

Lehrstuhl für Soziologie
Et Empirische Sozialforschung

Berichte

**Masterstudierende
am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der
Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg**

**Ausgewählte Ergebnisse einer Online-Umfrage
von Mai bis Juli 2015**

Reinhard Wittenberg und Saskia Bettzüge

Bericht 2015-3

Berichte

des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung

Wittenberg, Reinhard & Saskia Bettzüge:

Masterstudierende am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse einer Online-Umfrage von Mai bis Juli 2015
Berichte 2015-3

Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg
Lehrstuhl für Soziologie und Empirische Sozialforschung

Findelgasse 7/9
90402 Nürnberg
Postanschrift: Postfach 3931, 90020 Nürnberg

Telefon: 0911/5302-679
Telefax: 0911/5302-660

E-Mail: soziologie@wiso.uni-erlangen.de
<http://www.soziologie.wiso.uni-erlangen.de>

Lehrstuhlsignet: Eva Lambracht. Gesetzt mit L^AT_EX.

Vorwort des Studiendekans des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften

In diesem Jahr gibt es zum fünften Mal einen Bericht zum Master-Panel am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften. Die Beteiligung der Studierenden zeigt, welche Anerkennung das von Herrn Dr. Wittenberg entwickelte und betreute Instrument unter den Studierenden genießt. Sie nutzen das Master-Panel, um auf Schwächen hinzuweisen, aber auch um zu zeigen, über welche Stärken der Fachbereich verfügt. Beides ist für die Professorinnen und Professoren sowie die Mitarbeitenden des Fachbereichs nicht immer offensichtlich. Angereichert mit Vergleichsdaten aus den vorangegangenen Master-Umfragen gewinnt dieses wertvolle Feedback zusätzlich an Aussagekraft, in dem es Qualitätsentwicklungen im Zeitverlauf aufzeigt.

Das Qualitätsmanagement des Fachbereichs hat sich zum Ziel gesetzt, die Qualität der Studiengänge und der Service-Einrichtungen kontinuierlich weiter zu entwickeln. Die systematisch erhobenen Daten des Master-Panels sind ein wichtiges Informationssystem, das den Verantwortlichen in allen Phasen des Masterstudienganges einen umfassenden Einblick durch eine detaillierte Beurteilung verschiedener Einzelaspekte gibt - beginnend beim Studieneinstieg mit der Bewerbung und Zulassung zum Masterstudium, über den Studienverlauf, indem einzelne Gestaltungselemente wie Aufbau und Struktur, Kompetenzentwicklung sowie die Masterkoordination untersucht werden, bis hin zu den Berufsplänen der Masterstudierenden. Das Master-Panel bereitet damit eine profunde Entscheidungsgrundlage, die wesentlichen Aspekte der Masterstudiengänge können so weiter gestaltet und verbessert werden.

Herrn Dr. Reinhard Wittenberg, ehemaliger langjähriger Mitarbeiter vom Lehrstuhl für Soziologie und Empirische Sozialforschung, und Frau Saskia Bettzüge, studentische Hilfskraft am erwähnten Lehrstuhl, möchte ich an dieser Stelle herzlich meinen Dank für ihr außerordentliches Engagement aussprechen. Weiterhin bedanke ich mich bei den Studierenden für deren wertvollen Input, den sie dem Fachbereich durch ihre engagierte Teilnahme am Master-Panel geben. Die Studierenden, die bisher noch nicht am Master-Panel teilgenommen haben, lade ich herzlich ein, sich zukünftig auch an der Weiterentwicklung ihrer Studiengänge zu beteiligen.

Prof. Dr. Karl Wilbers

Studiendekan des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät

Einleitung

Im vorliegenden Forschungsbericht sind einige ausgewählte Befunde aus der fünften Onlineumfrage unter den Masterstudierenden des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg zu ihrer Studiensituation im Mai bis Juli 2015 zusammengestellt. Sie informieren vor allem über die soziale und Bildungsherkunft, Studiengangswahl, Bewertung des Studiengangs, Arbeits- und Zeitaufwand, Studienzufriedenheit und Zukunftspläne. Sie sollen und können dazu beitragen, Maßnahmen der StudiengangskoordinatorInnen und der Fachbereichsleitung mit aktuellem Datenmaterial aus studentischer Sicht zu untermauern.

Zur Operationalisierung dieser Themen haben einige daran interessierte KollegInnen und KommilitonInnen beigetragen, denen wir an dieser Stelle dafür herzlich danken. Dazu zählen auch einige MasterkoordinatorInnen. Den Referaten S-PFS „Planung, Führungsinformationssysteme, Statistik“ und L 5 „Studierendenverwaltung“ danken wir für die Bereitstellung von Studierendendaten.

Die erfahrene vielfältige Unterstützung hätte jedoch nicht gefruchtet, wenn die Masterstudierenden des Fachbereichs sich nicht so zahlreich an der Umfrage beteiligt hätten. Ihnen gilt dafür unser ganz besonderer Dank.

Die Onlinefragebögen wurden mit dem UNIPark-Programm der Firma QuestBack AG, Köln, administriert, die erhobenen Daten mit IBM SPSS Statistics in der deutschsprachigen Version 23.0 ausgewertet.

Im Bericht werden einige datenanalytische **Symbole** und **Kürzel** verwendet, die folgende Bedeutung haben:

- *** für eine Irrtumswahrscheinlichkeit, bei der Durchführung eines Signifikanztests fälschlicherweise die Nullhypothese (H_0) zu verwerfen (= α -Fehler), von $p < .001$, ** für eine Irrtumswahrscheinlichkeit von $p < .01$ und * für eine Irrtumswahrscheinlichkeit von $p < .05$; ansonsten *n. s.* = nicht signifikant
- Für Lage- bzw. Streuungsmaße: m = arithmetischer Mittelwert; s = Standardabweichung; md = Median; h = Modus; $d\%$ = Prozentsatzdifferenz; q = Quartil; mR = mittlerer Rangplatz
- Für Korrelationskoeffizienten: V = Cramer's V ; Phi ; r = Pearson's Korrelationskoeffizient; τ = Kendall's Rangkorrelationskoeffizienten Tau; Rho = Spearman's Rangkorrelationskoeffizient;
- Für Signifikanztests: χ^2 = Wert der χ^2 -Verteilung bei Tabellenanalysen und beim Friedman- sowie beim McNemar-Bowker-Test; F = Wert der F-Verteilung bei Varianzanalysen; T = Wert der t-Verteilung bei Mittelwertanalysen

Zu den datenanalytischen Grundlagen siehe Wittenberg (1998) und Wittenberg et al. (2014a).

Inhaltsverzeichnis

1	Rücklauf, „Repräsentativität“, Erhebungsthemen und Soziodemografie	11
1.1	Rücklaufquoten, „Repräsentativität“ und Befragungsthemen	11
1.2	Soziodemografie der Masterstudierenden	16
2	Bewertung der Infrastruktur am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften	17
2.1	Bewertung der Infrastruktureinrichtungen	17
2.2	Career Service am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften	18
3	Studium	23
3.1	Studienmotivation, Studiengangwahl und Herkunft der Studierenden . . .	23
3.1.1	Studienmotivation	23
3.1.2	Studiengangwahl und Herkunft der Studierenden	25
3.2	Bachelorzeugnisnote	28
3.3	Bewerbungen und Zusagen	30
3.4	Berufs- und Praxisbezug der Lehre	31
3.5	Englischsprachige Veranstaltungen	35
3.6	Modulbewertung	38
3.7	Masterarbeit	41
3.8	Zeitverwendung, Arbeitsaufwand und Anspruchsniveau	43
3.8.1	Zeitverwendung	43
3.8.2	Bewertung des Arbeitsaufwands	50
3.8.3	Bewertung des Anspruchsniveaus	55
3.9	Studienzufriedenheit	59
3.9.1	Masterkoordination	59
3.9.2	Gestaltung und Umsetzung des Studiengangs	64
3.9.3	Summarische Studienzufriedenheit	70
3.9.4	Wiederwahl des Studiengangs	74
3.9.5	Weiterempfehlung des Studiengangs	78
3.9.6	Exkurs: Interkorrelation der Studienzufriedenheitsindikatoren . . .	81
3.9.7	Chancengleichheit und Geschlechtergerechtigkeit	81
4	Zukunft	84
4.1	Promotion	85
4.2	Berufstätigkeit	86
5	Resümee und Ausblick	90
5.1	Resümee	90
5.2	Ausblick	93

Inhaltsverzeichnis

6 Anhang	94
6.1 Exkurs: Projektseminar Sozialökonomik	94
6.2 Tabellen	95
6.2.1 Masterkoordination	95
6.2.2 Ergebnisse der Panelanalyse der für das Studium investierten Zeit	98
6.3 Antworten auf „offene Fragen“	101
6.3.1 Äußerungen zum Career Service	101
Literaturverzeichnis	112

Abbildungsverzeichnis

2.1	Beurteilung der Infrastruktur des FB WiWi	17
2.2	Beurteilung des Career Service am FB WiWi: Angebote	21
2.3	Beurteilung des Career Service am FB WiWi: Service	22
3.1	Motivation für das Masterstudium in Nürnberg I	23
3.2	Motivation für das Masterstudium in Nürnberg II	24
3.3	Bachelornote	29
3.4	Steigerung des Praxisbezugs des Studiums	35
3.5	Modulbewertung	39
3.6	Bewertung des Arbeitsaufwandes	51
3.7	Anspruchsniveau	55
3.8	Masterkoordination: Bewertung einzelner Aussagen	59
3.9	Bewertung der Gestaltung und Umsetzung des Studiengangs	65
3.10	Studiengangbewertung anhand verschiedener Kriterien	67
3.11	Summarische Studienzufriedenheit	70

Tabellenverzeichnis

1.1	Masterstudierende am FB WiWi nach Geschlechtszugehörigkeit und Studiengang: Grundgesamtheit	12
1.2	Masterstudierende am FB WiWi nach Geschlechtszugehörigkeit und Studiengang: „Stichprobe“	13
1.3	Vergleich von „Stichprobe“ und Grundgesamtheit nach Studiengang und Geschlechtszugehörigkeit	14
1.4	Befragungsthemen der Masterumfrage	15
2.1	Beurteilung der Infrastruktur des Fachbereichs im Zeitverlauf	19
2.2	Genutzte Dienste des Career Services am FB WiWi	20
3.1	Fachsemester	25
3.2	Studiengang nach Hochschulort des BA-Abschlusses	26
3.3	Übereinstimmung zwischen Bachelor- und Masterstudium	27
3.4	Vorbereitung auf das Masterstudium	27
3.5	Studiengang nach Hochschulort des BA-Abschlusses	28
3.6	Beschäftigungen vor dem Beginn des Masterstudiums	30
3.7	Praktische Erfahrungen neben dem Studium	31
3.8	Praktische Erfahrungen neben dem Studium nach Studiengang	32
3.9	Verknüpfung von Theorie & Praxis in der Lehre	32
3.10	Verknüpfung von Theorie & Praxis in der Lehre nach Studiengang	34
3.11	Einschätzung der Steigerung des Praxisbezugs des Studiums durch den Lehrveranstaltungstyp	36
3.12	Besuch englischsprachiger Lehrveranstaltungen nach Studiengang	37
3.13	Gründe für die Nichtteilnahme an englischsprachigen Veranstaltungen	38
3.14	Modulbewertung nach Studiengang	40
3.15	Masterarbeit	42
3.16	Zeitaufwand für Studium und Tätigkeiten gegen Bezahlung	44
3.17	Zeitaufwand für Studium und Tätigkeiten gegen Bezahlung im Zeitverlauf	44
3.18	Additiver Zeitaufwand für Studium und Tätigkeiten gegen Bezahlung	45
3.19	Additiver Zeitaufwand für Studium und Tätigkeiten gegen Bezahlung im Zeitverlauf	46
3.20	Zeitaufwand für das Studium nach Studiengang im Zeitverlauf I	48
3.21	Zeitaufwand für das Studium nach Studiengang im Zeitverlauf II	49
3.22	Zeitaufwand für Studium und Tätigkeiten gegen Bezahlung nach Geschlechtszugehörigkeit	50
3.23	Beurteilung des Arbeitsaufwandes: Panelanalyseergebnisse	52
3.24	Arbeitsaufwand	54

Tabellenverzeichnis

3.25	Beurteilung des Anspruchsniveaus: Panelanalyseergebnisse	56
3.26	Anspruchsniveau	58
3.27	Masterkoordination: Bewertung einzelner Aussagen im Zeitverlauf	60
3.28	Zufriedenheit mit der Masterkoordination: Panelanalyseergebnisse	60
3.29	Bewertung der Masterkoordination nach Studiengang	62
3.30	Masterkoordination: Beurteilung von Aussagen nach Studiengang – mittlere Rangplätze	63
3.31	Masterkoordination: Beurteilung von Aussagen nach Studiengang – mittlere Rangplätze im Zeitverlauf	64
3.32	Bewertung der Gestaltung und Umsetzung des Studiengangs nach Studien- gang im Zeitablauf	66
3.33	Studiengangbewertung im Detail	69
3.34	Summarische Studienzufriedenheit nach Erhebungsjahren	71
3.35	Zufriedenheit mit dem Studium: Panelanalyseergebnisse	71
3.36	Summarische Studienzufriedenheit nach Studiengang im Zeitverlauf	73
3.37	Studienzufriedenheit: Wiederwahl des eingeschlagenen Masterstudienganges .	74
3.38	Wiederwahl des Studiengangs: Panelanalyseergebnisse	75
3.39	Studienzufriedenheit: Wiederwahl des eingeschlagenen Masterstudienganges nach Studiengang im Zeitverlauf	77
3.40	Studienzufriedenheit: Weiterempfehlung des eingeschlagenen Masterstudien- ganges	78
3.41	Weiterempfehlung des Studiengangs: Panelanalyseergebnisse	78
3.42	Studienzufriedenheit: Weiterempfehlung des gewählten Studiengangs nach Studiengang im Zeitverlauf	80
3.43	Studienzufriedenheit: Korrelation der Studienzufriedenheitsindikatoren	81
3.44	Chancengleichheit und Geschlechtergerechtigkeit	82
3.45	Chancengleichheit und Geschlechtergerechtigkeit nach Studiengang	83
4.1	Zukunft: Pläne für die Zeit nach dem Masterstudium	84
4.2	Promotionswunsch nach Studiengang	85
4.3	Promotionsgrund	86
4.4	Spätere Berufstätigkeit: Präferierte Branchen	87
4.5	Präferierte Berufsfelder nach Studiengang	89
6.1	Projektseminar Sozialökonomik: Grundidee und Umsetzung	94
6.2	Projektseminar Sozialökonomik: Zeitaufwand und Anspruchsniveau	94
6.3	Masterkoordination nach Studiengängen: Hilfreicher Ansprechpartner im Zeit- verlauf	95
6.4	Masterkoordination nach Studiengängen: Gemeinsame Besprechungen im Zeit- verlauf	95
6.5	Masterkoordination nach Studiengängen: Betreuung im Zeitverlauf	96
6.6	Masterkoordination nach Studiengängen: Kontakt im Zeitverlauf	96
6.7	Masterkoordination nach Studiengängen: Zeitmangel im Zeitverlauf	97
6.8	Zeitverwendung für Vorlesungen, Übungen, Seminare: Panelanalyseergebnisse	98

Tabellenverzeichnis

6.9	Zeitverwendung für Vor- und Nachbereitungen: Panelanalyseergebnisse	98
6.10	Zeitverwendung für die Masterarbeit: Panelanalyseergebnisse	99
6.11	Zeitverwendung für Tätigkeiten gegen Bezahlung: Panelanalyseergebnisse . .	99
6.12	Kumulierte Zeitverwendung für Vorlesungen etc. sowie Vor- und Nachberei- tungen: Panelanalyseergebnisse	100
6.13	Kumulierte Zeitverwendung für Vorlesungen etc., Vor- und Nachbereitungen sowie Tätigkeiten gegen Bezahlung: Panelanalyseergebnisse	100

1 Rücklauf, „Repräsentativität“, Erhebungsthemen und Soziodemografie

1.1 Rücklaufquoten, „Repräsentativität“ und Befragungsthemen

Ähnlich wie die bisherigen vier Umfragen unter den Masterstudierenden am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg kann auch die vorliegende fünfte Umfrage unter den Masterstudierenden am FB Wirtschaftswissenschaften für sich in Anspruch nehmen, auf weiterhin recht großes, jedoch merklich abnehmendes Interesse der Studierenden gestoßen zu sein: Die Rücklaufquote beträgt 31,8 Prozent.¹ Insgesamt haben sich $n=686$ von $N=2.166$ Masterstudierenden an der Onlineumfrage beteiligt, zu denen auch die Studierenden des Doppel-Studiengangs „Wirtschaftsingenieurwesen“ zählen, der vom FB Wirtschaftswissenschaften in Kooperation mit der Technischen Fakultät der FAU Erlangen-Nürnberg angeboten wird.²

Tabelle 1.1 gibt als erstes einen Überblick auf die Verteilung der Masterstudierenden am FB Wirtschaftswissenschaften nach Geschlechtszugehörigkeit und Studiengang.

¹ Bei den vier ersten Umfragen unter den Masterstudierenden am FB Wirtschaftswissenschaften betrugen die Rücklaufquoten der jeweils Mitte d. J. durchgeführten Erhebungen 2011 44,0 Prozent, 2012 41,6 Prozent, 2013 39,1 Prozent und 2014 34,7 Prozent. Verschiedene mögliche Gründe für die Abnahme der Zahl der Teilnehmer an den Studierendenumfragen am FB Wirtschaftswissenschaften, die bei den Bachelorumfragen noch gravierender ausfällt, werden bei Wittenberg et al. (2014b, S. 10 f.) diskutiert.

² Im vorliegenden Beitrag werden im Folgenden möglichst geschlechtsneutrale Formulierungen gewählt. Eine etwaige Beschränkung auf die männliche Form erfolgt ausschließlich aus Gründen der Lesbarkeit.

Tabelle 1.1: Masterstudierende am FB WiWi nach Geschlechtszugehörigkeit und Studiengang: Grundgesamtheit [Studienfälle; *Spaltenprozente*]

Geschlechtszugehörigkeit Studiengang	männlich		weiblich		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%
Arbeitsmarkt und Personal (A&P)	13	1,1	50	5,4	63	2,9
Economics	39	3,2	22	2,4	61	2,8
Finance, Auditing, Controlling, Taxation (FACT)	185	15,0	150	16,1	335	15,5
International Business Studies (IBS)	24	2,0	97	10,4	121	5,6
International Information Systems (IIS)	78	6,3	43	4,6	121	5,6
Management	102	8,3	86	9,2	188	8,7
Marketing	28	2,1	142	15,2	170	7,8
Sozialökonomik (SozÖk)	31	2,5	64	6,9	95	4,4
Wirtschaftspädagogik (WiPäd)	84	6,8	128	13,7	212	9,8
Wirtschaftsingenieurwesen (Wing)	648	52,6	152	16,3	800	36,9
insgesamt	1.232	99,9	934	100,2	2.166	
<i>Zeilenprozente</i>		56,9		43,1		99,9

Quelle: Unterlagen FAU Erlangen-Nürnberg, S-PFS „Planung, Führungsinformationssysteme, Statistik“ (Stand: 04/2015)

Demnach attrahiert der Studiengang „Wing“ mit n=800 Studienfällen am meisten Studierende, gefolgt von „FACT“ mit n=335 und „WiPäd“ mit n=212 Studienfällen. „Economics“ und „A&P“ stellen mit n=61 bzw. n=63 die zahlenmäßig kleinsten Masterstudiengänge dar.

Weiterhin läßt Tabelle 1.1 erkennen, dass einige Studiengänge relativ „geschlechtsneutral“ gewählt werden, was insbesondere für „FACT“ und „Management“ gilt, während andere mehr oder minder stark auf geschlechtsspezifisches Interesse stoßen, wobei „A&P“, „IBS“, „Marketing“, „SozÖk“ und „WiPäd“ überproportional häufig von Frauen, „Wing“ und „IIS“ hingegen überproportional häufig von Männern studiert werden.

Diese Verteilung der Studierenden am FB Wirtschaftswissenschaften nach Geschlechtszugehörigkeit und Studiengang in der Grundgesamtheit der Studienfälle wird im Großen und Ganzen in der realisierten „Stichprobe“ reproduziert, wie Tabelle 1.2 zeigt.³

³ Um anzudeuten, dass die vorliegende Analysegesamtheit das Ergebnis des – selbstverständlich von vornherein erwarteten – gescheiterten Versuchs einer Totalerhebung darstellt und nicht mittels einer wahrscheinlichkeitstheoretisch abgesicherten Zufallsstichprobe aus den Masterstudierenden des Fachbereichs zustande gekommen ist, stellen wir „Stichprobe“ in den Tabellen in Anführungszeichen. Und: Da wir es nicht mit einer zufallsgesteuerten Stichprobe zu tun haben, verbietet es sich eigentlich, Signifikanztests durchzuführen und Hypothesen zu prüfen. Wenn dennoch im Weiteren bei der tabellarischen und grafischen Darstellung der Analyseergebnisse nicht auf die im strengen Sinne nur im Fall des Vorliegens von Zufallsstichproben adäquaten Tests, Koeffizienten und Signifikanzkennzeichnungen verzichtet wird, so nur deshalb, um das Ausmaß der zutage tretenden Zusammenhänge bzw. Unterschiede und Veränderungen deutlicher vor Auge führen zu können, als dies gemeinhin ohne die Verwendung dieser Kennzeichnungen möglich wäre.

Tabelle 1.2: Masterstudienrende am FB WiWi nach Geschlechtszugehörigkeit und Studiengang: „Stichprobe“ [*Spaltenprozente*]

Geschlechtszugehörigkeit Studiengang	männlich		weiblich		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%
A&P	7	2,1	26	7,5	33	4,8
Economics	12	3,5	13	3,8	25	3,7
FACT	46	13,6	46	13,3	92	13,5
IBS	2	0,6	28	8,1	30	4,4
IIS	18	5,3	10	2,9	28	4,1
Management	45	13,3	33	9,6	78	11,4
Marketing	8	2,4	54	15,7	62	9,1
SozÖk	11	3,2	35	10,1	46	6,7
WiPäd	40	11,8	63	18,3	103	15,1
Wing	150	44,2	37	10,7	187	27,3
insgesamt	339	100,0	345	100,0	684	100,1
<i>Zeilenprozente</i>		49,6		50,4		100,0

keine Angabe: n=2

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Wenn wir allerdings genauer hinschauen und dafür die Abweichungen zwischen Grundgesamtheit und „Stichprobe“ tabellieren, ist in Tabelle 1.3 zu erkennen, dass die strukturelle Übereinstimmung von Grundgesamtheit und „Stichprobe“ bezüglich Geschlechtszugehörigkeit und der gewählten Masterstudiengänge nicht allzu groß ausfällt.⁴

Das weit verbreitete Antwortmuster, bei dem Frauen bei Umfragen i. d. R. eine bessere „compliance“ zeigen als Männer, bei ersteren also eine bessere Ausschöpfung zu registrieren ist, wird in der vorliegenden Erhebung erneut bestätigt.

Ebenso bestätigen sich im Vergleich mit den Vorjahreserhebungen Antwortmuster hinsichtlich der Teilnahmebereitschaft in Abhängigkeit vom Studiengang.⁵ Es sind vor allem die „Wirtschaftsingenieure“, die in unserer „Stichprobe“ deutlich unterrepräsentiert sind, wohingegen Studierende der Studiengänge „A&P“, „Economics“, „SozÖk“ und „WiPäd“ in dieser Hinsicht sehr positiv auffallen: Ihr relativer Anteil in der Stichprobe ist deutlich höher als ihr Anteil in der Grundgesamtheit.

⁴ Siehe insbesondere die Ergebnisse der χ^2 -Anpassungstests nach Geschlechtszugehörigkeit und Studiengang in der Legende von Tabelle 1.3.

⁵ Vgl. Wittenberg (2012, 2013); Wittenberg et al. (2014c).

1 Rücklauf, „Repräsentativität“, Erhebungsthemen und Soziodemografie

Tabelle 1.3: Vergleich von „Stichprobe“ und Grundgesamtheit nach Studiengang und Geschlechtszugehörigkeit [Tabellenprozente]

Geschlechtszugehörigkeit Studiengang	Grundgesamtheit			„Stichprobe“		
	männlich	weiblich	insgesamt	männlich	weiblich	insgesamt
A&P	0,6	2,3	2,9	1,0	3,8	4,8
Economics	1,8	1,0	2,8	1,8	1,9	3,7
FACT	8,5	6,9	15,4	6,7	6,7	13,4
IBS	1,1	4,5	5,6	0,3	4,1	4,4
IIS	3,6	2,0	5,6	2,6	1,5	4,1
Management	4,7	4,0	8,7	6,6	4,8	11,4
Marketing	1,3	6,6	7,9	1,2	7,9	9,1
SozÖk	1,4	3,0	4,4	1,6	5,1	6,7
WiPäd	3,9	5,9	9,8	5,8	9,2	15,1
Wing	29,9	7,0	36,9	21,9	5,4	27,3
insgesamt (%)	56,9	43,1	100,0	49,6	50,4	100,0
insgesamt (n)	1.232	934	2.166	339	345	684

keine Angabe: n=2

Rücklauf: n=686 von N=2.166: 31,8 Prozent

Quellen: Unterlagen FAU Erlangen-Nürnberg, S-PFS „Planung, Führungsinformationssysteme, Statistik“ (Stand: 04/2015) & WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Selbstverständlich stellen die Teilnehmer an der Onlineumfrage qua Teilnahme von vornherein ein „positives Untersuchungsgut“ dar. Dennoch – und ungeachtet der Tatsache, dass die beiden χ^2 -Anpassungstests statistisch höchst signifikante Abweichungen hinsichtlich der Geschlechtszugehörigkeit und der studierten Masterstudiengänge zwischen Grundgesamtheit und „Stichprobe“ zu Tage gefördert haben: Die beobachteten Prozentsatzdifferenzen sind alles in allem noch so gering, dass wir nicht davon ausgehen wollen, dass solche Kommilitonen, die sich an der Umfrage nicht beteiligt haben, stark abweichende und grundsätzlich andere Auffassungen über den Studienalltag am FB Wirtschaftswissenschaften vertreten, als wir sie in den im weiteren Verlauf der Arbeit vorgestellten Zahlen vorfinden.

Die Dauer der Feldzeit – 13.5.–15.7.2015 – ist wiederum dadurch zu erklären, dass nach der elektronisch versandten Einladung zur Teilnahme an der Umfrage zunächst ein Erinnerungs-E-Mail und dann, wegen des noch immer unbefriedigenden Rücklaufs, eine postalische Erinnerung verschickt wurde. Schließlich schaltete sich dankenswerter Weise erneut auch der Studiendekan des FB Wirtschaftswissenschaften mit einer E-Mail an alle Masterstudierenden ein, in der er die Bedeutung der Umfrage für den Fachbereich noch einmal und explizit hervorhob und die Studierenden dringend zur Beteiligung aufrief. Außerdem hatten wir die Masterkoordinatoren gebeten, ihre Studierenden zur Teilnahme an der Umfrage aufzufordern. Der Erhöhung der Teilnahmebereitschaft an der Onlineumfrage diene schließlich auch eine in den elektronischen und postalischen Einladungen angekündigte Verlosung von Geldpreisen unter den Teilnehmern an der Umfrage.⁶

⁶ 1. Preis: Barscheck über € 100,00; 2. Preis: Barscheck über € 50,00; 3. und 4. Preis: Je ein Barscheck

1 Rücklauf, „Repräsentativität“, Erhebungsthemen und Soziodemografie

Für die Beschreibung und Beurteilung von Veränderungen bestimmter Merkmale – etwa summarische Studienzufriedenheit, Zufriedenheit mit der Masterkoordination, für das Studium investierte Zeit, Wahrnehmung des Arbeitsaufwandes und des Anspruchsniveaus des Masterstudiums – können wir nicht nur Zeitvergleiche für Erhebungsquerschnitte anstellen, sondern mittels Panelanalysen auch Veränderungen im Zeitablauf auf Individualebene betrachten. Für Panelanalysen über Individualdaten aus den Jahren 2014 und 2015 stehen uns N=219 Fälle zur Verfügung, für entsprechende Analysen von Individualdaten aus den Jahren 2013, 2014 und 2015 jedoch nur N=51. Diese geringe „Ausbeute“ ist insbesondere sachlogisch dem Sachverhalt zuzuschreiben, dass das Masterstudium am FB Wirtschaftswissenschaften auf zwei Jahre Dauer ausgelegt ist. Masterstudierende haben demzufolge, jedenfalls in der Regel, nur die Möglichkeit, sich an zwei Befragungen über ihre Studiensituation und die vorgefundenen Studienbedingungen zu beteiligen.

Tabelle 1.4 gibt einen Überblick auf die 2015 abgefragten Themenbereiche.⁷ Informationen zur schulischen und sozialen Herkunft müssen leider bei jeder Umfrage erhoben werden, da unser Erhebungsdesign nicht als strikte Panelerhebung konzipiert ist, sondern sich die Umfragen bei jedem Erhebungszeitpunkt an alle Masterstudierenden des Fachbereichs wenden, also auch an jene, die sich bei der ersten Kontaktierung als Zweitsemester – oder später als Viertsemester – (zunächst) nicht zur Teilnahme an der Umfrage entschließen konnten, 2015 aber, nun im vierten oder höheren Semester studierend, schließlich doch mitmachen wollten.

Tabelle 1.4: Befragungsthemen der Masterumfrage

Themenblöcke
soziale und Bildungsherkunft sowie Soziodemografie
absolviertes Bachelorstudium und gewählter hiesiger Masterstudiengang
Bewerbung für und Zusagen von andere/n Master-Studiengängen
Studiengangwahlmotive
thematische Übereinstimmung von Bachelor- und Masterstudium
Tätigkeiten zwischen Bachelor- und Masterstudium
bisheriges Masterstudium: Auslandssemester, Praktikum, Tätigkeiten gegen Entgelt
Betreuung der Masterarbeit
berufliche und Promotionspläne für die Zeit nach Abschluss des Masterstudiums
Besuch von und Bedarf an englischsprachigen Lehrveranstaltungen
Berufs- und Praxisbezug der Lehre; Employability
Beurteilung der Masterkoordination
Modulbeurteilung
Bewertung der Infrastruktureinrichtungen des FB WiWi
Kenntnis und Bewertung des Career Service des FB WiWi
Zeitverwendung, Arbeitsaufwand und Anspruchsniveau
Beurteilung des jeweiligen Studiengangs im Detail
(summarische) Studienzufriedenheit

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

über € 25,00.

⁷ Die Liste ist allerdings nicht vollständig, gibt es zusätzlich doch jeweils noch eine Reihe nachgeordneter Fragen.

1.2 Soziodemografie der Masterstudierenden

- 50,3 Prozent (n=345) der antwortenden Masterstudierenden sind weiblich, 49,4 Prozent (n=339) männlich. N=2 oder 0,3 Prozent mochten sich keinem der beiden Geschlechter zuordnen.
- Der jüngste Masterstudent ist 21 Jahre alt, der älteste 35 (m=26,0; s=2,0; md=26; h=26).
- 71,8 Prozent sind ledig, 3,8 Prozent verheiratet bzw. in einer eingetragenen Partnerschaft, 24,3 Prozent leben in einer sonstigen Partnerschaft.
- 18,8 Prozent wohnen alleine, 32,6 Prozent in einer Wohngemeinschaft, 23,1 Prozent leben mit dem/der Partner/in zusammen, 7,6 Prozent im Studentenwohnheim und 17,9 Prozent bei den Eltern.
- Kinder haben neun Masterstudierende.
- 94,3 Prozent haben die deutsche, 2,8 Prozent eine andere und 3,0 Prozent eine doppelte Staatsangehörigkeit.
- 61,6 Prozent der Masters haben bereits vor ihrem Studium in Nürnberg und Umgebung gewohnt, 38,4 Prozent sind von auswärts zugezogen.
- N=39 oder 6,0 Prozent der Masterstudierenden geben an, über kein eigenes Einkommen zu verfügen. Schließen wir sie in die Berechnung des mittleren monatlichen Einkommens *ein*, beträgt der Mittelwert m= 827,62 € (s=493,29). Schließen wir sie aus der Berechnung des monatlichen Einkommens *aus*, beträgt der Mittelwert m= 880,88 € (s=460,60).
- Inklusive der Studierenden, die über kein eigenes Einkommen berichten, beträgt das mittlere Einkommen der Studentinnen 830,81 € (s=496,43), jenes der Studenten 824,28 € (s=490,75). Diese Differenzen sind statistisch nicht signifikant.
- Nach Studiengängen aufgeschlüsselt ergeben sich ebenfalls keine statistisch signifikanten Abweichungen. Dennoch ist die Einkommensdifferenz nicht unbeträchtlich: Am unteren Ende verfügen die „Wing“ über 766,26 € (s=452,26), am oberen Ende die „IISler“ über 1.102,40 € (s=633,82).

2 Bewertung der Infrastruktur am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

2.1 Bewertung der Infrastruktureinrichtungen

Zum Auftakt dieses Abschnitts gleich die Bewertung der Infrastruktureinrichtungen im Überblick:

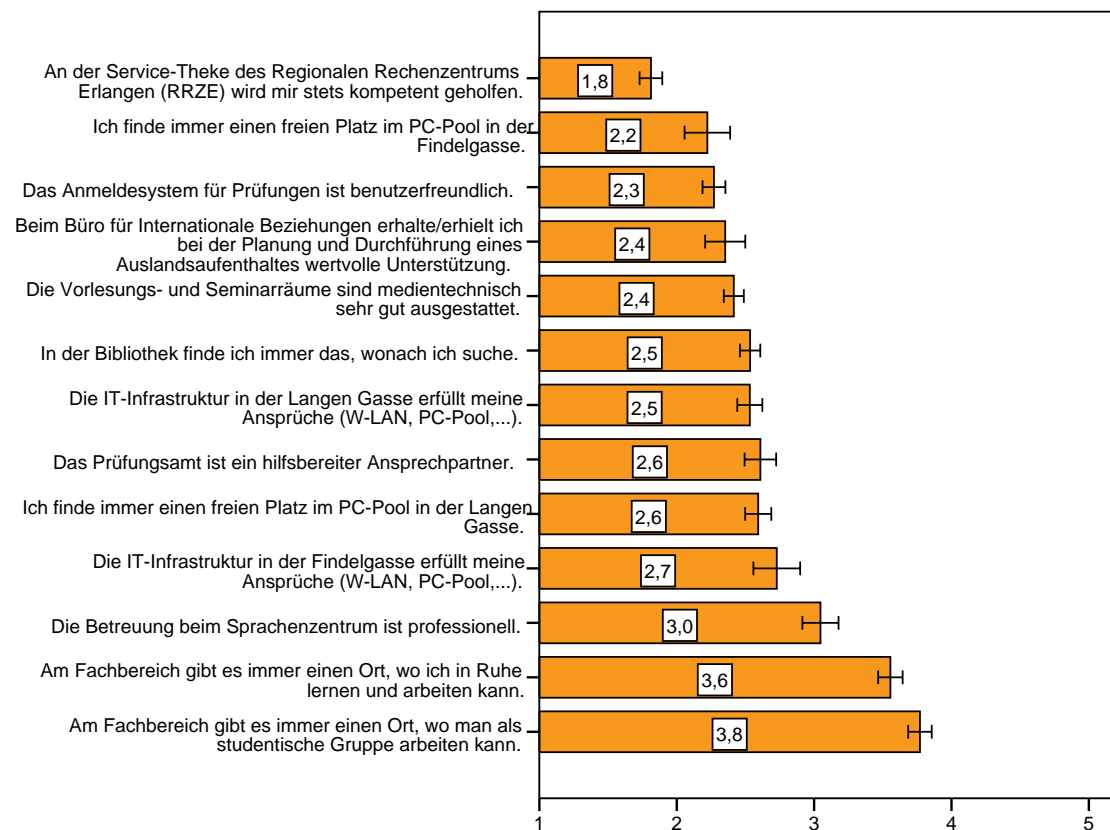


Abbildung 2.1: Beurteilung der Infrastruktur des FB WiWi: „Uns interessiert nun, wie Sie die Infrastruktur des Fachbereichs beurteilen. Bitte nehmen Sie Stellung zu folgenden Aussagen:“ [Mittelwerte, Streuungen]

Ratingskalen von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [n variabel zwischen n=148 (Platz im PC-Pool Findelgasse) bis n=642 (Anmeldesystem für Prüfungen)]

2 Bewertung der Infrastruktur am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Gemäß der in Abbildung 2.1 wiedergegebenen Befunde wird die Service-Theke des Regionalen Rechenzentrums erneut hervorragend beurteilt.¹ Die IT-Infrastruktur in der Langen Gasse dagegen hat ihren einstigen Spitzenrang – $m=1,6$ im Jahr 2011 – verloren.²

Insgesamt lässt sich das Ergebnis der Bewertung der Infrastruktur sehen – mit Ausnahme der vier letzaufgeführten Kategorien in Abbildung 2.1.³

Im Großen und Ganzen stellt die medientechnische Ausrichtung und Ausstattung des FB Wirtschaftswissenschaften die Masterstudierenden doch sehr zufrieden. Die vergleichsweise breite Spannweite der „Fehlerbalken“ bei den Items zur IT-Situation in der Findelgasse sowie beim Büro für Internationale Beziehungen sind sowohl auf die relativ geringe Anzahl von Nennungen als auch die unterschiedliche Wahrnehmung unter den Studierenden zurückzuführen.⁴

Schlecht sieht die Infrastruktur des Fachbereichs in der Wahrnehmung der Befragten weiterhin bezüglich der Möglichkeiten aus, sich als Studierende allein oder in einer Gruppe zur Arbeit zurückziehen zu können: Hier übertreffen weiterhin die negativen Urteile die positiven. Nicht ganz so schlecht fallen die Studierendenurteile bezüglich der „gefühlten“ Professionalität des Sprachenzentrums aus: Diese zentrale Serviceeinrichtung des Fachbereichs liegt 2015 mit einem – exakten – Mittelwert von $m=3,05$ nur noch minimal oberhalb des theoretischen Skalenmittelwerts von $m=3,0$. Handlungsbedarf ist demzufolge auch auf Masterniveau insbesondere hinsichtlich der „Rückzugsebenen“ zu erkennen. Das „Prüfungsamt“ wird 2015 so positiv wie nie zuvor beurteilt: $m=2,6$.

