	OS	9	7,2	
SK Bonn	BN	7	5,6	
SK Braunschweig	BS	17	13,6	
SK Bremen	HB	10	8,0	
SK Essen	E	8	6,4	
SK Hamburg	HH	14	11,2	
LK Region Hannover	H	16	12,8	
SK Heidelberg	HD	5	4,0	
LK München	M	10	8,0	
SK Nürnberg	N	10	8,0	
SK Stuttgart	S	7	5,6	
SK Ulm	UL	5	4,0	
<b>Summe</b>		<b>125</b>	<b>100,0</b>	<b>58,1</b>
<b>gesamt</b>		<b>215</b>		<b>100,0</b>

In Tabelle 4 ist die Herkunft der Studierenden mit einer Hochschulzugangsberechtigung aus einer Universitätsstadt bzw. angrenzendem Stadt- und Landkreis angegeben. Berücksichtigt wurden nur Stadt- und Landkreise als Herkunftsort von mehr als fünf Studierenden. Darunter sind beispielsweise um Hamburg bzw. Kiel die Landkreise Segeberg, Pinneberg und Stade zu nennen, um Kassel und Fulda die Kreise Werra-Meißner, Vogelsberg und Wetterau. Daneben enthält die Liste der Herkunftsorte auch Hochschulstädte wie Bamberg, Heidelberg und Hamburg. Alleine aus einer Universitätsstadt oder ihrem nächsten Einzugsgebiet stammen 215 der 659 befragten Studierenden, die zum Ort ihrer Hochschulzugangsberechtigung eine Angabe gemacht haben.

Fast ein Drittel der westdeutschen Studierenden in Jena (32,6%) hätte demnach ohne weiteres in nächster Nähe des Heimatortes ein Studium aufnehmen können. Sie haben sich jedoch für Jena und die Friedrich-Schiller-Universität entschieden. Auch die übrigen 444 Befragten, die nicht aus der unmittelbaren Nachbarschaft einer Universitätsstadt stammten, hätten zumeist ohne weiteres einen nähergelegenen Studienort finden können.

Welche Gründe die befragten Studenten und Studentinnen aus den westlichen Bundesländern zur ‚Studienortwahl Jena‘ angeben und welche Bedeutung dabei Heimatnähe und Heimatferne hatten, darauf gibt das Kapitel 4 ‚Motive der Hochschulwahl‘ Auskunft.

### 2.3 Soziale Herkunft

Neben Angaben zu Alter, Geschlecht und Herkunft nach Bundesland wurde auch darum gebeten, Angaben zum Beruf und zur Bildung der Eltern zu machen. Die Ergebnisse der Studierendenbefragung zeigen, dass die Eltern der an der Uni Jena eingeschriebenen westdeutschen Studierenden ein vergleichsweise hohes Bildungsniveau besitzen. Fragt man nach dem Anteil der ‚Arbeiterkinder‘ (beide Eltern haben eine Lehre oder Berufsausbildung) bei den westdeutschen Studierenden, liegt dieser bei ca. 20%. Über die Hälfte der Mütter hat eine Berufsausbildung oder einen Techniker- oder Meistertitel erworben (52,2%), bei den Vätern sind es 38,5%. Nur 4,2% der Mütter und Väter besitzen gar keine Berufsausbildung.

Der Anteil der ‚Akademikerkinder‘ unter den befragten westdeutschen Studierenden an der Uni Jena ist als erstaunlich hoch einzuschätzen. Etwa 60% der Väter und 44% der Mütter haben an einer Universität oder einer Fachhochschule studiert. Mehr als ein Viertel (28,8%) der befragten Studierenden kommt aus einem sog. Akademiker-Haushalt, in dem beide Elternteile einen universitären Hochschulabschluss besitzen. Der Anteil derjenigen Studierenden, bei denen nur ein Elternteil studiert hat, liegt bei 81,6% und damit weit über dem bundesweiten Schnitt. Hier liegt der Anteil von Akademikerkindern seit zehn Jahren bei rund 50% (Heine 2008a: 9). In Abbildung 7 sind die Bildungsabschlüsse der Eltern dargestellt.

Die Stellung der Eltern im Beruf, vor allem die des Vaters, gibt Aufschluss über den Hintergrund der Studierenden. Im bundesdeutschen Vergleich gehören die meisten Väter der Gruppe der Angestellten an (40%). Dieser Anteil ist ebenfalls seit ca. zehn Jahren stabil (Heine 2008a: 10). Etwa 20% der Studierenden haben selbstständige oder freiberuflich tätige Väter, 16% der Väter stehen in einem Beamtenverhältnis. Der Anteil der Kinder aus Arbeiterhaushalten ist seit 2003 leicht gestiegen und lag im Wintersemester 2006/2007 bei 19% (Heine 2008a: 10).

Eine ähnliche Verteilung der Berufsgruppen findet sich bei den befragten Studierenden aus den westlichen Bundesländern. Auch hier sind ca. 40% der Väter in einem Angestelltenverhältnis. Der Anteil der Selbstständigen liegt mit ca. 20% ebenfalls im Bundesschnitt. Es zeigt sich jedoch, dass die Arbeiterkinder in der Stichprobe mit knappen 10% unterrepräsentiert sind. In welchen Berufsgruppen die Eltern der befragten Studierenden tätig sind, zeigt Abbildung 8.

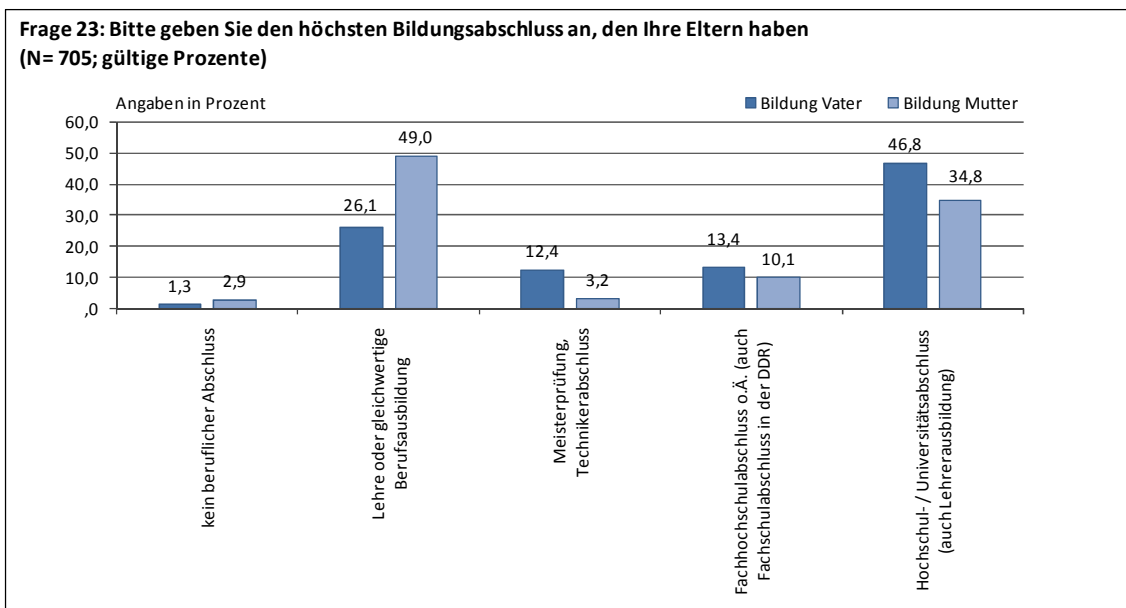


Abbildung 7: Bildungsabschluss der Eltern

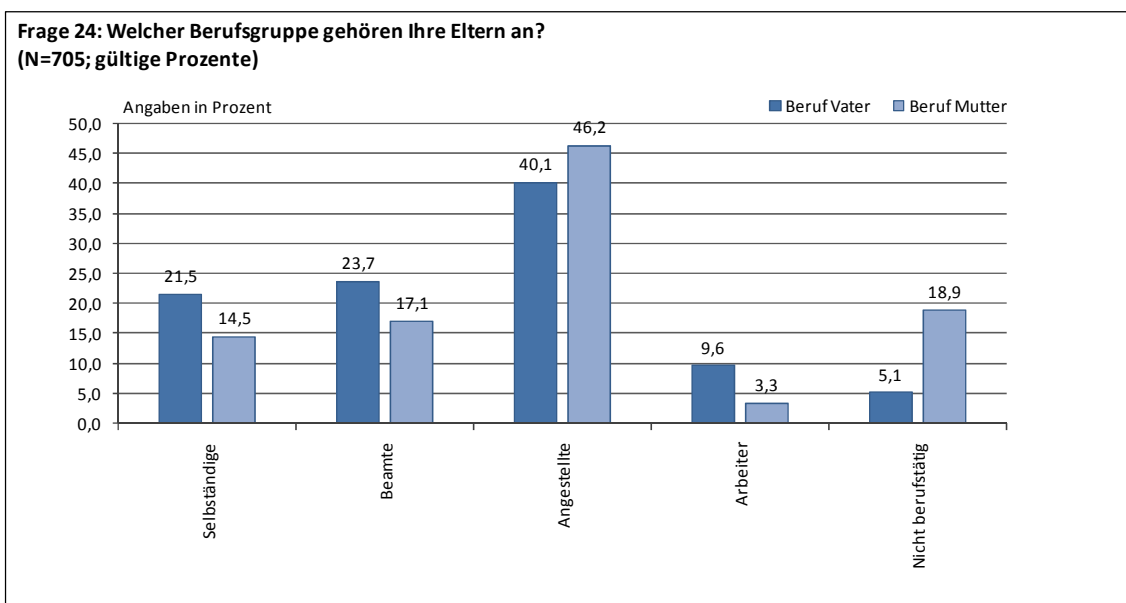


Abbildung 8: Berufsgruppen der Eltern



Die Ergebnisse aus der Befragung widerlegen somit die Annahme, dass es vor allem Studierende aus Arbeiterhaushalten sind, die eventuell aus finanziellen Gründen ein Studium in den neuen Bundesländern und somit auch in Jena aufnehmen. Auch in anderen Studien zeigt sich ein ähnliches Bild. Akademikerkinder, so die Befragung von Studienanfängern im WS 2006/07, studieren häufiger an einer Hochschule, die keine Studiengebührenerhebung plant (23%), im Gegensatz zu Studierenden aus einem nicht-akademischen Haushalt (18%). Zudem erhalten Akademikerkinder häufiger finanzielle Unterstützung ihrer Eltern (83% vs. 67%) und finanzieren die Studiengebühren zum großen Teil mithilfe der Eltern, anders als Studienanfänger aus nicht-akademischen Haushalten (41% vs. 24%) (Heine u.a. 2008a: 155).

Möglicherweise haben die Eltern in ihrer Rolle als Finanziere Mitspracherecht bei der Studienortentscheidung ihrer Kinder. Wenn auch dieser Zusammenhang zunächst den Eindruck besonderer Sparsamkeit in Akademikerfamilien erweckt, scheint eher die grössere ‚geistige Beweglichkeit‘ und ‚Offenheit für Neues‘ den Akademikernachwuchs in neues Terrain zu bringen, wo zufällig auch keine Studiengebühren erhoben werden. Zumindest wäre dies eine alternative Interpretation der hier vorliegenden Befunde der Studierendenbefragung an der Uni Jena. Welchen Einfluß das Elternhaus der befragten Studierenden auf die Wahl der Universität Jena hat und wie die Eltern zu einem Studium in den östlichen Bundesländern stehen, wird im Kapitel 4 ‚Motive der Hochschulwahl‘ bzw. Kapitel 7 ‚Image der Hochschulregion Jena und der östlichen Bundesländer‘ beschrieben. Doch zunächst soll geklärt werden, auf welchen Wegen die befragten westdeutschen Studierenden auf die Universität und den Studienort Jena aufmerksam werden und welche Quellen sie bei der Wahl der Friedrich-Schiller-Universität zu Rate ziehen. Das ist Gegenstand des nachfolgenden Kapitels ‚Informationsverhalten‘.

### 3 Informationsverhalten

Ein Ziel der Studierendenbefragung ist es, zielgerichtete Maßnahmen für das Hochschulmarketing ableiten zu können und Hinweise auf die Zielgruppenansprache, speziell der westdeutschen Studierenden, zu bekommen. Die Befragung soll zum einen Antworten liefern zum Informationsverhalten der Studierenden aus den Altbundesländern, d.h. zu welchem Zeitpunkt die erste Kontaktaufnahme zur Friedrich-Schiller-Universität erfolgt, und welche Medien zur Informationsbeschaffung genutzt werden. Darüber hinaus sind für ein zielgerichtetes Hochschulmarketing auch die von den Studierenden angegebenen Alternativen zur Universität Jena von zentralem Interesse: Über welche Hochschulen haben sich die Studierenden im Vorfeld informiert, an welchen hätten sie gerne studiert oder von welchen erhielten sie tatsächlich eine Zulassung zum Studium? Diese Fragen sollten Auskunft geben, zu welchen Hochschulen die Universität Jena in Konkurrenz um die Akquise von Studierenden aus den westlichen Bundesländern steht. Nachfolgend sollen die Ergebnisse aus diesem Fragenblock im Einzelnen vorgestellt werden.

#### 3.1 Erstkontakt

Die Wahl der Hochschule erfolgt, wie andere Studien zeigen, in erster Linie über die Fachwahl (vgl. Krawietz 2007; Hachmeister u.a. 2007a). Nach der Fachfrage haben die Studieninteressenten also zunächst zu klären, wo sie ihr Wunschfach studieren können. Das beinhaltet zwei Details: Zum einen spielt eine Rolle, welche Universitäten das betreffende Fach anbieten, und zum anderen, in welchen Städten diese Hochschulen angesiedelt sind. In ca. 87 % der Fälle entscheiden sich die Studierenden für ein bestimmtes Fach, erst in nächster Instanz erfolgt die Feinauswahl für einen bestimmten Hochschultyp bzw. Hochschulort. In 42 % der Fälle haben die Abiturienten ihre Entscheidung bereits getroffen (Hachmeister u.a. 2007a: 58).

Allerdings geben diese Studien keine Auskunft darüber, welche Informationsquellen für diese Feinauswahl von den zukünftigen Studierenden zu Rate gezogen werden. Um einen möglichst unverfälschten Eindruck darüber zu bekommen, wie die westdeutschen Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität auf ihre Hochschule aufmerksam werden und über welche Informationskanäle dieser ‚Erstkontakt‘ zustande kommt, wurde im Fragebogen daher eine ‚offene Frage‘ formuliert: Die Studierenden wurden gebeten, Auskunft darüber zu geben, in welchem Zusammenhang sie die ‚Universität Jena‘ als Begriff zum ersten Mal bewusst wahrgenommen haben.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass das Internet für die in Jena studierenden Westdeutschen eine der wichtigsten Informationsquellen darstellt. Fast die Hälfte der Studierenden (45,7%) gibt an, zum ersten Mal von der Uni Jena im Internet erfahren zu haben. An erster Stelle stehen dabei ganz allgemeine Internetrecherchen (31,8% aller Antworten, vgl. Abbildung 9) oder der direkte Kontakt über die Homepage der Universität Jena (2,3%). Hochschulrankings, die ebenfalls im Internet verfügbar sind, stellen dabei nicht nur ein informatives, sondern vor allem ‚werbeträchtiges‘ Medium dar. Insgesamt 12,6% der Studierenden geben an, erstmals über die Nennung in Rankings von der Friedrich-Schiller-Universität erfahren zu haben. Das Gleiche gilt für Internetseiten, die den Studierenden einen umfassenden Überblick über das Studienangebot geben: Der ‚Hochschulkompass‘ der Hochschulrektorenkonferenz wird von 3,4% aller befragten Studierenden aus den Altbundesländern als Erstkontakt angegeben.

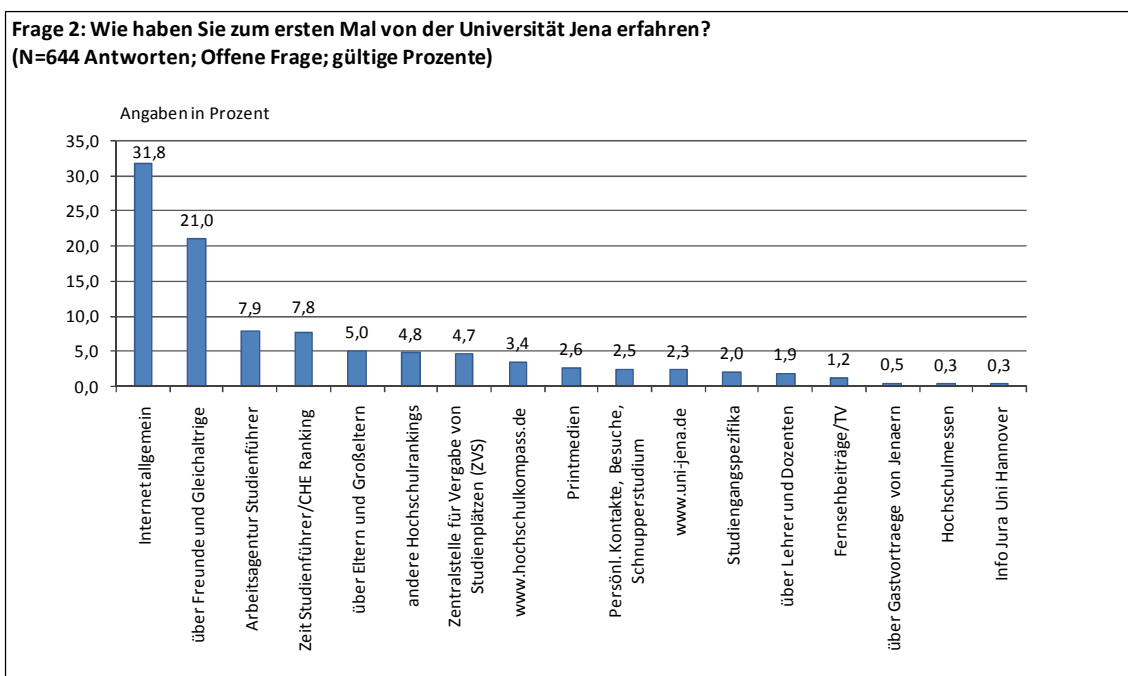


Abbildung 9: Erstkontakt der Studierenden mit der Friedrich-Schiller-Universität (Informationsquellen)

Neben dem Internet erreicht die Universität Jena zum großen Teil durch persönliche Kontakte und Empfehlungen einen gewissen Bekanntheitsgrad. Insgesamt 30,9% aller Studierenden geben an, zum ersten Mal von der Friedrich-Schiller-Universität über Freunde und Gleichaltrige (21,0%), Eltern und Großeltern (5,0 %) oder Lehrer, Dozenten oder durch Gastredner bei Vorträgen (2,4%) gehört zu haben. Auch der persönliche Besuch vor Ort wird mit 2,5% noch recht häufig genannt (vgl. Abbildung 9).

12,6% der genannten Erstkontakte beziehen sich auf sog. Informationsquellen zur Studienberatung, wie beispielsweise der Studienführer der Agentur für Arbeit und die Studienbroschüre ‚ZVS info‘ der Zentralstelle für die Vergabe von Studienplätzen. Zusammen mit den Nennungen der Rankings kann ein Fünftel aller ‚Erstkontakte‘ auf diese Informationsquellen zurückgeführt werden. Im Vergleich dazu werden die traditionellen Medien wie Printmedien, Rundfunk und Fernsehen von den befragten Studierenden mit insgesamt 3,8% eher selten genannt (vgl. Abbildung 9).

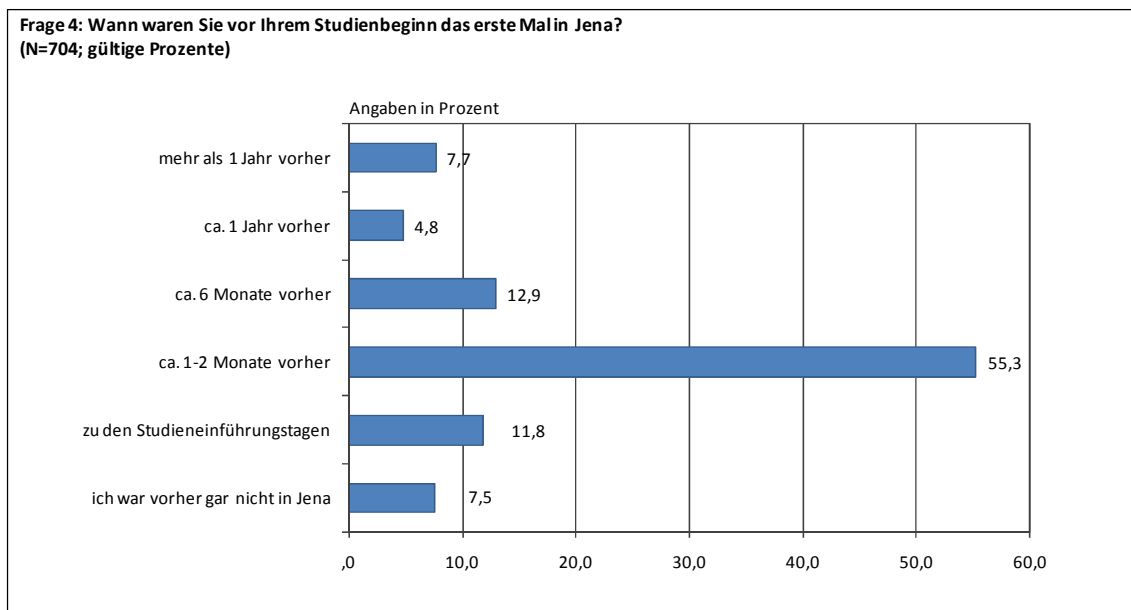


Abbildung 10: Der erste Besuch in Jena

Wie die Ergebnisse der Befragung weiterhin zeigen, erfolgt der erste Besuch vor Ort in Jena größtenteils kurz vor Studienbeginn: Über die Hälfte der Studierenden gibt an, sich ca. ein bis zwei Monate vorher einen persönlichen Eindruck von der Universität und der Stadt gemacht zu haben (vgl. Abbildung 10).

Gründe für diesen scheinbar kurzfristig angelegten Besuch vor Ort können zum einen in der guten Informiertheit der Studierenden gesehen werden. Wie eine HIS-Studie belegt, fühlt sich über die Hälfte der Studienanfänger mit einer Hochschulzugangsberechtigung aus den westlichen Bundesländern vor Studienbeginn im Osten sehr gut bis gut informiert, sowohl was die Studienbedingungen an der Hochschule (56%) als auch die Anforderungen im gewählten Studiengang betrifft (52%) (Heine u.a. 2009: 17). Ein Besuch vor Ort, lange vor Beginn des Studiums, scheint nicht unbedingt notwendig, wie auch die Ergebnisse der Studierenden in Jena vermuten lassen.

Ein weiterer Grund für den recht kurzfristigen Besuch Jenas und der Friedrich-Schiller-Universität mag darin liegen, dass die Entscheidung der ZVS über Zulassung bzw. Nicht-Zulassung zum Studium in zulassungsbeschränkten Studiengängen an der gewünschten Hochschule erst kurz vor Studienbeginn vorliegt.

Für zulassungsbeschränkte Studienfächer an der Friedrich-Schiller-Universität erfolgt der Bescheid im Zeitraum Mitte August bis Ende September, die Vergabe von Studienplätzen per Losverfahren findet an der Universität Jena erst unmittelbar vor Semesterbeginn Mitte Oktober statt (ZVS 2008, [www.uni-jena.de](http://www.uni-jena.de)). In der hier vorliegenden Befragung liegt der Anteil der Studierenden, die in den ZVS-beschränkten Fächern Medizin, Zahnmedizin und Pharmazie eingeschrieben sind, bei 9,1%. Damit lassen sich die vergleichsweise hohen Prozentzahlen der Studierenden erklären, die zum ersten Mal zu den Studieneinführungstagen Anfang Oktober (11,8%) bzw. zum Semesterstart (7,5%) nach Jena kommen. Insgesamt jedoch waren fast drei Viertel (74,6%) der befragten Westdeutschen zwei Monate vor Studienbeginn noch nie in Jena, nur ein Viertel hat sich mindestens ein halbes Jahr vorher über die örtlichen Verhältnisse informiert.

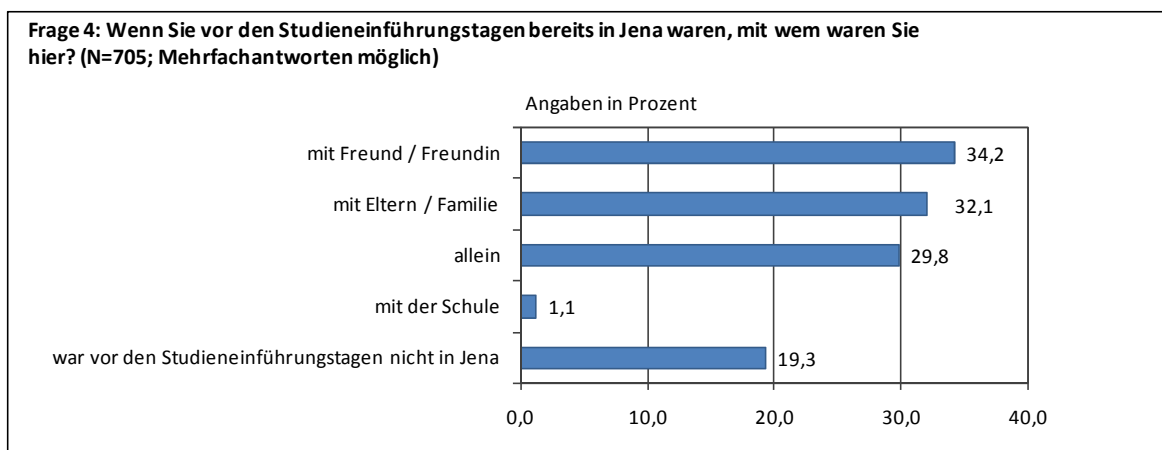


Abbildung 11: Der erste Besuch in Jena mit/ohne Begleitung

Zu unserer Überraschung hatte nahezu ein Fünftel (19,3%) der Studierenden Jena vor Studienbeginn gar nicht besucht. Das Gros der Studierenden (80,7%) jedoch hat sich bereits vor Studienantritt einen persönlichen Eindruck vor Ort verschafft. Von denjenigen, die vor den Studieneinführungstagen bereits in Jena waren, kommen zwei Drittel (66,2%) der Befragten in Begleitung – entweder mit Freunden oder mit der Familie. Knapp ein weiteres Drittel der Studierenden hat sich vor Ort über die Universität Jena und die Stadt eigenständig ohne Unterstützung von Familie und Freundeskreis informiert. Nur ein sehr kleiner Anteil (1%) hat Jena mit der Schule, beispielsweise im Rahmen einer Klassenfahrt, bereits vor dem Studienbeginn kennengelernt (vgl. Abbildung 11).

Abschließend wurden die Studierenden gefragt, welche Informationsquellen sie in der Studienvorbereitung genutzt haben und welchen Stellenwert sie diesen für die Hochschulwahl beimessen. Diese Ergebnisse werden in den nachfolgenden Kapiteln vorgestellt.

### 3.2 Nutzung von Informationsquellen

Die westdeutschen Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität informieren sich vor Studienbeginn vor allem über leicht zugängliche Quellen, ein Besuch der gewählten Hochschule erfolgt - wie sich gezeigt hat - erst kurz vor Semesterstart. Von den Informationsquellen, die über die Universität Jena angeboten werden, sind es vor allem die direkt fachbezogenen Broschüren und Informationsblätter, die den Studierenden die Hochschulwahl leichter machen. Zum einen gibt es Broschüren, die einen konzentrierten und prägnanten Überblick über die einzelnen Studienfächer geben. Diese sind entweder als Loseblatt-Sammlung über die Seiten der Zentralen Studienberatung abzurufen, aber auch auf den Seiten der einzelnen Fakultäten und Lehrstühle erhältlich (<http://www.uni-jena.de/Loseblatt>). Etwa zwei Drittel der Studierenden (63,9%) gibt an, diese Broschüren angefordert bzw. im Netz abgerufen zu haben und für ein Viertel waren diese ‚sehr wichtig‘ für die Entscheidung, warum sie in Jena studieren möchten (vgl. Abbildung 12). Daneben bietet die Zentrale Studienberatung auch Printbroschüren zum aktuellen Studienangebot und den Bewerbungsmodalitäten an (<http://www.uni-jena.de/schueler>). Sie werden von der Universität vor allem bei Messeauftritten eingesetzt und sind auch über die Zentrale Studienberatung der Friedrich-Schiller-Universität erhältlich. Im Informations- und Nutzungsgehalt stehen sie bei den Studierenden mit 39,2% an zweiter Stelle der in diesem Block abgefragten Medien (‚genutzt und sehr/weniger wichtig‘).

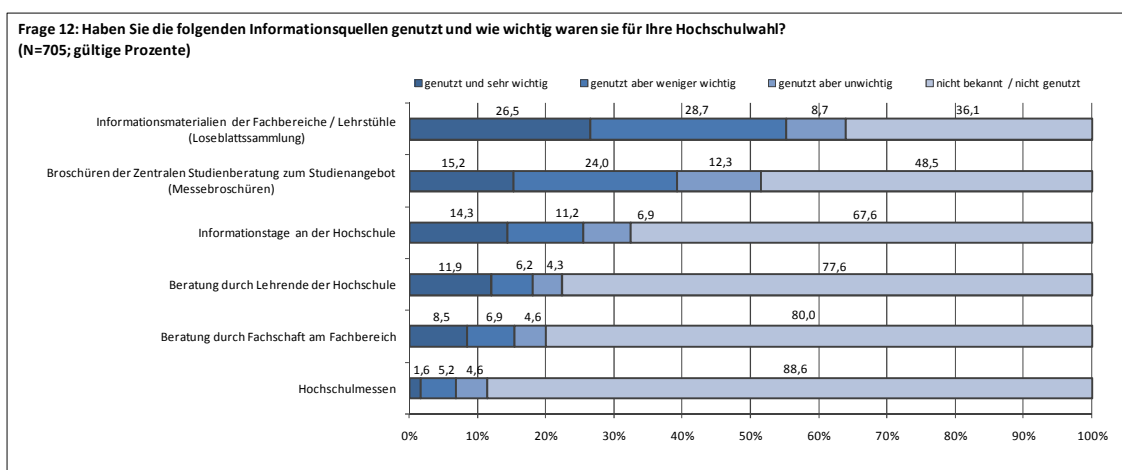


Abbildung 12: Nutzung und Wichtigkeit von Informationsangeboten der Friedrich-Schiller-Universität

Anders als der kurzfristig geplante erste Besuch in Jena vermuten lässt, nutzt immerhin ca. ein Drittel der westdeutschen Studierenden das Angebot von Informationstagen an der Friedrich-Schiller-Universität (32,4%), gefolgt von der Beratung durch Lehrende. Diese Möglichkeit des persönlichen und direkten Austausches haben 22,4% der hier befragten Studierenden in Anspruch genommen. Etwa ein Fünftel der befragten Studierenden informierte sich zudem im Vorfeld über Fachschaften (20%) oder auf Hochschulmessen (11,4%).

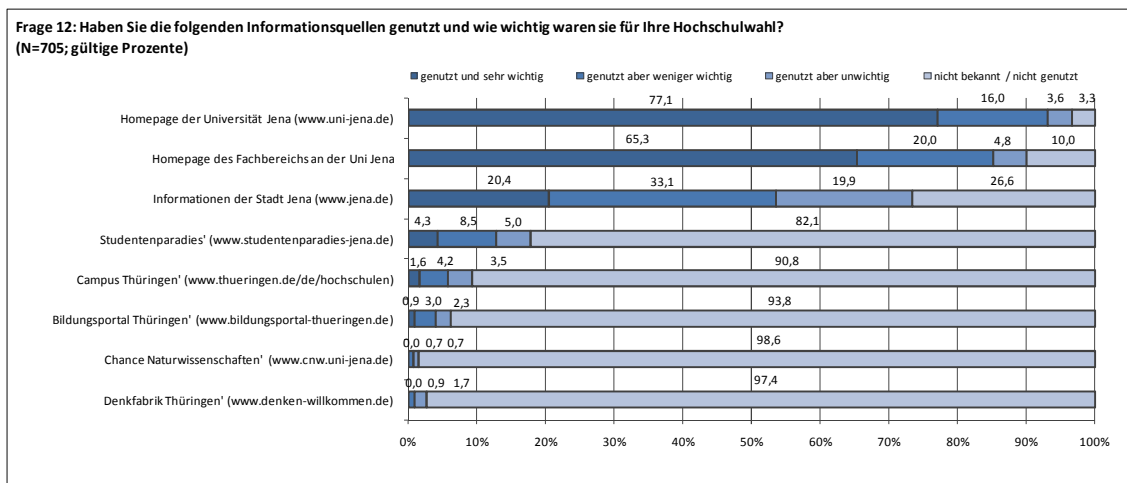


Abbildung 13: Nutzung und Wichtigkeit von Informationsangeboten im Internet

Wie bereits erwähnt, ist das Internet das mit Abstand meist genutzte Informationsmedium: Über 90% der Abiturienten nutzen in der Studienvorbereitung das Internet als Informationsquelle. Entsprechend halten zwischen 70% und ca. 80% der Nutzer dieses Medium für ‚sehr wichtig‘ für die Studien- und Berufswahl (Hachmeister u.a. 2007a: 82; Heine u.a. 2009: 11). Aus diesem Wissen heraus war bei der vorliegenden Untersuchung von zentralem Interesse, welche Internetangebote die westdeutschen Studierenden in Jena für ihre Hochschulentscheidung genutzt haben und wie wichtig diese eingeschätzt werden.

Wie beinahe zu erwarten, wird der Internetauftritt der Universität (www.uni-jena.de) von den Befragten an erster Stelle genannt: 77% der Studierenden erhalten hier die für sie wichtigen Informationen (vgl. Abbildung 13). Für ‚sehr wichtig‘ erachtet wurde von fast zwei Dritteln der Studierenden (65,3%) auch der Internetauftritt der jeweiligen Fachbereiche. Genutzt haben diese Seiten insgesamt ca. 85% aller befragten Studierenden, doch fast ein Viertel hielt diese für nicht entscheidend für ihre Hochschulwahl (‚genutzt, aber weniger wichtig/unwichtig‘). An dritter Stelle folgt der Internetauftritt der Stadt Jena, die für die Studierenden aus den westlichen Bundesländern Informationen über den zukünftigen Studienort bereithält: Fast drei Viertel (73,4%) der Studierenden hat diese Seite besucht und ein Fünftel der Befragten (20,4%) gibt an, die Wahl der Uni Jena u.a. aufgrund des Informationsangebotes dieser Seiten getroffen zu haben.

Der Bekanntheitsgrad von Internetangeboten rund um ein Studium in Thüringen ist dagegen eher gering: Die Mehrheit der Studierenden (92,5%) kennt diese Seiten nicht bzw. hat diese nicht genutzt. Als noch relativ wichtig für die Hochschulwahl wird der gemeinsame Internetauftritt von Stadt, Fachhochschule, Studentenwerk und Universität Jena („Studentenparadies Jena“) genannt. Fast 18% der Befragten haben diese Seiten besucht; 4,3% geben sogar an, die Informationen der Seiten seien für ihre Studienwahl besonders wichtig gewesen. Dies betrifft jedoch in erster Linie die Studierenden der jüngeren Fachsemester, da das Internetangebot ‚Studentenparadies‘ erst im November 2007 freigeschaltet wurde.

Die Auswertung der Nutzung dieses Internetauftritts in Abhängigkeit der Studiendauer zeigt, dass von den 229 Studierenden des ersten Fachsemesters, die im Herbst 2008 ihr Studium aufgenommen hatten, insgesamt 38,4% die Seiten zur Studienwahl genutzt haben (genutzt und sehr wichtig 11,8%; genutzt aber weniger wichtig 17,7%; genutzt aber unwichtig 8,7%). Diese Zahlen sprechen für einen vergleichsweise hohen Nutzungs- und Bekanntheitsgrad des Informationsangebotes ‚Studentenparadies‘ (vgl. Kapitel 5 ‚Bekanntheitsgrad von Imagekampagnen‘).

Die Studierenden wurden gebeten, auch Auskunft über die Nutzung diverser Bildungsportale in Thüringen zu geben. Das ‚Bildungsportal Thüringen‘, auf dem alle Bildungsangebote in Thüringen unter einem Dach präsentiert werden, bildet den ersten Schritt zum Aufbau eines ‚Virtuellen Campus Thüringen‘. In Ergänzung dazu steht das Portal ‚Campus Thüringen‘, die gemeinsame Plattform aller Universitäten und Fachhochschulen in Thüringen (Thüringer Landtag 2001). Die Nutzung dieser beiden Bildungsportale liegt bei 6,2% und 9,2%, die Wichtigkeit für die Hochschulwahl („sehr wichtig“) wird von den befragten westdeutschen Studierenden mit 1-2% beziffert. Der Bekanntheitsgrad dieser Seiten ist somit als nicht sehr hoch einzustufen. Ähnliches gilt für die Internetseite ‚Chance Naturwissenschaften‘, die redaktionell vom Gleichstellungsbüro der Universität Jena betreut wird. Auch hier lässt sich feststellen, dass nur weniger als 2% der befragten Studierenden diese Seiten überhaupt kennt und nutzt. Der Internetauftritt der Landeskampagne ‚Denkfabrik Thüringen‘ ist mit 2,5% unter den Studierenden ebenfalls nur wenig bekannt. Nach Auskunft des Thüringer Wirtschaftsministeriums zielt diese Imagekampagne jedoch vor allem auf Unternehmen und qualifizierte Fachkräfte und wird daher auch nur „zielgruppengerecht in den Medien geschaltet, die z.B. von der Zielgruppe ‚zukünftige Studenten‘ nachweislich weniger genutzt werden“ (TMWTA 2008). Der geringe Bekanntheitsgrad der ‚Denkfabrik-Thüringen‘-Seiten lässt sich an dieser Stelle plausibel nachvollziehen. Auf die Frage, inwieweit sich ein Konzept ‚Campus Thüringen‘ bzw. eine thüringenweite Hochschulvermarktung zur Anwerbung westdeutscher Studierender eignen kann, wird an späterer Stelle eingegangen (vgl. Kapitel 9 ‚Ergebnisse und Empfehlungen‘).



Neben Studieninformationen in Print und Online holen sich Abiturienten für die Studienwahlentscheidung auch Rat von Personen aus dem nahen Umfeld. Drei Viertel der Studierenden ist der Rat von Freunden, Eltern und Lehrern wichtig (Heine u.a. 2009: 11). Am stärksten ist der Einfluß der Eltern: 70% der zukünftigen Studierenden halten ihren Rat für ‚eher/sehr einflußreich‘, Freunde als einflußreiche Gesprächspartner gaben etwa 50% an. Lehrer haben nach der CHE-Untersuchung zur Studienentscheidung nur in ca. 25% der Fälle Einfluss auf die Studienentscheidung (‚eher/sehr einflussreich‘) (Hachmeister u.a. 2007a: 80f).

Anhand dieser Zahlen stellt sich die Frage, inwieweit das persönliche Umfeld der Studierenden nicht nur einen Einfluss auf die Wahl des Studienfachs, sondern auch auf die Wahl der Hochschule hat. Vor diesem Hintergrund sind auch die westdeutschen Studierenden an der Uni Jena nach Personen aus dem unmittelbaren persönlichen Umfeld als Informationsquelle befragt worden. Internetportale, sog. ‚Social Communities‘, erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Stellvertretend für andere ‚Communities‘ wurde daher im Fragebogen auch nach Portalen wie ‚StudiVZ‘ gefragt, das mit im Jahr 2008 mit 5,29 Mio. Nutzern/Monat zu den meistbesuchten deutschen Internetangeboten zählt, bei einer Reichweite von 30% in der Gruppe der 20- bis 24-Jährigen (AGOF 2009: 13).

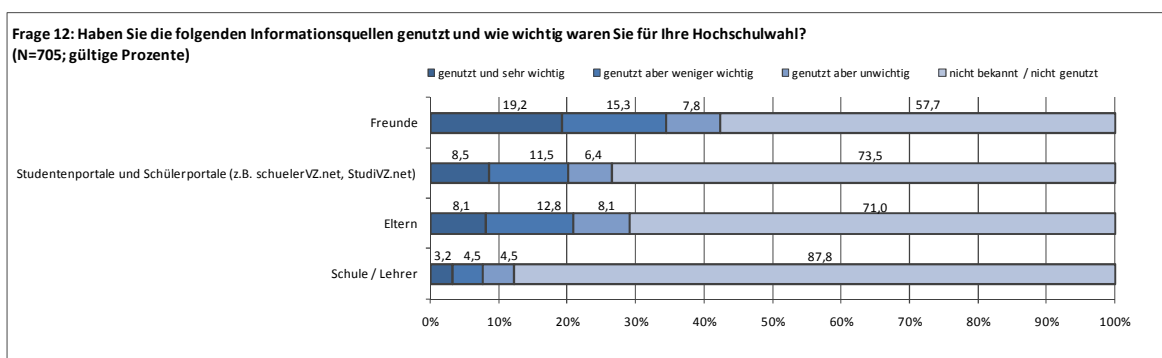


Abbildung 14: Nutzung und Wichtigkeit von weiteren Informationsangeboten

Die Ergebnisse der o.g. CHE- und HIS-Studien spiegeln sich in der Befragung der westdeutschen Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität weitgehend wider. Nach dem Internet und gedruckten Broschüren nehmen die persönlichen Kontakte einen recht hohen Stellenwert bei den hier befragten Studierenden ein, wenn es um die Wahl der Hochschule geht: 42% der Studierenden wurden durch Freunde beraten, fast 20% der Befragten hielten ihren Rat für ‚sehr wichtig‘. Auf den Rat der Eltern vertrauten dagegen etwas weniger: Fast ein Drittel (29%) fragten sie zwar um Rat, aber für die Hochschulwahl entscheidend hielten diesen nur knapp 8%. Wie wichtig Online-Communities für die Studierenden als Informationsquelle neben Freunden und den Eltern sind, zeigt, dass immerhin ein Viertel (26%) der westdeutschen Studierenden dieses Medium nutzt und fast ebenso viele es für genauso wichtig für die Hochschulwahl halten wie den elterlichen Rat (8,5%).

An letzter Stelle stehen die Lehrer: Nur 12% der befragten Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität nutzten die Möglichkeit, ihre Schullehrer in die Entscheidung der Hochschulwahl einzubeziehen. Für zwei Drittel, die ihre Lehrer um Rat gefragt haben, waren diese Tipps jedoch eher unwichtig (vgl. Abbildung 14).

Danach gefragt, welche zusätzlichen Informationsangebote die westdeutschen Studierenden für ihre Hochschulwahlentscheidung nutzten, haben 119 der 705 Studentinnen und Studenten weitere Angaben gemacht. Die Häufigkeiten der Aussagen im Einzelnen sind in Abbildung 15 dargestellt. An erster Stelle stehen Rankings aller Art als Informationsquelle (37%), veröffentlicht u.a. in Printmedien wie ZEIT, STERN und SPIEGEL. Den höchsten Bekanntheitsgrad unter den westdeutschen Studierenden hat das CHE-Ranking: In 8,4% der Fälle wurde es explizit namentlich genannt. An zweiter Stelle rangieren Studienführer in Print- oder Online-Medien: Die Broschüre der ZVS, der Studienführer der Arbeitsagentur, die Internetseiten [www.studieren.de](http://www.studieren.de) und [www.hochschulkompass.de](http://www.hochschulkompass.de) wurden insgesamt von rund 21% der 119 Studierenden genannt.

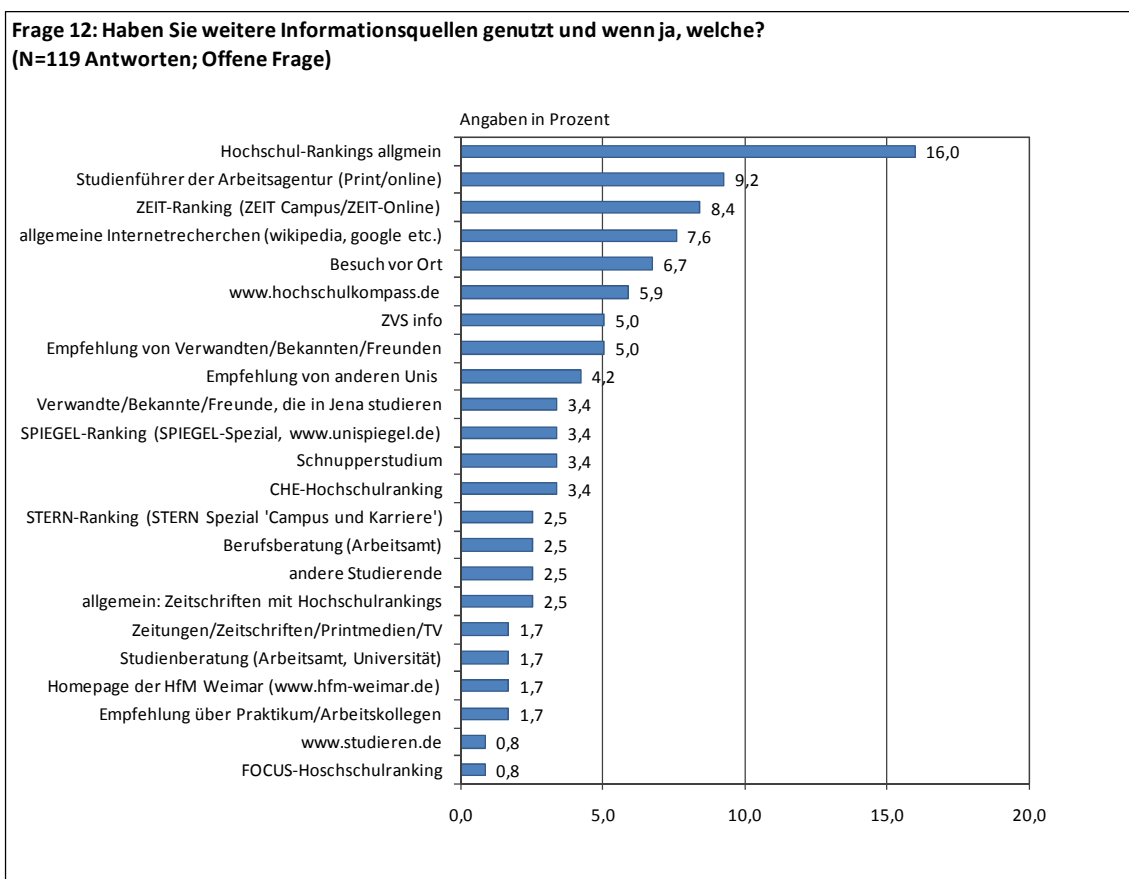


Abbildung 15: Nutzung von zusätzlichen Informationsangeboten

Recht hohe Werte nehmen auch die Empfehlungen Dritter mit insgesamt 16,8% aller Nennungen ein: Als Informationsquellen genannt wurden dabei neben anderen Studierenden (5,9%), Freunde und Verwandte (5,0%) sowie Informationen, die die Studierenden z.B. über Praktika (1,7%) oder direkt über andere Hochschulen (4,2%) bekommen haben. Auch ein Schnupperstudium bzw. ein Besuch vor Ort war einigen Studierenden hilfreich für die Entscheidungsfindung (10,1%). Aber nur 4,8% der Studierenden, die in dieser Frage Angaben machten, nutzten eine persönliche Studienberatung.

Inwiefern sind die Ergebnisse der Befragung der westdeutschen Studierenden nun vergleichbar mit anderen Studien? Einen Hinweis darauf liefert die HIS-Studie zum Informationsverhalten von Studienanfängern (Heine u.a. 2009: 19). Studierende aus Westdeutschland nutzen neben dem Internet (100%) vor allem schriftliche Informationsquellen der Hochschulen (85%), andere Studierende (73%) sowie die Studienberatung (55%). Diese Informationsquellen zählen nach Ansicht der Studierenden auch mit zu den informativsten Quellen bei der Studienvorbereitung. Wie die Ergebnisse der HIS-Studie weiter zeigen, werden Studieninformationstage an den Hochschulen von mobilen Studierenden generell seltener besucht (29%) als von regional sesshaften Studienanfängern (ca. 50%), die in der eigenen Region ihr Studium aufnehmen (vgl. Tabelle 5).

Tabelle 5: Nutzung ausgewählter Informationsquellen westdeutscher Studierender zur Studien- und Hochschulwahl im Vergleich

Nutzung von Informationsquellen (Angaben in Prozent)	HIS-Studie: Westdeutsche Studierende mit Studienort Ost <sup>1</sup>		HIS-Studie: Studierende gesamt <sup>1</sup>		Westdeutsche Studierende an der FSU Jena <sup>2</sup>	
	genutzt	sehr wichtig	genutzt	sehr wichtig	genutzt	sehr wichtig
Eltern	74	26	77	29	29	8
Schullehrer	58	21	65	21	12	3
Freunde	83	41	84	38	42	19
Informationstage der Hochschulen	29	38	50	59	32	14
Hochschullehrer	27	26	29	28	22	12
Schriftliche Informationsquellen der Hochschulen	85	53	86	61	52	15

<sup>1</sup> Datengrundlage: Heine u.a. (2009:19): „Schätzen Sie bitte ein, in welchem Maße Sie vor Studienbeginn aus den folgenden Quellen wichtige Informationen über Ihr Studium erhalten haben?“ (1 = „in hohem Maße“ bis 6 = „Quelle nicht genutzt“)

<sup>2</sup> eigene Erhebungen: „Welche Informationsquellen haben Sie zur Hochschulwahl genutzt und wie wichtig waren diese für ihre Entscheidung?“ (1 = „genutzt und sehr wichtig“ bis 4 = „nicht bekannt/nicht genutzt“); Datengrundlage: „genutzt“ und „genutzt und sehr wichtig“

Aufgrund methodischer Unterschiede ist zwar nur eine bedingte Vergleichbarkeit der Ergebnisse beider Untersuchungen gegeben<sup>2</sup>. Was die generelle Nutzung von Medien für die Studien- und Hochschulwahl betrifft, sind einige Ergebnisse vergleichbar: Die Informationstage an der Friedrich-Schiller-Universität besuchten etwa ein Drittel der hier Studierenden, die dazu Auskunft gaben. Ähnliches gilt auch für die Beratung durch Hochschullehrer. Vergleichbare Werte liefert auch die HIS-Studie in diesen Punkten. Die Vermutung, dass nur ein kleiner Teil der Studieninteressenten die Region verlässt, um sich an einer anderen Hochschule zu informieren (Heine u.a. 2009: 19), lässt sich für Jena und die Friedrich-Schiller-Universität in etwa bestätigen.

Die Gegenüberstellung liefert jedoch weitere interessante Ergebnisse. Beispielsweise scheint der Rat des direkten Umfeldes (bspw. Eltern und Freunde) im Vorfeld der Studienentscheidung durchaus wichtig zu sein. Geht es jedoch um die Wahl der Hochschule, zeigen sich die Studieninteressierten unabhängiger von der Meinung des engsten Familien- und Freundeskreises. Von drei Vierteln derjenigen westdeutschen Studierenden der HIS-Studie, die ihre Eltern im Vorfeld der Studienentscheidung um ihre Meinung gefragt haben (74%), hielt nur knapp ein Viertel (26%) deren Meinung für wichtig. Wie die Ergebnisse der westdeutschen Studierenden in Jena zeigen, werden die Eltern ebenfalls bei der Studienortentscheidung mit einbezogen, für knapp ein Drittel der Befragten (29%) war die Meinung der Eltern wichtig, wahlentscheidend (,sehr wichtig') jedoch nur für 8% (vgl. Tabelle 5).

Im Vergleich zeigen beide Studien ähnliche Verhältniswerte, unabhängig davon, ob der Studienort in West- oder Ostdeutschland gewählt wurde. Beispielsweise hält die Hälfte der Studierenden, die ihr Umfeld in die Studien- und Studienortentscheidung einbezogen haben, den Rat der Freunde für ,sehr wichtig'. Dagegen betrachtet nur ein Drittel den Rat der Eltern als entscheidend. Unabhängig von einzelnen Zahlenwerten ist auch die Rangfolge der genutzten Informationen in beiden Studien ähnlich: An erster Stelle stehen die schriftlichen Informationsquellen der Hochschule, gefolgt von Informationen über Freunde, Eltern und Lehrer. Eine Ausnahme stellen hier die westdeutschen Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität dar. Sie nutzen, im Vergleich zu den anderen Gruppen, eher die Informationstage direkt vor Ort als den Rat der Eltern (vgl. Tabelle 5).

---

<sup>2</sup> Während die Studierenden in der HIS-Studie zu genutzten Medien im Vorfeld des Studiums befragt wurden (,Schätzen Sie bitte ein, in welchem Maße Sie vor Studienbeginn aus den folgenden Quellen wichtige Informationen über Ihr Studium erhalten haben?' 1 = ,in hohem Maße' bis 6 = ,Quelle nicht genutzt'), wurden die Studierenden an der Universität Jena explizit zu Informationsquellen für die Hochschulwahl befragt (,Welche Informationsquellen haben Sie zur Hochschulwahl genutzt und wie wichtig waren diese für ihre Entscheidung?' 1 = ,genutzt und sehr wichtig' bis 4 = ,nicht bekannt/nicht genutzt')

Nach vorliegenden Ergebnissen zu urteilen, lässt sich zusammenfassend sagen: Der wichtigste Informationskanal, über den der Erstkontakt zur Universität Jena erfolgte, ist das Internet. Etwa die Hälfte der Studierenden gab an, über allgemeine Internetrecherchen auf die Friedrich-Schiller-Universität als künftigen Studienort gestoßen zu sein (45,7%). Ein weiterer wichtiger Aspekt vor allem hinsichtlich eines zielgruppenorientierten Hochschulmarketings sind die direkten Empfehlungen der Universität. Nahezu ein Drittel der Studierenden gab an, zum ersten Mal von der Universität Jena über Eltern, Freunde und Verwandte, aber auch von Dozenten und Gastrednern erfahren zu haben (30,9%). Nicht zu unterschätzen sind auch Rankings und allgemeine Studienführer wie beispielsweise das ‚ZVS-info‘ und der Internetauftritt [www.hochschukompass.de](http://www.hochschukompass.de). Ein Viertel der Studierenden hat über diese Medien das erste Mal vom Hochschulort Jena erfahren (25,2%). Klassische Medien wie Print, Rundfunk und Fernsehen spielen dagegen als Erstkontakt keine wesentliche Rolle (3,8%).

Die wichtigsten Medien, die dann tatsächlich einen weitreichenden Einfluss auf die Wahl der Hochschule und die Entscheidung ‚pro Jena‘ haben, sind in der Reihenfolge der Wichtigkeit (‚genutzt und sehr wichtig‘): die Internetauftritte der Universität (77,1%), der einzelnen Fachbereiche (65,3%) sowie der Stadt Jena (20,4%). Als besonders einflussreich darf man auch die Freunde der Studierenden einschätzen, etwa ein Fünftel vertraut ihrem Rat (19,2%). Die Entscheidung für den Studienort Jena fällten viele der Studierenden aufgrund hochschul- und fachbezogener Informationen, wie Broschüren der Zentralen Studienberatung (15,2%), Informationstage an der Hochschule (14,3%), Beratung durch Lehrende (11,9%) und den Fachbereich (8,5%). Einen geringeren, aber dennoch entscheidenden Einfluss auf die Hochschulwahl messen die Studierenden studentischen Online-Portalen wie [www.StudiVZ.de](http://www.StudiVZ.de) (8,5%) und den eigenen Eltern (8,1%) zu.

Wie diese Ergebnisse im Hinblick auf ein zielgerichtetes Hochschulmarketing zu bewerten sind, wird in Kapitel 9 ‚Ergebnisse und Empfehlungen‘ dargestellt.

### 3.3 Einfluss von Rankings auf die Hochschulwahl

Wie auch die Ergebnisse anderer Studien zeigen, kommt den Hochschulrankings als Informationsquelle in der Studien(ort)entscheidung eine besondere Rolle zu. Immerhin die Hälfte der Abiturienten orientiert sich daran und hält sie für ‚wichtig‘ bis ‚sehr wichtig‘ (52%) (Hachmeister 2007a:85). Die Tabelle 6 zeigt, dass die Studierenden aus Westdeutschland, die ein Studium in den östlichen Bundesländern aufgenommen haben, häufiger als ihre in der Region verbliebenen Studienkollegen Rankings zu Rate ziehen (69% vs. 66%) und häufiger der Meinung sind, dass ihnen dadurch die Studienentscheidung leichter gemacht wurde (‚mit Ertrag genutzt‘ 56% vs. 49%) (Heine u.a. 2009: 19).

