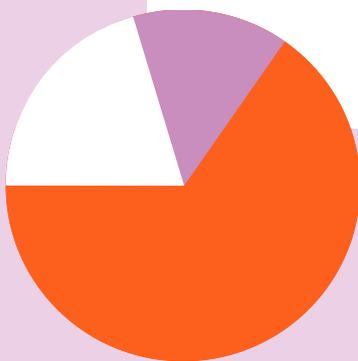


Wie denken Eltern MI(N)T?

Bildungs- und Berufsorientierung für Töchter aus der Perspektive von Eltern

Eine wissenschaftliche Studie im Auftrag
der MINTality Stiftung

Oktober 2025



Impressum

Dieser Bericht wurde von WissenschaftlerInnen mehrerer Universitäten im Auftrag der MINTality Stiftung erstellt.

AutorInnen:

- Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Elisabeth Gsottbauer, Freie Universität Bozen, Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, Universitätsplatz 1, 39100 Bozen, Italien
- Assoz. Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Simone Haeckl, University of Stavanger, School of Business and Law, Department of Economics, 4036 Stavanger, Norwegen
- Michael Keinprecht, MSc, Wirtschaftsuniversität Wien, Department für Volkswirtschaft, Welthandelsplatz 1, 1020 Wien, Österreich

Quellenangabe: Gsottbauer, E., Haeckl, S., & Keinprecht, M. (2025). *Wie denken Eltern MI(N)T? Bildungs- und Berufsorientierung für Töchter aus der Perspektive von Eltern*. Eine wissenschaftliche Studie im Auftrag der MINTality Stiftung. Wien.

Alle Rechte vorbehalten.

Wien, Oktober 2025

Inhaltsverzeichnis

EXECUTIVE SUMMARY.....	1
1 EINLEITUNG	3
1.1 Was ist bisher bekannt?	3
1.2 Worum geht es in der vorliegenden Studie?	4
2 STUDIENDESIGN	5
2.1 Was wurde erforscht?	5
2.2 Wer war dabei?.....	6
2.3 Wie wurde ausgewertet?	9
3 BILDUNGS- UND BERUFSORIENTIERUNG (BBO) IN ÖSTERREICH	10
3.1 Wann beginnt die BBO?	10
3.2 Wie unterstützen Eltern ihre Töchter bei der BBO?	11
3.3 Welche BBO-Angebote nehmen Töchter wahr?	11
3.4 Wie informieren sich Eltern zur BBO?.....	11
3.5 Welche Bildungs- und Berufswünsche haben Eltern für ihre Töchter?	12
3.6 Welche Berufseigenschaften sind Eltern besonders wichtig?.....	13
4 MINT-BERUFE UND MÄDCHEN IN MINT	15
4.1 Welches Interesse zeigen Eltern an MINT?	15
4.2 Was hält Eltern davon ab, ihre Kinder stärker im MINT-Bereich zu unterstützen?	16
4.3 Wie stark sind geschlechterspezifische Stereotype im MINT-Bereich verbreitet?	16
4.4 Warum sind Frauen seltener in MINT-Berufen tätig als Männer?.....	18
5 BEREITSCHAFT MINT-INTERESSEN ZU FÖRDERN	19
5.1 Wie wurde gemessen, ob Eltern MINT fördern wollen?.....	19
5.2 Womit hängt die Bereitschaft, in MINT-Förderung zu investieren, zusammen?	20
5.3 Gibt es einen Zusammenhang zwischen Stereotypen und Investitionsbereitschaft?	22
6 EINFLUSS VON MINT-INFORMATIONSVIDEOS AUF DIE MINT-FÖRDERUNG	23
6.1 Wie wurde Information vermittelt?	23
6.2 Wirkt Information auf die MINT-Förderbereitschaft von Eltern?	24
6.3 Folgeumfrage	28
6.4 Was kann man aus der Wirkungsanalyse lernen?.....	29
7 ERFAHRUNGEN UND WÜNSCHE VON ELTERN.....	29
7.1 Erfahrungen der Eltern	30
7.2 Wünsche der Eltern.....	31
8 ZUSAMMENFASSUNG UND HANDLUNGSEMFEHLUNGEN.....	32
9 QUELLEN.....	35

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Schulwahl nach Bildungsniveau der Eltern – Vergleich zwischen Töchtern und Söhnen 9

Abbildung 2: Elterliche Unterstützung und Hindernisse bei der Bildungs- und Berufsorientierung 11

Abbildung 3: Kanäle der Bildungs- und Berufsorientierung 12

Abbildung 4: Berufswünsche der Eltern für ihre Töchter (links) und Söhne (rechts)..... 13

Abbildung 5: Gewünschte Berufseigenschaften für die eigene Tochter..... 14

Abbildung 6: Eigenschaften von MINT-Berufen..... 14

Abbildung 7: Herausforderungen in der MINT-Förderung 16

Abbildung 8: Geschlechterstereotypen in MINT..... 16

Abbildung 9: Dichtekurve der Geschlechterstereotypen in MINT..... 17

Abbildung 10: Einschätzung elterlicher Berufswünsche für ihre Tochter – nach Video getrennt 25

Abbildung 11: Verteilung eines hypothetische Bildungsbudgets 26

Abbildung 12: Hypothetische gemeinsame Zeit für Museum 27

Abbildung 13: Schulwahl BHS nach Bildungsniveau der Eltern – Vergleich zwischen Töchtern und Söhnen ii

Abbildung 14: BBO-Unterstützung und Hindernisse für Eltern, die schon BBO-Erfahrung haben iii

Abbildung 15: BBO-Unterstützung und Hindernisse für Eltern, die sich noch nicht mit BBO beschäftigt haben iii

Abbildung 16: Interesse an MINT iv

Abbildung 17: Nützlichkeit von MINT..... v

EXECUTIVE SUMMARY

Die vorliegende Online-Studie untersucht, wie Eltern die schulische und berufliche Orientierung ihrer Kinder prägen – mit Fokus auf Mädchen und MINT (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik). Darüber hinaus wird getestet, ob gezielte Informationen die Bereitschaft von Eltern erhöhen, das MINT-Interesse ihrer Töchter zu fördern. Befragt wurden über 1.300 Eltern in Österreich mit mindestens einer Tochter zwischen 10 und 19 Jahren – eine Gruppe, zu der bislang kaum Forschung vorliegt. Es handelt sich hierbei um die erste Studie in Österreich, die systematisch die Vorstellungen von Eltern zur beruflichen Zukunft ihrer Töchter für ganz Österreich abbildet.

Die Ergebnisse zeigen klar: Eltern spielen eine zentrale Rolle. Rund 60 % sind aktuell aktiv in die schulische sowie berufliche Orientierung eingebunden und fühlen sich grundsätzlich in der Lage, ihre Tochter zu unterstützen. Überraschend ist, dass dabei vor allem sehr traditionelle Formate wie persönliche Gespräche und Schulangebote genutzt werden, während digitale Angebote eine geringere Rolle spielen. Neu ist ebenfalls die Erkenntnis, dass sich deutliche Unterschiede nach sozioökonomischem Hintergrund zeigen: Eltern mit Matura starten früher, sind intensiver beteiligt und informieren sich gezielter.

Beim Thema MINT zeigt sich ein gemischtes Bild: Während rund ein Drittel der Eltern sich aktiv mit MINT beschäftigt und über 80 % MINT für relevant und zukunftsweisend halten, dokumentiert diese Studie gleichzeitig erstmals in Österreich elterliche MINT-Stereotype. Viele Eltern trauen Buben eher als Mädchen zu, komplexe Probleme zu lösen, und ermutigen sie häufiger zu MINT-Karrieren. Diese MINT-Stereotype haben konkrete Folgen: Eltern mit solchen Stereotypen investieren weniger in die MINT-Förderung ihrer Töchter.

Weiters wird systematisch und erstmals dokumentiert, welche Eigenschaften Eltern sich für den zukünftigen Beruf ihrer Tochter wünschen – an erster Stelle stehen interessante Arbeit, Sicherheit und gute Arbeitsbedingungen – als auch wie Eltern MINT-Berufe einschätzen: Sie gelten zwar als interessant und gut bezahlt, doch Aspekte wie Teamarbeit, Flexibilität und Vereinbarkeit werden deutlich schwächer gesehen. Diese Gegenüberstellung ist neu und zeigt, warum MINT trotz hoher Relevanz nicht konsequent als attraktive Option für Töchter wahrgenommen wird.

Zusätzlich zur deskriptiven Analyse wurde ein Interventionsteil mit Wirkungsanalyse durchgeführt. Dieser Teil ist zentral und innovativ, weil er dank zufälliger Zuteilung der Inhalte nicht nur Zusammenhänge beschreibt, sondern zuverlässig zeigt, welche Information die Einstellungen und das Verhalten von Eltern tatsächlich beeinflusst. Die Eltern sahen per Zufall eines von drei Videos: ein neutrales Video zur Lernunterstützung sowie zwei MINT-Informationsvideos – eines zu den (nicht vorhandenen) Geschlechterunterschieden in Mathematik („Fähigkeiten-Video“) und eines zu modernen, vielfältigen MINT-Berufsbildern („Karriere-Video“). Die MINT-Informationsvideos änderten die Berufswünsche für ihre Töchter nicht, führten aber zu klaren Verhaltenseffekten: Das Karriere-Video erhöhte die Investitionsbereitschaft in MINT-Aktivitäten, das Fähigkeiten-Video steigerte die reale Zahlungsbereitschaft für ein konkretes Programmiercamp. In der Folgeumfrage zeigten sich keine dauerhaften Änderungen von Einstellungen und Stereotypen – ein Hinweis darauf, dass Information gezielt mit Entscheidungen verknüpft werden muss, um Wirkung zu zeigen.

Für die MINTality Stiftung leitet sich daraus ab:

Es ist relevant, Eltern gezielt über analoge Formate wie Elternabende oder lokale BBO-Events anzusprechen und gleichzeitig Schulen als zentrale Partner zu stärken, indem Zukunftsfelder wie IT und KI frühzeitig und praxisnah in die Berufs- und Bildungsorientierung integriert werden – etwa durch Job-Karten, Kurzvideos oder kompakte Lehrkräfte-Workshops.

Jeder Impuls sollte mit einer klaren Handlungsaufforderung verknüpft werden, wie etwa der Anmeldung zu einem Feriencamp, einer Schulveranstaltung oder einem lokalen Workshop. So werden Informationsangebote direkt in konkrete Entscheidungen übersetzt. Darüber hinaus deutet die Studie darauf hin, dass BBO auch schon für jüngere Zielgruppen (ab 10–11 Jahren) relevant ist. Besonders wirkungsvoll können Angebote sein, die die ganze Familie einbeziehen – beispielsweise Feriencamps oder „Family Tech Nights“ –, da sie Begeisterung für MINT wecken und zugleich Eltern und Kinder erreichen.

In der Kommunikation empfiehlt es sich, den Fokus auf die Attraktivität, Vielfalt und Alltagsrelevanz von MINT-Berufen zu legen – statt auf Geschlechterunterschiede. Zudem sollte sie neben der Attraktivität und Zukunftsrelevanz auch MINT-Eigenschaften wie Teamarbeit sowie Vereinbarkeit von Familie und Freizeit vermitteln – Aspekte, die den Erwartungen vieler Eltern an die Zukunft ihrer Töchter entsprechen.

1 EINLEITUNG

Trotz vieler Bemühungen und Förderprogramme sind Mädchen und Frauen in den sogenannten MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik) weiterhin unterrepräsentiert. So sind zum Beispiel weniger als ein Drittel (28 %) der AbsolventInnen von MINT-Studien in Österreich Frauen.¹ Diese Ungleichheit zeigt sich auch deutlich in den Berufswünschen von Jugendlichen (Drescher et al., 2020). Auch im EU-Vergleich steht Österreich im Bereich Geschlechtergleichstellung in MINT nicht besonders gut da. Der She-Figures Länderbericht für Österreich, erstellt von der Europäischen Kommission, weist deutliches Verbesserungspotential auf, merkt aber auch an, dass schon einige Initiativen in Gang sind.²

Während viele Programme vor allem Schülerinnen oder Schulen ansprechen, wird die Rolle der Eltern in der Bildungs- und Berufsorientierung (BBO) bislang weniger beachtet, obwohl Eltern maßgeblich Einfluss auf die Entwicklung der Interessen und Berufswünsche ihrer Kinder haben (Mc Nally, 2020). Besonders wichtig ist es, die Wirkung elterlicher Geschlechterstereotype zu verstehen, da diese die akademischen Leistungen und die BBO von Mädchen deutlich beeinflussen können (Chaffee und Plante, 2022; Simunovic et al., 2018).

Die vorliegende Studie zielt darauf ab, die Beteiligung der Eltern an der BBO besser zu erfassen sowie die Wirkung von Informationsinterventionen, die elterliche Stereotype abbauen und so Mädchen gezielt fördern können, zu erforschen.

1.1 Was ist bisher bekannt?

Die Literatur identifiziert eine Vielzahl von Faktoren, die zur Geschlechterkluft im MINT-Interesse beitragen (McNally, 2020). Bezogen auf die Studienwahl zeigt sich zum Beispiel Folgendes: Trotz ähnlicher allgemeiner Qualifikationen am Ende der Sekundarstufe wird die Wahl des Studienfachs durch die Kursauswahl in der Oberstufe sowie durch relative Stärken im Lesen gegenüber Mathematik beeinflusst (Card & Payne, 2022; Delaney & Devereux, 2019). Persönliche Eigenschaften wie geringeres Selbstvertrauen und Wettbewerbsscheu hemmen insbesondere hochbegabte Frauen, sich für mathematisch-intensive Ausbildungen zu entscheiden (Buser et al., 2022; Shi, 2018). Präferenzen spielen ebenfalls eine Rolle: Bei der Studienwahl bevorzugen Frauen häufiger soziale und betreuende Fachrichtungen und berücksichtigen stärker Faktoren wie Arbeitszufriedenheit und Familienfreundlichkeit (Cheryan et al., 2017; Eccels und Wange, 2016). Das Bildungsumfeld, einschließlich der Geschlechterzusammensetzung innerhalb der Schulklassen, stereotyp geprägter Haltungen von LehrerInnen und Eltern sowie das Vorhandensein weiblicher Vorbilder, beeinflusst maßgeblich die Entscheidung für MINT-Studiengänge (Brenøe und Zölitz, 2020; Carlana, 2019; Chaffee und Plante, 2022; Mouganie und Wang., Simunovic et al., 2018). Schließlich wirken sich auch breitere kulturelle Einflüsse wie stereotype Vorstellungen und eine oft „maskulin“ geprägte Kultur in MINT-Fächern hemmend auf das Interesse und die Zugehörigkeitswahrnehmung von Frauen aus (Cheryan et al., 2017).

Vor allem der Stellenwert von Qualifikationen deutet darauf hin, dass es wichtig ist, frühzeitig anzusetzen, um der Geschlechterkluft in MINT-Berufen entgegenzuwirken und die Entscheidungen zu analysieren, die Eltern und Kinder bei der Ausbildungs- und Berufswahl treffen. Welche Rolle genau Eltern in der BBO spielen, hat jedoch bis jetzt in der Forschung weniger Aufmerksamkeit erfahren, wohl auch, weil diese Zielgruppe schwieriger zu erreichen ist. Dabei gibt es aus der Forschung Evidenz, dass

¹ Siehe: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240308-2> [zuletzt aufgerufen: 14.07.2025]

² Siehe: <https://ec.europa.eu/assets/rtd/shefigures/2024/files/shefigures2024fiche-at.pdf> [zuletzt aufgerufen: 14.07.2025]

Eltern eine wichtige Rolle für die Entwicklung (akademischer) Interessen und die Berufswahl von Kindern haben (Chaffee und Plante, 2022; Gaisch et al., 2023; Kapor et al., 2020; Simunovic et al., 2018). Darüber hinaus zeigt sich, dass sich auch elterliche Stereotype auf die Interessenentwicklung und akademische Leistung von Mädchen auswirken (Cuevas Ruiz et al., 2023).

Auf die Frage, wie man Unterschiede im MINT-Interesse beeinflussen kann, hat die Literatur noch keine eindeutige Antwort. Viele bestehende Programme richten sich gezielt an Schülerinnen oder setzen bei Schulen als zentrale Orte der Bildungs- und Berufsorientierung an. In einer Literaturübersicht diskutieren Sainz et al. (2022) 215 Interventionen zur Steigerung des MINT-Interesses von Jugendlichen. Die Analyse ergab, dass die überwiegende Mehrheit der Interventionen (119 von 215 Studien) im Rahmen des regulären Unterrichts organisiert wurde. Dies entspricht 55,3 % aller untersuchten Interventionen. Jedoch zeigt der Bericht auch, dass es wichtig ist, Eltern miteinzubeziehen, da diese für den Erfolg der Intervention ausschlaggebend sein können.

Was bisherige Erkenntnisse zeigen:

Eltern spielen eine zentrale Rolle in der Bildungs- und Berufsorientierung (BBO) ihrer Kinder, wurden in der Forschung bislang jedoch kaum berücksichtigt. Gerade bei Töchtern können elterliche Stereotype das Interesse und die Leistung in MINT-Fächern spürbar beeinträchtigen.

1.2 Worum geht es in der vorliegenden Studie?

Diese Studie untersucht, wie und wann Eltern auf die BBO ihrer Kinder einwirken und inwieweit elterliche Stereotype, insbesondere bezüglich MINT-Berufe, geschlechtsspezifische Bildungs- und Berufserwartungen beeinflussen. Ziel der Studie ist es, ein besseres Verständnis für folgende zentrale Fragestellungen zu gewinnen:

- Wie und wann begleiten Eltern ihre Kinder bei der BBO?
- Welche Rolle spielen elterliche Vorstellungen und Stereotype, insbesondere im Hinblick auf geschlechterspezifische MINT-Kompetenzen und MINT-Berufe?
- Inwiefern können gezielte Informationsangebote elterliche Einstellungen verändern und die Förderung von MINT-Interesse bei Töchtern verbessern?

Der deskriptive (beschreibende) Fokus der Studie liegt darauf, inwieweit MINT-Berufe in die BBO einbezogen werden. Denn ein besseres Verständnis darüber, wie Eltern an BBO und MINT herangehen und welche Rolle sie dabei spielen, ist eine zentrale Voraussetzung, um sie gezielt in der Förderung ihrer Kinder zu unterstützen.

Zur Untersuchung der Wirkung elterlicher Stereotype auf die elterliche Bereitschaft das MINT-Interesse ihrer Töchter zu fördern, wurde eine Informationsintervention eingesetzt: Ein Teil der Befragten sah ein kurzes MINT-Informationsvideo, das entweder typische Stereotype über MINT-Kompetenzen oder MINT-Berufe hinterfragt. Veränderungen in der Förderungsbereitschaft wurden nach dem Video mithilfe hypothetischer und tatsächlicher Investitionsentscheidungen erfasst. Darüber hinaus wurden die Eltern auch nach dem gewünschten Berufsweg für ihre Töchter gefragt.

Unsere Hypothese lautet: Ein MINT-Informationsvideos stärkt die elterliche Unterstützung für MINT-Berufe – besonders für ihre Töchter.

Was untersucht wurde:

Die Studie beschreibt, wie Eltern in die Bildungs- und Berufsorientierung (BBO) eingebunden sind und wie stereotype Vorstellungen ihre Bereitschaft, das MINT-Interesse von Töchtern zu fördern, zusammenhängen. Mithilfe einer Wirkungsanalyse wird getestet, ob MINT-Informationsvideos, die gängige Geschlechterstereotype über MINT und MINT-Berufe hinterfragen, die Einstellung und das Verhalten der Eltern verändern können. Gemessen werden die Veränderungen anhand der elterlichen Wünsche zum angestrebten Berufsweg ihrer Tochter sowie eines Investitionsindex. Dieser erfasst, wie viel Zeit und Geld Eltern bereit wären, zu investieren, um das MINT-Interesse ihrer Tochter zu fördern.

2 STUDIENDESIGN

Die Studie wurde im Zeitraum April bis Juli 2025 durchgeführt. Die Datenerhebung erfolgte über eine Online-Umfrage, die mit der Plattform Qualtrics programmiert wurde. Der Zugang zur Studie wurde durch ein Marktforschungsinstitut organisiert und zusätzlich an Partnerunternehmen der MINTality Stiftung in Österreich verteilt. Die Dauer der Umfrage betrug im Median 20 Minuten. Zur Gewährleistung verlässlicher Antworten enthielt die Befragung eine Kontrollfrage zur Aufmerksamkeit, die von rund 71 % der Befragten richtig gelöst wurde. Eine Nachbefragung fand Ende Juni/Anfang Juli statt. Alle Daten wurden anonymisiert erhoben und sind daher nicht auf einzelne Personen zurückzuführen. Die Datenanalyse wurde von Juni bis August 2025 durchgeführt.

2.1 Was wurde erforscht?

Die Umfrage besteht aus vier Themenblöcken. Der gesamte, durchnummerierte Fragebogen befindet sich im Anhang 2. Die Auswahl der Fragen und Antwortskalen orientiert sich an etablierten Fragebögen aus der wissenschaftlichen Literatur (u.a. Fantuzzo et al., 2022), den PISA-Erhebungen 2018 und 2022³, und wurde in enger Abstimmung mit der MINTality Stiftung erstellt.

- Der erste Themenblock stellt einige grundlegende Fragen zur soziodemografischen Situation der Befragten und ihrem beruflichen Hintergrund im MINT-Bereich (Unterabschnitt 2 im Fragebogen).
- Der zweite Themenblock erhebt, inwiefern Eltern in Österreich in die BBO ihrer Kinder eingebunden sind. Besonderer Fokus liegt darauf, wann Eltern mit BBO beginnen, welche Aktivitäten sie dabei durchführen und welche Informationsquellen sie nutzen (Unterabschnitt 4 im Fragebogen).
- Der dritte Themenblock beleuchtet, wie Eltern MINT-Berufe einschätzen und welche Einstellungen sie zu Mädchen in MINT haben (Unterabschnitt 5 im Fragebogen).
- Im vierten Block (Interventionsteil) wird getestet, ob MINT-Informationsvideos die Bereitschaft der Eltern beeinflussen können, das MINT-Interesse ihrer Töchter zu fördern. Dafür wurden die Eltern zufällig in mehrere Gruppen eingeteilt: Eine *Vergleichsgruppe*, die ein neutrales Video ohne MINT-Inhalte sah, und zwei *Interventionsgruppen*, die jeweils eines von zwei speziell gestalteten MINT-Informationsvideos gezeigt bekamen (Unterabschnitt 6, 7 und 8 im Fragebogen). Der

³ Siehe: [PISA 2018 Database | OECD](#) | [PISA 2022 Database | OECD](#) [zuletzt aufgerufen: 14.07.2025]

Vergleich zwischen der Vergleichsgruppe und den Interventionsgruppen macht es möglich, den Effekt der Information auf das Verhalten der Eltern zu messen.

2.2 Wer war dabei?

Für diese Online-Studie wurden Eltern in ganz Österreich befragt, die mindestens eine Tochter im Alter von 10 bis 19 Jahren haben. Die Umfrage wurde über zwei Kanäle verbreitet:



Ein Marktforschungsinstitut, über das 1.134 Eltern erreicht wurden.



Partnerunternehmen von der MINTality Stiftung (im Folgenden „Partnerunternehmen“), über die weitere 240 Eltern teilnahmen.

Insgesamt nahmen 1.374 Eltern von Töchtern teil. Zusätzlich wurden 471 Eltern befragt, die keine Tochter aber mindestens einen Sohn im Alter von 10 bis 19 Jahren haben, (296 über das Marktforschungsinstitut, 175 über die Partnerunternehmen), um ergänzende Perspektiven einzubeziehen. Die Hauptanalysen konzentrieren sich jedoch auf die Eltern von Töchtern. Unterschiede je nach Elternteil (Mutter oder Vater), Bildungsniveau (mit oder ohne Matura), Erfahrung mit BBO, Stichprobe (Marktforschung oder Partnerunternehmen) oder Geschlecht des Kindes werden bei Bedarf gesondert ausgewertet.