Tabelle 2.1 gibt Auskunft darüber, ob, und wenn ja, inwieweit sich die Infrastrukturparameter des FB Wirtschaftswissenschaften in der Wahrnehmung der Masterstudierenden über die Jahre 2011 bis 2015 hinweg verändert haben. Im Zeitvergleich sind kaum noch „Sprünge“ zu beobachten.

2.2 Career Service am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Der Career Service am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften ist eine Service-Einrichtung, die Studierende beim Übergang vom Studium in die Berufstätigkeit unterstützen will. Neben Information und Beratung zu verschiedenen Berufsfeldern und Einstiegsmöglichkeiten bietet der Career Service im Rahmen seines Veranstaltungsprogramms auch Seminare zu den Bereichen „Soft Skills und Kompetenzen“ sowie „Bewerbung und Berufseinstieg“ an. Darüber hinaus sollen Studierende mithilfe praxisrelevanter Angebote

¹ Und zwar nicht nur von den Master-, sondern auch von den Bachelorstudierenden des Fachbereichs (vgl. Wittenberg und Bettzüge, 2015).

² Vgl. dazu auch Tabelle 2.1.

³ Auch diesbezüglich stimmen Bachelor- und Masterurteile überein.

⁴ „Fehler-“ oder „Streuungsbalken“, die in Abbildung 2.1 eingezeichnet sind, bilden die Standardabweichung, also die Streuung um den Mittelwert des Antwortverhaltens der befragten Studierenden ab (vgl. Wittenberg, 1998, S. 131, S. 237). Die Spannweite der Streuungsbalken reagiert im Fall kleiner Stichprobenumfänge sehr sensibel auf Ausreißer, selbst wenn nur wenige Extremwerte auftreten. Gut zu erkennen ist in Abbildung 2.1, dass sich die Masterstudierenden – mit Ausnahme der o.g. Sachverhalte – weitgehend einig sind im Hinblick auf die Bewertung der Infrastruktur am FB Wirtschaftswissenschaften.

Tabelle 2.1: Beurteilung der Infrastruktur des Fachbereichs im Zeitverlauf [Mittelwerte]

Erhebungsjahr Ausstattung, Betreuung & Beratung	Mittelwerte				
	2011	2012	2013	2014	2015
Die IT-Infrastruktur LG erfüllt meine Ansprüche	1,6	2,0	2,3	2,3	2,5
Das Anmeldesystem für Prüfungen ist benutzerfreundlich	1,8	2,4	2,2	2,2	2,3
Ich finde immer einen freien Platz im PC-Pool LG	2,2	2,1	2,4	2,5	2,6
Ich finde immer einen freien Platz im PC-Pool FG	2,2	2,0	2,0	2,2	2,2
Die IT-Infrastruktur FG erfüllt meine Ansprüche	2,3	2,2	2,5	2,3	2,7
Die Vorlesungs- & Seminarräume sind medientechnisch sehr gut ausgestattet	2,5	2,1	2,2	2,3	2,4
In der Bibliothek finde ich immer das, was ich suche	2,7	2,5	2,5	2,6	2,5
Am FB gibt es immer einen Ort für individuelles Lernen	n.e.	3,4	3,6	3,5	3,6
Am FB gibt es immer einen Ort für studentische Gruppenarbeit	n.e.	3,7	3,8	3,7	3,8
An der Service-Theke des IZN wird mir stets kompetent geholfen	2,0	1,7	1,7	1,7	1,8
Beim Büro für internationale Beziehungen erhalte ich wertvolle Unterstützung	2,2	2,5	2,5	2,4	2,4
Die Betreuung beim Sprachenzentrum ist professionell	3,0	3,3	3,4	3,1	3,1
Das Prüfungsamt ist ein hilfsbereiter Ansprechpartner	3,3	3,0	2,7	2,7	2,6

Ratingskalen von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

2 Bewertung der Infrastruktur am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

die Möglichkeit erhalten, bereits frühzeitig mit potenziellen Arbeitgebern in Kontakt zu treten.

Die Masterstudierenden haben wir danach gefragt, ob sie schon einmal etwas vom Career Service des Fachbereichs gehört haben, ob sie ihn bereits genutzt haben, wie zufrieden sie mit ihm sind und für wie wichtig sie ihn halten.

- Fast neun von zehn Masterstudierenden (n=564, 87,2 Prozent) geben an, den Career Service zu kennen, entsprechend 12,8 Prozent nicht. Die Kenntnis des Career Service des FB Wirtschaftswissenschaften ist damit weiter gestiegen.
- Genutzt hatten den Career Service bis zur Zeit der Umfrage n=162 oder 28,7 Prozent der Befragten.
- Von den Nutzern sind 79,4 Prozent mit dem Career Service des FB WiWi „(völlig) zufrieden“.
- 84,5 Prozent bezeichnen ihn als „(sehr) wichtig“. Zufriedenheits- und Wichtigkeitswerte entsprechen den Vorjahresergebnissen.

Knapp zwei Fünftel der Nutzer des Career Services haben auf das „Seminarprogramm“, ein Drittel hat auf das „Stellenportal ‚Stellenwerk‘“ zurückgegriffen. Aber auch die anderen Angebote werden gut angenommen, wie Tabelle 2.2 belegt. Die strikte Ausnahme stellt dabei die „Veröffentlichung von Karriereevents“ dar.

Tabelle 2.2: Genutzte Dienste des Career Services: „Um welche Angebote des Career Service am FB Wirtschaftswissenschaften handelt es sich dabei?“ [Mehrfachangaben]

Genutzte Dienste	n	% ^a	% ^b
Workshops & Seminare: Seminarprogramm	62	16,6	38,3
Jobs & Karriere: Stellenportal „Stellenwerk“	51	13,6	31,5
Infoveranstaltung: „Career Day“	47	12,6	29,0
Informationsangebot: Homepage	44	11,8	27,2
Informationsangebot: Newsletter	36	9,6	22,2
Infoveranstaltung: „Brown-Bag-Talks“	36	9,6	22,2
Beratungsangebot: Berufsrelevante Kompetenzen testen	27	7,2	16,7
Beratungsangebot: Bewerbungsmappencheck	24	6,4	14,8
Mentoringprogramm: WiWi Coach Programm	15	4,0	9,3
Workshops & Seminare: Wie Praktisch?!	13	3,5	8,0
Beratungsangebot: Individuelle Beratung	12	3,2	7,4
Jobs & Karriere: Veröffentlichung von Karriereevents	7	1,9	4,3
insgesamt	374	100,0	230,9
Nennungen pro Person	2,3		
% ^a : bezogen auf n=374 Nennungen			
% ^b : bezogen auf n=162 Masterstudierende, die den Career Service bereits genutzt und die Frage beantwortet haben			

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

2 Bewertung der Infrastruktur am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Insgesamt werden die spezifischen Angebote des Career Service des FB Wirtschaftswissenschaften durchwegs (sehr) gut bewertet: Auf Ratingskalen mit den Eckpunkten 1=„völlig unzufrieden“ und 5=„völlig zufrieden“ erweist sich die Zufriedenheit mit den Workshops & Seminaren „Wie Praktisch?!“ und dem „Bewerbungsmappencheck“ mit Mittelwerten von $m=4,6$ und $m=4,4$ am höchsten –, wobei sie allerdings z. T. von nur wenigen Masterstudierenden genutzt wurden. Jene Veranstaltung, die am stärksten, nämlich von $n=59$ Befragten frequentiert und außerdem beurteilt wurde, das „Seminarprogramm“, wird mit einem Zufriedenheitsmittelwert von $m=4,2$ ebenfalls ausgesprochen gut bewertet (vgl. Abbildung 2.2).



Abbildung 2.2: Beurteilung des Career Service am FB WiWi: „Wie zufrieden sind Sie mit diesen Angeboten des Career Service?“ [Mittelwerte, Streuungen]
Ratingskalen von 1=„völlig unzufrieden“ bis 5=„völlig zufrieden“
Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [n variabel zwischen $n=7$ („Karriereevents“) bis $n=59$ („Seminarprogramm“)]

Alles in allem sprechen Tabelle 2.2 und Abbildung 2.2 für ein ausgesprochen gutes „Standing“ des Career Service am FB Wirtschaftswissenschaften, wenn auch das eine oder andere inhaltliche Angebot sicherlich noch verbessert werden kann.

Auch die organisatorischen Randbedingungen des Career Service erfahren gute No-

2 Bewertung der Infrastruktur am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

ten, wie Abbildung 2.2 belegt. Am schlechtesten schneiden noch die „Servicezeiten“ ab, wobei auch diesbezüglich der Zufriedenheitsmittelwert von $m=3,7$ noch ausgesprochen hoch ausfällt und wie der Vorjahreswert wiederum deutlich oberhalb des theoretischen Skalenmittelwerts von $m=3$ positioniert ist.

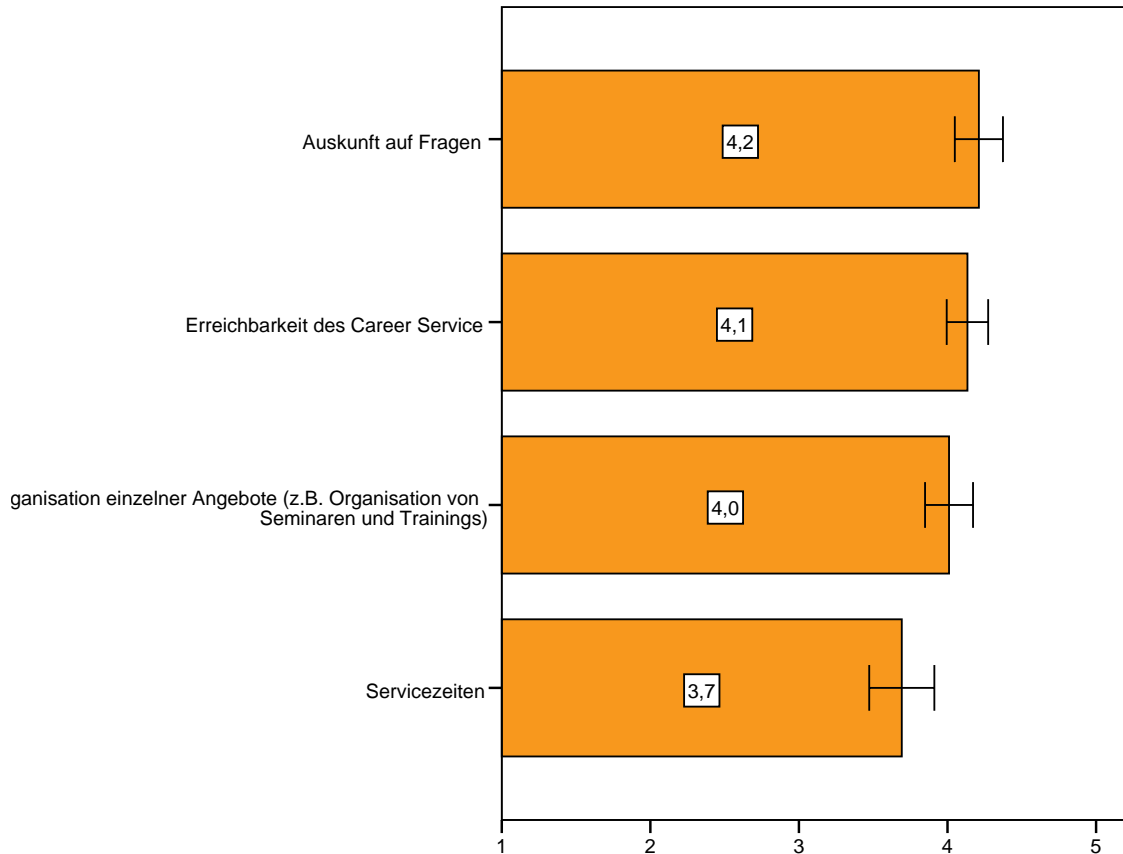


Abbildung 2.3: Beurteilung des Career Service am FB WiWi: „Wie zufrieden sind Sie mit den Angeboten des Career Service am FB WiWi?“ [Mittelwerte, Streuungen] Ratingskalen von 1=„völlig unzufrieden“ bis 5=„völlig zufrieden“

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [n variabel zwischen $n=65$ („Servicezeiten“) bis $n=97$ („Organisation einzelner Angebote“)]

3 Studium

3.1 Studienmotivation, Studiengangwahl und Herkunft der Studierenden

3.1.1 Studienmotivation

Was sind die Beweggründe, die die Absolventen – meist – eines Bachelorstudienganges zum Masterstudium nach Nürnberg an den FB Wirtschaftswissenschaften ziehen lassen?

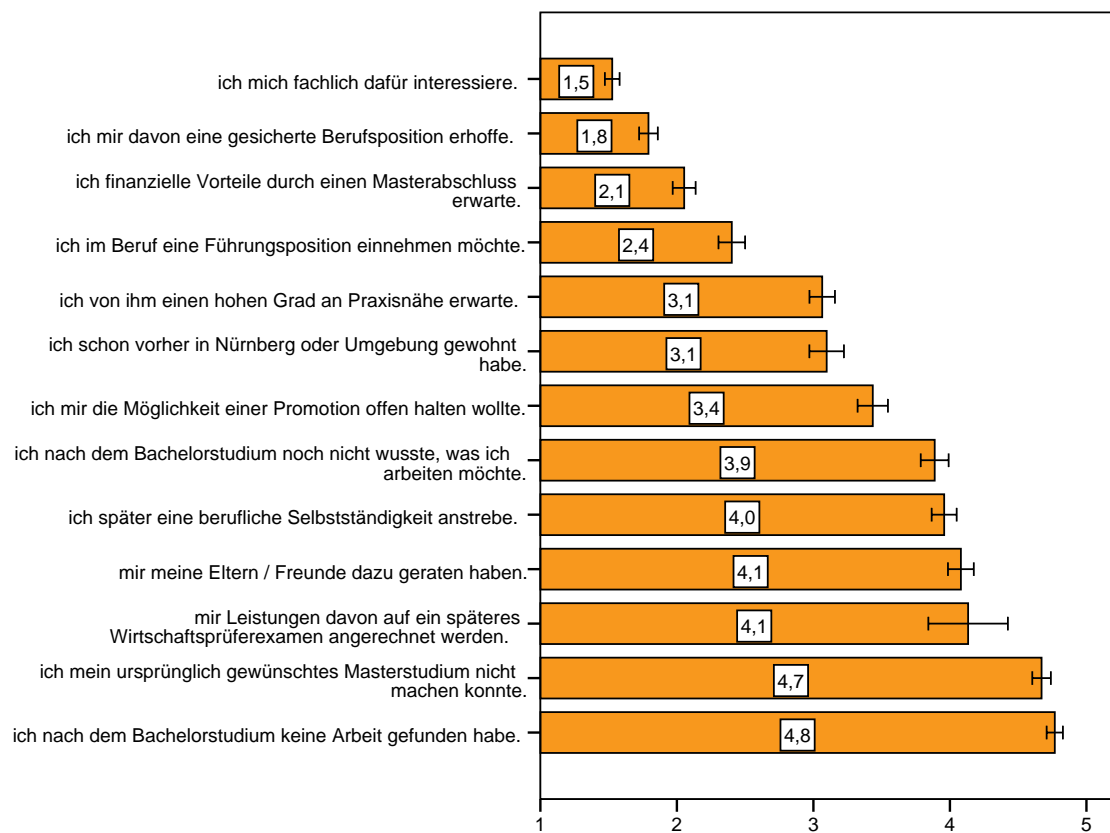


Abbildung 3.1: Motivation für das Masterstudium in Nürnberg „Ich habe mich für meinen aktuellen Masterstudiengang in Nürnberg entscheiden, weil ...“ [Mittelwerte, Streuungen]

Ratingskalen von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [n variabel zwischen n=90 (Leistungsanrechnung für Wirtschaftsprüferexamen) bis n=661 (fachliches Interesse)]

3 Studium

Aus Abbildung 3.1 gehen zunächst die eher allgemein auf das Studium abzielenden Motive hervor. Die Vielfalt und Vielzahl an Beweggründen, die auf ein Studium am FB Wirtschaftswissenschaften verweisen, wird – wie in den Vorjahren – insbesondere dominiert durch ein ideelles oder intrinsisches Motiv: „fachliches Interesse“, und drei utilitaristische oder extrinsische Studienmotive: „Hoffnung auf eine gesicherte Berufsposition“, „Erwartung finanzieller Vorteile“ und „Streben nach einer beruflichen Führungsposition“. Die Aussicht auf „Praxisnähe“ des Studiums wird von rund der Hälfte der Masterstudierenden als Beweggrund für ein Studium am FB Wirtschaftswissenschaften genannt. Resignativ geprägte Motive schlagen hingegen, wiederum wie in den Vorjahresehebungen, eigentlich überhaupt nicht zu Buche.

Auf das Studium i. e. S. abzielende Motive für ein Masterstudium am FB Wirtschaftswissenschaften gibt Abbildung 3.2 wieder.

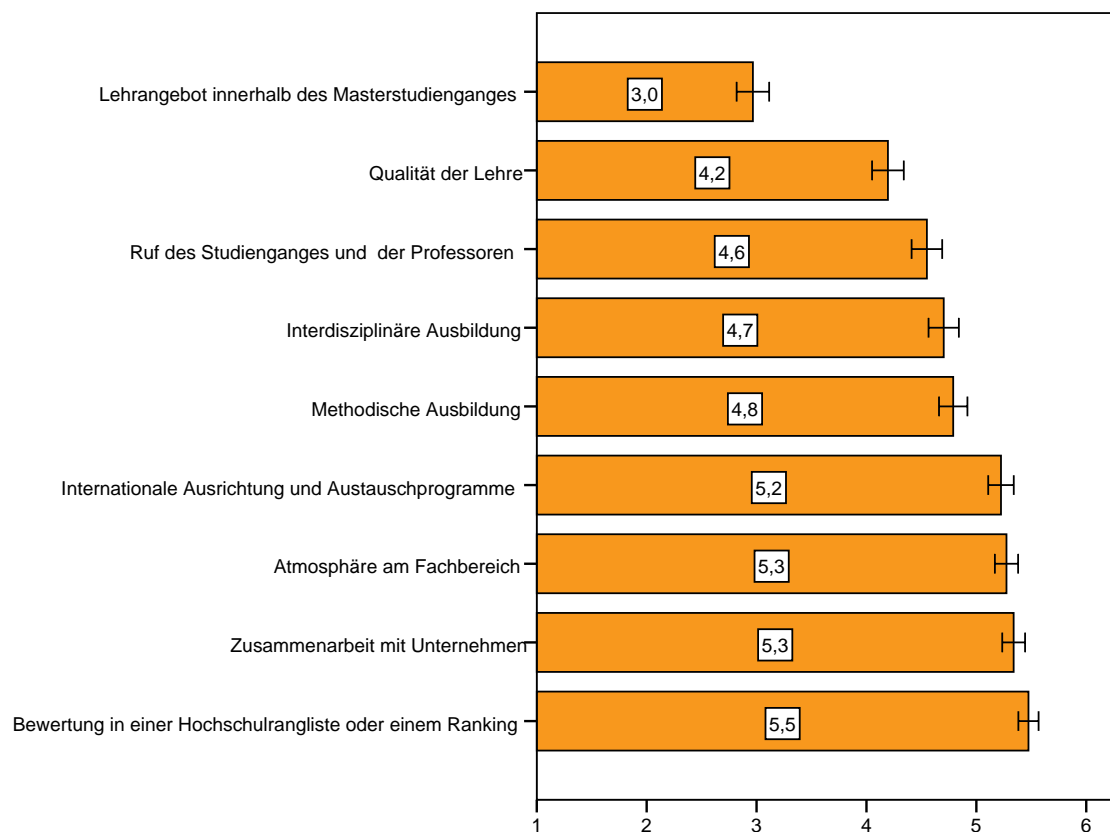


Abbildung 3.2: Motivation für das Masterstudium in Nürnberg: „Kommen wir zu den Aspekten, die Sie bei der Wahl Ihres Masters bestärkt haben“ [Mittelwerte, Streuungen] Mittl. Rangplätze von 1=„am höchsten gerankt“ bis 6=„nicht gerankt“
Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [n=634]

3 Studium

Hier zeigt sich, dass für die Masterstudierenden insbesondere das Lehrangebot im Rahmen ihres Studiengangs und die Qualität der dort vorzufindenden Lehre ausschlaggebend für die Wahl des Fachbereichs war. Alle anderen gelisteten Aspekte spielten dagegen eine im Großen und Ganzen nachgeordnete Rolle bei der Studienortwahl der Befragten. Im Vergleich mit den Vorjahreserhebungen sind nur marginale Veränderungen zu erkennen.

3.1.2 Studiengangwahl und Herkunft der Studierenden

Rund die Hälfte der Befragten befindet sich zum Zeitpunkt der Umfrage im ersten und zweiten Studiensemester, ein Drittel im dritten oder vierten und etwa ein Siebtel im fünften oder in einem höheren Semester.

Tabelle 3.1: „In welchem Fachsemester sind Sie derzeit eingeschrieben?“

Fachsemester	n	%
1.	62	9,3
2.	276	41,4
3.	71	10,7
4.	157	23,5
5.	33	5,0
6.	27	4,0
7. und höher	41	6,1
insgesamt	667	100,0

Masterstudium zum Zeitpunkt der Umfrage bereits beendet: n=19 (2,8 Prozent)

m=3,3, s=2,1, max=15

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Die Verteilung der Masterstudierenden auf die Studiengänge hatten wir bereits auf S. 13 in Tabelle 1.2 kennen gelernt. Hier wollen wir nur resümieren, dass die zahlenmäßige Spannweite der Befragten zwischen n=187 bei „Wing“ und n=25 bei „Economics“ liegt, demzufolge also die Studierendenzahl in den einzelnen Studiengängen stark variiert. Einige Studiengänge stoßen auf mehr oder minder starkes geschlechtsspezifisches Interesse, was wir bereits auf S. 12 angesprochen hatten, wobei „A&P“, „IBS“, „Marketing“, „SozÖk“ und „WiPäd“ überproportional häufig von Frauen, „IIS“ und vor allem „Wing“ hingegen überproportional häufig von Männern studiert werden.

Wie bei der Geschlechtszugehörigkeit, so sind auch in Abhängigkeit vom Ort, an dem man sein Bachelorstudium absolviert hat, deutliche Kontraste hinsichtlich der Wahl eines der hiesigen Masterstudiengänge zu verzeichnen, wie Tabelle 3.2 belegt.

„WiPäd“ erfährt beinahe exklusiv Nachfrage unter den Absolventen eines hiesigen Bachelorstudienganges, der Studiengang „IBS“ wird am stärksten von Absolventen der Bachelorstudiengänge anderer Hochschulen nachgefragt. Der „Wing“-Studiengang rekrutiert seine Masterstudierenden hälftig aus „anderen Orten“ und anderen Fakultäten der „FAU“ – nur zwei der „Wing“-Studierenden haben hier am FB Wirtschaftswissenschaften den Bachelorabschluss erworben. Neben „IBS“ wird auch „Marketing“ überproportional

3 Studium

häufig von Bachelorabsolventen anderer Hochschulen gewählt. Bei den anderen Studiengängen ist das Verhältnis von Studierenden mit „interner“ zu solchen mit „externer“ Bachelorausbildung hingegen einigermaßen ausgewogen.

Tabelle 3.2: „Welchen Masterstudiengang studieren Sie?“ nach Hochschulort des Bachelorabschlusses [Zeilenprozente]

Studiengang	FB WiWi		FAU		anderer Ort		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%
A&P	16	51,6	2	6,5	13	41,9	31	4,6
Economics	12	48,0	0	0,0	13	52,0	25	3,7
FACT	62	68,1	1	1,1	28	30,8	91	13,5
IBS	4	13,3	1	3,3	25	83,3	30	4,4
IIS	18	62,1	0	0,0	11	37,9	29	4,3
Management	53	67,9	1	1,3	24	30,8	78	11,6
Marketing	23	37,7	2	3,3	36	59,0	61	9,0
SozÖk	26	56,5	2	4,3	18	39,1	46	6,8
WiPäd	91	93,8	0	0,0	6	6,2	97	14,4
Wing	2	1,1	103	55,1	82	43,9	187	27,7
insgesamt	307	45,5	112	16,6	256	37,9	675	100,0

kA: N=11, davon n=10 anderen als Bachelorabschluss

V=.58 ***

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Von den N=307 Masterstudierenden, die ihren *Bachelorabschluss hier am FB WiWi* erzielt haben, hatten 74,9 Prozent (n=230) „Wirtschaftswissenschaften“, 16,9 (n=52) „Sozialökonomik“, 5,5 Prozent (n=17) „IBS“ und 2,6 Prozent (n=8) „Wirtschaftsinformatik“ studiert. Bei den „Wirtschaftswissenschaften“ dominieren „BWL“ mit der Hälfte – 50,4 Prozent (n=89) – und „Wirtschaftspädagogik II“ mit fast zwei Fünfteln – 37,0 Prozent (n=85) – der Nennungen. „Wirtschaftspädagogik I“ mit n=10 und „VWL“ mit n=11 Bachelorabsolventen fallen im Vergleich zu diesen Zahlen stark ab. Bei „Sozialökonomik“ hatten 90,4 Prozent der Studierenden den BA-Schwerpunkt „Verhaltenswissenschaften“, 9,6 Prozent den Schwerpunkt „International“ gewählt.

Unter denjenigen Masterstudierenden, die ihren *Bachelor- oder anderen Abschluss nicht hier am FB Wirtschaftswissenschaften* erreicht haben, haben 93,4 Prozent ihr Bachelorstudium in Deutschland beendet, vor allem in den Bundesländern Bayern – 39,3 Prozent – und Baden-Württemberg – 35,1 Prozent. Auf „NRW“ fallen 7,5 Prozent. Der Rest verteilt sich ohne besondere Auffälligkeiten auf die übrigen Bundesländer. Unter jenen n=17 Bachelorabsolventen, die aus dem Ausland zum Masterstudium nach Nürnberg gekommen sind, ist kein Herkunftsstaat zahlenmäßig hervorzuheben.

Die n=112 Studierenden, die ihr Bachelorstudium an (anderen) Fakultäten der FAU absolviert haben, taten dies zu 92,0 Prozent an der Technischen, der Rest an der Philosophischen Fakultät.

Beim Hochschultyp, an dem die jetzigen Masterstudierenden ihren – externen – Ba-

3 Studium

chelorabschluss absolviert haben, liegt die „Fachhochschule“ mit 43,5 Prozent vor der „Universität“ mit 39,5 Prozent der Nennungen. 20,0 Prozent der Masterstudierenden geben andere Vorstudienarten an.

Unter den erzielten Bachelorabschlüssen führt der „Bachelor of Arts“ mit 41,5 Prozent der Angaben vor dem „Bachelor of Science“ mit 29,2 Prozent und dem „Bachelor of Engineering“ mit 26,9 Prozent.

Fast alle Befragten (95,4 Prozent) bezeichnen ihren Studiengang als „konsekutiv“.

Schauen wir, ob, und wenn ja, inwieweit Bachelor- und Masterstudium thematisch übereinstimmen und ob das Bachelorstudium gut auf das Masterstudium vorbereitet hat, zeigt sich ein durchaus positives Bild (vgl. Tabellen 3.3 und 3.4).

Tabelle 3.3: „Mein Bachelor- und Masterstudium stimmen thematisch überein“ [*Spaltenprozente*]

Antwortkategorie	thematische Übereinstimmung	
	n	%
äußerst gering	8	1,2
gering	139	20,8
stark	384	57,4
äußerst stark	138	20,6
insgesamt	669	100,0

kein Bachelorstudium absolviert bzw. keine Angabe: n=17 (2,5 Prozent)

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Tabelle 3.4: „Mein Bachelorstudium hat mich gut auf meinen Master vorbereitet“ [*Spaltenprozente*]

Antwortkategorie	gute Vorbereitung	
	n	%
trifft voll und ganz zu	189	28,3
trifft eher zu	307	45,9
teils/teils	139	20,8
trifft eher nicht zu	31	4,6
trifft überhaupt nicht zu	3	0,4
insgesamt	669	100,0

kein Bachelorstudium absolviert bzw. keine Angabe: n=17 (2,5 Prozent)

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Demnach werden wirklich negative Urteile bei beiden Statements, wenn überhaupt, dann im einstelligen Prozentbereich abgegeben. Drei Viertel der Studierenden empfinden eine gute bis sehr gute thematische Übereinstimmung der (konsekutiven) Studiengänge, (fast) ebenso viele sehen sich auf das Masterstudium gut und sehr gut vorbereitet.

3 Studium

Hinsichtlich der „thematischen Übereinstimmung“ sind die einst deutlichen Unterschiede zwischen Studierenden, die am FB Wirtschaftswissenschaften, an einer anderen Fakultät der FAU oder „ganz woanders“ ihr Bachelorstudium beendet haben, 2015 eher unspektakulär: „Hiesige“ Bachelorabsolventen registrieren zu 83,9 Prozent eine (sehr) große thematische Übereinstimmung zwischen ihrem BA- und Masterstudium, bei den „FAU-Studierenden“ – nahezu alle „Wing“ – ist dies bei 85,7 Prozent der Fall, bei „auswärtigen“ Absolventen bei immerhin 78,0 Prozent.

Tabelle 3.5: „Welchen Masterstudiengang studieren Sie?“ nach Hochschulort des Bachelorabschlusses [Zeilenprozent]

Studiengang	FB WiWi		FAU		anderer Ort		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%
äußerst gering	1	0,3	0	0,0	7	2,8	8	1,2
gering	48	15,7	16	14,3	75	29,9	139	20,8
stark	192	62,7	54	48,2	138	55,0	384	57,4
äußerst stark	65	21,2	42	37,5	31	12,4	138	20,6
insgesamt	306	99,9	112	100,0	251	100,1	669	100,0

V=.20 ***

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Hinsichtlich der „guten Vorbereitung auf das Masterstudium“ sind die einstigen Unterschiede zwischen hiesigen und auswärtigen BA-Absolventen ebenfalls nivelliert: So fühlen sich 77,2 Prozent der „hiesigen“, 75,9 Prozent der „FAU-Studierenden“ und 69,7 Prozent der externen BA-Absolventen (sehr) gut auf ihr Masterstudium vorbereitet.¹

3.2 Bachelorzeugnisnote

Der Notendurchschnitt im Bachelorzeugnis unserer Masterstudierenden beträgt $m=2,0$ ($s=0,4$).

Die Bachelorzeugnisnote unterscheidet sich geringfügig, dabei statistisch höchst signifikant nach Geschlechtszugehörigkeit: Studentinnen weisen einen Mittelwert von $m=1,9$, Studenten von $m=2,1$ auf ($s=0,4$ bei beiden).²

Ebenfalls statistisch höchst signifikante Unterschiede treten in Abhängigkeit vom Studiengang hervor: Den besten Bachelornotendurchschnitt nennen „Marketing“- und „IBS“-Studierende: $m=1,7$ ($s=0,3$ bzw. $s=0,4$), die schlechteste Hochschulzugangsberechtigung haben „Wing“-Studierende: $m=2,2$ ($s=0,5$). Die Durchschnittsnoten der Studierenden der anderen Studiengänge liegen zwischen diesen beiden Werten.³

¹ V=.09 n.s.

² T=6,2 ***.

³ „A&P“: $m=1,9$, $s=0,3$; „Economics“: $m=1,9$, $s=0,5$; „FACT“: $m=1,9$, $s=0,4$; „IIS“: $m=2,0$, $s=0,3$; „Management“: $m=2,0$, $s=0,3$; „SozÖk“: $m=2,0$, $s=0,4$; „WiPäd“: $m=2,0$, $s=0,4$ ($F=10,7$ ***).

3 Studium

Und schließlich: Auch der Bachelornotenunterschied von $m=2,0$ bei „hiesigen“, $m=2,3$ bei „FAU“- und $m=1,8$ bei „anderen“ Absolventen ($s=0,4$ bzw. $s=0,3$) ist statistisch höchst signifikant.⁴ Die beste Durchschnittsnote der externen Bachelorabsolventen dürfte wohl auf die bei ihnen u. U. strengeren Selektionskriterien zurückzuführen sein.

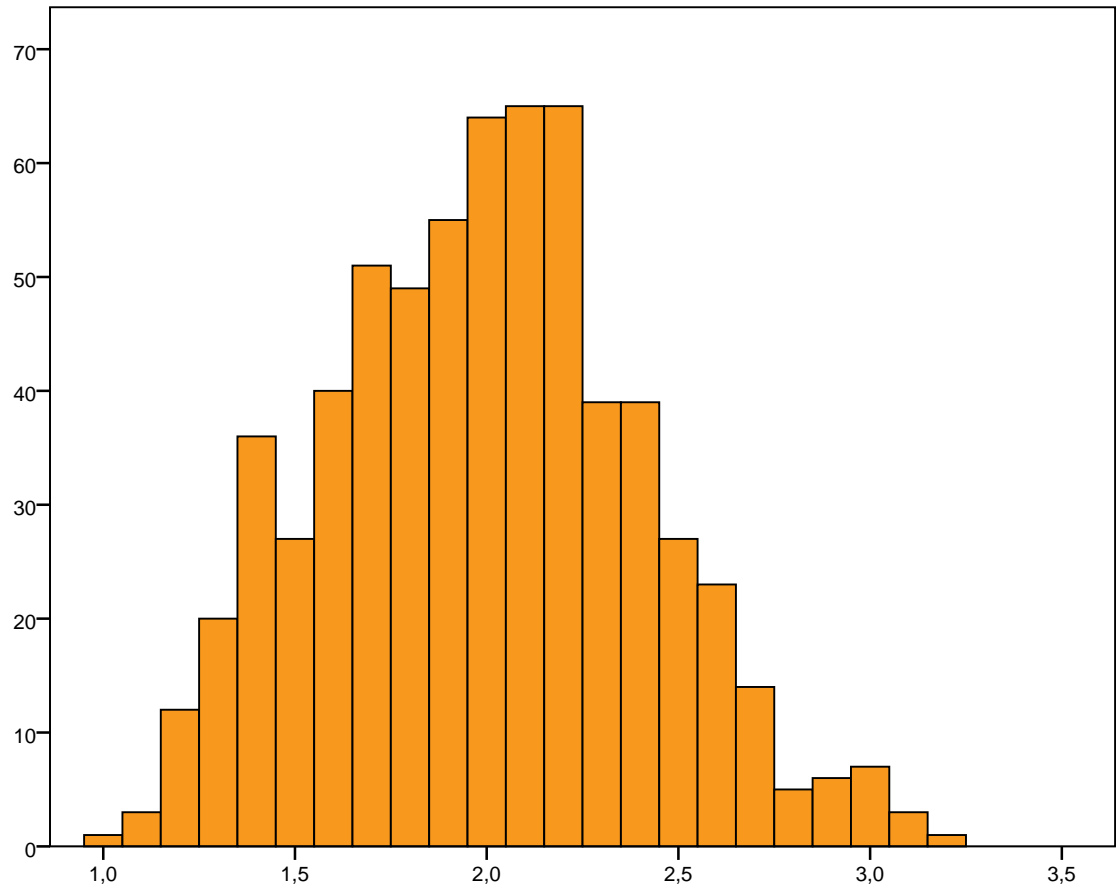


Abbildung 3.3: Bachelornote: „Welche Gesamtnote haben Sie in Ihrem Bachelorzeugnis erzielt?“ [Anzahl]

$m=2,0$ ($s=0,4$), $md=2$, $h=2,1$ und $h=2,2$

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [$n=652$]

⁴ $F=53,3$ ***.

3.3 Bewerbungen und Zusagen

Drei Viertel unserer Befragten haben unmittelbar nach Beendigung ihres Bachelorstudiums mit dem Masterstudium in Nürnberg begonnen. Unter denjenigen, die diesen Schritt nicht sofort gegangen waren ($n=158$ oder 23,7 Prozent), hatte rund die Hälfte in der Übertrittszeit ein Praktikum oder Volontariat absolviert. „Normal“ berufstätig war ein Viertel. Im Ausland wie auch immer tätig war jeder Zehnte dieser heutigen Masterstudierenden.

