

Johannes Fromme

Medienbildner/innen auf dem Arbeitsmarkt

**Untersuchung zum beruflichen Verbleib der
Absolventen/innen des Bachelor- und des
Masterstudiengangs Medienbildung**

Forschungsbericht



Verlag: Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

1. Auflage April 2015

Verantwortlich für diese Ausgabe:

Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg
Fakultät für Humanwissenschaft
Institut für Erziehungswissenschaft
Prof. Dr. Johannes Fromme
Postfach 4120

39016 Magdeburg

E-Mail jfromme@ovgu.de

Web <https://www.meb.ovgu.de/>



Dieses Werk ist unter einer Creative Commons Lizenz vom Typ Namensnennung-Nicht-kommerziell 3.0 Deutschland zugänglich. Um eine Kopie dieser Lizenz einzusehen, konsultieren Sie <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/de/> oder wenden Sie sich brieflich an Creative Commons, 444 Castro Street, Suite 900, Mountain View, CA, 94041, USA

Bezug:

Digitale Hochschulbibliothek Sachsen-Anhalt: <http://edoc2.bibliothek.uni-halle.de/>

Inhalt

	Seite
Abbildungsverzeichnis.....	4
Tabellenverzeichnis.....	5
1. Einleitung	7
2. Das Sample und die methodische Anlage der Studie	7
3. Absolvierter Studiengang.....	9
4. Situation vor dem Studium	13
5. Studienverlauf des Bachelorstudiums Medienbildung.....	16
6. Studienverlauf des Masterstudiums	19
7. Situation nach Studienabschluss	22
8. Aktuelle Berufssituation	26
9. Rückblick auf das Studium der Medienbildung	37
10. Soziodemographische Daten	45
11. Zusammenfassung	46
12. Literatur	48

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Studienbeginn Medienbildung	15
Abbildung 2: Studiendauer BA Medienbildung in Semestern	17
Abbildung 3: Art der Tätigkeiten	33
Abbildung 4: Arbeitszufriedenheit: Vergleich der positiven und negativen Bewertungen	37
Abbildung 5: Vorbereitet in Kompetenzbereichen	42

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Studiengangskombination	9
Tabelle 2: Repräsentativität der Stichprobe	10
Tabelle 3: Anderen BA-Studiengang vor dem MA Medienbildung abgeschlossen	11
Tabelle 4: Anderen MA-Studiengang nach dem BA Medienbildung abgeschlossen	12
Tabelle 5: Anderen MA-Studiengang nach dem BA Medienbildung begonnen	13
Tabelle 6: Art der Studienberechtigung	13
Tabelle 7: Zwischen Abitur und erstem Studium	14
Tabelle 8: Auf Medienbildung aufmerksam geworden	14
Tabelle 9: Herkunft	16
Tabelle 10: Abschlussjahr BA Medienbildung	16
Tabelle 11: Gründe für Überschreitung der Regelstudienzeit im BA	18
Tabelle 12: Auslandsaufenthalte im BA	18
Tabelle 13: Urlaubssemester im BA	19
Tabelle 14: BA als Vorbereitung auf das MA-Studium	19
Tabelle 15: Studiendauer im Master	20
Tabelle 16: Gründe für die Überschreitung der Regelstudienzeit im MA Medienbildung	21
Tabelle 17: Auslandsaufenthalte MA	21
Tabelle 18: Urlaubssemester im MA Medienbildung	22
Tabelle 19: Art der Beschäftigung nach dem Studium	22
Tabelle 20: Übergang in die erste Stelle/Beschäftigung	23
Tabelle 21: Erste berufliche Tätigkeit	24
Tabelle 22: Wichtig für das Finden der ersten Stelle/Beschäftigung	25
Tabelle 23: Anzahl Bewerbungen	26
Tabelle 24: Aktuelle Situation	26
Tabelle 25: Stellenumfang	27
Tabelle 26: Art der Beschäftigung	27
Tabelle 27: Befristung der Stelle	27
Tabelle 28: Stellenwechsel	28
Tabelle 29: Gründe für Stellenwechsel	28
Tabelle 30: Aktuelle Berufstätigkeit	29
Tabelle 31: Studium als Vorbereitung auf aktuelle Tätigkeit	30
Tabelle 32: Branche	30
Tabelle 33: Art der Organisation bzw. des Unternehmens	31
Tabelle 34: Art der Tätigkeiten	32
Tabelle 35: Derzeitiger Arbeitsort und Herkunft nach Bundesland	34
Tabelle 36: Durchschnittliches Monatseinkommen (brutto)	35
Tabelle 37: Größe des Unternehmens	35
Tabelle 38: Arbeitszufriedenheit	36
Tabelle 39: Vorbereitung in verschiedenen Kompetenzbereichen	38
Tabelle 40: BA Medienbildung wieder studieren	39

Tabelle 41: BA Medienbildung empfehlenswert.....	39
Tabelle 42: Bewertung des BA-Studiums im Rückblick	40
Tabelle 43: Inhalte oder Aspekte im BA vermisst	40
Tabelle 44: Vorbereitet in verschiedenen Kompetenzbereichen durch MA	41
Tabelle 45: MA wieder studieren	43
Tabelle 46: MA Medienbildung empfehlenswert	43
Tabelle 47: Qualität MA und BA im Rückblick.....	44
Tabelle 48: Inhalte oder Aspekte im MA vermisst	44
Tabelle 49: Promotionspläne	45
Tabelle 50: Alter der Befragten	45
Tabelle 51: Geschlecht	45
Tabelle 52: Familienstand	46
Tabelle 53: Kinder.....	46

1. Einleitung

Studien zum beruflichen Verbleib von Absolventen¹ leisten einen wichtigen Beitrag zur Selbstevaluation und zur Qualitätsentwicklung von Hochschulen. Die Untersuchung, deren Ergebnisse hier im Überblick dokumentiert werden, beschäftigt sich mit der Berufseinmündung und der beruflichen Situation der Absolventen des BA- und des MA-Studiengangs *Medienbildung*.² Die Studie wurde im Sommersemester 2014 vorbereitet. Es handelt sich nach meinem Kenntnisstand um die erste Verbleibstudie, die sich auf Absolventen eines medienpädagogischen Studienangebotes konzentriert. Das Magdeburger Studienprogramm unterscheidet sich von anderen medienpädagogischen Hochschulcurricula vor allem dadurch, dass es sich nicht nur um einen Studienschwerpunkt innerhalb eines erziehungswissenschaftlichen Programmes handelt, sondern um je einen grundständigen Studiengang auf Bachelor- und auf Masterniveau. Inhaltlich und konzeptionell zeichnen sich die Studiengänge u.a. durch eine Fokussierung audiovisueller und digitaler Medien sowie eine Integration medieninformatischer Module im Pflichtbereich aus. Das Ziel der Studie war es, den beruflichen Verbleib aller bisherigen Absolventen der Medienbildung zu analysieren und auch eine rückblickende Einschätzung des Studiums an der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg (OVGU) zu erhalten. Trotz einiger formaler und inhaltlicher Besonderheiten unserer Studiengänge nehmen wir an, dass die Ergebnisse der Untersuchung auch Rückschlüsse darüber zulassen, in welche Arbeits- und Berufsfelder akademisch ausgebildete Medienpädagogen generell einmünden (können).

2. Das Sample und die methodische Anlage der Studie

Der Bachelorstudiengang *Medienbildung* wurde zum WS 2004/05 eingeführt. Bis zu dem für die Studie gewählten Stichtag (30.6.2014) hatten nach Angaben des zuständigen Prüfungsamtes 209 Studierende das Studium erfolgreich absolviert. Der Masterstudiengang *Medienbildung* wurde zum WS 2007/08 eingeführt, die Zahl der Absolventen lag bei 60.³ Von den Masterabsolventen haben 42 zuvor auch den BA Medienbildung absolviert, so dass die Grundgesamtheit 227 Personen umfasste. Angestrebt war eine Vollerhebung. Da im Studium die Kommunikation via E-Mail selbstverständlich ist, lag es nahe, für die Untersuchung ebenfalls die E-Mail-Kontakte zu verwenden (und keine klassischen Postadressen). Die vorhandenen E-Mail-Adressen wurden im Laufe des Sommersemesters 2014 überprüft, die meisten der nicht mehr aktuellen Kontakte konnten insbesondere durch Recherchen und Kontaktaufnahmen über die sozialen Netzwerke Xing, LinkedIn und Face-

¹ Zu besserer Lesbarkeit wird im Text auf die explizite Nennung beider Geschlechter verzichtet. Sofern nicht ausdrücklich auf das Geschlecht Bezug genommen wird, sind immer alle gemeint.

² Die offizielle Bezeichnung des Studiengangs lautete bis September 2012 „Medienbildung: visuelle Kultur und Kommunikation“. Auf Anregung der Akkreditierungskommission wurde sie dann geändert in „Medienbildung: audiovisuelle Kultur und Kommunikation“. Damit wurde die Bezeichnung den Inhalten angepasst, das Konzept und der Aufbau des Studiengangs blieben unverändert.

³ Zum Stichtag 30.6.2014 waren es 57 Absolventen, allerdings haben drei Absolventen des BA Medienbildung nach dem Stichtag, aber vor dem Ausfüllen des Fragebogens auch ihr Masterstudium abgeschlossen.

book aktualisiert werden. Bis Ende August 2014 ist es gelungen, aktuelle E-Mail-Adressen von 215 Absolventen zu recherchieren, bei den übrigen zwölf konnten die vorhandenen Adressen nicht sicher verifiziert werden (sie kamen vom entsprechenden Provider aber nicht als unzustellbar zurück).

Die Untersuchung wurde in Form einer Online-Befragung mit Hilfe des Tools SoSciSurvey.de realisiert. Bei der Entwicklung des Fragebogens habe ich mich insbesondere am Fragebogen-Muster des Kooperationsprojektes Absolventenstudien (KOAB) der Universität Kassel,⁴ dem Musterfragebogen für Bachelorabsolventen der TU Ilmenau und den Grundlagen einer Verbleibstudie der Universität Bielefeld (vgl. Nahrstedt, Timmermann & Brinkmann 1995) orientiert. Ergänzend wurde bei einzelnen Fragen auf zusätzliche Fachliteratur zurückgegriffen, bei den Fragen zur Arbeitszufriedenheit etwa auf von Rosenstiel (2000). Der Online-Fragebogen umfasste letztlich neun Fragebereiche mit insgesamt 83 Einzelfragen, allerdings gab es eine Reihe von Filterfragen, so dass niemand alle Fragen beantworten musste:

- Einstiegsfragen zu dem absolvierten Studiengang (bzw. den absolvierten Studiengängen)
- Fragen zur Situation vor dem Studium
- Fragen zum Studienverlauf des BA-Studiums Medienbildung
- Fragen zum Studienverlauf des MA-Studiums Medienbildung
- Fragen zur Situation unmittelbar nach dem Studium
- Fragen zur aktuellen beruflichen Situation
- Fragen zur letzten Beschäftigung (sofern aktuell arbeitssuchend, aber vorher berufstätig)
- Fragen im Rückblick auf das Studium in Magdeburg
- Angaben zur Person (Soziodemographie)

Der Fragebogen wurde im Juli und August 2014 zunächst als Offline-Fragebogen entwickelt und nach einem ersten Pretest (17.8.-21.8. mit vier Teilnehmenden) in eine Online-Version überführt. Es folgte ein Pretest des Onlinefragebogens (21.8.-30.8.14 mit zehn Teilnehmenden), der mit Hilfe von SoSciSurvey.de generiert und realisiert wurde. Nach einer weiteren Überarbeitung wurde der Fragebogen am 4.9.2014 freigeschaltet. Dazu wurde die bei SoSciSurvey.de implementierte Möglichkeit genutzt, ein E-Mail-Adressbuch anzulegen und an die dort eingetragenen Mailadressen per Serienmailfunktion individualisierte Zugangslinks für den Fragebogen zu versenden. Damit wurde verhindert, dass nicht berechnigte Personen den Fragebogen aufrufen und ausfüllen konnten, aber auch ein mehrmaliges Aufrufen und Ausfüllen durch ein und dieselbe Person war so nicht möglich. Nach zwölf und nach 24 Tagen wurden über die Serienmailfunktion des Tools Erinnerungsmails an diejenigen verschickt, die den Fragebogen bis dahin noch nicht ausgefüllt hatten. Der Befragungszeitraum endete nach vier Wochen am 3.10.2014.

Insgesamt haben 191 Personen den Fragebogen aufgerufen und zumindest teilweise ausgefüllt. Aufgrund zu vieler fehlender Angaben sind letztlich vier Datensätze ausgeschlossen und bei der Auswertung nicht berücksichtigt worden. Mit 187 Fällen beträgt die Ausschöpfungsquote des be-

⁴ Siehe http://koab.uni-kassel.de/images/jg12w1_fb_master_fertig.pdf, zuletzt geprüft am 1.9.2014.

reinigten Datensatzes 82,4%, was als sehr guter Wert anzusehen ist.⁵ Im Folgenden werden die Ergebnisse überblicksartig präsentiert. Dabei beschränke ich mich im Wesentlichen auf deskriptive statistische Berechnungen, die mit Hilfe von SPSS durchgeführt wurden. Die Gliederung folgt den o.g. Fragebereichen.

3. Absolvierter Studiengang

Da Medienbildung in Magdeburg sowohl als Bachelor- wie auch als Masterstudiengang angeboten wird, stellt sich zunächst die Frage, welchen der Studiengänge die Befragten absolviert haben.

Tabelle 1: Studiengangskombination

<i>In Magdeburg wird Medienbildung sowohl als Bachelor- als auch als Masterstudiengang angeboten. Geben Sie bitte hier an, welchen Studiengang bzw. welche Studiengänge Sie aufgenommen und ggf. auch bereits abgeschlossen haben</i>	Anzahl	Prozent
BA Medienbildung abgeschlossen, kein Masterstudium	70	37,4
BA Medienbildung abgeschlossen, aktuell in einem Masterstudiengang	44	23,5
BA und MA Medienbildung abgeschlossen	37	19,8
BA Medienbildung und anderen Masterstudiengang abgeschlossen	20	10,7
Anderen BA-Studiengang und MA Medienbildung abgeschlossen	16	8,6
Gesamt	187	100,0

Insgesamt haben gut 39% der Befragten einen Masterabschluss, weitere 23,5% studieren derzeit in einem Masterstudiengang, so dass eine Mehrheit von rund 63% sich mit dem Bachelorabschluss nicht zufrieden gibt und zusätzlich den Masterabschluss anstrebt oder bereits erworben hat.

An dieser Stelle bietet es sich an zu überprüfen, ob die Zusammensetzung der Stichprobe der Grundgesamtheit entspricht. Da uns über das Prüfungsamt der OVGU lediglich Zahlen zu den Magdeburger Absolventen zur Verfügung stehen, werden für einen Vergleich unserer Stichprobe und der Grundgesamtheit lediglich drei Gruppen gebildet: a) Absolventen, die (bisher) nur den BA-Studiengang Medienbildung abgeschlossen haben, b) Absolventen, die den BA und den MA Medienbildung abgeschlossen haben, und c) Absolventen, die lediglich den MA Medienbildung absolviert haben. Zur Prüfung der Repräsentativität unserer Stichprobe werden ergänzend die Kriterien Geschlecht und Abschlussjahr herangezogen.

