MEDIA SuUB Bremen
https://media.suub.uni-bremen.de

Titel/Title: **Die Nutzung des Internets bei der Wahl des Studienortes und während des Studiums**

Autor*innen/Author(s): Ivo Moßig

Veröffentlichungsversion/Published version: Postprint

Zeitschriftenartikel/Journal article

Empfohlene Zitierung/Recommended citation:

Moßig, Ivo (2000): Die Nutzung des Internets bei der Wahl des Studienortes und während des Studiums. In: Beiträge zur Hochschulforschung, 4-2000, 365-382.

Verfügbar unter/Available at:
(wenn vorhanden, bitte den DOI angeben/please provide the DOI if available)

Zusätzliche Informationen/Additional information:

Der Autor kann kontaktiert werden unter:
mossig@uni-bremen.de

Die Nutzung des Internets bei der Wahl des Studienortes und während des Studiums

Ergebnisse einer umfangreichen Befragung unter den Studentinnen und Studenten der Justus-Liebig-Universität Gießen[1]

Ivo Moßig

Das Internet gilt als die Informationstechnologie der Zukunft. Doch bei der Wahl des Studienortes zeigt sich, dass derzeit noch andere Informationsquellen häufiger verwendet und von der Mehrheit der Studienanfängern als wichtiger eingestuft werden. Nur 19,8 % der Studierenden haben sich bei der Studienortwahl im Internet informiert. Neben anderen Gründen lässt sich dieser geringe Anteil auf einen fehlenden Zugang und mangelnde Internetkenntnisse zurückführen. Nur 25,9 % der Studierenden haben bereits vor ihrem Studium mit dem Internet gearbeitet. Dies ändert sich mit dem Beginn des Studiums schlagartig und der Anteil derjenigen, die das Internet nutzen, hat sich bereits im ersten Semester mit 62,8 % mehr als verdoppelt. Die Kommunikation per E-Mail ist dabei die häufigste Nutzungsform, gefolgt von der Literaturrecherche und Informationsbeschaffung für das Studium. Kommerzielle Anwendungen (Online-Shopping, Online-Banking) werden von den Studierenden dagegen zumeist gemieden.

[1] An dieser Stelle möchte ich den Studentinnen und Studenten meiner Lehrveranstaltung über „Erhebungs- und Bewertungsmethoden in der Geographie“ (Sommersemester 2000) für ihre engagierte und konstruktive Mitarbeit bei der Vorbereitung, Durchführung und Auswertung der Befragung danken.

1 Einleitung und Zielsetzung

Das Internet gilt als eine Technologie, die zukünftig auf vielfältige Art und Wiese die Informationsbeschaffung verändern wird. Für Handel, Industrie und Gewerbe wird bereits vielfach postuliert, wer heute nicht bei den neuen Informations- und Kommunikationstechnologien dabei ist, der verliert den Anschluss an die sogenannte „Neue Wirtschaft". Im Internetzeitalter gilt nicht, dass die Großen die Kleinen schlagen, sondern die Schnellen die Langsamen *(Cole 2000)*. Mit dem Bedeutungszuwachs des Internets sind zudem vielfältige organisatorische Umstrukturierungen zu erwarten, denn Informationen und Wissen, die bislang räumlich gebunden waren und sich nur mit erheblichem Zeitaufwand weiterleiten ließen, werden zunehmend räumlich und zeitlich ungebunden verfügbar sein.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, welche Bedeutung die Informationsmöglichkeiten im Internet mittlerweile für die Studentinnen und Studenten an einer deutschen Hochschule besitzen. In welchem Umfang und zu welchen Zwecken wird das Internet von den Studierenden vornehmlich genutzt? Welchen Bekanntheitsgrad haben die Internetseiten der eigenen Hochschule und des eigenen Studienfaches und wie werden die dort enthaltenen Informationen aus Sicht der Studierenden bewertet? Welche Empfehlungen lassen sich daraus für die Gestaltung der Internetseiten ableiten?

Neben der Beantwortung dieser Fragen sollte durch eine umfangreiche Befragung der Studentinnen und Studenten der Justus-Liebig-Universität Gießen herausgefunden werden, im welchen Umfang das Informationsangebot im Internet bei der Wahl des Studienortes bereits genutzt wird *(Moßig 2000)*. Angesichts knapper werdender Mittel und dem Versuch seitens der Politik, den Wettbewerb zwischen den Hochschulen zu verstärken, erlangen die Studentenzahlen eine zunehmend wichtige Bedeutung als Indikator für die jeweilige Attraktivität *(Meusburger 1998, S. 445ff)*. Neben den Gründen und Motiven der Studienortwahl ist daher aus Sicht der Hochschulen insbesondere das Informationsverhalten der Studierenden bei dieser Entscheidung von Interesse, um das eigene Informationsangebot entsprechend anzupassen.

2. Methodische Vorgehensweise

Die empirische Grundlage der Studie ist eine schriftliche Befragung, die im Sommersemester 2000 an der Justus-Liebig-Universität Gießen durchgeführt **(← p. 366)** wurde. Insgesamt wurden 970 Studentinnen und Studenten der Gießener Universität befragt.

Die Stichprobenauswahl erfolgte in Form einer nach Studienfächern bzw. Fachbereichen geschichteten Stichprobe. Erfasst wurden die 10 größten Studienfächer bzw. Fachbereiche. Da die Befragung im Rahmen einer Lehrveranstaltung am Institut für Geographie durchgeführt wurde, ist zusätzlich das Fach Geographie mit einbezogen worden. Auf die ausgewählten Fächer entfallen somit 77,3 % der insgesamt 20.075 Studierenden der JLU-Gießen.

Es sind insbesondere Studierende des ersten Studienabschnittes (1.-4. Semester) befragt worden, da eine der zentralen Fragestellungen der Untersuchung darin bestand, die derzeitige Internetnutzung bei der Studienortwahl zu ermitteln. Bei höheren Semestern liegt die Wahl des Studienortes zu weit zurück. Zudem hat der Verbreitungsgrad des Internets in letzter Zeit derart zugenommen, dass sich die Bedeutung in früheren Jahren nicht auf die heutige Situation übertragen lässt.

