

Studien zur Wirtschaftsgeographie

Das Internet bei der Wahl des Studien- ortes und als studienbegleitendes Medium am Beispiel des Informationsangebots der Universitäten in Gießen und Marburg

Heike Böcher und Ivo Moßig

Herausgeber: Prof. Dr. E. Giese
Schriftleitung: Ivo Moßig und Erika Bothur
Druck: Institut für Geographie

Adresse: Institut für Geographie der Justus-Liebig-Universität
Professur für Wirtschaftsgeographie
Senckenbergstraße 1 (Neues Schloss)
D-35390 Gießen (Tel.: 0641/99-36220)

ISSN: 0939-9267

Gießen, Januar 2005

1 Anlass und Zielsetzung der Arbeit

Seit den 1980er Jahren werden vom Institut für Geographie regelmäßig Befragungen unter den Studierenden der Justus-Liebig-Universität Gießen durchgeführt. Dabei sind die regionalökonomischen Effekte einer Hochschule für die jeweilige Hochschulregion (Giese et al. 1982, Giese 1987) ebenso erfasst worden wie die Frage nach dem Image der Stadt Gießen aus studentischer Sicht (Giese/Harsche 1991, Moßig 2003), die soziale Lage der Studierenden in Gießen (Giese/Höher 1993) sowie deren Zufriedenheit mit ihrer Universität und ihrem Studienort (Giese 1990). Mehrfach stand dabei die grundlegende Frage nach den Motiven für ein Studium in Gießen und dem generellen Einfluss verschiedener Faktorenkomplexe auf die Wahl des Studienortes im Zentrum der Erhebungen (Giese et al. 1982, S. 119ff., Giese 1986, Giese/Harsche 1991, Moßig 2000a, 2000b). Auch für andere Hochschulstandorte ist die Frage nach der räumlichen Mobilität der Studierenden und ihren Motiven bei der Studienortwahl zum Gegenstand geographischer Forschungsarbeiten erhoben worden (z.B. Blotevogel/Breitkopf 1999, Eichholz/Schulz 2000, Heine 2002, Leib 2002, Muske 1975, Nutz 1991, Wenzel 1984).

Im Jahr 2000 ist erstmals eine Untersuchung durchgeführt worden, in der die Informationsmöglichkeiten im Internet bei der Wahl des Studienortes Gießen analysiert wurden (Moßig 2000a, 2000b). Damals haben lediglich 19,8% der Studierenden die Möglichkeiten des Internets als Informationsmedium bei der Studienortwahl genutzt. Es gibt Grund zu der Annahme, dass bei der Studienortsuche heute deutlich stärker auf das Internet als Informationsquelle zurückgegriffen wird. Dafür spricht, dass die Zahl deutscher Internetnutzer in den letzten fünf Jahren kontinuierlich angestiegen ist. Während im Jahr 1999 lediglich 16,9% unter den 14- bis 64jährigen dieses Medium in Anspruch nahmen, waren es im Jahr 2004 bereits 58,8%. Die Tendenz ist weiter steigend (Köcher 2004). Dafür spricht auch, dass das Internet seit einigen Jahren nicht mehr nur als Kommunikationsmedium, sondern zunehmend auch zur Informationsbeschaffung eingesetzt wird. Dies trifft besonders auf den Bildungsbereich zu. In der Kategorie 'Schule, Studium und Beruf' wurden im Jahr 2003 19,8 Millionen Abrufe aus dem „world wide web“ ermittelt. Lediglich für die Reisebranche wurde eine höhere Zahl an Abrufen registriert (20,4 Millionen) (Köcher 2004).

Die Attraktivität des Internets als Informationsquelle für die Studienortwahl hängt mit der Schnelligkeit und Unverbindlichkeit der Informationsbeschaffung zusammen. Angebote und Profile verschiedener Universitäten können in vergleichsweise kurzer Zeit geprüft und verglichen werden. Informationen über die jeweiligen Schwerpunkte in der Lehre und der Forschung, mögliche Studiengänge und die dazugehörigen Studienordnungen oder die Zahl der Studierenden sowie die Relation Studierende je Hochschullehrer sind schnell abrufbar. Dies ist mittlerweile auch deshalb so gut möglich, weil die Universitäten die Möglichkeiten des Internets inzwischen sehr viel besser nutzen als noch vor wenigen Jahren. In einer Zeit intensiveren Wettbewerbs zwischen den Hochschulen und knapper werdender finanzieller Mittel wird die Zahl der Studierenden als Indikator für die Attraktivität und Anziehungskraft einer Universität zum zunehmend wichtigen Faktor. Auch vor diesem Hintergrund gewinnt das Internet

gegenüber den 'traditionellen' schriftlichen Informationsmaterialien und der Vor-Ort-Beratung immer mehr an Relevanz für die universitäre Öffentlichkeitsarbeit und das Hochschulmarketing.

So stand im Zentrum der durchgeführten Untersuchung die Frage, welche Bedeutung das Internet als Informationsmedium für die Wahl des Studienorts im Vergleich zu anderen Informationsquellen gegenwärtig hat. Zu diesem Zweck ist im Sommersemester 2004 eine empirische Erhebung an der Justus-Liebig-Universität Gießen und der Philipps-Universität Marburg durchgeführt worden. Befragt wurden Studierende des Grundstudiums der Fächer Mathematik, Rechtswissenschaften, Wirtschaftswissenschaften, Germanistik und Medizin. Auf der Grundlage der ermittelten Ergebnisse lässt sich im Einzelnen darstellen,

- welche Motive die Studierenden bei der Wahl ihres Studienortes geleitet haben,
- welche Unterschiede es hinsichtlich der Gewichtung der Motive zwischen Gießen und in Marburg gibt bzw. welche Gemeinsamkeiten bestehen,
- welche verschiedenen Informationsquellen die Studierenden bei der Hochschulsuche in Anspruch nehmen,
- wie umfassend deren Relevanz jeweils einzuschätzen ist und welche Bedeutung speziell dem Internet beizumessen ist,
- wie die Qualität des Internet-Informationsangebots der Hochschulen Gießen und Marburg aus studentischer Sicht eingeschätzt wird und
- wie stark das Internet bereits als studienbegleitendes Medium an den Universitäten in Gießen und Marburg eingesetzt und aus studentischer Sicht bewertet wird.

Zudem soll ein Vergleich mit den Ergebnissen der Untersuchung aus dem Jahr 2000 (Moßig 2000a, 2000b) vorgenommen werden. Um diesbezüglich Vergleichbarkeit zu gewährleisten, ist die Erhebung eng an die damalige Befragung angelehnt worden. Zusätzlich zu der damals ausschließlich auf die Justus-Liebig-Universität Gießen bezogenen Befragung sind diesmal auch die Angaben von Studierenden der Philipps-Universität Marburg aufgenommen worden. Dadurch lassen sich erstmalig Hinweise ableiten, ob unterschiedliche Internetauftritte zu anderen Entscheidungen bei der Wahl des Studienortes führen und inwiefern lokale Besonderheiten und studienortbezogene Aspekte einen Einfluss auf die Wahl des Studienortes haben.

2 Methodische Vorgehensweise und Zusammensetzung der Stichprobe

Der vorliegenden Studie liegt eine schriftliche Befragung der Studentinnen und Studenten in Gießen und Marburg anhand eines vierseitigen, vollstandardisierten Fragebogens zugrunde (Atteslander 1993, Diekmann 2004, Kromrey 2000). Für ausgewählte Fragen wurde dabei auf die Vergleichbarkeit zur Untersuchung aus dem Jahr 2000 geachtet. Die Stichprobenauswahl erfolgte in Form einer nach Studienfächern bzw. Fachbereichen geschichteten Stichprobe. Um eine Vergleichbarkeit zwischen Gießen und Marburg zu gewährleisten, wurden fünf Studien-

gänge für die Befragung ausgewählt, die an beiden Universitäten angeboten werden: Mathematik, Germanistik, Rechtswissenschaften, Humanmedizin und Wirtschaftswissenschaften.¹

Die Befragung fand im Sommersemester 2004 vom 24.05 - 07.06.2004 statt. Um eine möglichst hohe Rücklaufquote zu erreichen, wurde sie zumeist in Anwesenheit des jeweiligen Dozenten in ausgewählten Lehrveranstaltungen durchgeführt.² Mit einem Rücklauf von insgesamt 1330 Fragebögen, davon 1191 von Studierenden der ersten vier Hochschulsesemester (Gießen: 599 Studierende; Marburg: 592 Studierende), wurde das Ziel erreicht, vor allem Studierende des Grundstudiums zu befragen. 662 Fragebögen wurden von Studierenden der Universität Gießen beantwortet und 668 von Studierenden der Universität Marburg (vgl. Tab.1). 50% der Befragten sind männlich, 48% weiblich und 2% enthielten sich der Angabe. Das Durchschnittsalter beträgt 21,4 Jahre.

Tab.1: Zusammensetzung der Stichprobe nach Studienfächern und Semesterzahl an den Universitäten Gießen und Marburg

Fachbereich	Befragte Gießen		Befragte Marburg	
	Insgesamt	1.-4. Sem.	Insgesamt	1.-4. Sem.
Rechtswissenschaften	197	176	81	78
Wirtschaftswissenschaften	230	220	249	207
Germanistik	107	96	81	76
Mathematik/Informatik/Physik	49	42	89	74
Humanmedizin	60	54	144	139
Sonstige	19	11	24	18
Insgesamt	662	599	668	592

Quelle: Eigene Erhebung 2004

3 Motive für die Studienortwahl Gießen und Marburg

Die Wahl des Studienortes ist nicht immer frei und uneingeschränkt. Neben finanziellen, persönlichen oder fachlichen Aspekten werden die Bewerber insbesondere durch Zulassungs- und Bewerbungskriterien in ihrer Wahl beschränkt. Je nach Fächerangebot, Zahl der freien Studienplätze und Zulassungsvoraussetzungen erhält nicht jeder einen Studienplatz an seiner Wunschuniversität. Vor allem Studieninteressierte, die sich zentral bei der ZVS für einen Studienplatz bewerben müssen, sind davon betroffen. Allein 31,6% der befragten Studierenden an der Universität Gießen haben sich über die ZVS beworben. 14,5% haben ihren Studienplatz entgegen ihrem eigenen Wunsch von der ZVS an der Universität Gießen erhalten. An der Universität Marburg haben sich 42,9% der Befragten über die ZVS beworben. 10,6% sind gegen den

¹ Der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften umfasst die Studiengänge Volkswirtschaftslehre, Betriebswirtschaftslehre und Ökonomie.