⁵ Zum Vergleich: die Stichprobe der Absolventenstudie der Bielefelder Fakultät für Pädagogik umfasste 166 Fälle bei einer Grundgesamtheit von 249 Personen, was einer Ausschöpfungsquote von 66,7% entspricht (vgl. Nahrstedt, Timmermann & Brinkmann 1995, S. 10).

Tabelle 2: Repräsentativität der Stichprobe

		Grundgesamtheit		Stichprobe	
		Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Absolvierter Studiengang	(Bisher) nur BA Medienbildung abgeschlossen	167	73,6	134	71,7
	BA und MA Medienbildung abgeschlossen	42	18,5	37	19,8
	Nur MA Medienbildung abgeschlossen	18	7,9	16	8,6
Geschlecht	Weiblich	148	65,2	111	61,7
	Männlich	79	34,8	69	38,3
Jahr des Studienabschlusses BA	2007	16	7,7	13	7,7
	2008	29	13,9	19	11,3
	2009	51	24,4	40	23,8
	2010	32	15,3	27	16,1
	2011	20	9,6	15	8,9
	2012	28	13,4	25	14,9
	2013	23	11,0	21	12,5
	2014	10	4,8	8	4,8
Jahr des Studienabschlusses MA	2009	2	3,3	1	2,0
	2010	3	5,0	3	5,9
	2011	7	11,7	6	11,8
	2012	24	40,0	20	39,2
	2013	17	26,7	13	25,5
	2014	8	13,3	8	15,7

In unserer Stichprobe sind die männlichen Absolventen ein wenig überrepräsentiert, aber insgesamt zeigen sich in den berücksichtigten Kategorien nur relativ geringe Abweichungen zwischen der Stichprobe und der Grundgesamtheit. Daher gehe ich davon aus, dass die Stichprobe für die Gesamtgruppe der Absolventen bis zum 30.6.2014 als repräsentativ angesehen werden kann.

Tabelle 3: Anderen BA-Studiengang vor dem MA Medienbildung abgeschlossen

<i>Sie haben angegeben, dass Sie nicht den BA Medienbildung absolviert haben. Welchen Bachelorabschluss haben Sie?</i>	Prozent	Anzahl
Bildungswissenschaft; Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg	1,6	3
Kulturwissenschaften; Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg	1,1	2
Cultural Engineering – KWL; Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg	1,1	2
Medienwissenschaft; Philipps-Universität Marburg	0,5	1
Erziehungswissenschaft/Psychologie; Jena	0,5	1
Journalistik/Medienmanagement; FH Magdeburg-Stendal	0,5	1
Kommunikationswissenschaft und Germanistik; Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald	0,5	1
Literary, Cultural and Media Studies; Universität Siegen	0,5	1
Soziale Arbeit; Mönchengladbach	0,5	1
Pädagogik; TU Chemnitz	0,5	1
Communication and Cultural Management	0,5	1
Grafikdesign	0,5	1

Von den befragten Masterabsolventen haben 16 zuvor nicht Medienbildung, sondern einen anderen BA-Studiengang studiert. Es zeigt sich, dass sieben von ihnen einen Bachelorstudiengang an der OVGU absolviert haben, neun kommen von einer anderen Hochschule. Das bedeutet, von den Masterabsolventen in unserer Stichprobe haben 15% ihren Bachelor anderswo erworben. Der Anteil externer Studierender ist in den letzten Jahren aber deutlich gestiegen, so dass wir künftig mehr Masterabsolventen haben werden, die vorher nicht in Magdeburg studiert haben. Eine mögliche Erklärung für diese Entwicklung ist, dass wir in Magdeburg relativ früh den BA-Studiengang und dann auch den MA-Studiengang eingerichtet haben, so dass es in den ersten Jahren des Bestehens noch relativ wenig andere Bachelorabsolventen gab, die als Bewerber für den MA Medienbildung in Frage gekommen wären.

Tabelle 4: Anderen MA-Studiengang nach dem BA Medienbildung abgeschlossen

<i>Sie haben angegeben, dass Sie nach dem BA Medienbildung einen anderen Masterstudiengang abgeschlossen haben. Welchen Masterabschluss haben Sie erworben?</i>	Prozent	Anzahl
Multimedia Production; FH Kiel	2,7	5
Medienwissenschaft; Humboldt Universität zu Berlin	1,6	3
Elektronische Medien; HdM Stuttgart	1,1	2
Kommunikations- und Medienwissenschaft; Universität Leipzig	1,1	2
Wirtschaftskommunikation; HTW Berlin	1,1	2
Design Studies; Kunsthochschule Halle (Saale)	0,5	1
Kulturwissenschaftliche Medienforschung; Bauhaus Universität Weimar	0,5	1
Medienkommunikation; TU Chemnitz	0,5	1
Medienkultur; Bauhaus Universität Weimar	0,5	1
Medien- und Kommunikationswissenschaft; TU Ilmenau	0,5	1
Medienwissenschaft; Universität Hamburg	0,5	1

20 Teilnehmer der Studie haben angegeben, nach dem BA Medienbildung einen anderen Masterstudiengang absolviert zu haben. Keiner davon hat sich für ein Masterstudium an der OVGU entschieden. Angesichts der gewählten Studiengänge an anderen Hochschulen ist das nicht verwunderlich, da alle ein medienbezogenes Masterprogramm ausgewählt haben, und an der Magdeburger Universität gibt es in dem Bereich kein anderes Masterangebot außer dem Studiengang Medienbildung. Ein Blick auf die externen Masterstudiengänge, in denen unsere BA-Absolventen derzeit noch studieren, ergibt im Wesentlichen das gleiche Bild. Lediglich ein Absolvent nennt einen nicht medienbezogenen Masterstudiengang (Pädagogik und Management in der Sozialen Arbeit).

Tabelle 5: Anderen MA-Studiengang nach dem BA Medienbildung begonnen (noch im Studium)

Sie haben angegeben, nach dem BA Medienbildung ein anderes Masterstudium aufgenommen zu haben. Welchen Masterstudiengang studieren Sie aktuell?	Prozent	Anzahl
Kommunikations- und Medienwissenschaften; Universität Leipzig	1,1	2
Medienwissenschaft; HU Berlin	1,1	2
Corporate Media; Leipzig	0,5	1
Information, Medien, Bibliothek; Hamburg	0,5	1
Kommunikations- und Medienwissenschaft [keine Ortsangabe]	0,5	1
Angewandte Medienforschung [keine Ortsangabe]	0,5	1
Kulturwissenschaftliche Medienforschung; Bauhaus Universität Weimar	0,5	1
Medien und Kommunikation; Augsburg	0,5	1
Medienkommunikation; TU Chemnitz	0,5	1
Medientechnik und Kommunikation; TU Braunschweig	0,5	1
Medienwissenschaften [keine Ortsangabe]	0,5	1
Multimedia Production; FH Kiel	0,5	1
Pädagogik und Management in der Sozialen Arbeit; FH Köln	0,5	1

4. Situation vor dem Studium

Tabelle 6: Art der Studienberechtigung

Welche Art der Studienberechtigung hatten Sie bei der Aufnahme Ihres ersten Studiums?	Anzahl	Prozent
Allgemeine Hochschulreife	182	97,8
Fachhochschulreife	2	1,1
Erwerb der Hochschulzugangsberechtigung im Ausland	2	1,1
Gesamt	186	100,0

Mit welchen Voraussetzungen sind unsere Absolventen in die Hochschule gekommen? Die ganz überwiegende Mehrheit verfügt über die allgemeine Hochschulreife, andere Studienberechtigungen spielen eine nachgeordnete Rolle. Allerdings hat nur gut die Hälfte direkt im Anschluss an das Abitur ein Studium aufgenommen. Eine abgeschlossene Berufsausbildung bringen 13,4% mit.

Tabelle 7: Zwischen Abitur und erstem Studium (Mehrfachnennung möglich)

<i>Was haben Sie nach dem Erwerb Ihrer Hochschulzugangsberechtigung und vor Aufnahme Ihres ersten Studiums gemacht? (N=187)</i>	Antworten	Prozent
Direkt im Anschluss an das Abi (im gleichen Jahr) ein Studium aufgenommen	97	52,2
Wehrdienst oder Zivildienst geleistet	47	25,3
Freiwilliges soziales Jahr gemacht	5	2,7
Berufsausbildung abgeschlossen	14	7,5
Praktikum gemacht	25	13,4
Auslandsaufenthalt (z.B. Au-pair, Work and Travel)	12	6,5
Sonstiges	13	7,0
Gesamt	213	114,5

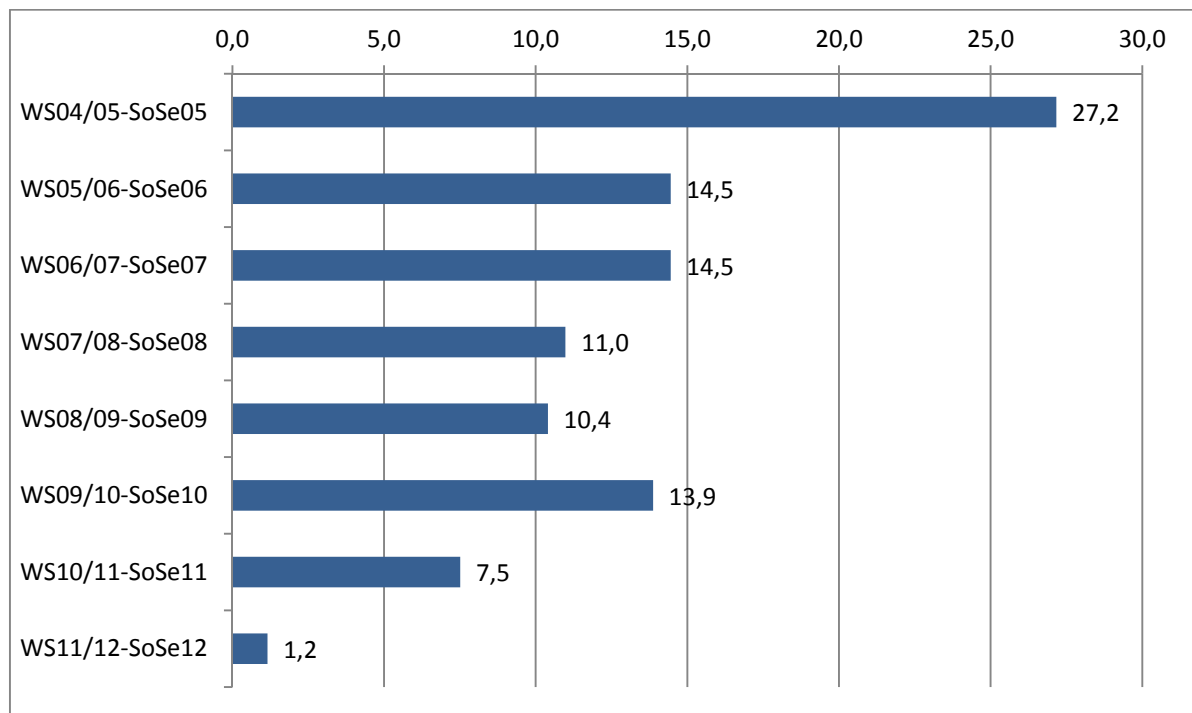
Wie werden die Studierenden auf das Magdeburger Studienangebot aufmerksam? Fast zwei Drittel der Befragten haben den Studiengang (BA oder MA) bei eigenen Recherchen im Internet entdeckt, bei über 30% haben aber (auch) Bekannte oder Freunde eine Mittlerfunktion übernommen.

Tabelle 8: Auf Medienbildung aufmerksam geworden (Mehrfachnennung möglich)

<i>Wodurch sind Sie auf den Studiengang Medienbildung aufmerksam geworden? (N=186)</i>	Antworten	Prozent
Eigene Internetrecherche	119	64,0
Bekannte, Freunde	58	31,2
Studienberatung Agentur für Arbeit	7	3,8
Eltern, Verwandte	10	5,4
Info-Veranstaltung der Uni Magdeburg	10	5,4
Zeitung	19	10,2
Zeitschrift/Magazin (z.B. Uni-Spiegel, ZEIT-Campus)	5	2,7
Sonstiges	10	5,4

Bei der folgenden Frage nach dem Jahr des Studienbeginns in Magdeburg ist zu berücksichtigen, dass vom WS 2004/05 bis zum Sommersemester 2007 nur der Bachelorstudiengang angeboten wurde.⁶ Die ersten drei Balken in Abbildung 1 repräsentieren also nur Bachelorabsolventen.

⁶ Immatrikuliert wird im BA regulär nur jeweils zum Wintersemester, einzelne Studiengangswechler sind aber auch zum Sommersemester eingestiegen. Beim Masterstudiengang Medienbildung können sich Interessierte zum Winter- oder zum Sommersemester bewerben. Die Option des Studienbeginns im Sommersemester wird bislang überwiegend von Absolventen des BA Medienbildung genutzt, die ihre Bachelorprüfung im Wintersemester ablegen und die Möglichkeit nutzen, direkt im Anschluss das Masterstudium zu beginnen.

Abbildung 1: Studienbeginn Medienbildung (Antworten in Prozent) (n=173)

Die größte Gruppe bilden diejenigen, die gleich im ersten Durchgang das Studium aufgenommen haben. Dies lässt sich damit erklären, dass es bei diesem Durchgang keine Zulassungsbeschränkung gab und wir uns dann zu Beginn des WS 2004/05 mit 123 Erstsemestern im neuen BA-Studiengang konfrontiert sahen. Da dies die Lehr- und Betreuungskapazität deutlich überschritt, wurde im Folgejahr eine örtliche Zulassungsbeschränkung von 35 Studienplätzen pro Jahr eingeführt.

Woher kommen diejenigen, die in Magdeburg den BA- und/oder den MA-Studiengang Medienbildung absolviert haben? Der Übersichtlichkeit halber haben wir die Antworten gruppiert, indem wir die neuen Bundesländer (ohne Sachsen-Anhalt und Berlin) zu einer Gruppe und die alten Bundesländer zu den drei Gruppen Nord-, Süd- und mittleres Deutschland zusammengefasst haben (vgl. Tab. 9).

Mehrheitlich kommen die Studierenden aus Sachsen-Anhalt (65,1 %), es folgen die übrigen neuen Bundesländer (12,4 %). Aus Norddeutschland kommen 8,6 %, wobei hiervon die meisten aus Niedersachsen stammen, das an Sachsen-Anhalt angrenzt. Auf das mittlere Deutschland entfallen 6,5 %, auf Berlin 4,3 % und auf Süddeutschland 2,2 %. Der vergleichsweise niedrige Anteil von Studierenden mit ausländischer Herkunft (1,1 %) erklärt sich vor allem durch den Umstand, dass es sich um ein deutschsprachiges Studienprogramm handelt.

