



Diskussionspapiere

Discussion Papers

Juni 2007

Agrarstudium in Göttingen: Fakultätsimage und Studienwahlentscheidungen

Erstsemesterbefragung im WS 2006/07

Nina Stockebrand und Achim Spiller



Nr. 0704

Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung
Universität Göttingen
D 37073 Göttingen



Haben Sie Fragen, wollen Sie an unserem Forschungsprojekt teilnehmen oder möchten Sie einen Kommentar zu diesem Beitrag geben? Wir würden uns über eine Nachricht von Ihnen freuen.

Kontaktadressen:

Prof. Dr. Achim Spiller

Arbeitsbereich „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“
Department für Agrarökonomie und RURALE Entwicklung
Georg-August-Universität Göttingen
Platz der Göttinger Sieben 5
37073 Göttingen
Tel. +49-551-39-2399/ Fax. +49-551-39-12122
Email: a.spiller@agr.uni-goettingen.de

Nina Stockebrand, M. Sc.

Arbeitsbereich „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“
Department für Agrarökonomie und RURALE Entwicklung
Georg-August-Universität Göttingen
Platz der Göttinger Sieben 5
37073 Göttingen
Tel. +49-551-39-4833
Email: nstocke@uni-goettingen.de

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	III
Abbildungsverzeichnis.....	IV
Tabellenverzeichnis	IV
1 Einleitung.....	5
2 Studiendesign.....	7
3 Charakterisierung der Zielgruppe	8
3.1 Soziodemographische Merkmale.....	8
3.2 Bezug zur Landwirtschaft.....	8
3.3 Image der Landwirtschaft.....	11
4 Wahl des Studiengangs.....	14
4.1 Zufriedenheit.....	14
4.2 Motive für Studienwahl	16
4.3 Einstellung und Motivation zum Studium	18
5 Wahl des Studienortes: Image von Universität und Fakultät.....	22
5.1 Präferenzen bei der Wahl des Studienortes	22
5.2 Image der Georg-August-Universität	23
5.3 Image der Göttinger Agrarfakultät.....	23
5.4 Stärken- und Schwächen-Analyse	24
5.5 Wettbewerbsanalyse	26
Fazit.....	28
Literaturverzeichnis	29
Anhang: Fragebogen.....	30

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bezug zur Landwirtschaft Teil 1	9
Abbildung 2: Bezug zur Landwirtschaft Teil 2	9
Abbildung 3: Image der Landwirtschaft Teil 1.....	11
Abbildung 4: Image der Landwirtschaft Teil 2.....	12
Abbildung 5: Allgemeine Zufriedenheit.....	14
Abbildung 6: Unterscheidung der Zufriedenheit nach Merkmalen	15
Abbildung 7: Motive für die Studienwahl unterteilt nach Geschlecht	16
Abbildung 8: Motive für die Studienwahl unterteilt nach Herkunft der Studenten.....	17
Abbildung 9: Einstellung der Studenten zum Agrar-Studium.....	19
Abbildung 10: Motivation der Studenten zum Agrar-Studium	20
Abbildung 11: Wahl des Studienortes	22
Abbildung 12: Image der Georg-August-Universität	23
Abbildung 13: Image der Göttinger Agrarfakultät	24
Abbildung 14: Stärken der Agrarfakultät	25
Abbildung 15: Wettbewerbsanalyse der Universitäten.....	26
Abbildung 16: Wettbewerbsanalyse der FHs	27

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Charakterisierung der Studenten, die von einem landwirtschaftlichen Betrieb stammen	11
---	----

1 Einleitung

Die Situation der Agrarfakultät wird in den letzten Jahren an allen betroffenen Hochschulstandorten diskutiert. In seinem Gutachten fordert der Wissenschaftsrat stärkere Clusterbildungen, die Zukunft kleinerer Fakultäten wird in Frage gestellt. Der Fakultät für Agrarwissenschaften der Georg-August-Universität Göttingen wird neben Hohenheim das Potenzial zu einem langfristig erfolgreichen Vollstandort zugesprochen. Dies verlangt allerdings erhebliche Anstrengungen der Fakultät, um sich im Wettbewerb gegen kleinere Fakultäten durchsetzen zu können.

Eine zweite Herausforderung ist die Ausrichtung der Georg-August-Universität in Richtung Forschungsuniversität. Im Zuge der Exzellenzinitiative kommt derzeit der grundständigen Lehre in der Universität ein geringerer Stellenwert zu. Auch in der Fakultät für Agrarwissenschaften wird stärker der Ausbau der Forschung sowie entsprechende Incentivesysteme gefördert, während vergleichbare Systeme für die Lehre nur rudimentär verwirklicht sind. Aus Sicht der Autoren dieses Beitrags steht ein neues Gleichgewicht zwischen Forschungs- und Lehrexzellenz noch aus.

Um die Wettbewerbsfähigkeit der Fakultät zu stärken und ihr Profil zu verbessern, ist es daher wichtig zu erfahren, welche Stärken und Schwächen aus Sicht der Studenten die Agrarfakultät charakterisieren. Aber auch eine genauere Erfassung der Besonderheiten von Studenten, die Agrarwissenschaften studieren, ist wichtig, um eine spezifischere Zielgruppenansprache umsetzen zu können.

Die Befragung im Erstsemester gibt einerseits einen Überblick über die Studierenden an der Agrarfakultät und andererseits über das Profil der Agrarfakultät sowie der Universität Göttingen insgesamt.

Die aktuell durchgeführte Studentenforschung ist eine Fortführung der von Frau Prof. Inhetveen seit dem WS 1996/97 initiierten Befragung, die bis zum WS 2004/05 weitergeführt wurde. Der Schwerpunkt wurde von Frau Prof. Inhetveen auf eine offene und qualitative Befragungsmethode gelegt, so dass ein standardisierter Vergleich über Jahre in Bezug auf die Fakultätsausrichtung nicht möglich war. Die neue Ausrichtung der

Befragung greift dieses Problem auf und verwendet hauptsächlich standardisierte Fragen, die als eine Form der Erfolgskontrolle genutzt werden können.

Das Ziel ist es somit, eine periodische Analyse der Studentenbewertungen durchzuführen, um die Ergebnisse als Frühwarn- und Controllinginstrument der Fakultät zu nutzen. Weiterhin kann eine studentenorientierte Ausrichtung der Fakultät umgesetzt werden, die insbesondere im zunehmenden Wettbewerb der Fakultäten wichtiger wird. Neben der Bindung der derzeitigen Studenten ist die Kundenzufriedenheit bekanntermaßen auch ein wichtiger Faktor für die Neukundengewinnung (Mund-zu-Mund-Kommunikation).

2 Studiendesign

Die Befragung beinhaltete insgesamt 37 Fragen, die die Themenfelder der Zufriedenheit mit dem Studium, der Studienortbewertung, der Stärken-Schwächen-Bewertung der Agrarfakultät, des Images der Agrarfakultät und Universität sowie der Analyse des Konkurrenzverhältnisses zu anderen Agrarfakultäten ansprechen. Weiterhin wurde verstärkt auf die Charakteristika der Studenten eingegangen. Neben allgemeinen soziodemographischen Aspekten wurden auch die Einstellungen zum Studium und der Bezug zur Landwirtschaft (Vorkenntnisse, familiärer Hintergrund) erhoben.

Die Befragung wurde am 14.12.2006 in der Veranstaltung „Biologie der Tiere“ als einer gut besuchten Einführungsvorlesung für alle Studenten durchgeführt. Die Befragungsdauer betrug ca. 20 Minuten. Insgesamt wurden 143 Studenten befragt, die zu 92 % im WS 2006/07 den Bachelorstudiengang begonnen haben. 76 % der Studenten strebten bereits zum Zeitpunkt des Studienbeginns einen späteren Masterabschluss an, wobei Frauen dieses Ziel signifikant häufiger anstreben als Männer.

Die Befragung konnte aus organisatorischen Gründen nicht direkt zu Semesterbeginn durchgeführt werden, was möglicherweise zu einer Verzerrung der Studienbewertungen führen könnte, da die Studenten bereits Erfahrungen bzgl. Vorlesungen und Ablauf des Studiums gesammelt haben. Dieser Aspekt sollte bei der Analyse und Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden. Um weitere Verzerrungen zu vermeiden, wird die Befragung im kommenden Erstsemester direkt zu Beginn der Vorlesungszeit durchgeführt und ggf. in höheren Semestern wiederholt. Allerdings sind wiederum beim Vergleich beider Erstsemesterbefragungen (WS 2006/07 und WS 2007/08) Verzerrungen der Ergebnisse durch den früheren Befragungstermin möglich. Nicht ganz auszuschließen ist auch, dass der Ort der Befragung (Vorlesung „Biologie der Tiere“) einen Ergebnisbias hervorruft.

3 Charakterisierung der Zielgruppe

3.1 Soziodemographische Merkmale

75 % der befragten Studenten waren zwischen 18 und 21 Jahren alt. Das Geschlechterverhältnis teilte sich in 53,5 % Frauen und 46,5 % Männer auf. Im Vergleich zum WS 2004/05 ist der Frauenanteil um ca. 3 % und im Vergleich zu den 90er Jahren um knapp 7 % gestiegen (in den 90er Jahren lag der Frauenanteil bei 47 %) (Inhetveen 2005). Es ist demnach eine Tendenz erkennbar, nach der Frauen immer häufiger das Studium der Agrarwissenschaften belegen und somit evtl. eine stärkere Ausrichtung auf die Interessen der weiblichen Studierenden interessant wäre. So haben die Studentinnen deutlich weniger landwirtschaftliche Vorkenntnisse (s. u.). Auch beim Neukundenmarketing ist dies zu berücksichtigen.