Tabelle 6: Nutzung und Wichtigkeit von Rankings im Vergleich

Nutzung von Rankings (Angaben in Prozent)	HIS-Studie: Westdeutsche Studierende mit Studienort Ost <sup>1</sup>	HIS-Studie: Westdeutsche Studierende mit Studienort West <sup>1</sup>	HIS-Studie: Studierende gesamt <sup>1</sup>	Westdeutsche Studierende an der FSU Jena
genutzt	69	66	66	-
mit Ertrag genutzt	56	49	50	41 <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Datengrundlage: Heine u.a. (2009:19)

<sup>2</sup>eigene Erhebungen: Nutzung und Wichtigkeit von Informationsquellen: Offene Frage: ‚Hat ein Ranking Ihre Hochschulwahl beeinflusst? Und wenn ja, welches?‘

In der vorliegenden Untersuchung wurde die Nutzung von Rankings als Informationsquelle nicht explizit abgefragt. In einer offenen Frage konnte jedoch der Einfluss und Bekanntheitsgrad von Rankings eingeschätzt werden. Rund 41% der Studierenden gaben dabei an, dass Rankings bei der Auswahl ihrer Hochschule durchaus eine Rolle gespielt hätten (vgl. Tabelle 6).

An welchen Rankings sich diese Studierenden dabei orientierten, zeigt Abbildung 16. Das Ranking des Centrums für Hochschulentwicklung (CHE) ist das mit Abstand am häufigsten genannte. Veröffentlicht wird es auf den eigenen Internetseiten ([www.che-ranking.de](http://www.che-ranking.de)) oder in Kooperation mit den Print- und Online-Medien von ZEIT bzw. STERN. Insgesamt entfallen auf das CHE-Ranking 74,9% aller Nennungen. Andere Medien veröffentlichen in Sonderpublikationen ebenfalls Hochschul-Ranglisten, darunter wurden von den befragten Studierenden am häufigsten die Rankings von SPIEGEL (8,2%), FOCUS (5,8%) und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ) (1,0%) genannt. Zum Teil haben die Studierenden mehrere Ranglisten für die Hochschulwahl genutzt oder konnten sich nicht mehr genau erinnern, dieser Wert ist in der Grafik mit 7,9% zusätzlich ausgewiesen.

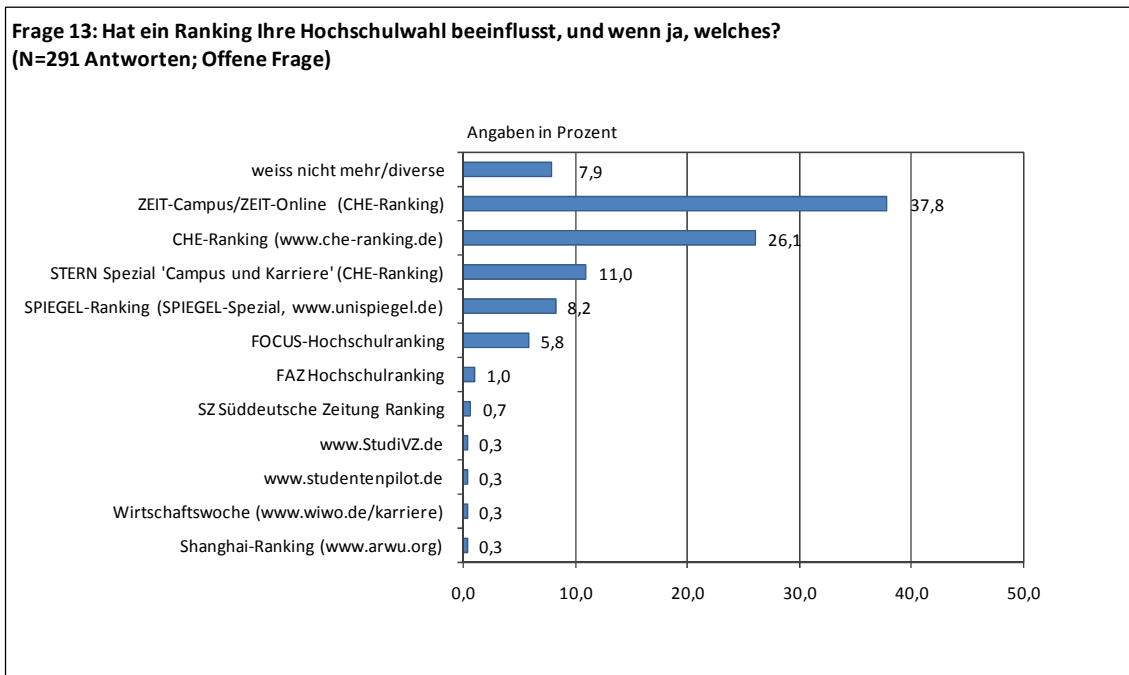


Abbildung 16: Einfluss von Rankings auf die Hochschulwahl

Wie andere Studien zeigen, gibt es fachspezifische Unterschiede bei der Nutzung von Ranglisten: Studierende aus den Fächern Jura, Wirtschaftswissenschaften, den Ingenieurwissenschaften/Mathematik, Medizin und Psychologie schreiben den Rankings für die Hochschulwahlentscheidung eine größere Wichtigkeit zu als zum Beispiel Studierende der Sprach-, Kultur- und Geschichtswissenschaften (Hachmeister 2007b: 11; Heine 2008a: 115).

Das zeigen auch die Ergebnisse der befragten westdeutschen Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität (s. ‚Kapitel 4 ‚Motive der Hochschulwahl‘). Zudem werden Hochschulranglisten von speziellen ‚Nachfragetypen‘ genutzt. Das CHE-Ranking bietet online z.B. die Möglichkeit für Studierende, aus den bei Universitäten und Fachbereichen erhobenen Beurteilungskriterien individuell und nach eigenen Schwerpunkten fünf Einzelaspekte miteinander zu kombinieren. Somit kann beispielsweise der ‚Zielstrebige‘, der ‚Forscher‘ und der ‚Praktiker‘ sein persönliches Ranking gestalten, das ihm bei der Auswahl der für ihn am besten geeigneten Hochschule helfen soll (Willige 2003: 15f).

Die Bedeutung der Rankings für die Hochschulwahl hat ganz allgemein in allen Fächergruppen seit dem WS 2004/05 zum Teil erheblich zugenommen. In einzelnen Fächern liegt der Anteil der Studienanfänger, die ein gutes Ranking-Ergebnis entscheidend für ihre Wahl der Hochschule einstufen, bei über 40% (Heine 2008a: 115). „Studierende“, so jedoch der Tenor der Autoren einer CHE-Studie, „scheinen insgesamt wesentlich pragmatischer an ihre Studienentscheidung heranzugehen, als es sich Vertreterinnen und Vertreter von Hochschulen und Autorinnen und Autoren von Hochschulrankings vorstellen“ (Willige 2003: 4).

Sie wollen in erster Linie gute Studienbedingungen vorfinden und ein gutes Betreuungsverhältnis. Rankings können dabei sicherlich eine Orientierungshilfe für die Studierenden darstellen, aus einer Fülle von Hochschulen im gewünschten Studienfach ein paar wenige zur weiteren Entscheidungsfindung zu selektieren. Welche Alternativhochschulen die befragten Studierenden neben der Uni Jena für sich ausgewählt haben, ist Thema der beiden folgenden Kapitel.

### 3.4 Informationsverhalten über ortsalternative Hochschulstandorte

Etwa die Hälfte der Studierenden legt sich von vornherein auf nur eine Hochschule fest, Alternativen wurden erst gar nicht in Erwägung gezogen (Heine u.a. 2005: 187). Ähnliche Zahlen spiegeln Erhebungen unter Abiturienten wider: 42,4% der Schüler in der Abschlussklasse wissen bereits, an welcher Hochschule sie studieren möchten (Hachmeister 2007a: 58). Ein ähnliches Bild gibt die 2008 im Auftrag des Kultusministeriums durchgeführte erste Thüringer Abiturientenbefragung. Zwar ist die von Norman Rose am Lehrstuhl ‚Methodenlehre und Evaluationsforschung‘ (Institut für Psychologie) an der Universität Jena durchgeführte Studie noch nicht veröffentlicht. Erste bisher vom Thüringer Kultusministerium vorgestellte Ergebnisse zeigen aber ebenfalls, dass 44,9% der Thüringer Schüler schon eine konkrete Vorstellung haben, wo sie studieren möchten (TKM 2009). Über welche Hochschulen im In- und Ausland sich die befragten westdeutschen Studierenden an der Universität Jena explizit im Vorfeld informiert haben und von welchen Alternativhochschulen sie tatsächlich eine Zulassung hatten, wird nachfolgend vorgestellt (vgl. Tabelle 7 und Abbildung 17).

*Tabelle 7: Informationsbeschaffung über alternative Studienorte und Hochschulen*

<b>Anzahl der genannten Studienorte gesamt (weltweit)</b>	<b>166</b>
davon Anzahl der Studienorte in der BRD	83
<b>Anzahl der genannten Hochschulen insgesamt (BRD)</b>	<b>88</b>
davon Universitäten	70
davon Hochschulen im Osten	19
davon Hochschulen in Thüringen	4

Insgesamt 604 (86%) der befragten Studierenden gaben an, sich auch über andere Hochschulen informiert zu haben. Dieser Anteil liegt deutlich über den Zahlen der o.g. Studien. Jedoch muss beachtet werden, dass nur die an der Friedrich-Schiller-Universität mobilten westdeutschen Studierenden befragt wurden, deren Informationsverhalten eventuell von dem eines Durchschnittsabiturienten abweicht. Im Schnitt informierte sich ein Studierender aus Westdeutschland über 4,6 Hochschulen, bevor er sein Studium in Jena antrat.



Von den 705 befragten Studierenden wurden insgesamt 88 deutsche Hochschulen angegeben, über die sie sich im Vorfeld ihres Studiums näher informiert haben. Etwa 79% davon waren Universitäten, der Rest Fachhochschulen, Musik- und Kunsthochschulen, private Hochschulen für Wirtschaft und Rechtswissenschaft sowie Berufsakademien (vgl. Tabelle 7). Unter den insgesamt 83 Studienorten im Inland befinden sich 19 Hochschulen in den neuen Bundesländern. Dabei sind Leipzig und Dresden unter den Top 10 der angegebenen Alternativen zur Universität Jena. Vier der Hochschulen sind in Thüringen angesiedelt (Ilmenau, Erfurt Uni/FH und Weimar).

In Abbildung 17 sind die 25 am häufigsten genannten Alternativ-Hochschulen bzw. Hochschulstandorte dargestellt. Berlin, München und Hamburg sind nur als Hochschulorte ausgewiesen, die einzelnen in diesen Städten genannten Hochschulen wurden zu einem Wert aggregiert. Die Datengrundlage enthält auch Fachhochschulen und Spezialhochschulen (bspw. Musik- und Kunsthochschulen etc.), die jedoch unter den Top 25 genannten Alternativ-Hochschulen nicht zu finden sind.

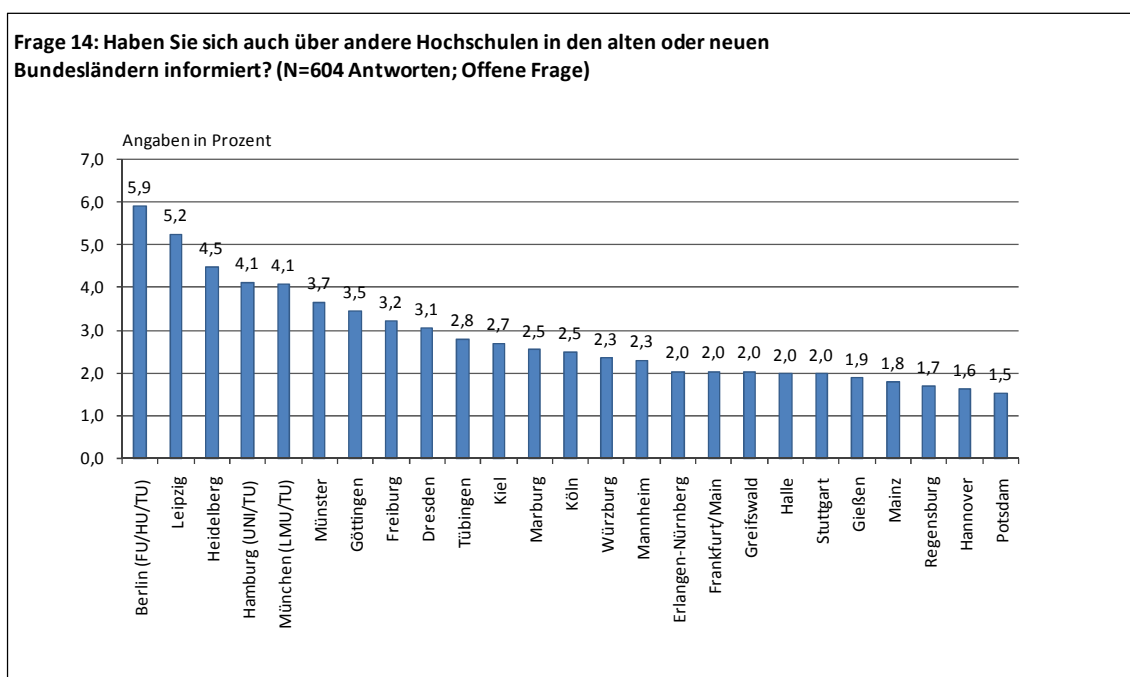


Abbildung 17: Die 25 meist genannten Alternativhochschulen im Inland (Information)

An erster Stelle liegt Berlin als Hochschulstandort mit den drei explizit genannten Universitäten: der Freien Universität (FU), der Humboldt Universität (HU) und der Technischen Universität (TU). Auf Berlin insgesamt entfielen 116 Nennungen. Auf Platz zwei und drei der Wunschhochschulen liegen Leipzig und Heidelberg, die mit zu den ältesten Universitäten in Deutschland zählen. Unter den fünf attraktivsten Hochschulstandorten sind auch die Metropolen Hamburg und München zu finden.

Sie haben wie Berlin ebenfalls eine relativ hohe Hochschuldichte. Explizit wurden von den Studierenden für den Standort Hamburg die Universität und die TU Hamburg-Harburg genannt, für München die Technische Universität und die Ludwig-Maximilians-Universität (LMU).

Unter den Top 25 Hochschulstandorten sind zehn Großstädte mit über 500.000 Einwohnern (vgl. Abbildung 17). Es ist davon auszugehen, dass die Hochschulwahlmotive der Studierenden eine andere Reihenfolge besitzen – je nachdem, ob sie sich für ein Studium in Großstädten oder zum Beispiel in kleineren Städten wie Jena, Gießen oder Marburg interessieren (vgl. Moßig 2003). Eine Befragung von Bachelorstudenten an der Freien Universität Berlin ergab, dass sich 87% der Studierenden an dieser Hochschule beworben haben, weil sie ‚in Berlin leben‘ wollten. Erst an zweiter Stelle folgte als Hochschulwahlgrund der ‚gute Ruf‘ der FU Berlin (Thiel 2008:15). Dies würde bedeuten, dass Studierende, die sich für eine Hochschule in einer Großstadt interessieren, vor allem einen urbanen Studienort zum Leben wünschen. Studierende, die eher kleinere Hochschulstädte für ein Studium bevorzugen, setzen die Prioritäten der Hochschulwahl eventuell anders. Auf diesen Zusammenhang wird in Kapitel 4 ‚Motive der Hochschulwahl‘ näher eingegangen.

Interessant ist, dass unter den häufigeren Alternativnennungen auch einige Hochschulen der neuen Bundesländer erscheinen, wie Leipzig, Dresden, Greifswald und Halle. Grob kann man - neben den übrigen ostdeutschen Hochschulen - zwei konkurrierende Gruppen nennen: Großstädte (hier an erster Stelle Berlin) sowie insbesondere klassische Universitätsstädte mit Tradition wie beispielsweise Heidelberg, Tübingen, Freiburg, Göttingen oder Marburg.

Nach den Studienmöglichkeiten im Inland wurden die Studierenden auch über alternative Studienstandorte im Ausland befragt (vgl. Abbildung 18). Etwa ein Fünftel (N=136) der westdeutschen Studierenden an der Universität Jena gab an, sich auch über Hochschulen im Ausland informiert zu haben. Dabei orientieren sich die Studierenden räumlich zunächst im europäischen Ausland. Über ein Studium in benachbarten Ländern wie Österreich, der Schweiz oder den Niederlanden informierten sich 82%. Über die Hälfte der Nennungen (58%) entfiel auf die deutschsprachigen Länder Österreich und Schweiz. Doch auch das englischsprachige Ausland ist mit Großbritannien/USA (30 von 136 Nennungen) stark vertreten. Insgesamt haben sich die westdeutschen Studierenden in Jena über 83 Hochschulen in 25 Ländern informiert.

Die Anzahl genannter Ortsalternativen unterscheidet sich weder nach dem Geschlecht oder der Fakultätszugehörigkeit der Studierenden, noch nach dem Bildungsgrad der Eltern, wie weitere Ergebnisse zeigen. Wohl wurden aber umso mehr Ortsalternativen angegeben, je niedriger das betreffende Fachsemester war. Demnach hatten Studierende jüngerer Semester deutlich mehr Standorte exploriert als westdeutsche Studierende, die bereits länger in Jena waren.

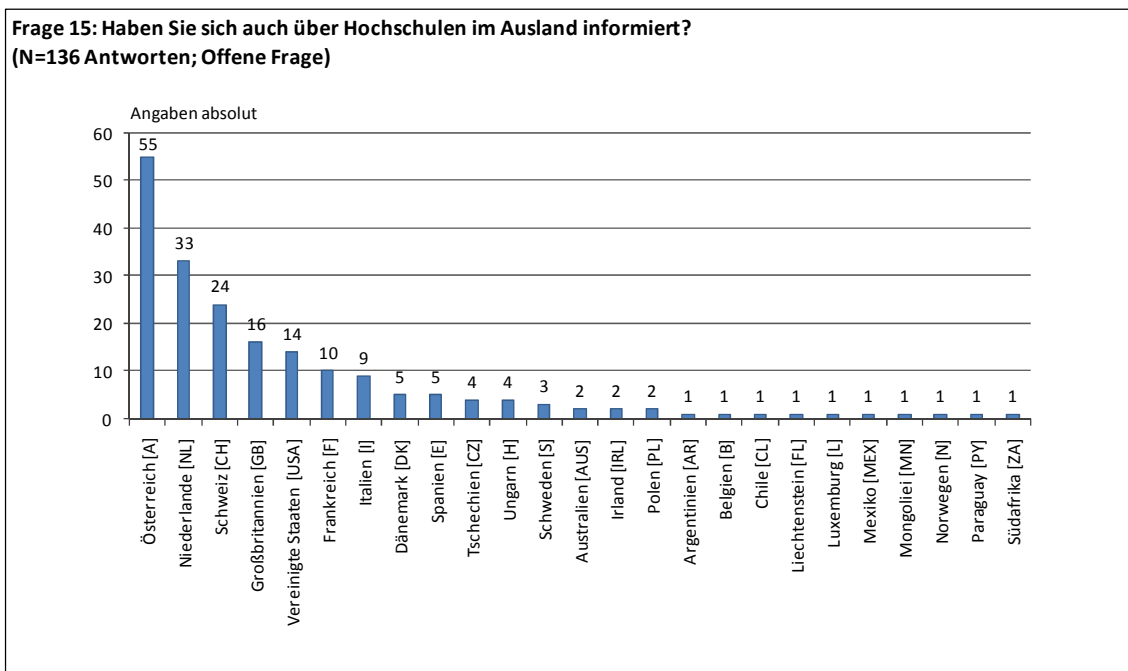


Abbildung 18: Alternative Hochschulstandorte im Ausland (Information)

### 3.5 Ortsalternativen: Wunschhochschule und Zulassung

Obwohl sich die befragten Studentinnen und Studenten aus den westlichen Bundesländern über andere Hochschulen im In- und Ausland informiert haben, ist die Uni Jena für viele die Wunschhochschule schlechthin: 159 der 705 befragten Studierenden (22,6%) haben die Friedrich-Schiller-Universität Jena als ‚Wunschhochschule‘ angegeben, obwohl danach nicht explizit gefragt war. Für die übrigen Studierenden war – ähnlich wie bei den Alternativstandorten bzgl. Anforderung von Informationsmaterialien – Berlin mit 91 Nennungen der attraktivste Studienort mit den genannten Hochschulen Freie Universität (FU), Humboldt-Universität (HU) und der Technischen Universität (TU) (vgl. Abbildung 19). Unter den genannten 110 Wunschhochschulen waren 73 Universitäten sowie 37 Fachhochschulen, Musik- und Kunsthochschulen und private Hochschulen für Wirtschafts- und Rechtswissenschaften. Von den 82 Hochschulstandorten liegen neun im Ausland, zwölf in den östlichen Bundesländern, davon zwei in Thüringen (Erfurt und Jena).

Von welchen Hochschulen die westdeutschen befragten Studierenden jedoch tatsächlich eine Zulassung hatten, ist in Abbildung 20 zu sehen. Was die Zulassung zum Studium betrifft, liegt die Universität Marburg bei den Hochschulalternativen an erster Stelle, gefolgt von Gießen, Halle, Göttingen, Freiburg und Heidelberg. Von insgesamt 817 Zulassungen wurden 117 von ostdeutschen Hochschulen (ohne Berlin) vergeben, das entspricht 14,3%. Insgesamt wurden von Studierenden 99 Hochschulen genannt, darunter sind 21 ostdeutsche Hochschulen (21,2%). Etwa die Hälfte davon sind Thüringer Hochschulen (vgl. Tabelle 8).

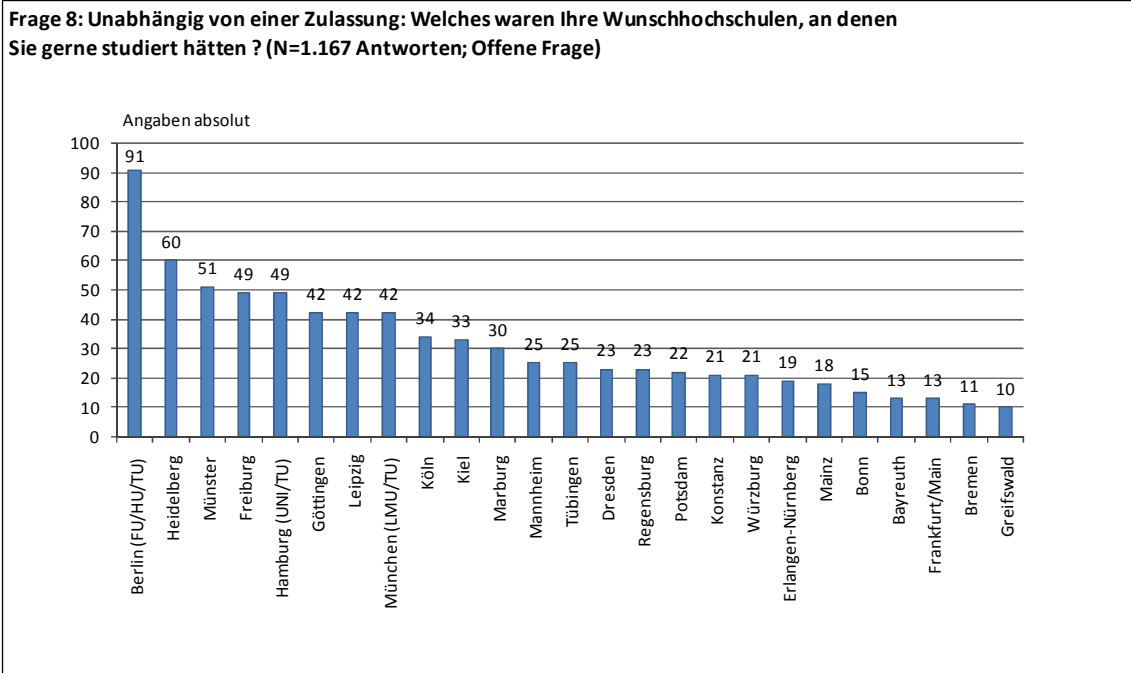


Abbildung 19: Die 25 meist genannten Alternativ-Hochschulen (Wunschhochschulen)

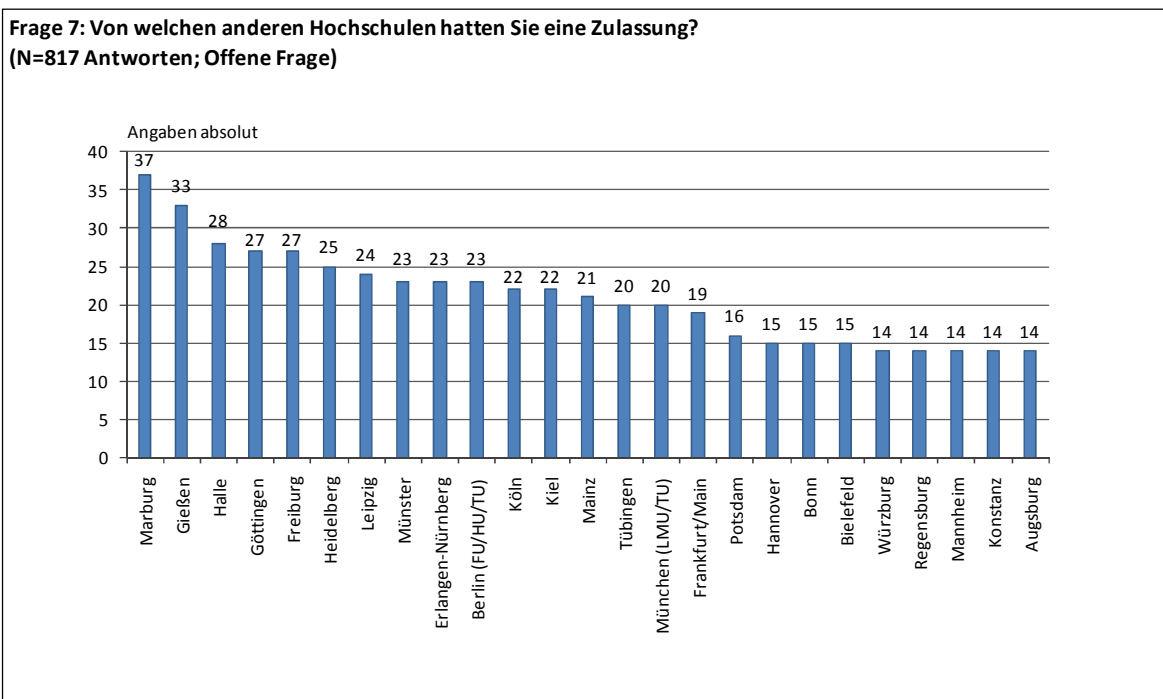


Abbildung 20: Die 25 meist genannten Alternativ-Hochschulen (Zulassung)

Tabelle 8: Zulassung an alternativen Studienorten und Hochschulen

Zulassungen insgesamt	817	Anzahl der genannten Hochschulen insgesamt	99
davon Zulassungen im Ausland	5	davon Universitäten	58
davon Zulassungen im Osten	117	davon Hochschulen im Osten	21
davon Zulassungen in Thüringen	17	davon Hochschulen in Thüringen	12
Halle	28	Anzahl der genannten Studienorte in der BRD	78
Leipzig	24		
Greifswald	11		
Chemnitz	10		
Magdeburg	9		
Dresden	6		
Erfurt (Uni)	6		
Frankfurt/Oder	6		
Rostock	4		
Ilmenau	4		
Erfurt (FH)	2		
Weimar	2		
Eberswalde (FH)	1		
Magdeburg-Stendal (FH)	1		
Schmalkalden (FH)	1		
Jena (FH)	1		
Weimar HfM	1		

Stellt man die bisher abgefragten Hochschulalternativen, von denen die westdeutschen Studierenden Informationen angefordert haben bzw. an denen sie gerne studiert hätten, den Hochschulen gegenüber, an denen sie tatsächlich eine Zulassung hatten, wird deutlich: Wunsch und Realität weichen doch in einigen Fällen voneinander ab (vgl. Tabelle 9).

Wie die Befragungsergebnisse zeigen, gilt Berlin auch unter den westdeutschen Studierenden an der Uni Jena als der Wunschhochschulstandort schlechthin. Doch nur wenige Studierende haben tatsächlich eine Zulassung bekommen, jedenfalls unter denen, die sich am Ende für Jena entschieden haben. Man kann jedoch nicht sagen, wie viele Studierende einen Platz in Jena zugunsten einer Studienmöglichkeit anderswo aufgegeben haben. Nach Auskunft des Dezernats 1 ‚Akademische und Studentische Angelegenheiten‘ werden, um zulassungsbeschränkte Studiengänge zu besetzen, an der Friedrich-Schiller-Universität durchschnittlich drei Zulassungen ausgesprochen. Jedoch ist davon auszugehen, da sich die Annahmequoten an der Uni Jena nicht wesentlich von denen anderer Hochschulen unterscheiden. Wahrscheinlich bewerben sich künftige Studierende generell an einer Reihe von Standorten, um dann den Platz anzunehmen, der in der persönlichen Attraktivitätsrangliste an erster Stelle steht.

Tabelle 9: Top 10 der alternativen Hochschulstandorte (Information, Wunsch, Zulassung)

<b>Alternative Hochschulstandorte</b>			
<b>Ranglistenplatz</b>	<b>Information</b>	<b>Wunschhochschule</b>	<b>Zulassung</b>
1	Berlin (FU/HU/TU)	Berlin (FU/HU/TU)	Marburg
2	Leipzig	Heidelberg	Gießen
3	Heidelberg	Münster	Halle
4	Hamburg (UNI/TU)	Freiburg	Göttingen
5	München (LMU/TU)	Hamburg (UNI/TU)	Freiburg
6	Münster	Göttingen	Heidelberg
7	Göttingen	Leipzig	Leipzig
8	Freiburg	München (LMU/TU)	Münster
9	Dresden	Köln	Erlangen-Nürnberg
10	Tübingen	Kiel	Berlin (FU/HU/TU)

In der abschließenden Beurteilung der Befunde kann gesagt werden, dass es für die Universität Jena faktisch - neben den ostdeutschen Hochschulen Leipzig und Dresden - zwei Gruppen konkurrierender Hochschulstandorte gibt. Auf der einen Seite sind es Großstädte wie Hamburg, München und Berlin, auf der anderen Seite die ‚klassischen‘ Studienorte Heidelberg, Freiburg und Münster, mit denen die Universität Jena im Wettbewerb um westdeutsche Studierende steht. Während die Universität Jena bei Interessenten für die erste Gruppe damit punkten könnte, in den Wunschfächern keine oder weniger strenge Zulassungsbedingungen zu besitzen, müsste sie in der zweiten Gruppe deutlich machen, dass Jena sich in eine Reihe mit den traditionsreichen westdeutschen Hochschulen stellt: ebenso attraktiv, aber deutlich preisgünstiger (vgl. Kapitel 9 ‚Ergebnisse und Empfehlungen‘).

### 3.6 Hochschulen der Studienortwechsler

Neben den ortsalternativen Hochschulen zur Friedrich-Schiller-Universität Jena wurden die Studierenden auch nach ihren bisherigen Studienorten gefragt. 122 Studentinnen und Studenten haben nach eigenen Angaben vorher an einer anderen Universität im In- und Ausland studiert und ihr Studium in Jena fortgesetzt. Die Abbildung 21 zeigt die vorherigen Studienorte in der Bundesrepublik, wobei für die Darstellung nicht weiter differenziert wurde, ob mit dem Studienortwechsel auch der Wechsel des Studienfachs verbunden war. Insgesamt 106 der befragten Studierenden waren vorher an einer Hochschule im Westen eingeschrieben, davon kamen die meisten aus Tübingen, Regensburg und Münster. Jeweils vier Studienortwechsler studierten vorher in Bremen, Konstanz, Mainz, Gießen und Aachen. Nur insgesamt 11 Studierende kamen von einer ostdeutschen Hochschule in Rostock, Greifswald, Dresden, Weimar, Erfurt, Chemnitz, Freiberg oder Berlin. Auch Jena wird als vorheriger Studienort einmal genannt.

Auffällig erscheint, dass also ein Großteil der Studienortwechsler bisher an einer Hochschule in den westlichen Bundesländern immatrikuliert war. Von östlichen Hochschulen sind weit weniger Wechsel zu verzeichnen. Über die Gründe können derzeit nur Mutmaßungen angestellt werden, die Fallzahlen sind zu gering, um weitere Schlüsse aus diesen Ergebnissen zu ziehen.

Für das Hochschulmarketing sind jedoch vor allem die Aspekte interessant, die die Friedrich-Schiller-Universität bzw. den Hochschulstandort Jena von anderen Universitäten und Studienstädten unterscheiden. Warum sich die befragten westdeutschen Studierenden letztlich für die Universität Jena entschieden haben, wird im Kapitel 4 ‚Motive der Hochschulwahl‘ erläutert.

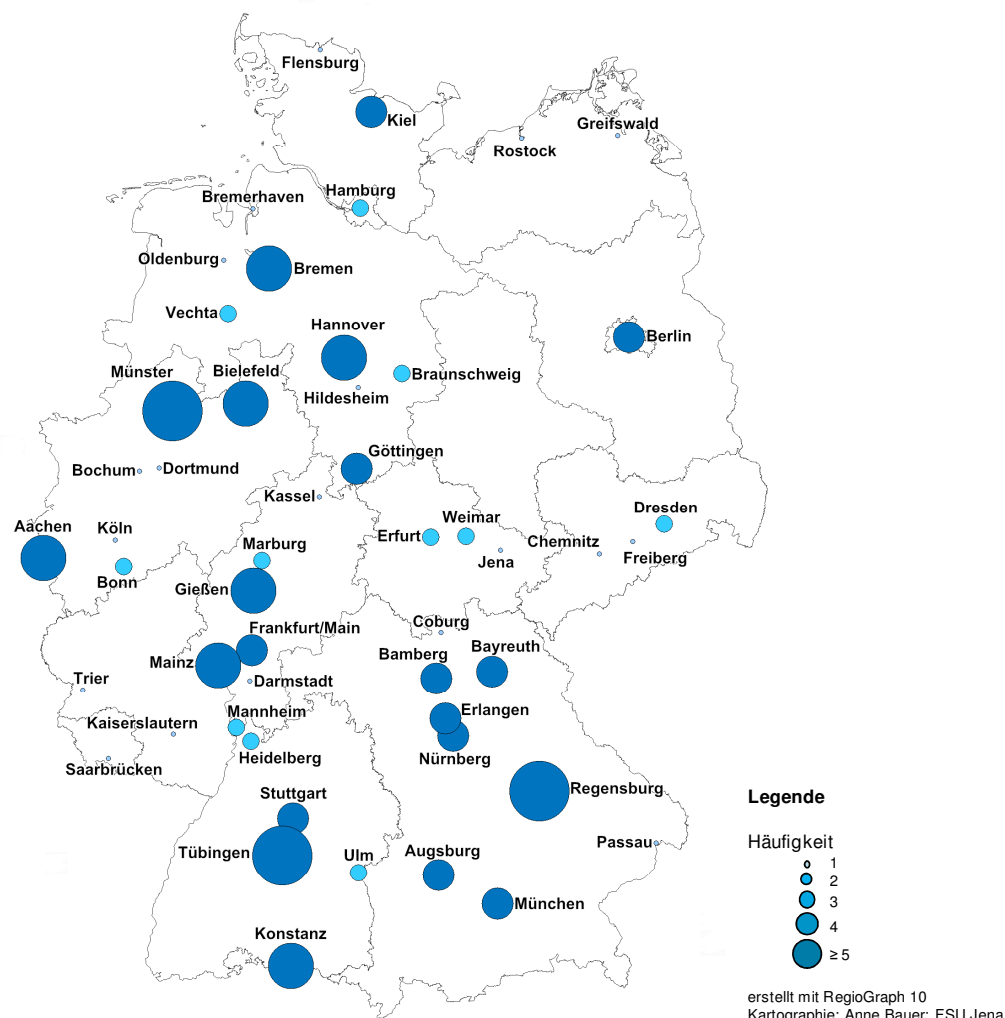


Abbildung 21: Bisherige Hochschulorte in der BRD (Studienortwechsler); Kartographie: Anne Bauer, FSU Jena

## 4 Motive der Hochschulwahl

### 4.1 Die wichtigsten Gründe für die Hochschulwahl

Angehende Studierende entscheiden sich, wie die HIS-Studie zu Hochschulwahlmotiven zeigt, aus ganz unterschiedlichen Gründen für ihren Studienort bzw. ihre Hochschule. Am häufigsten wird als Wahlmotiv das den fachlichen Interessen entsprechende Angebot genannt, gefolgt von der Nähe zum Heimatort bzw. der Möglichkeit, das gewünschte Fach nur an einer bestimmten Hochschule belegen zu können. Zudem spielt bei der Hochschulwahl eine Rolle, ob Studiengebühren erhoben werden oder nicht (Krawietz 2007: 11). Dabei gibt es deutliche Unterschiede zwischen Studienanfängern, die in der Region verbleiben und denen, die ihr Studium in einem anderen Bundesland aufnehmen. Gerade für Studienanfänger aus den westlichen Bundesländern, die das Studium in den östlichen Bundesländern beginnen, spielt selten Heimatnähe eine ausschlaggebende Rolle. Vielmehr wird von ihnen überdurchschnittlich häufig die Hochschule wegen des fachlichen Interesses gewählt. Auch finanzielle Aspekte (z.B. Studiengebühren) werden von westdeutschen Studierenden, die an einer ostdeutschen Hochschule immatrikuliert sind, häufiger als Motiv für die Hochschulwahl genannt (Krawietz 2007: 11f).

Tabelle 10: Ausgewählte Hochschulwahlgründe westdeutscher Studierender im Vergleich

Motive der Hochschulwahl (Angaben in Prozent)	HIS-Studie: Westdeutsche Studierende mit Studienort Ost <sup>1</sup>	Westdeutsche Studierende an der FSU Jena <sup>2</sup>	HIS-Studie: Westdeutsche Studierende mit Studienort West <sup>1</sup>	HIS-Studie: Studierende gesamt <sup>1</sup>
Guter Ruf der Hochschule	11,8	16,2	12,5	12,1
Nähe zum Heimatort	3,9	1,4	35,7	31,0
Partner/in lebt, studiert dort	7,8	7,7	7,1	6,9
Eltern/Verwandte/freunde leben dort	7,8	2,8	7,1	6,9
Gutes Ranking	5,9	19,0	7,1	6,9
Zulassungsbeschränkung an gewählten Hochschulen	7,8	9,5	8,9	8,6
Studienangebot nur dort möglich	25,5	14,0	14,3	13,8
Noch keine Studiengebühren	29,4	29,3	7,1	13,8
Summe	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

<sup>1</sup> eigene Berechnungen; Datengrundlage: Krawietz (2007:12); ohne ‚Studienangebot entspricht fachlichen Interessen‘ und ‚Sonstiges‘

<sup>2</sup> eigene Erhebungen; Motivgrund für die Hochschulwahl: ‚völlig zutreffend‘

Im Rahmen der Studierendenbefragung an der Universität Jena wurden genau diese Aspekte der Hochschulwahl in Abhängigkeit von der regionalen Herkunft näher untersucht. Die Ergebnisse der HIS-Studie können in etwa bestätigt werden. Für einzelne ausgewählte Hochschulwahlmotive sind in Tabelle 10 die prozentualen Häufigkeiten gegenübergestellt.



Sieht man von methodischen Unterschieden der Studien ab, setzen die Jenaer westdeutschen Studierenden ähnliche Prioritäten in der Wahl ihrer Hochschule wie auch andere Studienanfänger aus dem Westen, die sich für ein Studium im Osten entschieden haben. Das hauptsächliche Hochschulwahlmotiv in der Gegenüberstellung ist für beide Gruppen vor allem die Studiengebührenfreiheit (ca. 30%). Im Gegensatz zu den westdeutschen Studierenden aus der HIS-Studie legen die befragten Jenaer Studierenden jedoch eher Wert auf den guten Ruf ihrer Hochschule und auf die gute Bewertung ihres Studienfachs in einem Ranking. Für regional sesshafte Studierende dagegen ist, wie bereits erwähnt, die Nähe zum Heimatort das mit Abstand wichtigste Motiv für die Hochschulwahl.

Tabelle 11: Rangfolge der wichtigsten und unwichtigsten Gründe für die Hochschulwahl

**Ich habe mich für die Friedrich-Schiller-Universität entschieden, weil...**

Rang- Platz		völlig zutreffend (Nennungen absolut; N=705)		nicht zutreffend (Nennungen absolut; N=705)
1	es hier keine Studiengebühren gibt.	318	die Hochschullandschaft Thüringens ('Campus Thüringen') mir ein gutes Umfeld bietet.	604
2	ich nicht an einer Uni in direkter Nähe meines Heimatortes / Elternhauses studieren wollte.	256	es an der Uni Jena keine Zulassungsbeschränkungen in meinem Studienfach gibt.	599
3	die Hochschule für mein Studienfach eine gute Bewertung in einem Hochschulranking erhielt.	206	es meinen Studiengang in dieser Form nicht an einer anderen Hochschule gibt.	588
4	die Stadt überschaubar und nicht zu groß ist.	205	ich das angeforderte Informationsmaterial schnell per Post erhalten habe.	584
5	es an der Uni Jena keine Zulassungsbeschränkungen in meinem Studienfach gibt.	199	die Studienfachberatung im Fachbereich/ am Lehrstuhl sehr gut war.	555
6	die Uni nicht zu groß und überschaubar ist.	192	die Informationen der Zentralen Studienberatung sehr hilfreich waren.	530
7	Jena als Studentenstadt eine besondere Atmosphäre hat (studentisches Leben, Kneipen etc.).	179	ich wegen Zulassungsbeschränkungen nicht an meiner gewünschten Hochschule studieren konnte.	493
8	die Universität Jena einen guten Ruf hat.	176	es gute Verkehrsverbindungen zu meinem Heimatort gibt.	493
9	es meinen Studiengang in dieser Form nicht an einer anderen Hochschule gibt.	152	ein Freund/eine Freundin an der Uni Jena studiert.	437
10	die Hochschule ein vielfältiges Lehrangebot bietet.	134	meine Eltern mir dazu geraten haben.	401
11	die Lebenshaltungskosten hier günstig sind (Wohnen, Essen, Kultur etc.).	125	ich die Uni Jena schon vorher kannte und sie mir vertraut ist.	367
12	die Hochschule sehr schnell auf meine Anfrage geantwortet hat.	105	Eltern/Verwandte oder Freunde in Jena oder Umgebung leben.	341
13	ich wegen Zulassungsbeschränkungen nicht an meiner gewünschten Hochschule studieren konnte.	103	die Universität Jena in der Nähe meines Heimatortes liegt.	324
14	die Lehrenden in meinem Hauptfach einen guten Ruf haben.	99	ich über die ZVS einen Studienplatz in Jena zugewiesen bekommen habe.	304
15	die Hochschule keine Campus-Uni ist, sondern in die Stadt integriert ist.	99	es an der Hochschule spezielle Angebote für Studierende mit Kindern gibt.	287

Die fünfzehn wichtigsten Gründe, warum sich die westdeutschen Studierenden in Jena letztlich für die Friedrich-Schiller-Universität entschieden haben, sind in Tabelle 11 aufgelistet. Die Studierenden wurden gebeten, aus einem Katalog von 39 Antwortvorgaben diejenigen auszuwählen, die für ihre Hochschulwahl eine Rolle spielten. Demgegenüber stehen die Gründe, die auf die Wahlentscheidung keinen Einfluss hatten.

Es zeigt sich, dass 318 von 705 Studierenden die Universität Jena - neben den unterstellten Fachwahlgründen - hauptsächlich wegen der Studiengebührenfreiheit gewählt haben. Heimatnähe ist für die Jenaer westdeutschen Studierenden kein ausschlaggebender Grund. Vielmehr zeichnen sie sich gerade durch den Wunsch aus, an einer Universität in angenehmer Entfernung zum Elternhaus studieren zu können. Dies ist ihnen sogar wichtiger, als eine gute Platzierung des Fachs in einem Hochschulranking (Rang 3). Dass die Universität selbst und die Lehrenden im Fachbereich einen guten Ruf haben, ist für die befragten Studierenden zwar sehr wichtig, unter allen genannten ausschlaggebenden Gründen (‚völlig zutreffend‘) rangieren diese beiden jedoch auf den Plätzen 8 und 14. Wichtiger erscheint den Studierenden die Atmosphäre am Studienort, die sicher auch auf die bauliche Durchmischung von universitären und städtischen Strukturen zurückzuführen ist. Argumente, wie eine überschaubare Größe von Stadt und Universität, werden von den Studierenden in Zusammenhang mit einer typischen Studentenstadt gesehen und sind mit die wichtigsten Gründe, die für ein Studium in Jena sprechen.

Die Gründe, die keine Rolle bei der Wahl der Friedrich-Schiller-Universität spielten, sind in der Spalte ‚nicht zutreffend‘ angegeben. An erster Stelle der Rangliste steht der Internetauftritt der Thüringer Hochschulen ‚Campus Thüringen‘, was sicherlich auch auf den geringen Bekanntheitsgrad der Seite zurückzuführen ist (s. Kapitel 3 ‚Informationsverhalten‘). Zwar haben sich rund 30% der Studierenden für die Universität Jena entschieden, weil das gewünschte Fach ausschließlich in Jena angeboten wird oder es hier keine Zugangsbeschränkungen gibt. Doch diese Punkte stehen auf Platz 2 und 3 der Rangliste der unwichtigsten Gründe. Das heißt, dass die Friedrich-Schiller-Universität vermehrt Studierende anzieht, die auch an anderen (Voll)Universitäten ohne Zugangsbeschränkung studieren könnten. Dabei scheint die Qualität des Beratungs- und Informationsangebotes wichtig, aber nicht ausschlaggebend für die Hochschulwahl zu sein. Die ‚Heimatnähe‘, also die räumliche Nähe zum Elternhaus oder zu Freunden, belegt als Motivgrund mit Platz 12 und 13 auch hier die hinteren Plätze der Rangliste.

## 4.2 Stellenwert der einzelnen Gründe für die Hochschulwahl

Nach welchen Kriterien wählen Studienanfänger ihre Hochschule aus? Welche Motive und Gründe sind wichtig, welche aber sind letztlich ausschlaggebend? Die Frage nach der ‚Studienortwahl aus fachlichen Gründen‘ wurde den westdeutschen Studierenden an der Uni Jena nicht gestellt, da es sich hier nachweislich um einen der Hauptgründe für die Hochschulwahl handelt (vgl. Krawietz 2007; AG Hochschulforschung 2007). Wie die Ergebnisse zeigen, konkurriert die Friedrich-Schiller-Universität mit anderen Hochschulen in Fächern ohne Zulassungsbeschränkung. Vielmehr sollten im Rahmen der Studierendenbefragung Aspekte näher untersucht werden, in denen die Friedrich-Schiller-Universität unter anderen Hochschulen und die Stadt Jena als Studienort eventuell ‚Alleinstellungsmerkmale‘ haben könnten.

Die Studierenden wurden daher gebeten, aus einem Katalog von 39 Antwortvorgaben diejenigen Gründe anzugeben, warum sie sich für die Universität Jena entschieden haben. Dabei hatten sie zusätzlich die Möglichkeit, nach dem Grad der Wichtigkeit zu differenzieren. Nachfolgend sollen die Ergebnisse aus diesem Fragenblock vorgestellt werden. Diese sind thematisch sortiert nach Gründen der Hochschulwahl aufgrund von Zugangsbeschränkungen, nach Gründen aus allgemeinem Interesse am Hochschulstandort und speziellem Interesse an der Universität Jena, nach finanziellen und emotionalen Motiven sowie aus Gründen, die Beratungs- und Informationsangebote betreffen.

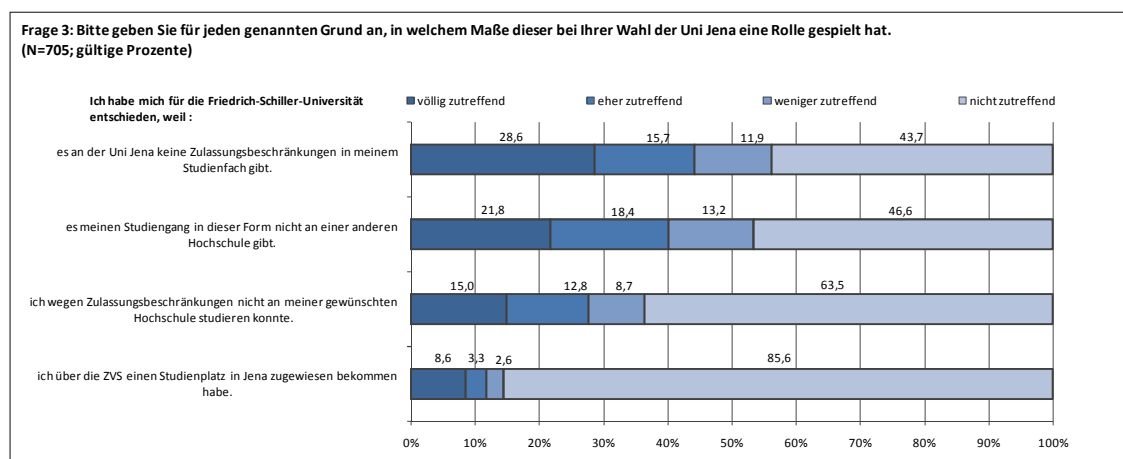


Abbildung 22: Wahl der Universität Jena wegen Zugangsbeschränkung zum Studium

Warum sich ein Studienbewerber letztlich für eine bestimmte Universität entscheidet oder entscheiden muss, ist unter anderem auch dadurch bedingt, ob es an der Wunschhochschule einen fachspezifischen Numerus Clausus gibt.

Das Argument der Studierenden, sie hätten sich für v.a. die Friedrich-Schiller-Universität entschieden, weil es an anderen Hochschulen Zulassungsbeschränkungen gab, nahm von allen Nennungen zwar nur den fünften Platz in der Rangfolge der wichtigsten Hochschulwahlgründe ein (vgl. Tabelle 11). Im Vergleich aller Gründe, die durch Zulassungsbeschränkungen motiviert sind, steht dieses Motiv hier an erster Stelle: Insgesamt fast 30% der Studierenden hatten sich für Jena entschieden, weil ihr Fach hier zulassungsfrei angeboten wird. Immerhin gaben 15% der Befragten an, dass sie keinen Studienplatz an ihrer Wunschhochschule bekamen (‘völlig zutreffend’) und für sie daher die Universität Jena nur die zweite Wahl darstellt. Zudem erfolgte in ca. 12% der Fälle das Studium an der Friedrich-Schiller-Universität aufgrund eines von der ZVS zugewiesenen Studienplatzes (‘völlig/eher zutreffend’). Allerdings sind diejenigen, für die Zulassungsschranken – welcher Art auch immer – eine Rolle bei der Hochschulwahl spielten, in der Minderheit. Etwa 40% der befragten westdeutschen Studierenden wählten die Universität Jena explizit, weil nur hier ihr Wunschfach bzw. ihre Fachkombination angeboten wird (‘völlig/eher zutreffend’). Zwei Drittel der Studierenden (63%) hätten sicher auch an anderen Hochschulorten studieren können, haben sich aber für die Friedrich-Schiller-Universität entschieden. Zulassungsbeschränkungen spielten bei ihnen nur eine untergeordnete Rolle bei der Hochschulwahl (‘weniger/nicht zutreffend’) (vgl. Abbildung 22). Die alternativen Hochschulen, für die die Befragten eine Zulassung hatten, sowie ihre Wunschhochschulen sind im Kapitel 3 ‚Informationsverhalten‘ beschrieben. Das Interesse, das die Studierenden dem Hochschulstandort Jena entgegen bringen, ist zum größten Teil der ‚heimeligen‘ Atmosphäre von Universität und Stadt geschuldet. Mehr als zwei Drittel der Studierenden aus den Altbundesländern hat sich aufgrund der überschaubaren Verhältnisse an der Universität und im Stadtbereich, des für Studentenstädte typischen Angebotes und der Integration der Universität ins Stadtgefüge (‘völlig/eher zutreffend’) für die Friedrich-Schiller-Universität entschieden (vgl. Abbildung 23).

Wahlgründe, die die Universität speziell betreffen, sind in Abbildung 24 dargestellt. Der Grund für die Wahl der Friedrich-Schiller-Universität stellt den Ergebnissen zufolge die gute Bewertung des Studienfachs an der Uni Jena dar: Für über die Hälfte der Studierenden (54,8%) war ein guter Platz der Universität Jena in einer Hochschulrangliste im jeweiligen Studienfach bzw. der gute Ruf der Lehrenden (45%) von Wichtigkeit (‘völlig/eher zutreffend’). Noch höher eingeschätzt wurde der allgemeine gute Ruf der Universität Jena (65,3% ‚völlig/eher zutreffend’). Das bestätigt in etwa die Ergebnisse der HIS- und CHE-Studien, in denen Rankings eine zunehmende Bedeutung für die Hochschulwahl gewinnen (Heine 2009; Hachmeister 2007b). Die Ausstattung der Universität bzw. Fakultäten und spezielle Services sind für die Studierenden, wie sich hier zeigt, ebenso wichtige Kriterien, nach denen sie sich ihre Hochschule auswählen. Jedoch sind diese für die Wahl der Hochschule im Vergleich zu anderen Motiven eher nachrangig.

