

Absolventenstudie 2007

des

Studiengangs Medienwissenschaft

an der Universität Paderborn

Dorothee M. Meister

Miriam Lange

Annika Lippmann

März 2007

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	S. 5
1. Ergebnisse der schriftlichen Online-Befragung	S. 7
1.1. Sozialstatistische Daten.....	S. 7
1.2. Voraussetzungen und Zugang zum Studium.....	S. 7
1.2.1. Wahl des Studiengangs	S. 9
1.3. Beurteilung des Studiengangs.....	S.11
1.3.1. Struktur und Ressourcen.....	S.11
1.3.2. Vermittlung von Qualifikationen.....	S.15
1.4. Studienverlauf und Rahmenbedingungen des Studiums.....	S.20
1.4.1. Zusatzqualifikationen.....	S.25
1.5. Übergang vom Studium in den Beruf.....	S.29
1.6. Aktuelles Beschäftigungsverhältnis.....	S.39
1.7. Allgemeine Kommentare.....	S.47
2. Ergebnisse der qualitativen Interviews	S.49
2.1. Bewertung des Studiums.....	S.49
2.1.1. Dreigliedrigkeit des Studiengangs.....	S.49
2.1.2. Studiengang allgemein.....	S.51
2.1.3. Praxisbezug und Praktika.....	S.53
2.2. Situation nach dem Studium.....	S.55
2.2.1. Übergang vom Studium in den Beruf.....	S.55
2.2.2. Relevanz des Studiums für den späteren Beruf.....	S.57
2.3. Hinweise für das Institut für Medienwissenschaft Paderborn.....	S.58
Resümee	S.61

Abbildungsverzeichnis

Grafik 1: Tätigkeit vor Studienbeginn.....	S. 8
Grafik 2: Gründe für Wahl des Studienfachs.....	S. 9
Grafik 3: Gründe für Wahl des Studienorts.....	S.10
Grafik 4: Studienschwerpunkt.....	S.11
Grafik 5: Dreigliedrigkeit: Kultur, Ökonomie, Informatik.....	S.12
Grafik 6: Platzangebot in Lehrveranstaltungen.....	S.14
Grafik 7: Vermittlung von zentralen Theorien.....	S.16
Grafik 7.1: Studienschwerpunkt / Vermitteln von wissenschaftlichem Arbeiten.....	S.17
Grafik 7.2: Studienschwerpunkt / Vermitteln von kommunikativen Fähigkeiten.....	S.17
Grafik 7.3: Studienschwerpunkt / Vermitteln von organisatorischen Fähigkeiten.....	S.18
Grafik 8: Vermittlung von medientechnischen Fähigkeiten.....	S.19
Grafik 9: Rahmenbedingungen: Wohnsituation in Paderborn.....	S.20
Grafik 10: Rahmenbedingungen: Qualität der Bibliothek.....	S.21
Grafik 11: Rahmenbedingungen: Zugang zu EDV-Diensten.....	S.22
Grafik 12: Beurteilung der Betreuung durch das Geschäftszimmer.....	S.23
Grafik 13: Beurteilung der Betreuung durch die Fachschaft.....	S.24
Grafik 14: Beurteilung der Betreuung durch das Prüfungsamt.....	S.25
Grafik 15: Zusatzqualifikationen während des Studiums.....	S.26
Grafik 16: Ort der Praktika.....	S.27
Grafik 17: Arbeitsplatzsuchverfahren: Internet.....	S.29
Grafik 18: Arbeitsplatzsuchverfahren: Soziale Kontakte und Netzwerke.....	S.30
Grafik 19: Arbeitsplatzsuchverfahren: Agentur für Arbeit.....	S.31
Grafik 20: Arbeitsplatzsuche: Angebote in interessierender Branche.....	S.32
Grafik 21: PC-Kenntnisse.....	S.34
Grafik 22: Absolvierte Praktika.....	S.35
Grafik 23: Fremdsprachenkenntnisse.....	S.36
Grafik 24: Auslandserfahrungen.....	S.37
Grafik 25: Soziale Kontakte und Netzwerke.....	S.38
Grafik 26: Beschäftigungsverhältnis.....	S.39
Grafik 26.1: Erfüllung des Berufswunschs	S.40

Grafik 27.1: Studienschwerpunkt / Beschäftigung.....	S.42
Grafik 27.2: Studienschwerpunkt / Schwierigkeiten Berufseinstieg.....	S.42
Grafik 28: Zusatzqualifikationen während des Studiums / Beschäftigung.....	S.43
Grafik 29: Studienschwerpunkt / Bruttoverdienst.....	S.46
Grafik 29.1: Soziale Kontakte und Netzwerke / Bruttoverdienst.....	S.46

Einleitung

Der zum Wintersemester 1999/2000 eröffnete Diplomstudiengang Medienwissenschaft ist noch recht jung und verfolgt eine Konzeption, die recht einzigartig in der deutschen Hochschullandschaft ist. Im Paderborner Diplomstudiengang Medienwissenschaft werden informationstechnische, ökonomische, sozial- und kulturwissenschaftliche Aspekte gleichrangig berücksichtigt, so dass den Studierenden eine innovative und interdisziplinäre Ausbildung geboten werden kann. Die Konzeption des Studienganges berücksichtigt die verschiedenen Entwicklungen in der Medienlandschaft – d.h. sowohl die traditionellen idealtypischen Strukturen (z.B. analoge Medien, Printmedien) als auch bereichstypische Veränderungen (Digitalisierung, Industrialisierung). Auf dieser Grundlage ist es möglich, Entwicklungen, Strategien und Gestaltungsinstrumente im Medienbereich nachzuvollziehen und auf dieser Basis neue Handlungsperspektiven zu entwickeln. Das Strukturkonzept sieht es vor, während des Grundstudiums die drei Schwerpunkte Medienkultur, Medieninformatik und Medienökonomie gleichrangig zu studieren und im Hauptstudium einen dieser Bereiche vertieft zu studieren. Die Grundlage für diese Ausrichtung des Studiums ist, dass Kompetenzen auf der Schnittstelle zwischen Medienkultur, Medieninformatik und Medienökonomie zunehmend nachgefragt sind. Die Anforderungen der Arbeitsfelder im Mediensektor entfernen sich von den klassischen Disziplinen und erfordern die Vorbereitung auf ein Handeln in komplexen beruflichen Umfeldern, die vielschichtige Berufsfelder einschließen. Da der Mediensektor zudem einem schnellen Wandel unterliegt, ist das interdisziplinäre Studium der Medienwissenschaft nicht auf partikuläre Berufsprofile ausgerichtet.

Im Rahmen der fachspezifischen Zielvereinbarungen, die auf dem Hochschulkonzept 2010 basieren, wird angestrebt, die Paderborner Medienwissenschaften in den nächsten Jahren weiter auszubauen und zu einem der größten und attraktivsten Standorte in der Bundesrepublik zu machen.

Nachdem die ersten Studierendengenerationen ihr Studium erfolgreich abgeschlossen haben und sich fast 100 Diplomanden dem Arbeitsmarkt stellen, beschloss das Institut für Medienwissenschaft unter der Leitung von Prof. Dr. Dorothee M. Meister eine erste Absolventenstudie durchzuführen. Mit dieser Studie verfolgen wir das Ziel, empirisch fundierte Informationen über die Einschätzung des Studienganges, die Studienbedingungen und die bisherigen beruflichen Biografien der Absolventinnen und Absolventen zu erhalten, d.h.

über Berufseinstieg und -verlauf sowie die Einschätzung der gegenwärtigen beruflichen Situation; auch im Hinblick auf Transferaspekte der akademischen Ausbildung. In diesem Zusammenhang interessiert, wie die Absolventinnen und Absolventen auf der Grundlage ihrer Arbeitserfahrungen die Dreigliedrigkeit des Studiums und den Kompetenz- und Qualifikationserwerb im Rahmen ihres Studiums einschätzen. Des Weiteren ist uns wichtig, wie der Studienverlauf und die Rahmenbedingungen des Studiums rückblickend bewertet werden, wie der Übergang in das Berufsleben verlief – samt den Wegen der Stellenfindung – und wie sich das aktuelle Beschäftigungsverhältnis und die berufliche Zufriedenheit darstellt.

Die Erhebung der Daten fand von Oktober bis Dezember 2006 mittels eines Online-Fragebogens statt. Da nicht alle Adressen ermittelt werden konnten, wurden 82 von insgesamt 94 Absolventinnen und Absolventen per E-Mail angeschrieben. Ergänzend zu der Online-Umfrage wurden noch sechs mündliche Interviews im selben Zeitraum durchgeführt.

Das Institut für Medienwissenschaft erhofft sich von den Ergebnissen Hinweise darauf, wie die Absolventinnen und Absolventen die bisherige Studienkonzeption bewerten, um damit zur Qualitätsverbesserung des Studiums beizutragen. Gleichzeitig können so auch für die neu einzurichtenden BA- und MA-Studiengänge empirische Daten zur Bewertung des alten Studiengangs und für die Neukonzeption eventueller Schwerpunktverlagerungen vorgenommen werden. Insgesamt erhofft sich das Institut Hinweise und Anregungen für eine Verbesserung des Studiengangs, um Paderborn in Zukunft zu einem noch attraktiveren Standort für das Studium der Medienwissenschaft zu machen.

1. Ergebnisse der schriftlichen Online-Befragung

Von der Einführung des Diplom-Studiengangs Medienwissenschaft an der Universität Paderborn zum Wintersemester 1999/2000 bis zum Beginn des Wintersemesters 2006/2007 haben insgesamt 94 Studentinnen und Studenten ihren Abschluss als Diplom-Medienwissenschaftlerinnen bzw. Diplom-Medienwissenschaftler erhalten. Mit Hilfe von Telefon- und Adresslisten sowie durch intensive Internetrecherche konnten 82 der 94 Absolventinnen und Absolventen ausfindig gemacht werden. Diese wurden per E-Mail angeschrieben bzw. telefonisch kontaktiert und gebeten, ihren ehemaligen Studiengang zu bewerten. Der Befragungszeitraum des Online-Fragebogens lag zwischen November und Dezember 2006.

Der Fragebogen umfasste insgesamt 96 standardisierte Fragen, die teilweise durch persönliche Anmerkungen ergänzt werden konnten. 46 der angeschriebenen Absolventinnen und Absolventen haben an der schriftlichen Befragung teilgenommen und den Online-Fragebogen ausgefüllt – das entspricht einer Rücklaufquote von 56,1 Prozent.

1.1. Sozialstatistische Daten:

Von den diplomierten Medienwissenschaftlerinnen und Medienwissenschaftlern, die an der Befragung teilgenommen haben, sind gut 60 Prozent weiblich und knapp 40 Prozent männlich. Dies entspricht nicht ganz dem Geschlechterverhältnis aller Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs: Insgesamt sind hier etwa 1/3 männlich und 2/3 weiblich. Das Alter der Diplomandinnen und Diplomanden liegt zur Zeit der Befragung bei durchschnittlich 28 Jahren, schwankt dabei jedoch zwischen 23 und 39 Jahren. Gut die Hälfte der Ehemaligen (53,3%) lebt zur Zeit der Erhebung in einer festen Partnerschaft; 91 Prozent der Befragten haben zu diesem Zeitpunkt allerdings (noch) keine Kinder.

1.2. Voraussetzungen und Zugang zum Studium

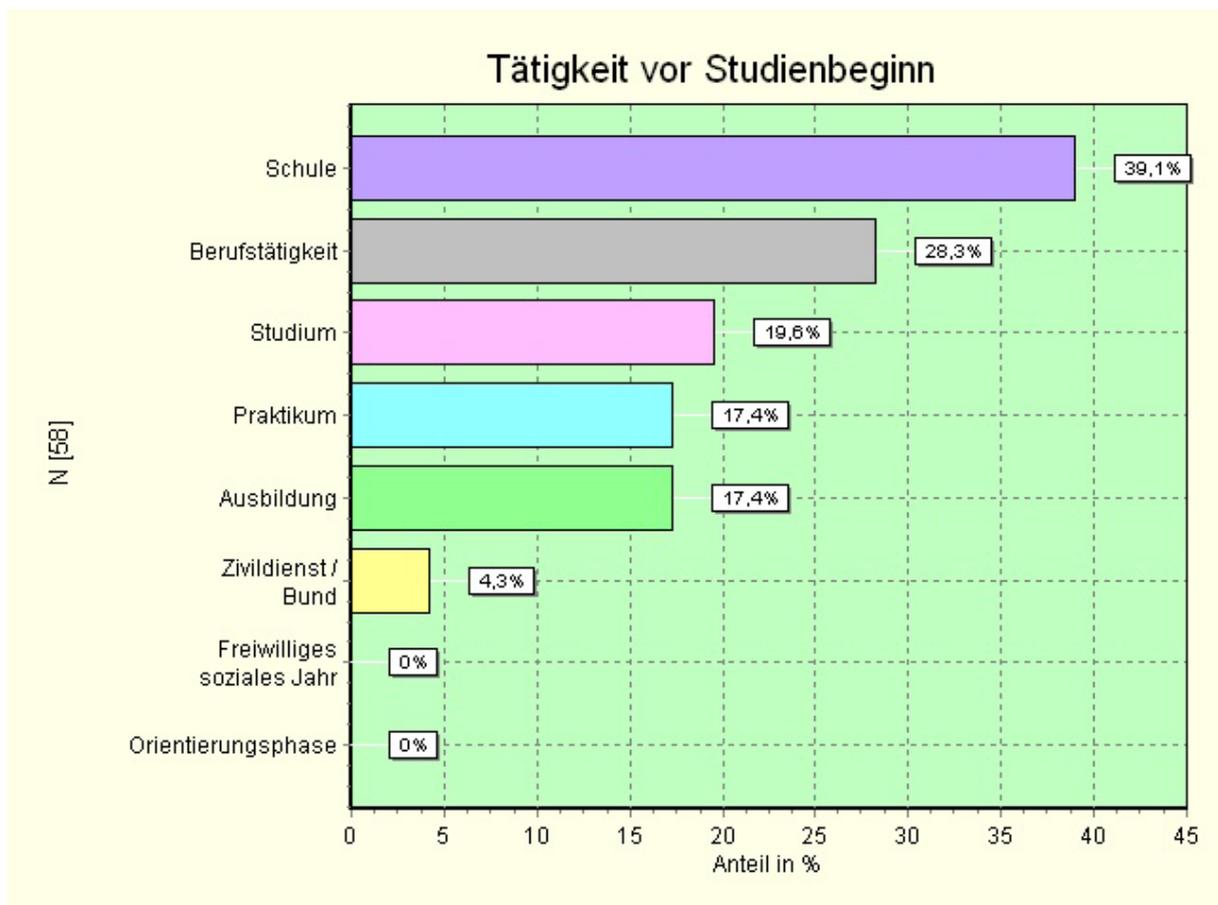
Die Universität Paderborn war bis zum Jahr 2005 eine Gesamthochschule. Daher war es in den ersten Jahrgängen des Studiengangs offiziell auch ohne Allgemeine bzw. Fachgebundene Hochschulreife möglich, sich mit der Fachhochschulreife an der Universität zu

immatrikulieren. Trotzdem verfügt die Mehrheit der befragten Studierenden (73,9%) über einen Schulabschluss mit Abitur. Von den ersten Jahrgängen erhielten jedoch auch 17,4 Prozent ihre Immatrikulation über das Fachabitur und 8,7 Prozent über einen Schulabschluss in Kombination mit einer abgeschlossenen Berufsausbildung.

Der Diplom-Studiengang Medienwissenschaft war vom ersten Semester an zulassungsbeschränkt.

Grafik 1:

Was haben Sie unmittelbar vor dem Studium der Medienwissenschaft in Paderborn gemacht? (Mehrfachantwort möglich)



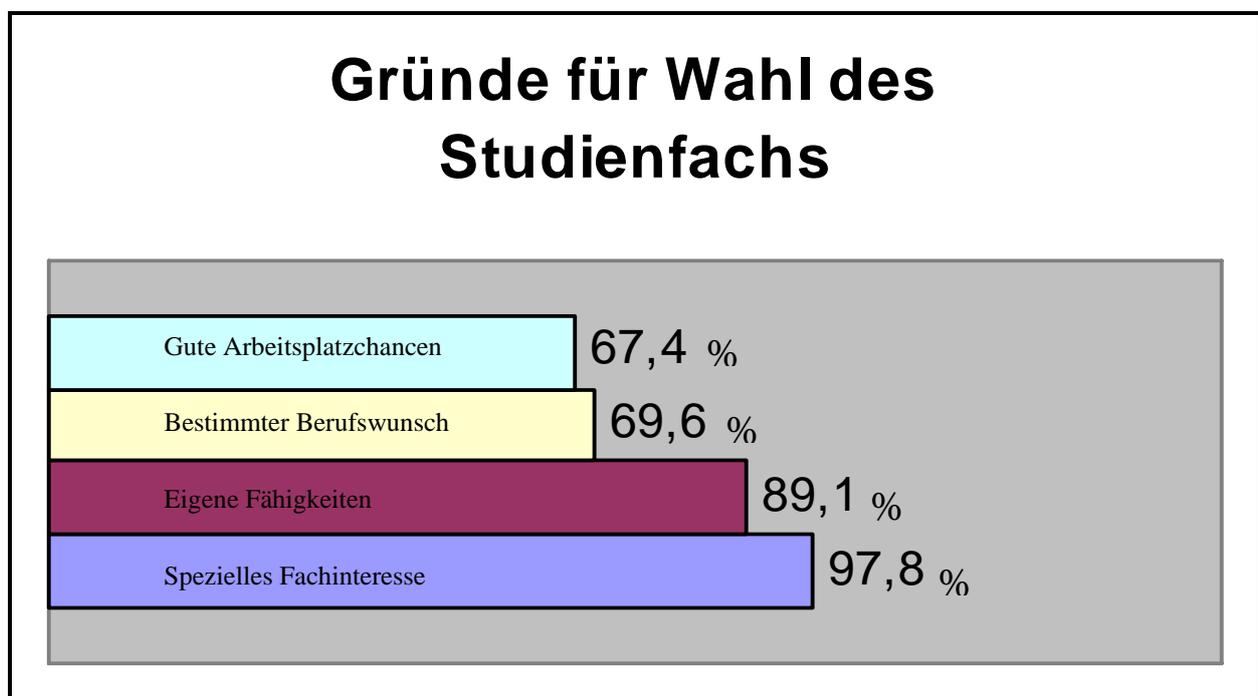
Dem Studium der Medienwissenschaft gehen vielfältige Erfahrungen voraus. Grafik 1 zeigt die genaue Aufschlüsselung der Beschäftigungen vor dem Studium. Es wird deutlich, dass die meisten Studierenden (39,1%) ihr Studium direkt nach Abschluss der Schule beginnen. Viele sind vor dem Studium jedoch auch schon berufstätig (28,3%) bzw. wechseln aus einem anderen Studiengang zur Medienwissenschaft (19,6%). Einige absolvieren vor dem Studienbeginn zunächst eine Ausbildung (17,4%).

1.2.1. Wahl des Studiengangs

Die Gründe für die Wahl des Studiengangs Medienwissenschaft sind vielfältig (vgl. Grafik 2). Für die Wahl dieses speziellen Studienfachs ist bei den meisten jedoch ein spezifisches Fachinteresse entscheidend: 97,8 Prozent stufen diesen Punkt als dominierend ein, davon 54,4 Prozent als sehr wichtig und 43,4 Prozent als wichtig.

Grafik 2:

Welche Gründe führten zur Wahl des Studiengangs Medienwissenschaft?



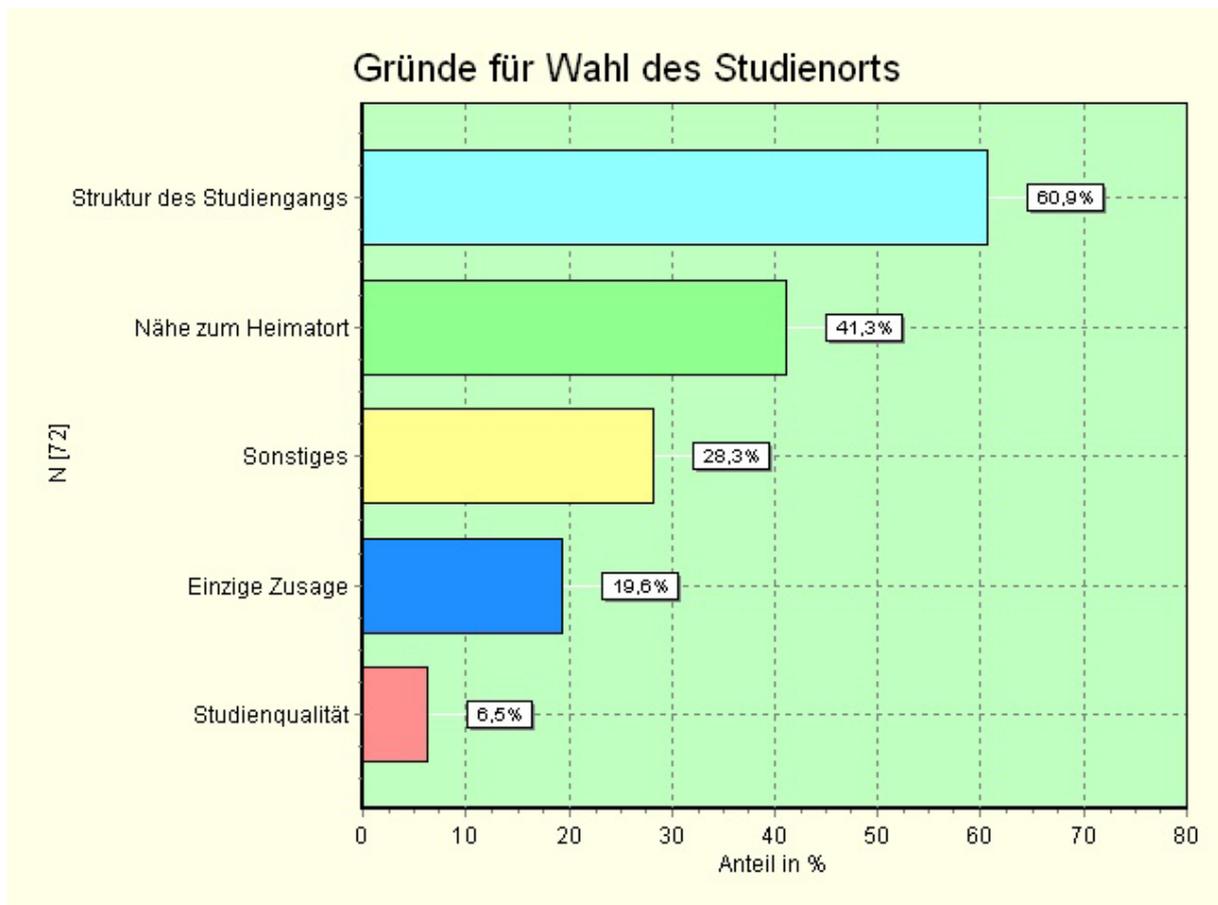
Neben dem Fachinteresse sind auch die eigenen Fähigkeiten (89,1%), ein bestimmter Berufswunsch (69,6%) und die Aussicht auf gute Arbeitsplatzchancen (67,4%) für die Wahl des Studienfaches Medienwissenschaft relevant.

Interessant ist, dass immerhin fast 70 Prozent mit dem Studium der Medienwissenschaft ein bestimmtes Berufsziel anstreben und sich in diesem Bereich auch gute Arbeitsplatzchancen ausrechnen.

Grafik 3:

Welche Gründe führten zum Studium an der Universität Paderborn?

(Mehrfachantwort möglich)



Bei der Wahl des Studienstandorts Paderborn fällt auf, dass insbesondere die Dreigliedrigkeit der Paderborner Medienwissenschaft, d.h. die Einbeziehung von Veranstaltungen aus den Bereichen Wirtschaft, Informatik und Kultur in den Studienverlaufsplan, einen hohen Anreiz für Studentinnen und Studenten bietet: 60,9 Prozent der Diplomandinnen und Diplomanden geben die spezielle Struktur des Studiengangs Medienwissenschaft in Paderborn als Hauptgrund für die Wahl des Studienorts an.

