

Abstract

Folgeuntersuchung 2011 - „Fachkräftesicherung für Mecklenburg-Vorpommern“

Vergleichsanalyse der Befragungsergebnisse 2009 und 2011
und Wirksamkeitsanalyse der Kampagne „Durchstarten in MV – Dein Land, deine Chance“

23.04.2012

Statistik-Consult

Im Auftrag von:



In Kooperation mit:





Autoren:

Dipl. Demographin Ivonne Pabst

Dipl. Volkswirt Christian Schwarz

www.Statistik-Consult.de

Im Auftrag des:

Ministeriums für Wirtschaft, Bau und Tourismus Mecklenburg-Vorpommern

in Kooperation mit den

Industrie- und Handelskammern in Mecklenburg-Vorpommern

Inhaltsverzeichnis

1	Ziel der Untersuchung.....	4
2	Untersuchungsgruppen und Methodik.....	4
3	Sozialstruktur - Vergleich 2009 - 2011.....	5
4	Berufliche Zukunftsvorstellungen - Vergleich 2009/2011.....	6
4.1	Bewerbungen und Berufsaussichten überregional	6
4.2	Bewerbungen und Berufsaussichten in MV	8
5	Meinungen, Einstellungen und Kenntnisse über MV – Vergleich 2009 – 2011	10
5.1	Meinungen und Einstellungen über MV	10
5.2	Bekannte Wirtschaftszweige	11
6	Umzugsneigung - Vergleich 2009/2011.....	13
6.1	Fortzug aus Mecklenburg-Vorpommern	13
6.2	Umzugsgründe.....	14
7	Die Kampagne	16
7.1	Kampagne „Durchstarten in MV – Dein Land, deine Chance“	16
8	Wirkungen der Kampagne.....	18
8.1	Einschätzung der Berufsaussichten	18
8.2	Einstufung von Gegensatzpaaren	19
9	Fazit.....	22
10	Literaturverzeichnis	23

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
CATI	Computer Assisted Telephone Interviewing
Eltern (E-Fb)	Angaben der Eltern aus der Elternbefragung
Lehrer (L-Fb)	Angaben der Lehrer aus der Lehrerbefragung
MV	Mecklenburg-Vorpommern
Schüler (E-Fb)	Angaben der Eltern über ihre Kinder aus der Elternbefragung
Schüler (S-Fb)	Angaben der Schüler aus der Schülerbefragung
Tab.	Tabelle

1 ZIEL DER UNTERSUCHUNG

Diese Studie analysiert die Ergebnisse zweier Erhebungen unter Schülern, Lehrern und Eltern in Mecklenburg-Vorpommern (MV) in den Monaten Oktober 2009 und Oktober 2011. In der ersten Erhebung vom Oktober 2009 – der „Null-Welle“¹ – wurden erstmals die Meinungen und Einstellungen von Schülern in Abschlussklassen zu ihren Ausbildungs- und Berufsaussichten sowie generell zum Bundesland MV ermittelt. Ebenfalls zu diesen Themen befragt wurden Lehrer und Eltern. Zeitgleich mit der ersten Erhebung startete die Kampagne „Durchstarten in MV – Dein Land, deine Chance“ des Ministeriums für Wirtschaft, Bau und Tourismus.

Die zweite Erhebung im Oktober 2011 fand statt, nachdem diese Kampagne ihre erste Phase durchlaufen hatte. Dadurch ist es nun möglich, die Meinungen und Einstellungen von Schülern, Lehrern und Eltern vor und zwei Jahre nach Beginn der Kampagne zu vergleichen.

Zwei zentrale Themen werden in dieser Studie aufgegriffen: zum einen der **Vergleich der Meinungen und Einstellungen zweier Abschlussjahrgänge**. Auf dieser Ebene spiegelt sich die Summe aller Einflussfaktoren – gezielte Kampagnen ebenso wie allgemeine wirtschaftliche, demografische und soziale Entwicklungen und deren Wahrnehmung durch die Menschen.

Zum anderen ist es von besonderer Bedeutung, Indizien für die **Wirksamkeit der Informationskampagne** „Durchstarten in MV – Dein Land, deine Chance“ zu finden.

In den folgenden Kapiteln wird in verkürzter Form aufgezeigt, ob sich die Meinungen und Einstellungen der untersuchten Personengruppen im Zeitraum Oktober 2009 bis Oktober 2011 tatsächlich geändert haben und welche dieser Veränderungen mit der in diesem Zeitraum erfolgten Informations- und Marketingkampagne „Durchstarten in MV – Dein Land, deine Chance“ in Zusammenhang gebracht werden können.

¹ „Null-Welle zur Fachkräftesicherung in Mecklenburg-Vorpommern“ (veröffentlicht 2010)

2 UNTERSUCHUNGSGRUPPEN UND METHODIK

Die Meinungen der Untersuchungsgruppen wurden 2009 und 2011 quantitativ durch schriftliche Befragung erfasst.

Damit standen 2011 insgesamt sechs Datensätze zur Verfügung:

- ➔ **Hauptuntersuchungsgruppe Schüler** (S-Fb) aus den Abschlussjahrgängen der Mittleren und Allgemeinen Hochschulreife 2009/2010 und 2011/2012 Mecklenburg-Vorpommerns (schriftliche Befragung).
- ➔ **Lehrer** (L-Fb), die die zukünftigen Absolventen in den Abschlussklassen zu den zwei Befragungszeitpunkten unterrichten (schriftliche Befragung).
- ➔ **Eltern** (E-Fb) mit Kindern im entsprechenden Alter und Abschlussplänen zur Mittleren und Allgemeinen Hochschulreife im Jahr 2009 und 2011 (CATI-Befragung 2009 sowie schriftliche Befragung 2011).

Die Zeiträume der Erhebungen waren Anfang Oktober 2009 und Anfang Oktober 2011.

An die Stichproben der Untersuchung wird der Anspruch gestellt, dass diese die tatsächlichen Grundgesamtheiten möglichst exakt in ihren Merkmalen widerspiegeln und damit die Repräsentativität der Untersuchung ermöglichen. Um diese Repräsentativität tatsächlich zu erreichen, sollte eine Stichprobe zudem aus Realisierungen von zufälligen, also nicht deterministisch vorhersagbaren Variablen (Zufallsvariablen) bestehen.

Die Befragungen 2009 und 2011 basierten auf einem geschichteten Zufallsmodell² von Schülern, Lehrern und Eltern. Folgende Schichtungen wurden in der Stichprobenziehung berücksichtigt:

1. Daten der Absolventen Mittlerer- und Allgemeiner Hochschulreife in der amtlichen Statistik 2008/09 und 2010/11 Mecklenburg-Vorpommern.

² Ein Vorteil einer geschichteten gegenüber einer einfachen Zufallsstichprobe ist, dass diese meist genauere Schätzungen, bzw. kleinere Standardfehler, bietet (vgl. Schnell/Hill/Esner 2005, S. 280.)

2. Anzahl der Schulen/Schulverteilung laut amtlicher Statistik 2008/09 und 2010/11.
3. Verteilung der Schulen auf die vier Schulamtsbezirke MVs³ laut amtlicher Statistik.
4. Zufällige Ziehung der Schulen durch das Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur MVs nach den aus Punkt 1 bis 3 festgelegten Kriterien zur geschichteten Stichprobenziehung.
5. Befragung aller Schüler in Abschlussklassen für Mittlere Reife und Allgemeine Hochschulreife sowie deren Lehrer und Eltern an den zufällig gezogenen Schulen – Vollerhebung

Gegenüber der Null-Welle 2009 wurden die Fragebogen in der Folgeerhebung 2011 so erweitert, dass diese nun auch als Instrument zur Wirksamkeitsanalyse der Informations- und Marketingkampagne verwendet werden konnten. Insgesamt führten die Befragungsaktionen an den Schulen zu sehr guten Rückläufen und Vermeidung von zu starken Ausfällen.

3 SOZIALSTRUKTUR - VERGLEICH 2009 - 2011

Schüler:

- Rücklauf **2009**: 694 Schüler und **2011**: 580 Schüler.
- Geschlechterverteilung relativ ausgeglichen (**2009/2011**).
- Schüler stammen zu ca. 80 Prozent gebürtig aus MV (**2009/2011**).

Lehrer:

- Rücklauf **2009**: 108 Lehrer und **2011**: 168 Lehrer
- **2009**: ca. ¾ der Lehrer sind Frauen; **2011** etwas höherer Anteil an Männern als 2009
- über 80 Prozent der Lehrer stammen gebürtig aus MV (**2009/2011**)
- **2009**: die Hälfte der Lehrer ist bereits 21-30 Jahre in dem Beruf tätig; **2011**: ca. 7 Prozent höherer Anteil derjenigen Lehrer, die „bis 20 Jahre“ als Lehrer tätig sind.

Eltern:

- Rücklauf **2009**: 215 Eltern und **2011**: 249 Eltern
- **2009**: ca. 70 Prozent Mütter; **2011** ca. 80 Prozent Mütter.
- ca. 80 Prozent der Eltern stammen gebürtig aus MV (**2009/2011**)
- ca. 89 Prozent der Väter sind erwerbstätig (**2009/2011**) und ca. 84 Prozent der Mütter sind 2011 erwerbstätig (**2009** ca. 78 Prozent)

Insgesamt konnten **2009** 1.017 Meinungen und **2011** 997 Meinungen von und über junge Nachwuchskräfte im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern untersucht werden.

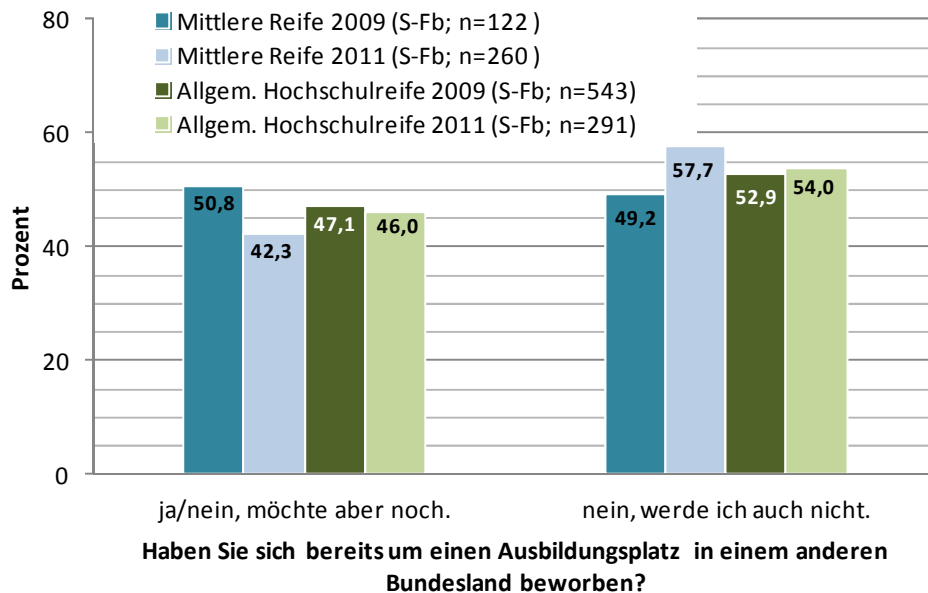
³ Greifswald, Neubrandenburg, Schwerin und Rostock.

4 BERUFLICHE ZUKUNFTSVORSTELLUNGEN - VERGLEICH 2009/2011

4.1 Bewerbungen und Berufsaussichten überregional

Die Abb. 1 zeigt, dass sich die Schüler 2011 weniger häufig um einen **Ausbildungsplatz in anderen Bundesländern** beworben hatten, als dies noch 2009 der Fall war. Während dieser Rückgang bei den Regionalschülern mit 8,5 Prozent deutlich ist, ist die Veränderung bei den Gymnasiasten nur sehr gering.