Tab. 1: Zusammensetzung der Stichprobe nach Studienfächern und Semesterzahl

Studienfach/Fachbereich	**Studierende** 13.12.1999	**Befragte**		**Studierende** 13.12.1999	**Befragte**	
	abs.	abs.	%	1.-4. Sem.	1.-4. Sem	%
Rechtswissenschaften	2.039	182	8,9	716	165	23,0
Wirtschaftswissenschaften	1.738	60	3,5	625	53	8,5
Erziehungswissenschaften	1.301	65	5,0	573	56	9,8
Germanistik	1.365	99	7,3	582	75	12,9

Anglistik	830	49	5,9	331	36	10,9
Mathematik/Informatik	1.013	50	4,9	493	35	7,1
Biologie	824	25	3,0	236	20	8,5
Agrarwissenschaften/H&E	1.649	140	8,5	498	129	25,9
Veterinärmedizin	1.670	126	7,5	424	103	24,3
Humanmedizin	2.744	122	4,4	763	110	14,4
Geographie	350	42	12,0	85	23	27,1
Sonstige		10			10	
Insgesamt	**15.523**	**970**	**3,8**	**5.326**	**815**	**15,3**

Quelle: JLU-Gießen (2000): Statistik der Studierenden; eigene Erhebung

Die Zusammensetzung der Stichprobe nach Studienfächern bzw. Fachbereichen sowie Semesterzahlen ist in Tabelle 1 dargestellt. Für die Befragung wurden Lehrveranstaltungen ausgewählt, die eine repräsentative Teilmenge der Studierenden des jeweiligen Studienfaches bzw. Fachbereichs (insbesondere der ersten vier Semester) erwarten ließen. Die Durchführung fand in der Woche vom **(← p. 367)** 26. bis 30. Juni zumeist am Ende der ausgewählten Lehrveranstaltungen im Beisein der jeweiligen Veranstaltungsleiter statt. Dies hatte zur Folge, dass mit 970 ausgefüllten Fragebögen eine sehr hohe Rücklaufquote erreicht werden konnte.[1]

Der Befragung lag ein fünfseitiger, weitgehend standardisierter Fragebogen zugrunde. Die Gestaltung der Fragebogenteile, durch die das Informationsverhalten im Zuge der Studienortwahl erfasst werden sollte, erfolgte aus Motiven einer möglichen Vergleichbarkeit in Anlehnung an eine frühere Befragung an der Universität Gießen *(Giese et. al. 1982, S. 136ff)*.

Im folgenden Abschnitt soll zunächst auf die Bedeutung des Internets bei der Wahl des Studienortes eingegangen werden, bevor die aktuelle Internetnutzung der Gießener Studentinnen und Studenten dargestellt wird. Abschließend erfolgt eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse.

3 Die Bedeutung der Informationsmöglichkeiten im Internet bei der Wahl des Studienortes Gießen

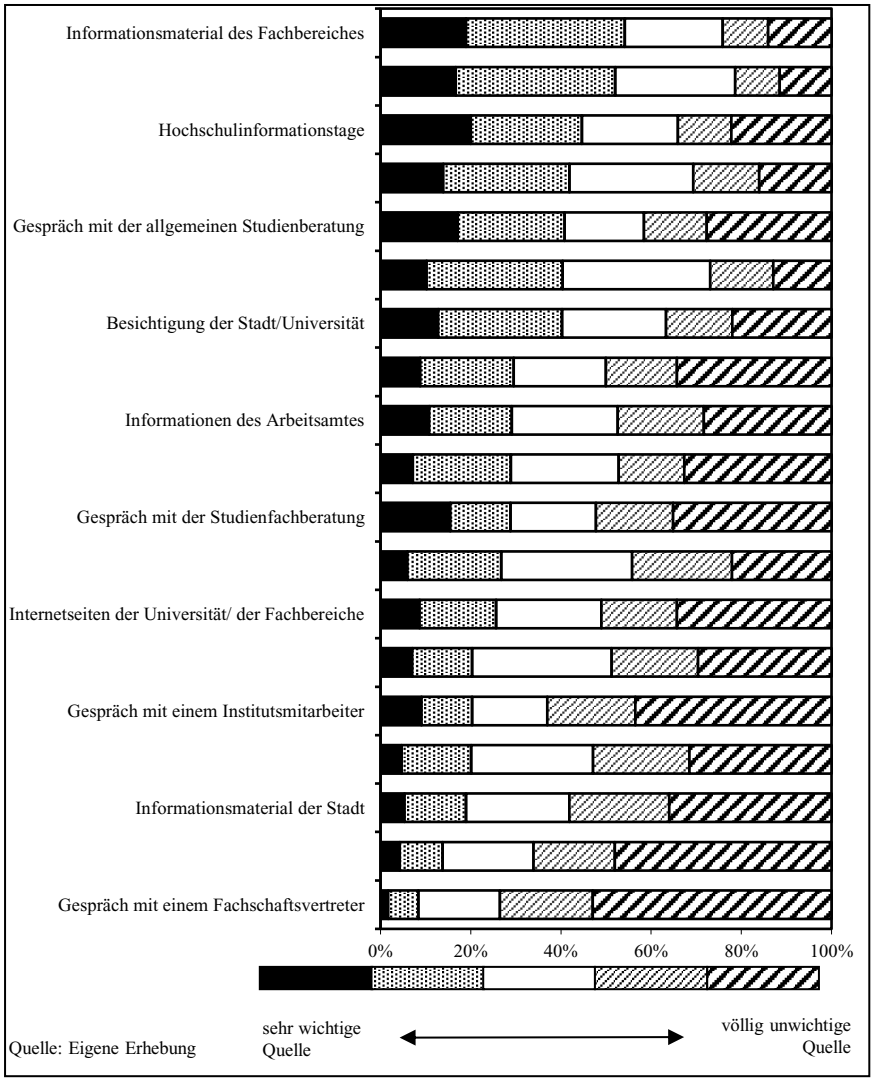
Um die Bedeutung des Internets bei der Wahl des Studienortes Gießen abschätzen zu können, sollten die Studierenden zunächst angeben, welche Wichtigkeit verschiedene Informationsquellen bei der von ihnen getroffenen Studienortentscheidung hatten.