1.3. Beurteilung des Studiengangs

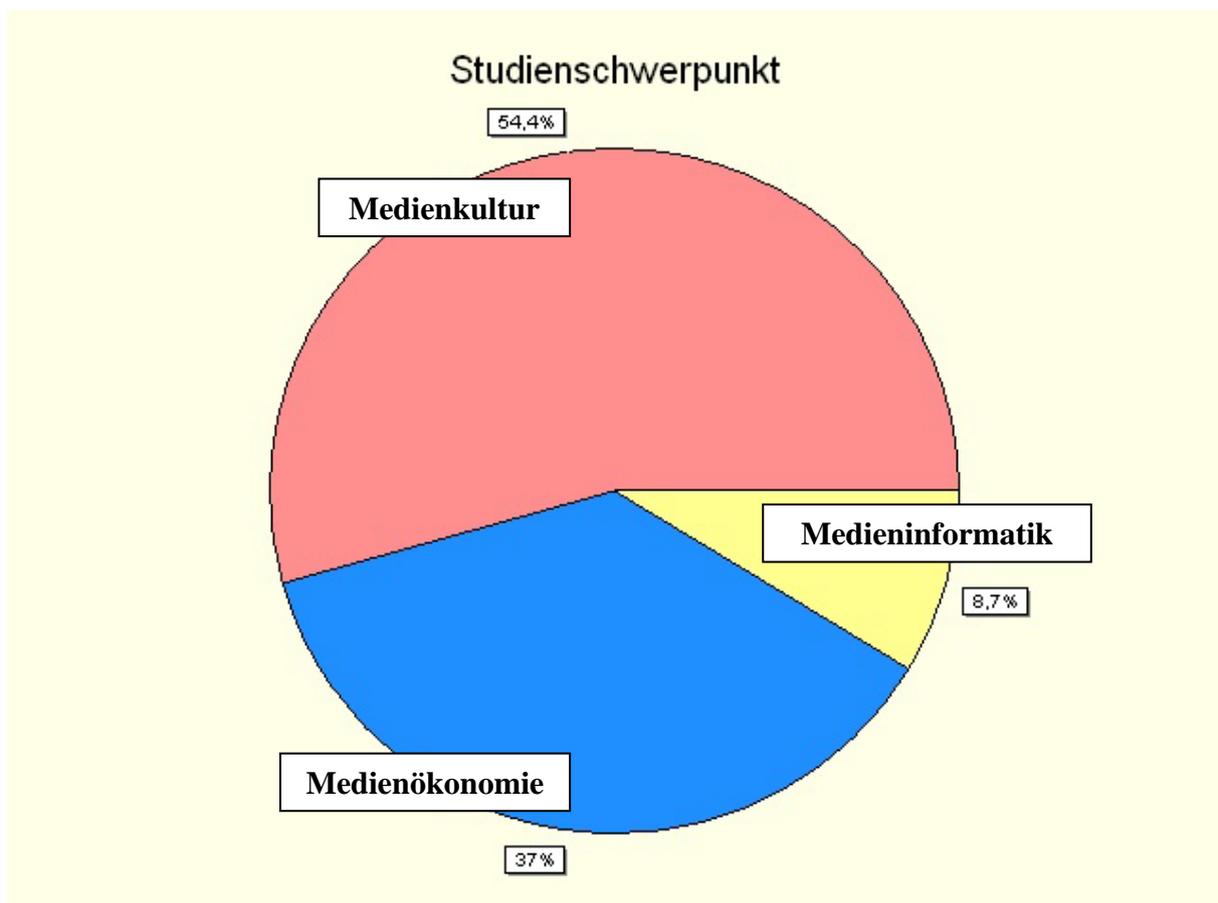
1.3.1. Struktur und Ressourcen

Das Studium der Medienwissenschaft an der Universität Paderborn mit seiner Differenzierung in die drei Bereiche Medienkultur, Medienökonomie und Medieninformatik ist recht einzigartig in Deutschland. Es ist daher besonders wichtig, die Vor- und Nachteile eines derart gegliederten Lehr- und Lerninhalts zu eruieren und aufzuzeigen.

Insgesamt ergab die Erhebung, dass die ehemaligen Studierenden ein optimistisches bzw. positives Bild von der Medienwissenschaft in Paderborn haben. Als gut werden dabei vor allem die dreigliedrige Struktur des Studiengangs und die daraus resultierende umfassende Ausbildung sowie die professionelle Vermittlung von fachlichem Wissen bewertet. (Ausführlich dazu siehe 2: Ergebnisse des qualitativen Interviews) Im Folgenden soll die Bewertung des Studiengangs an einigen ausgewählten Kriterien festgemacht werden.

Grafik 4:

Welchen Schwerpunkt haben Sie während des medienwissenschaftlichen Studiums an der Universität Paderborn gewählt?

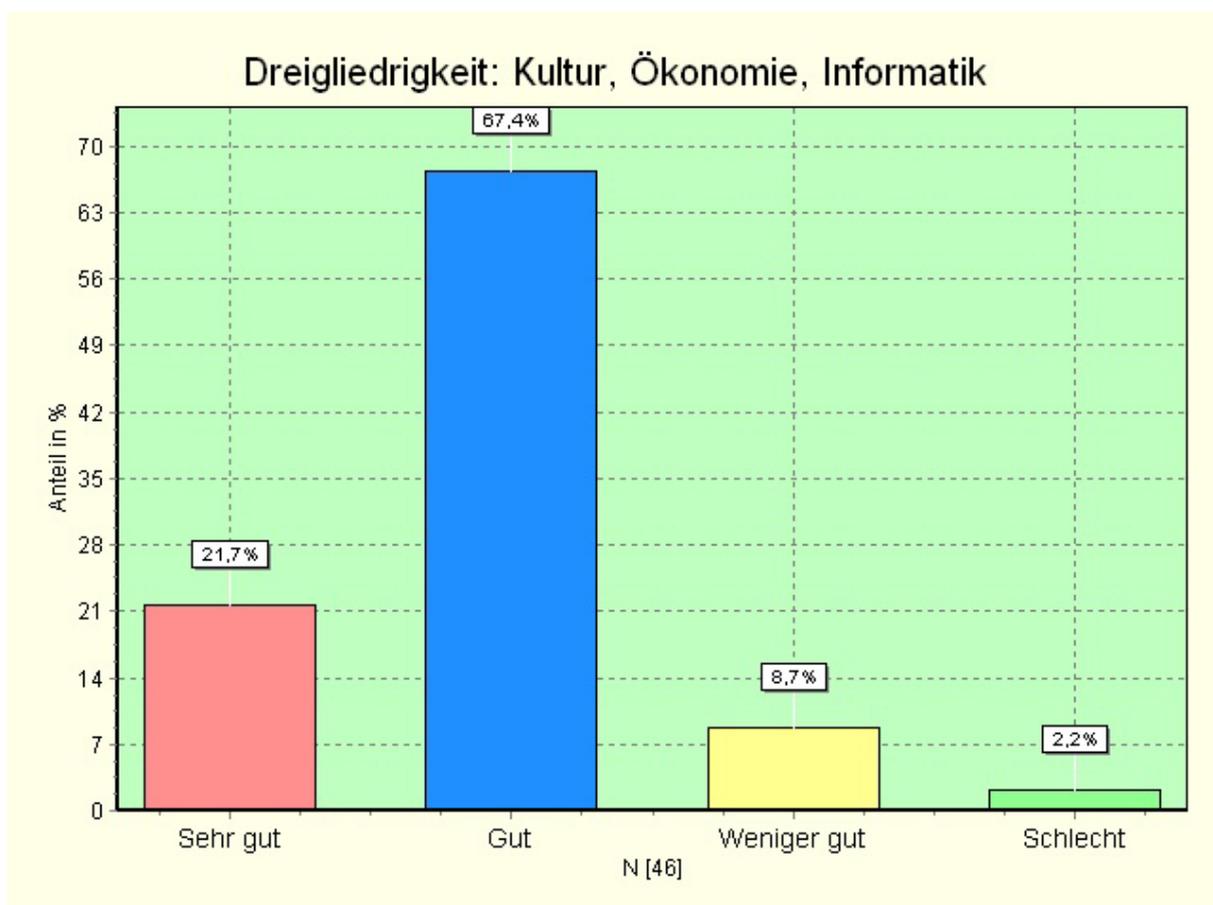


Auffällig ist, dass bei der Wahl des Studienschwerpunkts eindeutig der Bereich der Medienkultur im Vordergrund steht: 54,4 Prozent der Absolventen wählen im Hauptstudium diese Säule. Das ist auch in der Hinsicht interessant, als die meisten Absolventen letztendlich eher in einem ökonomischen, denn in einem kulturellen Umfeld arbeiten (siehe 1.6.: Aktuelles Beschäftigungsverhältnis). Trotzdem liegt die Medienökonomie bei den Befragten mit 37 Prozent lediglich auf dem zweiten Platz. Die wenigsten Studierenden, lediglich 8,7 Prozent wählen den Schwerpunkt Medieninformatik (vgl. Grafik 4). Somit haben von den 46 Befragten 25 den Studienschwerpunkt Medienkultur gewählt, 17 der befragten Ehemaligen studierten Medienökonomie als Schwerpunkt und 4 befragte Ehemalige gaben an, im Hauptstudium den Schwerpunkt Medienökonomie gewählt zu haben.

Obwohl diese Dreigliedrigkeit des Studiengangs bislang in Deutschland kaum an anderen Universitäten praktiziert wird und so möglicherweise Vergleichswerte fehlen, fällt die Beurteilung dieser Struktur eindeutig positiv aus (vgl. Grafik 5).

Grafik 5:

Wie beurteilen Sie die Struktur des Studiengangs Medienwissenschaft an der Universität Paderborn?



Die Absolventenbefragung ergibt, dass eine eindeutige Mehrheit (89,1%) der Ehemaligen den Aufbau und die Struktur des Studiengangs mit den drei Säulen positiv bewertet: 67,4 Prozent halten die Aufteilung für gut, 21,7 Prozent sogar für sehr gut.

Auch mit der Möglichkeit, das Studium innerhalb der Regelstudienzeit zu beenden, zeigen sich die meisten Diplomanden zufrieden: 73,3 Prozent bewerten diesen Punkt als gut (40%) bzw. sehr gut (33,3%). Die Regelstudienzeit für die Diplom-Medienwissenschaft in Paderborn beträgt neun Semester. Dieser Zeitraum wird auch in etwa eingehalten: Die durchschnittliche Studiendauer beträgt 10 Semester, wobei die genaue Dauer zwischen 7 und 14 Semestern schwankt.

Ähnlich positiv sieht es mit der Beurteilung der technischen Ausstattung des Studiengangs aus: Rund die Hälfte der Befragten, nämlich 56,5 Prozent bewerten diese mit gut; 30,4 Prozent sogar mit sehr gut.

Bei der Beurteilung der Vielfältigkeit des Lehrangebots lässt sich auf der Grundlage der Befragung kein eindeutiger Trend erkennen: 41,3 Prozent bewerten das Lehrangebot mit gut, 43,5 Prozent mit weniger gut. Diese Differenz ergibt sich höchstwahrscheinlich daraus, dass mit der Befragung Studierende der verschiedensten Jahrgänge erreicht wurden. Diejenigen, die zum ersten Studienjahrgang der Medienwissenschaft in Paderborn gehören, hatten durch den Umstand, dass der Studiengang sich noch im Aufbau befand, entsprechend weniger Wahlmöglichkeiten als diejenigen, die drei Jahre später mit dem Studium begonnen haben. Inzwischen ist die Vielfältigkeit des medienwissenschaftlichen Studiums in Paderborn auf jeden Fall um einiges besser ausgebaut. Folgende Zitate aus dem Kommentarfeld der Befragung belegen diese Deutung:

Befragter Nr. 11: *„Leider kannte uns ‚Allererstsemester‘ zu Beginn kein Lehrender der Säulen Medieninformatik und Medienökonomie und nur wenige waren zu Anfang bereit, sich mit uns ‚Neulingen‘ auseinander zu setzen. Aus diesem Grund waren die Lehrinhalte in diesen Bereichen zu wenig auf unsere Bedürfnisse und Anforderungen zugeschnitten.“*

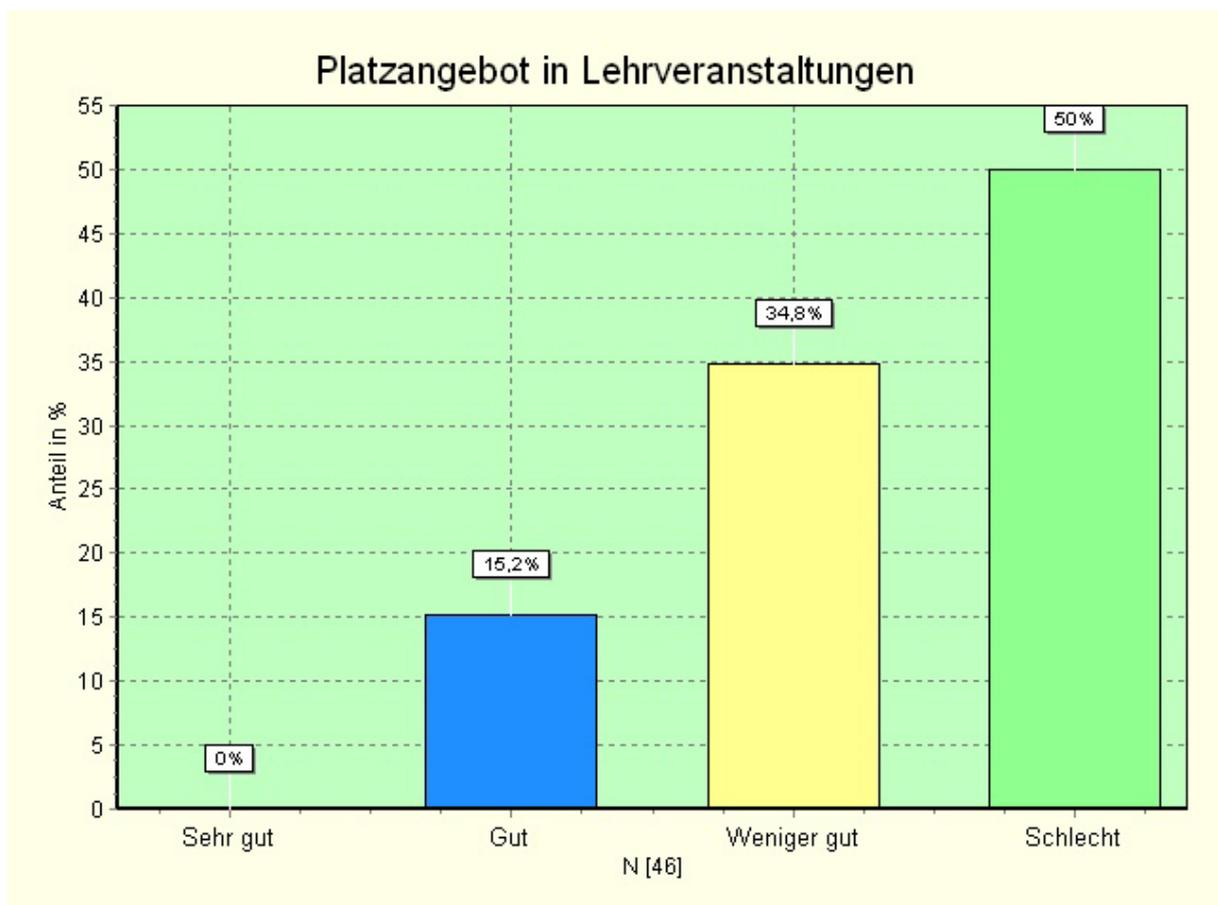
Befragter Nr. 23: *„Da der Studiengang 1999/2000 erstmalig überhaupt als Diplomstudiengang angeboten wurde, war die Struktur der Lehrangebote zunächst sehr pionierhaft. [...] Hier gibt es nun zum Glück einige Verbesserungen.“*

Auch die Kommunikation mit den Lehrenden wird unterschiedlich bewertet: 47,8 Prozent halten sie insgesamt für gut, während 32,6 Prozent weniger zufrieden sind. Diese Uneinigkeit ergibt sich möglicherweise daraus, dass jeder Studierende, je nach Studienschwerpunkt und persönlichen Interessen ganz unterschiedliche Lehrveranstaltungen besucht und insofern mit den verschiedensten Lehrenden konfrontiert ist.

Durch die Befragung wird außerdem klar, dass in vielen Seminaren noch immer nicht genügend Plätze für alle Interessenten angeboten werden können (vgl. Grafik 6). 84,8 Prozent beantworten die Frage nach einer ausreichenden Anzahl an Plätzen in den Lehrveranstaltungen negativ (davon halten 34,8% die Lage für weniger gut, deutliche 50% sogar für schlecht).

Grafik 6:

Wie beurteilen Sie den Studiengang Medienwissenschaft an der Universität Paderborn in folgendem Bereich?



Auch zu den Gründen für diese eher negative Bewertung, die insbesondere die ersten Jahre des Studiengangs kennzeichneten, äußern sich einige Absolventen:

Befragter Nr. 2: *„Sehr schlecht fand ich den Zugang zu interessanten Seminaren, da es per Losverfahren gemacht wurde – leider hat mich das Los selten bis nie getroffen.“*

Auch der Praxisbezug der Lehre wird mit 82,6 Prozent mehrheitlich negativ (45,7% weniger gut und 37% schlecht) beurteilt. Dies zeigt sich zusätzlich in der Bewertung der Vermittlung von Praktika: Hier ist die Mehrheit (90,7%) ebenfalls enttäuscht.

Bei der Auswertung der zusätzlichen Kommentare zur allgemeinen Beurteilung des Studiengangs zeigt sich eine deutliche Tendenz, den Bereich der Medienökonomie in seiner Qualität von den beiden anderen Säulen abzugrenzen. Während die Zweige Medienkultur und Medieninformatik meist positiv bewertet werden (bis auf die Veranstaltung „Softwareentwicklung“, die anfangs Grundstudiumspflicht war), wird die Medienökonomie kritisch beschrieben. Zwar finden viele diese Säule vom Ansatz her ansprechend und interessant, es habe aber – laut Aussage der Studierenden – kaum die Möglichkeit gegeben, den Schwerpunkt Ökonomie im Hauptstudium adäquat umzusetzen. Beachtet werden muss hierbei jedoch auch, dass diese Säule die größten Anlaufschwierigkeiten hatte. War eine entsprechende Professur lange Zeit unbesetzt, so gab es danach Fluktuationen, während gegenwärtig eine Wiederbesetzung ansteht.

Im Folgenden einige ausgewählte Kommentare hierzu:

Befragter Nr. 31: *„Die Lehre im Bereich Medienökonomie war während meines gesamten Studiums bis auf wenige Ausnahmen eher mangelhaft (Professur nicht besetzt, keine Ansprechpartner, kein zielgruppendifiniertes Studienangebot).“*

Befragter Nr. 37: *„Das 3-Säulen-Modell ist als Idee sehr gut und für die Bereiche Informatik und Kultur funktioniert es – nur der Bereich Medienökonomie sollte sich in seiner jetzigen und damaligen Form nicht so nennen dürfen! Hier muss nachgebessert werden.“*

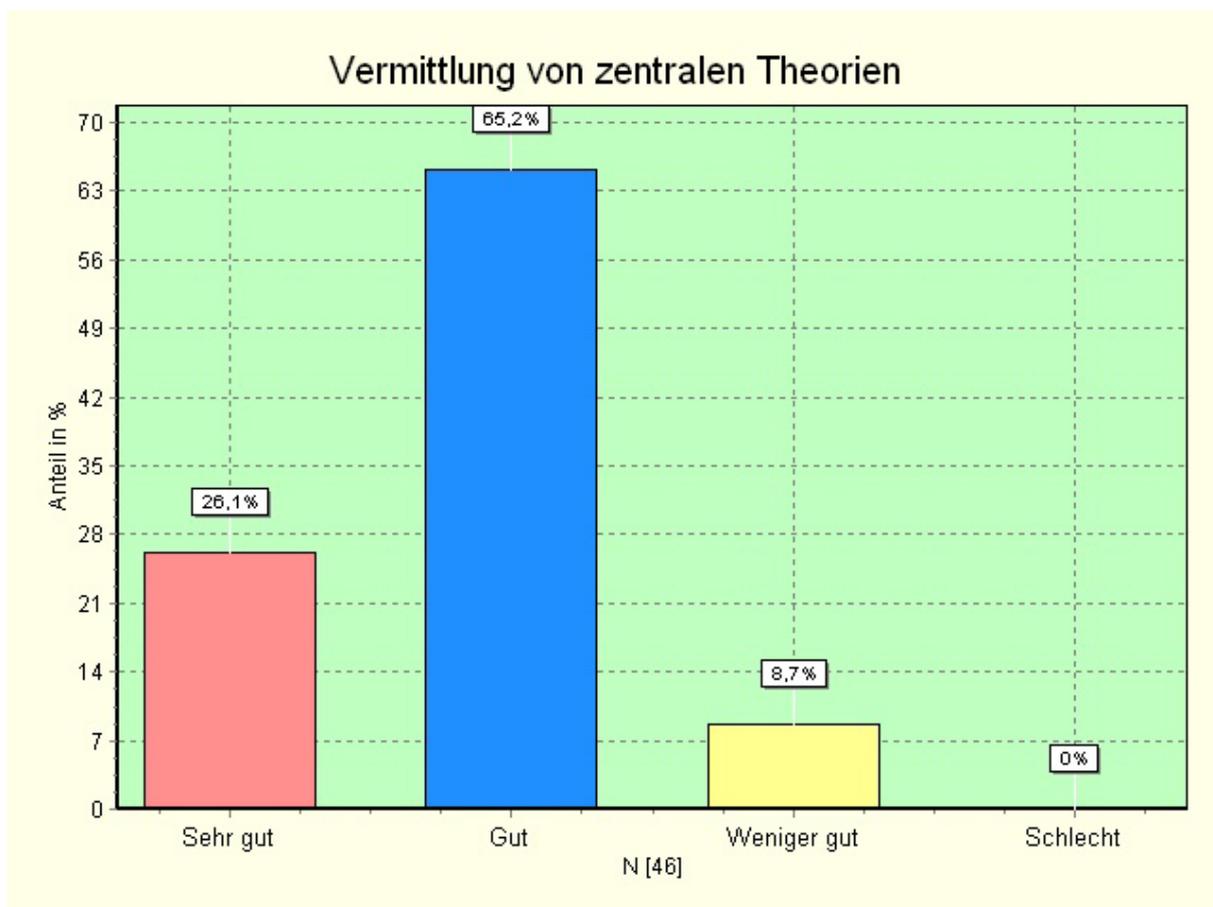
1.3.2. Vermittlung von Qualifikationen

Die Vermittlung von Qualifikationen durch das Studium der Medienwissenschaft in Paderborn wird zum größten Teil positiv beurteilt. Besonders gut ausgebildet fühlen sich die

Absolventen in den Bereichen Fachwissen (84,8% bewerten hier mit gut bzw. sehr gut) und zentrale Theorien: 91,3% mit gut bzw. sehr gut (vgl. Grafik 7). Auch den Bereich des selbstständigen Lernens und Arbeitens scheint das Studium der Medienwissenschaft zu befördern: 84,8 Prozent bewerten diesen Aspekt positiv (davon 50% gut und 34,8% sehr gut).

Grafik 7:

Wie beurteilen Sie die Vermittlung folgenden Aspekts durch das medienwissenschaftliche Studium an der Universität Paderborn?



Es gibt allerdings auch Qualifikationen, die nach Ansicht der Befragten während des Studiums weniger gut vermittelt wurden. Während die Vermittlung von Methoden zum wissenschaftlichen Arbeiten noch relativ gut beurteilt wird (73,3% bewerteten hier mit gut bzw. sehr gut), sind die Meinungen über die Vermittlung von kommunikativen Fähigkeiten (45,7% für gut und 34,8% für weniger gut) eher geteilt.

Diese Differenzen findet man auch bei der Bewertung der Vermittlung von organisatorischen Fähigkeiten (41,3% für gut und 41,3% für weniger gut). Gleiches gilt für die Möglichkeiten zum Erlernen von Präsentationstechniken: Diese werden von 41,3 Prozent als gut, aber auch von 39,1 Prozent als weniger gut empfunden.

Die folgenden Kreuztabellen stellen eine detaillierte Aufschlüsselung einiger Qualifikationen in Beziehung zum Studienschwerpunkt dar.

Bei der Betrachtung der Qualifikationsvermittlung fallen in der Bewertung Unterschiede je nach Schwerpunktwahl auf. In der folgenden Auswertung werden die Ergebnisse der Medieninformatik außen vor gelassen, da sie auf Grund der geringen Anzahl an Personen, die diesen Schwerpunkt gewählt haben, nicht aussagekräftig sind.

Grafik 7.1:

Studienschwerpunkt / Vermitteln von wissenschaftlichem Arbeiten

	Medienkultur	Medienökonomie
Sehr gut	15,6 %	4,4 %
Gut	24,4 %	22,2 %
Weniger gut	8,9 %	11,1 %
Schlecht	4,4 %	0,0 %

Vergleicht man die beiden größten Studienrichtungen Medienkultur und Medienökonomie erkennt man, dass beim Schwerpunkt Medienkultur der Anteil der mit der Vermittlung von wissenschaftlichem Arbeiten sehr Zufriedenen deutlich am größten ist (40 Prozent gut bzw. sehr gut). 4,3 Prozent der Ehemaligen aus diesem Bereich beurteilen die Vermittlung als schlecht. In der Medienökonomie empfinden immerhin noch 26,6 Prozent die Vermittlung von wissenschaftlichem Arbeiten als zufriedenstellend – keiner hat diesen Punkt mit schlecht bewertet (vgl. Grafik 7.1).