Tabelle 9: Herkunft

<i>Wo haben Sie vor Aufnahme des Medienbildung-Studiums gelebt?</i>	Anzahl	Prozent
Sachsen-Anhalt	121	65,1
Andere neue Bundesländer (Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern Sachsen, Thüringen)	23	12,4
Norddeutschland (Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein)	16	8,6
Mittleres Deutschland (Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland)	12	6,5
Berlin	8	4,3
Süddeutschland (Bayern, Baden-Württemberg)	4	2,2
Ausland	2	1,1
Gesamt	186	100,2

5. Studienverlauf des Bachelorstudiums Medienbildung

Im Folgenden wird anhand einiger Eckdaten aufgezeigt, wie das BA-Studium Medienbildung bei den Absolventen verlaufen ist. Zuerst geht es um die Frage, in welchem Jahr sie das Studium abgeschlossen haben.

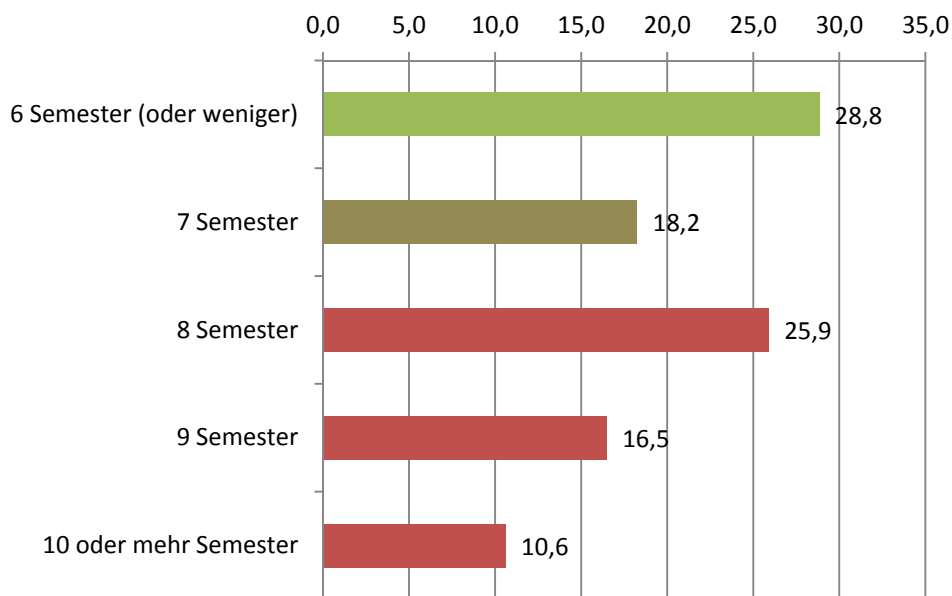
Tabelle 10: Abschlussjahr BA Medienbildung

<i>In welchem Jahr haben Sie dieses Bachelorstudium abgeschlossen?</i>	Anzahl	Prozent
2007	13	7,7
2008	19	11,3
2009	40	23,8
2010	27	16,1
2011	15	8,9
2012	25	14,9
2013	21	12,5
2014	8	4,8
Gesamt	168	100,0

Die Regelstudienzeit des Bachelorstudiengangs beträgt sechs Semester. Bei der Frage nach der Studiendauer bis zum Bachelorabschluss zeigt sich, dass die Mehrzahl der Absolventen das Studium

nicht in dieser Zeit abgeschlossen hat. Fasst man diejenigen, die für das Studium sechs oder sieben Semester benötigt haben, zusammen, dann umfasst diese Gruppe mit 47% zumindest fast die Hälfte der Bachelorabsolventen.

Abbildung 2: Studiendauer BA Medienbildung in Semestern (Angaben in Prozent) (n=170)



Interessant ist, welche Gründe die betreffenden Befragten dafür angeben, dass sie mehr als sechs Semester bis zum Bachelorabschluss benötigt haben. Die häufigsten Nennungen entfallen auf eine Erwerbstätigkeit parallel zum Studium (43%). Daneben gibt es einen nennenswerten Anteil von Absolventen, denen die Regelstudienzeit nicht wichtig war (gut 37%) oder die sich bewusst Zeit gelassen haben (26,4%). Auf Defizite in der Studienorganisation verweisen immerhin 22,3%. Dies sind überdurchschnittlich häufig Absolventen, die zwischen 2004/05 und 2006/07 das Studium aufgenommen haben und damit in der Zeit studierten, als die große Kohorte des ersten Jahrgangs die für den Studiengang Verantwortlichen vor besondere Herausforderungen stellte.

Die Antworten in Tabelle 11 wurden nach Häufigkeit absteigend sortiert. Nimmt man die Angaben zu den Urlaubssemestern (vgl. Tab. 13) zu den in Tab. 11 dokumentierten Gründen für die Überschreitung der Regelstudienzeit hinzu, dann entsteht der Eindruck, dass eine Erwerbstätigkeit oder auch zusätzliche bzw. längere Praktika von vielen nicht zum Anlass genommen wurden, sich ein oder zwei Semester lang offiziell vom Studium beurlauben zu lassen.⁷

⁷ Im Juni 2008 ist die Rahmenordnung für ein individuelles Teilzeitstudium an der OVGU verabschiedet worden, welche die Möglichkeit eröffnet, auf Antrag ein Teilzeitstudium mit der Hälfte der regelmäßigen Prüfungsleistungen zu absolvieren und damit zugleich die Regelstudienzeit entsprechend zu verlängern. Bislang liegen mir keine Informationen darüber vor, in welchem Umfang von dieser Regelung Gebrauch gemacht wird. Ich vermute aber, dass die Rahmenordnung nur wenigen Studierenden bekannt ist und kaum in Anspruch genommen wird.

Tabelle 11: Gründe für Überschreitung der Regelstudienzeit im BA (n=121)

<i>Sie haben angegeben, dass Sie das Bachelorstudium nicht in der Regelstudienzeit (6 Semester) abgeschlossen haben. Was war der Grund bzw. was waren die wesentlichen Gründe dafür? (Mehrfachnennung möglich)</i>	Antworten	Prozent
Erwerbstätigkeit	52	43,0
Regelstudienzeit war mir nicht wichtig	45	37,2
Bewusstes Zeitlassen beim Studium	32	26,4
Zusätzliche (oder längere) Praktika	31	25,6
Eigene Probleme bei der Organisation des Studiums	28	23,1
Defizite in der Studienorganisation der Hochschule	27	22,3
Finanzierungsprobleme	24	19,8
Anderes	18	14,9
Probleme bei der Bewältigung der Informatik-Module	14	11,6
Ehrenamtliches Engagement außerhalb der Hochschule	14	11,6
Gesundheitliche Gründe	8	6,6
Probleme bei der Bewältigung anderer Studien- oder Prüfungsleistungen	6	5,0
Schwangerschaft und/oder Kindererziehung	2	1,7
Hochschulpolitisches Engagement	2	1,7
Unzureichende Betreuung oder fachliche Beratung	2	1,7
Studienfachwechsel oder Ortswechsel	1	0,8

Der Anteil derjenigen, die während des Bachelorstudiums im Ausland waren, ist mit etwa 7,5% recht gering. Vor dem Hintergrund der Angaben zu den Gründen für die Überschreitung der Regelstudienzeit liegt die Vermutung nahe, dass eher Zeit in Erwerbsarbeit oder auch in zusätzliche oder längere Praktika als in Auslandsaufenthalte investiert wird.

Tabelle 12: Auslandsaufenthalte im BA

<i>Waren Sie während des Bachelor-Studiums im Ausland? Urlaub zählt hier nicht!</i>	Anzahl	Prozent
Nein	158	92,4
Ja – Auslandsstudium	1	0,6
Ja – Auslandspraktikum	6	3,5
Ja – Sprachkurs im Ausland	2	1,2
Ja – sonstiges	4	2,3
Gesamt	171	100,0

Es gibt verschiedene Gründe, ein Studium zu unterbrechen, viele davon werden auch für die Beantragung von Urlaubssemestern anerkannt (z.B. gesundheitliche Gründe, Ableistung eines Praktikums, ein Studienaufenthalt im Ausland, Gremienarbeit, Schwangerschaft oder die Pflege von Angehörigen). Von den befragten Absolventen des BA Medienbildung haben gut 15% das Studium für ein Semester unterbrochen, aber nicht alle haben dafür formell eine Beurlaubung beantragt.

Tabelle 13: Urlaubssemester im BA

Haben Sie während des Bachelor-Studiums offizielle Urlaubssemester eingelegt?	Anzahl	Prozent
Nein	144	84,7
Ja, ein Urlaubssemester	18	10,6
Ja, zwei oder mehr Urlaubssemester	0	0,0
Kein offizielles Urlaubssemester, habe aber ein Semester ausgesetzt	8	4,7
Kein offizielles Urlaubssemester, aber zwei oder mehr Semester ausgesetzt	0	0,0
Gesamt	170	100,0

6. Studienverlauf des Masterstudiums

Auch zum Masterstudium wurden einige Eckdaten erhoben, die einen Einblick in den Verlauf des Studiums bei den Absolventen erlauben. Bei den ersten Fragen sind nicht nur die Absolventen des MA Medienbildung adressiert worden, sondern auch diejenigen, die nach dem BA in Magdeburg ein anderes Masterstudium abgeschlossen haben. Zunächst wurde gefragt, wie gut sich die Masterabsolventen durch ihr Bachelorstudium auf das Masterstudium vorbereitet fühlten.

Tabelle 14: BA als Vorbereitung auf das MA-Studium

Wie gut fühlen bzw. fühlten Sie sich durch Ihr Bachelorstudium (bzw. erstes Studium) auf das anschließende Masterstudium vorbereitet? Bitte eine Einschätzung zwischen „sehr schlecht“ (1) und „sehr gut“ (5) abgeben.

	alle		BA und MA MVK		anderer BA, MA MVK		BA MVK, anderer MA	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
1 (sehr schlecht)	1	1,4	0	0,0	0	0,0	1	5,0
2	10	14,1	4	11,4	4	25,0	2	10,0
3	12	16,9	2	5,7	3	18,8	7	35,0
4	33	46,5	19	54,3	6	37,5	8	40,0
5 (sehr gut)	15	21,1	10	28,6	3	18,8	2	10,0
Gesamt	71	100,0	35	100,0	16	100,0	20	100,0
Keinen MA abgeschlossen	114							

Insgesamt geben zwei Drittel der Befragten an, sich durch ihr BA-Studium gut (4) bis sehr gut (5) auf das folgende Masterstudium vorbereitet zu fühlen. Dabei gibt es Unterschiede zwischen den drei Typen von Masterabsolventen, die es in der Stichprobe gibt: Die Absolventen des BA Medienbildung fühlen sich erwartungsgemäß im Durchschnitt häufiger gut (4) oder sehr gut (5) auf den MA Medienbildung vorbereitet als diejenigen, die vor dem MA Medienbildung ein anderes BA-Studium absolviert haben, und auch als diejenigen, die nach dem BA Medienbildung an einer anderen Hochschule ihren Masterabschluss erworben haben. Aber auch die Angaben der Wechsler sind überwiegend im neutralen bis positiven Bereich der Skala angesiedelt.

Auch die Frage nach der Studiendauer im Master wurde allen Masterabsolventen und auch denjenigen gestellt, die nach dem BA Medienbildung einen anderen Masterstudiengang abgeschlossen haben. Nach den Gründen für die Überschreitung der Regelstudienzeit wurden allerdings nur die Absolventen des Magdeburger MA gefragt. Der Anteil der Absolventen, die beim Masterstudium die Regelstudienzeit (von vier Semestern) eingehalten haben, ist noch geringer als bei den Bachelorabsolventen. Wenn man diejenigen, die in vier und in fünf Semestern das Studium beendet haben, zusammenfasst, kommt man für die Variante innerhalb der Regelstudienzeit plus eins aber auf einen ähnlichen Wert wie bei den Bachelorabsolventen, nämlich 47,3%.

Tabelle 15: Studiendauer im Master

<i>Nach wie vielen Semestern haben Sie das Masterstudium abgeschlossen? Sollten Sie mehr als einen Masterabschluss erworben haben, dann beziehen Sie sich bitte hier und im Folgenden nur auf den ersten Masterabschluss bzw. auf den MA Medienbildung</i>	Anzahl	Prozent
4 Semester (oder weniger)	13	18,1
5 Semester	21	29,2
6 Semester	24	33,3
7 Semester	4	5,6
8 Semester oder mehr	10	13,9
Gesamt	72	100,0

Bei der Frage nach den Gründen ergibt sich für die Magdeburger Absolventen ein ähnliches Bild wie im Bachelor: Am häufigsten wird eine Erwerbstätigkeit neben dem Studium genannt (46,7%). Jeweils gut 31% geben an, dass ihnen die Regelstudienzeit nicht wichtig war oder dass sie sich beim Studieren bewusst Zeit gelassen haben. Defizite in der Studienorganisation führen lediglich sechs Personen als Grund an.

Tabelle 16: Gründe für die Überschreitung der Regelstudienzeit im MA Medienbildung (n=42)

<i>Sie haben angegeben, dass Sie das Masterstudium Medienbildung nicht in der Regelstudienzeit (4 Semester) abgeschlossen haben. Was war der Grund bzw. was waren die wesentlichen Gründe dafür? (Mehrfachnennung möglich)</i>	Antworten	Prozent
Erwerbstätigkeit	21	46,7
Regelstudienzeit war mir nicht wichtig	14	31,1
Bewusstes Zeitlassen beim Studium	14	31,1
Finanzierungsprobleme	12	26,7
Eigene Probleme bei der Organisation des Studiums	9	20,0
Ehrenamtliches Engagement außerhalb der Hochschule	9	20,0
Probleme bei der Bewältigung von Studien- oder Prüfungsleistungen	8	17,8
Defizite in der Studienorganisation der Hochschule	6	13,3
Zusätzliche Praktika	5	11,1
Sonstiges	5	11,1
Gesundheitliche Gründe	4	8,9
Studienfachwechsel oder Ortswechsel	2	4,4
Schwangerschaft und/oder Kindererziehung	1	2,2
Gesamt	110	244,4

Die Frage zu eventuellen Auslandsaufenthalten wurde wiederum allen Masterabsolventen gestellt, die sich anschließende Frage nach eventuellen Urlaubssemestern nur den Absolventen des MA Medienbildung. Der Anteil der Masterabsolventen, die während des Masterstudiums im Ausland waren, liegt mit gut 12% etwas höher als bei den Bachelorabsolventen.

Tabelle 17: Auslandsaufenthalte MA (n=73)

<i>Waren Sie während des Masterstudiums im Ausland? Urlaub zählt hier nicht! (Mehrfachnennung möglich)</i>	Antworten	Prozent
Nein	64	87,7
Ja – Auslandsstudium	4	5,5
Ja – Auslandspraktikum	4	5,5
Ja – Sprachkurs im Ausland	3	4,1
Ja – Sonstiges	0	0,0
Gesamt	75	102,7

Offizielle Urlaubssemester und auch nicht formell beantragte Unterbrechungen des Studiums sind bei den Masterabsolventen dagegen seltener als bei den Bachelorabsolventen.

