



[Home](#) » [Infos](#) » [Studium](#) » [News](#)

 [Schriftgröße](#)  [Drucken](#)  [Bookmark](#)  [Artikel versenden](#)

25. Juni 2009

„Gebührenkompass“ 2009

Akzeptanz der Studiengebühren immer noch niedrig

Die Universität hat für den aktuellen „Gebührenkompass“ 5600 Studenten befragt.



Das Ergebnis: die Studenten sind immer noch unzufrieden mit ihren Studiengebühren.

© Pixelio: Gerd Altmann

[Finanzierung Studiengebühren](#) **Studium**

Die Studie der Universität Hohenheim befragte insgesamt 5600 Studenten und zwar mindestens 100 an jeder der 49 Universitäten, die Studiengebühren erheben. Die

Durchschnittliche Zufriedenheit liegt dabei bei der Schulnote 4,22 – also ausreichend bis mangelhaft. Das ist eine leichte Verbesserung, denn im letzten Jahr lag die Zufriedenheit noch durchschnittlich bei 4,55. An keiner deutschen Universität geben die Studenten der Verwendung ihrer Studiengebühren aber eine bessere Note als 3,5. Die Befragung ergab, dass 66% der Studierenden gegen Studiengebühren sind. Die Studie zeigt, dass Studenten, die über die Verwendung ihrer Studiengebühren Bescheid wissen etwas zufriedener mit den Gebühren sind, als uninformierte. Jedoch liegt der Anteil der „nicht ausreichend Informierten“ immer noch bei 86% und die Nicht-Akzeptanz und der Wunsch nach Abschaffung der Gebühren sind nochmals gewachsen.

Die Studenten finden, dass sie nicht genug von den Verbesserungen an den Hochschulen mitbekommen, die mit ihrem Geld bezahlt werden. 71,5% der Studierenden geben beim ► **"Gebührenkompass"** an, dass die Einführung von Studiengebühren bisher noch zu keiner Verbesserung der Lernbedingungen an der eigenen Hochschule geführt hat.

Auf keinen Fall sollten die Universitäten allerdings die Studiengebühren für allgemeine Zwecke wie z.B. Bauvorhaben, die Begleichung von Heizkosten oder das Schließen von sonstigen Haushaltslöchern verwenden. Solche Verwendungen von Studiengebühren werden von rund 80% der Studierenden abgelehnt.

avose

GfK

Unterstützt von

Quelle: www.einstieg.com

© Universität Hohenheim, Lehrstuhl für Marketing, Prof. Dr. Markus Voeth (2009). <http://www.marketing.uni-hohenheim.de>