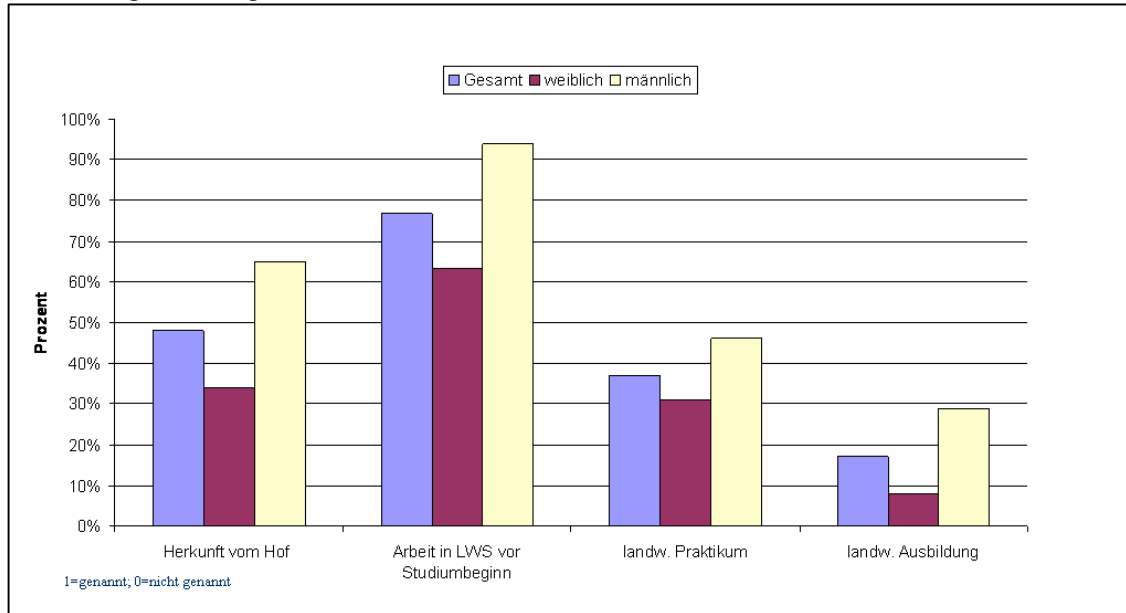
Insgesamt zeigt sich eine immer noch stark ländlich geprägte Zielgruppe. 61 % der Befragten gaben an, aus einem Dorf (bis 2.000 Einwohner) bzw. einer kleineren Stadt (bis 100.000 Einwohner) zu kommen. Lediglich 10 % stammen aus einer Großstadt. Diese Ergebnisse decken sich mit den Aussagen der Befragung im WS 2004/05.

3.2 Bezug zur Landwirtschaft

Der Aspekt „Bezug zur Landwirtschaft“ wurde durch Fragen zur Herkunft der Studierenden (direkt vom Hof), über die Ausbildung bis hin zu Zukunftsgestaltung und Hofnachfolge abgefragt. Knapp 50 % der Studierenden kommen vom Hof, wobei mehr als 60 % der Studenten, aber nur gut 30 % der Studentinnen von einem landwirtschaftlichen Betrieb stammen. Die Aussagen werden in den folgenden Abbildungen im Überblick dargestellt. Zunächst wird eine geschlechterspezifische Beurteilung vorgenommen, bevor im Anschluss herkunftsspezifische Aspekte berücksichtigt werden.

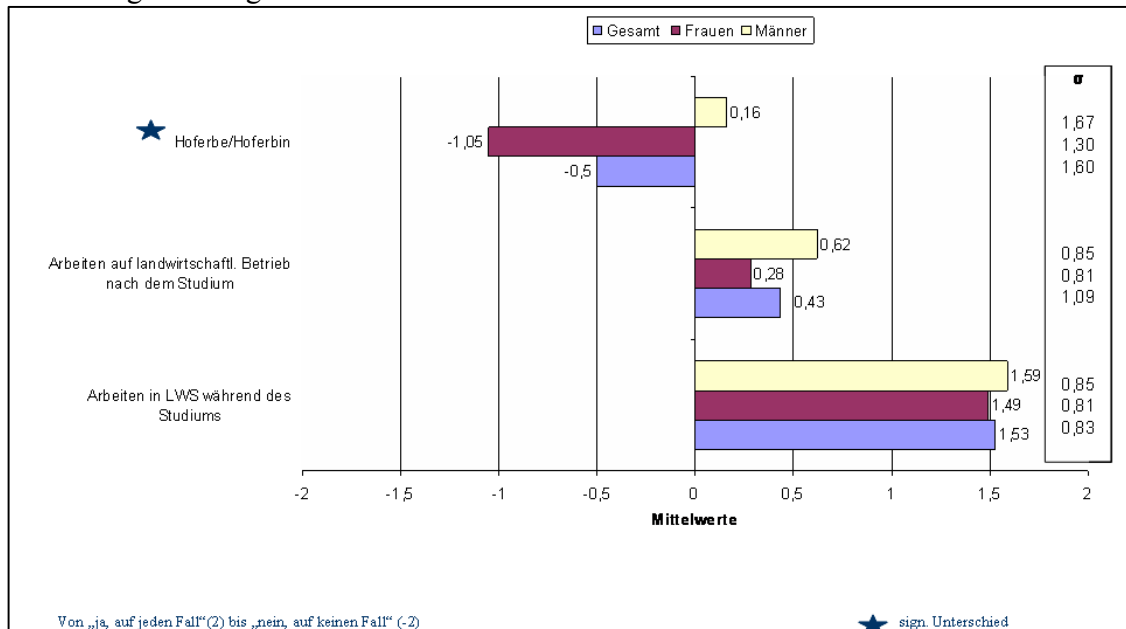
Darstellung des Bezugs zur Landwirtschaft unter Berücksichtigung von geschlechtsspezifischen Unterschieden

Abbildung 1: Bezug zur Landwirtschaft Teil 1



Quelle: Eigene Berechnung (Fragen: „Kommen Sie vom Hof?“, „Haben Sie vor der Aufnahme des Studiums praktisch in der Landwirtschaft gearbeitet?“, „Haben Sie ein landwirtschaftliches Praktikum absolviert?“, „Haben Sie eine Ausbildung/Lehre auf einem landwirtschaftlichen Betrieb gemacht?“)

Abbildung 2: Bezug zur Landwirtschaft Teil 2



Quelle: Eigene Berechnung (Fragen: „Sind Sie voraussichtlich Hoferbe/Hoferbin?“, „Wollen Sie nach dem Studium auf einem landwirtschaftlichen Betrieb arbeiten?“, „Werden Sie während des Studiums auf einem landwirtschaftlichen Betrieb arbeiten?“)

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass...

- männliche Studierende über einen deutlich stärker ausgeprägten landwirtschaftlichen Hintergrund verfügen.
- sich Männer auch in Zukunft, nach Abschluss des Studiums, stärker an die Landwirtschaft binden werden.
- Frauen vor dem Studium praktische Erfahrungen sammeln und auch während des Studiums in der LWS arbeiten, ihre Zukunft aber eher nicht auf einem landwirtschaftlichen Betrieb sehen.

Darstellung des Bezugs zur Landwirtschaft unter Berücksichtigung der Herkunftsmerkmale

Eine Unterscheidung zwischen Studenten, die von einem landwirtschaftlichen Betrieb stammen und denen, die nicht vom Hof kommen zeigt, dass die Motivation zur Aufnahme eines agrarwissenschaftlichen Studiums, aus verschiedenen Gründen resultiert. Während Studenten mit direktem Bezug zur Landwirtschaft durch einen eigenen Hof sich auch mehrheitlich als Hofnachfolge sehen bzw. später in die praktische Landwirtschaft gehen wollen, sind Studenten ohne eigenen Betrieb an dem Studium Agrarwissenschaften interessiert, weil es vielseitig ist, eine unbegrenzte Zulassung besteht, sie interessiert an Tieren sind und gute Zukunftschancen sehen. Auch sie kommen größtenteils aus einer ländlichen Umgebung (23 % Großstadt; 40 % Kleinstadt; 36 % Dorf).

Die Studenten mit eigenem Betrieb beurteilen diesen mehrheitlich als modern und zukunftsfähig. $\frac{3}{4}$ dieser Studentengruppe wollen nach dem Studium auch auf einem bzw. dem eigenen landwirtschaftlichen Betrieb arbeiten.

Tabelle 1: Charakterisierung der Studenten, die von einem landwirtschaftlichen Betrieb stammen

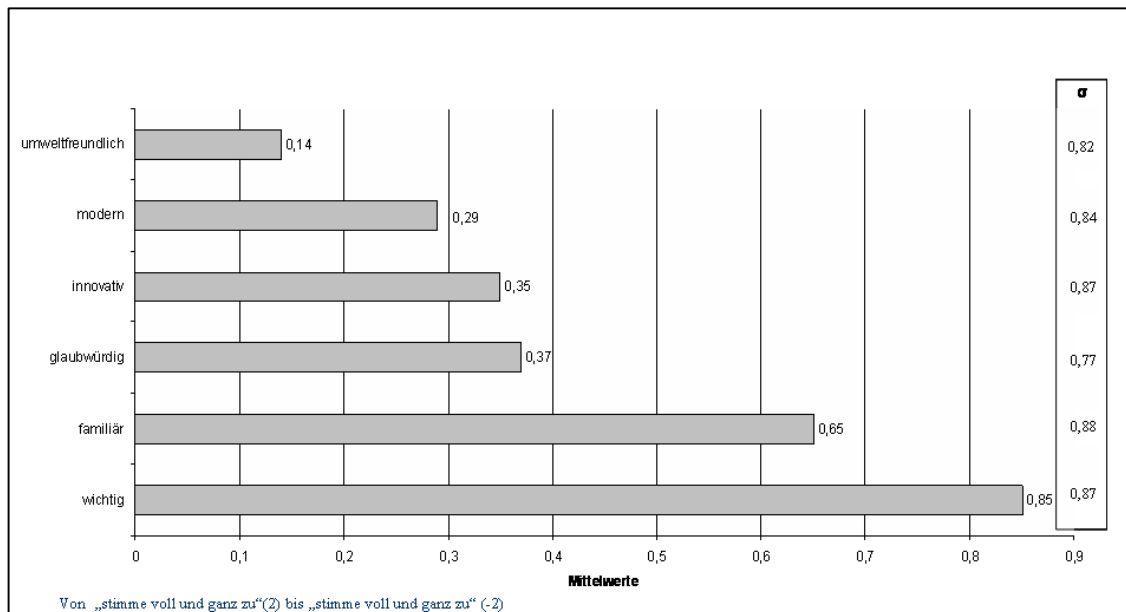
Hofstrukturen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 50 % der Betriebe stammen aus Niedersachsen ▪ 93 % der Betriebe werden bewirtschaftet ▪ 75 % Haupterwerbsbetriebe ▪ 50 % Ackerbau, 20 % Futterbau, 25 % Veredelung
Zukunftsausrichtung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 72 % sehen ihren Betrieb als „eher zukunftsfähig“ oder „auf jeden Fall zukunftsfähig“ ▪ 78,5 % sind Hoferbe/Hoferbin (davon 22 % weiblich) ▪ 74,4 % wollen nach dem Studium auf einem landwirtschaftlichen Betrieb arbeiten (49 % weiblich)