² Den Teilnehmern der Lehrveranstaltung "Methodik II" im SS 2004 sei für ihre tatkräftige Unterstützung bei der Durchführung der Erhebung in Gießen an dieser Stelle ganz herzlich gedankt.

Wunsch zum Studium nach Marburg gekommen. Somit unterscheidet sich der Anteil der unfreiwillig in Gießen und Marburg studierenden innerhalb der Stichprobe nur geringfügig (vgl. Tab. 2).

Tab. 2: Anmeldung an den Universitäten Gießen und Marburg

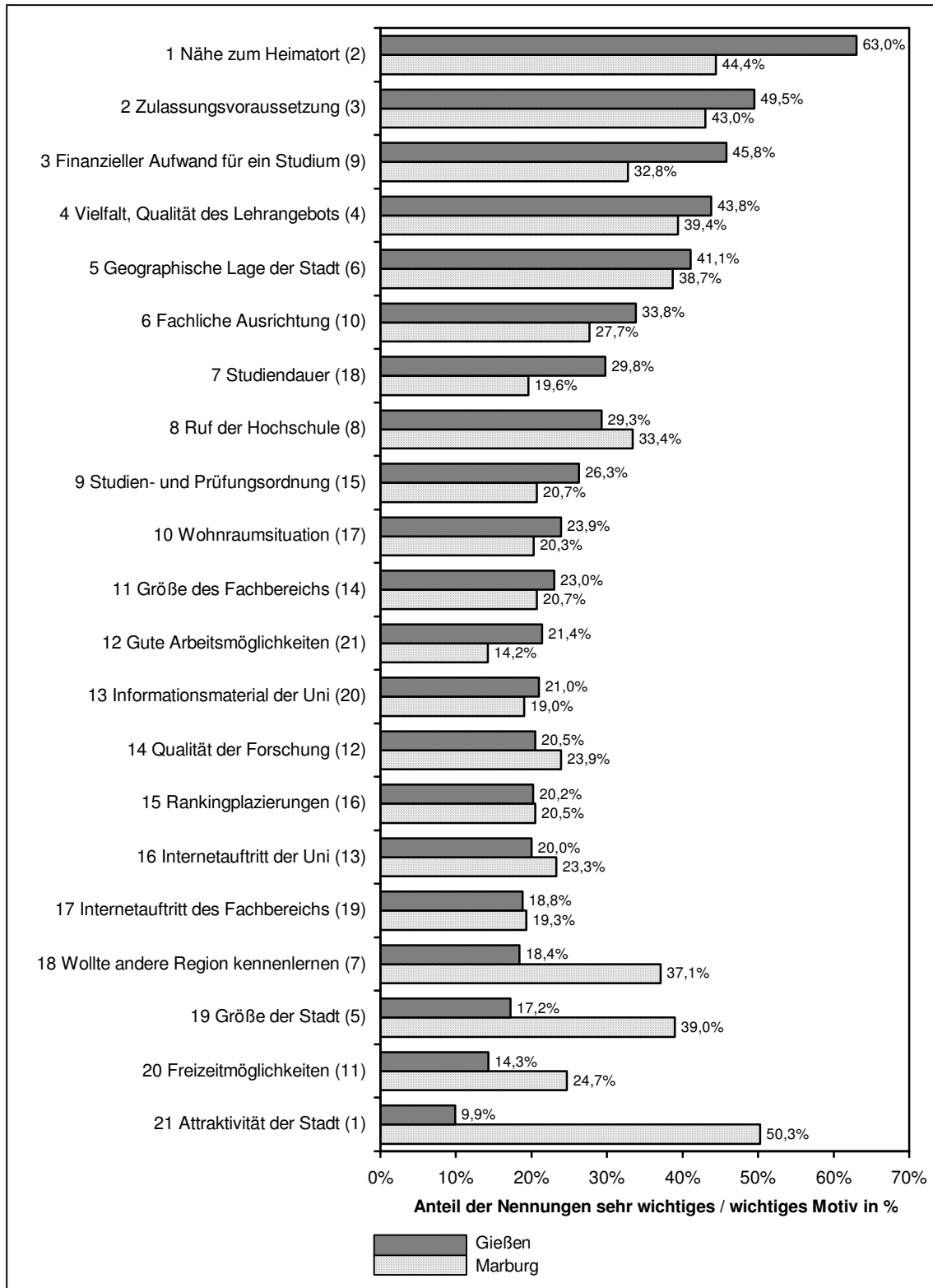
	Gießen		Marburg	
	abs.	in %	abs.	in %
Anmeldung direkt an der Universität	446	67,4%	380	56,9%
Von der ZVS auf eigenen Wunsch zugewiesen	113	17,1%	216	32,3%
Von der ZVS gegen eigenen Wunsch zugewiesen	96	14,5%	71	10,6%
Keine Angabe	7	1,0%	1	0,2%
Summe	662	100,0%	668	100,0%

Quelle: Eigene Erhebung 2004

Die Motivation der Studienortsuchenden wird jedoch im Wesentlichen nicht durch das Bewerbungsverfahren bestimmt. Der Entscheidung für oder gegen einen Studienort liegt oft eine Verkettung verschiedener Motive zugrunde, die letztlich die Handlung hervorrufen, sich für den einen und keinen anderen Studienort zu entscheiden. Um die Motive für die Wahl des Studienortes herauszufinden, wurden die Studierenden gebeten, verschiedene Kriterien anhand einer Skala von 1 (sehr wichtig) bis 5 (völlig unwichtig) zu bewerten. Hierbei sind die unfreiwillig von der ZVS nach Gießen bzw. nach Marburg zugewiesenen Studierenden nicht berücksichtigt worden.

Bisherige Erhebungen an unterschiedlichen Universitäten haben immer wieder gezeigt, dass vor allem außeruniversitäre Motive einen starken Einfluss auf die Wahl des Studienortes haben. Insbesondere die Nähe zum Heimatort ist oft das entscheidende Motiv für die Wahl (Blotevogel/Breitkopf 1999, Eichholz/Schulz 2000, Heine 2002, Leib 2002, Muske 1975, Nutz 1991, Wenzel 1984). Dies bestätigen auch die Resultate dieser Befragung. Aus Abbildung 1 geht hervor, dass für die Studierenden an der Universität Gießen die 'Nähe zum Heimatort' das wichtigste Motiv für die Wahl des Studienortes Gießen war. 63,0% der Studierenden bewerteten die 'Nähe zum Heimatort' als sehr wichtig bzw. wichtig. Die 'Zulassungsvoraussetzungen' waren für 49,5% der befragten Studierenden sehr wichtig bzw. wichtig. Weiterhin spielten der 'finanzielle Aufwand für ein Studium' (45,8%) sowie die 'Vielfalt und Qualität des Lehrangebotes' (43,8%) für viele Studierende in Gießen eine bedeutende Rolle im Zuge der Studienortwahl. Mitentscheidend für Gießen als Studienort war für viele auch die 'geographische Lage der Stadt', die von 41,1% als sehr wichtig bzw. wichtig bewertet wurde. Die Motive 'Internetauftritt der Universität' (20,0%), 'Internetauftritt des Fachbereiches' (18,8%), 'wollte andere Region kennen lernen' (18,4%), 'Größe der Stadt' (17,2%) und die 'Freizeitmöglichkeiten' (14,3%) waren nur für wenige der Gießener Studentinnen und Studenten wichtig gewesen.

Abb. 1: Motive für die Studienortwahl Gießen und Marburg
 - In Klammern die Rangplatzierung der Motive in Marburg -



Quelle: Eigene Erhebung 2004

Am Ende der Skala für Gießen rangiert das Motiv 'Attraktivität der Stadt'. Nur 9,9% der Befragten bewerteten diese als wichtig bzw. sehr wichtig, als sie sich für den Studienort Gießen entschieden haben (vgl. Abb.1).

Auch für viele Studierende der Universität in Marburg ist 'Nähe zum Heimatort' ein wichtiges Motiv für die Entscheidung an der Philipps-Universität zu studieren. Sie wurde am zweithäufigsten (44,4%) als sehr wichtig oder als wichtig eingestuft. Die wichtigste Rolle spielt jedoch die Stadt Marburg selbst. Über die Hälfte der Studierenden (50,3%) bewerteten die 'Attraktivität der Stadt' als sehr wichtig oder wichtig. Es folgen die Motive 'Zulassungsvoraussetzungen' (43,0%) und 'Vielfalt und Qualität des Lehrangebotes' (39,4%). Auch die 'Größe der Stadt' (39,0%) und die 'geographische Lage der Stadt' (38,7%) haben einen großen Einfluss auf die Entscheidung der Marburger Studierenden genommen. Weiterhin von Bedeutung waren die Motive der Studierenden, eine 'andere Region kennen lernen' zu wollen (37,1%), der 'Ruf der Hochschule' (33,4%) und der 'finanzielle Aufwand für ein Studium' (32,8%).