Aus Abbildung 1 geht hervor, dass die Informationsmaterialien der jeweiligen Fachbereiche (54 %) und der Universität (52 %) diejenigen Informationsquellen waren, die von den meisten Studentinnen und Studenten als sehr wichtig bzw. als wichtig angesehen wurden. Es folgen der Besuch der Hochschulinformationstage („Abituriententag“, 45 %), die speziellen Informationen für Abiturienten, die in der Regel in den Schulen verteilt werden („Studien und Berufswahl“/„Studieren in Hessen“, 42 %), Gespräche mit der allgemeinen Studienberatung (41 %), Ratschläge von Freunden oder Bekannten (40 %) sowie die persönliche Besichtigung der Stadt und der Universität (40 %). Die weiteren Quellen wurden deutlich nachrangig bewertet und erreichten nur Anteile unter 30 %. So rangieren in der Bewertung die allgemeinen Informationen aus dem Internet **(← p. 368)** nur auf Rang 10, die Internetseiten der Universität und ihrer Fachbereiche auf Rang 13 und die der Fachschaft auf dem vorletzten 18. Platz (vgl. Abbildung 1). Das

[1] Legt man den ungünstigsten Fall zugrunde, so errechnet sich ein minimal erforderlicher Stichprobenumfang für eine reine Zufallsstichprobe im homogeraden Fall bei einer gewählten Sicherheitswahrscheinlichkeit von 95 %, einem tolerierten Fehler von $\varepsilon = 0{,}03$ und einer Grundgesamtheit von N = 15.523 von 998 Stichprobenelementen. Bei einer Grundgesamtheit von N = 5..326 (nur 1.-4. Sem.) liegt er bei 867 *Elementen (Schwarze 1997, S. 170ff, Rinne 1995, S. 370f.)*. Für einen tolerierten Fehler von $\varepsilon = 0{,}04$ wird der minimal erforderliche Stichprobenumfang für N = 15.523 ⇒ 578 Stichprobenelemente bzw. für die Grundgesamtheit N = 5.326 ⇒ 540 Elemente deutlich überschritten.

Informationsangebot im Internet stellt demnach lediglich eine Ergänzung zu den herkömmlichen Informationsquellen dar.

Abb. 1: Bedeutung verschiedener Informationsquellen bei der Wahl des Studienortes Gießen



Es sollte bedacht werden, dass sich die Informationen der bestbewerteten Quellen problemlos ins Internet stellen lassen. Daraus lässt sich unmittelbar die Empfehlung **(← p. 369)** für den Internetauftritt der Hochschulen ableiten, dass für die Studienanfänger auf jeden Fall die Informationsmaterialien der jeweiligen Fachbereiche und der Universität online abrufbar sein sollten.

Neben dieser Bewertung einzelner Informationsquellen sind die Studierenden direkt befragt worden, ob sie das Internet bei der Studienortentscheidung herangezogen haben. Insgesamt lag der Anteil der Internetnutzer bei der Wahl des Studienortes bei nur 19,8 %. Davon gab der überwiegende Teil (59,8 %) an, dass das Internet gleichbedeutend gegenüber anderen Quellen gewesen ist. 17,9 % bescheinigten ihm eine größere Bedeutung und 22,3 % sagten aus, dass andere Quellen wichtiger als das Internet waren. Auch diese Zahlen belegen, dass das Internet derzeit bei der Wahl des Studienortes in relativ geringem Umfang genutzt wird. Aus der Befragung lassen sich dafür drei zentrale Ursachen feststellen:

a) Fehlender Zugang bzw. fehlende Internetkenntnisse vor Beginn des Studiums:

Nur 25,9 % der Studierenden haben bereits vor ihrem Studienbeginn das Internet genutzt. Der überwiegende Anteil ist erst während des Studiums mit diesem neuen Informationsmedium in Kontakt gekommen. Dies erfolgt bei den meisten Studierenden bereits im ersten Semester (vgl. Tabelle 2).

Tab. 2: Anteil der Studierenden, die mit dem Internet arbeiten, differenziert nach Beginn der Internetnutzung

Beginn der Internetnutzung	**Anteil an allen Studierenden in %**
Schon vor dem ersten Semester	25,9
Im ersten Semester	36,9
Nach dem ersten Semester	9,1
Insgesamt	**71,9**

Quelle: Eigene Erhebung

Insgesamt arbeiten derzeit 71,9 % der Studierenden mit dem Internet. Der vergleichsweise hohe Anteil derjenigen, die das Internet nicht nutzen (28,1 %), kann dadurch erklärt werden, dass überwiegend Studierende im Grundstudium befragt wurden. In einigen Fächern besitzt das Internet in den ersten Semestern als Informationsquelle für das Studium offenbar keine besondere Relevanz. Dies betrifft insbesondere das Fach Veterinärmedizin. So gaben nur 48 % der angehenden Tierärzte an, dass sie derzeit das Internet nutzen. **(← p. 370)**

Da der fehlende Zugang offensichtlich eine wesentliche Ursache für die geringe Bedeutung des Internets bei der Studienortwahl ist und sich die Anzahl der Internetnutzer mit dem Beginn des Studiums sofort erhöht, könnte vermutet werden, dass diese Informationsquelle im nachhinein deutlich höher eingestuft wird. Um dies zu überprüfen wurden die Studierenden gebeten, aus heutiger Sicht diejenigen Informationsquellen zu benennen, die sie unter Berücksichtigung der bisher gesammelten Studienerfahrung verwenden würden, wenn die Wahl des Studienortes nochmals anstünde (vgl. im folgenden *Moßig 2000*). Es zeigt sich, dass die Informationsmaterialien der Universität (Rang 1) und der Fachbereiche (Rang 3) weiterhin als die wesentlichen Quellen angesehen werden. Deutlich wichtiger als bei der zurückliegenden eigenen Studienortwahl werden die Ratschläge von Freunden und Bekannten (Rang 2), die Besichtigung der Stadt und der Universität (Rang 4) sowie das Gespräch mit der Studienfachberatung (Rang 5) eingestuft.

