

Masterarbeit im Rahmen des Masters of Advanced Studies ZHF
in Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung

**Generation Z und die Studienwahl – eine Analyse in Bezug
auf Informationsstrategien und Entscheidungshilfen bei
Gymnasiastinnen und Gymnasiasten des Kantons
St.Gallen**

Eingereicht dem IAP Institut für Angewandte Psychologie,
Departement Angewandte Psychologie der ZHAW

von

Anina Caviezel

am

21.12.2016

Referentin: lic. phil. Nadine Bless, Studien- und Laufbahnberaterin, Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen, Teufenerstrasse 1/3, CH-9000 St.Gallen

Co-Referentin: Dr. Nicola Kunz, Beraterin & Dozentin, Zentrum Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung am Institut für Angewandte Psychologie (IAP), ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Pfingstweidstrasse 96, CH-8037 Zürich

„Diese Arbeit wurde im Rahmen der Ausbildung an der ZHAW, IAP Institut für Angewandte Psychologie, Zürich verfasst. Eine Publikation bedarf der vorgängigen schriftlichen Bewilligung des IAP“.

Abstract

Mittelschülerinnen und Mittelschüler müssen sich seit jeher während ihrer Mittelschulzeit mit der Studien- und Ausbildungswahl beziehungsweise mit der Frage nach einer Anschlusslösung nach der Matura beschäftigen. Verändert hat sich dabei über die Jahre nebst dem durch den „Zeitgeist“ geprägten Vorstellungen, Werthaltungen und Wünschen vor allem die Abrufbarkeit und Präsenz von Informationen. Die Generation, die sich derzeit mit der Studien- und Ausbildungswahl beschäftigt und der wir auch im Beratungsalltag begegnen, sind Vertreterinnen und Vertreter der sogenannten Generation Z. Die Generation Z ist mit flächendeckendem Internet, Tablets und Smartphones aufgewachsen. Die digitale Welt und alle damit verbundenen Fortschritte und Errungenschaften ist für sie ganz selbstverständlich Teil ihres Lebens. In Bezug auf das Finden einer Anschlusslösung nach der Matura stellt sich die Frage, welche Informationsstrategien und Entscheidungshilfen diese Generation während des Prozesses der Studien- und Ausbildungswahl in Anspruch nimmt. Da es uns als Studien- und Laufbahnberatungsstelle wichtig ist, ein zielgruppengerechtes Beratungs- und Informationsangebot zu schaffen, ist die vorliegende Studie dieser Frage nachgegangen. Mit Hilfe einer quantitativen Umfrage bei ehemaligen Maturandinnen und Maturanden der Kantonsschule am Burggraben St.Gallen, die auf Grund ihrer Geburtsjahrgänge als Vertreterinnen und Vertreter der Generation Z gelten, wurde analysiert, welche Informationsquellen und Entscheidungshilfen genutzt wurden und wie hilfreich sie diese einschätzten. Zur Teilnahme an der Umfrage wurden 272 Einladungen verschickt. 82 Fragebogen wurden retourniert, was einer Rücklaufquote von 30% entspricht. Die Ergebnisse zeigen, dass die Generation Z zu Recherchezwecken verschiedenste Internetseiten mit spezifischem Informationsgehalt rege nutzt, nicht aber soziale Medien. Die meistgenutzten Informationsstrategien und die als am wertvollsten empfundenen Entscheidungshilfen der Generation Z in Bezug auf die Studien- und Ausbildungswahl beruhen aber auf Gesprächen und Begegnungen mit Personen, die Erfahrungen in den von den Jugendlichen in Betracht gezogenen Ausbildungen, Studienfächern und Berufsrichtungen haben. Die Resultate lassen darauf schliessen, dass für die Generation Z Angebote, welche face-to-face Begegnungen und einen realen Austausch von Erfahrungen ermöglichen, besonders wichtig sind als Entscheidungshilfen und Informationsquellen.

Danksagung

Ein ganz besonderes Dankeschön möchte ich an dieser Stelle meiner Referentin lic. phil. Nadine Bless aussprechen. Auch bedanken möchte ich mich bei allen Personen, die an der Umfrage teilgenommen haben. Dem Team der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen danke ich für das Brainstorming zur Themenfindung meiner MAS-Arbeit.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	3
Tabellenverzeichnis	4
Anhang-Verzeichnis	4
1. Einleitung	5
2. Theoretische Grundlagen	7
2.1 Die heutige Jugend aus generationstheoretischer Sicht	7
2.1.1 Das Generationenkonzept	8
2.1.2 Die vorangehenden Generationen	10
2.1.3 Die Generation Z	14
2.1.4 Zusammenfassung der Hauptmerkmale der vier Generationen	17
2.2 Die Studienwahl	18
2.2.1 Studienwahl als Prozess	19
2.2.2 „Sich informieren“ als wichtiger Teilprozess der Studienwahl	21
2.2.3 Entscheidungshilfen und Informationsmöglichkeiten der Studienberatung St.Gallen	23
2.3 Zusammenfassung der theoretischen Grundlagen und Herleitung der	26
3. Methode	29
3.1. Stichprobe	29
3.1.1 Rekrutierung der Stichprobe	29
3.1.2 Beschreibung der Stichprobe	29
3.2 Design	30
3.3 Durchführung	30
3.4 Instrument	31
3.4.1 Aufbau des Fragebogens	31
3.4.2 Inhalt des Fragebogens	32
3.4. Auswertung der Daten	33
4. Ergebnisse	34

4.1. Spezifische Angaben zu den Studienteilnehmenden	34
4.2 Auswertung der einzelnen Fragen	36
4.2.1 Frage 1: Schwierigkeit der Entscheidung	36
4.2.2 Frage 2: Verwendete Informationsquellen	37
4.2.3 Frage 3: Qualität der Informationsquellen	38
4.2.4 Frage 4: Entscheidungsfindung	40
4.2.5 Frage 5: Unterstützung während dem Studienwahlprozess durch Personen im Umfeld	41
4.3 Vergleich der vorliegenden Daten mit der Umfrage von 2008	43
5. Diskussion	45
5.1 Interpretation der Ergebnisse	45
5.1.2 Verwendete Informationsquellen	46
5.1.3 Qualität der Informationsquellen	47
5.1.4 Entscheidungsfindung	47
5.1.5 Unterstützung während dem Studienwahlprozess durch Personen im Umfeld	49
5.2 Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse	50
5.3 Kritische Reflexion der Vorgehensweise	50
5.4 Bedeutung für die Praxis	51
5.5 Weiterführende Gedanken und Ausblick	55
6. Literaturverzeichnis	57

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Schematische Darstellung der Zusammenarbeit sowie Dienstleistungen der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen. Aus dem Konzept der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen (Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen, 2011).....	23
Abbildung 2: Anteilsmässige Verteilung der Studienteilnehmenden auf die angebotenen Schwerpunktfächer der Kantonsschule am Burggraben St.Gallen.	35
Abbildung 3: Die von den Mittelschülerinnen und Mittelschülern verwendeten Informationsquellen, dargestellt nach deren Anteil an den gesamten Rückmeldungen (Mehrfachnennungen waren möglich).	38
Abbildung 4: Bewertung der verwendeten Informationsquellen im Internet sowie Medien aus dem Berufsinformationszentrum (BIZ) auf einer Skala von 1=nicht wertvoll, 2=eher weniger wertvoll, 3=eher wertvoll bis 4=wertvoll (0=nicht beurteilbar).	39
Abbildung 5: Bewertung der besuchten Informationsveranstaltungen und (Beratungs-) Gespräche auf einer Skala von 1=nicht wertvoll, 2=eher weniger wertvoll, 3=eher wertvoll bis 4=wertvoll (0=nicht beurteilbar). Wird das Item „Beratungsgespräch mit einer Studienberatungsperson“ korrigiert und nur die Antworten derer ausgewertet, die eine Beratung in Anspruch genommen haben, fällt dieser Wert höher aus (M=2.84, SD=1.03).....	40
Abbildung 6: Bewertung der Aktivitäten, die zur Entscheidungsfindung in Bezug auf die Anschlusslösung nach der Matura beigetragen auf einer Skala von 1=trifft nicht zu, 2=trifft eher weniger zu, 3=trifft eher zu bis 4=trifft zu (0=nicht beurteilbar). Wird die beiden Items „Beratungsgespräch mit einer Studienberatungsperson“ und „ Tests, die ich in der Studienberatung gemacht habe“ korrigiert und nur die Antworten derer ausgewertet, die eine Beratung in Anspruch genommen haben, fallen diese Wert höher aus (M=2.76, SD=0.97 bzw. M=2.70, SD=1.08).....	41
Abbildung 7: Bewertung der Unterstützung durch Personen im Umfeld während des Studienwahlprozesse auf einer Skala von 1= nicht hilfreich, 2= eher weniger hilfreich, 3= eher hilfreich bis 4= hilfreich (0=nicht beurteilbar). Wird das Item „Studienberatungsperson“ korrigiert und nur die Antworten derer ausgewertet, die eine Studienberatung in Anspruch genommen haben, fällt dieser Wert höher aus (M=2.75, SD=1.12).	42

Abbildung 8: Vergleich der Nutzung von Informationsquellen anno 2008 und heute 2016. Dargestellt wird der Anteil der gesamten Rückmeldungen (2008 N=475, 2016 N=82)..... 44

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Merkmale der vier Generationen zusammengefasst nach Scholz (2014) und Scholz (Vortrag, 28. Juni 2016) 17

Tabelle 2: Überblick über die soziodemographischen Variablen der befragten Personen 30

Anhang-Verzeichnis

Anhang 1: Fragebogen

Anhang 2: Begleitschreiben zur Teilnahme an der Umfrage

Anhang 3: Selbständigkeits- und Herausgabeerklärung

1. Einleitung

Der Begriff „Generation Z“ taucht derzeit häufig in den Medien auf. Das Phänomen der neuen Generation, zu der Personen gehören, die nach 1995 geboren wurden, wird dabei von verschiedenen Seiten beleuchtet und diskutiert. Diese Generation „tickt“ angeblich in vielen Belangen anders als die vorangehenden Generationen. Sie sind mit Computern, Smartphones und flächendeckendem Internet aufgewachsen und scheinen permanent online zu sein. Es gehört für sie ganz selbstverständlich dazu, ihr Leben nicht nur in der realen sondern auch in der digitalen Welt mit anderen zu teilen. Im Beratungsalltag der Studienberatung begegnen wir der Generation Z immer öfter. In einer Teamsitzung haben wir uns die Frage gestellt: eine Generation, die mit flächendeckendem Internet aufgewachsen und ständig online ist – welche Informationsstrategien und Entscheidungshilfen verwendet sie, wenn es um die Studien- und Ausbildungswahl geht? Welche vorhandenen Informationsstrategien und Entscheidungshilfen empfinden sie als hilfreich und welche würde sie sich allenfalls wünschen?

Mit der vorliegenden Studie soll diesen Fragen nachgegangen werden. Als Studien- und Laufbahnberatungsstelle ist es uns wichtig, ein Beratungs- und Informationsangebot zu schaffen, das den Bedürfnissen der heutigen Mittelschülerinnen und Mittelschüler entspricht. Mit einer quantitativen Analyse soll untersucht werden, welche Informationsstrategien und Entscheidungshilfen in Bezug auf die Studien- und Ausbildungswahl tatsächlich und/oder bevorzugt eingesetzt werden, welche als hilfreich empfunden werden und was sich die Generation Z diesbezüglich an zusätzlichen Angeboten wünscht. Dieses Wissen soll uns als Grundlage dazu dienen, das Angebot der Studienberatung zu hinterfragen und zu verbessern, damit wir zukünftig ratsuchende Mittelschülerinnen und Mittelschüler optimal in ihrer Entscheidungsfindung unterstützen können.

Die quantitative Analyse beruht auf einer Umfrage bei ehemaligen Maturandinnen und Maturanden der Kantonsschule am Burggraben St.Gallen. Die Befragten gelten nach ihren Geburtsjahrgängen als Vertreterinnen und Vertreter der Generation Z. Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung können aber dennoch nicht verallgemeinert bzw. als universal gültiges Merkmal der Generation Z betrachtet werden. Die Stichprobe repräsentiert lediglich Jugendliche der Generation Z

beschränkt auf das lokale geografische Gebiet der Stadt St.Gallen und der umliegenden Region.

Der Aufbau der vorliegenden Studie gliedert sich folgendermassen: In Kapitel 2 werden zuerst die theoretischen Grundlagen erarbeitet. Diese beinhalten einerseits die Erläuterung des Generationenkonzepts sowie eine Beschreibung der vorangehenden Generationen und der Generation Z. Andererseits wird der Prozess der Studien- und Ausbildungswahl mit den dazugehörigen Teilschritten erläutert sowie das vorhandene Angebot der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen vorgestellt. In Kapitel 3 wird die Methodik, die bei der vorliegenden Untersuchung verwendet wurde, detailliert umschrieben. Die Ergebnisse zu den einzelnen Fragen werden in Kapitel 4 erläutert und mit Hilfe von Abbildungen und Diagrammen dargestellt. In Kapitel 5 werden die Ergebnisse diskutiert, Schlussfolgerungen getroffen sowie weiterführende Gedanken diskutiert.

2. Theoretische Grundlagen

Schon immer mussten sich Jugendliche bzw. junge Erwachsene während ihrer Mittelschulzeit mit der Studien- und Ausbildungswahl beziehungsweise mit der Frage nach einer Anschlusslösung nach der Matura beschäftigen. Sicherlich hat unter anderem der jeweilige „Zeitgeist“ die unterschiedlichen Wünsche, Träume und Vorstellungen über ein Studium oder eine Ausbildung sowie die berufliche Tätigkeit nach dem Studium geprägt. Die Tatsache, dass die jungen Erwachsenen eine Entscheidung treffen müssen, bleibt sich gleich. Wesentlich verändert hat sich hingegen die Präsenz und Abrufbarkeit von Informationen. Die Generation, die sich derzeit mit der Studien- und Ausbildungswahl beschäftigt und der wir auch im Beratungsalltag begegnen, sind Vertreterinnen und Vertreter der sogenannten Generation Z. Wie sich die Generation Z informiert und welche Entscheidungshilfen sie in Anspruch nimmt in Bezug auf ihre Studien- und Ausbildungswahl, ist die Hauptfrage der vorliegenden Untersuchung. Um dieser Frage auf den Grund gehen zu können, wird im folgenden Kapitel das Generationenkonzept vorgestellt sowie die Merkmale der Generation Z und im Vergleich dazu die Vorgenerationen dargestellt. Im zweiten Teil der theoretischen Grundlagen werden die wesentlichen Schritte des Studienwahlprozesses aufgezeigt und gängige Informations- und Entscheidungshilfen der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen vorgestellt.

2.1 Die heutige Jugend aus generationstheoretischer Sicht

Neueste Forschungsergebnisse von Generationenforscher Christian Scholz (2014, 2016) oder Jugendforscher Klaus Hurrelmann (Hurrelmann und Albrecht, 2014) deuten darauf hin, dass die heutigen jungen Menschen (< zwanzig Jahre) eine neue Generation verkörpern, die sogenannte Generation Z. Das Konzept der Generation Z ist noch relativ neu, daher besteht wenig wissenschaftliches Material darüber. Federführend in dessen Forschung im deutschsprachigen Raum ist Christian Scholz, Professor für Betriebswirtschaftslehre und Personalmanagement an der Universität des Saarlandes. Er hat als einer der ersten die kommende Generation Z und ihren Einfluss auf die Berufswelt analysiert. Auf Grund dessen beruht ein Grossteil der theoretischen Ausführungen in diesem Kapitel auf den Forschungserkenntnissen von Scholz.

Bevor ausführlich auf die Generation Z und deren Merkmale eingegangen werden kann, sollen zu deren Einbettung in den Gesamtkontext und zum besseren Verständnis das Generationenkonzept erläutert und die vorangehenden Generationen beschrieben werden.

2.1.1 Das Generationenkonzept

Lüscher et al. (2014) definieren das Konzept der Generation folgendermassen:

Das Konzept der Generation dient dazu, das identitäts-relevante Zusammenspiel von Handeln und sozialen Beziehungen mit der Zugehörigkeit zu spezifischen demographischen Kohorten, der verwandtschaftlichen Stellung, der Mitgliedschaft in einer Organisation oder des Erlebens historischer Ereignisse zu analysieren. Die Aufmerksamkeit richtet sich auf das Denken, Fühlen, Wollen und Handeln, die Lebensformen und Lebensverläufe von Individuen ebenso wie von kollektiven Akteuren. (S. 11)

In der Generationenforschung werden gemäss Lüscher et al. (2014) vier Konzepte von ‚Generation‘ unterschieden:

- 1) Genealogische Generationen beziehen sich auf die Abfolge von Familienangehörigen (Höpflinger, 1999)
- 2) Pädagogische Generationen umschreiben das Verhältnis zwischen vermittelnder Generation und aneignender Generation (Höpflinger, 1999)
- 3) Soziokulturelle historische respektive gesellschaftlich historische Generationen dienen zur Unterscheidung von kollektiven historisch-sozialen Gruppierungen, die sich auszeichnen durch ihr gemeinsames Leben im historischen Raum, durch gemeinsame prägende Erlebnisse und durch gemeinsame Verarbeitungs- und Handlungsmustern. (Höpflinger, 1999)
- 4) Zeitdiagnostische Generationen umschreiben die aktuelle Befindlichkeit spezifischer Populationen mit einem Schwerpunkt auf idealtypischen jugendlichen Generationengestalten (Lüscher et al., 2014)

Die Diskussion um die Generation Z stützt sich auf das Konzept des gesellschaftlich-historischen Generationenbegriffes ab. Gemäss Höpflinger (1999) geht der gesellschaftlich-historische Generationenbegriff von der Annahme aus, dass eine

Prägung aufgrund gemeinsamer historisch-gesellschaftlicher Ereignisse und Erfahrungen stattfindet. Aus dieser Perspektive werden Generationen als „soziale Kategorien wahrgenommen, die aufgrund der Gleichzeitigkeit des Aufwachsens oder aufgrund gemeinsam erlebter Ereignisse gewisse soziale Gemeinsamkeiten (gemeinsame Interessen, Weltanschauungen usw.) aufweisen“ (S. 10). Der gesellschaftlich-historische Generationenbegriff ist zurückzuführen auf den Beitrag von Wissenssoziologe Karl Mannheim aus dem Jahr 1928 (Höpflinger, 1999). Höpflinger (1999) führt dazu aus:

Für Karl Mannheim gibt es keine Generationen ohne gemeinsames Generationsbewusstsein, und darin liegt ein entscheidender Unterschied des historischgesellschaftlichen Generationenkonzepts gegenüber dem objektivierten Kohorten-Konzept (welches etwa in demographischen und sozio-demographischen Analysen verwendet wird). Die Zugehörigkeit zu einem Geburtsjahrgang bzw. einer Geburtskohorte konstituiert nur den ersten Schritt der Generationenlagerung. Es sind erst gesellschaftliche Momente, welche zu den historisch-soziologischen interessierenden Elementen von Generationszusammenhang und Generationseinheit führen. (S. 11)

Es sind also nicht die Geburtsjahrgänge, die als alles entscheidenden Faktoren über die Zugehörigkeit zu einer Generation entscheiden, sondern vielmehr die gemeinsam erlebten gesellschaftlichen und historischen Ereignisse. Im Lexikon „Soziologie und Sozialtheorie“ wird ‚Generation‘ definiert als eine „Gruppe etwa Gleichaltriger, die über ähnliche Erfahrungen, Einstellungen und Verhaltensformen verfügen“ (Hikel, 2015, S. 55). Diese Definition von ‚Generation‘ bringt mit wenigen Worten auf den Punkt, was das Konzept des gesellschaftlich-historischen Generationenbegriffes beinhaltet.