Zur Gewährleistung einer konsistenten und vergleichbaren Datengrundlage wurden die teilnehmenden Eltern ausdrücklich dazu aufgefordert, ihre Antworten jeweils auf die älteste Tochter im Haushalt zu beziehen. Dadurch sollte sichergestellt werden, dass sich die Angaben zu BBO auf dieselbe Person innerhalb der Familie beziehen, auch wenn mehrere Kinder im Haushalt leben.

Wie vorgegangen wurde:

Es wurde 1.374 Eltern von Töchtern (10–19 Jahre) aus ganz Österreich online befragt, davon 1.134 über ein Marktforschungsinstitut und 240 über Partnerunternehmen der MINTality Stiftung. Eine kleine Stichprobe mit Eltern von Söhnen wurde ergänzend berücksichtigt. Die Beantwortung der Fragen dauerte im Median etwa 20 Minuten.

Merkmale der Eltern:

Wie in Tabelle 1 dargestellt, nahmen 781 Mütter (57 %) und 592 Väter (43 %) an der Umfrage teil. Eine diverse Person wurde der Gruppe „Mütter“ zugeordnet, um die Anonymität zu wahren. Das durchschnittliche Alter der Befragten liegt bei 44 Jahren. 16 % der Eltern sind alleinerziehend (zum Vergleich: Österreich-Durchschnitt = 21 %; Statistik Austria, 2025), davon überwiegend Mütter (23 % der Mütter vs. 7 % der Väter).

Die befragten Eltern haben durchschnittlich 1,46 Töchter und 0,71 Söhne. Da nur Familien mit mindestens einer Tochter einbezogen wurden, ist dieser Wert entsprechend verzerrt. Die durchschnittliche Haushaltsgröße liegt bei 3,82 Personen (zum Vergleich: Österreich-Durchschnitt = 2,17; Statistik Austria, 2025), da ausschließlich Eltern mit Kindern befragt wurden.

Bezüglich der im Haushalt gesprochenen Sprache geben 84 % der Befragten an, ausschließlich Deutsch zu sprechen, 13 % eine Kombination aus Deutsch und einer Herkunftssprache, der Rest andere Sprachen. In der Stichprobe der Partnerunternehmen wird mit 93 % überdurchschnittlich häufig ausschließlich Deutsch gesprochen.

Tabelle 1: Merkmale Stichproben

Merkmal	Stichprobe gesamt	Mütter 	Väter 	Marktforschungs- institut 	Partner- unternehmen 
Anzahl Befragte	1.374	782 (57 %)	592 (43 %)	1.134 (83 %)	240 (17 %)
Durchschnittsalter (Jahre)	44,1	42,9	45,7	44,1	44,2
Anzahl Töchter	1,46	1,45	1,47	1,44	1,51
Anzahl Söhne	0,71	0,70	0,72	0,72	0,68
Alleinerziehend (%)	16	23	7	18	10
Sprachgebrauch Deutsch (%)	84	84	84	83	93
Bildungsabschluss Matura (%)	61	62	59	59	70
Erwerbsstatus Vollzeit (%)	62	43	87	63	58
Erwerbsstatus Teilzeit (%)	30	47	9	29	37

Das Bildungsniveau der Befragten ist insgesamt sehr hoch. 37 % verfügen über einen Universitätsabschluss, weitere 24 % haben eine Matura, 36 % eine abgeschlossene Lehre und nur 3 % geben an, ausschließlich einen Pflichtschulabschluss zu haben. Angaben zum Netto-Haushaltseinkommen wurden nur im Rahmen der Stichprobe des Marktforschungsinstituts erhoben. Da Angaben hier nicht verpflichtend waren, fehlen für rund 30 % der Befragten Einkommensdaten. Die am häufigsten genannte Einkommensgruppe (29 %) ist ein Jahreshaushaltseinkommen zwischen 50.000 € und 74.999 €, gefolgt von 20 % im Bereich von 25.000 € bis 49.999 €. Zur besseren Vergleichbarkeit wurde das Einkommen entsprechend den Standards der OECD und Statistik Austria⁴ an die Haushaltsgröße angepasst. Das durchschnittliche adjustierte Haushaltseinkommen liegt bei rund 34.600 €. Die Unterscheidung des Bildungsniveaus der Eltern (Matura oder nicht) zeigt sich als statistisch sinnvoll: Befragte mit Matura oder höherem Abschluss haben ein durchschnittliches adjustiertes Haushaltseinkommen von 39.900 €, Befragte ohne Matura eines von 26.800 €.

Insgesamt sind 62 % der Befragten in Vollzeit, 30 % in Teilzeit beschäftigt. 3 % bezeichnen sich als Hausfrau oder Hausmann, 2 % sind arbeitssuchend und jeweils 1 % ist entweder pensioniert, in Ausbildung oder hat sich keiner dieser Kategorien zugeordnet. Betrachtet man die Erwerbsformen getrennt nach Geschlecht, so ergeben sich hier klare Unterschiede. 43 % der Mütter sind in Vollzeit und 47 % in Teilzeit erwerbstätig. 10 % der Mütter sind nicht erwerbstätig, befinden sich in Ausbildung, auf Arbeitssuche oder in Ruhestand. Bei den Vätern hingegen sind 87 % in Vollzeit, 9 % in Teilzeit beschäftigt und die verbleibenden 4 % verteilen sich auf Nicht-Erwerbstätigkeit, Ausbildung, Arbeitssuche oder Ruhestand. Befragte mit höherer Bildung (ab Matura) sind zu 66 % in Vollzeit beschäftigt.

Die geografische Verteilung zeigt eine gewisse regionale Verzerrung: Während die Marktforschungsstichprobe den Bundesländeranteilen Österreichs einigermaßen entspricht⁵, stammen in der Partnerunternehmen-Stichprobe 55 % der Befragten aus Oberösterreich und 40 % aus Kärnten.

⁴ „[...]Gewicht von 1 für die erste Person, für jede weitere erwachsene Person ein Gewicht von 0,5 und pro Kind unter 14 Jahren von 0,3.“ [Haushaltseinkommen - STATISTIK AUSTRIA - Die Informationsmanager](#) [zuletzt aufgerufen: 14.07.2025]

⁵ Siehe: [Bevölkerung zu Jahres-/Quartalsanfang - STATISTIK AUSTRIA - Die Informationsmanager](#) [zuletzt aufgerufen: 14.07.2025]

Insgesamt leben 35 % der Befragten im städtischen, 24 % im vorstädtischen und 41 % im ländlichen Raum.

Abschließend wurde erhoben, ob die befragte Person oder ihre Partnerin bzw. ihr Partner in einem MINT-Beruf tätig ist. Insgesamt geben 24 % an, selbst in einem MINT-Beruf zu arbeiten und 35 % berichten, dass ihre Partnerin oder ihr Partner im MINT-Bereich tätig ist. Auch hier zeigt sich ein deutlicher geschlechterspezifischer Unterschied: 15 % der Mütter arbeiten in einem MINT-Beruf, im Vergleich zu 36 % der Väter. Entsprechend geben 39 % der Mütter an, dass ihr Partner in einem MINT-Beruf tätig ist, während dies bei 31 % der Väter zutrifft. Auch der Bildungsgrad wirkt sich auf diese Variablen aus. Befragte mit höherer Bildung (ab Matura), arbeiten zu 32 % in einem MINT-Beruf und haben zu 42 % PartnerInnen im MINT-Bereich.

Profil der befragten Eltern:

Die Eltern sind im Durchschnitt 44 Jahre alt und überwiegend gut ausgebildet, d.h. etwa ein Drittel verfügt über einen Universitätsabschluss. Auffällig ist, dass deutlich mehr Väter als Mütter in MINT-Berufen tätig sind. Rund 15 % der Eltern sind alleinerziehend – überwiegend Mütter. Fast 90 % der Väter arbeitet Vollzeit, während es bei den Müttern weniger als die Hälfte ist. Diese Geschlechterunterschiede in der Erwerbstätigkeit entsprechen bekannten Unterschieden innerhalb der österreichischen Bevölkerung.

Merkmale der Töchter:

Die Fragen in der Umfrage beziehen sich immer auf die älteste Tochter, die unter 20 Jahre alt ist. Das Durchschnittsalter dieser Töchter liegt bei etwa 13 Jahren.

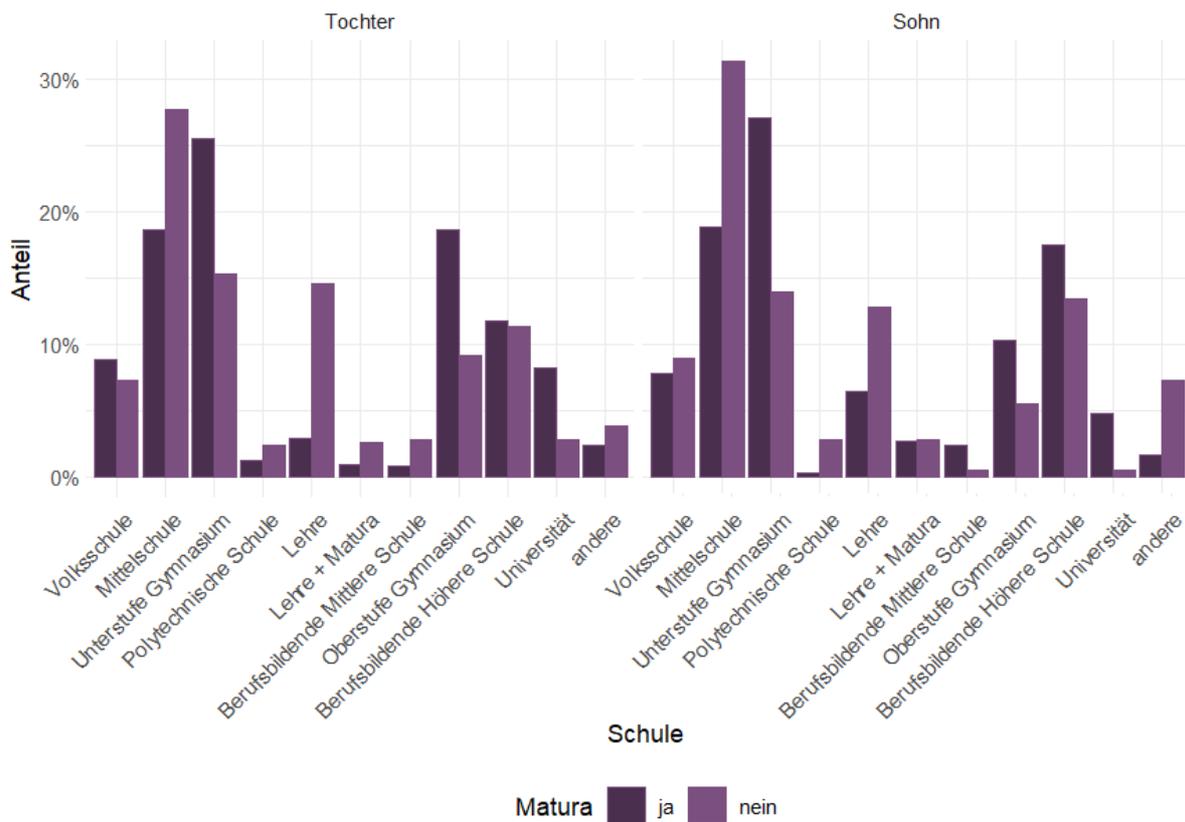
Gefragt nach der aktuellen Schule oder Ausbildung ihrer ältesten Tochter, geben jeweils rund 22 % der Eltern an, dass ihre Tochter entweder eine Mittelschule oder die Unterstufe eines Gymnasiums besucht. Die Oberstufe eines Gymnasiums wird von 15 % genannt, gefolgt von der Berufsbildenden Höheren Schule (BHS) mit 12 %. Eine Lehre absolvieren 7 % der Töchter und 2 % besuchen eine Lehre mit Matura. In

Abbildung 1: Schulwahl nach Bildungsniveau der Eltern – Vergleich zwischen Töchtern und Söhnen

werden die Angaben nach Bildungsniveau (dunkel: Elternteil hat Matura; hell: Elternteil hat keine Matura) und Geschlecht der Kinder (links Töchter, rechts Söhne) aufgeteilt. Es zeigt sich ein deutlicher Zusammenhang zwischen dem Bildungshintergrund der Eltern und der Schul- bzw. Ausbildungswahl der Kinder. Töchter von Eltern mit Matura besuchen zu 19 % eine Mittelschule, zu 26 % die Unterstufe eines Gymnasiums, zu 19 % die Oberstufe eines Gymnasiums, zu 12 % eine BHS, und nur 4 % absolvieren eine Lehre oder Lehre mit Matura. Im Vergleich dazu besuchen nur 8 % der Söhne die Oberstufe eines Gymnasiums, jedoch 16 % eine BHS.

Ein detaillierter Blick auf die BHS zeigt (160 Antworten), dass die meisten Mädchen eine Handelsakademie (HAK) besuchen (28 %), gefolgt von der Höheren Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe (16 %) und der Höheren Technischen Lehranstalt (HTL, 15 %). Bei den Söhnen hingegen (75 Antworten) besuchen 60 % eine HTL und 21 % eine HAK (siehe **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** im Anhang 1.1).

Abbildung 1: Schulwahl nach Bildungsniveau der Eltern – Vergleich zwischen Töchtern und Söhnen



Anmerkung: Die Abbildung zeigt die Schulwahl von Töchtern (links) und Söhnen (rechts), jeweils aufgeschlüsselt nach Bildungsniveau der Eltern (Frage 4.1).

Profil der Töchter:

Die Töchter, auf die sich die Eltern in ihren Antworten beziehen, sind im Schnitt 13 Jahre alt und besuchen vor allem Mittelschule, Gymnasium oder BHS. Ihr Bildungsweg hängt stark vom Bildungsniveau der Eltern ab: Töchter von Eltern mit Matura besuchen häufiger höhere Schulen, während Töchter von Eltern ohne Matura öfter eine Mittelschule oder Lehre absolvieren.

2.3 Wie wurde ausgewertet?

Der Bericht beginnt mit *beschreibenden Statistiken*: Verteilungen, Mittelwerte und Häufigkeiten, um zu verstehen, wie Eltern in Österreich ihre Töchter in der Bildungs- und Berufsorientierung unterstützen und welche Einstellungen sie haben.

Um Zusammenhänge zwischen Variablen wie Geschlechterstereotype und Förderbereitschaft zu untersuchen, werden *Korrelationsanalysen* verwendet. Diese zeigen, wie häufig zwei Merkmale gemeinsam auftreten, sagen aber nicht, ob das eine das andere verursacht.

Zur Überprüfung, ob die Informationsvideos tatsächlich das Verhalten beeinflussen, werden die Interventionsgruppen mit der Vergleichsgruppe mittels statistischer Tests verglichen. Zusätzlich wird die Effektstärke (Cohen's d) angegeben, um einen Eindruck zu bekommen, wie groß der Unterschied zwischen den Gruppen ist (klein, mittel und groß). So wird nicht nur klar, ob ein Effekt vorhanden ist, sondern auch wie wichtig er ist.

Alle Zusammenhänge und Tests erfolgen mit einem *Signifikanzniveau von 5 %* ($p < 0,05$). Werte unter 0,05 deuten darauf hin, dass das Ergebnis sehr wahrscheinlich nicht durch Zufall entstanden ist.

Infobox: Wichtige methodische Begriffe einfach erklärt (Teil 1)

Deskriptive Statistik:

Beschreibung der Daten. Wie sind die Daten verteilt? Wie häufig kommen bestimmte Antworten vor oder wie hoch ist der Durchschnitt?

Mittelwert/Durchschnitt:

Summe aller Werte dividiert durch die Anzahl der Werte.

Likert-Skala:

Befragte geben ihre Zustimmung oder Ablehnung zu einer Aussage auf einer geordneten Skala (z. B. von „stimme gar nicht zu“ bis „stimme voll zu“) an, um Einstellungen messbar zu machen.

Korrelation:

Zeigt, ob und wie stark zwei Merkmale zusammenhängen. Der Korrelationskoeffizient (ρ) kann Werte zwischen -1 und 1 annehmen. Je näher der Wert bei 1 (-1) liegt, desto stärker ist der positive (negative) Zusammenhang.

Vergleichsgruppe:

Gruppe, die keine spezielle Information erhält und als Basis zum Vergleich dient.

Interventionsgruppe:

Gruppe, die ein spezielles Erklärvideo sieht, um zu prüfen, ob das Video eine Wirkung zeigt.

3 BILDUNGS- UND BERUFSORIENTIERUNG (BBO) IN ÖSTERREICH

Um herauszufinden, wie Eltern ihre Töchter bei der Bildungs- und Berufswahl begleiten, wurden ihre Schul-, Ausbildungs- und Berufswünsche sowie die konkreten Schritte und Maßnahmen erfasst, mit denen sie die Bildungs- und Berufsorientierung ihrer Töchter fördern.

3.1 Wann beginnt die BBO?

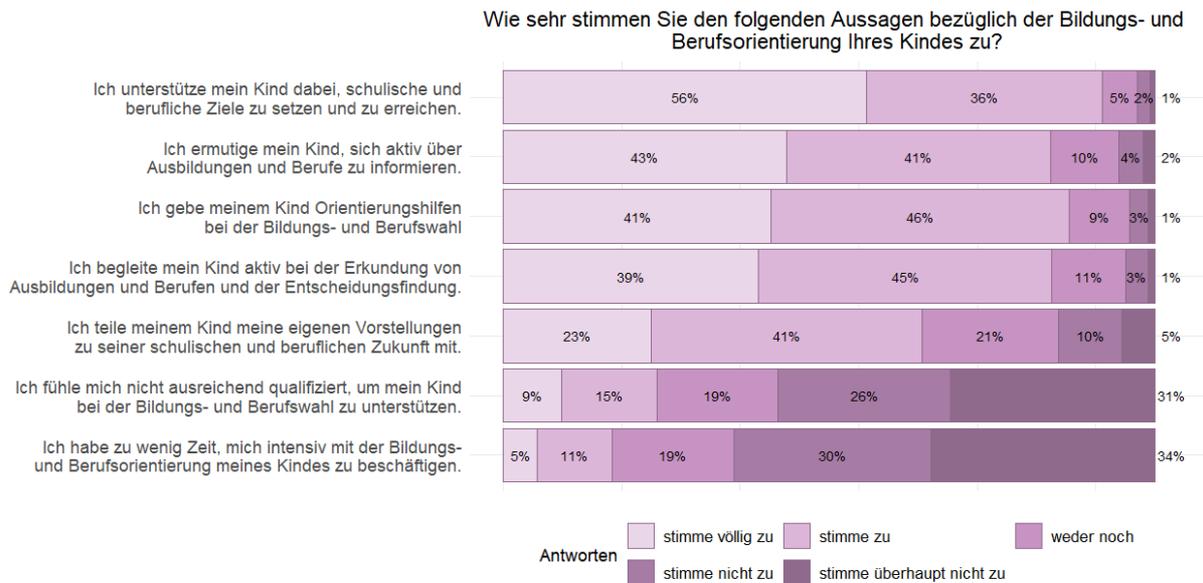
Im Durchschnitt geben Eltern an, dass man sich ab einem Alter von 11,3 Jahren mit der BBO der Töchter beschäftigen sollte. Interessant ist, dass ein Fünftel der Eltern der Meinung ist, BBO solle schon vor dem 10. Lebensjahr einsetzen.

57 % der Befragten geben an, sich derzeit mit BBO zu beschäftigen (20 % davon mit Töchtern über 15 Jahren), 29 % haben die BBO ihrer Tochter bereits abgeschlossen (42 % davon mit Töchtern über 15 Jahren) und nur 14 % finden, ihre Tochter sei dafür noch zu jung (5 % davon mit Töchtern über 15 Jahren). Diese Werte bestätigen die Relevanz der gewählten Zielgruppe für die Umfrage.

3.2 Wie unterstützen Eltern ihre Töchter bei der BBO?

Bezüglich der elterlichen Unterstützung geben die meisten an, ihre Kinder aktiv zu unterstützen (92 %) und zu ermutigen (84 %), anstatt eigene Vorstellungen durchsetzen zu wollen (64 %). Die Mehrheit fühlt sich zudem ausreichend qualifiziert (57 %) und verfügt über genügend Zeit (64 %), um ihre Kinder in der BBO zu begleiten (siehe Abbildung 2). Eltern, die sich bisher noch nicht mit dem Thema BBO beschäftigt haben, geben in allen Bereichen deutlich niedrigere Werte an (siehe **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** im Anhang 1.2).

Abbildung 2: Elterliche Unterstützung und Hindernisse bei der Bildungs- und Berufsorientierung



Anmerkung: Dargestellt ist die prozentuale Verteilung der Antworten (Frage 4.5).

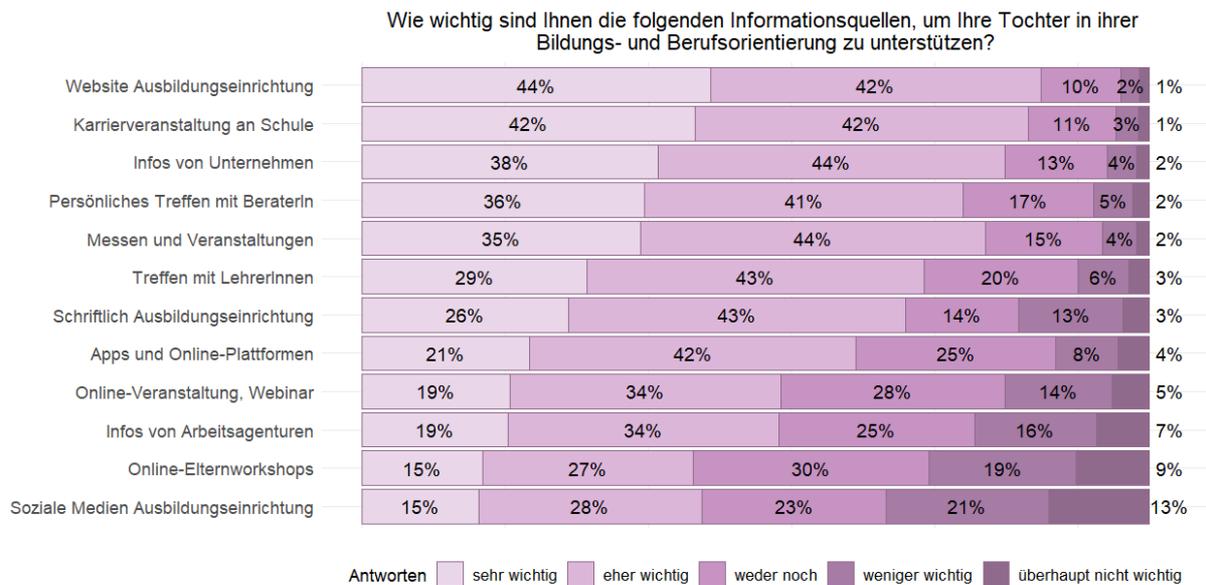
3.3 Welche BBO-Angebote nehmen Töchter wahr?

Die meisten Töchter nehmen bereits vielfältige Angebote zur BBO wahr, wobei die Teilnahme insgesamt auf einem sehr hohen Niveau liegt. Dazu zählen die Sammlung von praktischen Erfahrungen, der Besuch von Messen und Veranstaltungen, die Teilnahme an Angeboten von Bildungseinrichtungen, Gespräche mit BBO-BeraterInnen, das Ausfüllen von Fragebögen zu Interessen und Fähigkeiten, Online-Recherchen zum Thema sowie BBO durch LehrerInnen. Jedes dieser Angebote wurde laut Angaben der Eltern von etwa 65 % der Töchter bereits genutzt, wobei die Gespräche mit BBO-BeraterInnen mit 56 % etwas darunter liegen. Wie zu erwarten, geben Eltern, die sich bislang noch nicht mit BBO beschäftigt haben, durchgehend eine deutlich geringere Nutzung dieser Angebote an.

3.4 Wie informieren sich Eltern zur BBO?

Ein differenzierteres Bild ergibt sich bei den genutzten Informationsquellen zur BBO (siehe Abbildung 3). Laut den Angaben der Eltern werden klassische Informationsformate wie Veranstaltungen, persönliche Treffen sowie Informationen von Unternehmen und Ausbildungseinrichtungen – sowohl in schriftlicher Form als auch über deren Websites – als besonders wichtig wahrgenommen. Weniger relevant erscheinen hingegen Online-Veranstaltungen, soziale Medien sowie Informationen von Arbeitsagenturen wie dem AMS.