Tabelle 3.6: „Womit haben Sie die Zeit vor Ihrem Masterstudium verbracht? Welche der folgenden Auswahlmöglichkeiten treffen auf Sie zu?“ [Mehrfachangaben]

Beschäftigungen	n	% _a	% _b
Praktikum/Volontariat	84	38,7	53,2
Beruf ausgeübt	38	17,5	24,1
gejobbt	26	12,0	16,5
Urlaub	16	7,4	10,1
Arbeit im Ausland	15	6,9	10,1
mehrmonatiger Urlaub im Ausland	14	6,5	8,9
für meine Familie gesorgt	3	1,4	1,9
Schwangerschaft, Kindererziehung	2	0,9	1,3
Sonstiges	19	8,8	12,0
insgesamt	217	100,0	137,3
Nennungen pro Person	1,4		
% _a : bezogen auf 217 Nennungen			
% _b : bezogen auf 158 Studierende, die nicht unmittelbar nach dem Bachelorabschluss ihr Masterstudium begonnen und die Frage beantwortet haben			

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Mehr als zwei Fünftel (44,7 Prozent) der Masterstudierenden haben sich ausschließlich für einen Studiengang am FB Wirtschaftswissenschaften beworben, entsprechend 55,3 Prozent auch an einer anderen Hochschule. Die durchschnittliche Zahl an Bewerbungen an anderen Hochschulen überhaupt liegt bei $m=3,4$ ($s=2,7$), die Spannweite reicht von einer bis elf externen Bewerbungen.⁵

Unter denjenigen Masterstudierenden, die sich nicht exklusiv in Nürnberg, sondern auch anderswo beworben hatten, hat ein Fünftel (20,3 Prozent) keine Zusage auf ihre weitere/n Bewerbung/en erhalten. Die durchschnittliche Zahl an Zusagen beträgt $m=1,8$ ($s=1,7$), die Spannweite liegt zwischen keiner und zehn Zusagen.⁶ 13,6 Prozent der Studierenden haben vier und mehr Zusagen erhalten.

Das Spektrum der Bewerbungen ist inhaltlich wie räumlich breit gestreut. Den inhaltlichen Schwerpunkt bilden „BWL“ und BWL-affine Studiengänge, aber selbstverständlich wurden auch einige i. e. S. sozialwissenschaftliche Angebote nachgefragt. Der räumliche Schwerpunkt konzentriert sich auf Bayern, und dort vor allem auf Mittelfranken mit

⁵ $md=3$, $h=1$.

⁶ $md=h=1$.

3 Studium

Erlangen-Nürnberg (n=47) und Bamberg (n=27) an der Spitze der Zusagen.⁷ Regensburg (n=11), Bayreuth (n=10), München (n=8) und Würzburg (n=6) folgen auf den nächsten Plätzen. Unter den nichtbayerischen Hochschulen weist kein Studienort zweistellige Werte auf. Beim Hochschultyp dominiert eindeutig die „normale Universität“, gefolgt, mit weitem Abstand, von Fachhochschulen, technischen Universitäten und privaten Institutionen. Die meisten Zusagen, u. z. rund zwei Drittel, hätten zum akademischen Grad „Master of Science“ geführt, ein Viertel zum „Master of Arts“ und der Rest zu anderen Abschlüssen wie „Master of Engineering“.

3.4 Berufs- und Praxisbezug der Lehre

„Studenten wünschen sich von den Universitäten vor allem mehr Praxisbezug“ (Grigat, 2014, S. 980). Wie ist es mit „Employability“, also „der Vorbereitung auf den Beruf zur Sicherung der eigenen Zukunft“ (ebenda) am FB Wirtschaftswissenschaften bestellt? Einige Befunde dazu sind im vorliegenden Abschnitt zusammengestellt.

Neun von zehn bzw. 92,9 Prozent der befragten Masterstudierenden geben an, begleitend zu ihrem Studium praktische Erfahrungen erworben zu haben. Folgende studienbegleitenden Tätigkeiten haben sie ausgeübt:

Tabelle 3.7: „Welche praktischen Erfahrungen haben Sie bisher begleitend zu Ihrem Studium erworben?“

Tätigkeiten	n	% ^a	% ^b
Fachfremde Nebentätigkeit	225	18,6	35,3
Fachnahe Nebentätigkeit	435	36,0	68,3
Praktika	477	39,4	74,9
Sonstiges	73	6,0	11,5
Nennungen insgesamt (n)	1.210	100,0	190,0
Nennungen pro Person	1,9		
% ^a : bezogen auf 1.2018 zustimmende Nennungen			
% ^b : bezogen auf 637 Studierende, die wenigstens eine Nebentätigkeit genannt haben			

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Demzufolge waren zwei Drittel der Studierenden mit fachfremden Tätigkeiten neben dem Studium beschäftigt, ein gutes Drittel mit fachnahen. Praktika nennen sogar drei Viertel der Masterstudierenden. Nach Geschlechtszugehörigkeit kontrolliert, zeigen sich keine bemerkenswerten Abweichungen zwischen Studentinnen und Studenten, wobei die Letztgenannten etwas häufiger fachfremde und fachnahe Tätigkeiten, die Erstgenannten hingegen öfter Praktika angeben. Unterschiede nach Studiengang sind in Tabelle 3.8 zu finden.

⁷ Die vorgestellten Zahlen stellen die Merkmale der ersten Zusage dar.

3 Studium

Tabelle 3.8: Praktische Erfahrungen neben dem Studium nach Studiengang

Nebentätigkeit Studiengang	keine %	fachfremde %	fachnahe &	Praktika %	Sonstige %	insg. n
A&P	3,0	30,3	51,5	87,9	9,1	33
Economics	4,0	36,0	76,0	68,0	4,0	25
FACT	3,3	20,7	62,0	80,4	10,9	92
IBS	3,6	50,0	67,9	85,7	10,7	28
IIS	8,0	16,0	80,0	36,0	24,0	25
Management	1,3	33,8	68,8	74,0	9,1	77
Marketing	3,2	38,7	79,0	77,4	4,8	62
SozÖk	0,0	51,1	82,2	71,1	0,0	45
WiPäd	16,7	40,2	44,1	30,4	13,7	102
Wing	3,2	29,7	64,3	84,3	14,1	185
insgesamt (%)	5,0	33,4	64,5	70,8	10,8	
insgesamt (n)	34	225	435	477	73	674

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Bei näherem Hinsehen fällt an Tabelle 3.8 auf, dass alle „SozÖks“ wie auch immer praktische Erfahrungen neben ihrem Studium gemacht haben. Die „WiPäds“ hingegen fallen nahezu durchgehend durch vergleichsweise geringe diesbezügliche Anteilswerte auf. Insgesamt ist der gesammelte „Erfahrungsschatz“ doch wohl beträchtlich.

Inwieweit trägt, neben „fachnahen“ und „Praktikumstätigkeiten“, das Studium am FB Wirtschaftswissenschaften an sich dazu bei, die oft beklagte „Kluft“ zwischen Theorie und Praxis zu überwinden? Tabelle 3.9 gibt wieder, wie viele Masterstudierende die verschiedenen diesbezüglichen praxisorientierten Lehrangebote wahrgenommen haben.

Tabelle 3.9: „Die Verknüpfung von Theorie und Praxis wird in meinem Studiengang umgesetzt durch“:

Lehrangebot	n	% ^a	% ^b
Gastvorträge	546	18,7	81,9
Praxisorientierte Fallbeispiele in Modulen	464	15,9	69,6
Lehrbeauftragte aus der Praxis	442	15,2	66,3
Wahlmöglichkeiten an Modulen, sich im angestrebten beruflichen Tätigkeitsfeld zu spezialisieren	429	14,7	64,3
Praxisbezogene Projektarbeiten	406	13,9	60,9
Masterarbeit mit Praxispartnern	369	12,7	55,3
Exkursionen	257	8,8	38,5
Nennungen insgesamt (n)	2.913	99,9	436,7
Nennungen pro Person	4,4		

%^a: bezogen auf 2.913 zustimmende Nennungen

%^b: bezogen auf 667 Studierende, die wenigstens eines dieser Lehrangebote genannt haben

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

3 Studium

Am verbreitetsten sind offenbar „Gastvorträge“: Acht von zehn Studierenden haben sie erlebt. 70 Prozent der Studierenden berichten von der Integration „Praxisorientierter Fallstudien“ in ihr Studium, zwei Drittel von „Lehrbeauftragten aus der Praxis“ und „Wahlmöglichkeiten“ an Modulen zur Spezialisierung auf bestimmte Tätigkeitsfelder. Drei Fünftel erwähnen „praxisbezogene Projektarbeiten“, 55 Prozent „Praxispartner“ für die Anfertigung der Masterarbeit. „Exkursionen“ werden von zwei Fünfteln als Gelegenheit genannt, um Theorie und Praxis miteinander zu verknüpfen.⁸

Analysieren wir die verschiedenen praxisorientierten Lehrformen wiederum nach Geschlechtszugehörigkeit und Studiengang, wird deutlich, dass sich weibliche und männliche Studierende in der Beurteilung der Lehrangebote in vier der sieben Formen unterscheiden. So sehen Studenten häufiger als Studentinnen in ihrem Studium „Gastvorträge“ und „Exkursionen“ als theorie- und praxisverknüpfend an als Studentinnen.⁹ Letztere sehen die Verknüpfung von Theorie und Praxis eher in Form von „Projektarbeit“ und „Masterarbeit mit Praxispartner“ in ihrem Studium verwirklicht.¹⁰

In den Studiengängen stellt sich die Lage wie in Tabelle 3.10 wiedergegeben dar. Wie zu erkennen ist, ist die Varianz groß und durchgehend statistisch hoch und höchst signifikant. Jeder Studiengang weist spezifische Besonderheiten auf. Beispielsweise wird im Studiengang „SozÖk“ die Durchführung von „praxisbezogener Projektarbeit“ von 80,0 Prozent der Studierenden als Theorie und Praxis verknüpfend hervorgehoben – „Exkursionen“ hingegen wird diese Funktion von keinem der Studierenden dieses Studiengangs zugeschrieben. Oder „Gastvorträge“: Unter den „A&P“- und „SozÖk“-Studierenden erhalten sie von weniger als der Hälfte eine Praxis und Theorie verbindende Funktion attestiert – unter den „IISlern“ ist die diesbezügliche Zustimmung dagegen total.

Die Bewertung der praxisorientierten Lehrangebote im Hinblick darauf, ob sie den Praxisbezug des Studiums tatsächlich steigern, ist aus Abbildung 3.4, Seite 35 wiedergegeben. Sie zeigt, dass in der Perspektive der Masterstudierenden alle oben aufgeführten Lehrformen sehr wohl den Praxisbezug des Studiums zu steigern vermögen, wobei dies am stärksten auf das Schreiben der Masterarbeit im Kontakt mit einem Praxispartner zutrifft: $m=1,9$ ($s=0,9$). Mit „Gastvorträgen“ wird aus Sicht der Befragten das Ziel der Steigerung des Praxisbezuges des Studiums am wenigsten erreicht – ein Mittelwert von $m=2,4$ ($s=1,0$) heißt aber, dass auch diese Lehrform durchaus als „zielführend“ angesehen wird.

⁸ Zum Vergleich: Unter den Bachelorstudierenden haben weniger als zehn Prozent „Exkursionen“ als eine Veranstaltungsform mit theorie- und praxisverknüpfender Funktion erfahren (vgl. Wittenberg und Bettzüge, 2015, S. 50).

⁹ $\Phi=.15^{**}$ bzw. $\Phi=.17^{***}$.

¹⁰ $\Phi=.13^{**}$ bzw. $\Phi=.14^{**}$.

Tabelle 3.10: Verknüpfung von Theorie & Praxis in der Lehre nach Studiengang: Zustimmung zum Statement „Die Verknüpfung von Theorie und Praxis wird in meinem Studiengang durchgesetzt durch...“

Studiengang Lehrangebot	A&P &	Economics %	FACT %	IBS %	IIS %	Management %	Marketing %	SozÖk %	WiPäd %	Wing %	insgesamt n	V
Gastvorträge	42,4	75,0	95,7	74,1	100,0	97,4	90,2	46,5	61,7	93,5	546	.48***
praxisbez. Fallbeisp. in Mod.	72,7	37,5	77,5	81,5	80,0	82,9	77,0	65,1	74,7	64,4	464	.21**
Lehrbeauftragte a.d. Praxis	30,3	25,0	90,0	24,0	88,0	66,7	78,3	65,1	81,9	63,5	442	.40***
Spezialisierungsmög. in Mod.	66,7	79,2	87,5	32,0	66,7	62,5	57,4	72,1	72,9	59,9	429	.25***
praxisbez. Projektarbeiten	39,4	33,3	50,6	50,0	80,0	80,0	70,0	84,1	79,8	54,0	406	.32***
Masterarbeit m. Praxispartner	66,7	41,7	70,1	36,0	88,0	47,4	63,3	65,1	83,5	35,4	369	.37***
Exkursionen	3,0	66,7	62,5	11,5	47,6	23,0	5,2	0,0	40,2	63,5	257	.50***

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5. – 15.7.2015

3 Studium

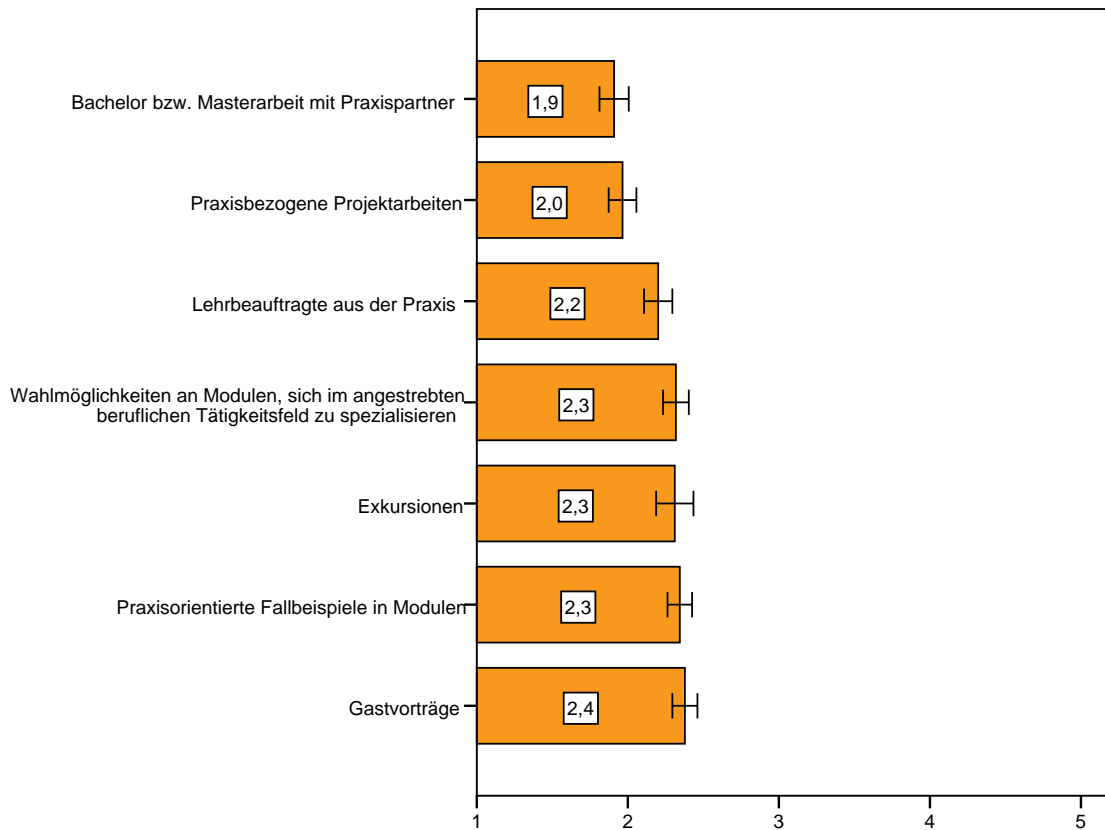


Abbildung 3.4: „Diese praxisbezogenen Veranstaltungen steigern den Praxisbezug in meinem Studium:“ [Mittelwerte, Streuungen]

Ratingskalen von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [n von n=254 (Exkursionen) bis n=545 (Gastvorträge)]

3.5 Englischsprachige Veranstaltungen

Knapp drei Viertel (n=481 oder 72,1 Prozent) der Befragten haben englischsprachige Veranstaltungen während ihres bisherigen Masterstudiums besucht, entsprechend ein Viertel (n=186 oder 27,9 Prozent) nicht. Im Schnitt haben sie $m=3,2$ ($s=1,8$) solcher Veranstaltungen belegt.¹¹

Die Geschlechtszugehörigkeit hat weder einen Einfluss darauf, ob englischsprachige Veranstaltungen überhaupt belegt werden, noch darauf, wieviel davon besucht werden. Das stellt sich anders dar, wenn wir die verschiedenen Studiengänge betrachten (vgl. Tabelle 3.12). Wie zu erwarten war, liegen die „IBSler“ vorne, u. z sowohl bezüglich des Besuchs englischsprachiger Lehrangebote überhaupt als auch bezüglich der durchschnitt-

¹¹ $h=2$, $md=3$, $min=1$, $max=6$.

Tabelle 3.11: „Diese praxisbezogenen Veranstaltungen steigern den Praxisbezug in meinem Studium“ nach Studiengang [m, F]

Studiengang Lehrangebot	A&P	Econ.	FACT	IBS	IIS	Manage.	Mark.	SozÖk	WiPäd	Wing	insgesamt	
	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	F
Gastvorträge	2,5	2,5	2,3	2,0	2,4	2,5	2,2	2,4	2,3	2,5	2,4	1,0 ^{n.s.}
praxisbez. Fallbeisp. in Mod.	2,3	2,3	2,3	2,2	2,3	2,2	2,5	2,5	2,3	2,5	2,3	0,7 ^{n.s.}
Lehrbeauftragte a. d. Praxis	2,3	2,7	2,4	2,6	2,2	2,3	2,2	2,2	1,8	2,2	2,2	1,8 ^{n.s.}
Spezialisierungsmög. in Mod.	2,6	2,3	2,1	2,7	1,8	2,7	2,3	2,2	2,2	2,4	2,3	2,8 ^{**}
praxisbez. Projektarbeiten	2,1	1,9	1,9	2,0	2,1	1,8	1,9	2,2	1,9	2,0	2,0	0,5 ^{n.s.}
Masterarbeit m. Praxispartner	1,8	2,5	1,9	2,5	1,8	1,7	1,8	1,8	2,0	1,9	1,9	1,4 ^{n.s.}
Exkursionen	2,0	2,2	2,1	1,7	2,6	2,3	3,5	5,0	2,3	2,3	2,3	2,0 [*]

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

3 Studium

lichen Anzahl der belegten Veranstaltungen: Jeder von ihnen hat englischsprachige Veranstaltungen wahrgenommen – im Schnitt $m=5,9$. Aber auch alle „Management“- und fast alle „IIS“-Studierenden haben diese Möglichkeit genutzt: Die „IISler“ mit $m=5,5$ ($s=1,2$) häufiger als die „Management“-Studierenden mit $m=3,7$ ($s=1,7$). Unterdurchschnittliche Anteile beim Besuch englischsprachiger Veranstaltungen fallen auf Studierende von „FACT“, „WiPäd“ und „SozÖk“. Letztere haben dazu im Vergleich mit Studierenden aller anderen Masterstudiengänge am wenigsten solcher Angebote genutzt, nämlich $m=1,7$ ($s=1,2$).

Tabelle 3.12: Besuch englischsprachiger Lehrveranstaltungen überhaupt und mittlere Anzahl der besuchten Veranstaltungen nach Studiengang

Studiengang	ja		nein		insgesamt	
	n	%	n	%	n	m
A&P	25	75,8	8	24,2	33	1,9
Economics	22	95,7	1	4,3	23	4,6
FACT	32	34,8	60	65,2	92	2,8
IBS	26	100,0	0	0,0	26	5,9
IIS	24	96,0	1	4,0	25	5,5
Management	77	100,0	0	0,0	77	3,7
Marketing	56	90,3	6	9,7	62	3,0
SozÖk	27	61,4	17	38,6	44	1,7
WiPäd	53	53,0	47	47,0	100	2,6
Wing	139	75,1	46	24,9	185	2,7
insgesamt	481	72,1	186	27,9	667	3,2

F=26,1 ***

Quelle: WiWi-Bachelorumfragen; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Was sind die Gründe dafür, dass Studierende *keine* englischsprachigen Veranstaltungen besucht haben? Tabelle 3.13 gibt darüber Auskunft.

Demnach beklagen drei Fünftel der diesbezüglich Befragten, dass es in ihrem Studiengang zu wenig derartiger Lehrangebote gäbe, sie also gar nicht die Möglichkeit dazu hätten, englischsprachige Veranstaltungen zu besuchen. Immerhin ein Viertel hält die eigenen Englischkenntnisse für nicht ausreichend, um an solchen Kursen teilzunehmen. Ein Siebtel erachtet englischsprachige Lehrangebote für überflüssig.

In Abhängigkeit vom Studiengang zeigen sich darüberhinaus erhebliche Unterschiede, was die Abstinenz beim Besuch englischsprachiger Veranstaltungen betrifft. Lassen wir die Studiengänge, in denen alle bzw. fast alle Studierenden solche Veranstaltungen besucht haben unberücksichtigt, bleiben eigentlich nur „FACT“, „SozÖk“, „WiPäd“ und „Wing“ übrig. Tabelle 3.13 zeigt, dass „fehlende Englischkenntnisse“ insbesondere von „WiPäds“ ins Feld geführt werden. „Zu wenig englischsprachige Angebote“ werden vor allem von „A&P“- , „FACT“- und „SozÖk“-Studierenden beklagt. Und immerhin fast ein Drittel der „WiPäds“ hält solche Veranstaltungen „für überflüssig“. Geschlechtsspezifische Unterschiede sind im Übrigen bei keinem der aufgeführten Abstinenz-Gründe zu vermelden.

Tabelle 3.13: „Weshalb haben Sie bisher keine englischsprachigen Veranstaltungen besucht?“ [Zustimmende Angaben]

Gründe für die Nichtteilnahme	fehlende Englischkenntnisse	es gibt zu wenige Angebote	halte ich für überflüssig	Sonstiges	insgesamt
Studiengang	%	%	%	%	n
A&P	25,0	75,0	0,0	12,5	8
Economics	0,0	0,0	100,0	0,0	1
FACT	16,7	76,7	10,0	13,3	60
IBS	0,0	0,0	0,0	0,0	0
IIS	0,0	0,0	0,0	100,0	1
Management	0,0	0,0	0,0	0,0	0
Marketing	0,0	50,0	0,0	50,0	6
SozÖk	35,3	76,5	0,0	5,9	17
WiPäd	46,8	29,8	29,8	19,1	47
Wing	17,4	67,4	10,9	10,9	46
%	25,8	60,8	14,0	15,1	
n	48	113	26	28	186

Werte in der Spaltenrandverteilung beruhen auf den Befragten, alle anderen auf den Nennungen
Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Auf die Frage „Würden Sie es begrüßen, wenn es in Ihrem Studiengang mehr englischsprachige Lehrveranstaltungen gäbe?“, antworten knapp drei Fünftel der Befragten (58,9 Prozent) mit „ja“, u. z. Studentinnen ebenso wie Studenten. In den Studiengängen „IBS“, „IIS“ und „Marketing“, also jenen, in denen, wie gesehen, (fast) alle Studierenden bereits englischsprachige Veranstaltungen in nicht geringer Zahl besucht haben, plädieren mehr als drei Viertel der Studierenden für die Ausweitung des englischsprachigen Lehrangebots. Am genügsamsten sind in dieser Hinsicht die „WiPäds“: Von ihnen wünscht sich nur ein Viertel mehr englischsprachige Kurse. Auch die „SozÖks“ sind diesbezüglich zurückhaltend: Zwei Fünftel von ihnen sind für eine „Aufstockung“ an englischsprachigen Veranstaltungen. Die Anteile in den anderen Studiengängen liegen nahe am Wert der Randverteilung von 58,9 Prozent.¹²

3.6 Modulbewertung

Die Modulbewertung fällt im Großen und Ganzen recht gut aus, wie Abbildung 3.5 belegt. Zwei der sechs Aspekte werden jedoch relativ kritisch beurteilt: Weniger einverstanden sind die Masterstudierenden demnach mit den Unterschieden zwischen den Modulen hinsichtlich ihrer „zeitlichen und sachlichen Leistungsanforderungen“ und mit den für diese Leistungen dort vorgesehenen „ECTS-Punkten“: Hier sind aus ihrer Sicht deutliche Ungleichgewichte zu konstatieren.¹³

¹² $V=.33^{***}$.

¹³ Alle Items werden im Vergleich zu den Vorjahreserhebungen nahezu zeitstabil bewertet.

3 Studium

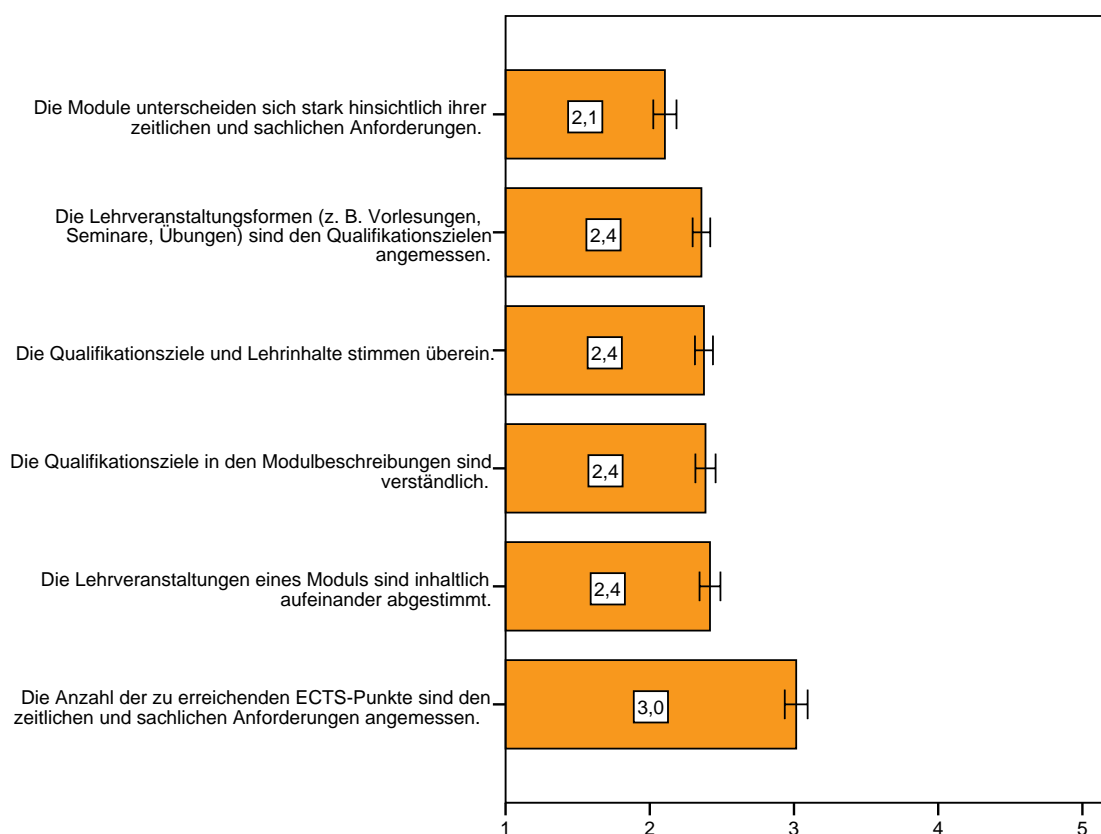


Abbildung 3.5: Modulbewertung: „Bitte geben Sie eine Gesamtbewertung der von Ihnen studierten Module Ihres Studiengangs ab“ [Mittelwert, Streuung]
Ratingskalen von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“
Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [n variabel zwischen n=620 („Die Qualifikationsziele...“) und n=649 („Die Anzahl ECTS...“)]

Während sich nach Geschlechtszugehörigkeit weiterhin keine nennenswerten Unterschiede zwischen Studentinnen und Studenten bezüglich der Modulbewertungen ergeben, sind bei allen sechs Modulbewertungen statistisch z. T. höchst signifikante Unterschiede zwischen den Studiengängen zu beobachten. In Tabelle 3.14 sind die entsprechenden Mittel- und F-Werte aufgeführt.

Besonders bemerkenswert an Tabelle 3.14 ist, dass auf der positiven Seite bei vier der sechs Items „Economics“ erscheint; in drei Kategorien erzielt „FACT“ den Spitzenplatz. Nicht so gut schneiden „IIS“ und „IBS“ als Schlusslichter hinsichtlich drei bzw. zwei Aspekten der Modulbewertung ab. In den Studiengängen „A&P“ und „SozÖk“ scheinen die Modulunterschiede im Hinblick auf die geforderten sachlichen und zeitlichen Anforderungen am größten zu sein.

Tabelle 3.14: Modulbewertung nach Studiengang [m, F]

Studiengang Lehrangebot	A&P	Econ.	FACT	IBS	IIS	Manage.	Mark.	SozÖk	WiPäd	Wing	insgesamt		
	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	m	F	
Qualifikationsziele in Modul- beschreibungen sind verständ- lich	2,1	2,2	2,1	2,3	2,7	2,5	2,5	2,6	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4
Qualifikationsziele & Lehrin- halte stimmen überein	2,4	2,0	2,0	2,5	2,6	2,5	2,5	2,5	2,3	2,5	2,4	3,4	3,4
Lehrveranstaltungen sind inhaltlich aufeinander abge- stimmt	2,4	2,1	2,0	2,7	2,7	2,5	2,5	2,3	2,3	2,6	2,4	4,0	4,0
Lehrveranstaltungsformen sind den Qualifikationszielen angemessen	2,5	2,0	2,2	2,4	2,5	2,4	2,6	2,5	2,4	2,3	2,4	2,2	2,2
ECTS-Punkte sind den zeitli- chen und sachlichen Anforde- rungen angemessen	3,3	2,5	2,7	3,5	2,9	3,0	3,3	3,3	3,0	2,9	3,0	3,2	3,2
Die Module unterscheiden sich stark hinsichtlich ihrer zeitli- chen und sachlichen Anforde- rungen	1,7	2,9	2,3	1,9	2,3	2,0	1,9	1,8	2,1	2,2	2,1	3,8	3,8
Insgesamt (n)	31	23	89	26	25	76	61	44	99	176	650		

Ratingskalen von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“
Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

3.7 Masterarbeit

Ein Viertel der Befragten – $n=182$ bzw. 26,5 Prozent – arbeitete zurzeit der Umfrage an der Masterarbeit bzw. hatte diese bereits beendet.¹⁴ Tabelle 3.15 zeigt, wo sie betreut wurden bzw. werden.

Die Betreuung der Masterarbeiten liegt demzufolge auf vielen Schultern, ist also im Großen und Ganzen gut verteilt.¹⁵ Die Anzahl an eingegangenen Betreuungsverhältnissen pro Betreuer bewegt sich, mit vier Ausnahmen, im einstelligen Bereich. Bei den Ausnahmen handelt es sich auf der einen Seite um Lehrstuhl bzw. Professor für Wirtschaftspädagogik, die, zusammen mit „Berufliche Kompetenzentwicklung“, auf insgesamt $n=34$ Betreuungsverhältnisse kommen, also ein Fünftel aller Masterarbeiten begleiten. Auf der anderen Seite sind die Lehrstühle für BWL, insb. Marketing sowie Wirtschaftsinformatik II hervorzuheben, an denen jeweils $n=11$ oder 6,3 Prozent der Masterstudierenden ihre Abschlussarbeit zum Befragungszeitraum anfertigen bzw. anfertigten.¹⁶

6,6 Prozent haben mit der Anfertigung ihrer Masterarbeit bereits *vor* dem vierten Semester begonnen, 54,9 beschäftigen sich damit *im* vierten und 38,5 Prozent *nach* dem vierten. Der Mittelwert des Zeitpunkts der Abfassung der Masterarbeit liegt bei $m=5,0$ Semestern ($s=2,1$).¹⁷

In acht der zehn Studiengänge liegt der Mittelwert des Fachsemesters für die Anfertigung der Masterarbeit nahe dem genannten Mittelwert, bei „IIS“ und „Wing“ wird er mit $m=_{\text{IIS}}5,5$ ($s=1,9$, $n=4$) bzw. mit $m=_{\text{Wing}}6,4$ ($s=3,1$, $n=34$) sogar deutlich überschritten.

Der höhere Mittelwert im Studiengang „Wing“ könnte möglicherweise damit zusammen hängen, dass die Studierenden während ihres Masterstudiums entweder ein Praktikum oder einen Auslandsaufenthalt absolvieren. Dafür wird ihnen ein Urlaubssemester bewilligt, das in der eigenen Wahrnehmung der Studierenden aber trotzdem bei der Angabe der Semesterzahl mitgezählt wird. Möglich wäre auch, dass Studierende bereits noch während einer Immatrikulation im Bachelorstudiengang – vor allem im Bereich der Technischen Fakultät – Fächer aus dem Master belegen und sich damit schon im Masterstudium fühlen. Neben diesen zumeist subjektiv auf den Empfindungen der Studierenden basierenden Gründen könnte noch ein weitaus einfacherer Grund die höhere Semesterzahl verursachen: In einer früheren Version der Prüfungsordnung für den „Wing“-Studiengang wurden die Master-Semester bei einem konsekutiven Studium noch durchgängig weitergezählt, also im Master dann vom 7. bis zum 10. Fachsemester anstatt vom jetzt gültigen 1. bis zum 4. Fachsemester. Aktuell sind wohl noch Studierende vorhanden, die nach dieser Version der Prüfungsordnung studieren und somit eine entsprechend hohe Semesterzahl angegeben haben könnten.¹⁸

¹⁴ $N=33$ oder 4,8 Prozent haben sie beendet, $n=148$ oder 21,6 Prozent arbeiten noch daran.

¹⁵ Allerdings verbleiben auch eine Reihe von Lehrstühlen, Professuren und Juniorprofessuren, an denen keiner der an der Umfrage teilnehmenden Studierenden die Masterarbeit anfertigt.

¹⁶ Unter der Kategorie „woanders“ sind vorwiegend solche Masterarbeiten vercodet, die an der Technischen Fakultät betreut wurden bzw. werden.

¹⁷ $md=4,0$, $h=4$.

¹⁸ Diese Informationen hatten wir dankenswerterweise 2014 von Herrn Dipl.-Wirtsch.-Ing. Markus Ernst, Lehrstuhl für BWL, insb. Industriebetriebslehre erhalten.

3 Studium

Tabelle 3.15: „Bei welchem Lehrstuhl / welcher Professur schreiben Sie bzw. haben Sie Ihre Masterarbeit geschrieben?“

Arbeitsbereich	insgesamt	
	n	%
AUDI-Lehrprof. f. Personalmanagement und Arbeitsorganisation...	7	4,0
GfK-Lst. f. Marketing Intelligence	2	1,1
Jun.-Prof. f. Berufliche Kompetenzentwicklung	4	2,3
Jun.-Prof. f. Corporate Governance	2	1,1
Jun.-Prof. f. Ideen- & Innovationsmanagement	4	2,3
Jun.-Prof. f. Versorgungsmanagement	1	0,6
LSt. f. BWL, insb. Industrielles Management	1	0,6
LSt. f. BWL, insb. Internationales Management	7	4,0
LSt. f. BWL, insb. Marketing	11	6,3
LSt. f. BWL, insb. Rechnungswesen & Controlling	9	5,1
LSt. f. BWL, insb. Rechnungswesen & Prüfungswesen	3	1,7
LSt. f. BWL, insb. Steuerlehre	7	4,0
LSt. f. BWL, insb. Supply Chain Management	3	1,7
LSt. f. BWL, insb. Unternehmensführung	4	2,3
LSt. f. Corporate Sustainability Management	3	1,7
LSt. f. Empirische Wirtschaftssoziologie	4	2,3
LSt. f. Kommunikationswissenschaft	2	1,1
LSt. f. Psychologie, insbes. Wirtschafts- & Sozialpsychologie	5	2,8
LSt. f. Soziologie & Emp. Sozialforschung (Schwerpunkt Arbeitsmarktsoziologie)	6	3,4
LSt. f. Statistik & emp. Wirtschaftsforschung	5	2,8
LSt. f. Statistik & Ökonometrie	1	0,6
LSt. f. Versicherungswirtschaft & Risikomanagement	5	2,8
LSt. f. VWL, insb. Arbeitsmarkt- & Regionalpolitik	2	1,1
LSt. f. VWL, insb. Arbeitsökonomie (Stiftungslehrstuhl)	4	2,3
LSt. f. VWL, insb. Emp. Mikroökonomie (Stiftungslehrstuhl)	1	0,6
LSt. f. VWL, insb. Makroökonomik	1	0,6
LSt. f. VWL, insb. Sozialpolitik	2	1,1
LSt. f. VWL, insb. Wirtschaftspolitik	1	0,6
LSt. f. Wirtschaftsinformatik, insb. Innovation & Wertschöpfung (WI I)	3	1,7
LSt. f. Wirtschaftsinformatik, insb. im Dienstleistungsbereich (WI II)	11	6,3
LSt. f. Wirtschaftsinformatik, insb. IT-Management (WI III)	1	0,6
LSt. f. Wirtschaftspädagogik & Personalentwicklung	17	9,7
Prof. f. Entrepreneurial Finance	1	0,6
Prof. f. Gesundheitsökonomie	2	1,1
Prof. f. Wirtschaftspädagogik	13	7,4
LSt. f. Steuerrecht & Öffentliches Recht	1	0,6
wandern	20	11,4
insgesamt	176	100,0
kA	6	3,3

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Nach Geschlechtszugehörigkeit unterschieden beträgt der zur Diskussion stehende Mittelwert bei den $n=68$ Studenten $m=5,3$ ($s=2,3$) Semester, bei den $n=114$ Studentinnen $m=4,8$ ($s=1,8$).¹⁹

3.8 Zeitverwendung, Arbeitsaufwand und Anspruchsniveau

3.8.1 Zeitverwendung

Den studentischen Zeitaufwand für das Studium reliabel und valide zu messen, ist eine schwierige Aufgabe, die in der Forschung mit ganz unterschiedlichen Messmethoden angegangen wird. Unbestritten ist dabei, „dass der Studienaufwand sehr ungleich verteilt ist“ (Wiarda, 2011). Die letzte Feststellung dürfte auch für unsere Masterstudierenden zutreffend sein, die im Verlauf ihres viersemestrigen Studiums i. d. R. ein Pensum zu erledigen haben, das anfangs vor allem durch Vorlesungen und Seminare und später durch das Verfertigen der Masterarbeit bestimmt wird.

