

„Schul- und Studienwahl“ – eine explorative Studie



Ziel

Identifikation von Motiven bei Schul- und Studienwahl.
Gründe für oder gegen eine technische Ausbildung.



Inhalt

- Kontext und Methode
- Problemstellung und Forschungsfrage
- Ergebnisse
- Potentielle Handlungsoptionen



Kontext und Methode



- High Tech Marketing – Außeruniversitäres Forschungsinstitut ausgegründet aus der WU Wien, Schwerpunkt Hochtechnologie-marketing
- WU-Seminar aus High Tech Marketing –
2. Studienabschnitt am Institut für Marketing Management
- 2 Seminararbeiten, eine Expertenbefragung
- 54 teilstrukturierte Interviews, geschichtete Convenience Samples (Schule/Uni/FH, Technik/Nicht-Technik, Stadt/Land, Absolventen), Fokus Ostösterreich



Problemstellung und Forschungsfrage I

- Auseinanderklaffen von Angebot und Nachfrage bei technischem Fachpersonal
- Nachfrage steigt:
steigende F&E Zahlen (Ziel 3% des BIP in der EU),
wissensintensive Unternehmensfunktionen am
Hochlohnstandort Österreich
- Rückläufige Zahl der Absolventen der Technik-Studien
(Konkurrenz am Ausbildungsmarkt steigt)



