

Westerholt, Nina [Hrsg.]; Lenz, Laura [Hrsg.]; Stehling, Valerie [Hrsg.]; Isenhardt, Ingrid [Hrsg.]
Beratung und Mentoring im Studienverlauf. Ein Handbuch

Münster ; New York : Waxmann 2018, 142 S.



Quellenangabe/ Reference:

Westerholt, Nina [Hrsg.]; Lenz, Laura [Hrsg.]; Stehling, Valerie [Hrsg.]; Isenhardt, Ingrid [Hrsg.]: Beratung und Mentoring im Studienverlauf. Ein Handbuch. Münster ; New York : Waxmann 2018, 142 S. - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-165637 - DOI: 10.25656/01:16563

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-165637>

<https://doi.org/10.25656/01:16563>

in Kooperation mit / in cooperation with:



WAXMANN
www.waxmann.com

<http://www.waxmann.com>

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.
Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.
This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

Nina Westerholt, Laura Lenz,
Valerie Stehling, Ingrid Isenhardt (Hrsg.)

Beratung und Mentoring im Studienverlauf

Ein Handbuch



WAXMANN

Nina Westerholt, Laura Lenz,
Valerie Stehling, Ingrid Isenhardt (Hrsg.)

Beratung und Mentoring im Studienverlauf

Ein Handbuch



Waxmann 2018
Münster • New York

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Print-ISBN 978-3-8309-3775-3

E-Book-ISBN 978-3-8309-8775-8

© Waxmann Verlag GmbH, 2018

www.waxmann.com

info@waxmann.com

Umschlaggestaltung: Anne Breitenbach

Umschlagbild: Dana Schmidt, Aachen

Satz: Stoddart Satz- und Layoutservice, Münster

Druck: Hubert & Co., Göttingen

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier,
säurefrei gemäß ISO 9706



Printed in Germany

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, verboten.

Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Lesehilfe – How to

Liebe Leserin, lieber Leser,

Ziel dieses Handbuches ist es, an Studienverlaufsmentoring Interessierten ein schneller und unkomplizierter Wegweiser zu sein. Zur besseren Lesbarkeit ist dieses Buch deshalb thematisch mit Lesehilfen in Form von Icons gekennzeichnet. Somit wird es Lesenden erleichtert, genau die Information zu finden, nach der sie suchen. Im Folgenden sind die verwendeten Symbole, die sich stets am Seitenrand neben den zugehörigen Absätzen befinden, erklärt:



Dieses Logo weist auf wissenschaftliche Theorie hin. Es werden die Fundamente von Beratung im Studienverlauf beleuchtet, sodass Handlungsempfehlungen und bestehende Strukturen der beschriebenen Projekte besser nachvollziehbar sind.



Dieses Logo weist auf empirische Ergebnisse wissenschaftlicher Forschung hin. Dabei können die Resultate auf den Studien der Autorinnen und Autoren basieren, jedoch auch die Arbeit Dritter sein. Die Zugehörigkeit entnehmen Sie bitte den Referenzen.



Die Sprechblase deutet auf die Notwendigkeit der Kommunikation mit anderen Parteien hin. Dies kann sowohl projektintern als auch -extern geschehen. Auf diese Weise markierte Abschnitte enthalten darüber hinaus Hinweise, mit wem Vernetzung sinnvoll ist und worauf bei der Interaktion zu achten ist.



Das Zahnrad weist auf Abschnitte hin, die sich mit der passgenauen Implementierung eines Studienverlaufsmentoring innerhalb der Hochschule beschäftigen. Diese enthalten Hinweise, wie ein zusätzliches Angebot in die Organisation eingebettet und thematische Ausrichtungen festgelegt werden können.



Zeigt der Daumen nach oben, so berichten die Autorinnen und Autoren über Tipps und Tricks, die sich in ihrer persönlichen Erfahrung bewährt haben. Es liegt im Ermessen der Lesenden, ob die positiven Erfahrungen der Autorinnen und Autoren auch im eigenen Vorhaben Anwendung finden können.



Vorsicht! Wann immer das Ausrufzeichen einen Absatz markiert, berichten die Autorinnen und Autoren über Stolpersteine, die ihnen in ihrem beruflichen Alltag begegnet sind. Hierbei kann es sich um organisatorische, inhaltliche, aber auch personelle Fallstricke handeln. Es obliegt wieder den Lesenden zu bewerten, ob diese Stolpersteine für das eigene Vorhaben relevant sein können.



Dieses Logo weist auf ein Praxisbeispiel hin, welches den Abläufen und Erfahrungen der Studienverlaufsberatung der Hochschule Niederrhein entspringt. Es handelt sich um eine Fachhochschule, daher sind die Beispiele insbesondere für Interessierte an Institutionen mit ähnlichem organisationalen Hintergrund interessant.