Wir haben die Messung der Zeitinvestitionen wie folgt operationalisiert:

- „Wie viele Stunden arbeiten Sie in etwa durchschnittlich pro Woche an Ihrer Masterarbeit? (Runden Sie bitte auf ganze Stunden)“
- „Bitte geben Sie an, wieviel Zeit Sie dieses Semester in einer typischen Semesterwoche während der Vorlesungszeit für den *Besuch von Lehrveranstaltungen (Vorlesungen, Seminare, etc.)* aufwenden. (Die Angabe bezieht sich hierbei auf Veranstaltungsstunden zu je **45 Min.**)“
- „Bitte geben Sie nun an, wieviel Zeit Sie dieses Semester **ungefähr** in einer typischen Semesterwoche während der Vorlesungszeit für die folgenden Tätigkeiten verwenden:
 - *Sonstiger studienbezogener Aufwand* (Vor- und Nachbearbeitung, Fachlektüre, Hausarbeiten, Sprechstunden, etc.)
 - *Sonstige Aufgaben zur Organisation des Studiums* (Drucken, Informationen einholen, Vorlesungsskript beschaffen, etc.)
 - *Tätigkeiten gegen Bezahlung* (Jobben, Erwerbstätigkeit)

Hierbei bitten wir jeweils um Angabe normaler Zeitstunden zu je **60 Min.**“

Auf diese Weise wurden die in Tabelle 3.16 wiedergegebenen Verteilungen generiert.

¹⁹ $T=1,5$ n.s.

3 Studium

Tabelle 3.16: Zeitaufwand für Studium – Vorlesungen/Seminare, Vor- und Nachbearbeitung, Fachlektüre etc., Sonstige Tätigkeiten, Masterarbeit – und Tätigkeiten gegen Bezahlung [Anzahl, Mittelwert, Streuung, Quartile]

für ...	Zeitverwendung [in Stunden à 60 Minuten]							
	n	m	s	q1	q2	q3	min	max
Vorlesungen, Seminare etc.	527	9,1	5,8	4,5	7,5	12,0	1	50
Vor-, Nachbereitung, Fachlektüre	545	10,7	9,8	4,0	8,0	15,0	1	50
Sonstiger studienbezogener Aufwand	345	3,4	2,5	2,0	3,0	4,0	2	30
Masterarbeit	155	28,4	13,3	20,0	30,0	35,0	1	60
Tätigkeiten gegen Bezahlung	443	13,0	6,7	8,0	12,0	16,0	2	50

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Die entsprechenden Mittelwerte im Zeitvergleich der Jahre 2011 bis 2015 gibt Tabelle 3.17 wieder.

Tabelle 3.17: Zeitaufwand für Studium und Tätigkeiten gegen Bezahlung im Zeitverlauf [Mittelwerte in Stunden à 60 Minuten]

Erhebungsjahr	Mittelwerte				
	2011	2012	2013	2014	2015
Vorlesungen, Seminare etc.	12,2	11,4	10,0	13,0	9,1
Vor-, Nachbereitung, Fachlektüre	16,2	14,6	13,1	11,4	10,7
Sonstiger studienbezogener Aufwand	n. e.	n. e.	3,7	3,5	3,4
Masterarbeit	30,8	30,1	29,4	27,1	28,4
Tätigkeiten gegen Bezahlung	10,9	12,3	12,6	12,6	13,0

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Wir erkennen, dass der für das Studium i. e. S. betriebene Aufwand in den fünf Erhebungsjahren sukzessiv abgenommen, der für Tätigkeiten gegen Bezahlung angegebene Aufwand hingegen leicht zugenommen hat. Beim 2014er Mittelwert von $m=13,0$ Zeitstunden für den Besuch von Vorlesungen, Seminaren etc. handelt es sich wohl um einen hier nicht erklärbaren Ausreißer von diesem Trend.

Addieren wir die Werte der verschiedenen Variablen der für das Studium investierten Zeit, ergeben sich die in Tabelle 3.18 abgetragenen Zahlen.

3 Studium

Tabelle 3.18: Additiver Zeitaufwand für Studium – Vorlesungen/Seminare, Vor- und Nachbearbeitung, Sonstiger Aufwand, Masterarbeit – und Tätigkeiten gegen Bezahlung [Anzahl, Mittelwert, Streuung, Quartile]

für ...	Zeitverwendung [in Stunden à 60 Minuten]					
	n	m	s	q1	q2	q3
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung	506	19,9	11,5	10,8	18,0	27,5
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung + Sonstiger studienbezogener Aufwand	311	25,6	12,4	16,5	24,0	33,0
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung + Tätigkeiten gegen Bezahlung	379	31,3	12,3	23,3	30,0	37,5
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung + Masterarbeit	75	40,4	21,4	25,0	38,5	46,8
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung + Sonstiger studienbezogener Aufwand + Masterarbeit	43	44,5	21,1	30,5	43,0	51,3
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung + Tätigkeiten gegen Bezahlung + Masterarbeit	62	53,5	22,4	38,4	47,8	62,3
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung + Tätigkeiten gegen Bezahlung + Masterarbeit + Sonstiger studienbezogener Aufwand	37	57,3	22,2	42,3	50,5	65,1

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Wie kaum anders zu erwarten war, zeigt sich auch bei der Verteilung der additiven Zeitverwendung im Längsschnitt, dass die Masterstudierenden 2015 z. T. weniger Zeit für ihr Studium investiert haben als in den Jahren zuvor (vgl. Tabelle 3.19). Diese Feststellung gilt allerdings nicht in jeder Kombination der verschiedenen Zeitaufwände und auch nicht immer völlig durchgängig.

3 Studium

Tabelle 3.19: Additiver Zeitaufwand für Studium und Tätigkeiten gegen Bezahlung im Zeitverlauf [Mittelwerte in Stunden à 60 Minuten]

Erhebungsjahr	Mittelwerte				
	2011	2012	2013	2014	2015
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung	28,2	26,0	23,1	21,0	19,9
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung + Sonstiger studienbezogener Aufwand	n. e.	n. e.	28,3	26,2	25,6
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung + Tätigkeiten gegen Bezahlung	37,2	37,7	34,2	31,8	31,3
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung + Masterarbeit	52,3	53,7	47,1	35,8	40,4
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung + Sonstiger studienbezogener Aufwand + Masterarbeit	n. e.	n. e.	51,8	41,9	44,5
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung + Tätigkeiten gegen Bezahlung + Masterarbeit	62,6	65,2	59,4	48,5	53,5
Lehrveranstaltungen + Vor-/Nachbereitung + Tätigkeiten gegen Bezahlung + Masterarbeit + Sonstiger studienbezogener Aufwand	n. e.	n. e.	64,0	53,6	57,3

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Die Panelanalyseergebnisse für die individuelle Veränderung der für das Studium und Tätigkeiten gegen Bezahlung investierten Zeit sind in den Tabellen 6.8 bis 6.13, S. 98 ff. im Anhang zu finden. Kurz zusammengefasst beinhalten sie, dass die für das Studium aufgewendete Zeit im Verlauf des Studiums generell *ab-* und die für Tätigkeiten gegen Entgelt eingesetzte Zeit generell *zunimmt*. Der für die Anfertigung der Masterarbeit erforderliche Zeitaufwand konnte nur für die beiden jüngsten Kohorten berücksichtigt werden, da kein einziger „Panelist“ zu finden war, der seine Masterarbeit bereits 2013 in Angriff genommen hatte. Im 2-Jahres-Vergleich zwischen 2015 und 2014 haben die dafür heranziehbaren n=5 Panelisten für ihre „Masterthesis“ im 2. Befragungszyklus deutlich mehr Zeit investiert als im 1. Zyklus.

Schauen wir uns nun an, ob, und wenn ja, inwieweit sich der zeitliche Aufwand für das Studium **i. e. S.** nach unseren Masterstudiengängen unterscheidet, also ohne Berücksichtigung der Zeitinvestitionen für Tätigkeiten gegen Bezahlung. Dazu separieren wir die Tabellen 3.20 und 3.21, in denen der Arbeitsaufwand einmal *exklusive* und einmal *inklusive* der Arbeitsstunden, die für die Anfertigung der Masterarbeit anfallen, abgetragen sind.

Die durchgeführten Varianzanalysen belegen,²⁰ dass die Unterschiede zwischen den Studiengängen hinsichtlich des Studiums **i. e. S.** *exklusive* der Masterarbeit statistisch

²⁰ Siehe die F-Testergebnisse in den Legenden beider Tabelle.

3 Studium

signifikant, hinsichtlich des Studiums i. e. S. *inklusive* der Masterarbeit jedoch statistisch nicht signifikant sind – mit Ausnahme des Jahres 2014.²¹

Inspizieren wir beide Tabellen genauer, sind eigentlich keine festgezurrtten Muster der Zeitinvestitionen für das Masterstudium i. e. S. in Abhängigkeit vom Studiengang über die Zeit zu erkennen. Vielleicht mit einer Ausnahme: Tendenziell gilt, dass Studierende im Studiengang „Wing“ vergleichsweise wenig Zeit für ihr Studium i. e. S. aufbringen, sofern wir die Anfertigung der Masterarbeit außerachtlassen. Außerdem könnte man daraufhinweisen, dass „IBSler“ in den ersten drei Erhebungsjahren am meisten Zeit für ihr Studium aufwenden, sich ab 2014 jedoch auf mittleren diesbezüglichen Rangplätzen einordnen. Alles in allem bleibt auch bei studiengangsspezifischer Betrachtungsweise in den vorgelegten Zahlen ein fast durchgängiger Trend zu einem geringeren Zeiteinsatz für das Masterstudium zu erkennen.²²

²¹ Dies dürfte insbesondere auch auf die geringe Fallzahl zurückzuführen sein, die aus der Einbeziehung des Zeitaufwands für die Anfertigung der Masterarbeit resultiert.

²² In einem einzigen Fall ist die für das Studium i. e. S. aufgewendete Zeit im Jahr 2015 größer als im ersten Erhebungsjahr 2011: Bei „Economics“, u. z. 21,8 : 18,9 Stunden.

Tabelle 3.20: Vorlesungen/Seminare, Vor- und Nachbearbeitung **exklusive** Masterarbeit nach Studiengang im Zeitverlauf [Anzahl, Mittelwert, Streuung, F-Wert]

Studiengang	Zeitverwendung [in Stunden à 60 Minuten]														
	2011			2012			2013			2014			2015		
	n	m	s	n	m	s	n	m	s	n	m	s	n	m	s
A&P	12	28,2	14,4	10	28,7	9,3	16	24,9	9,5	19	26,1	13,6	19	26,6	11,3
Economics	7	18,9	12,8	13	26,5	12,6	21	26,6	13,9	21	28,5	18,2	18	21,8	10,1
FACT	71	27,5	13,7	89	22,4	10,9	75	22,0	11,4	77	20,1	10,1	81	20,9	12,1
IBS	31	40,5	21,0	43	31,0	15,4	28	30,7	14,3	36	23,4	13,7	20	21,4	15,0
IIS	20	32,3	26,6	22	25,8	12,1	30	23,5	15,2	14	19,5	14,6	21	20,2	11,9
Management	49	23,5	14,5	59	24,6	12,4	49	23,3	14,8	45	18,6	10,4	64	18,4	10,4
Marketing	41	28,1	13,5	58	28,8	17,7	48	27,2	12,1	47	23,3	13,6	50	18,2	10,9
SozÖk	18	25,2	13,6	38	23,3	9,5	35	20,8	16,5	49	19,4	11,5	21	23,4	10,7
WiPäd	72	27,4	15,0	95	29,3	14,0	76	24,8	11,1	71	22,1	13,1	79	23,9	12,4
Wing	n.e.	–	–	56	21,8	13,4	98	18,1	12,3	120	19,0	9,8	133	16,2	9,6
insgesamt	321	28,2	16,5	483	26,0	13,6	476	23,1	13,2	499	21,0	12,1	506	19,9	11,5

F=3,4** (2011); F=3,2** (2012); F=1,9* (2013); F=2,5** (2014); F=4,1** (2015)

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Tabelle 3.21: Vorlesungen/Seminare, Vor- und Nachbearbeitung **inklusive** Masterarbeit nach Studiengang im Zeitverlauf [Anzahl, Mittelwert, Streuung, F-Wert]

Studiengang	Zeitverwendung [in Stunden à 60 Minuten]																	
	2011			2012			2013			2014			2015					
	n	m	s	n	m	s	n	m	s	n	m	s	n	m	s			
A&P	-	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-	-		
Economics	-	-	-	3	-	-	4	-	-	2	-	-	6	41,3	19,3	-		
FACT	12	53,3	19,2	26	48,4	19,7	13	45,6	21,6	11	32,8	14,5	11	47,4	29,3	-		
IBS	8	60,5	28,8	7	66,6	23,2	6	62,0	17,3	10	35,1	11,3	-	-	-	-		
IIS	6	46,2	17,6	3	-	-	5	43,9	20,5	4	-	-	-	-	-	-		
Management	14	53,9	22,4	20	48,2	15,5	9	49,3	20,3	6	34,9	19,4	14	39,9	15,7	-		
Marketing	7	47,1	17,5	18	55,3	37,4	6	52,0	14,7	7	42,7	14,3	9	33,4	18,1	-		
SozÖk	-	-	-	5	40,2	14,2	5	30,9	43,4	6	21,2	8,7	-	-	-	-		
WiPäd	19	51,3	24,1	38	59,1	27,5	16	41,7	21,1	19	38,4	13,9	14	34,8	25,9	-		
Wing	n. e.	-	-	13	59,5	35,9	10	52,2	22,2	2	-	-	13	43,9	17,8	-		
insgesamt	72	52,3	21,3	134	53,7	26,2	75	47,1	22,3	68	35,8	15,4	75	40,4	21,4	-		

F=0,4^{n.s.} (2011); F=1,2^{n.s.} (2012); F=0,9^{n.s.} (2013); F=2,5^{**} (2014); F=0,6^{n.s.} (2015)

Bei Zellenbesetzungen < 5 sind Mittelwerte und Streuungen eingerechnet, aber nicht ausgewiesen

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

3 Studium

Fragen wir zum Abschluss der Ausführungen über die für das Studium aufzuwendende Zeit nach einem etwaigen „Geschlechtszugehörigkeitseffekt“, wobei wir uns auf 2015 beschränken und etwaigen Veränderungen im Zeitablauf nicht nachgehen, zeigt Tabelle 3.22 durchaus widersprüchliche Ergebnisse: Studentinnen investieren mehr Zeit für „Vorlesungen, Seminare etc.“ und für die „Vor- und Nachbereitung von Lehrveranstaltungen etc.“, Studenten haben dagegen bei der „Masterarbeit“, dem „sonstigen studienbez. Aufwand“ und der „Tätigkeiten gegen Bezahlung“ die Nase vorn. Diese Verteilung entspricht weitgehend den Befunden der Vorjahre, wobei es immer wieder zu einzelnen Positionswechseln kam. Im Übrigen ist keine der 2015 errechneten Mittelwertdifferenzen statistisch signifikant.

Tabelle 3.22: Zeitaufwand für Studium und Tätigkeiten gegen Bezahlung nach Geschlechtszugehörigkeit [Anzahl, Mittelwerte in Stunden à 60 Minuten, T]

Zeitaufwand für ...	Koeffizienten						T
	Studenten			Studentinnen			
	n	m	s	n	m	s	
Vorlesungen, Seminare etc.	261	11,6	7,8	266	12,8	7,6	1,0 ^{n.s.}
Vor-, Nachbereitung, Fachlektüre	262	10,3	10,1	283	11,0	9,6	0,9 ^{n.s.}
Sonstiger studienbezogener Aufwand	155	3,5	3,1	190	3,3	1,9	0,9 ^{n.s.}
Masterarbeit	57	29,9	15,1	98	27,6	12,1	1,0 ^{n.s.}
Tätigkeiten gegen Bezahlung	203	13,3	6,8	240	12,7	6,6	1,0 ^{n.s.}

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

3.8.2 Bewertung des Arbeitsaufwands

Fühlten sich zur Zeit der ersten Masterumfrage am FB Wirtschaftswissenschaften 2011 noch 49,2 Prozent der Befragten vom Arbeitsaufwand für ihr Studium „überfordert“ und 4,5 Prozent „völlig überfordert“, so hatten sich diese Werte bereits 2012 auf 38,0 Prozent bzw. 3,1 Prozent erheblich verringert. Diese Reduktion hat sich in den Folgejahren bis heute sukzessive fortgesetzt: 2015 fühlen sich vom erwarteten Arbeitsaufwand „nur“ noch 33,3 Prozent „überfordert“, 2,9 „völlig überfordert“. Die gefühlte „Unterforderung“ hat sich umgekehrt im Zeitverlauf zwischen 2011 und 2015 von 5,7 Prozent auf 7,7 Prozent minimal erhöht. Der Anteil jener Masterstudierenden, die am Arbeitsaufwand für ihr Masterstudium nichts aussetzen haben, hatte sich dagegen schon von 40,2 Prozent im Jahre 2011 über 52,1 Prozent im Jahre 2012 auf 52,4 Prozent im Jahre 2013 beachtlich gesteigert. 2014 betrug der entsprechende Wert 54,1 Prozent, heuer beträgt er 56,0 Prozent.

3 Studium

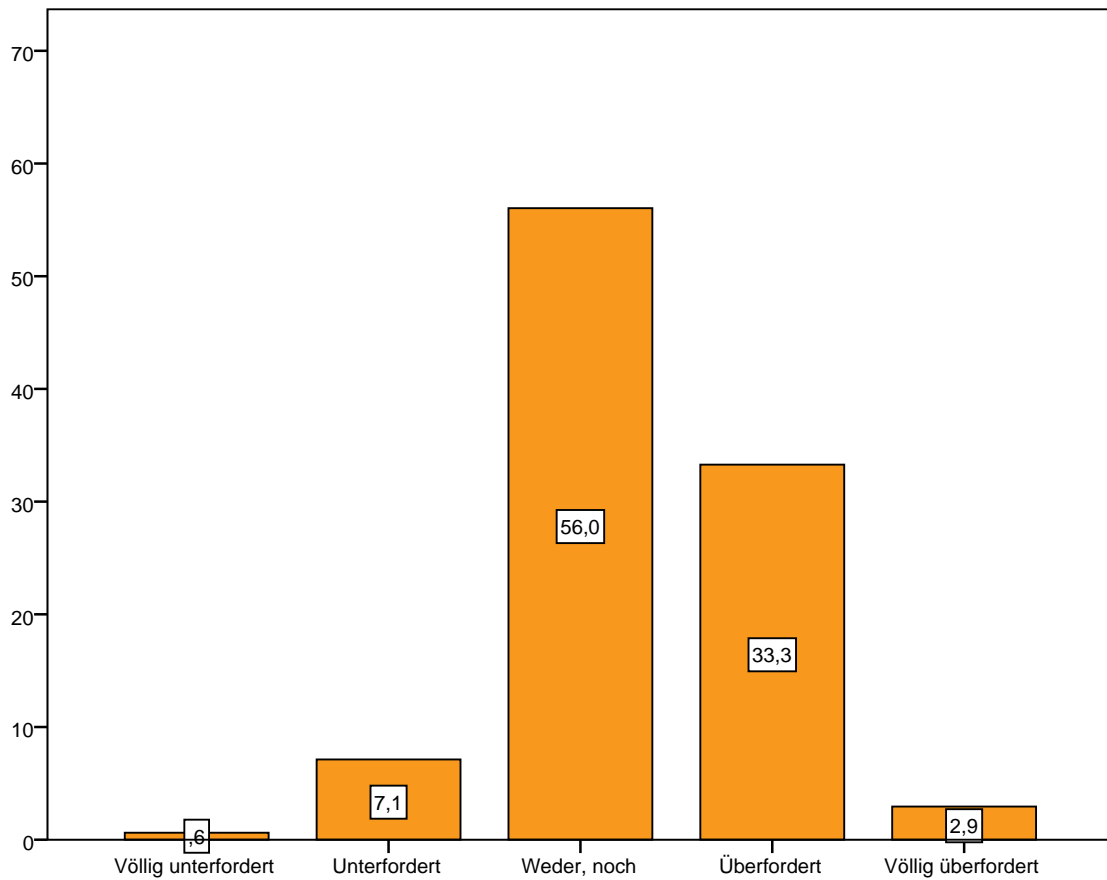


Abbildung 3.6: „Vom Arbeitsaufwand für mein Masterstudium bin ich ...“
Ratingskala von 1=„völlig unterfordert“ bis 5=„völlig überfordert“
Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [n=646]

Die auf Kollektivebene im Zeitablauf tendenziell abnehmende Überforderung lässt sich tendenziell auch auf individueller Wahrnehmungsebene beobachten, wie Tabelle 3.23 nachweist.

Demnach hat sich die empfundene Arbeitsaufwandsüberforderung sowohl im Drei-Jahres- als auch im Zwei-Jahresvergleich zwischen den Jahren geringfügig verringert, u. z. im Zwei-Jahresvergleich sogar statistisch signifikant.

3 Studium

Tabelle 3.23: Beurteilung des Arbeitsaufwandes: Panelanalyseergebnisse [Mittelwerte, Streuungen, Anzahl, Signifikanztest]

Kohorte	Zyklus	m	s	n	$\chi^2 T$
Masterkohorte 2012/13	1. Befragungszyklus: 2013	3,4	0,6	47	
Masterkohorte 2012/13	2. Befragungszyklus: 2014	3,2	0,6	47	
Masterkohorte 2012/13	3. Befragungszyklus: 2015	3,2	0,5	47	
Friedman-Test					5,4 ^{n.s.}
Masterkohorte 2013/14	1. Befragungszyklus: 2014	3,4	0,7	209	
Masterkohorte 2013/14	2. Befragungszyklus: 2015	3,2	0,6	209	
T-Test _{gepaart}					2,7 ^{**}
Masterkohorte 2014/15	1. Befragungszyklus: 2015	3,3	0,7	646	

Ratingskalen von 1 = „völlig unterfordert“ bis 5 = „völlig überfordert“

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2013 – 2015; Feldzeiten vom 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Studentinnen und Studenten unterscheiden sich 2015 wie 2014 und 2013 erneut deutlich in der Wahrnehmung des für ihr Studium erforderlichen Arbeitsaufwandes: Studentinnen fühlen sich bei einem Mittelwert von $m=3,4$ statistisch hoch signifikant überforderter als Studenten mit einem Mittelwert von $m=3,2$ ($s=0,6$ bzw. $s=0,7$).²³

Gehen wir auch hier der Frage nach, ob, und wenn ja, inwieweit sich bezüglich des empfundenen Arbeitsaufwandes Unterschiede in Abhängigkeit vom Studiengang bemerkbar machen, fällt die Antwort nicht schwer: Die F-Testergebnisse in Tabelle 3.24 weisen auf statistisch hoch – 2011 – und danach höchst signifikante Varianzen hin.

Nehmen wir die Gesamtmittelwerte als Vergleichsbasis, dann stellen 2011 „A&P“, „SozÖk“, „Economics“, „Marketing“ und „WiPäd“ die vom gefühlten Arbeitsaufwand her „stärker fordernden“ Studiengänge dar. 2012 gilt das entsprechend für „A&P“, „IBS“, „Economics“, „Marketing“ und „WiPäd“. 2013 erscheint den Masterstudierenden von „FACT“, „WiPäd“ und insbesondere „Marketing“ ihr Studium vom Arbeitsaufwand her anspruchsvoller zu sein als den Studierenden der anderen Studiengänge. 2014 trifft dies für „Economics“- , „IIS“- , „Marketing“ und „WiPäd“-Studierende zu. 2015 schließlich gilt dies für „A&P“, „Economics“, „IBS“, „SozÖk“ und „WiPäd“. „Wing“ scheint dagegen seinen Studierenden, jedenfalls den nötigen Arbeitsaufwand betreffend, vergleichsweise weniger abzufordern, u. z. in allen Erhebungsjahren.

Korrelieren wir die Einschätzung des empfundenen notwendigen Arbeitsaufwandes mit dem für das Studium berichteten Zeitaufwand, ergeben sich bezüglich der für das Studium i. e. und i. w. S. investierten Zeit z. T. zwar einige statistisch signifikante, dennoch nur relativ schwache Zusammenhänge, die allerdings im Vergleich zu 2014 etwas höher ausfallen. Am stärksten korreliert die Einschätzung des erforderlichen Arbeitsaufwandes noch mit der insgesamt für das Studium i. e. S. investierten Zeit: Je mehr Stunden die Studierenden dafür aufbringen, desto eher fühlen sie sich vom Studium überfordert –

²³ $T=3,0^{**}$.

3 Studium

der Rangkorrelationskoeffizient beträgt dabei $Rho=.23^{***}$. Bezüglich des Zusammenhangs zwischen „objektiven“ Zeitaufwand für „Vor- und Nachbereitung etc.“ und dem „gefühlten“ Arbeitsaufwand ist eine Korrelation von $Rho=.21^{***}$ zu berichten. Hinsichtlich der für „Lehrveranstaltungen“ eingesetzten Zeit fällt der Koeffizient schon geringer aus: $Rho=.15^{**}$. Alle anderen in diesem Kontext zu berechnenden Koeffizienten sind statistisch nicht signifikant.

Tabelle 3.24: „Vom Arbeitsaufwand für mein Masterstudiums bin ich ...“ nach Studiengang im Zeitverlauf [Anzahl, Mittelwert, Streuung, F-Wert]

nach Studiengang	2011			2012			2013			2014			2014		
	n	m	s	n	m	s	n	m	s	n	m	s	n	m	s
A&P	13	3,9	0,7	13	3,6	0,5	23	3,4	0,6	25	3,4	0,6	31	3,6	0,6
Economics	7	3,7	0,5	13	3,5	0,8	25	3,4	0,5	28	3,5	0,8	23	3,5	0,6
FACT	72	3,4	0,7	91	3,4	0,6	83	3,5	0,6	89	3,4	0,5	90	3,3	0,6
IBS	31	3,4	0,8	45	3,6	0,7	39	3,3	0,7	45	3,4	0,9	26	3,5	0,8
IIS	22	3,1	0,9	26	3,4	0,7	34	3,2	0,8	22	3,5	0,8	25	3,4	0,7
Management	54	3,3	0,6	64	3,1	0,5	58	3,4	0,6	56	3,2	0,5	76	3,2	0,6
Marketing	43	3,7	0,6	67	3,5	0,7	56	3,6	0,6	65	3,5	0,7	61	3,3	0,7
SozÖk	19	3,8	0,6	41	3,3	0,8	48	3,3	0,8	59	3,2	0,7	44	3,5	0,6
WiPäd	72	3,7	0,6	100	3,5	0,6	92	3,5	0,7	93	3,5	0,7	98	3,5	0,8
Wing	n. e.	–	–	56	3,1	0,6	120	3,1	0,6	146	3,1	0,6	172	3,1	0,6
insgesamt	333	3,5	0,7	516	3,4	0,7	578	3,4	0,7	628	3,3	0,7	646	3,3	0,7

Ratingskala von 1=„völlig unterfordert“ bis 5=„völlig überfordert“

F=3,4^{**} (2011); F=4,6^{***} (2012); F=5,0^{***} (2013); F=4,2^{***} (2014); F=4,3^{***} (2015)

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

3.8.3 Bewertung des Anspruchsniveaus

Waren zur Zeit der ersten Masterumfrage am FB Wirtschaftswissenschaften 2011 noch 25,8 Prozent der Befragten offenbar vom Anspruchsniveau ihres Masterstudiums „überfordert“ und 0,9 Prozent „völlig überfordert“, hatten sich diese Werte bereits 2012 auf 19,8 Prozent bzw. 0,8 Prozent verringert. 2013 sowie 2014 wurden diese Befunde nahezu unverändert reproduziert. Das gilt auch für 2015, wie Abbildung 3.7 belegt. Der Anteil jener Masterstudierenden, die am Anspruchsniveau ihres Masterstudiums nichts auszusetzen haben, hat sich seit 2011 von 62,8 Prozent über 65,9 Prozent im Jahre 2012 auf 66,8 Prozent in 2013 und 68,2 Prozent in 2014 erhöht. 2015 liegt er bei 67,3 Prozent. Der Anteil „völlig Unterforderter“ hat sich im gesamten Untersuchungszeitraum nur marginal bewegt, u. z. von 0,9 Prozent über 1,0 Prozent und 1,2 Prozent sowie 1,0 Prozent auf 0,8 Prozent im Jahr 2015.

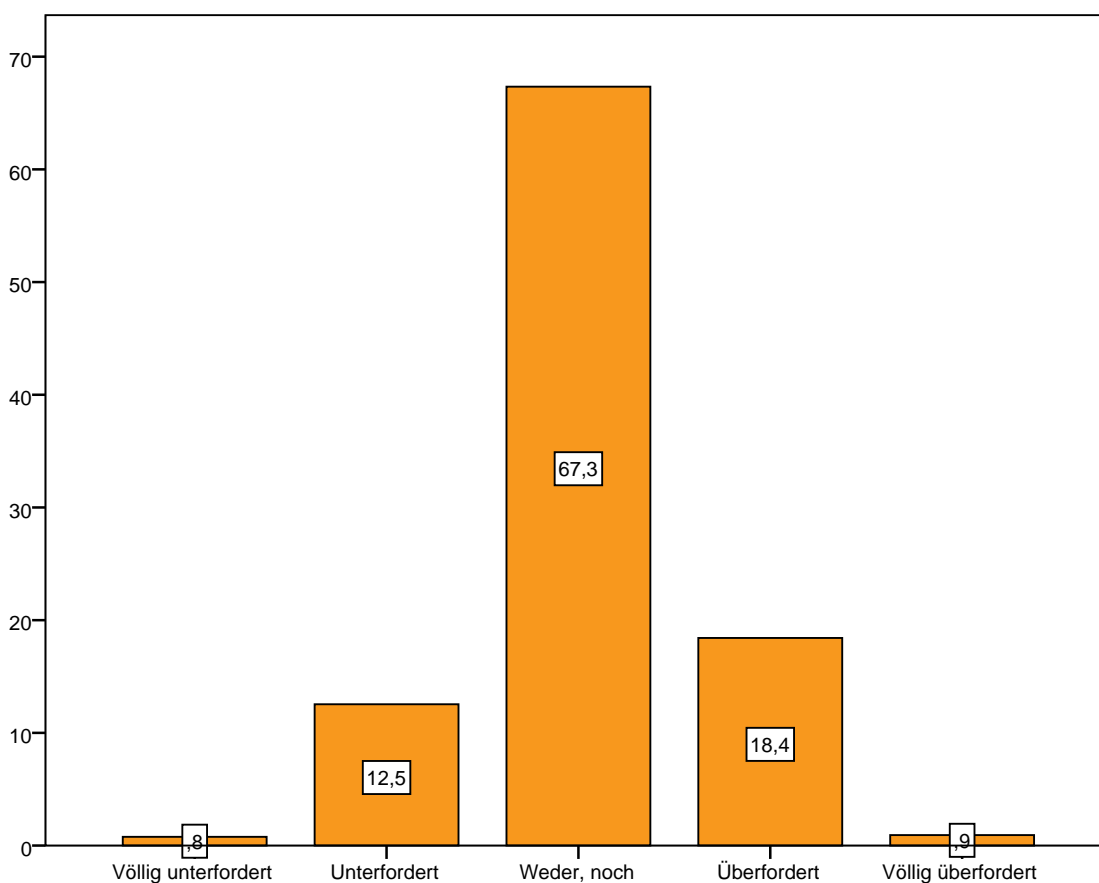


Abbildung 3.7: Anspruchsniveau: „Vom Anspruchsniveau meines Masterstudiums bin ich ...“

Ratingskala von 1=„völlig unterfordert“ bis 5=„völlig überfordert“

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [n=646]

3 Studium

Die im Zeitablauf auf Querschnittsebene beobachtete, relativ stabile Wahrnehmung des Anspruchsniveaus des Studiums, lässt sich auch auf individueller Basis im Längsschnitt beobachten, wie Tabelle 3.25 dokumentiert.

Demnach oszilliert das „gefühlte“ Anspruchsniveau minimal, wenn wir den Blick auf die Mittelwerte im Drei-Jahresvergleich werfen, und es verbessert sich ebenfalls minimal, wenn wir den Zwei-Jahresvergleich betrachten.

Tabelle 3.25: Beurteilung des Anspruchsniveaus: Panelanalyseergebnisse [Mittelwerte, Streuungen, Anzahl, Signifikanztest]

Kohorte	Zyklus	m	s	n	$\chi^2 T$
Masterkohorte 2012/13	1. Befragungszyklus: 2013	3,2	0,7	47	
Masterkohorte 2012/13	2. Befragungszyklus: 2014	3,1	0,6	47	
Masterkohorte 2012/13	3. Befragungszyklus: 2015	3,2	0,6	47	
Friedman-Test					3,1 ^{n.s.}
Masterkohorte 2013/14	1. Befragungszyklus: 2014	3,1	0,6	209	
Masterkohorte 2013/14	2. Befragungszyklus: 2015	3,0	0,6	209	
T-Test _{gepaart}					1,5 ^{n.s.}
Masterkohorte 2014/15	1. Befragungszyklus: 2015	3,1	0,6	646	

Ratingskalen von 1 = „völlig unterfordert“ bis 5 = „völlig überfordert“

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2013 – 2015; Feldzeiten vom 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Wie bereits beim Arbeitsaufwand beobachtet, unterscheiden sich Studentinnen und Studenten auch bezüglich der Wahrnehmung des Anspruchsniveaus ihres Studiums nur geringfügig, allerdings statistisch hoch signifikant: Studentinnen fühlen sich bei einem Mittelwert von $m=3,1$ vom Anspruchsniveau leicht überforderter als Studenten mit einem Mittelwert von $m=3,0$ (beide: $s=0,6$).²⁴

Ebenso fällt erneut die Antwort auf die Frage, ob, und wenn ja, inwieweit sich bezüglich des empfundenen Anspruchsniveaus Unterschiede in Abhängigkeit vom Studiengang bemerkbar machen, nicht schwer: Die F-Testergebnisse in Tabelle 3.26 weisen auf statistisch signifikante – 2011 – und höchst signifikante – 2012 bis 2015 – Varianzen hin, wobei die Heterogenität in den beiden letzten Beobachtungsjahren wieder abnimmt, wie die F-Werte indizieren.

Nehmen wir die Gesamtmittelwerte als Referenzbasis, dann stellen alles in allem im gesamten Untersuchungszeitraum „A&P“ und „Economics“ die gefühlt „anspruchsvolleren“ Studiengänge dar. Als im Schnitt aller Studiengänge „weniger anspruchsvoll“ werden in allen Erhebungsjahren insbesondere die Studiengänge „IBS“ und „Wing“ empfunden.

Im Übrigen ist an Tabelle 3.26 zu erkennen, dass in der Wahrnehmung der Studierenden im Vergleich der Jahre von 2011 bis 2015 sich kein einziger Masterstudiengang kon-

²⁴ $T=3,3^{**}$.

3 *Studium*

tinuierlich in eine Bewertungsrichtung bewegt – alle Studiengänge schwanken mehr oder weniger um ihren bereits 2011 zugeschriebenen „gefühlten“ Anspruchsniveau-Mittelwert.