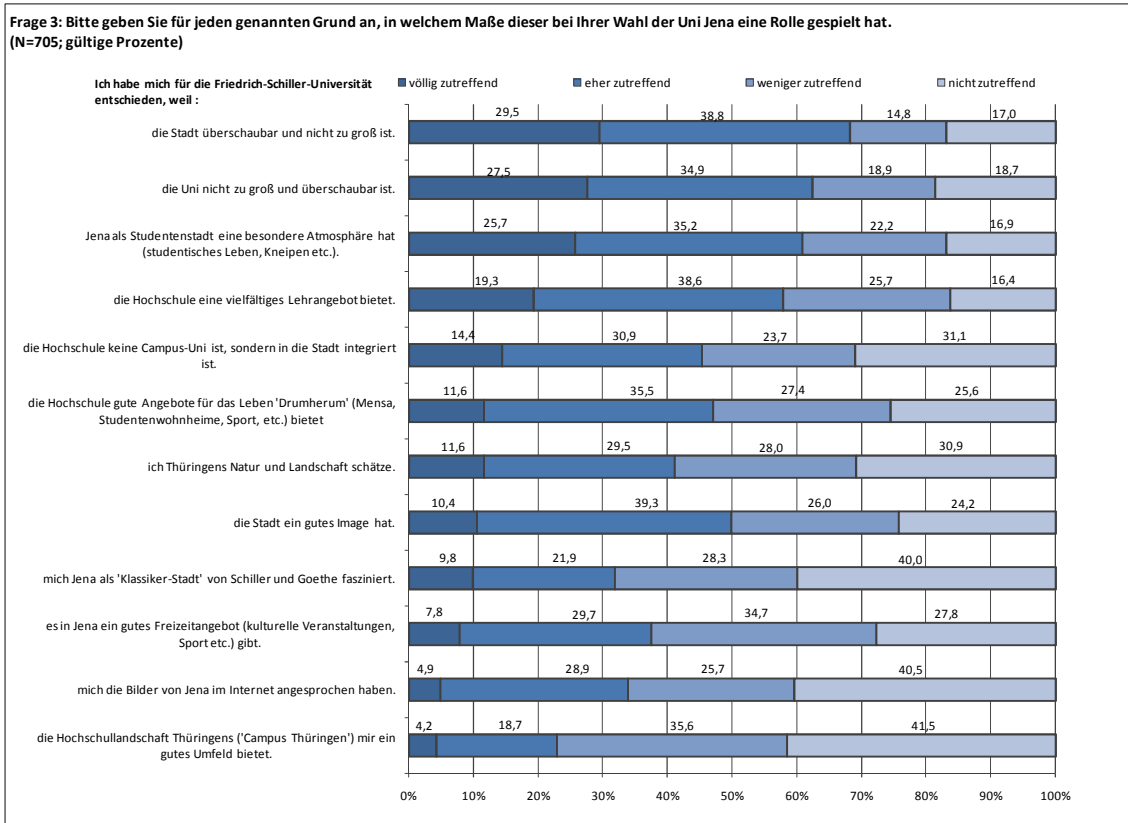


Abbildung 23: Wahl der Universität Jena aus Interesse am Hochschulstandort

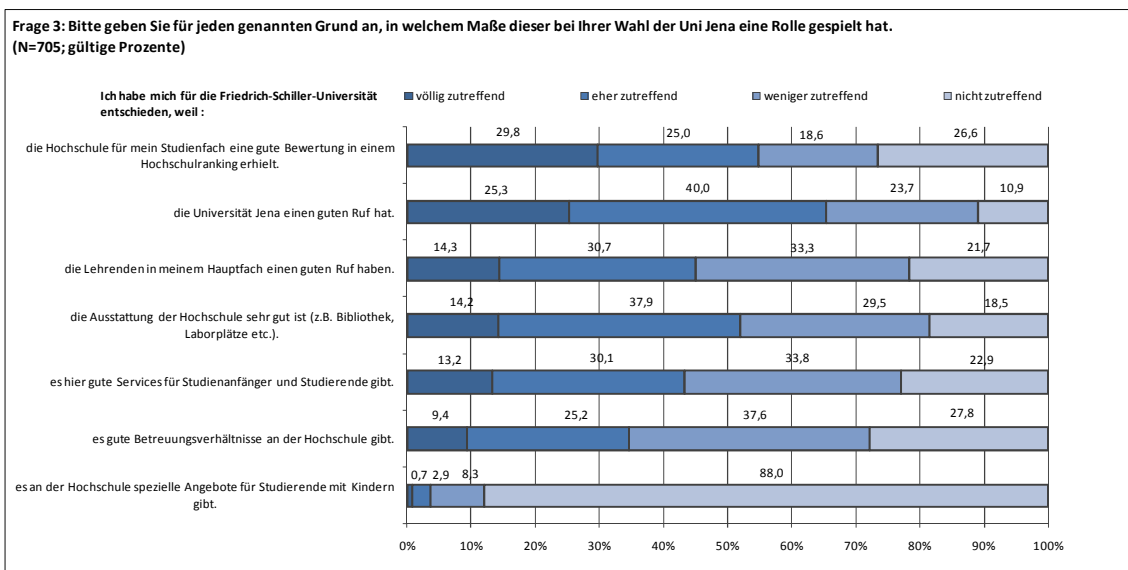


Abbildung 24: Wahl der Universität Jena aus Interesse an der Hochschule

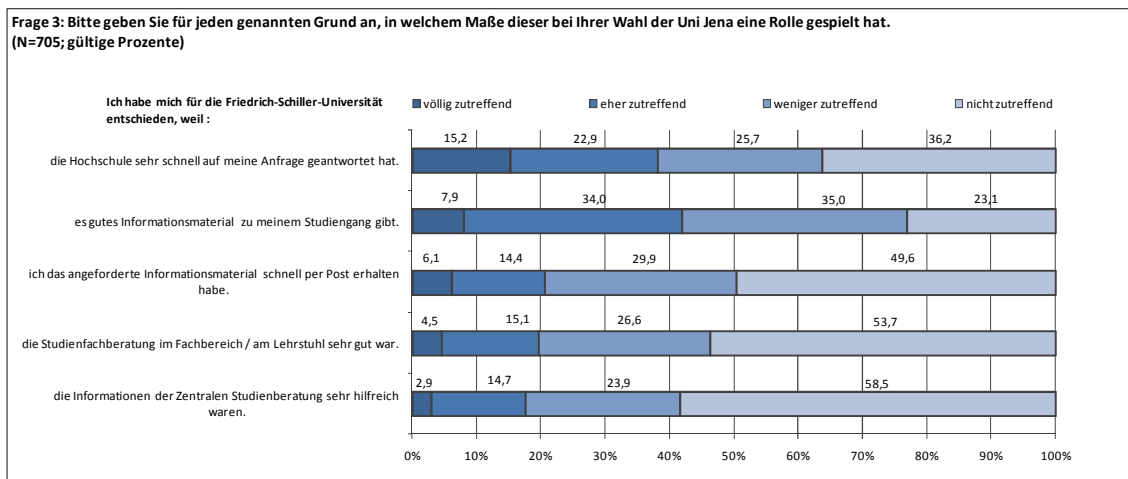


Abbildung 25: Wahl der Universität Jena wegen guter und schneller Informationen

Für das Hochschulmarketing ist es von Interesse, inwieweit durch ‚Informationsvorsprung‘ gegenüber anderen Universitäten Studierende gewonnen werden können. Wie wichtig also war den befragten Studierenden - im Hinblick auf ihre Studienortentscheidung - die Qualität und Schnelligkeit der über die Friedrich-Schiller-Universität angeforderten Informationen? Zunächst könnte man interpretieren, dass ca. 40% der angehenden Studierenden ihre zukünftige Hochschule danach auswählen, wie schnell ihre Anfragen überhaupt beantwortet werden und wie informativ und hilfreich die Informationen sind (‚völlig/eher zureffend‘). Ob die Informationen dann per Post verschickt werden, ob es sich um Studienfachberatung an den Lehrstühlen oder über die zentrale Studienberatung handelt, ist eher zweitrangig. Jeweils nur ca. 20% der befragten Studierenden gaben an, aus diesen Gründen sich für die Friedrich-Schiller-Universität entschieden zu haben (vgl. Abbildung 25).

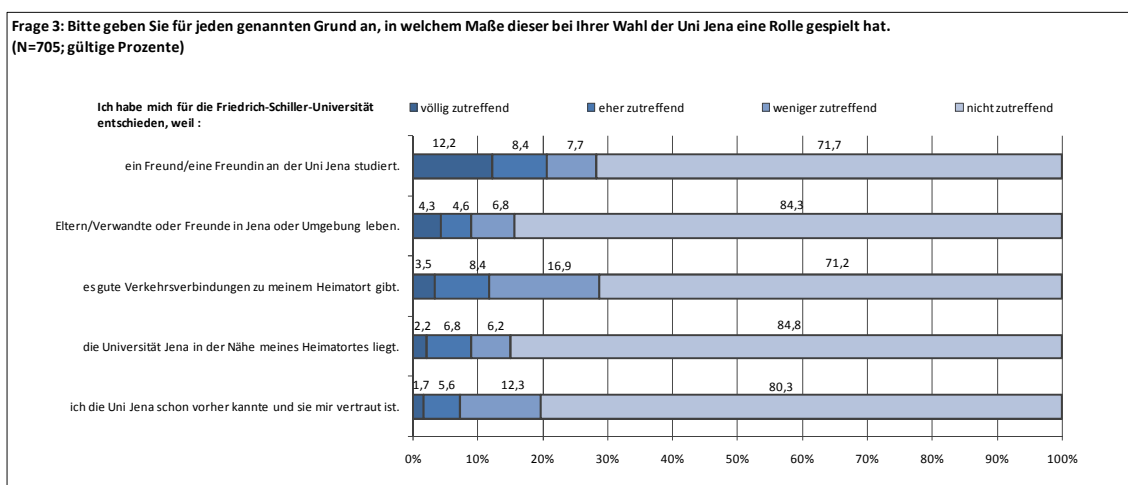


Abbildung 26: Wahl der Universität Jena aus Interesse durch Vertrautheit

Die These, die Studierenden hätten sich womöglich für die Universität Jena und nicht für eine andere Hochschule entschieden, weil sie ihnen in irgendeiner Form vertraut erscheint, kann so nicht bestätigt werden (vgl. Abbildung 26). Zwar geben einige der Studierenden an, dass sie eine Bindung zum Hochschulort Jena besitzen, weil sie dort andere Studierende kennen oder gar ein Familienmitglied in Jena wohnt. Aber als Hochschulwahlentscheidung sind diese Argumente im Vergleich zu anderen eher nachrangig. Nur für bis zu 20% der Befragten war dies ein Grund, an der Friedrich-Schiller-Universität zu studieren. Die Vertrautheit der neuen Heimat, zum Beispiel durch vorherige Besuche, scheint für die befragten westdeutschen Studierenden zumindest nicht das ausschlaggebende Motiv für die Hochschulwahl zu sein. Ebenso spielten gute Verkehrsverbindungen sowie die regionale Nähe zum Heimatort zwar eine Rolle, aber keine entscheidende bei der Wahl der Friedrich-Schiller-Universität, wie dies auch im Kapitel 4.1 deutlich wurde.

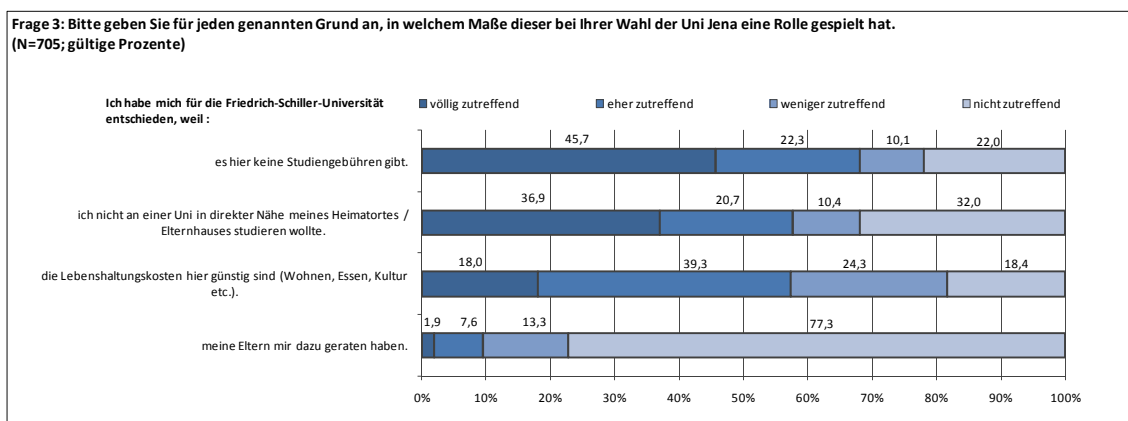


Abbildung 27: Wahl der Universität Jena aus finanziellen und familiären Gründen

Zum Schluss wurden die Studierenden nach Gründen gefragt, die in etwa als ‚äußere Zwänge‘ beschrieben werden könnten (vgl. Abbildung 27). Von zentralem Interesse war, herauszufinden, welchen Einfluss Studiengebühren bzw. die finanzielle Situation im Elternhaus haben, welches Gewicht dem Rat der Eltern für die Studienortentscheidung zukommt. Fast 70% der Studierenden hat sich für Jena entschieden, weil es hier keine Studiengebühren gibt (‚völlig/eher zutreffend‘). Heimatferne und günstige Lebensbedingungen sind für knapp zwei Drittel ein entscheidendes Kriterium. Der Einfluss der Eltern dagegen ist mit 9,5% (‚völlig/eher zutreffend‘) nur als eher gering einzuschätzen, im Vergleich zu anderen Motiven für die Hochschulwahl.

### 4.3 Zusammenhang zwischen Studienfach und Hochschulwahl

Bei der Auswertung des Fragenblocks ‚Hochschulwahlgründe‘ wurde analysiert, ob fach- bzw. fakultätsspezifische Gründe für die Hochschulwahl festzustellen sind. Angenommen wurde, dass sich Psychologiestudenten von Germanisten, Studierende der Wirtschaftswissenschaften von Mathematikern hinsichtlich der angegebenen Hochschulwahlgründe unterscheiden. Gerade in Hinblick auf den Einfluss von Rankings und das unterschiedliche Nutzerverhalten im Studienentscheidungsprozess sind diese Ergebnisse von Bedeutung für ein zielgruppengerechtes Hochschulmarketing.

Es wurde ein Mittelwertsvergleich über acht Fakultäten und die sechs wichtigsten Gründe für die Wahl der Universität Jena mittels eines Allgemeinen Linearen Modells mit multivariaten Messungen berechnet. Die Fakultäten Theologie und Mathematik/Informatik wurden aufgrund zu kleiner Fallzahlen ausgeschlossen. Tatsächlich zeigt sich, dass bei fünf der sechs Hauptgründe signifikante Unterschiede zwischen den Fakultäten bestehen:

‚Ich habe mich für die Friedrich-Schiller-Universität Jena entschieden, weil...‘

- es hier keine Studiengebühren gibt
- es an der Uni Jena keine Zulassungsbeschränkungen in meinem Studienfach gibt
- die Hochschule für mein Studienfach eine gute Bewertung in einem Hochschulranking erhielt
- die Uni nicht zu groß und überschaubar ist
- ich nicht in direkter Nähe meines Heimatortes/Elternhauses studieren wollte

Für die analysierten 664 Fälle und die sechs wichtigsten Gründe (keine Studiengebühren, keine Zulassungsbeschränkungen im eigenen Studienfach, eine gute Bewertung des eigenen Faches in einem Hochschulranking, die Uni nicht zu groß und überschaubar, Studium an einer Uni in Entfernung zum Heimatort, die Stadt überschaubar und nicht zu groß) ergaben sich eine Reihe von Unterschieden je nach Fakultät. Die signifikanten Differenzen sind im Folgenden genannt.

Keine Studiengebühren an der Universität Jena fanden die Studierenden der Philosophischen Fakultät sowie der Fakultät für Sozial- und Verhaltenswissenschaften und der Chemisch-Geowissenschaftlichen Fakultät am Wichtigsten. Im Vergleich dazu unwichtig war die Tatsache, dass es in Jena keine Studiengebühren gibt, für Angehörige der Physikalisch-Astronomischen Fakultät sowie für Studierende der Medizinischen Fakultät. Keine Zulassungsbeschränkungen im eigenen Studienfach waren besonders bedeutsam für Studierende der Rechtswissenschaftlichen Fakultät, gefolgt von der Wirtschaftswissenschaftlichen und der Philosophischen Fakultät. Keine Rolle spielte dieser Grund für die Studierenden der Biologisch-Pharmazeutischen sowie der Medizinischen Fakultät.



Eine gute Bewertung in einem Hochschulranking wurde insbesondere von den Studierenden als Grund für die Wahl eines bestimmten Studienganges aufgeführt, in deren Fächer ein solches gutes Hochschulranking vorliegt. So gaben die Studierenden der Rechtswissenschaftlichen und der Physikalisch-Astronomischen Fakultät gefolgt von den Studierenden der Medizinischen Fakultät an, dass eine gute Bewertung im Hochschulranking für ihre Studienplatzwahl ausschlaggebend war. Am wenigsten bedeutsam war eine gute Bewertung in einem Ranking für die Studierenden der Philosophischen Fakultät. Dass die Universität nicht zu groß und überschaubar ist, spielte für die Hochschulwahl insbesondere der Studierenden der Physikalisch-Astronomischen Fakultät eine Rolle, gefolgt von den Studenten der Rechtswissenschaften und der Medizin. Nicht wichtig war die Größe der Hochschule dagegen für Studierende der Wirtschaftswissenschaften. Die Abbildung 28 zeigt für die sechs wichtigsten Gründe die Zustimmung in Abhängigkeit der Fakultätszugehörigkeit.

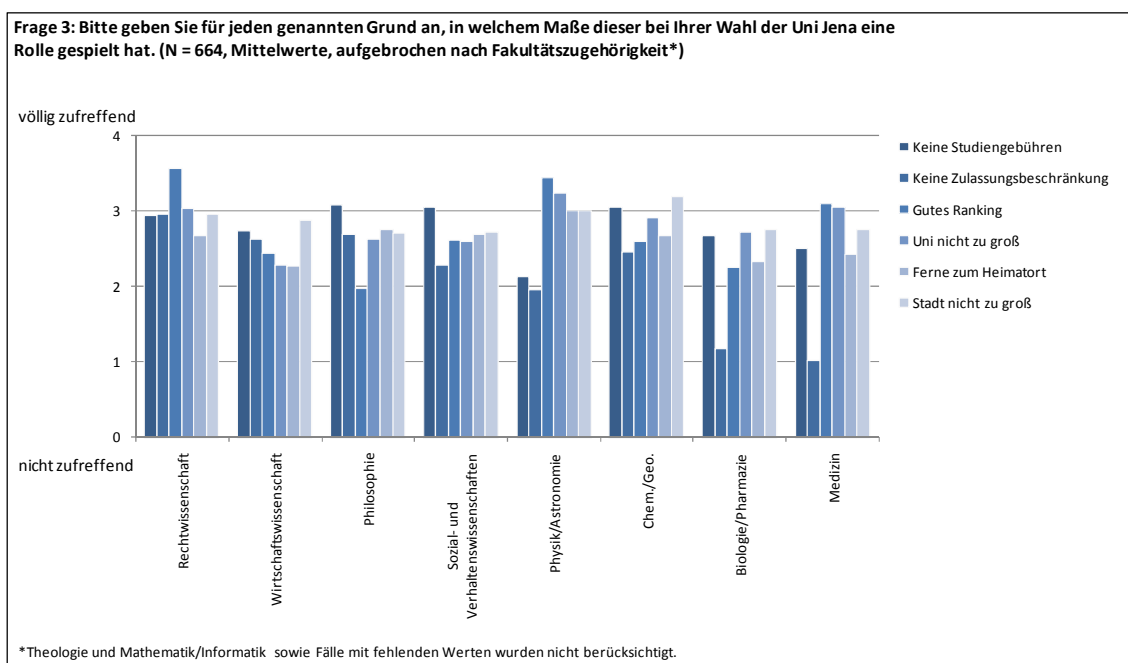


Abbildung 28: Die sechs wichtigsten Hochschulwahlgründe in Abhängigkeit der Fakultät

Die Ferne der Universität zum Heimatort spielte insbesondere für die Studierenden der Physikalisch-Astronomischen Fakultät eine wichtige Rolle, gefolgt von den Studierenden in der Philosophischen Fakultät. Am Unbedeutendsten war dieser Grund für die Studierenden aus den Wirtschaftswissenschaften, wobei insgesamt bei dem Grund ‚Ferne zum Heimatort‘ lediglich ein tendenzieller Unterschied zwischen den Fakultäten zu beobachten war. Keine Differenz zwischen den Fakultäten ergab sich für den letzten Grund, nämlich für die Überschaubarkeit der Stadt. Hierbei waren sich die Studierenden aller überprüften acht Fakultäten im Wesentlichen einig. Der Gesamtmittelwert von 2,8 entspricht verhaltener Zustimmung (Antwortskala von 1 = nicht zutreffend bis 4 = zutreffend).

Tabelle 12: Hauptgründe der Hochschulwahl nach Studienfächern

**Ich habe mich für die Friedrich-Schiller-Universität entschieden, weil...**

BWL (N=22)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. es an der Uni Jena keine Zulassungsbeschränkungen in meinem Studienfach gibt (2,68)</li> <li>2. es hier gute Services für Studienanfänger und Studierende gibt (2,59)</li> <li>3. Jena als Studentenstadt eine besondere Atmosphäre hat (studentisches Leben, Kneipen etc.). (2,59)</li> </ol>
Ernährungswissenschaft (N=26)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. es meinen Studiengang in dieser Form nicht an einer anderen Hochschule gibt (2,81)</li> <li>2. Jena als Studentenstadt eine besondere Atmosphäre hat (studentisches Leben, Kneipen etc.). (2,73)</li> <li>3. die Hochschule sehr schnell auf meine Anfrage geantwortet hat (2,73)</li> </ol>
Germanistik (N=26)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. es hier keine Studiengebühren gibt (3,12)</li> <li>2. es an der Uni Jena keine Zulassungsbeschränkungen in meinem Studienfach gibt (2,96)</li> <li>3. die Hochschule ein vielfältiges Lehrangebot bietet (2,73)</li> </ol>
Kunstgeschichte (N=22)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. es hier keine Studiengebühren gibt (3,68)</li> <li>2. es an der Uni Jena keine Zulassungsbeschränkungen in meinem Studienfach gibt (3,32)</li> <li>3. die Uni nicht zu groß und überschaubar ist (3,00)</li> <li>4. die Stadt überschaubar und nicht zu groß ist (3,00)</li> </ol>
Medizin (N=47)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. die Universität Jena einen guten Ruf hat (3,17)</li> <li>2. die Hochschule für mein Studienfach eine gute Bewertung in einem Hochschulranking erhielt (3,13)</li> <li>3. die Uni nicht zu groß und überschaubar ist (3,04)</li> </ol>
Physik (N=26)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. die Hochschule für mein Studienfach eine gute Bewertung in einem Hochschulranking erhielt (3,58)</li> <li>2. die Universität Jena einen guten Ruf hat (3,27)</li> <li>3. die Uni nicht zu groß und überschaubar ist (3,23)</li> </ol>
Politikwissenschaften (N=52)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. es hier keine Studiengebühren gibt (3,13)</li> <li>2. ich nicht an einer Uni in direkter Nähe meines Heimatortes / Elternhauses studieren wollte (3,06)</li> <li>3. es an der Uni Jena keine Zulassungsbeschränkungen in meinem Studienfach gibt (3,00)</li> </ol>
Psychologie (N=42)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. die Hochschule für mein Studienfach eine gute Bewertung in einem Hochschulranking erhielt (3,67)</li> <li>2. die Universität Jena einen guten Ruf hat (3,50)</li> <li>3. die Lehrenden in meinem Hauptfach einen guten Ruf haben (2,74)</li> </ol>
Rechtswissenschaften (N=48)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. die Hochschule für mein Studienfach eine gute Bewertung in einem Hochschulranking erhielt (3,60)</li> <li>2. die Universität Jena einen guten Ruf hat (3,19)</li> <li>3. die Ausstattung der Hochschule sehr gut ist (z.B. Bibliothek, Laborplätze etc.). (3,13)</li> </ol>
Soziologie (N=50)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. es hier keine Studiengebühren gibt (3,22)</li> <li>2. die Hochschule für mein Studienfach eine gute Bewertung in einem Hochschulranking erhielt (3,12)</li> <li>3. die Universität Jena einen guten Ruf hat (2,98)</li> </ol>

Während das Fächerspektrum vieler Fakultäten vergleichsweise homogen ist, gibt es insbesondere in der Philosophischen Fakultät und der Fakultät für Sozial- und Verhaltenswissenschaften eine recht große Vielfalt an Fachrichtungen. Aus diesem Grund wurden die Motive der Studienortwahl nochmals für einzelne Studiengänge betrachtet. Einbezogen wurden alle Fächer, für die mehr als 20 Studierende an der Befragung teilgenommen hatten. Es zeigt sich, dass die Studierenden einzelner Studienfächer tatsächlich andere Prioritäten in der Hochschulwahl setzen. Während Kunstgeschichtsstudenten und Germanisten vor allem die Studiengebührenfreiheit schätzen, haben sich Studierende der Wirtschaftswissenschaften für die Universität Jena wegen Zulassungsfreiheit im Studienfach entschieden.

In Tabelle 12 sind die wichtigsten Gründe der Hochschulwahl in Abhängigkeit von der Fachgruppe aufgeschlüsselt. In Klammern sind jeweils die Mittelwerte angegeben.

Es lassen sich drei Gruppen von Studierenden unterscheiden, die hinsichtlich der Motive für die Hochschulwahl verschiedene Muster zeigen und Ansätze für ein zielgruppenorientiertes Hochschulmarketing liefern.

#### 1. Die ‚Zielstrebigen‘.

Das sind jene Studenten und Studentinnen, die bei der Hochschulwahl in erster Linie auf eine gute Ausbildung achten. Studierende dieser Gruppe widmen sich überwiegend den Fächern Medizin, Physik, Psychologie und Rechtswissenschaften. Von allen Argumenten sind ihnen die gute Bewertung des Studienfachs in einem Ranking, das Image der Hochschule und der gute Ruf der Lehrenden besonders wichtig. Erst an dritter Stelle kommen Auswahlgründe wie eine gute Ausstattung oder die überschaubare Studienverhältnisse.

#### 2. Die ‚Sparsamen‘.

Diese Studierenden schätzen vor allem die Studiengebührenfreiheit und haben die Uni Jena auch wegen Zulassungsfreiheit in ihrem Studienfach gewählt. Dazu gehören zum einen Studierende der Fächer Germanistik und Kunstgeschichte. Während jedoch ihre Kommilitonen der Politikwissenschaften neben den gesparten Studiengebühren eher die Freiheit schätzen, fernab von zu Hause studieren zu können, legen Soziologen größeren Wert auf einen guten Ruf von Studienfach und Hochschule. Diese Gruppe findet sich ebenfalls in vier der zehn hier untersuchten Fächer.

### 3. Die ‚Individuellen‘.

Darunter kann man Studierende fassen, denen vor allem das ‚Drumherum‘ im Studium wichtig ist. Auf diese dritte Gruppe entfallen nur zwei von zehn betrachteten Fächern. Die in diesen Fächern eingeschriebenen Studierenden haben ein Studium in Jena aufgenommen, weil sie u.a. hier als Studienanfänger eine gute Betreuung finden und an Jena die besondere Atmosphäre einer Studentenstadt schätzen (Betriebswirtschaft) oder Jena wegen der Exklusivität ihres Studienfachs und der schnell verfügbaren Information im Studienentscheidungsprozess (Ernährungswissenschaften) wählten.

Inwiefern bereits durchgeführte Werbemaßnahmen der Friedrich-Schiller-Universität einen Beitrag zur Studien(ort)entscheidung leisten können, wird im nächsten Kapitel anhand ausgewählter Imagekampagnen dargestellt.

## 5 Bekanntheitsgrad von Imagekampagnen

Alle Bundesländer haben inzwischen im Rahmen des Hochschulpakts 2020 Marketingmaßnahmen realisiert, die von hochschulübergreifenden Landeskampagnen bis zum Corporate Design der einzelnen Hochschulen reichen (vgl. Winter 2008). Die Vorteile von hochschulübergreifenden Kampagnen liegen klar auf der Hand. Einerseits kann eine gewisse Breitenwirkung erzeugt werden, die eine einzelne Hochschule alleine wegen beschränkter finanzieller und personeller Mittel nicht erreichen kann. Faktoren, wie eine gute Ausstattung und das Betreuungsverhältnis an den Hochschulen, die Studiengebührenfreiheit und die günstigen Lebenshaltungskosten können positiv herausgestellt werden. Andererseits kann eine solche hochschulübergreifende Kampagne aktivierend auf alle Beteiligten wirken. Die an der Kampagne teilnehmenden Hochschulen sind mehr oder weniger mit der Problematik vertraut und entsprechend engagiert. Hochschulen, die bisher wenig Initiative in Sachen Studierendenmarketing zeigten, können eventuell für die Mitarbeit gewonnen werden (Winter 2008: 5f).

Für einige Hochschulen ergeben sich jedoch nicht nur Vorteile aus solchen Landes-Imagekampagnen. Als Argument wird von diesen entgegen gebracht, dass die Kampagnen zu unspezifisch seien und die Zielgruppe verfehlen, da sich die Studierenden für ein bestimmtes Studienfach und nicht für ein Studium in einem bestimmten Bundesland interessieren. Einzelne Hochschulen könnten zudem eigenständiger auftreten, im Rahmen einer Landes-Imagekampagne dagegen würden sie als ‚Marke‘ nicht wahrgenommen, so die Befürchtung großer und traditionsbewusster Hochschulen (Winter 2008:5f). In Thüringen war zunächst angedacht, eine Landeskampagne wie in anderen Bundesländern durchzuführen. Dazu hat man sich jedoch, interessanterweise in Übereinstimmung mit den Befunden dieser Studie, gegen eine landesbezogene Werbekampagne entschieden. Stattdessen wurden Gelder für individuell-hochschulbezogene Marketingaktivitäten sowie eine länderübergreifende Marketingkampagne ‚Studieren in Fernost‘ (Berthold 2009) bereitgestellt.

Für die Planung weiterer und bereits durchgeführter Werbemaßnahmen an der Universität Jena und dem Land Thüringen wurden den westdeutschen Studierenden zum Abschluss der Befragung einige Landes- und Hochschulkampagnen vorgelegt. Ausgewählt wurde zum einen die Werbemaßnahme ‚Studentenparadies Jena‘ (<http://www.studentenparadies-jena.de/>), die für den Hochschulstandort Jena insgesamt, also Universität und Fachhochschule, wirbt. Weiterhin wurden die Studierenden zum Bekanntheitsgrad der Hochschulkampagnen der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg mit dem Slogan ‚Sei klug, studier‘ in Halle‘ (<http://www.studier-in-halle.de/>) und ‚Studieren im Grünen‘ der Hochschule Magdeburg-Stendal (<http://www.studieren-im-gruenen.de/>) vorgelegt. Als Beispiel für eine Landesimagekampagne steht ‚Studieren mit Meerwert‘ als Teil der Landeswerbung Mecklenburg-Vorpommern ‚MV tut gut‘ (<http://www.studieren-mit-meerwert.de/>).

Für den Vergleich der Kampagnen wurden ausschließlich Kampagnen ostdeutscher Hochschulen und Bundesländer gewählt, die zum Teil auch auf die spezielle Zielgruppe der westdeutschen Abiturienten ausgerichtet sind.

Die Ergebnisse im Einzelnen zeigen folgendes: Der Bekanntheitsgrad aller abgefragten Kampagnen ist in der Gruppe derjenigen Studierenden, die bereits ein Studium aufgenommen haben, am größten (vgl. Abbildung 29). Das kann damit zusammenhängen, dass die Werbemaßnahmen bereits einige Semester in unterschiedlichen Medien geschaltet sind und nicht nur bei Studienanfängern Aufmerksamkeit erregen (vgl. Abbildung 30). Dieses Resultat bestätigt die Erwartung, dass sich die Studierenden im Vorfeld des Studiums auch über andere Hochschulen informieren.

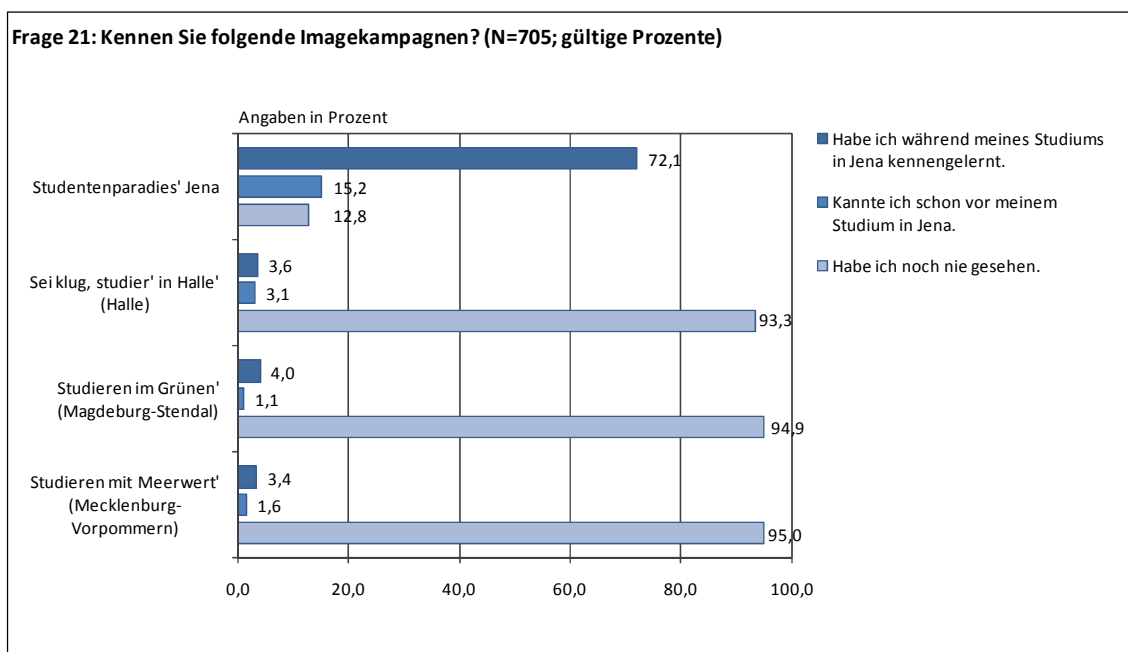


Abbildung 29: Bekanntheitsgrad von Imagekampagnen (alle Studierende)

Allerdings ist zu bedenken, dass sämtliche Kampagnen noch relativ neu sind. Der Bekanntheitsgrad der Kampagnen ist insgesamt nicht sehr hoch. Die Hochschul- und Imagekampagnen ‚Sei klug, studier‘ in Halle‘, ‚Studieren im Grünen‘ und ‚Studieren mit Meerwert‘ haben über 90% der Befragten noch nie gesehen, bei den Erstsemestern haben diese mit knapp 6% bis 14% einen etwas höheren Bekanntheitsgrad. Die Kampagne ‚Studentenparadies Jena‘ erreicht in allen Kategorien sehr viel höhere Werte: In der Gruppe der Erstsemester kannten 40% der Studierenden diesen Internetauftritt, der Bekanntheitsgrad unter allen Studierenden liegt bei 72% (vgl. Abbildung 29 und Abbildung 30).

Diese Ergebnisse lassen vermuten, dass Werbung tatsächlich ‚wirkt‘: Wer sich für ein Studium in Jena interessiert, ist eher für Maßnahmen empfänglich, die den zukünftigen Studienort bewerben, und identifiziert sich im Studium mit diesen. In diesem Zusammenhang sind auch die niedrigeren Werte der übrigen Kampagnen durchaus positiv zu sehen: Wer die Werbung für die Studienorte in Sachsen-Anhalt und Mecklenburg-Vorpommern mit Effizienz betrachtet, studiert vermutlich nicht in Jena.

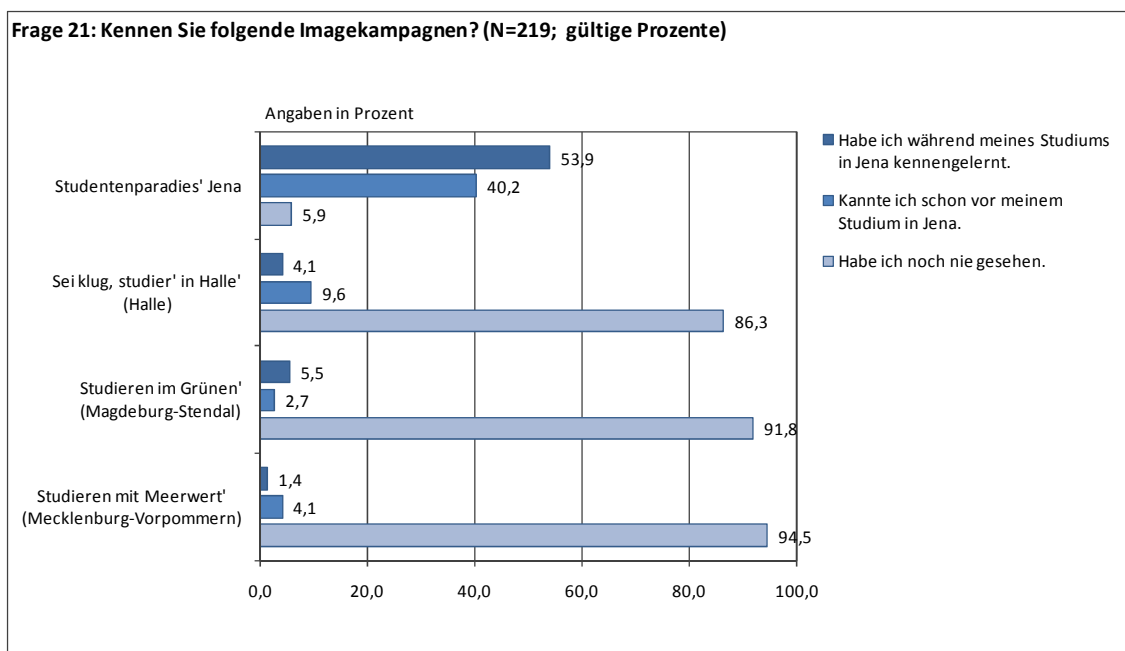


Abbildung 30: Bekanntheitsgrad von Imagekampagnen (Studierende des 1. Semesters)

Die Klickzahlen der für Studieninteressierte bedeutsamen Seiten zeigen, dass bislang die Bundeskampagne ‚Studieren in Fernost‘ nur ein geringe Wirkung entfaltet, während die ‚Studentenparadies-Initiative‘ durchaus Nutzer hat. Die direkten Zugriffszahlen auf das Informationsangebot der Friedrich-Schiller-Universität sind in Tabelle 13 ausgewiesen. Spitzenreiter sind die Seitenaufrufe auf das ‚Studienangebot‘ der Universität Jena, mit über 50.000 Zugriffen im Juni 2009. Aber auch die Seiten für ‚Studeninteressierte‘ mit über 17.000 und die des ‚Studentenparadieses‘ sind mit knapp 5.000 Besuchern pro Monat recht gut besucht. Diese Zugriffszahlen bzw. *Page Impressions* sind unabhängig davon, ob ein Nutzer auf diese Seiten mehrfach zugegriffen hat. Man spricht hier auch von *Unique Visits*. Die Tabelle 14 gibt Aufschluss über die Zugriffszahlen auf die homepage der Universität Jena, die von anderen Seiten weitergeleitet wurden. Thüringenweite Portale, so kann man aus diesen Zahlen schlussfolgern, spielen im Internetgeschehen an der Friedrich-Schiller-Universität keine wesentliche Rolle. Das kann als ein weiterer Beleg dafür gesehen werden, dass standortbezogene Kampagnen mehr Wirkung entfalten als geographische.

Tabelle 13: Zugriffszahlen auf einzelne Seiten des Internetangebotes der Friedrich-Schiller-Universität

Zugriffszahlen*	'Studienangebot'		'Studieninteressierte'		'Studentenparadies'	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
März	19.648	22.073	2.983	6.171	1.725	3.778
April	24.675	23.965	3.629	7.093	4.398	3.469
Mai	33.254	36.500	5.389	11.502	3.445	4.148
Juni	48.609	52.354	5.833	17.167	3.760	4.852

\*Page Impressions/Unique Visits: Seitenaufruf, unabhängig davon, ob ein Nutzer mehrfach zugegriffen hat  
Quelle: FSU (2009): Referat Öffentlichkeitsarbeit der Friedrich-Schiller-Universität Jena

Tabelle 14: Zugriffszahlen auf die Seiten [www.uni-jena.de](http://www.uni-jena.de) von ausgewählten websites

Verzeichnisse, von denen Zugriffe auf die Seiten der Universität Jena generiert wurden	Anzahl der Zugriffe* im Juni 2009
<a href="http://www2.zvs.de">www2.zvs.de</a>	1318
<a href="http://www.studieren.de">www.studieren.de</a>	1201
<a href="http://www.studienwahl.de">www.studienwahl.de</a>	564
<a href="http://www.studies-online.de">www.studies-online.de</a>	361
<a href="http://www.hochschulkompass.de">www.hochschulkompass.de</a>	244
<a href="http://www.derberufsberater.de">www.derberufsberater.de</a>	181
<a href="http://www.schuelervz.net">www.schuelervz.net</a>	112
<a href="http://www.hochschulinitiative.de">www.hochschulinitiative.de</a>	35
<a href="http://www.hochschulen.studieren-in-ferost.de">www.hochschulen.studieren-in-ferost.de</a>	32

\*Page Impressions/Unique Visits: Seitenaufruf, unabhängig davon, ob ein Nutzer mehrfach zugegriffen hat  
Quelle: FSU (2009): Referat Öffentlichkeitsarbeit der Friedrich-Schiller-Universität Jena

Zum Bekanntheitsgrad der Kampagnen bezogen auf die Fachrichtung der Studierenden ergibt sich folgendes Bild (dies gilt allerdings nur für die Kampagne ‚Studentenparadies‘ mangels Kenntnis der übrigen Aktionen): Während Studierende der Naturwissenschaften der Kampagne ‚Studentenparadies‘ vielfach erst begegneten als sie bereits in Jena waren, hatten Studierende der Sozial- und Geisteswissenschaften die Aktion bereits vor dem Studium kennengelernt.

Dies mag zunächst verwundern, es passt aber zu dem Befund, dass Befragte aus den geistes- und sozialwissenschaftlichen Fakultäten insgesamt berichteten, vor der Wahl des Studiums mehr Engagement in der Beschaffung von Informationen über Studienmöglichkeiten und Hochschule an den Tag gelegt zu haben. ‚Informationsmuffel‘ unter den in dieser Hinsicht weniger umtriebigen Naturwissenschaftlern waren Mediziner und Physiker: Sie benannten durchschnittlich lediglich vier Informationsquellen als genutzt und wichtig für die Entscheidung, das Studium in Jena aufzunehmen. Theologiestudenten dagegen führten bis zu sechs Informationsquellen an, alle anderen Studierenden aus Geistes- und Sozialwissenschaftlichen Fakultäten zumindest mehr als fünf.



Hier findet sich eine Parallele zur Analyse der ‚Studentenparadies‘-Kampagne: Wer sie schon vor dem Studium kannte, erweist sich als besonders engagiert in der Beschaffung von Informationen. Ob es sich bei dem studierten Fach um ein NC-Fach handelte, war ebenfalls sowohl für das Engagement in der Informationsbeschaffung wie für die Kenntnis der Imagekampagne ‚Studentenparadies‘ bedeutsam. Zulassungsbeschränkungen im gewählten Fach korrelieren mit geringerem Engagement und mit geringerer Kenntnis der Kampagne.

Daraus ergeben sich zweierlei Schlussfolgerungen:

1. Der ‚Informationsdruck, d.h. der Zwang zur Beschaffung von Informationen über ein Studienfach und einen Studienort, erscheint höher in Fächern mit unklarem Ausbildungs- und Beschäftigungsprofil und in Fächern ohne Zulassungsbeschränkungen, also in Fachrichtungen, die gleichzeitig an unterschiedlichen Standorten eine Vielzahl verschiedener Profile und Inhalte bieten. Hoher Informationsdruck führt zu verstärkter Explorationsaktivität.
2. Der Erfolg der ‚Studentenparadies‘-Kampagne lässt sich bezogen auf die Studierenden der Geistes- und Sozialwissenschaften bestätigen. Um auch Studieninteressierte der naturwissenschaftlichen Fachrichtungen verstärkt anzusprechen, sind Modifikationen nötig. Diese Einsicht hat Konsequenzen für die Wahl von Gestaltungsformaten ebenso wie im Hinblick auf die Auswahl passender Printmedien für die Schaltung von Anzeigen.

Offen bleibt die Frage, ob die Studienplatzentscheidung der Zielgruppe auf den motivierenden Effekt der Kampagne zurückgeführt werden kann. Hierzu kann die vorliegende Studie keine Auskünfte machen. Immerhin hat sich aber einer der Befragten in der offenen Frage zum Erstkontakt zur Friedrich-Schiller-Universität als Studienmöglichkeit explizit über eine Anzeige im ‚ZEIT-Studienführer‘ geäußert, als einziger unter den mehr als 700 Teilnehmern, der eine ganz bestimmte Annonce erwähnt. Kann dies möglicherweise als ein kleiner Hinweis aufzunehmen sein, dass die Art der Anzeige tatsächlich Aufmerksamkeit weckt, und dass die Idee, für Jena als Alternative zu Universitätsstädten wie Heidelberg, Freiburg oder Göttingen zu werben, Früchte trägt?

Gleichzeitig ist zu konstatieren, dass weitere Anstrengungen unternommen werden müssen, um v.a. Naturwissenschaftler für Jena zu interessieren. Sie informieren sich weniger breit, und wenn sie sich informieren, dann eher nicht über die Kampagne ‚Studentenparadies‘. Ein genauere Blick auf die Antworten in der offenen Frage zum Erstkontakt nach Jena zeigt denn auch, dass Naturwissenschaftler sich überdurchschnittlich häufig von den Eltern beraten lassen, dass im Fall von Physik und Medizin darüber hinaus Rankings eine außerordentlich wichtige Rolle spielen. Das Internet ist auch für diese Gruppe von Bedeutung, steht jedoch lange nicht so im Vordergrund wie bei den Studieninteressierten anderer Fächer.

Bei der Analyse, welche Materialien von den Angehörigen der einzelnen Fakultäten für die Information über ein künftiges Studium zu Rate gezogen wurden, zeigt sich, dass für die Naturwissenschaften<sup>3</sup> Informationen, die das Studierendenservice-Zentrum oder der Fachberater gedruckt, im Netz oder im direkten Kontakt zum Dozenten zur Verfügung stellen, bedeutsamer sind als in den anderen Fakultäten.

Auf Naturwissenschaftler zugeschnittenes Studienplatzmarketing verlangt primär fundierte Information zu den Inhalten des Studiums. Der Umstand, dass auch in anderen Bundesländern in Fächern wie Physik oder Mathematik kein Überangebot an Bewerbern bei gleichzeitigem Mangel an Plätzen herrscht, dämpft die Erwartungen, dass Studieninteressente von anderswo sich für ein naturwissenschaftliches Studium in Jena begeistern lassen, unabhängig von der Qualität der Informationslage und des Studiengangs. Ein Blick zurück zur Verteilung der westdeutschen Studierenden auf die einzelnen Fakultäten zeigt, dass der Anteil an Studierenden aus den Altbundesländern in den naturwissenschaftlichen Fakultäten, wieder mit Ausnahme der Medizin, deutlich kleiner ist als in den Geistes- und Sozialwissenschaften (vergleiche Abbildung 3). Die vorliegenden Analysen führen nicht zu dem Schluss, dass sich das in absehbarer Zukunft ändern wird.

---

<sup>3</sup> Ausnahme ist die Medizin. Für zukünftige Human- und Zahnmediziner sind sämtliche Materialien aus der Fakultät selbst ohne Belang für die künftigen Studierenden, möglicherweise der starken Strukturierung des Studiums wegen.

## 6 Zufriedenheit mit den Studienbedingungen

### 6.1 Zufriedenheit mit Angeboten am Studienort

Als wichtige Aspekte für die Hochschulwahl stehen, wie bereits im Kapitel 4 ‚Motive der Hochschulwahl‘ beschrieben, für die westdeutschen Studierenden an der Universität Jena an erster Stelle *Studiengebührenfreiheit*, eine *relative Heimatferne* und eine *gute Bewertung des Studienfachs* in einem Ranking. Die sog. ‚kulturellen Hochschulwahlmotive‘, wie die Atmosphäre am Studienort, das Freizeitangebot etc., sind zwar grundsätzlich von eher nachrangiger Bedeutung für die Hochschulwahl. Aber für regional mobile Studierende, vor allem für Abiturienten aus den westlichen Bundesländern, die zum Studium an eine ostdeutsche Hochschule kommen, stellen sie nach Heine u.a. häufiger „das ausschlaggebende Motiv der Hochschulwahl“ dar (Heine u.a. 2009: 28). Für die Jenaer westdeutschen Studierenden sind es hier vor allem die überschaubare Größe der Stadt und das studentische Leben einer Hochschulstadt, die sogar noch vor dem guten Ruf der Universität rangieren (s. Kap. 4 ‚Motive der Hochschulwahl‘). Ein weiteres wichtiges Ziel der Studierendenbefragung war, Anhaltspunkte zu erhalten, wie zufrieden die an der Friedrich-Schiller-Universität eingeschriebenen Studierenden aus den westlichen Bundesländern mit den Bedingungen am Hochschulort sind. Diese Ergebnisse liefern Hinweise für Verbesserungsmöglichkeiten der Studienbedingungen an der Universität und der Lebensbedingungen am Hochschulort und können somit für zielgerichtete Marketingmaßnahmen verwendet werden.

Zunächst wurde nach der Zufriedenheit der Studierenden mit den im Umfeld der Universität Jena angebotenen Leistungen rund um das Studium gefragt (vgl. Abbildung 31). Die Sportangebote der Friedrich-Schiller-Universität erfreuen sich allgemeiner Beliebtheit, ca. 60% der Studierenden sind mit dem Angebot ‚zufrieden‘ bis ‚sehr zufrieden‘. Allerdings nutzt ein Drittel der Studierenden das Sportangebot kaum. Digitale Vorlesungen sind zwar nicht für alle Veranstaltungen und Fächergruppen verfügbar, aber von denjenigen Studierenden, die sie nutzen, sind ca. 40% ‚zufrieden‘/‚sehr zufrieden‘. 46,9% der Studierenden geben jedoch an, ein solches Angebot nicht zu kennen oder zu nutzen. Gleiches gilt für die Dienste, die das Sprachenzentrum an der Universität Jena anbietet. Auch hier ist der Anteil der mit diesen Leistungen zufriedenen Nutzern (48,6%) fast so hoch wie derjenigen, die sie nicht kennen bzw. nicht nutzen (46,9%). Kostenloses Mittagessen in der Mensa für Kinder, Frauen-Nachttaxi und Kinderbetreuung an der Friedrich-Schiller-Universität sprechen nicht alle Studierenden, sondern nur spezielle Zielgruppen an. Daher fällt der Bekanntheits- und Nutzungsgrad dieser Angebote verhältnismäßig schwach aus und liegt zwischen ca. 7% und 9%. Auch hier ist jedoch zu sagen, dass nur ein geringer Teil derjenigen, die diese Angebote nutzen, ‚weniger‘ oder ‚gar nicht zufrieden‘ sind. An dieser Stelle könnte eine intensivere Öffentlichkeitsarbeit an der Friedrich-Schiller-Universität ansetzen, um den Bekanntheitsgrad dieser o.g. Angebote zu steigern.

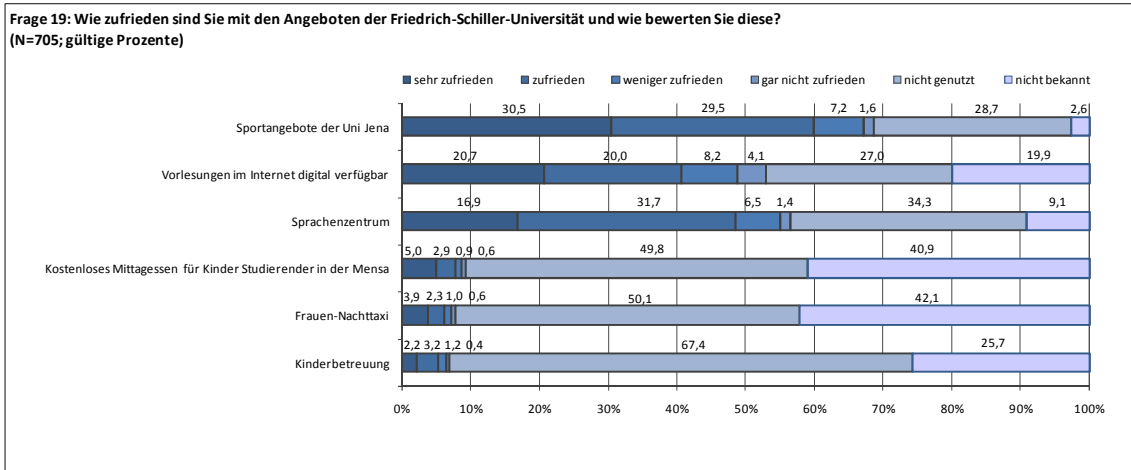


Abbildung 31: Zufriedenheit mit Angeboten der Friedrich-Schiller-Universität

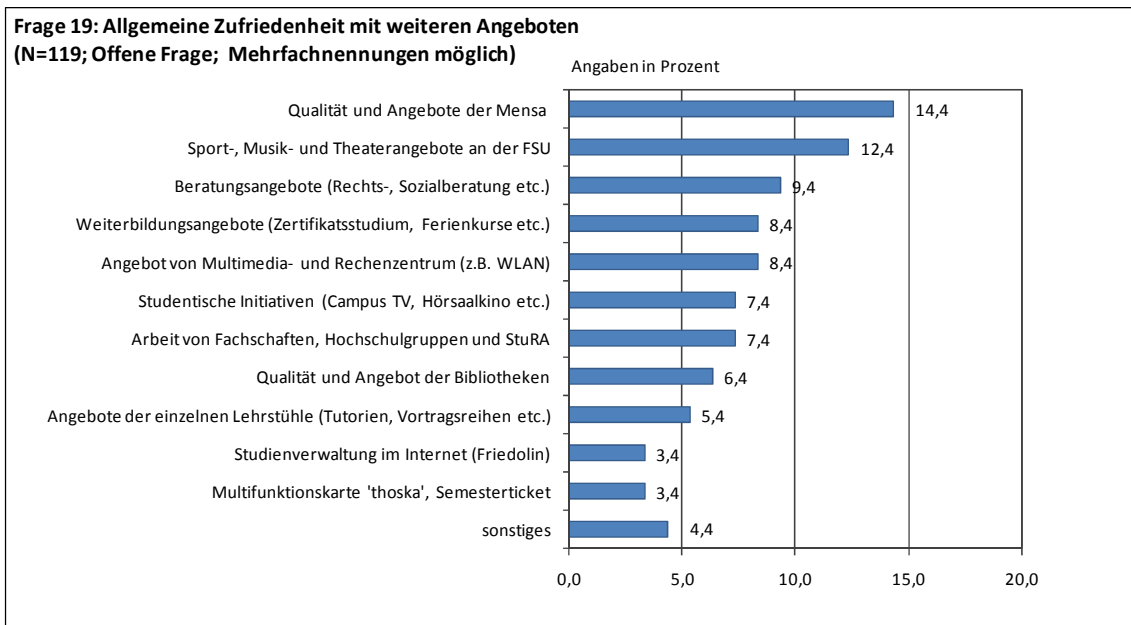


Abbildung 32: Allgemeine Zufriedenheit mit weiteren Angeboten der Friedrich-Schiller-Universität

Im Fragenblock ‚Zufriedenheit‘ hatten die Studierenden zusätzlich die Möglichkeit, über eine ‚offene Frage‘ weitere Angebote der Universität Jena, die ihnen gefallen, zu nennen. Insgesamt gab es 119 Äußerungen, die in Abbildung 32 zusammengefasst sind. Die meisten Nennungen entfielen dabei auf das Angebot und die Qualität der Mensa, sowie auf kulturelle Initiativen wie Chor-, Musik-, Theater- und Sportangebote. Daneben wurden auch technische Dienstleistungen genannt, wie die Möglichkeit des W-LAN-Zugangs über das Rechenzentrum oder die elektronische Studienverwaltung über das Tool ‚Friedolin‘. Unter ‚Sonstiges‘ fallen z.B. Einkaufsmöglichkeiten und Tischgruppen in den Bibliotheken.

Interessanterweise werden von den Studierenden an dieser Stelle auch Angebote genannt, die sich auf Initiativen der Studierenden selbst gründen und für die die Friedrich-Schiller-Universität nur den administrativen und rechtlichen Rahmen bildet. Darunter fallen Studenteninitiativen, Hochschulgruppen und die Arbeit der Fachschaften.

Befragt zur allgemeinen Lebenssituation in Jena fühlen sich die Studierenden in ihrer neuen Wahlheimat wohl (vgl. Abbildung 33). Die Beteiligung im Fragenkomplex ‚Zufriedenheit‘ war groß, in nur wenigen Fällen haben sich die Studierenden ihrer Meinung enthalten. In den nachfolgenden Ergebnissen werden jedoch nur die Fälle berücksichtigt, die ein Maß für die Zufriedenheit enthalten (‚sehr gut‘/‚gut‘/‚weniger gut‘/‚gar nicht‘). Die Fälle ‚nicht beantwortet‘/‚kenne ich nicht‘ sind hier nicht aufgeführt, jedoch in der Häufigkeitsverteilung über alle Kategorien in einem gesonderten Anhang zu finden.

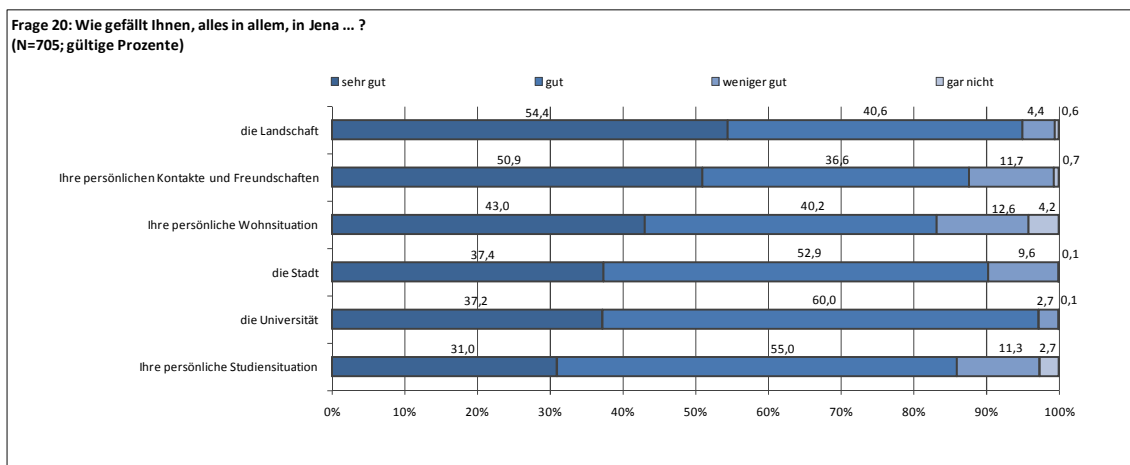


Abbildung 33: Zufriedenheit mit der Lebenssituation in Jena (Teil 1)

Auf die Frage, was ihnen an Jena ‚gut‘ und ‚sehr gut‘ gefällt, nannten 97,2% der Studierenden die Universität. Das ist nicht weiter erstaunlich, da es sich um eine Befragung handelt, die sich thematisch mit der Hochschule befasst. Den zweiten Platz nimmt die Landschaft um Jena mit 95,0% ein, gefolgt von der Stadt Jena mit 90,3%. Der überwiegenden Mehrheit der Studierenden (ca. 80%) gefällt ihre persönliche Lebenssituation in Jena ‚gut‘ bis ‚sehr gut‘, was den Freundeskreis und die allgemeine Wohn- und Studiensituation betrifft. Allerdings sind bei den Studierenden auch kritische Untertöne zu vernehmen. Ein vergleichsweise hoher Anteil der Befragten ist mit dem Studium (14,0%) oder mit den Wohnverhältnissen ‚weniger‘ bis ‚gar nicht zufrieden‘ (16,8%).