Quelle: Eigene Darstellung

3.3 Image der Landwirtschaft

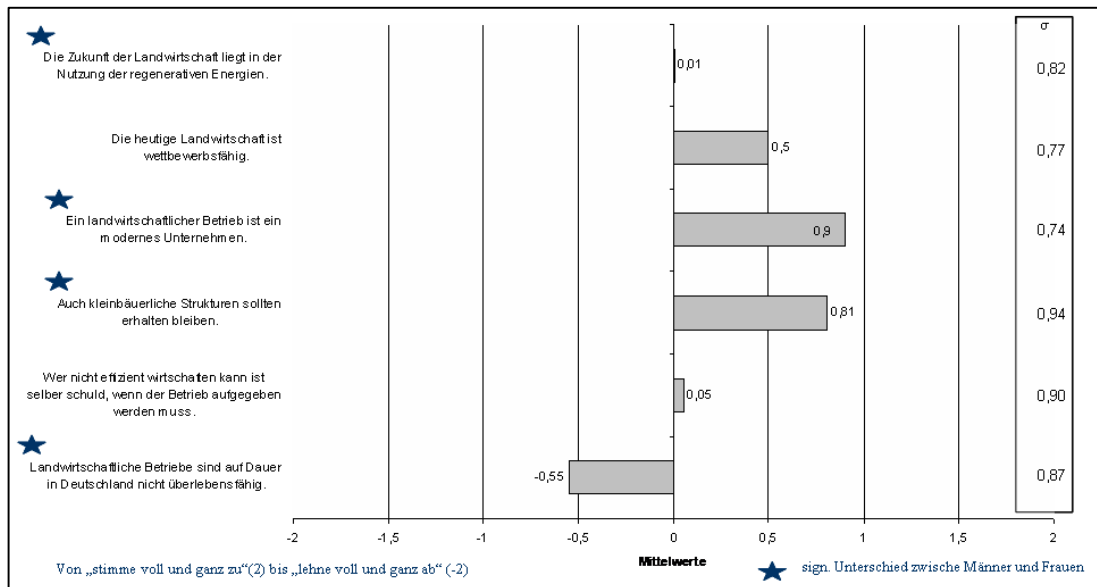
Das Image der Landwirtschaft ist zum einen durch ein semantisches Differential, zum anderen durch ausformulierte Statements (Likert-Skala) abgefragt worden. Die Ergebnisse sind in den folgenden beiden Abbildungen dargestellt.

Abbildung 3: Image der Landwirtschaft Teil 1



Quelle: Eigene Berechnung (Frage: „Wie würden Sie das Image der Landwirtschaft beschreiben?“)

Abbildung 4: Image der Landwirtschaft Teil 2



Quelle: Eigene Berechnung (Frage: „Wenn Sie die Landwirtschaft im Allgemeinen beurteilen sollten, welchen der folgenden Aussagen würden Sie zustimmen?“)

Insgesamt hat die Landwirtschaft ein positives Image:

- Aus Sicht der Studenten handelt es sich bei landwirtschaftlichen Betrieben um relativ moderne Unternehmen, allerdings wird der landwirtschaftliche Betrieb signifikant stärker von Männern als von Frauen als modern bezeichnet.
- Die Unternehmen gelten als wettbewerbsfähig bzw. überlebensfähig.
- Gleichwohl deuten die nur bedingt positiven Werte für Umweltfreundlichkeit und Glaubwürdigkeit darauf hin, dass selbst bei Agrarstudenten Vorbehalte gegenüber dem eigenen Berufsstand bestehen.
- Der Charme der Landwirtschaft liegt in kleinbäuerlichen Strukturen, die erhalten bleiben sollten. Dabei empfinden Frauen die kleinbäuerlichen Strukturen signifikant wichtiger als Männer. Weiterhin sehen sie auch die Zukunft der deutschen Landwirtschaft nicht ganz so optimistisch wie Männer.
- Tendenziell ist der Landwirt selbst für den Erfolg des Betriebes verantwortlich. Äußere Einflüsse, wie z. B. die politischen

Rahmenbedingungen, werden allerdings auch als Einflussfaktoren wahrgenommen.

- Die Beurteilung der regenerativen Energien als Zukunftszweig für die Landwirtschaft wird eher etwas verhalten bewertet. Dies ist im ersten Moment etwas überraschend, da Bio-Energie eine zunehmend boomende Branche ist. Der Nutzen regenerativer Energien wird eher von Frauen und Studenten, die vom Hof kommen, gesehen als von Männern und Studenten, die keinen landwirtschaftlichen Background haben. Möglich wäre, dass sich die Studenten, insbesondere Studenten, die nicht vom Hof kommen, bisher noch nicht in der Intensität mit der Thematik auseinandergesetzt haben.

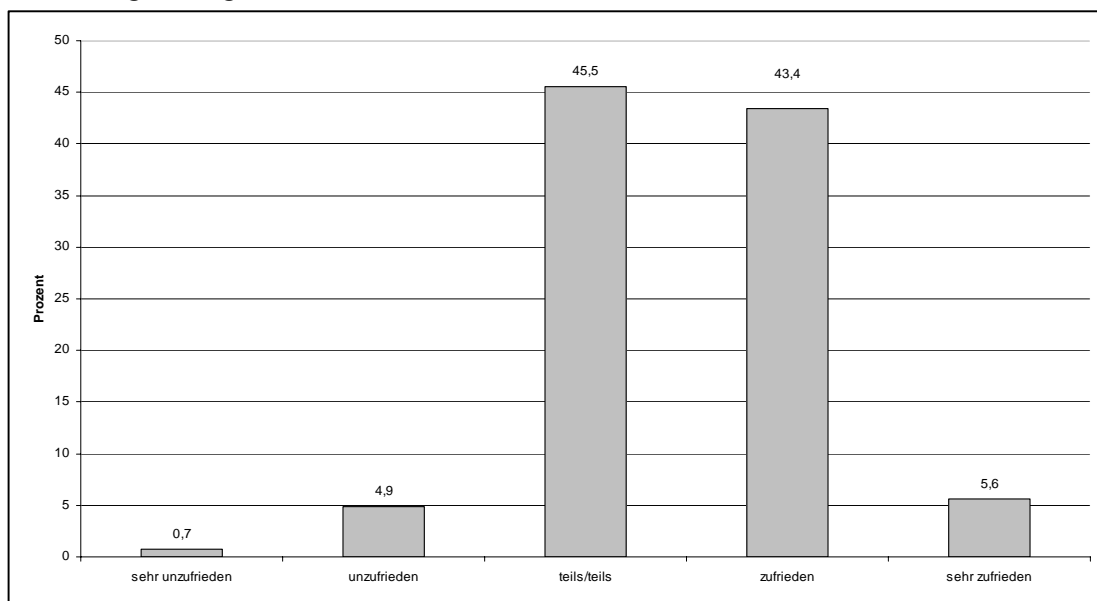
4 Wahl des Studiengangs

In diesem Abschnitt geht es konkret um die Analyse der Entscheidungsaspekte für die Wahl eines Agrarstudiums an der Göttinger Agrarfakultät. Dazu wurde zunächst die aktuelle Zufriedenheit mit dem Studium ermittelt. Im Anschluss wurden aus einer Auswahl an Einflussfaktoren die persönlichen Entscheidungsgründe und Einstellungen sowie Motive abgefragt.

4.1 Zufriedenheit

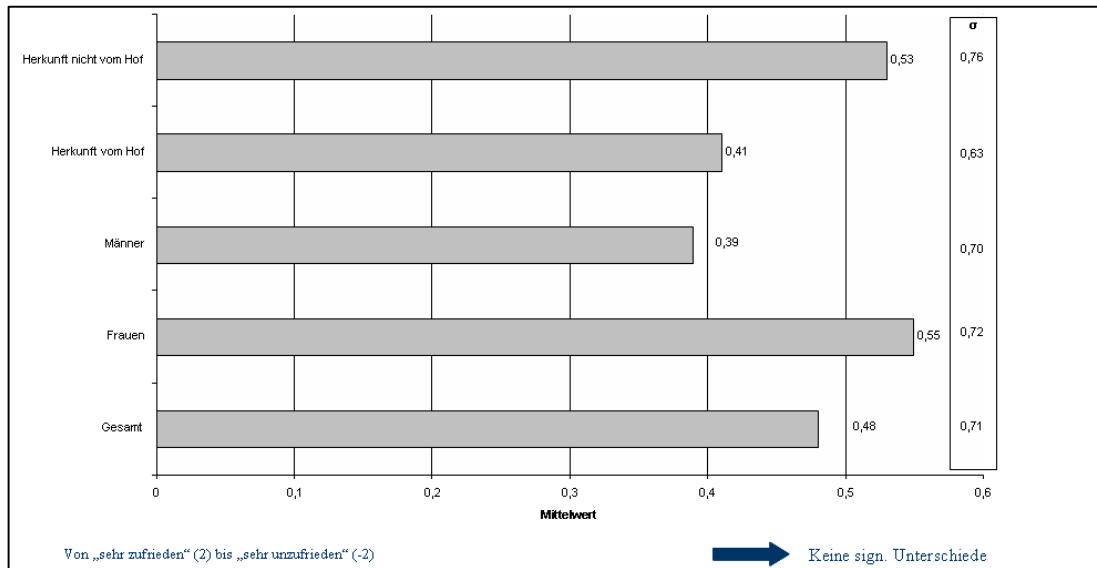
Die befragten Erstsemester sind tendenziell mit den ersten Wochen des Studiums zufrieden. Allerdings lässt der hohe Anteil an teils/teils-Antworten darauf schließen, dass sich die Erfahrungen nicht in allen Punkten mit den Erwartungen gedeckt haben.