Tabelle 18: Urlaubssemester im MA Medienbildung

<i>Haben Sie während des Masterstudiums offizielle Urlaubssemester eingelegt?</i>	Anzahl	Prozent
Nein	46	88,5
Ja, ein Urlaubssemester	3	5,8
Ja, zwei oder mehr Urlaubssemester	0	0,0
Kein offizielles Urlaubssemester, habe aber ein Semester ausgesetzt	2	3,8
Kein offizielles Urlaubssemester, habe aber zwei oder mehr Semester ausgesetzt	1	1,9
Gesamt	52	100,0

7. Situation nach Studienabschluss

In diesem Abschnitt steht die Situation nach Beendigung des Studiums – und damit der Übergang in das Berufsleben – im Mittelpunkt des Interesses. Die Filter im Online-Fragebogen waren so programmiert, dass Absolventen des BA Medienbildung, die zum Zeitpunkt der Befragung noch in einem Masterstudiengang studierten, diesen Frageblock nicht beantworten mussten und konnten.

Tabelle 19: Art der Beschäftigung nach dem Studium (n=143)

Welche Art von Beschäftigung haben Sie unmittelbar nach dem Abschluss Ihres (letzten) Studiums aufgenommen? (Mehrfachnennung möglich)	Anzahl	Prozent	davon zugleich arbeitssuchend (n)
Regulär berufstätig als Angestellte/r	63	44,1	5
Freiberufliche/selbstständige Beschäftigung	31	21,7	5
Gelegenheitsjob	12	8,4	5
Volontariat	11	7,7	1
Praktikum	31	21,7	7
Fort- oder Weiterbildung	4	2,8	1
Promotionsvorhaben begonnen	6	4,2	
Beschäftigung als Trainee	4	2,8	
Geringfügige Beschäftigung	9	6,3	1
Arbeitssuchend	29	20,3	
Sonstiges	11	7,7	1

Immerhin 44% der Befragten geben an, direkt im Anschluss an das Studium bereits als Angestellte/r beschäftigt gewesen zu sein. Der Anteil der Arbeitssuchenden liegt insgesamt bei etwas über 20%. Die Mehrzahl derjenigen, die sich als arbeitssuchend bezeichnen, gibt aber daneben eine Tätigkeit an, mit der offenbar sowohl die Zeit bis zum Finden einer passenden Beschäftigung überbrückt als auch ein Beitrag zum Lebensunterhalt und z.T. auch zum erfolgreichen Übergang in eine längerfristige Berufstätigkeit geleistet werden soll.

Wie lange dauert es, bis die Absolventen ihre erste Beschäftigung finden, die nicht nur übergangsweise ausgeübt wird (wie ein Minijob), und inwiefern gelingt ein Berufseinstieg mit Hilfe von Praktika, Volontariaten oder anderen Formen der Beschäftigung? Die größte Teilgruppe bilden mit 27,5% diejenigen, die nach dem Studium eine berufliche Tätigkeit fortführen, der sie schon während des Studiums nachgegangen sind. Den Übergang ins Berufsleben haben sie zum Zeitpunkt des Studienabschlusses also quasi schon vollzogen. Knapp 17% haben innerhalb eines Monats nach Beendigung des Studiums eine Stelle oder Beschäftigung gefunden, gut 20% geben an, dass es ein bis sechs Monate gedauert hat. Insgesamt haben danach gut 64% der Absolventen innerhalb von einem halben Jahr nach dem Studienabschluss eine Beschäftigung gefunden, die sie nicht mehr als Übergangstätigkeit ansehen.

Auf der anderen Seite können Praktika und auch Volontariate die Brücke zu einer festen Anstellung bilden. Immerhin 15% der Absolventen sind im Anschluss an ein Praktikum und 7% im Anschluss an ein Volontariat eingestellt worden.

Tabelle 20: Übergang in die erste Stelle/Beschäftigung (n=142)

<i>Wie lange hat es nach Abschluss des Studiums gedauert, bis Sie Ihre erste Stelle gefunden haben bzw. Ihre erste Beschäftigung (ggf. auch freiberuflich) aufnehmen konnten? Mit Stelle oder Beschäftigung sind nicht (studienferne) Jobs oder Tätigkeiten gemeint, denen Sie nur übergangsweise nachgehen oder nachgegangen sind (z.B. Praktika). Mehrfachnennung möglich (bei Bedarf)</i>	Antworten	Prozent
hatte Stelle/Beschäftigung schon im Studium	39	27,5
im Anschluss an ein Praktikum eingestellt worden	21	14,8
im Anschluss an ein Volontariat übernommen worden	10	7,0
innerhalb eines Monats Stelle/Beschäftigung gefunden	24	16,9
ein bis unter drei Monate auf der Suche	13	9,2
drei bis unter sechs Monate auf der Suche	15	10,6
sechs bis zwölf Monate auf der Suche	15	10,6
mehr als zwölf Monate auf der Suche	10	7,0
bisher keine Stelle/Beschäftigung gefunden	7	4,9
nach dem Studium keine Berufstätigkeit angestrebt	4	2,8
Sonstiges	10	7,0

Welcher Art von beruflichen Tätigkeiten gehen die Absolventen im Anschluss an ihr Studium nach? Der Fragebogen enthielt eine offene Frage zur Bezeichnung der ersten beruflichen Tätigkeit, die nachträglich kategorisiert wurde.

Tabelle 21: Erste berufliche Tätigkeit (n=113)

<i>Bitte geben Sie eine Bezeichnung für die berufliche Tätigkeit an, die Sie nach dem Studium als erste ausgeübt haben (z.B. Bildungsreferent, Communitymanager, Journalistin, wissenschaftliche Mitarbeiterin...). Offene Frage, Antworten wurden nachträglich kategorisiert</i>	Anzahl	Prozent
Pädagogische Tätigkeit (z.B. Jugendbildungsreferent)	20	17,7
Geschäftliche Tätigkeit (z.B. Assistenz Geschäftsführung)	11	9,7
Wissenschaftliche Tätigkeit (z.B. Wiss. Mitarbeiter)	10	8,8
Journalistische/publizistische Tätigkeit (z.B. Journalist)	13	11,5
Tätigkeit im Marketing (z.B. Online Marketing Manager)	15	13,3
IT-bezogene Tätigkeit (z.B. IT Projektassistentin)	7	6,2
Tätigkeit im Projektmanagement (z.B. Projektmanager)	14	12,4
Medienproduktion/-gestaltung (z.B. Video Producer)	17	15,0
Nicht zugeordnet (z.B. Existenzgründer, Trainee)	6	5,3
Gesamt	113	100,0

Die Übersicht (vgl. Tab 21) dokumentiert eine recht große Vielfalt an Tätigkeits- bzw. Berufsfeldern. Dabei wird kein Schwerpunkt erkennbar, der sich quantitativ von den anderen deutlich abhebt.

Die Befragten wurden weiterhin gebeten, eine Einschätzung abzugeben, welche Bedeutung eine Reihe von Aspekten für den Einstieg in das Berufsleben hatte. Da die Tabelle recht komplex ist, gebe ich hier ein Lesebeispiel für die erste Zeile: 26 Befragte geben an, dass für sie der Punkt „klassische Bewerbung auf ausgeschriebene Stelle“ nicht zutrifft (Spalte ganz rechts), 105 Befragte haben die Wichtigkeit des Punktes für das Finden der ersten Stelle auf einer Rating-Skala mit den Enden 1 und 5 eingeschätzt. Von den Antworten entfallen 64 (also 61%) auf die beiden Werte 4 (wichtig) und 5 (sehr wichtig). Als Mittelwert der Angaben wurde 3,61 errechnet.

Die abgefragten Punkte wurden in Tabelle 22 absteigend nach dem Mittelwert sortiert, so dass die Tabelle mit den im Durchschnitt wichtigsten Punkten beginnt. Zwar hat offenbar die klassische Bewerbung auf eine ausgeschriebene Stelle die größte Relevanz, allerdings scheinen Arbeitsverhältnisse, die bereits während des Studiums bestanden, eine ähnlich wichtige Rolle zu spielen. Es gibt offenbar nicht den einen Königsweg in den Beruf, sondern unterschiedliche Optionen. Immerhin erreichen fünf der abgefragten Punkte in der Spalte „4 & 5 (in %)“ Werte von 50 oder mehr Prozent und sieben Punkte einen Mittelwert von $\geq 3,0$.

Tabelle 22: Wichtig für das Finden der ersten Stelle/Beschäftigung

<i>Wie wichtig waren die folgenden Punkte für das Finden der ersten Stelle/Beschäftigung? Bitte jeweils eine Einschätzung zwischen „unwichtig“ (1) und „sehr wichtig“ (5) abgeben.</i>	Antworten	Mittelwert	4 & 5 (Anzahl)	4 & 5 (in %)	trifft nicht zu (Anzahl)
Klassische Bewerbung auf ausgeschriebene Stelle	105	3,61	64	61,0	26
Arbeitsverhältnis/Job während des Studiums	107	3,52	59	55,1	23
Andere berufliche Erfahrungen (z.B. vor dem Studium)	111	3,41	57	51,4	19
Freiwilliges Praktikum	97	3,40	49	50,5	35
Kontakte/Erfahrungen aus Studienprojekten	96	3,20	48	50,0	34
Pflichtpraktikum im Studium	110	3,12	48	43,6	21
Initiativbewerbung	89	3,00	38	42,7	40
Hilfe von Freunden oder Bekannten	104	2,78	38	36,5	27
Ehrenamtliches Engagement	88	2,60	27	30,7	40
Kontakte über ein soziales Netzwerk (z.B. Xing)	93	2,24	17	18,3	37
Hilfe von Eltern oder Verwandten	90	1,98	11	12,2	39
Bewerbung um Projektmittel oder Aufträge	61	1,61	7	11,5	69
Vermittlung durch Bundesagentur für Arbeit	66	1,29	0	0,0	63

Es zeigt sich auch, dass nicht zuletzt solche Punkte bei der Berufseinmündung von recht hoher Bedeutung sind, die andererseits als wesentliche Gründe dafür angegeben werden, warum das Studium nicht in der Regelstudienzeit abgeschlossen wurde (Arbeitsverhältnis während des Studiums, freiwillige Praktika). Auch die starke Projektorientierung, die insbesondere das BA-Studium der Medienbildung kennzeichnet und die aus Sicht der Studiengangverantwortlichen primär hochschuldidaktisch begründet ist, wird von 50% der Absolventen als wichtig oder sehr wichtig für den Einstieg in das Berufsleben angesehen. Weitgehend ohne Bedeutung bleiben Vermittlungsbemühungen durch die Bundesagentur für Arbeit.

Mit der letzten Frage in diesem Komplex wurde ermittelt, wie viele Bewerbungen die Absolventen geschrieben haben, bis sie ihre erste Zusage bekommen haben. Die Antworten dokumentieren auch hier sehr unterschiedliche Erfahrungen. Während gut 17% gar keine Bewerbung geschrieben haben, geben knapp 13% an, dass sie über 20 Bewerbungen geschrieben haben, bis sie erfolgreich waren.

Tabelle 23: Anzahl Bewerbungen

<i>Wie viele Bewerbungen haben Sie geschrieben, bis Sie die erste Stelle/Beschäftigung/Zusage bekommen haben?</i>	Anzahl	Prozent
Keine	23	17,4
Eine	24	18,2
Zwei bis fünf	33	25,0
Sechs bis zehn	11	8,3
Elf bis 20	24	18,2
Über 20	17	12,9
Gesamt	132	100,0

8. Aktuelle Berufssituation

Wie kann nun die aktuelle berufliche Situation der Absolventen beschrieben werden? Die erste Antwort lautet, dass 92,5% zum Zeitpunkt der Befragung berufstätig sind, 4,5% geben an, dass sie derzeit arbeitssuchend sind, und 2,9% sind aus persönlichen Gründen nicht berufstätig.

Tabelle 24: Aktuelle Situation

<i>Sind Sie aktuell in irgendeiner Form berufstätig? Oder waren Sie berufstätig und können Fragen zur Berufstätigkeit mit dem Wissen aus der letzten Stelle beantworten?</i>	Anzahl	Prozent
Habe aktuell eine Stelle/Beschäftigung	124	92,5
Bin derzeit arbeitssuchend, kann aber Fragen zu meiner letzten Beschäftigung beantworten	4	3,0
Bin derzeit arbeitssuchend und möchte keine Fragen zur letzten Beschäftigung beantworten	2	1,5
Bin derzeit aus persönlichen Gründen nicht berufstätig, kann aber Fragen zu meiner letzten Beschäftigung beantworten	1	0,7
Bin derzeit aus persönlichen Gründen nicht berufstätig und möchte keine Fragen zur letzten Beschäftigung beantworten	3	2,2
Gesamt	134	100,0

Von denen, die zum Befragungszeitpunkt arbeitssuchend oder aus persönlichen Gründen nicht berufstätig waren, haben lediglich fünf Personen angegeben, dass sie Fragen zur letzten Beschäftigung beantworten würden. Im Fragebogen war für diese Fälle ein entsprechender Frageblock vorgesehen, der inhaltlich dem zur aktuellen beruflichen Situation entsprach. Auf eine Auswertung wurde aufgrund der geringen Fallzahl aber verzichtet.

Gut 80% der Befragten sind im Rahmen einer Vollzeitbeschäftigung berufstätig, knapp 14% geben eine Teilzeitstelle an, wobei die Angaben zur wöchentlichen Arbeitszeit zwischen 16 und 35 Stunden liegen.

Tabelle 25: Stellenumfang

Welchen Umfang hat Ihre derzeitige Stelle/Beschäftigung?	Anzahl	Prozent
Vollzeitarbeitsstelle bzw. Vollzeitbeschäftigung	99	80,5
Teilzeitarbeitsstelle	17	13,8
Sonstiges (z.B. auftragsabhängig)	7	5,7
Gesamt	123	100,0

Als Art der Beschäftigung geben 79% eine Berufstätigkeit als Angestellte/r an. Beachtenswert erscheint der Anteil derjenigen, die hier eine freiberufliche bzw. selbstständige Tätigkeit angeben (10,5%). In der Verbleibstudie der Fakultät für Pädagogik der Universität Bielefeld wurden lediglich 4% der Befragten als *freiberuflich tätig* identifiziert (vgl. Nahrstedt, Timmermann & Brinkmann 1995, S. 30). In der groß angelegten Studie, bei der zwischen 2000 und 2003 die Absolventen universitärer erziehungswissenschaftlicher Hauptfachstudiengänge untersucht wurden, lag der Anteil der freiberuflich Tätigen bundesweit bei 9,6% (Diplomabsolventen) bzw. 11,2% (Magisterabsolventen) (vgl. Fuchs 2004, S. 80) – also auf einem ähnlichen Niveau wie bei unseren Absolventen.