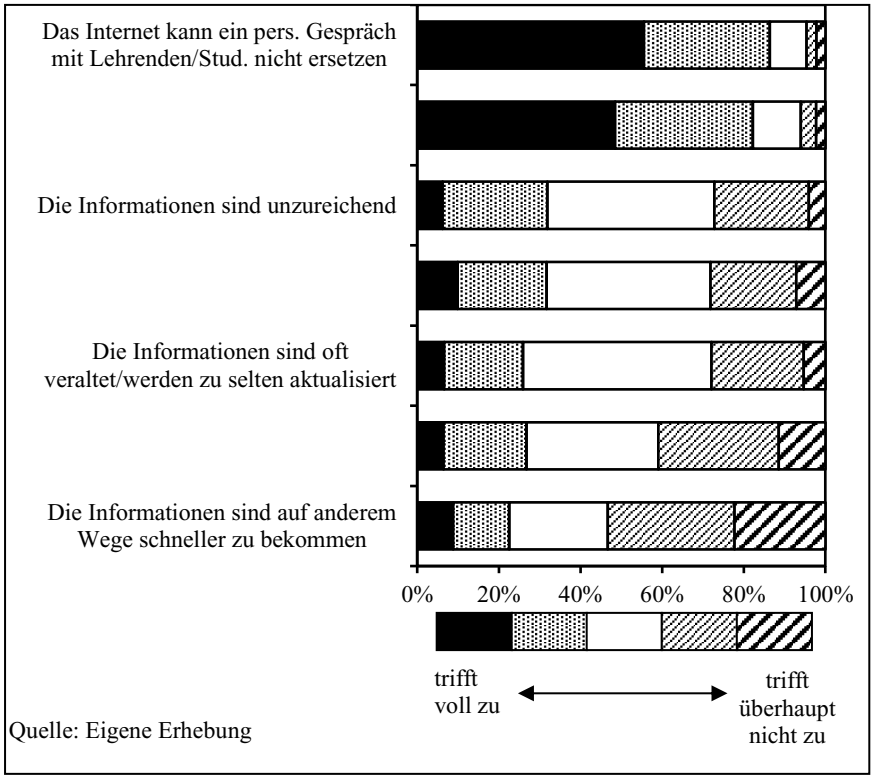
Die Internetseiten der Universität und ihrer Fachbereiche verbessern sich auf Rang 8 gegenüber Rang 13 in Abbildung 1. Dennoch beträgt der Anteil der Studierenden, die aus heutiger Sicht das Internet zu den drei wichtigsten Informationsquellen bei der Studienortwahl zählen, lediglich 15,6 %.

Insgesamt ist festzuhalten, dass der fehlende Zugang eine wesentliche Ursache für die geringe Bedeutung des Internets bei der Studienortwahl ist. Jedoch zeigt die zuletzt ausgeführte Analyse, welche Quellen aus heutiger Sicht verwendet würden, dass das Internet noch weit davon entfernt ist, die anderen Informationsmedien zu verdrängen.

b) Das Internet kann persönliche Eindrücke nicht vermitteln

Um Stärken und Schwächen des Internets bei der Studienortwahl aus Sicht der Studierenden festzustellen, sollten die Befragten vorgegebene Aussagen dahingehend bewerten, ob sie zutreffen oder nicht. Dabei wurde deutlich, dass eine wesentliche Schwäche des Internets darin liegt, dass es nur unzureichend persönliche Eindrücke vermitteln kann. So stimmten 86,4 % der Befragten voll bzw. weitgehend mit der Aussage überein, dass das Internet ein persönliches Gespräch mit einem Lehrenden oder einem Studierenden nicht ersetzen kann. Solche Gespräche wurden jedoch unter Berücksichtigung der gemachten Studienerfahrung als sehr wichtig eingestuft. Gleiches gilt für die breite Zustimmung zu der Aussage, dass das Internet eine Besichtigung der Universität nicht ersetzen kann (vgl. Abbildung 2). **(← p. 371)**

Abb. 2: Stärken und Schwächen des Internets als Informationsmedium bei der Wahl des Studienortes



Die Aussagen, dass die Informationen unzureichend, zu unverbindlich oder oftmals veraltet bzw. zu selten aktualisiert sind, fanden zu gleichen Teilen Zustimmung und Ablehnung, wobei jeweils über 40 % der Studierenden den Aussagen neutral gegenüber standen. Daraus lässt sich weder eine besondere Stärke noch eine Schwäche des Internets bei der Studienortwahl folgern. Eine Stärke zeigt sich durch die überwiegende Ablehnung der Aussage, dass die benötigten Informationen auf anderem Wege schneller zu bekommen seien. 53,3 % der Studierenden lehnten diese Aussage ganz oder überwiegend ab, und bei 24,2 % unentschiedenen Meinungen stimmten lediglich 22,5 % mit dieser Aussage voll bzw. überwiegend überein. Ebenso kann anhand der geringen Zustimmung (26,7 %) festgestellt werden, dass es kein besonderes Problem des Internetangebotes ist, dass die Informationen zur Studienortwahl nur sehr schwer zu finden seien. **(← p. 372)**

c) Persönliche Gründe dominieren die Studienortwahl

Die Nähe zum Heimatort ist das wichtigste Motiv der Studienortwahl. Für 67 % der freiwillig[2] an der Justus-Liebig-Universität Gießen Studierenden war dies ein sehr wichtiger bzw. wichtiger Grund, sich für diesen Studienort zu entscheiden. Auch unter Berücksichtigung der gemachten Studienerfahrung wäre die Nähe zum Heimatort das mit deutlichem Abstand wichtigste Entscheidungskriterium, wenn nochmals die Wahl des Studienortes anstünde *(Moßig 2000)*. Dieses Ergebnis bestätigt den starken Zusammenhang zwischen räumlicher Nähe zur Hochschule und der Bildungswanderung, der schon wiederholt festgestellt worden ist. Eine Verschiebung gegenüber früheren Untersuchungen ist demzufolge nicht erkennbar *(Giese et al. 1982, Muske 1975, Nutz 1991)*. Als Ursache für die sogenannte „Bildungssesshaftigkeit“ werden insbesondere familiäre Bindungen, die emotionale Ortsgebundenheit sowie finanzielle Aspekte und die Nähe zu Freunden und Bekannten angeführt

[2] Die Studentinnen und Studenten, die gegen ihren Wunsch von der ZVS einen Studienplatz in Gießen zugewiesen bekommen haben, wurden an dieser Stelle nicht berücksichtigt.