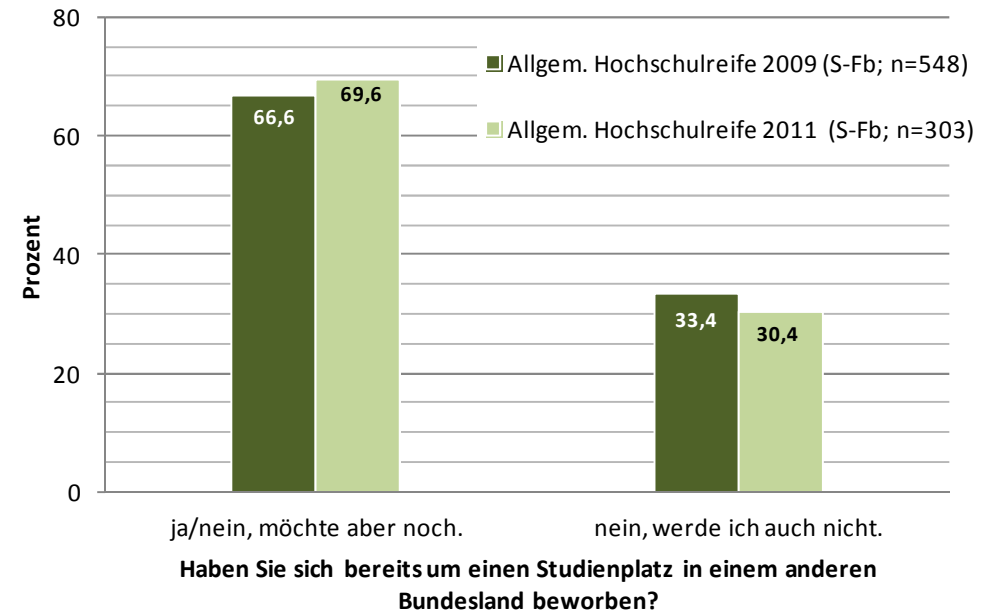
Abb. 1 Bewerbung um Ausbildungsplatz in anderen Bundesländern; nach Schulabschluss (S-Fb); Vergleich 2009/2011



Weniger Regionalschüler bewarben sich 2011 um Ausbildungsplätze in anderen Bundesländern als noch 2009.

Die folgende Abb. 2 zeigt, dass sich im Oktober 2011 gegenüber 2009 ein etwas höherer Anteil der Gymnasiasten (+3 Prozent) bereits auf einen **Studienplatz in anderen Bundesländern** beworben hatte oder dies plante.

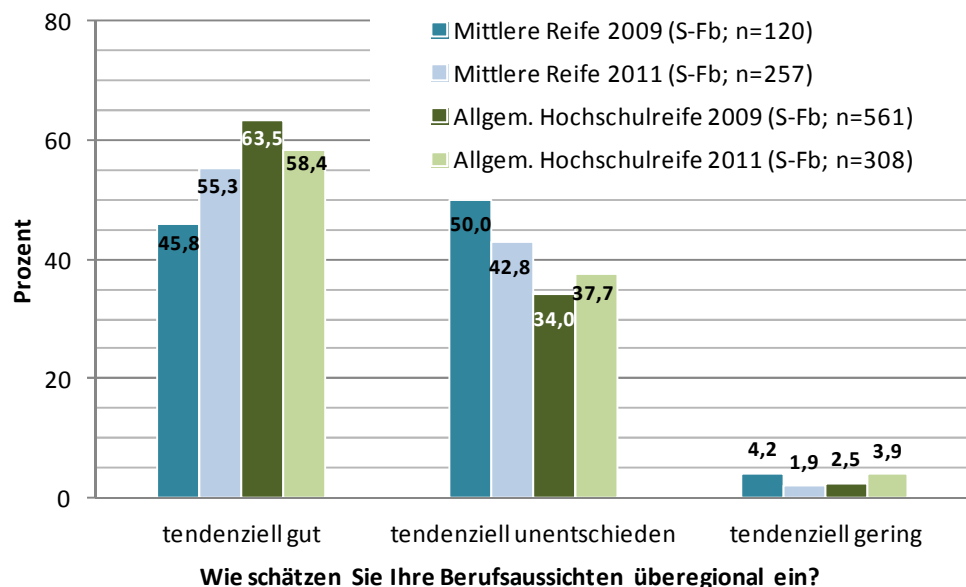
Abb. 2 Bewerbung um Studienplatz in anderen Bundesländern; nach Allgemeiner Hochschulreife (S-Fb); Vergleich 2009/2011



Etwas mehr Gymnasiasten bewarben sich 2011 um einen Studienplatz in anderen Bundesländern als 2009.

Abb. 3 zeigt, dass die **überregionalen Berufsaussichten** 2011 etwas seltener optimistisch von den Gymnasiasten eingeschätzt wurden als noch 2009. Regionalschüler schätzten die Berufsaussichten außerhalb von MV zwar weniger häufig als gut ein als die Gymnasiasten, beurteilten jedoch ihre überregionalen Möglichkeiten 2011 um 9,5 Prozent häufiger als gut als noch in der Null-Welle 2009.

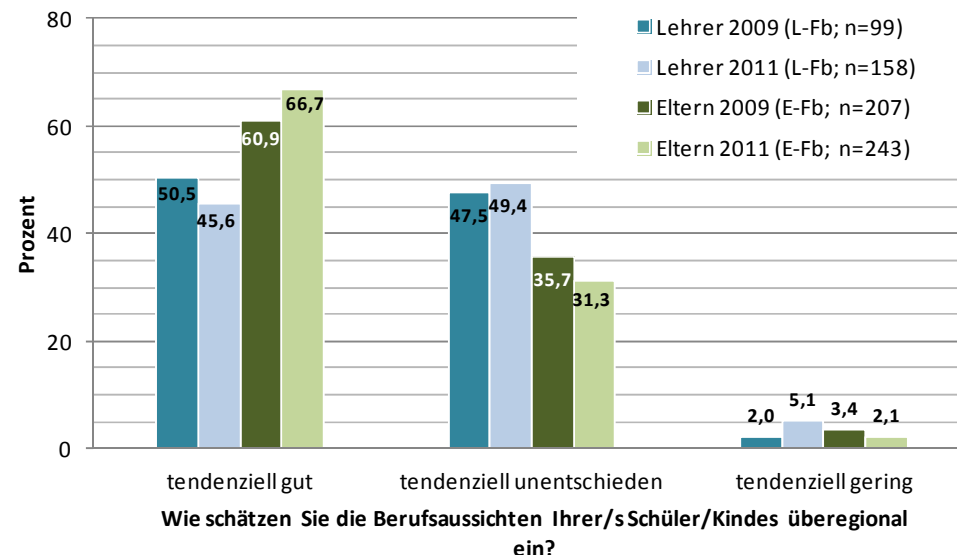
Abb. 3 Überregionale Berufsaussichten; nach Schulabschluss – tendenziell gruppiert (S-Fb); Vergleich 2009/2011



Die **Regionalschüler** bewerteten ihre **beruflichen Möglichkeiten außerhalb von MV** 2011 **deutlich häufiger als gut** als noch vor zwei Jahren. In den Meinungen der Gymnasiasten zeigt sich eine entgegengesetzte Entwicklung.

Eine steigende Tendenz lässt sich bei den Eltern beobachten, die die überregionalen Berufsaussichten ihrer Kinder 2011 häufiger positiv bewerteten als 2009. Die Lehrer wiederum schätzten die überregionalen Berufsaussichten ihrer Schüler 2011 weniger häufig als gut ein (siehe Abb. 4).

Abb. 4 Überregionale Berufsaussichten der/s Schüler/Kindes; Lehrer und Eltern - tendenziell gruppiert (L-Fb; E-Fb); Vergleich 2009/2011

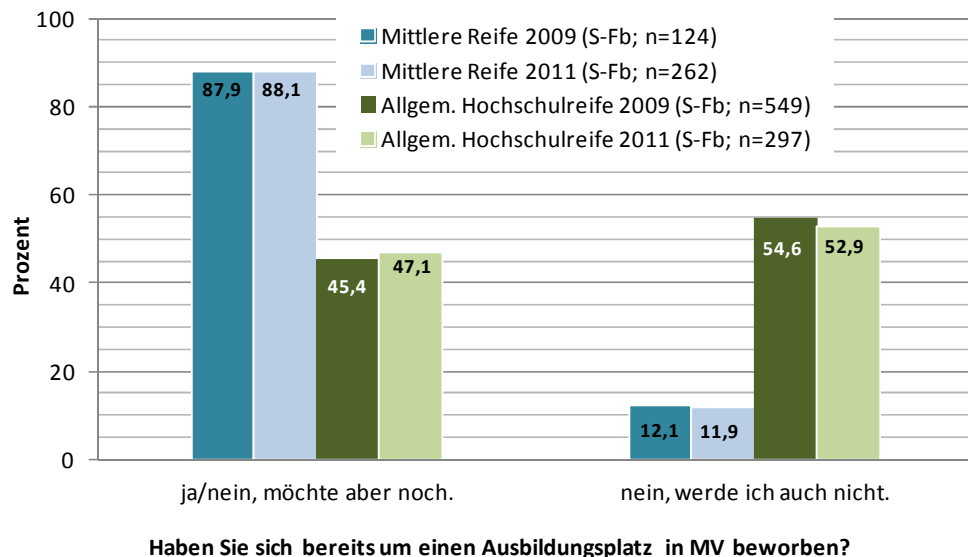


Die Berufsaussichten außerhalb von MV wurden von den Lehrern im Jahr 2009 noch um ca. 5 Prozent häufiger als gut bewertet als 2011. Die **Eltern schätzten** dagegen die **überregionalen Berufsaussichten positiver** ein als zwei Jahre zuvor.

4.2 Bewerbungen und Berufsaussichten in MV

Die folgende Abbildung zeigt das Bewerbungsverhalten auf Ausbildungs- und Studienplätze in MV:

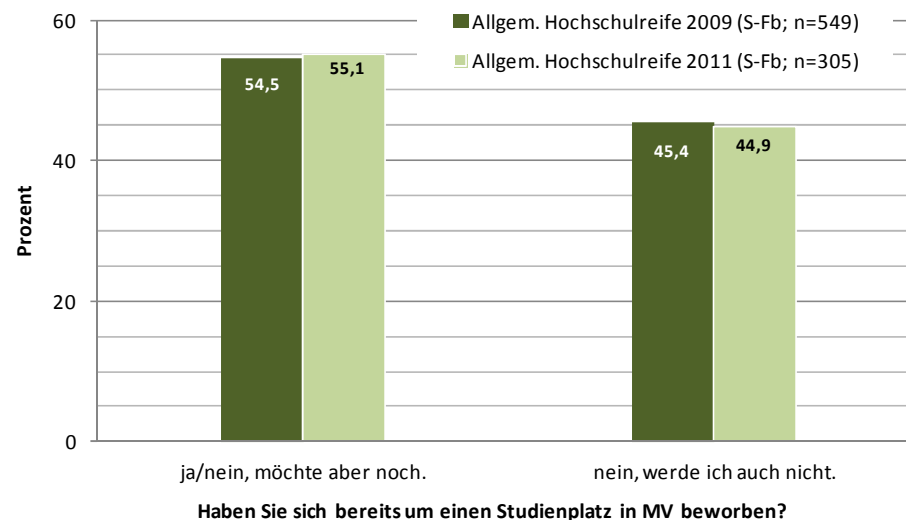
Abb. 5 Bewerbung um Ausbildungsplatz in MV; nach Schulabschluss (S-Fb); Vergleich 2009/2011



Im Vergleich zwischen 2009 und 2011 ist ein **leichter Anstieg bei den Gymnasiasten** zu verzeichnen, die sich um einen **Ausbildungsplatz in MV** beworben haben oder sich noch bewerben möchten. Gymnasiasten bewarben sich auf Ausbildungsplätze in andere Bundesländer ebenso häufig wie im eigenen Bundesland.

Bei den Regionalschülern gibt es keine nennenswerten Unterschiede im Vergleich beider Erhebungsjahre. Deren Bewerbungshäufigkeit auf einen Ausbildungsplatz in MV liegt weit über derjenigen der Gymnasiasten. **Künftige Absolventen der Mittleren Reife** bewarben sich **fast doppelt so häufig in MV wie überregional**.