Tabelle 26: Art der Beschäftigung

Welcher Art von Beschäftigung gehen Sie derzeit nach?	Anzahl	Prozent
Berufstätigkeit als Angestellte/r	98	79,0
Freiberufliche/selbstständige Tätigkeit	13	10,5
Volontariat	5	4,0
Beschäftigung als Trainee	3	2,4
Sonstiges	5	4,0
Gesamt	124	100,0

Etwa zwei Drittel (65,9%) der Absolventen geben an, unbefristet beschäftigt zu sein, 34,1% haben eine befristete Beschäftigung.

Tabelle 27: Befristung der Stelle

Ist Ihre derzeitige Arbeitsstelle befristet?	Anzahl	Prozent
Nein, unbefristet	81	65,9
Ja, befristet (max. 6 Monate)	6	4,9
Ja, befristet (max. 1 Jahr)	18	14,6
Ja, befristet (max. 2 Jahre)	10	8,1
Ja, befristet (über 2 Jahre)	8	6,5
Gesamt	123	100,0

Wenn man die Angaben zum Stellenumfang und zur Befristung verknüpft, dann sind immerhin 58,2% unserer Absolventen unbefristet und in Vollzeit beschäftigt. Rechnet man dabei die freiberuflich Tätigen, die eine unbefristete Vollzeitbeschäftigung angeben, heraus, dann treffen die Merkmale „unbefristet“ und „Vollzeit“ auf 52,2% der Befragten zu. Der erwähnten bundesweiten Studie zufolge waren 2001 lediglich 46,8% der Magister- und 46,0% der Diplomabsolventen (ohne Selbstständige) unbefristet und in Vollzeit beschäftigt (vgl. Fuchs 2004, S. 81).

Tabelle 28: Stellenwechsel

<i>Die wievielte Stelle/Beschäftigung nach Ihrem Studium ist Ihre derzeitige Stelle?</i>	Anzahl	Prozent
1. Stelle/Beschäftigung	75	60,5
2. Stelle/Beschäftigung	33	26,6
3. Stelle/Beschäftigung	14	11,3
4. Stelle/Beschäftigung oder mehr	2	1,5
Gesamt	124	100,0

Knapp 40% der Befragten haben bereits mindestens einmal die Stelle gewechselt, eine Mehrheit von gut 60% ist nach wie vor auf der ersten Stelle.

Die Gründe für einen Stellenwechsel sind vielfältig, besonders häufig werden inhaltliche (53,1%), finanzielle Aspekte (44,9%) und Status-Aspekte (40,8%) angeführt.

Tabelle 29: Gründe für Stellenwechsel (n=49)

<i>Sie haben angegeben, schon mindestens einmal die Stelle/Beschäftigung gewechselt zu haben. Welche Gründe waren dafür ausschlaggebend? (Mehrfachnennung möglich)</i>	Antworten	Prozent
Vorherige Stelle war befristet	13	26,5
Bessere Bezahlung, höheres Einkommen	22	44,9
Interessantere Aufgaben, Arbeitsinhalte	26	53,1
Mehr Verantwortung, höhere berufliche Position	20	40,8
Bessere Arbeitsbedingungen (z.B. Arbeitszeiten, Arbeitsumgebung)	12	24,5
Sicherheit des Arbeitsplatzes	7	14,3
Attraktiverer Arbeitsort	9	18,4
Andere Gründe	11	22,4
Gesamt	120	244,9

Bis hierher standen formale Merkmale der aktuellen beruflichen Situation im Fokus, im Folgenden wende ich mich den Berufstätigkeiten und dem Berufsfeld der Absolventen zu. Analog zur Bezeichnung der ersten beruflichen Tätigkeit wurde die aktuelle Berufsbezeichnung in Form einer offenen Frage erhoben. Die Antworten wurden nachträglich kategorisiert, wobei die gleichen Kategorien verwendet werden konnten wie bei der Frage zur ersten Tätigkeit, die in Tabelle 30 zum Vergleich ebenfalls nochmal mit angeführt werden. Auch bei der aktuellen Berufsbezeichnung wird eine große Vielfalt an Tätigkeiten erkennbar. Im Vergleich zur ersten Stelle ist bei der aktuellen Beschäftigung vor allem der Anteil derjenigen gestiegen, die im Bereich Medienproduktion und Mediengestaltung tätig sind (von 15 auf 24,6%), was zugleich die größte Gruppe darstellt. Mehrheitlich würde man die Berufstätigkeiten von ihren Bezeichnungen her als nicht-pädagogische einstufen. Die Frage, ob man vor diesem Hintergrund von fachfremden bzw. dem Studium nicht adäquaten Tätigkeiten sprechen kann, sollte aber nicht vorschnell beantwortet werden.

Tabelle 30: Aktuelle Berufstätigkeit (n=122)

<i>Wie ist Ihre aktuelle Berufsbezeichnung?</i> <i>Offene Frage, Antworten wurden nachträglich kategorisiert</i>	Aktuelle Stelle		Erste Stelle	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Pädagogische Tätigkeit (z.B. Fachdozent berufl. Bildung)	17	13,9	20	17,7
Geschäftliche Tätigkeit (z.B. Account Manager)	13	10,7	11	9,7
Wissenschaftliche Tätigkeit (z.B. Wiss. Mitarbeiter)	6	4,9	10	8,8
Journalistische/publizistische Tätigkeit (z.B. Journalist)	19	15,6	13	11,5
Tätigkeit im Marketing (z.B. Online Marketing Manager)	13	10,7	15	13,3
IT-bezogene Tätigkeit (z.B. IT Consultant)	9	7,4	7	6,2
Tätigkeit im Projektmanagement (z.B. Projektmanager)	10	8,2	14	12,4
Medienproduktion/-gestaltung (z.B. Leitung Medienproduktion)	30	24,6	17	15,0
Nicht zugeordnet (z.B. Angestellter im Tourismus)	5	4,1	6	5,3
Gesamt	122	100,0	113	100,0

Wenn man diese Frage bejahen würde, müsste man beispielsweise erwarten, dass die Absolventen sich durch ihr Studium nicht hinreichend auf die aktuelle berufliche Tätigkeit vorbereitet fühlen. Das ist aber nicht der Fall. Vielmehr zeigt sich, dass sich insgesamt knapp die Hälfte (44,3%) gut (4) oder sehr gut (5) vorbereitet fühlen. Die meisten Angaben entfallen auf den mittleren Wert 3, als Mittelwert wurde 3,3 errechnet.

Tabelle 31: Studium als Vorbereitung auf aktuelle Tätigkeit

Wie gut fühlen Sie sich insgesamt durch das Medienbildung-Studium auf Ihre aktuelle Tätigkeit vorbereitet? Bitte eine Einschätzung zwischen „sehr schlecht“ (1) und „sehr gut“ (5) abgeben

	Alle		BA Medienbildung ohne Master		BA und MA Medienbildung abgeschlossen	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
1 (sehr schlecht)	4	3,3	4	6,3	0	0,0
2	19	15,6	10	15,9	3	10,0
3	45	36,9	25	39,7	6	20,0
4	41	33,6	17	27,0	16	53,3
5 (sehr gut)	13	10,7	7	11,1	5	16,7
Gesamt	122	100,0	63	100,0	30	100,0

Interessanterweise fühlen sich diejenigen, die den BA- und den MA-Studiengang Medienbildung absolviert haben, im Durchschnitt deutlich besser auf die aktuelle Berufstätigkeit vorbereitet (Mittelwert: 3,8) als diejenigen, die nur den BA-Studiengang abgeschlossen haben.

In welchen Arbeits- bzw. Berufsfeldern sind die Absolventen tätig? Um einen Einblick in den „mehrdimensionalen Raum beruflicher Felder“ (Nahrstedt, Timmermann & Brinkmann 1995, S. 26) zu erhalten, wurde eine Zuordnung der aktuellen Beschäftigung zu einer Branche erbeten. Der weitaus größte Anteil entfällt mit über 53% auf den Bereich Information, Kommunikation und Medien, gefolgt von Bildung und Erziehung (13,7%).

Tabelle 32: Branche

<i>Welcher Branche bzw. welchem Bereich kann Ihre aktuelle Stelle/Beschäftigung zugeordnet werden? Hier ist nur eine Auswahl möglich – bitte entscheiden, was am ehesten zutrifft</i>	Anzahl	Prozent
Bildung und Erziehung	17	13,7
Gesundheitswesen	1	0,8
Sozialer Bereich	6	4,8
Kunst, Kultur, Unterhaltung	5	4,0
Öffentliche Verwaltung, Behörde	2	1,6
Information, Kommunikation, Medien	66	53,2
Wissenschaft, Forschung	4	3,2
Handel, Banken, Versicherungen	8	6,5
Sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen	9	7,3
Andere Branche	6	4,8
Gesamt	124	100,0

Im nächsten Schritt wurde gefragt, bei welcher Art von Organisation oder Unternehmen die Befragten beschäftigt sind. Die weitaus meisten Personen sind bei Wirtschaftsunternehmen beschäftigt (über 70%), knapp 15% sind bei öffentlichen Trägern und gut 8% bei (sonstigen) freien Trägern angestellt.

Meine Vermutung im Vorfeld der Studie war, dass bei unseren Absolventen der Anteil derjenigen, die Berufsfelder erschließen, die Hugger (2008) als Randbereiche des medienpädagogischen Arbeitsmarktes bezeichnet hat, oder auch Berufsfelder, die als nicht-pädagogisch charakterisiert werden können, größer ist als bei den Absolventen anderer erziehungswissenschaftlicher Studiengänge. Diese Vermutung bestätigt sich durch alle bis hierher vorgestellten Daten, und zwar in einem überraschend hohen Ausmaß.⁸

Tabelle 33: Art der Organisation bzw. des Unternehmens

<i>Bei welcher Art von Organisation oder Unternehmen sind Sie beschäftigt?</i>	Anzahl	Prozent	Diplom & Magister 2003 ⁹
Wirtschaftsunternehmen	85	70,2	26,1%
Kirche, Wohlfahrtsverband	3	2,5	17,6%
Sonstiger freier/gemeinnütziger Träger	10	8,3	24,3%
Öffentlicher Träger (Bund, Land, Stadt, Gemeinde ...)	18	14,9	26,0%
Sonstiges	5	4,1	6,1%
Gesamt	121	100,0	100,0

Dies kann einerseits als Bestätigung dafür angesehen werden, dass es Pädagogen (hier Medienpädagogen) zunehmend gelingt, Berufsfelder in der Privatwirtschaft zu erschließen und dort auch professionell zu arbeiten (vgl. Nittel & Marotzki 1997; Bittkau-Schmidt 2009). Andererseits lassen diese Ergebnisse die Vermutung zu, dass die Formel „Keine Bildung ohne Medien“ zwar im bildungspolitischen Raum angekommen ist (vgl. <http://www.keine-bildung-ohne-medien.de/>), aber in den verschiedenen Bildungseinrichtungen noch nicht zu einer breiten Nachfrage nach entsprechend qualifizierten Fachkräften geführt hat.

Ergänzend zur offenen Frage nach der aktuellen Berufsbezeichnung, die ebenfalls Rückschlüsse auf die Art der Tätigkeiten im Beruf erlauben, wurden die Befragten gebeten einzuschätzen, wie viel sie mit ausgewählten Aufgabenbereichen zu tun haben (Ratingskala von 1 bis 5). Immerhin zwei Drittel

⁸ Fuchs berichtet auf der Basis der Daten der erwähnten bundesweiten Absolventenstudie, dass 24% der Absolventen erziehungswissenschaftlicher Magisterstudiengänge und 11% der erziehungswissenschaftlichen Diplomstudiengänge 2003 in nicht-pädagogischen Arbeitsfeldern beschäftigt waren (vgl. Fuchs 2004, S. 84).

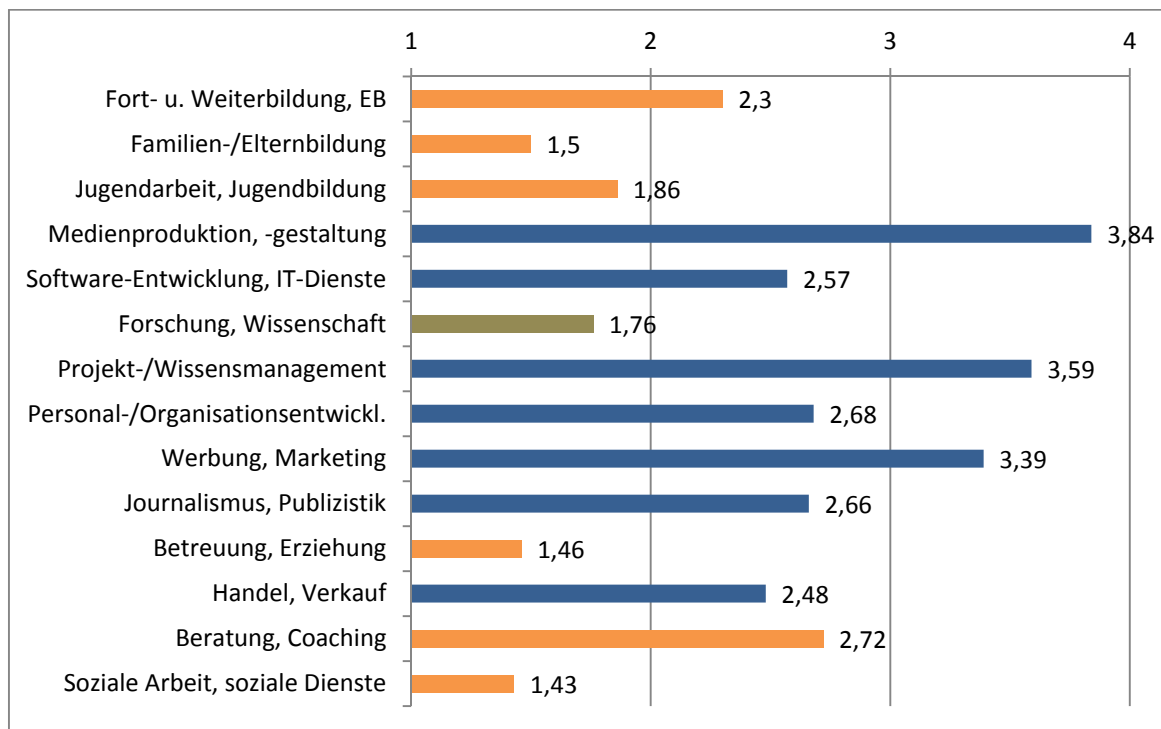
⁹ Zum Vergleich habe ich in der rechten Spalte die Daten der bundesweiten Studie zu den Arbeitgebern der Absolventen erziehungswissenschaftlicher Diplom- und Magisterstudiengänge aus dem Jahr 2003 (vgl. Fuchs 2004, S. 84) eingefügt, die eine gänzlich andere Verteilung aufweisen.

der Absolventen haben beruflich viel oder sehr viel mit der Produktion bzw. Gestaltung von Medien zu tun (Mittelwert 3,84). Daneben spielen Tätigkeiten im Bereich Projekt- und Wissensmanagement sowie Aufgaben im Bereich Werbung und Marketing eine besonders große Rolle. Von den im engeren Sinne pädagogischen Tätigkeitsbereichen kommt der Beratung und dem Coaching die größte Bedeutung zu (knapp ein Drittel haben damit beruflich viel oder sehr viel zu tun), gefolgt von der Erwachsenen- und Weiterbildung.