Grafik 7.2:

Studienschwerpunkt / Vermitteln von kommunikativen Fähigkeiten

	Medienkultur	Medienökonomie
Sehr gut	8,7 %	4,3 %
Gut	32,6 %	10,9 %
Weniger gut	10,9 %	19,6 %
Schlecht	2,2 %	2,2 %

Die Vermittlung von kommunikativen Fähigkeiten bewerten Studierende der beiden am meisten vertretenen Schwerpunkte Medienkultur und Medienökonomie schon differenzierter: In der Medienkultur sind 41,3 Prozent zufrieden – das entspricht etwa 4/5 derjenigen, die diesen Schwerpunkt gewählt haben (vgl. Grafik 7.2). In der Medienökonomie bewertet

hingegen nur knapp die Hälfte diesen Punkt als positiv. Dieses Ergebnis unterstreicht im Zusammenhang mit denen der anderen Kreuztabellen die Tendenz, die Medienökonomie in Abgrenzung zu den beiden anderen Säulen immer eher negativ zu bewerten.

Bei der Betrachtung der Grafik zur Vermittlung von organisatorischen Fähigkeiten je Studienschwerpunkt lassen sich ebenfalls Unterschiede in der Bewertung feststellen. Es fällt wieder auf, dass Studierende der Medienkultur die Vermittlung von organisatorischen Fähigkeiten wesentlich positiver sehen. Insgesamt schwanken die Bewertungen jedoch zwischen gut und weniger gut (vgl. Grafik 7.3).

Grafik 7.3:

Studienschwerpunkt / Vermitteln von organisatorischen Fähigkeiten

	Medienkultur	Medienökonomie
Sehr gut	6,5 %	4,3 %
Gut	28,3 %	8,7 %
Weniger gut	17,4 %	19,6 %
Schlecht	2,2 %	4,3 %

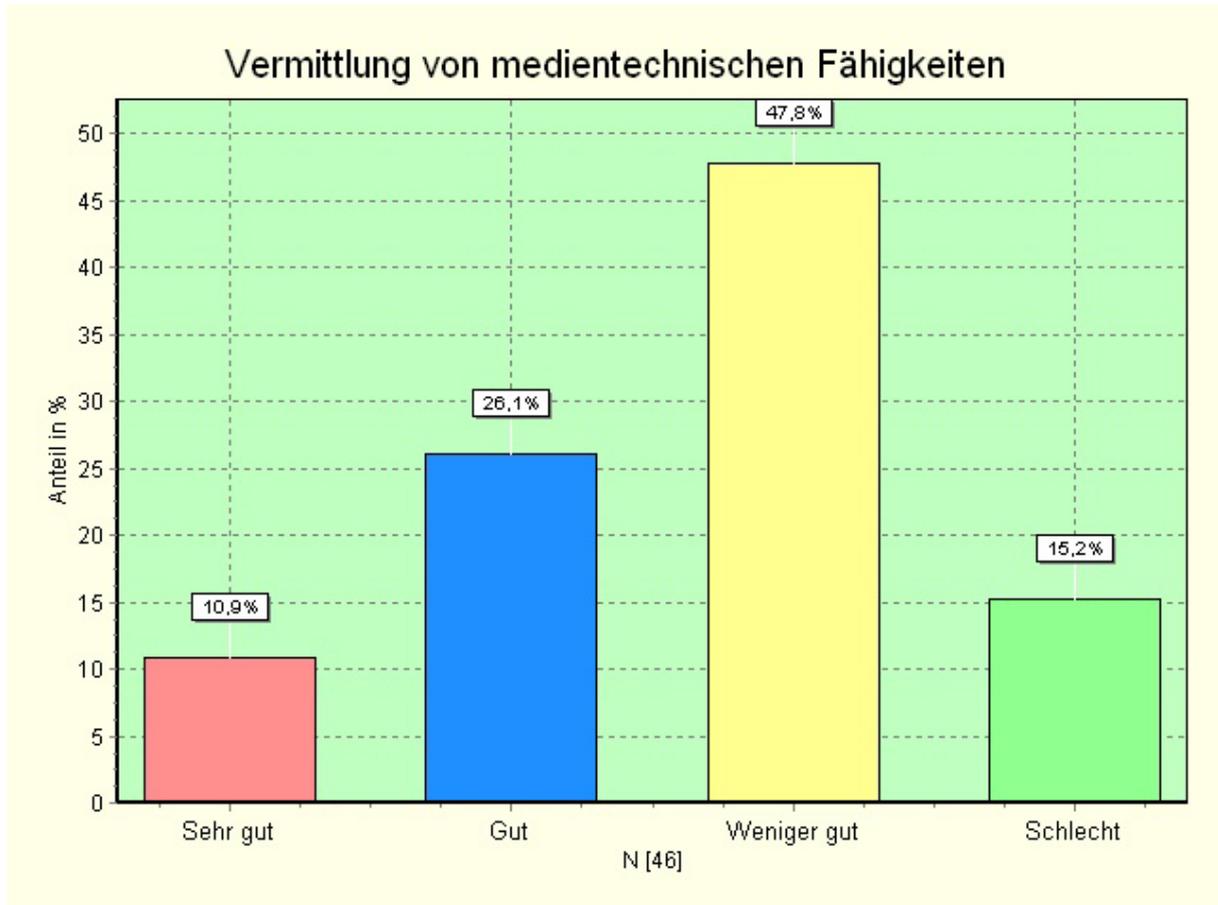
Wie Grafik 8 veranschaulicht, gibt es lediglich einen Bereich, der bei der Beurteilung von Qualifikationen wirklich negativ abschneidet: Die Frage nach der Vermittlung von medientechnischen Fähigkeiten wird von 63 Prozent negativ bewertet, davon hielten 47,8 Prozent der Studierenden die Vermittlung für weniger gut und 15,2 Prozent für schlecht.

Die eher negative Beurteilung dieses Punktes korrespondiert mit der Bemängelung der geringen praktischen Ausbildung des Studiengangs. Obwohl man natürlich immer bedenken muss, dass ein Studium eine vornehmlich theoretische Ausbildung ist, erwarten die Studierenden offensichtlich auch die Möglichkeit, sich im Feld der Medienproduktion praktisch weiter zu bilden.

Dieses Defizit ist inzwischen in der Studienorganisation abgemildert worden, seit im Jahr 2004 das Medienzentrum IMT (Zentrum für Informations- und Medientechnologien) ausgebaut wurde und Thomas Strauch die Leitung des audiovisuellen Bereichs am IMT übernommen hat. Es bietet den Studierenden der Medienwissenschaften in seinen Seminaren die Möglichkeit zum praktischen Arbeiten in den Bereichen Foto, Film und Audio.

Grafik 8:

Wie beurteilen Sie die Vermittlung folgenden Aspekts durch das medienwissenschaftliche Studium an der Universität Paderborn?

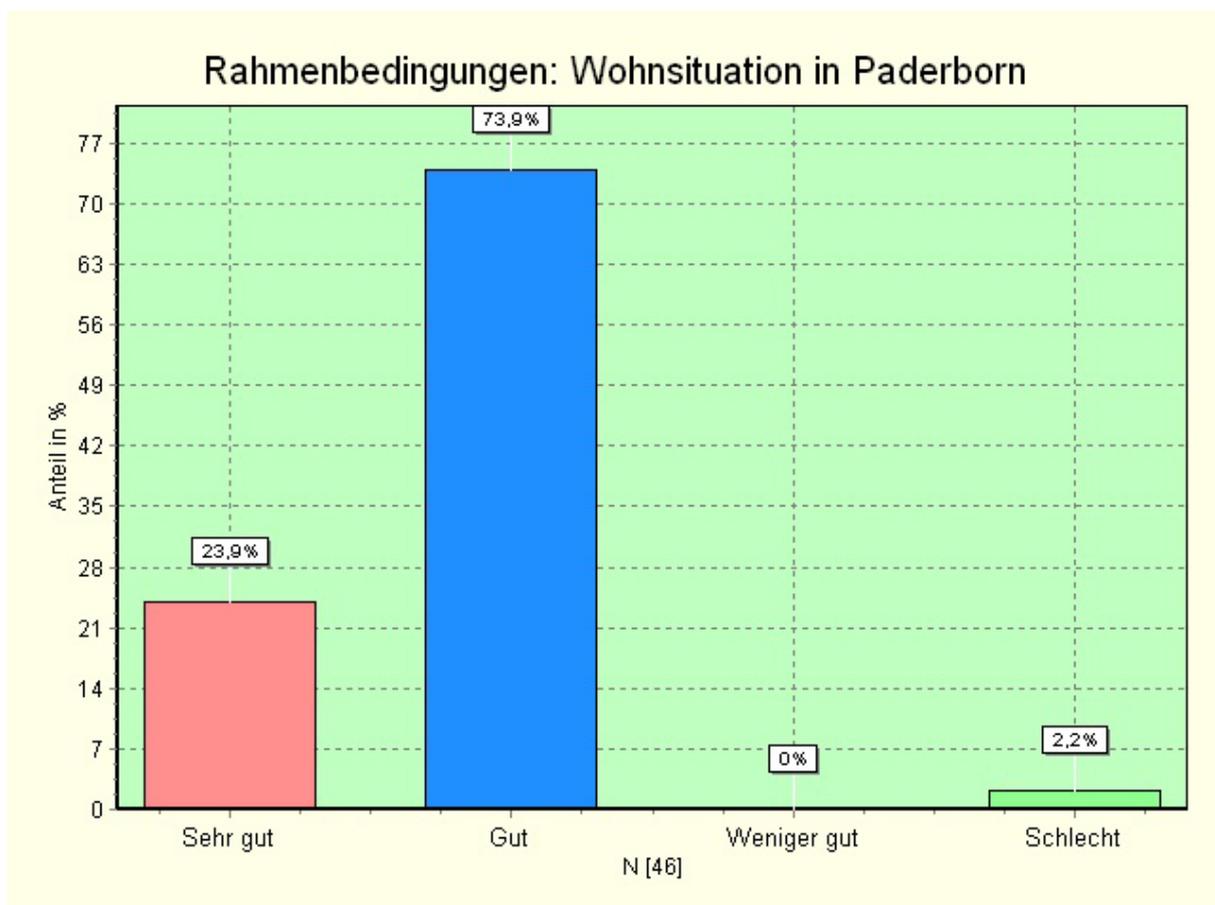


1.4. Studienverlauf und Rahmenbedingungen des Studiums

Wichtig für ein erfolgreiches und schnelles Studium sind auch die Rahmenbedingungen der Universität und der Stadt. Dazu zählen vor allem die Versorgung durch die Mensa und Cafeteria, jedoch auch das Angebot der Bibliothek, die Lernunterstützung durch EDV-Dienste, die Betreuung der Studierenden und auch die Lebensqualität der Stadt. Die Rahmenbedingungen des Studiums an der Universität Paderborn werden von den Befragten im Großen und Ganzen recht positiv beurteilt.

Grafik 9:

Wie beurteilen Sie die Rahmenbedingungen Ihres Studiums der Medienwissenschaften an der Universität Paderborn?

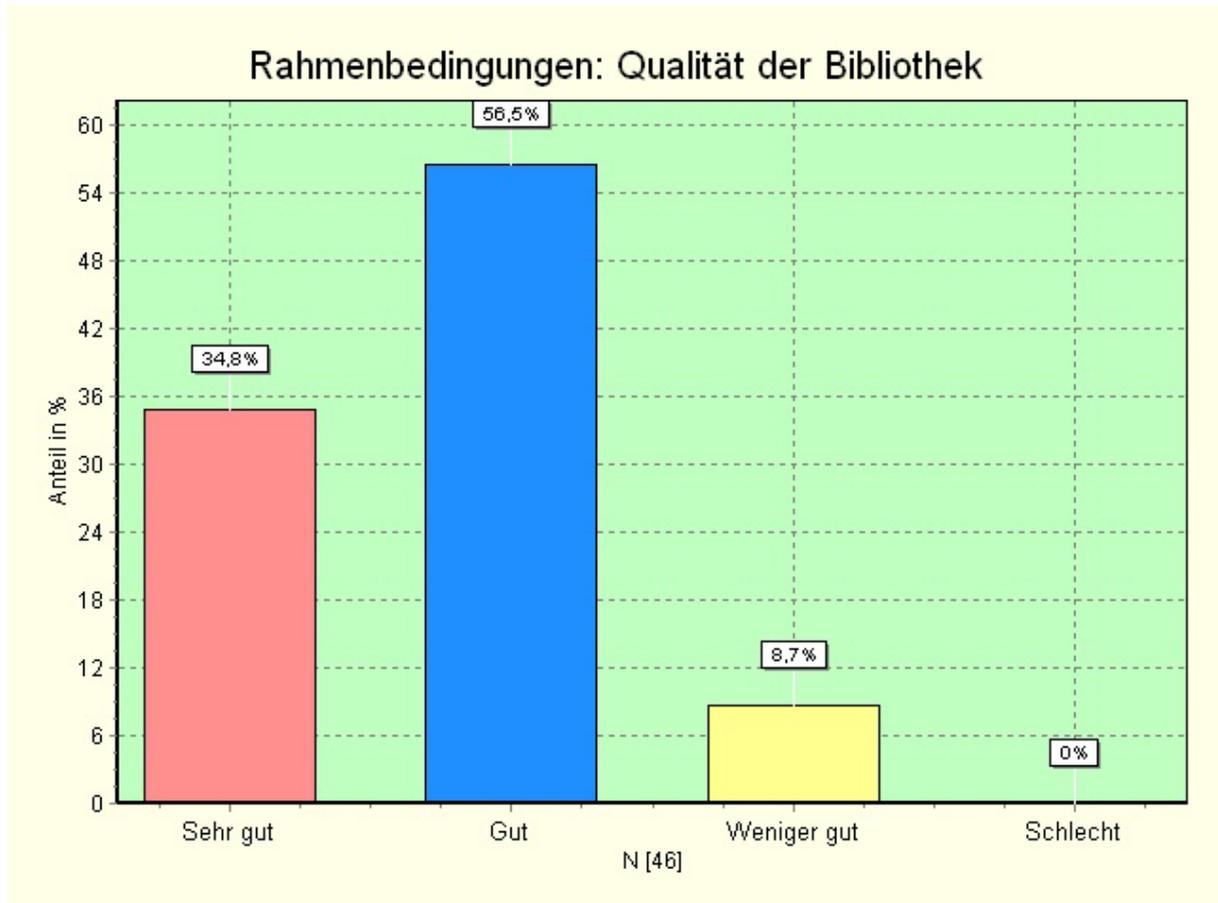


Wie Grafik 9 zeigt, sind 97,8 Prozent der Befragten mit der Wohnsituation in Paderborn zufrieden (73,9% beurteilten sie mit gut, 23,9% mit sehr gut). Demgegenüber fehlt der Hälfte der Studierenden ein ausreichendes kulturelles Angebot in der Stadt: 54,4 Prozent bewerten diesen Punkt mit weniger gut bzw. schlecht.

Sehr zufrieden sind die Ehemaligen mit dem Angebot von Mensa, Cafeteria etc. 95,7 Prozent empfinden die Versorgung als gut bzw. sehr gut.

Grafik 10:

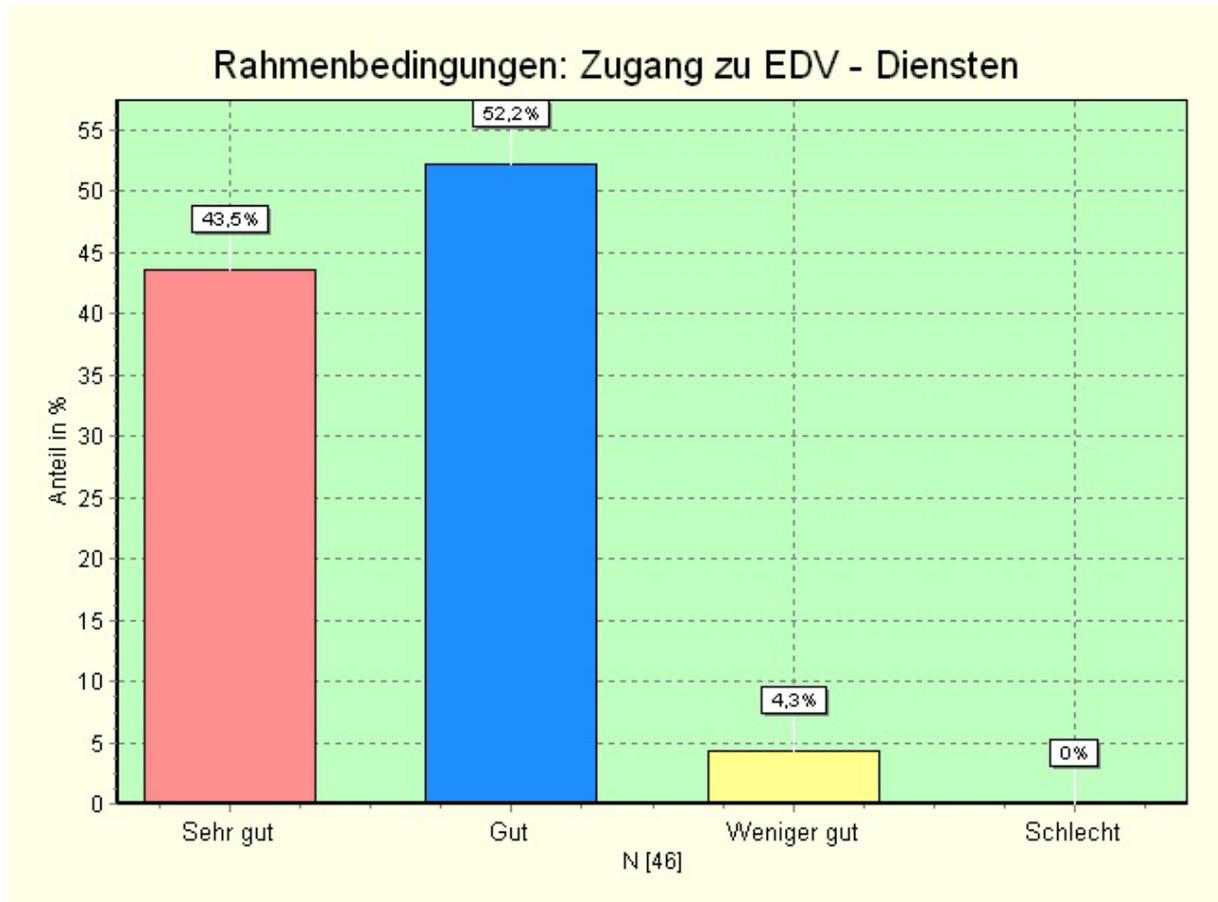
Wie beurteilen Sie die Rahmenbedingungen Ihres Studiums der Medienwissenschaften an der Universität Paderborn?



Auch die Qualität der Bibliothek lässt laut den Befragungsergebnissen kaum eine Klage zu. Sie wurde von 91,3 Prozent der Absolventinnen und Absolventen positiv bewertet (vgl. Grafik 10).

Grafik 11:

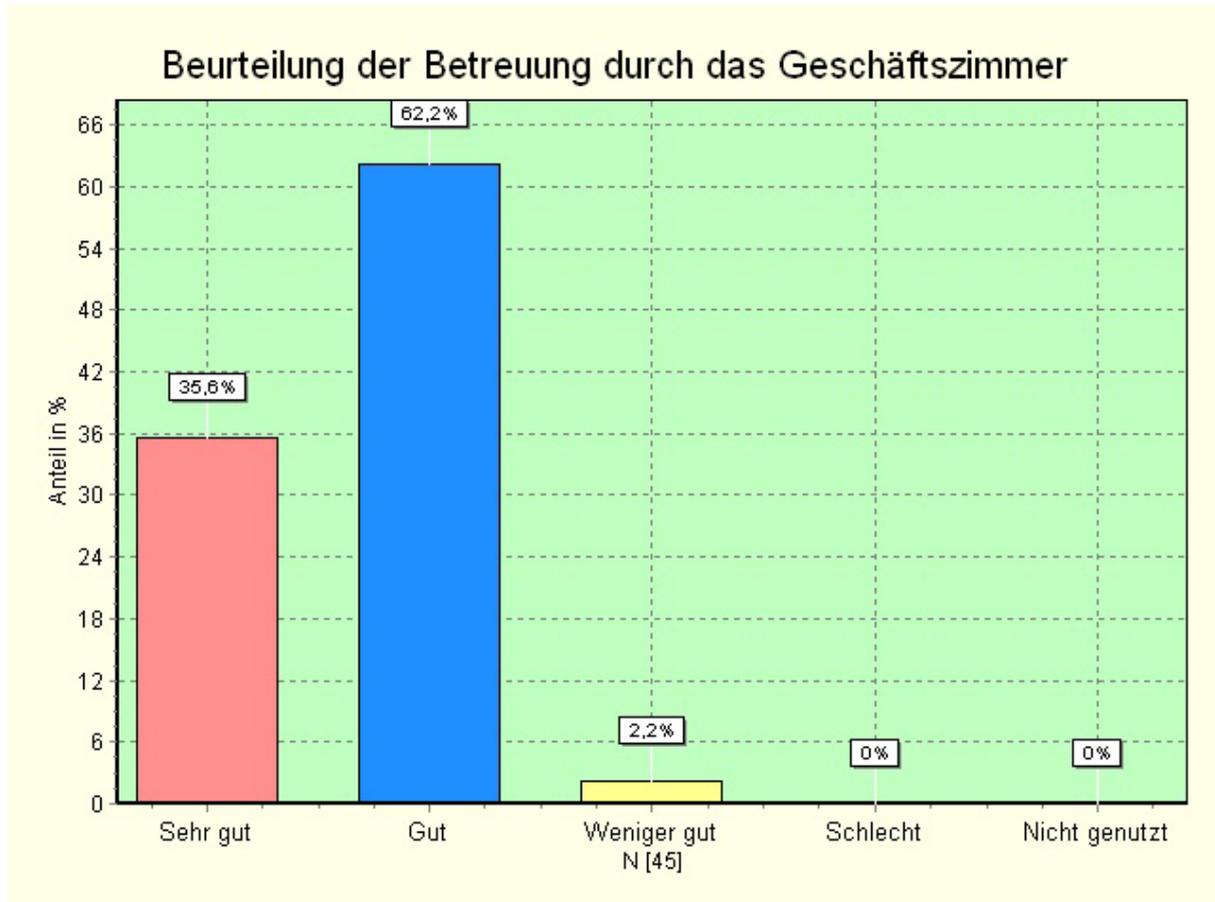
Wie beurteilen Sie die Rahmenbedingungen Ihres Studiums der Medienwissenschaften an der Universität Paderborn?



Auch der Zugang zu EDV-Diensten (Internet, PCs etc.) ist an der Universität Paderborn sehr gut ausgebaut. Neben der Möglichkeit zur Einbindung in das W-LAN-Netz der Universität gibt es ausreichend Gelegenheiten, Computer und Software in öffentlichen Poolräumen bzw. in der Bibliothek zu nutzen. Der Diplom-Studiengang besitzt zusätzlich einen eigens für Medienwissenschaftsstudenten ausgerichteten Arbeitsplatz – das Medienlabor – das eine erweiterte Möglichkeit der EDV-Nutzung bietet. Das ist wahrscheinlich auch einer der Gründe, warum 95,7 Prozent die Frage nach dem Zugang zu derartigen Diensten positiv beantworten.

Grafik 12:

Wie beurteilen Sie die Betreuung des medienwissenschaftlichen Studiengangs an der Universität Paderborn in folgendem Bereich?