Abbildung 5: Allgemeine Zufriedenheit



Quelle: Eigene Berechnung („Wie zufrieden sind Sie mit den ersten Wochen Ihres Studiums?“)

Abbildung 6: Unterscheidung der Zufriedenheit nach Merkmalen



Quelle: Eigene Berechnung

Mögliche Einflussfaktoren dafür könnten sein:

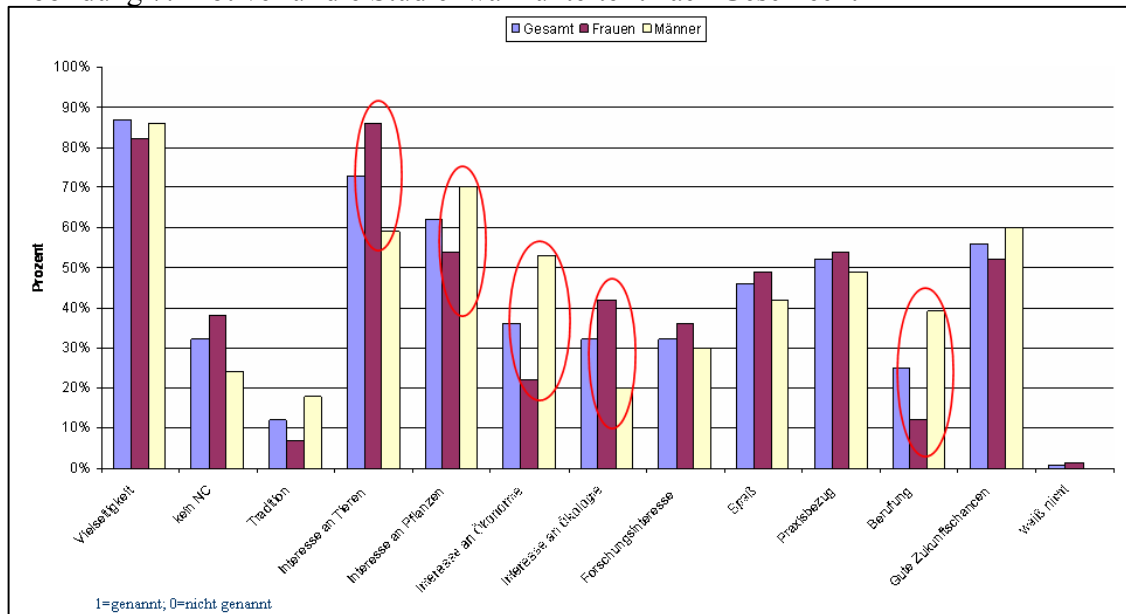
- Probleme in der Organisation der Lehrveranstaltungen (z. B. wurden Kurse verspätet angeboten)
- überfüllte Vorlesungsräume
- Die Einführung der Studiengebühren hat bei den Studenten eine gewisse Erwartungshaltung gegenüber den Leistungen der Agrarfakultät mit sich gebracht. Insgesamt scheinen sie wenig über die Gebühren und den Verwendungszweck zu wissen, was möglicherweise zu Unzufriedenheit führt. Eine konsequentere Aufklärung am Anfang des Studiums wäre evtl. sinnvoll.

Zwar ließen sich keine signifikanten Unterschiede zwischen Männern und Frauen oder bezüglich der Herkunft feststellen, allerdings lässt sich eine leichte Tendenz erkennen, nach der Männer und Studenten, die vom Hof kommen, unzufriedener waren und andere Erwartungen an das Studium stellen als Frauen und Studenten, die nicht vom Hof kommen.

4.2 Motive für Studienwahl

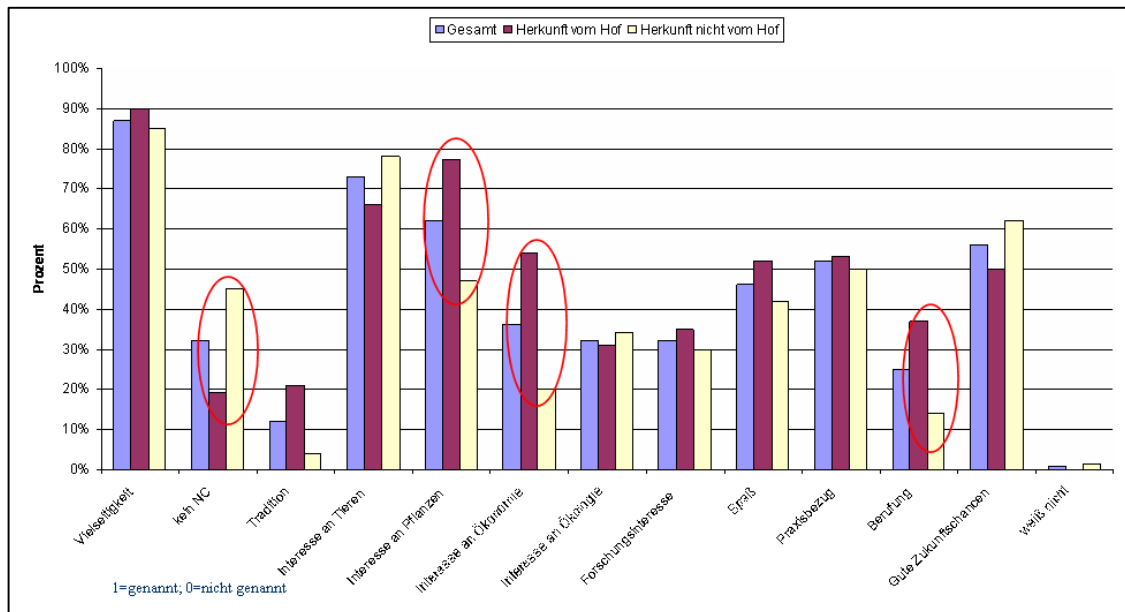
Die Motive zur Wahl eines agrarwissenschaftlichen Studiums sind vielfältig, unterscheiden sich aber in geschlechtsspezifischen und Herkunftsmerkmalen.

Abbildung 7: Motive für die Studienwahl unterteilt nach Geschlecht



Quelle: Eigene Berechnung (Frage: „Warum haben Sie das Studium der Agrarwissenschaften gewählt?“ Mehrfachantworten sind möglich.)

Abbildung 8: Motive für die Studienwahl unterteilt nach Herkunft der Studenten



Quelle: Eigene Berechnung (Frage: „Warum haben Sie das Studium der Agrarwissenschaften gewählt?“ Mehrfachantworten sind möglich.)

Die Studienwahl aus der Genderperspektive

Frauen studieren Agrarwissenschaften überproportional häufig, weil...

- sie Interesse an Tieren und Umweltthemen haben.

Männer studieren Agrarwissenschaften überproportional häufig, weil...

- sie an allen drei Säulen (Pflanze, Tier, Ökonomie) interessiert sind und
- sie entsprechend familiär geprägt sind.

Die Studienwahl aus der Herkunftsperspektive

Studenten vom Hof studieren Agrarwissenschaften überproportional häufig, weil...

- sie Interesse an Pflanzen und Ökonomie haben und
- das Studium als Berufung sehen.

Studenten, die nicht vom Hof kommen, studieren Agrarwissenschaften überproportional häufig, weil...

- es keine NC-Begrenzung gibt,
- sie Interesse an Tieren haben und
- sie gute Zukunftschancen sehen.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Vielseitigkeit des Agrarstudiums eine große Bedeutung hat. Insgesamt ist das Interesse an Tieren und Pflanzen vergleichsweise hoch. Ökonomische Aspekte sind bei der Studienaushwahl nicht so entscheidend. Da im weiteren Verlauf des Studiums ökonomische Studienrichtungen von fast der Hälfte der Studenten als Schwerpunkt gewählt werden, deutet dies auf einen geringen Kenntnisstand und Vorbehalte hin. Ökonomie ist bekanntlich an den meisten Schulen kein Unterrichtsfach, so dass auch nur geringe Kenntnisse vorhanden sind. Das Interesse wird also erst während des Studiums geweckt.

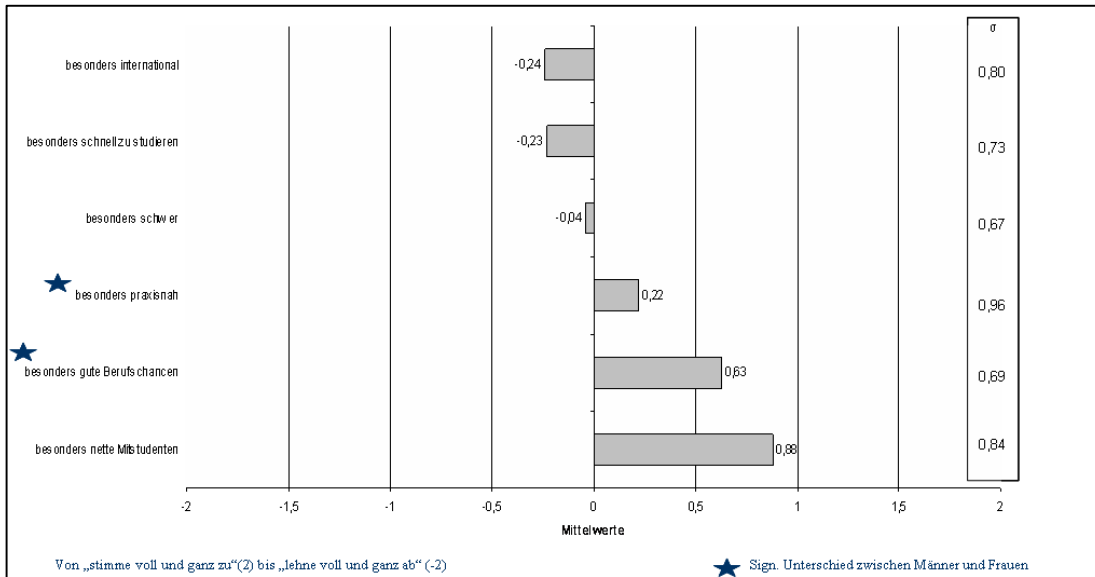
Für das Studentenmarketing bedeuten die Ergebnisse, dass...