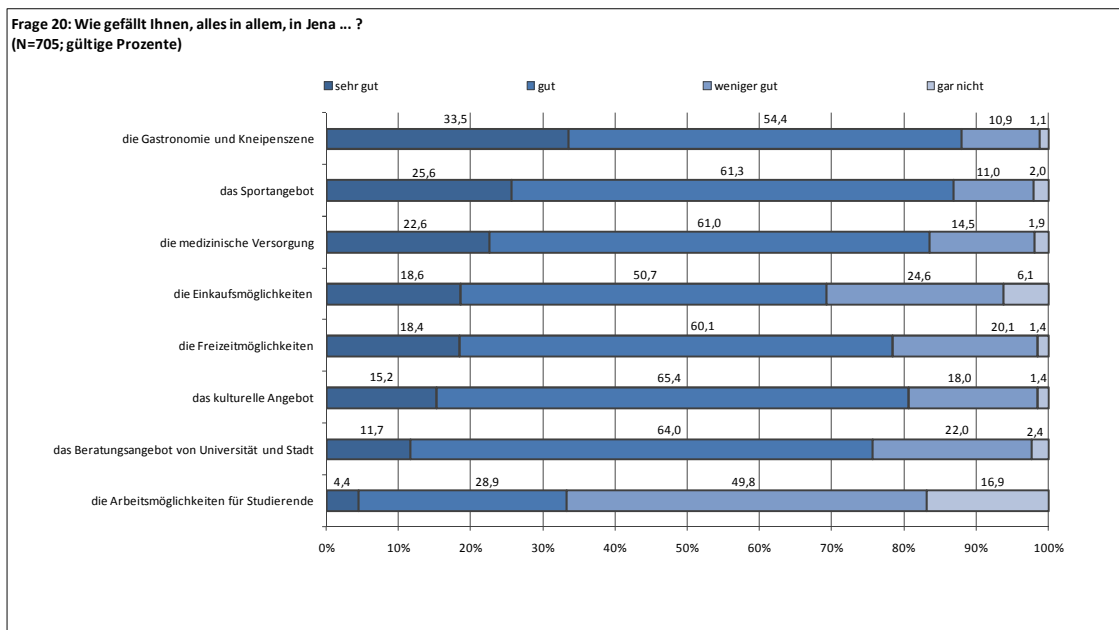


Abbildung 34: Zufriedenheit mit der Lebenssituation in Jena (Teil 2)

Die Studierenden wurden darüber hinaus zur Ausstattung der Stadt bezüglich sozialer und technischer Infrastruktur befragt (vgl. Abbildung 34 und Abbildung 35). Die besten Bewertungen erhielten die Gastronomie und Kneipenszene in Jena, die von ca. 88% der Befragten als ‚sehr gut‘/‚gut‘ eingestuft wird. Ähnlich gute Ergebnisse erhielten die Qualität und das Angebot von öffentlichen Verkehrsmitteln mit 90% sowie das Angebot an Grünflächen und Parks mit 80%. Von den 18 abgefragten Aspekten des studentischen Lebens in Jena wurden von den Studierenden als mangelhaft (‚weniger/gar nicht zufrieden‘) bewertet:

- die Einkaufsmöglichkeiten von ca. 30%,
- das Fahrradwegesystem von ca. 52%
- die Arbeitsmöglichkeiten von 66%
- und die Parkplatzsituation von ca. 76%.

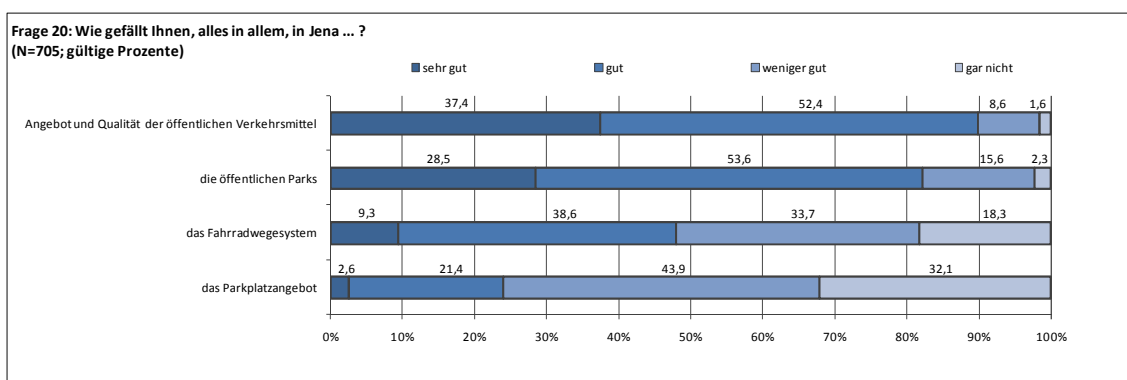


Abbildung 35: Zufriedenheit mit der Lebenssituation in Jena (Teil 3)

In einer Studie zur Wohn- und Lebenssituation der Studierenden in Jena im Jahr 1995 (vgl. Kadner u.a. 1997a) wurde um eine Einschätzung der örtlichen Verhältnisse gebeten. Wegen methodischer Abweichungen ist nur eine bedingte Vergleichbarkeit der Ergebnisse gegeben, da 1995 die Häufigkeit der genannten Defizite, im WS 2008/09 dagegen das Maß für Zufriedenheit ermittelt wurde. In der Gegenüberstellung der Defizite und des Maßes der Unzufriedenheit im Sinne von ‚gefällt mir weniger gut/gar nicht‘ zeigt sich, dass sich die Lebensbedingungen in Jena in den letzten 14 Jahren um einiges verbessert haben. So bewerten von den heutigen westdeutschen Studierenden nur noch 17% das Wohnraumangebot als mangelhaft (‚weniger/gar nicht zufrieden‘), während ihre Studienkollegen 1995 darin mit 77% noch das größte Defizit sahen (vgl. Tabelle 15).

Wenn auch die geringe Zahl Unzufriedener den Eindruck entstehen lässt, mit der Wohnraumsituation in Jena gäbe es keine Probleme, so darf dabei nicht übersehen werden, dass die aktuell durchgeführte Befragung in der zweiten Hälfte des Wintersemesters 2008/09 stattfand. Während der Monate Oktober und November gibt es in Jena mit großer Regelmäßigkeit Engpässe im Wohnraumangebot. In den Vorjahren waren diese zwar bis Anfang Dezember zufriedenstellend gelöst. Bei weiter steigender Studienplatznachfrage von außerhalb Thüringens ist jedoch zu erwarten, dass die Zahl derer, die künftig Bedarf für Wohnraum haben, weiter ansteigen wird. Der Verweis auf das Umland ist dabei nur begrenzt hilfreich, auch wenn in Städten wie München oder Berlin leicht längere Fahrzeiten zustande kommen, als sie von Gera oder Kahla aus gelten. Zwar können die Studierenden in Jena über das Semesterticket ohne weitere Kosten thüringenweit die Bahn nutzen. Doch fehlende Dichte der Verbindungen tagsüber, aber vor allem am späten Abend, die drangvolle Enge auf der Strecke und sicherlich auch der psychologische Effekt, nicht in Jena zu wohnen, macht diese Wohnvarianten zumindest für die Dauer eines Studiums nicht attraktiv. Es wird darum gehen, Wohnmöglichkeiten nahe der Jenaer Innenstadt zu schaffen, angesichts leerer Kassen eine schwierige Aufgabe.

Weiterhin ist in der Gegenüberstellung der Werte von 1995 und 2008 eine Steigerung der Zufriedenheit der Studierenden mit den innerstädtischen Grünflächen und Parks (18% vs. 53%), dem Angebot an Freizeiteinrichtungen (21% vs. 33%) und den öffentlichen Personennahverkehr (10% vs. 25%) festzustellen. Die Parkplatzsituation scheint sich in Jena nach diesen Zahlen jedoch verschlechtert zu haben. Gaben der Stadt Jena 1995 knapp über 50% der Studierenden schlechte Noten für das Parkplatzangebot, waren es im WS 2008/09 in etwa Dreiviertel der Befragten. Die Ausstattung der Stadt mit innerstädtischen Radwegen wird von den Befragten 2009 nur leicht besser bewertet als 1995. Etwa die Hälfte der Studierenden sieht dort ein Defizit bzw. ist mit der Situation ‚weniger/gar nicht‘ zufrieden. Die übrigen Angebote (Einzelhandel, Beratung, Kultur) werden von den Studierenden 2009 im Vergleich zu 1995 tendenziell positiver bewertet (vgl. Tabelle 15).

Tabelle 15: Zufriedenheit der Studierenden mit Wohn- und Lebenssituation in Jena im Vergleich 1995 und 2009

Zufriedenheit mit Angeboten (Angaben in Prozent)	Westdeutsche Studierende 2009 <sup>1</sup>	Westdeutsche Studierende 1995 <sup>2</sup>	Studierende gesamt 1995 <sup>2</sup>	Studierende (nur ZVS) 1995 <sup>2</sup>
Wohnraumangebot	16,8	77,7	71,1	74,9
Parkplatzangebot	76,1	55,9	65,1	67,6
Radwege	52,1	59,0	54,9	52,1
Parks und Grünanlagen	17,9	53,7	53,6	53,9
Freizeiteinrichtungen	21,5	33,0	40,0	42,0
ÖPNV	10,2	25,0	31,6	30,5
Kulturelles Angebot	19,4	25,0	30,8	31,3
Einkaufsmöglichkeiten	30,7	34,0	30,3	32,1
Beratungsangebot von Universität und Stadt	24,4	26,1	29,7	28,2

<sup>1</sup> eigene Erhebungen: Zufriedenheit mit Angeboten ‚gefällt mir weniger gut/gar nicht‘

<sup>2</sup> Kadner u.a. (1997a: 31): Defizite der Stadt Jena aus Sicht der Studierenden; Datengrundlage: Studierende an der Friedrich-Schiller-Universität und Fachhochschule Jena

Die Zufriedenheit von Studierenden muss nicht davon abhängen, wie lange jemand bereits in einer Stadt studiert und lebt. Allerdings gibt es einen deutlichen Zusammenhang zwischen Zufriedenheit und Herkunftsort, wie eine Befragung von Studierenden an der Universität Gießen zeigt: die Studierenden aus den südlich und nördlich gelegenen Landkreisen um Gießen beurteilen den Studienort Gießen besser und sind wesentlich zufriedener mit den Verhältnissen vor Ort, als die von außerhalb Hessens zugezogenen Studierenden. Es wird vermutet, dass die Identifikation mit der Region und dem Studienort hier eine Rolle spielt (Moßig 2003: 20).

Ein Vergleich der Befragten nach Herkunftsorten lässt signifikante Unterschiede erkennen. Demnach sind die Hamburger mit einem Wert von 2,9 in der allgemeinen Zufriedenheit (12 Fragen, Antwortskalen von 1 = gar nicht zufrieden bis 4 = sehr zufrieden, vgl. Kapitel 8) am unzufriedensten und die Saarländer mit 3,6 am zufriedensten. Die tatsächliche Entfernung scheint demnach keine Rolle zu spielen. Wohl aber ist denkbar, dass ‚Vollblutgroßstädter‘ in Jena das eine oder andere Angebot vermissen und deshalb etwas weniger zufrieden sind. Hinsichtlich der Zufriedenheit mit der persönlichen Studiensituation ergibt sich übrigens kein Unterschied aufgrund der Herkunft.

Inwiefern es einen Zusammenhang von Zufriedenheit in Abhängigkeit der Studiendauer, der Fachwahl und anderen Aspekten wie Sicherheit und Motivation der Studienortwahl bei den hier befragten Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität Jena gibt, erfolgt in einer detaillierteren Auswertung.



## 6.2 Empfehlung von Studiengang, Universität und Stadt

Hochschulen stehen u.a. durch den Hochschulpakt 2020 in zunehmendem Wettbewerb um Studierende, sehen sich als Dienstleister für unterschiedliche Zielgruppen und versuchen sich mit ihren Angeboten zu profilieren (vgl. Winter 2008; Berthold u.a. 2009). In Zeiten, in denen Studierende „in leistungsorientierten Mittelzuweisungssystemen sozusagen das Kapital der Hochschulen“ darstellen (Langer u.a. 2001: 2), ist es vornehmlich die Aufgabe des Hochschulmarketings, die Studierenden an ihre Hochschulen zu binden, die Studienabbrucherquote zu verringern und Fach- bzw. Hochschulwechsel zu vermeiden.

Die Hochschulbindung wird u.a. als die Weiterempfehlungsbereitschaft und die Kontakt- und Wiederwahlbereitschaft von Studierenden definiert, die u.a. über folgende Aussagen ermittelt werden kann:

- Ich würde meinen Studiengang/meine Hochschule weiterempfehlen.
- Wenn ich heute nochmal die Wahl hätte, würde ich denselben Studiengang wieder wählen.
- Wenn ich heute nochmal die Wahl hätte, würde ich wieder an derselben Hochschule studieren.

In Anlehnung an eine Studie zur Hochschulbindung (Langer u.a. 2001) wurden im Rahmen der Befragung der westdeutschen Studierenden auch Aspekte der Zufriedenheit mit den Studienverhältnissen aufgenommen, um einen ersten Eindruck über die Verbundenheit mit der Hochschule zu erhalten.

Die Studierenden wurden zunächst danach gefragt, ob sie sich - wenn sie die Wahl hätten - wieder für ihr Fach und für die Friedrich-Schiller-Universität entscheiden würden. Zum anderen wurde der Aspekt der ‚Zufriedenheit mit der Studienortwahl‘ einbezogen und die Studierenden danach gefragt, ob sie ein Studium in Jena empfehlen könnten. Dazu hatten sie zusätzlich die Möglichkeit, in einer ‚offenen Frage‘ die Gründe, die aus ihrer Sicht für oder gegen eine Wiederwahl bzw. Empfehlung sprechen, anzugeben. In Tabelle 16 sind die jeweiligen Häufigkeiten für diesen Fragenblock dargestellt. Nicht nur die Beteiligung zu Fragen der Hochschulbindung, auch die Zufriedenheit der Studierenden ist sehr hoch. Über 80% der Studierenden würden sich nochmals für ihr Studienfach entscheiden und für ihr Studium auch wieder die Universität Jena als Hochschule wählen. In 90% der Fälle können die Studierenden zudem ein Studium in Jena weiterempfehlen.

Tabelle 16: Wiederwahl bzw. Empfehlung von Studiengang, Universität und Stadt Jena

Wiederwahl/Empfehlung von..	Studiengang		Universität Jena		Stadt Jena	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Ja	586	83,1	566	80,3	635	90,1
Nein	113	16,0	128	18,2	63	8,9
gesamt	699	99,1	694	98,4	698	99,0
nicht beantwortet	6	0,9	11	1,6	7	1,0
<b>gesamt</b>	<b>705</b>	<b>100,0</b>	<b>705</b>	<b>100,0</b>	<b>705</b>	<b>100,0</b>
Gründe pro Fach/Uni/Stadt	280	72,7	353	69,6	386	81,8
Gründe contra Fach/Uni/Stadt	105	27,3	154	30,4	86	18,2
<b>gesamt</b>	<b>385</b>	<b>100,0</b>	<b>507</b>	<b>100,0</b>	<b>472</b>	<b>100,0</b>

Wie sind diese Zahlen einzuschätzen? In einer HIS-Studie zu ‚Glück und Zufriedenheit Studierender‘ gaben im Schnitt ca. 75% der Befragten an, mit ihrem Studium eher zufrieden als unzufrieden zu sein (Willige 2008: 3). Auch in einer Studie an der FU Berlin gaben 77% der befragten Bachelorstudenten an, ihr Fach wieder zu wählen, 81% würden sich wieder für ihre Hochschule entscheiden (Thiel u.a. 2008: 40). Die Zufriedenheit der Studierenden mit ihrem gewählten Studienfach und ihrer Bildungseinrichtung ist nach o.g. Untersuchungen generell sehr hoch. Die Werte liegen bei über 70% und sind, sieht man von methodischen Unterschieden ab, in etwa mit den Ergebnissen der Befragung der westdeutschen Studierenden an der Universität Jena vergleichbar.

Woher kommt diese große Zufriedenheit mit den Studienbedingungen? Die 586 Studierenden in Jena, die ihr Studienfach nochmals wählen würden, gaben als Hauptgrund an, dass es schon immer das war, was sie studieren wollten (vgl. Abbildung 36): Das Fach entspricht ihren Interessen und ist ihr Wunschfach, es macht ihnen Spaß, da es vielfältig und spannend ist. Sie sind daher weitgehend zufrieden sowohl mit ihrem gewählten Studienfach, als auch mit den Inhalten und der Struktur des Studiums. Zudem haben sie nach dem Abschluss gute Berufsaussichten. Insgesamt machen diese ‚fachlichen‘ Gründe fast 90% der allgemeinen Zufriedenheit mit dem Studienfach aus.

Von insgesamt 13 angegebenen Wiederwahlgründen fallen sieben in einen Bereich, auf den die Universität einen Einfluss hat. Diese machen jedoch nur insgesamt 8,9% aller Nennungen aus. Dazu gehören die Zufriedenheit mit der Qualität der Lehre und der Dozenten (6,4%) und die Einzigartigkeit des Studiengangs (1,1%).

Was sind die Gründe für die westdeutschen Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität Jena, zukünftigen Kommilitonen von ihrem Studienfach abzuraten? Insgesamt entfallen auf den Aspekt ‚contra Studienfach‘ nur 105 Antworten und damit weit weniger Antworten als auf ‚pro Studienfach‘ (vgl. Tabelle 16). Auch hinsichtlich der Nicht-Empfehlung wurden sehr differenzierte Gründe angegeben. Zum größten Teil würden die befragten Studierenden eine andere Fächerkombination bzw. ein komplett anderes Fach wählen. Sie halten ihr Studium für zu theoretisch oder würden gar eine praktische Ausbildung einem Studium vorziehen. Sie sind unzufrieden mit den Studieninhalten oder der Struktur des Studiums und empfinden es als oberflächlich und langweilig. Die beiden letzten Punkte sind eventuell auch damit zu erklären, dass das Fach nicht der ursprüngliche Studienwunsch war und sie sich vom gewählten Studienfach etwas anderes erwartet hatten. Dazu kommen schlechte Berufsaussichten, die den Studierenden die Lust am Studienfach verleiden.

Insgesamt werden von den Studierenden in 68,8% der Fälle Gründe angegeben, die auf ‚Unzufriedenheit wegen persönlicher Neigungen und Interessen‘ beruhen. Nur etwa 2% der Fälle sind durch eine generelle Unzufriedenheit mit den persönlichen Lebensumständen oder Heimatferne des Studienorts begründet. Unter allen genannten Gründen gibt es jedoch Punkte, an die eine Hochschule tatsächlich im Sinne der Hochschulbindung ansetzen kann. Dazu gehören u.a.:

- der mangelnde Praxisbezug in der universitären Ausbildung (10,5%),
- die Struktur der Studieninhalte (11,4%) und
- die Qualität der Lehre (4,8%).

Von den 105 Studierenden, die dazu eine Aussage dazu gemacht haben, warum sie ihr Fach nicht nochmals wählen würden, würde etwa ein Drittel aus diesen Gründen ihr Studienfach in Jena nicht empfehlen (36,2%) (vgl. Abbildung 37).

Auf die Frage, warum sich die Studierenden erneut für die Friedrich-Schiller-Universität entscheiden bzw. eine andere Universität bevorzugen würden, gaben 353 Befragte positive und 154 negative Voten ab (vgl. Tabelle 16). Unter den genannten Gründen, die für die Wiederwahl und evtl. Empfehlung der Universität Jena sprechen, haben einige nur im weitesten Sinne etwas mit der Universität zu tun, sondern betreffen vielmehr die Atmosphäre am Studienort (vgl. Abbildung 38). Die Studierenden fühlen sich wohl und empfinden ihren Wohnort als angenehm, sie schätzen die kurzen Wege in einer überschaubaren Stadt mit studentischen Angeboten, haben hier positive Erfahrungen gemacht und neue Freunde gefunden. Sie empfinden sowohl die Stadt als auch die Universität als ‚schön‘. Insgesamt machen diese Gründe 43,9% aller Nennungen aus.

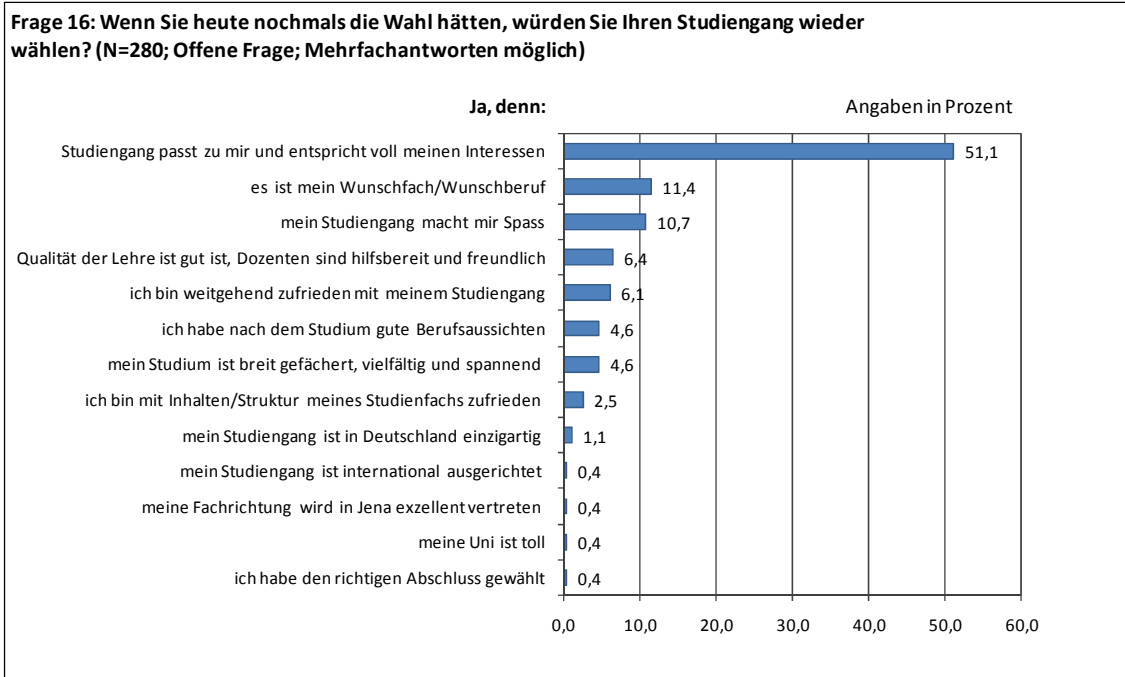


Abbildung 36: Gründe für die Wiederwahl des Studienfachs

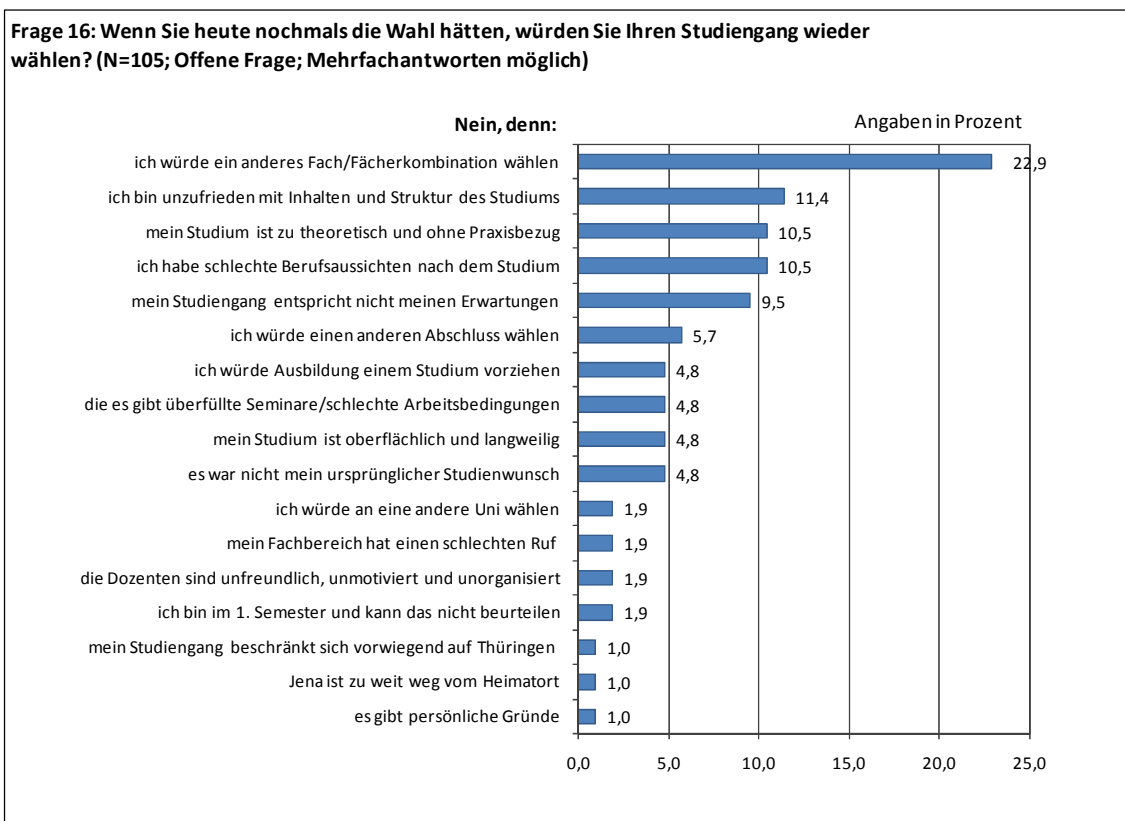


Abbildung 37: Gründe für einen Wechsel des Studienfachs

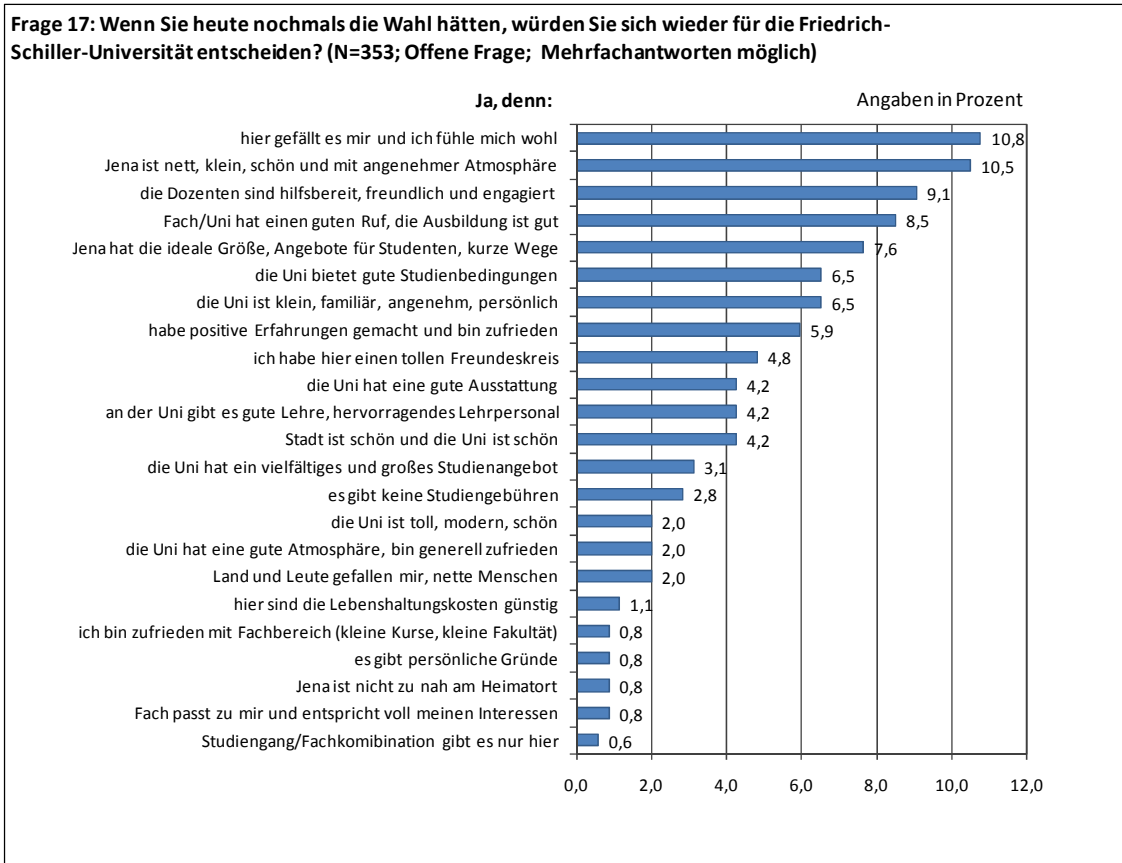


Abbildung 38: Gründe für die Wiederwahl der Friedrich-Schiller-Universität

Die Gründe, die eher die Universität im eigentlichen Sinne betreffen, nehmen mit 11 von 23 genannten Motiven und insgesamt 47,6% aller Nennungen einen etwas höheren Stellenwert ein. Die Studierenden würden die Universität unter anderem empfehlen wegen der engagierten Dozenten, des guten Rufs der Universität und des Studienfachs. Zudem schätzen sie allgemein die guten Studienbedingungen an der Friedrich-Schiller-Universität und würden eine Empfehlung aufgrund der kleinen Fachbereiche oder der Exklusivität des Studienfachs sowie der guten Ausstattung, der Qualität der Lehre und des vielfältigen Lehrangebots aussprechen. Die Studierenden würden die Uni Jena ganz allgemein wieder wählen, weil sie ‚toll ist‘ und eine angenehm familiäre Atmosphäre bietet, und weil sie generell mit den Verhältnissen an der Uni zufrieden sind.

Interessanterweise würden Studierende die Universität auch aus Gründen wieder wählen, die weder etwas mit der Hochschule noch der Atmosphäre der Stadt zu tun haben. Genannt werden hierfür u.a. finanzielle Aspekte wie Studiengebühren (2,8%) und günstige Lebenshaltungskosten (1,1%) oder Heimatferne (0,8%). Insgesamt entfallen auf diese Motive 8,5% aller Nennungen.

Von insgesamt 22 angegebenen Gründen, die nach Ansicht der Studierenden gegen eine Wiederwahl der Friedrich-Schiller-Universität sprechen, sind sieben mit insgesamt 39,6% auf die Ansprüche der Studierenden an ihr Lebensumfeld zurückzuführen (vgl. Abbildung 39). Darunter fallen die Heimatferne der Stadt Jena und deren eher kleinstädtische Stadtstruktur mit wenig Urbanität und unzureichendem Wohnungsangebot. Aber auch die Mentalität der Menschen, persönliche Gründe und der fehlende Freundeskreis wurden von den Studierenden genannt.

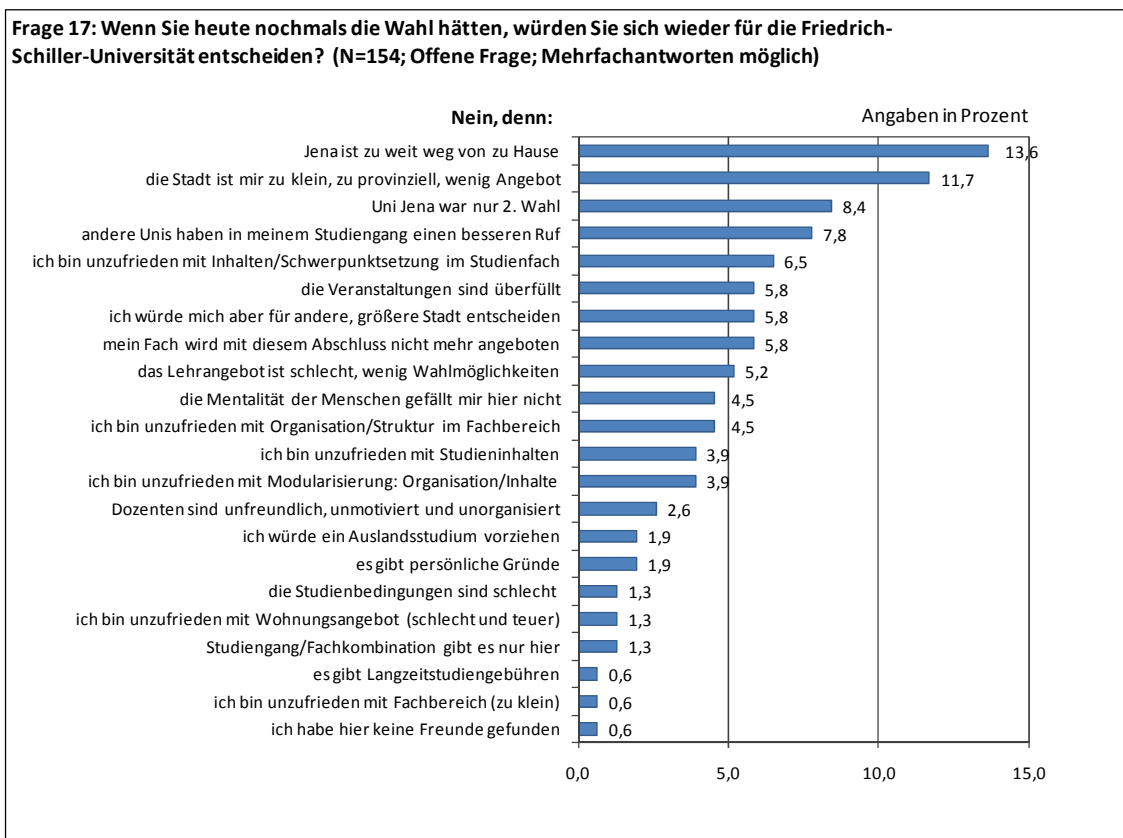


Abbildung 39: Gründe für das Abraten eines Studiums an der Friedrich-Schiller-Universität

Als Gründe, die sich eher auf die Universität beziehen, wurde angegeben, dass die Uni Jena nur die ‚zweite Wahl‘ war oder ein Auslandsstudium in Betracht gezogen wird, zumal andere Hochschulen einen besseren Ruf hätten. Insgesamt entfallen 18,1% der Nennungen auf diese Gründe.

Von einem Drittel (27,3%) der 154 Studierenden, die in diesem Fragenblock machten, werden Argumente genannt, die gegen die Friedrich-Schiller-Universität sprechen und die hiesigen Studienbedingungen betreffen. Dazu zählen die Unzufriedenheit mit den Studieninhalten und der Schwerpunktsetzung, geringe Wahlmöglichkeiten im Studienfach aufgrund kleiner Fachbereiche sowie Studienkombinationen, die es nur in Jena gibt. Von den Studierenden werden zudem schlechte Studienbedingungen, überfüllte Veranstaltungen und unmotivierte Dozenten genannt.

Und schließlich würden die Studierenden die Uni Jena nicht mehr wählen wegen organisatorischer Mängel im Fachbereich oder im Zuge der Modularisierung, weil der gewünschte Abschluss nicht mehr angeboten wird oder Langzeitstudiengebühren erhoben werden. Darauf entfallen insgesamt 24 von 154 Nennungen.

Über 90% der Studierenden können jedoch ein Studium in Jena empfehlen. Explizit wurde in der Fragestellung der Begriff ‚Jena‘ nicht definiert. Dies geschah in der Annahme, dass die Studierenden selbst nicht zwischen Gründen, die für die Stadt oder die Universität sprechen, unterscheiden. Auch in diesem Fragenblock wurden von den westdeutschen Studierenden sehr differenzierte Angaben gemacht (vgl. Abbildung 40).

Für ein Studium in Jena spricht vor allem, dass sich die Studierenden hier wohl fühlen (60,6%). Sie finden hier nach eigenen Angaben gute Lebens- und Studienbedingungen in einer netten, kleinen Stadt mit schöner Universität vor, in der man schnell einen Freundeskreis aufbauen kann und vielfältige Möglichkeiten der Freizeitgestaltung vorfindet. Die Gründe, die sich auf die Universität beziehen, also der Ruf der Universität, die Studienbedingungen und die Atmosphäre an der Friedrich-Schiller-Universität sind vielfältig und haben einen Anteil von 31,6%, davon entfallen alleine ca. 11% auf den Ruf der Universität/ des Fachbereichs und das Engagement und die Hilfsbereitschaft der Dozenten. Argumente wie fehlende Studiengebühren oder günstige Lebenshaltungskosten, die bei der Hochschulwahl eine besondere Rolle spielen, werden nur von 7,3% der Studierenden als Empfehlungsgrund für ein Studium in Jena genannt.

Zum Abschluss des Kapitels werden in Abbildung 41 die Gründe dargestellt, die gegen ein Studium in Jena am Hochschulort sprechen. Etwa ein Drittel der Studierenden, die von einem Studium in Jena abraten, ist der Ansicht, keine generelle Empfehlung abgeben zu können, das sei vom Studienfach abhängig (27,9%). Die Gründe, die sich auf das Studienfach oder die Bedingungen an der Universität beziehen, nehmen dagegen 39,5% der Antworten ein. Dazu gehören u.a. die Unzufriedenheit mit Studienbedingungen im Fachbereich (14%) und die Unzufriedenheit mit Modularisierung (Organisation/ Inhalt) (8,1%). Aus Gründen, die die Stadt betreffen, sowie anderen persönlichen Gründen würde ein weiteres Drittel ein Studium in Jena nicht empfehlen (32,6%), unter anderem da die Stadt zu klein und zu provinziell (19,8%) und das Wohnungsangebot nicht zufrieden stellend ist (4,7%).

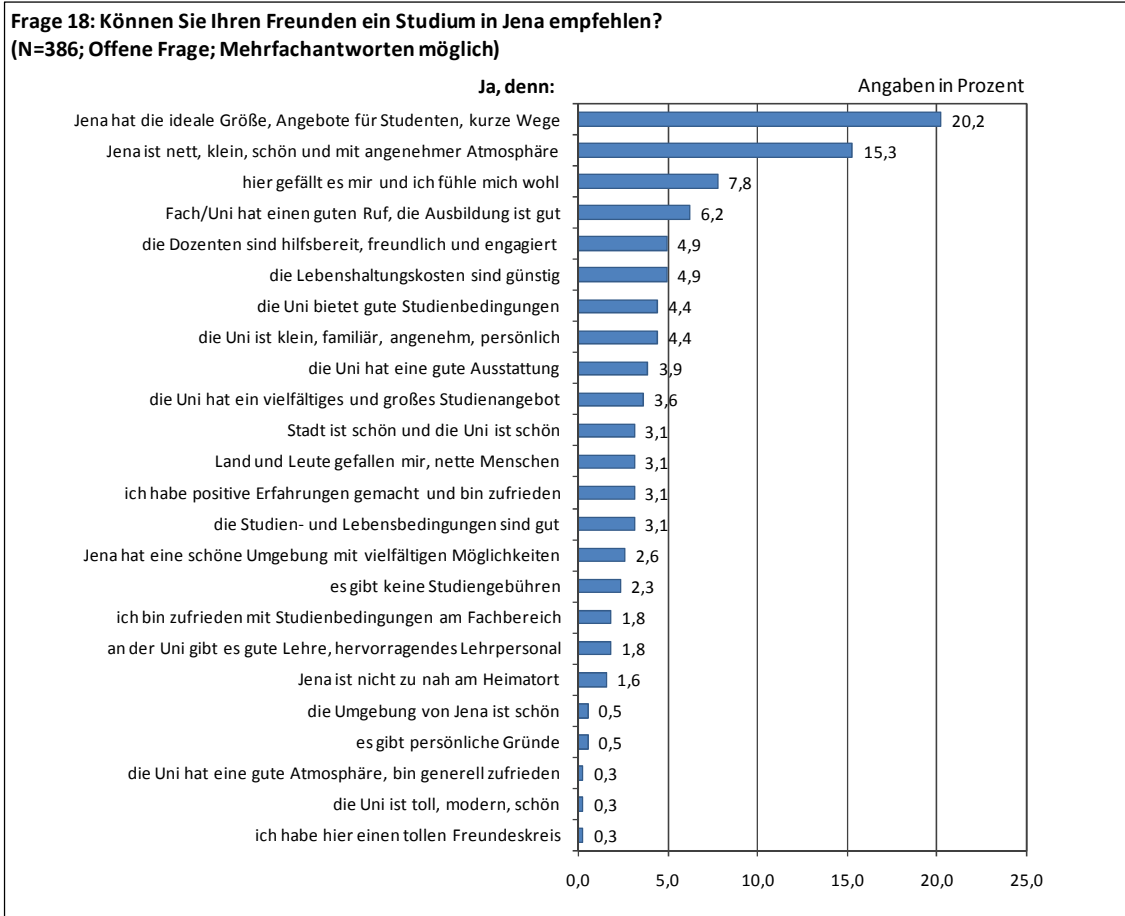


Abbildung 40: Gründe für die Empfehlung eines Studiums in Jena

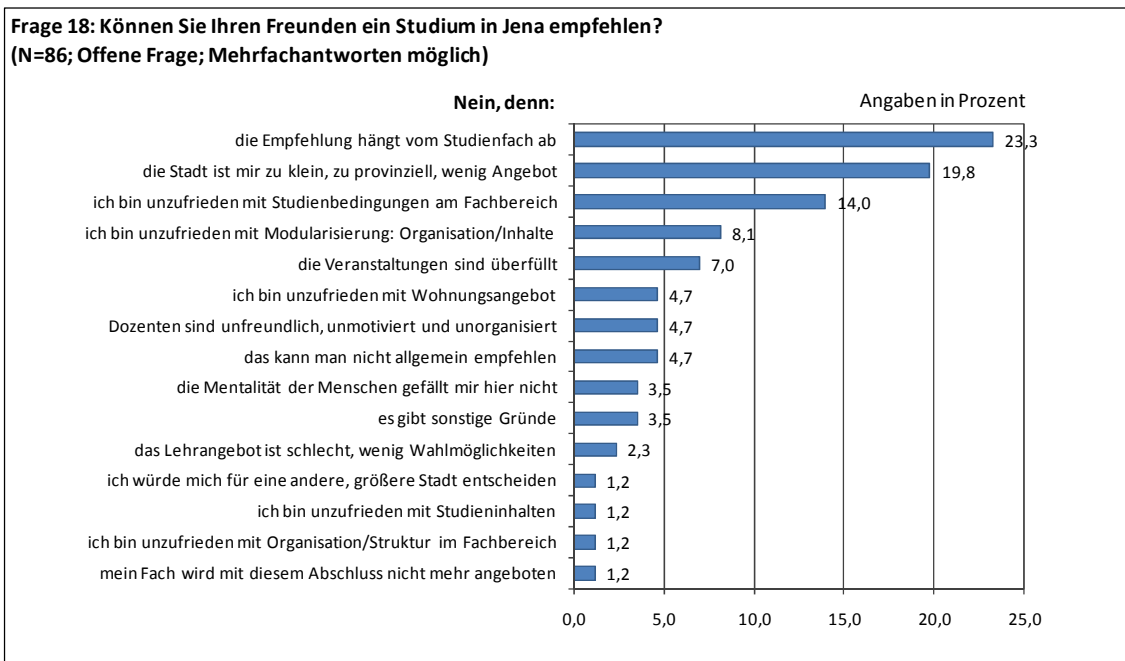


Abbildung 41: Gründe für das Abraten eines Studiums in Jena



## 7 Image von Universität und Stadt

Ein Ziel der Untersuchung ist es, verwertbare Ergebnisse für Marketingmaßnahmen und Imagekampagnen zu erhalten. Untersucht wurde, wie Universität und Stadt aus Sicht der Studierenden wahrgenommen werden, und ob Unterschiede zwischen einzelnen Studierendengruppen bestehen. Als Methode der Imageabfrage bietet sich dabei ein sog. ‚Semantisches Differenzial‘ an. Dabei werden den Befragten gegensätzliche Begriffspaare vorgelegt. Je nach dem Grad der Zustimmung zu dem einen oder anderen Begriffspol konnte in der Befragung eine Einschätzung zwischen 1 und 6 abgegeben werden. Der mittlere oder neutrale Wert (bzw. der Grad der Unentschiedenheit) ist somit die 3,5. Die Auswertung kann über den Vergleich von Mittelwerten erfolgen, graphisch dargestellt als sog. ‚Polarisationsprofil‘ (Schnell u.a.2005: 175). Diese Methode ist ein in den Sozialwissenschaften und der Markt- und Wahlforschung beliebtes Verfahren, da sich auf einfache Weise unterschiedliche Merkmalsmuster auch zwischen einzelnen Gruppen darstellen lassen. Obwohl diese Methode gewisse Problematiken in sich birgt, wie beispielsweise die selten völlige Polarität der Gegensatzpaare, die Mehrdeutigkeit von Begriffen oder Einschränkungen durch Vorauswahl der einzelnen Dimensionen, kann sie wertvolle Hinweise auf das Image von Objekten geben (Dieckmann 2007: 235f).

Für einen Vergleich von Studentengruppen mit verschiedenen Eigenschaften lagen folgende Überlegungen zugrunde: So wurde vermutet, dass *Studienanfänger* und *Studienfortgeschrittene* die Stadt und die Universität unterschiedlich wahrnehmen. Studierende in höheren Semestern, so die Annahme, würden die Verhältnisse am Studienort möglicherweise kritischer einschätzen als Studienanfänger. Daher wurden die Antworten von Erstsemesterstudenten denen von Studierenden höherer Semester gegenübergestellt.

Studierende, die bereits einen Teil ihres Studiums an einer anderen Universität verbracht haben und dann an die Universität Jena gewechselt sind (sog. ‚*Studienortwechsler*‘), stellen eine weitere Gruppe dar. Im Gegensatz zu den Studierenden, die bisher ausschließlich in Jena studierten, haben sie eine direkte Vergleichsmöglichkeit zwischen Jena und ihrer früheren Hochschule bzw. ihrem früheren Studienort. Studienortwechsler können, so die Annahme, die Friedrich-Schiller-Universität und die Stadt Jena aus diesem Erfahrungsschatz heraus differenzierter beurteilen als die Nicht-Studienortwechsler.

Desweiteren wurde in der Untersuchung der Frage nachgegangen, ob sich die Wahrnehmung von Studierenden der verschiedenen *Fakultäten* voneinander unterscheidet. Dazu wurden allerdings nur die Antworten von Studierenden der größten Fakultäten berücksichtigt. Die Fallzahlen in den Fakultäten Theologie und Mathematik/Informatik waren zu gering, um aussagekräftige Ergebnisse zu erhalten.

Schließlich wurden die Auswertungen für einige demographische und soziale Merkmale, wie *Geschlecht (männlich/weiblich)* oder Bildungsstand der Eltern (hier repräsentiert durch den *Bildungsabschluss des Vaters*) vorgenommen.

Generell zeigen die Ergebnisse jedoch, dass die Durchschnittswerte der verglichenen Gruppen nur geringfügig voneinander abweichen. Das gilt sowohl für die Wahrnehmung der Universität als auch jener der Stadt. Das heißt im übertragenen Sinne: Die einzelnen Merkmalsgruppen nehmen ihre Studieneinrichtung und ihren Studienort in einer sehr ähnlichen Weise wahr. Zudem weisen die Ergebnisse (Kurven) im semantischen Differenzial keine drastischen Abweichungen von der Mitte zwischen den Gegensätzen auf.

Nachfolgend werden die Einschätzungen der Merkmalsgruppen für Universität und Stadt vorgestellt. In den Abbildungen der semantischen Differenziale sind die signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen mit  $*(p < .05)$  und  $+(p < .1)$  im Polaritätsprofil ausgewiesen.

## 7.1 Image der Universität

Der Friedrich-Schiller-Universität Jena wird von ihren westdeutschen Studierenden ein Image zugewiesen, das kurz folgendermaßen beschrieben werden kann: Sie ist eine zukunftsorientierte, innovative, kreative Hochschule. Sie verfügt über eine gute Ausstattung, ist sauber und saniert, zentral gelegen und preisgünstig. Sie gibt sich weltoffen, und wird kaum als eine provinzielle, regionale Universität mit ostdeutschem Image wahrgenommen. Vielmehr empfinden Studierende die Friedrich-Schiller-Universität in unterschiedlichem Maße als europäisch, multikulturell und international. Die überschaubaren, gemütlichen und ruhigen Verhältnisse an der Universität ermöglichen vielfältige und persönliche Kontakte und werden als kommunikationsfördernd eingeschätzt. In einigen Punkten fällt das Urteil der Studierenden eher unentschieden aus. Die Universität Jena ist ihrer Meinung nach weder traditionell noch modern, weder interdisziplinär noch fachbezogen, weder bieder noch unkonventionell, weder ernst noch heiter, weder grau noch farbenfroh. Die Mittelwerte schwanken zwischen 2,18 und 4,68 auf der Skala von 1 bis 6.

*Männer und Frauen* schätzen zunächst ihre Hochschule sehr ähnlich ein. Die Unterschiede in der Wahrnehmung sind jedoch vergleichsweise gering (vgl. Abbildung 58 im Anhang). Die weiblichen Studierenden halten die Friedrich-Schiller-Universität für überschaubarer und kinderfreundlicher als ihre männlichen Kollegen. Sie nehmen ihre Universität eher unkonventionell und kreativ wahr. Zudem empfinden sie die Universität zentraler gelegen und eher heiter als ernst.

Zwar gibt es zwischen *Studienanfängern* und *Studienfortgeschrittenen* nur geringe Unterschiede in der Wahrnehmung. Studienanfänger halten die Universität – verständlicherweise, da sie für sie Neuland bedeutet - für ein bisschen aufregender, unkonventioneller, innovativer und kreativer, preisgünstiger und zentraler gelegen als ihre fortgeschrittenen Kommilitonen, die bereits einige Semester in Jena studiert haben. Auch Attribute wie weltoffen, europäisch und international sind bei den Studienanfängern stärker ausgeprägt. Signifikante Unterschiede bestehen auch in der Wahrnehmung der Ausstattung und Atmosphäre an der Universität: Studienanfänger haben ein positiveren Eindruck. Sie halten – im Vergleich zu Studierenden höherer Semester - die Friedrich-Schiller-Universität für eher heiter als ernst, für eher multikulturell als provinziell und für besser ausgestattet. Allerdings empfinden Erstsemester ihre Studiensituation als weniger persönlich, sondern anonym als Studienfortgeschrittene (vgl. Abbildung 42).

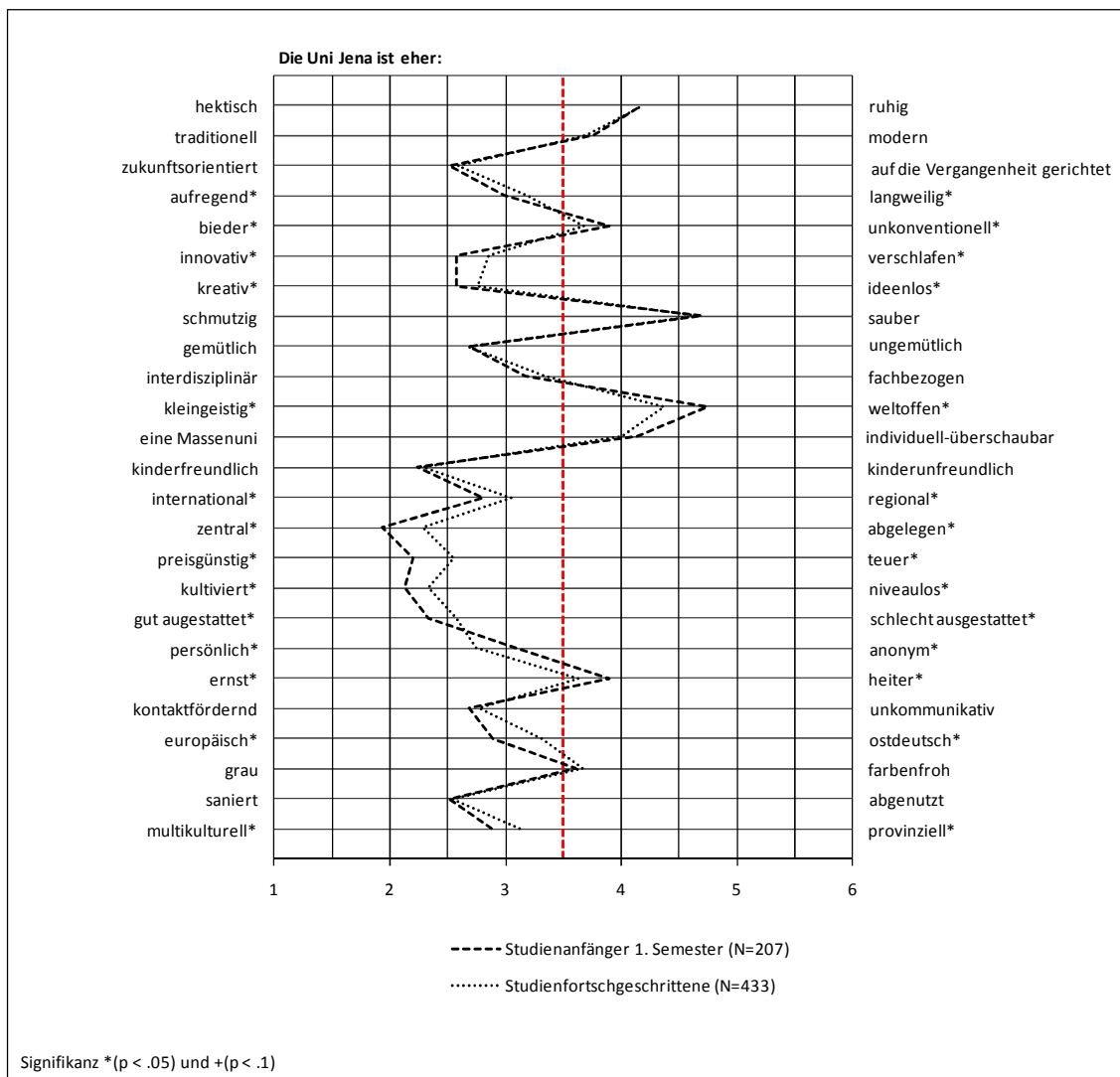


Abbildung 42: Image der Universität in Abhängigkeit vom Fachsemester

Studienortwechsler haben, wie vermutet, Vergleichsmöglichkeiten zwischen der Universität Jena und ihrer bisherigen Hochschule und bewerten die Studienverhältnisse an der Friedrich-Schiller-Universität kritischer als Studierende, für die Jena erste Wahl ist. Signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen gibt es hinsichtlich der empfundenen Atmosphäre an der Friedrich-Schiller-Universität. Studierende ohne Vergleichsmöglichkeiten beurteilen die Universität Jena positiver in den Attributen wie gemütlich und kontaktfördernd. Zudem sind Unterschiede zwischen den Gruppen zu erkennen, die die Lage und Internationalität der Universität Jena beschreiben. Studierende, die ihr Studium in Jena begonnen haben, empfinden ihren Erststudienort als aufregender, multikultureller, weltoffener, weniger ostdeutsch, regional und provinziell als Studierende, die vorher an einer anderen Hochschule eingeschrieben waren (vgl. Abbildung 43).