In seinen Ausführungen zur Generation Z greift Scholz (2014) auf das Konzept des gesellschaftlich-historischen Generationenbegriffes zurück und führt dazu aus:

Zeit- und Umgebungseinflüsse führen zum eigentlichen Kern des Generationenkonzeptes, nämlich den typischen Wertemustern: Auch wenn eine

Generation nie einen vollkommen homogenen Block repräsentiert, gibt es doch für jede Generation Werte, die besonders dominieren. (S. 16, 17)

Für Scholz (2014) ist die Generationenlogik ein universelles Konzept, das Aussagen über das allgemeine Wertesystem einer Bevölkerungsgruppe macht. Dies wiederum ist eine für die Forschung nützliche Eigenschaft. Das Generationenkonzept ist aber ein theoretisches Konstrukt, dem auch entsprechend mit Vorsicht zu begegnen ist. Bereits im Vorwort macht Scholz darauf aufmerksam, dass es problematisch wird, wenn man das Konzept ‚Generation‘ in dessen engen Definition sieht. „Es kommt nicht dominant auf das Geburtsjahr an, vielmehr auf das Wertemuster“ (Scholz, 2014, S. 7). Gemäss Scholz kann dies eine gewisse Nähe zu Geburtsjahren haben, muss aber nicht zwingend in jedem Fall so sein.

In dieser Arbeit soll demnach das Generationenkonzept als ein theoretisches Konstrukt betrachtet werden, das hilft, komplexe soziokulturelle Phänomene vereinfachend darzustellen, zu erklären und zu verstehen.

2.1.2 Die vorangehenden Generationen

2.1.2.1 Generation Babyboomer

Ab ca. 1950 Geborene werden als die Generation der Babyboomer bezeichnet. Gemäss Scholz (2014) „hatte und hat es keine Generation so gut wie die Babyboomer: Aufgewachsen im Wirtschaftswunder standen ihnen alle Türen offen. (...) Sie konnten völlig neue Wege gehen und hatten zu keinem Zeitpunkt Zukunftsangst“ (S. 82). Löpfe (2014) schreibt im Tagesanzeiger online ähnliches zur Generation Babyboomer:

Wer zwischen dem Ende des Zweiten Weltkriegs und dem Ende der 1960er-Jahre geboren wurde, hat das grosse Los gezogen. Sie oder er konnte schon als Kind von der Konsumneigung einer rasch wohlhabend werdenden Gesellschaft profitieren, erhielt eine sehr gute Ausbildung, hatte nach der Schule kein Problem, einen Job zu bekommen, und profitierte von steigenden Löhnen und sinkenden Arbeitszeiten. (online, ohne Seitenangabe)

Die Babyboomer wurden zu Zeiten des Wiederaufbaus nach dem Krieg nach christlichen Werten erzogen und zeichneten sich durch Zukunftsgläubigkeit und Hoffnung aus (Scholz, 2016). Oft wird die Generation Babyboomer auch als „Wohlstandsgeneration“ bezeichnet. Hurrelmann und Albrecht (2014) stellen dabei fest, dass die Babyboomer die erste Generation im Nachkriegsdeutschland sind, bei der postmaterialistische Werte wie Selbstentfaltung, Kreativität und Lebensgenuss in den Vordergrund rücken. Die Babyboomer erlebten die Einführung des Fernsehers und als prägenden US-Präsidenten John F. Kennedy. Dessen Ermordung war ein einschneidendes Ereignis für diese Generation und dank Fernseher konnte „die ganze Welt“ diese schreckliche Nachricht in Bild und Ton miterleben. Als weitere historisch prägende Ereignisse für die Generation Babyboomer nennt Scholz (2014) die Mondlandung und Woodstock. Die Grundhaltung der Babyboomer ist Idealismus, das Hauptmerkmal Selbsterfüllung. Für die Babyboomer ist die Selbsterfüllung vor allem im und durch den Beruf wichtig (siehe Tabelle 1). Die Babyboomer „erkämpften“ sich viele Freiheiten in Bezug auf ganz verschiedene Lebensbereiche. Und diese Freiheiten wurden mit grosser Unbeschwertheit und Unbekümmertheit ausgelebt. Man war zuversichtlich und lebensfroh. Von gesundheitlichen Bedrohungen durch all diese errungenen Freiheiten (Bsp. Aids, Lungenkrebs und andere Schäden durch Drogenkonsum) oder Umweltkatastrophen (Klimaerwärmung, Ozonloch usw.) war damals noch nicht die Rede, weil es niemandem bekannt war.

2.1.2.2 Generation X

Ab ca. 1965 Geborene werden der Generation X zugeschrieben. Die Generation X erlebte ihre Kindheit und Jugend während der 1970 und 80er-Jahre. Den Namen hat diese Generation dem gleichnamigen Kultbuch von Douglas Coupland zu verdanken, welcher die Kinder der 80-er Jahre als hedonistisch und orientierungslos beschreibt (Hurrelmann und Albrecht, 2014). Als Beispiel für historisch prägende Ereignisse nennt Scholz (2014) für die Generation X das Ende des Kalten Krieges, den Beginn der Medienrevolution und der technologischen Neuerungen wie beispielsweise die ersten „Personal Computer“. Die Generation X erlebte die Einführung des Walkmans und als prägenden US-Präsidenten George Bush Senior. Genossen die Babyboomer noch ein sorgloses Leben in Bezug auf gesundheitliche Bedrohungen und Umweltkatastrophen, so änderte sich dies bei der Generation X. Umweltkatastrophen wie Tschernobyl fallen in diese Zeit und ein Bewusstwerden über gesundheitliche Bedrohungen durch Aids und Drogenkonsum sowie durch das Ozonloch gelangten

ins Bewusstsein der Bevölkerung. Dies führte zu einer gesellschaftlichen und politischen Unsicherheit und prägte die Jugend der Generation X. Gemäss Scholz (2014) und anderen Forschern ist die Generation X als Gegenbewegung auf die davor liegende Generation der Babyboomer zu verstehen und gilt in der Tendenz als eine verlorene Generation mit wenig Idealen und kaum Perspektiven. Als Grundhaltung der Generation X nennt Scholz (2014) Skeptizismus, als Hauptmerkmal Perspektivenlosigkeit. Weiter zeichne sich die Generation X durch eine Art von Gleichgültigkeit auf (fast) allen Ebenen aus. Für die Generation X sei die Arbeit zwar ein wichtiger Lebensinhalt, sie würden aber vor allem nach einem ausgewogenen Verhältnis zwischen Berufs- und Privatleben suchen, wobei das Private wichtiger ist als der Beruf (siehe Tabelle 1). Hurrelmann und Albrecht (2014) begründen dies dadurch, dass dieser Generation durch die Hinwendung zu den postmaterialistischen Werten von Lebensgenuss und Selbstbestimmung die Motivation fehlt, sich auf einen beruflichen Arbeitsprozess einzulassen, der von ihnen Disziplin und Verzicht auf unmittelbare Bedürfnisbefriedigung verlangt.

2.1.2.3 Generation Y

Ab ca. 1980 Geborene werden als Generation Y (englisch „why“, deutsch „warum“) bezeichnet. Ihre Kindheit und Jugend fällt in die 1990er und Nullerjahre des 21. Jahrhunderts. Die Generation Y erlebte die rasant zunehmende Verbreitung des Internets bis hin zur flächendeckenden Verbreitung dessen und damit einhergehend ein immer grösser werdendes mediales Angebot sowie eine fortschreitende Globalisierung. Das Internet und Suchmaschinen wie Google revolutionierten das Informationswesen. Als Beispiele für historisch prägende Ereignisse nennt Scholz (2014) für die Generation Y die Terroranschläge vom 11. September 2001, den omnipräsenten Klimawandel und dessen Konsequenzen sowie die Finanzkrise 2008. Die Generation Y wuchs also im Bewusstsein von ökologischen und ökonomischen Unsicherheiten auf. Gleichzeitig erlebte die Generation Y die Wahl von Barack Obama als ersten schwarzen US-Präsidenten und den Amtsantritt von Angela Merkel als erste Bundeskanzlerin in Deutschland. Hurrelmann und Albrecht (2014) sind der Meinung, die Generation Y aus diesen Ereignissen gelernt hat, dass in der heutigen Welt nichts mehr sicher ist und es aber trotzdem immer irgendwie weiter geht. Die Generation Y ist die sinnsuchende, fragende Generation, die nach Sinnhaftigkeit in der Tätigkeit sucht. Hurrelmann und Albrecht (2014) zufolge hinterfragt die Generation Y vermeintlich „unantastbare“ Grundsätze in Arbeit, Familie, Politik und

Freizeit. Gleichzeitig versucht sie, möglichst gute Leistungen zu erbringen und zeigt sich unbekümmert, was die Unsicherheit in der Arbeitswelt betrifft. Hurrelmanns und Albrechts Beobachtungen decken sich mit Aussagen von Scholz (2014), welcher der Generation Y Optimismus und Leistungsbereitschaft zuspricht und sie als tendenziell Wettbewerb-begrüssend umschreibt. In Bezug auf Beruf und Privatleben streben sie ein Work-Life-Blending an (siehe Tabelle 1). Das bedeutet: für mehr Flexibilität bei den Arbeitszeiten sind sie auch bereit, am Wochenende oder am Abend zu arbeiten. Dabei verschmelzen Beruf und Privatleben je länger je mehr miteinander. Auch in Bezug auf das Familienleben hat sich das traditionelle geschlechterspezifische Rollenbild verändert. Mütter wollen berufstätig bleiben, Väter wollen sich aktiv an der Betreuung der Kinder beteiligen. Alternative Lebensformen wie Patchwork Familien oder alleinerziehende Mütter oder Väter sind keine Seltenheit mehr. Gemäss Scholz (2016) gehören Freundschaft, vertrauensvolle Partnerschaft sowie ein gutes Familienleben zu den zentralen Wertorientierungen dieser Generation. Damit Familie und Beruf unter einen Hut gebracht werden können, werden unweigerlich Forderungen an die Arbeitgeber laut. Die Arbeitswelt ist nun dabei, diesen Forderungen nachzukommen und sich den Wünschen und Vorstellungen der Generation Y anzupassen. An dieser Stelle seien Schlagworte wie „flexible Arbeitszeiten“ oder „Homeoffice“ genannt. Dank der neuen Informationstechnologien und Internet ist dies meist einfach zu bewerkstelligen. Zudem hat es für einen Arbeitgeber durchaus seine Vorzüge, Mitarbeitende zu haben, die ständig erreichbar sind und auch bereit sind – im Gegenzug zu mehr örtlicher und zeitlicher Flexibilität – in der Freizeit ständig auf Abruf bereit zu sein und Arbeit zu erledigen (Scholz, 2014). Immer mehr Widersprüche in Bezug auf die Generation Y führten Generationenforscher wie Christian Scholz zum Schluss, dass wir inzwischen jenseits der Generation Y bei einer ganz neuen Generation angekommen sind: der Generation Z. Äusserlich ist die Generation Y kaum von der Generation Z zu unterscheiden. Ihre Werte und Vorstellungen in Bezug auf die Arbeitswelt unterscheiden sich aber deutlich.

2.1.3 Die Generation Z

Generationen- und Jugendforscher wie Christian Scholz (vgl. Scholz, 2014) oder Klaus Hurrelmann (vgl. Shell Deutschland Holding, 2015), welcher gemeinsam mit anderen Fachleuten massgeblich an der 17. Shell Jugendstudie beteiligt war, stellen und stützen die These, dass ca. ab 1995 respektive 2000 Geborene eine neue Generation bilden: die Generation Z. Hurrelmann und Albrecht (2014) bezeichnen erst ab Jahr 2000 Geborene als die neue Generation und kritisieren die Bezeichnung ‚Generation Z‘ als „gedankenlos“, denn welche Generation könne schon auf eine Generation Z noch folgen? Abgesehen von dieser Uneinigkeit sind sich die Forscher aber einig, dass die heute jungen Menschen eine neue Generation verkörpern, die im Nachfolgenden als Generation Z bezeichnet wird. Erste Vertreterinnen und Vertreter der Generation Z kommen nun auf den Arbeitsmarkt oder diejenigen, die den universitären Weg gewählt haben, stehen am Anfang ihres Studiums oder beschäftigen sich mit der Studien- und Ausbildungswahl sowie ihrer zukünftigen beruflichen Tätigkeit. Über die Generation Z wird derzeit viel diskutiert in den Medien (siehe beispielsweise Bedürftig (2016), Loher (2016) oder Nolan (2016)). Es fällt auf, dass in all diesen Artikeln darüber diskutiert wird, dass die Generation Z eine andere Einstellung zur Arbeitswelt hat als die vorangehenden Generationen. Beispielsweise sind sie nicht mehr bereit, die Balance zwischen Freizeit/Familie und Beruf für die Karriere zu opfern. Auf Grund dieser Haltung erscheint die Generation Z den vorangehenden Generationen wohl teilweise als „freizeitorientiert“. Auch „Kuschelkohorte“ ist eine oft verwendete Bezeichnung für die Generation Z. Damit ist die Eigenart der Generation Z gemeint, wonach diese den Wunsch nach einem harmonischen und familiären Arbeitsumfeld hege (Scholz, 2016). Demgegenüber wird durch die Medien ein weiteres Bild vermittelt: der Generation Z stehen alle Türen offen, denn aus demografischer Sicht und bei dem derzeitigen Fachkräftemangel sind die Arbeitgeber auf die Generation Z angewiesen und müssen ihren Wünschen und Bedürfnissen nachkommen (Scholz, 2014). Doch was wünscht sich die Generation Z und wer ist sie?

Scholz (2014) zufolge wuchs keine Generation zuvor so von ihren Eltern behütet auf wie die Generation Z. Das „Umsorgt-werden“ gefällt der Generation Z und sie empfindet es als etwas ganz natürliches. Auch allzeit „füreinander da“ ist bei der Generation Z das soziale Netzwerk, erreichbar über Social Networks, Messenger und andere Internetdienste. Die Generation Z wuchs mit flächendeckendem Internet und

Smartphones, Tablets sowie anderen elektronischen Geräten auf. Diese Technologie ermöglicht es, dauernd in Echtzeit mit seinen Freunden zu kommunizieren, sein Leben zu teilen und Informationen auszutauschen. Über das Internet wird alles geteilt, was geteilt werden kann: Musik in Streaming-Diensten, Videos auf YouTube, Fotos auf Instagram und Nachrichtensendungen als Podcast, um nur eine Auswahl davon zu nennen. Daten werden auf einer Cloud gespeichert und die App ist der neue Zugang ins Internet. Hauptmerkmal all dieser Dienste ist: jederzeit und überall abrufbar. An dieser Stelle wird auf die JAMES-Studie (Jugend, Aktivität, Medien – Erhebung Schweiz) verwiesen. Seit 2010 wird die JAMES-Studie alle zwei Jahre repräsentativ in der Schweiz durchgeführt, um den Medienumgang von Jugendlichen abzubilden. Die Studie zeigt aufschlussreiche Resultate und Entwicklungen über die Zeit auf. Einige der Resultate aus der ‚JAMES-Studie 2014‘ von Willemse et al. (2014, S. 14ff.) tragen zum Verständnis bei und werden im Folgenden zusammengefasst: In allen Haushalten, in welchen die befragten Jugendlichen wohnen, befindet sich mindestens ein Handy (100%) und auch Computer oder Laptop und Internet sind quasi überall vorhanden (99%). Als beliebtestes und meistgenutztes Kommunikationsmittel gilt der Messenger WhatsApp. 89% der Jugendlichen geben an mindestens bei einem Social Network ein Account zu haben. Am beliebtesten ist nach wie vor ‚Facebook‘, wo 78% aller Schweizer Jugendlichen ein Profil haben. Weitere beliebte Social Networks sind Instagram (68%) und Google+ (39%). Zu den am häufigsten genannten Tätigkeiten auf den Social Networks zählen „Fotos anschauen“ (84%) und „Profile von Freunden anschauen“ (73%). Die beliebtesten Websites bei den Jugendlichen sind der Reihenfolge nach: YouTube, Facebook, Google, Instagram und Wikipedia. Abschliessend stellt die JAMES-Studie bei den medialen Freizeitaktivitäten einen Trend hin zu visuell orientierten Tätigkeiten fest (z. B. Videoportale, Instagram oder Snapchat nutzen, Fotos und Videos produzieren).

Die Generation Z wuchs aber in Zeiten geprägt von diversen Krisen auf: Finanzkrise, Wirtschaftskrise, Europakrise und damit einher- oder vorausgehend Massenentlassungen und Arbeitslosigkeit. Klimawandel, Naturkatastrophen, humanitäre Krisen sind allgegenwärtige prägende Geschehnisse. Auch das Bewusstsein der riesigen Lohnschere zwischen topverdienenden Managern und normal- bis unterbezahlten Angestelltenlöhnen prägt die Generation Z. Dies alles führt zu einem Gefühl von grosser Unsicherheit, Ohnmacht und einem Wertewandel

(Scholz, 2014). Andererseits stellen Hurrelmann und Albrecht (2014) wie auch Scholz (2014) in ihren Beobachtungen über die Generation Z fest, dass diese Generation aus demografischen Gründen verbesserten Arbeitsmarktbedingungen entgegenblickt und die Generation Z auch im Bewusstsein dessen heranwächst. Hurrelmann und Albrecht (2014) folgern daraus, dass die sehr selbstbewusste Generation Z durch das Wissen um die verbesserten Arbeitsmarktbedingungen sich selber nicht so stark unter Leistungsdruck setzt wie die vorangehende Generation Y. Dies ermöglicht ein Umdenken und Umschwenken zu den Werten von Selbstbestimmung und Lebensgenuss, ähnlich dem Muster der Generation Babyboomer. Hurrelmann und Albrecht (2014) vermuten zudem, dass dies zu einem verstärkten Engagement für gesellschaftliche und öffentliche Belangen führen könnte. Scholz (2014) macht ähnliche Beobachtungen, nennt aber ‚Lebenslustmaximierung‘ als bestimmendes und charakterisierendes Thema der Generation Z. Privatleben und Freizeit sind für diese Generation unantastbares Gut. Sie wollen eine klare Trennung zwischen Beruf und Freizeit (work-life-separation, siehe Tabelle 1). Das „always on“ respektive die ständige Erreichbarkeit gilt nur für das Privatleben. Für den Beruf und somit für den Arbeitgeber wollen sie nicht ständig erreichbar sein. Es geht aber auch nicht darum, die Arbeit grundsätzlich zu minimieren. Scholz (2014) schreibt dazu: „Ihr geht es um einen klar abgesteckten Arbeitsraum, also um Arbeitsregelung, um Pausen, um Weiterbildung und um die Unzulässigkeit jeglicher beruflicher Aktivitäten in der Freizeit“ (S. 134). Auch Arbeit bzw. der Beruf ist ein Aspekt der Lebenslustmaximierung. Beim Arbeiten steht nicht das Streben nach Erwerb von materiellem Reichtum im Vordergrund, sondern das Streben nach Anerkennung, das zum Lebensglück beitragen soll (Scholz, 2016). Selbstverwirklichung und Selbstdarstellung spielen im Leben der Generation Z eine grosse Rolle. Sie wollen Freiheit und Selbstbestimmung. Bei der Arbeit fordern sie Ordnung und Struktur (beispielsweise geregelte Arbeitszeiten), gleichzeitig aber auch Flexibilität (z.B. die Möglichkeit zu Homeoffice) und haben ein grosses Bedürfnis nach positivem Feedback. Es liegt auf der Hand, dass die Generation Z Loyalität gegenüber dem Arbeitgeber nicht als ihre Pflicht sieht. Auch Verantwortung übernimmt sie nur sehr ungerne. Die Konstrukte ‚Pflicht‘ und ‚Verantwortung‘ lassen sich nicht gut vereinbaren mit dem Prinzip der Lebenslustmaximierung der Generation Z. Scholz (2014) bezeichnet die Grundhaltung der Generation Z als Realismus, als Hauptmerkmal nennt er Flatterhaftigkeit (siehe Tabelle 1).

Oft wird die Generation Z auch als ‚Digital Natives‘ bezeichnet. Digital Natives zeichnen sich dadurch aus, dass sie mit dem Internet und den daraus entstandenen Technologien aufgewachsen und vertraut sind. Sie können diese Technologien anwenden und tun dies mit grosser Selbstverständlichkeit und Unbekümmertheit. In erster Linie sind sie „User“ der vorhandenen Technologien. Was dahintersteckt bzw. wie die Programme funktionieren, verstehen aber die wenigsten von ihnen. Der Begriff ‚Digital Natives‘ ist aber kein Synonym für die Generation Z. Ein Digital Native kann genauso einer anderen Generation angehören wie der Generation Z und nicht jeder Vertreter und Vertreterin der Generation Z handelt wie ein Digital Native (Scholz, 2014).

2.1.4 Zusammenfassung der Hauptmerkmale der vier Generationen

An dieser Stelle soll eine tabellarische Übersicht (Tabelle 1) die Hauptmerkmale der vier Generationen zusammenfassend darstellen.