- Tier und Pflanze als Inhalt insbesondere bei der Ansprache nicht-agrarischer Abiturienten im Vordergrund stehen sollten,
- die Breite und Vielseitigkeit des Göttinger Agrarstudiums und die guten Berufsperspektiven betont werden sollten und
- zur Ökonomie für die kleinere Zahl der Interessierten Spezialinformationsmaterial bereit zu stellen ist.

4.3 Einstellung und Motivation zum Studium

Im Folgenden werden Beurteilungen der Studenten in Bezug auf das Agrarstudium im Vergleich zu anderen Studienfächern wiedergegeben. Außerdem soll deutlich werden, wie Agrarstudenten ihre eigene Studienmotivation einschätzen.

Abbildung 9: Einstellung der Studenten zum Agrar-Studium



Quelle: Eigene Berechnung (Frage: „Wie schätzen Sie das Studium der Agrarwissenschaften im Vergleich zu anderen Studienfächer ein?“)

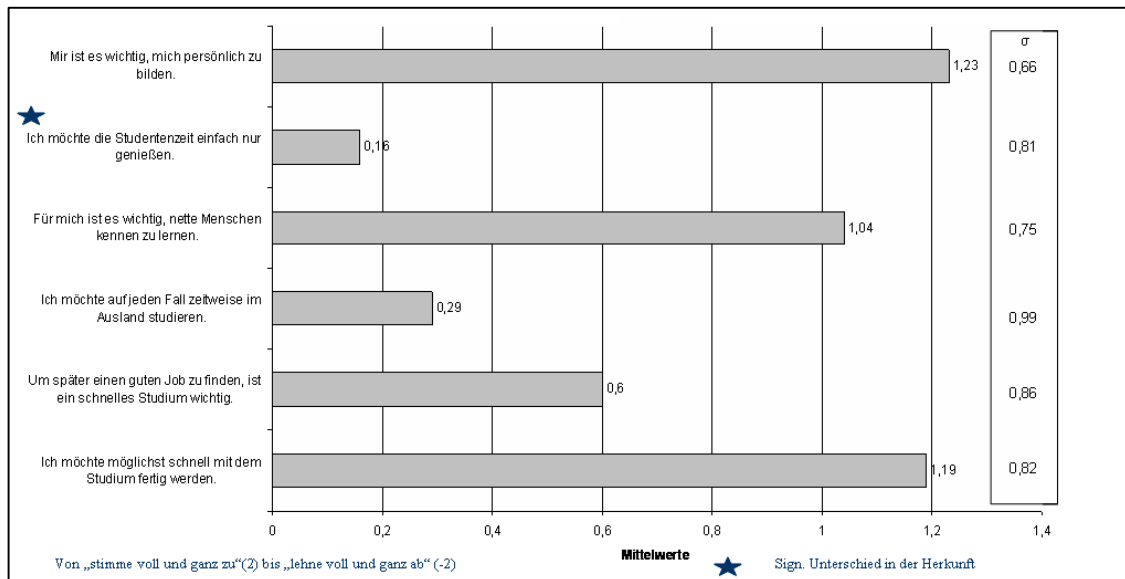
Kennzeichnend für das Agrarstudium sind v. a.:

- die netten Studenten und
- die guten Berufschancen. Gute Berufschancen werden allerdings signifikant häufiger von Männern als von Frauen gesehen.

Auch wird dem Studium der Agrarwissenschaften eine gewisse Praxisnähe zugesprochen. Dies allerdings signifikant häufiger von Frauen.

Ein Defizit des Studiums liegt in der ungenügenden Kommunikation der internationalen Ausrichtung, obwohl das Studium der Agrarwissenschaften in Göttingen den höchsten Anteil ausländischer Studenten hat und die Studienrichtung „Tropical und International Agriculture“ angeboten wird. Hier wäre eine stärkere Kommunikation und Präsentation nach außen sinnvoll. Ein vergleichbares Kommunikationsdefizit gibt es hinsichtlich der kurzen Studiendauer, die durch die Modularisierung seit Jahren deutlich zurückgegangen ist. Hier sollten die realen Semesterzeiten der Absolventen offensiv kommuniziert werden.

Abbildung 10: Motivation der Studenten zum Agrar-Studium



Quelle: Eigene Berechnung (Frage: „In Bezug auf Ihr weiteres Studium, wie würden Sie folgende Aussagen bewerten?“)

Anhand der Abbildung 10 lassen sich Agrarstudenten als zielstrebige Studenten beschreiben, die ihr Studium zügig durchführen und dabei auch ein geselliges Leben führen wollen. Die Studenzeit als „Vergnügungsphase“ sehen nur noch wenige Studenten. Das Bedürfnis die Studenzeit zu genießen haben v. a. Studenten, die nicht vom Hof kommen und somit auch keine betrieblichen Verpflichtungen haben. Die Bereitschaft im Ausland zu studieren, ist relativ gering. Ein Auslandssemester wird am Anfang des Studiums nur von wenigen Studenten angestrebt. Insgesamt wird das Studium als etwas provinziell (durch die geringe Bewertung der Internationalität), langsam, eher leichter und nur bedingt praxisnah, aber mit guten Berufschancen bewertet.

Zusammenfassend soll das Agrarstudium:

- Berufschancen,
- Bildung/persönliche Entfaltung,
- ein schnelles Studium und
- Sozialkontakte bieten.

Im Hinblick auf die Profilierung des Standortes Göttingen als internationale Forschungsuniversität zeigen sich einige Brüche zum Image der Fakultät bei

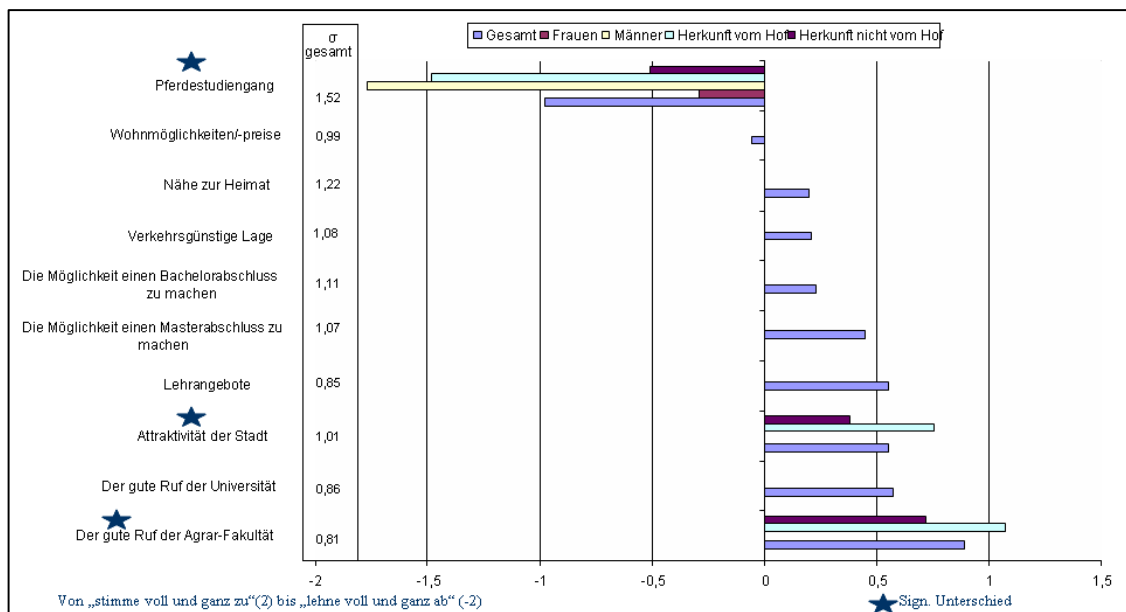
Erstsemestern. Die Fakultät sollte hier eine vorsichtige Neupositionierung anstreben, darf aber ihre bisherige Zielgruppe nicht vorschnell aus den Augen verlieren. Deutlich kommuniziert werden sollte auf jeden Fall die Internationalität als Option (ausländische Partnerhochschulen, Kontakte in viele Länder der Welt usw.).

5 Wahl des Studienortes: Image von Universität und Fakultät

5.1 Präferenzen bei der Wahl des Studienortes

In diesem Abschnitt wird eine genauere Betrachtung der Einflussfaktoren für die Entscheidung zu Gunsten der Göttinger Agrarfakultät vorgenommen. Abbildung 11 zeigt die Bewertung einzelner Faktoren, die zur Entscheidung beigetragen haben können.

Abbildung 11: Wahl des Studienortes



Quelle: Eigene Berechnung (Frage: „Sie haben sich für den Studienort Göttingen entschieden. Welche Kriterien haben bei Ihrer Entscheidung für Göttingen den Ausschlag gegeben?“)

Ausschlaggebend für die Wahl des Studienortes sind der gute Ruf der Agrarfakultät und das passende Umfeld. Beide Aspekte werden von Studenten mit landwirtschaftlichem Background signifikant stärker wahrgenommen.

Studenten wählen weiter nach dem Ruf der Universität, den Lehrangeboten und der Attraktivität der Stadt, wobei hier die Attraktivität der Stadt auch für Studenten mit landwirtschaftlichem Background signifikant wichtiger ist.