Am unteren Ende der Skala für Marburg mit den wenigsten Nennungen finden sich die Motive 'Studiendauer' (19,6%), 'Internetauftritt des Fachbereiches' (19,3%) sowie das 'schriftliche Informationsmaterial der Universität' (19,0%). Den letzten Rangplatz haben die 'Arbeitsmöglichkeiten während des Studiums' inne. Nur 14,2% der Studierenden bewerteten diesen Aspekt als sehr wichtig bzw. als wichtig für ihre Entscheidung.

Die größten Unterschiede zwischen Gießen und Marburg hinsichtlich der Motive bei der Wahl des jeweiligen Studienortes sind in Tabelle 3 zusammengefasst. Die Unterschiede betreffen weniger die Aspekte, die das Studium selbst betreffen als vielmehr solche, die mit der jeweiligen Stadt bzw. der Hochschulregion verbunden sind. Insbesondere verfügt Marburg über den immensen Vorteil, dass die Stadt von den Studienanfängern als deutlich attraktiver wahrgenommen wird als Gießen. Die große Differenz um über 40%-Punkte zeigt die enorme Anziehungskraft, den ein als attraktiv wahrgenommener Studienort auf die Studierwilligen ausübt.

Tab. 3: Signifikante Unterschiede bezüglich der Motive bei der Wahl der Studienorte Gießen und Marburg

Motiv	Gießen		Marburg		Differenz	
	Nennungen (sehr) wichtig	Rang	Nennungen (sehr) wichtig	Rang	%-Punkte	Ränge
Attraktivität der Stadt	9,9%	21	50,3%	1	40,4%	20
Größe der Stadt	17,2%	19	39,0%	5	21,8%	14
Andere Region kennen lernen	18,4%	18	37,1%	7	18,7%	11
Nähe zum Heimatort	63,0%	1	44,4%	2	18,6%	1
Finanzieller Aufwand	45,8%	3	32,8%	9	13,0%	6
Freizeitmöglichkeiten	14,3%	20	24,7%	11	10,4%	9
Studiendauer	29,8%	7	19,6%	18	10,2%	11

Quelle: Eigene Erhebung 2004

4 Verwendete Informationsquellen bei der Studienortwahl

Für die Hochschulen ist die Frage nach den Informationsquellen, die bei der Wahl des Studienortes von den Studienanfängern verwendet wurden, von besonderem Interesse, um ein möglichst passendes Informationsangebot bereitstellen zu können. Zu diesem Zweck sollten die Studierenden 16 vorgegebene Informationsquellen anhand einer Skala von 1 (sehr wichtig) bis 5 (völlig unwichtig) entsprechend der damaligen Bedeutung bei der Studienortwahl bewerten. Wurde eine Informationsquelle nicht verwendet, hatten die Studentinnen und Studenten die Möglichkeit, dies in einem sechsten Feld zu vermerken. Die Ergebnisse sind in Abbildung 2 ablesbar.

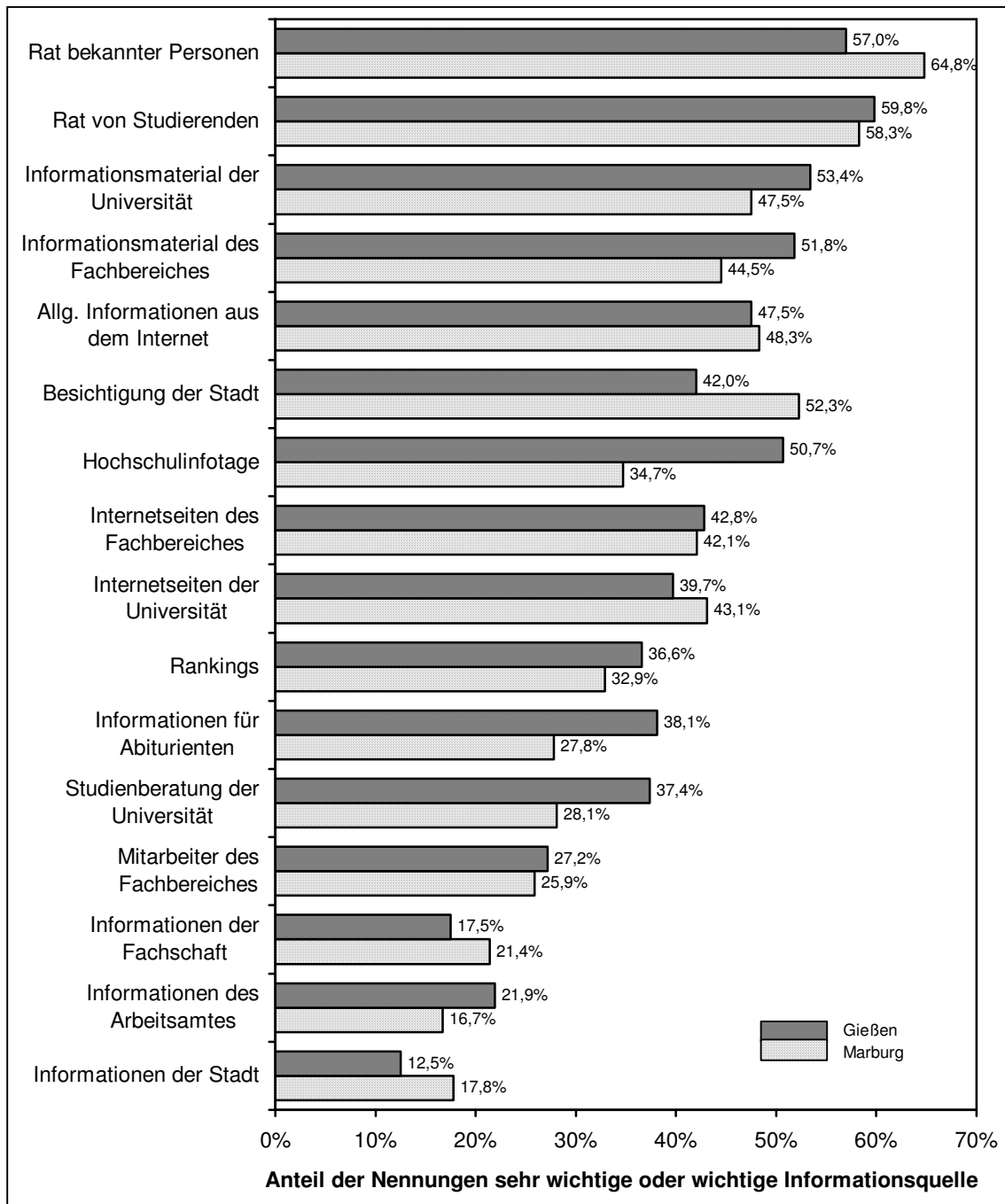
In erster Linie wurden von den Studierenden Ratschläge von Freunden und Bekannten eingeholt. Insgesamt stuften 61,0% aller befragten Studierenden den 'Rat bekannter Personen' für die Studienortwahl als sehr wichtig bzw. wichtig ein (57,0% in Gießen, 64,8% in Marburg). Speziell der 'Rat von Studierenden' wurde mit insgesamt 59,0% der Befragten nahezu gleich häufig als sehr wichtig oder wichtig eingestuft (Gießen: 59,8%, Marburg 58,3%). Es folgen das allgemeine 'Informationsmaterial der Universität' mit 50,4% (Gießen: 53,4%, Marburg: 47,5%) vor dem 'Informationsmaterial des Fachbereichs' (48,0%, Gießen: 51,8%, Marburg: 44,5%). Anders als die beiden erstgenannten Informationsquellen lassen sich diese Informationsmaterialien in der Regel leicht abrufbar auf den Internetseiten einer Hochschule plazieren. Dennoch folgen erst an fünfter Stelle zunächst die 'Allgemeinen Informationen aus dem Internet', die von 47,9% der Studierenden als zumindest wichtige Informationsquelle angesehen wurden (Gießen: 47,5%, Marburg: 48,3%).

Nennenswerte Unterschiede zwischen Gießen und Marburg offenbaren sich bezüglich der Bewertung der verwendeten Informationsquellen auf den nachfolgenden Plätzen 6 und 7. Die 'Besichtigung der Stadt' (insgesamt 47,6%) war für einen größeren Anteil der Studienanfänger in Marburg wichtig (52,3%) als in Gießen (42,0%). Umgekehrt vertraten von den Befragten, die den Besuch der 'Hochschulinformationstage' als eine wichtige Informationsquelle ansahen, deutlich mehr Studierende aus Gießen (50,7%) diese Meinung (gegenüber Marburg: 34,7%).

Die 'Internetseiten des Fachbereichs' und 'die Internetseiten der Universität' wurden mit knapp über 40% von Studierenden beider Universitäten als sehr wichtige bzw. wichtige Informationsquelle für die Studienortwahl eingestuft. Diesbezüglich konnten zwischen Gießen und Marburg keine nennenswerten Unterschiede festgestellt werden. Vergleicht man diese Ergebnisse jedoch mit der Erhebung aus dem Jahr 2000, so wird bereits die erheblich gestiegene Bedeutung des Internets als Informationsquelle bei der Wahl des Studienortes deutlich. Da die Befragung vor vier Jahren nur an der Universität in Gießen durchgeführt wurde, sind auch nur die aktuellen Ergebnisse aus Gießen betrachtet worden. Die 'Allgemeinen Informationen aus dem Internet' wurden im Jahr 2000 lediglich von 29,0% als sehr wichtig bzw. wichtig eingestuft. 2004 betrug der Anteil in Gießen 47,5%, immerhin ein Anstieg um +18,5%-Punkte. Analog dazu lässt sich ein Anstieg bezüglich der 'Internetseiten des Fachbereiches' um +17,2%-Punkte (2000: 25,6%,

2004: 42,8%) und der 'Internetseiten der Universität' um +14,1 %-Punkte (2000: 25,6%, 2004: 39,7%) feststellen (Böcher 2004, Moßig 2000a, 2000b).