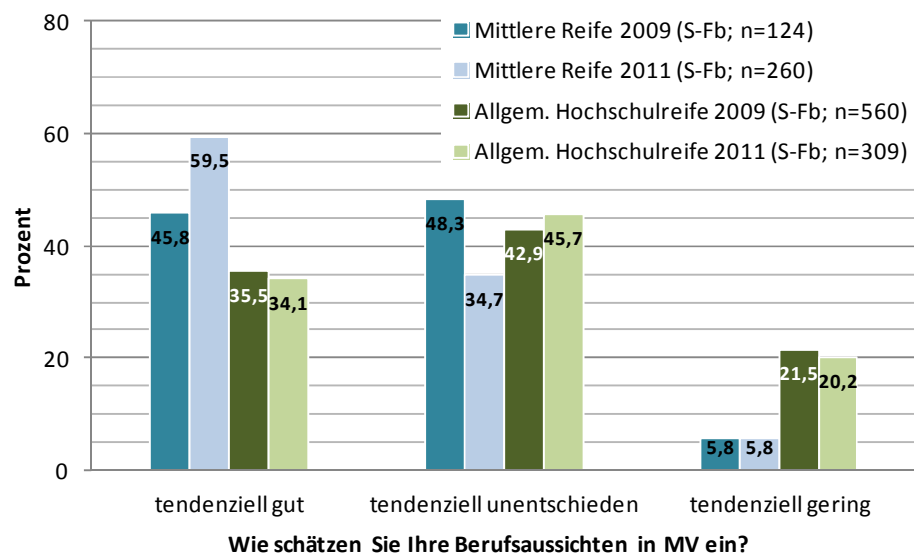
Abb. 6 Bewerbung um Studienplatz in MV; nach Schulabschluss (S-Fb); Vergleich 2009/2011 (Prozent)



Der Anteil der Gymnasiasten die sich für ein **Studium in MV** bewerben wollten oder dies bereits getan hatten, hat sich zwischen 2009 und 2011 **kaum verändert**.

Wie in Kapitel 4.1 dargestellt, sahen die Gymnasiasten die überregionalen Berufsaussichten im Jahr 2011 etwas häufiger pessimistisch als noch 2009 (vgl. Abb. 3 und Abb. 7). Die Berufsaussichten in MV werden dagegen nahezu unverändert zu 2009 gesehen. Die Einschätzungen der Regionalschüler zu ihren Berufsaussichten in MV hatten sich im Vergleich zu 2009 stark verbessert.

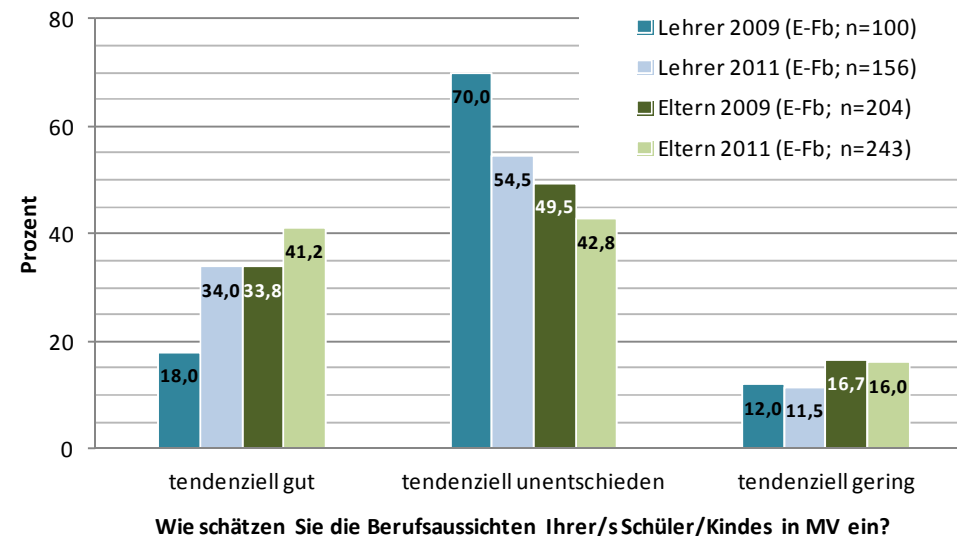
Abb. 7 Berufsaussichten in MV; nach Schulabschluss – tendenziell gruppiert (S-Fb); Vergleich 2009/2011 (Prozent)



2011 waren die **Regionalschüler** hinsichtlich ihrer Einschätzungen zu den **Berufsaussichten viel häufiger positiv eingestellt** als noch 2009. Sie sahen nicht nur weit häufiger gute Berufsaussichten außerhalb des Bundeslandes als noch vor zwei Jahren, sondern auch innerhalb von MV. Insgesamt bewerteten sie ihre **Berufsaussichten in MV sogar häufiger als gut als überregional**.

Auch die Meinungen der Lehrer und Eltern zu den Berufsaussichten der jungen Menschen in MV konnten seit 2009 deutliche Verbesserungen erfahren.

Abb. 8 Berufsaussichten der/s Schüler/Kindes in MV; Lehrer und Eltern - tendenziell gruppiert (L-Fb; E-Fb); Vergleich 2009/2011



Die **Eltern und Lehrer** sahen 2011 für ihre Kinder und Schüler **bessere Berufsaussichten im Land** als zwei Jahre zuvor.

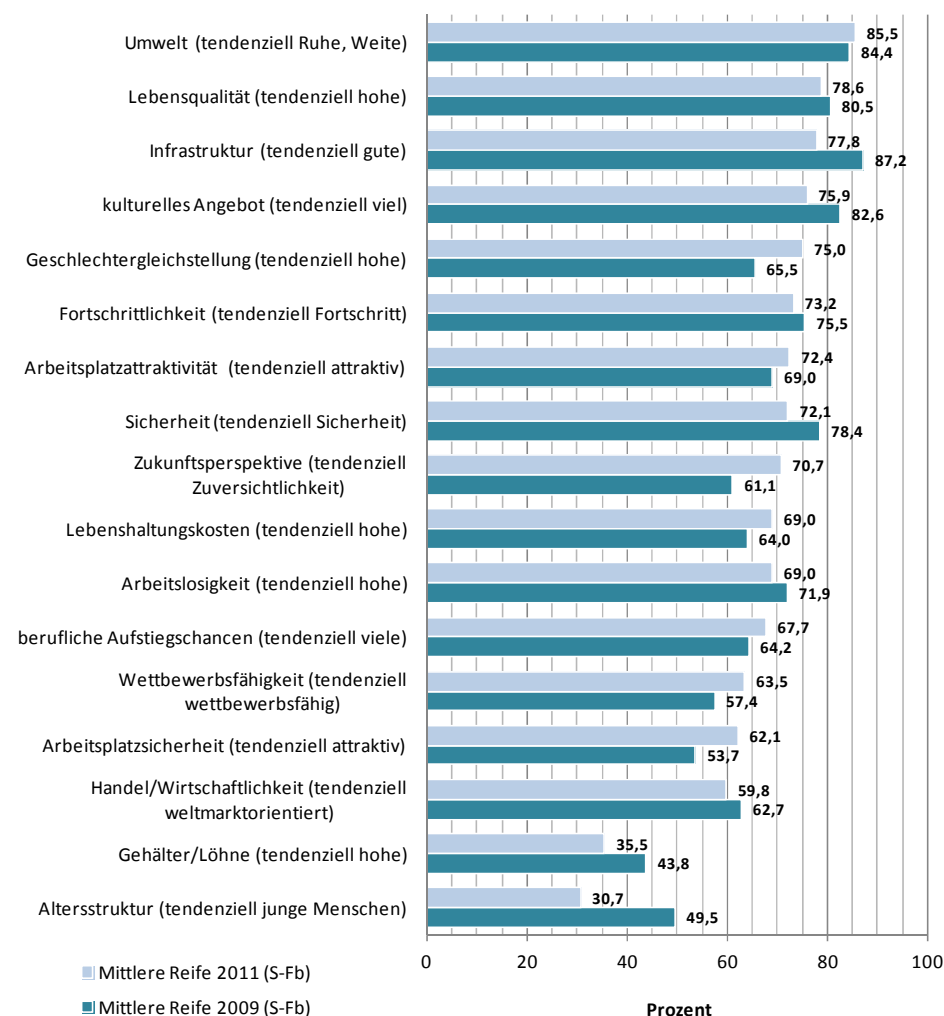
5 MEINUNGEN, EINSTELLUNGEN UND KENNTNISSE ÜBER MV – VERGLEICH 2009 – 2011

5.1 Meinungen und Einstellungen über MV

Um einen Einblick in die Meinungen und Einstellungen zu vielfältigen Fragestellungen zu erlangen, wurden den Befragten Gegensatzpaare zur Einstufung vorgelegt. Diese Items konnten sie auf einer Skala in Bezug zu MV bewerten. Die folgenden Abb. 9 und Abb. 10 zeigen, welcher Anteil der befragten Schüler die einzelnen Items positiv mit dem Bundesland assoziierte. Der zu 100 Prozent jeweils fehlende Anteil der Befragten verband mit MV eher gegenteilige, negative Assoziationen.

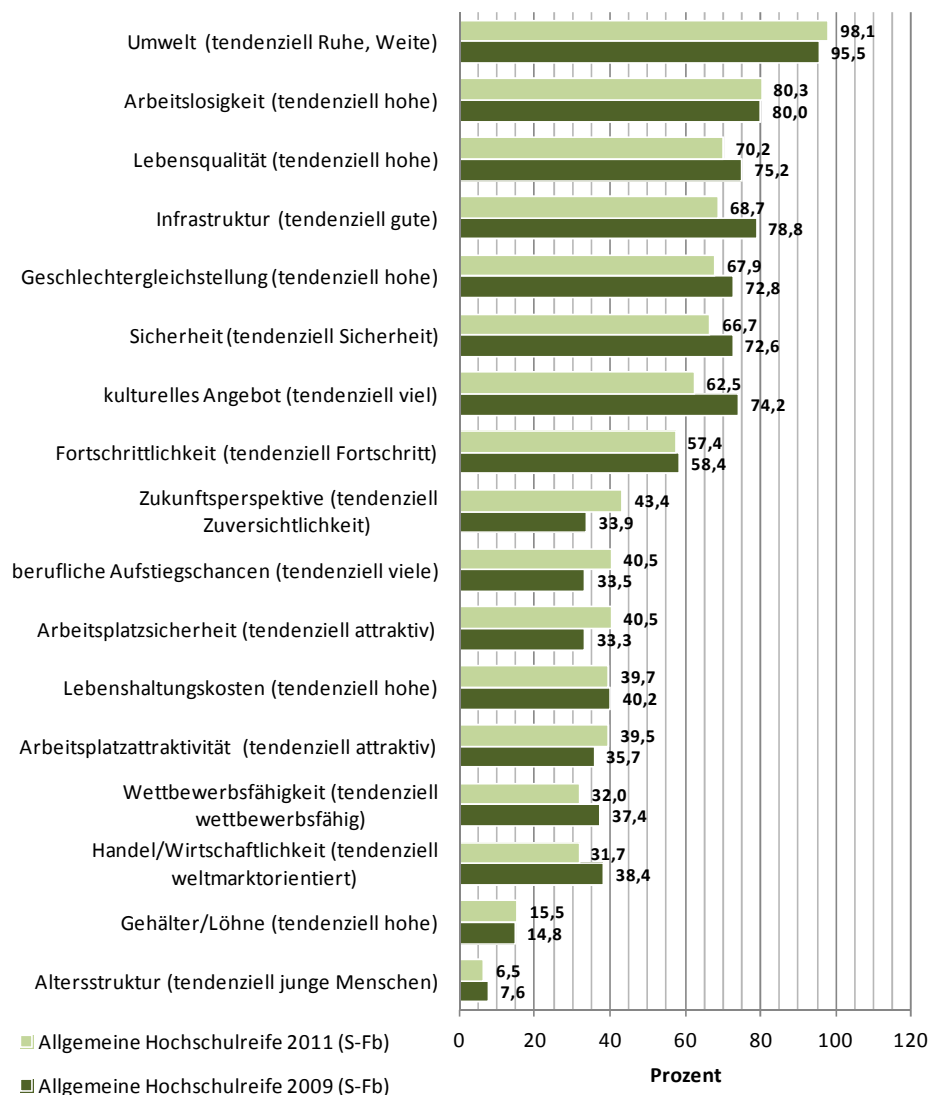
Viele Aspekte des Bundeslandes wurden von den Befragten 2011 häufiger positiv eingeschätzt als noch 2009. Dies galt insbesondere für viele wirtschaftlich relevante Themenbereiche wie Arbeitsplatzattraktivität, berufliche Aufstiegschancen und Arbeitsplatzsicherheit, aber auch Zukunftsperspektiven.