	Babyboomer ab ca. 1950	Generation X ab ca. 1965	Generation Y ab ca. 1980	Generation Z ab ca. 1995
Alternative Namen	Generation Jones	Generation Me	Millennials	Homeland
Speichermedium für Musik	Schallplatte	Kassettenrecorder	MP3	Cloud
Grundhaltung	Idealismus	Skeptizismus	Optimismus	Realismus
Hauptmerkmal	Selbsterfüllung	Perspektivenlosigkeit	Leistungsbereitschaft	Flatterhaftigkeit
Gewichtung Beruf vs. Privat	Beruf wichtig	Privat wichtig	Work-Life-Blending	Work-Life-Separation
Aktivitätsniveau beruflich	hoch	niedrig	hoch	mittel
Aktivitätsniveau privat	niedrig	mittel	niedrig	hoch
Musik	Woodstock	Nirvana	Red Hot Chili Peppers	Miley Cyrus
Filme	Easy Rider	Reality Bites	500 Days of Summer	Tribute von Panem

Tabelle 1: Merkmale der vier Generationen zusammengefasst nach Scholz (2014) und Scholz (Vortrag, 28. Juni 2016)

2.2 Die Studienwahl

Mittelschülerinnen und Mittelschüler müssen sich im Verlauf der Mittelschulzeit damit auseinandersetzen, was sie nach der Matura machen wollen. Im Kanton St.Gallen dauert die Mittelschulzeit im Anschluss an zwei Jahre Sekundarschule oder zwei Jahre Untergymnasium vier Jahre (1. bis 4. Klasse) bis hin zur Matura. Die Auseinandersetzung mit der Studienwahl beginnt idealerweise ab der 3. Klasse, das heisst ab Beginn des zweitletzten Schuljahrs. Ab dem Zeitpunkt dürfen die Mittelschülerinnen und -schüler seitens der Schule offiziell auch während dem Unterricht verschiedene Veranstaltungen zur Berufs- und Studienwahl besuchen sowie die Studienberatung in Anspruch nehmen. Das Beratungsangebot der SLB St.Gallen ist freiwillig, kostenlos und für alle Schülerinnen und Schüler zugänglich.

Die Arbeit der Studien- und Laufbahnberatung basiert auf einem gesetzlichen Auftrag, festgehalten im Berufsbildungsgesetz Kapitel 7, Art. 49: „Die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung unterstützt Jugendliche und Erwachsene bei der Berufs- und Studienwahl sowie bei der Gestaltung der beruflichen Laufbahn. Sie tut dies mittels Information und Beratung“ (Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen, 2011, S.2). In einem Konzept hat die Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen (im Nachfolgenden abgekürzt mit SLB St.Gallen) festgehalten, wie sie diesen gesetzlichen Auftrag erfüllen will (Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen, 2011): die SLB St.Gallen bezieht sich bezüglich Ethik, Begegnung und Werten wie Reifung, Sinnfindung und Ganzheit auf den Humanismus. Sie orientiert sich erkenntnistheoretisch am Konstruktivismus und lässt sich von einem systemischen Prozessverständnis leiten. Der Studien- und Berufswahlprozess wird als Entwicklungs- und Lernprozess im Lebenszusammenhang der Schülerinnen und Schüler betrachtet. Die SLB St.Gallen sieht ihre Rolle pädagogisch, d.h. die Beratungsperson fordert Eigeninitiative der Schülerinnen und Schüler ein und gibt ihr methodisches Wissen weiter. Die SLB St.Gallen ist unabhängig von politischen, wirtschaftlichen oder konfessionellen Interessen.

Die Auseinandersetzung mit den beruflichen Zukunftswünschen fällt für die Mittelschülerinnen und Mittelschüler in eine Zeit, die schulisch anspruchsvoll und zeitintensiv ist. Vormatura, Maturaarbeit und zum Schluss die Maturaprüfungen und deren Vorbereitung sind nur einige „Hürden“, die es in dieser Zeit zu meistern gibt. Das Angebot an Ausbildungsmöglichkeiten ist sehr vielfältig und gross. Neben dem

schulischen Alltag die passende Ausbildung zu finden ist nicht einfach und braucht Zeit.

Im Folgenden wird der Prozess der Studienwahl erläutert. Auf den Teilschritt „Sich informieren“ als wichtiger Teilprozess der Studienwahl wird in Kapitel 2.2.2 genauer eingegangen. Zudem werden im Kapitel 2.2.3 Entscheidungshilfen und Informationsmöglichkeiten der Studienberatung St.Gallen vorgestellt.

2.2.1 Studienwahl als Prozess

Die Studienwahl ist keine rasche Angelegenheit, sondern ein Prozess und „sich informieren, abwägen, Erkenntnisse in Frage stellen und Entscheiden kann sich über Monate hinziehen“ (Schweizerische Dienstleistungszentrum für Berufsbildung sowie Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung SDBB, 2016, S. 5). Das Schweizerische Dienstleistungszentrum für Berufsbildung sowie Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung (SDBB) hat dazu ein Hilfsmittel erarbeitet mit dem Titel „*Fokus Studienwahl*“. Darin wird aufgezeigt, wie die Studienwahl systematisch angegangen werden kann. Der Studienwahl-Prozess wird dabei in vier Teilschritte gegliedert:

1. Interessen, Fähigkeiten, Wertvorstellungen
2. Sich informieren
3. Entscheiden
4. Realisieren

Hier soll kurz auf diese Teilschritte eingegangen werden (SDBB, 2016):

Teilschritt 1: Interessen, Fähigkeiten, Wertvorstellungen

Am Anfang des gesamten Prozesses steht die Selbstreflexion. „Was interessiert mich? Was kann ich? Was ist mir wichtig?“ sind dabei die zentralen Fragen. Das Interesse ist bei der Studien- und Ausbildungswahl von grosser Bedeutung. Wer an einer Sache interessiert ist, hat auch die Motivation dazu, Dinge darüber zu lesen, zu lernen und sich durch harte Arbeit und Ausdauer Wissen zu erarbeiten. Das Interesse alleine genügt aber nicht um eine Studienrichtung erfolgreich verfolgen zu können. Es gehören auch die entsprechenden Fähigkeiten dazu. Es geht darum sich darüber klar zu werden, was man gut kann, welche Tätigkeiten einem leicht fallen, aber auch darum, was man sich zutraut. Denn Fähigkeiten und Stärken können auch entwickelt werden. Neben Interessen und Fähigkeiten spielen bei der Studienwahl

auch die persönlichen Wertvorstellungen eine Rolle. Diese Wertvorstellungen kommen nicht nur im Berufsleben zum Tragen, sondern sind bereits während der Ausbildung von Bedeutung. Einen Weg zu wählen, der mit den eigenen Interessen, Fähigkeiten und Wertvorstellungen einhergeht, ist eine gute Ausgangslage für das Gelingen der Ausbildung und für die spätere Zufriedenheit in der beruflichen Tätigkeit.

Teilschritt 2: Sich informieren

Nachdem sich jemand über seine Interessen, Fähigkeiten und Wertvorstellungen im Klaren ist, muss er/sie sich informieren: „Was gibt es überhaupt für Möglichkeiten und Ausbildungen, die für mich in Frage kommen? Was gibt es für Berufe, die ich ausüben könnte?“ Da der Teilschritt „Sich informieren“ für die vorliegende Untersuchung von zentraler Bedeutung ist, wird in Kapitel 2.2.2 genauer darauf eingegangen.

Teilschritt 3: Entscheiden

Wer sich seiner Interessen im Klaren ist und sich gründlich informiert hat, weiss Bescheid über mögliche Ausbildungswege, über Vor- und Nachteile verschiedener Studienrichtungen und hat eine Idee davon, in welche Berufe bestimmte Ausbildungen führen. Der nächste Schritt im Studienwahlprozess ist die Entscheidung. Im „*Fokus Studienwahl*“ (SDBB, 2016) wird das Kapitel zu Teilschritt 3 im Studienwahlprozess – Entscheiden – mit folgendem Text eingeleitet:

Entscheide brauchen Zeit, Kopf und Bauch. Sie basieren auf Informationen, auf Abwägen und Vergleichen, auf Gesprächen und Nachdenken. Entscheide in der Studien- und Berufswahl sind wichtig, aber sie sind nie endgültig. Umwege, die ebenfalls zum Ziel führen, sind möglich, wenn auch aufwändig. (S. 41)

Sich zu entscheiden bedeutet in Bezug auf die Ausbildungswahl, sich vorerst festzulegen. Es ist eine wichtige, „grosse“ Entscheidung im Leben und vermutlich für die meisten die erste Entscheidung dieser Art, bei der man selber seinem Leben eine Richtung geben kann. Dieser Entscheidungsprozess braucht Raum und Zeit. Auch wenn die Entscheidung schwer fällt und wichtig ist – ein absolut existenzieller Entscheid ist die Studien- und Ausbildungswahl aber nicht. Was braucht es noch nebst Raum und Zeit, um sich entscheiden zu können? Gemäss SDBB (2016) sind

Entscheidungsforscher zum Schluss gekommen, „dass wir nicht schlecht liegen, wenn wir uns bei Entscheidungen auch auf unser Gefühl, unsere Intuition verlassen“ (S. 47). Für eine gute Entscheidung sollte also Vernunft und Gefühl gleichermassen berücksichtigt werden. Schreiber (2012) bringt diesen Aspekt des Entscheidens mit seiner Aussage auf den Punkt:

Jede Entscheidung ist ein Prozess, der nie ganz abgeschlossen wird. Die eine richtige Entscheidung gibt es sowieso nicht. Der Zeitpunkt der Entscheidung ist eine Momentaufnahme. Niemand weiß, was in ein paar Jahren passiert. So wie sich der Arbeitsmarkt und seine Bedingungen ändern können und werden, so ändern sich auch die eigenen Wünsche und Wertvorstellungen im Laufe der Zeit. Und deshalb kann es sein, dass eine vor Jahren getroffene Entscheidung irgendwann neu überdacht werden muss. (S. 2)

Teilschritt 4: Realisieren

Hat sich jemand für ein Studium oder eine Ausbildung entschieden, so folgt die Umsetzung. Die Umsetzung beinhaltet vor allem administrative Aufgaben, die es zu erledigen gilt: bei der Ausbildungsinstitution anmelden, eventueller Eignungstest absolvieren, Wohnmöglichkeit suchen, Budget berechnen, Ausbildungsfinanzierung klären usw. Auch die Fragen nach dem Umgang mit einem Misserfolg gehört zu diesem Prozess. Und schlussendlich der Start in diesen neuen Lebensabschnitt, wo vieles neu und unbekannt ist. Dies kann sehr abenteuerlich und faszinierend, aber auch fordernd sein. Ein „Sprung ins kalte Wasser“ ist es vermutlich für viele. Sich gut darauf vorzubereiten erleichtert den Start in diesen neuen Lebensabschnitt.

2.2.2 „Sich informieren“ als wichtiger Teilprozess der Studienwahl

Noch nie war es so einfach an Informationen zu kommen wie heute. Per Internet sind Informationen von überall her abrufbar und auch andere Medien bieten Informationen in Hülle und Fülle. Aber genau diese Fülle an Informationen macht diesen zweiten und wichtigen Teilschritt des Studienwahlprozesses zu einer grossen Herausforderung. Die Schwierigkeit besteht darin, in dieser Flut von Informationen die für die Studienwahl relevanten Informationen zu finden. Nur eine gezielte Recherche mit einschlägigen Informationsmitteln erleichtert diesen Prozess und

bringt die „sich-Informierenden“ einen Schritt weiter in ihrer Studien- und Ausbildungswahl.

Nur wer sich vertieft über sein „Wunsch“-Studium informiert, weiss über den Inhalt des Studiums Bescheid. Eine Studie der ETH Zürich über die Gründe, die zu einem Studienabbruch an der ETH führten, zeigt auf, dass nebst zeitlicher Überlastung „divergierende Vorstellungen über Studieninhalte gegenüber tatsächlichen Inhalten“ als zutreffende Gründe für den Studienabbruch genannt werden (Zimmermann, 2008, S. 49). Wolter, Diem und Messer (2013) stellen in ihrer Untersuchung über Studienabbrüche an Schweizer Universitäten fest, dass die Studierfähigkeit vor dem Studium einen Einfluss auf das Abbruchrisiko hat. Zur Ermittlung der Studierfähigkeit wurden die Kompetenzen der Studierenden vor Studienbeginn in der Erstsprache und Mathematik untersucht. Bei der Annäherung an die Fachkompetenzen der potentiellen Studierenden stützten sich die Autoren auf die Ergebnisse über die Kompetenzmessungen bei Maturandinnen und Maturanden, welche im Rahmen der Evaluation der Maturität (EVAMAR II) durchgeführt worden sind. Die Autoren setzten dabei die Kompetenzen in den Fächer Erstsprache und Mathematik ein, die die für den besuchten Schwerpunkt am Gymnasium als Durchschnitt gemessen wurde. Obwohl dies auf einer sehr groben Annäherung an die Kompetenzen vor Studienbeginn beruht, konnten Wolter, Diem und Messer (2013) statistisch signifikante Effekte nachweisen: in den Geistes- und Sozialwissenschaften wird der Abbruch statistisch signifikant erklärt durch die Erstsprache, in den technischen Wissenschaften sowie Wirtschaftswissenschaften durch die Mathematik. Wolter, Diem und Messer (2013) schliessen daraus, dass ein Teil der Abbrüche mit einer besseren Vorbereitung auf das Studium vermieden werden könnte. Andererseits vermuten die Autoren, dass der Misserfolg im gewählten Studienfach möglicherweise auf eine „schlechte“ Studienwahl zurückzuführen sei, d.h. keine Auseinandersetzung mit der Studienwahl vor Studienbeginn stattgefunden hat. Zur Vermeidung von Studienabbrüchen aufgrund einer „schlechten“ Studienwahl plädieren die Autoren dafür, die Vorbereitung der Studienwahl zu optimieren anstatt dies im ‚trial-and-error‘-Verfahren in die ersten Studienjahre zu verschieben.

Wer sich also während des Studienwahlprozesses gut informiert, kann sich möglicherweise einen Studienabbruch und damit verbundene Kosten in Form von Zeit und Geld ersparen. Doch wie und wo informiert man sich richtig? Am besten

umfangreich und vielseitig, um ein möglichst realitätsnahes Bild der angestrebten Ausbildung und anschliessenden Berufsmöglichkeiten zu erhalten. Was den Schülerinnen und Schülern der Mittelschulen im Kanton St.Gallen von der Studien- und Laufbahnberatung geboten wird, wird im folgenden Kapitel ausgeführt.

2.2.3 Entscheidungshilfen und Informationsmöglichkeiten der Studienberatung St.Gallen

Der Studien- und Berufswahlprozess ist komplex und facettenreich. Die Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen hat ein umfangreiches und differenziertes Angebot entwickelt, um ratsuchende Personen in ihrem Studien- und Berufswahlprozess bestmöglich unterstützen zu können. In Abbildung 1 sind die Dienstleistungen der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen schematisch dargestellt.

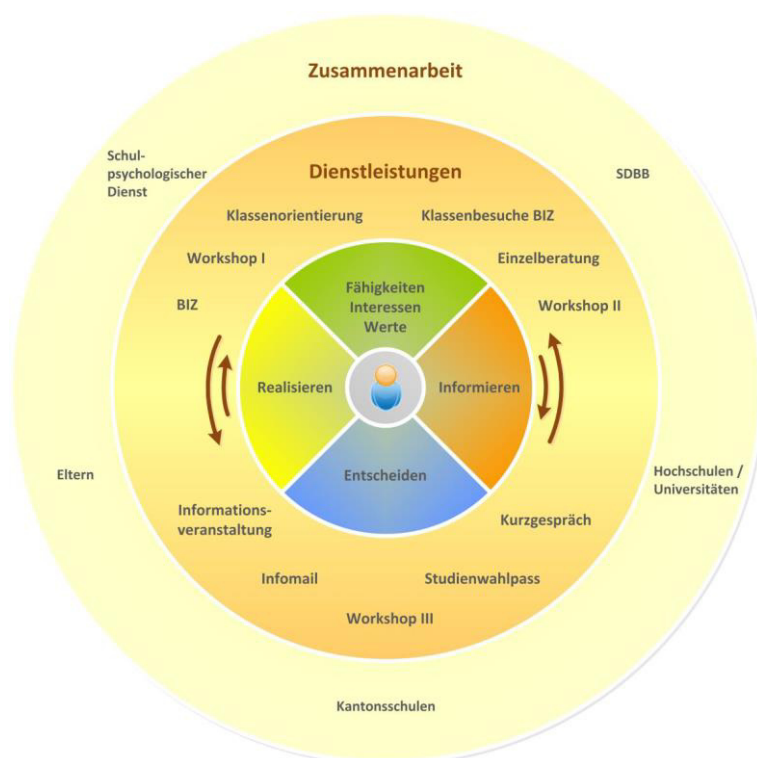


Abbildung 1: Schematische Darstellung der Zusammenarbeit sowie Dienstleistungen der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen. Aus dem Konzept der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen (Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen, 2011)

Im Folgenden werden die gängigen Informationsquellen und Entscheidungshilfen, mit denen bei der Studien- und Laufbahnberatung in St.Gallen gearbeitet wird, genauer erörtert.

- **Internet**

Wer sich informieren will, startet heutzutage vermutlich seine Recherche im

Internet. Im Internet findet man erste wichtige Informationen und kann sich relativ schnell einen Überblick verschaffen. Das Internet ist ein sehr einfaches Recherchemedium, was die Verfügbarkeit betrifft: jederzeit und (fast) überall erreichbar. Doch die Flut an Informationen kann schnell zur Überforderung werden und führt oft dazu, dass man sich beim Surfen verliert oder Informationen nachgeht, die für die Fragestellung gar nicht relevant sind. Eine Internetrecherche ist dann effizient, wenn gezielt gesucht wird. Es empfiehlt sich die Recherche mit www.berufsberatung.ch. Alle relevanten Informationen sowie weiterführende Links sind dort vorhanden und relativ einfach zu finden.

- **BIZ**

Das Berufsinformationszentrum, kurz BIZ, ist die „analoge“ Form einer Informationsquelle. Medien sind physisch vorhanden und können ausgeliehen werden. Die Medien im BIZ beinhalten spezifische und professionell recherchierte Informationen rund um das Thema Berufs-, Studien- und Ausbildungswahl sowie Laufbahn.

- **Veranstaltungen**

Die Ausbildungsinstitutionen bieten **Informationsveranstaltungen** und/oder **Studieninformationstage** zu den von ihnen angebotenen Ausbildungen und Studiengängen an. In Form von Referaten oder „Tag der offenen Tür“ können sich so Studieninteressierte ein Bild von der Ausbildung machen und Fragen klären.

Eine andere Art von **Informationsveranstaltungen** bietet die Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen an. Jedes Semester werden mehrere Informationsveranstaltungen zu verschiedenen Studiengängen organisiert. Pro Informationsveranstaltung werden jeweils ein oder mehrere ähnliche Studienfächer vorgestellt. Als Referentinnen und Referenten werden Studierende, Dozierende und/oder Berufsleute eingeladen. Das Programm wechselt jedes Semester, so dass jedes Fach alle zwei Jahre vorgestellt wird. Diese Informationsveranstaltungen finden meist an der Kantonsschule am Burggraben statt.

- **Schnupperpraktikum**

Ein Schnupperpraktikum ermöglicht oft einen umfassenden Einblick in einen Berufsalltag. Die Informationen werden dadurch fassbarer und die Vorstellung

über einen Beruf sowie eine Arbeitskultur realitätsnahe. Schnupperpraktika müssen von der ratsuchenden Person selber organisiert werden.

- **Beratungs- und Informationsgespräche**

Gespräche mit Berufsleuten, Studierenden, einer Lehrperson, Verwandten und Bekannten können sehr aufschlussreich und hilfreich sein in der Entscheidungsfindung. Das **persönliche Studienberatungsgespräch** mit einer Studienberatungsperson kann verschiedene Funktionen haben.