Abb.2: Verwendete Informationsquellen bei der Wahl des Studienortes differenziert nach den beiden Universitäten Gießen und Marburg
- Mehrfachnennung möglich -



Quelle: Eigene Erhebung 2004

5 Das Internet als Informationsquelle bei der Wahl des Studienortes

Neben der allgemeinen Bewertung vorgegebener Informationsquellen wurden die Studienanfänger in einer der nachfolgenden Fragen direkt danach gefragt, ob sie das Internet bei ihrer Studienortwahl verwendet haben. Während im Jahr 2000 diesbezüglich lediglich 19,8% der Studierenden das Internet genutzten, ist vier Jahre später die Zahl in Gießen um fast das Dreifache auf 58,8% gestiegen. In Marburg haben sich sogar 67,8% der Befragten das Internet zunutze gemacht. Zusammengenommen liegt der Anteil im Jahr 2004 bei 63,3%. Lediglich 36,7% der Studienanfänger haben sich bei ihrer Studienortwahl nicht im Internet informiert (vgl. Tab. 4).

Tab. 4: Die Internetnutzung bei der Wahl der Studienorte Gießen und Marburg

Internet genutzt	Studierende 2004 gesamt	Studierende 2004 Marburg	Studierende 2004 Gießen	Studierende 2000 Gießen
Ja	63,3%	67,8%	58,8%	19,8%
Nein	36,7%	32,2%	41,2%	80,2%
Insgesamt	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Quelle: Eigene Erhebung 2004, Moßig (2000a)

Tab. 5: Die Nutzung des Internets als Informationsmedium bei der Wahl des Studienortes nach Fachbereichen/Studienfächern an den Universitäten Gießen und Marburg

Fachbereich/Studienfach	Insgesamt		Gießen		Marburg	
	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein
Germanistik	62,1%	37,9%	52,9%	47,1%	74,4%	25,6%
Rechtswissenschaften	60,1%	39,9%	59,9%	40,1%	60,5%	39,5%
Wirtschaftswissenschaften	69,3%	30,7%	64,9%	35,1%	73,4%	26,6%
Mathematik/Physik/Informatik	65,4%	34,6%	56,3%	43,7%	70,5%	29,5%
Humanmedizin	56,9%	43,1%	51,7%	48,3%	59,0%	41,0%
Gesamt	63,3%	36,7%	58,7%	41,3%	67,6%	32,4%

Quelle: Eigene Erhebung 2004

Um Unterschiede zwischen den Studienfächern herauszufinden, ist eine entsprechende Kreuztabellierung durchgeführt worden. Tabelle 5 zeigt, dass z.T. erhebliche Unterschiede zwischen den Fächern existieren. Aber auch innerhalb desselben Faches lassen sich Abweichungen zwischen Gießen und Marburg feststellen. Insgesamt haben mit einem Anteil von 69,3% die Studierenden der Wirtschaftswissenschaften am häufigsten vom Informationsangebot im Internet gebrauch gemacht, während nur 56,9% der Medizinstudenten sich anhand dieses Mediums über Studienorte informierten. Bemerkenswert ist der Unterschied zwischen Marburg und Gießen vor allem innerhalb des Faches Germanistik. In Marburg haben fast 3/4 (74,4%) der Germanistikstudenten das Internet genutzt, in Gießen nur etwas mehr als die Hälfte

(52,9%). Die Marburger Germanisten sind damit die Gruppe, die das Internet am häufigsten bei ihrer Wahl des Studienortes genutzt hat (vgl. Tab. 5).

Die geringe Nutzung des Internets als Informationsmedium im Jahr 2000 lag vor allem an fehlenden Zugangsmöglichkeiten bzw. an den fehlenden Internetkenntnissen vor Beginn des Studiums. Als weitere Gründe für die Nichtnutzung wurde von den Befragten damals angegeben, dass das Internet keine persönlichen Eindrücke vermitteln kann sowie persönliche Gründe, die unabhängig vom Internetangebot die Studienortwahl bestimmt haben (Moßig 2000a). Die aktuelle Erhebung zeigt, dass Faktoren wie die Unkenntnis im Umgang mit der Technik oder ein fehlender Internetzugang nicht mehr relevant sind. Die meisten Studierenden, die das Internet nicht genutzt haben, gaben an, dass sie die Informationen auf anderem Wege besser bekommen konnten. Nur 2,0% der Studierenden waren der Ansicht, dass die Informationen zur Studienortwahl im Internet veraltet seien und 5,4% der Studierenden gaben an, dass sie keinen Zugang zum Internet hatten. Im Jahr 2000 hatten noch über 50% der befragten Studierenden keinen Internetzugang. Auch im Umgang mit der Technik sind mittlerweile fast alle Studierwilligen vertraut. Während im Jahr 2000 noch 19,1% aller Befragten angaben, sich mit der Technik nicht auszukennen, waren es bei der Befragung im Jahr 2004 nur noch 1,7% gewesen.

Die aktuellen Ergebnisse zeigen, dass 83,5% der Studierenden bereits vor Studienbeginn mit dem Medium Internet gearbeitet haben. Vier Jahre zuvor sind es lediglich 25,9% gewesen, so dass sich der Bedeutungsgewinn des Internets bei der Studienortwahl insbesondere dadurch erklären lässt, dass sich das Internet generell erheblich verbreitert hat (vgl. Tab. 6). Im Gegensatz zur Untersuchung im Jahr 2000 scheint es heutzutage nahezu selbstverständlich zu sein, das Internet mit seinen Funktionen schon vor dem Studium zu nutzen. Oft haben die Studierenden das Internet schon während ihrer Schulzeit kennen gelernt. Neueren Berichten zufolge nehmen in Deutschland bereits 86% der über Zehnjährigen die Möglichkeiten des Internets in Anspruch. Immer mehr Schulen haben inzwischen einen eigenen Internetauftritt und bieten ihren Schülern die Möglichkeit, mit dem Internet zu arbeiten (Süddeutsche Zeitung vom 27.09.2004).

Tab. 6: Beginn der Internetnutzung der Studierenden in Gießen und Marburg

Beginn der Internetnutzung	Gesamt 2004	Gießen 2004	Marburg 2004	Gießen 2000
Vor Beginn des Studiums	83,5%	84,4%	82,5%	25,9%
Seit dem ersten Semester	5,8%	6,0%	5,6%	36,9%
Nach dem ersten Semester	1,2%	1,5%	0,9%	9,1%
Insgesamt	90,5 %	91,9%	89,0%	71,9%

Quelle: Eigene Erhebung 2004, Moßig (2000a)

Im Folgenden soll nun ein detaillierter Blick auf die Gruppe derjenigen geworfen werden, die das Internet bei ihrer Studienortwahl genutzt haben. Ein wesentlicher Vorteil des Internets gegenüber herkömmlichen Informationsquellen zur Studienortwahl liegt in der vielfach schnelleren und einfacheren Möglichkeit, vergleichende Informationen von verschiedenen Hochschulstandorten einzuholen und schafft dadurch Transparenz. Die Möglichkeit, sich über den gewählten Hochschulstandort hinaus im Internet auch über andere Universitäten zu informieren, haben 78,9% der Internetnutzer wahrgenommen. 22,8% haben vergleichende Informationen auf den Internetseiten von einer oder zwei weiteren Universitäten eingeholt. 35,8% der Studierenden waren die Internetseiten von 3-5 weiteren Universitäten bekannt und 21,3% sogar von 6 Hochschulen und mehr (vgl. Tab. 7).

Tab. 7: Bekanntheit von Internetseiten anderer Universitäten

Internetseiten anderer Unis bekannt	Anzahl der Studierenden in %
Nein	21,1%
Ja, 1-2 andere Universitäten	22,8%
Ja, 3-5 andere Universitäten	35,8%
Ja, mehr als 6 andere Universitäten	20,3%
Summe	100,0%

