

6688/AB XXIV. GP**Eingelangt am 23.12.2010****Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

BM für Wissenschaft und Forschung

Anfragebeantwortung

Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung

Frau
Präsidentin des Nationalrates
Mag. Barbara Prammer
Parlament
1017 Wien

Wien, 22. Dezember 2010

Die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 6793/J-NR/2010 betreffend MINT-Kampagne zur Bewerbung technisch-naturwissenschaftlicher Studienrichtungen, die die Abgeordneten Dr. Kurt Grünewald, Kolleginnen und Kollegen am 29. Oktober 2010 an mich richteten, wird wie folgt beantwortet:

Zu Fragen 1 und 2:

Bis zum Tag der Anfragestellung wurden folgende Inserate der MINT-Informationsoffensive bezahlt:

Medium	Anzahl der Inserate	Kosten in € (brutto)
Heureka	1	6.136,96
Career Guide	1	15.120,--
Nightline	2	7.560,--
Frontal	2	10.130,40
Salzburger Nachrichten, Uni-Magazin	1	4.707,77
NÖN	1	4.977,13
Zukunftsbranchen	1	3.931,20
Die Gemeinde	1	872,03
Academia	1	2.520,--
Jugend und Jugendkultur	1	863,10
Das Biber	1	2.998,80
OÖ Nachrichten	1	4.986,58

Monitor	1	5.424,30
Die Presse	3	16.687,52
Die Ganze Woche	1	4.741,63
Wienerin	1	8.694,--
Cool Magazin	2	1.995,84
Falter	4	7.659,73
Tele	4	25.849,36
Standard	1	7.959,86
Woman	1	12.152,29
M Magazin	2	7.486,80
Skip	2	7.884,--
Österreich	2	6.086,22
Wirtschaftsnachrichten	1	8.794,80

Die Einschaltungen in der Tageszeitung „Heute“ wurden im Rahmen einer Medienkooperation getätigt, sodass hierfür keine zusätzlichen Kosten entstanden sind.

Zu Frage 3:

Bis zum Tag der Anfragestellung wurden folgende weitere Medien für Einschaltungen betreffend die MINT-Informationsoffensive verwendet:

Medium	Anzahl	Kosten in € (brutto)
nachrichten.at	29.8. - 26.9.	€ 13.144,51
facebook.com	29.8. - 26.9.	€ 16.020,--
derstandard.at	29.8. - 26.9.	€ 26.880,--
kleinezeitung.at	29.8. - 26.9.	€ 12.744,01
medienhaus.com	29.8. - 26.9.	€ 12.624,--
google	27.8. - 26.9.	€ 3.676,18
Infoscreen Netz Wien	17.9. - 26.9.	€ 18.282,50
Freecards	16.9. - 15.10.	€ 12.599,22

Zu Frage 4:

Werbemittel	Anzahl	Kosten in € (brutto)
MINT-Card	2.100	€ 2.121,84
MINT-Flat-Box	20.340	€ 13.091,40
Multifunktionslupe	5.000	€ 8.379,36

Zu Frage 5:

Seit dem Tag der Anfragestellung wurden folgende weitere Inserate geschaltet:

Medium	Anzahl	Kosten in € (brutto)
Trendguide Campus	1	€ 3.528,--
AG Taschenkalender	1	€ 2.100,--
ZukunftsBranchen	1	€ 1.197,--
Studentenvolksblatt	1	€ 2.249,10
Broschüre der Kinder-Krebs-Hilfe	1	€ 556,23
Heureka	1	€ 6.136,36

Nach derzeitigem Stand ist es geplant, die MINT-Kampagne und Informationen über diese einschlägigen Studienrichtungen auch künftig in regelmäßigen Abständen zu verbreiten. Über die Häufigkeit des Informationsflusses und die daraus entstehenden Kosten kann jedoch momentan noch nichts gesagt werden.