(Meusburger 1998, S. 444). Für viele Studienanfänger ist dadurch die Wahl des Studienortes festgelegt und weitergehende sowie vergleichende Informationen, die insbesondere durch das Internet bequem eingeholt werden können, werden deshalb oftmals nicht abgerufen.

Ebenso ist zu bedenken, dass die persönlichen Gründe bei der Entscheidung für einen Studienort nur durch persönliche Gespräche (z.B. mit den Eltern, Geschwistern, Lehrern oder Freunden) sowie durch eigene Erfahrungen (z. B. durch den Besuch des Studienortes und der Hochschule) beeinflusst werden können. Dem Internet bieten sich kaum Möglichkeiten derartige Informationen bereitzustellen, so dass die geringe Internetnutzung bei der Studienortwahl auch auf die Dominanz der persönlichen Gründe und Motive bei dieser Entscheidung zurückgeführt werden muss.

Eine nach Heimatorten differenzierte Betrachtung der Internetnutzer bei der Studienortwahl bestätigt, dass das Internet von Studierenden aus Gießen und Umgebung wesentlich seltener genutzt wurde, als von Studentinnen und Studenten, die von außerhalb Hessens nach Gießen gekommen sind (vgl. Tabelle 3). **(← p. 373)**

Tab. 3: Anteil der Internetnutzer bei der Studienortwahl differenziert nach Heimatorten

Entfernung zum Heimatort	**Das Internet wurde bei der Studienortwahl genutzt**	
Der Heimatort liegt	**ja**	**nein**
- im Landkreis Gießen	12,7 %	87,3 %
- in einem der umliegenden Landkreise[3]	14,2 %	85,8 %
- sonstiges Hessen	15,4 %	84,6 %
- in einem anderen Bundesland	27,0 %	73,0 %
- im Ausland	13,6 %	86,4 %
Insgesamt:	**19,8 %**	**80,2 %**

Quelle: Eigene Erhebung

Neben der Entfernung zum Heimatort konnten durch entsprechende Kreuztabellierungen weitere Merkmale der Internetnutzer bei der Studienortwahl festgestellt werden. So ist das Internet deutlich häufiger von Studentinnen und Studenten aus dem 1. und 2. Semester verwendet worden. Der Nutzeranteil beträgt 25,0 % gegenüber 11,7 % bei den Studierenden im 3. und 4. Semester. Ab dem 5. Semester betrug der Anteil 11,6 %. Dies deutet darauf hin, dass die vergleichsweise neue Informationsquelle Internet in Zukunft eine zunehmende Bedeutung bei der Studienortwahl erreichen dürfte.

Gegenüber dem Zeitpunkt der Studienortwahl, der sich an der Semesterzahl ablesen lässt, spielt das Alter der Studierenden eine untergeordnete Rolle. Das Durchschnittsalter der Internetnutzer bei der Studienortwahl lag mit 21,8 Jahren nur geringfügig unter dem Durchschnittsalter aller befragten Studentinnen und Studenten von 22,3 Jahren. Aufgeschlüsselt nach Altersgruppen sind keine nennenswerten Unterschiede feststellbar.

Auch geschlechtsspezifische Unterschiede sind nur schwach ausgeprägt. Der Anteil der männlichen Internetnutzer bei der Studienortwahl ist mit 21,6 % etwas höher als bei den Studentinnen mit 18,8 %, jedoch liegt dieser Unterschied von 2,8 % innerhalb des vorgegebenen tolerierten Fehlers und ist daher nicht signifikant. **(← p. 374)**

[3] Lahn-Dill-Kreis, Limburg-Weilburg, Marburg-Biedenkopf, Vogelsbergkreis, Wetteraukreis

Tab. 4: Internetnutzung bei der Studienortwahl differenziert nach Studienfächern bzw. Fachbereichen

Studienfach bzw. Fachbereich	**Das Internet wurde bei der Studienortwahl genutzt**	
	ja	**nein**
- Wirtschaftswissenschaften	33,3 %	66,7 %
- Agrarwissenschaften und H&E	27,5 %	72,5 %
- Biologie	20,8 %	79,2 %
- Anglistik	20,4 %	79,6 %
- Humanmedizin	19,8 %	80,2 %
- Erziehungswissenschaften	19,0 %	81,0 %
- Geographie	19,0 %	81,0 %
- Rechtswissenschaften	18,9 %	81,1 %
- Mathematik	16,0 %	84,0 %
- Germanistik	13,5 %	86,5 %
- Veterinärmedizin	12,5 %	87,5 %
Insgesamt	**19,8 %**	**80,2 %**

Quelle: Eigene Erhebung

Deutliche Unterschiede lassen sich jedoch bei einer Differenzierung nach Studienfächern bzw. Fachbereichen erkennen (vgl. Tabelle 4). Die extrem überdurchschnittliche Internetnutzung bei der Studienortwahl der Wirtschaftswissenschaftler sowie der Agrar- bzw. Haushalts- und Ernährungswissenschaftler lässt sich nur teilweise dadurch erklären, dass es sich dabei um ZVS-Fächer handelt. Ein denkbares Argument wäre, dass die Studierenden im Zuge der Erstellung der Studienort-Wunschliste dazu gezwungen werden, sich mit verschiedenen Orten auseinander zu setzen. Doch mit den Fächern Veterinärmedizin oder Rechtswissenschaften verzeichnen auch zulassungsbeschränkte Fächer unterdurchschnittliche Anteilswerte. Bei Agrar- sowie Haushalts- und Ernährungswissenschaften handelt es sich um selten in Deutschland angebotene Studiengänge. Dies trifft jedoch im selben Maße auch auf die Veterinärmedizin zu. Da diese Mutmaßungen nicht ausreichend sind, um die Fachunterschiede zu erklären, lässt sich aus Tabelle 4 interpretieren, dass die Studentinnen und Studenten einiger Fächer dem Internet bei der Studienortwahl aufgeschlossener waren und es früher genutzt haben als andere. **(← p. 375)**