Abbildung 3: Kanäle der Bildungs- und Berufsorientierung



Anmerkung: Dargestellt ist die prozentuale Verteilung der Antworten (Frage 4.7).

Kernaussagen – Förderung der BBO:

Die Bildungs- und Berufsorientierung (BBO) beginnt für Töchter meist um das 11. Lebensjahr, viele Eltern sehen sogar einen früheren Start vor dem 10. Jahr als sinnvoll an. Über die Hälfte der Eltern unterstützt ihre Töchter aktiv und fühlt sich dafür gut vorbereitet. Rund 65 % der Töchter nutzen Angebote wie praktische Erfahrungen, Messen oder Beratungsgespräche. Eltern bevorzugen klassische Informationsquellen vor Online-Angeboten oder sozialen Medien.

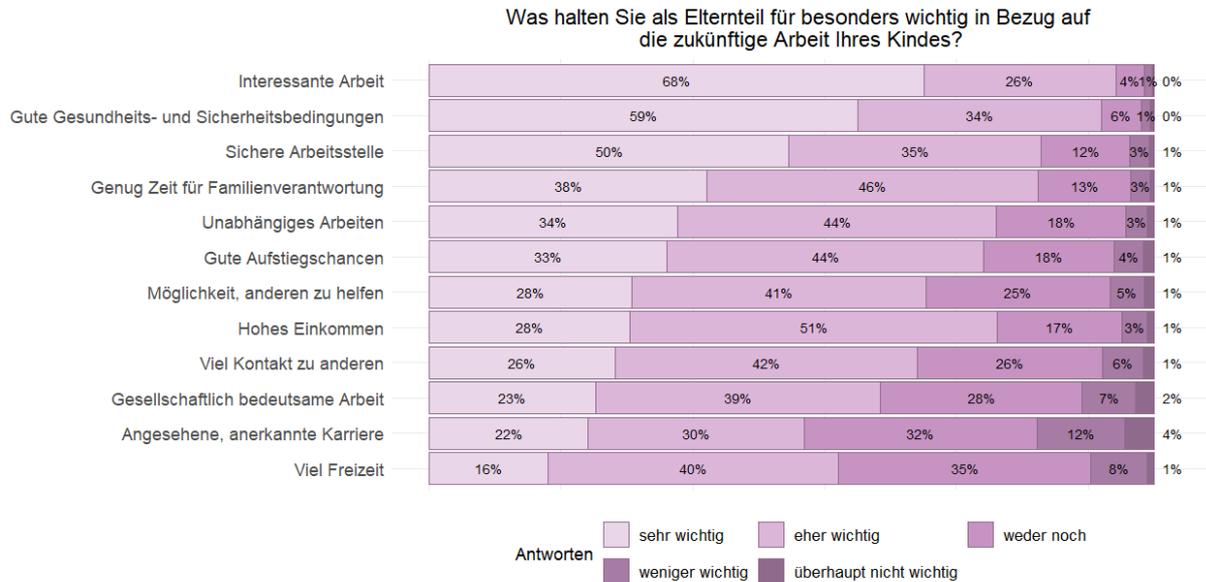
3.5 Welche Bildungs- und Berufswünsche haben Eltern für ihre Töchter?

Gefragt nach dem höchsten gewünschten Bildungsabschluss für ihre Tochter geben 48 % der Eltern einen Universitätsabschluss an, gefolgt von einem Abschluss an einer BHS mit 19 %. Danach folgen mit jeweils rund 10 % die allgemeinbildende höhere Schule (AHS), eine Lehre mit Matura sowie eine klassische Lehre. Im Vergleich dazu wünschen sich Eltern von Söhnen seltener einen Universitätsabschluss (41 %), dafür häufiger einen BHS-Abschluss (23 %) sowie eine Lehre mit Matura (15 %). Betrachtet man den Bildungshintergrund der Eltern, so geben Eltern mit Matura zu 65 % einen Universitätsabschluss als Bildungsziel für ihre Tochter an. Nur 6 % von ihnen wünschen sich eine Lehre mit Matura und lediglich 2 % eine klassische Lehre. Diese Verteilung weist auf eine geringe Bildungsmobilität in Österreich hin und entspricht auch den Ergebnissen von Studien der Statistik Austria (2024).

Innerhalb der BHS zeigt sich bei den Wünschen für Töchter ein differenziertes Bild (255 Antworten): 25 % favorisieren die Handelsakademie (HAK), 16 % die Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe und 13 % jeweils die Bildungsanstalt für Elementarpädagogik (BafEP) sowie die HTL. Väter von Töchtern bevorzugen häufiger HAK und HTL. Eltern ohne Matura tendieren insgesamt stärker zu berufsbildenden Schulen, insbesondere HAK und Bildungsanstalten für Sozialpädagogik (BASOP) (im Vergleich zu Eltern mit Matura). Eltern von Söhnen bevorzugen eher die HTL (im Vergleich zu Eltern von Töchtern).

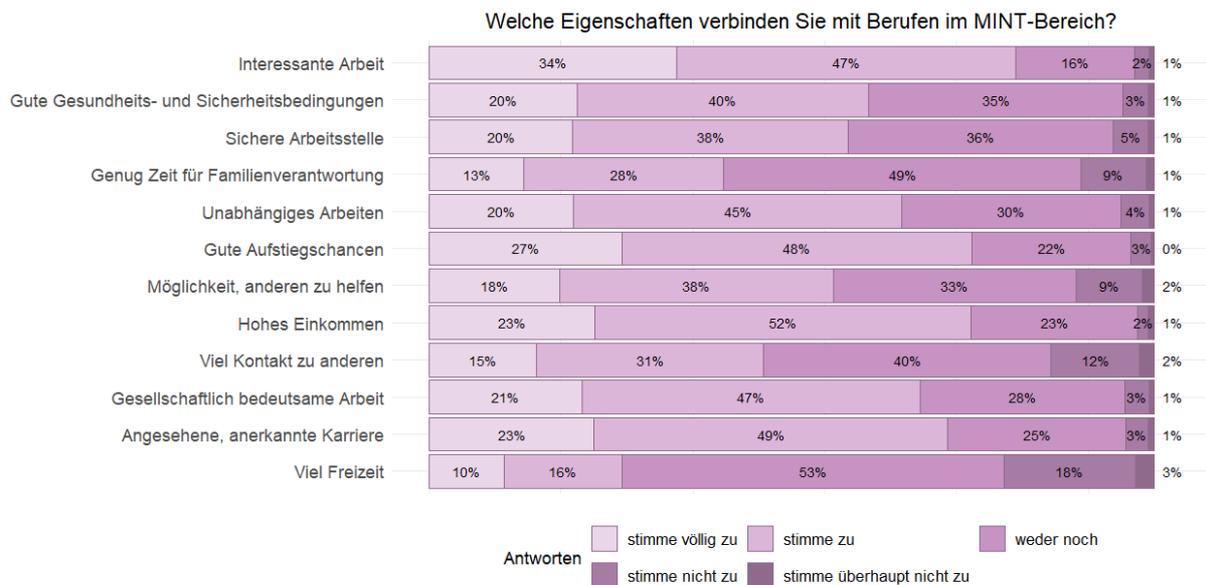
Direkt im Anschluss wurden die Eltern in einem offenen Textfeld nach den Berufswünschen für ihr Kind gefragt. Abbildung 4 zeigt links die Antworten für Töchter und rechts die Antworten für Söhne. Dabei wird deutlich, dass die meisten Eltern keinen konkreten Beruf vor Augen haben, sondern vor allem möchten,

Abbildung 5: Gewünschte Berufseigenschaften für die eigene Tochter



Anmerkung: Dargestellt ist die prozentuale Verteilung der Antworten (Frage 4.11).

Abbildung 6: Eigenschaften von MINT-Berufen



Anmerkung: Dargestellt ist die prozentuale Verteilung der Antworten (Frage 5.4).

Kernaussagen – Bildungs- und Berufswünsche:

Fast die Hälfte der Eltern wünscht sich für ihre Töchter einen Universitätsabschluss, besonders Eltern mit Matura bevorzugen diesen Bildungsweg. Wichtig ist den Eltern, dass ihre Töchter einen erfüllenden Beruf finden, wobei Ärztin, Tierärztin und Lehrerin besonders beliebt sind. Obwohl viele MINT-Berufe mit interessanter Arbeit und guten Aufstiegschancen verbunden werden, bestehen Vorbehalte hinsichtlich Teamarbeit, Familienvereinbarkeit und Freizeit.

4 MINT-BERUFE UND MÄDCHEN IN MINT

4.1 Welches Interesse zeigen Eltern an MINT?

Eltern spielen eine zentrale Rolle als erste Vorbilder und Ratgeber ihrer Kinder. Deshalb ist es entscheidend zu verstehen, welches Interesse sie selbst an MINT-Themen haben und wie nützlich sie entsprechende Kenntnisse einschätzen. Zur Beantwortung wurden zwei verschiedene Fragen herangezogen. Erstens das *Interesse* an MINT, wobei hier die Befragten zwischen „MINT spielt keine Rolle“ (niedrig), „Ich beschäftige mich gelegentlich mit MINT“ (mittel) und „Ich beschäftige mich aktiv mit MINT“ (hoch) auswählen konnten. Von den befragten Eltern geben knapp 30 % an, dass MINT eine aktive Rolle in ihrem Alltag spielt. Etwas über 50 % beschäftigen sich gelegentlich mit MINT-Themen, während für rund 20 % MINT keine Rolle spielt. Zweitens wurden die Befragten gebeten, auf einer fünfstufigen Skala die Nützlichkeit von MINT zu bewerten, und zwar einmal „um die Welt von morgen zu verstehen und mitzugestalten“ und auch „beim Lösen praktischer Probleme im Alltag“. Die meisten Eltern sind überzeugt, dass MINT hilft, die Zukunft besser zu verstehen (78 % stimme zu oder stimme völlig zu) und Alltagsprobleme zu lösen (80 % stimme zu oder stimme völlig zu) (siehe Abbildung 166 und Abbildung 177 im Anhang 1.3 und 1.4).

Welche Unterschiede zeigen sich bei verschiedenen Gruppen?



Väter: 34 % der Väter zeigen ein hohes Interesse an MINT, bei den Müttern sind es etwas weniger (23 %). Die Einschätzung der Nützlichkeit von MINT unterscheidet sich kaum zwischen den Geschlechtern.



Bildungsniveau: Eltern mit Matura weisen ein deutlich höheres Interesse an MINT auf (37 % hoch) und bewerten die Nützlichkeit deutlich positiver (85 % Zustimmung zu „die Welt von morgen verstehen“ und 86 % Zustimmung zu „löst praktische Probleme im Alltag“) als Eltern ohne Matura (66 % Zustimmung zu „die Welt von morgen verstehen“ und 70 % Zustimmung zu „löst praktische Probleme im Alltag“).



Eltern, die sich bereits mit BBO beschäftigen: Diese Gruppe zeigt mehr Interesse (29 % hoch vs. 18 %) und höhere Bewertungen zur Nützlichkeit von MINT als Eltern, die sich noch nicht damit beschäftigen (79 % vs. 73 % Zustimmung zu „die Welt von morgen verstehen“ und 81 % vs. 73 % Zustimmung zu „löst praktische Probleme im Alltag“).



Stichprobe Partnerunternehmen: Bei den Partnerunternehmen zeigt sich ein besonders hohes Interesse an MINT (34 % aktiv involviert) und eine sehr positive Bewertung der Nützlichkeit (88 % Zustimmung zu „die Welt von morgen verstehen“ und 88 % Zustimmung zu „löst praktische Probleme im Alltag“), während die Marktforschungsgruppe etwas geringere Werte aufweist (76 % Zustimmung zu „die Welt von morgen verstehen“ und 78 % Zustimmung zu „löst praktische Probleme im Alltag“).

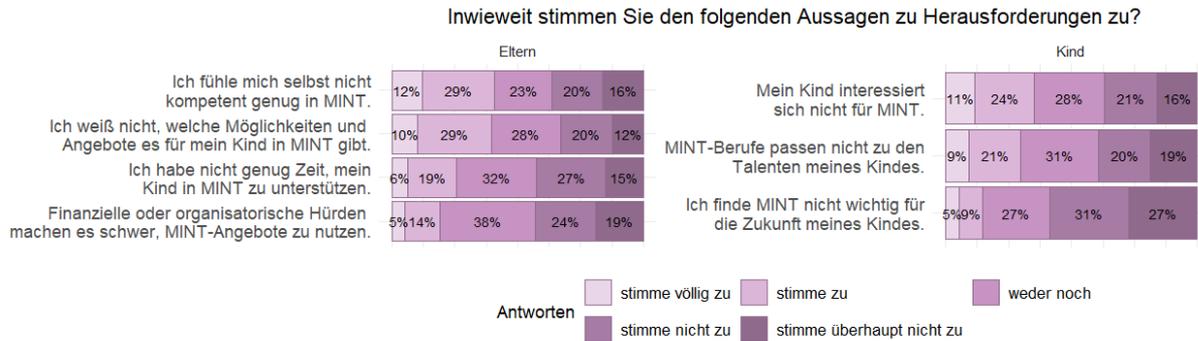


Eltern von Söhnen: Eltern von Söhnen zeigen etwas mehr Interesse an MINT (34 % hoch) als Eltern von Töchtern (28 % hoch) und bewerten MINT im Alltag auch als nützlicher (83 % vs. 78 % Zustimmung zu „die Welt von morgen verstehen“ und 86 % vs. 80 % Zustimmung zu „löst praktische Probleme im Alltag“).

4.2 Was hält Eltern davon ab, ihre Kinder stärker im MINT-Bereich zu unterstützen?

Die Befragung zeigt ein differenziertes Bild: Insgesamt schätzen Eltern die Herausforderungen als moderat ein (siehe Abbildung 7). Am häufigsten nennen sie eigene Wissenslücken als Hindernis (42 % stimmen hier zu). Eine spannende Frage ist deshalb, wie gut Eltern über MINT-Angebote informiert sind. Gleichzeitig sehen sie bei ihren Kindern vor allem mangelndes Interesse als größte Hürde (35 % stimmen hier zu).

Abbildung 7: Herausforderungen in der MINT-Förderung



Anmerkung: Dargestellt ist die prozentuale Verteilung der Antworten (Frage 5.3).

Welche Unterschiede zeigen sich bei verschiedenen Gruppen?



Väter: Väter empfinden fehlende Kompetenz als deutlich geringere Herausforderung als Mütter.



Bildungsniveau: Eltern ohne Matura fühlen sich weniger kompetent und geben an, weniger über MINT-Möglichkeiten und Angebote zu wissen.



Stichprobe Partnerunternehmen: Eltern aus der Stichprobe der Partnerunternehmen nehmen Herausforderungen seltener wahr und sehen insgesamt weniger Hürden als Eltern, die über das Marktforschungsinstitut befragt wurden.

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass es bei ausgewählten Untergruppen (z.B. Mütter, Eltern ohne Matura) einen Bedarf für mehr Information über MINT und MINT-Aktivitäten gibt, um diese Herausforderungen zu meistern.

4.3 Wie stark sind geschlechterspezifische Stereotype im MINT-Bereich verbreitet?

Abbildung 8: Geschlechterstereotypen in MINT



Anmerkung: Die Grafik zeigt Mittelwerte zu Geschlechterstereotypen im MINT-Bereich. Die Skala reicht von 0 bis 100, wobei 50 für „kein Unterschied“ zwischen Mädchen und Buben steht. Werte über 50 deuten auf eine Präferenz für Buben hin. Je höher der Wert, desto stärker die Tendenz, Buben gegenüber Mädchen zu bevorzugen (Frage 5.5).

Eltern wurden gezielt zu ihren Meinungen über Mädchen und Buben in MINT-Fächern befragt. Dabei standen fünf zentrale Fragen im Fokus (siehe Abbildung 8). Die Antworten wurden auf einer Skala von 0 bis 100 erfasst, wobei 50 für „kein Unterschied zwischen Mädchen und Buben“ steht, Werte über 50 zugunsten der Buben.

Die Ergebnisse liefern erstmals systematische Evidenz zu geschlechterspezifischen Stereotypen unter Eltern im MINT-Bereich. Sie zeigen, dass viele Eltern (76 %) – wenn auch oft unterschwellig – Buben Vorteile zuschreiben: Die Mittelwerte liegen bei allen Fragen über 50 und damit deutlich zugunsten der Buben. Besonders ausgeprägt sind diese Stereotype bei der Einschätzung des Verhaltens anderer Eltern. Der größte Stereotyp zeigt sich in der Einschätzung, wen Eltern eher ermutigen, eine MINT-Karriere anzustreben.

Welche Unterschiede zeigen sich bei verschiedenen Gruppen?



Bildungsniveau: Eltern mit Matura zeigen bei Aussagen 4 und 5 stärkere geschlechtsspezifische Stereotype, da sie Buben im MINT-Bereich als kompetenter sehen und eher zu einer Karriere darin ermutigen (siehe Tabelle 2 im Anhang 1.5 für eine detaillierte Darstellung der Subgruppen).



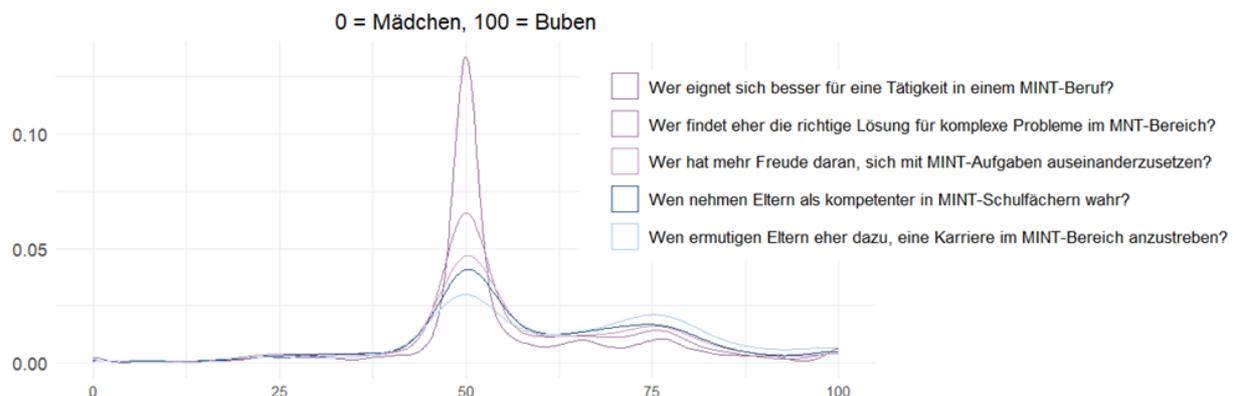
Stichprobe Partnerunternehmen: Eltern aus Partnerunternehmen weisen geringere eigene Stereotype auf, nehmen jedoch das stereotype Denken anderer Eltern besonders stark wahr (Aussage 5). Das bedeutet, dass diese Eltern zwar ihre eigenen Stereotype weniger ausgeprägt sehen, aber annehmen, dass solche Stereotype in der Gesellschaft weiterhin stark verbreitet sind.



Eltern von Söhnen: Eltern von Söhnen neigen allgemein zu stärkeren stereotypischen Einschätzungen als Eltern von Töchtern.

Was sagt die Verteilung der Antworten aus?

Abbildung 9: Dichtekurve der Geschlechterstereotypen in MINT



Anmerkung: Die Dichtekurve visualisiert die Häufigkeit der Bewertungen der Eltern entlang der Skala, wobei höhere Kurvenwerte eine größere Konzentration von Antworten an dieser Stelle anzeigen. Der Wert 50 steht für „kein Unterschied“. Werte über 50 deuten eine Bevorzugung von Buben an, Werte darunter eine von Mädchen. Die ausgeprägte Spitze bei 50 zeigt, dass viele Eltern keinen Unterschied sehen. Trotzdem liegt die Mehrheit leicht über 50, was auf eine tendenzielle Bevorzugung von Buben hinweist. Die verschiedenen Linien repräsentieren die Verteilungen unterschiedlicher Aussagen (1-5) (Frage 5.5).

Die Analyse der Verteilung aller Antworten zeigt (siehe Abbildung 9), dass kaum jemand Mädchen als besser geeignet für MINT einschätzt. Die Mehrheit gibt an, keinen Unterschied zwischen den Geschlechtern zu sehen, dennoch bleibt eine klare Tendenz zugunsten der Buben erkennbar. Dies unterstreicht den Bedarf an gezielter Aufklärung und Bewusstseinsbildung, um Stereotype abzubauen und Mädchen in MINT-Berufen besser zu fördern.

4.4 Warum sind Frauen seltener in MINT-Berufen tätig als Männer?

Um mehr darüber zu erfahren, was Eltern über die Ursachen der Geschlechterunterschiede im MINT-Bereich denken, wurden sie in einem offenen Textfeld gefragt, weshalb Frauen generell seltener in MINT-Berufen tätig sind. Die offenen Antworten der Eltern wurden mit Hilfe des KI-Sprachmodells Gemini von Google systematisch analysiert und inhaltlich kategorisiert. Die Auswertung zeigt, dass sich die Antworten vor allem in fünf große Themenbereiche gliedern lassen (gereiht nach Häufigkeit):

1) Stereotype gesellschaftliche Normen

Viele Eltern nennen traditionelle Rollenbilder und gesellschaftliche Erwartungen als Hauptgrund. Hier geht es um Vorstellungen davon, was Männer und Frauen „tun oder sein sollten“, sowie um die Wahrnehmung von MINT als „Männerberufe“. Schlüsselwörter inkludieren Rollenbilder, Vorurteile, Gesellschaft, Tradition, Klischee, „Männerberufe“, historisch, Diskriminierung (allgemein), Sexismus, Mainstream, Rückständigkeit.

2) Stereotype Interessen, Präferenzen und Fähigkeiten

Ein weiterer wichtiger Punkt sind vermeintliche natürliche Unterschiede bei Interessen oder Fähigkeiten. Einige Eltern glauben, dass Mädchen und Buben von Natur aus unterschiedliche Vorlieben oder Begabungen haben, was dazu führt, dass Mädchen weniger an MINT interessiert seien. Schlüsselwörter inkludieren Interessen, Vorlieben, Neigungen, mögen nicht so gern, „Männer eher logisch, Frauen eher emotional“, technische Begabung.

3) Erziehung und Bildungseinflüsse

Viele Eltern betonen, dass die frühkindliche Erziehung, der Einfluss von Lehrkräften und das schulische Gesamtumfeld großen Einfluss darauf haben, wie Kinder an MINT herangeführt werden. Schlüsselwörter inkludieren Erziehung, Förderung, Aufklärung, Eltern, LehrerIn, Schule, frühkindlich, fehlende Informationen, Anreize, mangelhaftes Verständnis für bestimmte Lernweisen (z.B. Mathematikunterricht).

4) Stereotype über MINT-Berufe

Eltern sehen auch Herausforderungen in der Vereinbarkeit von MINT-Berufen mit Familie, vor allem bei der Kinderbetreuung. Zudem werden diese Arbeitsumfelder als männlich dominiert, wenig unterstützend oder sogar frauenfeindlich wahrgenommen. Schlüsselwörter inkludieren Familienplanung, Kinder, Zeit, Vereinbarkeit, stressig, „Beruf, der Kinder zulässt“, Gleichbehandlung, weniger zugetraut (arbeitsplatzspezifisch), Voreingenommenheit der Arbeitgeber, frauenfeindlich, männliche Elite, mangelnde Aufstiegschancen, Diskriminierung (arbeitsplatzspezifisch), KollegInnen, Umfeld.

5) Individuelles Selbstvertrauen und Selbstwahrnehmung:

Schließlich wurde auch das fehlende Selbstvertrauen von Mädchen in ihre MINT-Fähigkeiten als wichtiger Faktor genannt. Aussagen wie „sie trauen sich nichts zu“ oder „fühlen sich nicht geeignet“ spiegeln diese Sichtweise wider.