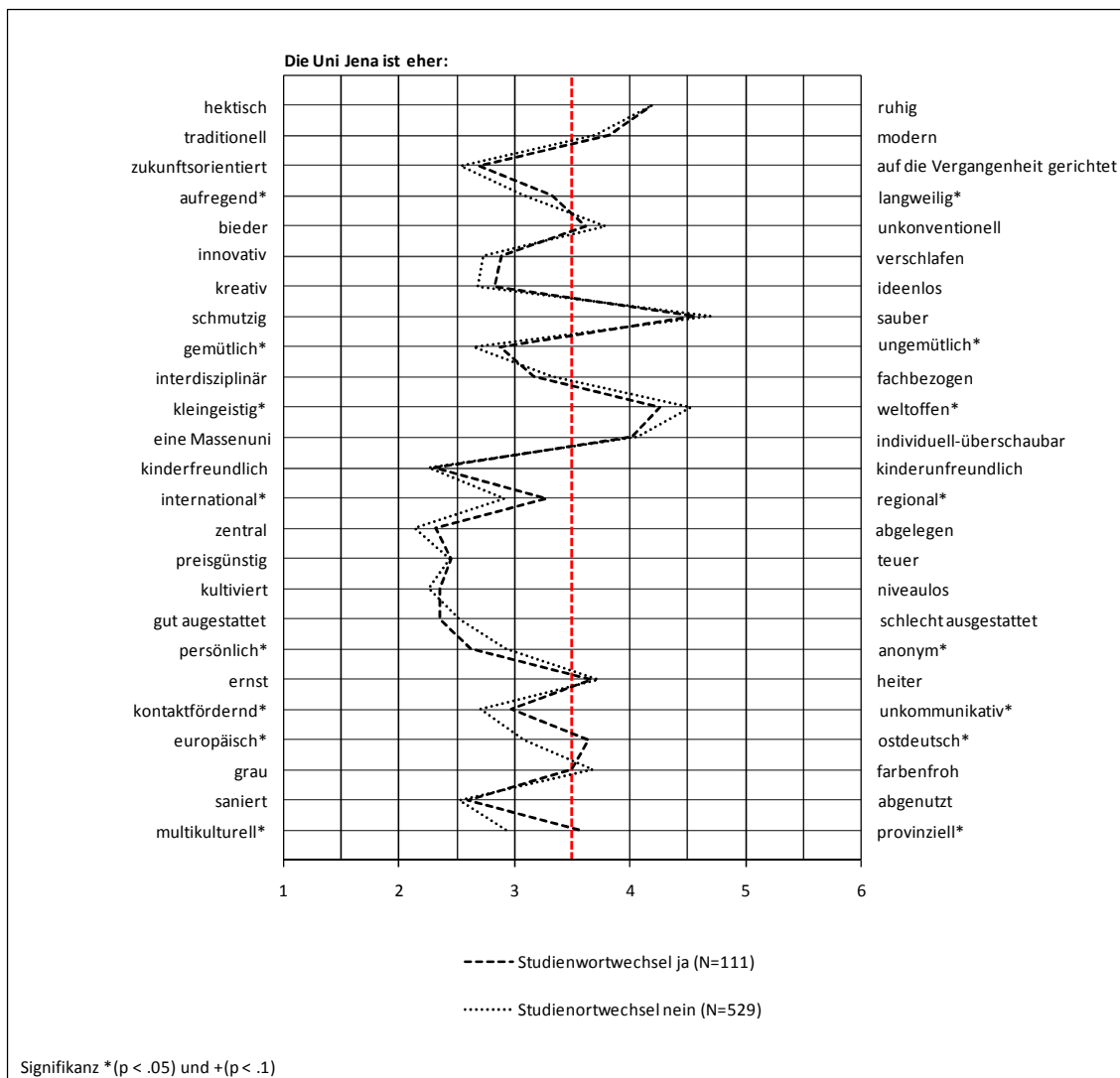


Abbildung 43: Image der Universität in Abhängigkeit vom Studienortwechsel

Ebenfalls signifikante Zusammenhänge zeigen sich bei der Bewertung der Universität in Abhängigkeit der Zulassung zum Studium. Das heißt, je nachdem ob es sich um ein zulassungsfreies Fach oder ein *Numerus clausus-Fach* handelt, fällt die Beurteilung der Universität positiver oder negativer aus. Studierende in zulassungsbeschränkten Fächern schätzen die Studienverhältnisse an der Friedrich-Schiller-Universität eher persönlich, kontaktfördernd und individuell-überschaubar ein, nicht zu vergleichen mit den Verhältnissen an einer Massenuniversität. Positiver als Studierende in nicht zulassungsbeschränkten Fächern bewerten sie auch das Preisniveau. Jedoch in den Gegensatzpaaren, die die Lage und Weltläufigkeit der Hochschule beschreiben, haben Studierende aus NC-Fächern den Eindruck, dass es sich bei der Universität Jena um eine eher regionale, etwas abgelegene, ostdeutsche und provinzielle Hochschule handelt (vgl. Abbildung 59).

Stärkere Unterschiede zeigen sich, wenn die Ergebnisse der Studierenden nach *Fakultätszugehörigkeit* ausgewertet werden. Fakultäten mit geringen Fallzahlen (Theologie und Mathematik) wurden nicht berücksichtigt. So attestieren die Wirtschaftswissenschaftler der Friedrich-Schiller-Universität die positivsten Werte hinsichtlich Sanierungsgrad, Ausstattung und ihrer zentralen Lage. Dieses ist angesichts der von ihnen genutzten Gebäude und deren Lage im Stadtgebiet auch plausibel. Sie halten die Universität zudem für weltoffener, multikultureller, internationaler, innovativer und zukunftsorientierter als ihre Kommilitonen der anderen Fakultäten. Ähnliches gilt für die Studierenden der Rechtswissenschaften, die der Universität auch ein gewisses Maß an Modernität zuschreiben. Die Studierenden der Philosophischen Fakultät sind dagegen insgesamt ein wenig kritischer: Sie sehen die Friedrich-Schiller-Universität eher ein wenig traditioneller, biederer, verschlafener und langweiliger als ihre Studienkollegen. Zudem halten sie die Universität für nicht so preisgünstig und sind mit der Ausstattung an der Universität nicht so zufrieden wie ihre Kommilitonen anderer Fachbereiche.

Studierende der naturwissenschaftlichen Fakultäten schätzen die Universität zukunftsorientiert, innovativ, und kreativer ein. Allerdings gibt es signifikante Unterschiede was die Lage angeht. Von allen Fakultäten schätzen Medizinstudenten die Universität Jena am ehesten als regionale, provinzielle und ostdeutsche Hochschule ein, traditionell, ruhig und etwas langweilig bzw. kleingeistig. Allerdings stellen sie der Universität die höchsten Werte hinsichtlich persönlicher, überschaubarer und kontaktfördernder Studienbedingungen. Auffällig ist zudem die Beurteilung der Biologen, die Hochschule als äußerst preisgünstig und zentral gelegen empfinden, jedoch gleichzeitig ihre Universität als unpersönlich einschätzen. Sie geben hier eine überdurchschnittlich schlechte Beurteilung ab.

Studierende der Fakultät Chemie/Geowissenschaften dagegen schätzen die Studienbedingungen an ihren Fachbereichen überdurchschnittlich interdisziplinär, international und multikulturell ein, bemängeln allerdings von allen Fachbereichen am meisten die etwas abgelegene Lage der Hochschule. In Abbildung 44 sind die Polaritätsprofile für die geistes- und sozialwissenschaftlichen Fakultäten dargestellt, zum Vergleich enthält die Abbildung 45 die naturwissenschaftlichen Fächer.

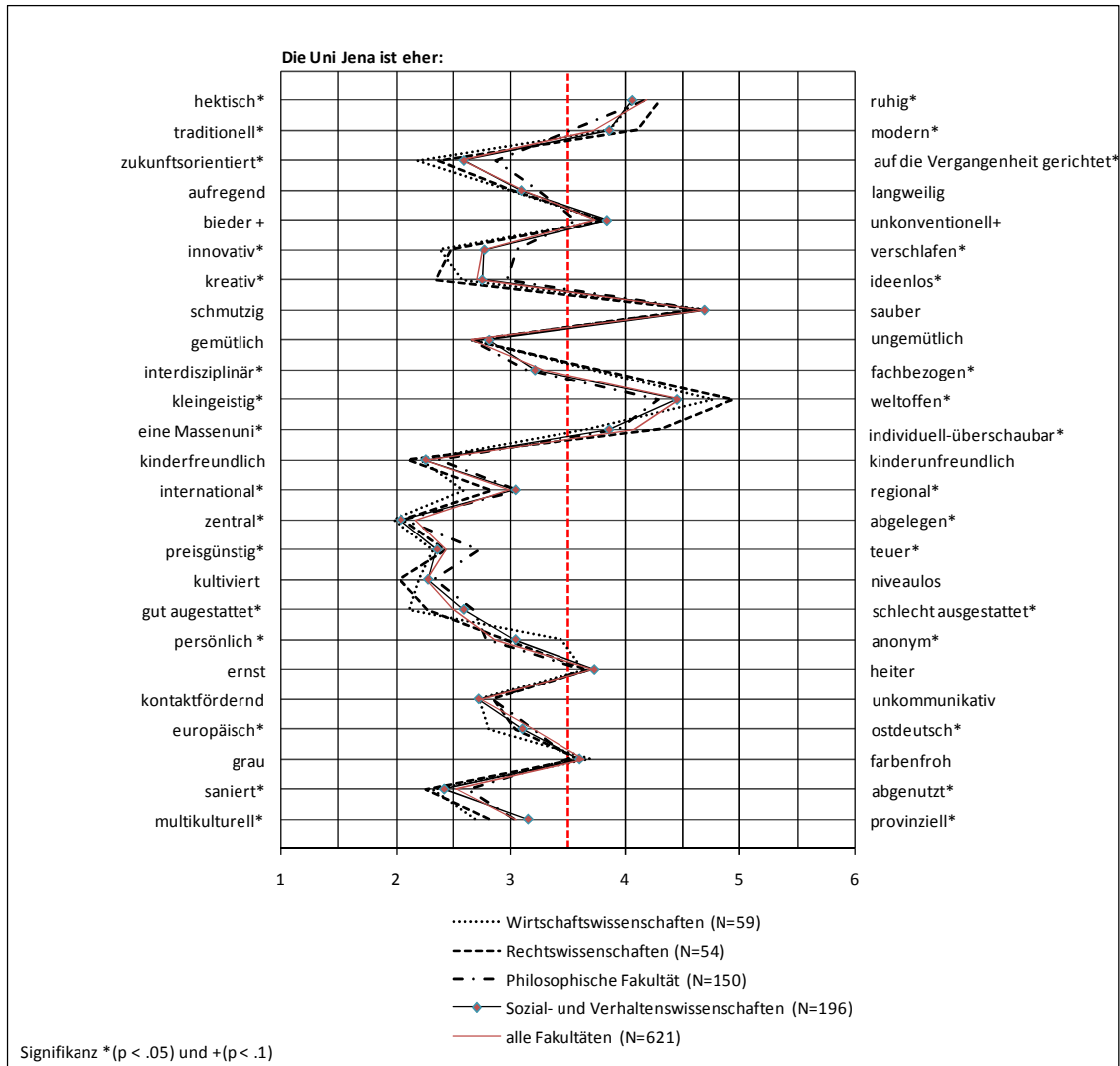


Abbildung 44: Image der Universität in Abhängigkeit der Fakultätszugehörigkeit (Teil 1)

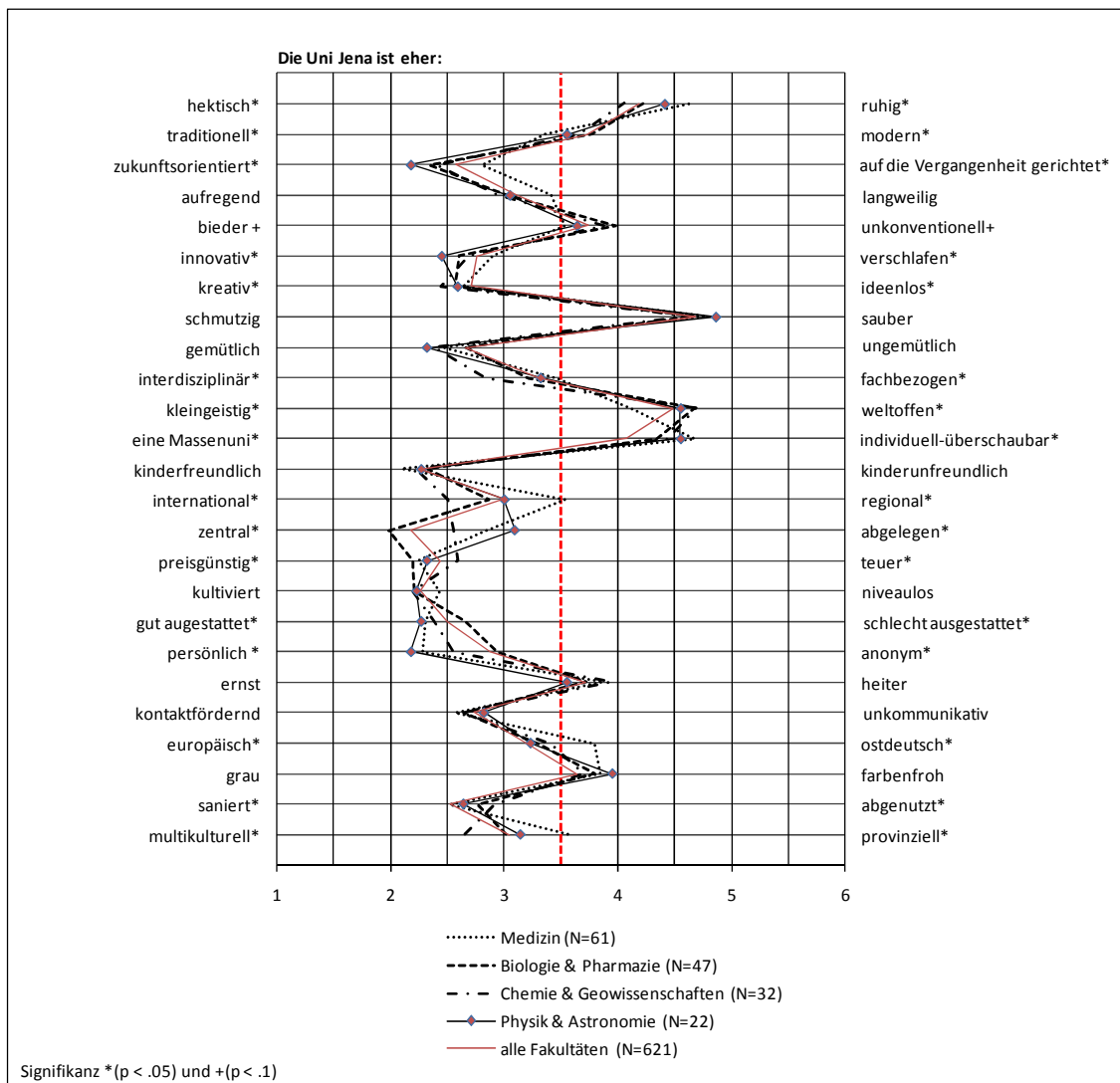


Abbildung 45: Image der Universität in Abhängigkeit der Fakultätszugehörigkeit (Teil 2)

Auch ein Vergleich nach der *Bildungsnähe bzw. -ferne des Elternhauses* führt – wie eingangs bereits erwähnt - zu keinen großen Unterschieden in den Ergebnissen, die Studierenden schätzen insgesamt die Universität in etwa ähnlich ein (vgl. Abbildung 60). Die Beurteilungen von Akademikerkindern (gemessen am Bildungsabschluss des Vaters) stimmen in nahezu allen Punkten weitgehend mit denen von Nicht-Akademikern überein. Studierende aus Akademikerhaushalten beurteilen die Universität jedoch geringfügig ostdeutscher, provinzieller, abgelegener und ruhiger, dafür aber auch individueller und persönlicher als der Nachwuchs aus Haushalten mit etwas geringerer Bildung.

Signifikante Unterschiede zwischen den beiden Gruppen gibt es interessanterweise hauptsächlich in den Bereichen, die zum einen mit der räumlichen Lage und aber auch der geistigen Ausrichtung der Universität zu tun haben, also dem, was man gemeinhin als ‚Weltoffenheit‘ bezeichnen könnte.

Studierende aus Nicht-Akademikerhaushalten halten die Universität – positiv gesehen – für unkonventioneller als ihre Mitstudenten, deren Väter einen Hochschulabschluss haben. Ähnliches zeigt sich im Gegensatzpaar kleingeistig/weltoffen. Auch hier attestieren Studierende aus etwas bildungsferneren Familien der Friedrich-Schiller-Universität eher Weltoffenheit als Kleingeistigkeit.

Inwiefern gibt es Unterschiede in der Wahrnehmung derjenigen Studierenden, die die Friedrich-Schiller-Universität *nochmals empfehlen* und denjenigen, die sich nicht nochmals für ein Studium in Jena entscheiden würden? Dafür wurden wiederum die drei Kategorien der Empfehlung (Fach, Stadt, Universität) mit den Anzahl positiver Voten (0 = Empfehlung in keinem der drei Aspekte bis zu 3 = in allen Aspekten) gebildet (vgl. Abbildung 46). Auch hier zeigen sich signifikante Unterschiede ( $p=.000$ ).

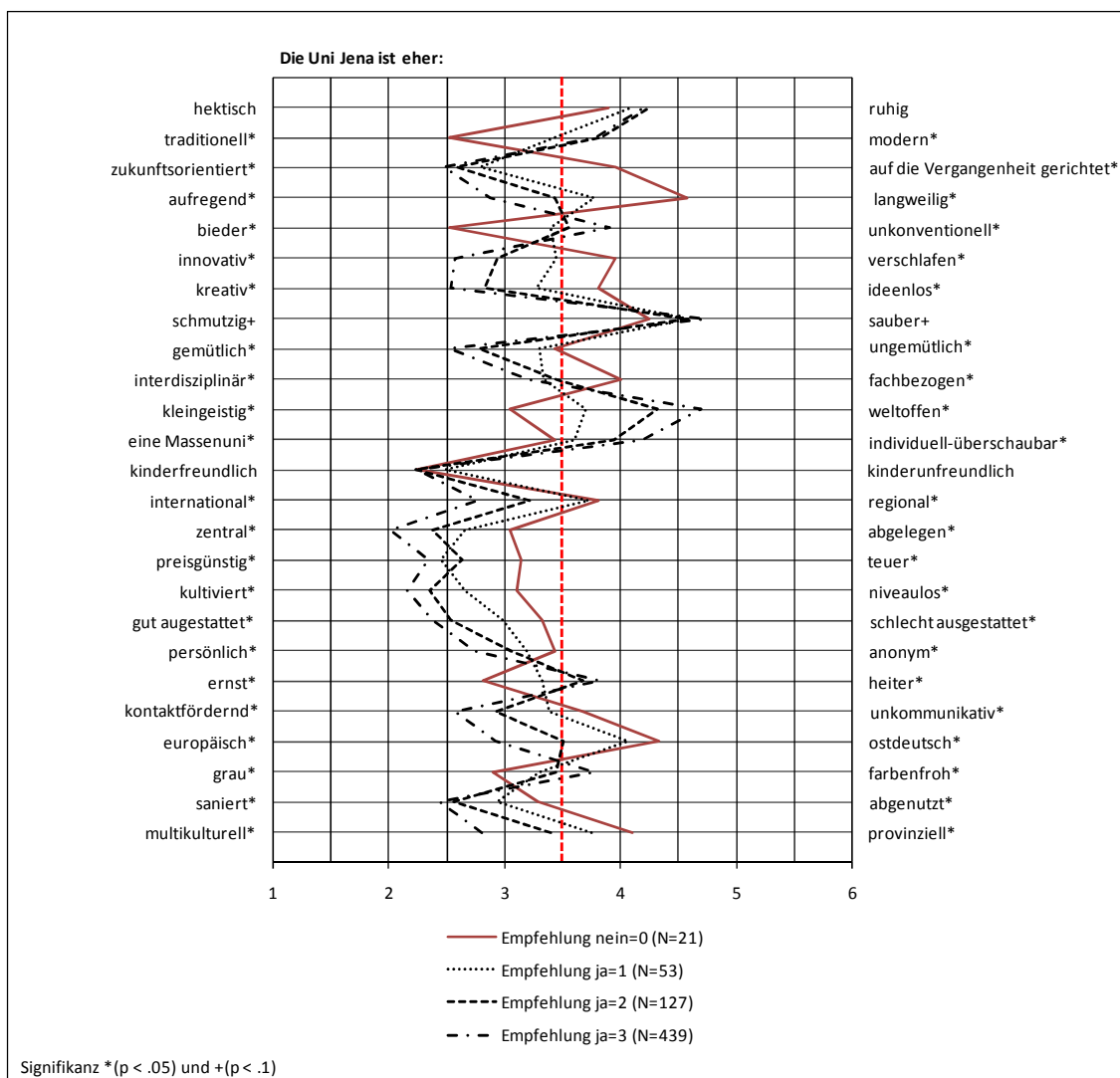


Abbildung 46: Image der Universität in Abhängigkeit der Empfehlungsbereitschaft



Wie zu erwarten, bewerten Studierende, die in allen drei Punkten eine Empfehlung aussprechen, die Universität Jena auch in fast allen Aspekten positiver als die, die nur in zwei, einem oder gar keinem Punkt ein Studium in Jena wiederempfehlen (vgl. Abbildung 46).

Alles in allem lässt sich sagen: Große Abweichungen zwischen den einzelnen Merkmalsgruppen gibt es nicht. Das Bild der Universität wirkt in den Aussagen der Studierenden erstaunlich ‚jung‘ und ‚frisch‘. Dieses Image der Universität Jena scheint zudem nachhaltig wirksam zu sein, denn bereits in einer Studie aus dem Jahr 1995 zur ‚Wohn- und Lebenssituation der Studierenden in Jena‘ (vgl. (Kadner u.a. 1997a, 1997b) wurden der Friedrich-Schiller-Universität u.a. Attribute zugeschrieben wie: eher überfüllt als leer, leicht modern aber nicht rückständig, eher familiär als unpersönlich, eher gediegen als frech, weder blass noch farbig. Damals beurteilten sowohl die westdeutschen Studierenden als auch die Studierenden zulassungsbeschränkter Fächer (ZVS) die Universität insgesamt etwas kritischer als der Durchschnitt. Extreme Ausprägungen in den Bewertungen wurden auch 1995 nicht beobachtet. Das Fehlen von „Ecken und Kanten“ wurde dahingehend gedeutet, dass die Universität entweder bis dahin kein ausgeprägtes Profil entwickeln konnte oder die Ergebnisse auf die Tendenz zu neutralen Aussagen bei Semantischen Differenzialen zurückzuführen sind (Kadner u.a. 1997b:60). Würde die erste Annahme zutreffen, ist davon auszugehen, dass eine scharfe Profilierung bis heute nicht erreicht ist. Allerdings ist die Möglichkeit einer deutlichen Profilierung bei einer Volluniversität ohnehin begrenzt, und die Frage, ob sie wünschenswert ist, kann sehr kontrovers diskutiert werden.

## 7.2 Image der Stadt Jena

Wie wird nun die Stadt aus Sicht der Studierenden wahrgenommen? Gibt es Unterschiede im Hinblick auf die Fakultätszugehörigkeit bzw. das Studienfach, in Abhängigkeit von Geschlecht, Länge des Studiums oder Bildungshintergrund? Gibt es Unterschiede in der Wahrnehmung von Universität und Stadt? Im Vergleich der Images von Stadt und Universität zeigt sich zunächst, dass die Studierenden ihr Umfeld differenziert wahrnehmen und sehr wohl zwischen Hochschule und Hochschulort unterscheiden. Allerdings sind auch hier extreme Ausschläge selten (vgl. Abbildung 47).

Die Stadt wird kurz gesagt wahrgenommen als sauber, saniert und farbenfroh. Insgesamt erscheint Jena den befragten Studierenden als eine gemütliche, nicht eben preisgünstige und etwas abgelegene Stadt. Angesichts der Wohnungssituation und der Mietpreise, zumindest im Vergleich zur unmittelbaren Umgebung der neuen Länder insgesamt sowie der geplanten Verlagerung der Schnellbahnstrecke und des damit drohenden Verlustes des ICE-Halts in Jena (vgl. Huth u.a. 2002: 19) sind die letztgenannten beiden Zuschreibungen nachvollziehbar.

Die Stadt Jena wirkt auf die Befragten ruhig und kinderfreundlich. Dabei wird sie nicht als verschlafener, biederer Studienort wahrgenommen, sondern als weltoffene Stadt mit einer innovativen, kreativen, zukunftsorientierten Atmosphäre. Bei der Beurteilung einiger anderer Charakteristika bleiben die befragten Studierenden allerdings eher unentschieden, welcher Seite sie zuneigen sollen. Zwischen provinziell oder multikulturell, ostdeutsch oder europäisch, modern oder traditionell, regional oder international vermögen sich die Befragten nicht recht zu entscheiden. An diesen Punkten zeigt sich, dass die Bilder der Stadt und der Universität voneinander abweichen, signifikante Unterschiede sind mit  $*(p < .05)$  und  $+(p < .1)$  im Polaritätsprofil ausgewiesen (vgl. Abbildung 47).

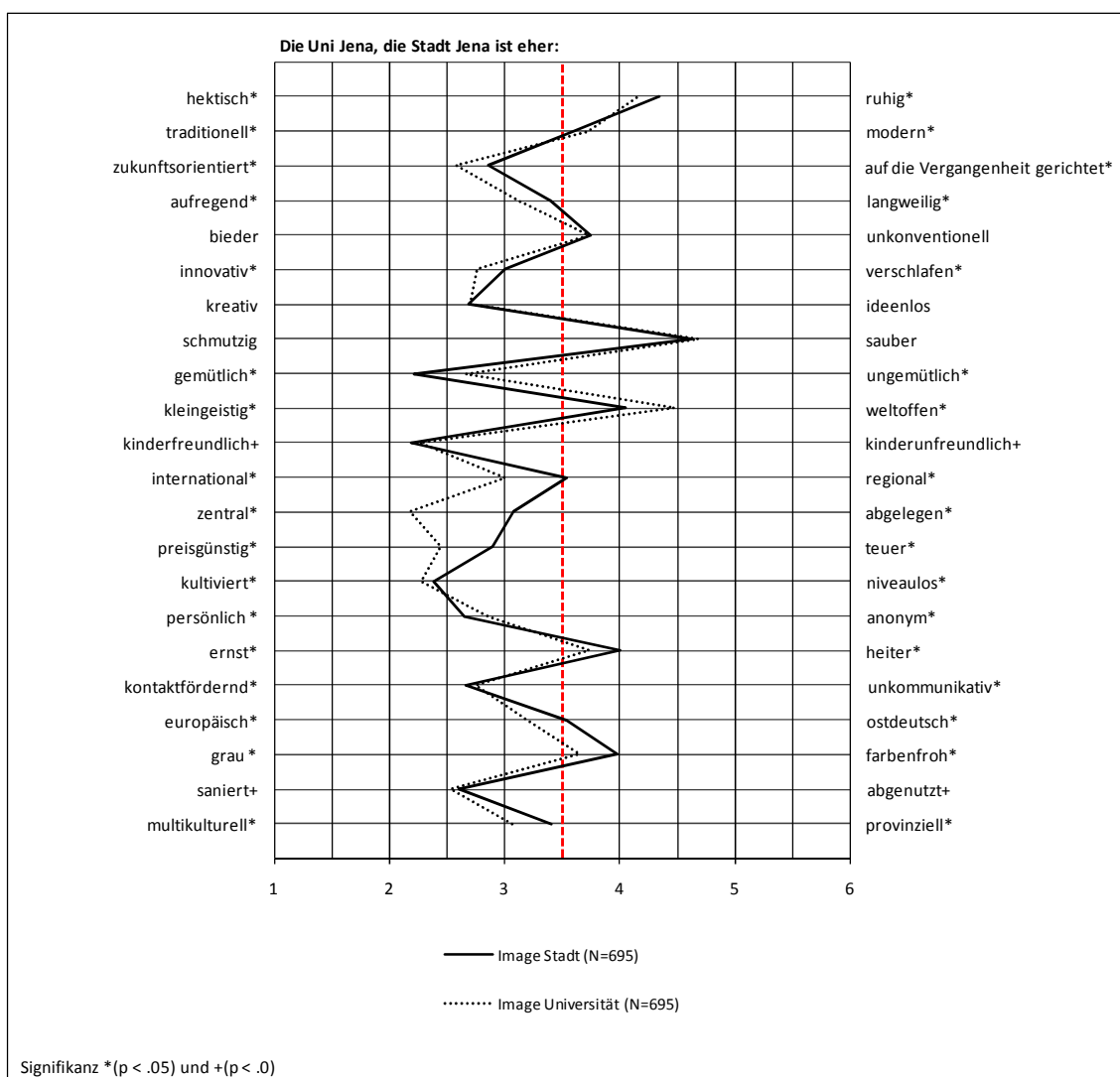


Abbildung 47: Image der Stadt Jena im Vergleich zur Universität

Die Stadt Jena nehmen *weibliche und männliche Studierende* sehr ähnlich wahr. Signifikante Unterschiede zwischen den Geschlechtern gibt es vor allem in Bezug auf die räumliche Lage und Kinderfreundlichkeit: Frauen halten die Stadt Jena für zentraler gelegen und kinderfreundlicher als ihre männlichen Studienkollegen. Studentinnen empfinden ihren Studienort zudem ein bisschen gemütlicher, persönlicher, kultivierter und kreativer, aber traditioneller als die männlichen Studierenden. Das Polaritätsprofil der beiden Studierendengruppen ist in Abbildung 61 dargestellt.

*Studienortwechsler* sind auch im Blick auf die Stadt etwas kritischer als die übrigen Studierenden. Sie halten sie für etwas langweiliger, verschlafener, ruhiger und weniger kreativ, innovativ und unkonventionell. Jena ist für sie eine traditionelle Stadt mit regionalem Umfeld, etwas abgelegen. Sie wird als provinzielle, ostdeutsche Stadt empfunden, weniger international bzw. mit multikulturellem Flair. In anderen Punkten sind sich die Studierenden einig: Jena hat für sie das Image einer kinderfreundlichen, heiteren und sauberen Studentenstadt (vgl. Abbildung 48).

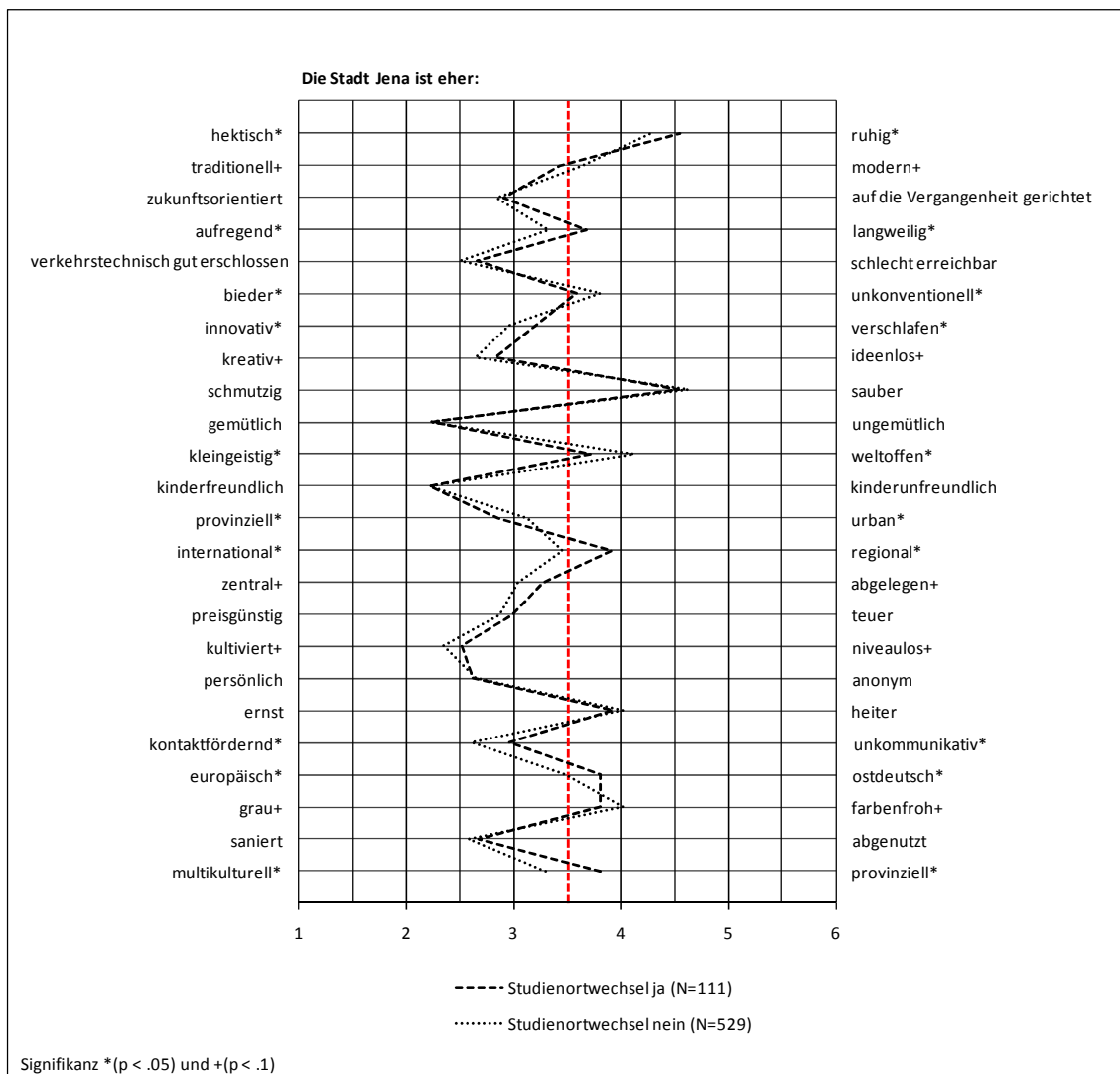


Abbildung 48: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit der Studienortwahl

Abweichungen zwischen Einschätzungen von *Studienfortgeschrittenen* und *Studienanfängern* sind minimal. Signifikante Unterschiede ( $p < .01$ ) zwischen diesen Gruppen gibt es hinsichtlich der wahrgenommenen Atmosphäre in der Stadt. Während Studierende im ersten Fachsemester die Stadt eher ruhig, langweilig und anonym empfinden, scheinen Studierende höherer Semester in diesen Punkten ein positiveres Bild zu haben. Erstsemester schätzen die Stadt Jena jedoch ein bisschen urbaner, weltoffener, multikultureller und weltoffener ein als Studierende, die bereits länger in Jena wohnen (vgl. Abbildung 49).

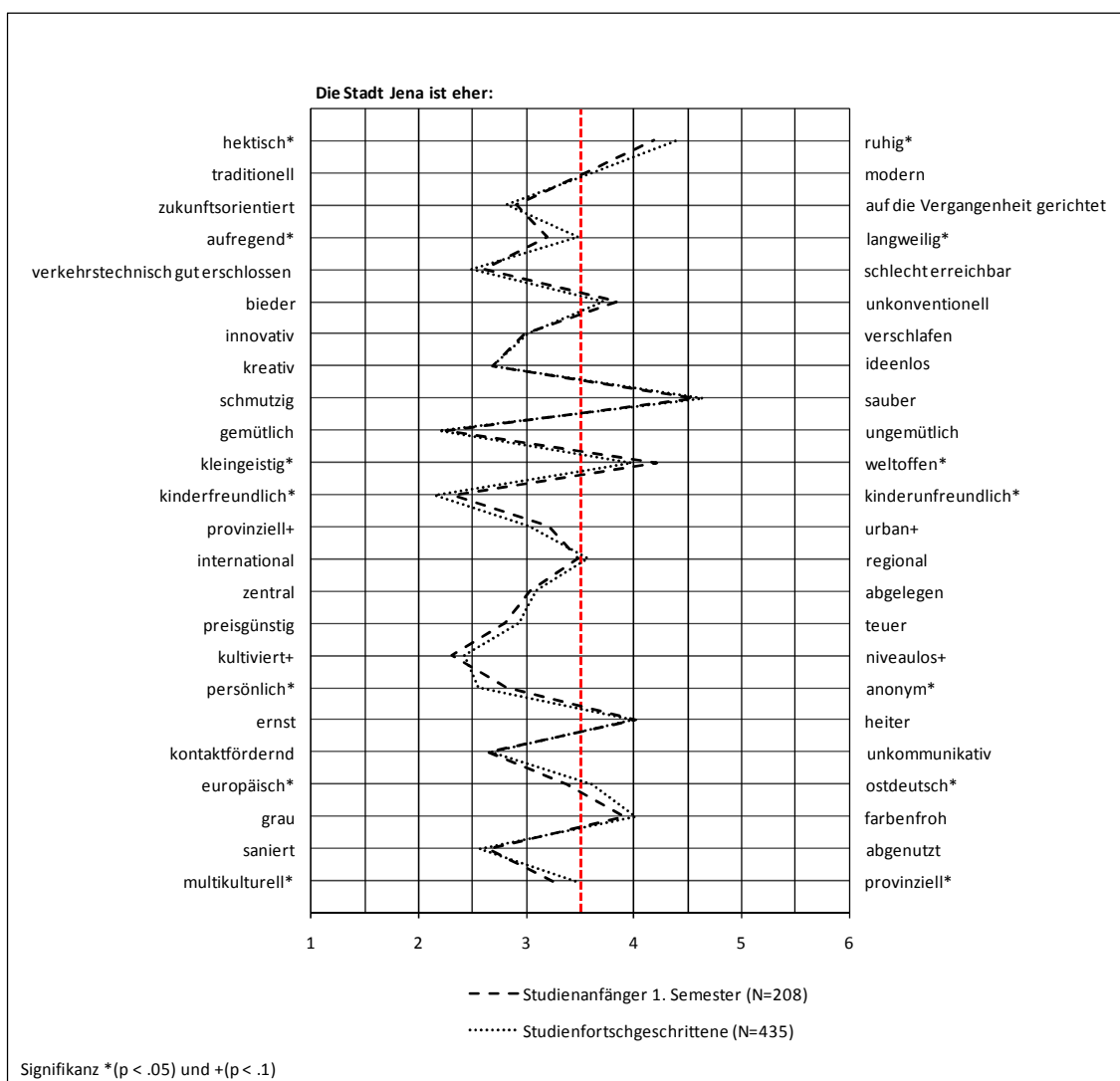


Abbildung 49: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit vom Fachsemester

Weitere Unterschiede in der Wahrnehmung der Stadt Jena zeigen sich auch dahingehend, inwiefern die Befragten in einem Fach mit Zulassungsbeschränkung studierenden (vgl. Abbildung 62). Studierende, die in einem zulassungsbeschränkten (*Numerus clausus*) Fach eingeschrieben sind, haben eine etwas kritischere Auffassung vor allem hinsichtlich Zentralität und Lage der Stadt, und nur in diesen beiden Punkten gibt es signifikante Unterschiede zwischen den Vergleichsgruppen. Studierende aus NC-Fächern empfinden ihren Hochschulort eher regional als von internationaler Prägung und eher abgelegen als zentral. Zudem schätzen sie die Stadt weniger urban und multikulturell ein als Studierende in Fächern ohne Zulassungsbeschränkung. Die Vermutung liegt nahe, dass Studierende, die sich bewusst für Jena als Studienort entschieden haben - obwohl sie aufgrund Zulassungsfreiheit in ihren Fächern ein Studium auch an anderen Universitäten und in anderen Städten hätten aufnehmen können - eine etwas positivere Wahrnehmung von der Stadt haben. Studierende aus NC-Fächern hatten vermutlich andere Favoriten für ihren Studienort, mussten aber – gezwungenermaßen – ein Studium an der Friedrich-Schiller-Universität und in Jena aufnehmen. Dies schlägt sich evtl. negativ auf die Bewertung der Stadt bei dieser Studierendengruppe nieder.

Im Vergleich der Aussagen von Studierenden verschiedener *Fakultäten* gibt es in einigen Punkten signifikante Unterschiede. Das betrifft zum einen Attribute hinsichtlich Internationalität, Urbanität und Moderne, die den Studierenden einzelner Fakultäten in unterschiedlicher Weise zugemessen werden, aber auch die verkehrstechnische Erreichbarkeit, das Preisniveau und die Atmosphäre der Stadt. Die Studierenden der Wirtschaftswissenschaften und Rechtswissenschaften schätzen die Stadt eher multikulturell, modern und preisgünstig ein. Ähnlich wie bei der Einschätzung der Universität, beschreiben die Angehörigen der Philosophischen Fakultät verglichen mit der Gesamtheit der Befragten auch die Stadt Jena als eher ostdeutsch und teuer. Die Sozialwissenschaftler dagegen liegen in fast allen Ausprägungen in der Mitte der Gegensätze und attestieren der Stadt nur eine etwas schlechtere Erreichbarkeit und weniger Internationalität als ihre Studienkollegen.

Während Studierende der Fakultät Chemie/Geowissenschaften die Stadt Jena im Vergleich zu ihren Mitstudenten eher hektisch, urban und innovativ empfinden, schätzen Biologen und Pharmazeuten vor allem die Modernität der Stadt, geben ihr jedoch die schlechtesten Werte in Bezug auf die geographische Lage und Erreichbarkeit. Ähnlich wie die Ergebnisse für das Image der Universität zeigen, sind die Studierenden der Medizinischen Fakultät auch in Bezug auf die Stadt die Gruppe, die am stärksten Kritik bei der Beurteilung der städtischen Verhältnisse übt. Sie empfinden Jena als ruhig und traditionell, als verschlafen und langweilig, regional, ostdeutscher und provinzieller als andere Studierende. Doch in positiver Weise schätzen sie – eher als andere Studierende - die Stadt als preisgünstig und kinderfreundlich ein, und empfinden die städtische Atmosphäre als persönlich und heiter.

In Abbildung 63 und Abbildung 64 sind die Polaritätsprofile für die geistes- und sozialwissenschaftlichen bzw. die naturwissenschaftlichen Fakultäten im Anhang gesondert dargestellt.

Große Unterschiede zwischen den Einschätzungen der Studierenden gibt es auch nicht vor dem Hintergrund des *Bildungsstandes der Eltern*, hier dem des Vaters. Es zeigt sich, dass Studierende aus bildungsferneren Familien die Stadt nicht viel anders wahrnehmen als Studienkollegen, deren Eltern einen akademischen Abschluss haben. Beide Merkmalsgruppen unterscheiden sich nur in einigen wenigen Punkten signifikant voneinander (vgl. Abbildung 65). Kinder von Akademikern halten die Stadt für eher provinziell als multikulturell, für eher regional als international und weniger urban als Kommilitonen, deren Väter keine Hochschulausbildung haben. Das Image der Stadt Jena erscheint bei Studierenden mit akademischem Elternhaus auch eher kleingeistig und bieder, statt weltoffen und unkonventionell. Die Abweichungen vom Mittelwert sind auch hier marginal, aber dennoch signifikant. Das zeigt sich auch in der Einschätzung der Studienortes, was Atmosphäre und Kinderfreundlichkeit betrifft. Studierende, deren Väter eine nicht-akademische Ausbildung haben, empfinden die Stadt Jena als weniger kinderfreundlich (2,31 vs. 2,07, gesamt 2,20) und unpersönlicher (2,81 vs. 2,46, gesamt 2,64). Diese Ergebnisse decken sich mit den Auswertungen zum Image der Friedrich-Schiller-Universität. Keinen signifikanten Unterschied zwischen den Gruppen ‚Studierende aus Akademiker-/Nicht-Akademiker-Elternhaus‘ gibt es in der Einschätzung des Preisniveaus in der Stadt Jena ( $p=0,279$ ). Die Studierenden schätzen die Stadt in etwa gleich ein: nicht sehr teuer, aber auch nicht ganz preisgünstig (2,84 vs. 2,95, gesamt 2,89).

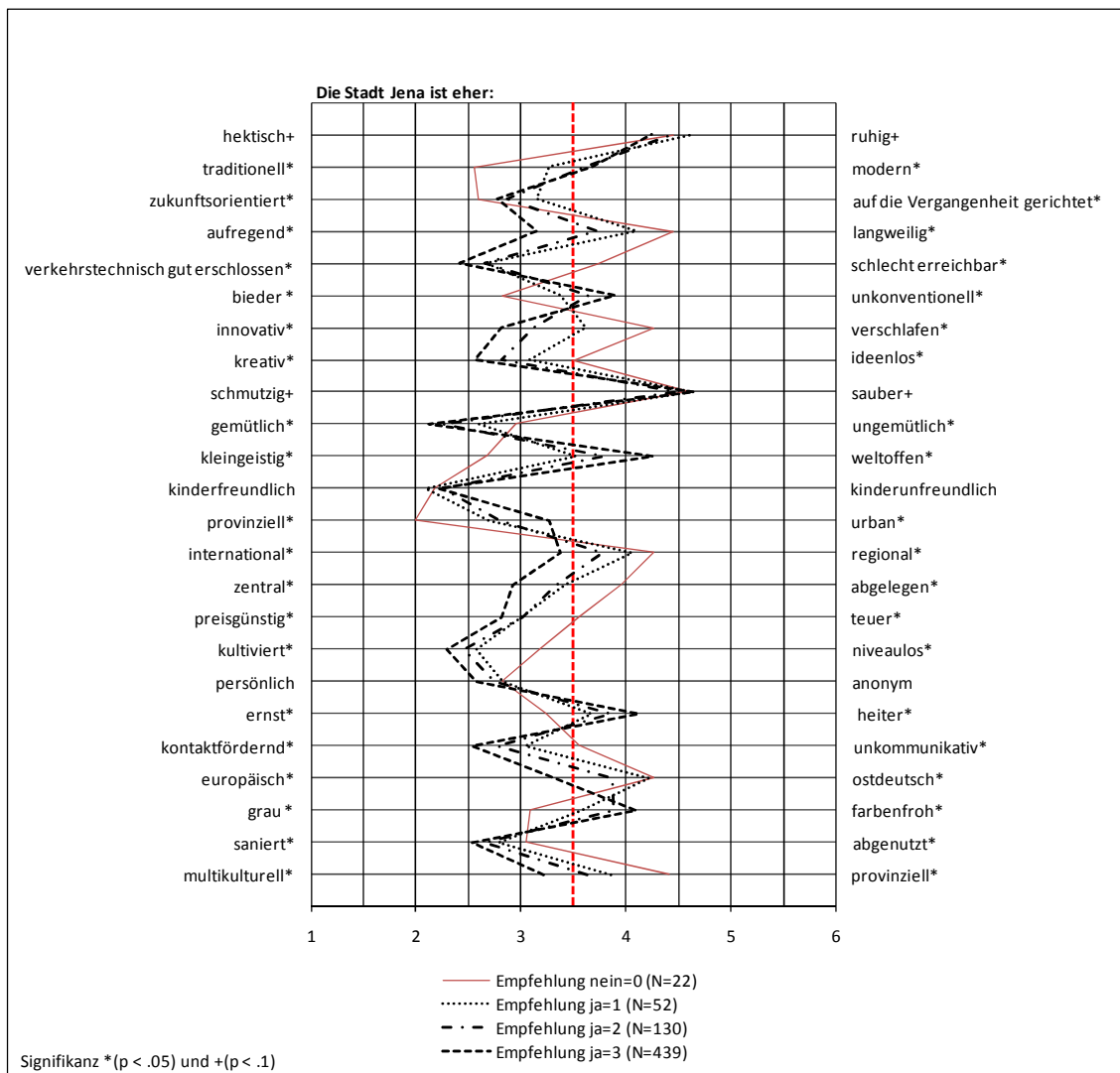


Abbildung 50: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit der Empfehlungsbereitschaft

Analog zum Image der Universität bewerten Studierende, die in allen Punkten (Fach, Universität, Stadt) eine Empfehlung aussprechen, auch den Hochschulort Jena positiver, als die, die nur in zwei, einem oder gar keinem Punkt ein *Studium in Jena wiederempfehlen* (vgl. Abbildung 50). Signifikante Unterschiede sind – bis auf die Gegensatzpaare persönlich/anonym und kinderfreundlich/kinderunfreundlich - bei allen Imageaspekten gegeben. Studierende, die drei Empfehlungen abgegeben haben, empfinden die Stadt als eher modern, wohingegen Studierende, die keine Empfehlung abgegeben haben, sie eher mit Traditionalität in Verbindung bringen. Diese nach Grad der Empfehlung zunehmend positive Sicht zeigt sich auch in weiteren Gegensatzpaaren mit signifikanten Unterschieden ( $p = .000$ ). Diese beziehen sich vor allem auf die Lage der Stadt (verkehrstechnisch gut erschlossen/schlecht erreichbar; zentral/abgelegen; europäisch/ostdeutsch) und auf Attribute, die man mit ‚Urbanität‘ und ‚Weltläufigkeit‘ verbinden könnte (provinziell/urban; multikulturell/provinziell, international/regional, kleingeistig/weltoffen).

Ebenso zeigt sich eine zunehmend positive Sichtweise nach Grad der Empfehlung bei Gegensatzpaaren, unkommunikativ, aufregend/langweilig), das Innovationspotential (bieder/unkonventionell; innovativ/verschlafen; kreativ/ideenlos) und den kulturellen Hintergrund beschreiben (kultiviert/niveaulos).

Das Image der Stadt Jena wurde schon 1995 von den Studierenden als eher provinziell, durchschnittlich teuer, relativ klein und eher langweilig, aber vertraut und recht freundlich beschrieben (Kadner u.a. 1997a: 31). Das scheint sich während der letzten 14 Jahre nicht wesentlich geändert zu haben. Die Studierenden damals wie heute schätzen die Stadt in den vergleichbaren Merkmalen ähnlich ein. Neben der methodischen Problematik der Tendenz zur Mitte bei Polaritätsprofilen, wurde als Hauptgrund damals auch in diesem Punkt ein nicht besonders stark ausgeprägtes Profil der Stadt Jena vermutet (Kadner u.a. 1997a: 32). Angesichts des geringen Kenntnisstandes über Jena und Thüringen ist dieses allerdings auch kein staunenswertes Ergebnis (vgl. Kapitel 3 ‚Informationsverhalten‘).

Auch in der hier durchgeführten Studierendenbefragung wird die Stadt Jena, statistisch mit knapp über 100.000 Einwohnern eine Großstadt, von den westdeutschen Studenten eher als Lebensraum mit einem kleinstädtischen Charakter erlebt. Dazu mag beitragen, dass sich die Universität mit ihren Gebäuden weitgehend in und um den innerstädtischen Kern mit seiner mittelalterlichen Stadt gruppiert. Diese Altstadt nimmt mit ca. 0,25 km<sup>2</sup> jedoch nur einen Bruchteil der gesamtstädtischen Fläche von 114,47 km<sup>2</sup> ein (Stadt Jena 2005: 17). Aus dieser städtebaulichen Situation heraus spielt sich das allgemeine studentische Leben vorwiegend im innerstädtischen Bereich ab, mit seiner Kneipenkultur, Einkaufsmöglichkeiten und Dienstleistungen aller Art. Das lässt die Stadt vermutlich in den Augen der befragten Studierenden als eher traditionell und klein erscheinen.

Wie das Bild eines Hochschulorts in Zusammenhang mit Stadtstruktur und Stadtgröße steht, zeigt sich auch in einer Studie zum Image der Stadt Gießen aus studentischer Sicht. Ein Großteil der Studierenden gab ihrer Universitätsstadt ebenfalls das Image eher ‚überschaubar‘ (83%), eher ‚kleinstädtisch‘ (70%) als ‚großstädtisch‘ (8%), eher ‚provinziell‘ (55%) als ‚weltoffen‘ (17%) (Moßig 2003: 16). Dabei sind die Verhältnisse in Gießen ähnlich zu denen in Jena. An der Universität waren zum Zeitpunkt der Untersuchung ca. 20.700 Studierende eingeschrieben, die Stadt Gießen hatte damals etwa 73.100 Einwohner (Moßig 2003: 1).

Die Wahl der Hochschule gegenüber der Wahl des Studienortes kann jedoch sekundär sein, das belegt eine weitere Studie (Thiel 2008). So gaben in einer Stichprobe von Studierenden der Freien Universität Berlin 83% der Befragten an, dass das Hauptmotiv für ihre Wahl der Hochschule gewesen sei, in Berlin leben zu können. Dieses unterstreicht die Bedeutung der Qualität und des Images einer Stadt für die Entwicklung einer Universität.



## 7.3 Image der Hochschulregion Jena und der ‚östlichen Bundesländer‘

### 7.3.1 Vorteile und Vorurteile

Ein zentrales Interesse der Erhebung war die Reaktion des Umfelds der Studierenden auf deren Studienentscheidung. Dadurch sollen Hinweise auf eventuelle Vorurteile und Imageprobleme gegenüber einem Studium in Ostdeutschland und in Jena gewonnen werden. Das Hauptargument westdeutscher Studenten für ein Studium im Osten ist der Verzicht auf Studiengebühren (vgl. Krawietz 2007). Vor diesem Hintergrund sind nun die folgenden Ergebnisse einzuordnen.

Wie also haben Freunde, Bekannte und Verwandte den Wunsch, in Jena zu studieren, aufgenommen? Dazu wurden den Studierenden Einschätzungen vorgelegt wie beispielsweise

- „Meine Eltern und Bekannten fanden, Jena sei sehr weit weg vom Heimatort“ oder
- „Meine Eltern und Bekannten waren der Meinung, dass ein Studium im Osten finanziell günstiger ist als im Westen“.

Knapp 80% der Studierenden gaben an, dass ihr Umfeld ihren Entschluss zustimmend zur Kenntnis nahm aufgrund fehlender Studiengebühren (‚völlig/eher zutreffend‘) (vgl. Abbildung 51). Die zu Beginn der Untersuchung angenommene Vermutung, die Studienbedingungen im Osten würden besser eingeschätzt, die Universitäten in den östlichen Bundesländern hätten jedoch ein schlechteres Image als im Westen, wurde nicht bestätigt. Jedoch gab rund die Hälfte der befragten Studierenden an, auch solche Meinungen gehört zu haben: ‚Bessere Studienbedingungen‘ wurden von 57,4% als völlig/eher zutreffend genannt, 67,6% entfallen auf ‚besseres Image‘. Die Universität an sich fand ein Großteil der Eltern und Freunde modern, nur 3% konservativ. Im Gegensatz zu den Studierenden empfindet das Umfeld der Studierenden jedoch, dass Jena zu weit weg vom Heimatort sei (ca. 70 %).

Die Akzeptanz oder Empfehlung des Studienorts Jena lässt sich vor allem über Imagewerte der Stadt Jena bei Freunden, Bekannten und Verwandten der Studierenden nachvollziehen. Dazu wurden den Studierenden Antworten vorgelegt wie

- „Mein Umfeld fand die Stadt attraktiv“ oder
- „Mein Umfeld fand die Stadt provinziell“.

Was die Attraktivität der Stadt betrifft, gaben etwa zwei Drittel der Studierenden an, dass die Stadt aus Sicht des näheren Umfelds attraktiv erscheint (‚völlig/eher zutreffend‘), doch nur knapp ein Fünftel kann dieser Einschätzung vollkommen zustimmen (‚völlig zutreffend‘). Das Argument, die Stadt sei provinziell, hat nur ein kleiner Teil der Studierenden als Reaktion erfahren (6%).

Man kann vermuten, dass die geographische Lage der Stadt und deren Attraktivität für die Studierenden bei der Wahl des Studienorts eine verhältnismäßig große Rolle spielt. Für das Umfeld hat die Beurteilung des Studienorts kaum Belang. Über zwei Drittel der Studierenden gaben an, dass die Attraktivität und Lage für ihr Umfeld nicht relevant waren (‚trifft nicht/weniger zu‘).

Die politische Lage bzw. der oftmals einseitig in den Medien wahrgenommene Rechtsradikalismus in Ostdeutschland beunruhigte das Umfeld der westdeutschen Studierenden weit weniger als angenommen. Nur 11,4% der Studierenden geben an, dass diese beiden Gründe aus Sicht der Eltern und Freunde gegen ein Studium in Jena sprechen (‚völlig zutreffend‘). Zwar wird von ca. einem Drittel der Studierenden gesagt, dass Familie und Freunde keine Unterschiede zwischen West und Ost sehen (32% ‚völlig/eher zutreffend‘), aber Mentalitätsunterschiede werden dennoch bemerkt (36,9% ‚völlig/eher zutreffend‘).

Dazu trägt offensichtlich bei, dass der Dialekt im Osten ‚grässlich‘ sei, vielleicht eine Nachwirkung der medialen Vermittlung des ‚Sächsischen‘ als die Sprache des Ostens, die noch immer nachwirkt. Zumindest, wenn man die Ergebnisse der Befragung so deuten darf, wurden 61,8% der Studierenden von ihrem Umfeld mit diesem Sachverhalt konfrontiert (‚völlig/eher zutreffend‘) (vgl. Abbildung 52).

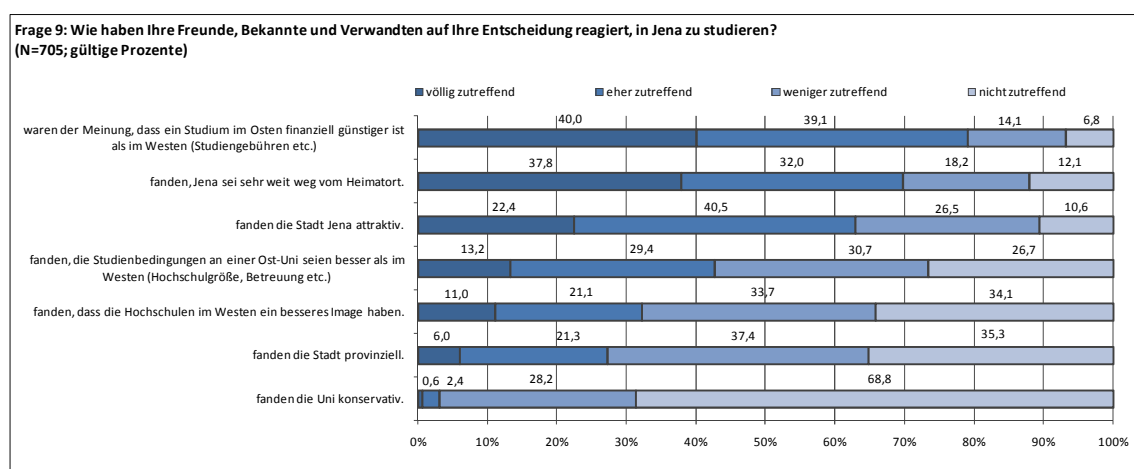


Abbildung 51: Reaktionen Dritter auf Studienentscheidung bzgl. Stadt und Universität

Ein Großteil der Studierenden erfuhr vielmehr emotionale Unterstützung von Elternhaus und Freundeskreis (vgl. Abbildung 51). Das Umfeld der befragten westdeutschen Studierenden fand die Entscheidung gut (87,1% ‚völlig/eher zutreffend‘). Ein Studium im Osten wurde in fast drei Viertel der Fälle jedoch mit ‚Mut‘ gleichgesetzt (71,1% ‚völlig/eher zutreffend‘). Dabei gab es einen signifikanten Zusammenhang mit dem Bildungshintergrund. Von kritischen Kommentaren von Familie und Bekannten berichteten vor allem Studierende, deren Väter keinen beruflichen Abschluss hatten.