Tabelle 3.26: „Vom Anspruchsniveau meines Masterstudiums bin ich ...“ nach Studiengang im Zeitverlauf [Anzahl, Mittelwert, Streuung, F-Wert]

nach Studiengang	2011			2012			2013			2014			2015		
	n	m	s	n	m	s	n	m	s	n	m	s	n	m	s
A&P	13	3,5	0,8	13	3,3	0,5	23	3,2	0,4	25	3,2	0,5	31	3,4	0,7
Economics	7	3,4	0,5	13	3,2	0,9	25	3,4	0,5	28	3,4	0,7	23	3,5	0,6
FACT	72	3,3	0,6	91	3,3	0,6	83	3,3	0,6	89	3,2	0,5	90	3,1	0,6
IBS	31	2,9	0,8	45	2,8	0,7	39	2,8	0,5	45	2,8	0,8	26	2,9	0,6
IIS	22	3,1	0,8	26	3,3	0,6	34	2,9	0,7	22	3,1	0,7	25	2,9	0,8
Management	54	3,1	0,5	64	2,9	0,6	58	2,9	0,5	56	3,1	0,5	76	3,1	0,7
Marketing	43	3,2	0,6	67	3,0	0,7	56	3,1	0,7	65	3,1	0,6	61	3,0	0,5
SozÖk	19	3,2	0,6	41	3,1	0,5	48	3,2	0,6	59	3,0	0,5	44	3,2	0,6
WiPäd	72	3,1	0,5	100	3,1	0,6	92	3,1	0,6	93	3,2	0,6	98	3,2	0,5
Wing	n.e.	–	–	56	2,8	0,6	120	2,9	0,6	146	2,9	0,6	172	2,9	0,6
insgesamt	333	3,2	0,6	516	3,1	0,6	578	3,1	0,6	628	3,1	0,6	646	3,0	0,6

Ratingskala von 1=„völlig unterfordert“ bis 5=„völlig überfordert“

F=2,0* (2011); F=4,7*** (2012); F=5,9*** (2013); F=4,3*** (2014); F=3,7*** (2015)

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

3.9 Studienzufriedenheit

3.9.1 Masterkoordination

Zur Bewertung der Koordination ihrer Masterstudiengänge haben wir den Studierenden fünf Aussagen vorgelegt, von denen drei positiv und zwei negativ formuliert sind. Abbildung 3.8 zeigt die Mittelwerte der fünf Ratingskalen über alle Studiengänge hinweg.

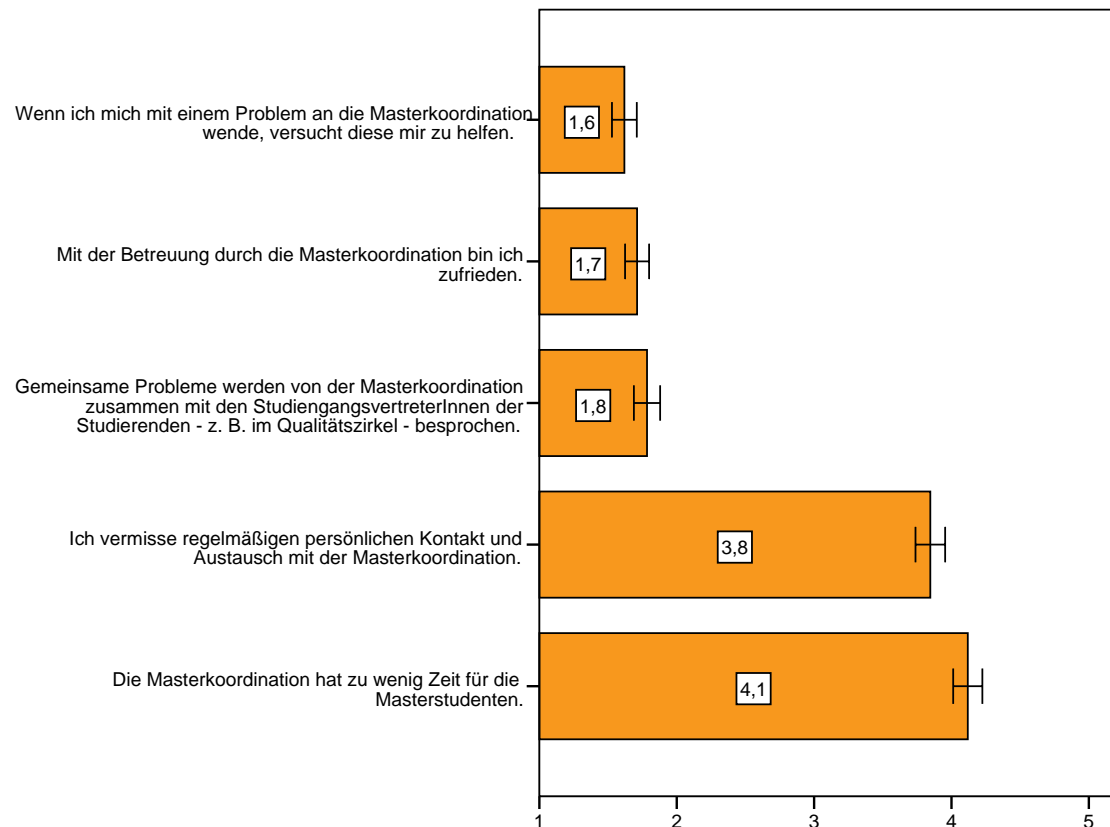


Abbildung 3.8: Bewertung einzelner Aussagen: „Im Folgenden bitten wir Sie um eine Einschätzung zu der Koordination Ihres Masterstudienganges. Die Koordination wird gewährleistet durch einen Masterkoordinator und die jeweiligen MitarbeiterInnen.“

Ratingskalen von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [n variabel zwischen n=337 („hat zu wenig Zeit...“) und n=448 („Ich vermisse regelmäßigen persönlichen Kontakt...“)]

Die Masterkoordination schneidet bezüglich aller vorgelegten Items auch 2015 gut ab. Im Vergleich zu den Vorjahresumfragen haben sich die Urteile – auf bereits hohem Ausgangsniveau – weiter stabilisiert. Bei der „Zufriedenheit mit der Masterkoordination“ hat sich die Bewertung noch verbessert. In Tabelle 3.27 sind zum Vergleich die Beurteilungsmittelwerte aller fünf bisherigen Umfragen unter den Masterstudierenden am FB

3 Studium

Wirtschaftswissenschaften abgetragen.²⁵

Tabelle 3.27: Masterkoordination: Bewertung einzelner Aussagen im Zeitverlauf [Mittelwerte]

Erhebungsjahr Aussagen	Mittelwerte				
	2011	2012	2013	2014	2015
Wenn ich mich mit einem Problem an die Masterkoordination wende, versucht diese mir zu helfen.	2,0	1,9	1,6	1,6	1,6
Mit der Betreuung durch die Masterkoordination bin ich zufrieden.	2,1	2,0	1,8	1,8	1,7
Gemeinsame Probleme werden von der Masterkoordination zusammen mit den StudiengangsvorteilerInnen der Studierenden – z. B. im Qualitätszirkel – besprochen.	2,3	2,1	1,8	1,8	1,8
Ich vermisse regelmäßigen persönlichen Kontakt und Austausch mit der Masterkoordination.	—	3,7	4,0	3,9	3,9
Die Masterkoordination hat zu wenig Zeit für die Masterstudenten.	3,8	3,7	3,8	4,1	4,1

Ratingskalen von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Die über die Jahre hinweg erfreuliche, zudem sich meist verbessernde Beurteilung der Masterkoordination zeigt sich auch dann, wenn wir auf die Individualebene gehen und danach schauen, ob, und wenn ja, inwieweit dort Veränderungen im Zeitablauf zu verzeichnen sind. Tabelle 3.28 gibt die Ergebnisse der Panelanalyse wieder.

Tabelle 3.28: Zufriedenheit mit der Masterkoordination am FB Wirtschaftswissenschaften: Panelanalyseergebnisse [Mittelwerte, Streuungen, Anzahl, Signifikanztest]

Kohorte	Zyklus	m	s	n	$\chi^2 T$
Masterkohorte 2012/13	1. Befragungszyklus: 2013	1,3	0,7	22	
Masterkohorte 2012/13	2. Befragungszyklus: 2014	1,6	0,9	22	
Masterkohorte 2012/13	3. Befragungszyklus: 2015	1,5	0,6	22	
Friedman-Test					2,5 ^{n.s.}
Masterkohorte 2013/14	1. Befragungszyklus: 2014	1,7	0,9	124	
Masterkohorte 2013/14	2. Befragungszyklus: 2015	1,6	0,9	124	
T-Test _{gepaart}					0,8 ^{n.s.}
Masterkohorte 2014/15	1. Befragungszyklus: 2015	1,7	0,9	426	

Ratingskalen von 1 = „völlig zufrieden“ bis 5 = „völlig unzufrieden“

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2013 – 2015; Feldzeiten vom 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

²⁵ Die „Kontakt & Austausch“-Aussage war 2011 anders formuliert, so dass kein entsprechender Vergleich mit den späteren Erhebungsjahren möglich ist.

3 Studium

Tabelle 3.28 zeigt, dass die Einschätzungen der „Panelisten“ auf „sehr gutem“ Niveau sich im Drei-Jahresverlauf nur leicht verändern, wobei der Zufriedenheitswert im ersten Befragungszyklus am besten ausfällt. Auch im Zwei-Jahresvergleich sind eigentlich keine nennenswerten Abweichungen zu erkennen.

Angesichts dieses alles in allem doch sehr überzeugenden Ergebnisses dürfen wir jedoch nicht die Augen vor dem Sachverhalt verschließen, dass die Koordination der verschiedenen Studiengänge von den dort involvierten Masterstudierenden durchaus verschieden beurteilt wird, u. z. durch die Bank statistisch höchst signifikant. Die Höhe der in der nachfolgenden Tabelle ausgewiesenen F-Werte ist, wie immer, Indikator dafür, wie stark die Varianz der nach Studiengängen analysierten Beurteilungen ausfällt: So scheinen die studentischen Beurteilungen der Masterkoordination zwischen den Studiengängen mit einem F-Wert von $F=9,8$ am stärksten bezüglich der jeweiligen Kommunikation bei auftretenden Problemen z. B. in Qualitätszirkeln zu streuen, am wenigsten bezüglich der Wahrnehmung, die Masterkoordination habe zu wenig Zeit für die Masterstudierenden: $F=3,7$.

Tabelle 3.29: Bewertung der Masterkoordination nach Studiengang [m, n, F]

Studiengang Kategorien	Bewertung der Masterkoordination										insgesamt n	F		
	A&P m	Economics m	FACT m	IBS m	IIS m	Management m	Marketing m	SozÖk m	WiPäd m	Wing m				
Masterkoordination versucht bei Problemen zu helfen	1,2	1,8	1,8	1,6	1,6	1,6	1,6	1,3	1,4	2,1	1,6	370	4,1	***
Zufriedenheit mit der Betreuung	1,4	1,9	2,0	1,7	1,6	1,6	1,8	1,5	1,4	2,1	1,7	426	3,8	***
Problembesprechung in Qualitätszirkeln	1,5	1,6	2,1	2,0	1,7	1,6	1,9	1,5	1,4	2,8	1,8	342	9,8	***
Zu wenig Kontakt & Austausch mit der Masterkoordination	4,4	4,1	3,7	3,8	4,0	3,9	3,5	4,4	4,1	3,4	3,9	448	4,1	***
Masterkoordination hat zu wenig Zeit für Studierende	4,5	4,5	3,9	4,2	4,2	4,3	3,8	4,4	4,2	3,7	4,1	337	3,7	***

Ratingskalen von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“
Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.3. – 15.7.2015

3 Studium

Es stellt sich selbstverständlich die Frage, ob sich die Beurteilungen hinsichtlich der ausgewählten Aussagen zur Einstufung der Masterkoordination im Zeitverlauf der fünf Umfragen unter den Masterstudierenden am FB Wirtschaftswissenschaften verändert haben. Dies ist studiengangsspezifisch tatsächlich der Fall, wie die Tabellen 6.3 bis 6.7, S. 95 ff. im Anhang belegen. Fast alle Masterkoordinationen schneiden dabei im Lauf der Zeit besser ab, u. z. in allen Kategorien.

Die Ergebnisse der Panelanalyse für die „Zufriedenheit mit der Masterkoordination“ zeigen, allerdings mit einer Ausnahme, dass die Panelisten im Zwei-Jahresvergleich in jedem Studiengang 2015 etwas unzufriedener mit der Masterkoordination sind als im Jahr 2014. Die Ausnahme stellt der Studiengang „Wing“ dar, in dem sich der Mittelwert von $m=2,4$ auf $m=2,1$, wenn auch statistisch nicht signifikant, verbessert. Bei Einbeziehung des Jahres 2013 können wir, wie weiter oben auf S. 15 ausgeführt, nur auf die Angaben von $N=51$ „Panelisten“ zurückgreifen – da macht eine differenzierte Panelanalyse für die drei Jahre 2013, 2014 und 2015 nach Studiengängen selbstverständlich keinen Sinn oder lässt sich erst gar nicht durchführen.

Zum Abschluss dieses Abschnittes über die Beurteilung der Masterkoordination haben wir in den Tabellen 3.30 und 3.31 summarisch die (mittleren) Rangplätze zusammengestellt, die die einzelnen Studiengänge bei der studentischen Beurteilung der fünf Aussagen zur Masterkoordination 2015 und in den vier Jahren zuvor eingenommen haben.

Betrachten wir zunächst das Jahr 2015. Es zeigt sich, dass die Spannweite des mittleren Rangplatzes von $mR=1,3$ bei „A&P“ bis $mR=10,0$ bei „Wing“ reicht. „Gute“ Beurteilungswerte sind 2015 außer bei „A&P“ auch bei „SozÖk“ und „WiPäd“ zu erkennen. Neben „Wing“ schneiden die Studiengänge „FACT“, „Marketing“ und „IBS“ relativ schlechter ab. Die anderen Beurteilungswerte bewegen sich dazwischen, wobei „IIS“ mit $mR=5,2$ fast genau die mittlere Position unter allen Studiengängen belegt.

Tabelle 3.30: Masterkoordination: Beurteilung von Aussagen nach Studiengang – mittlere Rangplätze

Studiengang	Aussageninhalte					mittlerer Rangplatz
	Ansprechpartner	Problem- besprechung	Betreuung	persönl. Kontakt	Zeit- mangel	
A&P	1	2	1	1,5	1	1,3
Economics	9	5	8	4	2	5,6
FACT	8	9	9	8	8	8,4
IBS	5,5	8	6	7	7	6,7
IIS	4	6	5	5	6	5,2
Management	5,5	4	4	6	4	4,7
Marketing	7	7	7	9	9	7,8
SozÖk	2	3	3	1,5	3	2,5
WiPäd	3	1	2	3	5	2,8
Wing	10	10	10	10	10	10,0

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

3 Studium

Wenn wir Veränderungen der Masterkoordinationsbeurteilung im Zeitablauf betrachten, zeigen sich gleichermaßen Kontinuität und Wandel, wie aus Tabelle 3.31 hervorgeht. Über die Jahre hinweg belegt „A&P“ jeweils den Spitzenplatz, durchgängig verbessert haben sich „SozÖk“ und „IIS“. „IBS“, „IIS“, „Marketing“ und „Wing“ verharren dagegen nahezu durchgängig auf eher niedrigem Ratingniveau.²⁶

Tabelle 3.31: Masterkoordination: Beurteilung von Aussagen nach Studiengang – mittlere Rangplätze im Zeitverlauf

Erhebungsjahr	mittlerer Rangplatz			
	2012	2013	2014	2015
A&P	1,0	1,2	1,3	1,3
Economics	3,1	2,7	2,3	5,6
FACT	4,4	6,0	5,2	8,4
IBS	9,8	7,5	9,3	6,7
IIS	9,2	8,7	7,6	5,2
Management	4,2	5,6	5,9	4,7
Marketing	7,6	7,6	8,4	7,8
SozÖk	5,0	2,9	2,7	2,5
WiPäd	3,4	4,8	4,4	2,8
Wing	7,2	8,6	7,9	10,0

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2012 – 2015; Feldzeiten vom 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Weitere wertvolle Hinweise auf die Wahrnehmung ihrer jeweiligen Masterkoordination sind aus der Perspektive der Studierenden den Antworten der Studierenden auf entsprechend offene Fragen zu entnehmen. Ihre studiengangbezogene Vielfältigkeit ist zu groß, um sie hier reliabel zusammenfassen zu können. Sie stehen allerdings, wortwörtlich und unredigiert wiedergegeben, in Gänze fachbereichsintern dem Studiendekan und den jeweiligen Masterkoordinatoren zur studiengangspezifischen Auswertung zur Verfügung.

3.9.2 Gestaltung und Umsetzung des Studiengangs

Fast drei Viertel – 73,6 Prozent – der Befragten sind mit der „Gestaltung und Umsetzung“ ihres Studiengangs (vollauf) zufrieden, jeder Zwanzigste ist unzufrieden, jeder Fünfte ist weder zufrieden noch unzufrieden, wie Abbildung 3.9 dokumentiert. Diese Zahlen entsprechen fast genau denen der Erhebungsjahre 2011 bis 2014.

²⁶ Wegen der in Fußnote 25, S. 60 angeführten Operationalisierungsmodifikation bei der „Kontakt & Ansprech“-Aussage müssen wir uns für den Zeitvergleich auf die Jahre 2012 bis 2015 beschränken.

3 Studium

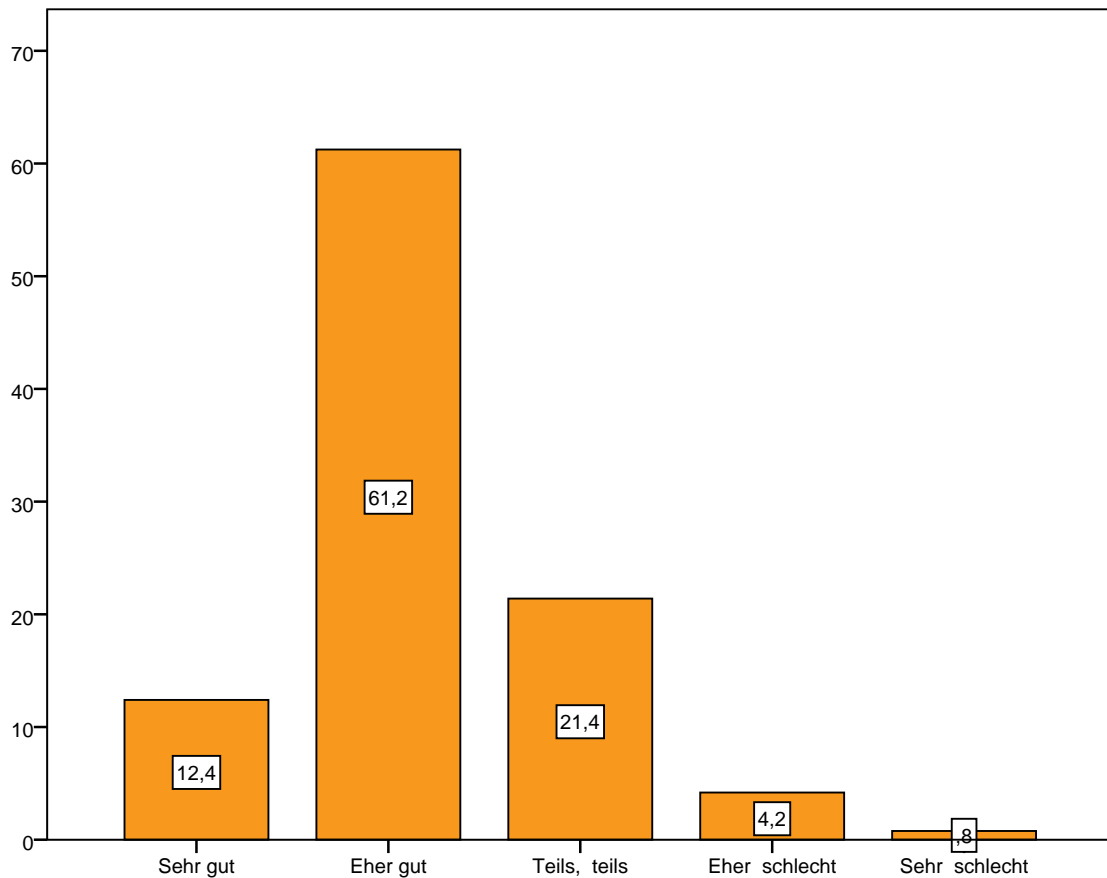


Abbildung 3.9: „Wie finden Sie die Gestaltung und Umsetzung Ihres Masterstudien- gangungs?“

Ratingskala von 1=„sehr gut“ bis 5=„sehr schlecht“

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [n=645]

Wenn auch die genannten Gesamtmittelwerte im Zeitverlauf (fast) gleich sind, ergibt sich aus Tabelle 3.32 dennoch, dass sich die Bewertung der Studiengestaltung und -umsetzung durchaus nach Studiengängen longitudinal unterscheidet: So schneidet „FACT“ in allen fünf Erhebungsjahren am besten ab, 2011 und 2013 bis 2015 dichtauf gefolgt von „Economics“. Daneben haben „Management“ 2014 und „WiPäd“ 2015 eine überdurchschnittlich gute Bewertung bekommen. Überhaupt verharren „Management“ und „SozÖk“ über den Beobachtungszeitraum auf jeweils vorderen Plätzen.

Am anderen Ende der Verteilung rangiert im gesamten Untersuchungszeitraum „IBS“. Aber auch „Marketing“ kommt in allen Erhebungsjahren durchwegs auf vergleichsweise schlechte Bewertungen. Die stärkste – positive – Veränderung der Beurteilungen ist bei „WiPäd“ zu beobachten: Hier verbessert sich der Skalenwert zwischen 2011 und 2015 von $m=2,5$ auf $m=2,0$, also um 0,5 Skalenpunkte.

Tabelle 3.32: „Wie finden Sie die Gestaltung und Umsetzung Ihres Masterstudiengangs?“ nach Studiengang im Zeitablauf [Anzahl, Mittelwert, Streuung, F-Wert]

Studiengang	Bewertung des Studiengangs																	
	2011			2012			2013			2014			2015					
	n	m	s	n	m	s	n	m	s	n	m	s	n	m	s			
A&P	13	2,5	0,8	13	2,3	0,5	23	2,1	0,5	25	2,1	0,7	31	2,3	0,7			
Economics	7	2,1	0,9	13	2,3	0,6	25	2,0	0,8	28	2,0	0,7	23	2,0	0,7			
FACT	73	2,0	0,7	92	1,9	0,6	85	1,9	0,6	91	1,9	0,5	91	1,9	0,5			
IBS	32	2,8	1,2	45	3,0	1,1	39	2,7	1,0	46	2,9	1,1	26	2,5	0,9			
IIS	22	2,4	1,0	25	2,5	1,0	34	2,2	0,8	23	2,5	0,7	25	2,1	0,7			
Management	54	2,2	0,7	64	2,2	0,7	58	2,1	0,7	56	2,0	0,8	75	2,2	0,8			
Marketing	43	2,6	0,9	67	2,6	0,8	56	2,6	1,0	65	2,4	0,9	61	2,5	0,8			
SozÖk	19	2,2	0,4	41	2,4	0,7	48	2,2	0,7	59	2,2	0,6	44	2,1	0,6			
WiPäd	74	2,5	0,9	99	2,2	0,8	93	2,2	0,8	94	2,1	0,6	88	2,0	0,7			
Wing	n.e.	–	–	55	2,4	0,8	120	2,3	0,7	144	2,3	0,7	170	2,3	0,7			
insgesamt	337	2,3	0,9	514	2,3	0,8	581	2,2	0,8	631	2,2	0,8	645	2,2	0,7			

Ratingskala von 1=„sehr gut“ bis 5=„sehr schlecht“

F=3,6^{***} (2011); F=8,8^{***} (2012); F=4,7^{***} (2013); F=8,9^{***} (2014); F=5,9^{***} (2015)

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

3 Studium

Studentinnen und Studenten sind sich in ihrem Urteil über die Gestaltung und Umsetzung ihres Studiengangs völlig einig: Beide weisen einen Mittelwert von $m=2,2$ ($s=0,7$) auf.

Wenn wir die generelle Frage nach der Bewertung der Gestaltung und Umsetzung der Masterstudiengänge des FB Wirtschaftswissenschaften konkretisieren und den Studierenden einige Bewertungskriterien vorlegen, resultiert daraus die in Abbildung 3.10 wiedergegebene Rangreihe.

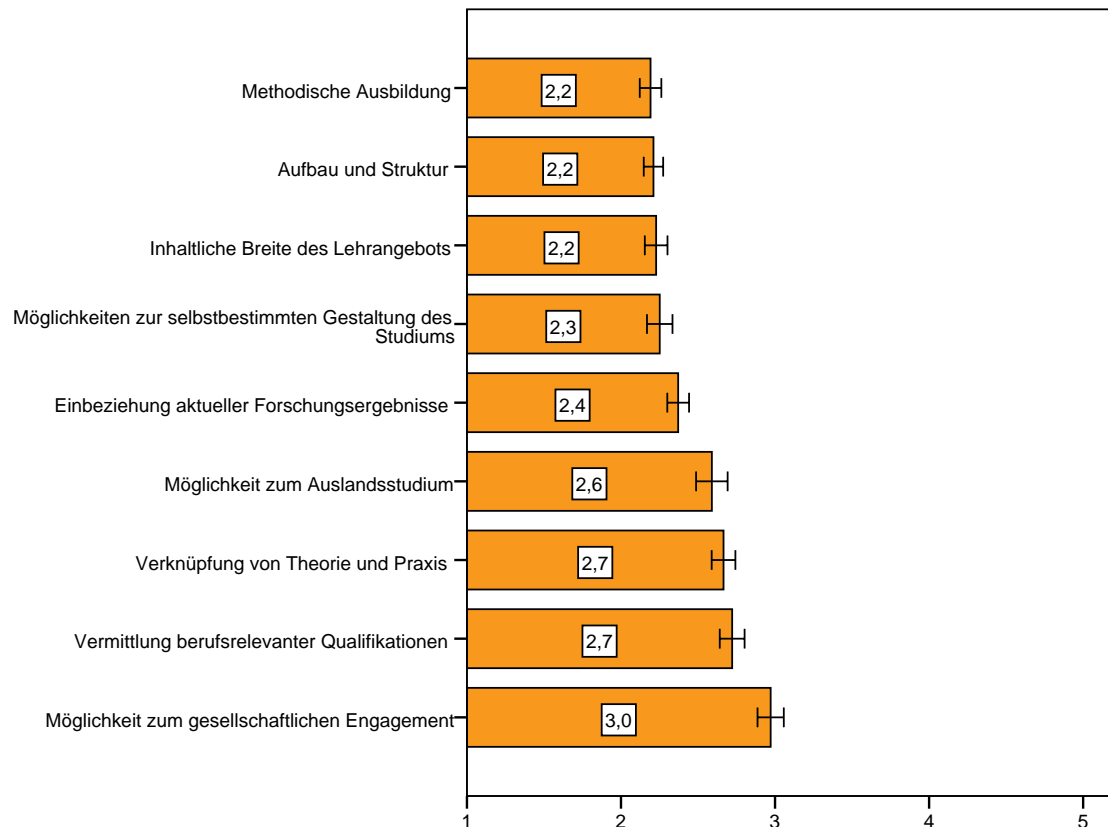


Abbildung 3.10: „Wie würden Sie Ihren Masterstudiengang bezüglich der folgenden Kriterien beurteilen?“ [Mittelwert, Streuung]

Ratingskalen von 1=„sehr gut“ bis 5=„sehr schlecht“

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [n variabel zwischen $n=495$ („Auslandsstudium“) und $n=653$ („inhaltliche Breite“)]

Insgesamt ergibt sich ein Bild, das zwischen „gut“ und „befriedigend“ variiert. Die Rangreihe stimmt weitgehend mit jenen überein, die sich in den Jahren zuvor ergeben hatten. Allerdings: Das Kriterium „Möglichkeiten zur selbstbestimmten Gestaltung des Studiums“ hat sich sukzessive von $m=3,0$ auf $m=2,3$ verbessert.

3 Studium

Wenn wir wieder den „Geschlechtszugehörigkeitseffekt“ ins Spiel bringen und untersuchen, ob Studentinnen und Studenten sich bezüglich der Beurteilung der neun Kriterien unterscheiden, landen wir drei Treffer: Frauen schätzen „Aufbau & Struktur“, die „Einbeziehung aktueller Forschungsergebnisse“ und die „Methodische Ausbildung“ am FB Wirtschaftswissenschaften statistisch signifikant schlechter ein als Männer.²⁷

Kontrollieren wir, ob ein Studiengangseffekt bei der Bewertung der ausgewählten Kriterien zu beobachten ist, können wir an den F-Testergebnissen in Tabelle 3.33 erkennen, dass sich die studentische Beurteilung von acht der neun Kriterien statistisch höchst signifikant in Abhängigkeit vom jeweils studierten Studiengang unterscheidet, u. z. am stärksten hinsichtlich der „Vermittlung berufsrelevanter Qualifikationen“,²⁸ der „Methodischen Ausbildung“²⁹ und bezüglich „Verknüpfung von Theorie & Praxis“.³⁰ Am geringsten differenziert das Item „Möglichkeiten zum gesellschaftlichen Engagement“.³¹

Tabelle 3.33 informiert ansonsten darüber, wie die Studiengänge bezüglich der jeweiligen Kriterien von den Studierenden bewertet werden. Dass die Studierenden sehr gut diesbezüglich zu differenzieren wissen, können wir beispielsweise an „A&P“ ablesen: „A&P“ rangiert auf den besten Plätzen bei der Beurteilung der „Methodischen Ausbildung“ und der „Einbeziehung aktueller Forschungsergebnisse“ und zugleich auf den schlechtesten Plätzen hinsichtlich der Bewertung der „Möglichkeiten zur selbstbestimmten Gestaltung des Studiums“ und der „Möglichkeiten zum gesellschaftlichen Engagement“ sowie der „Verknüpfung von Theorie & Praxis“. „IBS“ wird in fünf Kategorien am schlechtesten beurteilt, in einer, nämlich der „Möglichkeiten zum Auslandsstudium“, auch am besten.

²⁷ „Aufbau & Struktur“: $T=2,1^*$; „akt. Forschungsergebnisse“: $T=2,5^*$; „methodische Ausbildung“: $T=4,0^*$.

²⁸ $F=17,9^{***}$.

²⁹ $F=14,7^{***}$.

³⁰ $F=13,8^{***}$.

³¹ $F=2,4^{**}$.

Tabelle 3.33: Studiengangbewertung im Detail nach Studiengang [m, F]

Studiengang Kriterien	A&P m	Economics m	FACT m	IBS m	IIS m	Management m	Marketing m	SozÖk m	WiPäd m	Wing m	insgesamt F
Methodische Ausbildung	1,4	1,7	2,2	2,6	2,5	2,5	2,2	1,7	1,8	2,6	14,7***
Aufbau und Struktur	2,4	1,9	1,9	2,4	2,2	2,2	2,3	2,3	2,0	2,5	4,7***
Inhaltliche Breite des Lehrangebots	2,5	2,4	1,7	2,8	2,2	2,1	2,7	1,9	2,4	2,2	7,4***
Einbeziehung aktueller Forschungsergebnisse	1,6	1,8	2,6	2,5	2,5	2,5	2,3	1,8	2,4	2,6	8,2***
Vermittlung berufsrelevanter Qualifikationen	3,0	2,7	2,4	3,3	2,8	3,0	3,1	2,9	1,8	3,0	17,9***
Verknüpfung von Theorie und Praxis	3,1	3,0	2,5	3,1	2,4	2,8	2,9	2,9	1,8	2,9	13,8***
Möglichkeiten zur selbstbestimmten Gestaltung des Studiums	2,9	2,0	1,7	2,9	2,5	2,1	2,2	2,0	2,9	2,1	10,5***
Möglichkeiten zum Auslandsstudium	2,5	2,2	3,0	2,0	1,6	2,5	2,2	3,4	2,8	2,7	8,0***
Möglichkeiten zum gesellschaftlichen Engagement	3,3	3,2	2,9	2,8	2,9	3,1	3,0	2,7	2,6	3,1	24,4*
Insgesamt (n)	31	23	89	26	25	76	61	44	99	176	650

Ratingskalen von 1=„sehr gut“ bis 5=„sehr schlecht“
 Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5. – 15.7.2015

3.9.3 Summarische Studienzufriedenheit

Wie bei der Beurteilung von „Aufbau & Gestaltung“ der Masterstudiengänge sind ebenfalls knapp drei Viertel (73,8 Prozent) der Masterstudierenden am FB Wirtschaftswissenschaften mit ihrem Studium (völlig) zufrieden. Ein Zehntel kann sich weder zu einem positiven noch zu einem negativen Urteil durchringen. Wirklich unzufrieden sind 15,9 Prozent der Befragten, wie Abbildung 3.11 belegt.

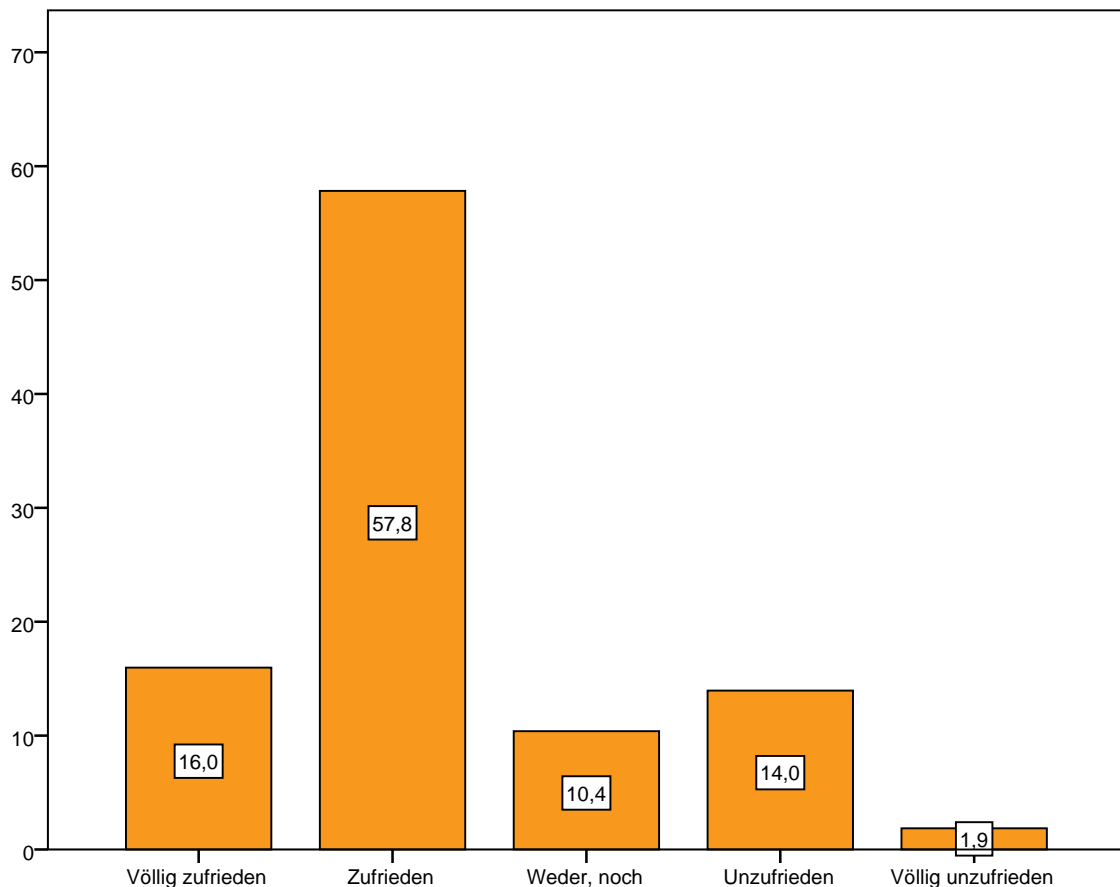


Abbildung 3.11: „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Studium?“

Ratingskala von 1=„völlig zufrieden“ bis 5=„völlig unzufrieden“

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015 [n=645]

Die hier zu beobachtende Verteilung entspricht im Großen und Ganzen weitgehend jener aus den Vorjahren. Die Mittelwerte sind in allen Erhebungsjahren identisch und liegen bei $m=2,3$. Dennoch sind in Tabelle 3.34 kleine prozentuale Unterschiede in der geäußerten Studienzufriedenheit erkennbar, die jedoch im Zeitverlauf nicht gänzlich einem Trend folgen.

3 Studium

Tabelle 3.34: „Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Studium?“ im Zeitverlauf [Zeilenprozent]

Erhebungsjahr	(Un-) Zufriedenheitsgrad nach Erhebungsjahr					insgesamt	
	völlig zufrieden	zufrieden	weder/ noch	unzufrieden	völlig unzufrieden	%	n
2011	14,0	57,6	14,3	10,7	3,3	99,9	335
2012	13,6	55,9	16,3	12,8	1,4	100,0	515
2013	14,9	59,2	12,3	11,2	2,4	100,0	578
2014	15,5	57,9	11,8	13,2	1,6	100,0	627
2015	16,0	57,8	10,4	14,0	1,9	100,1	686

Ratingskalen von 1=„völlig zufrieden“ bis 5=„völlig unzufrieden“
 Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Mit diesem Querschnittsresultat korrespondiert das Ergebnis der entsprechenden Panelanalyse: Über die Zeit hinweg changiert die individuell empfundene summarische Zufriedenheit mit dem Studium nur geringfügig, wie Tabelle 3.35 dokumentiert.