4 Die Internetnutzung der Studentinnen und Studenten an der Justus-Liebig-Universität Gießen

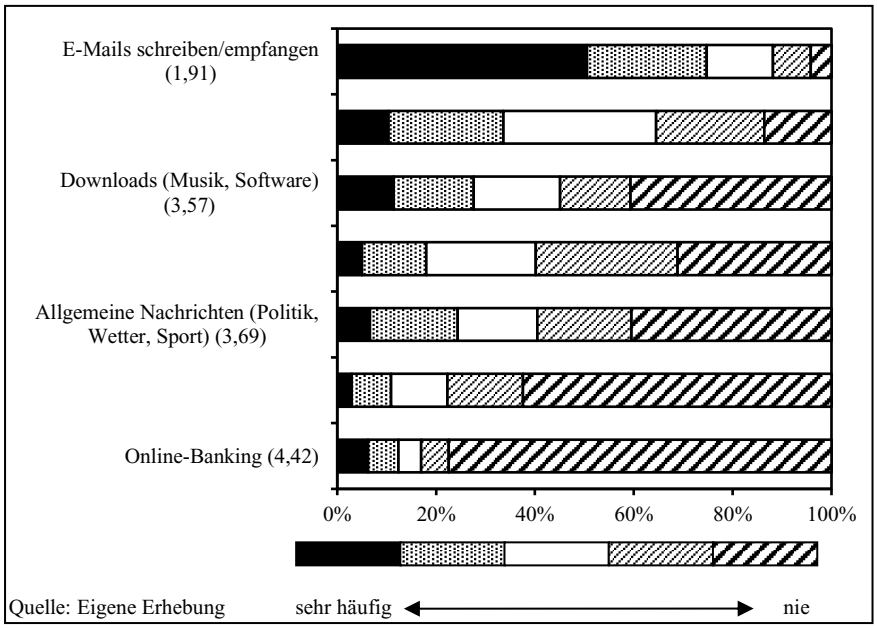
Im vorangegangenen Abschnitt wurde bereits darauf hingewiesen, dass von den befragten Studentinnen und Studenten 71,9 % mit dem Internet arbeiten. Im folgenden Abschnitt soll dargestellt werden, welche Internetdienste bevorzugt genutzt werden und wie die Studierenden das Internetangebot der Justus-Liebig-Universität Gießen und Ihrer Fachbereiche bewerten. Zudem sollen generelle Empfehlungen für die Gestaltung der Internetseiten einer Hochschule ermittelt werden. Dazu wurden die Antworten der offenen Fragen zu fehlenden Informationen und zu Verbesserungsvorschlägen ausgewertet. Hinweise bezüglich der technischen Umsetzung wurden im Rahmen der Vorbereitung der Befragung erarbeitet. Dabei wurden die Internetseiten der befragten Fachbereiche und Studienfächer hinsichtlich des Informationsangebotes für Studienanfänger einer Nutzwertanalyse *(Strassert 1973, Deiters 1986)* unterzogen. Die technische Umsetzung und Bedienungsfreundlichkeit ist dabei eine Bewertungskategorie gewesen.

In Abbildung 3 ist dargestellt, welche Möglichkeiten des Internets von der Gruppe der Studierenden bevorzugt genutzt werden, die tatsächlich mit dem Internet arbeitet. Zur Bildung der Rangfolge wurde ein

arithmetischer Mittelwert im Sinne einer Durchschnittsnote aus den genannten Häufigkeiten der jeweiligen Antwortkategorien von (1) = „sehr häufig“ bis (5) = „nie“ errechnet.[4]

Die mit Abstand häufigste Nutzungsform des Internets durch die Studierenden ist die Kommunikation per E-Mail. Über die Hälfte der Studierenden (50,5 %), die mit dem Internet umgehen, gaben an, sehr häufig E-Mails zu schreiben und zu empfangen. Nur 4,2 % nutzen dieses Möglichkeit nie. Es folgt die Literatur- und Informationssuche für das Studium, wobei das Internet zu diesem Zweck nur noch von 10,4 % der Studierenden sehr häufig und von 23,2 % häufig genutzt wird. Der Anteil der Internetnutzer, der dieses Medium nie nach Literatur und studienrelevanten Informationen durchsucht, ist mit 13,6 % gering. Im Rahmen des Studiums wird das Internet folglich intensiver genutzt als zuvor bei der Studienortwahl. Der Abruf von Musik oder Software (Downloads), die Suche nach Praktikantenstellen bzw. Ferienjobs sowie die Information über allgemeinen Nachrichten (z.B. über Politik, das Wetter oder Sport) sind nochmals geringer ausgeprägt und wird nur von 11,4 % bzw. 5,0 % und 6,6 % der Studierenden **(← p. 376)** sehr häufig anhand des Internets betrieben. Die Anteile der Studierenden, die zu diesem Zweck nie im Internet nachsehen, ist mit 31,1 % bis 40,7 % schon deutlich höher. Die kommerziellen Internetanwendungen des Online-Shoppings und Online-Bankings werden von dem meisten Studierenden gemieden. 77,5 % haben noch nie Geschäfte via Internet mit der Bank abgewickelt und 62,4 % noch nie etwas über das Internet gekauft.

Abb. 3: Nutzung verschiedener Internetmöglichkeiten durch Studierende



Damit stimmen die Interessen der Studierenden bezüglich der Internetnutzung weitgehend mit denen der Gesamtbevölkerung überein. So stellt *Becker (2000)* fest, dass der Großteil der Online-Gemeinde das Internet überwiegend als Informations- und Kommunikationsmedium nutzt und Online-Shopping im Vergleich zu anderen Nutzungsmöglichkeiten nur eine marginale Bedeutung besitzt. Seinen vorliegenden Untersuchungen zufolge wird jedoch der Bereich des Online-Bankings von der Gesamtbevölkerung häufiger genutzt als von den Studierenden.

