

Neue Studie zu „Einflussfaktoren der Studienentscheidung“

Abiturienten setzen auf den Master-Abschluss

Köln, 06. September 2007 – Welche Kriterien sind entscheidend bei der Studienwahl? Um diese Frage zu beantworten und das Informationsverhalten von Abiturienten besser verstehen zu können, befragten das Centrum für Hochschulentwicklung und die Einstieg GmbH im ersten Halbjahr 2006 insgesamt 3.581 Schüler der gymnasialen Oberstufe zu ihren Zukunftsplänen. Die Ergebnisse der bundesweit durchgeführten Studie „Einflussfaktoren der Studienentscheidung“ sind eindeutig: Für 64,5 Prozent stehen bei der Fächerwahl die eigenen Neigungen und Begabungen an erster Stelle. Mit der Frage nach dem Studiengang setzten sich rund 40 Prozent der Jugendlichen ein Jahr vor Eintritt in die Abschlussklasse auseinander. Die Entscheidung fällen die meisten im Abiturjahr.

Besonders gefragt sind bei weiblichen wie männlichen Abiturienten die Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Auffällig ist hierbei die häufig angestrebte Studienabschlusskombination von Bachelor und Master: 52,9 Prozent planen in dieser Fächergruppe den aufbauenden Masterabschluss, lediglich 4,8 Prozent möchten sich mit dem Bachelor begnügen. In den Ingenieurwissenschaften dagegen setzen 50 Prozent der Befragten weiterhin auf das altbewährte Diplom. Christian Langkafel, Geschäftsführer der Einstieg GmbH, kommentiert: „Obwohl das Wissen über die neuen Abschlüsse bei den Schülern vorhanden ist, fehlt es offenbar an Vertrauen. Nur Wenige glauben, mit dem Bachelor erfolgreich in den Beruf starten zu können. Notwendig ist weitere Aufklärungsarbeit durch Unternehmen sowie eine klare Beschreibung der Anforderungsprofile und Karrierechancen, um diesen Abschluss als ersten berufsqualifizierenden Abschluss zu etablieren.“

Auffällig ist der Einfluss des persönlichen Umfeldes: 26,9 Prozent der Befragten beschreiben ihre Eltern als sehr einflussreich, gefolgt von Freunden und Mitschülern. Die professionellen Beratungsangebote von Lehrern und der Bundesagentur für Arbeit halten jedoch nur über vier Prozent für sehr einflussreich. Obwohl 66,2 Prozent das Internet als wichtigstes Informationsmedium einschätzen, ist für drei Viertel die persönliche Beratung sehr bis eher wichtig. Ein Resümee ist demnach: Informativ und individuell soll die Beratung von und für Jugendliche sein, ob vom professionellen Berater oder den eigenen Eltern. Konkrete Handlungsempfehlungen für Schüler, Schulen, Eltern und Hochschulen bietet die kostenlose Kurzfassung der Studie im Internet unter www.einstieg.com. Ausführlich vorgestellt werden die Ergebnisse der Studie am 27. September 2007 in Berlin auf der Fachtagung „Wettbewerbsstrategien vor dem Hintergrund des Informationsverhaltens von Oberstufenschülern“. Interessierte Hochschulvertreter können sich bis zum 14. September bei der Einstieg GmbH, Susanne Clay (s.clay@einstieg.com) für die Tagung anmelden. Weitere Informationen zur Studie und zur Tagung gibt es telefonisch unter 0221-3 98 09-30 sowie unter www.einstieg.com.