Zu Frage 6:

Über die Dauer der MINT-Kampagne wurde bis zum jetzigen Zeitpunkt noch keine bestimmte Laufzeit festgelegt.

Zu Frage 7:

Die bisher angefallenen Gesamtkosten belaufen sich auf € 463.081,55.

Zu Frage 8:

Mit der Entwicklung der MINT-Informationsoffensive und der Erstellung der Homepage wurde die Agentur „camp david“ beauftragt.

Zu Frage 9:

Die bisherigen Gesamtkosten für die Homepage belaufen sich auf € 42.820,-- inklusive der „augmented reality“-Applikation (Applikationsentwicklung, Erstellung 3D-Content, technisches Projektmanagement und Viewer-Deployment).

Zu Frage 10:

Da derzeit kein weiterer Ausbau der Homepage geplant ist, lassen sich derzeit auch keine diesbezüglichen Kosten abschätzen.

Zu Frage 11:

Die öffentlich durch „Unidata“ zugänglichen Daten sowie Gespräche mit den Rektoren zeigen klar, dass in den meisten MINT-Fächern durchaus noch ausreichend Kapazitäten vorhanden sind. Weiters ist es nach Umfragen im Wirtschafts- und Industriebereich evident, dass es einen Bedarf an Absolventinnen und Absolventen in den MINT-Bereichen gibt. Dies lässt sich auch im Bereich der Lehramtsausbildungen feststellen. Zudem werden im Rahmen des Offensivpakets für die Hochschulen in den Jahren 2011 und 2012 jeweils 20 Millionen Euro zur Verbesserung der Lehrqualität herangezogen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf den MINT-Fächern.

Zu Frage 12:

Siehe Antwort zu Frage 11.

Zu Frage 13:

Insgesamt werden in den kommenden beiden Jahren je 20 Millionen Euro zusätzlich in die Verbesserung der Studienbedingungen investiert, wobei die MINT-Fächer einen Schwerpunkt bilden werden. Die konkreten Maßnahmen werden derzeit im Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung erarbeitet.

Zu Frage 14:

Selbstverständlich haben Gespräche mit Rektoren, Lehrenden und Studierenden sowie auch mit Vertretern der Wirtschaft stattgefunden. Das Ergebnis war eine weitgehend positive Sicht der Informationsoffensive und ein gemeinsames Bekenntnis zur gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedeutung der MINT-Fächer. Zudem steht der Bedarf an zusätzlichen Absolventinnen und Absolventen außer Streit. Einige Statements sind auch auf der Homepage www.mint.at ersichtlich.

Zu Frage 15:

Ziel der Informationsoffensive ist es nicht, die Studienwahl junger Menschen zu beeinflussen, sondern sie über die Chancen und Möglichkeiten hinzuweisen, die durch ein MINT-Studium für den individuellen Lebensweg gegeben sind. Die MINT-Informationsoffensive ist gekoppelt mit dem Ausbau der Studienwahlberatung NEU (gemeinsames Projekt mit dem Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur und der Österreichischen Hochschülerschaft zur Ausweitung des „Studiencheckers“, „Studieren probieren“ und „MaturantInnenberatung NEU“) zu sehen: Erklärtes Ziel beider Maßnahmen ist eine intensivere Auseinandersetzung junger Menschen mit der Wahl ihres Bildungsweges. Zudem sollte aufgezeigt werden, dass MINT-Absolventinnen und Absolventen in Wirtschaft und Industrie gefragte Fachkräfte sind. Hervorgestrichen wurde damit auch die gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung der MINT-Fächer.

Zu Frage 16:

Ein weiteres zentrales Ziel ist neben der Unterstützung für eine bewusstere Studienwahlentscheidung, ein ausgewogeneres Verhältnis der Studienanfängerinnen und Studienanfänger. Derzeit konzentrieren sich 60 % der Studienanfänger auf nur 10 % der angebotenen Studienfächer.