Kernaussagen – MINT und Stereotype:

Während MINT von der Mehrheit der Eltern als nützlich und relevant für den Alltag sowie die Zukunft eingeschätzt wird, zeigt sich, dass das Interesse und Engagement stark je nach Geschlecht, Bildungsstand und Vorerfahrung variieren. Herausforderungen liegen vor allem in Wissenslücken und fehlendem Interesse bei Kindern. Gleichzeitig bestehen geschlechterspezifische Stereotype: Viele Eltern trauen Buben mehr MINT-Kompetenz zu und ermutigen sie eher zu einer MINT-Karriere.

5 BEREITSCHAFT MINT-INTERESSEN ZU FÖRDERN

In den vorhergehenden Kapiteln wurde herausgearbeitet, dass es durchaus Unterschiede in der Wahl der Schulformen und Spezialisierungen zwischen Töchtern und Söhnen gibt. Darüber hinaus zeigte die Umfrage, dass Eltern sich in ihren Ansichten zu geschlechterspezifischen Stereotypen rund um MINT und MINT-Berufe unterscheiden. Als nächster Schritt wird untersucht, ob es auch Unterschiede in der Bereitschaft, MINT-Interesse zu fördern, gibt und womit diese Unterschiede zusammenhängen.

5.1 Wie wurde gemessen, ob Eltern MINT fördern wollen?

Insgesamt wurden fünf zentrale Aspekte der elterlichen Haltung gegenüber MINT-Berufen ihrer Tochter gemessen. Als erstes wurden Eltern gefragt, ob sie sich wünschen, dass ihre Tochter später einen MINT-Beruf ergreift (Maß 1), danach wurde die konkrete Bereitschaft, Zeit, Geld und Aufmerksamkeit in MINT-Aktivitäten zu investieren gemessen und in einem Investitionsindex zusammengefasst (Maß 2).

(1) Berufswünsche der Eltern

Eltern bewerten, wie gut sie sich fünf mögliche Berufsfelder für ihre Tochter vorstellen können: Gesundheit & Pflege, Pädagogik & Soziales, IT, kaufmännischer Bereich mit Spezialisierung Digitalisierung und Umweltbereich. Die Eltern konnten jeweils auf einer Skala von 1 bis 5 angeben, ob ihre Tochter einen Beruf in diesem Bereich anstreben soll. Dafür wurden die fünf Berufsfelder nach MINT und nicht-MINT aufgeteilt und gewichtet, sodass ein Mittelwert größer als 0,5 anzeigt, dass eine erhöhte Bereitschaft für MINT-Berufe gegeben ist (Frage 7.1).

(2) Investitionsindex

Der Investitionsindex bildet eine zentrale Kennzahl für die Bereitschaft der Eltern, das MINT-Interesse ihrer Tochter aktiv zu fördern. Dieser vereint die folgenden unten im Detail beschriebene Maße: die Verteilung eines hypothetischen Bildungsbudgets (Teil-Maß 2 a), die reale Zahlungsbereitschaft für ein MINT-Angebot (Teil-Maß 2 b), sowie die hypothetische gemeinsame Zeit für ein Museum (Teil-Maß 2 c) und die reale Zeitinvestition (Teil-Maß 2 d).⁶

a. Verteilung eines hypothetischen Bildungsbudgets

Eltern verteilen ein hypothetisches Bildungsbudget von 500 € auf vier Freizeit- und Lernbereiche der Tochter: Sport (z. B. Sportvereine, Teilnahme an Wettkämpfen, Tanzgruppen, Outdoor-Aktivitäten), Kunst und Kultur (z. B. Musikunterricht, Theatergruppen, Malen, Fotografieren, Schauspiel, Tanz.),

⁶ Für Gruppen, in denen die reale Zahlungsbereitschaft nicht erhoben wurde, basiert der Investitionsindex auf Maßen 2, 4 und 5.

Wissenschaft und Technik (MINT) (z. B. MINT-Clubs, Teilnahme an Wettbewerben oder Workshops.) sowie Sprache (z. B. Fremdsprachenunterricht) (Frage 7.2).

b. Reale Zahlungsbereitschaft für MINT-Angebot

Eltern treffen eine reale Entscheidung mit echtem Geld. Um die Zahlungsbereitschaft für ein MINT-Angebot zu messen, konnten sich die Eltern zwischen einem Gutschein für ein Programmier-Sommercamp für Kinder und Jugendliche und einem variierenden Geldbetrag entscheiden (Frage 7.3). Weitere Details zu dieser Erhebungsmethode finden sich in Anhang 5.

Diese Entscheidung war verbindlich: Am Ende der Studie wurden 20 Personen ausgewählt, die, je nach ihrer Entscheidung, entweder den Gutschein oder den von ihnen gewählten Geldbetrag erhielten. Um die Anonymität zu gewährleisten, erfolgte die Auszahlung über das Marktforschungsinstitut. Dadurch hatte die Entscheidung reale Auswirkungen für die Befragten.

c. Hypothetische gemeinsame Zeit für Museum

Die Eltern wurden gebeten, sich vorzustellen, dass sie gemeinsam mit ihrer Tochter kostenlos ein Wiener Museum besuchen könnten. Zur Auswahl standen zwei MINT-orientierte Museen (Technisches Museum, Naturhistorisches Museum) und zwei Museen aus anderen Bereichen (Kunsthistorisches Museum, Haus der Musik). Diese Wahl gibt Aufschluss darüber, in welchem Bildungsbereich Eltern bereit sind, Zeit mit ihrer Tochter zu verbringen (Frage 7.5).

d. Reale Zeitinvestition

Erfasst wurde, ob Eltern grundsätzlich bereit wären, zusätzliche Fragen zu BBO zu beantworten und wie ausführlich Eltern auf zwei offene Fragen zu ihren Erfahrungen und Tipps im Zusammenhang mit der BBO ihrer Tochter antworteten – gemessen an der durchschnittlichen Wortanzahl. Dieses Maß zeigt, inwieweit Eltern bereit sind, aktiv Zeit für Reflexion und Auseinandersetzung mit dem Thema Bildungsförderung im Bereich der BBO aufzubringen (Fragen 7.6-7.8).

5.2 Womit hängt die Bereitschaft, in MINT-Förderung zu investieren, zusammen?

Vor der Analyse des Einflusses der Informationsvideos wird zunächst die Vergleichsgruppe, also jene Eltern, die das neutrale Video gesehen haben, betrachtet. Dies ermöglicht es zu verstehen, wie stark sich die Berufswünsche und grundsätzliche Investitionsbereitschaft der Eltern bereits ohne Informationsimpuls unterscheiden – etwa je nach Geschlecht des Kindes, Bildungsabschluss der Eltern oder anderen Hintergrundmerkmalen. Im Folgenden werden zuerst die Verteilung der Antworten für die oben angeführten Maße beschrieben und dann Unterschiede zwischen den Gruppen diskutiert.

Infobox: Warum wurde hier nur die Vergleichsgruppe betrachtet

Wichtig: In diesem Teil zählt ausschließlich die **Vergleichsgruppe**, also nur jene Eltern, die das neutrale Video gesehen haben.

Warum? Damit man zunächst ein möglichst unverfälschtes Bild erhält, welchen Einfluss elterliche Einstellungen und Stereotype auf die Investitionsbereitschaft ohne jeglichen Einfluss von Information haben. Erst in Kapitel 6 wird analysiert, ob und wie sich diese Muster durch die gezeigten Videos verändern.

Berufswünsche der Eltern: Welche Berufsgruppen wünschen sich Eltern für ihre Töchter?

53 % der Eltern stimmen zu, dass ihre Töchter einen Beruf im Bereich Pädagogik und Soziales anstreben sollten, gefolgt von 49 % Zustimmung zu einem Beruf im Umweltbereich und 45 % Zustimmung zu einem Beruf in Gesundheit und Pflege. Für die Bereiche IT und kaufmännischer Bereich mit Spezialisierung Digitalisierung liegt die Zustimmung nur bei 44 % und 41 %.



Bildungsniveau: Eltern mit Matura sehen ihre Töchter eher in IT- und Umweltberufen als Eltern ohne Matura (47 % und 57 % Zustimmung für Eltern mit Matura gegenüber 39 % und 39 % für Eltern ohne Matura).



Eltern von Söhnen: Bei Söhnen werden IT-Berufe deutlich häufiger als geeignet angesehen (62 % Zustimmung gegenüber 44 % bei Töchtern). Gleichzeitig stellen sich Eltern seltener eine Karriere in einem Pflege- oder Sozialberuf für ihre Söhne vor (24 % und 35 % Zustimmung gegenüber 45 % und 54 % Zustimmung bei Töchtern).

Verteilung eines hypothetischen Bildungsbudgets: Wofür würden Eltern das Bildungsbudget ihrer Tochter einsetzen?

Bei der hypothetischen Verteilung von 500 € auf Freizeit- und Bildungsbereiche zeigt sich, dass Eltern im Schnitt 118 € für MINT ausgegeben würden. Dabei gibt es jedoch interessante Unterschiede je nach Merkmalen der Befragten:



Väter: Väter würden für ihre Töchter im Durchschnitt 25 € mehr in MINT investieren als Mütter, bei gleichzeitig geringerer Förderung von Sport (Mittelwert -19 €), Sprachen (Mittelwert -3 €) und Kunst (Mittelwert -2 €).



Bildungsniveau: Eltern mit Matura würden mehr in MINT (Mittelwert +8 €) und in Sprachen (Mittelwert +3 €) investieren, dafür aber weniger Kunst (Mittelwert -3 €) und in Sport (Mittelwert -7 €).



Eltern von Söhnen: Eltern von Söhnen würden im Durchschnitt mehr als Eltern von Töchtern in MINT (Mittelwert +38 €) und Sport (Mittelwert +13 €) investieren, während Kunst (Mittelwert -48 €) deutlich und Sprachen (Mittelwert -4 €) etwas weniger gefördert werden würden.

Reale Zahlungsbereitschaft für MINT-Angebot: Was ist ein MINT-Angebot wirklich wert?

In der Entscheidung mit echtem Geld zeigt sich Folgendes: Die durchschnittliche reale Zahlungsbereitschaft für ein Programmier-Sommercamp liegt bei 50,21 €. Mehr als die Hälfte der Eltern (56 %) bevorzugte in allen Entscheidungen das Geld statt des Gutscheins, 9 % wählten durchgehend das Camp. Auch hier gibt es Unterschiede je nach Geschlecht der Befragten:



Väter: Väter sind deutlich zahlungsbereiter als Mütter (Mittelwert 56 € vs. 46 €).

Gemeinsame Zeit für Bildung: Wofür würden Eltern sich Zeit nehmen?

Bei der Wahl eines Museums zum gemeinsamen Besuch zeigt sich: 39 % würden das Technische Museum wählen und 33 % das Naturhistorische Museum, wohingegen sich 14 % bzw. 13 % für das Kunsthistorische Museum bzw. das Haus der Musik entscheiden würden.



Väter: Väter wählen das Technische Museum häufiger als Mütter (43 % vs. 36 %), während Mütter etwas häufiger kulturelle Museen bevorzugen.



Bildungsniveau: Eltern ohne Matura wählen etwas öfter das Naturhistorische Museum (39 % vs. 29 %) und seltener das Kunsthistorische Museum.



Eltern von Söhnen: Eltern von Söhnen entscheiden sich deutlich häufiger für das Technische Museum (65 %) als Eltern von Töchtern (39 %).

Reale Zeitinvestition: Wer ist wirklich bereit, sich einzubringen?

Beim Engagement am Ende der Umfrage zeigt sich folgendes. 57 % der Eltern waren bereit, offene Fragen zu beantworten und schrieben im Durchschnitt 28 Wörter.



Väter: Väter sind im Durchschnitt weniger bereit zur Folgekommunikation (55 % vs. 58 % bei Müttern) und geben kürzere Antworten (Mittelwert 22 vs. 34 Wörter bei Müttern).



Bildungsniveau: Höher gebildete Eltern antworten seltener (55 % vs. 60 %) und schreiben längere Texte (Mittelwert 33 vs. 22 Wörter).



Stichprobe Partnerunternehmen: Bei den Partnerunternehmen waren weniger Eltern bereit mitzumachen (42 % vs. 60 %), schrieben aber im Schnitt längere Texte (Mittelwert 34 Wörter).



Eltern von Söhnen: Eltern von Söhnen beteiligen sich etwas seltener als Eltern von Töchtern (47 % vs. 57 %).

5.3 Gibt es einen Zusammenhang zwischen Stereotypen und Investitionsbereitschaft?

In den vorhergehenden Kapiteln wurde herausgearbeitet, dass es durchaus Unterschiede bei geschlechterspezifischen Stereotypen rund um MINT und MINT-Berufe sowie in der Bereitschaft, MINT-Interessen zu fördern, gibt. Nun zum nächsten Schritt: *Gibt es einen Zusammenhang zwischen den Stereotypen und der Förderbereitschaft?*

Zentrale Ergebnisse:

Die Auswertung zeigt:

- Eltern mit *stärkeren geschlechterspezifischen Stereotypen im MINT-Bereich* (siehe Kapitel 4.3) investieren *weniger* Geld in MINT-Aktivitäten ihrer Tochter (negative Korrelation mit hypothetischem Bildungsbudget (Teil-Maß a): Korrelationskoeffizient = $-0,16$, $p < 0,01$).
- Wer *MINT-Berufe als sinnvoll und attraktiv wahrnimmt* (Durchschnitt aller Eigenschaften von MINT-Berufen; siehe Abbildung 6), zeigt *mehr Bereitschaft zur Förderung der Tochter im MINT-Bereich* (positive Korrelation mit hypothetischem Bildungsbudget (Teil-Maß 2 a): Korrelationskoeffizient = $0,30$ und mit dem Investitionsindex (Maß 2): Korrelationskoeffizient = $0,21$, jeweils $p < 0,01$).
- Es zeigt sich *keine signifikante Korrelation zwischen Stereotypen* und der Bereitschaft, hypothetische oder reale *Zeit zu investieren* (Teil-Maß 2 b und 2 c), oder der Wahrscheinlichkeit, einen MINT-Beruf als Wunschberuf anzugeben (Maß 1).

Was bedeutet das?

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Geschlechterstereotype eine Rolle dabei spielen können, ob Eltern in die MINT-Förderung ihrer Töchter investieren. Gleichzeitig kann eine positivere Wahrnehmung von MINT-Berufen diesen negativen Einfluss abschwächen.

Um diesen Kreislauf zu durchbrechen, wurden Informationsvideos eingesetzt, die typische Stereotype gegenüber MINT-Berufen aufgreifen und wissenschaftlich widerlegen. So wurde versucht, Eltern und Mädchen zu ermutigen, MINT-Förderung als Chance zu sehen – unabhängig von Geschlechterklischees.

Kernaussagen – Zusammenhang zwischen Stereotypen und Investitionsbereitschaft:

Eltern unterscheiden sich stark in der Bereitschaft, in das MINT-Interesse ihrer Kinder zu investieren. Besonders auffällig sind Unterschiede zwischen Töchtern und Söhnen sowie zwischen Vätern und Müttern. Darüber hinaus zeigt sich eine Korrelation zwischen Stereotypen und der Bereitschaft, Geld in MINT-Aktivitäten zu investieren.

6 EINFLUSS VON MINT-INFORMATIONSVIDEOS AUF DIE MINT-FÖRDERUNG

Um herauszufinden, ob kurze Informationsvideos die Bereitschaft von Eltern erhöhen können, ihre Töchter im MINT-Bereich zu fördern, wurde eine Wirkungsanalyse durchgeführt. Dazu wurden drei animierte Informationsvideos erstellt (jeweils etwa drei Minuten lang). Zwei davon – das Fähigkeiten-Video und das Karriere-Video – sollten verbreitete Stereotype über Mädchen und MINT hinterfragen. Ein drittes neutrales Video diente als neutraler Vergleich ohne MINT-Bezug für die Vergleichsgruppe. Vor dem letzten Fragenblock wurde den Eltern per Zufall eines der drei Videos gezeigt. Danach wurde mit Hilfe statistischer Tests verglichen, ob sich die Förderbereitschaft zwischen den Gruppen unterscheidet.

Infobox: So erkennt man die Wirkung der Videos

1. Eltern werden per **Zufallsprinzip** einem von drei Videos zugeteilt: neutrales Vergleichsvideo (Vergleichsgruppe) oder eines der MINT-Informationsvideos (Interventionsgruppen). Dadurch sind die Gruppen im Durchschnitt **vergleichbar**.
➔ Die Vergleichsgruppe zeigt, wie die Situation ohne gezielte MINT-Information aussieht (Benchmark).
2. Es werde die **Durchschnittswerte** der Interventionsgruppen mit der Vergleichsgruppe verglichen (Wirkungsanalyse). So lässt sich feststellen, ob die MINT-Videos eine **tatsächliche Wirkung** haben.

6.1 Wie wurde Information vermittelt?

Alle Videos folgen demselben Aufbau: Sie beginnen mit einem verbreiteten Vorurteil, das anschließend durch wissenschaftliche Studien entkräftet wird. Danach wird erklärt, wie dieses Vorurteil überhaupt entsteht und zum Abschluss erhalten die Eltern eine direkte Aufforderung, ihr Kind aktiv zu unterstützen.

Fähigkeiten-Video:

Dieses Video startet mit der verbreiteten Annahme „Mädchen sind einfach nicht so gut in Mathe.“ Es wird erklärt, dass Studien zeigen: Im Vorschulalter bestehen keine messbaren Leistungsunterschiede zwischen Mädchen und Buben. Erst mit dem Schuleintritt entwickeln sich Unterschiede – als Folge von Erwartungen durch Eltern, Schule und Gesellschaft. Mädchen spüren früh, was ihnen zugetraut wird und richten ihr Verhalten danach aus.

Kernbotschaft: MINT-Fähigkeiten sind nicht angeboren, sondern werden gefördert (oder eben nicht) – und es liegt auch in der Hand der Eltern, ihren Kindern Neugier, Mut und Zutrauen mitzugeben.

Karriere-Video:

Das Karriere-Video beginnt mit typischen Vorbehalten wie „MINT-Berufe sind langweilig und nicht an Gruppen orientiert.“ Das Video zeigt anhand konkreter Beispiele, dass MINT-Berufe heute von Teamarbeit, Sinnhaftigkeit und gesellschaftlicher Relevanz geprägt sind – ob im Bereich Klimaschutz,

Gesundheit oder digitale Entwicklung. Außerdem wird auf gute Verdienst- und Karrierechancen hingewiesen, insbesondere für Frauen in technischen Feldern.

Kernbotschaft: MINT ist vielfältig, zukunftsrelevant und interessant für Mädchen und Buben – wenn sie frühzeitig realistische Einblicke bekommen.

Neutrales Video:

Das neutrale Video behandelt ein allgemeines Lernthema: Warum Kinder bei den Hausaufgaben oft unkonzentriert sind und wie Eltern sie altersgerecht beim Lernen unterstützen können. Es steht in keinem Bezug zu MINT und dient als neutraler Vergleich für die beiden MINT-Videos.

Die Videos können online angesehen werden.⁷ Die vollständigen Skripte der Videos werden in Anhang 4 zur Verfügung gestellt.

Bevor untersucht werden konnte, ob die Videos die Förderbereitschaft der Eltern beeinflussen, musste zunächst geprüft werden, ob die Inhalte überhaupt wahr- und ernst genommen wurden. Denn nur wenn ein Video als glaubwürdig empfunden wird, kann es auch seine beabsichtigte Wirkung entfalten. Die Ergebnisse zeigen ein klares Bild:

- Über 80 % der Befragten bewerteten das Video als *sehr* oder *eher vertrauenswürdig* (auf einer fünfstufigen Skala).
- 73 % beantworteten eine inhaltliche Verständnisfrage zum Video korrekt – ein Hinweis darauf, dass sie aufmerksam zugehört haben.
- Bei den Partnerunternehmen lag die Quote korrekter Antworten sogar bei 88 %.
- Ein kleiner Unterschied zeigte sich beim Vertrauen: Eltern ohne Matura vertrauten den Inhalten im Durchschnitt etwas weniger (4,05) als Eltern mit Matura (4,21). Dennoch war das generelle Vertrauensniveau in allen Gruppen hoch.

6.2 Wirkt Information auf die MINT-Förderbereitschaft von Eltern?

Infobox: Wichtige methodische Begriffe einfach erklärt (Teil 2)

t-Test (zweiseitig): Prüft, ob sich zwei Gruppen im Durchschnitt unterscheiden – unabhängig davon, ob der Unterschied nach oben oder unten ausfällt. Das heißt, es wird allgemein getestet, ob ein Effekt besteht, ohne vorher festzulegen, in welche Richtung.

Chi-Quadrat-Test: Prüft, wie der t-Test, Unterschiede zwischen Gruppen, aber speziell für binäre (ja/nein) Entscheidungen.

p-Wert: Gibt an, wie wahrscheinlich es ist, dass ein Ergebnis zufällig entstanden ist. Liegt der p-Wert unter 0,05, gilt das Ergebnis als **signifikant**, das heißt, vereinfacht gesagt, dass der beobachtete Gruppenunterschied mit höchstens 5 % Wahrscheinlichkeit reiner Zufall wäre.

Effektstärke (Cohen's d): Zeigt, wie groß ein Effekt oder Zusammenhang ist, unabhängig vom verwendeten Maß (klein = 0,2; mittel = 0,5; groß = 0,8).

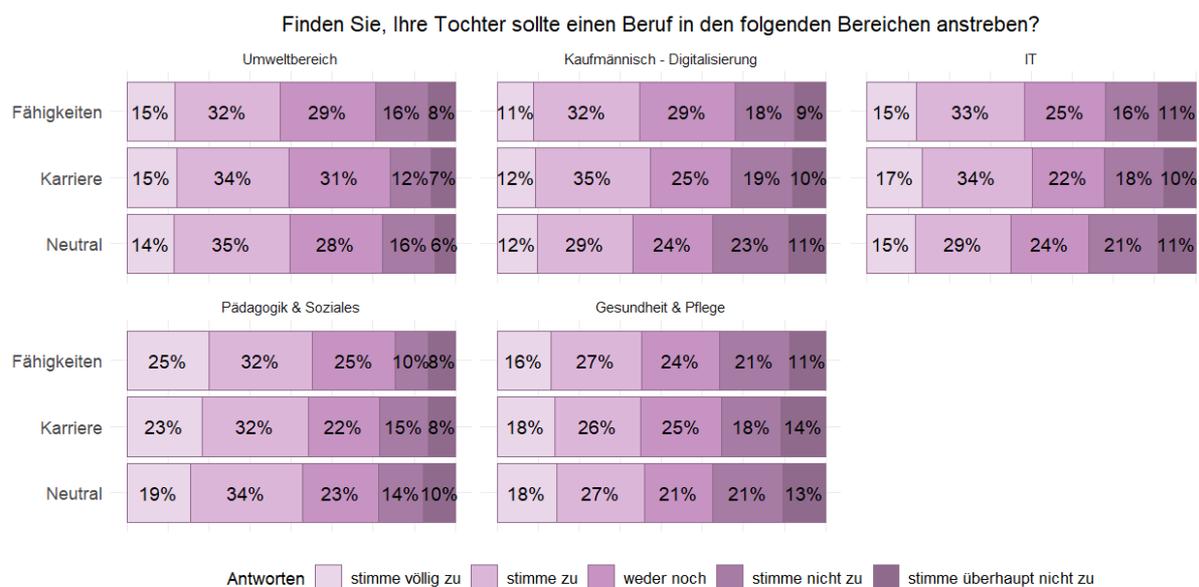
⁷ Karriere-Video: https://youtu.be/7njQey8_ial; Fähigkeiten-Video: https://youtu.be/8Hf8_gTA6Y; neutrales Video: <https://youtu.be/kS2XTW4pePE>

Zur Messung des Effekts der Videos auf die Förderbereitschaft erfolgt ein Vergleich zwischen den Interventionsgruppen und der Vergleichsgruppe. Mittels statistischer Tests (zweiseitige t-Tests, Chi-Quadrat-Test) wird geprüft, ob die beobachteten Unterschiede auf einen echten Effekt hindeuten oder sich innerhalb der Schwankungsbreite der Daten bewegen. Im Folgenden werden die Ergebnisse dieser statistischen Tests in Klammern in Form von p -Werten angegeben. Diese zeigen, wie wahrscheinlich es ist, dass ein Effekt rein zufällig entsteht. Werte unter 0,05 bedeuten, dass es sehr unwahrscheinlich ist, dass ein so großer Unterschied zufällig auftritt.