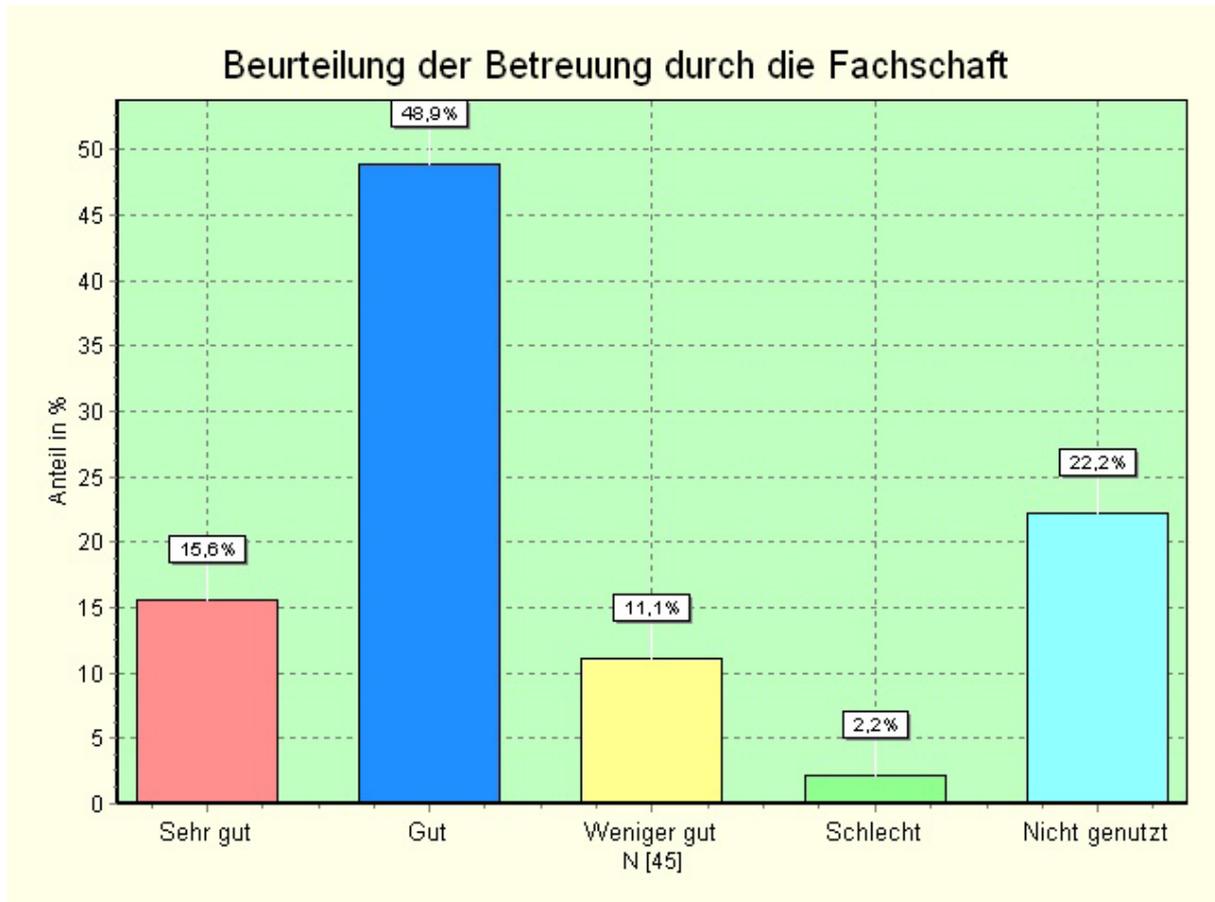


Den Studierenden der Medienwissenschaften steht neben der üblichen Betreuung durch Lehrende und andere studentische und verwaltungstechnische Organisationen eine ganz besondere Möglichkeit der Betreuung zur Verfügung. Das Geschäftszimmer ist eine zentrale Anlaufstelle, bei der Studierende studentische Ansprechpartner sowie eine/n wissenschaftliche/n Mitarbeiter/in finden, die sie in organisatorischen Fragen des Studiums unterstützen. Diese sind dem Institut für Medienwissenschaft zugeordnet und stehen im ständigen Kontakt mit Lehrenden und Prüfungsamt, was sie zu verlässlichen und immer mit den aktuellsten Informationen ausgestatteten Ansprechpartnern macht. Außerdem pflegen sie den Mail-Verteiler der Medienwissenschaft und halten die Studierenden so immer über die neusten Entwicklungen des Studiums und der Medienlandschaft auf dem Laufenden.

Bei der Betreuung der Studierenden wurde das Geschäftszimmer eindeutig als Hauptansprechpartner ermittelt: 97,8 Prozent bewerten es positiv (vgl. Grafik 12).

Grafik 13:

Wie beurteilen Sie die Betreuung des medienwissenschaftlichen Studiengangs an der Universität Paderborn in folgendem Bereich?

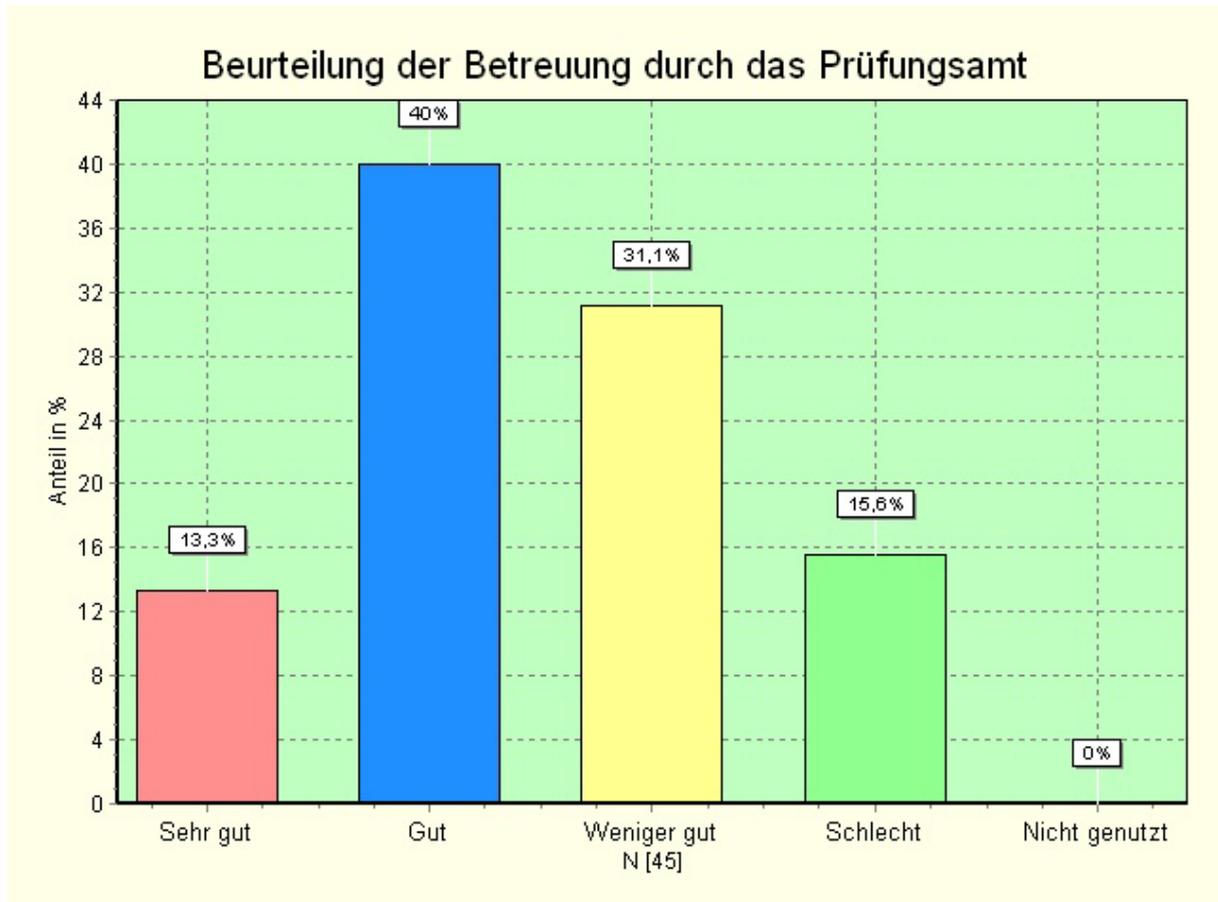


Auch die Fachschaft gilt bei den Studierenden als kompetenter Ansprechpartner: 64,5 Prozent sind mit der Betreuung zufrieden (vgl. Grafik 13). Im Gegensatz zum Geschäftszimmer besteht die Fachschaft aus Studierenden, die sich neben ihrem Studium ehrenamtlich um die Belange ihrer Kommilitonen kümmern. Auch sie sind immer für alle Fragen offen, bieten aber zusätzlich auch besondere Betreuung beispielsweise für ausländische Studierende an. Außerdem setzen sie sich für eine Verbesserung der Lehre (vor allem im ökonomischen Bereich) und die Verhinderung von Studiengebühren ein. Weitere Betätigungsfelder stellen die von der Fachschaft speziell für den Studiengang Medienwissenschaft gestaltete Internetseite und die von ihr organisierten Partys dar.

Indes geben 22,2 Prozent der Absolventinnen und Absolventen an, die Hilfe der Fachschaft nicht in Anspruch genommen zu haben. Dieser relativ hohe Wert ergibt sich wahrscheinlich aus dem Umstand, dass sich die Fachschaft erst zum Wintersemester 2003/2004 etablierte, so dass die ersten Jahrgänge sie gar nicht konsultieren konnten.

Grafik 14:

Wie beurteilen Sie die Betreuung des medienwissenschaftlichen Studiengangs an der Universität Paderborn in folgendem Bereich?



Bei der Betreuung durch das Prüfungsamt sind die Meinungen der Ehemaligen eher geteilt: 40 Prozent halten die Betreuung für gut, 31,1 Prozent für weniger gut (vgl. Grafik 14).

Bei diesem Ergebnis spielt sicher der Wechsel des zuständigen Ansprechpartners für Medienwissenschaften im Prüfungssekretariat eine große Rolle.

Ähnliches gilt für die Studienberatung: 35,6 Prozent machen hier gute Erfahrungen, 20 Prozent weniger gute. Insgesamt gilt die Studienberatung aber nicht als Hauptansprechpartner: 37,8 Prozent nehmen ihre Hilfe gar nicht in Anspruch.

1.4.1. Zusatzqualifikationen

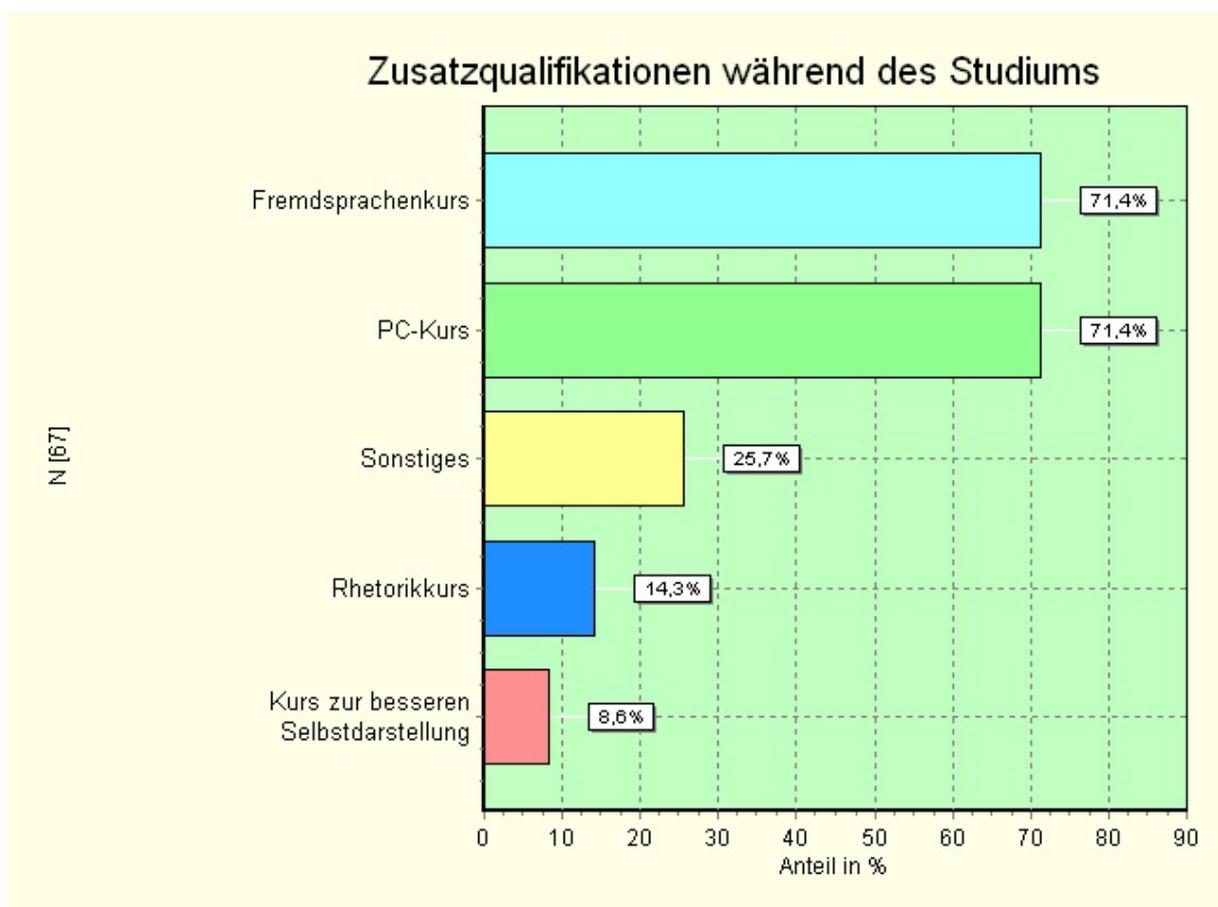
Studierenden der Medienwissenschaft wird trotz ihrer interdisziplinären Ausbildung immer empfohlen, neben ihrem Studium Zusatzqualifikationen aus den verschiedensten Bereichen zu

erwerben, um so ihre Berufschancen zu erhöhen. In der Befragung interessierte deshalb auch, wie aktiv die Studierenden in diesem Bereich sind.

Wie man in Grafik 15 sieht, bilden sich die Absolventinnen und Absolventen der Medienwissenschaft während ihres Studiums noch in anderen Bereichen weiter. 71,4 Prozent belegen nebenbei jeweils noch einen Fremdsprachen- und/oder PC-Kurs an der Uni.

Grafik 15:

Welche Qualifikationsangebote haben Sie während Ihres Studiums der Medienwissenschaften an der Universität Paderborn genutzt?



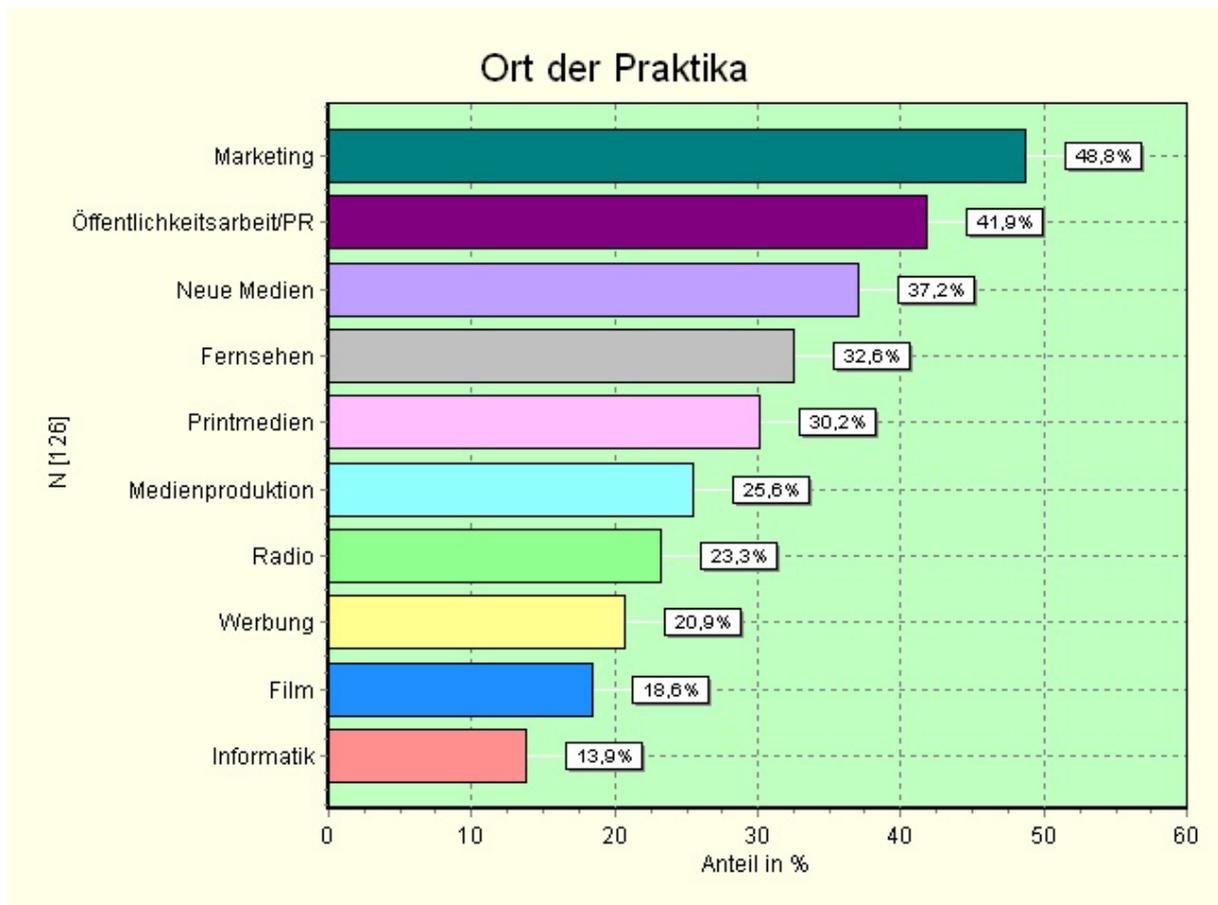
Eine weitere Zusatzqualifikation stellen Auslandsaufenthalte und Praktika während des Studiums dar. So gingen 39,1 Prozent der befragten Ehemaligen aus studienrelevanten Gründen ins Ausland. Dieser Aufenthalt dauert bei den meisten Studierenden durchschnittlich ein halbes Jahr. Gut die Hälfte der Befragten absolviert in dieser Zeit ein Auslandssemester, der Rest geht hauptsächlich für ein Praktikum oder einen Sprachkurs ins Ausland.

Während ihres Studiums absolvieren die Diplomandinnen und Diplomanden im Schnitt drei Praktika, deren Länge in den meisten Fällen insgesamt sieben Monate beträgt.

Grafik 16:

In welchen Bereichen haben Sie Ihre Praktika absolviert?

(Mehrfachantwort möglich)



Die Frage nach der Art der Praktika ergibt einige interessante Ergebnisse: Die Mehrheit der Studierenden orientiert sich schon während der Studiums eher auf die Privatwirtschaft – vor allem auf die Bereiche Marketing (48,8%), sowie Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit (41,9%). Demgegenüber absolvieren nur relativ wenige Studentinnen und Studenten ihre Praktika im traditionellen Medienbereichen (32,6% beim Fernsehen, 30,2% bei den Printmedien, 23,3% beim Radio und 18,6% beim Film). Dieses Bild von den Beschäftigungsvorlieben entspricht der tatsächlichen späteren Berufswahl der Absolventinnen und Absolventen (siehe 1.6.: Aktuelles Beschäftigungsverhältnis).

Praktikumsstellen, die in der Befragung nicht berücksichtigt waren sind z. B. Stellen in den Gebieten Musik(produktion), Fotografie, Theater, Museum und Wissenschaft/Forschung.

Dass Studierende zum Gelderwerb neben dem Studium arbeiten, wird zu einem immer häufigeren Phänomen. Fast alle Absolventinnen und Absolventen haben während ihres

Studiums gearbeitet: 91,3 Prozent von ihnen auch während des Semesters (6,5% nur während der Semesterferien und lediglich 2,2% gar nicht). Die Nebenjobs sind vielfältig: Ein Großteil der Studierenden arbeitet während des Studiums in fremden Hilfstätigkeiten. Nebenjobs in der Gastronomie, im Verkauf oder als Hilfsarbeiter in größeren Betrieben sind hier an der Tagesordnung. Etwa ein Viertel der Studentinnen und Studenten ist zwischenzeitlich als Studentische Hilfskraft an der Universität beschäftigt. Ebenfalls etwa ein Viertel der Studierenden finden im traditionellen Medienbereich (Mitarbeit bei einer Zeitung bzw. beim Radio oder Fernsehen; Presse- und Öffentlichkeitsarbeit; Werbung) eine Nebenbeschäftigung. Die meisten Absolventinnen und Absolventen haben in Marketing, Public Relations und Personalwesen gearbeitet. Diese Quote weist schon darauf hin, in welche Richtung sich die Ehemaligen nach Beenden ihres Studiums hauptsächlich bewerben (siehe 1.6.: Aktuelles Beschäftigungsverhältnis).

Ein Großteil der Ehemaligen (63%) gibt an, dass ihr Studium nicht durch die Arbeit beeinträchtigt wird. Im Gegenteil: Sie bewerten die Arbeit während des Studiums sogar als hilfreich bei der späteren Stellensuche. Das gilt vor allem für diejenigen, die schon während des Studiums in ihrem späteren Berufsfeld arbeiten.

Die befragten Studierenden der Medienwissenschaft in Paderborn haben ihr Studium durchschnittlich mit einer guten Diplom-Note von 1,7 abgeschlossen.

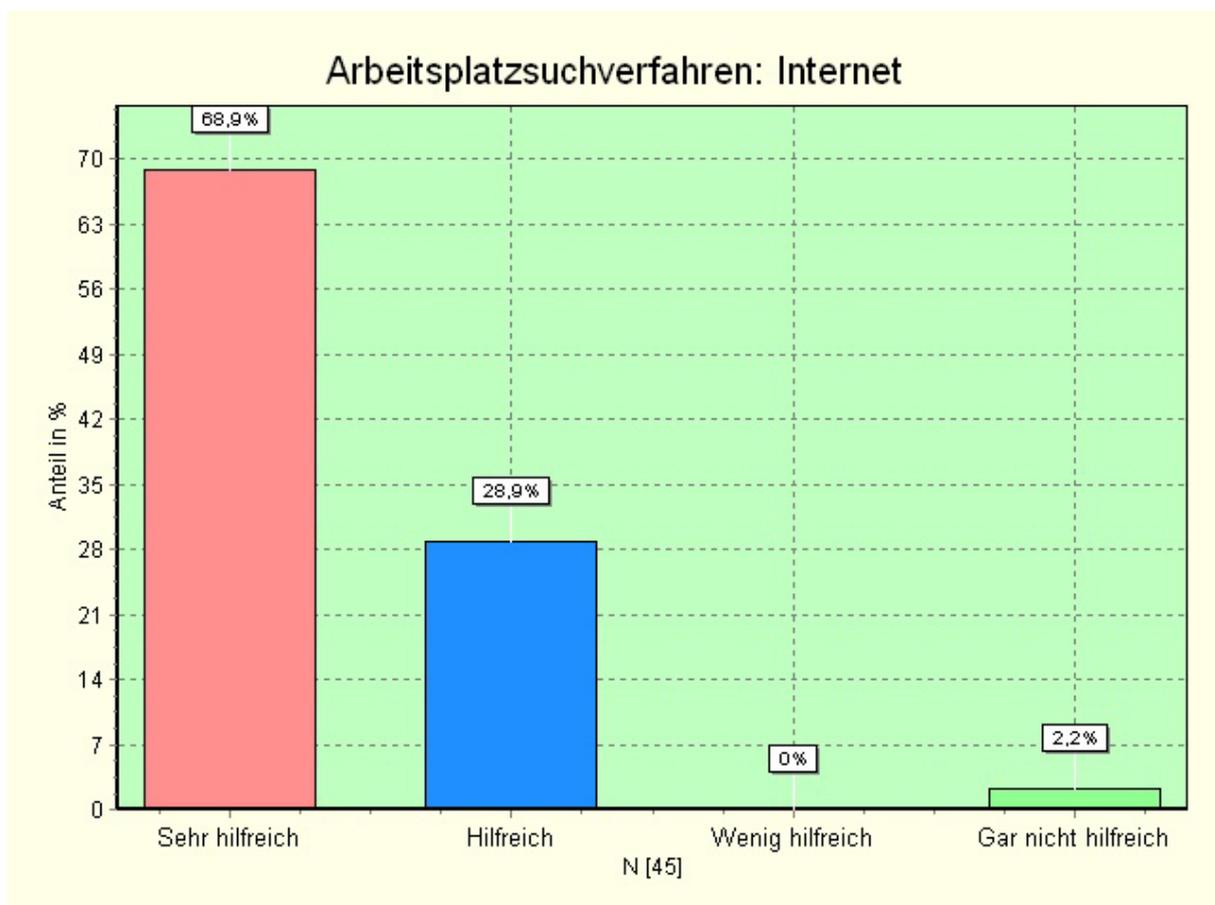
1.5. Übergang vom Studium in den Beruf

Nach Abschluss des Studiums absolvieren alle Ehemaligen einen mehr oder weniger langen Bewerbungsprozess (siehe 1.6.: Aktuelles Beschäftigungsverhältnis). Dabei wird auf verschiedenste Weisen nach einem geeigneten Arbeitsplatz gesucht.