Abb. 9 Einstufung von Gegensatzpaaren zu MV4; nach Mittlerer Reife – tendenziell Zustimmung (S-Fb); Vergleich 2009/2011



⁴ Im FB wurden Schüler, Lehrer und Eltern wie folgt befragt: „Wir bitten Sie an MV zu denken und dieses Bundesland anhand der Gegensatzpaare einzustufen.“

Abb. 10 Einstufung von Gegensatzpaaren zu MV; nach Allgemeiner Hochschulreife – tendenziell Zustimmung (S-Fb); Vergleich 2009/2011



Verbesserungen bei den Regionalschülern sind in der Folgeuntersuchung 2011 gegenüber der Null-Welle 2009 in den Bewertungen zu folgenden Bereichen zu beobachten:

- Zuversichtlichkeit hinsichtlich der Zukunftsperspektiven (+ 9,6 Prozent),
- Geschlechtergleichstellung (+ 9,5 Prozent),
- Arbeitsplatzsicherheit (+ 8,4 Prozent),
- Wettbewerbsfähigkeit (+ 6,1 Prozent),
- Berufliche Aufstiegschancen (+ 3,5 Prozent),
- Arbeitsplatzattraktivität (+ 3,4 Prozent).

Verbesserungen bei den Gymnasiasten sind in der Folgeuntersuchung 2011 gegenüber 2009 in den Bewertungen zu folgenden Bereichen zu beobachten:

- Zuversichtlichkeit hinsichtlich der Zukunftsperspektiven (+ 9,5 Prozent),
- Arbeitsplatzsicherheit (+ 7,3 Prozent),
- Berufliche Aufstiegschancen (+ 7,0 Prozent),
- Arbeitsplatzattraktivität (+ 3,8 Prozent),

5.2 Bekannte Wirtschaftszweige

Im Zusammenhang mit der Einschätzung der Befragten zur wirtschaftlichen Entwicklung des Landes und der von den Schülern wahrgenommenen beruflichen Chancen ist die Frage interessant, welche der im Bundesland MV ansässigen Wirtschaftszweige die Befragten kennen.

Die folgenden Abb. 12 und Abb. 11 zeigen den Vergleich der Anteile der Schüler, getrennt nach Mittlerer Reife und Allgemeiner Hochschulreife, die in den Erhebungen 2009 und 2011 jeweils Angaben zur Bekanntheit der einzelnen Branchen machten.

Abb. 11 Bekannte Wirtschaftszweige in MV; nach Mittlerer Reife – Mehrfachantworten (S-Fb); Vergleich 2009/2011

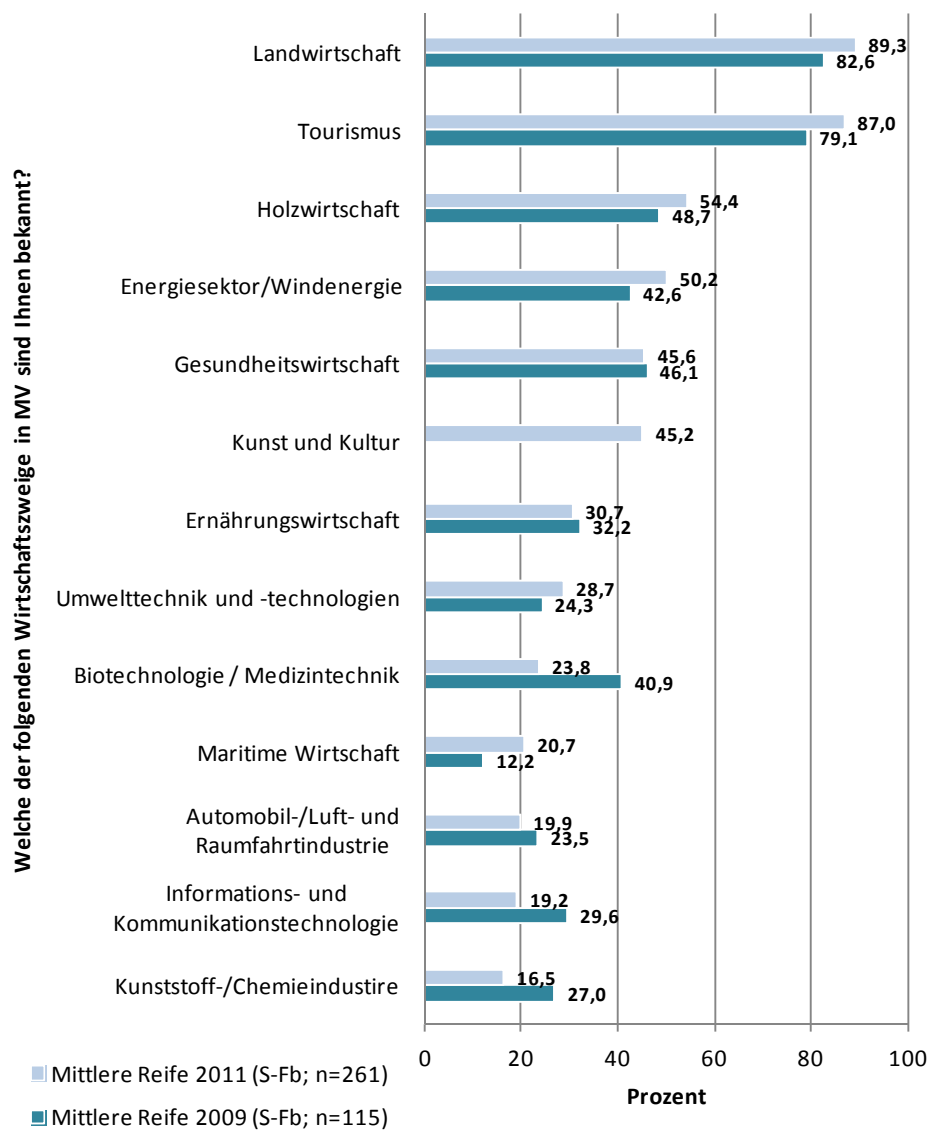
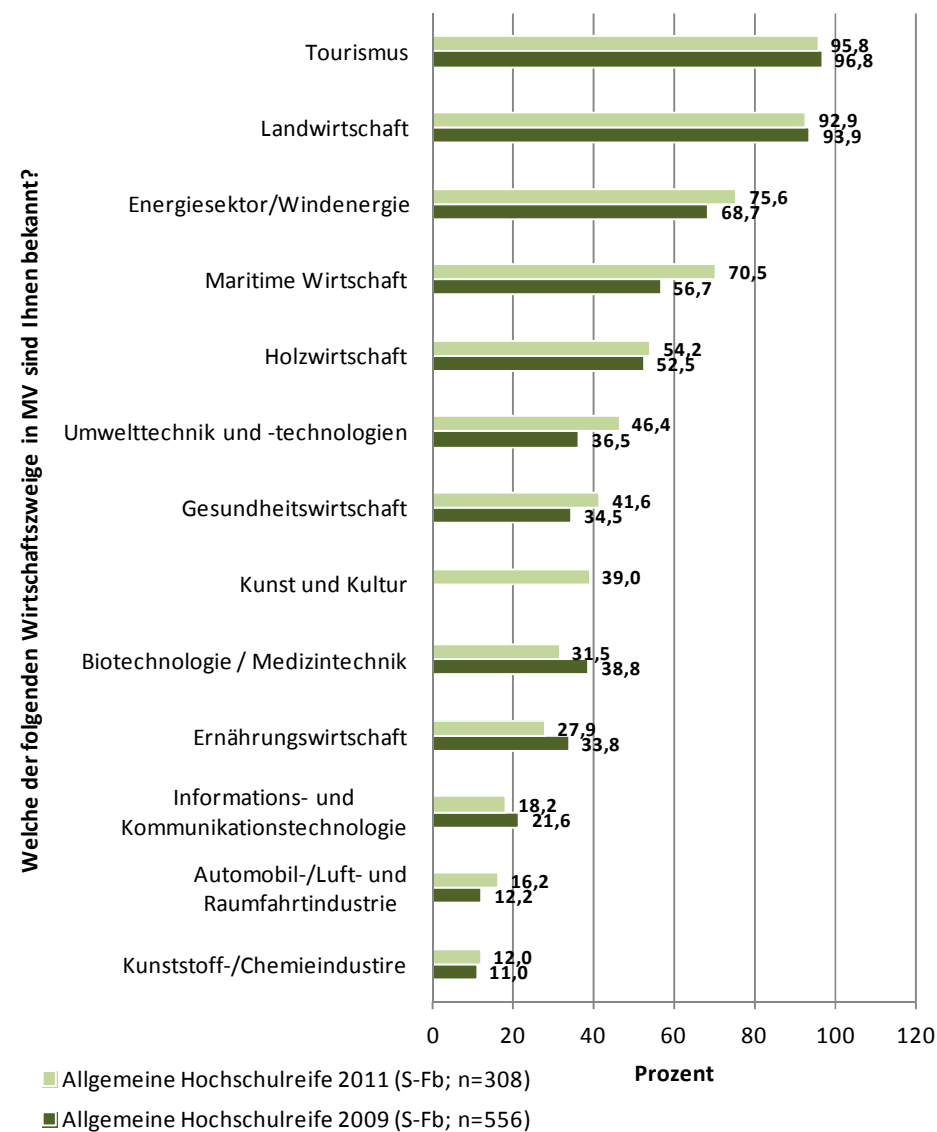


Abb. 12 Bekannte Wirtschaftszweige in MV; nach Allgemeiner Hochschulreife – Mehrfachantworten (S-Fb); Vergleich 2009/2011



Eine **größere Bekanntheit** unter **Regionalschülern** konnten in der Folgeuntersuchung 2011 die folgenden Branchen gegenüber 2009 verzeichnen:

- Maritime Wirtschaft (+ 8,5 Prozent),
- Tourismus (+ 7,9 Prozent),
- Energiesektor/Windenergie (+ 7,6 Prozent),
- Landwirtschaft (+ 6,7 Prozent),
- Holzwirtschaft (+ 5,7 Prozent),
- Umwelttechnik/-technologien (+ 4,4 Prozent).

Eine **größere Bekanntheit** unter **Gymnasiasten** konnten in der Folgeuntersuchung 2011 die folgenden Branchen gegenüber 2009 verzeichnen:

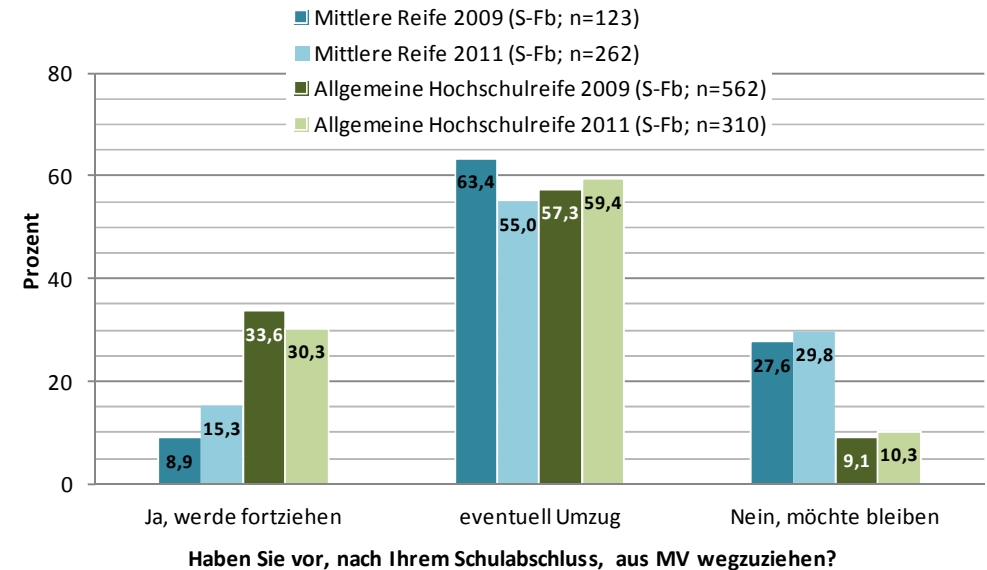
- Maritime Wirtschaft (+ 13,8 Prozent),
- Umwelttechnik/-technologien (+ 9,9 Prozent),
- Gesundheitswirtschaft (+ 7,1 Prozent),
- Energiesektor/Windenergie (+ 6,9 Prozent),
- Automobil-, Luft- und Raumfahrtindustrie (+ 4,0 Prozent).