Einerseits dient es dazu, Informationen zu bekommen und/oder Hinweise und Ideen, wo man Informationen finden kann. Andererseits bietet es die Möglichkeit, während dem Studienwahlprozess von einer neutralen Fachperson begleitet und unterstützt zu werden. Hierbei kommen die Schüler und Schülerinnen ein- bis mehrmalig zu Beratungsgesprächen in die Studienberatung. Durch gezielte Fragestellungen und den Einsatz verschiedenster Hilfsmittel können die ratsuchenden Personen in ihrer Fragestellung unterstützt werden. Das **Kurzgespräch** unterscheidet sich wesentlich vom persönlichen Studienberatungsgespräch. Ein Kurzgespräch dauert 20 Minuten und findet ohne Voranmeldung statt. In einem Kurzgespräch können Informationen weitergegeben oder Recherchetipps vermittelt werden. Ein weiteres niederschwelliges Angebot ist das **Infomail**. Per Mail können Fragen bezüglich Studium oder Ausbildung an eine Fachperson gerichtet werden. Die Antwort erfolgt ebenfalls per Mail. Durch dieses Angebot können Fragen auf informativer Ebene geklärt werden.

- **Diagnostik**

Im Rahmen eines persönlichen Beratungsgesprächs mit einer Studienberatungsperson können Testverfahren eingesetzt werden, um die Entscheidungsfindung zu unterstützen. In der Beratung werden Testverfahren unterstützend eingesetzt und als Gesprächsgrundlage verwendet. Ein Testverfahren wird immer mit einem Auswertungsgespräch vervollständigt. Dies kann für Klarheit und Ordnung in der Unsicherheit bezüglich Interessen, Neigungen und Fähigkeiten sorgen. Dank Internet sind Testverfahren auch online zugänglich. Werden diese Resultate aber nicht genau analysiert, hinterfragt und diskutiert, sondern als absolutes Mass betrachtet, kann dies mehr verwirrend sein als klärend.

- **Workshops**

Die Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen bietet nebst dem persönlichen Gespräch auch Workshops an, um die Studienwahl anzugehen. Diese eignen sich für Personen, die gerne in Gruppen arbeiten. Die Workshops sind thematisch unterteilt und befassen sich Schritt für Schritt mit den Teilschritten des Studienwahlprozesses (siehe Kap. 2.2.1). Es kann ein einzelner Workshop oder alle Workshops besucht werden, je nach Bedarf wo die ratsuchende Person im Studienwahlprozess steht.

- **Klassenorientierung und Klassenbesuche im BIZ**

Zu Beginn des zweitletzten Schuljahres (3. Klasse) finden sie **Klassenorientierungen** statt. Die Studienberaterinnen und -berater besuchen die einzelnen Klassen. Während einer Schullektion werden die wichtigsten Punkte in Bezug auf die Studien- und Ausbildungswahl erläutert und Unterstützungsmöglichkeiten aufgezeigt. Es kann als eine Art „kick off“ für den Prozess der Studien- und Ausbildungswahl betrachtet werden. Im Anschluss an diese einführende Lektion finden die **Klassenbesuche im BIZ** statt. Klassenweise wird ein Rundgang durch das BIZ gemacht und die wichtigsten Medien rund um die Anschlusslösung nach der Matura vorgestellt. Bis 2015 wurde bei den Klassenorientierungen der **Studienwahlpass** abgegeben. Der Studienwahlpass diente den Mittelschülerinnen und –schülern als zeitliche Orientierungshilfe im Studienwahlprozess. Zudem enthielt er eine „Checkliste“ mit allen wichtigen Teilschritten, die zur Studienwahl führen. Heute wird der Studienwahlpass nicht mehr verwendet.

2.3 Zusammenfassung der theoretischen Grundlagen und Herleitung der Fragestellung

Die Generation Z, welcher wir heute im Beratungsalltag der Studienberatung immer öfter begegnen, „tickt“ in vielen Belangen anders als die vorangehenden Generationen. Sie sind mit Computern, Smartphones und flächendeckendem Internet aufgewachsen. Mit den neuen Möglichkeiten und Technologie der digitalen Welt sind sie sehr vertraut und nutzen diese weitgehend unbekümmert. Die Generationen davor nutzen die Möglichkeiten und Technologie der digitalen Welt zwar ebenfalls, aber immer mit einer gewissen Vorsicht und Skepsis. Für die Generation Y, die

Generation direkt vor der Generation Z, ist die digitale Welt genauso Bestandteil ihres Alltages wie für die Generation Z. Für sie aber stellen Social Media nach wie vor ein Paralleluniversum dar. Für die Generation Z nicht mehr, denn im Leben eines „Z-lers“ waren Social Media schon immer da (Riederle, 2013). Die Generation Z ist also permanent online und teilt ihr Leben mit Freunden auf Sozialen Netzwerken. Das Internet scheint für sie ein sehr bedeutsames Kommunikations- und Informationsmittel zu sein. Mit Blick auf die Arbeitswelt wächst die Generation Z mit der Gewissheit auf, dass sie als Arbeitskräfte gefragt sein werden. Scholz (2014) nennt dies „Trumpf der Demografie“ (S. 21). Hurrelmann und Albrecht (2014) zufolge ermöglicht dieses Bewusstsein der Generation Z, entspannter auf das Leben zu schauen und sich selber nicht so stark unter Leistungsdruck zu setzen wie die Generation Y. Daraus findet eine Umbesinnung auf ähnliche Werte statt, wie sie bereits zuvor bei der Generation Babyboomer zu beobachten waren: Selbstbestimmung und Lebensgenuss. Scholz (2014) nennt dies ‚Lebenslustmaximierung‘.

Als Studien- und Laufbahnberatungsstelle ist es uns wichtig, ein Beratungs- und Informationsangebot zu schaffen, das den Bedürfnissen unseres Klientel entspricht. Eine zielgruppengerechte Beratung wird angestrebt. Dazu kann es hilfreich sein, die „Kern“-Werte der entsprechenden Generationen zu kennen und zu verstehen, ohne dabei die Person in ein „Raster“ einordnen zu wollen. Jede Generation bzw. jede einzelne Person, der wir in der Beratung begegnen, bringt neue Herausforderungen mit sich, denen wir uns als Beratungspersonen stellen müssen. Die Generation Z ist heute die neueste und dadurch weitgehend am wenigsten bekannte Generation, der wir im Beratungsalltag begegnen. Auch für diese Generation wollen wir ein zielgruppengerechtes Angebot schaffen. Was macht dies jedoch aus? Mit Fokus auf die Generation Z gibt es oft Bestrebungen bei den Berufs-, Studien- und Laufbahnberatungen, sich den Bedürfnissen dieser Generation anzupassen und „digitaler“ zu werden, beispielsweise durch das Betreiben einer Facebook-Seite, einer App oder einem Beratungs-Chat, um die neue Generation besser erreichen zu können. Doch wie verhält sich die Generation Z in Bezug auf Informationsstrategien und Entscheidungshilfen, wenn es um die eigene Studienwahl geht? Bedienen sie sich diesbezüglich hauptsächlich an online abrufbaren Informationen? Tauscht sich diese Generation zum Thema Studienwahl auf Social Media? Beraten sie sich gar gegenseitig? Und werden diese Kanäle auch genutzt zur Informationsgewinnung?

Die vorliegende Untersuchung will diejenigen befragen, um die es geht: Vertreterinnen und Vertreter der Generation Z, die sich mit ihrer Studienwahl auseinandersetzen. Wie informiert sich die Generation Z in Bezug auf ihre Studienwahl und welche Informationsquellen nutzen sie? Welche Entscheidungshilfen nehmen sie in Anspruch? Und wie kann die Studienberatung darauf reagieren, um zielgruppengerecht zu beraten?

3. Methode

Um die vorliegende Fragestellung zu beantworten, wurde eine quantitative Untersuchung mittels Fragebogenerhebung durchgeführt. Es wurden die Informationsquellen und Entscheidungshilfen in Bezug auf die Anschlusslösung nach der Matura von ehemaligen Maturandinnen und Maturanden erhoben. Dies ermöglicht neue Erkenntnisse über die Informationsstrategien und Entscheidungshilfen der Generation Z.

3.1. Stichprobe

3.1.1 Rekrutierung der Stichprobe

Zur Teilnahme an der Umfrage eingeladen wurden alle ehemaligen Mittelschülerinnen und Mittelschüler der Kantonsschule am Burggraben St.Gallen mit Maturajahrgang 2016. Insgesamt wurden 272 Einladungen verschickt, 82 Fragebogen wurden retourniert. Damit beträgt die Rücklaufquote 30%.

3.1.2 Beschreibung der Stichprobe

Es handelt sich um eine anfallende Stichprobe, das heisst ohne Schichtung und ohne Zufallsauswahl. Die Resultate repräsentieren somit einen gesamten Maturajahrgang einer gymnasialen Mittelschule. Die untersuchte Stichprobe ist in Bezug auf Geschlecht und Maturaschwerpunkt heterogen. Das Geburtsjahr der zur Teilnahme an der Studie Eingeladenen umspannt die Jahrgänge 1996 bis 1998. Somit gelten sie als Vertreterinnen und Vertreter der Generation Z. Von den 82 an der Umfrage teilgenommenen Personen sind 54 weiblich (66%), 23 männlich (28%) und 5 ohne Angabe des Geschlechts (6%). In Tabelle 2 wird ein Überblick über die soziodemographischen Variablen der Personen gegeben.

	Anzahl (n)	Anteil (%)
Geschlecht		
weiblich	54	66
männlich	23	28
ohne Angaben	5	6
Jahrgang		
1996	9	11
1997	35	43
1998	33	40
ohne Angaben	5	6
Total	82	100

Tabelle 2: Überblick über die soziodemographischen Variablen der befragten Personen

3.2 Design

Es handelt sich bei dieser Untersuchung um eine deskriptive Querschnittsuntersuchung, die auf Selbsteinschätzungsdaten der teilnehmenden Personen beruht. Eine solche Querschnittsuntersuchung ermöglicht die Beschreibung der Grundgesamtheit.

3.3 Durchführung

Zur Untersuchung der vorliegenden Fragestellung wurde ein Online-Fragebogen auf www.umfrageonline.ch erstellt. Der Online-Fragebogen war unter dem Link <https://www.umfrageonline.ch/s/SLB> abzurufen. Die Einladung zur Teilnahme an der Umfrage wurde in Absprache und unter Einverständnis der Kantonsschule am Burggraben St.Gallen versendet. Da die Kantonsschule keine aktuellen E-Mail-Adressen, sondern nur die Postadressen der Zielgruppe besass, wurde die Einladung zur Teilnahme an der Umfrage per Post verschickt. Auf der Einladung war der Link zur Online-Umfrage sowie eine kurze Umschreibung der Studie zu finden (siehe Anhang 2). Der Postversand fand am 8. September 2016 statt. Die Umfrage war bis und mit 9. Oktober 2016 aktiv. Danach wurden die Daten heruntergeladen und der Online-Fragebogen deaktiviert. Zum Zeitpunkt der Befragung befanden sich die ehemaligen Mittelschülerinnen und Mittelschüler bereits in der von ihnen gewählten Anschlusslösung nach der Matura, d.h. entweder in einem Zwischenjahr oder am Anfang des von ihnen gewählten Studiums bzw. Ausbildung. Der Zeitpunkt der Befragung wurde so gewählt, dass aus einer retrospektiven Sicht Fragen in Bezug auf die Anschlusslösung nach der Matura beantwortet werden mussten.

Rückblickend, d.h. nach dem Entscheidungszeitpunkt, lässt sich einfacher und umfassender reflektieren, welche Informationsstrategien und Entscheidungshilfen in Bezug auf die Studien- und Ausbildungswahl eingesetzt worden sind und welche als hilfreich empfunden worden sind.

3.4 Instrument

3.4.1 Aufbau des Fragebogens

Der Fragebogen beinhaltet sechs Hauptfragen mit teilweise untergeordneten Zusatzfragen. Einige der Fragen, die sich auf die genutzten Informationsquellen beziehen, wurden in Anlehnung an die Umfrage der Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen im Jahr 2008 zur Nutzung von Informationsquellen zur Studienwahl gestellt (Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen, 2008).

Ein Grossteil der Fragen wird auf einer vierstufigen Likert-Skala beantwortet mit der zusätzlichen Option „nicht beurteilbar“. Die vierstufige, also geradzahlige, Likert-Skala hat den Vorteil, dass sich die Befragten entscheiden müssen und die Frage tendenziell eher zustimmend oder eher ablehnend beantworten müssen. Einige der Fragen sind als offene Fragen formuliert. Bei den offenen Fragen steht jeweils ein Antwortfeld zur Verfügung, in welchem die Befragten zusätzliche oder detaillierte Angaben zur gestellten Fragen ausformulieren können. Zudem gibt es Fragen, bei denen eine Auswahl an vorgegebenen Antwortmöglichkeiten zur Verfügung steht und Mehrfachantworten möglich sind. Diese Fragen beziehen sich einerseits auf bereits vorhandene Angebote der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen oder im Internet auffindbare Angebote. Andererseits besteht durch die offenen Fragestellungen die Möglichkeit, Detail- und Zusatzangaben zu machen. Die Fragen wurden möglichst klar und unmissverständlich formuliert, so dass seitens der Befragten keine Interpretation möglich war.

3.4.2 Inhalt des Fragebogens

Der gesamte Fragebogen ist in Anhang 1 beigelegt. An dieser Stelle sei eine kurze Zusammenfassung des Fragebogens ausreichend.

Frage 1: Schwierigkeit der Entscheidung

- „Wie schwierig war es für Sie, sich für eine Anschlusslösung nach der Matura zu entscheiden?“
- „Wie genau wussten Sie schon vor dem letzten Schuljahr, was Sie nach der Matura machen wollen?“

Eine vierstufige Likert-Skala sowie die Option „nicht beurteilbar“ standen als Antwortmöglichkeit zur Verfügung.

Frage 2: Verwendete Informationsquellen

- „Welche Informationsquellen haben Sie genutzt?“

Folgende Kategorien von Informationsquellen standen zur Verfügung: Internet, Berufsinformationszentrum (BIZ), Veranstaltungen sowie Beratungs- und Informationsgespräche. Mehrfachantworten waren möglich. Bei den Informationsquellen „Internet“, „Veranstaltungen“ sowie „Beratungs- und Informationsgespräche“ stand jeweils ein zusätzliches Textfeld zur Verfügung, um andere verwendete Informationsquellen anzugeben.

Frage 3: Qualität der Informationsquellen

- „Wie wertvoll haben Sie unten aufgeführte Informationsquellen empfunden bei Ihren Recherchen in Bezug auf mögliche Anschlusslösungen nach der Matura?“

Pro Informationsquelle standen jeweils eine vierstufige Likert-Skala sowie die Option „nicht beurteilbar“ als Antwortmöglichkeit zu Verfügung. Zudem bestand die Möglichkeit, genauere Angaben zu verwendeten Social-Media-Seiten zu machen.

Frage 4: Entscheidungsfindung

- „Welche der unten aufgeführten Aktivitäten haben dazu beigetragen, dass Sie zu einer Entscheidung in Bezug auf die Anschlusslösung nach der Matura gefunden haben?“

Eine vierstufige Likert-Skala sowie die Option „nicht beurteilbar“ standen als Antwortmöglichkeit zu Verfügung sowie ein zusätzliches Textfeld, um andere hilfreiche Aktivitäten anzugeben.

Frage 5: Unterstützung während dem Studienwahlprozess durch Personen im Umfeld

- „Wie hilfreich war für Sie die Unterstützung der unten aufgeführten Personen während des Studienwahlprozesses?“

Eine vierstufige Likert-Skala sowie die Option „nicht beurteilbar“ standen als Antwortmöglichkeit zu Verfügung sowie ein zusätzliches Textfeld, um andere Personen anzugeben.

Frage 6: Angaben zur Person

Die letzte Frage des Fragebogens erfasst Angaben zur Person: Geschlecht, Jahrgang, Schwerpunktfach der Matura sowie Anschlusslösung nach der Matura. Fakultativ konnten dazu in einem Textfeld detailliertere Angaben gemacht werden („Ich habe mich für folgenden Studiengang (Haupt- und Nebenfach) bzw. folgende Lehre/Ausbildung entschieden“ sowie „Name der Hochschule / des Ausbildungsinstituts“). Die Anonymität der Umfrage-Teilnehmenden wurde aber stets bewahrt.

3.4. Auswertung der Daten

Die Daten wurden in Form einer Excel-Datei von www.umfrageonline.ch heruntergeladen. Die Auswertung erfolgte mit Microsoft Excel. Auch Diagramme und Tabellen wurden mit Hilfe von Microsoft Excel erstellt. Zur Auswertung der Daten wurden Methoden der deskriptiven Statistik verwendet (Mittelwerte und Häufigkeit von Nennungen). Die Mittelwerte beziehen sich jeweils auf die vierstufige Likert-Skala (Skalen von 1 = schwer / trifft nicht zu / nicht wertvoll / nicht hilfreich, 2 = eher schwer / trifft eher weniger zu / eher weniger wertvoll / eher weniger hilfreich, 3 = eher leicht / trifft eher zu / eher wertvoll / eher hilfreich bis 4 = leicht / trifft zu / wertvoll / hilfreich; 0 = nicht beurteilbar / keine Angaben). Die Häufigkeit von Nennungen wurde zur Darstellung der Ergebnisse in Prozente umgerechnet.

4. Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Auswertung des Fragebogens dargestellt. Einleitend werden spezifische Angaben zu den Studienteilnehmenden dargelegt. Darauf folgen die Ergebnisse zu den einzelnen Fragen. Im letzten Teil dieses Kapitels werden Daten der vorliegenden Studie mit Daten aus einer Umfrage von 2008 verglichen.

Die Darstellungen der Ergebnisse beziehen sich immer auf den Datensatz von 82 Antworten.

4.1. Spezifische Angaben zu den Studienteilnehmenden

Betrachtet man die anteilmässige Verteilung der Studienteilnehmenden auf die angebotenen Schwerpunktfächer der Kantonsschule am Burggraben St.Gallen so fällt auf, dass sich die Befragten ungefähr zu je einem Viertel auf die musischen Fächer (21%), sprachlichen Fächer (23%), wirtschaftlichen Fächer (22%) und naturwissenschaftlichen Fächer (28%) verteilen (Details zur Aufteilung siehe Abbildung 2). Bei 6% der Befragten wurde keine Angabe zum Schwerpunktfach gemacht. Unter den musischen Fächern sind die Schwerpunktfächer Musik / Instrumental und Bildnerisches Gestalten zusammengefasst, unter den sprachlichen Fächern Italienisch, Spanisch oder Latein, unter den wirtschaftlichen Fächern Wirtschaft & Recht und unter den naturwissenschaftlichen Fächern Physik & Anwendungen der Mathematik sowie Biologie & Chemie.

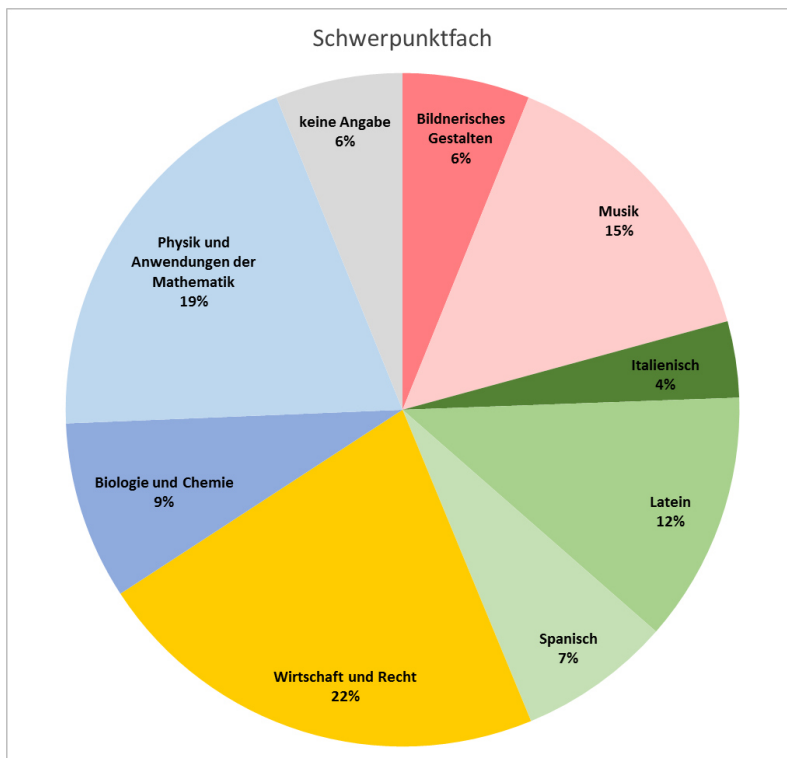


Abbildung 2: Anteilsmässige Verteilung der Studienteilnehmenden auf die angebotenen Schwerpunktfächer der Kantonsschule am Burggraben St.Gallen.