Quelle: Eigene Erhebung 2004

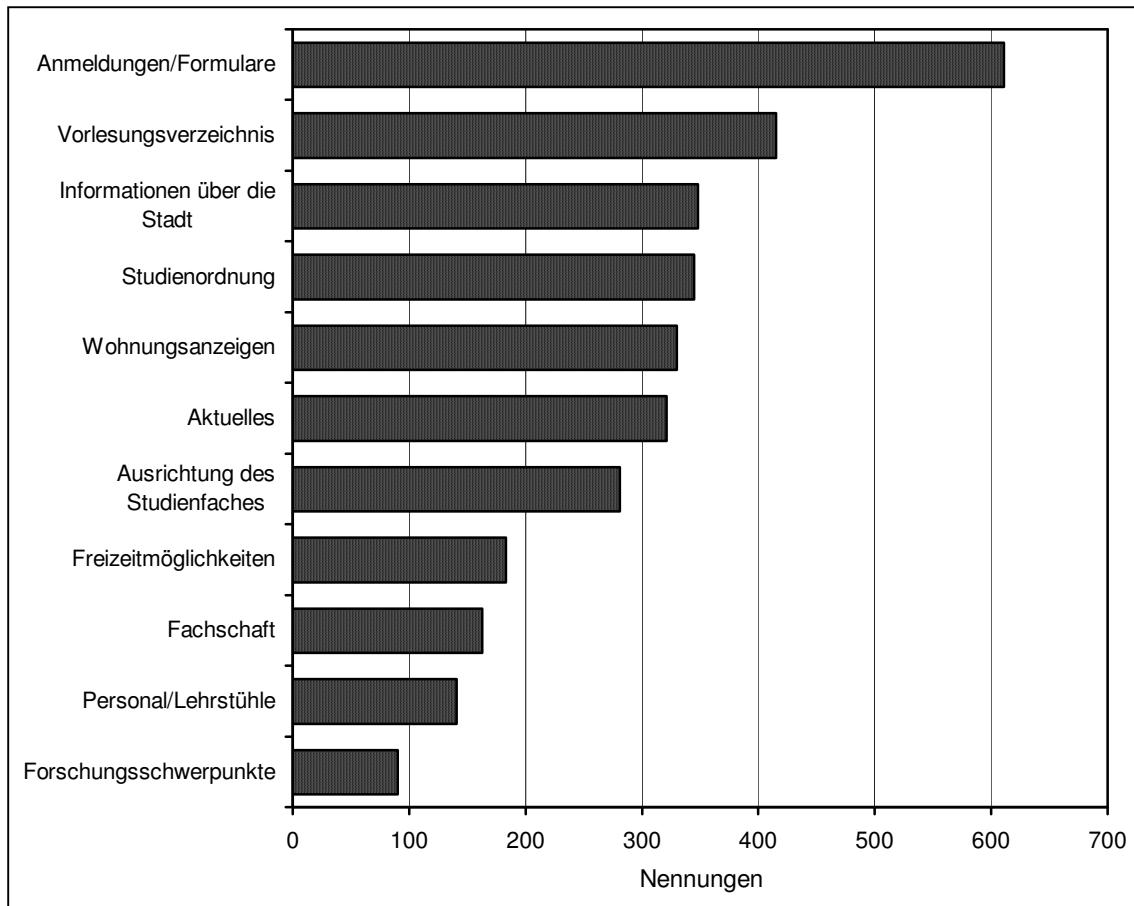
Insbesondere ZVS-Bewerber sind aufgrund des Bewerbungsverfahrens darauf angewiesen, vergleichende Informationen einzuholen, denn sie sind aufgefordert, eine Wunschliste mit mehreren Standorten anzugeben. Dazu bietet sich das Internet als gleichermaßen kostengünstige und komfortable Quelle geradezu an. Um festzustellen, ob es einen Zusammenhang zwischen der Art der Anmeldung an der jeweiligen Universität und der Anzahl der Bekanntheit weiterer Internetseiten gibt, wurde diesbezüglich eine Kreuztabellierung vorgenommen. Die Ergebnisse zeigen, dass diese Möglichkeit von den ZVS-Bewerbern tatsächlich häufiger wahrgenommen wurde (85,7%) als von ihren Kommilitonen, die sich für ihr Studienfach direkt an ihrer Hochschule bewerben mussten (77,4%).

Die insgesamt 816 Studierenden, die das Internet bei ihrer Studienortwahl genutzt haben, wurde weiterhin gefragt, welche Informationen sie bei Ihren Recherchen abgerufen haben. Ihnen wurde zu diesem Zweck eine Liste mit entsprechenden Vorgaben vorgelegt, aus denen sie die entsprechenden Inhalte ankreuzen konnten. Die Ergebnisse sind in Abbildung 3 dargestellt.

Die meisten Studierenden nutzten das Internet zum Abruf der Modalitäten für die Anmeldung und die dazugehörigen Formulare. Mit 611 Nennungen steht dieser Service auf Platz eins der Auswertung und wurde somit von 74,9% der Internetanwender genutzt. Das Vorlesungsverzeichnis wurde von 415 Studierenden im Internet eingesehen (50,9%). Mit jeweils mehr als 300 Nennungen wurde nach Informationen über die Stadt, Wohnungsanzeigen, die Studienordnung

und nach aktuellen Informationen im Internet gefahndet. Offenbar nur für eine kleine Gruppe der Studienortsuchenden waren Informationen von Interesse, welche die Qualität der Universitäten widerspiegeln. So finden sich die jeweiligen Forschungsschwerpunkte, die Lehrstühle und das dazugehörige Personal sowie Informationen der Fachschaft oder die fachliche Ausrichtung des Studienfaches am unteren Ende der Skala wieder.

Abb. 3: Zur Studienortwahl abgerufene Informationen im Internet
- Basis: n = 816 Internetnutzer, Mehrfachnennungen möglich -



Quelle: Eigene Erhebung 2004

Informationen aus dem Internet über die Stadt waren für Studienbewerber der Universität Gießen von geringerer Bedeutung als für die Studienbewerber an der Universität Marburg. In Marburg haben 51% der Studierenden, die das Internet als Informationsmedium zur Studienortwahl genutzt haben, auch Informationen über die Stadt abgerufen, in Gießen hingegen nur 28,0%. Beim Abruf von Wohnungsanzeigen ergibt sich ein ähnliches Bild. Auch hier wurde von den Studierenden in Marburg mit 42,6% gegenüber den Studierenden in Gießen mit 34,1% deutlich häufiger im Internet nach Wohnungsanzeigen gesucht. Anhand der Heimatorte der befragten Studentinnen und Studenten lässt sich die stärkere Anziehungskraft auf Studierende von außerhalb und somit eine größere Attraktivität Marburgs gegenüber Gießen feststellen

(Böcher 2004). In Gießen ist demgegenüber die 'Nähe zum Heimatort' für einen größeren Anteil der Studienanfänger ein sehr wichtiges oder wichtiges Motiv gewesen. Es ist deshalb davon auszugehen, dass in Gießen mehr Studienanfängern die Stadt bereits vertraut gewesen ist und sie deshalb seltener Informationen zur Stadt oder zu Wohnungsanzeigen benötigt haben als ihre Kommilitonen in Marburg.

Um diese Vermutung zu überprüfen, ist eine Analyse der Informationsabrufe differenziert nach der Wichtigkeit des Motivs 'Nähe zum Heimatortes' durchgeführt worden. Dabei konnte die Hypothese bestätigt werden, dass Studierende, denen die Nähe zum Heimatort unwichtig gewesen ist, häufiger nach Informationen über die Stadt und nach Wohnungsanzeigen gesucht haben. Von der Gruppe der "Heimatortverbundenen" wurden entsprechend seltener Informationen abgerufen, die den Studienort betreffen. Es ist davon auszugehen, dass diese Studierenden die jeweilige Stadt bereits kennen und durch die räumliche Nähe zum Studienort die Wohnungssuche für viele ein nicht so dringliches Problem ist. Dies trifft insbesondere dann zu, wenn die Studierenden weiterhin zu Hause wohnen bleiben. Die „Heimatortverbundenen“ haben dieser gesonderten Auswertung zufolge den Schwerpunkt ihrer Internetrecherchen auf die formalen Studienaspekte wie die Anmeldemodalitäten/Formulare, das Vorlesungsverzeichnis sowie die Prüfungs-/Studienordnung gelegt (Böcher 2004, S. 54 ff.).

Die nächsten beiden Fragen betrafen die Zufriedenheit der Studierenden mit dem Informationsangebot zur Studienortwahl im Internet. Die Studierenden sollten zunächst angeben, ob sie die von ihnen gesuchten Informationen auf den Internetseiten der betreffenden Hochschule gefunden haben. Insgesamt waren Sie mit dem Informationsangebot der Universität Gießen und Marburg zufrieden. 92,9% der Studierenden gaben an, die gesuchten Informationen zumindest weitgehend gefunden zu haben (vgl. Tab 8).

Tab. 8: Zufriedenheit mit dem Informationsangebot der Universitäten im Internet

	Insgesamt	Gießen	Marburg
Eher ja	92,9%	93,5%	92,2%
Eher nein	7,2%	6,5%	7,8%

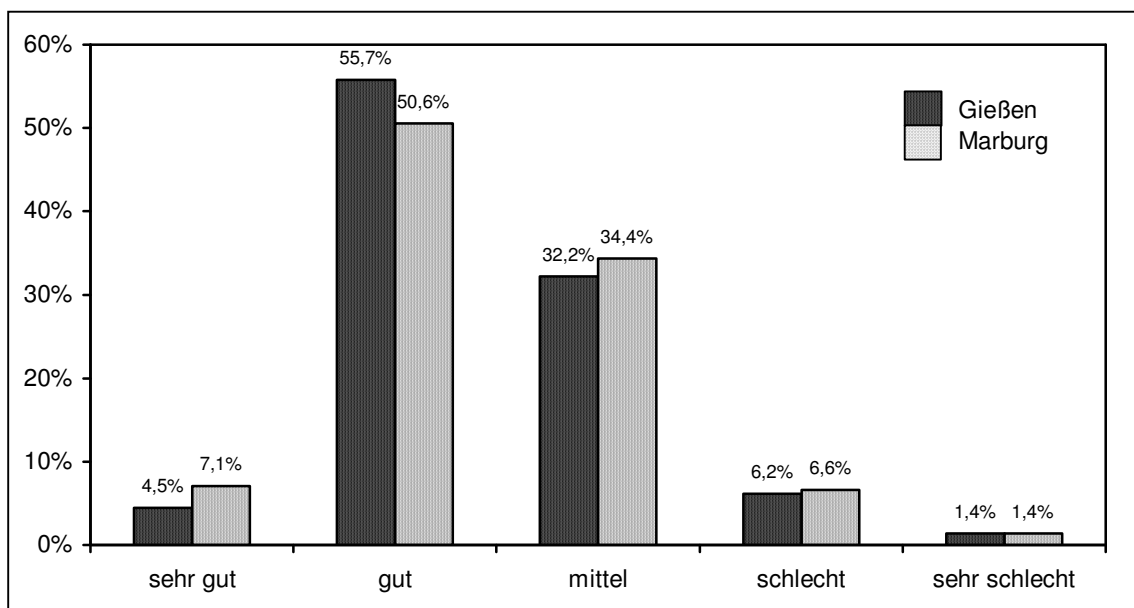
Quelle: Eigene Erhebung 2004

An der Universität Gießen waren vor allem die Studierenden des Fachbereiches Mathematik mit der Informationsbeschaffung zur Studienortwahl im Internet zufrieden. 96,1% der Gießener Mathematiker gaben an, zumindest weitgehend mit dem Internet als Informationsquelle für die Studienortwahl zufrieden zu sein. 22,2% haben sogar alle Informationen gefunden, nach denen sie im Internet gesucht haben. Am wenigsten zufrieden mit dem Angebot im Internet waren in Gießen die Studierenden des Studienfaches Germanistik. 16,1% gaben an, gesuchte Informationen nicht gefunden zu haben (Böcher 2004, S. 57 f.).