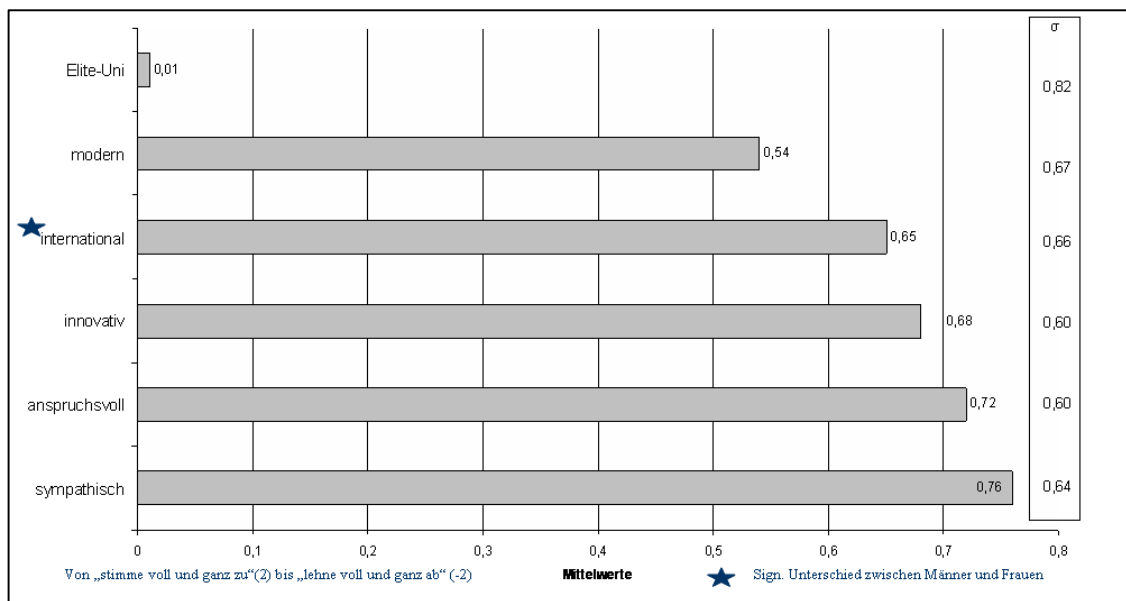
Erstsemester des Agrarstudiengangs wählen das Studium nur zum sehr kleinen Teil aufgrund der neuen Möglichkeit des Pferdestudiengangs (hohe Standardabweichung), der allerdings auch erst seit kurzem angeboten wird und zusätzlich auch nur als

Masterstudiengang angeboten wird. Ein signifikant stärkeres Interesse zeigen hier Frauen und Studenten, die nicht vom Hof kommen.

5.2 Image der Georg-August-Universität

Das Image der Georg-August-Universität ist durchgehend positiv. Die Universität wird als besonders sympathisch und anspruchsvoll bewertet. Weiterhin sehen Studenten hier eine deutlichere internationale Ausrichtung, was in Bezug auf Agrarwissenschaften nicht der Fall gewesen ist. Auch sind es signifikant häufiger Frauen, die die Internationalität wahrnehmen. Die Modernität der Hochschule sollte in der Kommunikationspolitik verstärkt betont werden.

Abbildung 12: Image der Georg-August-Universität



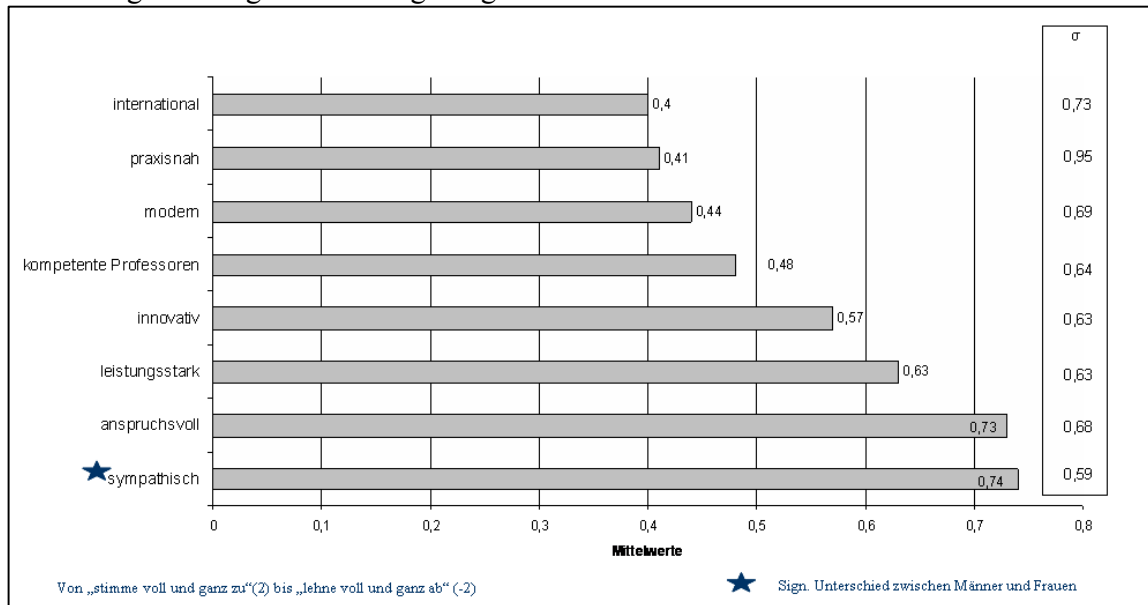
Quelle: Eigene Berechnung (Frage: „Wie würden Sie das Image der Universität Göttingen insgesamt beschreiben?“)

5.3 Image der Göttinger Agrarfakultät

Ähnlich wie bei der Bewertung der Universität wird auch die Agrarfakultät als sympathisch und anspruchsvoll wahrgenommen. Einzelne Professoren stehen nicht als „Aushängeschild“ für die Agrarfakultät im Vordergrund. Das Problem der Wahrnehmung

der Internationalisierung wird auch hier wieder deutlich, obwohl der Anteil internationaler Studenten im Vergleich zu anderen Fachrichtungen am höchsten ist.

Abbildung 13: Image der Göttinger Agrarfakultät



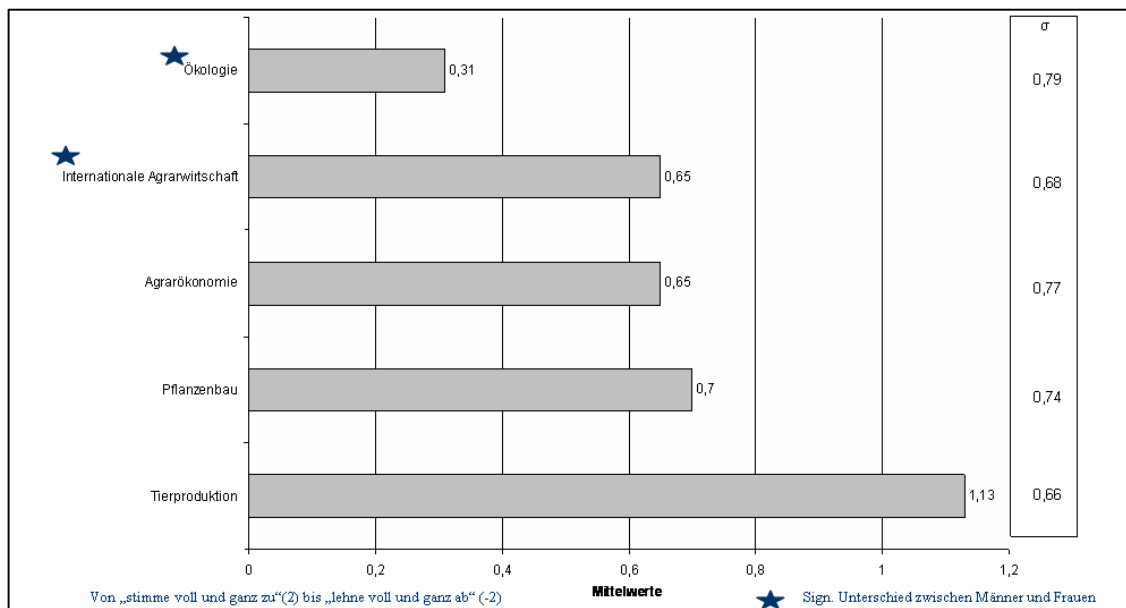
Quelle: Eigene Berechnung (Frage: „Wie würden Sie das Image der Fakultät für Agrarwissenschaften in Göttingen beschreiben?“)

5.4 Stärken- und Schwächen-Analyse

Die Betrachtung der Stärken des Agrarstudiums zeigt, dass die Tierproduktion von den Erstsemestern als eine besondere Stärke wahrgenommen wird. Dies kann teilweise auf das generelle Interesse der Studenten an Biologie und Tieren (s. Kap. 4.2) zurückgeführt werden. Zudem geben viele der Befragten an, im Abitur Biologie als Leistungsfach gewählt zu haben.

Wie schon bei der Angabe der Einflussfaktoren auf die Studienwahl, wird auch hier die Agrarökonomie nicht als besondere Stärke wahrgenommen. Das Interesse der Studenten und die Stärkenbewertung der Agrarfakultät zeigen einen Zusammenhang auf. Erst nach der Auseinandersetzung mit dem Fach während des Studiums entdecken Studenten ihr Interesse an Ökonomie.

Abbildung 14: Stärken der Agrarfakultät



Quelle: Eigene Berechnung (Frage: „Wo sehen Sie die besonderen Stärken der Göttinger Agrarfakultät?“)

Die Ökologie und die Internationale Ausrichtung werden ebenfalls nicht als Stärke bewertet, wobei Frauen diese Aspekte signifikant positiver beurteilen als Männer.

