

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Uwe Barth, Cornelia Pieper, Patrick Meinhardt, Jens Ackermann, Christian Ahrendt, Rainer Brüderle, Angelika Brunkhorst, Ernst Burgbacher, Patrick Döring, Mechthild Dyckmans, Jörg van Essen, Otto Fricke, Paul K. Friedhoff, Dr. Edmund Peter Geisen, Hans-Michael Goldmann, Miriam Gruß, Joachim Günther (Plauen), Dr. Christel Happach-Kasan, Heinz-Peter Haustein, Elke Hoff, Birgit Homburger, Hellmut Königshaus, Gudrun Kopp, Jürgen Koppelin, Heinz Lanfermann, Sibylle Laurischk, Harald Leibrecht, Ina Lenke, Michael Link (Heilbronn), Markus Löning, Horst Meierhofer, Jan Mücke, Burkhardt Müller-Sönksen, Dirk Niebel, Hans-Joachim Otto (Frankfurt), Detlef Parr, Gisela Piltz, Frank Schäffler, Marina Schuster, Carl-Ludwig Thiele, Dr. Daniel Volk, Dr. Claudia Winterstein, Dr. Volker Wissing, Dr. Guido Westerwelle und der Fraktion der FDP

„Studieren in Ostdeutschland“ – Zielsetzung und Erfolgsaussichten der Hochschulkampagne Ost

Während für die westdeutschen Bundesländer in den kommenden Jahren ein enormer Anstieg im Bereich der Erstimmatrikulationen prognostiziert wird, gehen Experten davon aus, dass aufgrund des Rückgangs der Studienberechtigtenzahlen in den neuen Bundesländern Studienplatzkapazitäten nicht ausgeschöpft werden. Dieses Ungleichgewicht mit Blick auf Angebot und Nachfrage hat die ostdeutschen Bundesländer und den Bund dazu veranlasst, eine Hochschulkampagne in Auftrag zu geben, um die Bereitschaft zur Mobilität unter Studierwilligen aus den alten Bundesländern zu erhöhen.

Es stellt sich jedoch die Frage, inwiefern eine überregionale Kampagne dazu geeignet ist, das Interesse an konkreten Hochschulstandorten zu wecken. Denn wie die Studie der Hochschul-Informationssystem GmbH (HIS) über „Studienanfänger im Wintersemester 2007/08“ eindrucksvoll belegt, wirken sich „Freizeitangebot“ und „Atmosphäre am Hochschulort“ auf die Wahl des Standorts häufig mehr aus als die Frage nach einem konkreten Studiengang oder dem Ruf der Lehrenden. Doch gerade mit Blick auf die kulturellen Merkmale der Standorte finden sich im ostdeutschen Raum wesentliche Unterschiede – so bietet beispielsweise der Hochschulstandort Greifswald ein ganz anderes Freizeit- und Aktivitätspotential als Jena, Leipzig oder Halle.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Wie stellt sich die von der Bundesregierung unterstützte Kampagne „Studieren in Ostdeutschland“ konkret dar, und welche Ziele sollen damit verfolgt werden?
2. Welche Zielsetzung wird mit der Beauftragung der fachlichen Begleitung der Kampagne durch das Institut für Hochschulforschung HoF Wittenberg verfolgt?

3. In welcher Höhe stellen Bund und Länder Mittel für die Realisierung der Kampagne und Begleitstudie zur Verfügung?
4. Wie werden die jeweiligen Hochschulstandorte im Rahmen der Kampagne dargestellt?
Finden sich Möglichkeiten im Rahmen der Kampagne, um auf die Vorzüge des jeweiligen Standorts – auch und gerade gegenüber Alternativen in den alten Bundesländern – hinzuweisen?
5. Wie sind die jeweiligen Hochschulen und Studienstandorte im Rahmen der Kampagne eingebunden worden?
In welcher Weise hat eine Kooperation stattgefunden?
Mit welchem Ergebnis?
6. Welche Aktivitäten der ostdeutschen Hochschulstandorte und der einzelnen Bundesländer zur Werbung von Studierwilligen gibt es derzeit, und wie sollen diese durch die Kampagne ergänzt werden?
7. Wie hoch ist der Anteil westdeutscher Schulabsolventen an ostdeutschen Hochschulen und umgekehrt (bitte nach Bundesländern aufgeteilt angeben)?
8. Wo und in welchem Zeitraum nach Studienabschluss finden Absolventinnen und Absolventen ostdeutscher Hochschulen ihre Erstanstellung?
Inwiefern verfügen die betreffenden Hochschulen über Verbleibsanalysen (bitte nach Ländern und wesentlichen Studienfächern aufgeteilt angeben)?
9. Wo und in welchem Zeitraum nach Studienabschluss finden Absolventinnen und Absolventen westdeutscher Hochschulen ihre Erstanstellung (Aufteilung bitte analog zu Frage 8)?
10. Wie bewerten insbesondere Studierende, Absolventinnen und Absolventen aus den westdeutschen Ländern ihr Studium/ihren Abschluss an einer ostdeutschen Hochschule?
11. Inwiefern verfügt die Bundesregierung über Erkenntnisse zur hochschulbezogenen Akzeptanz von Studienabschlüssen in der deutschen Wirtschaft?
Welche regionalen Besonderheiten finden sich?
12. Bestehen Hemmnisse bzw. negative Vorurteile gegenüber ostdeutschen Studienorten, und, falls dies zutreffen sollte, wie sollen diese entkräftet werden?
13. Unterscheidet sich die Bereitschaft zur Aufnahme eines Studiums in den neuen Bundesländern mit Blick auf örtliche und soziale Herkunft, Alter, Geschlecht, familiäre Situation und das Studieninteresse der Studentin oder des Studenten?
Worin bestehen – gegebenenfalls – diese Unterschiede?
14. Hat es in den vergangenen Jahren einen Bewusstseinswechsel mit Blick auf die Standortwahl gegeben bzw. haben die ostdeutschen Hochschulen für potentielle Studierende an Attraktivität gewonnen?
Worauf ist diese Entwicklung zurückzuführen?
15. Inwiefern wird im Rahmen der Berufsberatung an Schulen durch Lehrer und Mitarbeiter der Bundesagentur für Arbeit gezielt auf die Vorzüge eines Studiums in den neuen Bundesländern hingewiesen?
16. Inwiefern geht die Bundesregierung davon aus, dass die begrenzte Zahl an Studienplätzen an westdeutschen Hochschulstandorten zwangsläufig zu einer Wanderungsbewegung gen ostdeutsche Hochschulen führen wird?

17. Wie schätzt die Bundesregierung das Interesse der alten Bundesländer ein, eine Entlastung der Lehrkapazitäten an landeseigenen Hochschulen durch eine Steigerung der Mobilität der (potentiellen) Studierenden herbeizuführen?
18. Inwiefern werden die Bundesländer und die Bundesregierung die ostdeutschen Hochschulstandorte in ihrem Bemühen über die Kampagne hinaus unterstützen, vakante Studienplatzkapazitäten durch die Anwerbung von Studierenden aus den alten Bundesländern und dem Ausland zu belegen?

Berlin, den 28. Januar 2009

Dr. Guido Westerwelle und Fraktion