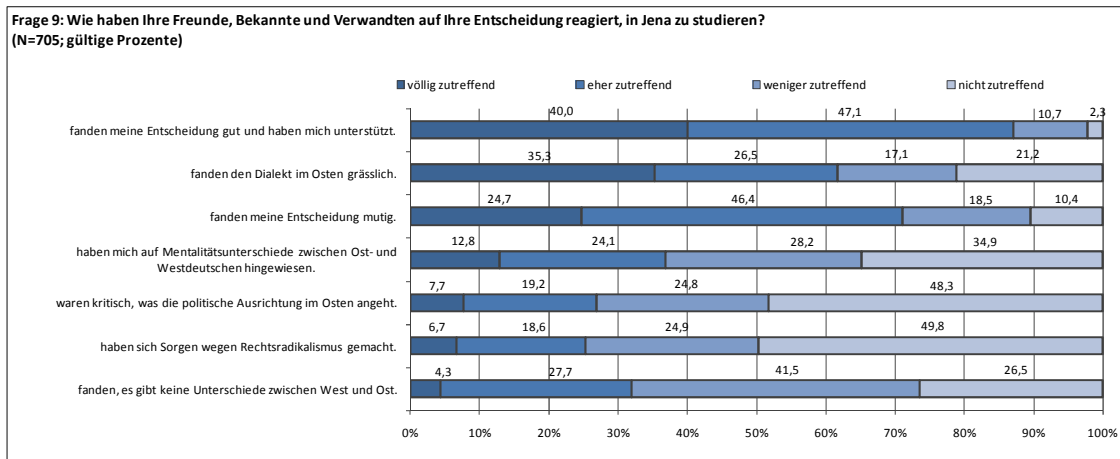


Abbildung 52: Reaktionen Dritter auf Studienentscheidung bzgl. Image östliche Bundesländer

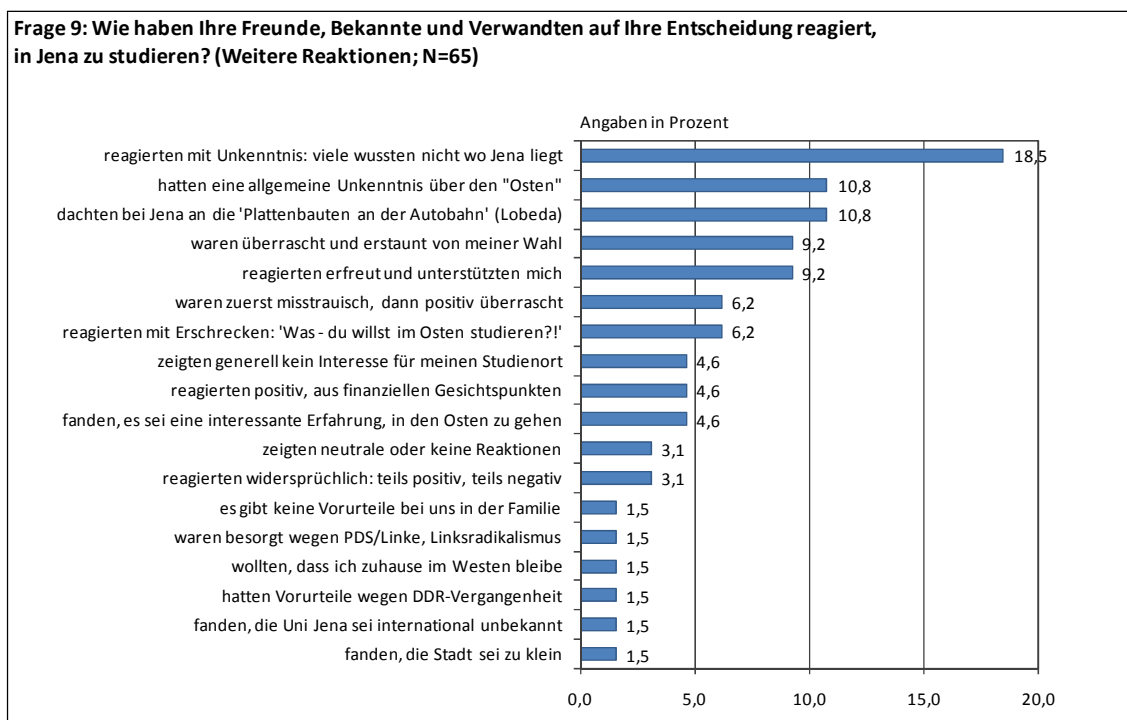


Abbildung 53: Weitere Reaktionen Dritter auf die Studienortentscheidung

Die befragten Studierenden hatten zudem in einer ‚offenen Frage‘ die Möglichkeit, weitere Reaktionen aus ihrem Umfeld anzugeben (vgl. Abbildung 53). Die am häufigsten genannten Antworten waren Unwissenheit und allgemeine Unkenntnis über Jena und Thüringen. Insgesamt basieren 26 von 65 Nennungen auf dieser Desinformation über die geographische Lage der Stadt, die städtebauliche Situation bzw. über die östlichen Bundesländer an sich, das entspricht 40%.

Auch dieses Ergebnis spiegelt die weitgehende Unkenntnis über Ostdeutschland im Westen der Bundesrepublik wider. Weitere Reaktionen, zusammengefasst etwa als ‚positives Erstaunen‘, bekamen die Studierenden in 33% der Fälle zu spüren. Ablehnende Reaktionen bzw. gar kein Interesse an der Studienentscheidung wurde nur wenigen Studierenden (11%) entgegengebracht. Von wirklich negativen Äußerungen im Sinne von ‚Erschrecken‘ berichten mit vier Nennungen nur 6% der Befragten.

### 7.3.2 Sicherheit und Fremdenfeindlichkeit

Die östlichen Bundesländer werden oft mit Fremdenfeindlichkeit und Rechtsradikalismus assoziiert, und dies könnte ein Gegenargument für die Aufnahme des Studiums in Ostdeutschland darstellen. Im Rahmen der hier vorliegenden Studie sollte auch diesem Aspekt nachgegangen werden: Wie sicher fühlen sich die Studierenden in Jena, und wie schätzen sie die Situation in Jena ein?

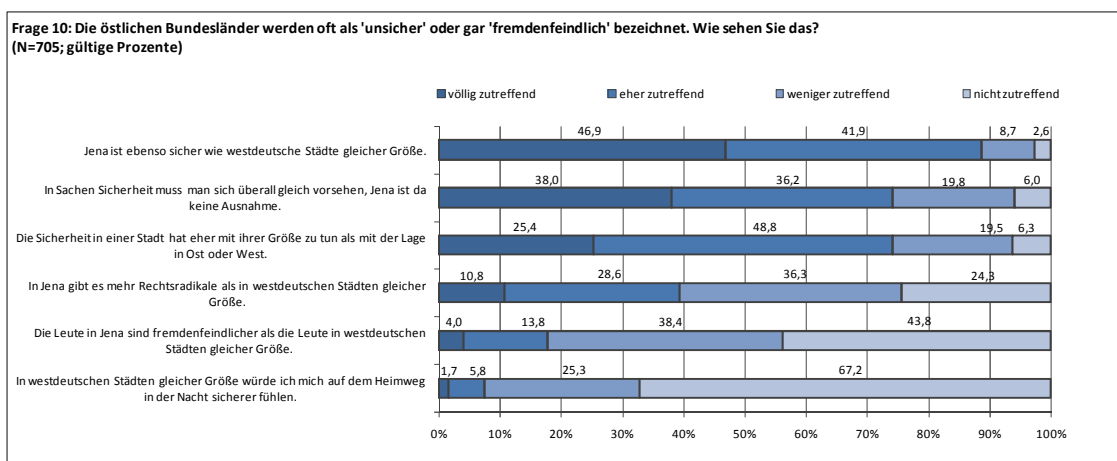


Abbildung 54: Aspekte ‚Sicherheit‘ und ‚Fremdenfeindlichkeit‘

Die Mehrheit der Studierenden geht davon aus, dass die Sicherheit einer Stadt nicht von der geographischen Lage abhängig ist (vgl. Abbildung 54). Man müsse sich überall vorsehen (74,2% ‚völlig/eher zutreffend‘), Sicherheit habe eher etwas mit der Größe der Stadt zu tun (74,2% ‚völlig/eher zutreffend‘), und in mit Jena vergleichbar großen Städten würden sie sich ebenso sicher fühlen (88,8% ‚völlig/eher zutreffend‘) waren die meist genannten Antworten. Allerdings haben doch eine Reihe von Studierenden den Eindruck, dass es in Jena mehr Rechtsradikalismus (39,4% ‚völlig/eher zutreffend‘) und Fremdenfeindlichkeit (17,8% ‚völlig/eher zutreffend‘) gibt, als in westdeutschen Städten gleicher Größe. Inwieweit diese Einschätzung auf einem ‚Bauchgefühl‘ eher beruht als auf tatsächlichen Erfahrungen, sei dahingestellt. Angesichts des geringen Anteils rechter Wähler im Stadtgebiet ist dies jedoch nicht unwahrscheinlich<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Bei der letzten Kommunalwahl 2009 hatte die NPD keinen Kandidaten auf der Liste der Wahlvorschläge und ist daher aktuell im Jenaer Stadtrat nicht vertreten (Stadt Jena 2009, TLS 2009).

Doch nur 7,5% der Studierenden würden sich in einer westdeutschen Stadt sicherer als in Jena fühlen (‚völlig/eher zutreffend‘). Möglichweise wurde die Frage bzgl. ‚Sicherheit‘ von den Studierenden nicht nur in Hinblick auf Rechtsradikalismus beantwortet, sondern auch hinsichtlich Ausländerkriminalität gedeutet. Diese ist in westdeutschen Städten sicher ein größeres Problem als vergleichsweise in ostdeutschen Kommunen. Die folgende Aussage eines Studierenden lässt zumindest eine solche Interpretation zu:

*„Generell fühle ich mich in Thüringer Städten sicherer als in Westdeutschland. Ich habe in Jena, nachts alleine unterwegs, nie Bedenken gehabt oder schlechte Erfahrungen gemacht [...] Ähnlich gute Verhältnisse sind meiner Erfahrung nach in westdeutschen Städten dieser Größe nicht anzutreffen, die Menge an ständig aggressiven, streitsuchenden und gewaltbereiten Jugendlichen empfinde ich dort als viel höher, weshalb ich alleine nachts nur sehr ungern unterwegs bin. Natürlich handelt es sich dabei kaum um Rechtsextreme, sondern zu einem erheblichen Teil um Jugendliche mit Migrationshintergrund“.*

Anzumerken ist an dieser Stelle, dass der Ausländeranteil in Jena - und noch stärker in Thüringen - deutlich unter dem Bundesschnitt liegt. Waren am 31.12.2008 in Jena 3.974 Ausländer gemeldet, entspricht das in etwa einem Ausländeranteil von 3,9 % gemessen an der Gesamteinwohnerzahl von 101.949 (Jena 2008). Der Ausländeranteil für das Jahr 2007 lag bundesweit bei 8,8% (Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2007).

Wie lassen sich nun diese Ergebnisse zusammenfassend im Vergleich zu Befunden anderer Untersuchungen interpretieren? Die CHE-Studie ‚Studieren in Ostdeutschland‘ zeigt zunächst, dass die Einstellung zu einem Studium im Osten positiver ausfällt, je höher die Sparpräferenzen der Studierenden sind und je niedriger die studienbegleitenden Kosten in der Region wahrgenommen werden. Zudem konnte in der Studie nachgewiesen werden, dass sich positive Erfahrungen von westdeutschen Studierenden mit den östlichen Bundesländern und den dort lebenden Menschen auch positiv auf die Studienbereitschaft im Osten auswirken (vgl. Beckmann/Langer 2009). Das verdeutlicht, wie relevant das Image einer Region für die Einstellung zu einem Studium in Ostdeutschland ist, denn die Bewertung der Region hat, wie die CHE-Studie zeigt, für die rationale Bewertung einer Hochschule die stärkste Wirkung. Das heißt aber auch, dass ein negatives Image des Studienorts ein schlechtes Image der Hochschule zur Folge hat. Die Studienwahl, so die Autoren weiter, kann dabei nicht als rationale Entscheidung betrachtet werden. Vor allem für Studieninteressierte aus den alten Bundesländern spielen bei der Studien(ort)wahl emotionale Faktoren, also der ‚Wohlfühlfaktor‘, eine äußerst wichtige Rolle (Beckmann/Langer 2009: 55). Das Image einer Region in den östlichen Bundesländern wird vor allem durch die Charakteristika „kreative und innovative Region“, „sympathische Menschen“, „Lebensqualität“, „wirtschaftliche Lage“ und zum Teil auch durch Städte, Landschaften und soziale Einrichtungen in dieser Region geprägt.

Negativ auf die Studienbereitschaft im Osten wirkt sich, das zeigen die Ergebnisse der CHE-Studie weiterhin auf, die Vermutung hoher Kriminalität und Ausländerfeindlichkeit als auch die Erwartung einer schlechten wirtschaftlichen Lage und geringer Arbeitsmöglichkeiten aus. Die Hochschulen im Osten werden dabei generell besser bewertet, wenn auch die Region insgesamt als kreativ und innovativ eingeschätzt wird. Die Verkehrsinfrastruktur der östlichen Bundesländer und die Erreichbarkeit der Städte und Hochschulen spielt für die Einstellung und Studienabsicht keine wesentliche Rolle (Beckmann/Langer 2009: 59f).

Ein Hochschulmarketing sollte stärker zielgruppenorientiert und emotional ausgerichtet sein, im Sinne eines Beziehungsmarketings (Relationship Marketing), so die Autoren der CHE-Studie (Beckmann/Langer 2009: 59). Das beinhaltet sowohl die Zielgruppenanalyse als auch ein Corporate Identity, über das Vertrauen und emotionale Bindung an die Hochschule erreicht werden kann. Ein besonderes Augenmerk gilt dabei einer Stärkung des Images östlicher Regionen, die regionale Identität wurde im bisherigen Hochschulmarketing nicht näher beachtet (Beckmann/Langer 2009: 76). Dies jedoch wäre eher Aufgabe eines regionalen Standortmarketings oder hochschulübergreifender Image- und Länderkampagnen. Die Ergebnisse der Befragung der westdeutschen Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität können hierbei sowohl für ein zielgruppenorientiertes Hochschulmarketing als auch bezüglich einer Imageförderung für die Studienregion Jena die ersten Hinweise liefern.

## 8 Zusammenhang zwischen Zufriedenheit und Empfehlung

Wer würde die Friedrich-Schiller-Universität weiter empfehlen? Welche Rolle spielt dabei die Zufriedenheit der Studierenden mit ihrer Studiensituation, ihre Motivation zur Auswahl von Jena als Studienort und der Universität Jena als Hochschule sowie die Nutzung von Informationsquellen? Die befragten Studierenden wurden gebeten, einzuschätzen, inwieweit sie ihr Fach und die Universität nochmals wählen und Dritten eine Empfehlung für die Friedrich-Schiller-Universität geben würden. Aus diesen drei Fragen, die jeweils mit ja oder nein zu beantworten waren, wurde für die Zusammenhangsanalyse ein Indikator bestimmt, der eine Aussage darüber zulässt, inwieweit die Studierenden Dritten gegenüber Zufriedenheit über ihre Studienentscheidung äußern und damit letztlich für die Universität Jena werben.

Mittels der Analyse eines Stukturgleichungsmodells, das ist eine Methode, die es erlaubt, Zusammenhänge zwischen Variablen festzustellen, wurde eine Reihe von Faktoren untersucht, die zu einer solchen positiven Gestimmtheit über Fach und Ort beitragen könnten. Im Zentrum stand dabei die Zufriedenheit mit dem Studium und der Gesamtsituation in Jena. Während die *Zufriedenheit mit dem Studium* lediglich mittels einer einzigen Frage erhoben wurde („Wie gefällt Ihnen, alles in allem, Ihre persönliche Studiensituation?“ Antwortmöglichkeiten: 1 = gar nicht, 4 = sehr gut), gingen in die *allgemeine Zufriedenheit* zwölf verschiedene Aspekte ein, die von der Zufriedenheit mit der Stadt insgesamt bis zum kulturellen oder sportlichen Angebot reichten. Die zweite Gruppe von erfragten Informationen, die als bedeutsam für die Bereitschaft gesehen wurde, eine Empfehlung für die Friedrich-Schiller-Universität auszusprechen, war die Motivation, warum ein Student oder eine Studentin sich für Jena entschieden hatte. Hier wurden zwei Gruppen von Motivationslagen untersucht, nämlich zum einen Gründe für die Hochschulwahl, in denen sich ein besonderes Interesse für die Universität manifestiert, sowie zum anderen Gründe, die sich eher auf den Standort Jena beziehen lassen.

Beispielfragen für ein *hohes Interesse an der Universität* (insgesamt sechs Fragen) sind u.a.:

„Ich habe mich für die Friedrich-Schiller-Universität entschieden“,

- „...weil sie einen guten Ruf hat“.
- „...weil die Ausstattung der Hochschule sehr gut ist (z.B. Bibliothek, Laborplätze etc.)“.
- „...weil es gute Betreuungsverhältnisse an der Hochschule gibt“.

Beispielfragen für *Interesse am Hochschulstandort* (insgesamt 10 Fragen) als Grund für die Wahl des Studienortes Jena sind:

- „...weil Jena als Studentenstadt eine besondere Atmosphäre hat (studentisches Leben, Kneipen etc.)“.
- „...weil die Hochschule gute Angebote für das Leben drum herum bietet (Mensa, Studentenwohnheime, Sport etc.)“.
- „...weil die Stadt überschaubar und nicht zu groß ist“.

Alle Fragen konnten auf einer Skala von 1 = nicht zutreffend bis 4 = völlig zutreffend beantwortet werden, und für beide Bereiche wurde für die weitere Analyse ein Mittelwert gebildet.

In die Analyse wurden zudem zwei weitere Gesichtspunkte einbezogen, die möglicherweise ebenfalls mit der Einschätzung zusammenhängen, inwieweit sich Jena als Studienort Dritten empfehlen lässt, und ob man selbst das Fach oder die Uni nochmals wählen würde. Dies ist zum einen das *Empfinden von Sicherheit* und geringer Bedrohung etwa durch Rechtsradikalismus in der Stadt. Die Studierenden wurden daher mittels fünf verschiedener Aussagen nach ihrer Zustimmung gefragt, wie beispielsweise:

- „Die Sicherheit in einer Stadt hat eher mit ihrer Größe zu tun als mit der Lage in Ost oder West“,
- „Die Leute in Jena sind fremdenfeindlicher als die Leute in westdeutschen Städten gleicher Größe“ oder
- „In Jena gibt es mehr Rechtsradikale als in westdeutschen Städten gleicher Größe“.

Alle Fragen konnten auch hier auf einer Skala von 1 = nicht zutreffend bis 4 = völlig zutreffend beantwortet werden. Diese Fragen wurden ebenfalls in einen Mittelwert umgerechnet, nachdem sie alle in dieselbe Richtung umkodiert worden waren (hoher Wert = Sicherheit).

Ein zweiter einbezogener Aspekt war, inwieweit Freunde, Bekannte und Verwandte positiv und unterstützend auf die Entscheidung reagiert haben, in Jena ein Studium aufzunehmen. Für den Komplex *Kritik Dritter* wurden zehn Fragen zu einem Durchschnittswert zusammengefasst. Sie lauteten beispielsweise:

„Meine Freunde, Bekannten und Verwandten...“

- ...fanden meine Entscheidung gut und haben mich unterstützt“.
- ...fanden, die Studienbedingungen an einer Ostuni seien besser als im Westen (Hochschulgröße, Betreuung etc.)“.
- ... waren kritisch, was die politische Ausrichtung im Osten angeht“.
- ...fanden den Dialekt im Osten grässlich“.

Auch hier wurden positiv formulierte Aussagen rekodiert, negativ formulierte gingen direkt in die Berechnung eines Mittelwertes für die ‚Kritische Haltung Dritter‘ ein.



Alle so ermittelten sechs Einschätzungen und deren Mittelwerte wurden daraufhin betrachtet, inwieweit sie die Bereitschaft beeinflussen, die Universität respektive das Fach nochmals zu wählen und eine Empfehlung für die Universität Jena auszusprechen. Nachdem jedoch alle genannten Charakteristika nicht unabhängig von gewissen Außenbedingungen sein dürften, wurde zudem eine Reihe von *Kontrollvariablen* berücksichtigt. Dazu zählten zum einen das Geschlecht des Befragten und das betreffende Fachsemester. Während hinsichtlich des Geschlechts lediglich die Erwartung bestand, dass junge Frauen sich möglicherweise insgesamt etwas weniger sicher fühlen, war die Annahme im Hinblick auf das Fachsemester, dass erfahrenere Studierende sich seltener der Kritik durch ihre Angehörigen oder von Freunden und Bekannten stellen müssen. Es wurde erwartet, dass die Zufriedenheit insgesamt mit höheren Semestern steigen dürfte, schon weil die unzufriedenen Studierenden den Studienort Jena eventuell bereits verlassen haben. Weiter wurde betrachtet, ob es sich bei dem studierten Fach um ein Numerus clausus Fach (NC-Fach) mit beschränktem Zugang handelt. Hier war die Annahme, dass die Zulassung zu einem beschränkten Fach mit weniger kritischen Kommentaren von Dritten und einem geringeren Interesse an Universität und Hochschulstandort als Grund für die Hochschulwahl einhergehen könnte. Weiter wurde erfragt, ob die Person Alternativen gegenüber einer Einschreibung in Jena hatte. Dabei wurde beispielsweise erwartet, dass Studenten, die eine alternative Zulassung hatten, sich eher kritischen Kommentaren von Dritten ausgesetzt sehen, jedoch möglicherweise als Grund für ihre Wahl von Jena ein höheres Interesse an Universität und Standort angeben. Zuletzt wurde einbezogen, wie sich die Studierenden über ihr künftiges Studienfach informiert haben. Aus einer Vielzahl von verschiedenen Informationsmedien wurde herausgegriffen, ob die Betroffenen angegeben hatten, dass Rankings zu ihrer Studienplatzwahl in Jena beigetragen haben (1 = ja, Hochschulrankings wurden in einer freien Antwort auf die Frage, „Wie haben sie zum ersten Mal von der Universität Jena erfahren?“ genannt, 0 = nein, Hochschulrankings wurden nicht genannt), und inwieweit der Kontakt zu Jena über Freunde, Verwandte und Bekannte zustande kam (1 = ja, auf die Frage, „Wie haben sie zum ersten Mal von der Universität Jena erfahren?“ wurden Freunde, Bekannte oder Verwandte genannt; 0 = nein, Freunde, Bekannte oder Verwandte wurden nicht genannt). Dabei wurde erwartet, dass die Tatsache, sich über Rankings informiert zu haben, ebenso zu einem höheren Interesse an Universität und Standort beiträgt wie Informationen aus erster Hand.

Zusammengefasst lautete die Frage, ob die westdeutschen Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität ihre Hochschule so sehr schätzen, dass sie weiterempfehlen und auch selbst ihr Fach und die Uni Jena nochmals wählen würden. In einem zweiten Schritt sollte dann analysiert werden, wer eine solchermaßen positive Einschätzung gibt und wer eher kritisch in seiner Beurteilung der Universität ist.

Es ist davon auszugehen, dass die Studierenden selbst die wichtigsten ‚Werbeträger‘ für ihre Universität sind, wenn sie beispielsweise bei Wochenendheimfahrten ihren Geschwistern oder ehemaligen Klassenkameraden von ihren Erfahrungen des Studiums in Jena berichten. Die Auswertungen, auf welche Weise die westdeutschen Studierenden den Kontakt nach Jena gefunden haben, zeigen einen vergleichsweise hohen Anteil von jungen Leuten, die selbst auf Empfehlung anderer nach Jena gekommen sind. Wenn es aber so wichtig ist, wie gut oder schlecht sich Studierende über ihre Universität äußern, dann muss ein geglücktes Marketing bedeuten, dass möglichst viele Studierende eine solche positive Auffassung vertreten. Nachfolgend werden das angewandte Strukturgleichungsmodell und die Ergebnisse der Zusammenhangsanalyse unter o.g. Gesichtspunkten näher erläutert.

### 8.1 Allgemeine Empfehlung der Friedrich-Schiller-Universität

Mit der Anzahl der Studierenden, die ihre Universität außerordentlich positiv beurteilen, kann die Friedrich-Schiller-Universität Jena sicherlich zufrieden sein: 68,4% aller Befragten bejahen alle drei Einschätzungen, würden also Fach und Universität ohne Weiteres erneut wählen und eine Empfehlung gegenüber ihren Freunden aussprechen. Zweimal mit „Ja“ antworteten weitere 20,1%. Lediglich einmal bejahten 8,1% die drei Fragen. Dreimal mit „Nein“ antworteten nur 3,4% der befragten Studierenden aus den Altbundesländern, wie die folgende Abbildung zeigt.

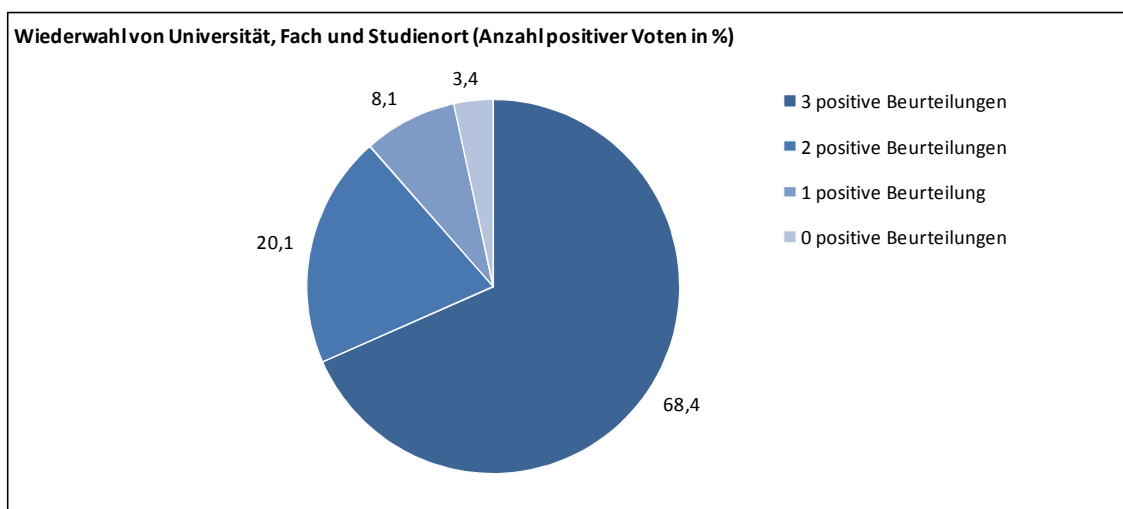


Abbildung 55: Zusammenhang zwischen Empfehlung der Uni Jena, Wiederwahl des Studienfachs und Studienorts

Welche Gesichtspunkte für die jungen Leute von besonderer Wichtigkeit sind, wenn es darum geht, ob sie ihre Universität als empfehlungswürdig einschätzen oder nicht, illustriert die nachfolgende Grafik (vgl. Abbildung 56). Signifikante Zusammenhänge sind in rot dargestellt ( $p < .05$ ). Gestrichelte Linien zeigen einen tendenziellen Zusammenhang mit  $p < .1$ . Korrelationen sind, wo sie vorhanden waren, gekennzeichnet durch doppelköpfige Pfeile. Zusammenhänge, die zwar getestet wurden, jedoch nicht zu finden waren, sind mit dünnen blauen Linien dargestellt.

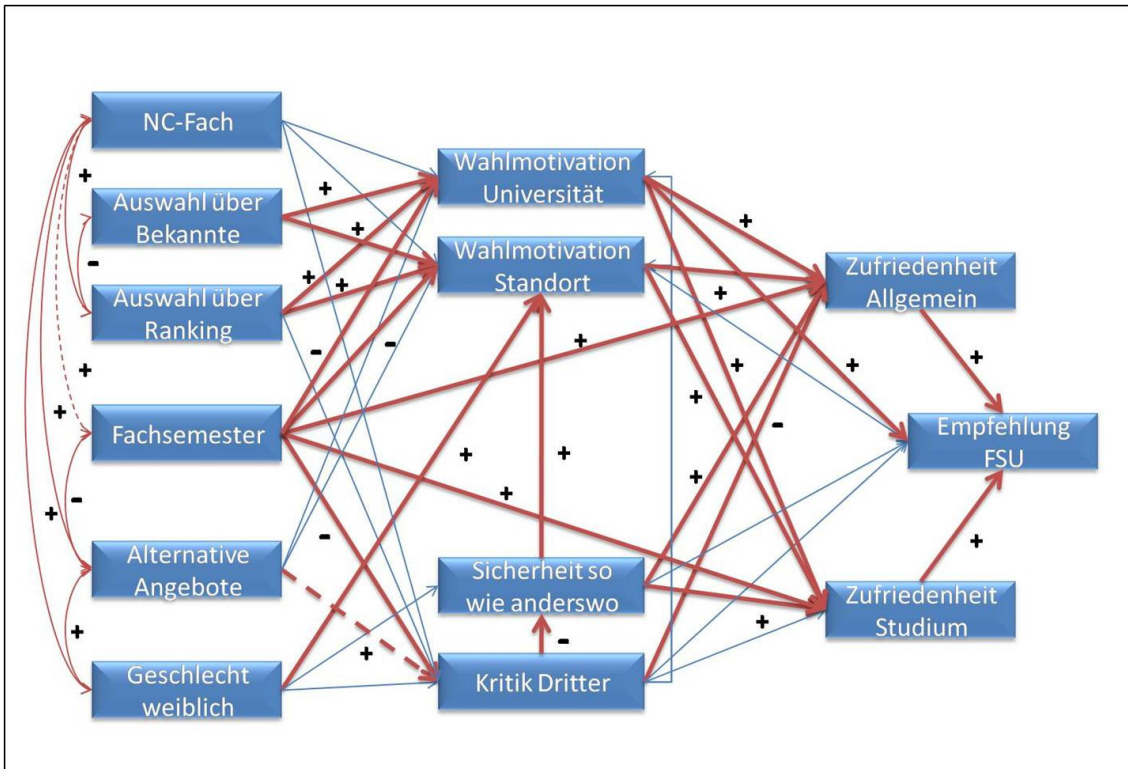


Abbildung 56: Empfehlung der Universität Jena in Abhängigkeit ausgewählter Merkmale

Ansonsten gilt: Wo kein Pfeil zwei Merkmale verbindet, wurde ein Zusammenhang von vornherein nicht angenommen und existiert auch nicht. Das Modell hatte mit einem  $\chi^2$  Wert von 19,4 bei 21 Freiheitsgraden und einem Signifikanzwert von  $p = .557$  eine exzellente Passung. Das bedeutet, dass die beobachteten, tatsächlichen Zusammenhänge den erwarteten Beziehungen entsprachen, also keine signifikante Abweichung zwischen den Beziehungen in den Daten und dem Modell auftrat. Die positiven Vorzeichen an den Pfeilen im Diagramm bezeichnen positive Beziehungen, sprich, eine hohe Merkmalsausprägung in Variable A geht mit einer hohen Merkmalsausprägung in Variable B einher. Eine gegenläufige Beziehung ist gekennzeichnet durch ein negatives Vorzeichen. Hier geht eine hohe Ausprägung im Merkmal A mit einer geringen in Merkmal B einher und umgekehrt. Nach diesen technischen Ausführungen sollen nun die Ergebnisse näher beleuchtet werden.

## **8.2 Zufriedenheit mit Hochschule und Stadt und Motivation der Studienortwahl: Zwei Schlüsselbereiche für eine Empfehlung der Friedrich-Schiller-Universität Jena gegenüber Dritten**

Von ganz besonderer Bedeutung für eine Empfehlung der Hochschule ist zum einen die Zufriedenheit mit dem Studium. Wer die persönliche Studiensituation als positiv einschätzt, ist auch eher bereit, Universität und Fach nochmals zu wählen und seine Hochschule anderen zu empfehlen. Gleiches ist für die allgemeine Zufriedenheit der Fall. Auch hier gilt: Wer zufrieden ist, empfiehlt weiter. Inwieweit der Studienstandort Jena aus mit der Hochschule selbst verbundenen Gründen oder aus Gründen des Standortes gewählt wurde, spielt für einen positiven Gesamteindruck darüber hinaus ebenfalls eine Rolle. So zeigt sich, dass direkt auf die Qualität der Hochschule bezogene Gründe für die Wahl von Jena und der Friedrich-Schiller-Universität eine Empfehlung der Universität gegenüber Dritten wahrscheinlicher macht. Wer sich also vor der Studienentscheidung mit den Bedingungen an der Uni Jena etwa in Sachen Ausstattung oder Betreuung beschäftigt und diese positiv beurteilt hat, ist dann auch eher der Meinung, den eigenen Studiengang nochmals wählen und empfehlen zu wollen.

Mit dem Hochschulstandort verbundene Gründe sind für eine Wiederwahl beziehungsweise Empfehlung statistisch gerade nicht mehr bedeutsam. Es spielt also keine Rolle für eine etwaige Empfehlung, ob ein Studierender sich in der Entscheidung für Jena vom Sportangebot oder den Einkaufsmöglichkeiten hat überzeugen lassen. Dabei darf man jedoch nicht vergessen, dass beide Gründe, Interesse an der Universität wie an der Stadt, viel miteinander zu tun haben, da eine hohe Korrelation zwischen diesen beiden Gründen für die Wahl des Hochschulstandortes vorliegt. Würde man auf das Interesse an der Universität als Motivation für die Hochschulwahl in der Auswertung verzichten, wäre das Ausmaß des Interesses am Standort für die Motivation zur Wahl der Uni Jena entsprechend für eine Empfehlung bedeutsam. In anderen Worten: Wer die Friedrich-Schiller-Universität für ein Studium aus Gründen wählt, die mit der Qualität des Angebots der Universität selbst zu tun haben, ist insbesondere bereit, auch anderen ein Studium in Jena nahezu legen. Die Qualität des Umfelds als Motivation für ein Studium in Jena tritt dabei ein wenig in den Hintergrund, ist jedoch ebenfalls nicht ohne Belang.

### 8.3 „Ach Kind, muss es wirklich der Osten sein?“ Kritische Äußerungen und das Empfinden von Sicherheit

Die empfundene Sicherheit in Jena sowie die Tatsache, dass Freunde, Bekannte und Verwandte sich kritisch über Jena und Ostdeutschland äußern, sind für Wiederwahl und Empfehlung nicht von Belang. Das ist eine gute Nachricht, wenn man bedenkt, wie oft negative Meldungen in der Presse erscheinen. Die Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität scheinen es demnach besser zu wissen. Gemessen an der Enge der jeweiligen Beziehung ist es vor allem die Zufriedenheit, und hier insbesondere die Zufriedenheit mit dem eigenen Studium, die die Einschätzung einer Wiederwahl und einer Empfehlung bedingen. Dies ist soweit nicht überraschend, kauft doch der zufriedene Kunde sein Produkt gern ein zweites Mal.

Interessant wird es jedoch, wenn man betrachtet, mit welchen anderen erfragten Charakteristika die Zufriedenheit einhergeht. Hier kommt nun auch ins Spiel, was Eltern oder Freunde über den Osten und speziell über Jena denken. Während für die Zufriedenheit mit dem Studium kritische Kommentare nicht bedeutsam sind, zeigt sich für die allgemeine Zufriedenheit, dass eine Vielzahl kritischer Äußerungen im Stande ist, das empfundene Wohlfühl in Jena zu dämpfen. Noch wichtiger ist das Gefühl von Sicherheit. Studierende, die angeben, sich in Jena ebenso sicher zu fühlen wie in anderen Städten gleicher Größe in Westdeutschland, berichten, dass sie sowohl insgesamt mit ihrer Lebenssituation in Jena als auch mit ihren persönlichen Studienbedingungen sehr zufrieden sind. Darüber hinaus gibt es noch sinnfällige Zusammenhänge zwischen Sicherheitsempfinden und der Menge kritischer Anmerkungen: Wer sich oft despektierliche Äußerungen über den Osten anhören muss, nimmt sich davon vielleicht doch manches zu Herzen und fühlt sich entsprechend auf dem Heimweg auch weniger sicher. Das Empfinden von Sicherheit seinerseits steht dann wieder in einem Zusammenhang mit den angegebenen Gründen der Hochschulwahl. Wer sich sicher fühlt, führt das Umfeld in der Stadt als Grund für die Wahl des Studienortes an. Hier ist sicherlich das Problem von Ursache und Wirkung offenkundig: Ist der ‚Besorgte‘ von vornherein weniger bereit, einen Studienort im Osten zu wählen, selbst wenn die Stadt für ihn interessante Angebote vorhält? Oder bewirkt eine ausführliche Beschäftigung mit den Gegebenheiten der Stadt Jena eine geringere Besorgnis? Dies lässt sich auf der Basis der vorliegenden Daten nicht nachvollziehen. Interessant ist dennoch, dass das Empfinden von Sicherheit sowohl indirekte wie direkte Bedeutung für die Zufriedenheit mit Studium und Leben in Jena hat. Die Menge kritischer Äußerungen sowohl in den Medien wie auch im Bekannten- und Verwandtenkreis der Studierenden lassen sich sicherlich nicht beeinflussen. Steuerungsmöglichkeiten, was den Umgang mit Rechtsradikalismus und Fremdenfeindlichkeit angeht, gibt es seitens der Stadt und der Hochschulen aber bestimmt.

## 8.4 Neuankömmlinge und ‚alte Hasen‘: Unterschiede nach Fachsemester

Eine ganze Reihe weiterer Merkmale wurde dahingehend geprüft, ob sie Zusammenhänge mit der Studienzufriedenheit zeigen. Dies ist jedoch mit einer Ausnahme nicht der Fall: bei der Studiendauer. Studierende, die bereits in höheren Fachsemestern sind, sind mit ihrem Studium zufriedener als die Neuanfänger. Ein Grund dafür kann sein, dass Unzufriedene sicherlich nicht bis ins zehnte Fachsemester in Jena ausharren und sie daher möglicherweise nicht in der Befragung auftauchen. Aber auch darüber hinaus macht der Befund Sinn: Während in den ersten Semestern oftmals noch ziemliche Enge in den Hörsälen und Seminarräumen herrscht, ist dies in den höheren Fachsemestern nicht mehr der Fall. Zudem werden in der Regel auch die Studieninhalte mit der Zeit spannender, wenn die Grundlagenveranstaltungen überstanden sind.

Ein weiteres Ergebnis der Befragung ist, dass die allgemeine Zufriedenheit mit der im Studium verbrachten Zeit zunimmt. Dies ist möglicherweise ein Zeichen dafür, dass sich die Studierenden nach einiger Zeit in Jena insgesamt wohler fühlen, sozial integrierter sind und sich besser auskennen. Alle anderen betrachteten Merkmale, wie beispielsweise ob es sich um ein NC-Fach handelt oder inwieweit Rankings zur Informationsbeschaffung über den Studiengang und Jena herangezogen wurden, spielen im Zusammenhang mit der Studienzufriedenheit und der allgemeinen Zufriedenheit keine Rolle. Ebenfalls nicht von Bedeutung ist, inwieweit es sich bei den Befragten um einen Studenten oder eine Studentin handelt. An dieser Stelle sei zudem angemerkt, dass die unterschiedlichen Studienrichtungen sich in dem Modell nicht abbilden ließen, insbesondere weil teilweise nur sehr wenige Studierende einer bestimmten Fachrichtung sich an der Befragung beteiligt hatten. Der Mittelwert für Zufriedenheit betrug insgesamt 3,14. Bei der zugrundeliegenden Skala von 1 (nicht zufrieden) bis 4 (sehr zufrieden) fällt sie insgesamt positiv aus. Selbst in stark nachgefragten und in der Befragung gut vertretenen Fächern wie Soziologie oder Politikwissenschaft lag die Zufriedenheit jeweils über dem Wert von drei. Ein Vergleich der Mittelwerte der Studienzufriedenheit über alle Fachrichtungen ergab keine signifikanten Unterschiede.

Weiter oben wurde bereits festgestellt, dass eine kritische Haltung Dritter der allgemeinen Zufriedenheit nicht sehr zuträglich ist. Wer berichtet von solchen kritischen Bemerkungen? Auch hier ist das Fachsemester von zentraler Bedeutung. Junge Leute, die bereits länger in Jena studieren, sofern sie bis dahin noch nicht (wieder) die Hochschule gewechselt haben, berichten von den Verwandten und Freunden, dass diese eine nicht sehr kritische Haltung gegenüber dem Studium in Ostdeutschland einnehmen. Studierende dagegen, die erst seit kurzer Zeit in Jena studieren, müssen sich häufiger kritischen Bemerkungen und Fragen aussetzen. Hier haben sich Eltern und Freundeskreis noch nicht an den Studienort Jena gewöhnt.

Darüber hinaus ist tendenziell noch von Bedeutung, ob der oder die Studierende eine Zulassung eines anderen Studienortes bekommen hat. War dies der Fall, dann ist die berichtete Zahl von kritischen Rückfragen aus dem Verwandten- und Bekanntenkreis eine höhere: Man hätte ja auch anders wählen können und nicht unbedingt nach Jena gehen müssen.

Es war angenommen worden, dass die Motivation, die die Studierenden im Vorfeld für die Wahl von Jena als Hochschulort hatten, in dem gesamten Prozess von Bedeutung sein würde. Dies hatte sich bereits soweit gezeigt, als dass die Nennung von sowohl mit der Universität wie mit der Stadt verbundenen Gründe für die Wahl der Friedrich-Schiller-Universität die allgemeine Zufriedenheit sowie zum Teil auch die Zufriedenheit mit dem Studium beeinflusste. Insoweit ist es nun interessant zu sehen, wer denn ein hohes Interesse an der Universität bzw. am Hochschulstandort Jena als ausschlaggebend für die Auswahl angab. Erneut zeigt sich die Studiendauer von Bedeutung: Für Studierende höherer Fachsemester war sowohl das Interesse an der Universität wie auch am Hochschulort von geringerer Bedeutung für die Wahl des Hochschulstandortes Jena. Wer sich über Rankings oder über Freunde und Bekannte informiert hatte, war in der Folge auch stärker motiviert, auf Grund von Standort und Universität ein Studium in Jena aufzunehmen. Ob es sich beim studierten Fach um ein Numerus clausus-Fach handelt und inwieweit noch alternative Zulassungen bestanden, ist in diesem Zusammenhang nicht von Bedeutung.

So merkwürdig diese Befunde zunächst scheinen mögen, so leicht lassen sie sich beim Blick auf die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Eingangsmerkmalen ganz links im Modell erklären. So hatten Studierende aus höheren Fachsemestern in der Regel keine alternative Zulassung, und sie studierten wesentlich häufiger ein NC-Fach als Studierende geringerer Fachsemester. Man könnte also sagen, dass die Studierenden aus Westdeutschland, die schon vor einiger Zeit nach Jena gekommen sind, mehr oder minder zwangsweise, oder sagen wir aus Mangel an Alternativen, in Jena gelandet sind. Umgekehrt gilt, dass die Studierenden aus jüngeren Semestern durchaus auch für nicht-zulassungsbeschränkte Fächer nach Jena gekommen sind.

## **8.5 Wahlmotivation und Zufriedenheit: Ansatzpunkte und Strategien für ein künftiges Hochschulmarketing**

Zusammengenommen scheint es, als würden westdeutsche Studierende sich zunehmend intensiv über ihre Hochschulwahl informieren, zumindest spricht der gefundene Zusammenhang zwischen Fachsemester und Wahlmotivation dafür. „Osten“ passiert nicht mehr als Unfall, sondern eher gespeist von einem Interesse an Hochschule und/oder Standort. Ein solch intensives Interesse entsteht einerseits über Rankings und andererseits über Informationen von anderen Personen. Über die dritte wichtige Informationsquelle, also Recherchen im Internet oder in Verzeichnissen, ist indirekt auch etwas gesagt.

Wer nämlich nicht über Rankings oder Dritte mit Jena in Kontakt kam, für den war es der Weg über diese Medien, hier in erster Linie über das Internet. Bei aller Vorsicht zeigt sich, dass Jena in dieser Gruppe als Studienort eher eine Zufallsentscheidung war, jedenfalls geben diese Studierenden seltener an, dass spezielle Bedingungen an der Universität oder in der Stadt sie zu einem Studium in Jena überzeugt haben.

Die folgende Abbildung zeigt die Mittelwerte in Zufriedenheit und Wahlmotivation für die unterschiedlichen Gruppen des Erstkontakts mit Jena auf (vgl. Abbildung 57) Drei Gruppen wurden zusammengefasst. Die größte Gruppe mit 56,1% besteht aus Studierenden, die von Jena zum ersten Mal über das Internet oder über Verzeichnisse, etwa den Studienführer der Bundesagentur für Arbeit, gehört haben. Die zweite Gruppe umfasst Studierende, die ihren ersten Kontakt explizit auf Rankings zurückführen (12,6%). In der letzten Gruppe finden sich junge Leute, die über Verwandte, Freunde oder Lehrer, also über Dritte, von Jena hörten. Diese Kontakte aus erster Hand machen mit 31,4% etwa ein Drittel der Stichprobe aus.

Die Sterne über den Balken im Diagramm geben an, welche der Balken sich signifikant unterscheiden. Demnach sind diejenigen, die den Kontakt zur Universität via Internet und Verzeichnissen herstellten, am wenigsten zufrieden mit dem Umfeld und berichten am seltensten, dass Besonderheiten der Universität und der Stadt sie für ein Studium in Jena überzeugten. Keine Unterschiede zwischen den drei Gruppen ergaben sich lediglich in der Studienzufriedenheit.

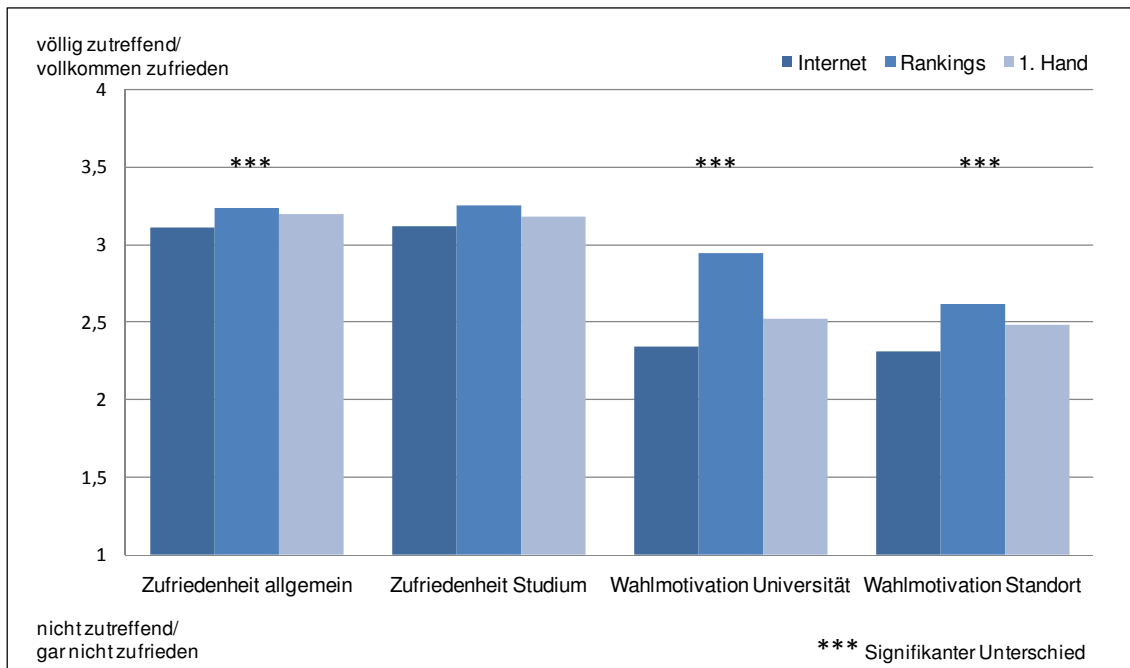


Abbildung 57: Zufriedenheit und Wahlmotivation für die unterschiedlichen Gruppen des Erstkontakts (Mittelwerte)



Was sagen uns die Befunde im Hinblick auf das Hochschulmarketing der Universität Jena? Zunächst einmal sagen sie, dass die befragten Studierenden aus den Altbundesländern zu einem großen Teil sehr positiv von ihrer Universität denken. Dies werden sie ihren ehemaligen Klassenkameraden oder jüngeren Geschwistern ebenso wenig verheimlichen, wie sie ihren Eltern gegenüber den Eindruck erwecken werden, dass sie in Jena womöglich unglücklich seien. Insbesondere solche Studierende fungieren als Botschafter ihrer Universität, die sich in Jena ganz besonders wohl fühlen und ihr Studium mit Bedacht ausgewählt haben.

Eine künftige Strategie sollte demnach im Grunde weiterführen, was bereits begonnen wurde: Einerseits ist der Ausbau des Studienstandortes Jena zum ‚Studentenparadies‘ fortzusetzen. Hierunter fallen alle Maßnahmen, die im Stande sind, die Zufriedenheit der Studierenden mit ihrem Studienprogramm ebenso wie mit dem Standort weiter zu erhöhen. Dazu gehören Bemühungen um gute Studienbedingungen ebenso wie Verbesserungen des Radwegenetzes. Zufriedene Studierende erzählen anderen von ihren Erfahrungen in Jena und werden so wieder zu persönlichen Kontakten, die weiteren Studieninteressierten ihre Hochschule und den Studienort empfehlen. Der zweite Weg, um zusätzliche Studierende aus den Altbundesländern für ein Studium an der Friedrich-Schiller-Universität zu gewinnen, sind gute Ergebnisse in den Hochschulrankings. Schon in den vergangenen Jahren wurden an der Universität Jena Rankings mit großer Aufmerksamkeit verfolgt, mit sichtbaren Verbesserungen in sehr vielen Fächern. Eine sorgfältige Analyse noch nicht optimaler Bedingungen, vor allem und zuvorderst im Dialog mit den Studierenden, wird ebenso dazugehören wie ein Bekanntmachen der Leistungen der Universität. Drittens geht es um die Bereitstellung von Materialien, insbesondere im Bereich des Internets, die das Interesse an einem Studium in Jena zu wecken vermögen und die Friedrich-Schiller-Universität ins Zentrum der Aufmerksamkeit rücken. Selbst wenn es so zu sein scheint, dass allgemeine Internetrecherchen über Suchmaschinen und Internetportale nicht unbedingt die informiertesten Studierenden nach Jena bringen, haben diese Medien einen großen Einfluss auf deren Hochschulwahl. Selbst ihre Zufriedenheit ist so groß, dass auch sie als Botschafter der Universität ihrerseits weitere Studierende für Jena gewinnen können.

## 9 Ergebnisse und Empfehlungen

### 9.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Wodurch zeichnen sich die Studierenden aus, die aus den westlichen Bundesländern zum Studium nach Jena kommen?

- Sie stammen aus der gesamten Bundesrepublik, regionale Muster der Herkunftsorte (wie eine Konzentration auf an Thüringen angrenzende Landkreise) sind nicht zu erkennen.
- Sie kommen überdurchschnittlich häufig aus Akademikerhaushalten: In 82% der Fälle hat ein Elternteil einen universitären Abschluss, der Bundesschnitt liegt bei etwa 50%.
- Ihre Eltern arbeiten als Angestellte, Selbständige und Beamte, Arbeiterkinder sind in der Stichprobe mit knapp 10% im Vergleich zum Bundesschnitt (19%) unterrepräsentiert.
- Unter den Studierenden aus den Altbundesländern ist ein hoher Anteil Studienanfänger: 27% der Studierenden sind im ersten Semester. Dies stimmt überein mit der jüngeren Entwicklung, wonach der Anteil der westdeutschen Studienanfänger auf 20% aller Erstsemester im grundständigen Studium zugenommen hat.
- Etwa 20% der Studierenden haben eine Bindung zu Jena über Freunde, Bekannte oder Verwandte, die ebenfalls in Jena studieren oder studiert haben.

Wie sind die Studierenden auf Jena aufmerksam geworden? Fast die Hälfte der Studierenden aus Westdeutschland (46%) hat erstmals von Jena über das Internet erfahren, ein Drittel über persönliche Kontakte und Empfehlungen (31%). Der erste Besuch in Jena erfolgte etwa ein bis zwei Monate vor Studienbeginn, oftmals in Begleitung von Eltern und Freunden. Gründe für den relativ späten Besuch sind zum einen in der recht kurzfristigen Bekanntgabe der Studienzulassung zu sehen. Zum anderen scheinen die Studierenden sehr gut informiert, sie nutzten die ihnen zur Verfügung stehenden Mittel, um aus der Ferne Informationen über die gewünschte Hochschule und den zukünftigen Studienort zu erhalten. Informationen über den Internetauftritt der Universität ([www.uni-jena.de](http://www.uni-jena.de)) haben 77% der Befragten genutzt und als sehr wichtig für ihre Hochschulwahlentscheidung angesehen. Die Seiten der Stadt Jena ([www.jena.de](http://www.jena.de)) haben für erste Informationen ca. 54% der Befragten besucht.

Die westdeutschen Studierenden können als äußerst mobile Gruppe eingestuft werden, sie benötigen nicht unbedingt die räumliche Nähe zum Elternhaus. Im Gegenteil: Etwa ein Drittel der Studierenden (32%) hätte durchaus die Möglichkeit gehabt, in direkter Nähe des Heimatortes ein Studium aufzunehmen, die übrigen hatten ebenfalls näher am Heimatort Möglichkeiten für ein Hochschulstudium vorgefunden. Ca. 37% der Befragten ziehen es vor, bewusst nicht in Nähe des Heimatortes zu studieren.

Dieser Punkt rangiert in der Liste aller Hochschulwahlgründe ‚pro Jena‘ auf Platz 2. Der wichtigste Grund jedoch, warum die Studierenden sich für Jena bzw. für ein Studium im Osten entschieden haben, ist die Studiengebührenfreiheit.

Allerdings lassen sich zwischen den einzelnen Fachgruppen durchaus Unterschiede feststellen, was die Hauptmotive der Hochschulwahlentscheidung angeht. Während Studierende aus den Fachgruppen Medizin, Physik, Psychologie, Rechtswissenschaften eher auf eine gute Beurteilung ihres Studienfachs in einem Ranking und den guten Ruf der Hochschule achten, bevorzugen Studierende der Geisteswissenschaften (Soziologie, Germanistik, Kunstgeschichte und Politikwissenschaft) ein günstiges Studium ohne Studiengebühren und haben sich daher für Jena entschieden. Dagegen sind für Studierende der Betriebswissenschaften die gute Betreuung an einer kleineren Universität und die Atmosphäre der Studentenstadt die Hauptargumente für ein Studium in Jena statt an einer unpersönlichen Massenuniversität. Ein wichtiger Motivgrund für Ernährungswissenschaftler war vor allem die Exklusivität ihres Studiengangs.

Die Studierenden aus den Altbundesländern insgesamt schätzen in Jena vor allem die Atmosphäre des Hochschulorts. Mehr als zwei Drittel haben sich aufgrund der überschaubaren Verhältnisse an der Universität und im Stadtbereich, des für Studentenstädte typischen Angebotes und der Integration der Universität ins Stadtgefüge für die Friedrich-Schiller-Universität entschieden.

Mit den allgemeinen Lebens- und Studienbedingungen in Jena sind die Befragten weitgehend zufrieden. Zudem gibt es einen starken Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit im Studium und der allgemeinen Zufriedenheit: Je zufriedener die Studierenden mit ihrem Studienfach und den Studienbedingungen an der Universität sind, desto wohler fühlen sie sich in ihrem Lebensumfeld und umgekehrt. Je höher Zufriedenheit mit Fach und Umfeld, desto eher sprechen die Befragten eine Empfehlung für ihr Fach, die Universität und den Studienort aus. Über 90% der Studierenden können ein Studium in Jena empfehlen, über zwei Drittel (68,4%) der Befragten würden sowohl ihr Fach als auch die Universität sowie den Studienort Jena weiterempfehlen. Allgemein kann dabei gesagt werden: Studierende, die sich intensiv mit ihrem Wahl-Studienort beschäftigt haben und Informationen aus erster Hand und über Empfehlungen sowie Rankings zu Rate gezogen haben, sind zufriedener als Studierende, die sich vorwiegend über Internetrecherchen Informationen eingeholt haben. Und wer die Friedrich-Schiller-Universität aus Gründen wählt, die mit der Qualität des Studienangebots zu tun haben, ist umso mehr bereit, anderen ein Studium in Jena nahezu legen. Kritische Äußerungen von Freunden und Verwandten zur Studienortwahl ‚Osten‘ sowie das Sicherheitsempfinden bzgl. Rechtsradikalismus und Fremdenfeindlichkeit dagegen dämpfen die Empfehlungsbereitschaft der Studierenden. Wer sich in seiner Studienort- und Hochschulwahl akzeptiert und sich in Jena sicher fühlt, ist eher bereit, ein Studium in der Saalestadt zu empfehlen.