Berufswünsche der Eltern: Welche Berufsgruppen wünschen sich Eltern für ihre Töchter?

Ein Ziel der Videos war es, das Berufswahlspektrum der Eltern zu erweitern – insbesondere in Richtung MINT. Dafür wurden Eltern gebeten, für fünf zukunftsträchtige Berufsfelder anzugeben, ob ihre Tochter in diesem Feld arbeiten sollte (Skala von 1–5). Zur Auswertung wurden die Berufsfelder in zwei Gruppen unterteilt: MINT-nahe Berufe (IT, Kaufmännischer Bereich – Schwerpunkt Digitalisierung, Umweltbereich) und nicht-MINT-Berufe (Gesundheit & Pflege, Pädagogik & Soziales). Anschließend wurde die relative Präferenz für MINT-Berufsfelder im Vergleich zu nicht-MINT-Berufen berechnet. Ein Wert von 0 bedeutet, dass sich Eltern keine MINT-Berufe wünschen, ein Wert von 1, dass sie sich ausschließlich MINT-Berufe wünschen.

Abbildung 10: Einschätzung elterlicher Berufswünsche für ihre Tochter – nach Video getrennt



Anmerkung: Dargestellt ist die prozentuale Verteilung der Antworten in den drei Video-Gruppen (Karriere, Fähigkeiten, Neutral) (Frage 7.1).

Das Ergebnis: Die Videos führten nicht zu signifikanten Veränderungen in den Berufswünschen. Die Mittelwerte lagen nahezu identisch (neutrales Video: 0,50; Karriere-Video: 0,50; Fähigkeiten-Video: 0,51), sodass keine statistisch signifikanten Unterschiede nachgewiesen werden können ($p > 0,07$). Dies zeigt auch Abbildung 12, welche die Präferenz für die einzelnen Berufsgruppen für alle Videogruppen darstellt.

Investitionsindex: Gesamtmaß elterlicher Förderbereitschaft

Um ein einheitliches Bild der Investitionsbereitschaft zu erhalten, wurden die Teil-Maße a-d zu einem Gesamtindex zusammengefasst. Dafür wurden die Subindizes zunächst *standardisiert* (Mittelwert = 0,

Standardabweichung = 1) und anschließend *aufsummiert*, um Unterschiede in der Skalierung auszugleichen.⁸

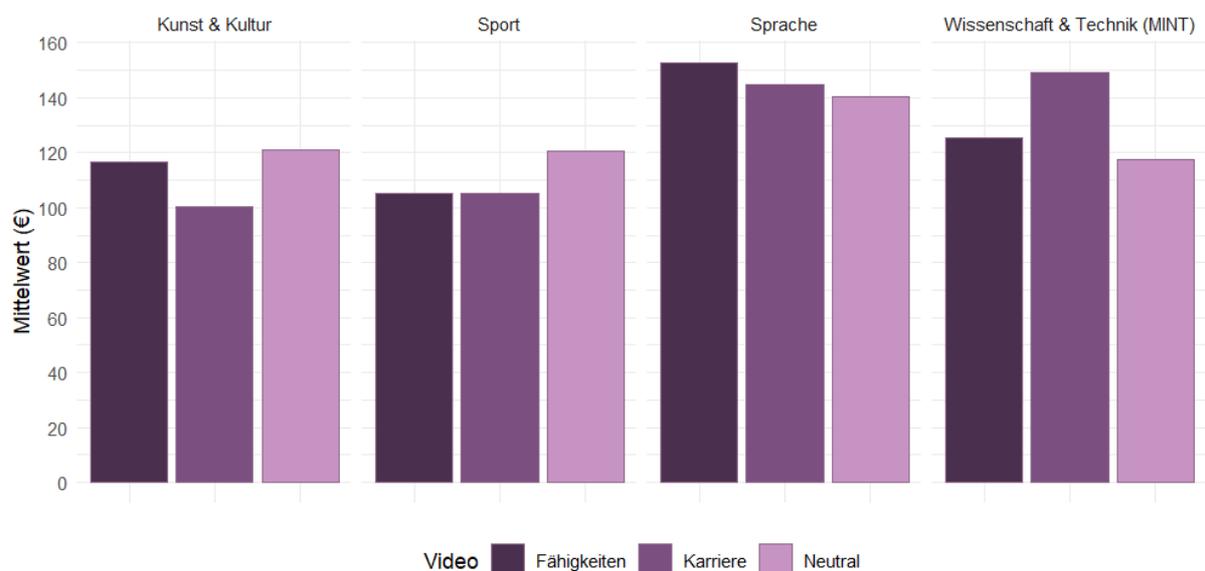
Ergebnis: *Nur das Karriere-Video hat spürbar etwas bewegt:* Es führte dazu, dass Eltern im Durchschnitt mehr in MINT-Angebote für ihre Tochter investieren würden (kleine bis mittlere Wirkung: Cohen's $d = 0,20$; $p < 0,01$). Das Fähigkeiten-Video zeigte keinen Unterschied zur Vergleichsgruppe ($p = 0,60$).

Um besser zu verstehen, welche Aspekte den Anstieg im allgemeinen Investitionsindex treiben, werden als nächstes die einzelnen Teil-Maße genauer betrachtet.

Verteilung eines hypothetischen Bildungsbudgets: Wofür würden Eltern das Bildungsbudget ihrer Tochter einsetzen?

Was passiert, wenn Eltern 500 € zur Verfügung haben, um die Talente und Interessen ihrer Tochter außerhalb der Schule zu fördern? Wie viel davon würden sie in den Bereich Sport /Kunst investieren – und wie viel in Wissenschaft/Technik? Diese hypothetische Entscheidung macht sichtbar, welche Bildungsbereiche Eltern besonders wichtig sind, und ob ein kurzes Video diese Prioritäten verschieben kann.

Abbildung 11: Verteilung eines hypothetische Bildungsbudgets



Anmerkung: Die x-Achse zeigt, die unterschiedlichen Videos und die Gruppierungen in die vier Förderbereiche: Kunst & Kultur, Sport, Sprache und Wissenschaft & Technik (MINT). Die y-Achse zeigt den durchschnittlich zugewiesenen Eurobetrag (0–160 €), (Frage 7.2).

Das Ergebnis: Eltern, die das Karriere-Video gesehen hatten, waren eher bereit, Geld in MINT-Angebote für ihre Tochter zu investieren. Sie verteilten im Durchschnitt 149 € ihres hypothetischen 500 €-Bildungsbudgets auf Wissenschaft und Technik – ganze 31 € mehr als Eltern in der Vergleichsgruppe, die ein neutrales Video sahen (118 €). Dieser Unterschied ist statistisch signifikant ($p < 0,01$) und entspricht einer mittleren Effektstärke (Cohen's $d = 0,30$). Das Fähigkeiten-Video zeigte dagegen keinen spürbaren

⁸ Der Investitionsindex basiert ausschließlich auf der Stichprobe des Marktforschungsinstituts, da nur dort alle relevanten Fragen erhoben wurden.

Effekt: Der Unterschied zur Vergleichsgruppe lag im Durchschnitt bei nur 7 € – zu wenig, um von einer echten Veränderung zu sprechen. Abbildung 111 zeigt einen Überblick der Ergebnisse.

Reale Zahlungsbereitschaft für MINT-Angebot: Was ist ein MINT-Angebot wirklich wert?

Diese Frage beantworteten nur Eltern aus der Marktforschungsstichprobe – und ihre Entscheidungen hatten reale Konsequenzen. Eltern mussten sich zwischen einem Programmier-Sommercamp und einem Barbetrag entscheiden (Details siehe Teil-Maß b bei Kapitel 5.1).

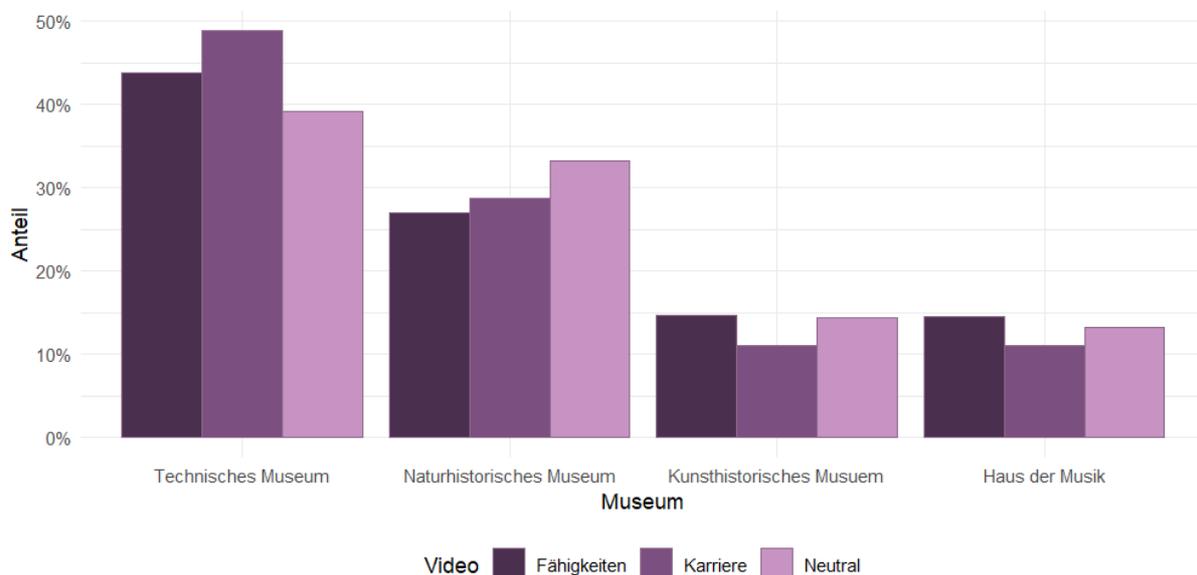
Das Ergebnis: Nur ein Video machte hier einen spürbaren Unterschied – das Fähigkeiten-Video. Eltern, die dieses Video gesehen hatten, entschieden sich im Durchschnitt erst bei 70,65 € für das Geld – das sind fast 20 € mehr als in der Vergleichsgruppe (50,21 €). Das bedeutet: Sie hielten das Camp für deutlich wertvoller, und dieser Unterschied ist auch statistisch belegt ($p = 0,01$). Beim Karriere-Video lag der Durchschnitt zwar ebenfalls höher (60,25 €), doch dieser Unterschied war nicht groß genug, um eine zufällige Abweichung auszuschließen ($p = 0,12$).

Besonders interessant: Auch bei Eltern von Söhnen zeigte das Fähigkeiten-Video eine Wirkung. Das legt nahe, dass es nicht nur das Bild der Eltern von ihren Töchtern beeinflusst, sondern ganz allgemein das Interesse und die Offenheit gegenüber MINT-Angeboten stärkt.

Gemeinsame Zeit für Bildung: Wofür würden Eltern sich Zeit nehmen?

In einer weiteren Frage sollten Eltern angeben, welches von vier bekannten Wiener Museen sie am liebsten gemeinsam mit ihrer Tochter besuchen würden – kostenlos und in ihrer Freizeit. Zwei der Museen waren dem MINT-Bereich zugeordnet (Technisches Museum, Naturhistorisches Museum), zwei stammten aus anderen Bereichen (Kunsthistorisches Museum, Haus der Musik).

Abbildung 12: Hypothetische gemeinsame Zeit für Museum



Anmerkung: Die Grafik zeigt die Verteilung der gewählten Museen nach Video-Bedingung (Fähigkeiten-Video, Karriere-Video, neutrales Video). Die y-Achse gibt den %-Anteil der Eltern an, die jeweils ein bestimmtes Museum gewählt haben (Frage 7.5).

Das Ergebnis: Auf den ersten Blick unterscheiden sich die Interventionsgruppen kaum. Rund 72 % der Eltern in der Vergleichsgruppe wählten eines der beiden MINT-Museen. In der Karriere-Video-Gruppe lag der Anteil etwas höher (77,8 %; Chi-Quadrat-Test: $p = 0,07$), in der Fähigkeiten-Video-Gruppe etwas

niedriger (70,8 %, $p = 0,64$) als in der Vergleichsgruppe. Diese Unterschiede sind nicht statistisch signifikant.

Doch ein genauerer Blick zeigt Folgendes (siehe Abbildung 12). *Das Karriere-Video steigerte die Attraktivität des Technischen Museums*, während gleichzeitig das Naturhistorische Museum seltener gewählt wurde. Die Effekte heben sich im Gesamtvergleich gegenseitig auf – das erklärt, warum kein signifikanter Unterschied sichtbar wird, obwohl sich die Zusammensetzung der Wahl verändert.

Reale Zeitinvestition: Wer ist wirklich bereit, sich einzubringen?

Neben hypothetischen Entscheidungen wurde getestet, ob Eltern bereit sind, sich aktiv mit dem Thema Bildungs- und Berufsorientierung auseinanderzusetzen – schriftlich, freiwillig und mit einem gewissen Zeitaufwand. Am Ende der Befragung konnten sie eigene Erfahrungen teilen.

Das Ergebnis: Von Personen, die das Fähigkeiten-Video gesehen hatten, waren 51 % dazu bereit, weitere Fragen zu beantworten, im Vergleich zu 54 % beim Karrierevideo und 57 % beim neutralen Video. Diese Unterschiede sind aber noch in der Schwankungsbreite und somit nicht signifikant. Auch bei der Länge der offenen Antworten zeigten sich keine signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen: Im Schnitt wurden 29 Wörter pro Antwort verfasst (beim neutralen Video 28 Wörter). Die Videos hatten also keinen direkten Effekt auf die Bereitschaft, Zeit zu investieren.

Kernaussagen – Hauptergebnisse der Wirkungsanalyse

Neue Erkenntnis: Es ist möglich, die Bereitschaft von Eltern, in das MINT-Interesse ihrer Töchter zu investieren, durch Information zu beeinflussen!

- Das Karriere-Video hat eine messbare Wirkung auf den Investitionsindex: Es motiviert Eltern dazu, mehr in MINT-Angebote für ihre Tochter zu investieren.
- Dieses Ergebnis ist vor allem durch eine höhere Bereitschaft, Geld zu investieren, getrieben.
- Das Fähigkeiten-Video führt nur in einem Punkt – der realen Zahlungsbereitschaft – zu einem spürbaren Effekt.
- Im direkten Vergleich steigert das Karriere-Video den Investitionsindex signifikant stärker als das Fähigkeiten-Video ($p = 0,02$).
- Während die Investitionsbereitschaft positiv beeinflusst wurde, sehen wir keinen Effekt auf die Berufswünsche der Eltern für ihre Töchter.

6.3 Folgeumfrage

Im Juni 2025, rund eine Woche nach Abschluss der Haupterhebung, wurde eine Folgeumfrage durchgeführt, um mögliche Veränderungen in den elterlichen Einstellungen zu MINT-Themen und Geschlechterstereotypen zu erfassen. Die Erhebung erfolgte erneut über das gleiche Marktforschungsinstitut und richtete sich ausschließlich an jene Eltern, die bereits an der Haupterhebung teilgenommen hatten. Die Einladung zur Folgeumfrage erfolgte unabhängig von der ersten Befragung über eine separate Online-Umfrage, wobei inhaltlich ausschließlich die Einstellungsfragen zu MINT und geschlechterspezifischen Stereotypen (der dritte Themenblock der Originalumfrage) wiederholt wurden. Zusätzlich wurde noch die Bereitschaft der Eltern, mehr Informationen zu MINT-Bildungs- und Berufsinformationen zu bekommen, gemessen:

Informationsinteresse: Am Ende der Umfrage konnten Eltern auf weiterführende Links zu MINT-Bildungs- und Berufsinformationen klicken. Es wurde erfasst, ob dieses Angebot in Anspruch genommen wurde. Die Bereitschaft, zusätzliche Informationen einzuholen, bietet eine wichtige Ergänzung zur reinen Messung von Einstellungen, da es zeigt, ob Eltern über bloße Meinungsäußerungen hinaus aktiv nach weiteren Informationen suchen (konkrete Frage siehe Anhang 3).

Infobox: Warum eine Folgeumfrage? Wie wird analysiert?

In der ersten Befragung wurden die Einstellungen vor den Videos gemessen. Die Folgeumfrage erfasst dieselben Einstellungsfragen mit zeitlichem Abstand für alle Videogruppen. Dies erlaubt es, die **Änderung** in den Einstellungen **zwischen den Gruppen, zu vergleichen**. Damit lässt sich testen, ob die Informationsvideos auch **längerfristige Effekte** auf die Einstellungen der Eltern hatten.

Es zeigt sich, dass es im Durchschnitt keinen Unterschied in der Änderung der Einstellungen und geschlechterspezifischen Stereotype zwischen den Gruppen gibt. Im Allgemeinen scheinen die Einstellungen der Eltern über den Studienzeitraum sehr stabil zu sein. Siehe hierzu auch die Vergleiche im Anhang 1.6.

Was das Informationsinteresse betrifft, zeigt sich, dass 20 % der Befragten zumindest auf einen der Links geklickt haben, was auf ein moderates Interesse hinweist. Unterschiede in der Link-Nutzung zwischen den Interventionsgruppen und der Vergleichsgruppe mit dem neutralen Video lassen sich nicht feststellen.

6.4 Was kann man aus der Wirkungsanalyse lernen?

Die Wirkungsanalyse zeigt, dass zwar die Berufswünsche der Eltern durch kurze MINT-Informationsvideos kaum veränderbar sind, die Bereitschaft, in das MINT-Interesse der Töchter zu investieren, jedoch positiv beeinflusst werden kann. Besonders das Karriere-Video hatte einen Effekt, gemessen am Investitionsindex. Die Folgestudie zeigt, dass die Intervention die Einstellungen der Eltern nicht (langfristig) verändern konnte. Gemeinsam mit Erkenntnissen aus der Literatur lässt sich daraus ableiten, dass es wichtig ist, Informationen mit Handlungsempfehlungen (Call-to-Action) zu verknüpfen (Kizilcec et al., 2020). Schafft man es die Eltern durch die Information kurzfristig für MINT zu begeistern, können diese Effekte verstärkt werden, wenn sich die Eltern für weiterführende Programme anmelden können.

7 ERFahrungen und Wünsche von Eltern

Im Rahmen des Interventionsteils der Studie wurden Eltern gebeten, ihre Erfahrungen und Tipps bezüglich der Bildungs- und Berufsorientierung ihrer Tochter zu teilen. Im Folgenden werden zuerst die Erfahrungen, die Eltern im Rahmen der BBO gemacht haben, in Kategorien zusammengefasst und mit Beispielen ergänzt. Danach werden die Ideen und Wünsche, wie das MINT-Interesse von Kindern gefördert werden könnte, auf die gleiche Weise zusammengefasst und präsentiert. Die offenen Antworten der Eltern wurden mit Hilfe des KI-Sprachmodells Gemini von Google systematisch analysiert und inhaltlich kategorisiert.

7.1 Erfahrungen der Eltern

1. Herausforderungen im Bildungssystem und in der Orientierung

Viele Eltern berichten von strukturellen Problemen: ungleich anspruchsvolle Schulzweige, zu späte oder zu allgemeine Berufsorientierung, fehlende Praxisbezüge und unzureichende Information zu bestimmten Berufsbildern. Berufspraktische Tage oder Messen werden zwar angeboten, reichen jedoch oft in Umfang und Tiefe nicht aus. Kritisiert wird auch, dass aktuelle Zukunftsfelder wie IT oder KI in der schulischen Orientierung kaum vorkommen. Negative Erfahrungen mit Lehrkräften – etwa demotivierende Aussagen oder übermäßig strenge Benotung – können das Interesse an Fächern wie Mathematik dauerhaft beeinträchtigen.

2. Praxisorientierte Angebote und Maßnahmen

Positiv hervorgehoben werden praxisnahe Formate wie Workshops, Feriencamps, Betriebserkundungen und Schnuppertage, die konkrete Einblicke in Berufe geben. Einzelne Erlebnisse, wie z.B. ein Workshop bei einem Unternehmen, können klare berufliche Ziele auslösen. Berufseignungstests mit individueller Beratung werden als wertvolle Orientierungshilfe genannt. Eltern wünschen sich, dass es bereits in der Unterstufe mehr solcher Programme gibt, die stärker mit regionalen Betrieben vernetzt und durch praxisorientierte Formate auf Bildungsmessen ergänzt werden.

3. Unterstützung und Rolle der Eltern

Viele Eltern sehen sich als aktive BegleiterInnen im Orientierungsprozess. Sie organisieren Zusatzangebote, suchen gezielt nach Informationen und fördern Interessen frühzeitig – oft, weil sie die schulische Unterstützung als unzureichend empfinden. Offene Gespräche, Freiraum zum Ausprobieren und das Vorleben eigener Werte gelten als wichtige Erfolgsfaktoren.

4. Interessen, Talente und Selbstvertrauen des Kindes

Mehrere Rückmeldungen betonen, dass individuelle Interessen und Stärken ernst genommen werden sollten, auch wenn sie sich im Laufe der Zeit ändern. Positive Erlebnisse, wie Erfolge in Wettbewerben oder Inspiration durch Lehrkräfte, stärken das Selbstvertrauen und die Lernmotivation. Umgekehrt können negative Zuschreibungen („schlecht in Mathe“) langfristig schaden.

5. Umfeld und Vorbilder

Eltern sehen authentische Vorbilder aus unterschiedlichen Berufsfeldern als entscheidend für die Motivation – besonders für Mädchen und Familien mit Migrationshintergrund. Der direkte Kontakt zu Berufstätigen bietet aus ihrer Sicht glaubwürdigere Einblicke als allgemeine Werbematerialien.

Eltern wünschen sich eine frühere, praxisnähere und individuellere Berufsorientierung, die durch motivierte Lehrkräfte, authentische Vorbilder und gezielte, niedrigschwellige Angebote ergänzt wird. Eine stärkere Kooperation zwischen Schulen, Unternehmen und Eltern könnte helfen, Interessen zu wecken, realistische Berufsbilder zu vermitteln und das Selbstvertrauen der Kinder zu stärken.

7.2 Wünsche der Eltern

1. Praktische Angebote & Erlebnisse

Der mit Abstand am häufigsten genannter Wunsch betrifft praxisnahe Formate, wie Workshops, Camps, Schnuppertage, Experimentierprojekte und Technik-Clubs, bei denen Kinder selbst tätig werden. Besonders hilfreich sind Angebote, an denen Eltern und Kinder gemeinsam teilnehmen können, sowie kreative Projekte (z. B. Programmieren kleiner Spiele, Bau einfacher Roboter, Experimente mit Alltagsmaterialien).

2. Rolle der Schule & Lehrkräfte

Viele Eltern wünschen sich motivierte, qualifizierte und zeitgemäß unterrichtende Lehrkräfte. Der Unterricht soll praxisbezogen sein, Kompetenzen der SchülerInnen berücksichtigen und Berufsorientierung frühzeitig und konkret gestalten. Konkrete Angebote wie Schnuppertage, Job-Speed-Datings oder kurze Video-Interviews mit Berufstätigen wären eine große Unterstützung. Kritik gibt es an zu theoretischem Unterricht und fehlender praktischer Einbindung, insbesondere in naturwissenschaftlichen Fächern. *„Begeisterung schlägt Belehrung – wenn Kinder selbst gestalten und entdecken dürfen, kommt das Interesse oft von allein.“*

3. Zugang zu Information

Benötigt werden klare, verständliche und zielgerichtete Informationen zu MINT-Berufen, Bildungswegen und bestehenden Programmen. Eltern betonen die Schwierigkeit, Berufsbilder ohne Fachkenntnis zu verstehen, und schlagen kompakte Formate wie Kurzvideos, Plattformen mit altersgerechten Inhalten oder Broschüren vor.