Mit dem Informationsangebot zur Studienortwahl im Internet waren an der Universität Marburg insbesondere Studierende der Rechtswissenschaften zufrieden. 98,1% gaben an, die gesuchten Informationen zumindest weitgehend gefunden zu haben. Nur 1,9% mussten andere Quellen zur Informationsbeschaffung hinzuziehen. Am wenigsten zufrieden mit den bereitgestellten Informationen im Internet an der Universität Marburg waren die Medizinstudenten. 16,7% haben die gesuchten Informationen dort nicht gefunden (Böcher 2004, S. 57 f.). Umgekehrt hat mit 83,3% die große Mehrheit der Medizinstudenten in Marburg die gesuchten Informationen zumindest weitgehend erhalten. Insgesamt spricht dies für eine weitgehende Zufriedenheit mit dem bestehenden Internetangebot der beiden mittelhessischen Universitäten.

Die Studierenden wurden zudem direkt um eine Bewertung des universitären Internetangebots zur Studienortwahl gebeten. 55,7% der Gießener und 50,6% der Marburger Studentinnen und Studenten bewerteten es mit der Note „gut“. 4,5% der Gießener und 7,1% der Marburger Studierenden gaben den Internetseiten sogar die Note „sehr gut“. Nur 7,6% in Gießen und nur 8,0% in Marburg vergaben die Note „schlecht“ oder „sehr schlecht“ (vgl. Abb. 4). In einer offenen Frage gaben Studierende beider Universitäten an, vor allem mit der Benutzerführung und der Struktur der universitären Internetseiten nicht zurecht gekommen zu sein. Außerdem wäre eine virtuelle Plattform sehr hilfreich, auf der Erfahrungsberichte von Studierenden, Fotos sowie Informationen über das Studium und die Stadt zu finden seien. Auch vermissten die Studienanfänger eine virtuelle Kontaktbörse auf den Internetseiten der jeweiligen Universität, in der die Möglichkeit für sie bestehen würde, Kontakt zu bereits Studierenden aufzunehmen. Fasst man die Resultate aus allen Fragen zusammen, so lässt sich trotz allem festhalten, dass das Internetangebot zur Studienortwahl der Hochschulen überwiegend positiv bewertet wurde.

Abb. 4: Informationsangebot im Internet der Universitäten Gießen und Marburg



Quelle: Eigene Erhebung 2004

6 Das Internet als studienbegleitendes Medium

Um herauszufinden, wie intensiv das Internet generell von den Studierenden genutzt wird, wurden sie zunächst gefragt, wieviel Zeit sie durchschnittlich pro Woche dafür verwenden. Anschließend sollten sie Auskunft darüber geben, ob ihnen die universitären Internetseiten bekannt sind, um anschließend die Internetseiten ihrer Universität sowie die ihres Fachbereiches in Form von Schulnoten zu bewerten. Ferner hatten die Studentinnen und Studenten in einer offenen Frage Gelegenheit, Kritik und Verbesserungsvorschläge zum jeweiligen Internetauftritt zu äußern.

93,8% der Studierenden arbeiten derzeit mit dem Internet. Nur 6,3% der Studierenden nutzen das Internet nicht. Aus der Befragung errechnet sich für die Internetnutzer eine durchschnittliche Dauer von 6,4 Stunden pro Woche. Die individuelle Verweildauer variiert dabei erheblich. 22,5% der Studenten, die das Internet nutzen, surfen weniger als 2 Stunden pro Woche, während 9,4% über 20 Stunden pro Woche online sind (vgl. Tab. 9).

Tab. 9: Nutzungsdauer des Internet pro Woche der Studierenden in Gießen und Marburg

Zeit pro Woche	Anteil der Studierenden
unter 2 Stunden	22,5%
2 - 5 Stunden	39,6%
5 - 10 Stunden	18,4%
11 - 20 Stunden	10,1%
über 20 Stunden	9,4%

Quelle: Eigene Erhebung 2004

Nahezu jeder Student kennt die Internetseiten seiner Hochschule. Auf die entsprechende Frage nach der Bekanntheit antworteten 97,0% der Befragten mit 'ja'. Die Benotung des universitären Internetauftritts ist für Gießen und Marburg ähnlich ausgefallen. Im Durchschnitt bewerteten die Studierenden der Universität Gießen die Internetseiten der Justus-Liebig-Universität mit der Note 2,6. Die Marburger Studierenden benoteten die Internetseiten der Philipps-Universität durchschnittlich mit der Note 2,5. Offenbar sind die Studierenden beider Universitäten mit den Seiten weitgehend zufrieden (vgl. Tab. 10). Dennoch signalisiert die Durchschnittsnote Verbesserungsmöglichkeiten.

In den Antworten zur offenen Frage nach Kritik und Verbesserungsmöglichkeiten kritisierten die Studierenden an der Universität Gießen vor allem die optische Gestaltung der Eingangsseite des Internetauftritts. Diese ist in der Zwischenzeit überarbeitet worden, und die Justus-Liebig-Universität präsentiert sich mittlerweile in einem neuen Look. Die Studierenden vermissen weiterhin eine strukturierte Benutzerführung, auf der sich ein Nutzer leicht zurecht findet und schnell zu den Seiten gelangt, die für ihn relevant sind. Auch diesbezüglich hat die neue

Gestaltung erheblich zur Verbesserung beigetragen. Ähnliche Kritik erfährt die Homepage der Universität Marburg. Auch hier kritisierten die Studierenden vor allem die schlechte Übersichtlichkeit. Die Studierenden in Marburg wünschten sich weiterhin mehr Hinweise und Verlinkungen zu Internetseiten, auf denen Verkehrsverbindungen, Veranstaltungshinweise der Stadt Marburg und Freizeitmöglichkeiten zu finden sind.

Tab. 10: Benotung der universitären Internetseiten in Gießen und Marburg

Note	Gießen (n=628)		Marburg (n=644)	
	Studierende	in %	Studierende	in %
sehr gut	12	1,9%	24	3,7%
gut	329	52,4%	340	52,8%
befriedigend	219	34,9%	231	35,9%
ausreichend	50	7,9%	35	5,4%
mangelhaft	10	1,6%	13	2,0%
ungenügend	8	1,3%	1	0,2%
Notendurchschnitt:	2,6	100,0%	2,5	100,0%

Quelle: Eigene Erhebung 2004

Fragt man die Studierenden nach der Bekanntheit der Internetseiten ihres jeweiligen Fachbereichs bzw. Studienfaches, so wird deutlich, dass sie vom Internet im Universitätsbetrieb bereits stark Gebrauch machen. Es gaben im Durchschnitt 91,8% der Studierenden der Universitäten Gießen und Marburg an, die Internetseiten ihres Fachbereiches zu kennen (vgl. Tab.11). Diese Zahlen offenbaren die rasant gestiegene Nutzung des Internets als ergänzendes Medium im Studium.

Tab. 11: Bekanntheit der Internetseiten der Fachbereiche/Institute

Fachbereich/Studienfach	Insgesamt	Gießen	Marburg
Germanistik	81,7%	86,8 %	76,5 %
Rechtswissenschaften	94,9%	97,4 %	92,3 %
Wirtschaftswissenschaften	97,7%	97,8 %	97,5 %
Mathematik/Informatik/Physik	96,7%	100,0 %	93,3 %
Humanmedizin	88,0%	78,0 %	97,9 %
Insgesamt (einschl. Sonstige)	91,8%	92,0 %	91,5 %

Quelle: Eigene Erhebung 2004

Zwischen den Fächern bestehen jedoch einige Unterschiede. So kennt fast jeder Student der Wirtschaftswissenschaften die Internetseiten seines Fachbereichs (97,7%, Gießen: 97,8%, Marburg: 97,5%), wohingegen der durchschnittliche Bekanntheitsgrad im Fach Germanistik nur

bei 81,7% liegt. Weiterhin fällt auf, dass innerhalb eines Faches z.T. erhebliche Unterschiede zwischen den beiden Universitäten bestehen. Im Fall des Faches Germanistik ist der Bekanntheitsgrad der Internetseiten des Faches in Gießen mit 86,8% der Studierenden wesentlich höher als in Marburg mit 76,5%. Noch größer ist der Unterschied im Fach Medizin. Nahezu jeder Medizinstudent kennt in Marburg die Internetseiten seines Fachbereichs (97,9%), während in Gießen der Bekanntheitsgrad lediglich bei 78,0% liegt. Geht man davon aus, dass der Bekanntheitsgrad ein Indikator dafür ist, wie stark in den jeweiligen Fächern das Internet als studienbegleitendes Medium genutzt wird, so konnte gezeigt werden, dass diesbezüglich zwischen den Fächern nennenswerte Unterschiede bestehen. Doch auch innerhalb eines Faches existieren zwischen den beiden untersuchten Universitäten z.T. erhebliche Unterschiede, so dass die Nutzung als studienbegleitendes Medium nicht nur vom Fach, sondern auch vom Angebot der jeweiligen Universität abhängt.

Um eine entsprechend differenzierte Bewertung zu erhalten, sind die Internetseiten der jeweiligen Fächer an den beiden Universitäten getrennt voneinander nach verschiedenen Kriterien von den Studierenden bewertet worden. Die Fachbereichsseiten der Universität Gießen wurden dabei von den Studierenden im Gesamturteil mit der Durchschnittsnote 2,39 belegt (vgl. Tab. 12).