Während des Studienwahlprozesses haben 27 (33%) der insgesamt 82 befragten Personen eine Studienberatung in Anspruch genommen. Davon belegten 5 Personen ein musikalisches Schwerpunktfach, 7 Personen ein sprachliches, 6 Personen ein naturwissenschaftliches und 9 Personen ein wirtschaftliches Schwerpunktfach.

In Bezug auf die Anschlusslösung nach der Matura gaben 40% der Befragten an, direkt ein Studium aufzunehmen (Studienbeginn Herbstsemester 2016/17), knapp 41% haben sich für ein Zwischenjahr entschieden. Nur gerade 5% absolvieren ein Praktikum, um danach an der FH studieren zu können. Insgesamt machten 6% keine Angaben zur Anschlusslösung nach der Matura und 7% haben die Option „anderes“ gewählt. Unter „anderes“ wurde das Militär erwähnt (3 Nennungen), Zivildienst (1 Nennung) und der Vorkurs für die Kunsthochschule (2 Nennungen).

Fakultativ konnten detaillierte Angaben zur gewählten Anschlusslösung gemacht werden. Ob direkt im Anschluss an die Matura oder nach einem Zwischenjahr gaben 10% der Befragten an, sich für Medizinische Wissenschaften entschieden zu haben, je 9% für Ingenieurwissenschaften, Naturwissenschaften, Rechtswissenschaften, Wirtschaftswissenschaften oder das Lehramt. Je 4% wollen ein Studium absolvieren in den Sozialwissenschaften, Gesundheit FH, den Vorkurs für die Kunsthochschule oder ein Studium im Ausland aufnehmen. Noch je 2% gaben an ein Studium in

Sprach- und Literaturwissenschaften oder in Musik FH aufnehmen zu wollen. Insgesamt 28% der Befragten haben keine detaillierten Angaben dazu gemacht.

Die weitere fakultative Frage zur Ausbildungsinstitution lässt erkennen, dass 20% der Befragten eine Ausbildung an der ETH Zürich absolvieren werden (16 Nennungen), 16% an der Universität St.Gallen (HSG) (13 Nennungen), 10% an der Pädagogischen Hochschule St.Gallen (8 Nennungen) und 6% an der Universität Zürich (5 Nennungen). An die Universität Basel (1 Nennung), Universität Fribourg (1 Nennung) und die Universität Bern (2 Nennungen) will nur eine Minderheit. Die ZHAW kommt für 4 Personen in Frage, 2 Personen nehmen ein Studium im Ausland auf. 30% der Befragten haben diesbezüglich keine Angaben gemacht.

4.2 Auswertung der einzelnen Fragen

Im Folgenden werden die Ergebnisse analog zur Reihenfolge der Fragen im Fragebogen dargestellt (siehe Kapitel 3.4.2). Die Interpretation und Diskussion der Resultate erfolgt in Kapitel in Kapitel 5.

4.2.1 Frage 1: Schwierigkeit der Entscheidung

Frage 1 im Fragebogen enthält zwei Teilfragen.

Die erste Frage nach der Schwierigkeit, eine Anschlusslösung nach der Matura zu finden, wurde als „eher schwer“ bis „eher leicht“ eingestuft (Mittelwert $M=2.70$, $SD=0.93$).

Die zweite Teilfrage bezieht sich auf die Standortbestimmung in Bezug auf die Anschlusslösung nach der Matura zu Beginn des letzten Schuljahres. Dem Item „Ich wusste schon seit langem, was ich werden will bzw. dass ich ein Zwischenjahr machen möchte“ haben 56% der befragten Personen zugestimmt, das heisst 46 Personen haben bei diesem Item geantwortet mit „trifft eher zu“ bis „trifft zu“. Dem Item „Ich hatte eine grobe Vorstellung davon, welche Studienrichtung für mich in Frage kommt“ stimmten 72% der Befragten zu (59 Personen antworteten mit „trifft eher zu“ bis „trifft zu“). Hingegen dem Item „Ich hatte bis Anfang der 4. Gymnasialklasse keine Ahnung, was ich nach der Matura machen will“ stimmten nur 29% der Befragten zu (24 Personen antworteten mit „trifft eher zu“ bis „trifft zu“).

Frage 1 wurde nicht für weitere Aussagen zur Fragestellung verwendet.

4.2.2 Frage 2: Verwendete Informationsquellen

Mit Frage 2 werden die von den Mittelschülerinnen und Mittelschülern verwendeten Informationsquellen erhoben. Die Informationsquellen wurden in die Kategorien Internet, Berufsinformationszentrum (BIZ), Veranstaltungen sowie Beratungs- und Informationsgespräche aufgeteilt. Zu jeder Kategorie waren verschiedene Items aufgeführt, wobei Mehrfachnennungen möglich waren. Bei der Auswertung der Daten fällt auf, dass 90% der befragten Mittelschülerinnen und Mittelschüler an „Informationsveranstaltungen von Hochschulen“ teilgenommen haben (Abbildung 3). Mit „Informationsveranstaltungen von Hochschulen“ sind Unibesuchstage oder Infoanlässe der Fachhochschule gemeint. Auch die „Informationsveranstaltungen der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen“ wurde von 46% der Befragten besucht. Die Informationsquellen im Internet wurden rege genutzt, d.h. 72% der Befragten gaben an sich über „Homepages von Hochschulen“ informiert zu haben, 66% haben über die Suchmaschine „Google“ und 52% haben auf „berufsberatung.ch“ recherchiert. Hingegen haben nur 2% der Befragten „Social Media“ als Informationsquelle genutzt. Leider wurden dazu keine weiteren Angaben gemacht, welches Soziale Netzwerk für die Informationsgewinnung genutzt wurde. Auch bei der offenen Frage „anderen Informationsquellen im Internet“ wurden keine weiteren Angaben gemacht. Mit „Medien aus dem BIZ“ haben sich 28% der Befragten informiert. Beliebte waren auch „Gespräche mit Studierenden“ (66%) und „Berufsleuten“ (45%), „Lehrperson“ (30%) und „Studienberatungsperson“ (29%). Insgesamt 13% gaben an mit „anderen Personen oder Gruppen“ Gespräche geführt zu haben. Hierbei wurden Eltern und Familie (8 Nennungen), Freunde (6 Nennungen) sowie private Berufsberatung (1 Nennung) genannt.

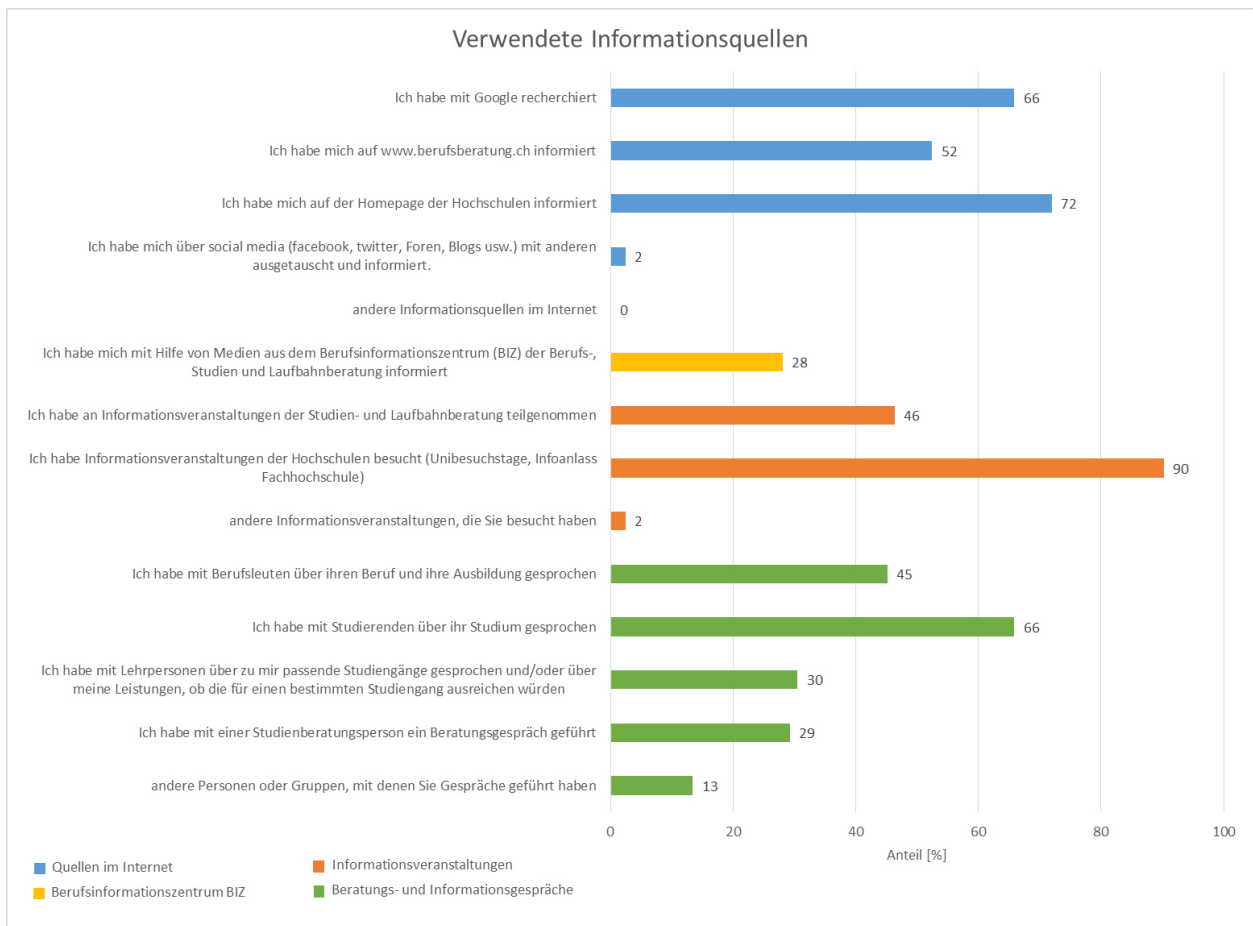


Abbildung 3: Die von den Mittelschülerinnen und Mittelschülern verwendeten Informationsquellen, dargestellt nach deren Anteil an den gesamten Rückmeldungen (Mehrfachnennungen waren möglich).

4.2.3 Frage 3: Qualität der Informationsquellen

Mit Frage 3 lässt sich die Qualität der verwendeten Informationsquellen beurteilen.

Zur besseren Übersicht werden die Daten in zwei Diagrammen dargestellt:

Informationsquellen im Internet und Medien aus dem BIZ sind in Abbildung 4 dargestellt, Informationsveranstaltungen und (Beratungs-) Gespräche in Abbildung 5.

Bei der Auswertung der Qualität der Informationsquellen fällt auf, dass das „Informieren über Social Media“ als „nicht wertvoll“ bis „weniger wertvoll“ ($M=1.40$, $SD=0.62$) bewertet wird (Abbildung 4). Alle anderen Informationsquellen, sei es Internet, BIZ, Informationsveranstaltungen oder (Beratungs-) Gespräche haben einen Mittelwert, der deutlich über demjenigen von „Social Media“ liegt (vergleiche dazu Abbildung 4 und Abbildung 5). Zu „Social Media“ konnten zusätzliche Angaben gemacht werden, welche die informativste „Social Media“ Seite war. Hier wurde Twitter (1 Nennung) und Facebook (1 Nennung) erwähnt.

Die Medien aus dem BIZ werden als „eher weniger wertvoll“ bis „eher wertvoll“ bewertet ($M=2.40$, $SD=0.97$), ebenso die Quellen Google und www.berufsberatung.ch ($M=2.68$, $SD=0.87$ bzw. $M=2.72$, $SD=0.85$). Grundsätzlich wurde das Internet als „eher wertvoll“ ($M=3.05$, $SD=0.81$) und die Informationen auf den Homepages der Hochschulen als „eher wertvoll“ bis „wertvoll“ empfunden ($M=3.31$, $SD=0.72$).

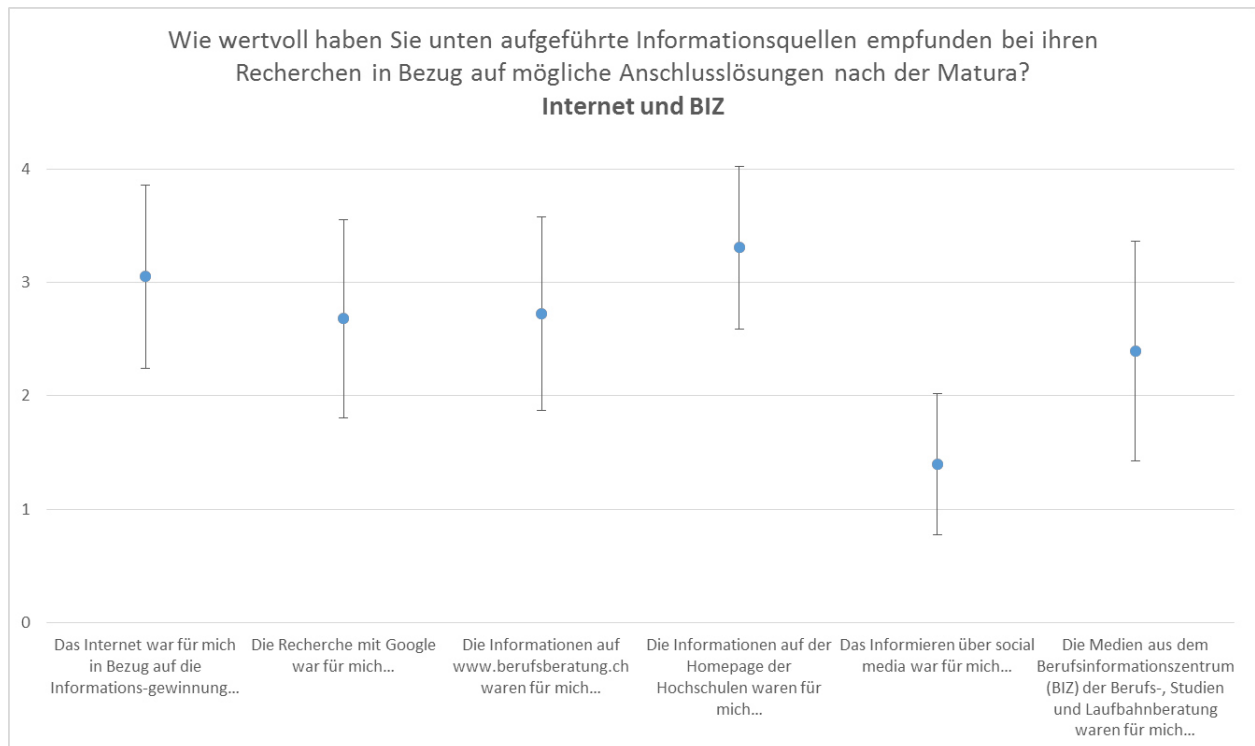


Abbildung 4: Bewertung der verwendeten Informationsquellen im Internet sowie Medien aus dem Berufsinformationszentrum (BIZ) auf einer Skala von 1=nicht wertvoll, 2=eher weniger wertvoll, 3=eher wertvoll bis 4=wertvoll (0=nicht beurteilbar).

Auffallend hohe Mittelwerte erhielten die „Informationsveranstaltungen der Hochschulen“ ($M=3.68$, $SD=0.47$), „Gespräche mit Studierenden“ ($M=3.60$, $SD=0.52$) sowie „Gespräche mit Berufsleuten“ ($M=3.55$, $SD=0.64$) (Abbildung 5). Diese drei Informationsquellen werden also alle als „eher wertvoll“ bis „wertvoll“ empfunden. Mit einem Mittelwert ≤ 3 wurde die Qualität des „Gesprächs mit einer Lehrperson“ ($M=2.95$, $SD=0.84$), „Informationsveranstaltungen der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen“ ($M=2.75$, $SD=1.05$) sowie das „Beratungsgespräch mit einer Studienberatungsperson“ ($M=2.57$, $SD=1.07$) bewertet und somit als „eher weniger wertvoll“ bis „wertvoll“ bezeichnet. Bei den beiden letztgenannten ist zu beachten, dass die Streuung mit einer Standardabweichung $SD \geq 1$ jeweils sehr gross war. Bei dem Item „Beratungsgespräch mit einer Studienberatungsperson“ ist zu

bemerken, dass nur 33% der Befragten eine Studienberatung besucht haben. Werden nur die Bewertungen derjenigen berücksichtigt, die eine Studienberatung in Anspruch genommen haben, so wird diese Frage beantwortet als tendenziell „eher wertvoll“ ($M=2.84$, $SD=1.03$).

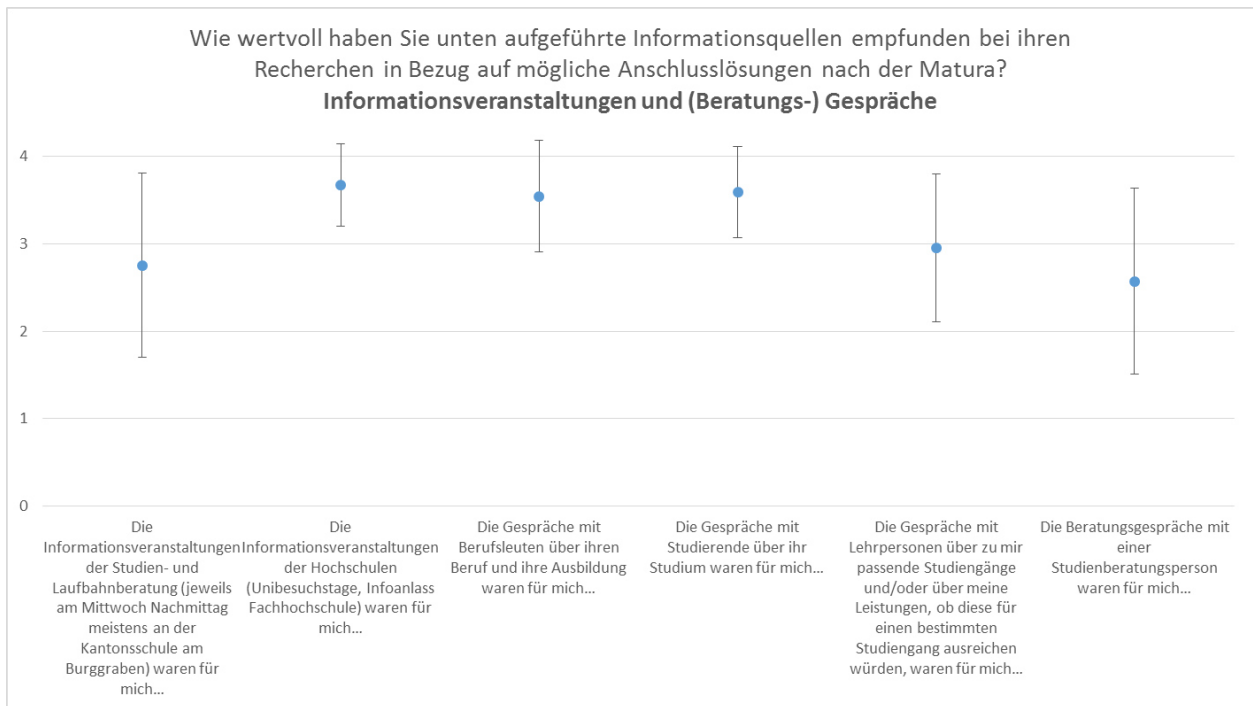


Abbildung 5: Bewertung der besuchten Informationsveranstaltungen und (Beratungs-) Gespräche auf einer Skala von 1=nicht wertvoll, 2=eher weniger wertvoll, 3=eher wertvoll bis 4=wertvoll (0=nicht beurteilbar). Wird das Item „Beratungsgespräch mit einer Studienberatungsperson“ korrigiert und nur die Antworten derer ausgewertet, die eine Beratung in Anspruch genommen haben, fällt dieser Wert höher aus ($M=2.84$, $SD=1.03$).