6 UMZUGSNEIGUNG - VERGLEICH 2009/2011

6.1 Fortzug aus Mecklenburg-Vorpommern

Eine Auswertung in Abb. 13 zeigt die Fortzugsentwicklungen seit 2009 – 2011 nach den beiden Abschlussarten.

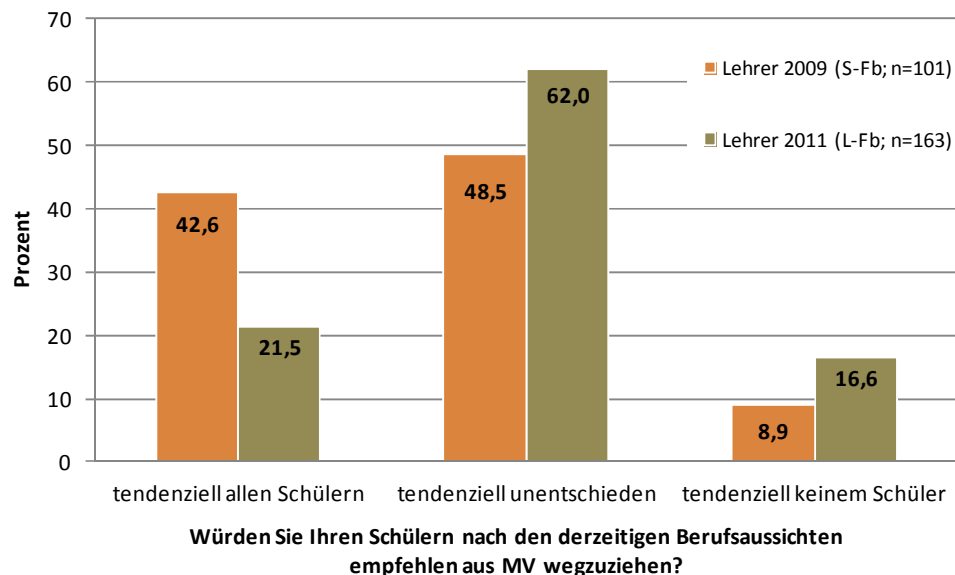
Abb. 13 Fortzug aus MV; nach Schulabschluss (S-Fb); Vergleich 2009/2011



Im Vergleich 2009 und 2011 gab es einen **leichten Rückgang** des Anteils der **Gymnasiasten**, die aus MV **fortziehen wollten**. Demgegenüber gab es bei den **Regionalschülern** zwar **mehr Wanderungswillige**, aber auch einen **gestiegenen Anteil** derer, die **nicht vorhatten**, das Bundesland zu verlassen.

Im Vergleich der Erhebungen 2009 und 2011 ist der Anteil der Lehrer, die zu einem Umzug rieten, deutlich zurück gegangen. Die Anteile der Lehrer, die ihren Schülern nicht zu einem Fortzug raten würden oder unentschieden waren, sind dagegen gestiegen (siehe Abb. 14).

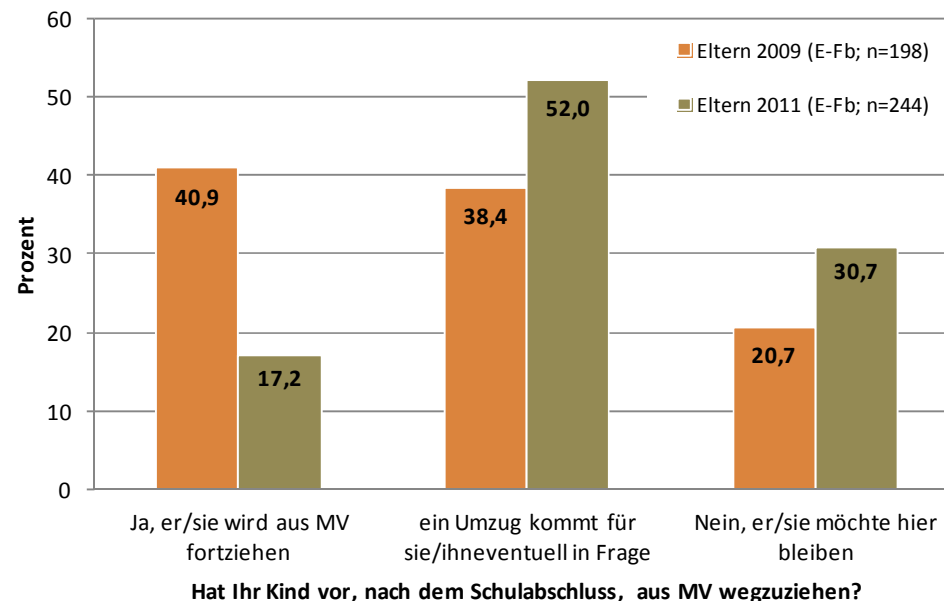
Abb. 14 Fortzug aus MV; nach Schulabschluss⁵ – tendenziell gruppiert (L-Fb); Vergleich 2009/2011



Im Vergleich 2009 und 2011 würden **weniger Lehrer** ihren Schülern einen **Fortzug aus MV** empfehlen.

Bei den Eltern ist eine ähnliche Entwicklung in Abb. 15 abzulesen:

Abb. 15 Hat Ihr Kind vor, nach dem Schulabschluss, aus MV wegzuziehen? (E-Fb); Vergleich 2009/2011 (Prozent)



2011 gaben weniger **Eltern** an, dass ihre Kinder MV verlassen wollen und **deutlich mehr**, dass ihre **Kinder in MV wohnen bleiben** möchten als 2009.

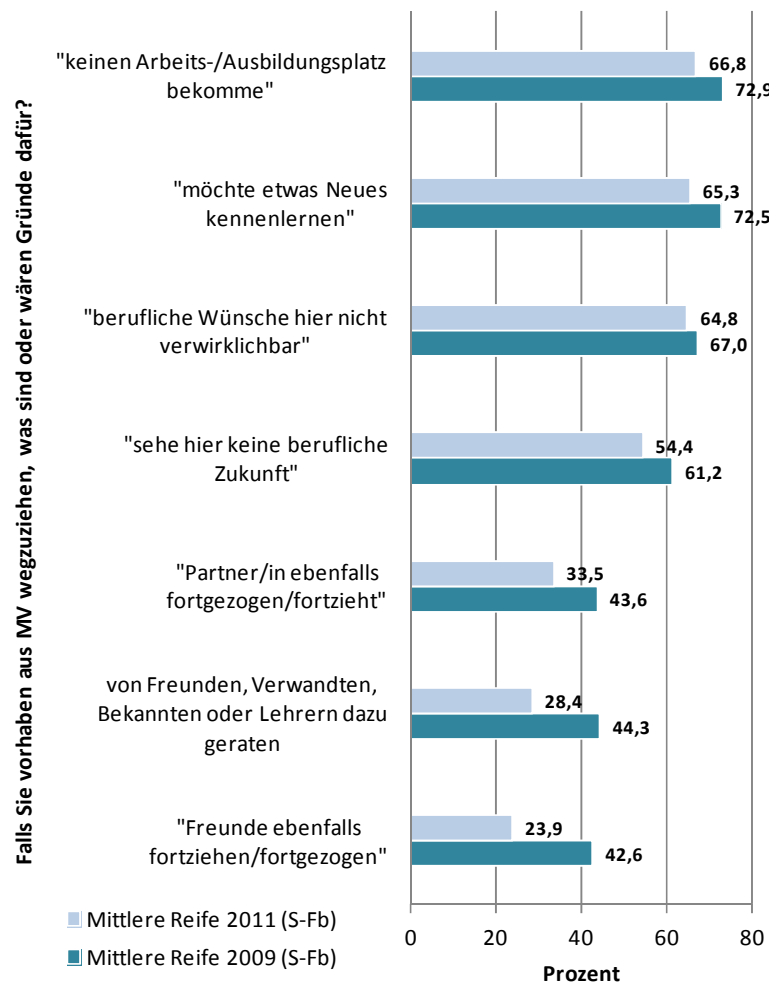
6.2 Umzugsgründe

Die nachfolgenden Abbildungen zeigen nur die Analysen zu Umzugsgründen von Personen, die auch zu einem Wegzug tendierten.

Alle vorgegebenen Umzugsgründe wurden 2011 gegenüber 2009 von Gymnasiasten und Regionalschülern weniger häufig als zutreffend genannt.

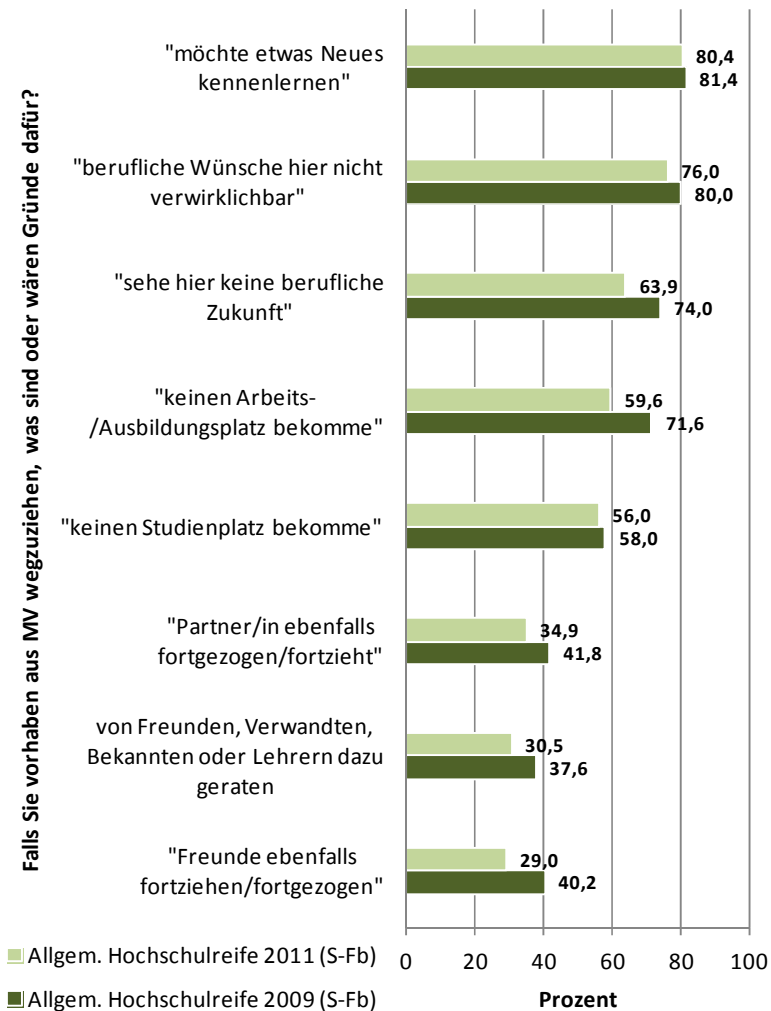
⁵ Frage im Lehrer-Fb: „Würden Sie Ihren Schülern nach den derzeitigen Berufsaussichten empfehlen, aus MV fortzuziehen?“

Abb. 16 Gründe für Fortzug; nach Mittlerer Reife – tendenziell Zustimmung (S-Fb); Vergleich 2009/2011



2009 und 2011 würden **Regionalschüler** vorrangig in andere Bundesländer ziehen, falls sie im eigenen Bundesland **keine Arbeits- und Ausbildungsplätze** finden und **um etwas Neues kennen zu lernen**.

Abb. 17 Gründe für Fortzug; nach Allgemeiner Hochschulreife – tendenziell Zustimmung (S-Fb); Vergleich 2009/2011



2009 und 2011 würden **Gymnasiasten** vorrangig in andere Bundesländer ziehen, um **etwas Neues kennenzulernen** und weil ihre **beruflichen Wünsche in MV nicht zu verwirklichen** seien.