4. Vorbilder & Geschlechtergerechtigkeit

Eltern sehen weibliche Vorbilder als wichtigen Faktor, um Mädchen für MINT zu begeistern und Stereotype abzubauen. Sichtbare, greifbare Persönlichkeiten – von WissenschaftlerInnen bis zu bekannten Medienfiguren – können Inspiration und Identifikationsmöglichkeiten bieten. *„Zu meiner Zeit war es Mac Gyver. Jetzt ist es Mai Thi. Es braucht jemanden der vorne steht und Dinge erklärt und zeigt.“*

5. Weitere Aspekte

Mehrfach werden auch unterstützende Rahmenbedingungen genannt: finanzielle und logistische Erleichterungen (z. B. kostengünstige, wohnortnahe Angebote, insbesondere im ländlichen Raum), klare Orientierungshilfen für Eltern sowie die Berücksichtigung der individuellen Interessen und Stärken der Kinder. Da nicht jedes Kind von Natur aus ein starkes MINT-Interesse hat, sollten Angebote flexibel gestaltet sein und unterschiedliche Motivationsniveaus berücksichtigen.

Fazit

Eltern wünschen sich eine frühere, praxisnähere und individuellere Berufsorientierung, die durch motivierte Lehrkräfte, authentische Vorbilder und gezielte, niedrighschwellige Angebote ergänzt wird. Eine stärkere Kooperation zwischen Schulen, Unternehmen und Eltern könnte helfen, Interessen zu wecken, realistische Berufsbilder zu vermitteln und das Selbstvertrauen der Kinder zu stärken.

8 ZUSAMMENFASSUNG UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Bereits die Forschungsliteratur zeigt deutlich: Eltern haben großen Einfluss darauf, welche Bildungs- und Berufswege ihre Kinder einschlagen – und damit auch darauf, ob Töchter den Weg in MINT-Bereiche (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik) finden. Die vorliegende Studie knüpft daran an und untersucht, wie Eltern in Österreich ihre Töchter bei der Bildungs- und Berufsorientierung (BBO) unterstützen, welche Einstellungen sie zu MINT haben und ob gezielte Information ihre Förderbereitschaft steigern kann. Durch das aussagekräftige Sample und die Verwendung von etablierten Skalen bietet diese Studie eine einzigartige Datengrundlage, um einen besseren Einblick in die BBO von Töchtern in Österreich zu erhalten.

Die Studie zeigt, dass viele Eltern ihre Töchter aktiv begleiten, bewährte Informationsquellen nutzen und sich für ihre Tochter interessante, sichere und zukunftsfähige Berufe wünschen. Gleichzeitig zeigen sich Unterschiede je nach Bildungsniveau, Geschlecht der Eltern und vorhandenen Erfahrungen mit MINT.

Die Auswertungen zeigen auch, dass trotz hoher Anerkennung von MINT, geschlechterspezifische Stereotype weit verbreitet sind: Buben werden häufiger als kompetenter und geeigneter für MINT-Karrieren eingeschätzt, während bei Mädchen eher soziale oder pädagogische Berufsfelder im Vordergrund stehen. Darüber hinaus gibt es eine stereotype Wahrnehmung von MINT-Berufen, die oft nicht mit den Wunschcharakteristika für den Beruf der Tochter übereinstimmen. Diese Haltung kann unbewusst die Chancen von Mädchen einschränken, ihr Potenzial in MINT voll zu entfalten.

Die durchgeführte Wirkungsanalyse geht noch einen Schritt weiter und erlaubt es zu untersuchen, ob das Verhalten der Eltern durch kurze MINT-Informationsvideos beeinflusst werden kann. Sie zeigt, dass sich Motivation und Investitionsbereitschaft durchaus beeinflussen lassen. Das Karriere-Video erhöhte signifikant die Bereitschaft der Eltern in MINT-Angebote für ihre Töchter zu investieren (gemessen am Investitionsindex). Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass eine Kommunikation, die sich auf reale Karrierechancen konzentriert, tendenziell wirksamer ist, als der Versuch, existierende Geschlechterstereotype aufzubrechen.

Es zeigt sich jedoch auch, dass kurze Impulse, wie im Interventionsteil, nicht ausreichen, um langfristige Veränderungen in den Einstellungen der Eltern herbeizuführen. Hier braucht es kontinuierliche Informations- und Unterstützungsmaßnahmen, die sowohl Wissen als auch Selbstvertrauen stärken – bei Eltern wie bei Kindern. Nur so lässt sich das volle Potenzial von Mädchen im MINT-Bereich ausschöpfen und ein Beitrag zu einer ausgewogeneren und innovativeren Arbeitswelt leisten.

Ausgehend von bestehender Literatur, die zeigt, dass es nicht nur darum geht, Mädchen direkt zu fördern, sondern auch ihr Umfeld – insbesondere Eltern – gezielt einzubinden und zu sensibilisieren, zeigt diese Studie, dass es möglich ist, das Verhalten von Eltern mit gezielter Information zu beeinflussen. Informationskampagnen, praxisnahe Beispiele und leicht zugängliche Angebote können helfen, Barrieren abzubauen. Wenn Eltern erkennen, dass MINT-Berufe vielseitig, kreativ und gesellschaftlich relevant sind, können sie zu wichtigen WegbereiterInnen für mehr Chancengleichheit werden.

Handlungsempfehlungen

Auf Wunsch der Auftraggeberin wurden fünf konkrete Handlungsempfehlungen ausgearbeitet. Diese kombinieren Einsichten aus bestehender Literatur mit Erkenntnissen aus dieser Studie.

1) Eltern offline erreichen – dort, wo sie schon sind

Was tun: Eine Möglichkeit, Eltern offline zu erreichen, sind Elternabende an Schulen, lokale Berufsorientierungs-Events, Betriebsbesuche und Gespräche mit Vorbildern gemeinsam mit Unternehmen anzubieten. Zur praktischen Zusammenfassung des bestehenden Angebotes für Eltern könnte beispielsweise ein Eltern-Kompass (Print + Web), der die regionalen Angebote auflistet, erstellt werden.

Warum: Eltern gewichten klassische Kanäle (Veranstaltungen, persönliche Treffen, Infos von Schulen/Betrieben) höher als Social Media/Online-Events. Eltern wünschen sich mehr Information über konkrete Angebote.

2) Schulen erreichen – existierende Angebote verbessern

Was tun: Um die Schulen besser bei der BBO zu unterstützen, könnte Material bereitgestellt werden, das den Schulen hilft, Zukunftsfelder (IT, KI, Energie) in die BBO zu integrieren. Darüber hinaus könnte das Wissen der Lehrenden über MINT-Bereiche durch Workshops vertieft werden, damit diese auch MINT-Bereiche besser abdecken können. Zusätzlich bietet sich konkretes Informationsmaterial an, das Berufsbilder greifbar macht, etwa in Form von Job-Karten (Was macht man dort? Tagesablauf, Einstiegswege, Gehaltsspanne), die auf Messen verteilt werden. Im Unterricht könnten zudem mit "Role Models" erstellte Kurzvideos, in denen diese Einblicke in ihren Arbeitsalltag geben und dabei besonders Aspekte wie Teamarbeit und Vereinbarkeit hervorheben, gezeigt werden.

Warum: Eltern kritisieren zu späte/allgemeine BBO, fehlende Praxis, mangelnde Infos zu Berufsbildern, kaum IT/KI in der Orientierung. Gewünscht werden frühere, konkrete Formate und kurze Einblicke in echte Berufe.

3) Immer mit Handlungsaufwurf (Call-to-Action) koppeln

Was tun: Damit geweckte Interessen in Handlungen umgesetzt werden, sollten Videos und andere Informationskampagnen immer mit direkt buchbaren weiterführenden Maßnahmen verknüpft werden. Damit ist gemeint: Ein Informationsimpuls allein reicht oft nicht aus. Denn entscheidend ist, dass Eltern unmittelbar im Anschluss eine konkrete Möglichkeit haben, ins Handeln zu kommen (z.B. Anmeldung zu einem Feriencamp, Buchung eines Workshops, QR-Code zu weiterführenden Angeboten). So wird aus Aufmerksamkeit tatsächlich Beteiligung.

Warum: Die Videos konnten sofortige Entscheidungen beeinflussen, nicht aber längerfristige Einstellungen. Auch die Literatur zeigt, dass kleine Interventionen große Effekte erzielen können, wenn sie an wichtigen Entscheidungspunkten eingesetzt werden.

4) Früh anfangen (spätestens 10-11 Jahre) und die ganze Familie einbinden

Was tun: Angebote sollten spätestens in der Sekundarstufe I beginnen. Hier bieten sich besonders interaktive Formate wie Schnupper-Experimente oder ein Eltern-Kind-Labor an. Andere Beispiele für von den Eltern vorgeschlagene Praxis-Erlebnisse, die Eltern und Kinder gemeinsam einbinden, sind Familien-Workshops, Feriencamps, Technik-Clubs, „Family Tech Nights“, Museumspfade, kleine Bau-/Coding-Projekte zum Mitnehmen, „Family Open Days“ und Eltern-Tochter-Werkstattführungen.

Warum: BBO soll laut Eltern in der Regel ab ungefähr elf Jahren starten. Die Eltern haben angegeben, sich frühere Orientierung zu wünschen. Diese Wünsche stimmen auch mit Grosch und andere (2023) überein, die finden, dass sich Interessensunterschiede schon in der Volksschule entwickeln. Darüber hinaus besteht eine Nachfrage nach praxisnahen Formaten und gemeinsamen Aktivitäten, die das Interesse wecken und Berufsbilder greifbar machen.

5) Narrativ schärfen: Fokus auf Aufklärung der Stereotype zu MINT nicht Mädchen

Was tun: Basierend auf den Ergebnissen der Wirkungsanalyse empfiehlt sich ein Fokus auf MINT-Berufe und was diese zu bieten haben. Geschichten, die zeigen, dass MINT-Berufe Teamarbeit, flexible Arbeitszeiten, Zeit für Familie und Arbeit mit Menschen kombinieren, können falsche Wahrnehmungen aufweichen.

Warum: Eltern verbinden MINT selten mit Teamarbeit, Familienvereinbarkeit und Freizeit – genau hier bestehen Hürden. 94 % der Eltern geben an, dass es ihnen wichtig ist, dass ihre Tochter eine „interessante Arbeit“ findet. Dieses Merkmal passt zu MINT. Das Karriere-Video hat gezeigt, dass es möglich ist, Eltern über die Attraktivität von MINT-Berufen aufzuklären.

9 QUELLEN

Brenøe, A. A., & Zölitz, U. (2020). Exposure to more female peers widens the gender gap in STEM participation. *Journal of Labor Economics*, 38(4), 1009-1054. <https://doi.org/10.1086/706646>

Buser, T., Peter, N., & Wolter, S. C. (2022). Willingness to compete, gender and career choices along the whole ability distribution. *Experimental Economics*, 25(5), 1299-1326. <https://doi.org/10.1007/s10683-022-09765-8>

Card, D., & Payne, A. A. (2021). High school choices and the gender gap in STEM. *Economic Inquiry*, 59(1), 9-28. <https://doi.org/10.1111/ecin.12934>

Carlana, M. (2019). Implicit stereotypes: Evidence from teachers' gender bias. *The Quarterly Journal of Economics*, 134(3), 1163-1224. <https://doi.org/10.1093/qje/qjz008>

Chaffee, K. E., & Plante, I. (2022). How parents' stereotypical beliefs relate to students' motivation and career aspirations in mathematics and language arts. *Frontiers in Psychology*, 12, 796073. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.796073>

Cheryan, S., Ziegler, S. A., Montoya, A. K., & Jiang, L. (2017). Why are some STEM fields more gender balanced than others? *Psychological Bulletin*, 143(1), 1-35. <https://doi.org/10.1037/bul0000052>

Delaney, J. M., & Devereux, P. J. (2019). Understanding gender differences in STEM: Evidence from college applications. *Economics of Education Review*, 72, 219-238. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2019.06.005>

Drescher, K., Haeckl, S., & Schmieder, J. (2020). MINT-Berufe: Workshops mit Rollenvorbildern können Geschlechterstereotype abbauen. *DIW Wochenbericht*, 87(13), 252-260. https://doi.org/10.18723/diw_wb:2020-13-2

Eccles, J. S., & Wang, M. (2016). What motivates females and males to pursue careers in mathematics and science? *International Journal of Behavioral Development*, 42(2), 100-106. <https://doi.org/10.1177/0165025416651736>

Fantuzzo, J., Tighe, E., & Childs, S. (2000). Family Involvement Questionnaire: A multivariate assessment of family participation in early childhood education. *Journal of Educational Psychology*, 92(2), 367-376. <https://doi.org/10.1037/0022-0663.92.2.367>

Gaisch, M.; Rammer, V.; Sterrer, S. & Takacs, C. (2023). Wie MINT gewinnt. Assoziationen, Erfolgsfaktoren und Hemmnisse österreichischer Schülerinnen in Bezug auf eine Ausbildung in den MINT-Bereichen. Auftragsstudie für die MINTality Stiftung. Wien.

Kapor, A. J., Neilson, C. A., & Zimmerman, S. D. (2020). Heterogeneous beliefs and school choice mechanisms. *American Economic Review*, 110(5), 1274-1315. <https://doi.org/10.1257/aer.20170129>

Kizilcec, R. F., Reich, J., Yeomans, M., Dann, C., Brunskill, E., Lopez, G., ... & Tingley, D. (2020). Scaling up behavioral science interventions in online education. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(26), 14900-14905. <https://doi.org/10.1073/pnas.192141711>

Martinot, P., Colnet, B., Breda, T., et al. (2025). Rapid emergence of a maths gender gap in first grade. *Nature*. <https://doi.org/10.1038/s41586-025-09126-4>

- McNally, S. (2020). Gender differences in tertiary education: What explains STEM participation? (No. 165). *IZA Policy Paper*. <https://www.iza.org/en/publications/pp/165>
- Mouganie, P., & Wang, Y. (2020). High-performing peers and female STEM choices in school. *Journal of Labor Economics*, 38(3), 805-841. <https://doi.org/10.1086/707735>
- Ruiz, P. C., Sanz, I., & Sevilla, A. (2023). Explaining the Mathematics Gender Gap: The Role of Stereotypes. In *Oxford Research Encyclopedia of Economics and Finance*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190625979.013.892>
- Sáinz, M., Fàbregues, S., Romano, M. J., & López, B. S. (2022). Interventions to increase young people's interest in STEM: A scoping review. *Frontiers in Psychology*, 13, 954996. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.954996>
- Shi, Y. (2018). The puzzle of missing female engineers: Academic preparation, ability beliefs and preferences. *Economics of Education Review*, 64, 129-143. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2018.04.002>
- Šimunović, M., Reić Ercegovac, I., & Burušić, J. (2018). How important is it to my parents? Transmission of STEM academic values: The role of parents' values and practices and children's perceptions of parental influences. *International Journal of Science Education*, 40(9), 977-995. <https://doi.org/10.1080/09500693.2018.1452304>
- Statistik Austria. (2024). *Bildung in Zahlen. 2022/23. Schlüsselindikatoren und Analysen*. Vol. 15. Statistik Austria, Vienna, Austria. ISBN 978-3-903393-84-4
- Statistik Austria. (2025). *Abgestimmte Erwerbsstatistik 2023 – Personen, Arbeitsstätten, Gebäude und Wohnungen*. Statistik Austria, Vienna, Austria. ISBN 978-3-903547-11-7

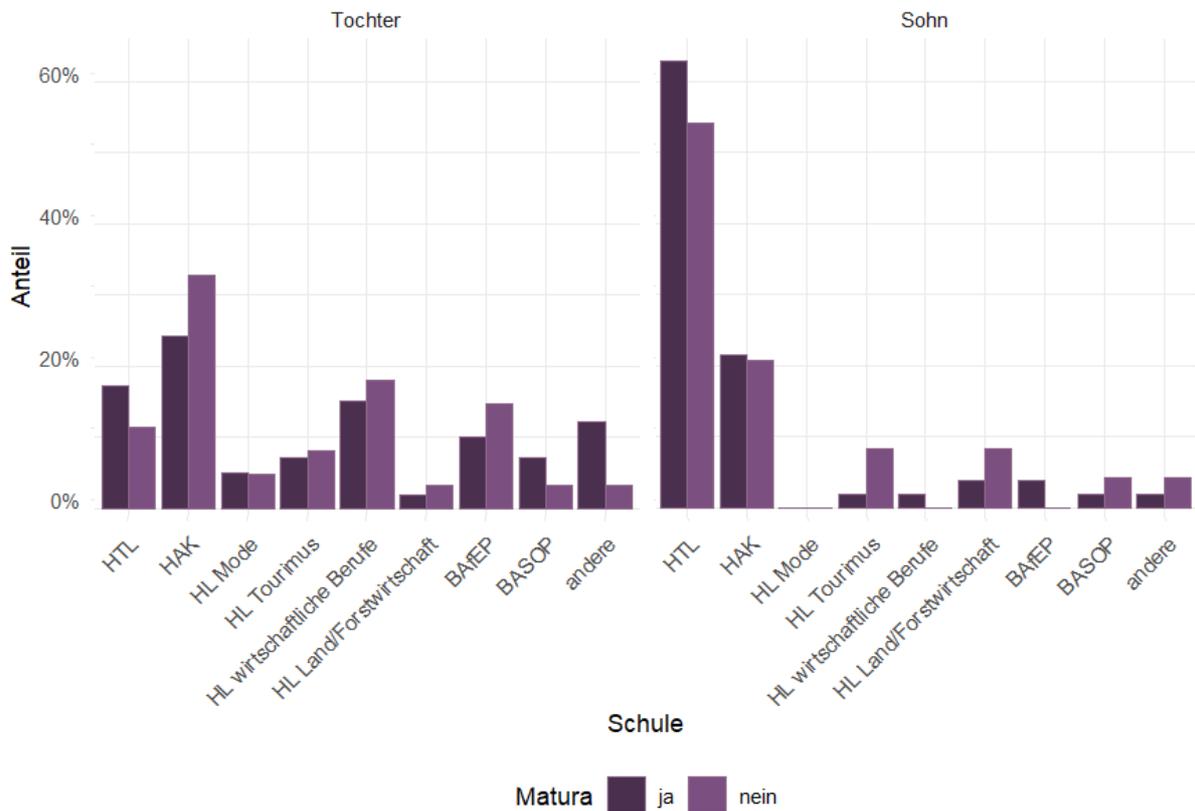
10 ANHANG

1. Zusätzliche Analysen
 - 1.1 Schulauswahl BHS nach Geschlecht der Kinder und mit/ohne Matura
 - 1.2 BBO-Unterstützung und Hindernisse aufgeschlüsselt nach BBO-Erfahrung
 - 1.3 Interesse an MINT
 - 1.4 Nützlichkeit von MINT
 - 1.5 Geschlechterstereotype nach Subgruppen
 - 1.6 Statistische Analyse Folgeumfrage
2. Fragebogen
3. Folgeumfrage Linkfrage
4. Skripte Videos
5. Erklärung Zahlungsbereitschaft

ANHANG 1. Zusätzliche Analysen

1.1 Schulauswahl BHS nach Geschlecht der Kinder und mit/ohne Matura

Abbildung 13: Schulwahl BHS nach Bildungsniveau der Eltern – Vergleich zwischen Töchtern und Söhnen

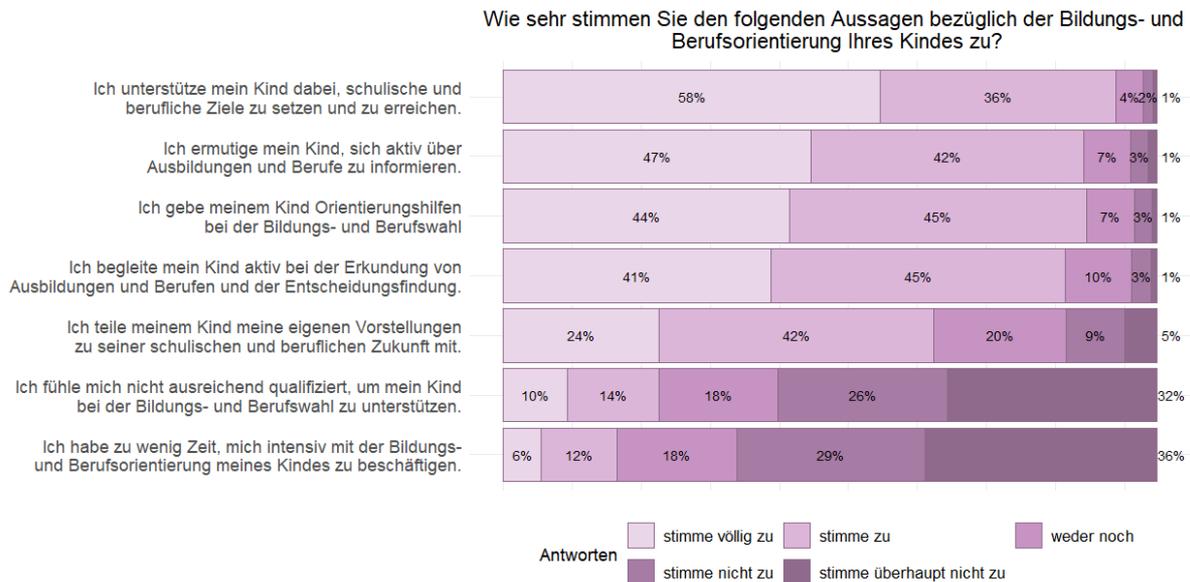


Anmerkung: Die Abbildung zeigt die Schulwahl für BHS von Töchtern (links) und Söhnen (rechts), jeweils aufgeschlüsselt nach dem Bildungsniveau der Eltern (Frage 4.2).

Interpretation: Hier zeigen sich ganz klare Geschlechterunterschiede zwischen Söhnen und Töchtern und es zeigt sich auch ein leichter Unterschied in Bezug auf das Bildungsniveau der Eltern, d.h. dass jene ohne Matura eine HTL als weniger wünschenswert erachten.

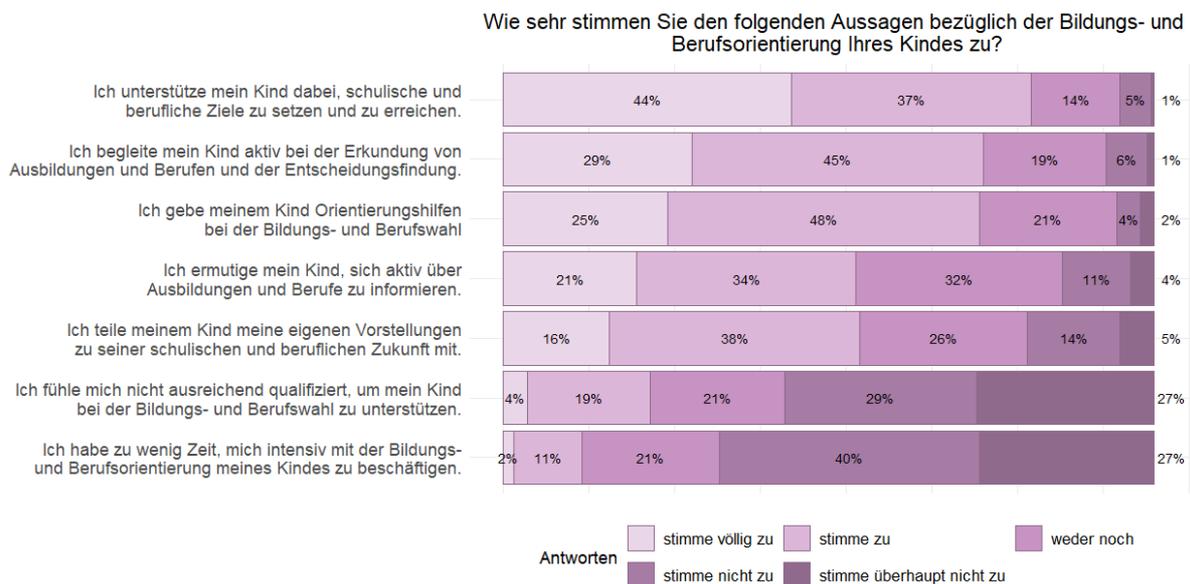
1.2 BBO-Unterstützung und Hindernisse aufgeschlüsselt nach BBO-Erfahrung

Abbildung 14: BBO-Unterstützung und Hindernisse für Eltern, die schon BBO-Erfahrung haben



Anmerkung: Die Abbildung zeigt die Beschreibung der Unterstützung und Hindernisse bei BBO für jene Eltern, die sich gerade mit BBO beschäftigen, oder für die BBO der Kinder schon erledigt ist. Dargestellt ist die prozentuale Verteilung der Antworten (N = 1184; Frage 4.5).