Tab. 12: Durchschnittsnoten der Internetseiten der Fachbereiche/Institute in Gießen

	Gesamturteil	optische Gestaltung	Benutzerführung	studienrelevante Inhalte	Kontaktaufnahme	Aktualität
Germanistik	2,64	2,95	2,74	2,52	2,48	2,98
Rechtswissens.	2,50	2,68	2,48	2,35	2,70	2,71
Wirtschaftswiss.	2,19	2,61	2,32	2,07	2,53	1,80
Mathe/Phy./Inf.	2,11	2,84	2,27	2,18	1,76	2,04
Humanmedizin	2,64	2,65	3,05	2,56	2,54	2,37
Gesamt	2,39	2,70	2,48	2,27	2,52	2,33

Quelle: Eigene Erhebung 2004

* Das Gesamturteil wurde als eigene Kategorie abgefragt und ergibt sich nicht aus den Bewertungen der fünf nachfolgenden Kategorien.

Studierende der Mathematik bewerteten ihre Seiten im Gesamturteil mit einer 2,11 am besten, wobei insbesondere die Kategorie 'Kontaktmöglichkeiten' (1,76) mit Abstand die beste Note erhielt. Aber auch die Bereiche 'Aktualität', 'Benutzerführung' und 'studienrelevante Inhalte' wurden von den Studierenden als 'gut' bewertet. Lediglich die Kategorie 'optische Gestaltung' erhielt von den Studierenden ein 'befriedigend'. Auch die Studentinnen und Studenten der Wirtschaftswissenschaften in Gießen haben dem Internetauftritt ihres Fachbereiches überdurchschnittlich gute Note gegeben. Insbesondere die guten Noten bezüglich der 'Aktualität' (1,80) und die Bewertung der 'studienrelevanten Inhalte' (2,07) weisen darauf hin, dass das Internet als studienbegleitendes Medium in diesem Fach bereits sehr intensiv genutzt wird. Weniger

gute Noten haben die Gießener Studierenden der Germanistik und Humanmedizin den Internetseiten ihres Faches gegeben. In der Germanistik werden insbesondere die Kategorien 'Aktualität' und 'optische Gestaltung' mit unterdurchschnittlichen Noten belegt, während in der Humanmedizin die 'Benutzerführung' die schlechteste Durchschnittsnote erhielt (vgl. Tab. 12).

An der Universität Marburg wurden ebenfalls die beiden Fachbereiche Mathematik (2,26) und Wirtschaftswissenschaften (2,38) von den Studierenden im Durchschnitt am besten bewertet. In beiden Fachrichtungen vergaben die Studentinnen und Studenten vor allem in der Kategorie 'studienrelevante Inhalte' überdurchschnittlich gute Note. Hier ergibt sich erneut ein deutlicher Hinweis darauf, dass die studienbegleitende Nutzung des Internets in diesen Fächern offensichtlich weiter vorangeschritten ist als in den Nachbardisziplinen. Auch in Marburg entfallen die schlechtesten Bewertungen der fachbezogenen Internetseiten auf die Humanmedizin und die Germanistik. Betrachtet man die Noten insgesamt, so haben die befragten Studentinnen und Studenten sowohl in Gießen als auch in Marburg in allen Fächern den Internetseiten ein überwiegend gutes bis befriedigendes Zeugnis ausgestellt.

Tab. 13: Durchschnittsnoten der Internetseiten der Fachbereiche/Institute in Marburg

	Gesamturteil*	optische Gestaltung	Benutzerführung	studienrelevante Inhalte	Kontaktaufnahme	Aktualität
Germanistik	2,65	2,92	2,55	2,42	2,76	2,68
Rechtswissens.	2,46	2,82	2,35	2,15	2,94	2,25
Wirtschaftswiss.	2,38	2,64	2,51	2,27	2,52	2,44
Mathe/Phy./Inf.	2,26	2,43	2,55	2,17	2,38	2,44
Humanmedizin	2,66	2,75	2,99	2,49	2,61	2,61
Gesamt	2,47	2,69	2,62	2,31	2,60	2,48

Quelle: Eigene Erhebung 2004

* Das Gesamturteil wurde als eigene Kategorie abgefragt und ergibt sich nicht aus den Bewertungen der fünf nachfolgenden Kategorien.

7 Zufriedenheit der Studierenden mit dem Studienort

Im letzten Abschnitt soll ein kurzer Überblick über die Zufriedenheit der Studierenden mit ihrem gewählten Studienort gegeben werden. Die Studierenden sind im Rahmen der Befragung danach befragt worden, wie zufrieden sie mit ihrem Studienort sind. Sie sollten dazu ihre Meinung anhand einer Skala von eins (sehr zufrieden) bis fünf (völlig unzufrieden) äußern.

Insgesamt sind 70,5% der Befragten mit ihrem Studienort zufrieden oder sehr zufrieden. Dabei sind die Marburger mit zusammen 74,5% deutlich zufriedener als die Gießener Studierenden (66,5%) (vgl. Tab. 14 und Tab. 15). Am zufriedensten mit ihrem Studienort sind in beiden Städten die Mathematikstudierenden. In Gießen gaben 73,5% der befragten Mathematiker an, mit ihrem Studienort sehr zufrieden oder zufrieden zu sein. In Marburg sind es sogar 86,6% der

Mathematikstudierenden gewesen. Am wenigsten zufrieden sind die Studierenden der Germanistik. In Gießen gaben nur 64,4% der befragten Germanisten an, mit ihrem Studienort sehr zufrieden oder zufrieden zu sein. In Marburg liegt dieser Anteil auch nur bei 64,0%, wobei auffälligerweise keiner der Germanisten in Marburg mit dem Studienort unzufrieden oder gar völlig unzufrieden ist (vgl. Tab. 14 und Tab. 15).

Tab. 14: Zufriedenheit mit dem Studienort Gießen differenziert nach Fachbereichen bzw. Studienfächern

	Gießen insgesamt	Germanistik	Rechtswiss.	Wirtschaftswiss.	Mathe/Phy./Inf.	Humanmedizin
Sehr zufrieden	14,5%	12,1%	16,8%	10,9%	18,4%	11,8%
Zufrieden	52,0%	52,3%	51,8%	54,6%	55,1%	46,7%
Teils/teils	29,7%	28,0%	28,4%	31,9%	24,5%	25,0%
Unzufrieden	2,9%	6,5%	2,5%	0,9%	2,0%	6,7%
Völlig unzufrieden	0,9%	0,9%	0,5%	1,7%	0,0%	0,0%

Quelle: Eigene Erhebung 2004

Tab. 15: Zufriedenheit mit dem Studienort Marburg differenziert nach Fachbereichen bzw. Studienfächern

	Marburg insgesamt	Germanistik	Rechtswiss.	Wirtschaftswiss.	Mathe/Phy./Inf.	Humanmedizin
Sehr zufrieden	25,4%	25,9%	34,6%	18,9%	31,5%	25,0%
Zufrieden	49,1%	38,1%	43,2%	54,2%	55,1%	47,9%
Teils/teils	22,2%	35,8%	19,8%	22,1%	12,4%	22,9%
Unzufrieden	2,4%	0,0%	1,2%	4,0%	1,1%	2,1%
Völlig unzufrieden	0,9%	0,0%	1,2%	0,8%	0,0%	2,1%

Quelle: Eigene Erhebung 2004

Eine vorgenommene differenzierte Auszählung hat dabei das Ergebnis vorangegangener Untersuchungen bestätigt, dass die Studierenden, die entgegen ihrem Wunsch von der ZVS einen Studienplatz in Gießen und Marburg erhalten haben, unzufriedener sind als Studierende, die freiwillig ein Studium in einer der beiden Städte begonnen haben. Wirklich unzufrieden mit dem nicht präferierten Studienort sind in Gießen allerdings nur 5,2% der Studierenden (3,1% unzufrieden + 2,1% völlig unzufrieden). Die Unzufriedenheit der unfreiwillig an der Universität Marburg Studierenden ist demgegenüber mit 12,7% (8,5% unzufrieden + 4,2% völlig unzufrieden) höher als bei den Gießener Studentinnen und Studenten.

8 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

- **Motive für die Studienortwahl**

Bei den Motiven der Studienanfänger, sich für ein Studium in Gießen und Marburg zu entscheiden, konnte zwischen den beiden Studienorten ein wichtiger Unterschied festgestellt werden. In Gießen ist die 'Nähe zum Heimatort' nach wie vor das dominante Motiv im Zuge der Entscheidung für den Studienort. Für 63,0% der freiwillig in Gießen Studierenden ist die 'Nähe zum Heimatort' ein sehr wichtiges bzw. wichtiges Motiv gewesen und damit das Motiv mit den meisten Nennungen. In Marburg wurde ein deutlich geringerer Anteil von 44,4% ermittelt, so dass dieses Motiv dort auf Platz 2 rangiert. Häufiger wurde in Marburg die 'Attraktivität der Stadt' als sehr wichtiges oder wichtiges Motiv genannt (50,3%). Damit belegt in Marburg ein Aspekt den ersten Platz, der in der Bewertung der Gießener Studentinnen und Studenten auf dem letzten Platz (9,9%) gelandet ist. Dies belegt, dass neben der 'Nähe zum Heimatort' die Entscheidung für einen Studienort erheblich von der jeweiligen Attraktivität der Stadt geprägt ist. Eine Universität in einer als attraktiv wahrgenommenen Stadt besitzt offenbar erhebliche Vorteile im Wettbewerb um die Studienanfänger.

Insgesamt zeigt sich, dass bei der Studienortwahl weiterhin außerhochschulische Motive für die Mehrheit der Studierwilligen eine größere Bedeutung haben als fachliche Aspekte, die das Studium selbst betreffen.