Tabelle 3.35: Zufriedenheit mit dem Masterstudium am FB Wirtschaftswissenschaften: Panelanalyseergebnisse [Mittelwerte, Streuungen, Anzahl, Signifikanztest]

Kohorte	Zyklus	m	s	n	$\chi^2 T$
Masterkohorte 2012/13	1. Befragungszyklus: 2013	2,2	0,9	47	
Masterkohorte 2012/13	2. Befragungszyklus: 2014	2,2	1,0	47	
Masterkohorte 2012/13	3. Befragungszyklus: 2015	2,0	0,8	47	
Friedman-Test					0,5 ^{n.s.}
Masterkohorte 2013/14	1. Befragungszyklus: 2014	2,2	1,0	208	
Masterkohorte 2013/14	2. Befragungszyklus: 2015	2,2	1,0	208	
T-Test _{gepaart}					0,7 ^{n.s.}
Masterkohorte 2014/15	1. Befragungszyklus: 2015	2,3	1,0	645	

Ratingskalen von 1 = „völlig zufrieden“ bis 5 = „völlig unzufrieden“
 Quellen: WiWi-Masterumfragen 2013 – 2015; Feldzeiten vom 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Studentinnen und Studenten weisen in allen Jahren denselben Mittelwert auf und sind demnach gleichermaßen zufrieden mit ihrem Masterstudium.

In Tabelle 3.36 sind die summarischen Studienzufriedenheitswerte nach Studiengängen im Zeitverlauf zu finden.

Der geringe und erstmals nicht signifikante F-Wert spricht dafür, dass Varianz zwischen den Studiengängen hinsichtlich der summarischen Zufriedenheit ihrer Studierenden 2015 weiter zugunsten einer „Harmonisierung“ der studiengangspezifischen Zufriedenheit abgenommen hat. Eine über die Zeit richtungsstabile Verbesserung oder Verschlechterung der gemessenen Studienzufriedenheit ist bei keinem Studiengang zu verzeichnen.

3 *Studium*

Spitzenratings erhält über die Jahre hinweg insbesondere „FACT“, aber auch „Management“ ist positiv zu erwähnen. Vergleichsweise schlechte Ratings erhält durchwegs „IBS“.

Tabelle 3.36: „Alles in allem: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Studium?“ nach Studiengang im Zeitverlauf [Anzahl, Mittelwert, Streuung, F-Wert]

nach Studiengang	summarische Zufriedenheit														
	2011			2012			2013			2014			2015		
	n	m	s	n	m	s	n	m	s	n	m	s	n	m	s
A&P	13	2,6	1,0	13	2,1	0,6	23	2,4	0,7	25	2,3	0,9	30	2,3	0,9
Economics	7	2,4	1,1	13	2,6	1,0	25	2,1	0,9	28	2,3	1,3	23	2,2	0,9
FACT	72	2,1	0,9	91	2,0	0,8	83	2,3	1,0	89	2,0	0,8	90	2,1	0,9
IBS	32	2,8	1,2	45	2,9	1,0	39	2,6	1,0	45	2,7	1,1	26	2,4	1,1
IIS	22	2,1	0,8	25	2,3	0,9	34	2,2	1,0	21	2,5	1,0	25	2,4	1,1
Management	54	2,1	0,7	64	2,3	0,9	58	2,1	0,9	56	2,3	1,0	76	2,3	0,9
Marketing	43	2,6	1,1	67	2,6	0,9	56	2,7	1,1	65	2,4	1,0	61	2,5	0,9
SozÖk	19	2,3	0,7	41	2,3	0,9	48	2,2	0,9	59	2,3	0,9	44	2,4	0,9
WiPäd	73	2,3	0,9	100	2,3	0,9	92	2,2	0,9	93	2,2	0,8	98	2,1	1,0
Wing	n. e.	–	–	56	2,1	0,8	120	2,2	0,8	146	2,3	0,9	172	2,3	1,0
insgesamt	335	2,3	1,0	515	2,3	0,9	578	2,3	0,9	627	2,3	0,9	645	2,3	1,0

Ratingskala von 1=„völlig zufrieden“ bis 5=„völlig unzufrieden“

F=2,8^{**} (2011); F=4,5^{***} (2012); F=2,6^{**} (2013); F=2,1^{*} (2014); F=1,3^{n. s.} (2015)

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

3 Studium

Die Ergebnisse der Panelanalyse für die zehn Masterstudiengänge im Zweijahresvergleich fördern zwiespältige Befunde zutage.³² So erhöht sich auf der einen Seite die summarische Studienzufriedenheit auf individueller Ebene zwischen 2014 und 2015 in sechs Studiengängen, wenn auch nur geringfügig und statistisch nicht signifikant: „FACT“ von $m=2,3$ auf $2,1$, „IBS“ von $m=2,5$ auf $2,0$, „IIS“ von $m=3,3$ auf $3,0$, „Management“ von $m=2,1$ auf $2,2$, „WiPäd“ von $m=2,2$ auf $2,0$ und „Wing“ von $m=2,4$ auf $2,2$. Auf der anderen Seite verringert sich die individuelle summarische Zufriedenheit in vier Studiengängen, u. z. bei „A&P“ von $m=1,9$ auf $2,2$, „Economics“ von $m=1,3$ auf $1,8$, „Marketing“ von $m=2,1$ auf $2,3$ und „SozÖk“ von $m=2,1$ auf $2,4$, wobei die Abweichung bei „Economics“ statistisch signifikant ist.³³

Wie es um die summarische Studienzufriedenheit der Studierenden steht, geht auch aus ihren Antworten auf die letzte Frage im Onlinefragebogen hervor. Die Frage lautete: „Zuletzt möchten wir Ihnen Raum für Vorschläge, Anregungen oder Kritik zum Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, zum Studium und zum Fragebogen geben“. Wiederum haben erfreulich viele Masterstudierende darauf geantwortet. Die wörtliche Wiedergabe dieser Anmerkungen steht fachbereichsintern dem Studiendekan und den jeweiligen Studiengangkoordinatoren zur Auswertung zur Verfügung.

3.9.4 Wiederwahl des Studiengangs

Wir haben, quasi zur Kreuzvalidierung der Zufriedenheit mit „Aufbau & Struktur“ der Studiengänge und der „summarischen“ Studienzufriedenheit, zwei weitere Operationalisierungen zur Messung der Studienzufriedenheit eingesetzt und den Studierenden auch 2015 Fragen nach der Wiederwahl und nach der Weiterempfehlung ihres jeweiligen Studiengangs gestellt.

Tabelle 3.37 zeigt zunächst, dass rund drei Viertel der Befragten ihren Studiengang hier am FB Wirtschaftswissenschaften noch einmal wählen würden, u. z. ohne jegliche Einschränkung, wären sie denn vor die Wahl gestellt.

Tabelle 3.37: „Wenn Sie noch einmal vor der Entscheidung stünden, einen Master zu beginnen: Würden Sie den von Ihnen gewählten Master noch einmal wählen?“

Masterwiederwahlentscheidung	n	%
ja, denselben Master hier am FB WiWi	464	73,3
ja, aber nicht mehr hier am FB WiWi, sondern an einer anderen Fakultät der FAU	4	0,6
ja, aber nicht mehr hier am FB WiWi, sondern an einer anderen Universität	66	10,4
nein, aber einen anderen Master hier am FB WiWi	25	3,9
nein, ich würde auf keinen Fall überhaupt noch einmal ein Masterstudium beginnen	4	0,6
ich weiß es nicht	70	11,1
insgesamt	633	99,9

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

³² Eine Einbeziehung des Jahres 2013 macht aus den in Fußnote 3.9.1, S. 63, genannten Gründen erneut keinen Sinn.

³³ $T_{\text{gepaart}}=2,5^*$.

3 Studium

Rund jeder zehnte Studierende würde zwar denselben Studiengang noch einmal wählen, das Studium aber nicht hier am FB Wirtschaftswissenschaften in Nürnberg absolvieren wollen. Bei diesen insgesamt $n=70$ Studierenden handelt es sich um die problematischen Fälle, die zwar offenbar inhaltlich das für sie richtige Fach gefunden haben, aber offensichtlich mit der Studiensituation in ihrem Studiengang am FB Wirtschaftswissenschaften wohl doch nicht so ganz zurechtkommen. Gut ein weiteres Zehntel ist mit sich uneinig, wie es zu einer potenziellen Wiederwahl ihres Studienganges steht.

Ziehen wir die Ergebnisse einer Panelanalyse zur Beantwortung der Frage heran, ob, und wenn ja, inwieweit die Bereitschaft zu einer potenziellen Wiederwahl des ausgewählten Studiengangs im Zeitverlauf konstant bleibt oder sich verändert,³⁴ belegt Tabelle 3.38, dass neun von zehn der Masterstudierenden ihren Studiengang angesichts der in den beiden Jahren gemachten Erfahrungen noch einmal am FB Wirtschaftswissenschaften beginnen würden. Etwas anders sieht es bei denjenigen Studierenden aus, die 2014 angegeben hatten, sie würden, falls sie vor die Wahl gestellt wären, zwar ihren Studiengang noch einmal wählen, als Studienort dafür jedoch nicht den FB Wirtschaftswissenschaften selektieren: Von diesen $n=17$ hat sich fast jeder Vierte – 23,5 Prozent – eines anderen / „besseren“ belehrt und würde sich 2015 nun doch für den eigenen – $n=4$ – oder einen anderen Studiengang – $n=1$ oder 5,9 Prozent – am FB Wirtschaftswissenschaften immatrikulieren. 70,6 Prozent vertreten ihre 2014 diesbezüglich geäußerte Entscheidung allerdings auch 2015.³⁵

Tabelle 3.38: Wiederwahl des Studiengangs: Panelanalyseergebnisse [Anzahl, SPALTENprozent]

Wiederwahl 2015	Wiederwahl 2014							
	ja, am FB WiWi		ja, aber woanders		nein, anderen MA am FB WiWi		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%	n	%
ja, denselben Master am FB WiWi	134	89,9	4	23,5	0	0,0	138	81,2
ja, aber nicht am FB WiWi	9	6,0	12	70,6	0	0,0	21	12,4
nein, aber einen anderen MA am FB WiWi	6	4,0	1	5,9	4	100,0	11	6,5
insgesamt	149	99,9	17	100,0	4	100,0	170	100,1

$V=.59$ ***; McNemar-Bowker-Test=8,9 ***

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2013 – 2015; Feldzeiten vom 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Studentinnen und Studenten optieren im Hinblick auf eine potenzielle Wiederwahl ihres Studiengangs 2015 sehr ähnlich: Unter den befragten Studenten würden 76,1 Prozent ihren Studiengang wiederwählen, unter den Studentinnen „nur“ 70,0 Prozent.³⁶

³⁴ Wegen der ansonsten zu geringen Fallzahl im Drei-Jahresvergleich können wir für die Panelanalyse lediglich die Erhebungsjahre 2014 und 2015 betrachten.

³⁵ Die beiden anderen Kategorien: Studium an einen anderen Fakultät der FAU Erlangen-Nürnberg beginnen bzw. ganz auf ein Studium verzichten zu wollen, wurden 2015 von keinem der involvierten Masterstudierenden gewählt.

³⁶ $\Phi=.06$ n. s. .

3 Studium

Wie die Wiederwahl in Abhängigkeit vom Studiengang und Zeitverlauf auf Querschnittsebene variiert, gibt Tabelle 3.39 wieder.

Es zeigt sich, dass, was eine potenzielle Wiederwahl des Studiengangs betrifft, in allen fünf Erhebungsjahren zwei Studiengänge die Spitzengruppe bilden, nämlich „FACT“ und „WiPäd“. Eine durchgehend überdurchschnittlich starke Wiederwahlempfehlung erfährt auch „Wing“.

„A&P“, „Economics“, „IBS“ und „IIS“ dagegen liegen diesbezüglich in allen fünf Erhebungsjahren unterhalb der prozentualen durchschnittlichen Zustimmung zur Wiederwahl ihres Studiengangs. 2015 ist allerdings, mit Ausnahme von „IBS“, für die Letztgenannten ein relativ erfolgreiches Jahr, was ihre potenzielle studentische Wiederwahl betrifft.

Tabelle 3.39: „Wenn Sie noch einmal vor der Entscheidung stünden, einen Master zu beginnen: Würden Sie den von Ihnen gewählten Master noch einmal wählen?“ nach Studiengang im Zeitverlauf [Zeilenprozent]

Studiengang	Masterstudiengangwiederwahl														
	2011			2012			2013			2014			2015		
	ja	nein/w.n.	n	ja	nein/w.n.	n	ja	nein/w.n.	n	ja	nein/w.n.	n	ja	nein/w.n.	n
A&P	46,2	53,8	13	53,8	46,2	13	56,5	43,5	23	52,0	48,0	25	70,0	30,0	30
Economics	42,9	57,1	7	38,5	61,5	13	64,0	36,0	25	53,6	46,4	28	65,2	34,8	23
FACT	73,6	26,4	72	76,9	23,1	91	75,9	24,1	83	87,6	12,4	89	82,2	17,8	90
IBS	46,9	53,1	32	35,6	64,4	45	46,2	53,8	39	28,9	71,1	45	42,3	57,7	26
IIS	54,5	45,5	22	50,0	50,0	26	67,6	32,4	34	54,5	45,5	22	64,0	36,0	25
Management	68,5	31,5	54	60,9	39,1	64	69,0	31,0	58	73,2	26,8	56	65,8	34,2	76
Marketing	58,1	41,9	43	53,7	46,3	67	60,7	39,3	56	60,0	40,0	65	59,0	41,0	61
SozÖk	68,4	31,6	19	61,0	39,0	41	56,3	43,8	48	64,4	35,6	59	75,0	25,0	44
WiPäd	71,6	28,4	74	76,0	24,0	100	83,7	16,3	92	77,4	22,6	93	92,9	7,1	98
Wing	n.e.	–	–	71,4	28,6	56	73,5	26,5	117	73,2	26,8	142	73,1	26,9	160
insgesamt	64,6	35,4	336	63,4	36,6	516	69,0	31,0	575	68,1	31,9	624	73,3	26,7	633

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

3.9.5 Weiterempfehlung des Studiengangs

Die vierte Operationalisierung der allgemeinen Studienzufriedenheit beinhaltet die Frage, ob man seinen eigenen Studiengang einer guten Freundin oder einem guten Freund weiterempfehlen würde.

Tabelle 3.40: „Würden Sie Ihren Masterstudiengang einem/r guten Freund/in weiterempfehlen?“

Masterstudiengangweiterempfehlung	n	%
ja, auf jeden Fall	287	44,5
ja, mit Einschränkung	337	52,2
nein, auf keinen Fall	21	3,3
insgesamt	645	100,0

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Demnach sind mehr zwei Fünftel unserer Studierenden so sehr von ihrem Studiengang überzeugt, dass sie ihn ohne jegliche Einschränkung weiterempfehlen würden. Etwas mehr als die Hälfte ist offenbar von ihrem Studiengang ebenfalls angetan, jedoch nicht in dem Maße, dass sie ihn vorbehaltlos weiterempfehlen würde. Jeder zweiundzwanzigste Befragte ist jedoch vom gewählten Studiengang dermaßen enttäuscht, dass er ihn auf keinen Fall weiterempfehlen würde.

Die Ergebnisse der Panelanalyse in Tabelle 3.41 zeigen einerseits, dass zwei Drittel derjenigen Studierenden, die 2014 ihren Masterstudiengang „auf jeden Fall“ weiterempfohlen hätten, dies auch 2015 täten; ein Drittel würde sich aufgrund der zwischenzeitlich gemachten Erfahrungen 2015 allerdings nur zu einer eingeschränkten Weiterempfehlung entschließen. Andererseits würde sich ein Viertel jener Befragten, die 2014 ihren Studiengang nur „mit Einschränkung“ weiterempfohlen hätten, nun umorientieren und ihren Studiengang 2015 „auf jeden Fall“ weiterempfehlen.

Tabelle 3.41: Weiterempfehlung des Studiengangs: Panelanalyseergebnisse [Anzahl, SPALTENprozente]

Weiterempfehlung 2015	Weiterempfehlung 2014						insgesamt	
	auf jeden Fall		mit Einschränkung		auf keinen Fall		n	%
	n	%	n	%	n	%		
auf jeden Fall	68	67,3	26	25,0	0	0,0	94	45,0
mit Einschränkung	33	32,7	75	72,1	1	25,0	109	52,2
auf keinen Fall	0	0,0	3	2,9	3	75,0	6	2,9
insgesamt	101	100,0	104	100,0	4	100,0	209	100,0

$V=,52^{***}$; McNemar-Bowker-Test=1,8^{n.s.}

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2013 – 2015; Feldzeiten vom 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

3 Studium

Unter den $n=4$ Studierenden, die 2014 ihren Studiengang „auf keinen Fall“ weiterempfohlen hätten, beharren $n=3$ auch 2015 auf diesem Urteil. Ein Studierender würde nun seinen Studiengang weiterempfehlen, wenn auch „mit Einschränkung“.

Masterstudentinnen und -studenten unterscheiden sich nur marginal im Hinblick auf die Weiterempfehlung ihres Studiengangs an gute Freunde.

Nach Zeit und Studiengängen aufgeschlüsselt, ergibt sich die in Tabelle 3.42 wiedergegebene Verteilung.³⁷

Wenn wir uns auf die „Weiterempfehlung ohne Einschränkung“ beschränken, schneidet „FACT“ auch bezüglich der Studiengangweiterempfehlung am besten ab, u. z. in allen Erhebungsjahren. Die diesbezügliche Wertschätzung für „IIS“ nimmt im Untersuchungszeitraum kontinuierlich ab. „IBS“ schneidet in allen Jahren, dabei 2014 mit großem Abstand zu den anderen Studiengängen, jedenfalls, was die völlige Ablehnung einer Weiterempfehlung anbelangt, schlecht ab. Insgesamt sind sowohl z. T. erhebliche Schwankungen als auch Verharrungen bei den zwischen 2011 bis 2015 erhobenen Weiterempfehlungsurteilen zu verzeichnen.

Die von den entsprechenden Befragten genannten Gründe dafür, den eigenen Studiengang nicht weiterempfehlen bzw. ihn nicht noch einmal wählen zu wollen, werden zur Auswertung wortwörtlich an die Studiengangskordinatoren weitergegeben.

³⁷ Für 2015 ergibt sich $V=.28^{***}$.

Tabelle 3.42: „Würden Sie Ihren Masterstudiengang einem/r guten Freund/in weiterempfehlen?“ nach Studiengang im Zeitverlauf [Zeilenprozente]

nach Studiengang	Masterstudiengangweiterempfehlung																			
	2011			2012			2013			2014			2015							
	ja	teils	nein	n	ja	teils	nein	n	ja	teils	nein	n	ja	teils	nein	n				
A&P	7,7	69,2	23,1	13	7,7	92,3	0,0	13	8,7	91,3	0,0	23	40,0	60,0	0,0	25	10,0	90,0	0,0	30
Economics	42,9	42,9	14,3	7	7,7	92,3	0,0	13	48,0	52,0	0,0	25	46,4	50,0	3,6	28	30,4	69,6	0,0	23
FACT	55,6	44,4	0,0	72	64,8	34,1	1,1	91	59,0	38,6	2,4	83	64,0	36,0	0,0	89	61,1	38,9	0,0	90
IBS	31,3	53,1	15,6	32	11,1	60,0	28,9	45	10,3	79,5	10,3	39	24,4	48,9	26,7	45	26,9	61,5	11,5	26
IIS	50,0	45,5	4,5	22	30,8	61,5	7,7	26	29,4	67,6	2,9	34	18,2	72,7	9,1	22	40,0	52,0	8,0	25
Management	42,6	57,4	0,0	54	39,1	60,9	0,0	64	46,6	48,3	5,2	58	48,2	48,2	3,6	56	48,7	48,7	2,6	76
Marketing	34,9	55,8	9,3	43	10,4	80,6	9,0	67	28,6	60,7	10,7	56	29,2	63,1	7,7	65	24,6	60,7	14,8	61
SozOk	52,6	47,4	0,0	19	31,7	61,0	7,3	41	29,2	66,7	4,2	48	30,5	67,8	1,7	59	29,5	68,2	2,3	44
WiPäd	51,4	44,6	4,1	74	46,0	52,0	2,0	100	51,1	45,7	3,3	92	50,5	47,3	2,2	93	69,4	30,6	0,0	98
W'ng	n.e.	-	-	-	48,2	50,0	1,8	56	48,3	50,0	1,7	120	50,0	47,3	2,7	146	41,9	55,8	2,3	172
insg. (%)	44,9	50,0	5,1	100,0	37,2	57,4	5,4	100,0	41,3	54,7	4,0	100,0	44,4	51,0	4,6	100,0	44,5	52,2	3,3	100,0
insg. (n)	151	168	17	336	192	296	28	516	239	316	23	578	279	320	29	628	287	337	21	645

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

3.9.6 Exkurs: Interkorrelation der Studienzufriedenheitsindikatoren

Es ist bereits darauf hingewiesen worden, dass wir vier verschiedene, Indikatoren zur Messung der (allgemeinen) Studienzufriedenheit verwendet haben: Die Bewertung der Gestaltung und Umsetzung des Studiengangs – S. 64 ff. –, die summarische Studienzufriedenheit – S. 70 ff. –, die Studiengangwiederwahl – S. 74 ff. – und die Studiengangweiterempfehlung – S. 78 ff.

In Tabelle 3.43 sind die Interkorrelationskoeffizienten der vier verschiedenen Indikatoren abgetragen. An den Werten und der statistischen Signifikanz der Koeffizienten ist zwar einerseits zu erkennen, dass sie miteinander zusammenhängen; die Höhe der Koeffizienten ist aber andererseits zu gering, um zukünftig auf den einen oder anderen Indikator verzichten zu können: Um das rechtfertigen zu können, sollten bivariate Korrelationen wenigstens Werte $>.70$ annehmen.³⁸

Tabelle 3.43: Studienzufriedenheit: Korrelation der Studienzufriedenheitsindikatoren [Kendall's Tau_b, Cramer's V]

Studiengang	Studienzufriedenheitsindikatoren			
	Studiengang- bewertung	summarische Studien- zufriedenheit	Studiengang- wiederwahl	Studiengang- weiter- empfehlung
Studiengangbewertung	—	.50	.30	.48
summarische Studienzufriedenheit	.50	—	.26	.45
Studiengangwiederwahl	.30	.26	—	.36
Studiengangweiterempfehlung	.48	.45	.36	—

kursiv: Cramer's V. Für alle Korrelationskoeffizienten gilt: $p < .001$

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

3.9.7 Chancengleichheit und Geschlechtergerechtigkeit

Wie bereits bei der summarischen Studienzufriedenheit beobachtet, unterscheiden sich Masterstudentinnen und -studenten auch nicht im Hinblick auf die in ihrem Masterstudium wahrgenommene oder erfahrene „Chancengleichheit“ und „Geschlechtergerechtigkeit“. Mehr als neun von zehn Studentinnen wie Studenten stimmen der Aussage zu: „Ich hatte nie das Gefühl, dass es hinsichtlich Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit im Masterstudium etwas zu kritisieren gibt“ (vgl. Tabelle 3.44).

³⁸ Alle abgetragenen Koeffizientenwerte ähneln jenen aus den Vorjahren.

3 Studium

Tabelle 3.44: „Ich hatte nie das Gefühl, dass es hinsichtlich Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit im Masterstudium etwas zu kritisieren gibt“ nach Geschlechtszugehörigkeit

Geschlechtszugehörigkeit Antwortkategorien	männlich		weiblich		insgesamt	
	n	%	n	%	n	%
trifft voll und ganz zu	236	76,6	247	75,3	483	75,9
trifft eher zu	49	15,9	55	16,8	104	16,4
teils, teils	13	4,2	13	4,0	26	4,1
trifft eher nicht zu	4	1,3	8	2,4	12	1,9
trifft überhaupt nicht zu	6	1,9	5	1,5	11	1,7
insgesamt	308	99,9	328	100,0	636	100,0

V=.05 ^{n.s.}

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Wenden wir uns auch hinsichtlich der wahrgenommenen Chancengleichheit und Geschlechtergerechtigkeit etwaigen Unterschieden in Abhängigkeit vom jeweils studierten Fach zu, zeigt Tabelle 3.45, dass wiederum zwar keine statistisch signifikanten Differenzen, dennoch nennenswerte prozentuale Abweichungen in der Zustimmung oder Ablehnung der Aussage „Ich hatte nie das Gefühl, dass es hinsichtlich Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit im Masterstudium etwas zu kritisieren gibt“ zu beobachten sind. So variiert die totale Zustimmung zur Aussage bei einem Durchschnittsanteil von 73,2 Prozent zwischen 85,7 Prozent („SozÖk“) auf der einen und 57,7 Prozent („IBS“) auf der anderen Seite. Addieren wir die Anteilswerte für die totale und die abgeschwächte Zustimmung zum o. a. Item ergibt sich bei fast allen Studiengängen ein Wert > 90 Prozent – nur bei „IBS“ und „Wing“ ist ein Wert knapp < 90 Prozent zu verzeichnen. Hinweisenswert ist auch, dass in drei Studiengängen, u. z. „Economics“, „IIS“ und „WiPäd“, niemand die negativen Kategorien „trifft eher“ und „trifft überhaupt nicht zu“ ankreuzt.

Tabelle 3.45: Chancengleichheit und Geschlechtergerechtigkeit nach Studiengang

Antwortkategorien	Masterstudiengang											insgesamt %	n
	A&P %	Economics %	FACT %	IBS %	IIS %	Management %	Marketing %	SozÖk %	WiPäd %	Wing %	insgesamt %		
trifft voll und ganz zu	71,0	82,6	78,9	57,7	69,6	77,0	75,0	85,7	79,8	73,2	73,2	483	
trifft eher zu	19,4	13,0	16,7	30,8	21,7	18,9	16,7	4,8	14,1	16,1	16,1	104	
teils, teils	6,5	4,3	1,1	3,8	8,7	1,4	3,3	4,8	6,1	4,8	4,8	26	
trifft eher nicht zu	3,2	0,0	2,2	3,8	0,0	1,4	3,3	4,8	0,0	1,8	1,8	12	
trifft überhaupt nicht zu	0,0	0,0	1,1	3,8	0,0	1,4	1,7	0,0	0,0	4,2	4,2	11	
insgesamt(%)	100,1	99,9	100,0	99,9	99,9	100,1	100,0	100,1	100,0	100,1	100,1	636	
insgesamt(n)	31	23	90	25	23	74	60	42	99	168	168		

V=.12^{p.s.}

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

4 Zukunft

Mehr als acht von zehn Masterstudierenden haben bereits eine ziemlich genaue Vorstellung davon, was sie nach dem jetzigen Studium anfangen wollen. Tabelle 4.1 zeigt, dass die überwiegende Mehrheit – etwa zwei Fünftel – nach dem Studium unmittelbar in die Berufstätigkeit strebt, und dass ein Siebtel vor diesem Schritt erst einmal eine Auszeit nehmen möchte. Jeder zehnte Befragte denkt an eine Promotion.

Tabelle 4.1: „Wissen Sie bereits, was Sie nach Ihrem Masterstudium machen wollen?“

Pläne	n	%
Ich möchte direkt nach dem Masterstudium das Arbeiten beginnen.	382	59,4
Ich möchte erst eine Auszeit nehmen und danach das Arbeiten beginnen.	89	13,8
Ich möchte erst einige Zeit arbeiten und danach promovieren.	27	4,2
Ich möchte direkt nach dem Masterstudium promovieren.	42	6,5
Ich möchte ein Praktikum absolvieren.	11	1,7
Sonstiger Plan	20	3,1
Ich weiss es noch nicht	72	11,2
insgesamt	686	99,9

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Zwischen Studentinnen und Studenten existieren durchaus Unterschiede im Hinblick auf die geäußerten Aktivitäten nach Beendigung des Masterstudiums.¹ Diese Unterschiede sind insbesondere bezüglich „Arbeit“ und „Promotion“ erkennbar: Studentinnen tendieren überproportional dazu, direkt nach Abschluss ihres Masterstudiums mit der Arbeit zu beginnen – 66,1 : 52,4 Prozent –, während Studenten, ebenfalls überproportional häufig, eine Promotion anstreben, wann auch immer: 13,1 : 8,5 Prozent.

Unterschiede bezüglich der geäußerten Zukunftspläne sind auch in Abhängigkeit von den jeweiligen Studiengängen zu beobachten.² Insbesondere für Studierende des Studiengangs „Economics“ ist die direkte Berufstätigkeit weniger attraktiv: Unter ihnen wollen „nur“ 26,1 Prozent unmittelbar nach dem Masterstudium berufstätig werden. Ebenso hohe Anteile fallen bei ihnen auf die Kategorien „Promotion sofort“ und „weiss nicht“. Bei der überwiegenden Zahl der Studiengänge zieht es jeweils um die 60 Prozent und mehr nach dem Studium direkt in die Berufstätigkeit.

¹ $V=.17^{**}$.

² $V=.17^{***}$.

4.1 Promotion

Unter den $n=69$ Studierenden, die überhaupt promovieren wollen, befinden sich $n=41$ oder 59,4 Prozent Männer und $n=28$ oder 40,6 Prozent Frauen.

Kontrolliert nach Studiengang, fällt auf, dass unter den Studierenden in den Studiengängen „IIS“ und „Economics“ anteilig am meisten Studierende promovieren wollen: 25,0 und 24,0 Prozent. Auf den Plätzen drei bis sechs folgen „SozÖk“ mit einem Promotionswunschanteil von 13,0 Prozent, „Management“ mit 12,8 Prozent, „FACT“ mit 12,0 Prozent und „Wing“ mit 10,2 Prozent. Von den Studierenden im Studiengang „IBS“ strebt kein einziger Befragter die Promotion an, in den übrigen drei Studiengängen beläuft sich der entsprechende Anteil jeweils auf weniger als 10 Prozent.

Tabelle 4.2: Promotionswunsch nach Studiengang

Studiengang	Promotionswunsch vorhanden		Promotionswunschanteil je Studiengang
	n	%	%
A&P	3	4,3	9,1
Economics	6	8,7	24,0
FACT	11	15,9	12,0
IBS	0	0,0	0,0
IIS	7	10,1	25,0
Management	10	14,5	12,8
Marketing	3	4,3	4,8
SozÖk	6	8,7	13,0
WiPäd	4	5,8	3,9
Wing	19	27,5	10,2
insgesamt	69	99,8	10,1

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Diejenigen $n=42$ Masterstudierenden, die direkt nach ihrem Studienabschluss mit der Promotion beginnen wollen, haben wir nach geplantem Promotionsort, -fach und etwaigem Graduiertenprogramm gefragt. Ergiebig waren die Antworten ausschließlich im Hinblick darauf, dass etwa die Hälfte – 47,6 Prozent – von ihnen hier am FB Wirtschaftswissenschaften promovieren will. Ein Viertel der potenziellen Promovenden (23,8 Prozent) weiß (noch) nicht, wo es promovieren will.

Von einer Promotion erhoffen sich neun von zehn Masterstudierenden mit entsprechender Absicht die Möglichkeit, ihr fachliches Wissen vertiefen zu können, zwei Drittel die Chance, eine wissenschaftliche Laufbahn einzuschlagen (vgl. Tabelle 4.3). Jeweils mehr als die Hälfte der Befragten spekuliert darauf, mit einer Promotion bessere Berufschancen und bessere Verdienstmöglichkeiten zu erhalten. Schließlich wollen sich $n=13$ Masterstudierende explizit die Möglichkeit einer Habilitation offen halten.

4 Zukunft

Tabelle 4.3: Promotionsgrund: „Was erhoffen Sie sich von einer Promotion?“
[Mehrfachangaben]

Promotionsgrund	n	% ^a	% ^b
Die Möglichkeit zur fachlichen Vertiefung	37	26,2	88,1
Die Möglichkeit, eine wissenschaftliche Laufbahn einzuschlagen	28	19,9	66,7
Bessere Berufschancen	23	16,3	54,8
Bessere Verdienstmöglichkeiten	22	15,6	52,4
Höheres gesellschaftliches Ansehen	18	12,8	42,9
Die Möglichkeit zur Habilitation	13	9,2	31,0
Nennungen insgesamt	141	100,0	335,7
Nennungen pro Person	3,4		

%^a: bezogen auf 141 Nennungen
 %^b: bezogen auf 42 Studierende, die direkt nach dem Masterstudium promovieren wollen

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Die Fallzahlen sind zu gering, um diesbezüglichen Unterschieden in Abhängigkeit vom Studiengang nachzugehen. Nach Geschlechtszugehörigkeit aufgeschlüsselt zeigen sich jedoch einige deutliche Unterschiede: Promovieren, um ein „höheres gesellschaftliches Ansehen“ zu erzielen – dieser Grund wird von 68,2 Prozent der Männer, aber nur von 15,0 Prozent der Frauen genannt.³ Und die Männer dominieren mit 77,3 : 25,0 Prozent ebenfalls den Grund, die Promotion zum Zwecke der vermutlich „besseren Verdienstmöglichkeiten“ anzugehen,⁴ und erhoffen sich mehr als Studentinnen dadurch „bessere Berufschancen“ zu haben.⁵ Dagegen wollen relativ mehr Frauen als Männer – 100,0 : 77,3 Prozent – wegen der „fachlichen Vertiefung“ promovieren.⁶ Hinsichtlich der verbleibenden Promotionsmotive zeigen sich keine nennenswerten und statistisch signifikanten Geschlechterdifferenzen.

4.2 Berufstätigkeit

Unter denjenigen n=382 Befragten, die direkt nach erfolgreichem Abschluss ihres Masterstudiums berufstätig sein wollen, haben 6,3 Prozent bereits einen Arbeitsvertrag vorliegen; 19,4 Prozent sind sich relativ sicher, dass ihr angestrebtes Arbeitsverhältnis auch wirklich zustande kommt. 74,3 Prozent haben noch keine Stelle in Aussicht.

Die überhaupt, nicht nur von den o. a. n=382 Befragten mit direktem Übergang in die Berufstätigkeit, angepeilten Berufsfelder streuen breit über alle Branchen, wie Tabelle 4.4 verdeutlicht.

³ Phi=.54 **.

⁴ Phi=.52 **.

⁵ Phi=.28 *.

⁶ Phi=.35 *.

4 Zukunft

Tabelle 4.4: „Wissen Sie schon, in welcher der nachfolgend aufgelisteten Sektoren / Branchen Sie gerne einmal tätig sein würden?“ [Mehrfachangaben]

Branchen	n	% ^a	% ^b
Automobilindustrie	188	15,9	39,1
Consulting / Unternehmensberatung	168	14,2	34,9
Supply Chain Management / Logistik	91	7,7	18,9
Marketing / Werbebranche	84	7,1	17,5
Personalwesen	77	6,5	16,0
Banken / Finanzen / Versicherungswesen	69	5,8	14,3
Markt- und Meinungsforschung	65	5,5	13,5
Erziehung und Unterricht	64	5,4	13,3
Elektronikindustrie	58	4,9	12,1
IT Branche / Telekommunikationsindustrie	42	3,5	8,7
Öffentlicher Dienst / Verwaltung	42	3,5	8,7
Gesundheitswesen / Medizin	41	3,5	8,5
Verkauf / Kundenberatung	33	2,8	6,9
Chemie- / Pharmaindustrie	30	2,5	6,2
Wissenschaft / Hochschullehre	27	2,3	5,6
Medien	25	2,1	5,2
Handel / Verkehr	16	1,4	3,3
Touristik	14	1,2	2,9
Sozialer Sektor	13	1,1	2,7
Bauindustrie	13	1,1	2,7
Kultursektor	11	0,9	2,3
Politik	10	0,8	2,1
Land- und Forstwirtschaft	3	0,3	0,6
Nennungen insgesamt	1.184	100,0	246,2
Nennungen pro Person	2,5		
% ^a : bezogen auf 1.184 Nennungen			
% ^b : bezogen auf 481 Studierende, die konkrete Vorstellungen geäußert haben			
Sonstiges: n=70 bzw. 5,5 Prozent			
weiss noch nicht: n=11 bzw. 0,9 Prozent			

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Im Schnitt haben die befragten Studierenden $m=2,5$ Angaben zu den von ihnen angestrebten späteren beruflichen Tätigkeitsfeldern gemacht. Dabei erweist sich die „Automobilindustrie“ mit zwei Fünftel der Nennungen als Spitzenreiter unter den präferierten Tätigkeitsbereichen. An zweiter Stelle rangiert „Consulting/Unternehmensberatung“ mit einem Drittel der Präferenzen. Knapp ein Fünftel der Mehrfachangaben fällt auf den Bereich „Supply Chain Management/Logistik“. „Marketing/Werbebranche“, „Personalwesen“, „Banken/Finanzen/Versicherungswesen“, „Markt- und Meinungsforschung“, „Erziehung und Unterricht“ und die „Elektronikindustrie“ attrahieren jeweils mehr als 10 Prozent der Befragten.

Schauen wir auch hier, ob geschlechtsspezifische Präferenzen für bestimmte Berufsfelder auszumachen sind, ist das in 11 der 23 Sektoren nicht zu erkennen. In den verbleibenden zwölf Berufsfeldern sieht das jedoch ganz anders aus: In die Sektoren „Marke-

4 Zukunft

ting/Werbebranche“, „Markt- und Meinungsforschung“, „Medien“, „Kultur“ und „Personalwesen“ streben überwiegend Studentinnen, in die Sektoren „Automobilindustrie“, „Elektronikindustrie“, „Banken“, „Consulting“ und „Supply Chain Management“ überwiegend Studenten – die geschlechtsspezifischen Zusammenhänge fallen dabei jeweils statistisch höchst signifikant aus.⁷

Zu erwarten ist selbstverständlich ebenfalls, dass die Belegung eines spezifischen Studiengangs nicht gänzlich unabhängig von Präferenzen für ein später erreichbares Berufsfeld erfolgt. Tabelle 4.5 bestätigt dies.