Tabelle 34: Art der Tätigkeiten (Angaben in %)

<i>Wie viel haben Ihre beruflichen Tätigkeiten mit den folgenden Aufgaben- bzw. Tätigkeitsbereichen zu tun? Bitte jeweils eine Einschätzung zwischen „gar nichts“ (1) und „sehr viel“ (5) abgeben</i>	4 (viel)	5 (sehr viel)	4 & 5 (Summe)
Medienproduktion, -gestaltung	24,4	42,3	66,7
Projekt-/Wissensmanagement	27,6	34,1	61,8
Werbung, Marketing	18,9	32,8	51,6
Beratung, Coaching	18,7	13,8	32,5
Personal-/Organisationsentwicklung	16,4	14,8	31,1
Journalismus, Publizistik	15,0	15,8	30,8
Software-Entwicklung, IT-Dienste	13,1	14,8	27,9
Handel, Verkauf	10,7	16,5	27,3
Fort- u. Weiterbildung, EB	10,6	14,6	25,2
Jugendarbeit, Jugendbildung	10,2	7,6	17,8
Forschung, Wissenschaft	9,2	3,4	12,6
Soziale Arbeit, soziale Dienste	5,1	3,4	8,5
Betreuung, Erziehung	4,9	3,3	8,2
Familien-/Elternbildung	2,5	3,3	5,8

Zur Veranschaulichung dieser Befunde werden in Abbildung 3 die Mittelwerte zum Gewicht der genannten Aufgaben- und Tätigkeitsbereiche in einem Balkendiagramm dokumentiert, in dem zugleich die eher pädagogischen von den eher nicht-pädagogischen Tätigkeiten farblich unterschieden werden.

Abbildung 3: Art der Tätigkeiten (Mittelwerte)

Wir haben gesehen, dass von den bisherigen Absolventen rund 65% vor Aufnahme des Medienbildung-Studiums in Sachsen-Anhalt gelebt haben (vgl. Tabelle 9). In welchem Bundesland haben diejenigen, die aktuell berufstätig sind (und nicht noch in einem Masterprogramm studieren), ihre Beschäftigung gefunden?

In Tabelle 35 wird ersichtlich, dass immerhin ein Drittel in Sachsen-Anhalt berufstätig ist, was zugleich die größte Gruppe darstellt. Auf Rang zwei folgt Berlin, wo ein Viertel der berufstätigen Absolventen arbeitet. Rechnet man all diejenigen zusammen, die zum Befragungszeitpunkt in den neuen Bundesländern (ohne Berlin) arbeiten, so kommt man auf 45,2% der Absolventen.

Tabelle 35: Derzeitiger Arbeitsort und Herkunft nach Bundesland

* In welchem Bundesland befindet sich Ihre derzeitige Arbeitsstelle? (Persönlicher Arbeitsort, nicht Firmensitz) ** Wo haben Sie vor Aufnahme des Medienbildungs-Studiums gelebt? (Filter: nur die aktuell Berufstätigen)	* Akt. Arbeitsort		** Herkunft	
	Anzahl	Prozent	Anzahl	Prozent
Ausland	7	5,6	1	0,8
Baden-Württemberg	4	3,2	3	2,4
Bayern	2	1,6	1	0,8
Berlin	31	25,0	6	4,9
Brandenburg	4	3,2	4	3,3
Hessen	3	2,4	0	0,0
Hamburg	4	3,2	0	0,0
Mecklenburg-Vorpommern	2	1,6	1	0,8
Niedersachsen	5	4,0	8	6,5
Nordrhein-Westfalen	8	6,5	7	5,7
Sachsen	9	7,3	5	4,1
Sachsen-Anhalt	41	33,1	83	67,5
Schleswig-Holstein	4	3,2	0	0,0
Thüringen	0	0,0	4	3,3
Gesamtsumme	124	100,0	123	100,0

Das monatliche Bruttoeinkommen der Absolventen fällt recht unterschiedlich aus. Knapp ein Drittel verdient zum Befragungszeitpunkt weniger als 2.000 Euro brutto, immerhin knapp 27% erreichen monatlich mehr als 3.000 Euro. Die Unterschiede sind unter anderem bedingt durch den Stellenumfang (wöchentliche Arbeitszeit). Niemand mit einer Teilzeitstelle erreicht ein Einkommen, das monatlich 2.500 Euro überschreitet, allerdings sind unter denen, die weniger als 1.500 Euro brutto verdienen, auch elf Vollzeit-Beschäftigte.

Wesentliche Unterschiede zwischen Absolventen, die lediglich einen Bachelorabschluss haben, und denen, die auch ein Masterstudium absolviert haben, sind nicht auszumachen. Allerdings zeigt sich in den Daten bei den höheren Monatseinkommen ein Zusammenhang zum Abschlussjahr des Studiums. Der Bachelorabschluss jener Absolventen, die aktuell mehr als 3.500 Euro verdienen, liegt durchweg mehr als vier Jahre zurück (2010 oder früher).

Tabelle 36: Durchschnittliches Monatseinkommen (brutto) (n=119)

	Anzahl	Prozent
Bis 1.000 Euro	9	5,9
1.001 bis 1.500 Euro	14	11,8
1.501 bis 2.000 Euro	18	15,1
2.001 bis 2.500 Euro	22	18,5
2.501 bis 3.000 Euro	24	20,2
3.001 bis 3.500 Euro	19	16,0
Über 3.500 Euro	13	10,9

Fast 30% der Absolventen arbeiten in Unternehmen oder Organisationen, die bezogen auf ihre Mitarbeiterzahl von 10 bis unter 50 Personen als *kleine Unternehmen* eingestuft werden können, und immerhin gut 16% sind in *Kleinstunternehmen* mit weniger als zehn Mitarbeitern beschäftigt. Knapp 24% sind bei *mittleren Unternehmen* (50 bis unter 250 Mitarbeiter) und etwas über 30% bei *Großunternehmen* mit über 250 Mitarbeitern beschäftigt.

Tabelle 37: Größe des Unternehmens

Anzahl Mitarbeiter	Anzahl	Prozent
Unter 10	20	16,4
10 bis 49	36	29,5
50 bis 99	14	11,5
100 bis 250	15	12,3
250 bis 499	13	10,7
500 oder mehr	24	19,7
Gesamt	122	100,0

Ein Konstrukt, mit dem die Einstellung eines Beschäftigten gegenüber seiner Arbeit betrachtet wird, ist das der Arbeitszufriedenheit. Arbeitszufriedenheit beruht auf einem Vergleich zwischen der realen und der erwünschten Arbeitssituation und umfasst eine Reihe unterschiedlicher Aspekte. In Anlehnung an von Rosenstiel (2000, S. 394f.) wird hier davon ausgegangen, dass u.a. folgende Punkte von Bedeutung für die Zufriedenheit mit der Arbeit sind: Kollegen, Arbeitsinhalt, Führung, Bezahlung, Arbeitsbedingungen, Sozialleistungen, Anerkennung, Status, Förderung, Verantwortung, Sicherheit und Entfaltungsmöglichkeiten.

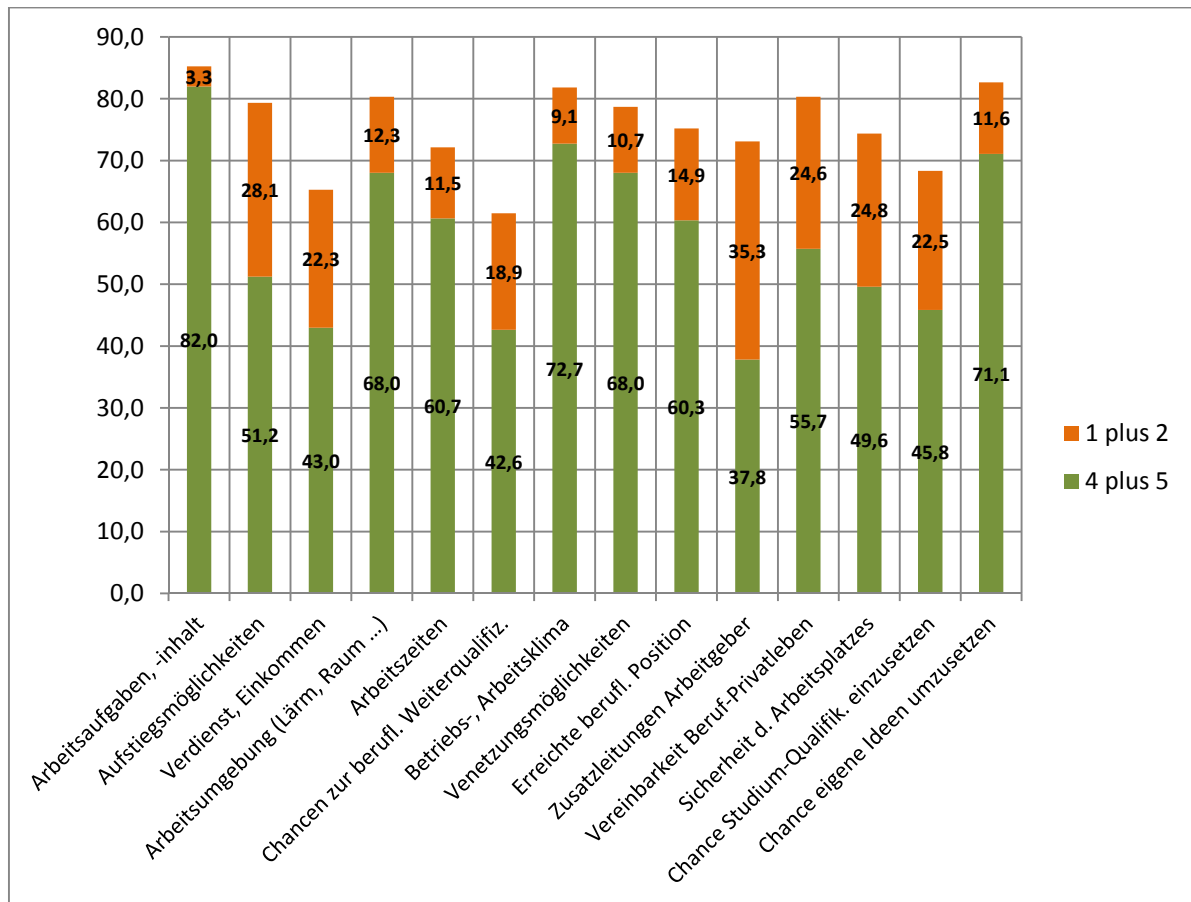
Tabelle 38: Arbeitszufriedenheit

<i>Wie zufrieden sind Sie mit folgenden Aspekten Ihrer derzeitigen beruflichen Stelle/Beschäftigung? Bitte jeweils eine Einschätzung zwischen „sehr unzufrieden“ (1) und „sehr zufrieden“ (5) abgeben</i>	Mittelwert
Arbeitsaufgaben, Arbeitsinhalt	4,18
Betriebs-, Arbeitsklima	4,04
Chance eigene Ideen umzusetzen	3,94
Vernetzungsmöglichkeiten	3,92
Arbeitsumgebung (Lärm, Raum ...)	3,84
Arbeitszeiten	3,80
Erreichte berufliche Position	3,63
Vereinbarkeit Beruf-Privatleben	3,49
Aufstiegsmöglichkeiten	3,34
Sicherheit des Arbeitsplatzes	3,42
Chance im Studium erworbene Qualifikationen einzusetzen	3,35
Verdienst, Einkommen	3,26
Chancen zur beruflichen Weiterqualifizierung	3,33
Zusatzleistungen Arbeitgeber	2,98

Die Angaben in Tabelle 38 wurden nach dem Mittelwert absteigend sortiert. Die höchsten Zufriedenheitswerte geben unsere Absolventen beim Punkt *Arbeitsaufgaben/-inhalt* an. Der Mittelwert der Angaben auf einer 5-stufigen Ratingskala mit den Enden 1 (sehr unzufrieden) und 5 (sehr zufrieden) liegt hier bei 4,18. Ebenfalls Mittelwerte nahe 4 erreichen die Punkte *Betriebs- bzw. Arbeitsklima* (4,04), die *Möglichkeiten, eigene Ideen umzusetzen* (3,94) und die *Vernetzungsmöglichkeiten* (3,92).

Neben den in Tabelle 38 dargestellten Mittelwerten werden in Abbildung 4 die jeweils aufaddierten positiven (4 und 5) und negativen (1 und 2) Bewertungen der einzelnen Aspekte gegenübergestellt. Lediglich bei einem Punkt, den *Zusatzleistungen der Arbeitgeber*, liegt der Mittelwert knapp unter 3. Es ist das einzige Item, bei dem mehr Personen den niedrigsten Wert (1: n=20) als den höchsten Wert (5: n=15) angekreuzt haben.

Abbildung 4: Arbeitszufriedenheit: Vergleich der positiven und negativen Bewertungen (in Prozent)



9. Rückblick auf das Studium der Medienbildung

Abschließend wenden wir uns der Frage zu, wie die Absolventen das Studium in Magdeburg im Rückblick bewerten. Zunächst geht es um das BA-Studium Medienbildung und die Einschätzung, wie gut oder schlecht sich die Befragten in ausgewählten Kompetenzbereichen ausgebildet fühlen.¹⁰ Anders als im Fragebogen, werden die Items hier den Dimensionen Methodenkompetenz, Sozialkompetenz und Selbstkompetenz zugeordnet. Neben den Schlüsselkompetenzen wurden mit zwei Items auch Einschätzungen zu fachlichen Kompetenzen erhoben.

Besonders hohe Mittelwerte, die – aus Sicht der Befragten – auf eine gute (4) bis sehr gute (5) Vorbereitung hinweisen, finden wir in der Dimension Methodenkompetenz bei den Punkten *eigene Ergebnisse oder Produkte präsentieren* (4,29) und *neue Ideen entwickeln und umsetzen* (3,99), in

¹⁰ Unsere Items orientieren sich am Fragebogen-Muster des Kooperationsprojektes Absolventenstudien (KO-AB) der Universität Kassel, der für die Absolventenbefragung 2014 (Erstbefragung) verwendet wurde. Materialien zum KOAB-Projekt sind verfügbar unter <http://koab.uni-kassel.de/downloads.html> (zuletzt geprüft: 3.3.2015).

der Dimension Sozialkompetenz bei der *Team- und Kooperationsfähigkeit* (4,39) und der *Kommunikationsfähigkeit* (4,18), sowie in der Dimension der Selbstkompetenz beim Punkt *Selbstständigkeit* (4,25).