Uns interessiert in diesem Zusammenhang, welche Möglichkeiten der Arbeitsplatzsuche genutzt werden und für wie erfolgreich diese Strategien der Suche eingeschätzt werden. Eine relativ neue Möglichkeit der Jobsuche stellt dabei die Suche über das Internet dar. Insgesamt wird diese neue Suchstrategie als am Erfolg versprechendsten eingeschätzt (vgl. Grafik 17).

Grafik 17:

Wie hilfreich war nach Ihren Erfahrungen folgendes Arbeitsplatzsuchverfahren?



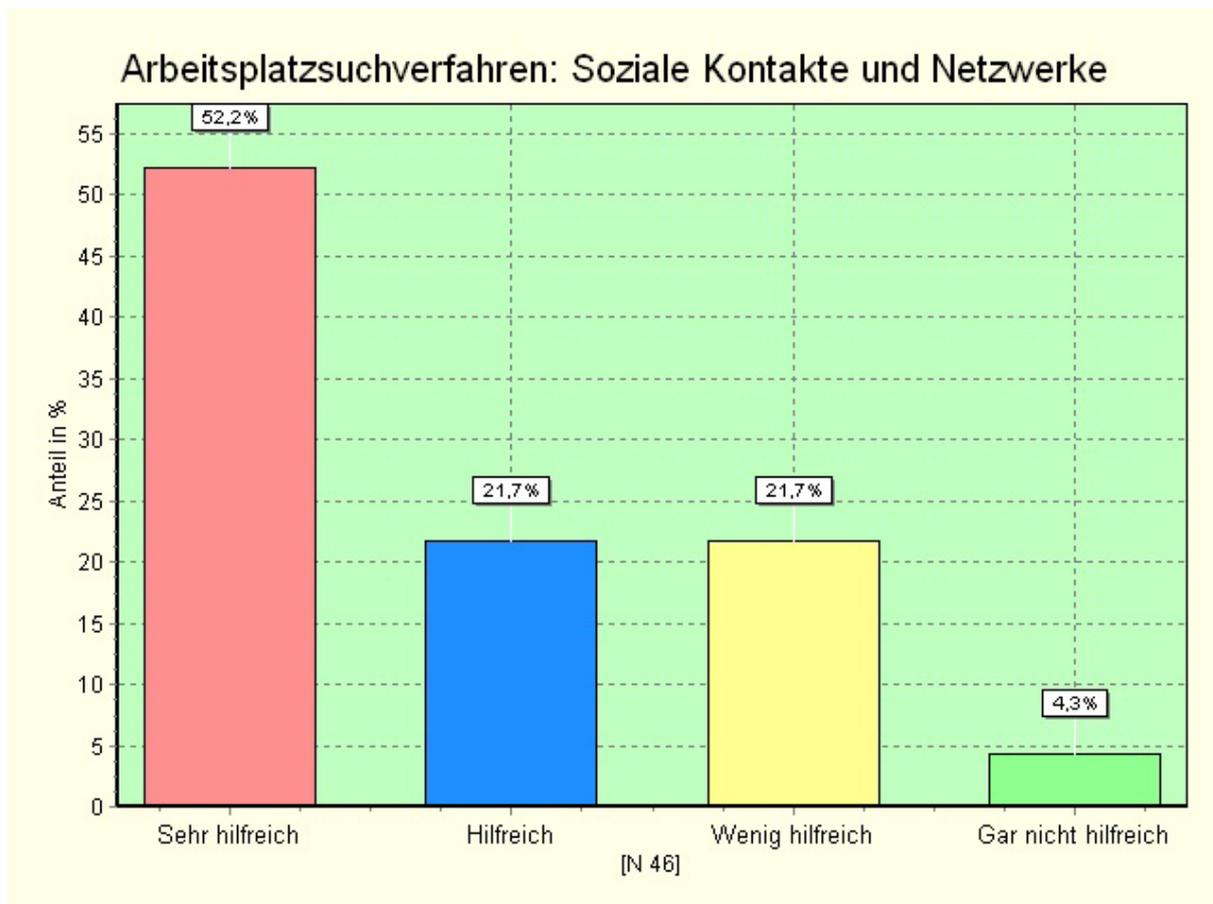
Obwohl die Arbeitssuche über das Internet noch relativ neu ist, wird sie von den Absolventinnen und Absolventen rege genutzt. Die Jobsuche im Internet ist für die Studierenden am Erfolg versprechendsten: 68,9 Prozent stufen sie als sehr hilfreich, 28,9 Prozent als hilfreich ein (vgl. Grafik 17).

Ähnlich positiv wie die Jobsuche über das Internet schneidet die Arbeitsplatzsuche mit Hilfe persönlicher Beziehungen ab: 73,9 Prozent der Absolventinnen und Absolventen halten soziale Kontakte und Netzwerke für hilfreich bzw. sehr hilfreich (vgl. Grafik 18).

Auch diese Zahlen verweisen wieder auf die Bedeutung von Praktika, bei denen man nicht nur das theoretische Wissen anwenden, sondern auch Menschen aus der jeweils interessanten Branche kennen lernen und Kontakte aufbauen kann und eine Einbindung in soziale Netzwerke erfährt.

Grafik 18:

Wie hilfreich war nach Ihren Erfahrungen folgendes Arbeitsplatzsuchverfahren?



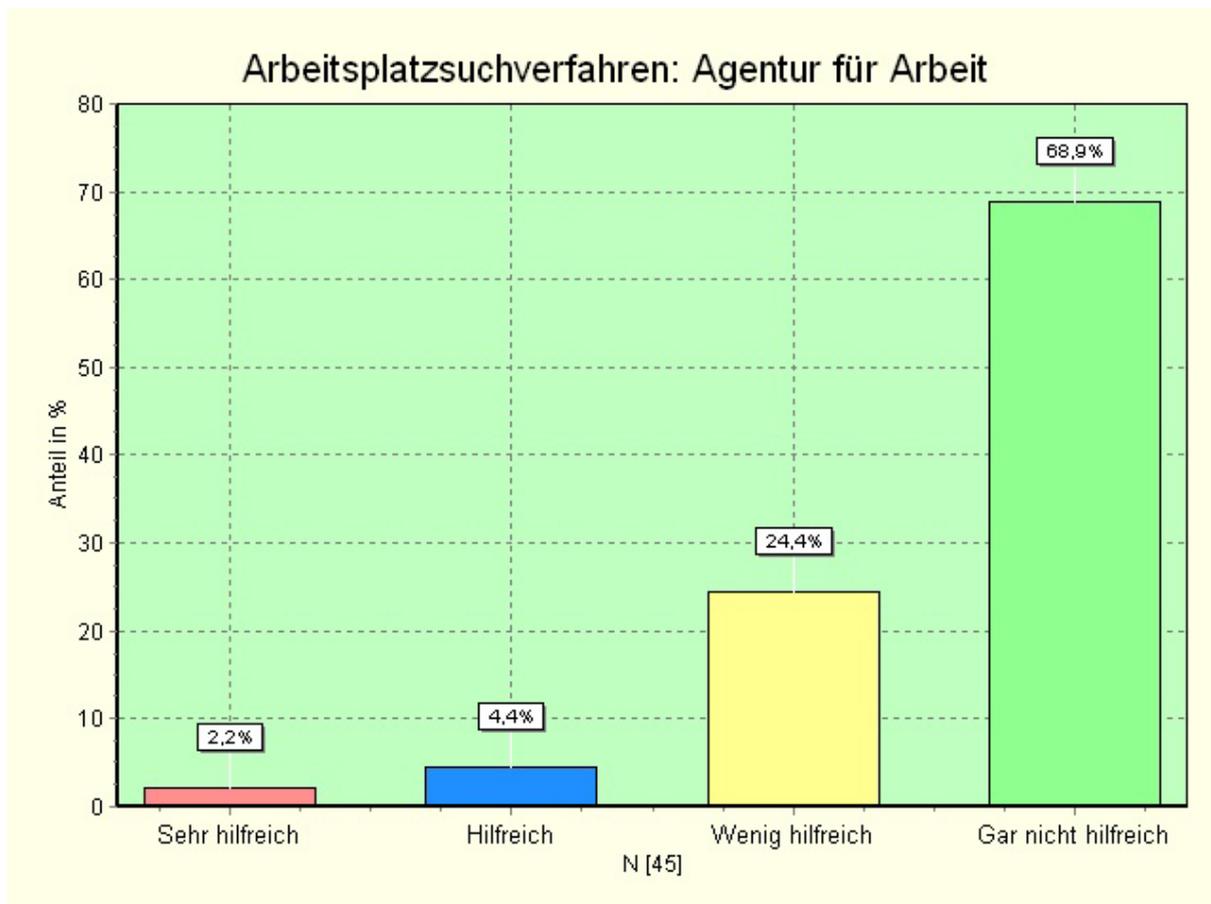
Von den Möglichkeiten zur Arbeitsplatzsuche in den klassischen Medien wie Zeitungen und Radio sind lediglich 48,9 Prozent überzeugt; 51,1 Prozent der Ehemaligen halten diese Jobbörsen für wenig bzw. gar nicht hilfreich.

Auch spezielle Absolventenmessen helfen den wenigstens Studentinnen und Studenten bei der Jobfindung weiter: 79,6 Prozent schätzen diese Alternative als wenig erfolgreich ein auf Grund der relativen Unbekanntheit des Studiengang.

Am schlechtesten schneidet die Arbeitssuche über die Agentur für Arbeit ab: 24,4 Prozent der Befragten bewerten diese Maßnahme als wenig hilfreich, 68,9 Prozent sogar als gar nicht hilfreich (vgl. Grafik 19). Dies kann daran liegen, dass die Absolventinnen und Absolventen ihre Suche vorrangig über das Internet begonnen haben, und somit die Agentur für Arbeit eventuell nicht mehr in Anspruch nehmen mussten.

Grafik 19:

Wie hilfreich war nach Ihren Erfahrungen folgendes Arbeitsplatzsuchverfahren?



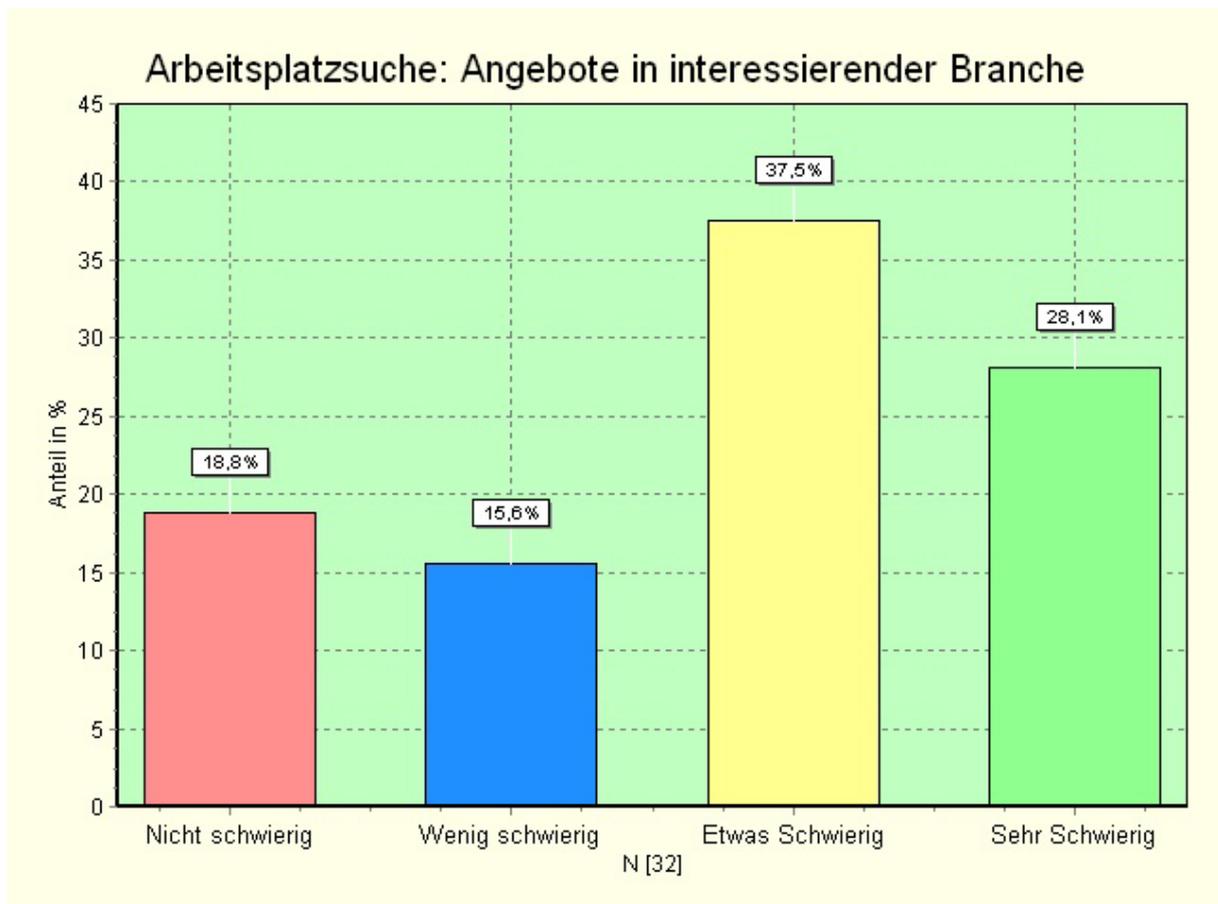
Ein Vergleich des Erfolgs von Bewerbungen auf ausgeschriebene Stellen und Initiativbewerbungen brachte keine wirklich eindeutigen Ergebnisse hervor. Zwar wird der Erfolg von Bewerbungen auf ausgeschriebene Stellen deutlich höher (71,7% der Befragten sind hier erfolgreich bis sehr erfolgreich) angesetzt als der von Initiativbewerbungen (lediglich 40,9% sind hier erfolgreich bis sehr erfolgreich), dennoch erreichen die

Initiativbewerbungen mit rund 40 Prozent immer noch eine gute Quote. Dies lässt sich auch durch folgende Ergebnisse begründen: Die Studierenden bemängeln, dass viele Arbeitgeber gar nicht wissen, dass sie einen Medienwissenschaftler suchen. Aus diesem Grund bieten sich Initiativbewerbungen an, um auf sich aufmerksam zu machen.

Insgesamt geben 60 Prozent der Ehemaligen an, Schwierigkeiten beim Start ins Berufsleben zu haben. Diese Schwierigkeiten beziehen sich vor allem auf die schwierige Lage des Arbeitsmarktes, sowie auf den Umstand, dass es für Diplom-Medienwissenschaftler keine adäquaten Stellenausschreibungen gibt.

Grafik 20:

Inwieweit bereitete Ihnen folgender Grund Schwierigkeiten bei der Arbeitsplatzsuche?



Die Schwierigkeiten bei der Arbeitsplatzsuche der Befragten beziehen sich vor allem auf ein mangelndes Stellenangebot. 65,6 Prozent der Absolventinnen und Absolventen bemängeln, dass es keine Angebote in der für sie interessanten Branche gibt (vgl. Grafik 20).

Dies liegt ihrer Meinung nach vor allem daran, dass die wenigsten Arbeitgeber das Studium der Medienwissenschaft kennen bzw. wissen, was es beinhaltet. Demzufolge suchen sie in

ihren Stellenausschreibungen auch so gut wie nie explizit nach Personen mit medienwissenschaftlicher Ausbildung.

Folgende Kommentare zeigen das Ausmaß der Problematik auf:

Befragter Nr. 6: *„Der Studiengang Medienwissenschaften ist nicht allgemein bekannt. Daher werden Absolventen nicht gesucht bzw. die Vorzüge eines interdisziplinären Studiums werden nicht erkannt!“*

Befragter Nr. 7: *„Der Studiengang Medienwissenschaften ist nicht ausreichend bekannt. Die potenziellen Arbeitgeber konnten mit dem Begriff und den sich dahinter verbergenden Qualitäten und Fähigkeiten nichts anfangen. Wer einen Medienwissenschaftler sucht, weiß es nicht. Die Arbeitgeber denken, Medienwissenschaftler arbeiten nur beim Fernsehen und beim Radio.“*

Einige Studentinnen und Studenten führen diese Probleme auf ein schlechtes Hochschulmarketing zurück und wünschen sich vom Institut für Medienwissenschaft, dass es sich noch stärker bemüht, seinen Studiengang und dessen Besonderheiten sowie die speziellen Potentiale bekannter zu machen, sodass das Ansehen der Diplom-Medienwissenschaftler auf dem Arbeitsmarkt steigt.

Ein anderer Aspekt, der ebenfalls Probleme bei der Arbeitsplatzsuche bereitet, sind fehlende Berufserfahrung (58,1% bereitet dieser Punkt einige bzw. große Schwierigkeiten) und mangelnde Qualifikationen (43,3% mit einigen Schwierigkeiten).

Demgegenüber sind die Studentinnen und Studenten der Medienwissenschaft in vielen anderen Punkten sehr flexibel: weder die Entfernung vom Wohnort (83,9% keine bzw. wenig Schwierigkeiten), noch die Arbeitszeit (87,1% keine bzw. wenig Schwierigkeiten) oder unterschiedliche Gehaltsvorstellungen (71,9% keine bzw. wenig Schwierigkeiten) bereiten den Arbeitssuchenden ernsthafte Probleme.

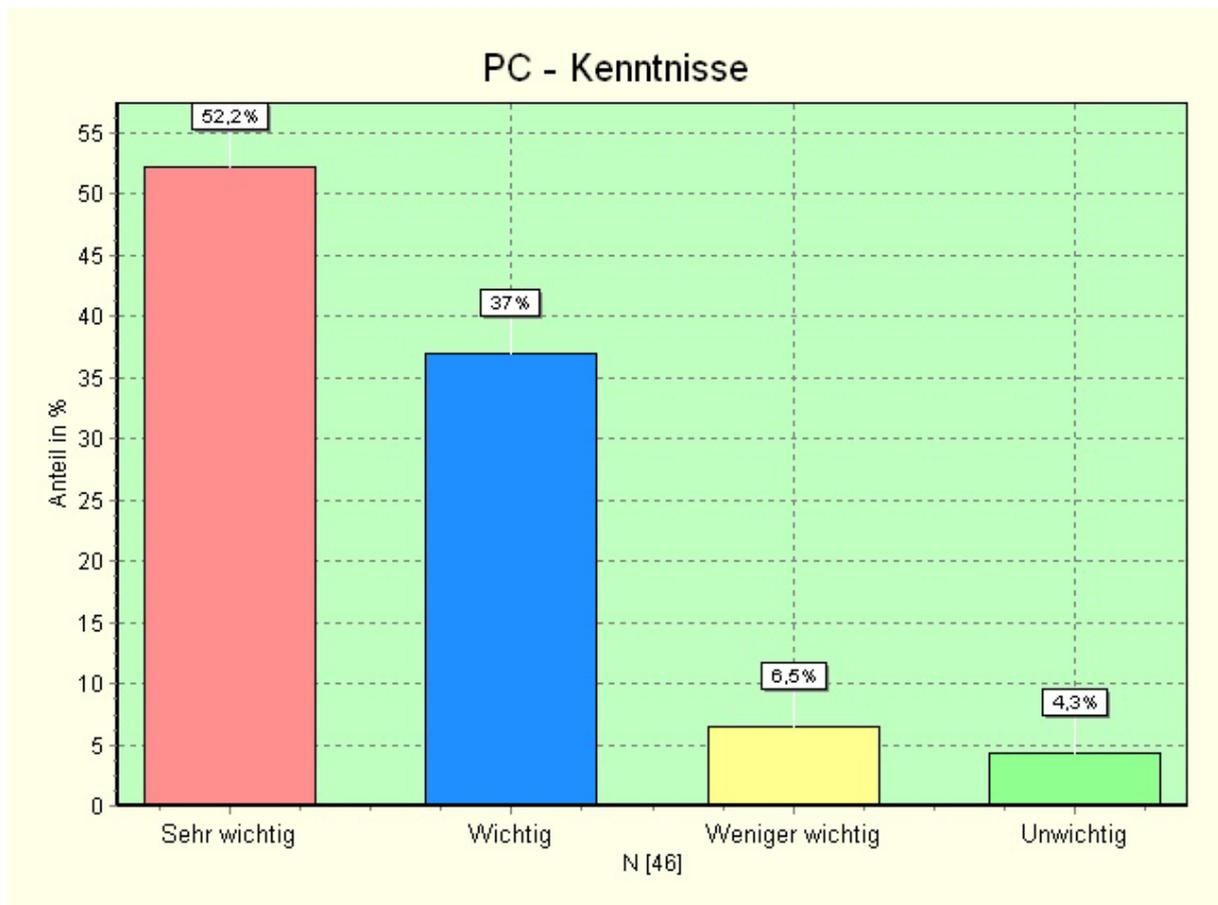
Natürlich bleiben auch die Absolventinnen und Absolventen der Medienwissenschaft nicht von den üblichen Ärgernissen der „Generation Praktikum“ verschont, die den Einstieg ins Berufsleben zusätzlich erschweren:

Befragter Nr. 22: „Für Medienwissenschaftler gibt es fast ausschließlich Praktikumsausschreibungen.“

Wenn die Ehemaligen schließlich eingestellt werden, so ist ihrer Meinung nach vor allem das persönliche Auftreten dafür verantwortlich: 89,1 Prozent bewerten es als sehr wichtig, die restlichen 10,9 Prozent als wichtig.

Grafik 21:

Wie wichtig war Ihrer Einschätzung nach folgender Faktor für Ihre letzte Einstellung?

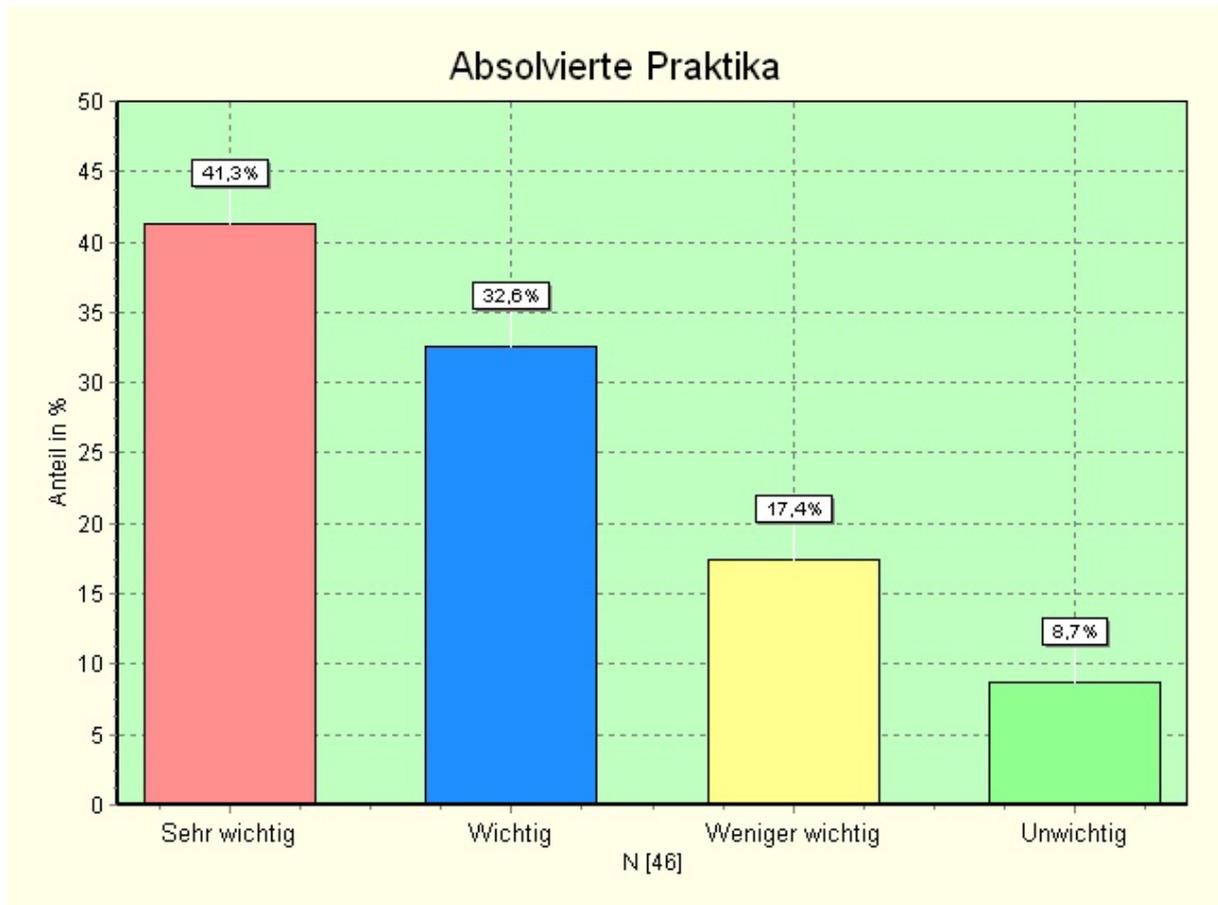


Eine weitere Qualifikation wird für die Jobsuche jedoch auch als äußerst relevant angegeben. 89,1 Prozent der Studierenden stufen ihre PC-Kenntnisse als wichtig bzw. sehr wichtig für die Jobfindung ein (vgl. Grafik 21).