Zusammenfassend lassen sich die Stärken und Schwächen wie folgt darstellen:

Stärken

- Sehr sympathisch
- Relativ anspruchsvoll (für ein Agrarstudium)
- Tierproduktion

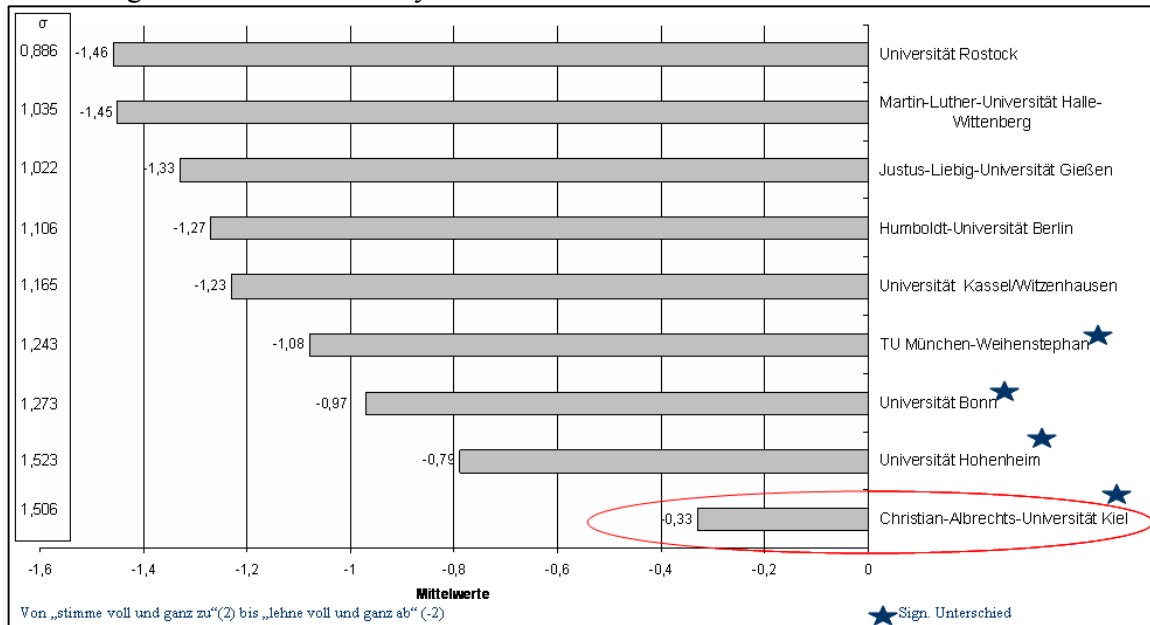
Schwächen

- unzureichende Wahrnehmung der Internationalität
- Geringer Bekanntheitsgrad der Professoren
- Modernität und Praxisnähe
- Ökologie

5.5 Wettbewerbsanalyse

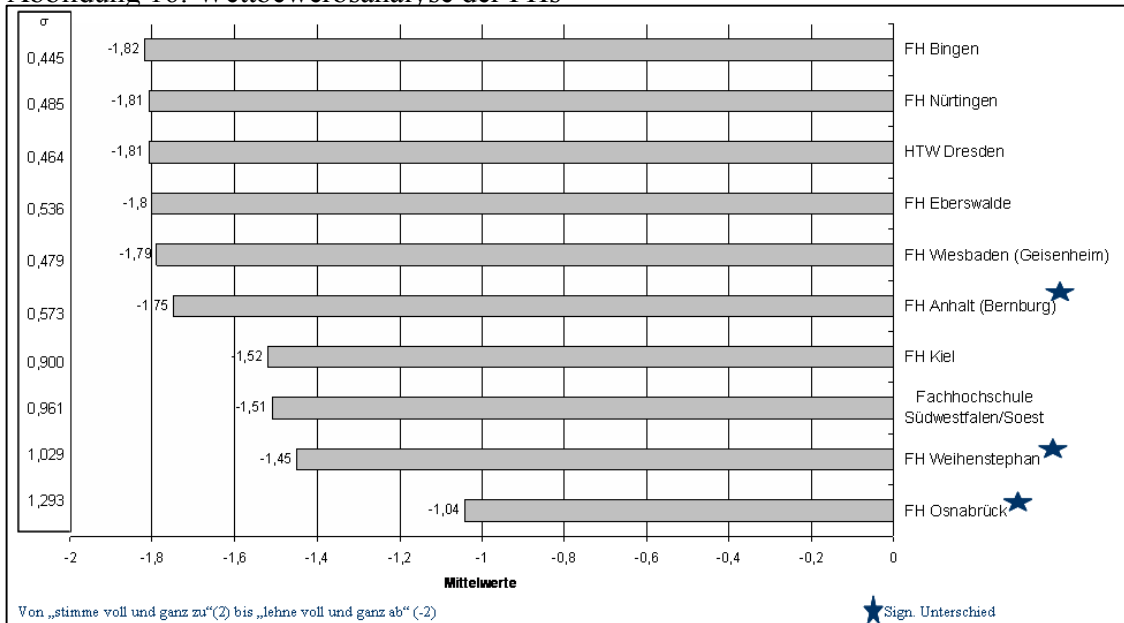
Die Agrarfakultäten in Deutschland sind in den letzten Jahren vermehrt von Mittelkürzungen betroffen und stehen somit unter stärkerem Wettbewerbsdruck. In den folgenden Abbildungen wird dargestellt welche Fakultäten bei den Göttinger Erstsemestern in der engeren Auswahl standen.

Abbildung 15: Wettbewerbsanalyse der Universitäten



Quelle: Eigene Berechnung (Frage: „Welche der folgenden Standorte für ein Agrarstudium haben Sie noch in Betracht gezogen?“)

Abbildung 16: Wettbewerbsanalyse der FHs



Quelle: Eigene Berechnung (Frage: „Welche der folgenden Standorte für ein Agrarstudium haben Sie noch in Betracht gezogen?“)

- Zentrale Konkurrenten sind die Universitäten Kiel, Hohenheim und Bonn sowie die FH Osnabrück. Die FH Osnabrück könnte aufgrund der geographischen Lage (Nähe zu Göttingen) für die Studierenden als Wahloption interessant sein.
- Die Universität Kiel, die Universität Bonn und die FH Osnabrück werden von männlichen Studenten mit landwirtschaftlichem Background bevorzugt.
- Zusätzlich stehen bei Männern die Universitäten München-Weihenstephan und Hohenheim sowie die Fachhochschulen Weihenstephan und Anhalt (Bernburg) in der engeren Auswahl zur Universität Göttingen.

Generell lässt sich festhalten, dass Universitäten untereinander stärker konkurrieren als Universitäten zu den FHs. Weiterhin sind ostdeutsche Standorte für die Göttinger Agrarstudenten weniger attraktiv. Als stärksten Konkurrenten können Bonn, Kiel und Hohenheim konstatiert werden. Da diese Universitäten ebenfalls einen guten Ruf besitzen, deutet die Beurteilung der Studenten auf eine Entscheidung nach dem Ruf von Universitäten hin. Allerdings scheint auch die räumliche Nähe zum Betrieb (50 % der Studenten mit eigenem Betrieb stammen aus Niedersachsen) ein wichtiges Entscheidungskriterium für die Studienortwahl gewesen zu sein.

Fazit

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Studenten bisher mit ihrem Studium eher mittelmäßig zufrieden sind (45 %) (MW: 0,45; σ : 0,711), was wahrscheinlich auf temporäre organisatorische Probleme zu Beginn des Wintersemesters 2006/07 zurückzuführen ist. Allerdings ist die Beurteilung der Zufriedenheit nach der kurzen Studienzeit relativ schwierig, daher sollte überlegt werden, evtl. Zufriedenheitsanalysen in höheren Semestern durchzuführen.

Der Anteil an Frauen im agrarwissenschaftlichen Studiengang steigt stetig an. Diese formulieren in vielen Punkten deutlich andere Anforderungen an das Studium als ihre männlichen Kommilitonen. Männer zeigen durchschnittlich mehr Bezug zur praktischen Landwirtschaft als Frauen. Frauen sind stärker an Themen wie Internationalität, Tierhaltung und Ökologie interessiert, weniger an Ökonomie.

Ein wichtiger Aspekt des Agrarstudiums ist die Vielseitigkeit des Angebots. Für die Wahl der Göttinger Agrarfakultät wird insbesondere der gute Ruf der Agrarfakultät angegeben, wobei die Tierproduktion und der Pflanzenbau hervorgehoben wurden. Auch wenn anfänglich das Interesse an Tieren und Pflanzen Hauptargumente für die Studienwahl sind, so entwickelt sich im Laufe des Studiums auch ein Interesse an Ökonomie, was durch die Studienzahlen der Studienrichtungen belegt wird.

Der „klassische Erstsemester“ will sich weiterbilden, nette Menschen treffen und das Studium schnell beenden. Weiterhin ist ihm die Attraktivität von Göttingen wichtig, um sich wohlfühlen.

Insgesamt werden die Georg-August-Universität und die Agrarfakultät als sympathisch und anspruchsvoll wahrgenommen. Eine ähnliche Qualität der Agrarfakultäten erwarten die Studenten an der Uni Kiel, an der Uni Hohenheim, an der Uni Bonn und an der FH Osnabrück. Diese bilden die Hauptwettbewerber.

Die Befragung zeigt insgesamt eine Vielzahl informativer Grunddaten für ein professionelles Studierendenmarketing auf und sollte entsprechend kontinuierlich fortgeführt werden. Ergänzend sollten weitere Daten z. B. über die genauen

Heimatwohnorte der Studierenden erhoben werden, um eine zielgerichtete Ansprache von Neukunden zu ermöglichen.

Die etwas defizitären Zufriedenheitswerte sind ein Signal für eine anspruchsvollere Kundenhaltung, die Studierende angesichts von Studiengebühren einnehmen. Dies sollte Anlass sein, professionelle Zufriedenheitserhebungen studienbegleitend durchzuführen sowie ein darauf aufbauendes Qualitätsmanagementsystem zu installieren. An der Agrarfakultät wird seit einigen Jahren eine Zusatzausbildung zum Qualitätsmanager angeboten. Entsprechendes Know-how ist mithin vorhanden. Dass die Fakultät bisher keine entsprechenden Initiativen unternommen hat, ist aus Sicht der Verfasser ein Signal für die einseitige Konzentration der Georg-August-Universität auf die Forschung. Es fehlen Anreize innerhalb der Hochschule und in der Fakultät, die Organisation des Studiums und die Lehrqualität systematisch zu verbessern.