Abbildung 15: BBO-Unterstützung und Hindernisse für Eltern, die sich noch nicht mit BBO beschäftigt haben



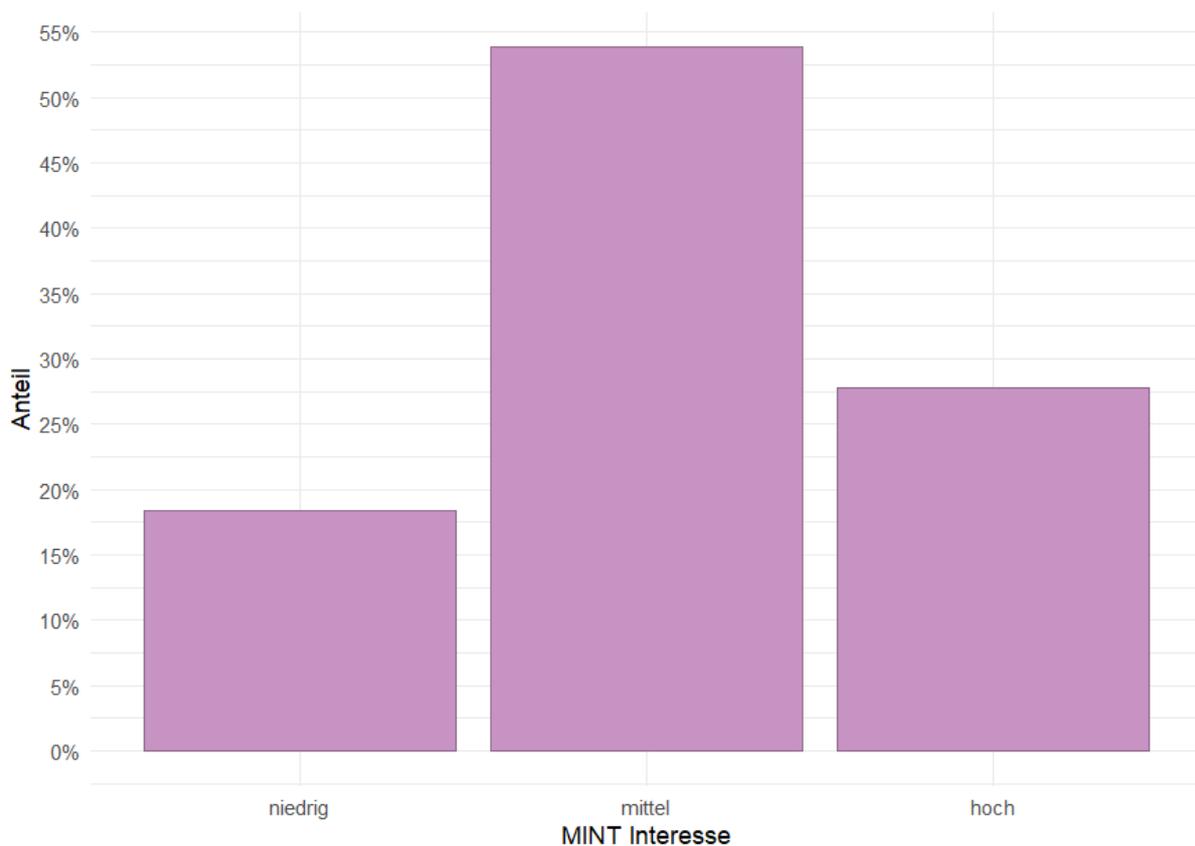
Anmerkung: Die Abbildung zeigt die Beschreibung der Unterstützung und Hindernisse bei BBO für jene Eltern, die sich noch nicht mit BBO beschäftigt haben. Dargestellt ist die prozentuale Verteilung der Antworten (N = 190; Frage 4.5).

Interpretation: Diese zwei Abbildungen erlauben einen Vergleich zwischen jenen, die sich bereits mit BBO beschäftigt haben, und jenen, deren Kinder noch zu jung sind. Zwischen jenen Befragten, die die BBO ihrer Tochter schon erledigt haben und jenen, die sich gerade damit beschäftigen, gibt es keine Unterschiede, daher wurden diese in einer Abbildung zusammengefasst. Interessante Unterschiede zu den Eltern, die sich noch nicht mit BBO beschäftigt haben, ergeben sich Folgende: Eltern ohne BBO-

Erfahrungen glauben mehr daran, ihr Kind aktiv zu begleiten, während es für jene mit BBO-Erfahrung mehr darum geht, das Kind zu ermutigen und sich selbst zu informieren. Außerdem zeigt sich wenig überraschend eine geringere Polarisierung bei den Aussagen zur Unterqualifizierung und zum Mangel an Zeit. Befragte mit BBO-Erfahrung können klarer einschätzen, ob sie unterqualifiziert sind/waren oder keine Zeit haben/hatten. Daher lässt sich sagen, dass diese Hürden sehr wohl vorhanden sind, aber im Vorhinein nicht gut abzuschätzen sind.

1.3 Interesse an MINT

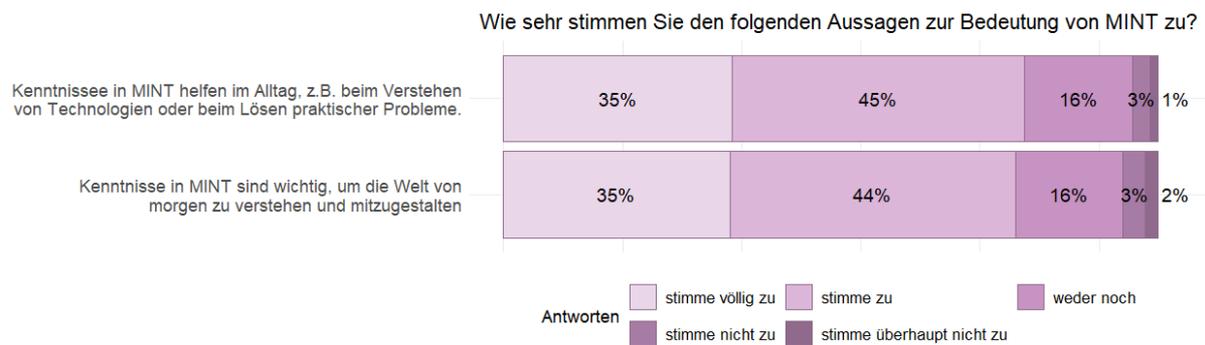
Abbildung 16: Interesse an MINT



Anmerkung: Die Abbildung zeigt die Häufigkeit der gewählten Antworten auf die Single-Choice-Frage nach dem Interesse an MINT. Niedrig = „MINT spielt für mich keine Rolle und interessiert mich nicht.“; Mittel = „Ich finde MINT-Themen interessant, informiere mich aber nur gelegentlich darüber (wie z.B. Dokumentationen, Artikel oder Berichte).“; Hoch = „Ich bin aktiv an MINT interessiert und informiere mich regelmäßig über neue Entwicklungen (wie z.B. über neue Technologien, Umweltforschung, wissenschaftliche Veranstaltungen oder technologische Innovationen.“ (Frage 5.1).

1.4 Nützlichkeit von MINT

Abbildung 17: Nützlichkeit von MINT



Anmerkung: Dargestellt ist die prozentuale Verteilung der (Frage 5.2).

1.5 Geschlechterstereotype nach Subgruppen

Tabelle 2: Stereotype nach Subgruppen

Aussage	Eltern von Töchtern	Eltern von Söhnen	Mütter	Väter	Marktforschungsinstitut	Partnerunternehmen	Mit Matura	Ohne Matura
1)	54,9	56,6	55,1	54,6	55,3	53,2	54,8	55,0
2)	56,6	59,5	56,9	56,2	57,0	54,7	56,6	56,7
3)	58,1	61,8	58,1	58,1	58,6	56,0	57,9	58,5
4)	59,3	61,3	61,1	56,8	59,4	58,6	60,4	57,5
5)	63,1	65,2	64,4	61,4	62,6	65,7	64,7	60,6

Anmerkung: Aussagen: 1) Wer eignet sich besser für eine Tätigkeit in einem MINT-Beruf? 2) Wer findet eher die richtige Lösung für komplexe Probleme im MINT-Bereich? 3) Wer hat mehr Freude daran, sich mit MINT-Aufgaben auseinanderzusetzen? 4) Wen nehmen Eltern als kompetenter in MINT-Schulfächern wahr? 5) Wen ermutigen Eltern eher dazu, eine Karriere im MINT-Bereich anzustreben? (Frage 5.5)

1.6 Statistische Analyse Folgeumfrage

Abbildung 18: Vorher-Nachher Vergleich

MINT-Maße	Fähigkeiten-Video (N = 255)		Karriere-Video (N = 291)		Neutrales Video (N = 260)	
	vorher	nachher	vorher	nachher	vorher	nachher
Interesse	0,98	0,96	1,00	1,05	1,09	1,09
Nützlichkeit	3,98	3,91	4,01	4,04	4,00	3,93
Herausforderungen	2,77	2,76	2,82	2,74	2,87	2,80
Berufseigenschaften	3,69	3,57	3,78	3,66	3,71	3,58
Geschlechter- stereotype	58,82	58,94	58,84	59,97	59,32	61,00

Anmerkung: Die Tabelle fasst zentrale Einstellungen zu MINT in aggregierten Mittelwerten zusammen. Für Interesse wurde der Mittelwert aus den Skalen zur Begeisterung für MINT-Themen gebildet (0–2), für Nützlichkeit, Herausforderungen und Berufseigenschaften wurden jeweils die Mittelwerte der entsprechenden Skalen auf einer 1–5-Punkte-Skala berechnet. Die Geschlechterstereotype wurden auf einer Skala von 1–100 zusammengefasst, wobei höhere Werte eine stärkere Zustimmung zu traditionellen Rollenbildern anzeigen. Die Werte sind jeweils getrennt für die Gruppen der Fähigkeiten-, Karriere- und Neutral-Videos ausgewiesen sowie für Vorher und Nachher. Statistischen Tests (zweiseitige gepaarte t-Tests) zeigen keine Signifikanz.

ANHANG 2. Fragebogen

Umfrage

1. Einführung

Willkommen zu unserer Umfrage zum Thema Bildungs- und Berufsorientierung!

Diese Umfrage wird gemeinsam von der Wirtschaftsuniversität Wien, der Universität Innsbruck und der Universität Stavanger durchgeführt. Für die Aussagekraft der Studie ist es wichtig, dass Sie die Fragen aufmerksam lesen und ehrlich beantworten. Bitte nehmen Sie sich die Zeit, die Umfrage vollständig auszufüllen, sobald Sie begonnen haben. Die Teilnahme ist selbstverständlich freiwillig und anonym. Ihr Name wird nicht gespeichert, und Ihre Antworten werden ausschließlich in aggregierter Form für wissenschaftliche Zwecke ausgewertet – Rückschlüsse auf Ihre Person sind nicht möglich.

- Ja, ich möchte an dieser Studie teilnehmen und bestätige, dass ich in Österreich lebe und über 18 Jahre alt bin.
- Nein, ich möchte nicht teilnehmen.

2. Familiensituation und sozio-demographische Merkmale

2.1 Haben Sie Kinder?

- Ja
- Nein

2.2 Wie viele Töchter haben Sie?

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- mehr als 5

2.2 Wie alt ist Ihre Tochter?/Wie alt sind Ihre Töchter? [Angabe in Jahren]

2.3 Wie viele Söhne haben Sie?

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- mehr als 5

2.4 Wie alt ist Ihr Sohn?/Wie alt sind Ihre Söhne? [Angabe in Jahren]

2.5 In welchem Bundesland leben Sie?

- Burgenland
- Kärnten
- Niederösterreich
- Oberösterreich
- Salzburg
- Steiermark
- Tirol
- Vorarlberg
- Wien

2.6 Wie würden Sie Ihren Wohnort charakterisieren?

- städtisches Gebiet (z.B. Wien, Linz, Graz)
- stadtnahes Gebiet oder kleinstädtisches Gebiet (z.B. Bezirksstädte, größere Marktgemeinden)
- ländliches Gebiet (z.B. kleinere Marktgemeinden)

2.7 Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.

- männlich
- weiblich
- divers

2.8 Bitte geben Sie ihr Alter (in Jahren) an. [Angabe in Jahren]

2.9 Welche Sprache sprechen Sie vorwiegend zu Hause?

- ausschließlich/überwiegend Deutsch
- Deutsch und meine Herkunftssprache
- ausschließlich/überwiegend meine Herkunftssprache
- eine andere Sprache

2.10 Wie viele Personen leben ständig in Ihrem Haushalt, Sie selbst eingeschlossen?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

2.11 Sind Sie alleinerziehend?

- ja
- nein

2.12 Wie hoch ist das jährliche Nettoeinkommen Ihres Haushalts (in Euro)?

Das Nettoeinkommen ist das Geld, das nach Abzug von Steuern und Abgaben übrig bleibt. Zum Einkommen zählen auch: Einnahmen aus Vermögensverkauf, Miete, Zinsen oder Dividenden, Sozialleistungen, Kindergeld, Arbeitslosengeld und Renten.

- unter €15.000

- €15.000 - €24.999
- €25.000 - €49.999
- €50.000 - €74.999
- €75.000 - €99.999
- €100.00 - €149.999
- €150.000 - €200.000
- über € 200.000
- Keine Angabe/Ich weiß es nicht

2.13 Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

- kein Abschluss (oder noch in Ausbildung)
- Pflichtschulabschluss (Volks-/Hauptschule)
- Lehrabschluss oder Abschluss einer Berufsbildenden Mittleren Schule (z.B. Handelsschule)
- Matura (AHS, BHS, Berufsreifepfung oder Studienberechtigungsprüfung)
- (Fach-)Hochschulabschluss (Bachelor, Master, Diplom, Doktorat)

2.14 Sind Sie derzeit ...?

- Vollzeit erwerbstätig
- Teilzeit erwerbstätig
- Hausfrau/-mann
- PraktikantIn / in beruflicher Ausbildung / Studium
- auf Arbeitssuche
- im Ruhestand
- anderes

2.15 Sind Sie beruflich in einem MINT-Bereich (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften oder Technik) tätig?

- ja
- nein

2.16 Gibt es in Ihrem Haushalt oder im näheren Umfeld Ihres Kindes/Ihrer Kinder Personen, die beruflich in einem MINT-Bereich (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften oder Technik) tätig sind?

- ja
- nein

3. Aufmerksamkeitstest

Die nächste Frage bezieht sich auf das folgende Problem. In Studien wie unserer gibt es manchmal TeilnehmerInnen, die die Fragen nicht sorgfältig lesen und sich einfach schnell durch die Umfrage klicken. Das bedeutet, dass es eine Menge zufälliger Antworten gibt, welche die Ergebnisse von Studien beeinträchtigen. Um zu zeigen, dass Sie unsere Fragen sorgfältig durchlesen, geben Sie bitte „Grau“ als Antwort auf die nächste Frage an.

Was ist Ihre Lieblingsfarbe?

- Rot
- Blau
- Grau
- Grün
- Gelb
- sonstige:

4. Information Tochter

Sie haben angegeben, dass Sie eine Tochter bzw. mehrere Töchter unter 20 Jahren haben. Bitte beziehen Sie sich bei den folgenden Fragen auf Ihre **älteste Tochter unter 20 Jahren**.

4.1 Welche Schule oder Ausbildung absolviert Ihre Tochter derzeit?

- Volksschule
- Mittelschule (MS)
- Gymnasium (Unterstufe)
- Polytechnische Schule
- Lehre
- Lehre mit Matura
- BMS, z.B. HAS
- AHS z.B. Gymnasium (Oberstufe)
- BHS, z.B. HTL, HAK, HBLA
- Studium an einer Universität oder (Fach-)Hochschule
- sonstige

4.2 Welche BHS besucht Ihre Tochter derzeit?

- Höhere technische und gewerbliche Lehranstalt (HTL)
- Handelsakademie (HAK)
- Höhere Lehranstalt für Mode
- Höhere Lehranstalt für Tourismus
- Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- Höhere Lehranstalt für Land- und Forstwirtschaft
- Bildungsanstalt für Elementarpädagogik (BAfEP)
- Bildungsanstalt für Sozialpädagogik (BASOP)
- Sonstige

In diesem Abschnitt erhalten Sie einige Fragen zur **Bildungs- und Berufsorientierung (BBO)** Ihrer Tochter.

BBO umfasst alle Angebote, die Kinder und Jugendliche dabei unterstützen, ihre Bildungs- und Berufswahl zu treffen. Dazu gehören Beratungen, Workshops, Praktika und andere Maßnahmen, die helfen, Interessen und Stärken zu erkennen und die passende berufliche Richtung zu finden. Erneut bitten wir Sie, sich bei den folgenden Fragen auf Ihre älteste Tochter unter 20 Jahren zu beziehen.

4.3 Ab welchem Alter sollten Erziehungsberechtigte beginnen, sich mit der Bildungs- und Berufsorientierung ihrer Tochter auseinanderzusetzen? (Antwort in Jahren)

4.4 Haben Sie sich bereits mit der Bildungs- und Berufsorientierung (BBO) Ihrer Tochter beschäftigt?

- Nein, mein Kind ist zu jung.
- Ja, das ist aktuell ein Thema.
- Ja, damit habe ich mich bereits umfassend beschäftigt oder es abgeschlossen.

4.5 Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen bezüglich der Bildungs- und Berufsorientierung Ihrer Tochter zu? (1 – stimme überhaupt nicht zu; 5 – stimme völlig zu)

- Ich ermutige mein Kind, sich aktiv über Ausbildungen und Berufe zu informieren.
- Ich unterstütze mein Kind dabei, schulische und berufliche Ziele zu setzen und zu erreichen.
- Ich gebe meinem Kind Orientierungshilfen bei der Bildungs- und Berufswahl.
- Ich teile meinem Kind meine eigenen Vorstellungen zu seiner schulischen und beruflichen Zukunft mit.
- Ich begleite mein Kind aktiv bei der Erkundung von Ausbildungen und Berufen und der Entscheidungsfindung.
- Ich fühle mich nicht ausreichend qualifiziert, um mein Kind bei der Bildungs- und Berufswahl zu unterstützen.
- Ich habe zu wenig Zeit, mich intensiv mit der Bildungs- und Berufsorientierung meines Kindes zu beschäftigen.

4.6 Welche der folgenden Angebote hat ihr Kind in Anspruch genommen? (ja, nein, weiß nicht)

- Sammeln von praktischen Erfahrungen (z. B. Praktikum, Nebenjob, Unternehmensbesuch)
- Besuch von Messen und Veranstaltungen zur Bildungs- und Berufsorientierung (z. B. Berufsmessen)
- Teilnahme an Informationsveranstaltungen einer Ausbildungseinrichtung
- Gespräch mit einer/einem Bildungs- oder BerufsberaterIn (Schule oder extern)
- Ausfüllen von Fragebögen zu Interessen und Fähigkeiten
- Onlinerecherche zu Informationen über Berufe oder Ausbildungen
- Bildungs- und Berufsorientierung durch LehrerInnen

4.7 Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Informationsquellen, um Ihre Tochter in ihrer Bildungs- und Berufsorientierung zu unterstützen? (1 – überhaupt nicht wichtig; 5 sehr wichtig)

- Schriftliches Material (z. B. Broschüren, Flyer) von der Ausbildungseinrichtung
- Soziale Medien (z. B. Facebook, Instagram, TikTok von der Ausbildungseinrichtung)
- Informationen von Arbeitsagenturen (z. B. AMS)
- Website der Ausbildungseinrichtung
- Informationen von Unternehmen (z. B. Austausch mit Role Models aus der Praxis, Praxiseinblicke in Jobs und Unternehmen)
- Karriereveranstaltungen in der Schule
- Persönliches Treffen mit Bildungs- und Berufsberaterinnen
- *Online-Karriereveranstaltungen, Webinare zu spezifischen Karriere- und Berufsthemen*
- *Treffen mit Lehrerinnen zum Thema BBO*
- Apps und Online-Plattformen zur BBO
- Messen und Veranstaltungen zur BBO
- Online-Elternworkshops

In diesem Abschnitt geht es um Ihre Vorstellungen und Wünsche zur Ausbildung und zum späteren Beruf Ihrer Tochter. Erneut bitten wir Sie, sich bei den folgenden Fragen auf Ihre älteste Tochter unter 20 Jahren zu beziehen.

4.8 Welchen höchsten Bildungs- oder Ausbildungsabschluss wünschen Sie sich für Ihre Tochter?

- Pflichtschule, keine weitere Ausbildung
- Lehre
- Lehre mit Matura
- Berufsbildende mittlere Schule ohne Matura, z.B. HAS
- Matura an einer AHS, z.B. Gymnasium
- Matura an einer BHS, z.B. HTL, HAK
- Studium an einer Universität oder (Fach-)Hochschule

4.9 Welche BHS?

- Höhere technische und gewerbliche Lehranstalt (HTL)
- Handelsakademie (HAK)
- Höhere Lehranstalt für Mode
- Höhere Lehranstalt für Tourismus
- Höhere Lehranstalt für wirtschaftliche Berufe
- Höhere Lehranstalt für Land- und Forstwirtschaft
- Bildungsanstalt für Elementarpädagogik (BAfEP)
- Bildungsanstalt für Sozialpädagogik (BASOP)
- sonstige:

4.10 Im Hinblick auf die Zukunft Ihrer Tochter gibt es viele Aspekte, die bei der Berufswahl eine Rolle spielen können. Um besser zu verstehen, welche Vorstellungen und Wünsche Sie als Eltern in Bezug auf den zukünftigen Beruf Ihrer Tochter haben, würden wir Sie bitten, die folgende Frage zu beantworten: Welchen Beruf würden Sie sich für Ihre Tochter wünschen? (Offene Antwort)

4.11 Was halten Sie als Elternteil für besonders wichtig in Bezug auf die zukünftige Arbeit Ihrer Tochter? (1 – überhaupt nicht wichtig; 5 – sehr wichtig)

- Sichere Arbeitsstelle (z. B. hoher Kündigungsschutz)
- Hohes Einkommen
- Gute Aufstiegschancen
- Angesehene, anerkannte Karriere
- Viel Freizeit
- Interessante Arbeit
- Unabhängiges Arbeiten
- Viel Kontakt zu anderen
- Gesellschaftlich bedeutsame Arbeit
- Gute Gesundheits- und Sicherheitsbedingungen
- Genug Zeit für Familienverantwortung
- Möglichkeit, anderen zu helfen

5. MINT

In diesem Abschnitt geht es um **MINT** und mögliche Berufsfelder in diesem Bereich. **MINT** steht für die Bereiche **Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik**. Diese Fachrichtungen umfassen eine Vielzahl von Themen und Berufen, die in vielen Bereichen unseres Lebens eine wichtige Rolle spielen, etwa in der Innovation, der Forschung oder der Entwicklung technischer Lösungen.

5.1 Welche dieser Aussagen beschreibt Ihre Einstellung zu MINT (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik) am besten?

- MINT spielt für mich keine Rolle und interessiert mich nicht.
- Ich finde MINT-Themen interessant, informiere mich aber nur gelegentlich darüber (wie z. B. Dokumentationen, Artikel oder Berichte).
- Ich bin aktiv an MINT interessiert und informiere mich regelmäßig über neue Entwicklungen (wie z.B. über neue Technologien, Umweltforschung, wissenschaftliche Veranstaltungen oder technologische Innovationen).

5.2 Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zur Bedeutung von MINT (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik) zu? (1 – stimme überhaupt nicht zu; 5 – stimme völlig zu)

- Kenntnisse in MINT sind wichtig, um die Welt von morgen zu verstehen und mitzugestalten.
- Kenntnisse in MINT helfen im Alltag, z.B. beim Verstehen von Technologien oder beim Lösen praktischer Probleme.