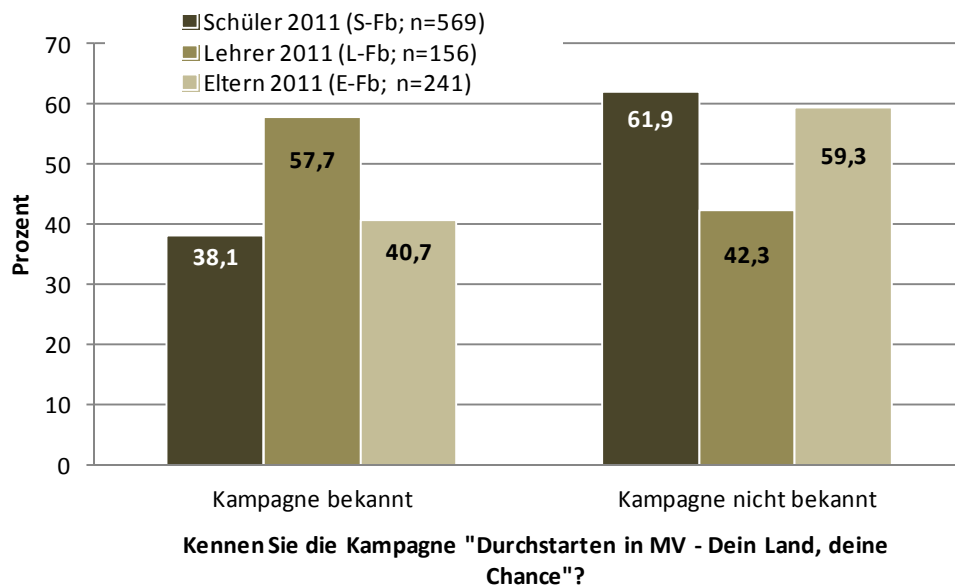
7 DIE KAMPAGNE

Im Oktober 2009 startete die Informations- und Fachkräftekampagne „Durchstarten in MV – Dein Land, deine Chance“. Die Kampagne soll jungen Menschen die Stärken MVs und die beruflichen Möglichkeiten im Bundesland vermitteln. Das längerfristige Ziel war und ist es, dem derzeitigen und künftigen Fachkräftemangel im Bundesland entgegenzuwirken.

7.1 Kampagne „Durchstarten in MV – Dein Land, deine Chance“

Zunächst sollte ermittelt werden, welche Bekanntheit die Kampagne unter den Befragten erreichen konnte.

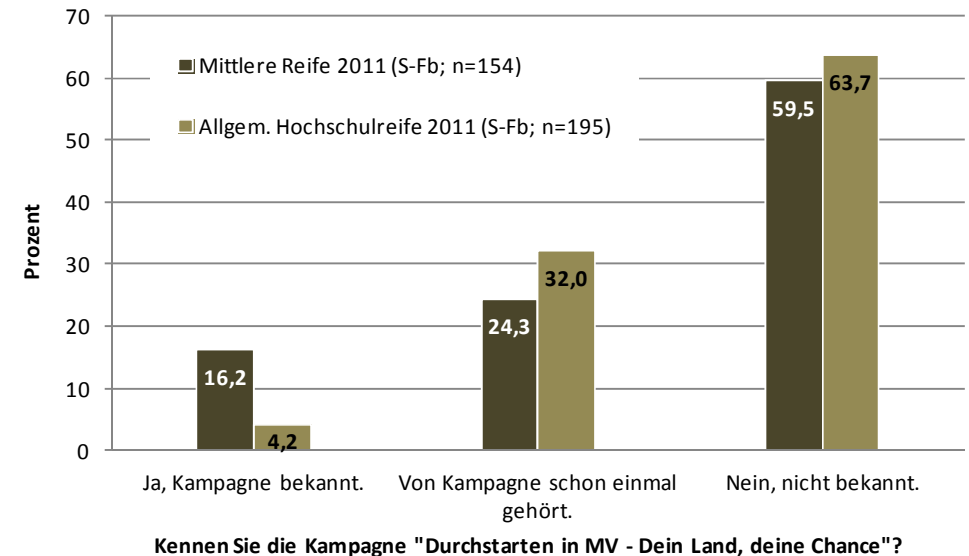
Abb. 18 Bekanntheit der Kampagne „Durchstarten in MV“ (S-Fb; L-Fb; E-Fb); Befragung 2011



Die **Kampagne** hat **ca. 40 Prozent** der **Schüler** und **Eltern erreicht**. Die höchste Bekanntheit konnte unter den Lehrern erzielt werden.

Die folgende Abb. 19 zeigt, ob eher die Regionalschüler oder die Gymnasiasten mit der Kampagne und deren Inhalten in Kontakt gekommen sind.

Abb. 19 Bekanntheit der Kampagne; nach Schulabschluss (S-Fb); Befragung 2011 (Prozent)

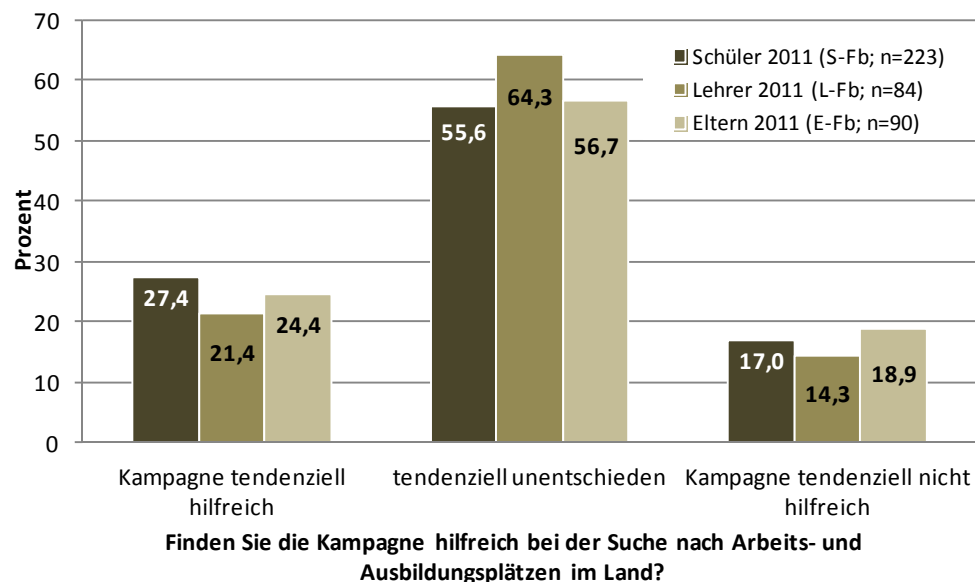


Die **Kampagne** ist **deutlich bekannter** unter den **Regionalschülern** als unter den Gymnasiasten.

Die folgenden Auswertungen dieses Kapitels beziehen sich nur auf die Antworten der Schüler, Lehrer und Eltern, die mit der Kampagne in Berührung gekommen waren.

Abb. 20 zeigt, wie hilfreich die Schüler, Lehrer und Eltern die Kampagne bei der Suche nach einem Arbeits- und Ausbildungsplatz empfanden.

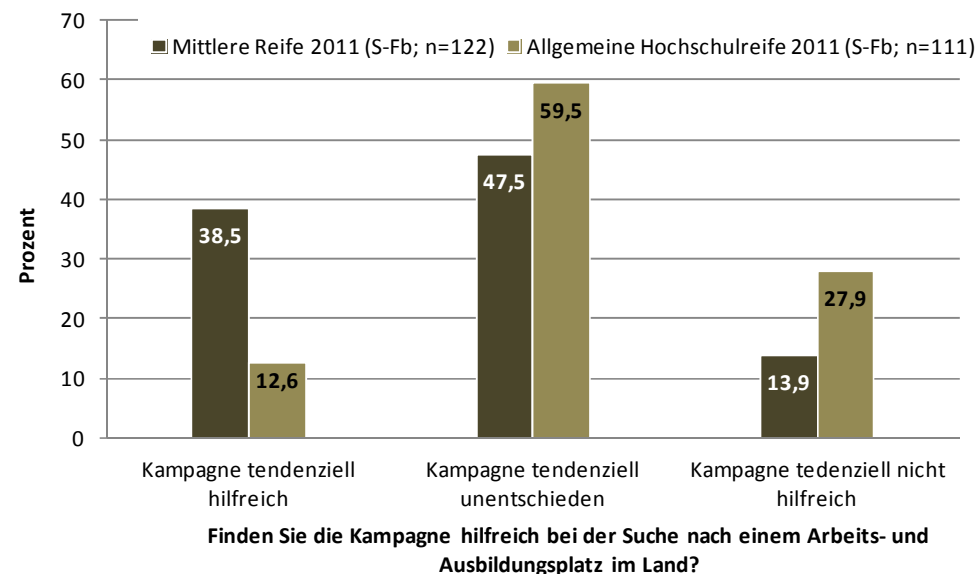
Abb. 20 Bewertung der Kampagne bei der Suche nach Arbeits- und Ausbildungsplätzen in MV⁶ – tendenziell gruppiert (S-Fb; L-Fb; E-Fb); Befragung 2011



Die **Schüler** bewerteten die Kampagne als **hilfreicher** bei der Suche nach einem Arbeits- und Ausbildungsplatz in MV **als** ihre **Lehrer** und **Eltern**.

Die folgende Abb. 21 zeigt deutliche Differenzen in den Meinungen der zukünftigen Absolventen der Mittleren Reife und denen der Allgemeinen Hochschulreife hinsichtlich der Bewertung der Kampagne.

Abb. 21 Bewertung der Kampagne bei der Suche nach Arbeits- und Ausbildungsplätzen in MV; nach Schulabschluss (S-Fb); Befragung 2011

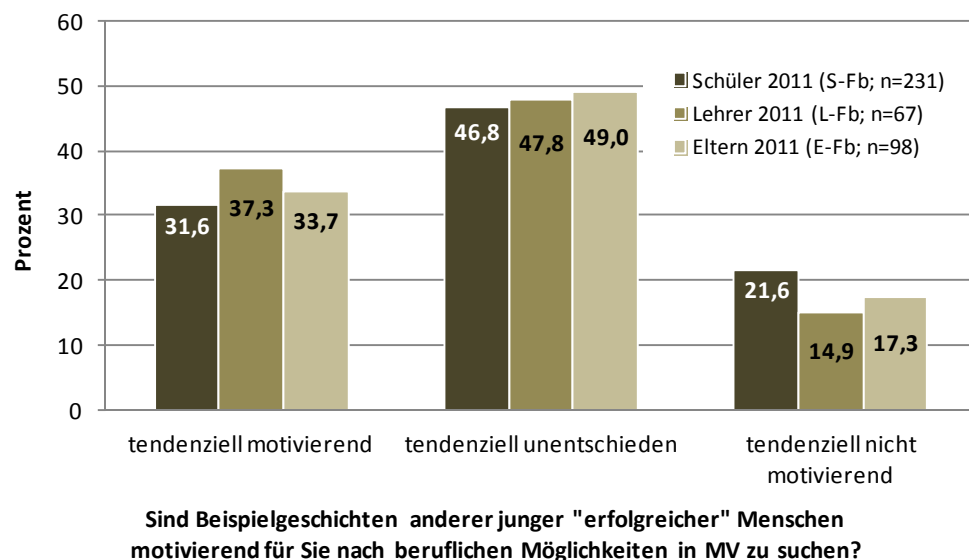


Die **Kampagne** wurde **von** den **Regionalschülern** **deutlich häufiger** als **hilfreich** bei der Suche nach einem Arbeits- und Ausbildungsplatz in MV bewertet **als** **von** den **Gymnasiasten**.

⁶ Die Frage im FB lautete: „Finden Sie die Informations- und Marketingkampagne „Durchstarten in MV – Dein Land, deine Chance“ hilfreich bei der Suche nach einem Arbeits- und Ausbildungsplatz im Land?“

Ein wichtiger Bestandteil der Kampagne sind Beispiele von jungen Menschen, die in MV ihre berufliche Zukunft gefunden haben. Diese kurzen Hintergrundgeschichten werden mit einem Foto der Person auf der Homepage gezeigt. Um zu prüfen, ob diese Beispiele die Betrachter motivieren, ebenfalls eine berufliche Zukunft im Bundesland anzustreben, wurde eine entsprechende Frage in den Fragebogen aufgenommen.