Tabelle 39: Vorbereitung in verschiedenen Kompetenzbereichen

<i>Wie gut fühlen Sie sich durch den BA Medienbildung in folgenden Kompetenzbereichen ausgebildet bzw. auf das (Berufs-) Leben vorbereitet? Bitte jeweils eine Einschätzung zwischen „sehr schlecht“ (1) und „sehr gut“ (5) abgeben</i>	Mittelwert
Methodenkompetenz:	
Ergebnisse/Produkte präsentieren	4,29
Neue Ideen entwickeln/umsetzen	3,99
Denken in Zusammenhängen	3,88
Organisation, Management	3,75
Analytische Fähigkeiten	3,52
Vermittlungskompetenz	3,47
Sozialkompetenz:	
Team-/Kooperationsfähigkeit	4,39
Kommunikationsfähigkeit	4,18
Das Können anderer mobilisieren	3,45
Konflikt-/Durchsetzungsfähigkeit	3,13
Selbstkompetenz:	
Selbstständigkeit	4,25
Zielorientiert arbeiten	3,89
Belastbarkeit	3,88
Sich auf veränderte Umstände einstellen	3,72
Eigene Wissenslücken erkennen/schließen	3,66
Fachkompetenz:	
Medien-Skills, IT-Skills	3,65
Beherrschung des Faches (Medienbildung)	3,52

Ob die Absolventen im Rückblick ein eher positives oder eher negatives Bild vom Studium haben, lässt sich gut an den Antworten zu den Fragen ablesen, ob sie den Studiengang noch einmal studieren und ob sie ihn Bekannten empfehlen würden. Insgesamt kann man die Rückmeldungen als überwiegend positiv einstufen.

Tabelle 40: BA Medienbildung wieder studieren

<i>Würden Sie den BA Medienbildung nach Ihren Erfahrungen wieder studieren? Bitte eine Einschätzung zwischen „auf keinen Fall“ (1) und „auf jeden Fall“ (5) abgeben</i>	Anzahl	Prozent
1 (auf keinen Fall)	1	0,6
2	20	12,5
3	43	26,9
4	50	31,3
5 (auf jeden Fall)	46	28,8
Gesamt	160	100,0

Der Mittelwert beträgt 3,75.

Tabelle 41: BA Medienbildung empfehlenswert

<i>Würden Sie Freunden oder Bekannten mit ähnlichen Interessen wie Sie empfehlen, den BA Medienbildung zu studieren? Bitte eine Einschätzung zwischen „auf keinen Fall“ (1) und „auf jeden Fall“ (5) abgeben</i>	Anzahl	Prozent
1 (auf keinen Fall)	1	0,6
2	20	12,0
3	40	24,1
4	54	32,5
5 (auf jeden Fall)	51	30,7
Gesamtsumme	166	100,0

Der Mittelwert beträgt 3,81.

Darüber hinaus wurden die Absolventen gebeten, die Qualität ausgewählter Aspekte des BA-Studiums auf einer Skala von 1 (sehr schlecht) bis 5 (sehr gut) einzuschätzen. Besonders positiv werden die Aktualität der Studieninhalte, die Kontakte zu den Mitstudierenden, die Projektmöglichkeiten im Studium sowie die fachliche Beratung und Betreuung durch die Dozenten bewertet. Im Durchschnitt etwas schlechter fallen vor allem die Bewertungen der Vielfalt des Lehrangebotes, die zeitliche Koordination der Lehrveranstaltungen und die Unterstützung und Betreuung bei Praktika aus.

Einige Bewertungen ändern sich in Abhängigkeit vom Jahr des Studienabschlusses. Die Unterstützung und Betreuung bei Praktika beispielsweise wird von den Absolventen der ersten Jahrgänge deutlich schlechter bewertet als von den Absolventen ab 2011. Insgesamt steigt der Mittelwert von 2,83 (Absolventen 2007) auf 3,86 (Absolventen 2014), was wir darauf zurückführen, dass ab 2008 ein spezielles Begleitseminar zum Praktikum eingerichtet und nach und nach konzeptionell optimiert wurde.

Tabelle 42: Bewertung des BA-Studiums im Rückblick

<i>Wie bewerten Sie aus heutiger Sicht die folgenden Aspekte Ihres BA-Studiums Medienbildung? Bitte für die genannten Aspekte jeweils eine Einschätzung zwischen „sehr schlecht“ (1) und „sehr gut“ (5) abgeben</i>	Mittelwert
Aktualität der Studieninhalte	4,29
Kontakte zu Mitstudierenden	4,25
Projektmöglichkeiten im Studium	4,15
Fachliche Beratung und Betreuung durch Dozenten	4,04
Stadt, Campus, studentisches Leben	3,81
Qualität der Vermittlung der Lehrinhalte durch die Dozenten	3,80
Ausstattung (Bibliothek, Hörsäle, Labore ...)	3,80
Art und Organisation der Prüfungen	3,66
Möglichkeiten zur individuellen Schwerpunktsetzung	3,57
Aufbau und Struktur des Studiums	3,47
Vielfalt des Lehrangebots	3,36
Zeitliche Koordination der Lehrveranstaltungen	3,34
Unterstützung und Betreuung bei Praktika	3,16
Qualität des BA insgesamt gesehen	3,76

Gefragt wurde weiterhin, ob die Absolventen des BA Medienbildung Themen oder Aspekte im Studium vermisst haben. 45% der Befragten verneinen das, 55% sagen ja und nutzen überwiegend auch das offene Antwortfeld, um ihre Anregungen zu übermitteln. Sie sind so vielfältig, dass eine differenzierte Auswertung an dieser Stelle nicht möglich ist. Einige hätten sich vor allem mehr Input in den Bereichen Betriebswirtschaft, Marketing oder Recht gewünscht, andere aber mehr Veranstaltungen zu grundlegenden Medientheorien und zu Forschungsmethoden. Eine Kategorisierung der Angaben steht derzeit noch aus.

Tabelle 43: Inhalte oder Aspekte im BA vermisst

Gibt es Themen oder Aspekte, die Sie im BA-Studium vermisst haben?	Anzahl	Prozent
Nein	72	45,0
Ja, und zwar: ...	88	55,0
Gesamt	160	100,0

Auch die Absolventen des MA-Studiengangs Medienbildung wurden gebeten, im Rückblick eine Einschätzung ihrer Studienerfahrungen und der Qualität des Studiums vorzunehmen. Die Fragen waren weitgehend identisch mit denen für die BA-Absolventen. Den Anfang machte auch hier die

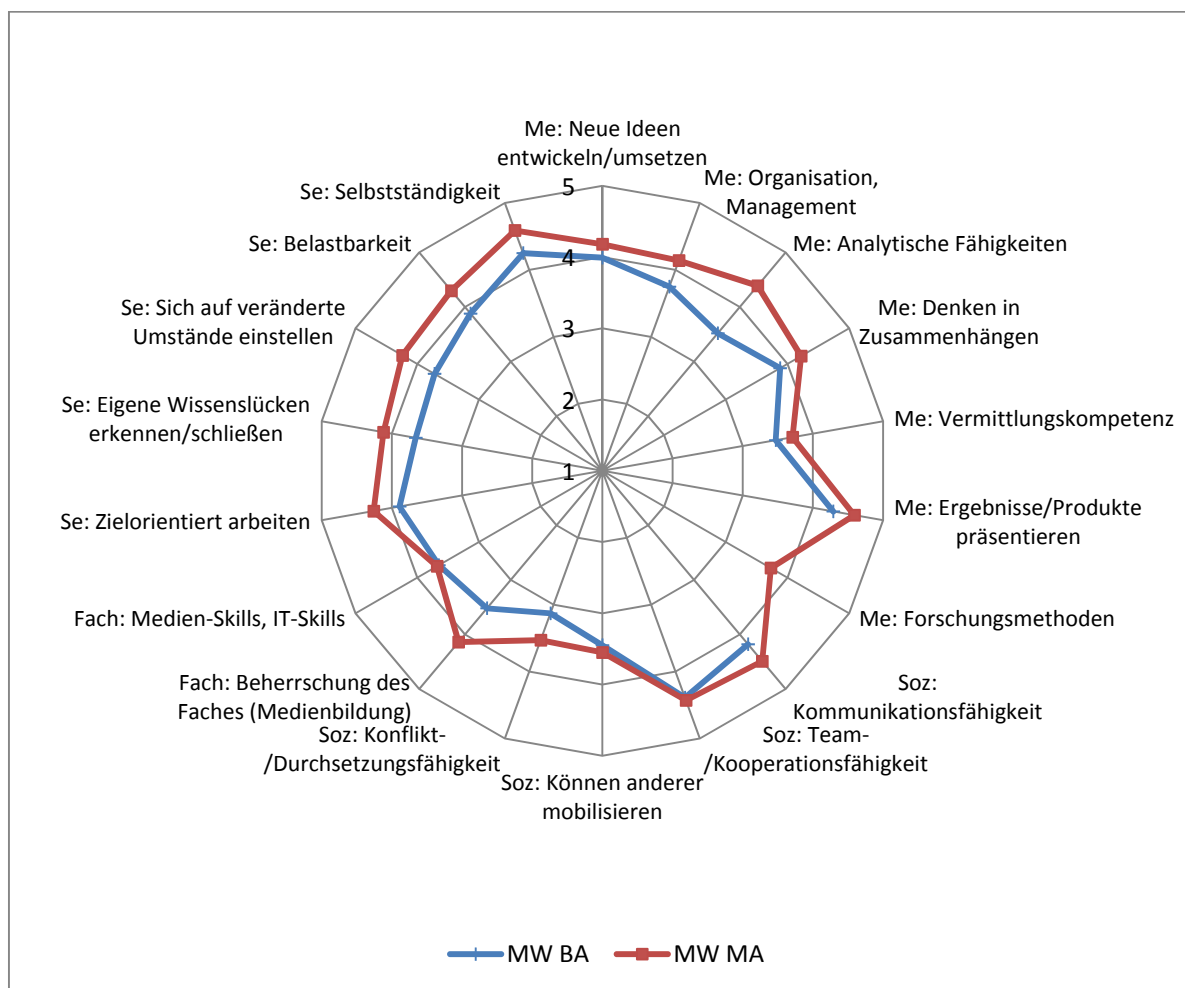
Frage, wie gut sich die Befragten in den verschiedenen Kompetenzbereichen vorbereitet bzw. ausgebildet fühlen (vgl. Tabelle 44). Insgesamt fallen die Bewertungen für das Masterstudium besser aus als für das Bachelorstudium. Immerhin 13 der 18 Items kommen auf einen Mittelwert, der größer ist als 4 und so zwischen gut und sehr gut liegt! Die Vergleichszahlen für den BA-Studiengang liegen bei vier von 17 (beim BA wurde nicht nach Fähigkeiten im Bereich Forschungsmethoden gefragt, daher ist die Gesamtzahl der Items um eins geringer als beim MA).

Tabelle 44: Vorbereitet in verschiedenen Kompetenzbereichen durch MA

<i>Wie gut fühlen Sie sich durch den MA Medienbildung in folgenden Kompetenzbereichen ausgebildet bzw. auf das (Berufs-) Leben vorbereitet? Bitte jeweils eine Einschätzung zwischen „sehr schlecht“ (1) und „sehr gut“ (5) abgeben</i>	Mittelwert
Methodenkompetenz:	
Ergebnisse/Produkte präsentieren	4,59
Analytische Fähigkeiten	4,39
Denken in Zusammenhängen	4,22
Neue Ideen entwickeln/umsetzen	4,18
Organisation, Management	4,14
Forschungsmethoden	3,73
Vermittlungskompetenz	3,71
Sozialkompetenz:	
Kommunikationsfähigkeit	4,49
Team-/Kooperationsfähigkeit	4,43
Das Können anderer mobilisieren	3,55
Konflikt-/Durchsetzungsfähigkeit	3,53
Selbstkompetenz:	
Selbstständigkeit	4,59
Belastbarkeit	4,30
Zielorientiert arbeiten	4,26
Sich auf veränderte Umstände einstellen	4,24
Eigene Wissenslücken erkennen/schließen	4,12
Fachkompetenz:	
Beherrschung des Faches (Medienbildung)	4,14
Medien-Skills, IT-Skills	3,68

Um die Einschätzungen zum Bachelor- und zum Masterstudiengang in diesem Punkt besser vergleichen zu können, habe ich die Mittelwerte grafisch aufbereitet (vgl. Abbildung 5). Wenn man die Differenz zwischen den BA- und den MA-Werten als subjektiv wahrgenommenen Kompetenzzuwachs interpretiert, dann scheint es im Masterstudiengang zu gelingen, vor allem in den Bereichen Selbst- und Methodenkompetenz, aber auch in Bezug auf die *Beherrschung des Faches* recht deutliche Kompetenzzuwächse zu erreichen.

Abbildung 5: Vorbereitet in Kompetenzbereichen (Mittelwertvergleich BA und MA)



Die MA-Absolventen wurden ebenfalls gefragt, ob sie den Studiengang wieder studieren und Bekannten mit ähnlichen Interessen empfehlen würden. Die in den Daten zum Ausdruck kommenden Bewertungen sind überwiegend positiv.

Tabelle 45: MA wieder studieren

<i>Würden Sie den MA Medienbildung nach Ihren Erfahrungen wieder studieren? Bitte eine Einschätzung zwischen „auf keinen Fall“ (1) und „auf jeden Fall“ (5) abgeben</i>	Anzahl	Prozent
1 (auf keinen Fall)	1	2,0
2	1	2,0
3	16	32,0
4	13	26,0
5 (auf jeden Fall)	19	38,0
Gesamtsumme	50	100,0

Der Mittelwert beträgt 3,96.

Tabelle 46: MA Medienbildung empfehlenswert

<i>Würden Sie Freunden oder Bekannten mit ähnlichen Interessen wie Sie empfehlen, den MA Medienbildung zu studieren? Bitte eine Einschätzung zwischen „auf keinen Fall“ (1) und „auf jeden Fall“ (5) abgeben</i>	Anzahl	Prozent
1 (auf keinen Fall)	1	1,9
2	4	7,7
3	12	23,1
4	22	42,3
5 (auf jeden Fall)	13	25,0
Gesamtsumme	52	100,0

Der Mittelwert beträgt 3,81.

Bei der Bewertung des Studiums (vgl. Tabelle 47) werden zwischen dem Bachelor- und dem Masterstudiengang in einzelnen Punkten Unterschiede sichtbar, die aus meiner Sicht aber plausibel sind. So werden die Projektmöglichkeiten im BA-Studium deutlich positiver eingeschätzt als im MA-Studium, das konzeptionell auch weniger projektorientiert angelegt ist. Die Vielfalt des Lehrangebotes schätze ich, ähnlich wie die Befragten, im Bachelorstudiengang als größer ein, was unter anderem damit zusammenhängt, dass in diesen Studiengang mehr Lehrende eingebunden sind. Im Unterschied zum Masterstudiengang sind an der Lehre im Bachelorstudiengang auch nicht-promovierte Nachwuchswissenschaftler maßgeblich beteiligt. Bei der Gesamtbewertung erreicht allerdings das Masterstudium einen etwas höheren Mittelwert.