5.3 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Diese beschreiben mögliche Herausforderungen bei der Unterstützung Ihres Kindes in MINT (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik). (1 – stimme überhaupt nicht zu; 5 – stimme völlig zu)

- Ich habe nicht genug Zeit, mein Kind in MINT zu unterstützen.
- Ich fühle mich selbst nicht kompetent genug in MINT.
- Ich weiß nicht, welche Möglichkeiten und Angebote es für mein Kind in MINT gibt.
- MINT-Berufe passen nicht zu den Talenten meines Kindes.
- Mein Kind interessiert sich nicht für MINT.
- Ich finde MINT nicht wichtig für die Zukunft meines Kindes.
- Finanzielle oder organisatorische Hürden machen es schwer, MINT-Angebote zu nutzen.

5.4 Welche Eigenschaften verbinden Sie mit Berufen im MINT-Bereich (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik)? Bitte bewerten Sie, wie stark diese Eigenschaften Ihrer Meinung nach auf MINT-Berufe zutreffen. (1 – trifft überhaupt nicht zu; 5 – trifft völlig zu)

- Sichere Arbeitsstelle (z. B. hoher Kündigungsschutz)
- Hohes Einkommen
- Gute Aufstiegschancen
- Angesehene, anerkannte Karriere
- Viel Freizeit
- Interessante Arbeit
- Unabhängiges Arbeiten
- Viel Kontakt zu anderen
- Gesellschaftlich bedeutsame Arbeit
- Gute Gesundheits- und Sicherheitsbedingungen
- Genug Zeit für Familienverantwortung
- Möglichkeit, anderen zu helfen

5.5 Im Folgenden finden Sie einige Fragen zu möglichen Unterschieden zwischen Mädchen und Buben im MINT-Bereich - also in Fächern und Berufen wie Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik. Bitte verwenden Sie den Schieberegler, um Ihre Einschätzung zwischen Mädchen (links) und Buben (rechts) abzugeben. Sie müssen den Regler einmal bewegen, um eine Antwort abzugeben, auch wenn Sie die Mitte auswählen wollen. (0 – ganz klar Mädchen; 100 – ganz klar Buben)

- Wer eignet sich besser für eine Tätigkeit in einem MINT-Beruf?
- Wer findet eher die richtige Lösung für komplexe Probleme im MINT-Bereich (z. B. das Lösen eines mathematischen Problems, das Programmieren eines Spiels)?
- Wer hat mehr Freude daran, sich mit MINT-Aufgaben auseinanderzusetzen (z. B. Experimentieren, Erkunden und Beobachten, Tüfteln)?
- Wen nehmen Eltern als kompetenter in MINT-Schulfächern (z.B. Mathematik, Chemie, Biologie) wahr?
- Wen ermutigen Eltern eher dazu, eine Karriere im MINT-Bereich anzustreben?

5.6 Frauen sind generell seltener in MINT-Berufen tätig als Männer. Was denken Sie, wieso das so ist? Was ist, Ihrer Meinung nach, die beste Erklärung für diesen Unterschied? (Offene Antwort)

6. Video Information

Im nächsten Teil der Umfrage sehen Sie nun ein kurzes Video mit einer Dauer von ca. einer Minute. Es kann einige Sekunden dauern bis das Video lädt. Bitte schauen Sie es aufmerksam an – ein Weiterklicken ist erst nach Ablauf des Videos möglich.

Fähigkeiten-Video: Video Player

Sie haben gerade ein Video über die Fähigkeiten von Mädchen und Buben in MINT-Fächern gesehen. Die wichtigsten Punkte:

- Es gibt im Vorschulalter keine angeborenen Unterschiede in Mathematik – die Unterschiede entstehen u.a. durch gesellschaftliche Erwartungen.
- Selbstvertrauen und Interessen von Mädchen werden früh beeinflusst – durch Rollenbilder, Erziehung und Schule.
- Eltern können durch Ermutigung und Offenheit einen entscheidenden Beitrag leisten, damit alle Kinder ihr Potenzial in MINT entfalten.

Quelle: u.a., Hyde, J. S., Lindberg, S. M., Linn, M. C., Ellis, A. B., & Williams, C. C. (2008). Gender similarities characterize math performance. Science, 321(5888), 494-- 495.

Für unser Informationsmaterial sammeln wir Beispiele von Eltern. Stellen Sie sich vor, die Tochter eines befreundeten Elternpaares interessiert sich für Technik, traut sich aber nicht, sich für die HTL anzumelden, weil sie nicht sicher ist, ob sie gut genug ist. Haben Sie einen Vorschlag, wie die Eltern ihre Tochter ermutigen könnten? (Offene Antwort)

Karriere-Video: Video Player

Sie haben gerade ein Video über MINT-Berufe gesehen. Die wichtigsten Punkte:

- MINT-Berufe sind vielfältig, kreativ und teamorientiert – nicht einsam oder langweilig.
- Sie bieten spannende Aufgaben, gute Bezahlung und viele Zukunftschancen – für Frauen und Männer.
- Eltern können aktiv dazu beitragen, dass Kinder ihr Potenzial entdecken und neue Wege einschlagen.

Quelle: u.a., Rechnungshof (2024): Allgemeiner Einkommensbericht 2024. Bericht des Rechnungshofes. Reihe EINKOMMEN 2024/1. Wien.

Für unser Informationsmaterial sammeln wir Beispiele von Eltern. Stellen Sie sich vor, die Tochter eines befreundeten Elternpaares interessiert sich für Technik, ist sich aber unsicher, ob sie in einem technischen Beruf arbeiten möchte, weil sie nicht sicher ist, dass der Beruf abwechslungsreich genug ist. **Haben Sie einen Vorschlag, wie die Eltern ihre Tochter ermutigen könnten?** (Offene Antwort)

Kontroll Video: Video Player

Sie haben gerade ein Video über Konzentration und Lernverhalten bei Kindern gesehen. Die wichtigsten Punkte:

- Kinder lernen nicht weniger, weil sie faul sind, sondern weil ihr Gehirn sich noch entwickelt – besonders im Bereich Planung und Konzentration.
- Eltern können durch klare Routinen, realistische Erwartungen und strukturierte Lernumgebungen viel bewirken.
- Wertschätzung und Unterstützung helfen Kindern dabei, gesunde und nachhaltige Lerngewohnheiten zu entwickeln.

Quelle: u.a. OECD (2007). Understanding the Brain: the Birth of a Learning Science. Centre for Educational Research and Innovation.

Für unser Informationsmaterial sammeln wir Beispiele von Eltern. Stellen Sie sich vor, die Tochter eines befreundeten Elternpaares hat Schwierigkeiten, sich beim Lernen zu konzentrieren, und verliert deswegen die Motivation. **Haben Sie einen Vorschlag, wie die Eltern ihre Tochter ermutigen könnten?**

7. Video Ergebnisvariablen

Nun folgt noch eine Frage zu Ihren Berufswünschen für Ihre Tochter. Erneut bitten wir Sie, sich bei den folgenden Fragen auf Ihre älteste Tochter unter 20 Jahren zu beziehen.

7.1 Nachfolgend führen wir eine Auswahl an Berufen an, welche laut Arbeitsmarktservice (AMS) als Zukunftsberufe gelten. Finden Sie, Ihre Tochter sollte einen Beruf in den folgenden Bereichen anstreben? (1 – stimme überhaupt nicht zu; 5 – stimme völlig zu)

- Gesundheit und Pflege (Beispiele: Pflegeassistentin, Pflegefachassistentin, Medizinische Fachassistentin)
- Pädagogik und Soziales (Beispiele: Sozialpädagogin, Elementarpädagogin)
- IT (Beispiele: Informatikerin, Programmiererin)
- Kaufmännischer Bereich – Schwerpunkt Digitalisierung (Beispiele: E-Commerce-Kauffrau, EDV-Kauffrau)
- Umweltbereich (Beispiele: Umweltbeauftragte, Umwelttechnikerin)

Im letzten Abschnitt stellen wir Ihnen noch ein paar Fragen zu Aktivitäten mit Ihrer Tochter. Dieser Abschnitt enthält auch Fragen, bei denen Sie Gutscheine für gemeinsame Aktivitäten gewinnen können. Erneut bitten wir Sie, sich bei den folgenden Fragen auf Ihre älteste Tochter unter 20 Jahren zu beziehen.

7.2 Stellen Sie sich vor, Sie erhalten einmalig 500 € zur Investition in die außerschulische Bildung Ihrer Tochter. Wie würden Sie dieses Budget auf die folgenden Aktivitäten aufteilen? Die Gesamtaufteilung muss 500 € ergeben.

- Sport – Sportvereine, Teilnahme an Wettkämpfen, Tanzgruppen, Outdoor-Aktivitäten: _____
- Kunst und Kultur – Musikunterricht, Theatergruppen, Malen, Fotografieren, Schauspiel, Tanz: _____
- Wissenschaft und Technik – MINT-Clubs, Teilnahme an Wettbewerben oder Workshops: _____
- Sprache – Fremdsprachenunterricht: _____
- Gesamt: _____

Gewinnspiel 

Sie können nun zwischen einem Geldbetrage (ausbezahlt in Panelpunkten) und einem 180 €-Gutschein für ein einwöchiges Online-Sommercamp für Ihre Tochter wählen. Wichtig: Am Ende der Umfrage werden 20 Personen zufällig ausgewählt – und eine Ihrer Entscheidungen wird tatsächlich umgesetzt.

Informationen zum Sommercamp:

- **Anbieter:** RoboManiac (österreichischer Anbieter für hochwertige Programmierkurse)
- **Zielgruppe:** Kinder und Jugendliche
- **Ziel:** Interesse an MINT-Fächern wecken & digitale Kompetenzen fördern
- **Beispielkurs:** „Erste Spiele programmieren mit Scratch“
- **Dauer:** 1 Woche (Mo–Fr), täglich 9:00–11:30 Uhr
- **Inhalte:** Eigene Computerspiele gestalten & programmieren
- **Schwerpunkte:** Technisches Verständnis, logisches Denken, Teamarbeit

In der nächsten Aufgabe sehen Sie mehrere Entscheidungssituationen. Jedes Mal können Sie wählen zwischen: einem Geldbetrag (dieser variiert) dem Gutschein im Wert von 180 €. Bitte wählen Sie jeweils die Option, die Sie persönlich bevorzugen. Es gibt keine richtigen oder falschen Antworten. Auszahlung: Wenn Sie zu den ausgelosten Personen gehören, wird eine Ihrer Entscheidungen ausgewählt und ausbezahlt: Sie haben den Geldbetrag gewählt. → Sie erhalten den gewählten Geldbetrag in Panelpunkten. Sie haben den Gutschein gewählt. → Sie erhalten den Camp-Gutschein per E-Mail.

Rechtlicher Hinweis:

- *Organisator: ForscherInnen der Universität Innsbruck, Stavanger und der Wirtschaftsuniversität Wien*
- *Teilnahmekriterien: Alle TeilnehmerInnen, die diese Umfrage vollständig ausfüllen, sind zur Teilnahme am Gewinnspiel berechtigt.*
- *Dauer: GewinnerInnen werden am Ende der Umfrage zufällig ausgewählt und innerhalb von 4 Wochen benachrichtigt. Nach Abschluss der Umfrage wird die Umfragefirma über die GewinnerInnen informiert und mit der Auszahlung beauftragt.*
- *Details zum Gewinn: Ein Gutschein im Wert von €180 für ein einwöchiges Online-Sommercamp oder Panelpunkte im Wert von zwischen 0 und 200 Euro, je nach zufälliger Ziehung und Entscheidung der TeilnehmerInnen.*
- *Gewinnziehung: Am Ende der Umfrage werden TeilnehmerInnen für den Gewinn ausgewählt.*
- *Disqualifizierungsregeln: Keine (es muss nur die Umfrage vollständig ausgefüllt werden).*
- *Haftung und Widerrufsrecht: Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Es steht den TeilnehmerInnen frei den Erhalt des Preises abzulehnen.*
- *Datenschutzhinweis: Es werden von uns keine zusätzlichen Daten für dieses Gewinnspiel erhoben. Die Abwicklung läuft über die Umfragefirma.*

7.3 Ihre Entscheidung: Die folgende Tabelle zeigt alle Entscheidungssituationen. In jeder Zeile wählen Sie zwischen zwei Alternativen: Wenn Sie Barauszahlung bevorzugen, wählen Sie "Panelpunkte in Euro". Wenn Sie stattdessen den Gutschein bevorzugen, wählen Sie "Gutschein im Wert von 180" Euro. Bitte treffen Sie in jeder Zeile eine Entscheidung.

	Panelpunkte in Euro	Gutschein im Wert von 180 Euro
0 Euro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
50 Euro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
100 Euro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
110 Euro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
120 Euro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
130 Euro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
140 Euro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
150 Euro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
160 Euro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
170 Euro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
180 Euro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
190 Euro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
200 Euro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7.4 Bitte geben Sie an, ob Sie am Gewinnspiel teilnehmen möchten und für die Verlosung berücksichtigt, werden möchten. Sollten Sie unter den GewinnerInnen sein, werden Sie innerhalb von 4 Wochen benachrichtigt.

- Ja
- Nein

7.5 Stellen Sie sich vor, Sie verbringen einen Tag mit Ihrer Tochter in Wien und können ein Museum gratis besuchen. Für welche der folgenden Optionen würden Sie sich entscheiden?

- **Technisches Museum** Familien können die Welt der Technik erleben, mit interaktiven Ausstellungen und Experimentierstationen.
- **Naturhistorisches Museum** Familien können die Natur entdecken, mit Ausstellungen zu Dinosauriern, Fossilien und der Venus von Willendorf
- **Kunsthistorisches Museum** Familien können Kunst und Geschichte entdecken, mit Ausstellungen zu Gemälden, Skulpturen und historischen Objekten.
- **Haus der Musik** Familien können Musik erleben, mit interaktiven Ausstellungen und Klangexperimenten.

7.6 Sind Sie bereit, uns mehr über Ihre Erfahrungen und die Herausforderungen in Bildungs- und Berufsorientierung zu erzählen? Wir sammeln zudem Ideen, wie man Kinder für MINT begeistern kann? Ihr Feedback hilft uns, bessere Programme und Angebote für Familien zu entwickeln.

- ja
- nein

7.7 Welche Erfahrungen (z.B. Herausforderungen oder positive Erlebnisse) haben Sie in Zusammenhang mit der Bildungs- und Berufsorientierung Ihrer Tochter gemacht? Schreiben Sie nur so viel, wie Sie möchten – Ihr Feedback unterstützt uns dabei, Eltern und Familien besser zu verstehen und gezielter zu unterstützen. (Offene Antwort)

7.8 Viele Eltern wünschen sich mehr Infos und Ideen, um ihre Kinder für (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik) zu begeistern. Was würde Ihnen helfen/Was würden Sie brauchen, um Ihre Kinder besser zu unterstützen? (Offene Antwort)

8. Abschlussfragen

8.1 Wir haben Ihnen vor wenigen Minuten ein Video gezeigt. Können Sie sich noch erinnern, welche Aufforderung am Ende des Videos ausgesprochen wurde?

- Chemieolympiade: *Ermöglichen Sie Ihr Kind – ob Tochter oder Sohn - Herausforderungen in Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften oder Technik anzunehmen.*
- Berufsmesse: *Zeigen Sie Ihrem Kind – ob Tochter oder Sohn – dass MINT die perfekte Berufswahl sein kann – spannend, gut bezahlt und voller Chancen!*
- Lernzeit: *Etablieren Sie feste Routinen, fördern Sie die Konzentration und würdigen Sie die Anstrengungen Ihres Kindes, um nachhaltige Lerngewohnheiten aufzubauen.*
- Das Video konnte nicht abgespielt werden.
- Ich weiß es nicht.

8.2 Wie vertrauenswürdig fanden Sie den Inhalt des bereitgestellten Informationsvideos?

- überhaupt nicht vertrauenswürdig
- wenig vertrauenswürdig
- weder noch
- eher vertrauenswürdig
- sehr vertrauenswürdig

8.3 Vielen Dank für die Teilnahme an dieser Umfrage! Falls Sie noch Anmerkungen haben, die Sie gerne mit uns teilen möchten, schreiben Sie diese bitte in das Feld. Abschließend klicken Sie bitte auf den Pfeil, um die Umfrage zu beenden. (Offene Antwort)

ANHANG 3: Folgeumfrage - Linkfrage

Am Ende der Folgeumfrage stellten wir Eltern Links zu weiterführenden Informationen über MINT-Ausbildung und -Berufe bereit und erfassten, ob sie diese nutzten. Die Klicks dienen als Verhaltensmaß: Sie zeigen, ob Eltern über bloße Einstellungen hinaus aktiv nach zusätzlicher Information suchen.

Frage:

Bei einer früheren Befragung haben Sie angegeben mindestens ein Kind zu haben. KI stellt eine Herausforderung aber auch Möglichkeit für den zukünftigen Arbeitsmarkt dar. Wir haben daher Informationsmaterial über MINT-Berufs- und Bildungswege für Ihre Kinder gesammelt.

Sie können einfach auf die folgenden Links (blau hinterlegt) klicken – sie öffnen sich in einem neuen Fenster oder Tab.

[Schulen mit MINT Fokus](#)

Finden Sie Schulen in Österreich, die einen besonderen Schwerpunkt auf Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik (MINT) legen.

[Lehrberufen im MINT Bereich - lehrlingsportal.at](#)

Informieren Sie sich über Lehrberufe für Jugendliche in technischen und naturwissenschaftlichen Bereichen.

[Studiengänge in Österreich - studienwahl.at](#)

Eine umfassende Plattform zur Studienwahl in ganz Österreich – mit Filterfunktionen nach Interessen, Studienfeldern und Hochschularten.

[AMS Berufskompass](#)

Das Online-Tool des AMS unterstützt Jugendliche und Eltern dabei, passende Berufsperspektiven zu entdecken.

ANHANG 4. Skripte Videos

1. Fähigkeiten-Video:

Mädchen sind weniger begabt in Mathematik? Wirklich nicht!

Viele Eltern glauben, dass Mädchen in Mathematik einfach weniger begabt sind als Buben. Aber das ist nicht so! Die Realität sieht anders aus: Viele Jahre an Forschung zu Geschlechterunterschieden in Mathematik zeigen, dass es bei Kindern im Vorschulalter keinen Unterschied in der Fähigkeit mathematische Aufgaben zu lösen gibt.

Warum ist das wichtig? Ganz einfach: Weil nicht das Können den Unterschied macht, sondern gesellschaftliche Erwartungen und damit verbundene Unterschiede wie Mädchen und Buben behandelt werden. Eltern, Lehrpersonen und Gesellschaft beeinflussen, wie sich diese Fähigkeiten weiterentwickeln. Schon früh nehmen Mädchen wahr, was man ihnen (nicht!) zutraut – und passen ihr Selbstvertrauen und ihre Interessen oft unbewusst daran an. Das erklärt auch wieso man bei standardisierten Mathematiktests in höheren Schulstufen in manchen Länder Unterschiede zwischen Mädchen und Buben findet und in anderen nicht.

Es liegt aber nicht an den Genen, sondern an den Chancen, die wir unseren Kindern geben. Wenn Mädchen genauso die Möglichkeit haben, sich in Mathematik oder Informatik, Naturwissenschaften und Technik zu beweisen wie Buben, können sie genauso erfolgreich sein.

☞ Sie können helfen, den Unterschied zu machen! Ermutigen Sie Ihr Kind, Herausforderungen in Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften oder Technik anzunehmen. Fördern Sie seine Neugier. Zeigen Sie ihm, dass es in diesen Bereichen gut sein kann.

Link: https://youtu.be/8Hf8_glTA6Y

2. Karriere-Video:

MINT-Berufe einsam und langweilig? Wirklich nicht!

Viele Eltern glauben, dass man in einem MINT-Beruf den ganzen Tag alleine an langweiligen Problemen arbeitet. Aber das ist nicht so! Die Realität sieht anders aus: MINT-Berufe sind alles andere als langweilig und einsam. ForscherInnen arbeiten in kreativen, vielfältigen Teams und tragen aktiv zu gesellschaftlich relevanten Themen wie Klimaschutz oder Gesundheit bei. Studien zeigen ebenfalls, dass die Mehrheit der MINT-Berufe Teamarbeit erfordern – Innovation entsteht gemeinsam, nicht allein.

Warum ist das wichtig? Ganz einfach: MINT-Berufe bieten nicht nur spannende Aufgaben, die Möglichkeit aktiv Zukunft mitzugestalten und gesellschaftlich etwas zu bewirken, sondern auch attraktive Karrieremöglichkeiten. Laut einem aktuellen Bericht des Rechnungshofs liegt die Energie – ein klassisches MINT-Feld – beim MedianJahreseinkommen auf Platz 1 aller Wirtschaftsbereiche. Zudem wächst die Nachfrage durch den Fachkräftemangel – MINT-Berufe bieten immer mehr Chancen, für Frauen wie für Männer.

Es liegt also nicht an der Natur der Berufe, sondern an den Vorstellungen, die wir von ihnen haben. MINT-Berufe sind vielfältig und bieten tolle Möglichkeiten.

☞ Sie können helfen, den Unterschied zu machen! Zeigen Sie Ihrem Kind – ob Tochter oder Sohn-, dass MINT die perfekte Berufswahl sein kann – spannend, gut bezahlt und voller Chancen!

Link: https://youtu.be/7njQey8_ial

3. Neutrales Video:

Kinder wollen nicht lernen? Wirklich nicht!

Viele Eltern glauben, dass Kinder Ihre Hausübungen nicht machen, weil sie nicht lernen wollen. Aber das ist nicht so! Die Realität sieht anders aus. Das Gehirn entwickelt sich schrittweise, und die Fähigkeit zu planen und sich zu konzentrieren ist erst mit etwa 25 Jahren vollständig ausgereift. Deshalb handeln Kinder oft impulsiver und haben Schwierigkeiten mit der Planung

Ganz einfach: Weil die Konzentrationsfähigkeit eines Kindes beeinflusst, wie viel es lernt. Eltern können helfen, indem sie klare Routinen schaffen, realistische Erwartungen setzen und ihr Kind ermutigen. Ablenkungen begrenzen, strukturierte Pausen einplanen und gemeinsam kleine, erreichbare Ziele setzen – all das kann das Lernen zu Hause erleichtern.

Es liegt also nicht daran, dass Kinder nicht lernen wollen, sondern daran, dass ihr Gehirn noch nicht vollständig entwickelt ist.

☞ Sie können Ihr Kind unterstützen! Etablieren Sie feste Routinen, fördern Sie die Konzentration und würdigen Sie die Anstrengungen Ihres Kindes, um nachhaltige Lerngewohnheiten aufzubauen

Link: <https://youtu.be/kS2XTW4pePE>

ANHANG 5. Erklärung Zahlungsbereitschaft

In einer Teilstichprobe (Marktforschungsinstitut) kam die sogenannte *Multiple-Preislisten-Methode* zum Einsatz: Eltern mussten insgesamt 13-Mal zwischen zwei Optionen wählen: einen Gutschein für ein Programmier-Sommerncamp für Kinder und Jugendliche oder einen Geldbetrag zu erhalten, der schrittweise von 0 € bis 200 € anstieg.

Funktionsweise: In der ersten Zeile entscheiden Eltern zwischen dem Gutschein und 0 €, in der zweiten zwischen dem Gutschein und 50 € und so weiter bis 200 €. Dadurch lässt sich feststellen, ab welchem Geldbetrag Eltern den Gutschein nicht mehr wählen würden – und somit wie viel ihnen das MINT-Angebot tatsächlich wert ist.

Warum diese Methode?

- Sie zwingt Eltern, wiederholt eine klare Entscheidung zwischen Sachleistung (Gutschein) und Geld zu treffen.
- Dadurch wird eine implizite Zahlungsbereitschaft sichtbar, die über bloße Meinungsäußerungen hinausgeht.
- Wir erhalten damit ein objektiveres Maß für die Attraktivität von MINT-Angeboten und können Unterschiede zwischen Gruppen (z. B. Väter/Mütter, Bildungsniveau) besser vergleichen.

Anmerkung: Wechselt jemand von Geld auf Gutschein, so wird diese Person von der Analyse ausgeschlossen, da dies eine inkonsistente Entscheidung darstellt