Literaturverzeichnis

Inhetveen, H. (2005): Passionierte LandwirtInnen und engagierte NaturschützerInnen – Profile der Göttinger Agrarstudierenden, Göttingen.

Anhang: Fragebogen



Die Wurzeln der **Fakultät für Agrarwissenschaften** reichen in das 19. Jahrhundert zurück. Mit Ausgang des Wintersemesters 1951/52 wurde sie als siebente Fakultät an der Georgia-Augusta-Universität durch Ausgliederung bereits existierender landwirtschaftlicher Disziplinen aus der Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Fakultät etabliert.

Im Jahr 1969/70 wurde durch Zusammenschluss mehrerer selbständiger Institute wie z. B. Wirtschaftspolitik, Betriebs- und Landarbeitslehre und Landwirtschaftlicher Marktlehre das **Institut für Agrarökonomie** gegründet. 1994 wurde es um den Arbeitsbereich Umwelt- und Ressourcenökonomik erweitert. Im Jahr 2006 wurden das Institut für Agrarökonomie und das Institut für Rurale Entwicklung zu dem **Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung** zusammengelegt.

Das Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung ist den folgenden Arbeitsbereichen tätig:

- Agrarpolitik
- Angewandte landwirtschaftliche Betriebslehre
- Betriebswirtschaftlehre des Agribusiness
- Land- und Agrarsoziologie/Soziologie der Geschlechter
- Landwirtschaftliche Marktlehre
- Marketing für Agrarprodukte und Lebensmitteln
- Sozialökonomik der Ruralen Entwicklung
- Umwelt- und Ressourcenökonomik

In der Lehre ist das Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung führend für die Studienrichtung Wirtschafts- und Sozialwissenschaft des Landbaus sowie maßgeblich eingebunden in die Studienrichtung Tropical and International Agriculture. Das Forschungsspektrum des Departments ist breit gefächert. Schwerpunkte liegen sowohl in der Grundlagenforschung als auch in angewandten Forschungsbereichen. Das relativ große Department bildet heute eine schlagkräftige Einheit mit international beachteten Forschungsleistungen.



**Diskussionsbeiträge (2000 bis
31. Mai 2006: Institut für Agrarökonomie der Georg-August-
Universität, Göttingen)**

0001	Brandes, Wilhelm	Über Selbstorganisation in Planspielen: ein Erfahrungsbericht, 2000
0002	Von Cramon-Taubadel, Stephan u. Jochen Meyer	Asymmetric Price Transmission: Factor Artefact?, 2000
0101	Leserer, Michael	Zur Stochastik sequentieller Entscheidungen, 2001
0102	Molua, Ernest	The Economic Impacts of Global Climate Change on African Agriculture, 2001
0103	Birner, Regina et al.	„Ich kaufe, also will ich?": eine interdisziplinäre Analyse der Entscheidung für oder gegen den Kauf besonders tier- u. umweltfreundlich erzeugter Lebensmittel, 2001
0104	Wilkens, Ingrid	Wertschöpfung von Großschutzgebieten: Befragung von Besuchern des Nationalparks Unteres Odertal als Baustein einer Kosten-Nutzen-Analyse, 2001
0201	Grethe, Harald	Optionen für die Verlagerung von Haushaltsmitteln aus der ersten in die zweite Säule der EU-Agrarpolitik, 2002
0202	Spiller, Achim u. Matthias Schramm	Farm Audit als Element des Midterm-Review : zugleich ein Beitrag zur Ökonomie von Qualitätssicherungssystemen, 2002
0301	Lüth, Maren et al.	Qualitätssignaling in der Gastronomie, 2003
0302	Jahn, Gabriele, Martina Peupert u. Achim Spiller	Einstellungen deutscher Landwirte zum QS-System: Ergebnisse einer ersten Sondierungsstudie, 2003
0303	Theuvsen, Ludwig	Kooperationen in der Landwirtschaft: Formen, Wirkungen und aktuelle Bedeutung, 2003
0304	Jahn, Gabriele	Zur Glaubwürdigkeit von Zertifizierungssystemen: eine ökonomische Analyse der Kontrollvalidität, 2003
0401	Meyer, Jochen u. S. von Cramon-Taubadel	Asymmetric Price Transmission: a Survey, 2004
0402	Barkmann, Jan u. Rainer Marggraf	The Long-Term Protection of Biological Diversity: Lessons from Market Ethics, 2004

0403	Bahrs, Enno	VAT as an Impediment to Implementing Efficient Agricultural Marketing Structures in Transition Countries, 2004
0404	Spiller, Achim, Torsten Staack u. Anke Zühlsdorf	Absatzwege für landwirtschaftliche Spezialitäten: Potenziale des Mehrkanalvertriebs, 2004
0405	Spiller, Achim u. Torsten Staack	Brand Orientation in der deutschen Ernährungswirtschaft: Ergebnisse einer explorativen Online-Befragung, 2004
0406	Gerlach, Sabine u. Berit Köhler	Supplier Relationship Management im Agribusiness: ein Konzept zur Messung der Geschäftsbeziehungsqualität, 2004
0407	Inderhees, Philipp et al.	Determinanten der Kundenzufriedenheit im Fleischerfachhandel
0408	Lüth, Maren et al.	Köche als Kunden: Direktvermarktung landwirtschaftlicher Spezialitäten an die Gastronomie, 2004
0501	Spiller, Achim, Julia Engelken u. Sabine Gerlach	Zur Zukunft des Bio-Fachhandels: eine Befragung von Bio-Intensivkäufern, 2005
0502	Groth, Markus	Verpackungsabgaben und Verpackungslizenzen als Alternative für ökologisch nachteilige Einweggetränkerverpackungen?: eine umweltökonomische Diskussion, 2005
0503	Freese, Jan u. Henning Steinmann	Ergebnisse des Projektes 'Randstreifen als Strukturelemente in der intensiv genutzten Agrarlandschaft Wolfenbüttels', Nichtteilnehmerbefragung NAU 2003, 2005
0504	Jahn, Gabriele, Matthias Schramm u. Achim Spiller	Institutional Change in Quality Assurance: the Case of Organic Farming in Germany, 2005
0505	Gerlach, Sabine, Raphael Kennerknecht u. Achim Spiller	Die Zukunft des Großhandels in der Bio-Wertschöpfungskette, 2005
0601	Heß, Sebastian, Holger Bergmann u. Lüder Sudmann	Die Förderung alternativer Energien: eine kritische Bestandsaufnahme, 2006
0602	Gerlach, Sabine u. Achim Spiller	Anwohnerkonflikte bei landwirtschaftlichen Stallbauten: Hintergründe und Einflussfaktoren; Ergebnisse einer empirischen Analyse, 2006
0603	Glenk, Klaus	Design and Application of Choice Experiment Surveys in So-Called Developing Countries: Issues and Challenges, 2006
0604	Bolten, Jan, Raphael Kennerknecht u. Achim	Erfolgsfaktoren im Naturkostfachhandel: Ergebnisse einer empirischen Analyse, 2006

	Spiller	(entfällt)
0605	Hasan, Yousra	Einkaufsverhalten und Kundengruppen bei Direktvermarktern in Deutschland: Ergebnisse einer empirischen Analyse, 2006
0606	Lülfes, Frederike u. Achim Spiller	Kunden(un-)zufriedenheit in der Schulverpflegung: Ergebnisse einer vergleichenden Schulbefragung, 2006
0607	Schulze, Holger, Friederike Albersmeier u. Achim Spiller	Risikoorientierte Prüfung in Zertifizierungssystemen der Land- und Ernährungswirtschaft, 2006
0701	Buchs, Ann Kathrin u. Jörg Jasper	For whose Benefit? Benefit-Sharing within Contractual ABC-Agreements from an Economic Perspective: the Example of Pharmaceutical Bioprospection, 2007
0702	Böhm, Justus et al.	Preis-Qualitäts-Relationen im Lebensmittelmarkt: eine Analyse auf Basis der Testergebnisse Stiftung Warentest, 2007
0703	Hurlin, Jörg u. Holger Schulze	Möglichkeiten und Grenzen der Qualitätssicherung in der Wildfleischvermarktung, 2007



**Diskussionspapiere (2000 bis 31. Mai 2006: Institut für Rurale
Entwicklung der Georg-August-Universität, Göttingen)**

Ed. Winfried Manig (ISSN 1433-2868)

32	Dirks, Jörg J.	Einflüsse auf die Beschäftigung in nahrungsmittelverarbeitenden ländlichen Kleinindustrien in West-Java/Indonesien, 2000
33	Keil, Alwin	Adoption of Leguminous Tree Fallows in Zambia, 2001
34	Schott, Johanna	Women's Savings and Credit Co-operatives in Madagascar, 2001
35	Seeberg-Elberfeldt, Christina	Production Systems and Livelihood Strategies in Southern Bolivia, 2002
36	Molua, Ernest L.	Rural Development and Agricultural Progress: Challenges, Strategies and the Cameroonain Experience, 2002
37	Demeke, Abera Birhanu	Factors Influencing the Adoption of Soil Conservation Practices in Northwestern Ethiopia, 2003
38	Zeller, Manfred u. Julia Johannsen	Entwicklungshemmnisse im afrikanischen Agrarsektor: Erklärungsansätze und empirische Ergebnisse, 2004
39	Yustika, Ahmad Erani	Institutional Arrangements of Sugar Cane Farmers in East Java – Indonesia: Preliminary Results, 2004
40	Manig, Winfried	Lehre und Forschung in der Sozialökonomie der Ruralen Entwicklung, 2004
41	Hebel, Jutta	Transformation des chinesischen Arbeitsmarktes: gesellschaftliche Herausforderungen des Beschäftigungswandels, 2004
42	Khan, Mohammad Asif	Patterns of Rural Non-Farm Activities and Household Access to Informal Economy in Northwest Pakistan, 2005
43	Yustika, Ahmad Erani	Transaction Costs and Corporate Governance of Sugar Mills in East Java, Indovesia, 2005
44	Feulefack, Joseph Florent, Manfred Zeller u. Stefan Schwarze	Accuracy Analysis of Participatory Wealth Ranking (PWR) in Socio-economic Poverty Comparisons, 2006