Abb. 22 Motivation durch Beispielgeschichten „erfolgreicher“ junger Menschen⁷ – tendenziell gruppiert (S-Fb; L-Fb; E-Fb); Befragung 2011



Rund ein Drittel der Schüler, Lehrer und Eltern empfand Beispielgeschichten anderer junger Menschen mit interessanten Ausbildungen- und Berufen in MV als motivierend.

⁷ Die Frage im Lehrer- und Elternfragebogen lautet: „Sind Beispielgeschichten junger Menschen, die eine interessante Ausbildungs- oder Berufsmöglichkeit im Land gefunden haben, motivierend für Sie, ebenfalls Ihre Schüler/Ihr Kind bei der Suche nach einer beruflichen Zukunft in MV zu unterstützen?“ Frage im Schüler-FB: „Sind Beispielgeschichten anderer junger Menschen, die eine interessante Ausbildungs- oder Berufsmöglichkeit im Land gefunden haben, motivierend für Sie, ebenfalls Ihre berufliche Zukunft in Mecklenburg-Vorpommern zu suchen?“

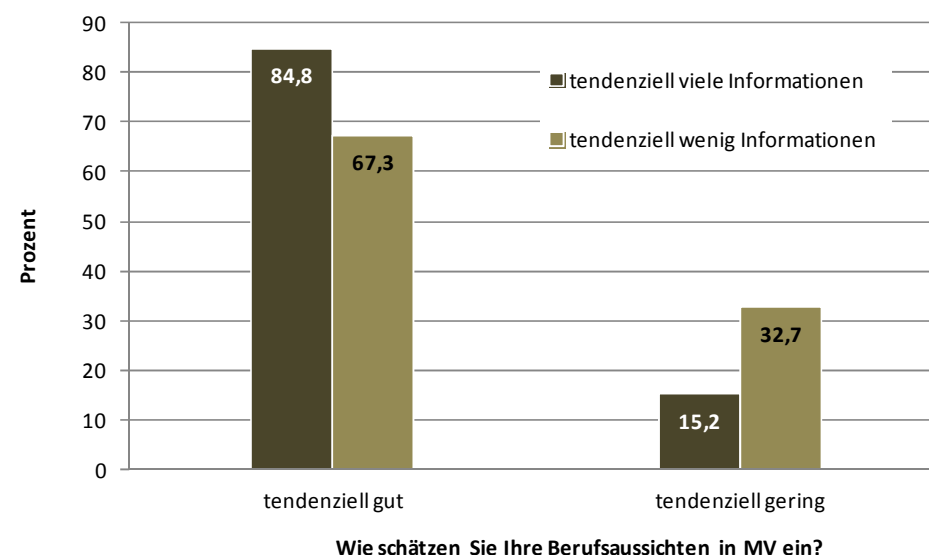
8 WIRKUNGEN DER KAMPAGNE

Im Folgenden wird mithilfe von Korrelationsanalysen auf die Wirksamkeit der Kampagne geschlossen. Dazu werden Veränderungen in den Meinungen und Einstellungen daraufhin untersucht, ob sie mit Variablen der Kampagne in einem statistisch nachweisbaren Zusammenhang stehen⁸.

8.1 Einschätzung der Berufsaussichten

Die folgende Abb. 23 zeigt, dass die Einschätzung der Berufsaussichten von denjenigen Schülern eher als positiv eingeschätzt wurde, die auf der Homepage der Kampagne viele Informationen über Ausbildungs- oder Berufsperspektiven für sich finden konnten.

Abb. 23 Einfluss „Informationsgehalt der Kampagne“⁹ auf „Berufsaussichten in MV“¹⁰(S-Fb)¹¹



⁸ Für die Beurteilung der Stärke eines Zusammenhanges zweier Variablen wird der Koeffizient Cramér's V herangezogen. Diese Kenngröße hat einen Wertebereich von 0 bis 1, wobei 1 einen sehr starken Zusammenhang zwischen den Merkmalen ausdrückt

⁹ Frage im Schüler-FB: „Konnten Sie auf der Homepage der Kampagne für sich Informationen über Ausbildungsplätze/Berufsperspektiven im Land finden?“

¹⁰ Frage im FB: „Wie schätzen Sie Ihre Berufsaussichten in MV ein?“

¹¹ Cramer's V = 0,205; p = 0,004 – hoch signifikant.

Lehrer, denen die Kampagne bekannt ist, diese als hilfreich einstufen oder viele Informationen auf der Homepage finden konnten, schätzten ebenfalls die Berufsaussichten der Schüler in MV häufiger als gut ein.

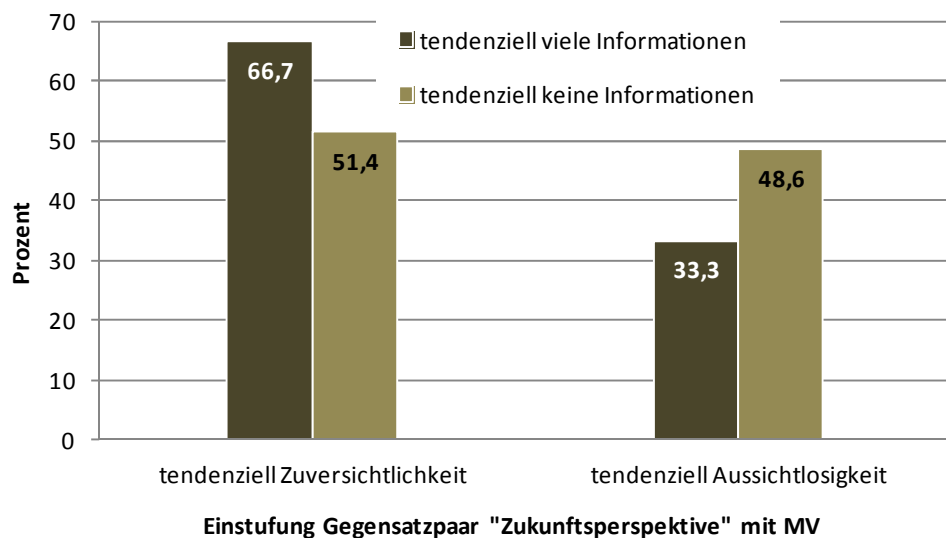
8.2 Einstufung von Gegensatzpaaren

In Kapitel 5 wurden die Meinungen und Einstellungen zu MV unter Anderem anhand von Gegensatzpaaren abgefragt, zum Beispiel ob die Befragten hinsichtlich der Zukunftsperspektiven in MV eher Zuversichtlichkeit oder Aussichtslosigkeit empfinden. Im Folgenden sind nun die Gegensatzpaare, deren Ausprägungen sich zwischen 2009 und 2011 deutlich verändert haben, auf Zusammenhänge mit der Kampagne untersucht worden.

Gegensatzpaar - Zukunftsperspektiven

Schüler die auf der Kampagnenhomepage interessante Angebote für sich finden konnten oder denen die Kampagne bei der Suche nach Ausbildungsmöglichkeiten geholfen hat, schätzen häufig auch die Zukunftsperspektiven in MV zuversichtlicher ein.

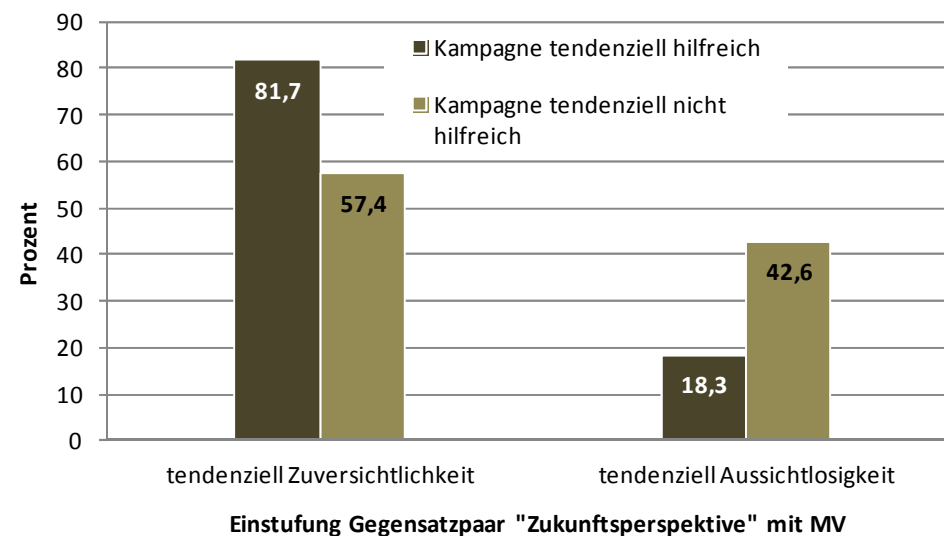
Abb. 24 Einfluss „Informationsgehalt der Kampagne“¹² auf „Gegensatzpaar - Zukunftsperspektive“ (S-Fb)¹³



¹² Frage im Schüler-FB: „Konnten Sie auf der Homepage der Kampagne für sich Informationen über Ausbildungsplätze/Berufsperspektiven im Land finden?“

¹³ Cramer's V = 0,155; p = 0,026 – signifikant.

Abb. 25 Einfluss „Kampagne hilfreich?“¹⁴ auf „Gegensatzpaar - Zukunftsperspektive“ (S-Fb)¹⁵



Lehrer, die die Kampagne kennen oder Informationen für ihre Schüler auf der Homepage der Kampagne finden konnten, sind häufig zuversichtlicher hinsichtlich der Zukunftsperspektiven in MV.

Eltern mit Angaben zu einem hohen Informationsgehalt der Homepage waren gegenüber den Zukunftsperspektiven in MV zuversichtlicher als diejenigen, die nur wenige Angebote der Homepage nutzen konnten.

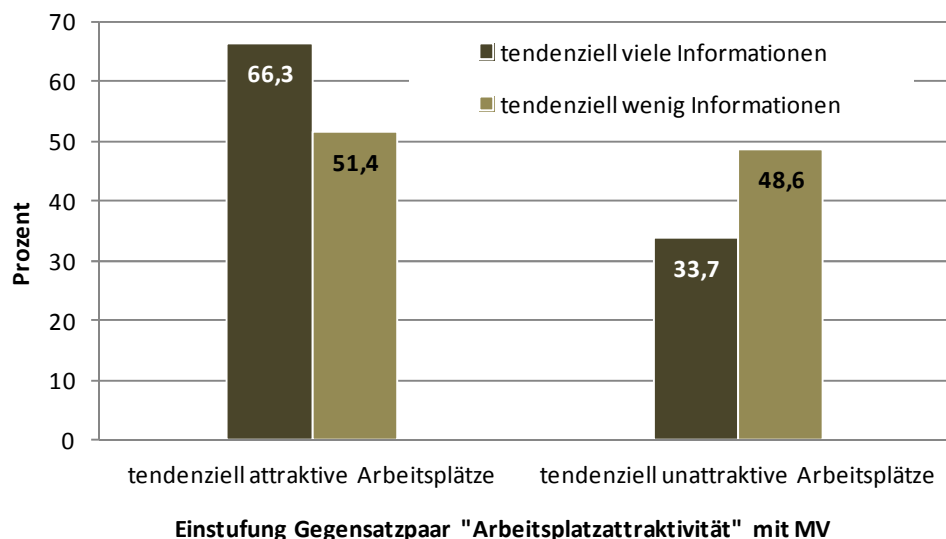
¹⁴ Frage im FB lautete: „Finden Sie die Informations- und Marketingkampagne „Durchstarten in MV – Dein Land, deine Chance“ hilfreich bei der Suche nach einem Arbeits- und Ausbildungsplatz in MV?“

¹⁵ Cramer's V = 0,262; p = 0,003 – hoch signifikant.

Gegensatzpaar - Arbeitsplatzattraktivität

Weitere Zusammenhänge fanden sich in Bezug zur Arbeitsplatzattraktivität. Schüler die auf der Kampagnenhomepage interessante Angebote für sich finden konnten oder denen die Kampagne bei der Suche nach Ausbildungsmöglichkeiten geholfen hat, schätzen häufig auch die Arbeitsplatzattraktivität in MV als attraktiver ein.