Demzufolge sind auch die vom Notebookcafé doIT an der Universität Paderborn angebotenen Computerkurse in den verschiedensten Softwarebereichen ein wichtiger Bestandteil der positiven universitären Rahmenbedingungen.

Grafik 22:

Wie wichtig war Ihrer Einschätzung nach folgender Faktor für Ihre letzte Einstellung?



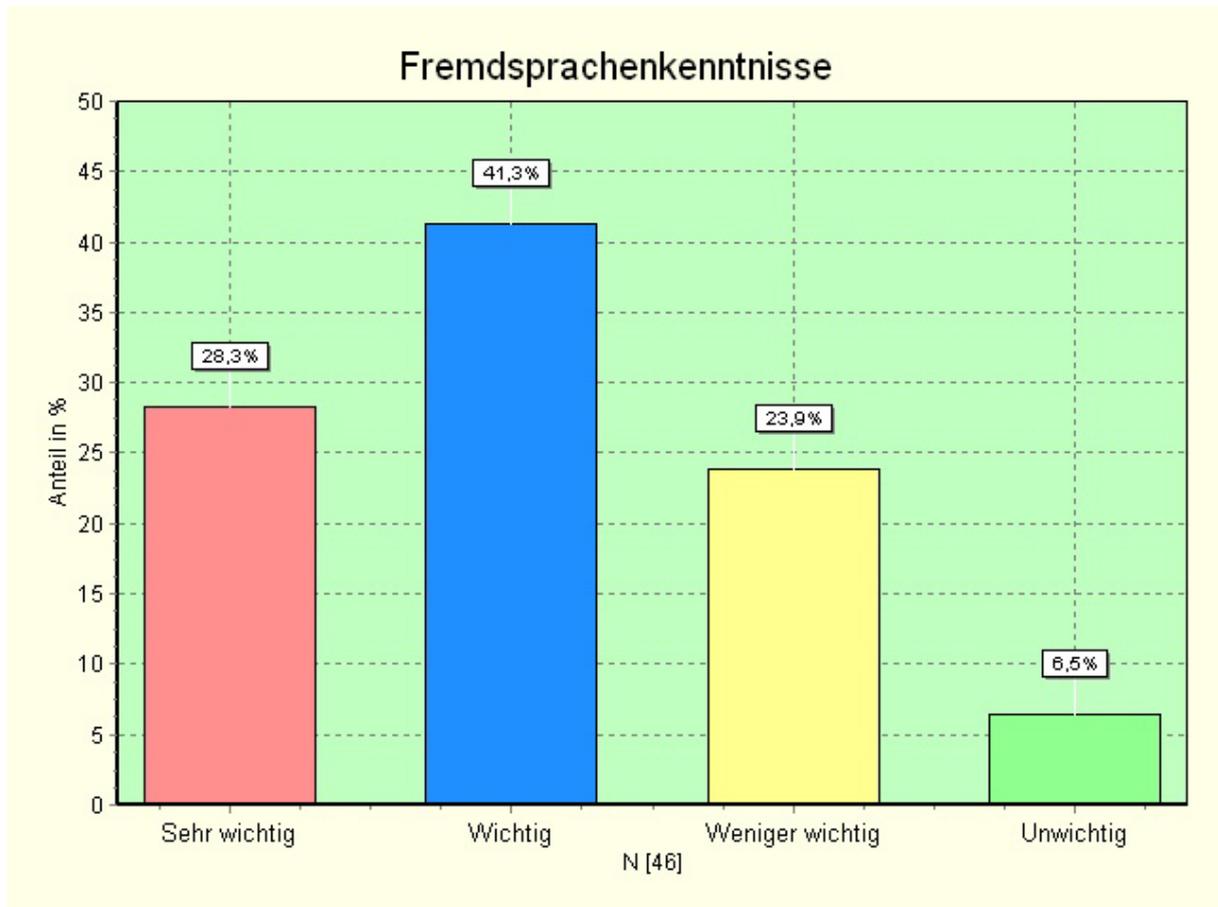
Auch die zusätzlich zum Studium absolvierten Praktika haben großen Einfluss auf eine spätere Einstellung: 79,9 Prozent der Studierenden halten ihre praktischen Erfahrungen im späteren Berufsleben für sehr wichtig bzw. wichtig.

Dabei geht es nicht nur darum, neben dem theoretischen Studium auch praktisches Wissen zu erlangen. Nach Meinung der Studierenden sind die Praktika auch wichtig, um sich auf dem Arbeitsmarkt zu orientieren und herauszufinden, welches Berufsfeld für einen selbst das passende ist.

Demgegenüber sind die Meinungen zur Bedeutung von Fremdsprachenkenntnissen und Auslandsaufenthalten eher geteilt. So müssen nach Meinung der Ehemaligen nicht unbedingt Auslandserfahrungen gesammelt werden, um später auch einen guten Arbeitsplatz zu bekommen.

Grafik 23:

Wie wichtig war Ihrer Einschätzung nach folgender Faktor für Ihre letzte Einstellung?

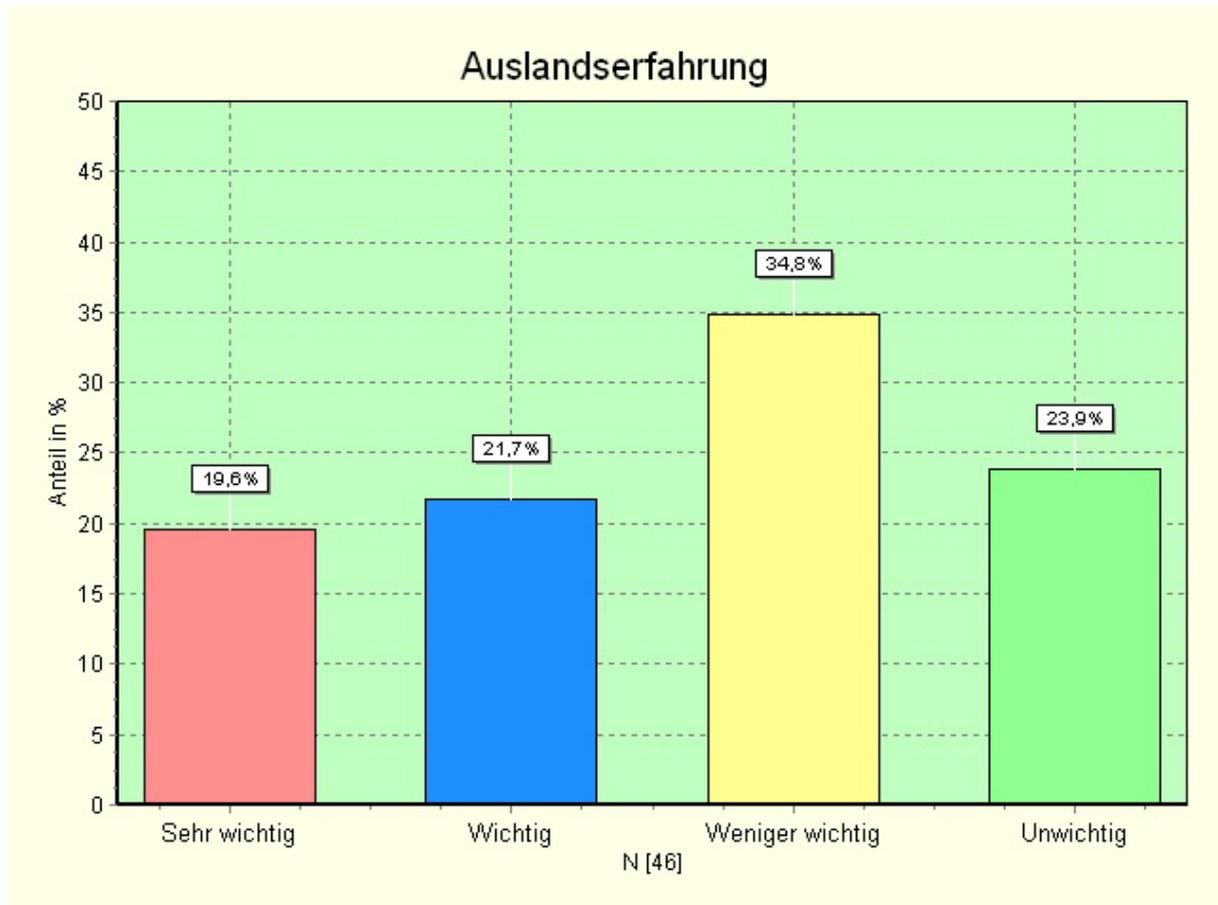


Fremdsprachenkenntnisse werden immerhin noch von 69,6 Prozent als wichtig oder sehr wichtig beurteilt. Trotzdem bleiben so noch gut 30 Prozent, die ihrer Meinung nach auch ohne die Kenntnis anderer Sprachen Erfolg bei der Arbeitsplatzsuche haben (vgl. Grafik 23).

Obwohl den Studierenden im Profil des Studiengangs Medienwissenschaft empfohlen wird, ein Auslandssemester an einer der Partner-Universitäten in Frankreich, Norwegen, Spanien und Tschechien oder mit einem Erasmus-Programm über das AAA (Akademische Auslandsamt) in einem anderen Land zu verbringen, halten lediglich 41,3 Prozent der Absolventinnen und Absolventen auf Grund ihrer gegenwärtigen Berufserfahrung solche Auslandsaufenthalte für relevant (vgl. Grafik 24).

Grafik 24:

Wie wichtig war Ihrer Einschätzung nach folgender Faktor für Ihre letzte Einstellung?



Für die Bedeutung der Diplomabschlussnote kann durch die Befragung kein eindeutiges Ergebnis festgestellt werden: 50 Prozent halten sie für relevant, die andere Hälfte bewertet sie als irrelevant.

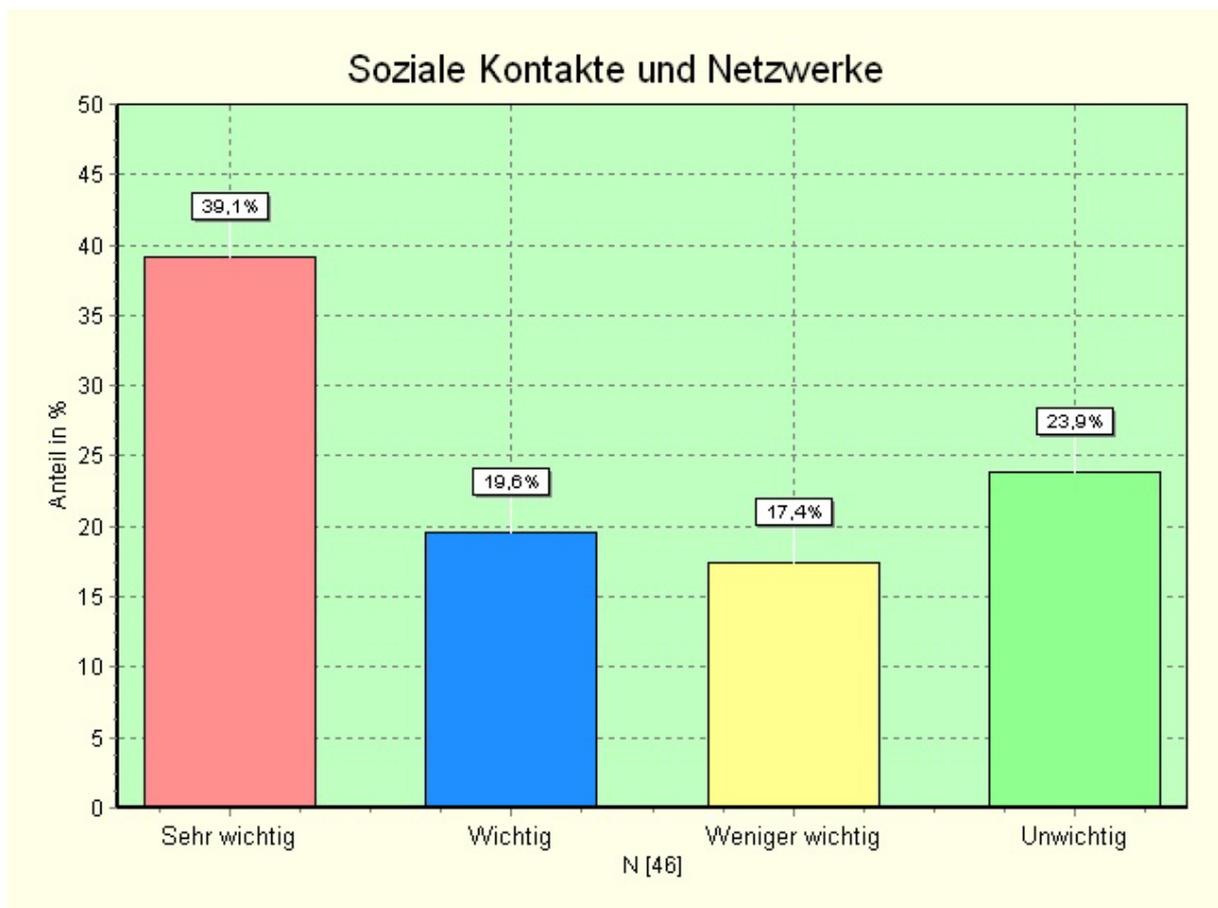
Ebenfalls unbedeutend für eine Einstellung scheint das Thema der Diplomarbeit zu sein: 73,9 Prozent der Ehemaligen halten es für weniger wichtig bzw. unwichtig.

Ein politisches oder soziales Engagement während oder nach dem Studium scheint für die befragten Ehemaligen nicht von zentraler Bedeutung für die Einstellung zu sein: 62,7 Prozent der Befragten geben an, dass derlei Aktivitäten ihrer Meinung nach keinerlei Einfluss auf eine Einstellung haben.

Den Studiengang Medienwissenschaft am Universitätsstandort Paderborn absolviert zu haben, ist laut Befragung nicht Ausschlag gebend für eine Einstellung: 60,8 Prozent halten diesen Punkt für weniger wichtig, 23,9 Prozent sogar für völlig unwichtig.

Grafik 25:

Wie wichtig war Ihrer Einschätzung nach folgender Faktor für Ihre letzte Einstellung?



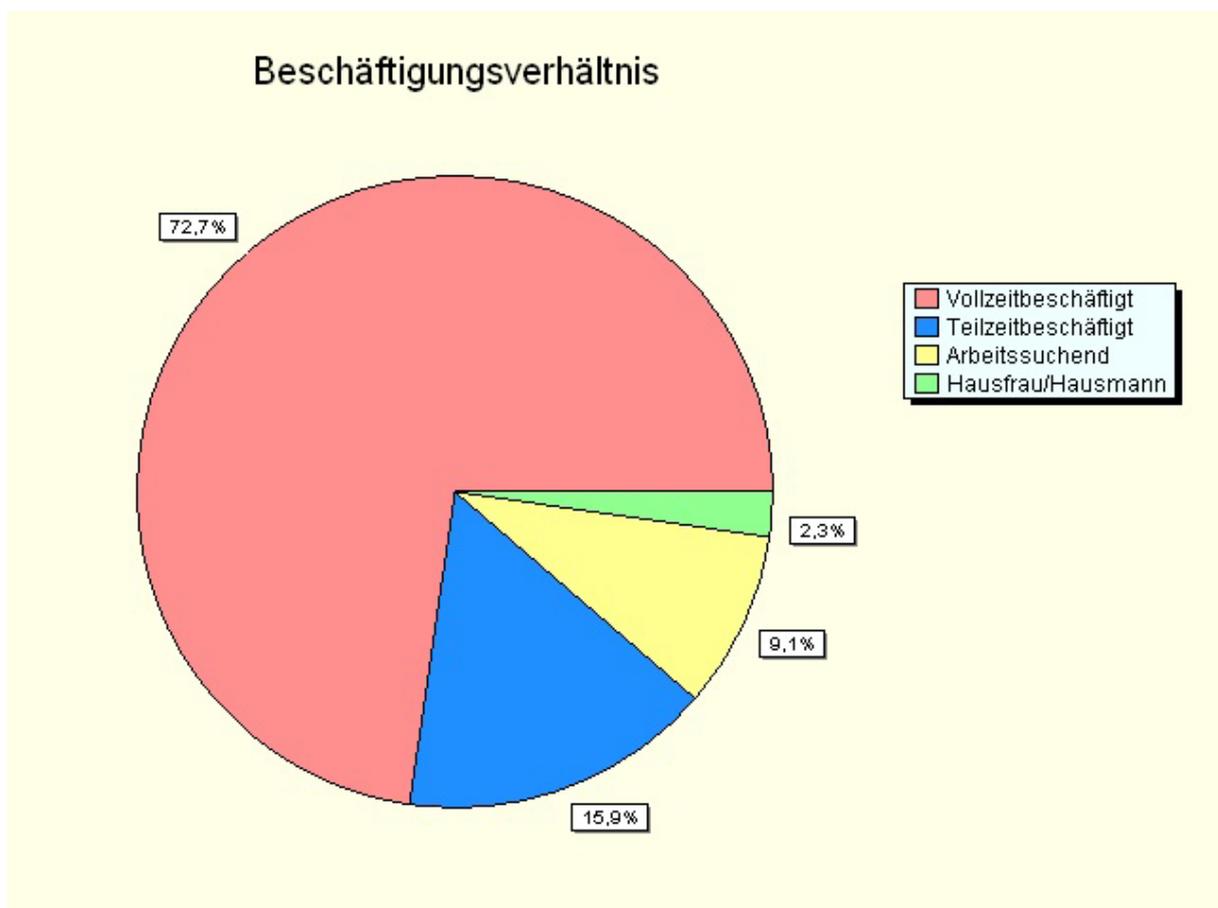
Die Frage, ob soziale Kontakte und Netzwerke eine Auswirkung auf eine Einstellung bei einem Arbeitgeber haben, ergibt eine zweigipflige Ausprägung. Die Meinungen gehen hier offenbar deutlich auseinander: 39,1 Prozent halten persönliche Beziehungen für sehr wichtig, 23,9 Prozent erklären diese für unwichtig (vgl. Grafik 25).

1.6. Aktuelles Beschäftigungsverhältnis

Die meisten der befragten Ehemaligen haben den Einstieg in das Berufsleben nach dem Studium gemeistert. Trotz widriger Beschäftigungslage in Deutschland ist der Anteil der Berufstätigen unter den befragten Absolventinnen und Absolventen sehr hoch. Insgesamt haben 88,6 Prozent nach ihrem Abschluss einen Arbeitsplatz gefunden.

Insgesamt gehen 72,7 Prozent einer Vollzeitbeschäftigung nach. 15,9 Prozent der Ehemaligen sind teilzeitbeschäftigt. Arbeit suchend sind 9,1 Prozent, während nur 2,3 Prozent im Haushalt tätig sind (vgl. Grafik 26).

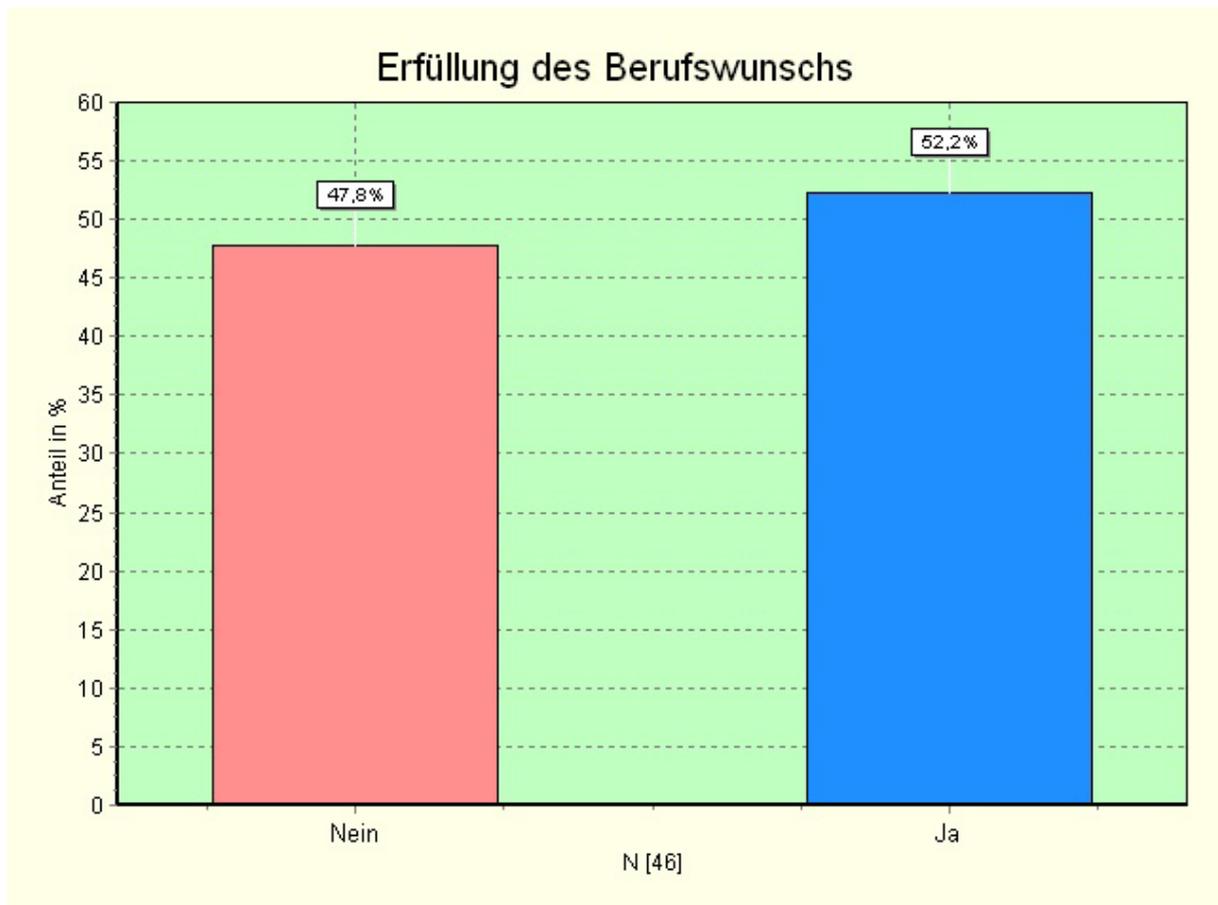
Grafik 26:



Insgesamt gesehen ist ein großer Teil der Beschäftigten mit der derzeitigen Tätigkeit zufrieden. Gut die Hälfte der Befragten hat sich bis heute ihren Berufswunsch erfüllen können: 52,2 Prozent sind sich sicher, ihren Traumjob gefunden zu haben – 47,8 Prozent geben an, dass es sich bei ihrer aktuellen Beschäftigung nicht um ihren Wunschberuf handelt (vgl. Grafik 26.1).

Grafik 26.1:

Entspricht Ihre derzeitige Tätigkeit Ihrem Berufswunsch?



Bei diesem Ergebnis ist zu beachten, dass einige Absolventinnen und Absolventen sich während und auch nach ihrem Studium noch nicht ganz sicher sind, in welchem Beruf sie später arbeiten möchten. Außerdem haben viele der Befragten erst vor relativ kurzer Zeit ihren Abschluss gemacht und arbeiten demnach häufig noch in Einstiegspositionen. Dennoch liegt der Anteil derer, bei denen sich der Berufswunsch erfüllt hat, bei über 50 Prozent.

Um die Zufriedenheit der Befragten mit ihrer derzeitigen Tätigkeit näher aufzuschlüsseln, wird die Beurteilung im Folgenden nach einigen wichtigen Kriterien aufgeschlüsselt:

Befragt nach den Möglichkeiten, ihre Kompetenzen im jetzigen Beruf einzubringen, antworten 63,4 Prozent der Beschäftigten, sie könnten ihre fachlichen Qualitäten zufriedenstellend anwenden (22% sind sehr zufrieden, 41,5% zufrieden).