4.2.4 Frage 4: Entscheidungsfindung

Frage 4 befasst sich mit den Aktivitäten, die zur Entscheidungsfindung beigetragen haben. Gemäss Umfrage haben der Besuch von Unibesuchstagen und/oder Infoveranstaltungen der Fachhochschulen am positivsten zur Entscheidungsfindung beigetragen (Abbildung 6). Diese Frage wurde mit „trifft eher zu“ bis „trifft zu“ beantwortet ($M=3.51$, $SD=0.75$) und liegt deutlich über den Mittelwerten der anderen aufgeführten Aktivitäten, welche sich im Bereich von $M=1.63$ bis $M=2.42$ befinden und somit mit „trifft nicht zu“ bis „trifft eher zu“ beantwortet wurden. Zu beachten gilt, dass bei den Aktivitäten „Informationsveranstaltungen der Studien- und Laufbahnberatung“, „Beratungsgespräch mit einer Studienberaterin/einem Studienberater“ sowie „Tests, die ich in der Studienberatung gemacht habe“ die Streuung mit einer Standardabweichung von $SD \geq 1$ wiederum sehr gross war. Zudem

ist auch hier zu bemerken, dass nur 33% der Befragten eine Studienberatung besucht haben. D.h. werden bei der Auswertung der beiden Items „Beratungsgespräch mit einer Studienberaterin/einem Studienberater“ sowie „Tests, die ich in der Studienberatung gemacht habe“ nur die Bewertungen derjenigen berücksichtigt, die eine Studienberatung in Anspruch genommen haben, so wird diese Frage beantwortet mit „trifft eher weniger zu“ bis „trifft eher zu“ (M=2.76, SD=0.97 bzw. M=2.70, SD=1.08).

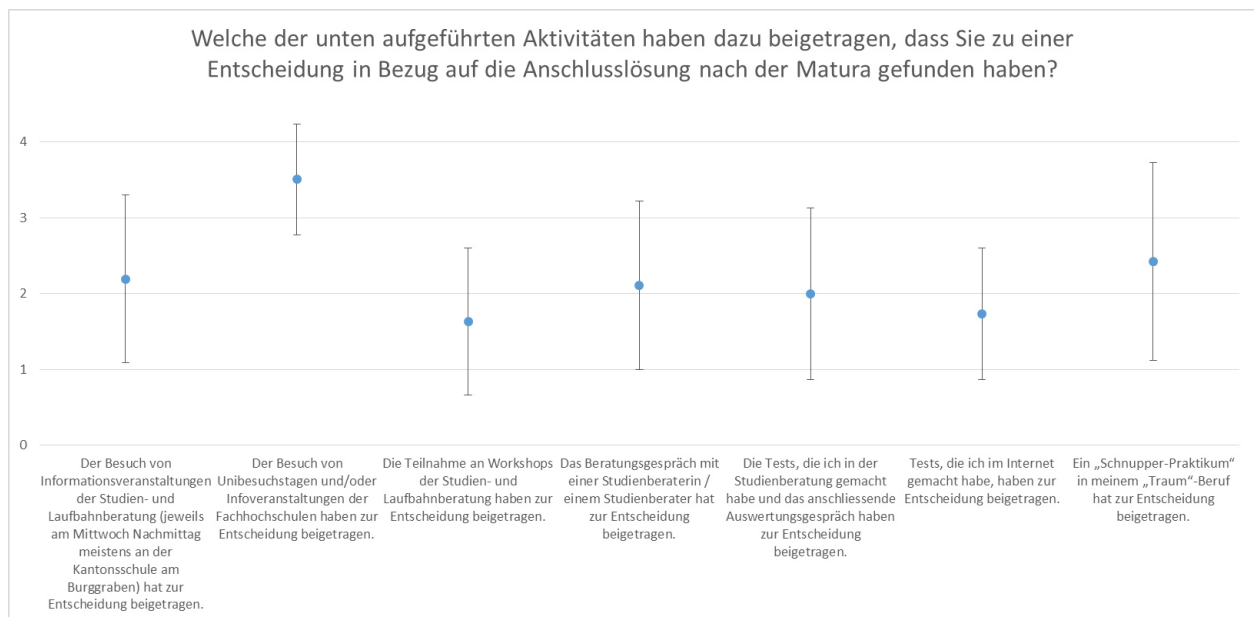


Abbildung 6: Bewertung der Aktivitäten, die zur Entscheidungsfindung in Bezug auf die Anschlusslösung nach der Matura beigetragen auf einer Skala von 1=trifft nicht zu, 2=trifft eher weniger zu, 3=trifft eher zu bis 4=trifft zu (0=nicht beurteilbar). Wird die beiden Items „Beratungsgespräch mit einer Studienberatungsperson“ und „Tests, die ich in der Studienberatung gemacht habe“ korrigiert und nur die Antworten derer ausgewertet, die eine Beratung in Anspruch genommen haben, fallen diese Wert höher aus (M=2.76, SD=0.97 bzw. M=2.70, SD=1.08)

Bei der fakultativen Frage nach anderen Aktivitäten, die positiv zur Entscheidung beigetragen haben, wurden erwähnt: Maturaarbeit (4 Nennungen), Schwerpunktfach und Unterricht an der Kantonsschule (2 Nennungen) sowie die Technikwoche an der ETH Zürich (1 Nennung).

4.2.5 Frage 5: Unterstützung während dem Studienwahlprozess durch Personen im Umfeld

Mit Frage 5 wird eruiert, wie hilfreich die Unterstützung von gewissen Personen während dem Studienwahlprozess für die Mittelschülerinnen und Mittelschüler war. Als hilfreichste Unterstützung durch Personen während dem Studienwahlprozess

wurde „meine Eltern/meine Familie“ empfunden (Abbildung 7). Deren Unterstützung wurde als „eher hilfreich“ bis „hilfreich“ angegeben ($M=3.37$, $SD=0.85$).

„Studienberatungsperson“ und „Lehrperson“ wurde als „eher weniger hilfreich“ bis „hilfreich“ wahrgenommen ($M=2.20$ bzw. $M=2.52$). Hier gilt aber wieder zu beachten, dass in beiden Fällen die Streuung mit einer Standardabweichung $SD \geq 1$ relativ gross war. Werden wiederum nur die Bewertungen derjenigen berücksichtigt, die eine Studienberatung in Anspruch genommen haben (33%), so wird diese Frage beantwortet mit einem Mittelwert $M=2.75$ ($SD=1.12$).

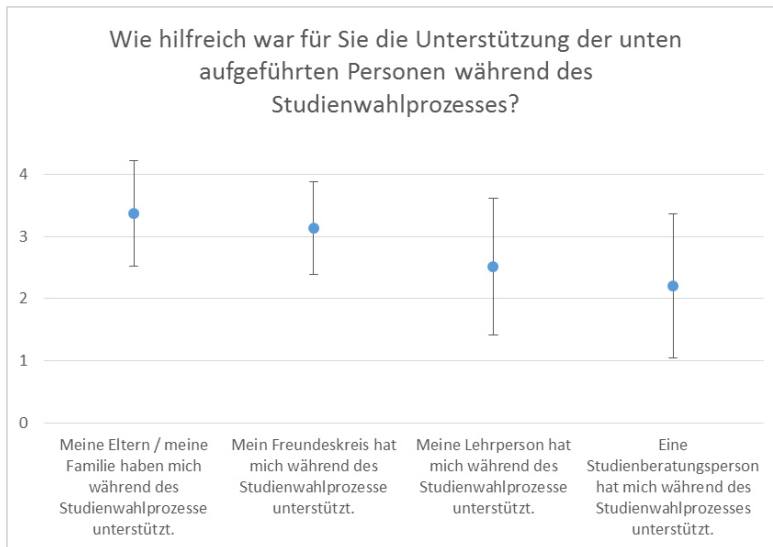


Abbildung 7: Bewertung der Unterstützung durch Personen im Umfeld während des Studienwahlprozesse auf einer Skala von 1 = nicht hilfreich, 2 = eher weniger hilfreich, 3 = eher hilfreich bis 4 = hilfreich (0 = nicht beurteilbar). Wird das Item „Studienberatungsperson“ korrigiert und nur die Antworten derer ausgewertet, die eine Studienberatung in Anspruch genommen haben, fällt dieser Wert höher aus ($M=2.75$, $SD=1.12$).

Bei der fakultativen Frage nach anderen Personen, die die Befragten während dem Studienwahlprozess unterstützt haben, wurden keine weiteren Nennungen gemacht.

4.3 Vergleich der vorliegenden Daten mit der Umfrage von 2008

Die Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen hat im Jahr 2008 Maturandinnen und Maturanden der st.gallischen Kantonsschulen und der Interstaatlichen Maturitätsschule für Erwachsene (ISME) zur Nutzung von Informationsquellen zur Studienwahl befragt. Diese Untersuchung beinhaltete teilweise thematisch ähnliche Fragestellungen wie die vorliegende Untersuchung. Jedoch sind die Stichproben der beiden Untersuchungen verschieden: In der vorliegenden Untersuchung wurde die Stichprobe auf ehemalige Mittelschülerinnen und Mittelschüler der Kantonsschule am Burggraben beschränkt. Die Umfrage von 2008 umfasste als Stichprobe Mittelschülerinnen und Mittelschüler aus dem ganzen Kanton St.Gallen sowie Erwachsene, die die Matura an der ISME nachholten. Da sich jedoch zum Zeitpunkt der jeweiligen Befragung alle Befragten, egal ob Jugendliche oder Erwachsene, mit der Frage nach der Anschlusslösung nach der Matura befassten, können einige der Resultate der beiden Studien durchaus miteinander verglichen werden.

Beim Vergleich der genutzten Informationsquellen fällt der Unterschied zwischen der Nutzung von Google als Informationsquelle ins Auge: im Jahre 2008 gaben gerade 6% an mit Google recherchiert zu haben, während bei der Umfrage 2016 66% der Befragten angaben, sich mit Google informiert zu haben (Abbildung 8). Ebenfalls ein markanter Unterschied zeichnet sich ab bei der Informationsquelle „Besuch von Informationsveranstaltungen der Hochschulen (Unibesuchstage, Infoanlass Fachhochschule)“: 2008 besuchten 58% solche Informationsveranstaltungen, heute sind es 90%. Bei der Nutzung der Informationsquelle „Medien aus dem Berufsinformationszentrum“ ist seit 2008 bis heute ein Rückgang zu erkennen: 2008 haben 54% der Befragten Medien aus dem BIZ genutzt, 2016 sind es noch 28% der Befragten. Andererseits zeigt die Ausleihstatistik des BIZ bei den Medien der Studien- und Laufbahnberatung einen positiven Trend auf: nachdem die Ausleihzahlen seit dem Schuljahr 2007/08 kontinuierlich abnahmen und in den Schuljahren 2012/13 und 2013/14 einen Tiefststand erreicht hatten, wurden in den darauffolgenden Schuljahren wieder mehr Medien aus dem Themengebiet Studien- und Laufbahnberatung ausgeliehen. Die Ausleihzahlen des Schuljahres 2015/16 sind ähnlich hoch wie noch im Schuljahr 2010/11, aber dennoch tiefer als in den Schuljahren 2007/08 und 2008/09.

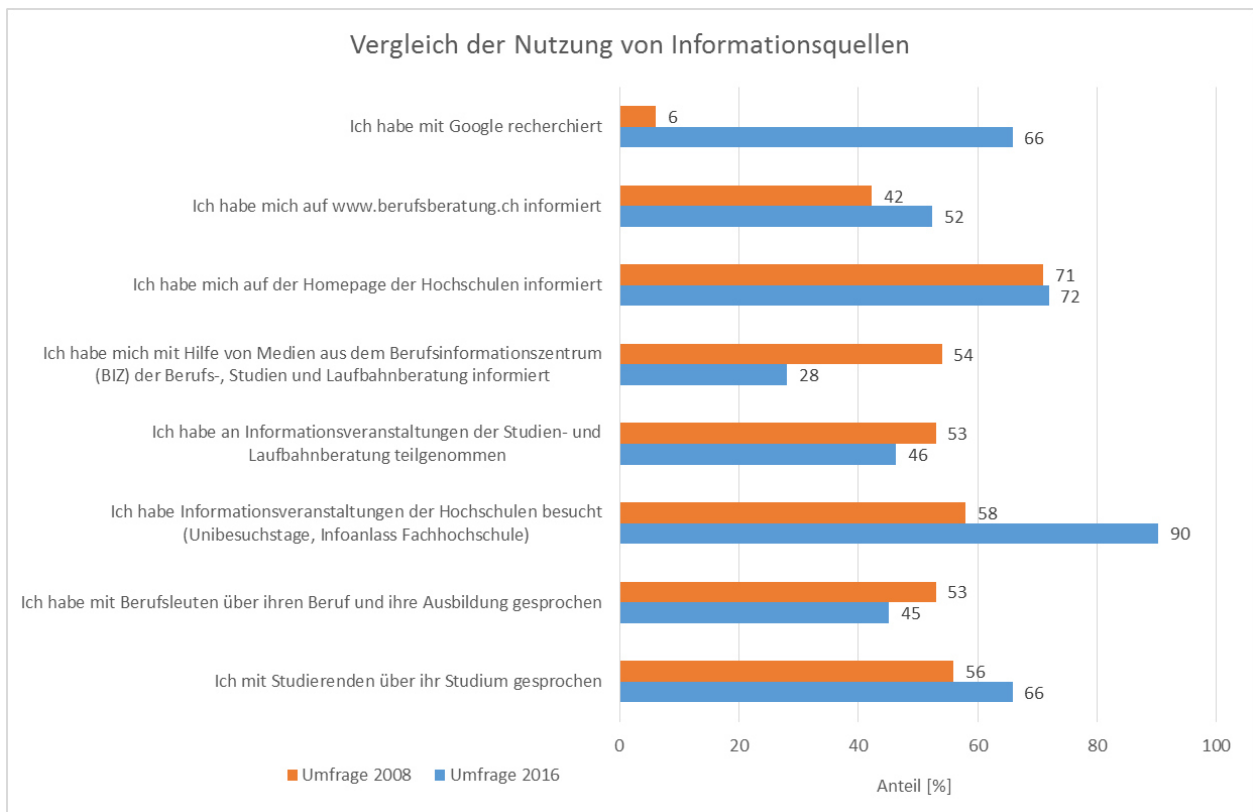


Abbildung 8: Vergleich der Nutzung von Informationsquellen anno 2008 und heute 2016. Dargestellt wird der Anteil der gesamten Rückmeldungen (2008 N=475, 2016 N=82).

5. Diskussion

Die vorliegende Untersuchung hat zum Ziel, mittels quantitativer Analyse von Fragebogen zu ermitteln, welche Informationsstrategien und Entscheidungshilfen die Generation Z in Bezug auf die Studienwahl einsetzt. Als Studien- und Laufbahnberatungsstelle ist es wichtig, ein Beratungs- und Informationsangebot zu schaffen, das den Bedürfnissen der Zielgruppe gerecht wird. Die heutige Zielgruppe der Studienberatung sind Vertreterinnen und Vertreter der Generation Z. Welche Informationsstrategien wendet die Generation Z an, wenn es um die Studien- und Ausbildungswahl geht? Und welche Entscheidungshilfen nehmen sie in Anspruch bzw. empfinden sie als wertvoll? Sind es vorwiegend digitale Informationsquellen und Entscheidungshilfen? Informieren sie sich über „Social Media“?

5.1 Interpretation der Ergebnisse

5.1.1 Rücklaufquote

Vertreterinnen und Vertretern der Generation Z, welche mit den Fortschritten und Errungenschaften der digitalen Welt aufgewachsen sind, eine Einladung zur Teilnahme an einer Studie per Post zu schicken, scheint eher eine ungünstige Ausgangslage für das Gelingen einer Studie zu sein. Der Postversand zählt kaum zu den Optionen, die der Generation Z am geläufigsten ist. Den ungünstigen Vorzeichen zum Trotz fällt die Rücklaufquote von 30% erfreulich hoch aus. Die Teilnahme an der Studie basierte auf „Goodwill“, es wurde keine Belohnung vergeben. Dass auch ohne Belohnung 30% der zur Studie Eingeladenen den Online-Fragebogen ausgefüllt haben, widerspricht der These von Scholz (2014), wonach die Generation Z ständig nach Belohnung lechzt. Eine mögliche Erklärung dafür könnte das „Gemeinschafts-Gefühl“ der Generation Z sein. Gemäss Scholz (2014) fokussiert sich die Generation Z nämlich gerne auf ihre kleine lokale Gemeinschaft, wo sie Sicherheit und Geborgenheit findet, auch wenn es für die selbige Generation selbstverständlich ist, global vernetzt zu sein und Informationen global auszutauschen. Die eigenen Erfahrungen in einer Studie zu Informationsstrategien und Entscheidungshilfen in Bezug auf die Studien- und Ausbildungswahl weiterzugeben, um dadurch das Unterstützungsangebot für zukünftige Ratsuchende zu verbessern, entspricht diesem Gemeinschafts-Sinn. Eine weitere Vermutung zur Erklärung für die gute Rücklaufquote ist, dass die Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen von den

Mittelschülerinnen und Mittelschülern als positive Institution wahrgenommen wird, auch wenn längst nicht alle eine Studienberatung in Anspruch nehmen.

5.1.2 Verwendete Informationsquellen

Fast alle Befragten (90%) gaben an, an Informationsveranstaltungen (Unibesuchstag oder Infoanlass an Fachhochschulen) der Hochschulen teilgenommen zu haben. Die jungen Menschen wollen sich demnach vor Ort ein Bild machen über die zukünftige Ausbildungsinstitution und sich mit Studierenden und anderen Teilnehmenden austauschen.

Es erstaunt wenig, dass bei einer Generation, die mit omnipräsentem Internet und in der „Digitalen Welt“ aufgewachsen ist, die Informationsrecherche im Internet (66% haben mit Google recherchiert, 52% auf berufsberatung.ch, 72% auf den Homepages der Hochschulen) verbreiteter zu sein scheint als die „analoge“ Recherche im Berufsinformationszentrum (BIZ), wo sich 28% informiert haben. Wie die Ergebnisse zeigen, beschränkt sich die Recherche im Internet aber auf Internetseiten mit spezifischem Informationsgehalt oder auf die Suchmaschine Google. „Social Media“ als Informationsquelle zu nutzen scheint bei der Generation Z hingegen wenig Verwendung zu finden, denn nur 2% haben „Social Media“ als Informationsquelle genutzt (genannt wurden dabei Twitter und Facebook). Dies stützt die Thesen von Häusermann (2011) und Scholz (2014), wonach die Social Networks, insbesondere Facebook, vorwiegend zum privaten Austausch von emotionalen und persönlichen Inhalten (Bsp. Fotos, Einladungen zu private Veranstaltungen) genutzt wird und nicht für „geschäftliche“ Zwecke respektive für die Suche nach Informationen ohne persönlichen oder emotionalen Bezug. Häusermann (2011) wies in ihrer Untersuchung zum Thema ‚Studienberatung auf Facebook‘ darauf hin, dass es bei den Mittelschülerinnen und -schülern und Studierenden im Kanton Basel Stadt keinen Bedarf nach einer Facebook-Seite der Studienberatung gibt.

Schlussfolgerung: Das Internet bzw. Internetseiten mit entsprechendem Informationsgehalt sind ein wichtiges Medium zur Informationsgewinnung. Das reale Erleben und Erfahren einer Ausbildungsinstitution sowie der Informationsaustausch face-to-face mit Studierenden und Dozierenden scheint in Bezug auf die Studien- und Ausbildungswahl sehr beliebt und für die Generation Z eine wichtige Informationsquelle zu sein.

5.1.3 Qualität der Informationsquellen

Die Ergebnisse zeigen, dass die Informationsquelle „Informationsveranstaltungen der Hochschule“ nicht nur die mit Abstand am meisten genutzte Informationsquelle der Befragten ist, sondern dass diese Informationsquelle mit einem Mittelwert $M=3.68$ ($SD=0.47$) auch als die „wertvollste“ Informationsquelle empfunden wird. Zwar nicht so stark genutzt, aber doch als wertvoll empfunden werden auch „Gespräche mit Studierenden“ (genutzt von 66% der Befragten; $M=3.60$, $SD=0.52$) sowie „Gespräche mit Berufsleuten“ (genutzt von 45% der Befragten; $M=3.55$, $SD=0.64$).