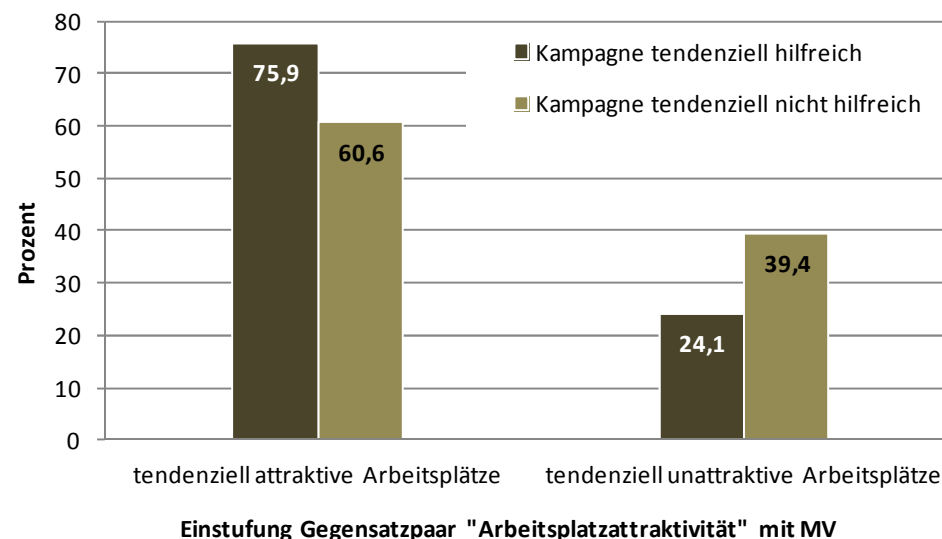
Abb. 26 Einfluss „Informationsgehalt der Kampagne“¹⁶ auf „Gegensatzpaar - Arbeitsplatzattraktivität“ (S-Fb)¹⁷



¹⁶ Frage im Schüler-FB: „Konnten Sie auf der Homepage der Kampagne für sich Informationen über Ausbildungsplätze/Berufsperspektiven im Land finden?“

¹⁷ Cramer's V=0,151; p=0,030 – signifikant.

Abb. 27 Einfluss „Kampagne hilfreich?“¹⁸ auf „Gegensatzpaar - Arbeitsplatzattraktivität“ (S-Fb)¹⁹



Lehrer, die die Kampagne kennen oder Informationen für ihre Schüler auf der Homepage der Kampagne finden konnten, bewerten die Arbeitsplatzattraktivität in MV häufig positiver.

Eltern, die angegeben hatten, viele Informationen auf der Homepage zu finden, waren gegenüber der Arbeitsplatzattraktivität in MV optimistischer als diejenigen, die nur wenige Angebote der Homepage nutzen konnten.

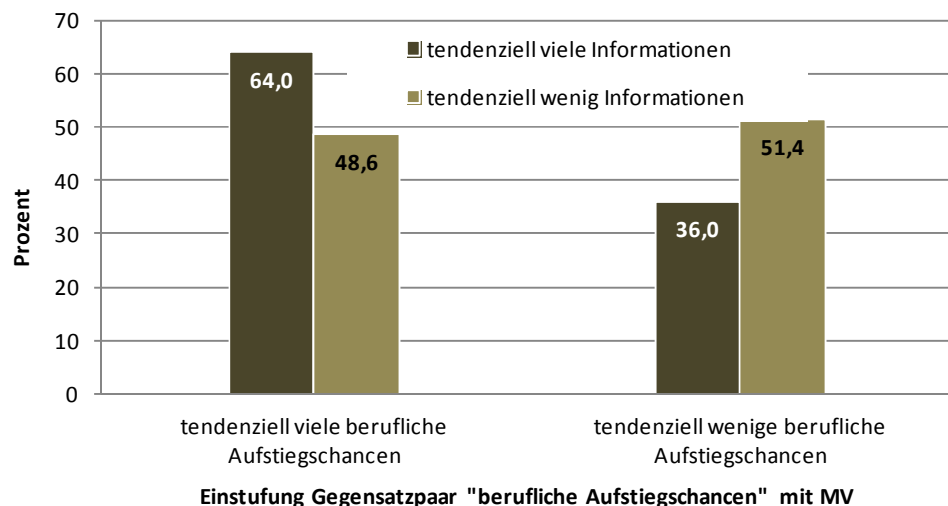
¹⁸ Frage im FB lautete: „Finden Sie die Informations- und Marketingkampagne „Durchstarten in MV – Dein Land, deine Chance“ hilfreich bei der Suche nach einem Arbeits- und Ausbildungsplatz in MV?“

¹⁹ Cramer's V=0,163; p=0,070 – signifikant.

Gegensatzpaar – berufliche Aufstiegschancen

Schüler die auf der Kampagnenhomepage interessante Angebote für sich finden konnten oder denen die Kampagne bei der Suche nach Ausbildungsmöglichkeiten geholfen hat, schätzten häufig auch die beruflichen Aufstiegschancen in MV höher ein.

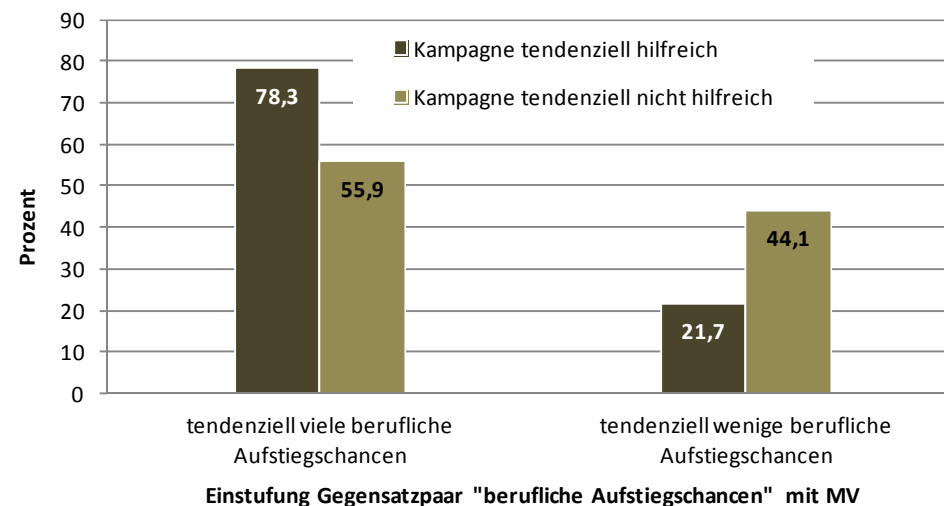
Abb. 28 Einfluss „Informationsgehalt der Kampagne“²⁰ auf „Gegensatzpaar - berufliche Aufstiegschancen“ (S-Fb)²¹



²⁰ Frage im Schüler-FB: „Konnten Sie auf der Homepage der Kampagne für sich Informationen über Ausbildungsplätze/Berufsperspektiven im Land finden?“

²¹ Cramer's V = 0,155; p = 0,026 – signifikant.

Abb. 29 Einfluss „Kampagne hilfreich?“²² auf „Gegensatzpaar - berufliche Aufstiegschancen“ (S-Fb)²³



Lehrer und Eltern, die die Angebote der Kampagnenhomepage häufiger für sich nutzen konnten, gehörten auch zu denjenigen, die häufiger gute beruflichen Aufstiegschancen im Land sahen.

²² Frage im FB lautete: „Finden Sie die Informations- und Marketingkampagne „Durchstarten in MV – Dein Land, deine Chance“ hilfreich bei der Suche nach einem Arbeits- und Ausbildungsplatz in MV?“

²³ Cramer's V = 0,237; p = 0,007 – hoch signifikant.

9 FAZIT

Im Jahr 2009 beauftragte das Ministerium für Wirtschaft, Bau und Tourismus Mecklenburg-Vorpommerns eine Studie, in der die Meinungen und Einstellungen zum Land Mecklenburg-Vorpommern (MV) und zu den beruflichen Perspektiven für Absolventen der Mittleren Reife und der Allgemeinen Hochschulreife untersucht wurden („Null-Welle“ 2009). Hintergrund der Studie war die Schaffung einer Datenbasis zur Analyse der Wirkung einer ebenfalls 2009 anlaufenden Informations- und Marketingkampagne zur Fachkräftesicherung in MV. Zudem geben die 2009 erfassten Daten einen Einblick in die Pläne, Meinungen und Einstellungen der jungen Menschen sowie ihrer Eltern und Lehrer in einer Tiefe, die weit über die Informationen in den erhältlichen statistischen Materialien hinaus geht.

Nach dem Ende der ersten Phase der Kampagne zur Fachkräftesicherung im Jahr 2011 beauftragte das Ministerium die vorliegende Studie mit einer zweiten Erhebung unter den gleichen Zielgruppen („Folgeuntersuchung“ 2011), wodurch nun ein Vergleich beider Jahrgänge möglich ist und ein eventueller Wirkungszusammenhang durch die Kampagne „Durchstarten in MV – Dein Land; deine Chance“ untersucht werden kann.

Der Vergleich der Null-Welle 2009 und der Folgeuntersuchung 2011 ergab eine Reihe von Unterschieden in den Meinungen und Einstellungen bei den befragten Personengruppen. Viele der Veränderungen weisen eine als positiv zu wertende Tendenz auf. Einige Indikatoren weisen jedoch weiterhin in eine weniger gewünschte Richtung. Aus Sicht der Autoren sind die Veränderungen jedoch bemerkenswert. Insbesondere bei vielen wirtschaftlich als besonders wichtig angesehenen Themen konnten 2011 gegenüber 2009 Verbesserungen identifiziert werden. Ob es sich bei diesen Veränderungen bereits um Trends im Sinne einer längerfristigen Entwicklung handelt, oder ob es sich um temporäre und damit wechselhafte Ausschläge handelt, kann nach dieser zweiten Erhebung noch nicht beantwortet werden. Wünschenswert wäre es, wenn sich die beobachteten positiven Entwicklungen verstetigen würden, denn trotz der als positiv zu sehenden Entwicklungen in vielen Bereichen ist eine Abkehr von bestehenden Mustern u.a. der Abwanderung noch nicht eingetreten.

Die Kampagne „Durchstarten in MV – Dein Land, deine Chance“ hat die geplanten Zielgruppen erreicht. Viele der Schüler, Lehrer und Eltern kennen die Kampagne oder sind mit ihr in Kontakt gekommen. Die einzelnen Angebote der Kampagne werden von den Nutzern insgesamt als hilfreich und nützlich angesehen. Eine positive Wirkung der Kampagne kann grund-

sätzlich bejaht werden, allerdings unter gewissen Einschränkungen. Insbesondere erwachsen Unsicherheiten durch andere mögliche Entwicklungen und Einflüsse wie die mittlerweile verringerte Konkurrenz um vorhandene Ausbildungsstellen in MV. Aufgrund der vielfältigen identifizierten statistischen Zusammenhänge kann jedoch davon ausgegangen werden, dass die Kampagne einen Beitrag zur Verbesserung der Meinungen und Einstellungen zu den Berufsaussichten in MV bei vielen der befragten Personen hatte.

10 LITERATURVERZEICHNIS

Datenquellen

Arzheimer, Kai: Gewichtungsvariation (2009). In: Schoen/Rattinger/Gabriel (Hrsg.) (2009): Vom Interview zur Analyse. Baden-Baden 2009.

Pabst/Seemann (2009/2010) "Null-Welle zur Fachkräftesicherung in Mecklenburg-Vorpommern"

Schnell/Hill/Esser (2005): Methoden der empirischen Sozialforschung. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH 2005, 7. Auflage.

Statistisches Landesamt Mecklenburg-Vorpommern (2009): Statistische Berichte: Allgemeinbildende Schulen in Mecklenburg-Vorpommern – Schuljahr 2008/2009. Schwerin.

Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern (2009): Statistische Hefte, Heft 2/2009: Entwicklungen in Mecklenburg-Vorpommern - Statistischer Jahresbericht 2008.

Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern (2011): Statistische Berichte: Allgemeinbildende Schulen in Mecklenburg-Vorpommern – Schuljahr 2010/2011. Schwerin.

Quellen und Internetverweise

http://datenreport.bibb.de/html/3656.htm#tab_a1_2-6

http://www.statistik-mv.de/cms2/STAM_prod/STAM/de/bhf/index.jsp