Ähnlich positiv sieht es bei der Zufriedenheit mit dem persönlichen Handlungsspielraum im gegenwärtigen Beruf aus. 46,3 Prozent der Befragten sind sehr zufrieden, 34,2 Prozent immerhin zufrieden.

Das Arbeitsklima ist bei den meisten Befragten gut bis sehr gut. Die große Mehrheit von 90,3 Prozent ist zufrieden (36,6%) bis sehr zufrieden (53,7%). Weniger zufrieden sind nur 2,4 Prozent und unzufrieden 7,3 Prozent.

Während die meisten Ehemaligen mit den Arbeitszeiten einverstanden sind (68,3%), ist die Mehrheit (ebenfalls 68,3%) mit dem Gehalt unzufrieden. Dieser Wert teilt sich in 43,9 Prozent weniger Zufriedener und 24,4 Prozent Unzufriedener.

Lediglich 14,6 Prozent sind sehr zufrieden mit ihrem Gehalt und 17,1 Prozent sind zufrieden. Bei den Aufstiegsmöglichkeiten gibt es keine eindeutige Tendenz. 14,6 Prozent rechnen sich sehr gute Aufstiegsmöglichkeiten aus. 31,7 Prozent sind zufrieden mit ihren Aufstiegschancen.

Die Frage nach der Kinderfreundlichkeit des sie beschäftigenden Unternehmens betrifft nur knapp die Hälfte der Befragten (46,5%). Die Betroffenen sind hier eher geteilter Meinung. 45 Prozent von ihnen geben an, in ihrer derzeitigen Beschäftigung mit der Kinderfreundlichkeit zufrieden (35% sehr zufrieden, 10% zufrieden) zu sein; 55 Prozent wünschen sich hier eine bessere Betreuung (25% weniger zufrieden und 30% unzufrieden).

Die Mehrzahl der Absolventinnen und Absolventen aller Schwerpunkte haben eine Beschäftigung gefunden. Fragt man danach, ob sich die Berufschancen bei den Absolventen je nach Studienschwerpunkt differenzieren lassen, muss eine solche Beurteilung zunächst vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Quoten der einzelnen Studienrichtungen erfolgen.

Diese Auswertung wird in den folgenden Kreuztabellen dargestellt.

Die wenigen Befragten, die den Schwerpunkt Medieninformatik gewählt haben, haben alle eine Arbeitsstelle im Voll- oder Teilzeitbereich. Die Zahl der Medieninformatiker ist in der Befragung allerdings so gering, dass diese Werte nicht aussagekräftig sind – deswegen werden sie in den Darstellungen außen vor gelassen.

Vergleicht man allerdings die beiden größten Gruppen – die Säulen Medienkultur und Medienökonomie – miteinander, fällt auf, dass beim Schwerpunkt Medienökonomie der Prozentsatz der Teilzeitbeschäftigten mit 5,9 Prozent wesentlich geringer ist als in dem Bereich Medienkultur (21,7%). Im Bereich Medienökonomie sind 88,2 Prozent vollzeitbeschäftigt – in der Kultur knapp 70 Prozent. Beim Schwerpunkt Medienkultur gibt es mit 13 Prozent den größten Anteil an Arbeitssuchenden und nur in diesem Bereich gibt es Absolventen (4,3%), die als Hausfrau / Hausmann tätig sind (vgl. Grafik 27.1).

Über die Hälfte der Absolventinnen und Absolventen (54,4%) haben den Schwerpunkt Medienkultur gewählt, die absolute Zahl der Ehemaligen ist in diesem Bereich also auch mit Abstand am größten.

Grafik 27.1:

Studienschwerpunkt / Beschäftigung

	Medienkultur	Medienökonomie
Vollzeitbeschäftigt	60,9 %	88,2 %
Teilzeitbeschäftigt	21,7 %	5,9 %
Arbeitssuchend	13,0 %	5,9 %
Hausfrau/Hausmann	4,3 %	0,0 %

In der Grafik 27.1 sieht man, dass der Anteil der Vollzeitbeschäftigten im Bereich Medienökonomie am größten ist. Analysiert man nun zusätzlich Grafik 27.2, sieht man, dass es in diesem Bereich eindeutig die geringsten Probleme beim Berufseinstieg gibt (35,3 Prozent im Gegensatz zu 72 Prozent in der Medienkultur).

Grafik 27.2:

Studienschwerpunkt / Schwierigkeiten Berufseinstieg

	Medienkultur	Medienökonomie
Nein	28,0 %	64,7 %
Ja	72,0 %	35,3 %

Im Bereich Medienökonomie gibt es die wenigsten Schwierigkeiten beim Übergang in den Beruf und auch relativ sicher eine Beschäftigung. Allerdings wird der Schwerpunkt Medienökonomie von Seiten der Befragten trotzdem am meisten und stärksten kritisiert. Man kann also davon ausgehend, dass der hohe Beschäftigungsgrad der Medienökonomien sich nicht bzw. auf jeden Fall nicht allein auf die Qualität des Studiums zurückführen lässt.

Die Grafik 28 zeigt in absoluten Zahlen, dass die Befragten, die später eine Vollzeitbeschäftigung haben, während des Studiums durchschnittlich auch die meisten zusätzliche Kurse besuchen. Insgesamt werden die Zusatzkurse zu 75 Prozent von später Vollzeitbeschäftigten besucht; die Teilzeitbeschäftigten machen dagegen nur einen Anteil von

knapp 13 Prozent aus. Alle Beschäftigten belegen vorrangig PC-Kurse und Fremdsprachenkurse.

Grafik 28:

Zusatzqualifikationen während des Studiums / Beschäftigung

	Fremd- sprachen- kurs	PC-Kurs	Rhetorik- kurs	Kurs zur besseren Selbst- darstellung	Sonstiges
Vollzeitbe- schäftigt (n=32)	17	19	3	1	7
Teilzeitbe- schäftigt (n=7)	3	2	1	1	1
Arbeitssu- chend (n=4)	2	1	1	1	0
Hausfrau/ Hausmann (n=1)	1	1	0	0	0

Den Großteil der Beschäftigten stellen die Angestellten mit 55,6 Prozent dar. 11,1 Prozent der Befragten haben eine Beschäftigung als Trainee oder Volontär/in gefunden. 13,3 Prozent arbeiten freiberuflich, selbstständig oder als Honorarkraft. Als Beamte arbeiten 2,2 Prozent. Ebenfalls 2,2 Prozent der Ehemaligen arbeiten in einer Praktikantenstelle.

Im Anschluss an die Diplomarbeit gehen viele Absolventinnen und Absolventen den Weg in den Beruf über ein Volontariat, Praktikum oder Traineeprogramm:

Befragter Nr. 6: *„Ein Jahr Trainee im Bereich Konzeption für digitale Medien/B2B Kommunikation (Film, Multimedia, Schulungsmedien).*

Danach Jahresvertrag für Konzeption in der gleichen Agentur....“

Befragter Nr. 21: *„6-monatiges Praktikum in einer internationalen Marketing- und Produktionsfirma fürs Fernsehen mit anschließender Übernahme (seit fast einem Jahr fest angestellt)“*

Während der Übergang in den Beruf bei manchen Befragten fließend vonstatten gegangen ist, warten andere noch auf den Einstieg. Dies gilt auch für Ehemalige, die eine Stelle gefunden haben, allerdings noch nicht im gewünschten Bereich. Im Folgenden einige Situationsbeschreibungen:

Befragter Nr. 9: *„Weiter Honorarkraft und Bewerbungsschreiberling“*

Befragter Nr. 12: *„Seit 10 Monaten arbeitslos“*

Befragter Nr. 24: *„Direkt nach dem Studium eine Trainee-Stelle im Bereich Projektmanagement im Bereich Finanzwesen, fließender Übergang ohne jegliche Wartezeit, Abgabe Diplomarbeit: Mitte Mai 2006. Beginn der Tätigkeit: Juni 2006“*

Die aktuellen Tätigkeiten zeigt ein breites Spektrum an Möglichkeiten, in denen die Absolventinnen und Absolventen der Medienwissenschaften einen Beruf ergreifen können oder zumindest versuchen, Fuß zu fassen.

Die Stellen, in denen die Ehemaligen arbeiten, lassen sich grob in vier Bereiche einteilen. Größter Arbeitgeber ist die Privatwirtschaft. Die meisten Diplomandinnen und Diplomanden arbeiten im Marketing, in der Unternehmenskommunikation, in der Marktforschung, im Management und im PR-Bereich.

In den traditionellen Medienberufen (journalistische Tätigkeiten bei Radio, Zeitung sowie Film und Fernsehen) arbeitet demgegenüber nur eine relativ kleine Anzahl von Ehemalige. Das lässt sich unter anderem auch damit erklären, dass der Mediensektor in den vergangenen Jahren und auch heute noch Stellen abbaut. Häufig sind vor allem Schnittstellenpositionen der Medienberufe mit dem ökonomischen Bereich.

Befragte/r Nr. 11: *„Filmeinkauf, Filmlizenzhandel, Organisation der gesamten Produktionsabwicklung in den Bereichen Kino und Home Entertainment (Synchronisation, Untertitelung, Herstellung Menüdesigns DVD, Freigabe der Plakate, Cover und sonstigem POS-Material, Produktion der 35mm-Kopien für den Kinostart etc.), Material Servicing, Presse und PR/Marketing.“*

Befragte/r Nr. 23: *„Verantwortliches Projektmanagement für ein Kundenbindungsinstrument.“*

Tätigkeiten: Konzeption, redaktionelle Arbeit und Realisation eines monatlichen Leser- und Eventmagazins; verantwortlich für Werbe- und Marketingmaßnahmen, Gestaltung von Werbemitteln etc.“

Befragte/r Nr. 30: *„Projekt-Management: Projekte im Bereich Cross-Media Publishing und Content Syndication“*

Nur sehr wenige der Absolventinnen und Absolventen der Medienwissenschaft arbeiten in den Bereichen Wissenschaft, Forschung und Lehre – wenn, dann sind sie an der Universität beschäftigt und bereiten sich meist zusätzlich auf ihre Promotion vor. Ein verschwindend geringer Anteil der Ehemaligen ist in einem ganz anderen Berufsfeld (Promotion, IT-Betreuung, Verwaltung, Sekretariatsaufgaben) beschäftigt.

Die große Mehrheit der Befragten – insgesamt 79,6 Prozent – verdient brutto monatlich unter 3.000 € bei 40,9 Prozent von ihnen liegt der Bruttoverdienst monatlich sogar unter 1.500 €. Zwischen 3.000 € und 4.500 € verdienen 15,9 Prozent und lediglich 4,6 Prozent erreichen monatlich ein Bruttoeinkommen von mehr als 4.500 €.

Auch dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass viele Absolventinnen und Absolventen sich in einer Übergangsphase befinden bzw. entsprechend ihrer Stelle lediglich ein Einstiegsgehalt verdienen.

Wie man Grafik 29 entnehmen kann, verdient die Mehrheit der Befragten in allen drei Bereichen unter 3.000 € brutto im Monat. Dabei fällt auf, dass davon in den Bereichen Medienkultur und Medieninformatik die Mehrheit sogar unter 1.500 € verdient, während im Bereich Medienökonomie die Mehrheit zwischen 1.500 € und 3.000 € verdient.

Grafik 29:

Studienschwerpunkt / Bruttoverdienst

	Medienkultur	Medienökonomie
Bis 1.500 Euro	43,5 %	35,3 %
Zwischen 1.500 und 3.000 Euro	34,8 %	47,1 %
Zwischen 3.000 und 4.500 Euro	13,0 %	17,7 %
Über 4.500 Euro	8,7 %	0,0 %

Besonders bei einem Bruttoverdienst bis 1.500 € und zwischen 1.500 € und 3.000 € scheinen soziale Kontakte und Netzwerke für die Ehemaligen eine Rolle zu spielen. Ab einem Verdienst von 4.500 € werden Beziehungen von Befragten jedoch als unwichtig beurteilt (vgl. Grafik 29.1).

Grafik 29.1

Soziale Kontakte und Netzwerke / Bruttoverdienst

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig	Unwichtig	
Bis 1.500 Euro	37,5%	77,8%	25,0%	27,3%	40,9%
Zwischen 1.500 und 3.000 Euro	37,5%	22,2%	50,0%	45,5%	38,6%
Zwischen 3.000 und 4.500 Euro	25,0%	0,0%	25,0%	9,1%	15,9%
Über 4.500 Euro	0,0%	0,0%	0,0%	18,2%	4,5%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

1.7. Allgemeine Kommentare

Zum Abschluss des Fragebogens gab es für alle Teilnehmenden die Möglichkeit, sich ganz generell zum Studium der Medienwissenschaft in Paderborn zu äußern. Die Ehemaligen machten von dieser Option regen Gebrauch. Dass hier vor allem die Gelegenheit wahrgenommen wird, kritische Punkte zu diskutieren, ist selbstverständlich.

Im Folgenden eine Auswahl an Beispielen aus den Kommentaren:

Befragter Nr. 14: *„Dieser Studiengang hat mich nur in sehr geringer Weise auf das Berufsleben vorbereitet. Die Voraussetzungen bzgl. Qualifikationen und Fachkompetenz für meinen jetzigen Job habe ich alleine durch Nebenjobs, Praktika und außeruniversitäres Engagement bei Studenteninitiativen erworben. Die Universität hat mir allenfalls selbstständiges und wissenschaftliches Arbeiten gelehrt, wobei die Selbstständigkeit meistens darin lag, Informationen und Quellen zu besorgen, die nicht in Universitätsbibliothek vorhanden sind (Semesterapparat vergriffen, Bücher nicht vorhanden), vor Professoren – Sprechstunden stundenlang ergebnislos warten, einen Platz in den überfüllten Seminaren zu bekommen und als Medienwissenschaftler eine Diplomarbeitsbetreuung vom Wirtschaftslehrstuhl zu bekommen.*

Gäbe es mehrere Seminare [...] mit Praxisbezug und im Kulturbereich mehr Bezug zu Wirtschaftsthemen, würde das den Studiengang aus meiner Sicht deutlich aufwerten. Dass Theorie auch mit Praxis verbunden werden kann zeigt der Informatikteil des Studiengangs perfekt. Warum geht das nicht im Kultur- und Wirtschaftsbereich? Von der Theorie sind die drei Säulen auf hohem Niveau, aber für den späteren Job benötigt man die Theorie nur in den wenigsten Fällen.“

Befragter Nr. 15: *„Eine Sache muss ich unbedingt noch loswerden: Obwohl ich sagen muss, dass mir das Studium persönlich viel gebracht hat, ich dadurch meinen Horizont erweitert habe und ich selbstbewusster auftreten kann, würde ich es heute nicht noch einmal machen. Meine damalige Intention war, nach der Kindererziehungszeit die Möglichkeit zu bekommen, noch eine anspruchsvolle Tätigkeit auszuüben. Dass also anerkannt wird, dass ich mich trotz zeitlicher Einschränkung und Belastung durch die Kinder noch weiter qualifiziert habe. Doch genau das ist jetzt der Nachteil bei der Arbeitsplatzsuche.“*

Befragter Nr. 37: *„Jobsuche ist weniger ein Problem der Stellenangebote und eigenen Qualifikationen denn der eigenen Vorstellung, was man überhaupt machen möchte. Insofern war Tool Time eine sehr gute Reihe, die es leider nicht mehr gibt, oder so selten, dass sie ihr eigentliches Ziel nicht mehr erreichen kann.“*

Befragter Nr. 43: *„Ich kann nur eins sagen, was die ganzen Jahre im Bereich Medienökonomie gelaufen ist, war ein schlechter Witz und ist es vielleicht immer noch [...]. Vielleicht sollte man endlich mal so ehrlich sein und sich davon trennen (falls nicht eh bereits im Zuge der Bachelor-Umstellung geschehen), denn schließlich haben die Studierenden mit Einführung der Studiengebühren mehr denn je ein Recht auf qualitativ hochwertige Lehrveranstaltungen und nicht nur Vertröstungen. Persönlich fände ich es zwar schade, denn eigentlich bin ich immer noch der Meinung, dass gerade im Bereich der Medienökonomie für eine Universität noch große Profilierungsmöglichkeiten bestehen, aber in Paderborn konzentriert man sich lieber auf Bereiche der Betriebswirtschaft, in denen man es eh nie mit den Großen wird aufnehmen können.“*

Befragte/r Nr. 38: *„Diese Evaluation ist eine gute Sache! Sie wird den Studenten und den Dozenten mittelfristig die eigene Zielfindung und die Bewältigung des Uni-Alltags erleichtern. Für mich als Ehemaligen, der nicht mehr ganz so nah dran ist am Geschehen, ist dies auch ein Zeichen, dass an der Verbesserung der Lehre gearbeitet wird und die Steine, die uns im Wege lagen, einer nach dem anderen weggeräumt werden. Ich finde diesen Einsatz für eine Verbesserung der Lehre deshalb sehr lobenswert.“*

2. Ergebnisse der qualitativen Interviews

Um die im Fragebogen gewonnenen Erkenntnisse weiter zu vertiefen, wurden im Rahmen der Absolventenstudie zusätzlich sechs qualitative Interviews durchgeführt. Es handelt sich hierbei um leitfadengestützte Interviews, von denen jeweils drei mit Absolventen, die noch immer im Raum Paderborn leben und jeweils drei telefonisch durchgeführt wurden – mit Absolventen, die inzwischen in anderen Teilen Deutschlands arbeiten.¹ Die Interviews dauerten in der Regel zwischen 20 und 30 Minuten.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Befragung nach thematischen Gesichtspunkten geordnet dargestellt. Die Themen beziehen sich auf die Bewertung des Studiums, auf die Situation nach dem Studium und auf Hinweise, die dem Institut von den Absolventinnen und Absolventen gegeben werden.

2.1. Bewertung des Studiums

2.1.1. Dreigliedrigkeit des Studiengangs

Für die Befragten ist die Medienwissenschaft besonders interessant, da dieser Studiengang noch immer etwas Neues und vor allem etwas Medienorientiertes ist, das man in dieser Form sonst nicht findet. Die Tendenz aus dem Fragebogen, den dreigliedrigen Aufbau der Medienwissenschaft grundsätzlich positiv zu bewerten, findet sich auch in den persönlichen Gesprächen wieder. Prinzipiell sind alle Interviewten der Meinung, dass die deutschlandweit seltene und besondere Struktur der Medienwissenschaft in Paderborn aufrechterhalten werden sollte.

Durch die Dreigliedrigkeit wird auf der einen Seite eine allgemeine Grundausbildung in den wichtigsten Bereichen garantiert und auf der anderen Seite jedem die Chance auf eine individuell wählbare Schwerpunktbildung gegeben. So ist gewährleistet, dass alle Studierenden sich das gleiche Grundlagenwissen aneignen.

¹ Jedes Interview wurde aufgezeichnet und vollständig transkribiert. Anschließend wurden die Interviews thematisch geordnet und einer vergleichenden Analyse unterzogen. Die Interviewpartner wurden zufällig ausgewählt. Es handelt sich um drei männliche und drei weibliche Personen zwischen 25 und 33 Jahren. Sie repräsentieren die verschiedenen Beschäftigungsarten nach dem Studium der Medienwissenschaft. Eine der befragten Personen absolviert ein weiteres Studium, eine promoviert, eine ist im Wissenschaftsbereich beschäftigt, eine arbeitet in der Medienplanung, eine hat sich im Bereich Mediendesign selbstständig gemacht und eine ist in der Unternehmenskommunikation tätig.

Außerdem können die Veranstaltungen im Grundstudium dazu dienen, sich über die eigenen Fähigkeiten klar zu werden und zu entscheiden, ob und wenn ja mit welchem Schwerpunkt man Medienwissenschaft weiter studieren möchte. Dadurch, dass die Studierenden sich nicht schon zu Beginn ihres Studiums für einen Schwerpunkt entscheiden müssen, können sie zunächst Erfahrungen und Wissen in den verschiedensten Bereichen sammeln, sich unterschiedliche Sichtweisen aneignen und erst dann entscheiden, welcher Studienrichtung sie sich im Hauptstudium widmen möchten.

Viele Studierende versprechen sich durch das Lernen in drei statt einem Hauptbereich eine umfassende Ausbildung, die einen späteren Einsatz in vielen Arbeitsgebieten – vor allem auch in Schlüssel- und Mittlerpositionen – ermöglicht. Dadurch rechnen sich die Studierenden mehr Möglichkeiten auf dem Arbeitsmarkt aus.

Die Befragten betonen jedoch auch, wie wichtig für sie die Möglichkeit einer Spezialisierung im Hauptstudium ist, denn nur so kann sichergestellt werden, dass jeder sich seinen eigenen Interessen entsprechend weiterbilden kann.

Person A²: *„Also ich würde schon sagen, dass diese Aufteilung in diese drei Säulen auf jeden Fall sehr gut ist. Auch, dass man im Grundstudium wirklich alles gleichwertig studieren muss [...]. Einfach, dass man eine Basis hat und vielleicht auch da dann schon erkennt, ob man es jetzt weitermachen sollte oder nicht. [...] Und diese Spezialisierung hinterher – da denke ich schon, dass da jeder so die Möglichkeit hat, sich seinen Schwerpunkt gut zu suchen. Also wo man jetzt wirklich am besten klar kommt und auch die besten Chancen hinterher sieht.“*

Person F²: *„Ich fand so von der Systematik her das Dreigliedrige sehr gut; dass es die drei Säulen gibt auf die man aufbauen kann nachher. [...] Weil wir haben ja im Endeffekt drei wunderbare Perspektiven auf einen Gegenstand [...] und ich denke mal, das hilft uns immens, weil wir einfach die Möglichkeit haben, von oben auf so was draufzuschauen, von links von rechts und geradeaus und uns passiert es einfach weniger, so große Dinge zu übersehen. Also wir sind keine Fachidioten ganz einfach.“*

Vor dem Hintergrund dieser positiven Grundhaltung zur Medienwissenschaft und dem damit verbundenen hohen Anspruch werden allerdings auch einige negative Aspekte und Verbesserungsmöglichkeiten des Studiengangs deutlich. Kritisiert wird vor allem, dass die einzelnen Säulen nicht genügend organisiert und ausgebaut sind, so dass die eigentlich hinter dieser Struktur steckenden Potentiale nicht optimal genutzt werden können. So wird eine

bessere Verzahnung der Säulen miteinander und eine Zusammenarbeit sowohl von Studierenden, wie auch von Dozenten der verschiedenen Fachrichtungen miteinander gefordert.

Zusätzlich wird bemängelt, dass die Medienkultur als einzige der drei Säulen wirklich auf Medien spezialisiert sei. Medieninformatik und Medienökonomie hingegen seien nur wenig auf den medienwissenschaftlichen Studiengang abgestimmt und daher von Geisteswissenschaftlern oft nur schwer zu bewältigen. Das ist besonders bedauerlich, da die Veranstaltungen aus diesen Bereichen prinzipiell als sehr wichtig eingestuft werden:

Person A²: *„Also bei uns war es damals so, dass wir in die ganz normalen BWL-Veranstaltungen, reingehen mussten. Einfach, weil das Angebot noch nicht ausgebaut war. Und dass wir auch die ganz normalen Informatikveranstaltungen hatten, die die Informatiker auch besucht hatten. Also das war halt wie gesagt noch nicht auf Medien spezialisiert und von daher war das ehrlich gesagt auch einfach nicht so attraktiv. Also die Medienkultur war die Säule, die am besten ausgebaut war.“*

2.1.2. Studiengang allgemein

Grundsätzlich wird das Studium von allen Befragten positiv beurteilt. Sie geben an, dass sie den Studiengang Medienwissenschaft – mit einigen kleineren Veränderungen – erneut wählen würden, wenn sie sich noch einmal entscheiden müssten. Wie auch im Fragebogen sind die Ehemaligen mit der Vermittlung von Fachkenntnissen und der Betreuung durch die Lehrenden durchweg zufrieden.

Besonderen Eindruck hat die Offenheit des Studiengangs bei den Ehemaligen hinterlassen. Sie schätzen die Möglichkeiten, die sich dadurch individuell für jeden ergeben.