Problemstellung und Forschungsfrage II

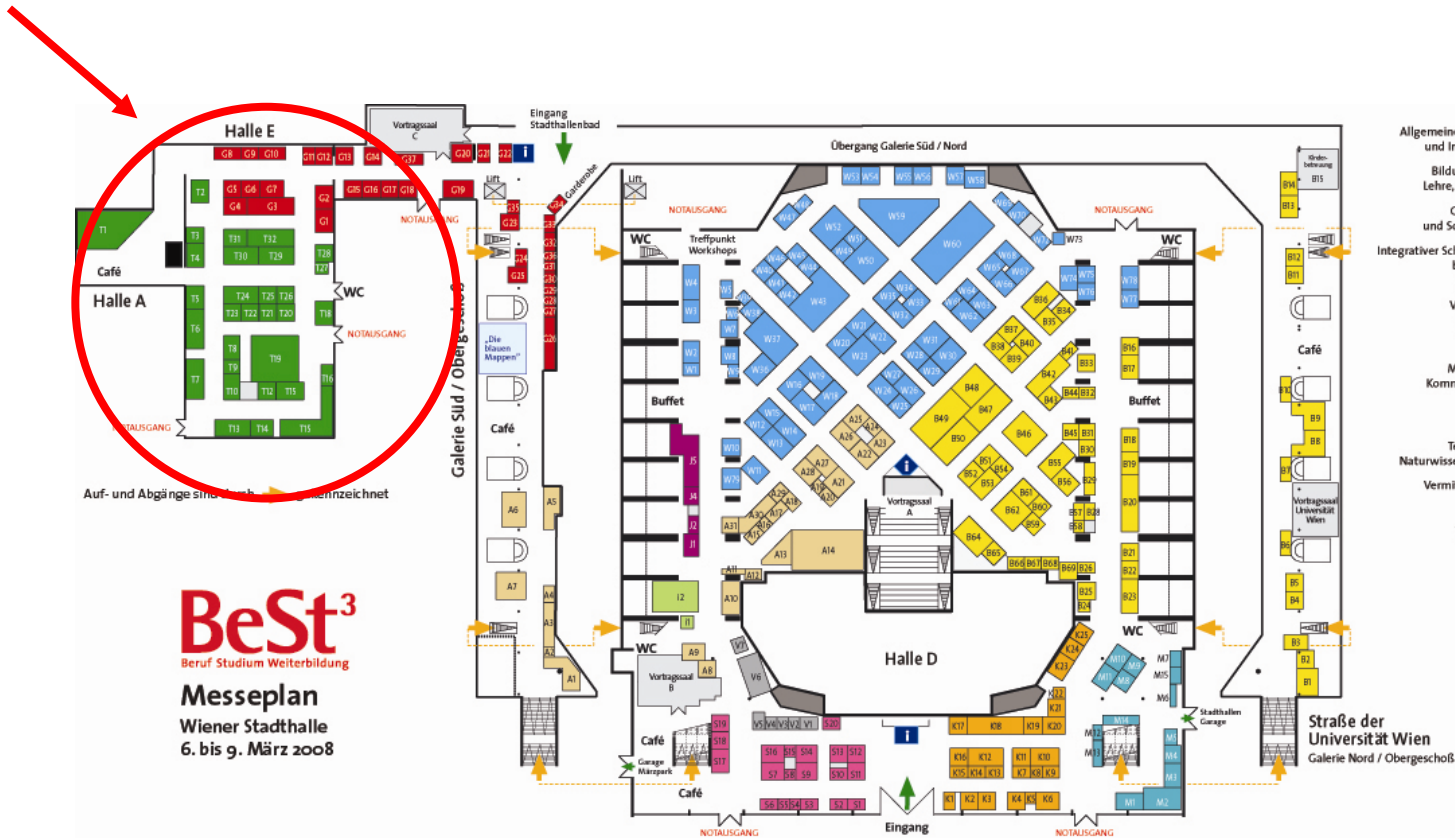
→ Akuter Technikermangel

- Warum entscheidet sich jemand für oder gegen eine technische Ausbildung?

BeSt Messe – Wo sind die technischen Ausbildungen?



Technik im Hintertreffen?





Ergebnisse Technik allgemein (I)

- **Interesse an Technik: ausschlaggebend** für Wahl pro/contra Technikausbildung, sehr frühe Ausbildung dieses Interesses
- **Erheblicher Informationsmangel!** Ausbildungsmöglichkeiten, Inhalte technischer Ausbildungen, Berufsbilder, tatsächlicher Bedarf an technischem Personal
- **Familie** spielt Schlüsselrolle bei Schulwahl
- **Tag der offenen Tür** wichtigste Informationsquelle
- **Lehrer/Professoren** können informieren und Interesse verstärken
→ wichtige Rolle bei der Berufswahl



Ergebnisse Technik allgemein (II)



- **Image** eines Technikers: Unantastbar, Mathematiker, ehrgeizig, „Außenseiter“, „Blauzeug“, Uni vor FH
- Notwendige **Kenntnisse** für technische Ausbildung: **Mathematik!** (Umstieg BHS → TU? Sprachlich schlecht → Technikerausbildung)
- **Standort** der Schule für Schüler am Land wichtig
- **Berufserwartungen:** Gehalt zweitrangig, Zuversicht bei Jobsuche, potentielle Arbeitgeber durchwegs bekannt (Praktika)
- **Genderproblematik:** Frauen genauso gut geeignet für technische Berufe → Wo sind die Barrieren?



Präambel - Potentielle Handlungsoptionen

- Images – auch das Technik-Image - sind sehr stabil und nur langfristig veränderbar
- Einseitige Schuldzuweisungen (Medien, Lehrer, Studienpläne, etc.) sind als Basis für eine Maßnahmenplanung kontraproduktiv
- Kurzfristige Hauruck Aktionen ändern an der Realität vermutlich wenig



Potentielle Handlungsoptionen

- **Forcierung des Interesses** an Technik
(Erleben und Begreifen von Technik, Unterstützung durch neue Medien - Bildungsfernsehen)
- **Verbesserung der Informationen** durch
 - Politik - Österreich auch als Industrieland - Jobchancen
 - Industrie – tatsächlicher Bedarf, Inserate
 - Bildungseinrichtungen – Möglichkeiten, Inhalte, Chancen
- **Imageverbesserung** von Technik



Vielen Dank.



Vereinigung High Tech Marketing
Mag. Wolfgang Schildorfer
Lothringerstraße 14/6
1030 Wien