Tabelle 47: Qualität MA und BA im Rückblick

<i>Wie schätzen Sie die Qualität des MA-Studiums (BA-Studiums) im Rückblick ein? Bitte für die genannten Aspekte jeweils eine Einschätzung zwischen „sehr schlecht“ (1) und „sehr gut“ (5) abgeben</i>	Mittelwert MA	Mittelwert BA
fachliche Beratung und Betreuung durch Dozenten	4,18	4,04
Vielfalt des Lehrangebots	3,08	3,36
Kontakte zu Mitstudierenden	4,24	4,25
Aktualität der Studieninhalte	4,25	4,29
Qualität der Vermittlung der Lehrinhalte durch die Dozenten	3,94	3,80
Stadt, Campus, studentisches Leben	4,02	3,81
Ausstattung (Bibliothek, Hörsäle, Labore ...)	3,92	3,80
Art und Organisation der Prüfungen	3,82	3,66
Aufbau und Struktur des Studiums	3,67	3,47
zeitliche Koordination der Lehrveranstaltungen	3,51	3,34
Projektmöglichkeiten im Studium	3,88	4,15
Möglichkeiten zur Teilnahme an Forschungsprojekten, Tagungen usw.	3,76	
Unterstützung und Betreuung bei Praktika		3,16
Möglichkeiten zur individuellen Studiengestaltung oder Schwerpunktsetzung	3,67	3,57
Qualität des MA/BA insgesamt gesehen	3,92	3,76

Der Anteil der Masterabsolventen, die im Studium Themen oder Aspekte vermisst haben, liegt bei knapp 46%. Bei den offenen Antworten zeichnen sich keine klaren Trends ab. Fünf Personen hätten sich mehr Praxisbezüge gewünscht, ebenso viele hätten aber gern mehr Veranstaltungen zu Theorien und Forschungsmethoden besucht. Eine weitere Kategorisierung der Antworten angesichts der relativ geringen Fallzahl (22) nicht sinnvoll.

Tabelle 48: Inhalte oder Aspekte im MA vermisst

<i>Gibt es Themen oder Aspekte, die Sie im MA-Studium vermisst haben?</i>	Anzahl	Prozent
Nein	25	54,2
Ja, und zwar: ...	22	45,8
Gesamt	48	100,0

Die letzte Frage, die an *alle* Befragten gerichtet wurde, drehte sich um das Thema einer möglichen Promotion. Bislang hat kein Absolvent eine Promotion abgeschlossen. Die Zahl der Promovenden,

die an einer Dissertation arbeiten, ist mit sieben vergleichsweise niedrig. Die recht hohe Zahl der noch Unentschlossenen bildet hier ein Potenzial für die Zukunft. Von dieser Gruppe studieren derzeit 11 im MA Medienbildung, weitere 11 haben den BA und den MA Medienbildung abgeschlossen.

Tabelle 49: Promotionspläne

<i>Haben Sie promoviert oder planen Sie zu promovieren?</i>	Anzahl	Prozent
Nein	130	71,8
Ja, habe promoviert	0	0,0
Arbeite an einer Promotion	7	3,9
Plane zu promovieren	4	2,2
Weiß es noch nicht	40	22,1
Gesamt	181	100,0

10. Soziodemographische Daten

Tabelle 50: Alter der Befragten

	Anzahl	Prozent
Keine Angabe	6	3,2
23 bis 25	21	11,2
26 bis 28	63	33,7
29 bis 31	80	42,8
32 bis 34	15	8,0
35 oder älter	2	1,1
Gesamtsumme	187	100,0

Tabelle 51: Geschlecht

	Anzahl	Prozent
Weiblich	111	61,7
Männlich	69	38,3
Gesamt	180	100,0

Tabelle 52: Familienstand

	Anzahl	Prozent
ledig	163	90,6
verheiratet	17	9,4
geschieden	0	0,0
verwitwet	0	0,0
Gesamt	180	100,0

Tabelle 53: Kinder

	Anzahl	Prozent
nein	158	87,3
ein Kind	21	11,6
zwei Kinder	0	0,0
drei oder mehr Kinder	2	1,1
Gesamt	181	100,0

Die Antworten zu den offenen Fragen nach dem Beruf der Mutter und des Vaters sind bislang noch nicht kategorisiert worden.

Im vorliegenden ersten Forschungsbericht zu den Ergebnissen der Verbleibstudie sind noch keine Zusammenhänge zwischen soziodemographischen Merkmalen und den Antworten zu den anderen Fragebereichen untersucht worden. Dies bleibt späteren Berechnungen und Veröffentlichungen vorbehalten. Insgesamt 141 Teilnehmer an der Studie haben signalisiert, dass sie Interesse an der Zusendung der Ergebnisse haben. Mit der Fertigstellung dieses Dokumentes soll nicht zuletzt diesem Wunsch entsprochen werden.

11. Zusammenfassung

Ziel dieses Berichtes war und ist es, auf der Basis der 2014 durchgeführten Verbleibstudie einen deskriptiven Einblick in die berufliche Situation der Absolventen des Bachelor- und des Masterstudiengangs Medienbildung zu vermitteln. Aufgrund des quantitativen Ansatzes bleiben die Einblicke vielleicht unschärfer als es bei qualitativen Erhebungsverfahren möglich gewesen wäre. Andererseits kann aufgrund der hohen Rücklaufquote davon ausgegangen werden, dass die vorliegenden Ergebnisse für die Grundgesamtheit unserer Absolventen als repräsentativ gelten können.

Der Übergang von der Hochschule in den Beruf scheint für die Mehrheit der Absolventen in einer überschaubaren Frist zu gelingen. Lediglich 7% der Befragten haben im Anschluss an das Studium mehr als zwölf Monate nach einer Stelle oder Beschäftigung suchen müssen, die nach eigener

Wahrnehmung keine Übergangstätigkeit mehr war. Allerdings verlaufen die Wege in den Beruf recht unterschiedlich. Nicht unbedingt erwartbar war, dass 27,5% angeben, schon während des Studiums eine Stelle bzw. Beschäftigung gehabt zu haben, die dieses Kriterium (keine Übergangstätigkeit) erfüllte, so dass bei ihnen die Einmündung in die Berufstätigkeit bereits parallel zum Studium und nicht erst im Anschluss erfolgt ist. Nicht unerheblich ist mit knapp 15% auch der Anteil der Absolventen, die im Anschluss an ein Praktikum eingestellt worden sind. Aber auch der Weg über eine klassische Bewerbung auf eine ausgeschriebene Stelle war für fast die Hälfte der Befragten von großer Bedeutung.

Die aktuelle berufliche Situation der Absolventen lässt sich formal so beschreiben, dass 92,5% berufstätig und lediglich 4,5% arbeitssuchend sind. Von den Berufstätigen geben gut 80% an, dass sie einer Vollzeitbeschäftigung nachgehen, knapp zwei Drittel sind auf einer unbefristeten Arbeitsstelle. Im Vergleich zu den Ergebnissen anderer Studien zum beruflichen Verbleib erziehungswissenschaftlicher Studiengänge kann insgesamt von einer recht guten beruflichen Situation gesprochen werden. Der Anteil unserer Absolventen, die unbefristet vollzeitbeschäftigt sind, liegt (ohne freiberuflich Tätige) bei rund 52% und damit gut sechs Prozentpunkte höher als der im Verbundprojekt der Universitäten Dortmund und Halle kurz nach der Jahrtausendwende bundesweit ermittelte Wert für Diplom- und Magisterabsolventen (vgl. Krüger & Rauschenbach 2004; darin: Fuchs 2004, S. 80). Dieses Ergebnis ist auch deshalb bemerkenswert, weil ein Drittel unserer Absolventen angibt, in Sachsen-Anhalt zu arbeiten, also einer Region, die als strukturschwach gilt. Insgesamt geben sogar gut 45% der Absolventen an, in einem der sog. neuen Bundesländer zu arbeiten (ohne Berlin).

Die Absolventen arbeiten zu einem großen Teil in Berufsfeldern, die wir nicht als klassische Handlungsfelder von Pädagogen ansehen würden. Ausgehend von der aktuellen Berufsbezeichnung (und auch von der Branchenzuordnung) lassen sich lediglich 14% einem primär pädagogischen Tätigkeitsfeld zuordnen. Die übrigen Berufsbezeichnungen (und Branchenangaben) verweisen auf verschiedene andere Tätigkeiten und Handlungsfelder. Als größte Gruppe erweisen sich diejenigen, die im Bereich Medienproduktion und Mediengestaltung tätig sind (24,6%). Zwar belegt auch die erwähnte bundesweite Studie einen gewissen Trend hin zu nicht-pädagogischen Berufsfeldern (bzw. einer Entgrenzung pädagogischer Handlungsfelder), aber bei weitem nicht in diesem Ausmaß (24% der Magister- und 11% der Diplomabsolventen arbeiteten 2003 in solchen Berufsfeldern).

Dem entspricht auch der Befund, dass gut 70% der Medienbildung-Absolventen bei Wirtschaftsunternehmen beschäftigt sind (die Vergleichszahl der Diplom- und Magisterabsolventen aus dem Jahr 2003 liegt bei 26,1%), aber lediglich knapp 15% bei öffentlichen Trägern (Vergleichszahl: 26 %) und knapp 11% bei freien Trägern einschließlich Kirchen und Wohlfahrtsverbänden (Vergleichszahl: knapp 42%). Den Medienbildnern gelingt es also in einem erstaunlichen Ausmaß, Berufsfelder in der Privatwirtschaft zu erschließen. Gleichzeitig müssen wir nüchtern davon ausgehen, dass gerade in den neuen Bundesländern der bildungspolitisch formulierte Bedarf an professioneller Medienbildung in den verschiedenen Bildungseinrichtungen bislang nicht zu einer Schaffung von Stellen bzw. einer breiteren Nachfrage nach entsprechend qualifizierten Fachkräften geführt hat.

Die Absolventen sind mit ihrer beruflichen Situation insgesamt schon recht zufrieden, vor allem die eigenen *Arbeitsaufgaben* und das *Arbeitsklima* werden im Durchschnitt sehr positiv eingeschätzt. Vergleichsweise viele negative Einschätzungen finden sich aber bei den Punkten *Aufstiegsmöglichkeiten* (28,1% unzufrieden oder sehr unzufrieden), *Zusatzleistungen der Arbeitgeber* (35,3%) und *Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben* (24,8%).

Beim Rückblick auf das Studium in Magdeburg fällt auf, dass der Masterstudiengang insgesamt etwas bessere Bewertungen erhält als der Bachelorstudiengang. Am besten auf die aktuelle berufliche Tätigkeit fühlen sich diejenigen vorbereitet, die sowohl den BA- als auch den MA-Studiengang Medienbildung abgeschlossen haben. Dies ist auch deshalb bemerkenswert, weil das Masterstudium forschungsorientiert und das Bachelorstudium projektorientiert angelegt ist. Gerade in dieser konsekutiven Kombination entsteht offenbar bei den Studierenden der Eindruck, fit für das Berufsleben zu sein. Interessant in diesem Zusammenhang ist auch, dass bei der Frage, was die Absolventen im Studium vermisst haben, keineswegs allein mehr „Praxisanteile“ genannt werden, wie es z.B. in der Bielefelder Absolventenstudie der Fall war (vgl. Nahrstedt, Timmermann & Brinkmann 1995, S. 72), sondern auch häufig ein Wunsch nach mehr Theorie und mehr Methoden artikuliert wird.

12. Literatur

- Alesi, Bettina; Neumeyer, Sebastian & Flöther, Choni (2014). Studium und Beruf in Nordrhein-Westfalen. Analysen der Befragung von Hochschulabsolventinnen und -absolventen des Abschlussjahrgangs 2011. Kassel: INCHER-Kassel, Universität Kassel. Online: [http://www.wissenschaft.nrw.de/fileadmin/Medien/Dokumente/Hochschule/INCHER-Studie Studium und Beruf in NRW 2011.pdf](http://www.wissenschaft.nrw.de/fileadmin/Medien/Dokumente/Hochschule/INCHER-Studie_Studium_und_Beruf_in_NRW_2011.pdf) [3.3.2015].
- Aufenanger, Stefan (2003), MedienpädagogInnen im Beruf – Ergebnisse einer empirischen Studie. In Norbert Neuß (Hrsg.), *Beruf Medienpädagogie* (S. 55-66). München: Kopaed.
- Bauer, Petra u.a. (2012). *Berufsfeldstudie Medienpädagogik*. Eine Studie der AG Medienpädagogik am Institut für Erziehungswissenschaft der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Online: <http://www.blogs.uni-mainz.de/medienpaedagogik/berufsfeldstudie-medienpaedagogik/> [3.3.2015].
- Bittkau, Schmidt, Susan (2009). Wissen und Handeln in virtuellen sozialen Welten. Neue berufliche Handlungs- und Gestaltungsspielräume von PädagogInnen. Wiesbaden: VS.
- Hugger, Kai-Uwe (2008). Berufsbild und Arbeitsmarkt für Medienpädagogen. In U. Sander, F. von Groß & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik* (S. 564-570). Wiesbaden: VS.
- Fuchs, Kirsten (2004). Magister-PädagogInnen im Beruf. Empirische Befunde einer bundesweiten Befragung. In: H.-H. Krüger & T. Rauschenbach (Hrsg.), *Pädagogen in Studium und Beruf* (S. 75-105). Wiesbaden: VS.
- Krüger, Heinz-Hermann & Rauschenbach, Thomas (Hrsg.) (2004): *Pädagogen in Studium und Beruf. Empirische Bilanzen und Zukunftsperspektiven*. Wiesbaden: VS.
- Heublein, Ulrich; Spangenberg, Heike & Sommer, Dieter (2003). *Ursachen des Studienabbruchs. Analyse 2002*. Hannover; HIS GmbH. Online verfügbar: http://www.bmbf.de/pub/ursachen_des_studienabbruchs.pdf [1.9.14].

- Heublein, Ulrich; Hutzsch, Christopher; Schreiber, Jochen; Sommer, Dieter & Besuch, Georg (2010). Ursachen des Studienabbruchs in Bachelor- und herkömmlichen Studiengängen – Ergebnisse einer bundesweiten Befragung von Exmatrikulierten des Studienjahres 2007/08. Hannover: HIS (Forum Hochschule 2/2010). Online: http://www.dzhw.eu/pdf/pub_fh/fh-201002.pdf [1.9.2014].
- Nahrstedt, Wolfgang; Timmermann, Dieter & Brinkmann, Dieter (1995). Diplom – und dann... Untersuchung zum beruflichen Verbleib von Absolventinnen und Absolventen des Diplomstudiengangs Erziehungswissenschaft der Jahre 1990 bis 1994. Bielefeld: Universität Bielefeld, Fakultät für Pädagogik.
- Nittel, Dieter & Marotzki, Winfried (1997). Einleitung. In Dieter Nittel & Winfried Marotzki (Hrsg.), *Berufslaufbahn und biographische Lernstrategien. Eine Fallstudie über Pädagogen in der Privatwirtschaft* (S. 5-11). Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.
- Rosenstiel, Lutz von (2000). *Grundlagen der Organisationspsychologie*. 4. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.