Schlussfolgerung: Auch im Hinblick auf die Qualität der Informationsquellen schätzt die Generation Z face-to-face-Möglichkeiten sowie den Austausch von realen Erfahrungen und Informationen sehr hoch ein. Diese Informationsquellen werden als wertvoller empfunden als vorhandene Möglichkeiten im Internet. Möglicherweise stützt auch diese Beobachtung die These von Scholz (2014), wonach sich die Generation Z trotz oder teilweise sogar wegen des weltweiten Informationsangebotes vermehrt auf ihre kleine und lokale Gemeinschaft fokussiert, wo sie Sicherheit und Geborgenheit findet.

5.1.4 Entscheidungsfindung

„Der Besuch von Unibesuchstagen und/oder Infoveranstaltungen der Fachhochschulen“ scheint von der Generation Z die bevorzugte Entscheidungshilfe in Bezug auf die Studien- und Ausbildungswahl zu sein. Diese Aktivitäten weisen mit Abstand den höchsten Mittelwert $M=3.51$ ($SD=0.73$) auf und haben damit wesentlich zur Entscheidungsfindung beigetragen. Die anderen im Fragebogen aufgeführten Aktivitäten erhalten alle einen Mittelwert $M \leq 2.50$ (siehe Abbildung 6 und Anhang 1) und werden für die Entscheidungsfindung somit als weniger relevant betrachtet. Dazu muss hinzugefügt werden, dass die Items:

- „Der Besuch von Informationsveranstaltungen der Studien- und Laufbahnberatung“ ($M=2.19$)
- „Beratungsgespräch mit einer Studienberaterin / einem Studienberater“ ($M=2.11$)
- „Tests, die in der Studienberatung gemacht wurden“ ($M=2.00$)
- „Schnupper-Praktikum in meinem „Traum“-Beruf“ ($M=2.42$)

alle eine Standardabweichung $SD \geq 1$ und damit eine sehr grosse Streuung aufweisen. Diese Aktivitäten werden von den einzelnen befragten Personen demnach wohl als sehr unterschiedlich hilfreich wahrgenommen. Auch ist auf die korrigierten Werte hinzuweisen (siehe Kapitel 4.2.4): diejenigen, die eine Beratungsgespräch mit einer Studienberatungsperson in Anspruch genommen haben und somit eventuell auch Tests durchgeführt haben, bewerten die beiden Items „Beratungsgespräch mit einer Studienberaterin / einem Studienberater“ und „Tests, die in der Studienberatung gemacht wurden“ als Aktivitäten, die zur Entscheidung beigetragen haben, im Durchschnitt mit „trifft eher zu“ ($M=2.76$, $SD=0.97$ bzw. $M=2.70$, $SD=1.08$).

Ein wesentlicher Aspekt in der Diskussion um die Ergebnisse zu Frage 4 („Welche der unten aufgeführten Aktivitäten haben dazu beigetragen, dass Sie zu einer Entscheidung in Bezug auf die Anschlusslösung nach der Matura gefunden haben?“) ist wohl der Faktor Zeit. Der Fragebogen wurde von den befragten Personen aus einer retrospektiven Sicht beantwortet. Die Studienwahl ist ein über mehrere Monate wenn nicht Jahre andauernder Prozess, der letztendlich mit der Entscheidung für ein bestimmtes Studium respektive Ausbildung endet. Während diesem Prozess findet bei den ratsuchenden Personen allmählich eine Reifung statt. Die Selbstreflexion zu Beginn des Prozesses bringt Klarheit über sich selber. Durch das anschliessende Informieren und Recherchieren wird deutlich, was es für Möglichkeiten gibt, um seine Ziele zu erreichen. Einer der letzten Schritte im Studienwahlprozess ist der Besuch von Informationsveranstaltungen von Hochschulen. Hier findet der „Realitäts-Check“ statt. Es wird vermutet, dass diese Aktivität unter anderem auch deshalb den höchsten Mittelwert erhalten hat, weil es aus retrospektiver Sicht die am wenigsten weit zurückliegende Aktivität im Studienwahlprozess war. Auch wird vermutet, dass beim Besuch von Informationsveranstaltungen von Hochschulen die Entscheidung oft bereits sehr ausgereift ist und diese Aktivität dann als letzter Schritt zur definitiven Entscheidung beiträgt.

Schlussfolgerung: Wie bei den Informationsquellen scheint sich die Generation Z auch bei den Entscheidungshilfen bevorzugt auf face-to-face Begegnungen und einen realen Austausch von Erfahrungen zu stützen.

5.1.5 Unterstützung während dem Studienwahlprozess durch Personen im Umfeld

Abgesehen von „Studienberatungsperson“ wurden alle im Fragebogen aufgeführten Personen oder Personengruppen mit einem Mittelwert $M \geq 2.5$ bewertet und somit in der Tendenz als „eher hilfreich“ eingestuft. Die mit Abstand hilfreichste Unterstützung erhalten die Befragten von den Eltern bzw. ihrer Familie. Diese Tatsache korreliert mit der Beobachtung aus dem Beratungsalltag, wonach die Eltern heutzutage stärker involviert sind respektive involviert werden in die Studien- und Ausbildungswahl der Jugendlichen als noch vor einigen Jahren. Eine mögliche Erklärung dafür könnte das Alter der Jugendlichen beim Erlangen der Maturität sein. Heute sind die Jugendlichen im Durchschnitt 18 Jahre alt, wenn sie das Gymnasium verlassen. Vor der Maturareform von 1995 war das Durchschnittsalter der Maturandinnen und Maturanden noch 20 Jahre. Eine weitere Erklärung dafür findet sich auch in der These von Scholz (2014), wonach die Generation Z sehr von ihren Eltern behütet aufwächst, so behütet wie keine Generation zuvor.

Das Item „Studienberatungsperson“ wird mit dem Mittelwert $M=2.20$ ($SD=1.16$) in der Tendenz als „eher weniger hilfreich“ empfunden. Betrachtet man aber den korrigierten Wert und nimmt nur die Antworten derer in die Berechnung des Mittelwertes auf, die tatsächlich eine Studienberatung besucht haben, ergibt sich ein Mittelwert $M=2.75$ ($SD=1.12$). Diejenigen, die eine Beratung in Anspruch genommen haben, scheinen also die Unterstützung durch die Beratungsperson als tendenziell „eher hilfreich“ zu empfinden. Auch die Standardabweichung $SD \geq 1$ deutet darauf hin, dass die einzelnen Individuen die Unterstützung durch die Studienberatungsperson als sehr unterschiedlich hilfreich wahrnehmen. Eine mögliche Erklärung dafür könnte sein, dass die Arbeitsweise von Studienberatungspersonen oft nicht als direkte Unterstützung wahrgenommen wird, sondern „nur“ als indirekte Unterstützung. Studienberatungspersonen begleiten den Prozess, der zur Studienwahl führt, decken durch gezielte Fragen den Roten Faden auf, sind neutrale Zuhörende und betrachten die Fragestellung „von aussen“. Dadurch werden bestenfalls bei der ratsuchenden Person Gedanken geordnet und mehr Klarheit über die eigenen Interessen, Bedürfnisse und (Lebens-) Ziele geschaffen. Die Entscheidung trifft aber letztlich die ratsuchende Person selber. Möglicherweise wird dadurch die Unterstützung durch eine Studienberatungsperson als indirekt und nicht als offensichtlich hilfreich wahrgenommen.

Schlussfolgerung: Vertreterinnen und Vertreter der Generation Z suchen und finden während des Studienwahlprozesses Unterstützung in ihrem familiären Umfeld. Auch die Lehrperson und Studienberatungsperson werden teilweise um Unterstützung gefragt und als Unterstützung empfunden.

5.2 Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse

Die meistgenutzte und als am hilfreichsten empfundene *Informationsstrategie* der Generation Z in Bezug auf die Studien- und Ausbildungswahl ist der Besuch von „Informationsveranstaltungen der Hochschulen“. Damit sind sowohl Unibesuchstage wie auch Infoveranstaltungen der Fachhochschule gemeint. Zur Recherche ebenfalls oft genutzt werden verschiedene Internetseiten mit entsprechendem Informationsgehalt (www.berufsberatung.ch, Homepages der Hochschulen) oder die Suchmaschine Google. Etwas weniger genutzt als die Recherche im Internet, jedoch als hilfreicher empfunden, werden Informationsstrategien, die face-to-face stattfinden und wo reale Erfahrungen gemacht und ein Austausch bzw. Gespräche (mit Studierenden, Berufsleuten oder Studienberatungsperson) stattfinden können. Auch bei den *Entscheidungshilfen* wird deutlich, dass „Besuch von Unibesuchstagen und Infoveranstaltungen der Fachhochschulen“ als die Aktivität gesehen wird, die am besten zur Entscheidungsfindung beigetragen hat. Die digital vorhandenen Entscheidungshilfen und Informationsstrategien in Bezug auf die Studien- und Ausbildungswahl wird zwar von der Generation Z genutzt, nicht aber in erster Linie als hilfreich oder wertvoll empfunden.

Die wichtigsten Entscheidungshilfen und Informationsstrategien in Bezug auf die Studien- und Ausbildungswahl sind für die Generation Z, die oft als „Digital Natives“ bezeichnet werden, die nicht-digitalen Angebote. Sie suchen nach Gesprächen und Begegnungen mit Personen, die bereits Erfahrungen haben in den von ihnen in Betracht gezogenen Ausbildung, Studienfächern und Berufsrichtungen und aus dem Alltag berichten können. Auch das direkte Umfeld, Eltern, Familie und Freunde, scheinen eine wichtige Unterstützung zu sein während des Studienwahlprozesses.

5.3 Kritische Reflexion der Vorgehensweise

Obwohl die Rücklaufquote trotz Postversand gut ausgefallen ist, wird vermutet, dass der elektronische Versand der Einladung zur Teilnahme an der Studie per E-Mail mit

direktem Link auf die Online-Umfrage für einen noch besseren Rücklauf gesorgt hätte. Dazu hätten zu einem viel früheren Zeitpunkt die E-Mail Adressen der Maturandinnen und Maturanden gesammelt werden müssen – natürlich auf freiwilliger Basis. Der Zeitpunkt der Befragung scheint jedoch richtig gewählt worden zu sein. Für die Befragten war es vermutlich einfacher aus der Retrospektive zu beurteilen, welche Informationsstrategien und Entscheidungshilfen sie in Bezug auf die Studien- und Ausbildungswahl verwendet haben und vor allem welche als hilfreich und wertvoll empfunden worden sind. Die gewählte Methode hingegen, eine quantitative Analyse eines Online-Fragebogens, scheint nicht für alle erfragten Punkte und Items optimal zu sein. Für die Erhebung der genutzten Informationsquellen macht die quantitative Analyse (Häufigkeit der Nennung) Sinn. Hingegen bei der Beurteilung der Aktivitäten, Entscheidungshilfen und Personen, die zur Entscheidungsfindung beigetragen haben, wäre eine qualitative Vorstudie mit Interviews möglicherweise sinnvoller gewesen. Einerseits deshalb, weil sich die vorliegende Studie einem Forschungsgebiet widmet, welches bislang sehr wenig bis gar nicht untersucht worden ist und dementsprechend auch kaum Literatur dazu existiert. Andererseits hätte eine Vorstudie mit Interviews ermöglicht, genauer auf die Vorstellungen zu Informationsstrategien und Entscheidungshilfen der untersuchten Zielgruppe einzugehen. Durch die Analyse der Interviews wäre es vermutlich möglich gewesen, einen exakteren Fragebogen zu konstruieren.

Die vorliegende Studie umfasst Vertreterinnen und Vertreter der Generation Z. Obwohl die Ergebnisse relativ eindeutig sind, muss festgestellt werden, dass die Stichprobe relativ klein und auf ein lokales geografisches Gebiet beschränkt ist. Daher können die Resultate nicht für die gesamte Generation Z verallgemeinert werden. Eher gelten sie für Vertreterinnen und Vertreter der Generation Z des untersuchten Gebietes, allenfalls auch für Vertreterinnen und Vertreter der Generation Z des gesamten Kantons St.Gallen.

5.4 Bedeutung für die Praxis

Im Hinblick auf die Überprüfung zielgruppengerechter (Beratungs-) Angebote der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen sind an dieser Stelle die entsprechenden Punkte zu diskutieren.

„Medien aus dem BIZ“ werden von 28% der Befragten als Informationsquelle genutzt und in Bezug auf die Qualität als tendenziell „eher weniger wertvoll“ bewertet ($M=2.40$, $SD=0.97$). Das BIZ wurde demnach nicht sehr rege genutzt und vermutlich sogar nur von denjenigen, die eine Studienberatung in Anspruch genommen haben. Im Beratungsgespräch wird auf die Medien im BIZ aufmerksam gemacht, oft werden sogar in Begleitung von der Beratungsperson Medien ausgehoben. Wird diese Vermutung auch bei der Auswertung der Resultate berücksichtigt und nur die Bewertung derjenigen berücksichtigt, die eine Studienberatung in Anspruch genommen haben, so wird die Qualität der Medien aus dem BIZ als tendenziell „eher wertvoll“ beurteilt ($M=2.70$, $SD=1.03$). Wer nicht in der Studienberatung war, sucht wohl eher im Internet nach Informationen als im BIZ, denn diese sind jederzeit und überall abrufbar. Dies erleichtert den Zugang sehr und zudem ist es weniger verbindlich als die geliehenen Medien aus dem BIZ, die per Datum wieder ins BIZ zurückgebracht werden müssen. Die Tendenz hin zu digitalen Informationsquellen und Medien ist aber nicht in erster Linie ein generationenbezogenes Phänomen. Es ist vielmehr als das Resultat des Fortschrittes der Technologie zu deuten. Demgegenüber ist zu bemerken, dass die Ausleihstatistik des BIZ bei den Medien der Studien- und Laufbahnberatung in den Schuljahren 2014/15 und 2015/16 wieder steigende Ausleihzahlen verzeichnet hat (vgl. Kapitel 4.3). Wohin dieser Trend führen wird, wird die Zukunft zeigen.

„Informationsveranstaltungen der Studien- und Laufbahnberatung“ haben 46% der Befragten besucht und deren Qualität als tendenziell „eher wertvoll“ bewertet ($M=2.75$, $SD=1.05$). Diese Veranstaltungen ermöglichen den Austausch zwischen den Mittelschülerinnen und Mittelschülern und Studierenden, Dozierenden und/oder Berufsleuten und entsprechen den bevorzugten Informationsstrategien der Generation Z.

„Beratungsgespräch mit einer Studienberatungsperson“ haben 33% der Befragten in Anspruch genommen und deren Qualität als „eher weniger wertvoll“ bis „wertvoll“ bezeichnet ($M=2.57$, $SD=1.07$). Diese Resultate müssen aber differenzierter diskutiert werden. Bei der Auswertung der Resultate wurde klar, dass die Resultate zu denjenigen Items, die das Beratungsgespräch mit einer Studienberatungsperson betreffen, korrigiert werden müssen, um eine realistische Aussage zu erhalten. Dies betrifft folgende Fragen und Items:

- Frage 3: Qualität der Informationsquellen; Item „Beratungsgespräch mit einer Studienberatungsperson“ (Kapitel 4.2.3)
- Frage 4: Entscheidungsfindung; Items „Beratungsgespräch mit einer Studienberaterin/einem Studienberater“ sowie „Tests, die ich in der Studienberatung gemacht habe“ (Kapitel 4.2.4)
- Frage 5: Unterstützung während dem Studienwahlprozess durch Personen im Umfeld; Item „Studienberatungsperson“ (Kapitel 4.2.5)

Die korrigierten Werte umfassen nur Aussagen von Personen, die ein Beratungsgespräch in Anspruch genommen haben. Es liegt auf der Hand, dass nur Personen, die das Angebot genutzt haben, realistisch beurteilen können, wie wertvoll / zutreffend / hilfreich es für sie war. Wer das Angebot nicht genutzt hat, kann höchstens eine hypothetische Einschätzung davon machen. Werden nur die korrigierten Werte in der Auswertung berücksichtigt, so werden alle oben genannten Items als tendenziell „eher wertvoll“ / „trifft eher zu“ / „eher hilfreich“ beurteilt (bei allen oben genannten Items $M \geq 2.70$). Die Beratungsgespräche mit einer Studienberatungsperson werden also in jeder Hinsicht als positiv empfunden von denjenigen, die sie nutzen. Zu diskutieren bleibt die Diskrepanz zwischen den korrigierten Werten und den nicht-korrigierten Werten. Die nicht-korrigierten Werte umfassen die Bewertung aller Personen, egal ob sie das Angebot in Anspruch genommen haben oder nicht. Obwohl im Fragebogen die Antwortoption „keine Angabe“ bzw. „nicht beurteilbar“ verfügbar war, haben doch einige der Befragten Bewertungen zu Studienberatungsangeboten abgegeben, die sie nicht kannten. Dadurch wurden die oben genannten Items deutlich abgewertet und als „eher weniger wertvoll“ / „trifft eher nicht zu“ / „eher weniger hilfreich“ bewertet (bei allen genannten Items $M \leq 2.20$). Warum diese Angebote von denjenigen, die sie nicht in Anspruch genommen haben, negativer beurteilt worden sind als von denjenigen, die sie in Anspruch genommen haben, ist unklar. Dazu können folgende Vermutungen geäußert werden: 1) Die Anleitungen im Fragebogen waren zu wenig eindeutig formuliert und haben dazu verleitet, auch Angebote zu beurteilen, die nicht bekannt waren. 2) Die Mittelschülerinnen und Mittelschüler haben negative Vorurteile gegenüber einem Beratungsgespräch mit einer Studienberatungsperson. Woher diese Vorurteile stammen, ist nicht klar. Diese Frage müsste in einer weiterführenden Studie untersucht werden.

Unter Berücksichtigung der Resultate aus der vorliegenden Studie kann geschlossen werden, dass die Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen für die Generation Z bereits zielgruppengerechte Informations- und Beratungsangebote führt. Auch für die Eltern, die der Generation Z wichtige Unterstützung bieten während des Studienwahlprozesses, ist ein Angebot in Form eines Elternabends vorhanden. An diesem Elternabend werden die Eltern über die wichtigsten Schritte im Studienwahlprozess informiert und sie erhalten grundlegende Informationen dazu, welche Ausbildungsmöglichkeiten es nach der Matura gibt, wie ein Studium aufgebaut ist, mit welchen Kosten gerechnet werden muss und wie Eltern ihre Kinder im Studienwahlprozess unterstützen können. Im Frühling 2015 wurde dieser Anlass erstmals durchgeführt und die Nachfrage war so gross, dass er mehrmals wiederholt werden musste. Mittlerweile sind Elternabende an allen Kantonsschulen des Kantons St.Gallen fester Bestandteil des Angebotes der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen. Das grosse Interesse an den Elternabenden stützt wiederum die These von Scholz (2014), wonach die Generation Z sehr von ihren Eltern behütet aufwächst.

Für die Generation Z ist die digitale Welt und deren Möglichkeiten Teil ihres Lebens. Sie bewegen sich souverän auf verschiedensten Kanälen, sind dadurch (global) vernetzt und teilen ihr Leben mit Freunden auf Sozialen Netzwerken. Von den vorangehenden Generationen, die vielleicht die Möglichkeiten des Internets weniger ausschöpfen und damit weniger vertraut sind als die Generation Z, darf nicht der Fehler begangen werden, der Generation Z zu unterstellen, dass sie in Bezug auf jedes (Lebens-) Thema nur noch digital unterwegs seien. In Bezug auf eine Erweiterung des Angebotes der Studien- und Laufbahnberatung macht es Sinn, genau hinzuschauen, welche digitalen Anwendungen und Plattformen die Generation Z aus welchem Grund nutzt. Nur weil die Generation Z auf Social Media gerne Inhalte mit Freunden austauscht, heisst dies nicht, dass sie dort auch Inhalte zur Studien- und Ausbildungswahl vorfinden will und das Angebot entsprechend nutzen würde. Die vorliegende Untersuchung zeigt, dass Internetseiten mit entsprechendem Informationsgehalt für die Generation Z ein wichtiges Medium zur Informationsgewinnung. Die Nachfrage nach Angeboten auf Sozialen Medien hingegen scheint derzeit nicht gross zu sein. Dies würde die These von Häusermann (2011) stützen welche darauf hinwies, dass es bei den Mittelschülerinnen und -schülern und Studierenden im Kanton Basel Stadt keinen Bedarf nach einer

Facebook-Seite der Studienberatung gibt. Um aber verlässliche Aussagen zum tatsächlichen Bedürfnis nach Angeboten auf Sozialen Medien machen zu können, müsste dies in einer weiterführenden Studie vertieft analysiert werden.

