

VERZEICHNIS DER TABELLEN	7
VERZEICHNIS DER ABBILDUNGEN	11
1 Situationsbeschreibung - Entwicklung der Studentenzahlen	12
2 Organisatorische Rahmenbedingungen der Informationskampagne	16
2.1 Sachkompetenz - wissenschaftliche Begleitung und professionelle Werbung	16
2.1.1 Aufgaben der wissenschaftlichen Begleitung	16
2.1.2 Auswahl der Werbeagentur	17
2.2 Finanzierung	18
3 Werbe-/Informationsmaterialien	19
3.1 Werbe-/Informationsmaterialien im Überblick	19
3.2 Beschreibung und Funktion der Ringpress-Werbe- /Informationsmaterialien	20
3.2.1 Informationsmappe	20
3.2.2 Visitenkarte	21
3.2.3 Plakat	21
3.2.4 Prospekte "Universität in Vechta"	22

3.3	Zusammenarbeit mit der PR-Agentur Ringpress	24
3.3.1	Werbeanspruch versus Wissenschaftsanspruch	24
3.3.2	Distanz.....	25
3.3.3	Kostenbegleichung.....	26
4	Realisierung der Informationskampagne	27
4.1	Versand allgemeiner Informationsmaterialien.....	27
4.2	Befragung und Versand gezielter Informationsmaterialien	28
4.2.1	Konzeption des Erhebungsmaterials.....	29
4.2.2	Auswahl der Gymnasien und Ermittlung der Erhebungspersonen.....	30
4.2.3	Teilnahmebereitschaft/Rücklauf.....	32
4.2.4	Datenauszahlung mit EDV-Einsatz.....	35
5	Auswertung der Antwortkarten.....	37
6	Auswertung der Fragebogenaktion.....	44
6.1	Einflußbereiche der Schule auf den Berufsentcheidungsprozeß	44
6.1.1	Struktur der Leistungskursbelegung und Beliebtheitsgrad von Leistungskursen	45
6.1.2	Korrelation zwischen Leistungskurswahl und Berufswunsch.....	46
6.1.2.1	Beliebtheitsgrad von Berufsgruppen	56
6.1.2.2	Beliebtheitsgrad von Ausbildungswegen	61
6.1.3	Struktur und Praxis der Berufswahlvorbereitung	66

6.2	Soziokulturelle Einflußfaktoren auf den Berufsentscheidungsprozeß	74
6.3	Informationsbeschaffung	78
6.4	Kenntnisstand zum Universitätsstandort Vechta und Imagebewertung.....	82
7	Ergebnisbilanz - Zusammenfassung der Hauptergebnisse und Maßnahmenkatalog zur Optimierung der universitären Informationstätigkeit	110
7.1	Projektskizze im Kurzüberblick.....	110
7.2	Kombinierter Ergebnis- und Maßnahmenkatalog	111
7.2.1	Allgemeingültige Ergebnisse und Handlungskonsequenzen	112
7.2.1.1	Offener Berufsentscheidungsprozeß.....	112
7.2.1.2	Leistungskursadäquate Berufswahl mit geschlechtsspezifischen fachlichen Schwerpunkten.....	113
7.2.1.3	Vorrangstellung des Studiums	114
7.2.1.4	Hoher Beliebtheitsgrad des Berufswunsches Lehrer/in - insbesondere bei Frauen	115
7.2.1.5	Überbewertung der Wirksamkeit der schulischen Berufswahlhilfe.....	116
7.2.1.6	Favorisierung der Informationstätigkeit des Arbeitsamtes	117
7.2.1.7	Bevorzugung der Schule als Veranstaltungsort für Berufsinformationen	118
7.2.1.8	Quantitative und qualitative Mängel der Informationsaktivitäten der Universitäten	119
7.2.2	Vechtaspezifische Ergebnisse und Handlungskonsequenzen	121

7.2.2.1	Massive Informationsdefizite selbst im Nahbereich des Universitätsstandortes Vechta	121
7.2.2.2	Imagebewertung mit massiven Bewertungsschwierigkeiten, aber positiver Grundtendenz	122
7.2.2.3	Unterschätzung der Breite des Studien- und Forschungsangebots	123
8	Anhang	126
8.1	Anschreiben und Erhebungsmaterialien	126
8.2	Informationsmaterialien - Hauptprospekt und Plakat.....	144