Besonders ausgeprägt verweist demnach der Studiengang „A&P“ auf ein bestimmtes Berufsfeld: Mehr als neun von zehn Masterstudierenden haben dort primär ein und denselben Sektor, nämlich das „Personalwesen“ für ihre spätere Berufstätigkeit im Blick. Mit jeweils rund drei Viertel an Nennungen konzentrieren sich die Studierenden von „WiPäd“ (-> „Erziehung- & Unterricht“), „Marketing“ (-> „Werbung“) und „Wing“ (-> „Automobilindustrie“) auf ein spezielles Berufsfeld.

Einige Berufsfelder finden studiengangübergreifendes Interesse. So liegt der Berufstätigkeitssektor „Consulting/Unternehmensberatung“ im Fokus von fünf Studiengängen, „Markt- und Meinungsforschung“ und „Personalwesen“ werden von Studierenden aus drei Studiengängen präferiert, „Werbung“, „Supply Chain Management“ und „Automobilindustrie“ finden Interesse bei Studierenden aus zwei Studiengängen.

⁷ Die Phi-Koeffizienten variieren zwischen $\Phi=.16$ („Kultur“, „Banken“, „Medien“) bis $\Phi=.33$ („Automobilindustrie“).

Tabelle 4.5: Präferierte Berufsfelder nach Studiengang [Mehrfachnennungen; in Prozent]

Studieng.	angestrebte Berufsfelder		n
	am häufigsten angestrebt	am zweithäufigsten angestrebt	
A&P	„Personalwesen“ 95,8	„Consulting“ 33,3	24
Economics	„Öff. Dienst.“ 60,0	„Markt- & Meinungsforschung“ 50,0	10
FACT	„Consulting“ 67,2	„Banken etc.“ 61,2	67
IBS	„Werbung“ 36,8	„Consulting“, „Supply Chain Management“ je 31,6	19
IIS	„IT“ 87,5	„Consulting“ 68,8	16
Management	„Automobilindustrie“ 46,7	„Consulting“ 46,7	60
Marketing	„Werbung“ 75,0	„Markt- & Meinungsforschung“ 50,0	56
SozÖk	„Markt- & Meinungsforschung“ 50,0	„Personalwesen“ 50,0	32
WiPäd	„Erziehung- & Unterricht“ 79,7	„Personalwesen“ 28,4	74
Wing	„Automobilindustrie“ 78,0	„Supply Chain Management“ 52,8	123

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5. – 15.7.2015

5 Resümee und Ausblick

5.1 Resümee

Die vorliegende fünfte Umfrage zum Masterstudium am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Universität Erlangen-Nürnberg ist im Vergleich zu den Vorjahresehebungen auf ein etwas geringeres Interesse der Studierenden gestoßen: Die realisierte Teilnehmerquote beträgt 31,8 Prozent, rund zwölf Prozentpunkte weniger als bei der ersten Umfrage im Jahr 2011 und rund drei Prozentpunkte weniger als in der Umfrage von 2014. Das „Involvement“ der Masterstudierenden ist dennoch beträchtlich, was sich darin zeigt, dass ein bemerkenswert großer Anteil unter ihnen sich auch 2015 die Mühe macht, „offene Fragen“ zu den Stärken und Schwächen der Studiengangsorganisation zu beantworten sowie auf die die Umfrage abschließende Bitte um Vorschläge und Anregungen sowie nach Kritik am FB Wirtschaftswissenschaften, dem Studium und dem Fragebogen mehr oder minder ausführlich zu reagieren. Diese Äußerungen dokumentieren eindringlich, was die Masterstudierenden bewegt. Sie werden im Wortlaut und unredigiert dem Studiendekan sowie den jeweiligen Studiengangkoordinatoren zur Auswertung zur Verfügung gestellt.

Resümieren wir die vorliegenden Ergebnisse, zeigt sich, dass vor allem fachliche Gesichtspunkte sowie erwartete Karriere- und Verdienstmöglichkeiten die Entscheidung der Masterstudierenden für ein wirtschafts- und sozialwissenschaftliches Studium am FB Wirtschaftswissenschaften bestimmen. Dazu kommt, dass die Masterstudierenden offensichtlich auch die Qualität der Lehre und das Lehrangebot als Auswahlkriterium bei ihrer diesbezüglichen Entscheidung berücksichtigt haben.

Mehr als zwei Fünftel der Befragten haben sich ausschließlich am FB Wirtschaftswissenschaften für einen Studienplatz beworben. Die übrigen Bewerber haben im Schnitt 3,4 weitere Hochschulen – vor allem in Bayern – kontaktiert. Die Anzahl der erhaltenen Zusagen liegt bei 1,8.

Die am Fachbereich vorgefundene Infrastruktur wird erneut überwiegend positiv bewertet. Die beste Note bekommt wiederum die Service-Theke des Regionalen Rechenzentrums in Nürnberg (IZN). Hier treffen die Studierenden offenbar auf Personen und Umstände, die ihnen das Studium wirklich erleichtern. Die im Jahr 2011 einst hervorragend beurteilte „IT-Ausstattung am Standort Lange Gasse“ wird jedoch mit jedem Erhebungsjahr schlechter bewertet. Am schlechtesten sieht die Infrastruktur des Fachbereichs weiterhin bezüglich der Möglichkeiten aus, sich als Studierende allein oder in einer Gruppe zur Arbeit zurückziehen zu können: Hier überwiegen die negativen Urteile. Was Betreuungs- und Beratungsleistungen betrifft, bildet das Sprachenzentrum in der Sicht der Masterstudierenden trotz eines verbesserten Mittelwerts noch immer das Schlusslicht. Das Prüfungsamt hat sich in der Wahrnehmung der Masterstudierenden erneut verbessert.

Fast neun von zehn Masterstudierenden kennen den Career Service des FB Wirt-

schaftswissenschaften und fast ebenso viele halten ihn für wichtig. Etwa 30 Prozent der Masterstudierenden haben bereits Serviceleistungen des Career Service in Anspruch genommen, wobei insbesondere „Workshops und Seminare“ besucht wurden. Vier Fünftel der Nutzer sind mit den angebotenen Serviceleistungen sehr zufrieden.

Wie bei der Bachelorumfrage 2015 haben wir auch bei der Masterumfrage 2015 zwei neue und identische Themenbereiche fokussiert, nämlich den „Berufs- und Praxisbezug der Lehre“ und den „Besuch englischsprachiger Lehrveranstaltungen“. Im Ergebnis geben neun von zehn Befragten an, begleitend zu ihrem Studium in Nebentätigkeiten praktische Erfahrungen gesammelt zu haben. Der „employability“ zuträglich sind zudem zahlreiche Lehrveranstaltungsformen, die die Kluft zwischen Theorie und Praxis überwindbar machen können und sollen, angefangen mit „Gastvorträgen“, von denen vier Fünftel der Masterstudierenden berichten, über „Lehrbeauftragte aus der Praxis“, die von zwei Dritteln der Befragten genannt werden, bis hin zu „Exkursionen“, die zwei Fünftel der Studierenden angeben. Was die „Steigerung des Praxisbezugs im Studium“ anbelangt, so ragen aus der Perspektive der Masterstudierenden zwei Veranstaltungsformen unter den insgesamt sieben genannten besonders hervor, nämlich die Anfertigung der „Masterarbeit mit Praxispartner“ und „Praxisbezogene Projektarbeiten“.

Knapp drei Viertel der Masterstudierenden haben im Verlauf ihres Masterstudiums bereits englischsprachige Lehrveranstaltungen besucht, u. z. im Schnitt 3,2. „IBS“-Studierende haben dabei die Nase vorn, u. z. sowohl bezüglich des Anteils an Studierenden, die überhaupt englischsprachige Veranstaltungen besucht haben, als auch hinsichtlich der durchschnittlichen Anzahl an besuchten englischsprachigen Veranstaltungen: Jeder „IBSler“ hat solche Veranstaltungen wahrgenommen – im Schnitt 5,9. Das sind mehr als drei Mal so viele wie sie die „SozÖks“ aufweisen, die am anderen Ende der entsprechenden Häufigkeitsskala stehen. Unter den Gründen, die ins Feld geführt werden, um zu erklären, warum keine oder nur wenige englischsprachige Veranstaltungen besucht werden, nimmt die Klage über ein fehlendes diesbezügliches Angebot den ersten Platz ein: Zwei Fünftel der Befragten stimmen in diese Klage ein. Ein Viertel hält seine Englischkenntnisse für nicht ausreichend, um an solchen Veranstaltungen teilnehmen zu können. Schließlich hält ein Siebtel der Masterstudierenden englischsprachige Veranstaltungen für überflüssig. Drei Fünftel der Studierenden würden es begrüßen, wenn mehr englischsprachige Veranstaltungen angeboten würden.

27 Prozent der befragten Studierenden haben ihre Masterarbeit bereits geschrieben oder arbeiten gerade daran. Die Betreuung der Masterarbeiten verteilt sich alles in allem recht gut im fast durchgängig einstelligen Bereich, wobei das Gebiet „Wirtschaftspädagogik“ mit 34 betreuten Masterarbeiten aus dem Rahmen fällt.

Die von den Studierenden im Durchschnitt für das Studium i. e. S. wöchentlich investierte Zeit variiert erheblich in Abhängigkeit davon, ob die Anfertigung der Masterarbeit ansteht oder nicht. *Ohne* Masterarbeit liegt der Mittelwert 2015 bei 26 Stunden. *Mit* Masterarbeit beträgt der Mittelwert 45 Stunden. Studierende, die zusätzlich zu den Lehrveranstaltungen, deren Vor- und Nachbereitung sowie der Anfertigung der Masterarbeit erwerbstätig sind, kommen im Schnitt auf 57 Stunden pro Woche. Alles in allem ist zu beobachten, dass diese Zahlen deutlich in Abhängigkeit vom Studiengang variie-

ren. Generell gilt, dass sich der für das Studium investierte Zeitaufwand im Zeitraum der fünf Erhebungsjahre von 2011 bis 2015 sukzessive reduziert hat.

Knapp zwei Fünftel aller Studierenden erachten den für ihr Masterstudium zu betreibenden Zeitaufwand als zu hoch, mehr als die Hälfte jedoch als angemessen. Diese Werte haben sich seit der Masterumfrage 2011 deutlich in Richtung „Angemessenheit“ verbessert. Der gleiche Trend zeigt sich hinsichtlich des gefühlten Anspruchsniveaus des Studiums: Es wird mittlerweile von zwei Dritteln der Befragten als angemessen eingestuft. Auch bezüglich des wahrgenommenen Arbeitsaufwandes und des Anspruchsniveaus treten zwischen den verschiedenen Studiengängen teils starke Unterschiede hervor. Und: Studentinnen fühlen sich 2015 wie in den Vorjahren in Bezug sowohl auf den Arbeitsaufwand als auch auf das Anspruchsniveau leicht überforderter als ihre Kommilitonen.

Die Bewertung der Module und Modulbeschreibungen fällt insgesamt recht gut aus. Dies trifft allerdings nicht auf die modulübergreifende „Angemessenheit der sachlichen und zeitlichen Anforderungen“ und auch nicht hinsichtlich des Verhältnisses von zu leistendem Arbeitsaufwand und der Anzahl der dafür zu erreichenden ECTS zu: Diesbezüglich wird weiterhin deutlich Kritik geäußert. Erneut zeigen sich zudem nennenswerte Unterschiede zwischen den Beurteilungen aller Modulstatements in Abhängigkeit der Studiengänge.

Die Bewertung der Koordination der Masterstudiengänge fällt im Schnitt aller Studiengänge und im Vergleich der fünf Erhebungsjahre 2015 am besten aus. Die Koordination der einzelnen Studiengänge wird allerdings nach wie vor von den jeweils involvierten Studierenden durchaus verschieden beurteilt. Hervorragend schneidet dabei erneut der Studiengang „A&P“ ab, der 2015 wie in den Vorjahren im Schnitt jeweils die beste Beurteilung erhält.

Zur Messung der Zufriedenheit mit dem Studium haben wir verschiedene Operationalisierungen gewählt, die ähnliche Befunde liefern:

- Drei Viertel der Masterstudierenden sind 2015 mit der *Gestaltung und Umsetzung des Studiengangs* (vollauf) zufrieden – ein Ergebnis, das im Wesentlichen jenem aus den Vorjahren entspricht.
- Der Anteil „*summarisch Zufriedener*“ – „Alles in allem: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Studium?“ – liegt bei knapp 75 Prozent und entspricht ebenfalls weitgehend den Vorjahresbefunden.
- Die insgesamt große Zufriedenheit ist auch darin zu erkennen, dass drei Viertel der Masterstudierenden zur *Wiederwahl* ihres Studiengang tendierten, sofern ihnen diese Entscheidung noch einmal offen stünde – was erneut den Vorjahreswerten gleicht.
- Und noch mehr, nämlich rund 95 Prozent der Studierenden, würden ihren Studiengang in allen fünf Erhebungsjahren an gute Freunde oder Bekannte *weiterempfehlen*, darunter auch 2015 mehr als zwei Fünftel ohne jegliche Einschränkung.

5 Resümee und Ausblick

Diese Zahlen gelten allerdings nicht für alle Masterstudiengänge des FB Wirtschaftswissenschaften. Die vier „Zufriedenheitsindikatoren“ werden vielmehr von den Studierenden einiger Masterstudiengänge deutlich besser, in anderen deutlich schlechter bewertet. Studentinnen und Studenten sind sich in ihren Zufriedenheitsurteilen hingegen ziemlich einig.

Nicht unerwähnt bleiben soll zum Abschluss dieser kurzen Zusammenfassung, dass neun von zehn Studierenden, u. z. Studentinnen wie Studenten, in ihrem Masterstudiengang „Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit“ wahrnehmen und erfahren.

5.2 Ausblick

Das im „Ausblick“ des Berichtes über die Masterumfrage 2012 Ausgeführte (vgl. Wittenberg, 2012, S. 66 ff.) ist auch 2015 noch aktuell: Die für das Qualitätsmanagement des FB Wirtschaftswissenschaften gewinnbringenden Ergebnisse von Studierendenumfragen zu den Studienbedingungen und zum Studienverlauf sollten mittels Absolventen- und Studienabbrecheruntersuchungen arrondiert werden. Die dabei zu erwartenden Schwierigkeiten sind jedoch beträchtlich – und müssen hier nicht erneut ausgebreitet werden. Beispielsweise betrug der Rücklauf der im November/Dezember 2014 durchgeführten zweiten Umfrage unter den Absolventen der Masterstudiengänge des FB Wirtschaftswissenschaften lediglich 18,9 Prozent (Wittenberg et al., 2015).

Außerdem bleibt weiterhin zu diskutieren und zu entscheiden, ob die vier am FB Wirtschaftswissenschaften angebotenen berufsbegleitenden Masterstudiengänge „Marketing-Management“, „Master of Health Business-Administration“, „MBA Business Management“ und „MBA International Leadership and Finance“ mit entsprechenden Modifikationen zukünftig auch in die jährliche Masterumfrage am FB Wirtschaftswissenschaften aufgenommen werden sollten. Der neue „normale“ Studiengang „Gesundheitsmanagement & Gesundheitsökonomie“ wird selbstverständlich bei der 2016er Masterumfrage berücksichtigt werden.

6 Anhang

6.1 Exkurs: Projektseminar Sozialökonomik

Auf Bitten der Koordinatorinnen des Masterstudiengangs „Sozialökonomik“ haben wir auch 2015 in der Umfrage unter den Masterstudierenden einige spezielle Fragen zu dem im Studiengang obligatorischen „Projektseminar“ integriert. Die Ergebnisse sind – unkommentiert – in den Tabellen 6.1 und 6.2 wiedergegeben. Die Antworten auf eine offene Frage nach Verbesserungsmöglichkeiten gehen direkt an die StudiengangskordinatorInnen.

Tabelle 6.1: „Wie würden Sie anhand Ihrer bisherigen Erfahrungen das von Ihnen gewählte Projektseminar bezüglich der folgenden Kriterien beurteilen?“ [Anzahl, ZEILENprozente]

Kriterien	Beurteilung										insgesamt	
	sehr gut		eher gut		teils, teils		eher schlecht		sehr schlecht		n	%
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Grundidee	25	58,1	14	32,6	3	7,0	1	2,3	0	0,0	43	100,0
Umsetzung	8	19,5	12	29,3	9	22,0	7	17,1	5	12,2	41	100,1

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

Tabelle 6.2: „Der Zeitaufwand / das Anspruchsniveau für das Projektseminar ist ...“ [Anzahl, ZEILENprozente]

Kriterien	Beurteilung										insgesamt	
	zu niedrig		niedrig		angemessen		hoch		zu hoch		n	%
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Zeitaufwand	0	0,0	0	0,0	16	37,2	19	44,2	8	18,6	43	100,0
Anspruchsniveau	0	0,0	2	4,7	32	74,4	7	16,3	2	4,7	43	100,1

Quelle: WiWi-Masterumfrage 2015; Feldzeit vom 13.5.–15.7.2015

6.2 Tabellen

6.2.1 Masterkoordination

Tabelle 6.3: „Die Masterkoordination ist Ansprechpartner bei Problemen“ nach Studiengang im Zeitverlauf [Mittelwert]

Erhebungsjahr	Mittelwerte				
	2011	2012	2013	2014	2015
Arbeitsmarkt und Personal	1,2	1,1	1,2	1,1	1,2
Economics	1,1	1,4	1,4	1,0	1,8
FACT	1,8	1,5	1,8	1,5	1,8
International Business Studies	2,2	2,9	1,7	2,1	1,6
International Information Systems	1,6	2,5	1,8	1,9	1,6
Management	2,0	1,4	1,7	1,7	1,6
Marketing	2,7	2,1	1,9	1,9	1,6
Sozialökonomik	2,4	1,9	1,4	1,4	1,3
Wirtschaftspädagogik	1,7	1,4	1,4	1,4	1,4
Wirtschaftsingenieurwesen	—	2,6	1,8	1,7	2,1

Ratingskala von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Tabelle 6.4: „Gemeinsame Probleme werden von der Masterkoordination zusammen mit den Studiengangsvertretern/-innen der Studierenden besprochen“ nach Studiengang im Zeitverlauf [Mittelwert]

Erhebungsjahr	Mittelwerte				
	2011	2012	2013	2014	2015
Arbeitsmarkt und Personal	1,9	1,1	1,4	1,2	1,5
Economics	1,4	1,7	1,2	1,5	1,6
FACT	2,2	1,7	2,0	2,0	2,1
International Business Studies	3,0	2,5	2,1	2,6	2,0
International Information Systems	1,8	3,1	2,0	1,7	1,7
Management	2,6	1,8	2,0	1,6	1,6
Marketing	2,8	2,1	2,0	1,9	1,9
Sozialökonomik	2,1	1,8	1,5	1,4	1,5
Wirtschaftspädagogik	2,0	1,6	1,7	1,5	1,4
Wirtschaftsingenieurwesen	—	2,6	2,7	2,9	2,8

Ratingskala von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

6 Anhang

Tabelle 6.5: „Mit der Betreuung durch die Masterkoordination bin ich zufrieden“ nach Studiengang im Zeitverlauf [Mittelwert]

Erhebungsjahr	Mittelwerte				
	2011	2012	2013	2014	2015
Arbeitsmarkt und Personal	1,7	1,1	1,2	1,1	1,4
Economics	1,3	1,7	1,5	1,1	1,9
FACT	1,9	1,6	1,8	1,8	2,0
International Business Studies	2,8	3,4	1,9	2,3	1,7
International Information Systems	1,8	2,7	2,2	2,3	1,6
Management	1,8	1,6	1,8	1,8	1,6
Marketing	2,9	2,4	2,0	2,0	1,8
Sozialökonomik	3,0	1,9	1,6	1,6	1,5
Wirtschaftspädagogik	1,7	1,5	1,5	1,7	1,4
Wirtschaftsingenieurwesen	—	2,2	2,1	2,0	2,1

Ratingskala von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Tabelle 6.6: „Ich vermisse regelmäßigen persönlichen Kontakt und Austausch mit der Masterkoordination“ nach Studiengang im Zeitverlauf [Mittelwert]

Erhebungsjahr	Mittelwerte				
	2011	2012	2013	2014	2015
Arbeitsmarkt und Personal	—	5,0	4,5	4,8	4,4
Economics	—	4,5	4,3	4,5	4,1
FACT	—	3,9	3,9	4,1	3,7
International Business Studies	—	2,9	3,4	3,2	3,8
International Information Systems	—	3,2	3,3	3,9	4,0
Management	—	3,9	3,7	3,7	3,9
Marketing	—	3,4	3,6	3,6	3,5
Sozialökonomik	—	4,4	4,3	4,4	4,4
Wirtschaftspädagogik	—	4,0	4,1	4,9	4,1
Wirtschaftsingenieurwesen	—	3,5	3,5	3,7	3,4

Ratingskala von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

6 Anhang

Tabelle 6.7: „Die Masterkoordination hat zu wenig Zeit für die Masterstudenten“ nach Studiengang im Zeitverlauf [Mittelwert]

Erhebungsjahr	Mittelwerte				
	2011	2012	2013	2014	2015
Arbeitsmarkt und Personal	4,5	5,0	4,8	4,9	4,5
Economics	4,4	4,7	4,2	4,4	4,5
FACT	3,9	4,2	4,0	4,4	3,9
International Business Studies	2,9	2,6	3,8	3,6	4,2
International Information Systems	3,7	2,7	3,2	3,6	4,2
Management	4,1	4,3	4,3	4,3	4,3
Marketing	2,8	3,7	3,6	3,5	3,8
Sozialökonomik	3,6	4,2	4,4	4,5	4,4
Wirtschaftspädagogik	4,2	4,0	4,2	4,1	4,2
Wirtschaftsingenieurwesen	—	3,7	3,5	3,6	3,7

Ratingskala von 1=„trifft voll und ganz zu“ bis 5=„trifft überhaupt nicht zu“

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2011 – 2015; Feldzeiten vom 2.–30.7.2011, 11.–31.7.2012, 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

6.2.2 Ergebnisse der Panelanalyse der für das Studium investierten Zeit

Tabelle 6.8: Zeitverwendung für Vorlesungen, Übungen, Seminare: Panelanalyseergebnisse [Mittelwerte, Streuungen, Anzahl, Signifikanztest]

Kohorte	Zyklus	m	s	n	$\chi^2 T$
Masterkohorte 2012/13	1. Befragungszyklus: 2013	10,7	6,8	16	
Masterkohorte 2012/13	2. Befragungszyklus: 2014	6,5	6,5	16	
Masterkohorte 2012/13	3. Befragungszyklus: 2015	6,3	3,9	16	
Friedman-Test					5,2 ^{n.s.}
Masterkohorte 2013/14	1. Befragungszyklus: 2014	11,1	6,0	132	
Masterkohorte 2013/14	2. Befragungszyklus: 2015	6,6	5,1	132	
T-Test _{gepaart}					7,3 ^{***}
Masterkohorte 2014/15	1. Befragungszyklus: 2015	9,1	5,8	527	

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2013 – 2015; Feldzeiten vom 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Tabelle 6.9: Zeitverwendung für Vor- und Nachbereitungen: Panelanalyseergebnisse [Mittelwerte, Streuungen, Anzahl, Signifikanztest]

Kohorte	Zyklus	m	s	n	$\chi^2 T$
Masterkohorte 2012/13	1. Befragungszyklus: 2013	12,2	7,3	20	
Masterkohorte 2012/13	2. Befragungszyklus: 2014	12,9	10,7	20	
Masterkohorte 2012/13	3. Befragungszyklus: 2015	8,5	9,3	20	
Friedman-Test					0,8 ^{n.s.}
Masterkohorte 2013/14	1. Befragungszyklus: 2014	12,0	9,5	146	
Masterkohorte 2013/14	2. Befragungszyklus: 2015	11,1	11,3	146	
T-Test _{gepaart}					2,2 [*]
Masterkohorte 2014/15	1. Befragungszyklus: 2015	10,7	9,8	545	

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2013 – 2015; Feldzeiten vom 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

6 Anhang

Tabelle 6.10: Zeitverwendung für die Masterarbeit: Panelanalyseergebnisse [Mittelwerte, Streuungen, Anzahl, Signifikanztest]

Kohorte	Zyklus	m	s	n	$\chi^2 T$
Masterkohorte 2012/13	1. Befragungszyklus: 2013	—	—	0	
Masterkohorte 2012/13	2. Befragungszyklus: 2014	—	—	0	
Masterkohorte 2012/13	3. Befragungszyklus: 2015	—	—	0	
Friedman-Test					
Masterkohorte 2013/14	1. Befragungszyklus: 2014	21,0	9,6	5	
Masterkohorte 2013/14	2. Befragungszyklus: 2015	32,0	16,8	5	
T-Test _{gepaart}					1,0 ^{n. s.}
Masterkohorte 2014/15	1. Befragungszyklus: 2015	28,4	13,3	155	

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2013 – 2015; Feldzeiten vom 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Tabelle 6.11: Zeitverwendung für Tätigkeiten gegen Bezahlung: Panelanalyseergebnisse [Mittelwerte, Streuungen, Anzahl, Signifikanztest]

Kohorte	Zyklus	m	s	n	$\chi^2 T$
Masterkohorte 2012/13	1. Befragungszyklus: 2013	10,0	4,4	19	
Masterkohorte 2012/13	2. Befragungszyklus: 2014	13,2	7,9	19	
Masterkohorte 2012/13	3. Befragungszyklus: 2015	14,2	6,9	19	
Friedman-Test					1,6 ^{n. s.}
Masterkohorte 2013/14	1. Befragungszyklus: 2014	11,8	6,4	122	
Masterkohorte 2013/14	2. Befragungszyklus: 2015	13,6	7,2	122	
T-Test _{gepaart}					2,6 [*]
Masterkohorte 2014/15	1. Befragungszyklus: 2015	13,0	6,7	443	

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2013 – 2015; Feldzeiten vom 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

6 Anhang

Tabelle 6.12: Kumulierte Zeitverwendung für Vorlesungen etc. sowie Vor- und Nachbereitungen: Panelanalyseergebnisse [Mittelwerte, Streuungen, Anzahl, Signifikanztest]

Kohorte	Zyklus	m	s	n	$\chi^2 T$
Masterkohorte 2012/13	1. Befragungszyklus: 2013	22,0	12,0	13	
Masterkohorte 2012/13	2. Befragungszyklus: 2014	18,2	12,4	13	
Masterkohorte 2012/13	3. Befragungszyklus: 2015	12,0	6,6	13	
Friedman-Test					3,9**
Masterkohorte 2013/14	1. Befragungszyklus: 2014	22,6	12,0	121	
Masterkohorte 2013/14	2. Befragungszyklus: 2015	18,3	12,3	121	
T-Test _{gepaart}					3,5**
Masterkohorte 2014/15	1. Befragungszyklus: 2015	19,9	11,5	506	

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2013 – 2015; Feldzeiten vom 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

Tabelle 6.13: Kumulierte Zeitverwendung für Vorlesungen etc., Vor- und Nachbereitungen sowie Tätigkeiten gegen Bezahlung: Panelanalyseergebnisse [Mittelwerte, Streuungen, Anzahl, Signifikanztest]

Kohorte	Zyklus	m	s	n	$\chi^2 T$
Masterkohorte 2012/13	1. Befragungszyklus: 2013	33,3	16,0	8	
Masterkohorte 2012/13	2. Befragungszyklus: 2014	27,1	10,1	8	
Masterkohorte 2012/13	3. Befragungszyklus: 2015	25,3	5,6	8	
Friedman-Test					9,0*
Masterkohorte 2013/14	1. Befragungszyklus: 2014	33,8	12,2	84	
Masterkohorte 2013/14	2. Befragungszyklus: 2015	30,7	14,4	84	
T-Test _{gepaart}					2,0*
Masterkohorte 2014/15	1. Befragungszyklus: 2015	31,3	12,3	379	

Quellen: WiWi-Masterumfragen 2013 – 2015; Feldzeiten vom 2.8.–26.9.2013, 27.4.–30.6.2014 und vom 13.5.–15.7.2015

6.3 Antworten auf „offene Fragen“

Im Verlauf der Onlineumfrage konnten die Teilnehmer jeweils Angaben auf so genannte „offene Fragen“ in die dafür vorgesehenen Textfelder eintragen. Diese Angaben und die die Umfrage abschließenden Vorschläge und Anregungen zum FB Wirtschaftswissenschaften, zum Studium und zum Fragebogen sind im Folgenden, nach Studiengang und Thema geordnet, im Wortlaut und unredigiert wiedergegeben.

6.3.1 Äußerungen zum Career Service

6.3.1.1 Anregungen & Ideen

„Welche Anregungen und Ideen haben Sie für das zukünftige Angebot des Career Service?“

- keine Angebote von mehr MLP!! Ich hoffe MLP muss wenigsten sehr viel bezahlen, um diese Art von Werbung und Kundengewinnung zu nutzen!
- Die Vorträge beim Career Day waren sehr kurz, besser fände ich den Career Day über zwei Tage und dafür ausführlichere Vorträge
- Sehr wichtig für angehende Absolventen!
- Für mich war der Career Service während des Studiums bei der Suche nach Jobs sehr hilfreich. Bei meiner Bewerbung beim Kultusministerium für das Referendariat hätte ich mir einige Informationen von dieser Seite gewünscht, gerade da wir pro Jahr ca. 100 Studenten sind, die diesen Weg gehen.
- bessere Strukturierung der angebotenen Inhalte und Hilfestellungen
- Auch Seminare in der vorlesungsfreien Zeit anbieten!
- Seminarangebot ist zu gering. Anmeldung zu zufällig.
- gleiche Themen öfter anbieten
- Mehr kostenlose Veranstaltungen wären wünschenswert. Beispielsweise waren an meiner Bachelor-Universität alle Veranstaltungen während der Vorlesungszeiten kostenlos.
- Mehr Jobangebote beim Stellenwerk für Nürnberg (viele der Angebote beziehen sich auf Erlangen)
- Bewerbungs- und Assessment Center Trainings
- Es sollten mehr Seminare angeboten werden.
- Einzelne Seminartermine für eine größere Anzahl an Teilnehmern öffnen
- größere Unternehmen einbinden (in Stellenanzeigen oft nur kleinere Unternehmen vertreten) - IT-Kurse in Zusammenarbeit mit RRZE? Insbesondere VBA, Programmierung, SQL etc. zur besseren Vorbereitung für Berufseinstieg
- Fast alle Veranstaltungen sind donnerstags oder freitags. wer an diesen Tagen arbeiten muss kann kein einziges Angebot des CS nutzen
- Noch näher mit den einzelnen Masterstudiengängen zusammen arbeiten und eventuell verknüpfen. Fragen für den Career Days im Voraus sammeln und dann die Vorträge kürzen und genau auf die Fragen eingehen. Dazu einen Rahmen geben und Denkanstoß worüber diese gehen.
- Wenn dann Richtig, aktuell ist es nichts Halbes und nix Ganzes

6 Anhang

- Der Career Service ging etwas unter in der Informationsflut zu Beginn meines Masterstudiums. Es könnte hilfreich sein, wenn der Career Service in den Einführungsveranstaltungen das Leistungsspektrum präsentiert.

- Viele Universitäten bieten eine gut gepflegte Praktikums- und Werkstudentendatenbank die auch mit Angeboten gefüllt ist, die nicht online sind, und somit einen tollen Mehrwert für die Studenten schafft. Auch wären noch größere Karrieremessen am Fachbereich wünschenswert um in Kontakt mit verschiedenen Unternehmen und Vertretern zu kommen.

- Weiter so. Eventuell Kurse zu Konfliktmanagement, Zeitmanagement
- Seminarteilnehmerplätze erhöhen oder öfters Seminare anbieten!
- Ausbau des Seminarangebots (mehr Plätze), insbesondere bei Soft-Skill-Seminaren
- Erweiterung des Angebots um ein Seminar zu interkultureller Kompetenz
- Teilnehmerzahlen für Seminare vergrößern
- bitte mehr Seminare anbieten.

- Ich hatte mich für das Mentoring Programm beworben, wurde aber von allen Mentoren abgelehnt. Nur in diesem Fall finde ich, dass wenn man ein entsprechendes Angebot anbietet, dann sollte auch für jeden Bewerber die Chance bestehen, dieses auch nutzen zu können. Das war dann eher enttäuschend.

- Mehr Kurse anbieten, damit alle Studenten einen Platz bekommen und dran teilnehmen können.

- Das Anmeldeverfahren sollte dahingehend verändert werden, dass immer mehr Leute sich für das Seminar anmelden können, als tatsächlich Plätze vorhanden sind. Oft kommen sehr viele Studenten nicht, obwohl sie angemeldet sind und dann ist der Kurs nur halb voll, obwohl noch Studenten auf der Warteliste stehen. Das ist sehr schade, weil so nur wenigen das tolle Angebot des Career Service zugute kommt.

- Schade ist, dass es immer Studenten auf den Wartelisten gibt, gleichzeitig die Kurse aber nie (oder nur sehr selten) voll besetzt sind. Evtl. könnte man diesen Ausfall statistisch aufrechnen und die Teilnehmerzahl entsprechend erhöhen, sodass der Kurs schließlich voll besetzt ist. Eine Kursleiterin aus der Uni Würzburg hat berichtet, dass es dort so gehandhabt wird. Interessant wären zudem Kurse in Richtung Gehaltsverhandlung, Arbeitsvertrag etc. Also die Dinge, die kurz vor dem Berufseinstieg so richtig interessant werden. Vielleicht könnte man dafür auch die Kurse für Studenten begrenzen, die in ihrem letzten Fachsemester sind.

- Mehr Veranstaltungen gerade für Masterstudierende und Vorbereitung auf Berufseinstieg

- Coaching Angebot
- Mehr Seminare anbieten, damit man nicht so oft auf die Warteliste gesetzt wird

6.3.1.2 Gründe für die Nichtnutzung des Career Service

Arbeitsmarkt & Personal

- Eigentlich nur Faulheit

6 Anhang

- aufgrund anderer Prioritäten und Terminüberschneidungen sowie teilweise aufgrund der inhaltlichen Angebote. auch wegen langer Anmeldefristen im Voraus, und der Tatsache, dass keine spontane Teilnahme (z.B. an Vorträgen) möglich ist. ich bin aber grundsätzlich daran interessiert und werde das Angebot noch in Anspruch nehmen (und zwar Beratung bzgl. Jobsuche sowie spezifische Angebote).

- nicht genau darüber informiert - Zeitlich war es nicht möglich. - Noch nicht für nötig gehalten

- Zeitgründe, bisher weniger Interesse

- Kurse waren voll oder Termine haben nicht gepasst.

- Vorrangig hatte ich in meinem Masterstudium bisher sehr wenig Zeit, da das Studium mich komplett eingenommen hat. Manchmal sind interessante Veranstaltungen des Career Service auch zeitlich ungünstig gelegen, etwa kurz vor der Prüfungsphase.

- kein Bedarf

- (noch) kein Bedarf eigenständige Suche eines Praktikums und der anschließenden Werkstudententätigkeit; bis zum Berufseinstieg dauert es noch ein knappes Jahr

- Seminare voll oder unpassende Termine

- Ich habe die Mail mit dem Angebot immer erst zu spät bemerkt

- Keine Themen für mich relevant

- Hoher zusätzlicher Zeitaufwand

Economics

- Weil ich bisher nicht vom Übergang vom Studium zur Berufstätigkeit betroffen war. Außerdem kann man sich Inhalte dort angebotener Kurse auch selbst aneignen, z.B. durch Mitarbeit von AIESEC o.Ä.

- Ich habe bereits verschiedene Werkstudentenstellen gehabt und brauche bisher noch keine Hilfe um einen Einblick oder den ersten Schritt in das Arbeitsleben zu bekommen

- Erfahrung aus dualem Bachelorstudium

- Ich benötige weder Information noch Beratung.

- keine Zeit

- Zeitgründe

- keine Zeit

- Zeitmangel

- Kein Bedarf

- Bisher wollte ich in die Forschung. Dieser Wunsch hat erst im Master nachgelassen.

FACT

- wenig Kenntnis davon genommen

- ich wusste nicht, dass es den Career Service gibt.

- Keine Notwendigkeit

- Berufseinstieg steht noch nicht unmittelbar bevor.