Die Internetseiten der Justus-Liebig-Universität sind unter den Internetnutzern bekannt. Es gaben sogar 31 Studierenden an, sie würden die Seiten kennen, obwohl sie selbst nicht mit dem Internet arbeiten. Das Informationsangebot der gesamten Universität im Internet wurde von 86,4 % der Befragten als gut oder **(←**

[4] Dabei wird eine gleichmäßige Abstufung zwischen den Antwortkategorien unterstellt. Unter dieser Prämisse ist die arithmetische Mittelwertbildung einer ordinalskalierten Variablen zulässig *(vgl. Bahrenberg et al., 1999, S. 48)*.

p. 377) befriedigend bewertet. In Form ein Schulnote ausgedrückt errechnete sich dabei ein Notendurchschnitt von 2,79.

Eine größere Aussagekraft kann durch die Differenzierung nach Studienfächern bzw. Fachbereichen erreicht werden. Insgesamt gaben 58,6 % der Befragten an, dass sie die Internetseiten des eigenen Studienfaches kennen. In Tabelle 5 sind die vergebenen Noten und der Bekanntheitsgrad nach den jeweiligen Fächern dargestellt.

Tab. 5: Bekanntheitsgrad und Bewertung der Internetseiten der jeweiligen Studienfächer bzw. Fachbereiche

Studienfach	Internet-seiten sind bekannt	(1) sehr gut	(2) gut	(3) befr.	(4) ausr.	(5) man-gelhaft	(6) unge-nügend	**Noten-durch-schnitt**
	Anteil der Nennungen in %							
1. Wirtschaftswiss.	95,0	14,0	43,9	31,6	5,3	5,3	0,0	**2,44**
2. Mathematik	70,0	2,9	48,6	34,3	11,4	2,9	0,0	**2,63**
3. Anglistik	49,0	4,2	25,0	62,5	8,3	0,0	0,0	**2,75**
4. Rechtswiss.	79,7	2,1	40,0	42,8	11,0	2,1	2,1	**2,77**
5. Germanistik	45,5	2,2	35,6	46,7	13,3	2,2	0,0	**2,78**
6. Erziehungswiss.	49,2	3,1	40,6	34,4	15,6	6,3	0,0	**2,81**
7. Humanmedizin	43,4	0,0	34,0	43,4	17,0	3,8	1,9	**2,96**
8. Agrarwiss. / H&E	60,0	2,4	27,4	50,0	11,9	6,0	2,4	**2,99**
9. Geographie	66,7	3,6	25,0	42,9	14,3	14,3	0,0	**3,11**
9. Veterinärmedizin	35,7	2,2	24,4	37,8	31,1	4,4	0,0	**3,11**
11. Biologie	64,0	0,0	25,0	50,0	18,8	0,0	6,3	**3,12**
Insgesamt	**58,6**	**3,3**	**34,9**	**43,0**	**13,6**	**4,0**	**1,2**	**2,84**

Quelle: Eigene Erhebung

Insbesondere bezüglich des Bekanntheitsgrades der Internetseiten des eigenen Studienfaches bzw. Fachbereiches lassen sich extreme Unterschiede feststellen. Während 95 % der Wirtschaftswissenschaftler das Internetangebot des eigenen Faches kennen, ist es bei den Veterinärmedizinern nur etwas mehr als jeder dritte. Auch im Fach Humanmedizin ist das eigene Internetangebot nur bei **(← p. 378)** 43,4 % der Studentinnen und Studenten bekannt. Offensichtlich wird das Internet im Bereich der Lehre von den einzelnen Instituten sehr unterschiedlich eingesetzt. So lässt sich der hohe Bekanntheitsgrad bei den Wirtschaftswissenschaften darauf zurückführen, dass sich Skripte oder Aufsätze der Hochschullehrer zu vorlesungsrelevanten Themen direkt von deren Homepage herunterladen lassen. Dies spiegelt sich auch in der überdurchschnittlich guten Benotung des Internetangebotes wider. Mit einem Notendurchschnitt von 2,44 werden die Internetseiten ihres Fachbereichs von den Studentinnen und Studenten der Wirtschaftswissenschaften deutlich besser bewertet als die der anderen Fächer (Gesamtdurchschnitt 2,84). 14,0 % der Studierenden vergaben sogar das Urteil „sehr gut“. Kein anderes Fach wurde von seinen Studenten derart häufig mit der Bestnote ausgezeichnet.

Insgesamt zeigt sich, dass ein hoher Bekanntheitsgrad nicht automatisch zu einer guten Benotung führt. So rangieren mit der Biologie (3,12), der Veterinärmedizin (3,11) und der Geographie (3,11) drei Fächer ganz unten in der Bewertungsskala, deren Bekanntheitsgrade sich deutlich voneinander unterscheiden.

5 Empfehlungen

Aus der Befragung und der Auswertung der offenen Fragen sowie der Analyse der Internetseiten der befragten Studiengänge lassen sich die folgenden Empfehlungen zur Gestaltung der Internetseiten ableiten:

- Die technische Umsetzung ist zu überprüfen und zu verbessern. Es wurde bemängelt, dass in einigen Fachbereichen die Seiten zu unübersichtlich, oftmals nicht einheitlich und die Informationen schwer zu finden seien. Es ist darauf zu achten, dass dem Betrachter klar bleibt, auf welcher Ebene er sich innerhalb der Institution befindet (z. B. auf der Seite eines Professors im Fach XY) und wie er zügig andere Ebenen erreicht (z.B. ein anderer Hochschullehrer im selben Fach XY). Leider gibt es noch viele Sackgassen, weshalb der weitere Weg oft nur durch den „zurück"-Button möglich ist. Eine Navigationsleiste bzw. „Frames" haben sich diesbezüglich bewährt. Auch die Suchsysteme innerhalb
- der Universitätsseiten sind verbesserungswürdig. Die ständige Aktualisierung der Seiten sollte selbstverständlich sein.
- Es sollten spezielle Informationen für Studienanfänger auf den Seiten jedes Studienfaches enthalten und als solche klar erkennbar sein. Insbesondere die als wesentliche Informationsquellen bewerteten Informationsmaterialien der Hochschule (Studienordnung, Prüfungsordnung, Zulassungsbedingungen) sollten abrufbar sein. Auf die Verbindlichkeit dieser Informationen sollte **(← p. 379)** hingewiesen werden. Das aktuelle Vorlesungsverzeichnis gibt einen Überblick über das Lehrangebot. Neben einem lesbaren Lageplan sollten auch Kontaktmöglichkeiten angegeben werden. Denkbar wären zudem Links zu Studentenwerk (Wohnheimplätze), Bafögstelle, Stipendien, Partneruniversitäten im Ausland etc.
- Zwar kann das Internet eine persönliche Besichtigung der Universität und ein persönliches Gespräch mit anderen Studierenden oder einem Institutsmitarbeiter nicht ersetzen, doch sollten bei den Internetseiten auch auf eine persönliche Gestaltung geachtet werden. Die Studierenden empfahlen diesbezüglich v.a. die Verwendung von mehr Fotos.