Neben der allgemeinen Zufriedenheit mit den Studien- und Lebensbedingungen am Studienort wurden die Studierenden auch nach der Zufriedenheit mit ihrer Fachwahl gefragt. Argumente gegen eine Wiederempfehlung des Studienfachs sind aus Sicht der Studierenden, neben fach- und leistungsbezogenen Problemen der Studierenden selbst, der mangelnde Praxisbezug in der universitären Ausbildung sowie eine mangelnde Qualität der Lehre. Sie sind mit den Studieninhalten unzufrieden und wünschen sich eine bessere Betreuung durch motivierte Dozenten sowie bessere Studienbedingungen in weniger überfüllten Veranstaltungen.

Als Gründe, die gegen eine Wiederwahl der Stadt Jena als Studienort sprechen, gaben die Studierenden an: Jena sei ihnen zu klein, zu provinziell und biete ihnen zu wenig Angebote. Sie würden, könnten sie nochmals eine Entscheidung für einen Hochschulort treffen, eine größere Stadt bevorzugen. Auch mit der ‚Mentalität der Menschen vor Ort‘ kommen einige Studierende den eigenen Worten nach nicht zurecht. Aus ihrer Sicht spricht das gegen eine Empfehlung der Stadt als Studienort. Allerdings sind diese Argumente in Abhängigkeit von der Studiendauer zu sehen. Wiewohl die Studierenden höherer Fachsemester insgesamt zufriedener sind als die Neuankömmlinge, gibt es natürlich auch unter ihnen unzufriedene Studenten. Sie bemängeln vor allem die kleine Stadt und die Mentalität der Menschen.

Auf den Wunsch, in Jena zu studieren, haben die befragten Studierenden aus ihrem direkten Umfeld überwiegend positive Resonanz bekommen: 87% der Eltern und Freunde fanden die Entscheidung gut. Ein Studium im Osten wird jedoch hauptsächlich mit ‚Mut‘ (71%) assoziiert oder ruft ‚positives Erstaunen‘ hervor (33%), obwohl es wenig Vorurteile in den Familien gibt und auch die Angst vor Fremdenfeindlichkeit und Rechtsradikalismus unbegründet scheint. Die Familien und Freunde hatten vor allem Bedenken wegen vermeintlicher Mentalitätsunterschiede zwischen Ost und West (40%). Hartnäckig hält sich auch die Wahrnehmung, dass es im Osten einen ‚grässlichen Dialekt‘ gäbe (62%). Unwissenheit über die östlichen Bundesländer an sich, eine allgemeine Unkenntnis über die geographische Lage der Stadt und deren spezielle städtebauliche Situation sind in 40% der Fälle bei Freunden und Familien der Befragten zu festzustellen.

Die Friedrich-Schiller-Universität wird von den Studierenden als eine zukunftsorientierte, innovative, kreative Hochschule wahrgenommen. Das Image der Universität Jena ist eher europäisch, multikulturell und international, als das einer provinziellen, regionalen Uni mit ostdeutschem Charme. Die überschaubaren, gemütlichen und ruhigen Verhältnisse an der Universität sind nach Ansicht der Befragten kommunikationsfördernd und ermöglichen vielfältige, persönliche Kontakte.

Die Stadt Jena beurteilen die Studierenden aus den Altbundesländern als sauber, saniert und farbenfroh. Insgesamt erscheint sie den Studierenden als eine gemütliche Stadt, allerdings nicht ganz preisgünstig<sup>5</sup> und etwas abgelegen. Auch sie wird als weltoffen eingeschätzt, geprägt von einer innovativen, kreativen und zukunftsorientierten Atmosphäre. In einigen Punkten kann sich die Stadt im Vergleich zur Universität jedoch nicht so stark positionieren und wird eher unentschlossen beurteilt: weder provinziell noch multikulturell, weder ostdeutsch noch europäisch, weder modern noch traditionell, weder regional noch international.

Die Eltern spielten bei der Wahl der Hochschule nur eine untergeordnete Rolle: 77% der Studierenden gaben an, dass ihre Eltern keinen Einfluss auf die Entscheidung hatten. Großen Einfluss auf die Hochschulwahl dagegen hat für die Studierenden die gute Beurteilung ihres Studienfachs an der gewünschten Hochschule in einem Ranking: 41% der Befragten haben sich an diversen Hochschulranglisten orientiert. Am bekanntesten ist das Ranking des Centrums für Hochschulentwicklung (CHE) mit einem Nutzungsgrad von 75%. Wichtig erscheint in diesem Zusammenhang, dass fast 13% der befragten westdeutschen Studierenden das erste Mal über Rankings von der Universität und der Hochschulstadt Jena erfahren haben.

Unter den alternativen Wunschhochschulen kann man, neben ostdeutschen Hochschulen, grob zwei Gruppen nennen, mit denen die Friedrich-Schiller-Universität konkurriert. Das sind zum einen Hochschulen in Großstädten, vorneweg Berlin, Hamburg und München. Zum anderen muss sich die Friedrich-Schiller-Universität mit klassischen, traditionellen Hochschulstädten wie beispielsweise Heidelberg, Tübingen, Freiburg, Göttingen oder Marburg messen.

---

<sup>5</sup> Allerdings ist die Frage nach preiswert oder teuer eine des Vergleichs: Nach der jüngsten Statistik ([www.unicum.de](http://www.unicum.de)) ist Jena auf Rang 11 einer der günstigsten Hochschulstandorte überhaupt. Während die vom Unicum-Verlag ermittelten monatlichen Lebenshaltungskosten in Jena bei 679,25 € liegen (Thüringen: 676,33 €), muss ein Studierender in Marburg (772,54 €) oder Hamburg (874,71 €) fast 100-200 € pro Monat mehr für das tägliche Leben aufwenden ([www.unicum.de](http://www.unicum.de) 2009a, 2009b).

## 9.2 Empfehlungen

### Fokussierung auf Studienanfänger

Die Universität und die Stadt Jena bieten *für Studienanfänger ideale Bedingungen* auf eigenen Füßen zu stehen, in der überschaubaren, gemütlichen Atmosphäre einer historisch gewachsenen Hochschulstadt. Die von höheren Semestern und Studienwechslern bemängelten kleinstädtischen Strukturen werten Studienanfänger eher positiv. Eine Fokussierung auf diese Zielgruppe wäre daher vorteilhaft, da sich die universitären und stadtstrukturellen Verhältnisse am besten mit den Bedürfnissen von Studierenden niedriger Semester decken. Ein Großteil der Befragten schätzt zudem die überschaubaren Verhältnisse, die räumlich enge Verknüpfung von Stadt und Universität und die städtebauliche Lage der universitären Gebäude im Stadtgebiet: *Die Universität ist die Stadt und die Stadt die Universität*. Das zeichnet Jena gegenüber anderen Hochschulstandorten aus und kann durchaus als Potential für Marketingaktivitäten gesehen werden.

Die Universität und Stadt Jena konkurrieren vor allem mit *klassischen, traditionellen Universitätsstädten im Westen*: Heidelberg, Tübingen, Freiburg und Göttingen. Diese Städte haben eine mit Jena vergleichbare Altstadtstruktur und vermitteln diese von Studierenden als angenehm und heimelig empfundene Atmosphäre einer ‚typischen Studentenstadt‘. Dennoch besitzt der Hochschulstandort Jena ein besonderes Alleinstellungsmerkmal: Jena ist nämlich eine der wenigen *klassischen Studienstädte ohne Studiengebühren*. Zwar haben westdeutsche Hochschulstädte nach wie vor eine hohe Attraktivität. Um das ‚bedrückend gute Image der Hochschulen in den alten Bundesländern‘ (Krawietz 2007:23) zu brechen, sollte das Hochschul- und Stadtmarketing auf spezielle Vorzüge der Friedrich-Schiller-Universität bzw. der Stadt Jena hinweisen. Frei nach dem Motto: das Tübingen des Ostens - genauso gemütlich, aber viel günstiger.

Wie sich gezeigt hat, sind die an der Universität Jena studierenden Westdeutschen ‚mutig‘ genug, ein Studium im Osten zu wagen. Heimatferne ist für sie kein Argument, ihr Wunsch ist es vielmehr, nicht in direkter Nähe des Heimatorts zu studieren. Heimatferne muss jedoch nicht nur die geographische Komponente enthalten, sondern kann auch definiert werden als ‚kulturell-mentale‘ Ferne (Krawietz 2007: 23). Diese zeigt sich vor allem bei den Reaktionen von Eltern und Freunden der befragten Studierenden auf die Entscheidung, ein Studium in den östlichen Bundesländern in Erwägung zu ziehen. Ziel müsste es demnach sein, bestehende Denkmuster und Vorurteile, beispielsweise dass Städte in den neuen Ländern unattraktiv seien, abzubauen. Ein erfolgreiches Stadt- und Regionalmarketing kann und sollte hier ansetzen.

### **Einsatz von Medien zur Studentenakquise**

In den neuen Bundesländern ist bereits spürbar, dass nach der deutsch-deutschen Vereinigung weit weniger Kinder geboren wurden als zuvor. So hat sich die Zahl der aus Thüringen stammenden Studierenden im ersten Hochschulsemester schon im Wintersemester 2008/09 auf 41% verringert und wird - ebenso wie die Nachfrage aus den anderen neuen Ländern - weiter nachlassen. Bislang konnte die Universität Jena ihre Studierendenzahl halten. Damit dies auch weiterhin so bleibt, müssen mehr junge Leute aus den Altbundesländern den Weg nach Jena finden. Aus den Ergebnissen der vorliegenden Studie lassen sich Überlegungen in Sachen *Marketing und Studierenden-Akquise* ableiten. Wenn die künftigen Studierenden aus Hessen, Bayern oder Bremen nicht aus erster Hand, über Freunde oder Verwandte erstmals von Jena erfahren, und das betrifft knapp 70%, sind sie entweder auf ein zufälliges Zusammentreffen in Form beispielsweise von Fernsehreportagen oder Zeitungsberichten angewiesen, oder sie bekommen Materialien in die Hand, die direkt und indirekt von Universität und Stadt stammen. ‚Meister Zufall‘ ist selten, schon weil die Berichterstattung über den Osten nach wie vor von Problemlagen wie Übergriffe auf Ausländer geprägt ist, von denen Jena zwar dank einer breiten bürgerlichen Mehrheit weitgehend verschont ist, die aber nichts desto trotz das Bild vieler Menschen in den Altbundesländern prägen, wie ja nicht zuletzt auch im Abschnitt ‚Image der Hochschulregion Jena und der östlichen Bundesländer‘ zu sehen war. Entsprechend berichten auch nur sehr wenige der Befragten, dass sie über das Fernsehen oder Printmedien auf Jena aufmerksam wurden. Eine untergeordnete Rolle für den Erstkontakt spielen auch Bildungsmessen sowie Angebote vor Ort, etwa das Schnupperstudium oder der Hochschulinformationstag.

Studieninteressenten mit überregionaler Herkunft, ob aus direkt benachbarten Bundesländern oder von weiter her, beziehen ihre *Informationen beim Erstkontakt* mit Stadt und Hochschule in erster Linie aus gedrucktem Material oder dem Internet. Dabei handelt es sich um dreierlei:

1. um Verzeichnisse allgemeiner Art, in denen Studienangebote und Hochschulorte aufgelistet sind. Dazu zählt der *Studienführer* der Arbeitsagentur ebenso wie beispielsweise der Hochschulkompass der Hochschulrektorenkonferenz oder das ZVS-Info.
2. um schriftlich oder elektronisch aufbereitete *Ranking-Ergebnisse*, wie beispielsweise das jährlich erscheinende Heft des ZEIT-Verlags und
3. um nicht näher spezifizierbare *Informationen aus dem Internet*, darunter einzig explizit benannt die Seiten der Universität selbst.

Die diversen Verzeichnisse nehmen alle Hochschulen und deren Angebote auf. Neben einer regelmäßigen Aktualisierung bedarf es hier keiner weiteren Maßnahmen. Anders steht es bei den oben genannten Punkten 2 und 3, also den Ranking-Ergebnissen und den im Internet verfügbaren Informationen.

Die Ergebnisse der Studierendenbefragung geben auch konkrete Hinweise für ein *zielgruppenorientiertes Hochschulmarketing*. Studierende einzelner Fächergruppen bzw. Fakultäten zeigen ein unterschiedliches Informationsverhalten. Geistes- und Sozialwissenschaftler informieren sich eher breit und nutzen bis zu sechs Informationsquellen für ihre Entscheidung, in Jena zu studieren. Der Bekanntheitsgrad der Kampagne ‚Studentenparadies‘ ist in diesen Fakultäten höher als in den naturwissenschaftlichen. Hier kannte man die Kampagne schon vor Aufnahme des Studiums. Zudem legen diese Studierenden besonderen Wert auf das Umfeld am Studienort, auf die überschaubaren Verhältnisse von Stadt und Universität sowie die studentenfreundliche Atmosphäre am Studienort.

Naturwissenschaftler dagegen treffen ihre Entscheidung ‚Pro Jena‘ eher über fachspezifische Informationen. Sie lassen sich zudem überdurchschnittlich häufig von den Eltern beraten, und im Fall der Fächer Physik und Medizin spielen darüber hinaus Rankings eine außerordentlich wichtige Rolle. Die Informationssuche über das Internet ist zwar auch für die Naturwissenschaften von Bedeutung, steht jedoch lange nicht so im Vordergrund, wie dies bei den übrigen Studieninteressenten der Fall ist.

Zusammenfassend lässt sich sagen: Ein *auf Naturwissenschaftler zugeschnittenes Studienplatzmarketing* sollte eher den Fokus auf Rankings und fundierte Information zu den Inhalten des Studiums legen, wobei auch die Eltern als erweiterte Zielgruppe durchaus in Betracht kommen. Dabei sollten alle Informationskanäle genutzt werden, im Fokus stehen aber insbesondere Informationsangebote über Institute, Lehrstühle und Dozenten oder die Fachschaften. Eine Ausnahme stellt dabei das Fach Medizin dar. Hier sind sämtliche Materialien aus der Fakultät selbst ohne Belang für die künftigen Studierenden, möglicherweise der starken Standardisierung des Studiums wegen.

Bevor allerdings Geld für die Verbesserung der Informationsmaterialien naturwissenschaftlicher Studiengänge ausgegeben wird, sollte bedacht werden, dass in anderen Bundesländern in Fächern wie Physik, Chemie oder Mathematik kein Zulassungsdruck herrscht. Vielmehr besteht in den Naturwissenschaften mit Ausnahme der zentral vergebenen Fächer und der Biologie ein Überangebot an Plätzen und damit ein geringerer ‚Mobilitätsdruck‘. Entsprechend gering sind in diesen Fakultäten an der FSU auch die Anteile westdeutscher Studierender. Besteht das Ziel darin, Studierendenzahlen an der Universität Jena zu halten und Mittel für ein Hochschulmarketing möglichst effizient zu anzulegen, sollten Werbeanstrengungen vor allem auf die Sozial- und Geisteswissenschaften zugeschnitten sein. Ein hoher Mobilitätsdruck sorgt hier für ‚Umzugswillige‘, und ein oftmals unklares Ausbildungs- und Beschäftigungsprofil (viele unterschiedlich zugeschnittene Studiengänge werden angeboten und es ist zumeist nicht von vornherein klar, wie die weitere Karriereplanung ausfallen könnte) ergibt zudem die Notwendigkeit, sich mit ausführlichen Informationen zu versorgen.



Ein auf die Zielgruppe der Geistes- und Sozialwissenschaften ausgerichtetes Studentenmarketing muss Informationen über mehrere Kanäle streuen. Die künftigen Studierenden der betreffenden Fächer zapfen eine Reihe von Quellen an, wobei das Internet ganz besonders im Vordergrund steht. So spielen die Seiten der Universität, der Stadt, der Studentenparadieskampagne bei dieser Fächergruppe eine noch wichtigere Rolle als bei den Naturwissenschaftlern, aber auch die Information über Freunde und Netzwerke wie StudiVZ wurde von den Befragten der Geistes- und Sozialwissenschaftlichen Fächern häufiger genutzt. Inhaltliche Argumente dafür, ein Studium in Jena aufzunehmen, sollten nicht nur auf Alleinstellungsmerkmale des gewünschten Fachs, sondern auch die des zukünftigen Studienorts hinweisen, also positive Eigenschaften sowohl der Studien- als auch Lebensbedingungen in Jena herausstellen, weil Informationen über Land und Leute in Jena für Studierende der Geistes- und Sozialwissenschaften bedeutsamer erscheinen als für naturwissenschaftlich orientierte Studierende.

### **Die Rolle von Rankings**

Über Hochschulrankings mag man denken was man will. Viele Fachvertreter finden sie zu grob, die Kategorien unpassend, oder gar insbesondere für geisteswissenschaftliche Studiengänge überhaupt nicht brauchbar. Trotzdem stellen sie für die künftigen Studierenden ein *exzellentes Instrument* dar, die *Verhältnisse an verschiedenen Hochschulen miteinander zu vergleichen*, und sind dadurch, dass ihre Schwächen an allen Standorten in derselben Weise zum Tragen kommen, dafür auch geeignet. Und sie werden genutzt, wie man an der vorliegenden Befragung gut erkennen kann. Nicht nur, dass knapp 13% der befragten Studierenden explizit angeben, der erste Kontakt zur Universität Jena sei über ein Ranking zustande gekommen und in einer offenen Frage nach Nutzung und Wichtigkeit weiterer Informationsquellen über die Universität ganze 37% berichteten, ein Ranking habe zu ihrem Informationsstand beigetragen. Darüber hinaus geben 55% der jungen Männer und Frauen an, sie hätten die Friedrich-Schiller-Universität aufgrund guter Ergebnisse in einem Ranking gewählt. Daraus lässt sich nur eines schließen, nämlich, dass *Rankings mittlerweile zu einem zentralen Instrument der Wahl einer Hochschule geworden sind* und dass sie deswegen die größte Aufmerksamkeit verdienen.

Die Ergebnisse von Rankings sind zwar nicht notwendigerweise Gesetz. Ganz sicher gibt es Fachkulturen der Beantwortung, und ebenso sicher gibt es Fächer, die es in einer Beurteilung leichter haben, weil sie beispielsweise weniger strenge Leistungskriterien anlegen als andere, was einen Vergleich der Werte zwischen Fächern oder Fächergruppen ausgesprochen schwierig macht. Auch beim Vergleich der Studienorte innerhalb eines Faches spielen Randbedingungen eine Rolle dafür, wie die Einschätzungen ausfallen. So ist die Größe des betreffenden Fachbereichs bedeutsam: Kleinere haben es leichter, eine gute Betreuung der Studierenden zu gewährleisten, auch dann, wenn die größeren natürlich mehr Personal vorhalten, geht es dort unpersönlicher zu.

Auch ist die Standortlage der Hochschule nicht unwichtig: Fächer an Hochschulen mit einer starken industriellen Infrastruktur in Stadt und Umland haben weniger Schwierigkeiten, eine stattliche Drittmittelinwerbung pro Hochschullehrer vorzuweisen. Bei Standorten ähnlicher Größenordnung und Lage jedoch ist eine Vergleichbarkeit gegeben – und trotzdem unterscheidet sich die Einschätzung der Studierenden, ein Ausweis unterschiedlicher Stärken und Schwächen der jeweiligen Standorte. Deshalb lohnt sich eine genaue Analyse. Wer nachhaltig die Studienzufriedenheit erhöhen will, kann dies nur tun, wenn genaue *Informationen darüber vorliegen, wo den Studierenden der Schuh drückt*. Rankings liefern dafür sehr gute Grundlagen. Gleichzeitig lassen sie eine Beurteilung zu, inwieweit es gelungen ist, die angemahnten Mängel in den Griff zu bekommen, denn sie werden in einem regelmäßigen Turnus wiederholt.

### **Verbesserung der Studienzufriedenheit – was ist zu tun?**

Nur 3,4 % der befragten Studierenden waren auf ganzer Linie mit ihrem Studium und dem Studienstandort unzufrieden. Sie gaben an, Fach und Ort nicht wieder wählen zu wollen und auch keine Empfehlung für die Universität aussprechen zu können. Umgekehrt waren 68,4% der Studierenden rundum zufrieden mit Fach und Ort und würden die Universität jederzeit empfehlen. Darauf kann man sich jedoch nicht ausruhen. Selbst wenn die 3,4% Unzufriedenen wenige sind und man sogar die Erwartung hegen mag, dass sie an jedem anderen Ort ebenso unglücklich wären, es bleiben noch die 28,2%, die in einem oder sogar in zwei der drei Aspekte unzufrieden waren. So gaben 16% der Befragten an, den Studiengang nicht wieder wählen zu wollen, 8,9% waren unzufrieden mit der Stadt und 18,2% konnten infolge dessen ein Studium in Jena nicht empfehlen. Demnach gibt es *zwei Schwachpunkte*, an denen Verbesserungen nötig sind, *nämlich das Studium selbst und die Angebote rund um das Studium*. Die Befragung gibt hierzu konkrete Hinweise.

Die Zufriedenheit mit den Studien- und Lebensbedingungen unter den Studierenden ist groß, dennoch mischen sich kritische Töne in das Urteil. Was die Universität betrifft, scheint es *Handlungsbedarf in einigen Studienfächern* zu geben. Negativ beurteilt werden von einigen Studierenden die mangelhafte und unpersönliche Betreuung sowie langweilige Lehrveranstaltungen durch unmotivierte Dozenten. Hier kann die Universität sicherlich ansetzen, um die Zufriedenheit unter den Studierenden weiter zu erhöhen. Die Ausstattung der Universität, Beratungsleistungen und sonstige Services werden von den Studierenden dagegen als zufriedenstellend bewertet. Dies steht in Übereinstimmung mit den Befunden des HIS-Studienqualitätsmonitors 2008, wonach die Friedrich-Schiller-Universität hervorragende Ergebnisse erzielte und sowohl im Hinblick auf Betreuung und Beratung als auch Ausstattung und Lehre weitaus besser als sämtliche Hochschulen vergleichbarer Größe der Altbundesländer abschnitt (Heine 2008c). Der Bekanntheits- und Nutzungsgrad einiger Dienstleistungen an der Friedrich-Schiller-Universität, wie die hier vorliegenden Ergebnisse der Studierendenbefragung im WS 2008/09 zeigen, kann ganz gewiss erhöht werden.

Die Attraktivität von Hochschulstandorten im Osten hängt davon ab, inwieweit gezielt Angebote vorgehalten werden, die über das reine Studienangebot hinausgehen. Hinsichtlich der *Zufriedenheit mit der städtischen Infrastruktur* bemängelt ein Drittel der Befragten das Angebot des Einzelhandels, zwei Drittel die Arbeitsmöglichkeiten für Studierende in Jena. Hier gibt es von städtischer Seite sicherlich Ansatzpunkte, gemeinsam mit den Unternehmen vor Ort, Verbesserungsmöglichkeiten zu schaffen. Das Fahrradwegesystem und die Parkplatzsituation bekommen von den Studierenden die schlechtesten Noten aller abgefragten städtischen Infrastrukturaspekte. Auch in einer Studie in den 90er Jahren wurden diese beiden Punkte von den damaligen Studierenden schlecht bewertet. Generell ist zu empfehlen, in Zusammenarbeit mit der Universität und diversen anderen städtischen Akteuren, ein zukunftsfähiges und modernes innerstädtisches Verkehrskonzept zu erstellen. Gute Lösungen sind dabei in anderen Hochschulstädten zu finden, die den unterschiedlichen Belangen der Bevölkerung an die Verkehrsinfrastruktur besser gerecht werden. Beispielsweise setzt die Stadt Freiburg seit Anfang der 1980er Jahre auf eine stadt-, umwelt- und verkehrsschonende Verkehrspolitik und ist in Fachkreisen für ihr innovatives Verkehrskonzept bekannt.

Die Zufriedenheit mit den Studien- als auch Lebensbedingungen, also der persönliche ‚*Wohlfühlfaktor*‘, ist das zentrale Motiv für ein Studium in Jena: Die Entscheidung für die Universität und die Stadt Jena fällt, weil sich die Studierenden hier wohl fühlen. Aus diesem Grund empfehlen sie auch anderen Studieninteressierten ihr Fach, ihre Hochschule und die Stadt für ein Studium. Gerade im Hinblick auf die zukünftige demographische Entwicklung in Thüringen und die Anwerbung von Studierenden aus den westlichen Bundesländern ist es Aufgabe sowohl der Universität als auch der Stadt, alle Anstrengungen zu unternehmen, die Attraktivität von Universität und Stadt zu steigern. Die Universität ist mit ca. 6.000 Mitarbeitern der größte Arbeitgeber in Jena und hat dementsprechend Einfluss auf die städtische Ökonomie. Sollten die Studierendenzahlen zurückgehen, sind auch negative Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation der Stadt Jena und der gesamten Region zu erwarten. Nach einer aktuellen Studie zu den Nachfrageeffekten der Hochschulen in Jena ging von den Hochschulen in Jena im Jahr 2006 eine regionale Gesamtnachfrage nach Gütern und Dienstleistungen von knapp 333 Mio. € aus. Der Stadt Jena flossen dabei 131 Mio. € alleine durch die studentische Nachfrage zu (Krähmer 2009: 4).

Konkrete Maßnahmen, die die Zufriedenheit der Studierenden mit ihrer Universität und ihrer Stadt erhöhen helfen, sind in mehrfacher Hinsicht nützlich. Zum einen tragen sie dazu bei, dass der Begriff ‚*Studentenparadies*‘ nicht nur für eine Marketingstrategie, sondern für einen Inhalt steht, der den Namen verdient. Zufriedene Studierende, so wissen wir weiter, bringen Geld in die Region, weil sie nicht nach einem Semester wieder gehen, sondern Waren und Leistungen für mehrere Jahre in Anspruch nehmen. Außerdem fungieren sie als Botschafter ihrer Hochschule. Sie empfehlen sie weiter.

Bereits die 705 befragten Studierenden sind zu einer großen Zahl deshalb nach Jena gekommen, weil sie Gutes von Stadt und Universität gehört haben. Je mehr Studierende solche Informationen in ihre Herkunftsorte, an Freunde und Geschwister, ehemalige Lehrer wie Klassenkameraden weitertragen, umso weniger Sorgen muss sich die Universität machen, dass die sinkenden Jahrgangsstärken in den neuen Bundesländern zu Einschnitten in der Nachfrage führen werden.

### **Internet – noch mehr Sorgfalt erforderlich**

Wenn auch zufriedene Studierende ihre eigene Dynamik entwickeln und helfen, dass Jena als Studienstandort weiterhin gefragt ist, so genügt freilich solches Abwarten nicht allein, wie die Ergebnisse der vorliegenden Befragung ebenfalls gezeigt haben. Studierende, deren erster Kontakt nach Jena nicht über persönliche Kontakte und Empfehlungen zustande kam, wurden zu einem großen Teil über das Internet angesprochen und für Jena eingenommen. Auch als Informationsmedium ist das Internet bedeutsamer als alles gedruckte Material. Es dient der Information vor Studienbeginn, vermittelt einen virtuellen, bildhaften Eindruck der Verhältnisse vor Ort und hilft bei der Auswahl geeigneter Hochschulen und Studienorte. Die Homepage einer Hochschule ist somit ihr ‚Aushängeschild‘, der erste Eindruck zählt: Je besser die Gestaltung, der *Informationsgehalt und die Benutzerführung des universitären Internetauftritts* ist, desto höher ist das Interesse potentieller Studienbewerber, sich weitergehend über die gebotenen Studienmöglichkeiten und den Studienort zu erkundigen. Die Seiten der Universität sind sicherlich bereits in vielen Belangen zweckmäßig und übersichtlich gestaltet. Verbesserungswürdig ist jedoch, vor allem im Hinblick auf die Bedürfnisse Studieninteressierter (vgl. Abschnitt zu Bekanntheit von Imagekampagnen, Kap. 5), die Darstellung einiger Institute, bei denen nach wenigen Klicks jeder Bezug zur Universität fehlt.

Die *Information im Netz* hat also mehrere Funktionen zu erfüllen. Einerseits muss sie so aufgemacht sein, dass sie einen Erstkontakt herstellt: *Ansprechend, altersgerecht, bebildert*<sup>6</sup>. Andererseits muss sie in einem zweiten Schritt alles bereit halten, was der Neuanfänger braucht, um sich erstens über ‚seine‘ Fachrichtung klar zu werden und sich zweitens anschließend darüber umfassend zu informieren. Dies ist insbesondere für naturwissenschaftlich, aber auch für geistes- und sozialwissenschaftlich orientierte Studieninteressenten mit unklarer Perspektive ein Muss. Zuletzt sollte sie das ‚Drumherum‘ darstellen. Die Ergebnisse der Befragung haben gezeigt, dass die Studierenden in Jena - neben dem Angebot ihrer Hochschule – den Besonderheiten der Stadt für ihre Zufriedenheit in Jena Bedeutung beimessen.

---

<sup>6</sup> Hier gibt es an der Universität Jena Nachholbedarf. Neue Seiten sind jedoch nach Auskunft des Dezernats 1 in Arbeit.

Welche Aspekte des Umfelds dabei besonders wichtig sind, vermag man beim Blick auf die konkurrierenden Standorte zu beantworten. Nach Jena kommen Studierende, die eigentlich gern in München, Hamburg oder Berlin studiert hätten – oder mit Heidelberg, Freiburg oder Tübingen liebäugeln. Während die ‚*verhinderten Großstädter*‘ wissen wollen, was in Jena los ist und wie schnell man mit Auto oder Zug in einer der Metropolregionen ankommt, möchten die ‚*Fans der klassischen Universitätsstadt*‘ Fachwerk, gemütliche Gassen und junge Gesichter sehen. Beides ist für sich allein genommen kein Alleinstellungsmerkmal, auch wenn der Jenaer Veranstaltungskalender tatsächlich aus den Nähten platzt und sich die Stühle der Straßencafés von der schönen Kulisse des Marktplatzes bis zum Rand der Innenstadt ausbreiten. In Kombination mit *Studiengebührenfreiheit* wird es das aber. Hier sind Universität, Fachhochschule, Studentenwerk und Stadt also gleichermaßen gefragt und Bilder sollten diese Botschaft transportieren helfen. Die gemeinsame Internetseite [www.studentenparadies-jena.de](http://www.studentenparadies-jena.de) wurde im November 2007 mit dem Ziel auf die Beine gestellt, Studienbedingungen und Umfeld aufzuzeigen. Die steigenden Zugriffszahlen ebenso wie die Tatsache, dass unter den befragten Erstsemester-Studierenden bereits etliche die Seiten vor ihrem Studienbeginn in Jena im Herbst 2008 bereits kannten, lässt annehmen, dass die richtigen Wege eingeschlagen worden sind. Gleichzeitig sprechen die Ergebnisse der Befragung dagegen, weitere Thüringer Studienorte in eine gemeinsame Kampagne einzubeziehen. Wenn sich auch einige der befragten Studierenden für andere Thüringer Hochschulen interessierten, so ist trotzdem klar, dass die Thüringer Internet Portale zumindest für die Friedrich-Schiller-Universität keinen nennenswerten Zufluss von Anfragen ergeben. Auch für die hier befragten Studierenden spielten sie keine Rolle für die Information über ihren Studienort oder für einen Erstkontakt. Darüber hinaus zeigt sich, dass der Grund für ein Studium in Jena, neben den Besonderheiten der Universität und der Studiengänge selbst, Jena als Stadt ist. Die Hochschullandschaft in Thüringen insgesamt spielt hier nur eine untergeordnete Rolle.

### **Was ist also zu tun?**

Es muss weiterhin darum gehen, die *Studienbedingungen zu verbessern*. Ein intensiver Blick auf die Rankings und der beständige Dialog mit den Studierenden werden helfen, die richtigen Maßnahmen zu ergreifen. Ebenfalls sollten weiterhin *Fortschritte hinsichtlich der Lebensbedingungen* der Studierenden in der Stadt erzielt werden. Die Ansagen dieser Studie lassen in dieser Hinsicht an Deutlichkeit nichts zu wünschen übrig. Radwege innerhalb der Stadt sollten ins Zentrum der Aufmerksamkeit rücken, genügend Wohn- und Parkmöglichkeiten kommen hinzu. Je mehr Studierende von außerhalb kommen, desto höher wird die Nachfrage an Zimmern wie an PKW-Abstellmöglichkeiten sein. Hier sind viele Beteiligte gefragt. Dasselbe gilt für die weitere *Verbreitung der Imagekampagne ‚Studentenparadies‘*.

Erfreulich ist, dass die Stadt das Konzept und die grafische Gestaltung für den eigenen Werbeauftritt aufgegriffen hat. Von Fachhochschule und Universität wurden gemeinsame Materialien im Paradies-Aussehen produziert. Die Akteure in Jena sind dank der Initiative ‚Studentenparadies‘ zusammengerückt und können durch Intensivierung der gemeinsamen Aktivität in Zukunft noch *zusätzliche Synergieeffekte erzielen*. Die eigenen Seiten der Universität sind weiter zu überarbeiten, auch wenn hier bereits beträchtliche Fortschritte erzielt werden konnten.

Schritte in Richtung auf ein *Corporate Design* sollten helfen, hier noch konsistenter zu werden und auch die Institute in ihrer Seitengestaltung stärker einzubinden. Eine *spezielle Seite für Studieninteressierte* sollte entstehen und ist bereits in Arbeit, die insbesondere dem Informationsbedürfnis solcher Studieninteressenten Rechnung trägt, die von weiter her kommen und sich nicht vor Ort über die Verhältnisse in Jena informieren können oder wollen. Darüber hinaus sollten *Marketingmaßnahmen in den Altbundesländern* ausgeweitet werden. Die Befragungsergebnisse machen deutlich, dass der *persönliche Kontakt* zu Mitarbeitern der Universität auf Bildungsmessen, in Vorträgen oder bei Schulbesuchen bislang für das Knüpfen erster Bezüge zu Universität und Stadt praktisch keine Rolle spielt. Wenn aber die persönliche Beziehung so wichtig ist, wie sich dadurch andeutet, dass der Erstkontakt häufig über Dritte zustande kommt, dann sollte hier die Universität aktiver werden, möglicherweise auch gemeinsam mit der Fachhochschule. Es gibt also noch viel Arbeit auf dem Weg ins Paradies.

## 10 Literatur

- Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) (2009): Berichtsband zur internet facts 2008-IV. Frankfurt.
- AG Hochschulforschung (2007): News aus dem Konstanzer Studierendensurvey. Arbeitsgruppe Hochschulforschung an der Universität Konstanz (Hrsg.). Ausgabe Nr. 25 / Juli 2007. S. 1-4. Konstanz.
- Batinic, Bernad (2003): Internetbasierte Befragungsverfahren, in: Österreichische Zeitschrift für Soziologie (ÖSZ), Heft 28, Nr. 4/2003, S. 6-18. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Beckmann, Julia/ Langer, Markus F. (2009): Studieren in Ostdeutschland? Eine empirische Untersuchung der Bereitschaft zum Studium in den neuen Ländern. Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) (Hrsg.). Arbeitspapier Nr. 125, Oktober 2009. Gütersloh.
- Berthold, Christian/ Gabriel, Gösta/ von Stuckrad, Thimo (2009): Zwei Jahre Hochschulpakt 2020 (1. Phase). Eine Halbzeitbilanz. 16 Länderberichte zu Herausforderungen, Maßnahmen und (Miß-)Erfolgen. Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) (Hrsg.). Arbeitspapier Nr. 188. Gütersloh.
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2007): Bekanntmachung der Verwaltungsvereinbarung zwischen Bund und Ländern über den Hochschulpakt 2020 vom 05. September 2007; veröffentlicht im Bundesanzeiger Nr. 171, vom 12. September 2007
- Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) (Hrsg.) (2006): Prognose der Studienkapazitätsüberschüsse und -defizite in den Bundesländern bis zum Jahr 2020. Arbeitspapier Nr. 77. Gütersloh.
- Dieckmann, Andreas (2007): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. 5. Auflage. Hamburg.
- Feuerstein, Thomas (2008): Entwicklung des Durchschnittsalters von Studierenden und Absolventen an deutschen Hochschulen seit 2000; in: Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Wirtschaft und Statistik 7/2008; S. 603-608. Wiesbaden.
- FSU (2008): Studium an der Friedrich-Schiller-Universität Jena im Wintersemester 2008/09. Bewerbung/Antragstellung, Termin, Studienmöglichkeiten. Kurzfassung. Friedrich-Schiller-Universität Jena (Hrsg.). Jena.
- Hachmeister, Cort-Denis/ Harde, Maria E./ Langer, Markus F. (2007a): Einflussfaktoren der Studienentscheidung – Eine empirische Studie von CHE und EINSTIEG (Hrsg.). Arbeitspapier Nr. 95, September 2007. Gütersloh.
- Hachmeister, Cort-Denis/ Hennings, Mareike (2007b): CHE-Ranking. Indikator im Blick: Kriterien der Hochschulwahl und Rankingnutzung. Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) (Hrsg.). November 2007. Gütersloh.
- Heine, Christoph/ Spangenberg, Heike/ Schreiber, Jochen/ Sommer, Dieter (2005): Studienanfänger in den Wintersemestern 2003/04 und 2004/05. Wege zum Studium, Studien- und Hochschulwahl, Situation bei Studienbeginn. Hochschulinformations System GmbH (HIS) (Hrsg.). Hochschulplanung Band 180. Hannover.
- Heine, Christoph/ Krawietz, Marian/ Sommer, Dieter (2008a): Studienanfänger im Wintersemester 2006/07. Wege zum Studium, Studien- und Hochschulwahl, Situation bei Studienbeginn. Hochschulinformations System GmbH (HIS) (Hrsg.). HIS-Projektbericht Nr. 18. Juni 2008. Hannover.

- Heine, Christoph/ Willich, Julia/ Schneider, Heidrun/ Sommer, Dieter (2008b): Studienanfänger im Wintersemester 2007/08. Wege zum Studium, Studien- und Hochschulwahl, Situation bei Studienbeginn. Hochschulinformations System GmbH (HIS) (Hrsg.). HIS Forum Hochschule Nr. 16. 2008. Hannover.
- Heine, Christoph/ Özkilic, Murat/ Willige, Janka/ Bargel, Tino (2008c): Randauszählung Studienqualitätsmonitor 2008: Friedrich-Schiller-Universität Jena; Online-Befragung Studierender im Sommersemester 2008; Arbeitsgruppe Hochschulforschung Universität Konstanz/Hochschulinformations System GmbH (HIS) (Hrsg.). HIS-Randauszählung Dezember 2008. Hannover.
- Heine, Christoph/ Willich, Julia/ Schneider, Heidrun (2009): Informationsverhalten und Hochschulwahl von Studienanfängern in West- und Ostdeutschland. Eine Sekundäranalyse der HIS Studienanfängerbefragung des Wintersemesters 2007/2008. Hochschulinformations System GmbH (HIS) (Hrsg.). HIS-Projektbericht Februar 2009. Hannover.
- Hermann, Viola/ Winter, Martin (2009): Studienwahl Ost. Befragung von westdeutschen Studierenden an ostdeutschen Hochschulen. Institut für Hochschulforschung (HOF). Wittenberg.
- Hochschulrektorenkonferenz (HRK) (2006): Eckpunkte zum Hochschulpakt 2020, Beschluss vom 10. Oktober 2006
- Huth, Nadja/ Danzeglocke, Ralf/ Sedlacek, Peter (2002): Die raumordnungs- und regionalpolitische Bedeutung der Mitte-Deutschland-Schieneverbindung für die Entwicklung in Ostthüringen und Südwestsachsen. Jenaer Geographische Manuskripte 26. Jena.
- Kadner, Beate u.a. (1997a): Die Wohn- und Lebenssituation der Studierenden in Jena 1995. Jenaer Geographische Schriften. Bd. 12. Jena.
- Kadner, Beate/ Rausch, Jochen/ Sedlacek, Peter (1997b): Hochschul- und Stadtentwicklung in Jena. Jenaer Geographische Schriften. Bd. 14. Jena.
- Killisch, Winfried/ Lenz, Karl (2007): Hochschulen im demographischen Wandel. Die Lage in Sachsen. Zentrum Demographischer Wandel der Technischen Universität Dresden (Hrsg.). Dresden.
- Kultusministerkonferenz (KMK) (2005) : Prognose der Studienanfänger, Studierenden und Hochschulabsolventen bis 2020. Statistische Veröffentlichungen der Kultusministerkonferenz, Dokumentation Nr. 17, Oktober 2005: Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 22.09.2005
- Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland (KMK) (Hrsg.) (2007): Die Mobilität der Studienanfänger und Studierenden in Deutschland von 1980 bis 2005. Statistische Veröffentlichungen der Kultusministerkonferenz; Dokumentation Nr. 183, August 2007. Berlin.
- Krähmer, Christian/ Stoetzer, Matthias-Wolfgang (2009): Die Nachfrageeffekte der Hochschulen in Jena - Eine regionalökonomische Analyse der Einkommens und Beschäftigungswirkungen. Stoetzer, Matthias-Wolfgang (Hrsg.): Angewandte Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung, Heft 1/2009. Fachhochschule Jena, Fachbereich Betriebswirtschaft. Jena.
- Krawietz, Marian/ Heine Christoph (2007): Wahlmotive und Bewertungen des Studienortes bei Studienanfängern im Vergleich der neuen und der alten Länder. Ergebnisse aus der Befragung der Studienanfänger des Wintersemesters 2006/2007. Hochschulinformations System GmbH (HIS) (Hrsg.). HISBUS-Kurzinformation Nr. 18. August 2007. Hannover.
- Langer, Markus F./ Ziegele, Frank/ Hennig-Thurau, Thorsten (2001): Hochschulbindung - Entwicklung eines theoretischen Modells, empirische Überprüfung und Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Hochschulpraxis. Abschlussbericht. Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) (Hrsg.). Nr. 48. April 2001. Hannover.



- Meffert, Heribert/ Müller-Böling, Detlef (Hrsg.) (2007): Hochschulmarketing - Herausforderung und Erfolgsfaktoren im Wettbewerb; Dokumentation der Tagung vom 15. Januar 2007; CHE-Arbeitspapier Nr. 98/November 2007. Gütersloh.
- Moßig, Ivo (2003): Das Image der Stadt Gießen aus Sicht der Studierenden an der Justus-Liebig-Universität 2003 im Vergleich zu 1990. Giese, Ernst (Hrsg.): Studien zur Wirtschaftsgeographie. Gießen.
- Schnell, Rainer/ Hill, Paul/ Esser, Elke (2005): Methoden der empirischen Sozialforschung. 7. Auflage, München.
- Stadt Jena (2005): Flächennutzungsplan. Stand September 2005.
- Thiel, Felicitas/ Veit, Susanne/ Blüthmann, Irmela/ Lepa, Steffen (2008): Ergebnisse der Befragung der Studierenden in den Bachelorstudiengängen an der Freien Universität Berlin. Freie Universität Berlin (Hrsg.), Stabsgruppe ‚Internationale Netzwerkuniversität‘. Berlin.
- Thüringer Kultusministerium (TKM) (2009): Erste Abiturientenbefragung 2008. Zusammenfassung der ersten Thüringer Abiturientenbefragung zur Studienentscheidung. Pressemitteilung. Freistaat Thüringen. März 2009. Erfurt.
- Thüringer Landtag (2001): Virtueller Campus Thüringen. Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Kaschuba (PDS) und Antwort des Thüringer Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst. Drucksache 3/1991 vom 14.11.2001
- Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Technologie und Arbeit (TMWTA) (2008): Auskunft der Pressesprecherin Kerstin Koch zur Verwendung von Bildmaterial im Rahmen der Studierendenbefragung per E-Mail vom 19.12.2008
- Willige, Janka (2003): Hochschulrankings aus der Sicht der Studierenden. Hochschulinformations System GmbH (HIS) (Hrsg.). HISBUS- Online Panel Kurzbericht Nr. 3. Hannover.
- Willige, Janka (2008): Glück und Zufriedenheit Studierender. Online-Befragung Studierender im Sommersemester 2008. Hochschulinformations System GmbH (HIS) (Hrsg.). HISBUS-Kurzinformation Nr. 20. Hannover.
- Winter, Martin (2008): Studienwerbung und Marketingmaßnahmen der ostdeutschen Hochschulen. Ergebnisse einer Befragung im ersten Vierteljahr 2008. Institut für Hochschulforschung (HoF) (Hrsg). Wittenberg. Mai 2008.
- Wünscher, Gerhard (2008): Hochschulmarketingkampagnen- Einbettung in die Kampagnen der Länder. Thesen. Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt (Hrsg.). Stand 22.04.2008. Magdeburg.
- Zentralstelle für die Vergabe von Studienplätzen (Hrsg.) (ZVS) (2008): Studiengänge an Universitäten der Bundesrepublik Deutschland, Fachhochschulen und Universitäten des Landes Nordrhein-Westfalen. Wintersemester 2008/2009. Dortmund.

## Statistiken

- Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2007): Gebiet und Bevölkerung – Ausländische Bevölkerung. Stand 01.10.2008; [http://www.statistikportal.de/Statistik-Portal/de\\_jb01\\_jahrtab2.asp](http://www.statistikportal.de/Statistik-Portal/de_jb01_jahrtab2.asp)
- Thüringer Landesamt für Statistik (TLS) (2008): Studierende im Wintersemester nach dem Land des Erwerbs der Hochschulzugangsberechtigung, Hochschularten und Hochschulen; Wintersemester 2007/2008; <http://www.tls.thueringen.de/datenbank/TabAnzeige.asp?tabelle=nt001306>
- Thüringer Landesamt für Statistik (TLS) (2009): Stadtratswahl 2009 in Thüringen - endgültiges Ergebnis. Kreisfreie Stadt 053 Stadt Jena.  
[http://www.wahlen.thueringen.de/wahlseite.asp?aktiv=KW01&startbei=kommunalwahlen/KW\\_wahlergebnisse.asp](http://www.wahlen.thueringen.de/wahlseite.asp?aktiv=KW01&startbei=kommunalwahlen/KW_wahlergebnisse.asp)
- Stadt Jena (2008): Bevölkerungsstatistik. Stand 31.12.2008;  
[http://www.jena.de/sixcms/detail.php?id=21560&\\_nav\\_id1=6001&\\_nav\\_id2=8615&\\_lang=de](http://www.jena.de/sixcms/detail.php?id=21560&_nav_id1=6001&_nav_id2=8615&_lang=de);
- Stadt Jena (2009): Wahlergebnisse der Stadtratswahl 2009. Endgültige Ergebnisse in Jena.  
<http://www.jena.de/statistik/wahl/wahl2009/stadtrat/erg.php>
- FSU (2007a): Statistik der Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität; Friedrich-Schiller-Universität Jena (Hrsg.). Stand: 09.11.2007
- FSU (2008a): Statistik der Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität nach Hochschulzugangsberechtigung im Wintersemester 2008/2009; Friedrich-Schiller-Universität Jena (Hrsg.). Stand: 31.10.2008
- FSU (2008b): Statistik der Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität nach Bundesländern im Wintersemester 2008/2009; Friedrich-Schiller-Universität Jena (Hrsg.). Stand: 31.10.2008
- FSU (2008c): Statistik der Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität; Friedrich-Schiller-Universität Jena (Hrsg.). Stand: 31.10.2008
- FSU (2009): Zugriffszahlen auf das Internetangebot [www.uni-jena.de](http://www.uni-jena.de); Referat Öffentlichkeitsarbeit der Friedrich-Schiller-Universität Jena; E-Mail vom 13.07.2009
- [www.unicum.de](http://www.unicum.de) (2009a): Durchschnittliche Lebenshaltungskosten in Hochschulstädten: Günstigste Städte, teuerste Städte. Unicum Verlag Bochum; Stand: 2009; Zugriff: 10.10.2009;  
[http://www.unicum.de/leben/lebenshaltungskosten/toplist\\_all.php](http://www.unicum.de/leben/lebenshaltungskosten/toplist_all.php)
- [www.unicum.de](http://www.unicum.de) (2009b): Durchschnittliche Lebenshaltungskosten in Hochschulstädten: Jena und Thüringen. Unicum Verlag Bochum; Stand: 2009; Zugriff: 10.10.2009;  
[http://www.unicum.de/leben/lebenshaltungskosten/confront.php?bundesland\\_1=17&stadt\\_1=160&bundesland\\_2=17](http://www.unicum.de/leben/lebenshaltungskosten/confront.php?bundesland_1=17&stadt_1=160&bundesland_2=17)

# 11 Anhang

## 11.1 Polaritätsprofile zum Image von Universität und Stadt

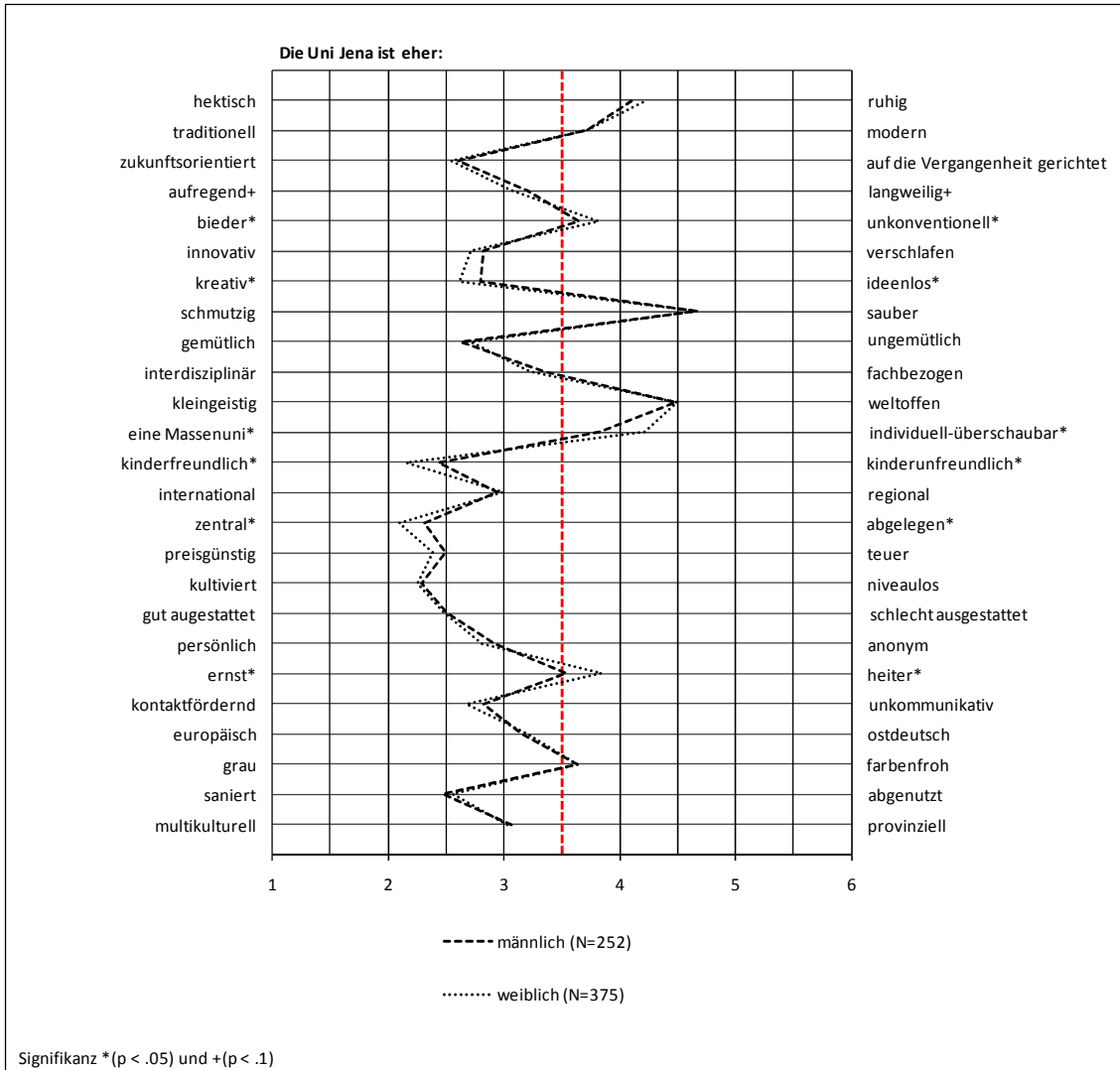


Abbildung 58: Image der Universität in Abhängigkeit vom Geschlecht

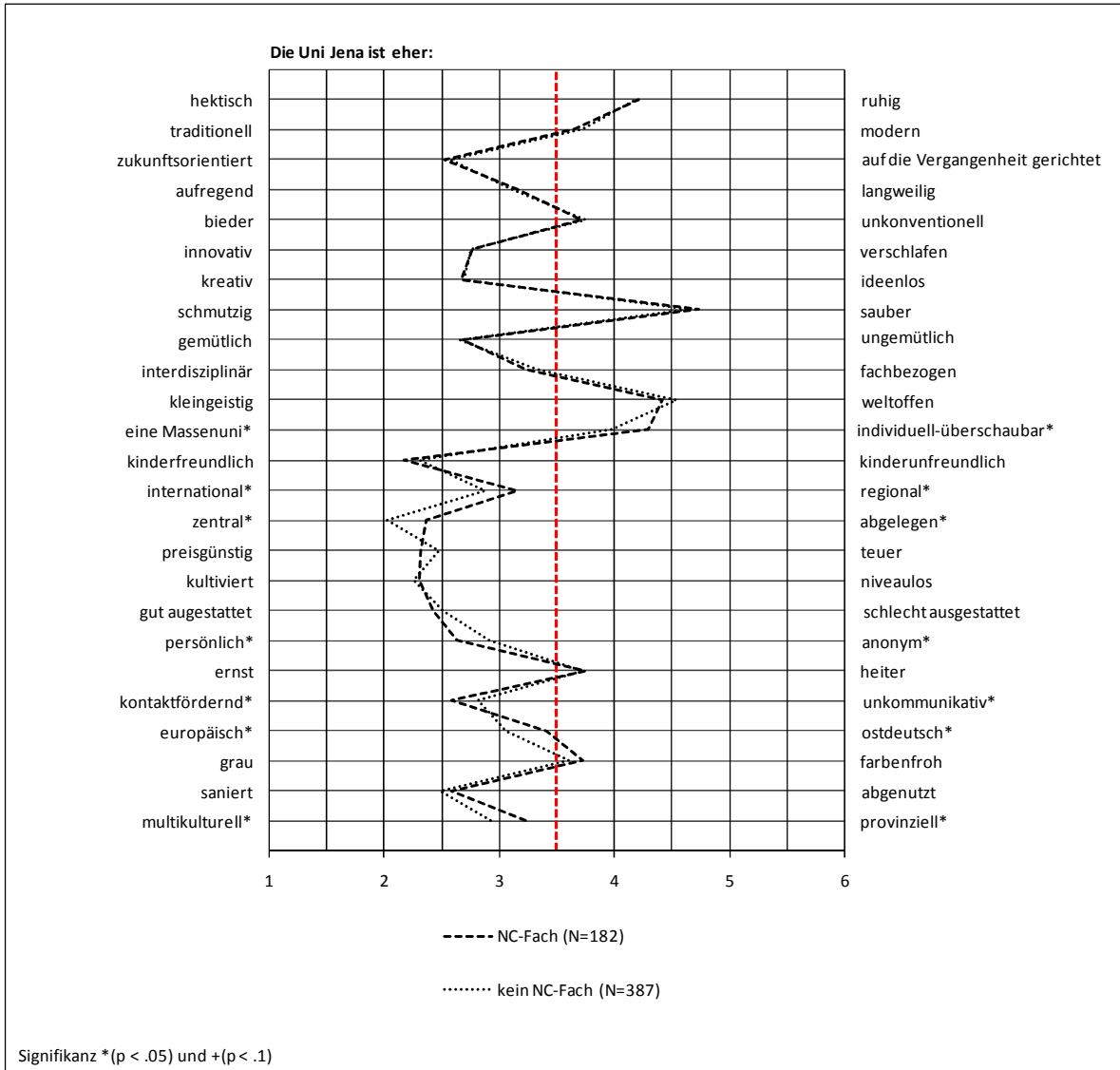


Abbildung 59: Image der Universität in Abhängigkeit von Zulassungsbeschränkung

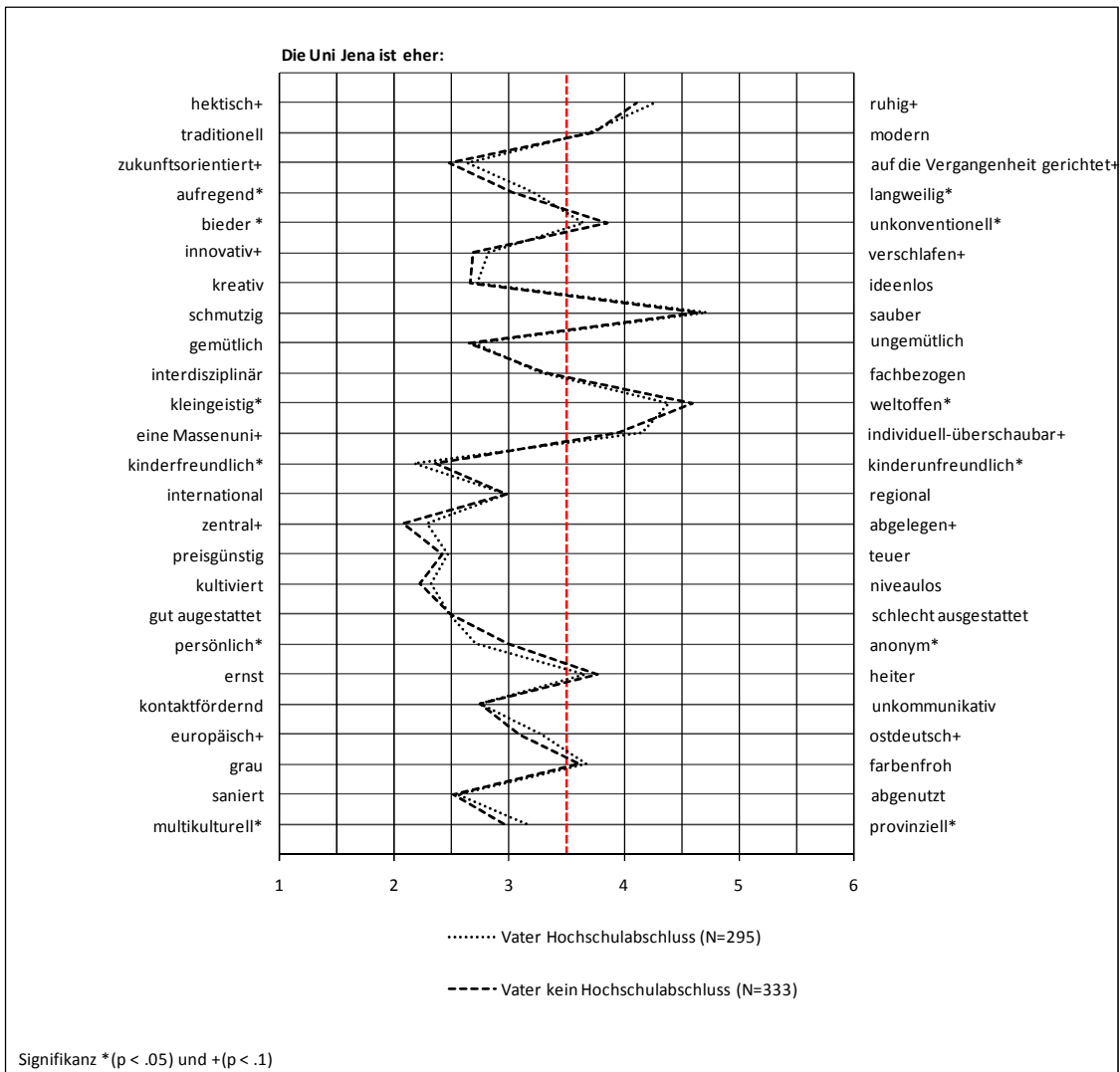


Abbildung 60: Image der Universität in Abhängigkeit des Bildungshintergrundes

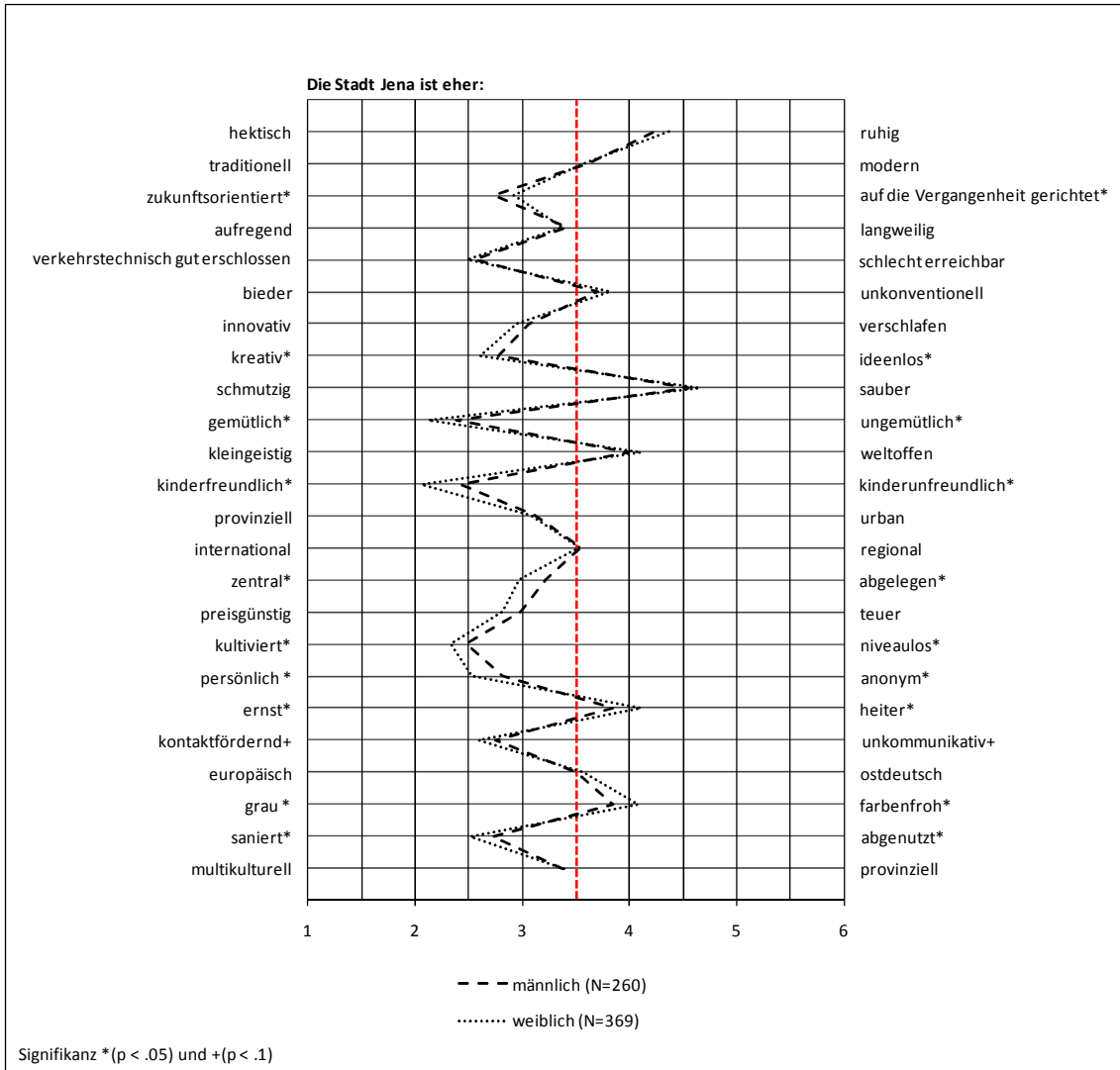


Abbildung 61: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit vom Geschlecht