Person B²: *„Gut war für mich die Fächerbreite, dass ich wirklich für mich auch aussuchen konnte, was macht mir Spaß, welche Schwerpunkte möchte ich wählen. [...] Das hat mir gerade im fortlaufenden Studium sehr gut gefallen, dass man wirklich so seinen eigenen Weg zwischen den ganzen Seminaren her sich suchen konnte.“*

Person F²: *„[...] also es war viel Ausprobiererei dabei, viele schöne Sachen, auch ein paar negative halt; es geht nicht alles gut, man hat dann auch ein paar Sachen doppelt gemacht,*

weil man es halt nicht besser wusste aber ich denke mal es war so gesehen definitiv eine Chance. [...] Weil man halt sehr frei studieren konnte; man konnte sich alles selber aussuchen und es gab halt auch die Möglichkeit, ein bisschen zu gestalten für sich selbst – das fand ich sehr gut.“

Als besonders gut ist den Befragten das Angebot von Blockseminaren in Erinnerung geblieben, da man durch diese die Möglichkeit bekommt, sich einen bestimmten Themenkomplex in komprimierter Form anzueignen. Außerdem werden diese Seminare häufig nicht von Professorinnen und Professoren, sondern von Leuten aus der Praxis (Juristen, Manager etc.) abgehalten, so dass man durch sie einen guten Einblick in die tatsächliche Arbeitswelt erhält. Mit in diese Kategorie fallen auch die in unregelmäßigen Abständen durchgeführte Tool Time, in denen Leute aus den Praxis, die in später möglichen Arbeitsfeldern arbeiten, von ihren Aufgaben und Erfahrungen berichten und so den Studierenden einen realitätsnahes Bild vom Arbeitsleben aufzeigen.

Nach eigenen Angaben haben die Ehemaligen während ihres Studiums neben einem breiten Fachwissen vor allem auch viele Soft Skills (z.B. Präsentationstechniken, wissenschaftliches Arbeiten und Selbstorganisation) angeeignet. Das ist wichtig, weil genau das dann auch die Fähigkeiten sind, die im späteren (Berufs-)Leben immer wieder gefordert werden.

Obwohl die Befragten von der Freiheit in der Belegung vieler Seminare und der dadurch gegebenen Möglichkeit, breit und umfassend zu studieren, sehr angetan sind, wurden in den persönlichen Interviews auch einige Probleme angesprochen. Die Absolventinnen und Absolventen geben zu bedenken, dass die globale Wissensaneignung teilweise beim späteren Bewerben auch Schwierigkeiten bereiten kann, da einem vorgeworfen wird, dass die Kenntnisse in keinem Bereich wirklich in die Tiefe gehen und man so immer nur eine Art Halbwissen vorweisen kann. Dann sei es wichtig, umfassende Schnittstellenkompetenzen zu beweisen und die positiven Aspekte der dreigliedrigen Ausbildung hervor zu heben.

Viele andere Schwierigkeiten traten vor allem anfangs auf, als der Studiengang noch ganz neu war. Die Studierenden fühlten sich damals teilweise überfordert und allein gelassen. Es gab nicht genügend fachspezifische Seminare und die Studienordnung hatte noch keine endgültige Fassung, was viele Ehemalige während ihres Studiums verunsicherte. Diese Kritikpunkte sind inzwischen nicht mehr aktuell.

Veränderungen wünschen sie sich vor allem in den Bereichen der praktischen Ausbildung (siehe auch nächster Punkt: 2.1.3.: Praxisbezug und Praktika) und der Organisation des

Studiums. Noch immer werden die hohen Studierendenzahlen oft als problematisch empfunden, da sie häufig zu einer Überbelegung der Seminare führen.

Person A²: *„Was natürlich immer anstrengend war, sind solche Sachen wie Losverfahren und so was gewesen. Dass man da wirklich in manche Sachen auch einfach nicht reinkam. Ich denke mal, da hat sich auch bis heute nicht so wahnsinnig viel dran geändert. [...] Weil es einfach immer so was von voll war und man zum Teil vielleicht auch ein bisschen eingeschränkt war, wenn man jetzt ein bisschen schneller fertig werden wollte oder vielleicht auch musste. Da musste man halt das nehmen, was zu kriegen war und [...] auf persönliche Interessen war dann da nicht so viel Rücksicht zu nehmen.“*

Außerdem machen die befragten Personen auf die schlechte Präsentation des Studiengangs Medienwissenschaft in der Öffentlichkeit aufmerksam. Der Studienabschluss der Diplom-Medienwissenschaft ist auf dem Arbeitsmarkt weitgehend unbekannt. Daher gibt es kaum explizit für Medienwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler ausgeschriebene Arbeitsstellen. Aus diesem Grund muss man, wenn man sich irgendwo bewirbt, häufig erst ausführlich erklären, was man studiert hat und für welche Aufgaben man somit qualifiziert ist.

Person C²: *„Wovon ich so enttäuscht war: Es ist super unbekannt gewesen. Das wusste keiner in der Wirtschaft oder so.“*

2.1.3. Praxisbezug und Praktika

In der schriftlichen Befragung werden vor allem der Praxisbezug und die Betreuung von Praktika kritisch reflektiert. Daher werden diese Punkte hier noch einmal gesondert aufgegriffen. Besonders im Hinblick auf die Hilfe bei der Praktik suche und bei der beruflichen Orientierung bemängeln die Studierenden häufig die fehlende Unterstützung von Seiten der Universität.

Person B²: *„[...] die Betreuung bei den Praktika, das fand ich nicht so gut [...] ich hab mich da schon ziemlich einsam gefühlt, auf der Suche nach Praktikumsplätzen. [...] Und auch die Vorbereitung auf den Beruf später ist einfach schwierig, weil es gibt ja zig verschiedenen Berufe, die man ergreifen kann, nach dem Medienwissenschaftsstudium.“*

Da aber laut der Erfahrungen der Interviewpartner/Innen vor allem die während des Studiums gewonnenen praktischen Erfahrungen dabei helfen, nach Abschluss des Studiums auch eine Arbeit zu finden, ist dieser Teil der Ausbildung so besonders wichtig.

In den Anfangsjahren des Studiengangs gab es nur recht begrenzte Möglichkeiten, sich praktisch neben dem Studium auszuprobieren. Diese Möglichkeiten wurden im Laufe der Jahre jedoch erheblich erweitert und verbessert. So lässt sich zunächst feststellen, dass man im medienwissenschaftlichen Studium durchaus die Möglichkeit hat, sich auch praktisch weiter zu bilden. Durch die Nutzung der Angebote des IMT (Zentrum für Informations- und Medientechnologien) kann man durchaus eine gute praktische Basis schaffen. Dafür ist es natürlich unerlässlich, dass die – zum Teil auf freiwilliger Basis – angebotenen Praxiskurse von den Studentinnen und Studenten auch angenommen werden. In diesem Zusammenhang wurde auch vorgeschlagen, mehr praktische Zusatzveranstaltungen als Pflichtprogramm in die Studienordnung aufzunehmen. Das würde dazu führen, dass das Studium, das ja nun einmal vorrangig eine akademische, theoretische Ausbildung ist, praxisnäher und so noch interessanter würde.

Trotzdem genügt die praktische Zusatzausbildung an der Universität nicht, um im späteren Beruf wirklich gut vorbereitet zu sein. Es zeigt sich, dass Praktika von den meisten Befragten als eine der wichtigsten, wenn nicht gar als die wichtigste Komponente des Studiums betrachtet wird. Sie haben, wie man auch in der schriftlichen Befragung sieht, eine hohe Relevanz für den Berufseinstieg.

Mehr Unterstützung haben die Absolventinnen und Absolventen sich vor allem bei der Praktikumsplatzsuche und der Betreuung von Praktika im Allgemeinen erhofft. Gut wäre, vom Institut aus eine Praktikumsbörse zum Suchen und Finden von Praktikumsstellen einzurichten – besonders auch Praktikumsstellen in der näheren Umgebung von Paderborn.

Die befragten Personen halten es daher für besonders wichtig, während des Studiums zusätzliche Praktika zu absolvieren. Das ist so bedeutend, damit man wirklich realitätsnahe praktische Erfahrungen sammeln kann. Außerdem kann man nur auf diesem Wege wichtige Kontakte knüpfen und Referenzen erhalten, die einem beim späteren Berufseinstieg nützlich sein können.

Ein anderer wichtiger Punkt ist, dass man sich selbst und die verschiedenen möglichen Berufsfelder auszuprobieren müsse, um den eigenen Berufswunsch und persönliche Präferenzen zu konkretisieren.

Durch die Praktika kann man herausfinden und dann auch zeigen, wofür man sich interessiert und qualifiziert hat, denn allein ein Diplom im Studiengang Medienwissenschaft reiche oft nicht aus, um das zu belegen. Da der Studiengang und damit auch seine Inhalte nicht besonders bekannt sind, dienen insbesondere die Praktika möglichen Arbeitgebern oft als Entscheidungshilfe.

Person A²: *„Was ich auch wirklich jedem empfehlen würde: Also Praktikum machen noch und nöcher, so viel wies geht. Wenn man halt festgestellt hat, dass es irgendwie das Richtige ist, also sich die Leute auch warm halten und den Kontakt dann auch pflegen, sag ich mal. [...] Diese Sache mit dem Praktikum, das ist einfach wahnsinnig wichtig. [...] Das Studium macht das ganze mehr theoretisch, würde ich jetzt mal sagen und man braucht diesen praktischen Hintergrund aber schon noch. Also es reicht nicht alleine, jetzt zu studieren, auch wenn jetzt die Medienwissenschaft in Paderborn schon einige praktische Aspekte hat, sondern man braucht eben auch noch den praktischen Einstieg in das Berufsleben [...]“*

2.2. Situation nach dem Studium

2.2.1. Übergang vom Studium in den Beruf

Zentraler Gegenstand der Studie ist der Übergang vom Studium in den Beruf. Interessant war insbesondere, ob das Studium konkret auf das Berufsleben vorbereitet und ob die Absolventinnen und Absolventen den Übergang problemlos meistern können.

Auffallend ist, dass die Erfahrungen der Befragten dabei sehr unterschiedlich sind, ähnlich den Ergebnissen, die auch beim Fragebogen erzielt wurden.

Der Horizont der Antworten bewegt sich dabei zwischen zwei Extremen: Einigen der Absolventinnen und Absolventen bereitete der Einstieg ins Berufsleben überhaupt keine Schwierigkeiten. Andere haben auch Jahre nach dem Abschluss noch keine für sie passende Anstellung gefunden.

So gelang Person C keine direkte Einmündung vom Studium in den Beruf, da keine passenden Stellenangebote gefunden wurden. Zur Überbrückung und Erhöhung der Berufschancen schreibt sie jetzt ihre Doktorarbeit:

„Dann dachte ich natürlich, alle Firmen reißen sich um mich, weil ich ja neu bin und weil das so ein super Studium ist. Ja und dann fährt man natürlich von einem Bewerbungsgespräch zum andern. Wird dann sehr schnell desillusioniert und dann hab ich halt mir überlegt, dass es das nicht ist, also dann wollt ich halt noch einen drauf setzen und den Doktor halt machen. Weil ich einfach denk: Ok das ist es dann.“

Auch Person A hat sehr viele Bewerbungen geschrieben, woraus sich durchaus auch einige Vorstellungsgespräche und Jobangebote ergaben. Letztendlich fand sie die aktuelle Beschäftigung jedoch durch die Aktivierung früherer Praktikumskontakte:

„Eigentlich als nicht so schwierig, wenn ich das jetzt mal mit ein bisschen Abstand betrachte. [...] Ich bin 2004 fertig geworden. Im September hatte ich die Diplomarbeit abgegeben und [...] hab dann 'n halbes Jahr noch mal Praktikum gemacht. [...] Und dann habe ich mich auch parallel immer beworben, auch während der Diplomarbeit schon. [...] Das war dann ein halbes Jahr vielleicht, ein Jahr, bis dass ich quasi dann so den ersten Job hatte. Das hat sich dann wie gesagt als nicht das Richtige herausgestellt und dann bin ich im Juli 2005 wieder nach Paderborn gekommen und hab dann einfach die Kontakte aktiviert, die ich durch die Praktika vorher hatte. Ja und dann hab ich, eben über diese Kontakte, noch mal ein Praktikum angefangen und daraus hat sich dann ein befristeter Vertrag entwickelt. Der läuft jetzt dieses Jahr aus und ab nächstes Jahr ist es dann eine feste unbefristete Stelle.“

Bei einigen der Absolventinnen und Absolventen setzte nach dem Studium eine große Enttäuschung und Desillusionierung ein. Andere mussten viele Bewerbungen schreiben, um eine Beschäftigung zu erhalten. Sie sehen als Grund für ihre Einstiegsschwierigkeiten insbesondere die Unbekanntheit des Studiengangs und dessen Inhalte bei eventuellen Arbeitgebern. Dadurch würden gar nicht erst Stellenanzeigen explizit für Medienwissenschaftler ausgeschrieben. So müssten Absolventinnen und Absolventen schauen, inwiefern die im Studium erworbenen Qualifikationen jeweils auf verschiedene Stellenangebote passen könnten. In einem eventuellen Vorstellungsgespräch müssten dann teilweise erst noch Inhalte und Ausrichtung des Studiengangs erklärt und dargestellt werden.

Es gab jedoch auch Befragte, bei denen sich der Übergang in das Berufsleben automatisch und fließend gestaltete. Person E hatte insbesondere durch einen während des Studiums in der gleichen Branche absolvierten Nebenjob keine Probleme beim Berufeinstieg.

„Als ich mich entschieden hatte, war es damals so, dass der Markt relativ offen war, und ich hab drei Bewerbungen geschrieben, wovon ich zwei Jobangebote hatte und da musste ich mich für einen entscheiden, also von daher war es relativ gut.“

2.2.2. Relevanz des Studiums für den späteren Beruf

Interessant ist besonders, welche Kenntnisse und Eigenschaften aus dem Studium sich direkt im Beruf auszahlen, d.h., inwieweit das medienwissenschaftliche Studium für etwaige spätere Berufsfelder qualifiziert.

In der schriftlichen Online-Befragung wurde insbesondere die Vermittlung fachspezifischen Kenntnisse positiv bewertet. Demgegenüber zeigt sich beim Einstieg in den Beruf, dass nicht/weniger medientheoretisches Basiswissen, sondern vor allem Soft Skills wie Selbstorganisation und -motivation, Präsentationsfähigkeiten und wissenschaftliches Schreiben zur Anwendung kommen. Auch die interviewten Absolventinnen und Absolventen hoben eher die während des Studiums erworbenen Basisqualifikationen als für einen spätere Einstellung bedeutsam hervor, als das im Studium vermittelte fachliche Wissen. Wichtig ist somit die Weiterentwicklung der Persönlichkeit des Einzelnen, die durch das Studium vorangetrieben wird.

Person D²: *„Also was ich auf jeden Fall sagen kann, was ich während des Studiums gelernt habe, was bestimmt hilfreich ist, sich selbst zu organisieren, strukturiert zu arbeiten, wissenschaftlich zu arbeiten, schreiben zu können, vielleicht noch präsentieren zu können und vor allen Dingen mehr Mut zu haben. Also als ich hier angefangen habe war es so, ich hab mir nicht vorstellen können mich vor so eine große Gruppe zu stellen und irgendwie was zu sagen, das fiel mir am Anfang auch wirklich wahnsinnig schwer, das sind so Sachen, die sind natürlich im Beruf auch viel gefordert, man muss präsentieren, man muss reden können, man muss jedem sicher gegenüber treten können und ich denke solche Sachen [...] lernt man und Basiswissen.“*

2.3. Hinweise für das Institut für Medienwissenschaft

Insgesamt ergaben sich in der persönlichen Befragung viele positive Aspekte, allerdings auch Einiges, was verbessert werden könnte. Zum Schluss der mündlichen Interviews konnten die Befragten Vorschläge machen und Empfehlungen abgeben, was das Institut für Medienwissenschaft ihrer Meinung nach ändern könnte und sollte. Im Vordergrund standen dabei die Umsetzung der Struktur des Studiengangs, die Betreuung und Organisation der Studenten sowie der Bekanntheitsgrad des Studiengangs.

So wird beispielsweise empfohlen, dass die drei Säulen Medienkultur, Medieninformatik und Medienökonomie enger zusammenarbeiten und besser verzahnt werden müssten.

Auf der anderen Seite wird aber auch gefordert, dass die drei Säulen klarer definiert und exakter auf den jeweiligen Medienschwerpunkt ausgerichtet sein müssten. Für jeden einzelnen Bereich sind dann auch dementsprechend spezifische Veranstaltungen wichtig – vor allem im Bezug auf die Medienökonomie.

Person A²: *„Also ich denke mal, da sollte das Angebot auf jeden Fall noch ein bisschen besser auf die Medienwissenschaft abgestimmt werden. Also ich halte diese Standardsachen im Grundstudium nach wie vor für sinnvoll, dass ich jetzt zum Beispiel [...] BWL A oder BWL B schreiben muss, um zu gucken, dass ich mit den Grundsachen klarkomme. Und dann aber halt auch die Möglichkeit hab, wirklich Vorlesungen zu besuchen, die sich dann wirklich auch auf Medien beziehen. [...] Also dass das halt abgestimmt ist und nicht einfach nach dem Motto: Ach die Standardsachen für die BWLer haben wir ja und für die Informatiker – dann sollen sich die Mewis³ halt da mit reinsetzen.“*

Person B²: *„Was ich ein bisschen finde, ist dass diese drei Säulen nicht so richtig miteinander arbeiten, sondern manchmal ein bisschen gegeneinander. [...] ich fände es irgendwie schöner, wenn man versuchen würde, sich um alle Bereiche ein bisschen zu kümmern. Zum Beispiel auch bei den Informatikkursen war es ganz oft so, dass die Medienwissenschaftler so am Rande erwähnt wurden: Ach ja, ein paar Medienwissenschaftler haben wir ja auch hier – so getreu dem Motto: Die müssen wir ja mitnehmen; die Kulturleute müssen ja auch irgendwie ihre Informatikscheine kriegen. Und dass man dann schon immer dachte: Hey, wir*

³ Abkürzung für Medienwissenschaftler/innen

sind doch ein Studiengang und nicht unbedingt so gegeneinander, sondern wir sollten eher ein bisschen das Ganze miteinander machen.“

Außerdem wünschen die Studierenden sich, intensiver betreut und auf ein späteres Berufsleben vorbereitet zu werden. Dazu zählt nicht nur die berufsorientierte Betreuung, sondern auch eine intensive Beratung im Hinblick auf das Studium an sich.

Person E²: *„Es gab so viele Möglichkeiten. Das ist eine tolle Sache auf der anderen Seite hat man natürlich dann auch das andere Problem, dass es halt zu viele Möglichkeiten gibt. Also ich hätte mir gewünscht, ein bisschen mehr Führung, ein bisschen mehr Leitplanken. Nicht indem man vorgeschrieben bekommt, was man zu machen und nicht zu machen hat, sondern mehr im Beratungsbereich. [...] Dass man einen Ansprechpartner hat, einen wissenschaftlichen Mitarbeiter oder einen Doktor oder einen Professor, mit dem man sich dann alle zwei Semester mal zusammensetzt und guckt: Was ist passiert, wo geht es hin, passt das alles so wie ich mir das vorstelle. Weil es ist ja ganz klar, dass die eine wesentlich breitere Sicht auf die ganze Sache haben, als halt der Student in der Situation. So rückblickend hätte es mir glaube ich sehr gut helfen können, so ein paar Klippen zu umschiffen.“*

Hinzu kommt, dass es laut der Ehemaligen einfach zu große Studentenmassen gibt, die in Vorlesungen und Seminaren teilweise nicht optimal betreut werden können. Es gibt zu wenig Lehrende und zu wenig Raum- und Veranstaltungskapazitäten, was das Studium behindern und einschränken könne. Deswegen müssten die großen Studierendenzahlen insgesamt anders verwaltet und organisiert werden.

Person A²: *„Die können nicht immer so viele Leute annehmen für den Studiengang und haben die Kapazität überhaupt nicht, um da allen gerecht zu werden.“*

Wichtig ist den Absolventinnen und Absolventen auch eine stärkere Unterstützung bei der Praktikervermittlung, ein größerer Praxisbezug in der Lehre und die Förderung und Unterstützung bei Diplomarbeiten.

Person E²: *„Sie müssen halt mehr Praxisbezug herstellen – dass man nicht nur weiß, wer Adorno und Horkheimer sind, sondern vielleicht auch mal sagt: Mit eurer Profession könnt*

ihr das und das machen und ja einfach einen Praxisbezug herstellen. [...] Ich hab damals mit einem Unternehmen zusammen meine Diplomarbeit geschrieben, was mir sehr viel gebracht hat, ich weiß nicht, ob das heute gefördert wird. Damals war es ein ziemlicher Akt das durchzukriegen, das ist sicherlich ein Ansatzpunkt.“

Vielfach wurde auch gefordert, dass der Studiengang von Seiten der Universität stärker ins Bewusstsein von Gesellschaft und möglichen späteren Arbeitgebern gerückt werden müsse. Der Studiengang Medienwissenschaft sollte nicht nur ein positives Image haben, sondern vor allem auch bekannter werden, um damit den Studierenden höhere Chancen auf dem Arbeitsmarkt zu verschaffen und einen leichteren Berufseinstieg zu ermöglichen.

Person C²: *„Ja erst einmal muss es bekannter werden.“*

Person F²: *„Das Marketing müsste noch verbessert werden.“*

Resümee

Abschließend gilt es, die vorliegenden Ergebnisse der schriftlichen Online-Befragung und der qualitativen Interviews vor dem Hintergrund der eingangs beschriebenen Ziele zu reflektieren und Überlegungen zur Weiterentwicklung des Studiengangs Medienwissenschaft an der Universität Paderborn anzustellen. Zur generellen Bestätigung des Studiengangs tragen die folgenden Ergebnisse der Studie bei:

- Ein zentrales Ergebnis der Studie ist es, dass die Dreigliedrigkeit des Studiengangs hoch akzeptiert ist. Von allen, die damit Erfahrungen gemacht haben, wird er grundsätzlich positiv beurteilt. Hinzu kommt, dass diese Struktur in der Landschaft der Medienstudienfächer relativ einzigartig ist und in ihrer Besonderheit dazu beitragen kann, auch in Zukunft Studierende nach Paderborn zu ziehen.
- Deutlich wird auch, dass das medienwissenschaftliche Studium in Paderborn generell positiv beurteilt wird und unter den Studierenden eine hohe Zufriedenheit herrscht. Es werden zentrale Qualifikationen und Kompetenzen vermittelt, auch wenn diese in einzelnen Bereichen noch verbesserungsfähig sind.
- Die Rahmenbedingungen des Studiums werden von Absolventinnen und Absolventen positiv bewertet, angefangen bei der Wohnungssituation über die Bibliothek bis hin zum Zugang zu den EDV-Diensten.
- Bei den Studierenden herrscht eine hohe Bereitschaft vor, selbst initiiert Zusatzqualifikationen zu erwerben, die sich für den Berufseinstieg zudem als wichtig erweisen.
- Der Übergang in das Berufsleben verläuft zwar nicht reibungslos, allerdings zeigt sich eine insgesamt hohe Einmündungsquote mit einer zudem hohen Möglichkeit zur Umsetzung fachlicher Qualitäten im Berufsleben.
- Die Einmündung in berufliche Felder konzentriert sich bei den Absolventinnen und Absolventen der Medienwissenschaft auf ökonomische Handlungsfelder, wobei neben den grundlegenden Medienkenntnissen IT-Kenntnisse oftmals eine wichtige Voraussetzung für die Beschäftigung bilden.

So positiv diese Ergebnisse sind, bleiben doch zahlreiche Gebiete, in denen die Studienbedingungen und Einmündungsproblematiken verbessert werden können. In einigen Bereichen gilt es deshalb, die Anstrengungen beizubehalten oder noch zu vertiefen. Zu den Bereichen, in denen sich das Institut besonders herausgefordert sieht, zählen die folgenden Punkte:

- Die Verzahnung der drei Säulen Medienkultur, Medienökonomie und Medieninformatik sollten noch verbessert werden und auch die Friktionen im Bereich Medienökonomie gilt es offensiv anzugehen.
- Die technischen Rahmenbedingungen im Institut und im IMT sollten auf hohem und aktuellem Niveau gehalten werden, was permanente Technikverbesserungen einschließt.
- Im Bereich des Praktikums bedarf es vermehrter Anstrengungen, um Angebote strukturiert anbieten zu können, Beratungen anzubieten und die Verbindung von Theorie und Praxis wissenschaftlich begleiten zu können.
- Die Studienbedingungen sollten in manchen Bereichen verbessert werden wie im Prüfungswesen oder auch indem das Seminarangebot erweitert wird.
- Sinnvoll erscheint es, ein Alumni-Netzwerk zu fördern, um Einmündungsprobleme in den Arbeitsmarkt abzumildern.
- Über eine Verbesserung der Öffentlichkeitsarbeit des Instituts sollte nachgedacht werden genauso wie über Bemühungen, das Institut in der Region besser zu vernetzen.

Die Absolventenstudie 2007 erweist sich aufgrund der ermittelten Daten als eine wichtige Möglichkeit, den Kontakt mit den Studierenden und Absolventinnen und Absolventen aufrecht zu erhalten und zur Qualitätsverbesserung des Studiums beizutragen. Wir wünschen uns, dass wir diese Befragung als ein kontinuierliches Instrument regelmäßig nutzen können.