- **Verwendete Informationsquellen**

Um sich über ihren Studienort zu informieren, nehmen die Studierwilligen vor allem persönliche Kontakte in Anspruch. Der Rat bekannter Personen oder Studierender wurde entsprechend am häufigsten als wichtige Informationsquelle genannt. Es folgen die Informationsmaterialien der Universität und der Fachbereiche vor den Informationsmöglichkeiten im Internet. Die Besichtigung der Stadt spielt für die Marburger Studierenden eine deutlich wichtigere Rolle als für die Gießener. Dort ist jedoch auch der Anteil der Studienanfänger höher, die nicht aus der näheren Umgebung der gewählten Hochschule kommen. Für sie ist es daher entsprechend häufiger wichtig gewesen, sich einen persönlichen Eindruck über den potentiellen Studienort zu verschaffen.

- **Das Internet als Informationsquelle bei der Studienortwahl**

Innerhalb der verfügbaren Informationsquellen hat das Internet gegenüber der Studie aus dem Jahr 2000 stark an Bedeutung gewonnen. Knapp zwei Drittel (63,3%) der befragten Studierenden haben die Möglichkeiten des Internets für ihre Studienortsuche genutzt. Gegenüber der Befragung aus dem Jahr 2000 (19,8%) hat sich der Anteil mehr als verdreifacht (MoBiG 2000a, 2000b). Die aktuellen Ergebnisse zeigen, dass das Internet mittlerweile weit mehr als nur ein Ergänzungsmedium zu bereits bestehenden Informationsmöglichkeiten bei der Studienortwahl ist. Vor allem Unterlagen für die Anmeldung, das Vorlesungsverzeichnis und die Studienordnungen werden bequem aus dem Internet bezogen. Zudem nutzen immer mehr Studierwillige das Internet, um vergleichende Informationen über verschiedene Universitäten und Universitätsstädte einzuholen. Von sehr geringer Bedeutung

für die Studierwilligen sind dabei jedoch immer noch studienrelevante Informationen wie die Forschungsschwerpunkte oder die fachliche sowie personelle Ausrichtung der Lehrstühle. Mit den im Internet von den Hochschulen angebotenen Informationen sind die Studierenden weitgehend zufrieden. Das Angebot kann jedoch durchaus noch verbessert werden. Dies zeigt sich daran, dass es nur von sehr wenigen Studierenden mit „sehr gut“ bewertet worden ist. Vermisst werden in erster Linie Erfahrungsberichte und direkte Kontaktmöglichkeiten von Studieninteressierten zu bereits Studierenden.

- **Das Internet als studienbegleitendes Medium**

Das Internet wird auch als studienbegleitendes Medium immer wichtiger. Die Befragung hat gezeigt, dass das Internet in den heutigen Studienbetrieb bereits stark integriert ist. Fast allen Studierenden sind die Seiten ihres Studienfaches bekannt. Zwischen den einzelnen Fächern konnten jedoch einige Unterschiede hinsichtlich des Grads der Nutzung festgestellt werden. Auch innerhalb desselben Faches ließen sich zwischen den Studierenden in Gießen und Marburg zu Unterschieden bezüglich des Bekanntheitsgrades der fachbezogenen Internetseiten ausmachen.

Die Bewertung der Internetseiten der Gesamtuniversität liegt durchschnittlich bei den Noten 2,4 (Universität Gießen) und 2,5 (Universität Marburg). Auf die einzelnen Studienfächer bzw. Fachbereiche bezogen wird mit der Gesamtnote 2,1 der Internetauftritt des Faches Mathematik an der Universität Gießen am besten bewertet, gefolgt von den Wirtschaftswissenschaften (2,2). Auch in Marburg hat die Mathematik von ihren Studierenden die beste Benotung für ihre Internetseiten erhalten (2,3), ebenfalls gefolgt von den Wirtschaftswissenschaften (2,4). Die Studierenden fast aller Fachbereiche, an denen die Befragung durchgeführt wurde, kritisieren jedoch die 'optische Gestaltung', die 'Benutzerführung' und die 'Kontaktmöglichkeiten' des Internetauftrittes ihres Fachbereiches.

Die Ergebnisse zeigen auch, dass die Möglichkeiten, die sich einer Universität mit dem Medium Internet bieten, noch längst nicht ausgeschöpft sind. Zwar hat in den letzten vier Jahren eine deutliche Verbesserung stattgefunden, allerdings gibt es noch zahlreiche Handlungsmöglichkeiten, die für eine Verbesserung der Internetseiten erforderlich sind. Denn mit dem Nutzeranstieg und der schnellen Verbreitung des Internets sind auch die Ansprüche der Nutzer gestiegen. Für die Universitäten und einige der Fachbereiche besteht vor allem in den Bereichen 'Benutzerführung', 'Aktualität' und 'optische Gestaltung' akuter Handlungsbedarf. Es ist bedauerlich, dass vor allem mit dem Bereich der 'Aktualität' teilweise recht nachlässig umgegangen wird, wo doch gerade hierin einer der zentralen Vorteile des Mediums Internet liegt.

Literatur:

- ATTESLANDER, P. (1993): Methoden der empirischen Sozialforschung. 7. Auflage, Berlin, New York.
- BLOTEVOGEL, H. H./BREITKOPF, J. (1999): Der Einzugsbereich der Gerhard-Mercator-Universität - Gesamthochschule Duisburg und ausgewählter weiterer Hochschulen in Nordrhein-Westfalen. Institut für Geographie, Diskussionspapier 2/1999. Duisburg.
- BÖCHER, H. (2004): Die Wahl des Studienortes unter besonderer Berücksichtigung des Internetauftritts der Universitäten als Entscheidungskriterium am Beispiel der beiden Universitäten Gießen und Marburg. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Gießen.
- DIEKMANN, A. (2004): Empirische Sozialforschung. 11. Auflage, Reinbek bei Hamburg.
- EICHHOLZ, W./SCHULZ, A. (2000): Informationssuchstrategien und Hochschulwahlmotive bei der Entscheidung für Studienfächer und Hochschulorte - Ergebnisse einer Befragung der Studienanfänger der Hochschule Wismar im WS 2000/01. Wismar.
- GIESE, E. (1986): Anziehungskraft und Wettbewerbsfähigkeit der Justus-Liebig-Universität Gießen. In: Gießener Universitätsblätter 2/1986, S. 53-76.
- GIESE, E. (1987): Regionalwirtschaftliche Bedeutung von Hochschulen in der Bundesrepublik Deutschland. In: Giese, E. (Hrsg.): Aktuelle Beiträge zur Hochschulforschung. Gießener Geographische Schriften 62, S. 25-50. Gießen.
- GIESE, E. (1990): Die Zufriedenheit Gießener Studentinnen und Studenten mit ihrer Universität und ihrem Studienort. Studien zur Wirtschaftsgeographie. Gießen.
- GIESE, E./ABERLE, G./KAUFMANN, L. (1982): Wechselwirkung zwischen Hochschule und Hochschulregion. Fallstudie Justus-Liebig-Universität Gießen. Band I: Das Studententpotential der Hochschulregion und die Attraktivität der Universität für Studenten. Gießen.
- GIESE, E./HARSCHKE, M. (1991): Das Image der Stadt Gießen aus studentischer Sicht. Studien zur Wirtschaftsgeographie. Gießen.
- GIESE, E./HÖHER, M. (1993): Das soziale Bild der Studierenden der Justus-Liebig-Universität Gießen 1991. Studien zur Wirtschaftsgeographie. Gießen.
- HEINE, C. (2002): Studieren an der Universität Münster. Einschätzungen, Motive und Wünsche aus der Sicht der Studierenden. In: HIS Kurzinformation Januar 2002. Hannover.
- KÖCHER, R. (2004): Das Internet in der Konkurrenz mit anderen Medien. In: ACTA 2004, Allensbacher Computer- und Technik-Analyse. Institut für Demoskopie Allensbach. (online abrufbar unter www.acta-online.de, Abruf vom 13.01.2005).
- KROMREY, H. (2000): Empirische Sozialforschung. 9. Auflage, Opladen.
- LEIB, J. (2002): Gründe für die Wahl des Studienorts Marburg und des Studienfachs Geographie. Ergebnisse einer Repräsentativbefragung im Sommersemester 2001. In: Marburger Geographische Gesellschaft (Hrsg.): Jahrbuch 2001. S. 105-125.

- MOßIG, I. (2000a): Gründe und Motive bei der Wahl des Studienortes Gießen unter besonderer Berücksichtigung der Informationsmöglichkeiten im Internet. Studien zur Wirtschaftsgeographie. Gießen.
- MOßIG, I. (2000b): Nutzung des Internets bei der Wahl des Studienortes und während des Studiums. Ergebnisse einer umfangreichen Befragung unter den Studentinnen und Studenten der Justus-Liebig-Universität Gießen. In: Beiträge zur Hochschulforschung, S. 365-382.
- MOßIG, I. (2003): Das Image der Stadt Gießen aus Sicht der Studierenden an der Justus-Liebig-Universität 2003 im Vergleich zu 1990. Studien zur Wirtschaftsgeographie. Gießen.
- MUSKE, G. (1975): Motive für die Wahl des Studienortes München. Ein entscheidungstheoretischer Ansatz zur Erklärung räumlicher Mobilität angewandt auf ein Beispiel aus dem Bereich der Bildungswanderung. Münchener Geographische Hefte 38. Kallmünz/Regensburg.
- NUTZ, M. (1991): Räumliche Mobilität der Studierenden und Struktur des Hochschulwesens in der Bundesrepublik Deutschland. Eine Analyse des Entscheidungsverhaltens bei der Studienortwahl und der Einzugsgebiete der Universitäten. In: Kölner Geographische Arbeiten, Heft 54. Köln.
- SÜDDEUTSCHE ZEITUNG (vom 27.09.2004): "Websurfer, fast alle Schüler hängen am Netz".
- WENZEL, H.-J. (1984): Die Universität Osnabrück als Typ einer peripheren Neugründung. Entwicklung des Einzugsbereichs und studentische Entscheidungsbedingungen. Osnabrücker Studien zur Geographie; Materialien zur Schriftenreihe Nr. 3, Osnabrück.