5.5 Weiterführende Gedanken und Ausblick

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie verdeutlichen, dass die meistgenutzte Informationsstrategie und als am hilfreichsten empfundene Entscheidungshilfe der Generation Z in Bezug auf die Studien- und Ausbildungswahl der „Besuch von Informationsveranstaltungen der Hochschulen“ ist. Damit sind sowohl Unibesuchstage wie auch Infoveranstaltungen der Fachhochschule gemeint. Der kritische Punkt bei Unibesuchstagen und Informationsveranstaltungen der Fachhochschule besteht darin, dass diese Veranstaltungen oft zu Marketingzwecken verwendet werden. Daher ist es eine Überlegung wert, ob es Aufgabe der Beratungspersonen der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen ist, die Mittelschülerinnen und -schüler in Zukunft besser auf diese Informationsveranstaltungen der Hochschulen vorzubereiten. In welcher Form diese Vorbereitung stattfinden könnte, bleibt zu diskutieren.

Grundsätzlich zeigen die vorliegenden Ergebnisse auf, dass die bevorzugten Informationsstrategien und Entscheidungshilfen der Generation Z in Bezug auf die Studien- und Ausbildungswahl auf Gesprächen und Begegnungen mit Personen basieren, die Erfahrungen in den von den Jugendlichen in Betracht gezogenen Ausbildungen, Studienfächern und Berufsrichtungen haben. Es könnte überlegt werden, ob die Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen ein zukünftiges Angebot schaffen will, welches diesen Austausch ermöglicht. Die Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen organisiert bereits Informationsveranstaltungen (siehe Kapitel 2.2.3), die den Informationsaustausch und Begegnungen mit Studierenden, Dozierenden oder Berufsleuten ermöglichen. Eine Idee für ein weiteres Angebot, bei welchem Interaktionen zwischen den Ratsuchenden und „studien- respektive berufserfahrenen“ Personen stattfinden könnten, wäre die Konzeption eines jährlich stattfindenden „Marktplatzes“. An diesem „Marktplatz“ können eingeladene Studierende und/oder Berufsleute pro Studienrichtung respektive Berufsrichtung einen „Marktstand“ gestalten. An diesem „Marktstand“ geben sie Informationen zu ihrem Studium und Beruf weiter und teilen mit den Jugendlichen ihre Erfahrungen. Dadurch können die Jugendlichen vereinfacht das Gespräch zu Studierenden und

Berufsleuten finden und die Veranstaltung wäre frei von Marketingzwecken. Ob die Umsetzung eines solchen „Marktplatzes“ in Bezug auf die vorhandenen Ressourcen der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen denkbar wäre, ist zu prüfen.

Eine weitere Idee, um den Austausch zwischen Mittelschülerinnen/–schülern und Studierenden oder Berufsleuten zu ermöglichen, wäre das Führen einer Datenbank mit Kontaktdaten von Gesprächspartnerinnen und -partnern, die bei Bedarf vermittelt werden könnten. Die Gesprächspartner/-innen können Personen aus der Beratung sein, ehemalige Mittelschülerinnen und –schüler oder Personen aus dem persönlichen Netzwerk der Beratungspersonen. Diese Personen müssten damit einverstanden sein, in dieser Datenbank aufgenommen zu werden und bei Interesse an Mittelschülerinnen und –schüler vermittelt zu werden für Gespräche über ihren Werdegang und ihre Tätigkeit. Auch bei dieser Idee wäre die Umsetzung zu prüfen.

6. Literaturverzeichnis

Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen. (2008). *Nutzung von Informationsquellen zur Studienwahl. Eine Umfrage bei Maturandinnen und Maturanden der st.gallischen Kantonsschulen und der ISME*. St.Gallen: Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen

Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen. (2011). *Studien- und Berufswahlvorbereitung für Mittelschülerinnen und Mittelschüler. Konzept (aktualisiert September 2015)*. St.Gallen: Fachbereich Studien- und Laufbahnberatung, Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen

Bedürftig, D. (2016). *Was Generation Z vom Berufsleben erwartet*. Artikel in „Die Welt Online“ vom 6.3.2016. Zugriff am 1. Oktober 2016 unter <https://www.welt.de/wirtschaft/karriere/bildung/article152993066/Was-Generation-Z-vom-Berufsleben-erwartet.html>

Häusermann, A. (2011). *Studienberatung auf Facebook? Sinn und Unsinn einer Präsenz auf der Social Network Site*. Zürich, IAP (unveröffentlicht)

Hikel, C. (2015). Generation. In Sina Franzin und Stefan Jordan (Hrsg.), *Lexikon Soziologie und Sozialtheorie, Hundert Grundbegriffe* (e-Book S. 55). Stuttgart: Reclam.

Höpflinger, F. (1999) *Generationenfrage - Konzepte, theoretische Ansätze und Beobachtungen zu Generationenbeziehungen in späteren Lebensphasen*. Lausanne: Réalités Sociales.

Hurrelmann, K., Albrecht, E. (2014). *Die heimlichen Revolutionäre – Wie die Generation Y unsere Welt verändert*. Weinheim und Basel: Beltz (E-Book)

Löpfe, P. (2014). *Das Glück der Babyboomer*. Artikel im *Tagesanzeiger Online* vom 10.1.2014. Zugriff am 17. September 2016 unter <http://www.tagesanzeiger.ch/leben/gesellschaft/Das-Glueck-der-Babyboomer/story/30759052>

Loher, M. (2016). *Was die Generation Z im Leben will*. Artikel im *St.Galler Tagblatt Online* vom 8.7.2016. Zugriff am 1. Oktober 2016 unter <http://www.tagblatt.ch/ostschweiz/ostschweiz/tb-os/Was-die-Generation-Z-im-Leben-will;art120094,4683097>

Lüscher, K., Hoff, A., Lamura, G., Renzi, M., Sánchez, M., Viry, G., Widmer, E. (2014). *Generationen, Generationenbeziehungen, Generationenpolitik. Ein mehrsprachiges Kompendium* (Edition 2014). GENERATIONES International Network for the Study of Intergenerational Issues [INSII]. Konstanz et al.: Uni Konstanz.

Nolan, V. (2016). Was im Job wirklich zählt. *Das Schweizer ElternMagazin Fritz+Fränzi* (10/2016), 32 - 33.

Riederle, P. (2013). *Wer wir sind, und was wir wollen – Ein Digital Native erklärt seine Generation*. München: Droemer Knaur

Scholz, C. (2014). *Generation Z – Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt* (1. Aufl.). Weinheim: Wiley-VCH

Scholz, C. (2016). *Die-Generation-Z*. Zugriff laufend unter <http://die-generation-z.de/>

Schreiber, M. (2012). *Wie soll ich mich entscheiden?* Interview von Katharina Wagner mit Marc Schreiber in *Zeit Online* vom 6. November 2012. Zugriff am 2. Oktober 2016 unter <http://www.zeit.de/campus/2013/s1/entscheiden-beruf-psychologe-marc-schneider>

Schweizerisches Dienstleistungszentrum für Berufsbildung sowie Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung SDBB. (2016). *Fokus Studienwahl: So finde ich die richtige Ausbildung* (3. aktualisierte Aufl.). Bern: SDBB Verlag

Shell Deutschland Holding (Hrsg.). (2015). *Jugend 2015. Eine pragmatische Generation im Aufbruch*. Frankfurt am Main: Fischer Verlag.

Willemse, I., Waller, G., Genner, S., Suter, L., Oppliger, S., Huber, A.-L. & Süss, D. (2014). *JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz*. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Wolter, S.C., Diem, A. Messer, D. (2013). *Studienabbrüche an Schweizer Universitäten*. Aarau: SKBF

Zimmermann, St. (2008). Gründe für den Studienabbruch an der ETH. Masterarbeit MAS ETH MTEC. Zürich: ETH

Umfrage zur Studien- und Ausbildungswahl

Seite 1

Liebe Umfrageteilnehmerin, lieber Umfrageteilnehmer!

Vor wenigen Monaten haben Sie Ihre Matura erfolgreich abgeschlossen und geniessen jetzt ein Zwischenjahr oder den Beginn Ihrer gewählten Ausbildung – herzlichen Glückwunsch!

Bereits im Frühling 2016 mussten Sie wichtige Entscheidungen treffen in Bezug auf die Frage „Wie geht es weiter nach der Matura?“ Gerne möchten wir von der Studien- und Laufbahnberatung St.Gallen Ihnen diesbezüglich ein paar Fragen stellen. Mit Hilfe dieser Umfrage wollen wir herausfinden, was für Sie wertvoll und hilfreich war, um zu einer Entscheidung bezüglich der oben erwähnten Frage zu gelangen. Durch Ihre Mithilfe werden wir unser Angebot bei der Studien- und Laufbahnberatung überprüfen und wo nötig entsprechend anpassen, damit wir zukünftige Maturandinnen und Maturanden optimal unterstützen können in ihrer Entscheidungsfindung. Die Beantwortung des Fragebogens dauert nur einige Minuten. Bei Fragen können Sie sich jederzeit an Anina Caviezel, Tel. 058 229 72 33, Email: anina.caviezel@sg.ch, wenden. Wir bitten Sie, untenstehenden Fragebogen bis spätestens 9. Oktober auszufüllen. Selbstverständlich werden Ihre Angaben vertraulich und anonym behandelt.

Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!

Seite 2

FRAGE 1: Schwierigkeit der Entscheidung

Wie schwierig war es für Sie, sich für eine Anschlusslösung nach der Matura zu entscheiden? *

Die Antwortskala reicht von 1= schwer bis 4=leicht.

	schwer	eher schwer	eher leicht	leicht	nicht beurteilbar
Insgesamt fiel mir die Entscheidung...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wie genau wussten Sie schon vor dem letzten Schuljahr, was Sie nach der Matura machen wollen? *

Die Antwortskala reicht von 1= trifft nicht zu bis 4=trifft zu.

	trifft nicht zu	trifft eher weniger zu	trifft eher zu	trifft zu	nicht beurteilbar
Ich wusste schon seit langem, was ich werden will bzw. dass ich ein Zwischenjahr machen möchte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich hatte eine grobe Vorstellung davon, welche Studienrichtung für mich in Frage kommt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich hatte bis Anfang der 4. Gymnasialklasse keine Ahnung, was ich nach der Matura machen will.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

FRAGE 2: Verwendete Informationsquellen

Welche Informationsquellen haben Sie genutzt?

Internet

Mehrfachantworten sind möglich.

- Ich habe mit Google recherchiert
- Ich habe mich auf www.berufsberatung.ch informiert
- Ich habe mich auf der homepage der Hochschulen informiert
- Ich habe mich über social media (facebook, twitter, Foren, Blogs usw.) mit anderen ausgetauscht und informiert.

Welche social media haben Sie genutzt (bitte aufschreiben, welche Plattform(en) Sie als Informationsquellen genutzt haben):

andere Informationsquellen im Internet (bitte aufschreiben, welche Informationsquellen im Internet Sie noch genutzt haben):

Berufsinformationszentrum BIZ

- Ich habe mich mit Hilfe von Medien aus dem Berufsinformationszentrum (BIZ) der Berufs-, Studien und Laufbahnberatung informiert

Veranstaltungen

Mehrfachantworten sind möglich.

- Ich habe an Informationsveranstaltungen der Studien- und Laufbahnberatung (jeweils am Mittwoch Nachmittag meistens an der Kantonsschule am Burggraben) teilgenommen
- Ich habe Informationsveranstaltungen der Hochschulen besucht (Unibesuchstage, Infoanlass Fachhochschule)
- andere Informationsveranstaltungen, die Sie besucht haben (bitte aufschreiben):

Beratungs- und Informationsgespräche

Mehrfachantworten sind möglich.

- Ich habe mit Berufsleuten über ihren Beruf und ihre Ausbildung gesprochen
- Ich habe mit Studierenden über ihr Studium gesprochen
- Ich habe mit Lehrpersonen über zu mir passende Studiengänge gesprochen und/oder über meine Leistungen, ob diese für einen bestimmten Studiengang ausreichen würden
- Ich habe mit einer Studienberatungsperson ein Beratungsgespräch geführt
- andere Personen oder Gruppen, mit denen Sie Gespräche geführt haben (bitte aufschreiben):

FRAGE 3: Qualität der Informationsquellen

Wie wertvoll haben Sie unten aufgeführte Informationsquellen empfunden bei ihren Recherchen in Bezug auf mögliche Anschlusslösungen nach der Matura? *

Die Antwortskala reicht von 1= nicht wertvoll bis 4=wertvoll.

	nicht wertvoll	eher weniger wertvoll	eher wertvoll	wertvoll	keine Angaben
Das Internet war für mich in Bezug auf die Informationsgewinnung...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Recherche mit Google war für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Informationen auf www.berufsberatung.ch waren für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Informationen auf der homepage der Hochschulen waren für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Informieren über social media war für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Die informativste social media Seite war für mich (bitte aufschreiben):

Wie wertvoll haben Sie unten aufgeführte Informationsquellen empfunden bei ihren Recherchen in Bezug auf mögliche Anschlusslösungen nach der Matura? *

Die Antwortskala reicht von 1= nicht wertvoll bis 4=wertvoll.

	nicht wertvoll	eher weniger wertvoll	eher wertvoll	wertvoll	keine Angaben
Die Medien aus dem Berufsinformationszentrum (BIZ) der Berufs-, Studien und Laufbahnberatung waren für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Informationsveranstaltungen der Studien- und Laufbahnberatung (jeweils am Mittwoch Nachmittag meistens an der Kantonsschule am Burggraben) waren für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Informationsveranstaltungen der Hochschulen (Unibesuchstage, Infoanlass Fachhochschule) waren für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Gespräche mit Berufsleuten über ihren Beruf und ihre Ausbildung waren für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Gespräche mit Studierende über ihr Studium waren für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Gespräche mit Lehrpersonen über zu mir passende Studiengänge und/oder über meine Leistungen, ob diese für einen bestimmten Studiengang ausreichen würden, waren für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Beratungsgespräche mit einer Studienberatungsperson waren für mich...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

FRAGE 4: Entscheidungsfindung

Welche der unten aufgeführten Aktivitäten haben dazu beigetragen, dass Sie zu einer Entscheidung in Bezug auf die Anschlusslösung nach der Matura gefunden haben? *

Die Antwortskala reicht von 1= trifft nicht zu bis 4=trifft zu.

	trifft nicht zu	trifft eher weniger zu	trifft eher zu	trifft zu	nicht beurteilbar
Der Besuch von Informationsveranstaltungen der Studien- und Laufbahnberatung (jeweils am Mittwoch Nachmittag meistens an der Kantonsschule am Burggraben) hat zur Entscheidung beigetragen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Besuch von Unibesuchstagen und/oder Infoveranstaltungen der Fachhochschulen haben zur Entscheidung beigetragen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Teilnahme an Workshops der Studien- und Laufbahnberatung haben zur Entscheidung beigetragen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Beratungsgespräch mit einer Studienberaterin / einem Studienberater hat zur Entscheidung beigetragen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Tests, die ich in der Studienberatung gemacht habe und das anschliessende Auswertungsgespräch haben zur Entscheidung beigetragen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tests, die ich im Internet gemacht habe, haben zur Entscheidung beigetragen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ein „Schnupper-Praktikum“ in meinem „Traum“-Beruf hat zur Entscheidung beigetragen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

andere Aktivitäten, die positiv zur Entscheidung beigetragen haben (bitte aufschreiben):

Seite 6

FRAGE 5: Unterstützung während dem Studienwahlprozess durch Personen im Umfeld
Wie hilfreich war für Sie die Unterstützung der unten aufgeführten Personen während des Studienwahlprozesses? *

Die Antwortskala reicht von 1= nicht hilfreich bis 4=hilfreich.

	nicht hilfreich	eher weniger hilfreich	eher hilfreich	hilfreich	keine Angaben
Meine Eltern / meine Familie haben mich während des Studienwahlprozesse unterstützt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mein Freundeskreis hat mich während des Studienwahlprozesse unterstützt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine Lehrperson hat mich während des Studienwahlprozesse unterstützt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eine Studienberatungsperson hat mich während des Studienwahlprozesses unterstützt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

andere haben mich unterstützt (bitte aufschreiben, wer Sie unterstützt hat):

Seite 7

FRAGE 6: Angaben zur Person

Geschlecht *

weiblich

männlich

Jahrgang *

Schwerpunktfach Matura *

Meine Anschlusslösung an die Matura ist: *

- Zwischenjahr
- Praktikum, um danach an der FH studieren zu können
- Beginn des Studiums im Herbstsemester 2016/17
- Lehre/Ausbildung
- noch keine Anschlusslösung
-

anderes (bitte aufschreiben):

Ich habe mich für folgenden Studiengang (Haupt- und Nebenfach) bzw. folgende Lehre/Ausbildung entschieden:

Name der Hochschule / des Ausbildungsinstituts:

Waren Sie in der Studienberatung? *

ja

nein

» Umleitung auf Schlussseite von Umfrage Online



Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung

Umfrage zur Studien- und Ausbildungswahl

Liebe ehemalige Schülerinnen und Schüler der Kantonsschule am Burggraben
St.Gallen

Vor wenigen Monaten haben Sie Ihre Matura erfolgreich abgeschlossen und freuen
sich jetzt über den Start Ihres Studiums oder ein Zwischenjahr – herzlichen
Glückwunsch!

Als Studien- und Laufbahnberatungsstelle ist es uns wichtig, ein Beratungsangebot zu
schaffen, das den Bedürfnissen der heutigen Mittelschülerinnen und Mittelschüler
entspricht. Um dies überprüfen zu können, möchten wir Sie dazu einladen, an einer
Studie teilzunehmen. Im Rahmen dieser Studie wird untersucht, welche
Informationsstrategien und Entscheidungshilfen Sie in Bezug auf die Studien- und
Ausbildungswahl eingesetzt haben. Dieses Wissen soll uns als Grundlage dazu dienen,
unser Angebot zu hinterfragen, zu verbessern und neuen Bedürfnissen anzupassen.
Für Ihre Mitarbeit sind wir Ihnen sehr dankbar!

Die Beantwortung des Fragebogens dauert nur einige Minuten. Die Umfrage findet
online statt und ist anonym.

Folgen Sie bitte dem Link **<https://www.umfrageonline.ch/s/SLB>** und
beantworten Sie die Fragen bis spätestens 9. Oktober 2016.

Herzlichen Dank für Ihre Mitarbeit!

Ich wünsche Ihnen alles Gute und grüsse Sie freundlich

Anina Caviezel
Studien- und Laufbahnberaterin

T +41 58 229 72 33
anina.caviezel@sg.ch

Kanton St.Gallen
Bildungsdepartement
Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung
Teufenerstrasse 1/3
9001 St.Gallen



IAP
Institut für Angewandte
Psychologie

www.iap.zhaw.ch

Selbständigkeits- und Herausgabeerklärung

MAS-Arbeit: **Generation Z und die Studienwahl – eine Analyse in Bezug auf Informationsstrategien und Entscheidungshilfen bei Gymnasiastinnen und Gymnasiasten des Kantons St.Gallen**

im Studiengang: **MAS Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung, MAS BSLB14-F**

Selbständigkeitserklärung Studierende

Erklärung des MAS-Studierenden /der MAS-Studierenden **Anina Caviezel**

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Alle wörtlichen oder sinngemäss verwendeten Gedanken, Aussagen und Argumente sind unter Angabe der Quellen (einschliesslich elektronischer Medien) kenntlich gemacht. Die vorliegende Arbeit oder Auszüge daraus wurden in keiner anderen Prüfung vorgelegt.

St.Gallen, 21. Dezember 2016

(Ort, Datum)

.....

(Unterschrift des Verfassers/der Verfasserin)

Die MAS Arbeiten sind grundsätzlich öffentlich zugänglich. In begründeten Fällen können Einschränkungen der Herausgabe festgelegt werden. In einzelnen Fällen werden die MAS Arbeiten elektronisch auf der ZHAW Internetseite veröffentlicht. Diese elektronische Veröffentlichung beinhaltet jedoch keinen rechtlichen Anspruch auf eine Publikation.

Herausgabeerklärung Betreuungsperson

Die vorliegende MAS-Arbeit darf

- Uneingeschränkt herausgegeben werden
- Nur unter Aufsicht der Betreuungsperson oder der Studiengangleitung eingesehen und nicht vervielfältigt werden
- Nicht herausgegeben werden

.....
(Ort, Datum)

.....
(Unterschrift der Betreuungsperson)