- kein Bedarf

6 Anhang

- Durch meine zufällige Stellenfindung aufgrund einer Initiativbewerbung im dritten Bachelorsemester habe ich das Angebot der Kontakknüpfung nicht wahrgenommen.
- Mir fehlt die Zeit dazu und bislang gab es noch kein Angebot, das mich so interessiert hätte, dass ich andere Termine verschoben oder mir die Zeit genommen hätte.
 - keine Zeit
 - Noch nicht für notwendig erachtet
- Das Angebot ist sehr dünn und es sollten generell mehr Veranstaltungen angeboten werden in die man leichter hereinkommt. Vergleicht man das Angebot mit dem der TH Nürnberg, muss man leider sagen, dass hier an der TH viel mehr angeboten wird.
 - keine Zeit
 - Zu viele Lehrveranstaltungen.
 - Patenschaftsprogramm genutzt
 - Hatte noch keinen Bedarf
 - Eventuell in höheren Fachsemestern.
 - Zeitlich nicht vereinbar mit Studium und Arbeit.
 - Ich bin erst im ersten Mastersemester
 - verpasste Anmeldung
 - ich hatte selbst die Kontakte zu meinem jetzigen Arbeitgeber
 - Kein Interesse, ich habe mich selbst um Praktika gekümmert
 - Interessanten Seminare immer schnell ausgefüllt und dabei kein Losglück gehabt
 - Wartelisten-Zuordnung
 - Kein Bedarf
 - Keine Probleme bisher bei Bewerbungen zu Praktika, Berufseinstieg erst in ca. 1,- Jahren
- Die Angebote überschneiden sich mit anderen Veranstaltungen am Fachbereich. Desweiteren sah ich bisher keinen zwingenden Bedarf, ein Angebot des Career Service in Anspruch zu nehmen. Im weiteren Verlauf meines Studiums möchte ich jedoch noch von den Veranstaltungen des Career Service profitieren.
 - Eine Notwendigkeit hat sich bisher nicht ergeben
 - kein Interesse
 - Kein Bedarf. In Eigeninitiative entsprechende Stellen, Events etc selbst recherchiert

International Business Studies

- Wahrscheinlich aufgrund von Vorurteilen. Ich habe bereits Berufserfahrung und das Gefühl, dass viele in der Universität eine ungenügende Kenntnis darüber haben, worauf es im operativen Geschäft der freien Wirtschaft tagtäglich ankommt. Außerdem steht mein Wiedereinstieg in den Beruf noch nicht an.
 - Zu wenig Informationen
 - Ich arbeite schon in Recruitment also das Angebot ist für mich nicht so relevant.
 - Im Masterstudium verfüge ich nun bereits über ausreichend Softskills und nach mehreren Praktika auch über Kompetenzen, so dass ich Schulungen zu Bewerbung und Berufseinstieg nicht mehr in Anspruch nehme. Stellen habe ich bisher immer selbst im

6 Anhang

Internet gesucht, da das Angebot vom Career Service inhaltlich oft nicht mit meinen Berufszielen übereinstimmt (Bereich Nachhaltigkeit schwach vertreten)

- Kein Bedarf
- Keine Zeit dafür genommen, bis jetzt war es noch nicht soooo dringend
- keine Notwendigkeit
- Da ich bei den Platzverlosungen für die Kurse leider immer Pech hatte...
- noch keine Notwendigkeit
- keine Kenntnis: fehlende Kommunikation
- Kein Bedarf
- Ich habe mich nicht mit dem Angebot beschäftigt
- zeitliche Gründe

International Information Systems

- Ich habe bisher kein Angebot des Career-Service am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften bekommen.

- I already have a job, which I like and fits to my career plans.
- Ich werde es demnächst nutzen, da ich meine Bewerbungsunterlagen beurteilen lassen möchte. Bisher habe ich mich noch nicht intensiv auf Stellen beworben, deshalb habe ich das Angebot noch nicht in Anspruch genommen.
- Nicht informiert
- keinen Platz in der gewünschten Veranstaltung erhalten
- Kein Bedarf
- Ich bin bisher immer in festen Händen einer Firma gewesen.
- did not know about it
- Zeitmangel, noch genug Zeit bis zum Ende des Studiums. Werde im letzten Semester mal vorbei schauen.
- Kein Bedarf

Management

- Nur überflogen aber noch nicht benutzt aufgrund von Zeitgründen
- Zeit, Überschneidung mit Lehrveranstaltungsplan, Veranstaltungen verpasst, da oft Angebote des Career-Services nicht wirklich breit kommuniziert!
- Anstehendes Urlaubssemester, deshalb thematisch zur Zeit nicht aktuell, ich werde den Service voraussichtlich nächstes Jahr ab März nutzen
- Es hat zeitlich nicht gepasst oder ich fand das Angebot nicht wirklich interessant (z.B. Bewerbungsmappe erstellen = veraltet)
- War noch nicht nötig, werde aber sicherlich in näherer Zukunft das Angebot in Anspruch nehmen.
- Nicht benötigt
- Zeitmangel, teilweise kein Interesse an den angebotenen Seminaren
- Angebot nicht genau bekannt

6 Anhang

- Ich informiere mich persönlich über Möglichkeiten zum Berufseinstieg, da ich bereits klare Ziele für meinen beruflichen Werdegang habe.
- Habe privat Veranstaltungen besucht, die denen des Career Service ähneln.
- Keine Zeit / Bedarf
- Wenig Relevanz, Zeitmangel und teilweise wäre ein erweitertes Angebot beispielsweise hinsichtlich eines Kursangebotes zur Programmierung von VBA-Skripten sinnvoll und vielfach gewünscht
- Ich möchte zurzeit nur auf meinen Unterrichten konzentrieren.
- Zeitlich nicht geschafft.
- Keine Zeit
- kein konkreter Bedarf
- kein Bedarf
- Weiß ich selber nicht
- keine interessanten Seminare angeboten
- Viele angebotene Inhalte wurden mir bereits während meines dualen Bachelorstudiums vermittelt. Darüber hinaus bestand kein Bedarf.
- noch nicht relevant
- keine Zeit
- kein Bedarf, in Zukunft möchte ich es eventuell nutzen
- Ich hatte nie Probleme in Vorstellungsgesprächen oder etwa einen Job zu finden. Meine Soft Skills sind sehr gut, daher benötige ich keine Trainings für Bewerbungsgespräche, Anschreiben etc. Nur die Stellenbörse habe ich genutzt um mich über Jobangebote zu informieren.
- Bisher noch nicht nötig. Zur Vorbereitung auf die Bewerbung und bevorstehende Stellensuche bin ich dieses Semester für zwei Veranstaltungen angemeldet

Marketing

- Das Studierende war noch zu weit entfernt
- Noch nicht relevant
- Noch nicht relevant, ich habe aber vor, Seminare ort zu besuchen.
- Keine Zeit
- Habe mich nicht damit auseinander gesetzt und zu wenig Zeit dafür
- kam für mich noch nicht in Frage
- Die Seminarzeiten haben mir nicht gepasst.
- Angebot spricht mich teilweise nicht an. Berufseinstieg war bisher noch in weiter Ferne
- Ich habe es nicht benötigt.
- Werde dies eher im letzten/vorletzten Semester nutzen.
- Keine für mich interessanten Seminare angeboten bzw. ist auch noch Zeit bis zum Berufseinstieg
- Es war bisher noch nicht notwendig, da ich vor dem Masterstudium bereits gearbeitet habe und auch ohne den Career Service eine Werkstudentenstelle bekommen habe.

6 Anhang

- Ich studiere im 2.Semester. Momentan bin ich auf die Studiums-Ziele konzentriert. Aber ich habe vor, Angebote von Career Service zukünftig in Anspruch zu nehmen.

- keine Zeit

- Der Career Service hat sich seit der Umstellung (glaube das war 2013) extrem verschlechtert! Es gibt nun keine spezifischen Angebote mehr für Wiso Studenten, stattdessen werden alle FAU Studenten angesprochen und es gibt ein allgemeines Tool. Arbeitgeber (weiß ich aus persönlicher Mitteilung) halten nicht mehr viel davon und wenden sich vom Career Service ab. Auch weil es keine seriöse Plattform ist und dort auch Nebentätigkeiten wie Pakettragen angefragt werden. Der Career Service sollte Studenten der Wiso helfen, Zugang zu Unternehmen zu finden und den Einstieg ins Berufsleben durch Kontakte erleichtern. Sehr traurig und großer Nachholbedarf besteht hier!!

- Keine Zeit Nicht sicher, wie sinnvoll sie sind

- Nicht davon gehört

- Bisher kein Bedarf, bereits Kenntnisse aus Veranstaltungen vor dem Masterstudium

- Keine freie Zeit während Studium und Arbeit

- Kein Interesse

- Ich habe das Angebot noch nicht genutzt, da ich erst im 2. Semester bin.

- kein Bedarf

Sozialökonomik

- An viele Veranstaltungen bereits während des Bachelorstudiums an einer anderen Universität teilgenommen

- Ich wollte mich zuerst auf mein Studium konzentrieren und dann Trainings absolvieren; nun habe ich aber noch während meiner Studienzeit eine Arbeit gefunden und somit keine Zeit mehr für diese Angebote.

- Aus zeitlichen Gründen

- Weil ich erst im Frühjahr 2016 das Studium beende und mich ab Herbst mit der Thematik befassen möchte

- Leider keine Zeit während dem Masterstudium

- Kein Interesse an angeboten

- Aus zeitlichen Gründen

- keine Zeit und kein akkuter Bedarf

- Kein Bedarf

- Keine Angebote für Persponen, die in der Wissenschaft bleiben wollen

- Kein Bedarf

- kein persönliches Interesse an den Angeboten

- Kein Bedarf, ich bin sehr eigenständig

Wirtschaftspädagogik

- Für WiPäd II nicht wirklich relevant

- War bisher nicht notwendig

6 Anhang

- Da ich bereits 5 Jahre berufstätig war, nach dem Studium ins Lehramt gehe und mir von diesem Service keine weiteren Vorteile für meine Situation erwarte.
- kein Bedarf
- Kein Bedarf
- Weil Sie mir bezüglich des Lehrberufs nicht weiterhelfen können.
- kein interesse
- Als angehende Lehrkraft ist dies für mich nicht relevant.
- Da mein beruflicher Werdegang (Referendariat) ziemlich fest steht, habe ich bisher das Angebot nicht benötigt. Ggf. möchte ich jedoch noch Schlüsselkompetenzseminare besuchen.
- Da ich weiß, dass ich ins Lehramt gehe.
- Anderweitige Stellensuche, außerhalb von Nürnberg (in Heimat)
- Keinen Seminarplan erhalten oder einfach nicht präsent
- ich bin mir sicher, was ich werden möchte und benötige eine derartige Hilfe nicht.
- Nicht relevant für mich, da ich Lehrer werden möchte
- Nicht benötigt
- kein Interesse
- War bisher nicht nötig
- Keine Notwendigkeit da Berufswunsch Lehrer von vorne herein feststand
- Zeitlich nicht passend, Sinnvoll gegen Ende des Studiums
- Zeitmangel
- Keinen Bedarf /mangelnde Zeit
- terminliche Gründe
- Anmeldung verpasst
- - keine Zeit - geringe Chancen, einen Platz in einem Seminar zu ergattern
- Berufswunsch (Lehramt) steht fest und Weg dahin über Referendariat ist vorgeben.
- Die Seminare die mich interessieren fanden oft am Wochenende statt. Die Zeiten empfand ich als Pendlerin weniger geeignet. Allerdings konnte ich bereits viele Seminare in der Firma in der ich tätig bin absolvieren, sonst hätte ich das Pendeln sicherlich auf mich genommen.
- Bisher kein Bedarf, da Weg ins Referendariat klar ist
- Nicht gebraucht
- ich werde Lehrer
- keine Notwendigkeit
- Bedarf nicht vorhanden, da Berufsziel und Weg klar
- Ich benötige es nicht. Laufbahn klar.
- Hat noch nicht in meinen Stundepplan gepasst
- Das war aufgrund meiner angestrebten Laufbahn als Berufsschullehrerin nicht notwendig.
- Da ich später als Lehrer tätig sein werde, benötige ich diesen Service nicht.
- Halte ich nicht für den Lehrerberuf geeignet.
- Ich hatte keinen Bedarf.

6 Anhang

- Benötige für mein berufliches Ziel diesen AP nicht. Wende mich eher z.B. an das Amt für berufliche Schulen in Nbg...
- Noch nicht gebraucht
- Sah ich zur Verfolgung meiner Ziele nicht als notwendig an
- zu wenig Informationen, um genau zu verstehen, was das Angebot ist
- keine Notwendigkeit, da Lehramt
- Zeitmangel
- Keine Zeit.
- kein Bedarf
- Bisläng kein Bedarf
- Kein Bedarf
- Da ich Wirtschaftspädagogik studiere um Lehrer an einer beruflichen Schule zu werden steht mein zukünftiger Arbeitgeber bereits fest. Daher benötige ich keine Informationen zum beruflichen Übergang vom Studium in das Berufsleben.
- Kein Bedarf, keine Zeit
- Da ich nach meinem Studium ein Referendariat machen und somit keine Stelle in der freien Wirtschaft brauche, benötige ich auch noch keine Hilfe beim Bewerbungsprozess.
- Kein Bedarf, keine Zeit
- habe schon einen nebenjob
- Mein Weg nach dem Studium ist mir schon sehr lange bewusst, daher kann auf eine Unterstützung verzichtet werden.

Wirtschaftsingenieurwesen

- Ich erwarte mir daraus keinen Mehrwert.
- Ich stehe erst am Beginn des Masterstudiums.
- Techfak hat das selbe Angebot. Da ich an Techfak eingeschrieben bin, sind das logischerweise auch meine Ansprechpartner
- Wenn ich nach meinem ersten richtigen Job suche, werde ich die Angebote nutzen.
- Bin noch nicht so weit. Außerdem schaffe ich es auch selbst Kontakte zu knüpfen.
- Kein Bedarf.
- Weil ich es bisher nicht gebraucht habe bzw. kein Interesse daran hatte.
- Habe noch Zeit bis zum Einstieg ins Arbeitsleben
- Kein Bedarf
- Bisher keine Notwendigkeit
- Noch nicht für nötig erachtet
- Nutzung eines ähnlichen Angebots anderer Einrichtungen
- Keine Zeit
- Teilweise weil ich es nicht brauche - Kompetenzen bspw habe ich durch andere Seminare abdecken können. Die praxisrelevanten Angebote habe ich nicht genutzt. War rückblickend ein Fehler bzw würde ich diese beim nächsten Mal in Anspruch nehmen.
- Habe ich bisher nicht benötigt
- zeitliche Gründe
- Keine akuter bedarf und keine Zeit

6 Anhang

- Nicht für notwendig erachtet
- Erst seit wenigen Monaten an der FAU, Career Day leider verpasst, sonst von keinen anderen konkreten Veranstaltungen bisher gehört.
 - Career Service der TechFak
 - Termine ungünstig gelegen
 - bisher kein Bedarf
 - Kein Bedarf
- An der Technischen Fakultät habe ich dieses Angebot bereits genutzt.
- Ich bin mir bisher nicht 100%ig sicher, ob ich das als Wirtschaftsingenieur auch nutzen kann. -Ich wohne in Erlangen und habe daher vor allem den Career Service dort/der Technischen Fakultät genutz.
 - Kein Interesse, da bereits Arbeitsplatz sicher
 - kein Bedarf
 - Kein Bedarf
 - Arbeitgeber vorher bereits gefunden
 - Erst vor 2 Monaten entschieden in welche Richtung meine berufliche Laufbahn gehen soll. Kontaktaufnahme über ein Praktikum geglückt.
 - Als WING Student ist man eher an der Techfak heimisch, und nutzt deswegen tendentiell die dortigen Angebote.
 - Bisher noch keinen Drang verspürt, da der Abschluss noch zu weit entfernt liegt
 - keinen Bezug, da ich denke, dass diese nur WiWis abdecken.
 - Bis jetzt kein Bedürfnis. Wird sich aber bald ändern.
 - Techfak
 - Bisher bestand keine Notwendigkeit.
 - Ich habe es nicht gebraucht und mich deshalb nicht weiter darum gekümmert.
 - Zeitmangel, Nutzung im 3. Semester vorgesehen
 - Anderer Fachbereich
 - Nicht für nötig erachtet
 - Zeitliche Engpässe
 - Jahrelange Werkstudententätigkeiten und andere Tätigkeiten in verschiedenen Unternehmen. Daher gute Kontakte. Den Career Service werde ich vielleicht kurz vor meinem Abschluss an der UNI aufsuchen.
 - Habe die gleichen Angebote von anderen Anbietern bezogen.
 - Für den kurzen Zeitraum meines Studiums an der FAU habe ich dies nicht benötigt.
 - Bisher kein Bedarf!
 - Ich habe mich schon mehrere male für verschiedene Seminar angemeldet und habe nie einen freien Platz bekommen
 - Da ich mich noch nicht am Ende meines Studiums befinde.
 - Nutzung der Einrichtungen an der Technischen Fakultät ist sinnvoller
 - bisher nur an der TechFak genutzt
 - Keinen Platz bei der Auslosung der Seminare erhalten.
 - Mein zukünftiger Arbeitgeber steht schon fest
 - noch nicht die Zeit dafür...

6 Anhang

- Noch keine Notwendigkeit für Bewerbungen usw
- Kein Bedarf
- vermitteltes Wissen als bereits vorhanden erachtet
- es gab keinen Bedarf
- mangelndes Interesse und Zeit, bisher keine Notwendigkeit
- Bin erst seit wenigen Wochen in Nürnberg
- Angebot für mich irrelevant, da in den Praxiseinsätzen (Praktika, Werkstudententätigkeit) bereits vermittelt
- Angebote zu Praktika, Jobausschreibungen und Arbeitsamt-Termine sind für mich nicht relevant, da ich schon einen Arbeitsvertrag habe. Gerne werde ich im kommenden Semester aber an einem Training teilnehmen!
- Da wir mit Wirtschaftsingenieurwesen dem Department Maschinenbau zugeordnet sind, habe ich Soft-Skill-Seminare an der Technischen Fakultät genutzt und werde noch Angebote nutzen. Diese wirken nicht so überlaufen wie an der Wiso.
- Ich hatte keinen Bedarf, da ich relevante Praktika stets eigenständig gefunden habe.
- Ich halte nichts von Angeboten der Agentur für Arbeit (bedingt aus negativen Erfahrungen in der Vergangenheit)
- keine Zeit, Themen (noch) nicht relevant für mich
- Kein Bedarf, da Eigenrecherche oder Kontakte aus studentischen Tätigkeiten bisher ausreichend waren.
- Kein Interesse
- noch keine Möglichkeit gehabt
- Ich bin eher technisch als wirtschaftlich orientiert.
- Ich nutze die Angebote des Career Service von der TechFak aus
- ALternative Verbände und Trainings genutzt
- Bisher noch nicht wahrgenommen
- Klare Unterteilung des Angebots für Bachelor / Master
- Bin noch nicht auf die Idee gekommen dies zu tun.
- Schlechte Vereinbarkeit der Angebotstermine mit meinem restlichen Zeitplan
- Bisher durch Kontakte und Angebote direkt an den Lehrstühlen keinen Bedarf gehabt, dennoch die Anzeigen und Angebote regelmäßig im Auge behalten.
- Habe diverse andere Veranstaltungen besucht, die auf das gleiche abzielen.
- Noch nicht notwendig
- Noch nie davon gehört.
- Bisher noch kein Bedarf.
- nichts was mich bisher interessiert hat.
- Keine Zeit
- noch nicht benötigt

Literaturverzeichnis

- Grigat, F.**, 2014: Student 2014. Fördert die Bologna-Struktur die Entpolitisierung? *Forschung & Lehre* 21 (12): 980–983.
- Wiarda, J.-M.**, 2011: Ach, dieser Stress. *DIE ZEIT* 63 (20): 71 f.
- Wittenberg, R.**, 1998: Grundlagen computerunterstützter Datenanalyse. 2. Auflage, Stuttgart: Lucius & Lucius.
- Wittenberg, R.**, 2012: Masterstudierende am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus einer Onlineumfrage im Juli 2012. *Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2012-3*, Universität Erlangen-Nürnberg.
- Wittenberg, R.**, 2013: Bachelors am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen unter den Erst-, Dritt-, Fünft- und Siebtsemestern vom Januar und Februar 2013. *Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2013-2*, Universität Erlangen-Nürnberg. http://www.soziologie.wiso.uni-erlangen.de/forschung/publikationen/Projektberichte/bachelor_bericht_2013.pdf.
- Wittenberg, R.** und **S. Bettzüge**, 2015: Bachelors am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen von Mai bis Juli 2015. *Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2015-2*, Universität Erlangen-Nürnberg. http://www.soziologie.wiso.uni-erlangen.de/forschung/publikationen/Projektberichte/bachelor_bericht_2015_kurz.pdf.
- Wittenberg, R.**, **H. Cramer** und **B. Vicari**, 2014a: Datenanalyse mit IBM SPSS Statistics. Eine syntaxorientierte Einführung. Konstanz: UVK (UTB 4225).
- Wittenberg, R.**, **A. Eberl** und **S. Bettzüge**, 2014b: Bachelors am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen im Mai und Juni 2014. *Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2014-1*, Universität Erlangen-Nürnberg.
- Wittenberg, R.**, **A. Eberl** und **S. Bettzüge**, 2014c: Masterstudierende am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus einer Online-Umfrage im Mai

Literaturverzeichnis

und Juni 2014. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2014-2, Universität Erlangen-Nürnberg. http://www.soziologie.wiso.uni-erlangen.de/forschung/publikationen/Projektberichte/master_bericht_kurz_2014.pdf.

Wittenberg, R., A. Eberl und S. Bettzüge, 2015: Absolventen/-innen der Masterstudiengänge am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen im WS 2014/15. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2015-1, Universität Erlangen-Nürnberg. http://www.soziologie.wiso.uni-erlangen.de/forschung/publikationen/Projektberichte/master_absolventen_bericht_2015_kurz.pdf.

Publikationen des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung

Berichte

In der Reihe „Berichte“ finden sich herausragende Forschungsergebnisse.

ISSN 1437-6741 (print); ISSN 1438-4663 (online)

Wittenberg, Reinhard & Saskia Bettzüge: Masterstudierende am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse einer Onlineumfrage von Mai bis Juli 2015. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2015-3 (online)

Wittenberg, Reinhard & Saskia Bettzüge: Bachelors am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen von Mai bis Juli 2015. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2015-2 (online)

Wittenberg, Reinhard, Andreas Eberl & Saskia Bettzüge: Absolventen/-innen der Masterstudiengänge am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen im WS 2014/15. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2015-1 (online)

Wittenberg, Reinhard, Andreas Eberl & Saskia Bettzüge: Masterstudierende am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus einer Onlineumfrage im Mai und Juni 2014. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2014-2 (online)

Wittenberg, Reinhard, Andreas Eberl & Saskia Bettzüge: Bachelors am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen im Mai und Juni 2014. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2014-1 (online)

Wittenberg, Reinhard & Andreas Eberl: Masterstudierende am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus einer Onlineumfrage im August und September 2013. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2013-6 (online)

Damelang, Andreas: Abschlussbericht des Lehrforschungsprojekts „Lebenswirklichkeit und Partizipation Jugendlicher in Nürnberg“ im Auftrag des Kreisjugendrings Nürnberg-Stadt. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2013-5. (Online)

Wittenberg, Reinhard & Andreas Eberl: Absolventen/-innen der Bachelorstudiengänge am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen im August und September 2013. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2013-4. (online)

Wittenberg, Reinhard: Evaluation der „Blauen Nacht“ 2013 in Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus schriftlichen, mündlichen und Onlineumfragen. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2013-3 (online)

Wittenberg, Reinhard: Bachelors am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen unter den Erst-, Dritt-, Fünft- und Siebtsemestern vom Januar und Februar 2013. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2013-2 (online)

Meyer, Christina, Bernhard Schrauth & Martin Abraham: Einstellungskriterien für Hochschulabsolventen wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge. Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage unter Arbeitgebern in Deutschland – Codebuch. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2013-1 (online)

Wittenberg, Reinhard: Masterstudierende am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus einer Onlineumfrage im Juli 2012. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2012-3 (online)

Wittenberg, Reinhard: Bachelors am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen unter den Erst-, Dritt-, Fünft- und Siebtsemestern vom Februar 2012. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2012-2 (online)

Wittenberg, Reinhard, Katharina Seebaß & Andrea Knecht unter Mitarbeit von Christoph Adrian, Julia Borst, Urs Fichtner, Stefan Gerbig, Tamara Hennige & Maria Thümmler: Klimabetroffenheit in Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse eines Lehrforschungsprojekts 2011/12. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2012-1 (online)

Wittenberg, Reinhard: Masterstudierende am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus einer Onlineumfrage im Juli 2011. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2011-2 (online)

Wittenberg, Reinhard: Bachelors am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen unter den Erst-, Dritt-, Fünft- und Siebtsemestern vom Januar 2011. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2011-1 (online)

Wittenberg, Reinhard & Barbara Erdel: Bachelors am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen unter den Erst-, Dritt-, Fünft- und Siebtsemestern vom Januar 2010. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2010-4 (online)

Wittenberg, Reinhard, Christopher Pabst, Michael Zochowski & Andrea Knecht: Evaluationsbericht *ARIADNEmed*. Ergebnisse zur Pilotphase des Mentoring-Programms für Nachwuchswissenschaftlerinnen an der Medizinischen Fakultät der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2010-3 (online)

Erdel, Barbara: Welche Determinanten beeinflussen den Studienerfolg? Eine empirische Analyse zum Studienerfolg der ersten Kohorte der Bachelorstudenten in der Assessmentphase am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2010-2 (online)

Wittenberg, Reinhard: Evaluation der „Blauen Nacht“ 2009 in Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus schriftlichen, mündlichen und Onlineumfragen sowie aus Inhaltsanalysen der Presseberichterstattung. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2010-1 (online)

Wittenberg, Reinhard: Bachelors am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen unter den Erst-, Dritt- und Fünftsemestern vom Januar 2009. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2009-2 (online)

Wittenberg, Reinhard, Andrea Knecht & Hannah Mägdefrau: Gesundheit und Wohlbefinden von Kindern und Jugendlichen in St. Leonhard und Schweinau. Befunde aus einem Lehrforschungsprojekt in Nürnberg. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2009-1 (online)

Wittenberg, Reinhard: Entrichtung und Verwendung der Studienbeiträge an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ergebnisse einer Onlineumfrage unter Studierenden. Berichte des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2008-1 (online)

Wittenberg, Reinhard, unter Mitarbeit von Claudia Wenzig und Florian Janik: Lebensqualität, Kommunalpolitik und Kommunalwahlen in Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Lehrforschungsprojekten der Jahre 2002 und 2006. Bericht 2007-1 (online)

Die offline-Version ist als Buch im Roderer Verlag, Regensburg, erschienen.

Wittenberg, Reinhard: „Aufgeklärt, doch ahnungslos“. Ausgewählte Ergebnisse aus einem Lehrforschungsprojekt zum (Un-)Wissen über Sexualität, Empfängnis und Verhütung sowie Ansteckung mit Geschlechtskrankheiten bzw. HIV unter Schülern in Nürnberg. Bericht 2005-1 (online)

Wittenberg, Reinhard: „Neues aus Wissenschaft & Praxis für Praxis & Wissenschaft“. Beiträge zum 4. Nürnberger AbsolventInnenstag der Sozialwissenschaften am 4./5. Juli 2003. Bericht 2004-1 (online)

Lechner, Birgit: Freizeitverhalten von BerufsschülerInnen im Rahmen der Lebensstilforschung und Subkulturtheorie. Bericht 2001-1

Wittenberg, Reinhard: AbsolventInnen des Studiengangs Sozialwissenschaften an der Universität Erlangen-Nürnberg: Studium und Beruf. Bericht 2000-2

Wenzig, Claudia: Armutsverlaufsmuster und ihre Auswirkungen auf das Wohlbefinden bei 17- bis 24-jährigen. Eine Analyse des Sozio-ökonomischen Panels 1985-1996. Bericht 2000-1

Funk, Walter: Kriminalitätsbelastung von Deutschen und Ausländern in Nürnberg 1996. Bericht 99-2

Wittenberg, Reinhard, unter Mitarbeit von Thomas Rothe, Sandra Proske, Claudia Wenzig & Knut Wenzig: Studienabbruch sowie Studienfach- und/oder Studienortwechsel an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Erlangen-Nürnberg. Bericht 99-1

Arbeits- und Diskussionspapiere

In der Reihe „Arbeits- und Diskussionspapiere“ publizieren wir (Zwischen-) Ergebnisse unserer Forschungstätigkeit, Beiträge zur methodischen Diskussion und Skripten für unsere Lehrveranstaltungen.

Martin Abraham, Hans Dietrich, Holger Sachse & Brigitte Schels: Adaption der Berufsauspiration bei Jugendlichen – eine Befragung von Haupt- und Realschüler/innen in Nürnberg. Überblick über die Studie und Datendokumentation (Stand: Oktober 2015). Arbeits- und Diskussionspapiere des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2015-1 (online)

Wittenberg, Reinhard: Klimabetroffenheit in Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus schriftlichen und telefonischen Umfragen im Juli und August 2011. Arbeits- und Diskussionspapiere des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2011-3 (online)

Wittenberg, Reinhard & Basha Vicari: Nürnberg Barometer: Lebensqualität und Kommunalpolitik 2010 aus Sicht der Einwohnerschaft. Arbeits- und Diskussionspapiere des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2011-2 (online)

Höglinger, Marc, Martin Abraham, Jürg H. Arpagaus & Lena Liechti: Die „Schweizer Betriebsbefragung zur Weiterbildung“. Methodenbericht. Arbeits- und Diskussionspapiere des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2011-1 (online)

Wittenberg, Reinhard: Exmatrikulierte des Bachelorstudiums am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Ausgewählte Ergebnisse aus Onlineumfragen unter den Studienabbrechern der ersten drei Bachelorkohorten. Arbeits- und Diskussionspapiere des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2009-1 (online)

Dees, Werner: Das Freizeitverhalten von Grundschulkindern. Ergebnisse des Nürnberger Kinderpanels. Arbeits- und Diskussionspapiere des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2008-2 (online)

Wittenberg, Reinhard, unter Mitarbeit von Andrea Knecht: Einführung in die empirische Sozialforschung I - Skript. 6., überarb., erg. u. aktual. Aufl., Arbeits- und Diskussionspapiere des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2008-1 (online)

Wittenberg, Reinhard: Das Bachelorstudium am Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Universität Erlangen-Nürnberg. Ergebnisse einer Onlinebefragung des ersten Bachelorjahrgangs 2006/07. Arbeits- und Diskussionspapiere 2007-5 (online)

Wittenberg, Reinhard: Vor den Kommunalwahlen in Nürnberg. Ein politisches Stimmungsbild aus dem Herbst 2007. Arbeits- und Diskussionspapiere 2007-4 (online)

Wittenberg, Reinhard (Hg.): Feier anlässlich des 80. Geburtstages von Prof. Dr. Günter Büschges. Arbeits- und Diskussionspapiere 2007-3 (online)

Seitz, Jochen: Eine kurze Einführung in LaTeX. Arbeits- und Diskussionspapiere 2007-2 (online)

Wittenberg, Reinhard, Einführung in die sozialwissenschaftlichen Methoden und ihre Anwendung in sozialwissenschaftlichen Untersuchungen I - Skript. 5., überarb., erg. u. aktual. Aufl., Arbeits- und Diskussionspapiere des Lehrstuhls für Soziologie und Empirische Sozialforschung 2007-1 (online)

Prosch, Bernhard: Hilft Gestalt? Möglichkeiten gestaltisch orientierter Lehre. Arbeits- und Diskussionspapiere 2006-2 (online)

Wittenberg, Reinhard: Politiker und Parteien in Nürnberg. Erste und vorläufige Ergebnisse einer Telefonumfrage im Januar 2006. Arbeits- und Diskussionspapiere 2006-1 (online)

Wittenberg, Reinhard: Einführung in die sozialwissenschaftlichen Methoden und ihre Anwendung in empirischen Untersuchungen I – Skript. 4., überarb., erg. u. akt. Aufl. Arbeits- und Diskussionspapiere 2005-1 (online)

Wittenberg, Reinhard: Studium und Beruf. Ausgewählte Ergebnisse der vierten Umfrage unter AbsolventInnen des Studiengangs Sozialwissenschaften an der Universität Erlangen-Nürnberg. Arbeits- und Diskussionspapiere 2004-4 (online)

Wenzig, Knut & Günter Buttler: Panel für Gründer in Freien Berufen. Die erste Welle im Überblick und die Bewertung der Beratungsqualität am IFB. Arbeits- und Diskussionspapiere 2004-3 (online)

Bacher, Johann, Knut Wenzig & Melanie Vogler: SPSS TwoStep Cluster – A First Evaluation. Arbeits- und Diskussionspapiere 2004-2 (online)

Prosch, Bernhard & Nadine Jakob: Mobilitätsmanagement im Meinungsbild – Erste Ergebnisse einer Bevölkerungsbefragung zur Initiative NürnbergMOBIL. Arbeits- und Diskussionspapiere 2004-1

Dees, Werner & Claudia Wenzig: Das Nürnberger Kinderpanel - Untersuchungsdesign und Deskription der Untersuchungspopulation. Arbeits- und Diskussionspapiere 2003-5 (online)

Wittenberg, Reinhard & Manuela Schmidt: Antisemitische Einstellungen in Deutschland in den Jahren 1994 und 2002. Ein Vergleich zweier Studien des American Jewish Committee, Berlin. Arbeits- und Diskussionspapiere 2003-4 (online)

Wenzig, Knut & Johann Bacher: Determinanten des Studienverlaufs. Was beeinflusst den Studienverlauf an der WiSo-Fakultät der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg? Eine Sekundäranalyse von Daten des Prüfungsamts und der Studentenzentrale. Arbeits- und Diskussionspapiere 2003-3 (online)

Wittenberg, Reinhard: Einführung in die sozialwissenschaftlichen Methoden und ihre Anwendung in empirischen Untersuchungen I – Skript. 3., überarb., erg. u. akt. Aufl. Arbeits- und Diskussionspapiere 2003-2

Bacher, Johann: Soziale Ungleichheit und Bildungspartizipation im weiterführenden Schulsystem Österreichs. Arbeits- und Diskussionspapiere 2003-1

Bacher, Johann & Bernhard Prosch: Lebensbedingungen und Lebensstile von Auszubildenden – Ergebnisse der Leipziger Berufsschulbefragung 2000. Arbeits- und Diskussionspapiere 2002-2

Prosch, Bernhard: Regionalmarketing auf dem Prüfstand. Ergebnisse einer Bevölkerungsbefragung zur Region Nürnberg 2001. Arbeits- und Diskussionspapiere 2002-1

Wittenberg, Reinhard: Einführung in die sozialwissenschaftlichen Methoden und ihre Anwendung in empirischen Untersuchungen I – Skript. 2., überarb., erg. u. akt. Aufl. Arbeits- und Diskussionspapiere 2001-1

Bacher, Johann: Einführung in die Grundzüge der Soziologie I – Skript. Arbeits- und Diskussionspapiere 2000-4

Wittenberg, Reinhard: Schwangerschaftskonfliktberatung. Ergebnisse einer Analyse der Nürnberger Beratungsprotokolle des Jahres 1998. Arbeits- und Diskussionspapiere 2000-3

Wittenberg, Reinhard: Techniken wissenschaftlichen Arbeitens I – Skript. Arbeits- und Diskussionspapiere 2000-2

Bacher, Johann & Reinhard Wittenberg: Trennung von Kohorten-, Alters- und Periodeneffekten. Arbeits- und Diskussionspapiere 2000-1

Prosch, Bernhard: Raum für starke Köpfe? Regionalmarketing im Meinungsbild. Arbeits- und Diskussionspapiere 99-9

Prosch, Bernhard & Sören Petermann: Zuckerbrot und Peitsche für die Hühner. Kooperation durch dezentrale Institutionen. Arbeits- und Diskussionspapiere 99-8

Wittenberg, Reinhard, Serap Asiran, Almir Krdzalic, Vanessa S. Karg & Sabine Popp: Studium, Berufswahl und Berufstätigkeit Nürnberger SozialwirtInnen zwischen 1977 und 1999. Erste Ergebnisse. Arbeits- und Diskussionspapiere 99-7

Bacher, Johann: Arbeitslosigkeit und Rechtsextremismus. Forschungsergebnisse auf der Basis des ALLBUS 1996 und der Nürnberger BerufsschülerInnenbefragung 1999. Arbeits- und Diskussionspapiere 99-6

Wittenberg, Reinhard: Einführung in die Sozialwissenschaftlichen Methoden und ihre Anwendung in empirischen Untersuchungen I - Skript. Arbeits- und Diskussionspapiere 99-5

Wittenberg, Reinhard: Antisemitische Einstellungen in Deutschland zwischen 1994 und 1998. Messprobleme und Ergebnisse. Arbeits- und Diskussionspapiere 99-4

Bacher, Johann, Christoph Gürtler, Angelika Leonhardi, Claudia Wenzig & Reinhard Wittenberg: Das Nürnberger Kinderpanel. Zielsetzungen, theoretisches Ausgangsmodell, methodische Vorgehensweise sowie wissenschaftliche und praktische Relevanz. Arbeits- und Diskussionspapiere 99-3

Wittenberg, Reinhard: Pausenverkauf, Ernährung und Gesundheit an Nürnberger Schulen. Arbeits- und Diskussionspapiere 99-2

Wittenberg, Reinhard & Dorothea Jäkel: Ernährung und Zahngesundheit an Nürnberger Hauptschulen. Arbeits- und Diskussionspapiere 99-1

Berichte sowie Arbeits- und Diskussionspapiere sind auch als PDF-Dokument abrufbar:
<http://www.sozioogie.wiso.uni-erlangen.de/publikationen/>

ISSN 1437-6741 (print)

ISSN 1438-4663 (online)