Zu Frage 17:

Ein wesentliches Ziel wurde bereits dadurch erreicht, dass die MINT-Fächer, ihre gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung, sowie die damit verbundenen Chancen, für junge Menschen eine breite öffentliche Aufmerksamkeit im Zuge der Informationsoffensive erhalten haben. In Verbindung mit der begleitenden redaktionellen Berichterstattung wurde der Werbewert vervielfacht.

Zu Frage 18:

Ziel der MINT-Kampagne ist es, Studienanfängerinnen und Studienanfänger bei einer bewusst getroffenen Studienwahl zu unterstützen. 60 % der Studienanfänger konzentrieren sich auf nur 10 % der derzeit angebotenen Studienfächer. Gleichzeitig belegen Umfragen aus der Industrie den großen Bedarf von hoch qualifizierten Fachkräften.

Die größten Probleme, den Bedarf an Fachkräften zu decken, bestehen im Bereich der Technik/Produktion. 77 % der Unternehmen kämpfen hier nach aktuellen Umfragen mit Rekrutierungsproblemen. Knapp dahinter folgt der Bereich F&E mit 65 %. Diese beiden Berufsgruppen werden auch weiterhin innerhalb der nächsten drei Jahre sehr gefragt sein. Es wurde jeweils ein steigender Bedarf mit 64 % bei Technik/Produktion und 56 % im Bereich F&E angegeben. Im Vergleich zum Jahr 2009 ist somit weiterhin keine Entspannung rund um die Situation des „Technikermangels“ zu erwarten. Die vier meistgenannten Studienrichtungen sind Maschinenbau, Wirtschaftsingenieur, Elektrotechnik/Elektronik und Informatik.

Vor dem Hintergrund dieser Fakten ist jedoch auch klar, dass zur Bedarfsdeckung nicht nur die vorhandenen Kapazitäten genützt werden müssen, sondern auch die Studienangebote in MINT-Fächern sukzessive ausgebaut werden müssen. Erfreulicherweise haben im Studienjahr 2007/08 beispielsweise bereits 46,5 % der FH-AbsolventInnen ein Studium im Bereich Technik, Ingenieurwissenschaften abgeschlossen.

Zu Frage 19:

Derzeit sind noch keine messbaren Auswirkungen auf die zuletzt im derzeitigen Wintersemester getroffenen Studienwahlentscheidungen feststellbar. Konkrete Auswirkungen werden erst nach einer entsprechenden Festigung der Thematik und begleitendes Beratungsangebot spürbar sein.

Zu Fragen 20 und 21:

Siehe Antwort zu den Fragen 18 und 19.

Zu Frage 22:

Ja. Unter anderem wird ein Teil der 80 Millionen Euro, die ab 2011 zusätzlich für die Hochschulen zur Verfügung stehen, in MINT-Studienrichtungen investiert. Zudem wird das Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung weiterhin auch über die mediale Informationsoffensive hinausgehend über die Chancen und Möglichkeiten der MINT-Studien informieren und bewusste Schwerpunkte setzen.

Zu Frage 23:

Im Rahmen verschiedener großer Informationsveranstaltungen, wie beispielsweise „YO!Tech“ oder „junior E-Day“ gab es ein breites Informations- und Beratungsangebot für die dort anwesenden Schülerinnen und Schüler. Das Interesse für MINT-Fächer soll bei Schülerinnen und Schülern auch durch verschiedene Nachwuchsförderungsprojekte des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung, wie u.a. „Sparkling Science“ verstärkt werden. Diese Schwerpunkte wird es auch weiterhin geben. Im Rahmen seiner Zuständigkeit hat das Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung aber keinen Einfluss auf die Vermittlung von MINT in den Schulen. Es ist jedoch unumstritten, dass die Ausgestaltung des Unterrichts in den MINT-Fächern ein entscheidender Faktor für das weitere Interesse junger Menschen an dieser spannenden Materie ist.

Die Bundesministerin:
Dr. Beatrix Karl e.h.