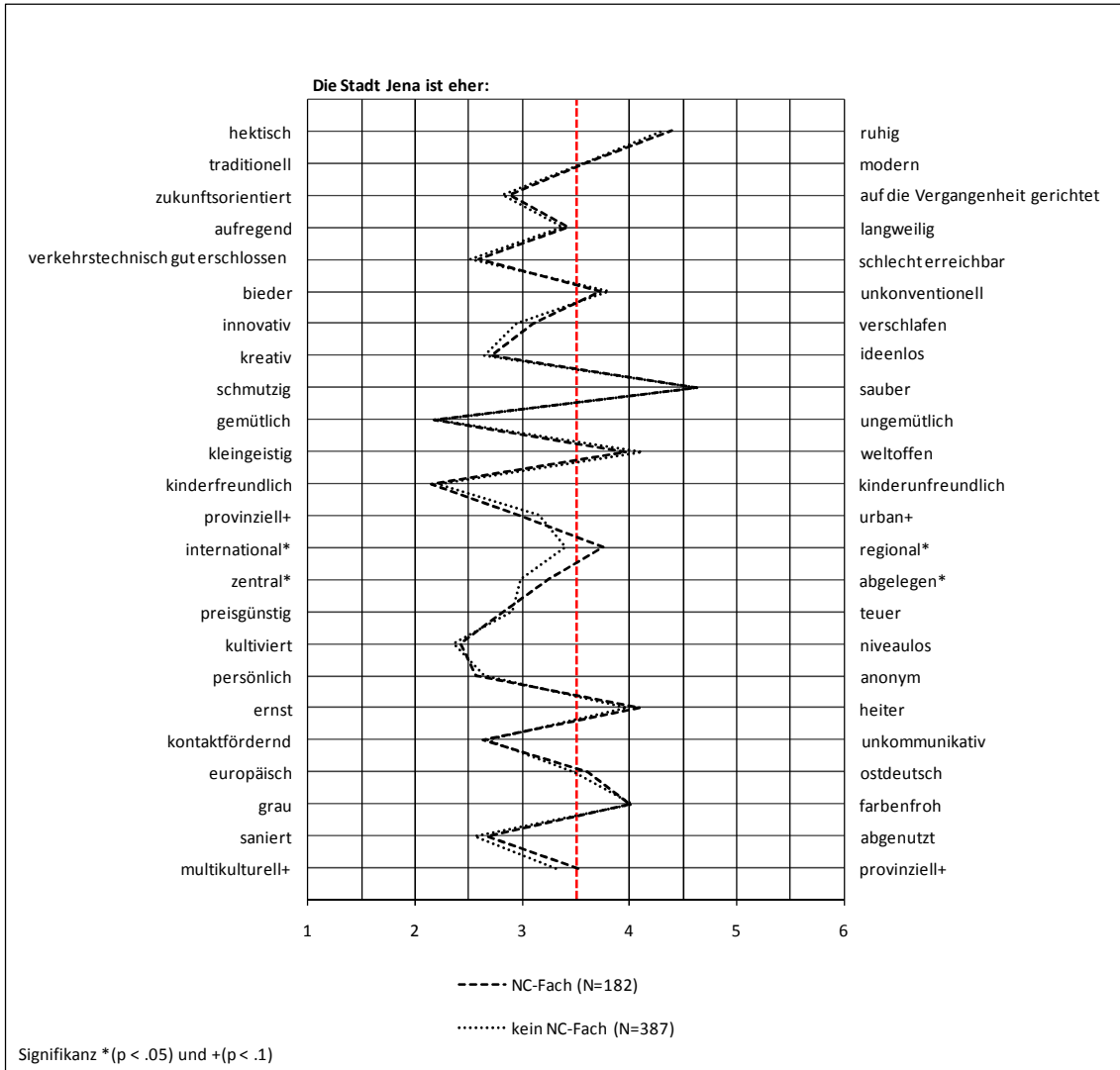


Abbildung 62: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit von Zulassungsbeschränkung

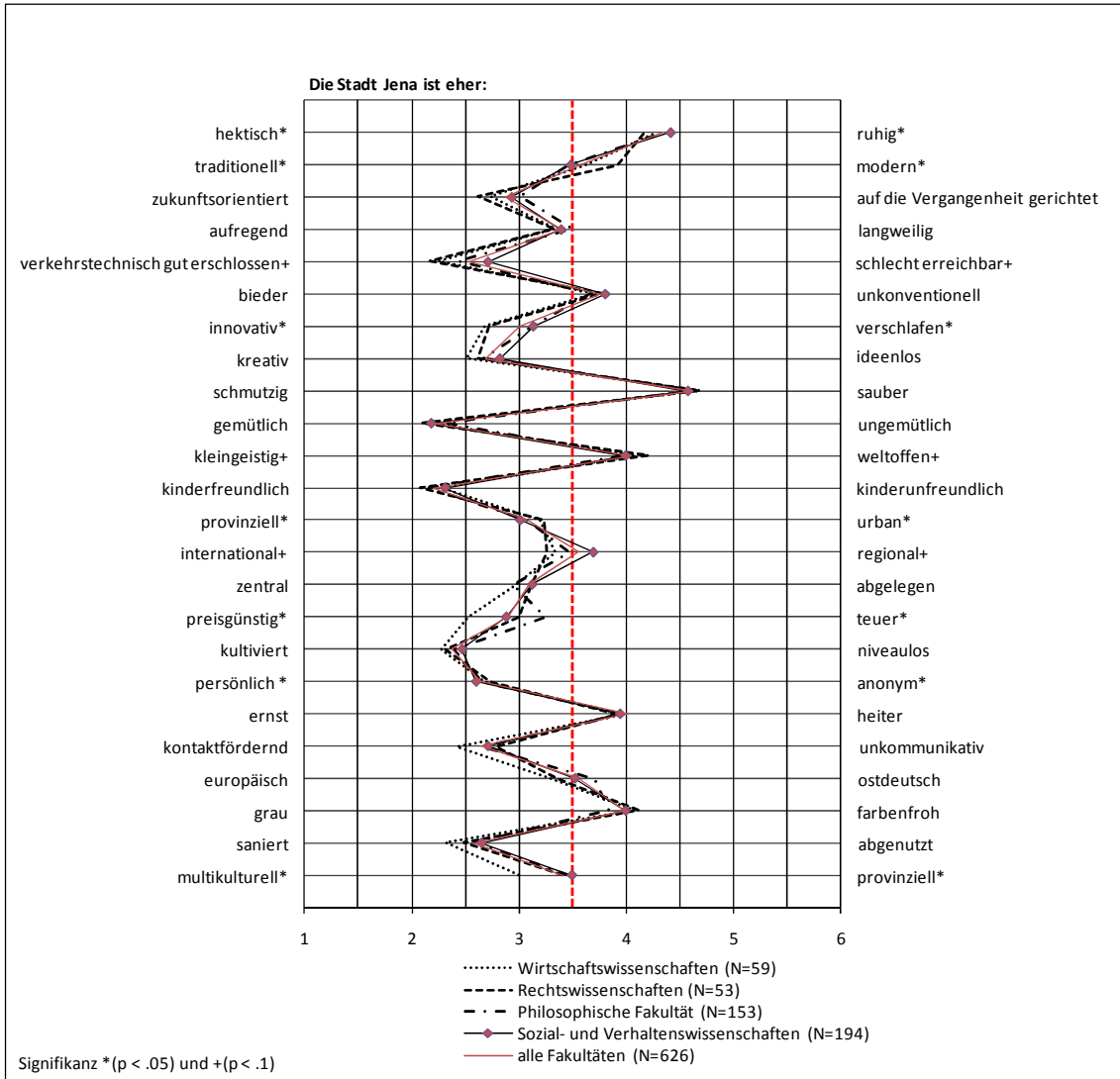


Abbildung 63: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit der Fakultätszugehörigkeit (Teil 1)



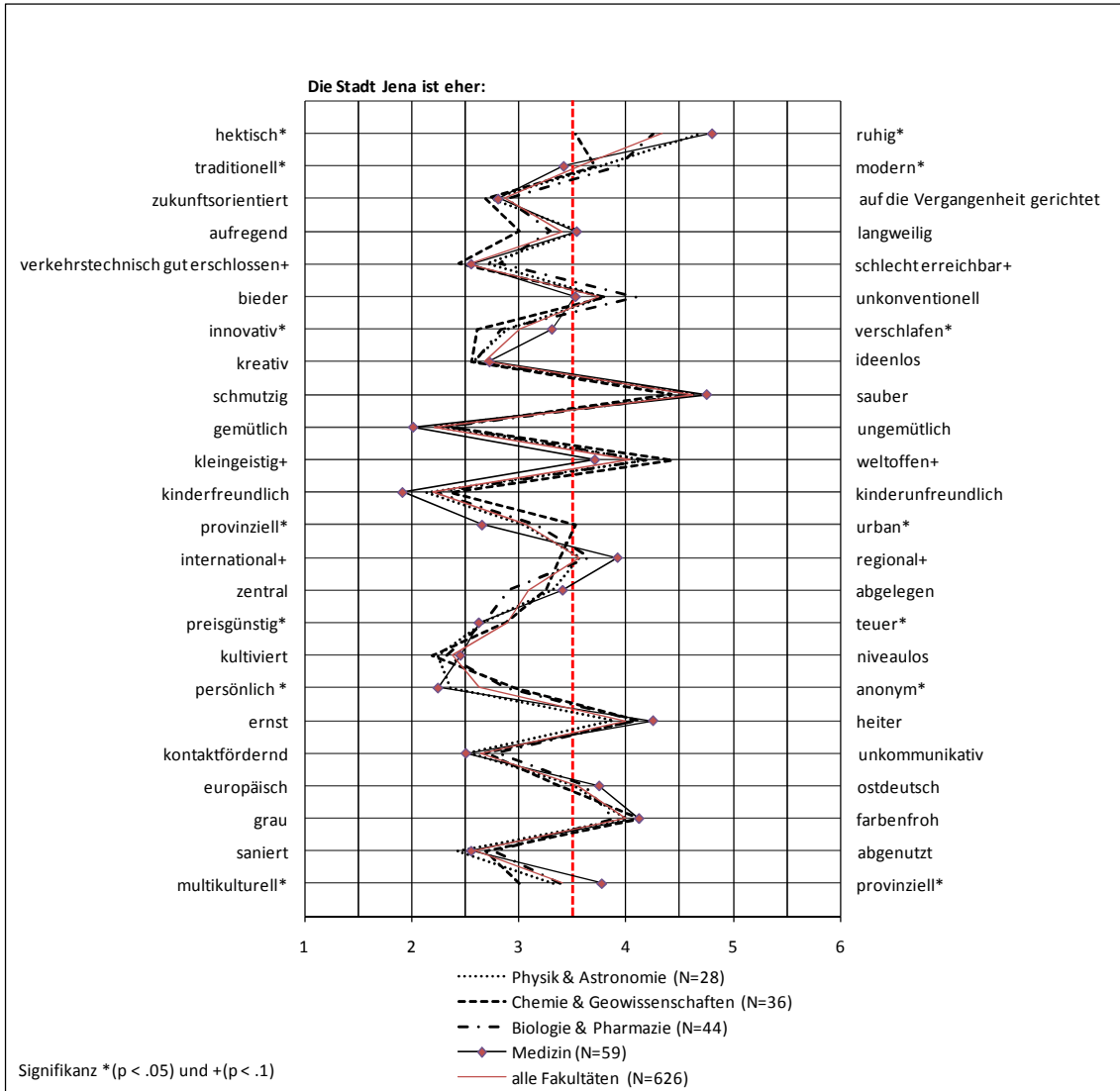


Abbildung 64: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit der Fakultätszugehörigkeit (Teil 2)

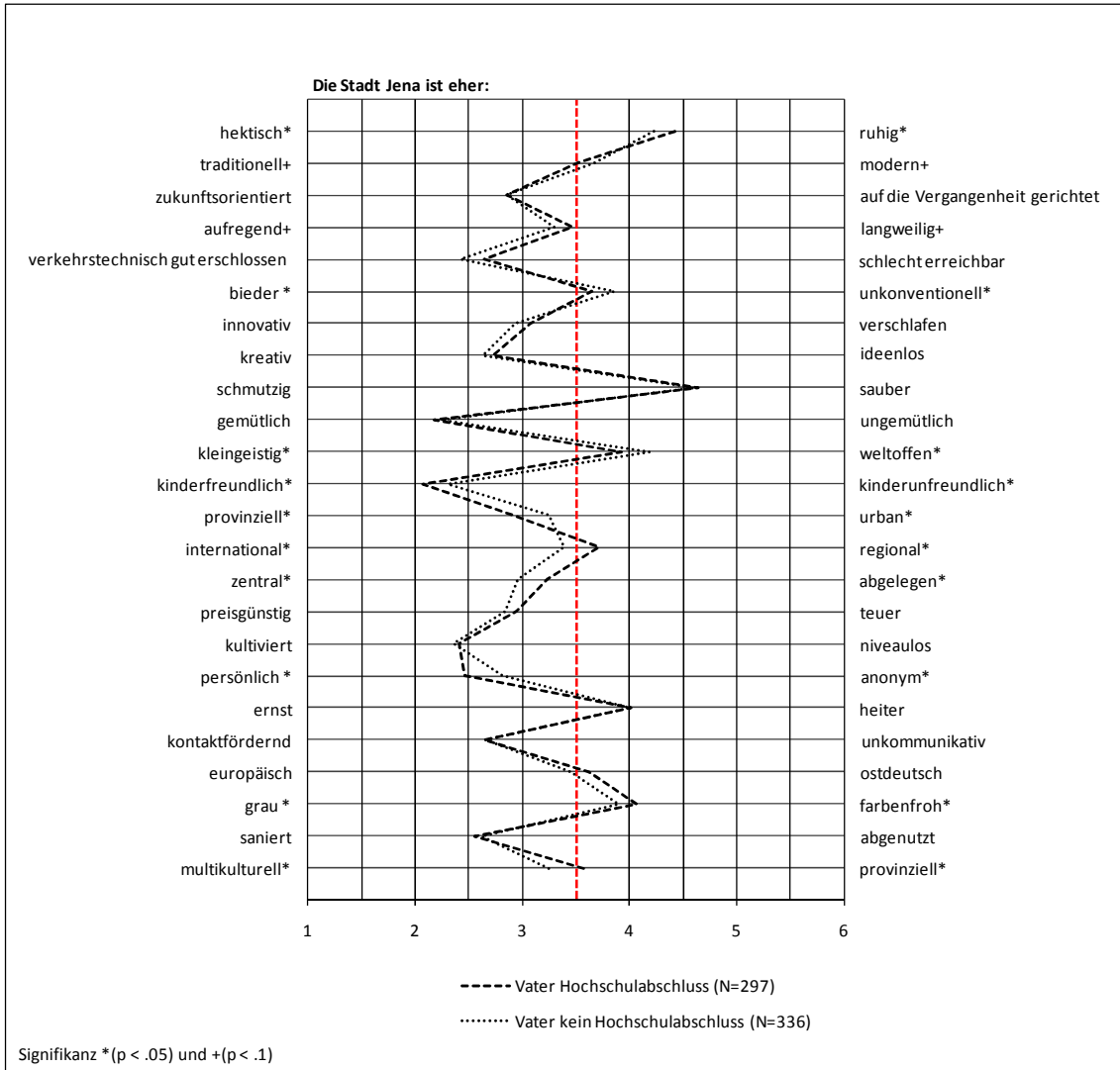


Abbildung 65: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit des Bildungshintergrundes

## 11.2 Anschreiben

**Betreff:** Studierendenbefragung der Uni Jena  
**Von:** studierendenbefragung@uni-jena.de  
**Datum:** Fri, 19 Dec 2008 11:53:02 +0100 (CET)  
**An:** claudia.huettner@uni-jena.de

Liebe Studierende,

Sie sind nun seit einiger Zeit an der Friedrich-Schiller-Universität Jena und haben die Universität und die Stadt kennengelernt. Da wir die Bedingungen für Studierende weiter verbessern möchten, sind wir besonders an Ihrer Einschätzung von Jena als Studienort interessiert. Wir würden uns freuen, wenn Sie sich ca. 15 Minuten Zeit nehmen und an unserer Befragung teilnehmen. Als kleine Belohnung können Sie Büchergutscheine der Thalia-Universitätsbuchhandlung im Gesamtwert von 200€ gewinnen.

Um zum Fragebogen zu gelangen, gehen Sie bitte auf "<http://ofb.msds-media.de/uni-jena>". Ihre Angaben werden selbstverständlich anonym behandelt.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme,  
Beate Gräf und Claudia Hüttner

--

Dr. Beate Gräf  
Friedrich-Schiller-Universität Jena  
Dezernat 1 Akademische und Studentische Angelegenheiten  
Bereich Studienplatzmarketing  
Tel. 03641-9-31129  
[B.Graef@uni-jena.de](mailto:B.Graef@uni-jena.de)

Dipl.-Ing. Claudia Hüttner  
Friedrich-Schiller-Universität Jena  
Lehrstuhl Wirtschaftsgeographie und Regionalentwicklung  
Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
Tel. 03641-9-48834  
[claudia.huettner@uni-jena.de](mailto:claudia.huettner@uni-jena.de)

**Betreff:** Erinnerung: Studierendenbefragung der Uni Jena  
**Von:** studierendenbefragung@uni-jena.de  
**Datum:** Tue, 20 Jan 2009 13:38:40 +0100 (CET)  
**An:** claudia.huettner@uni-jena.de

Liebe Studierende,

im Dezember des vergangenen Jahres haben wir Sie zur aktuellen Studierendenbefragung an der Friedrich-Schiller-Universität eingeladen. Da wir die Bedingungen für Sie als Studierende weiter verbessern möchten, sind wir besonders an Ihrer Einschätzung von Jena als Studienort interessiert.

Um jedoch repräsentative Ergebnisse zu erhalten, ist es besonders wichtig, dass sich viele Studierende beteiligen. Mit dieser E-Mail möchten wir Sie nochmals ermutigen, an unserer Umfrage teilzunehmen.

Die Befragung ist noch bis zum 31.01.2009 freigeschaltet.

Wir würden uns freuen, wenn Sie sich ca. 15 Minuten Zeit nehmen und an unserer Befragung teilnehmen. Als kleine Belohnung können Sie Büchergutscheine der Thalia-Universitätsbuchhandlung im Gesamtwert von 200€ gewinnen.

Um zum Fragebogen zu gelangen, gehen Sie bitte auf "<http://ofb.msds-media.de/uni-jena>". Ihre Angaben werden selbstverständlich anonym behandelt.

Sollten Sie auf der Startseite nach einem Passwort gefragt werden, gehen Sie bitte wie folgt vor: Kopieren Sie den in dieser E-Mail angegebenen link in ein neues Browser-Fenster und laden Sie die aktuelle Seite erneut.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme,  
Beate Gräf und Claudia Hüttner

--

Dr. Beate Gräf  
Friedrich-Schiller-Universität Jena  
Dezernat 1 Akademische und Studentische Angelegenheiten  
Bereich Studienplatzmarketing  
Tel. 03641-9-31129  
[B.Graef@uni-jena.de](mailto:B.Graef@uni-jena.de)

Dipl.-Ing. Claudia Hüttner  
Friedrich-Schiller-Universität Jena  
Lehrstuhl Wirtschaftsgeographie und Regionalentwicklung  
Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
Tel. 03641-9-48834  
[claudia.huettner@uni-jena.de](mailto:claudia.huettner@uni-jena.de)

## 11.3 Fragebogen



Friedrich-Schiller-Universität Jena

0% ausgefüllt

**Liebe Studentin, lieber Student,**

vielen Dank für Ihr Interesse an unserer Umfrage. Sie kommen aus den alten Bundesländern und haben sich entschieden, an unserer Hochschule zu studieren. Seit Studienbeginn haben Sie schon viele Eindrücke sammeln können. Wir würden gerne von Ihnen erfahren, was die entscheidenden Gründe waren, Ihr Studium in Jena aufzunehmen, und ob Sie sich in Ihrer neuen Wahlheimat wohlfühlen.

Unser Ziel ist zu erfahren, wie attraktiv die Universität Jena für Sie ist und wie wir die Uni Jena noch attraktiver machen können. Wir, das ist das Dezernat 1 Studentische Angelegenheiten und der Lehrstuhl Wirtschaftsgeographie an der Universität Jena. Um repräsentative Ergebnisse zu erhalten, ist es besonders wichtig, dass sich viele Studierende beteiligen. Daher möchten wir Sie um Ihre Mitarbeit bitten.

Ihre Angaben werden selbstverständlich anonym ausgewertet. Selbstverständlich ist Ihre Teilnahme freiwillig. Die Beantwortung der Fragen dauert etwa 15 Minuten. Bitte nehmen Sie sich diese Zeit, Sie helfen uns, die Studienbedingungen zu verbessern.



Um uns für Ihre Teilnahme zu bedanken, verlosen wir unter allen Teilnehmern Büchergutscheine der Thalia-Universitätsbuchhandlung im Gesamtwert von 200€.

Bei Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Dr. Beate Gräf  
Friedrich-Schiller-Universität Jena  
Dezernat 1 Akademische und Studentische Angelegenheiten  
Bereich Studienplatzmarketing  
Tel. 03641-9-31129  
B.Graef@uni-jena.de

Dipl.-Ing. Claudia Hüttner  
Friedrich-Schiller-Universität Jena  
Lehrstuhl Wirtschaftsgeographie und Regionalentwicklung  
Wissenschaftliche Mitarbeiterin  
Tel. 03641-9-48834  
claudia.huettner@uni-jena.de

Bei vielen Aussagen sollen Sie Ihre Meinung auf einer Skala wie dieser markieren:

nicht zutreffend	weniger zutreffend	eher zutreffend	völlig zutreffend
1	2	3	4
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sie würden z.B. die:

- 1 markieren, wenn die Aussage gar nicht auf Sie zutrifft.
- 3 markieren, wenn die Aussage eher schon auf Sie zutrifft.
- 4 markieren, wenn die Aussage völlig auf Sie zutrifft.

Sie können über den "Zurück" Button Ihres Browsers eine Seite zurück gehen, wenn Sie Eingaben korrigieren möchten.

Bitte beantworten Sie nun die folgenden Fragen, indem Sie auf "Weiter" klicken.

Weiter

Kontakt: [studierendenbefragung@uni-jena.de](mailto:studierendenbefragung@uni-jena.de)



Friedrich-Schiller-Universität Jena

10% ausgefüllt

In diesem Abschnitt interessieren wir uns für die Gründe Ihrer Hochschulwahl.

**1. Zuerst benötigen wir einige Informationen zu Ihrem Studium.**

In welchem Fachsemester studieren Sie Ihr Hauptfach an der Universität Jena?

Wie viele Semester haben Sie insgesamt an der Universität Jena und an anderen Hochschulen studiert?

Haben Sie vorher schon an einer anderen Hochschule studiert?

nein

ja



Falls „ja“, an welcher Hochschule waren Sie, bevor Sie nach Jena kamen?

Name der Hochschule

Ort

**2. Wie haben Sie zum ersten Mal von der Universität Jena erfahren?**

Zum ersten Mal habe ich von Jena erfahren über...

**3. Es gibt viele Gründe für die Auswahl der eigenen Hochschule. Uns interessiert, weshalb Sie sich für die Friedrich-Schiller-Universität entschieden haben.**

Bitte geben Sie uns für jeden genannten Grund an, in welchem Maße dieser bei Ihrer Wahl der Uni Jena eine Rolle gespielt hat.

*Ich habe mich für die Friedrich-Schiller-Universität entschieden, weil:*

die Universität Jena einen guten Ruf hat.

nicht  
zutreffend

weniger  
zutreffend

eher  
zutreffend

völlig  
zutreffend





es meinen Studiengang in dieser Form nicht an einer anderen Hochschule gibt.





ich das angeforderte Informationsmaterial schnell per Post erhalten habe.





es gutes Informationsmaterial zu meinem Studiengang gibt.





die Ausstattung der Hochschule sehr gut ist (z.B. Bibliothek, Laborplätze etc.).





es hier gute Services für Studienanfänger und Studierende gibt.





die Lehrenden in meinem Hauptfach einen guten Ruf haben.





die Uni nicht zu groß und überschaubar ist.





die Hochschule eine vielfältiges Lehrangebot bietet.





Weiter

Kontakt: [studierendenbefragung@uni-jena.de](mailto:studierendenbefragung@uni-jena.de)



## Friedrich-Schiller-Universität Jena

15% ausgefüllt

<i>Ich habe mich für die Friedrich-Schiller-Universität entschieden, weil:</i>	nicht zutreffend	weniger zutreffend	eher zutreffend	völlig zutreffend
Jena als Studentenstadt eine besondere Atmosphäre hat (studentisches Leben, Kneipen etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ich über die ZVS einen Studienplatz in Jena zugewiesen bekommen habe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
es gute Betreuungsverhältnisse an der Hochschule gibt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Hochschullandschaft Thüringens („Campus Thüringen“) mir ein gutes Umfeld bietet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Universität Jena in der Nähe meines Heimatortes liegt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Hochschule sehr schnell auf meine Anfrage geantwortet hat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
es an der Hochschule spezielle Angebote für Studierende mit Kindern gibt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mich die Bilder von Jena im Internet angesprochen haben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Hochschule gute Angebote für das Leben „Drumherum“ (Mensa, Studentenwohnheime, Sport, etc.) bietet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
es hier keine Studiengebühren gibt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Ich habe mich für die Friedrich-Schiller-Universität entschieden, weil:</i>	nicht zutreffend	weniger zutreffend	eher zutreffend	völlig zutreffend
es an der Uni Jena keine Zulassungsbeschränkungen in meinem Studienfach gibt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ich die Uni Jena schon vorher kannte und sie mir vertraut ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Hochschule für mein Studienfach eine gute Bewertung in einem Hochschulranking erhielt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Informationen der Zentralen Studienberatung sehr hilfreich waren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Studienfachberatung im Fachbereich / am Lehrstuhl sehr gut war.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
mich Jena als „Klassiker-Stadt“ von Schiller und Goethe fasziniert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ich wegen Zulassungsbeschränkungen nicht an meiner gewünschten Hochschule studieren konnte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Hochschule keine Campus-Uni ist, sondern in die Stadt integriert ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
meine Eltern mir dazu geraten haben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
es gute Verkehrsverbindungen zu meinem Heimatort gibt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Friedrich-Schiller-Universität Jena

25% ausgefüllt

<i>Ich habe mich für die Friedrich-Schiller-Universität entschieden, weil:</i>	nicht zutreffend	weniger zutreffend	eher zutreffend	völlig zutreffend
die Lebenshaltungskosten hier günstig sind (Wohnen, Essen, Kultur etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ein Freund/eine Freundin an der Uni Jena studiert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
es in Jena ein gutes Freizeitangebot (kulturelle Veranstaltungen, Sport etc.) gibt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Stadt überschaubar und nicht zu groß ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eltern/Verwandte oder Freunde in Jena oder Umgebung leben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ich nicht an einer Uni in direkter Nähe meines Heimatortes / Elternhauses studieren wollte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Stadt ein gutes Image hat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ich Thüringens Natur und Landschaft schätze.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**4. Wann waren Sie vor Ihrem Studienbeginn an der Friedrich-Schiller-Universität das erste Mal in Jena?**

- zu den Studieneinführungstagen
- ca. 1-2 Monate vorher
- ca. 6 Monate vorher
- ca. 1 Jahr vorher
- mehr als 1 Jahr vorher
- ich war vorher gar nicht in Jena

Wenn Sie vor den Studieneinführungstagen bereits in Jena waren, mit wem waren Sie hier?  
(Mehrfachnennungen möglich)

- mit der Schule
- mit Eltern / Familie
- mit Freund / Freundin
- allein

**5. Hat jemand der folgenden Personen vor Ihrem Studienbeginn bereits in Jena studiert?**  
(Mehrfachnennungen möglich)

- Mitglied der Familie
- Freund / Freundin
- nein, niemand

Weiter

Kontakt: [studierendenbefragung@uni-jena.de](mailto:studierendenbefragung@uni-jena.de)



Im folgenden Abschnitt interessiert es uns, wie **Sie** die Uni Jena wahrnehmen.

**6. Was trifft für die Friedrich-Schiller-Universität aus Ihrer Sicht zu?**

Die Uni Jena ist eher:

hektisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ruhig
traditionell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	modern
zukunftsorientiert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	auf die Vergangenheit gerichtet
aufregend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	langweilig
bieder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unkonventionell
innovativ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	verschlafen
kreativ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ideenlos
schmutzig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sauber
gemütlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ungemütlich
interdisziplinär	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	fachbezogen
kleingeistig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	weltoffen
eine Massenuni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	individuell & überschaubar
kinderfreundlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	kinderfeindlich
international	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	regional
zentral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	abgelegen
preisgünstig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	teuer
kultiviert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	niveaulos
gut ausgestattet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	schlecht ausgestattet
persönlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	anonym
ernst	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	heiter
kontaktfördernd	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unkommunikativ
europäisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ostdeutsch
grau	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	farbenfroh
saniert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	abgenutzt
multikulturell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	provinziell

**7. Vielleicht haben Sie die Universität Jena aus mehreren Möglichkeiten ausgewählt. Von welchen anderen Hochschulen hatten Sie eine Zulassung?**

1:

2:

3:

**8. Und unabhängig von einer Zulassung: Welches waren Ihre Wunschhochschulen, an denen Sie gerne studiert hätten?**

1:

2:

3:





Friedrich-Schiller-Universität Jena

45% ausgefüllt

Im folgenden Abschnitt interessiert es uns, wie Sie das Studium in den östlichen Bundesländern einschätzen.

9. Wie haben Ihre Freunde, Bekannten und Verwandten auf Ihre Entscheidung reagiert, in Jena zu studieren?

<i>Meine Freunde / Eltern und Bekannten...</i>	nicht zutreffend	weniger zutreffend	eher zutreffend	völlig zutreffend
fanden, Jena sei sehr weit weg vom Heimatort.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
fanden meine Entscheidung gut und haben mich unterstützt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
waren kritisch, was die politische Ausrichtung im Osten angeht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
fanden die Stadt provinziell.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
fanden meine Entscheidung mutig.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
fanden den Dialekt im Osten grässlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
haben mich auf Mentalitätsunterschiede zwischen Ost- und Westdeutschen hingewiesen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
fanden die Uni konservativ.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
fanden, es gibt keine Unterschiede zwischen West und Ost.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
waren der Meinung, dass ein Studium im Osten finanziell günstiger ist als im Westen (Studiengebühren, Lebensbedingungen etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
haben sich Sorgen wegen Rechtsradikalismus gemacht.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
fanden, die Studienbedingungen an einer Ost-Uni seien besser als im Westen (Hochschulgröße, Betreuung etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
fanden, dass die Hochschulen im Westen ein besseres Image haben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
fanden die Stadt Jena attraktiv.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
andere Reaktionen:	<input type="text"/>			

**10. Die östlichen Bundesländer werden oft als „unsicher“ oder gar „fremdenfeindlich“ bezeichnet. Wie sehen Sie das?**

	nicht zutreffend	weniger zutreffend	eher zutreffend	völlig zutreffend
In westdeutschen Städten gleicher Größe würde ich mich auf dem Heimweg in der Nacht sicherer fühlen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In Sachen Sicherheit muss man sich überall gleich vorsehen, Jena ist da keine Ausnahme.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Sicherheit in einer Stadt hat eher mit ihrer Größe zu tun als mit der Lage in Ost oder West.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In Jena gibt es mehr Rechtsradikale als in westdeutschen Städten gleicher Größe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Leute in Jena sind fremdenfeindlicher als die Leute in westdeutschen Städten gleicher Größe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jena ist ebenso sicher wie westdeutsche Städte gleicher Größe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Weiter

---

Kontakt: [studierendenbefragung@uni-jena.de](mailto:studierendenbefragung@uni-jena.de)



Friedrich-Schiller-Universität Jena

55% ausgefüllt

Der folgende Abschnitt bezieht sich darauf, wie Sie die Stadt Jena wahrnehmen.

11. Was trifft für die Stadt Jena aus Ihrer Sicht zu?

Die Stadt Jena ist eher:

hektisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ruhig
traditionell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	modern
zukunftsorientiert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	auf die Vergangenheit gerichtet
aufregend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	langweilig
verkehrstechnisch gut erschlossen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	schlecht erreichbar
bieder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unkonventionell
innovativ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	verschlafen
kreativ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ideenlos
schmutzig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sauber
gemütlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ungemütlich
kleingeistig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	weltoffen
kinderfreundlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	kinderfeindlich
provinziell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	urban
international	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	regional
zentral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	abgelegen
preisgünstig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	teuer
kultiviert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	niveaulos
persönlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	anonym
ernst	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	heiter
kontaktfördernd	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	unkommunikativ
europäisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	ostdeutsch
grau	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	farbenfroh
saniert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	abgenutzt
multikulturell	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	provinziell

Weiter

Kontakt: [studierendenbefragung@uni-jena.de](mailto:studierendenbefragung@uni-jena.de)



Nun interessiert uns, welche Informationsquellen Sie zur Hochschulwahl genutzt haben.

12. Denken Sie zurück an die Zeit, bevor Sie sich für ein Studium in Jena entschieden haben. Haben Sie die folgenden Informationsquellen genutzt und wie wichtig waren sie für Ihre Entscheidung?

	nicht bekannt / nicht genutzt	genutzt aber unwichtig	genutzt aber weniger wichtig	genutzt und sehr wichtig
<i>Informationsangebote der Friedrich-Schiller-Universität:</i>				
Broschüren der Zentralen Studienberatung zum Studienangebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informationsmaterialien der Fachbereiche / Lehrstühle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informationstage an der Hochschule	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beratung durch Lehrende der Hochschule	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beratung durch Fachschaft am Fachbereich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hochschulmessen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	nicht bekannt / nicht genutzt	genutzt aber unwichtig	genutzt aber weniger wichtig	genutzt und sehr wichtig
<i>Informationen im Internet:</i>				
Homepage der Universität Jena (www.uni-jena.de)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Homepage Ihres Fachbereichs an der Uni Jena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Denkfabrik Thüringen“ (www.denken-willkommen.de)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Studentenparadies“ (www.studentenparadies-jena.de)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Campus Thüringen“ (www.thueringen.de/de/hochschulen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Chance Naturwissenschaften“ (www.cnw.uni-jena.de)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
„Bildungsportal Thüringen“ (www.bildungsportal-thueringen.de)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informationen der Stadt Jena (www.jena.de)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	nicht bekannt / nicht genutzt	genutzt aber unwichtig	genutzt aber weniger wichtig	genutzt und sehr wichtig
<i>Weitere Informationen über...</i>				
Schule / Lehrer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eltern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Freunde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Studentenportale und Schülerportale (z.B. schuelerVZ.net, StudiVZ.net)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Weitere Informationsquellen:

Weiter



65% ausgefüllt

**Friedrich-Schiller-Universität Jena****13. Hat ein Ranking Ihre Hochschulwahl beeinflusst?** nein ja, und zwar folgendes Ranking:**14. Haben Sie sich auch über andere Hochschulen in den alten oder neuen Bundesländern informiert?** nein ja, und zwar über folgende:**15. Haben Sie sich auch über Hochschulen im Ausland informiert?** nein ja, und zwar über folgende:**16. Wenn Sie heute nochmals die Wahl hätten, würden Sie Ihren Studiengang wieder wählen?** ja nein

Warum?

**17. Wenn Sie heute nochmals die Wahl hätten, würden Sie sich wieder für die Friedrich-Schiller-Universität entscheiden?** ja nein

Warum?

**18. Können Sie Ihren Freunden ein Studium in Jena empfehlen?** ja nein

Warum?

**Weiter**



75% ausgefüllt

## Friedrich-Schiller-Universität Jena

### 19. Wie zufrieden sind Sie mit den Angeboten der Friedrich-Schiller-Universität Jena und wie bewerten Sie diese?

	gar nicht zufrieden	weniger zufrieden	zufrieden	sehr zufrieden	nicht genutzt	nicht bekannt
Kostenloses Mittagessen für Kinder Studierender in der Mensa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kinderbetreuung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Frauen-Nachttaxi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vorlesungen im Internet digital verfügbar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sprachenzentrum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sportangebote der Uni Jena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weitere Angebote: <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 20. Wie gefällt Ihnen, alles in allem, in Jena:

	gar nicht	weniger gut	gut	sehr gut
das kulturelle Angebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
das Sportangebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Freizeitmöglichkeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Einkaufsmöglichkeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Stadt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Arbeitsmöglichkeiten für Studierende	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Angebot und Qualität der öffentlichen Verkehrsmittel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
das Fahrradwegesystem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
das Parkplatzangebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die öffentlichen Parks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die medizinische Versorgung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Universität	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Landschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Gastronomie und Kneipenszene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
das Beratungsangebot von Universität und Stadt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ihre persönliche Wohnsituation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ihre persönlichen Kontakte und Freundschaften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ihre persönliche Studiensituation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges: <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Weiter



Friedrich-Schiller-Universität Jena

85% ausgefüllt

21. Abschließend möchten wir von Ihnen wissen, ob Sie folgende Imagekampagnen kennen.



- Habe ich während meines Studiums in Jena kennengelernt.
- Kannte ich schon vor meinem Studium in Jena.
- Habe ich noch nie gesehen.



- Habe ich während meines Studiums in Jena kennengelernt.
- Kannte ich schon vor meinem Studium in Jena.
- Habe ich noch nie gesehen.



- Habe ich während meines Studiums in Jena kennengelernt.
- Kannte ich schon vor meinem Studium in Jena.
- Habe ich noch nie gesehen.



- Habe ich während meines Studiums in Jena kennengelernt.
- Kannte ich schon vor meinem Studium in Jena.
- Habe ich noch nie gesehen.

**22. Zum Schluss benötigen wir von Ihnen noch ein paar persönliche Angaben:**

	männlich	weiblich
Geschlecht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geburtsjahr: <input style="width: 60px;" type="text"/>		
Staatsangehörigkeit		
<input type="radio"/> deutsch		
<input type="radio"/> andere, und zwar: <input style="width: 200px;" type="text"/>		
Hauptfach <input style="width: 250px;" type="text"/>		
Zu welcher Fakultät gehört Ihr Hauptfach?		
<input type="radio"/> Theologie		
<input type="radio"/> Rechtswissenschaften		
<input type="radio"/> Wirtschaftswissenschaften		
<input type="radio"/> Philosophie		
<input type="radio"/> Sozial- und Verhaltenswissenschaften		
<input type="radio"/> Mathematik & Informatik		
<input type="radio"/> Physik & Astronomie		
<input type="radio"/> Chemie & Geowissenschaften		
<input type="radio"/> Biologie & Pharmazie		
<input type="radio"/> Medizin		



**23. Bitte geben Sie den höchsten Bildungsabschluss an, den Ihre Eltern haben:**

Vater

- kein beruflicher Abschluss
- Lehre oder gleichwertige Berufsausbildung
- Meisterprüfung, Technikerabschluss
- Fachhochschulabschluss o.Ä. (auch Fachschulabschluss in der DDR)
- Hochschul- / Universitätsabschluss (auch Lehrerausbildung)

Mutter

- kein beruflicher Abschluss
- Lehre oder gleichwertige Berufsausbildung
- Meisterprüfung, Technikerabschluss
- Fachhochschulabschluss o.Ä. (auch Fachschulabschluss in der DDR)
- Hochschul- / Universitätsabschluss (auch Lehrerausbildung)

**24. Welcher Berufsgruppe gehören Ihre Eltern an?**

Vater

- Selbständige
- Beamte
- Angestellte
- Arbeiter
- Nicht berufstätig

Mutter

- Selbständige
- Beamte
- Angestellte
- Arbeiter
- Nicht berufstätig

**25. Wo haben Sie Ihre Hochschulzugangsberechtigung erworben?**

Land

Bundesland

Stadt / Gemeinde

KFZ Kennzeichen der Stadt /  
Gemeinde



Friedrich-Schiller-Universität Jena

95% ausgefüllt

**26. Unter allen Teilnehmern verlosen wir 10 Büchergutscheine der Thalia  
Universitätsbuchhandlung im Gesamtwert von 200€.  
Möchten Sie an der Verlosung teilnehmen?**

Dann benötigen wir Ihre E-Mail Adresse, um die Gewinner zu kontaktieren.



nein

ja, meine E-Mail ist:

## Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

Die Ergebnisse der Umfrage werden in etwa zwei Monaten auf der Homepage der Universität veröffentlicht.

Die Gewinner der Büchergutscheine werden per E-Mail benachrichtigt.

---

Kontakt: [studierendenbefragung@uni-jena.de](mailto:studierendenbefragung@uni-jena.de)

## 11.4 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Gesamtstudierendenzahlen und Anteil der westdeutschen Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität Jena .....	13
Abbildung 2: Studierende nach Semesterzahl (Hauptfach in Jena).....	21
Abbildung 3: Studierende nach Fakultäten .....	22
Abbildung 4: Studienfächer (Hauptfach) der befragten Studierenden im WS 2008/09.....	23
Abbildung 5: Herkunft der Studierenden mit Hochschulzugangsberechtigung (HZB) nach Bundesländern im WS 2008/09.....	25
Abbildung 6: Herkunft der befragten westdeutschen Studierenden nach Hochschulzugangsberechtigung (HZB) alte Bundesländer (Landkreise) im WS 2008/09 .....	26
Abbildung 7: Bildungsabschluss der Eltern.....	30
Abbildung 8: Berufsgruppen der Eltern .....	30
Abbildung 9: Erstkontakt der Studierenden mit der Friedrich-Schiller-Universität (Informationsquellen).....	33
Abbildung 10: Der erste Besuch in Jena .....	34
Abbildung 11: Der erste Besuch in Jena mit/ohne Begleitung .....	35
Abbildung 12: Nutzung und Wichtigkeit von Informationsangeboten der Friedrich-Schiller-Universität.....	36
Abbildung 13: Nutzung und Wichtigkeit von Informationsangeboten im Internet .....	37
Abbildung 14: Nutzung und Wichtigkeit von weiteren Informationsangeboten .....	39
Abbildung 15: Nutzung von zusätzlichen Informationsangeboten.....	40
Abbildung 16: Einfluss von Rankings auf die Hochschulwahl.....	45
Abbildung 17: Die 25 meist genannten Alternativhochschulen im Inland (Information) .....	47
Abbildung 18: Alternative Hochschulstandorte im Ausland (Information) .....	49
Abbildung 19: Die 25 meist genannten Alternativ-Hochschulen (Wunschhochschulen).....	50
Abbildung 20: Die 25 meist genannten Alternativ-Hochschulen (Zulassung) .....	50
Abbildung 21: Bisherige Hochschulorte in der BRD (Studienortwechsler); Kartographie: Anne Bauer, FSU Jena ...	53
Abbildung 22: Wahl der Universität Jena wegen Zugangsbeschränkung zum Studium.....	57
Abbildung 23: Wahl der Universität Jena aus Interesse am Hochschulstandort.....	59
Abbildung 24: Wahl der Universität Jena aus Interesse an der Hochschule.....	59
Abbildung 25: Wahl der Universität Jena wegen guter und schneller Informationen.....	60
Abbildung 26: Wahl der Universität Jena aus Interesse durch Vertrautheit.....	60
Abbildung 27: Wahl der Universität Jena aus finanziellen und familiären Gründen.....	61
Abbildung 28: Die sechs wichtigsten Hochschulwahlgründe in Abhängigkeit der Fakultät.....	63
Abbildung 29: Bekanntheitsgrad von Imagekampagnen (alle Studierende) .....	68
Abbildung 30: Bekanntheitsgrad von Imagekampagnen (Studierende des 1. Semesters).....	69
Abbildung 31: Zufriedenheit mit Angeboten der Friedrich-Schiller-Universität.....	74
Abbildung 32: Allgemeine Zufriedenheit mit weiteren Angeboten der Friedrich-Schiller-Universität .....	74
Abbildung 33: Zufriedenheit mit der Lebenssituation in Jena (Teil 1) .....	75
Abbildung 34: Zufriedenheit mit der Lebenssituation in Jena (Teil 2) .....	76
Abbildung 35: Zufriedenheit mit der Lebenssituation in Jena (Teil 3) .....	76
Abbildung 36: Gründe für die Wiederwahl des Studienfachs .....	82

<i>Abbildung 37: Gründe für einen Wechsel des Studienfachs</i> .....	82
<i>Abbildung 38: Gründe für die Wiederwahl der Friedrich-Schiller-Universität</i> .....	83
<i>Abbildung 39: Gründe für das Abraten eines Studiums an der Friedrich-Schiller-Universität</i> .....	84
<i>Abbildung 40: Gründe für die Empfehlung eines Studiums in Jena</i> .....	86
<i>Abbildung 41: Gründe für das Abraten eines Studiums in Jena</i> .....	86
<i>Abbildung 42: Image der Universität in Abhängigkeit vom Fachsemester</i> .....	89
<i>Abbildung 43: Image der Universität in Abhängigkeit vom Studienortwechsel</i> .....	90
<i>Abbildung 44: Image der Universität in Abhängigkeit der Fakultätszugehörigkeit (Teil 1)</i> .....	92
<i>Abbildung 45: Image der Universität in Abhängigkeit der Fakultätszugehörigkeit (Teil 2)</i> .....	93
<i>Abbildung 46: Image der Universität in Abhängigkeit der Empfehlungsbereitschaft</i> .....	94
<i>Abbildung 47: Image der Stadt Jena im Vergleich zur Universität</i> .....	96
<i>Abbildung 48: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit der Studienortwahl</i> .....	97
<i>Abbildung 49: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit vom Fachsemester</i> .....	98
<i>Abbildung 50: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit der Empfehlungsbereitschaft</i> .....	101
<i>Abbildung 51: Reaktionen Dritter auf Studienentscheidung bzgl. Stadt und Universität</i> .....	104
<i>Abbildung 52: Reaktionen Dritter auf Studienentscheidung bzgl. Image östliche Bundesländer</i> .....	105
<i>Abbildung 53: Weitere Reaktionen Dritter auf die Studienortentscheidung</i> .....	105
<i>Abbildung 54: Aspekte ‚Sicherheit‘ und ‚Fremdenfeindlichkeit‘</i> .....	106
<i>Abbildung 55: Zusammenhang zwischen Empfehlung der Uni Jena, Wiederwahl des Studienfachs und Studienorts</i> .....	112
<i>Abbildung 56: Empfehlung der Universität Jena in Abhängigkeit ausgewählter Merkmale</i> .....	113
<i>Abbildung 57: Zufriedenheit und Wahlmotivation für die unterschiedlichen Gruppen des Erstkontakts (Mittelwerte)</i> .....	118
<i>Abbildung 58: Image der Universität in Abhängigkeit vom Geschlecht</i> .....	137
<i>Abbildung 59: Image der Universität in Abhängigkeit von Zulassungsbeschränkung</i> .....	138
<i>Abbildung 60: Image der Universität in Abhängigkeit des Bildungshintergrundes</i> .....	139
<i>Abbildung 61: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit vom Geschlecht</i> .....	140
<i>Abbildung 62: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit von Zulassungsbeschränkung</i> .....	141
<i>Abbildung 63: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit der Fakultätszugehörigkeit (Teil 1)</i> .....	142
<i>Abbildung 64: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit der Fakultätszugehörigkeit (Teil 2)</i> .....	143
<i>Abbildung 65: Image der Stadt Jena in Abhängigkeit des Bildungshintergrundes</i> .....	144

## 11.5 Tabellenverzeichnis

<i>Tabelle 1: Beteiligung an der Befragung und Rücklaufquoten</i> .....	18
<i>Tabelle 2: Die westdeutschen Studierenden in Zahlen (Übersicht)</i> .....	20
<i>Tabelle 3: Anteil der Studierenden an der Friedrich-Schiller-Universität in ausgewählten Fächern im WS 2008/09</i> .....	23
<i>Tabelle 4: Herkunft nach Hochschulzugangsberechtigung (Universitätsstädte und angrenzende Land- und Stadtkreise mit mehr als 5 Studierenden)</i> .....	28
<i>Tabelle 5: Nutzung ausgewählter Informationsquellen westdeutscher Studierender zur Studien- und Hochschulwahl im Vergleich</i> .....	41
<i>Tabelle 6: Nutzung und Wichtigkeit von Rankings im Vergleich</i> .....	44
<i>Tabelle 7: Informationsbeschaffung über alternative Studienorte und Hochschulen</i> .....	46
<i>Tabelle 8: Zulassung an alternativen Studienorten und Hochschulen</i> .....	51
<i>Tabelle 9: Top 10 der alternativen Hochschulstandorte (Information, Wunsch, Zulassung)</i> .....	52
<i>Tabelle 10: Ausgewählte Hochschulwahlgründe westdeutscher Studierender im Vergleich</i> .....	54
<i>Tabelle 11: Rangfolge der wichtigsten und unwichtigsten Gründe für die Hochschulwahl</i> .....	55
<i>Tabelle 12: Hauptgründe der Hochschulwahl nach Studienfächern</i> .....	64
<i>Tabelle 13: Zugriffszahlen auf einzelne Seiten des Internetangebotes der Friedrich-Schiller-Universität</i> .....	70
<i>Tabelle 14: Zugriffszahlen auf die Seiten <a href="http://www.uni-jena.de">www.uni-jena.de</a> von ausgewählten websites</i> .....	70
<i>Tabelle 15: Zufriedenheit der Studierenden mit Wohn- und Lebenssituation in Jena im Vergleich 1995 und 2009</i> ....	78
<i>Tabelle 16: Wiederwahl bzw. Empfehlung von Studiengang, Universität und Stadt Jena</i> .....	80