Insgesamt wurden mehr Informationen zum Studium gewünscht. Insbesondere Informationen zu den einzelnen Lehrveranstaltungen (Folien, Skripte, Termine, Literaturlisten, Klausurergebnisse etc.) sind noch zu selten im Netz zu finden.

6 Zusammenfassung

Durch die umfangreiche Befragung der Studentinnen und Studenten der Justus-Liebig-Universiät Gießen sollte herausgefunden werden, in welchem Umfang und zu welchem Zweck das Internet von den Studierenden bereits genutzt wird. Ein besonderes Augenmerk wurde zudem auf die Frage gerichtet, welche Rolle die Informationsmöglichkeiten im Internet bei der Wahl des Studienortes Gießen spielen.

Es konnte festgestellt werden, dass das Internet bei der Studienortwahl zur Zeit lediglich eine Ergänzung zu den herkömmlichen Informationsquellen darstellt. Insgesamt haben nur 19,8 % der Studienanfänger sich bei der Studienortwahl im Internet informiert. Drei wesentliche Ursachen konnten für die derzeit geringe Nutzung festgestellt werden:

1. Fehlender Zugang bzw. fehlende Internetkenntnisse vor dem Studienbeginn
2. Das Internet kann persönliche Eindrücke nicht vermitteln
3. Persönliche Gründe und Motive dominieren die Studienortwahl.

Insgesamt arbeiten 71,9 % der Studierenden mit dem Internet. Die mit Abstand häufigste Nutzungsform ist die Kommunikation per E-Mail. 50,5 % der Internetnutzer gaben an, sie würden sehr häufig E-Mails schreiben und empfangen. Die Informationsbeschaffung und Literatursuche im Internet für das Studium wird zwar von fast allen Internetnutzern betrieben, jedoch wesentlich seltener. Die kommerziellen Möglichkeiten des Online-Shoppings sowie des Online-Bankings werden dagegen von der Mehrheit der Studierenden

gemieden. Bei den Studierenden **(← p. 380)** dominieren demzufolge eindeutig die kommunikativen und informativen Nutzungsmöglichkeiten des Internets.

Bei der Bewertung des Internetangebotes der Justus-Liebig-Universität zeigten sich deutliche Unterschiede zwischen den Studienfächern bzw. Fachbereichen. Insbesondere der Bekanntheitsgrad der institutseigenen Seiten schwankte zwischen 35,7 % (Veterinärmedizin) und 95,0 % (Wirtschaftswissenschaften). Aber auch in der Beurteilung der Institutsseiten durch die eigenen Studentinnen und Studenten offenbarten sich große Unterschiede zwischen den einzelnen Studienfächern bzw. Fachbereichen. **(← p. 381)**

Literaturverzeichnis

Bahrenberg, G; Giese, E.; Nipper, J. (1999): Statistische Methoden in der Geographie. Band 1: univariate und bivariate Statistik. 4. Auflage, Stuttgart, Leipzig.

Becker, M. (2000): Auswirkungen von Online Shopping auf den stationären Einzelhandel und die Entwicklung innerstädtischer Geschäftszentren. Gießen.

Cole, T. (2000): Wirtschaft digital. Das Internet verändert unser Leben – auch die Art und Weise, wie Unternehmen und Manager wirtschaften und Erfolge erzielen werden. In: Forum (1/2000), S. 6-10.

Deiters, J. (1986): Nutzwertanalyse in der Raumplanung. In: Geographische Rundschau, 38. Jg., S. 175-181.

Giese, E./Aberle, G./Kaufmann, L. (1982): Wechselwirkung zwischen Hochschule und Hochschulregion. Fallstudie Justus-Liebig-Universität Gießen. Band I: Das Studentenpotential der Hochschulregion und die Attraktivität der Universität für Studenten. Gießen.

Justus-Liebig-Universität Gießen (Hrsg.) (2000): Statistik der Studierenden. WS 1999/2000. Gießen.

Meusburger, P. (1998): Bildungsgeographie. Wissen und Ausbildung in der räumlichen Dimension. Heidelberg, Berlin.

Moßig, I. (2000): Gründe und Motive bei der Wahl des Studienortes Gießen unter besonderer Berücksichtigung der Informationsmöglichkeiten im Internet. Studien zur Wirtschaftsgeographie. Gießen.

Muske, G. (1975): Motive für die Wahl des Studienortes München. Ein entscheidungstheoretischer Ansatz zur Erklärung räumlicher Mobilität angewandt auf ein Beispiel aus dem Bereich der Bildungswanderung. Münchener Geographische Hefte Nr. 38. Kallmünz/Regensburg.

Nutz, M. (1991): Räumliche Mobilität der Studierenden und Struktur des Hochschulwesens in Deutschland. Eine Analyse des Entscheidungsverhaltens bei der Studienortwahl und der Einzugsgebiete der Universitäten. Kölner Geographische Arbeiten, Heft 54. Köln.

Rinne, H. (1995): Taschenbuch der Statistik für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Thun, Frankfurt am Main.

Schwarze, J (1997): Grundlagen der Statistik II. Wahrscheinlichkeitsrechnung und induktive Statistik. 6. Auflage, Herne, Berlin.

Strassert, G. (1973): Nutzwertanalyse. In: Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.): Methoden der empirischen Raumplanung. 1. Teil, S. 147-160.

(← p. 382)

Anschrift des Verfassers:

Dr. Ivo Moßig
Institut für Geographie
Justus-Liebig-Universität Gießen
Senckenbergstr. 1

35390 Gießen

Tel.: (0641) 99-36222
Fax: (0641) 99-36209

E-Mail: ivo.mossig@geogr.uni-giessen.de

http://www.uni-giessen.de/mossig/