Das RWTH-Logo markiert hingegen Praxisbeispiele, die dem Aache-ner Mentoring Modell der RWTH Aachen und somit einer großen Universität entspringen. Diese in erster Linie ingenieurwissenschaftlich bzw. naturwissenschaftlich orientierte Institution kann als Beispiel für ähnlich strukturierte Organisationen fungieren.



Unter diesem Symbol werden die wichtigsten Punkte eines jeden Unterkapitels in Form von Handlungsempfehlungen zusammengefasst. So können auch eilige Leser und Leserinnen schnell einen Überblick finden, was es bei der Planung und Implementierung eines Studienverlaufsmentorings zu bedenken gilt.

Wir hoffen, dass Ihnen dieses Buch bei Ihrem Vorhaben weiterhilft, und wünschen viel Freude beim Lesen.

Nina Westerholt, Laura Lenz, Valerie Stehling & Ingrid Isenhardt
(stellvertretend für alle an diesem Werk beteiligten Autorinnen und Autoren)

Inhalt

1. Einleitung	11
<i>Nina Westerholt, Laura Lenz, Valerie Stehling</i>	
2. Begriffsklärung	15
<i>Valerie Stehling, Nina Westerholt, Laura Lenz</i>	
2.1 Begriffseinordnung	15
2.2 Studienverlaufsmessaging, Studienverlaufsberatung und Aachener Mentoring Modell	17
2.2.1 Studienverlaufsmessaging.....	17
2.2.2 Unterschiede zwischen Hochschule Niederrhein und RWTH Aachen.....	19
3. Gesellschaftspolitische und hochschulspezifische Motivation	21
<i>Nina Westerholt, Valerie Stehling, Laura Lenz</i>	
3.1 Gesellschaftspolitische Motivation für Studienverlaufsmessaging.....	21
3.2 Hochschulspezifische Motivation für Studienverlaufsmessaging	23
4. Beratung	29
4.1 Theoretischer Beratungsansatz.....	29
<i>Sandra Dölling-Trapp, Nadine Garrido Mira</i>	
4.2 Beraterinnen und Berater im Studienverlaufsmessaging	34
<i>Laura Lenz, Valerie Stehling, Nina Westerholt</i>	
4.3 Studentische Beratungsangebote im Studienverlauf	36
<i>Heidemarie Wittau, Nina Westerholt, Nadine Di Blasi, Rick Heß</i>	
4.3.1 Studentische Partizipation in der Beratung.....	36
4.3.2 Infotutorium	38
4.3.3 Peer-Beratung	41
4.4 Mögliche Zielgruppen	44
<i>Laura Lenz, Désirée Krüger</i>	
4.4.1 Wenn der Studienabschluss gefährdet ist: Studienzweifel, Langzeitstudium und Prüfungswiederholung.....	45
4.4.2 Beratung besonders begabter Studierender	46
4.4.3 Häufigkeit der Beratungskontakte	47
4.5 Teilnehmende und Beratungsanlässe	49
<i>Désirée Krüger, Konstantin Dedesko, Laura Lenz</i>	
4.5.1 Studienverlaufsberatung (Hochschule Niederrhein).....	49
4.5.2 Aachener Mentoring Modell (RWTH)	56
4.5.3 Grenzen der Erhebungen und Fazit	60

4.6	Kritische Studienanforderungen durch Studienverlaufsmentoring bewältigen	61
	<i>Nina Westerholt</i>	
4.6.1	Definition Enkulturation.....	61
4.6.2	Kritische Studienanforderungen	61
4.6.3	Studienverlaufsmentoring als Unterstützung bei der Bewältigung kritischer Studienanforderungen	63
4.6.4	Grenzen der Enkulturationsunterstützung.....	66
4.6.5	Studierende als Multiplikatoren	66
5.	(Projekt-)Management	69
5.1	Organisatorische Verankerung in der Hochschule.....	69
	<i>Stefanie Kutsch, Valerie Stehling</i>	
5.1.1	Organisatorische Verankerung an der Hochschule Niederrhein	70
5.1.2	Organisatorische Verankerung an der RWTH Aachen	71
5.2	Vernetzung	73
	<i>Nina Westerholt, Laura Lenz</i>	
5.2.1	Vernetzung als Erfolgsfaktor	73
5.2.2	Projektinterne Vernetzung.....	74
5.2.3	Hochschulinterne Vernetzung.....	76
5.2.4	Externe Vernetzung	78
5.3	Anforderungsprofile an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	80
	<i>Sandra Dölling-Trapp, Laura Lenz</i>	
5.3.1	Das Anforderungsprofil der Studienverlaufsberaterinnen und Studienverlaufsberater an der Hochschule Niederrhein	80
5.3.2	Das Anforderungsprofil im Aachener Mentoring Modell.....	82
5.3.3	Zusammenführung des Anforderungsprofils.....	85
5.4	Weiterbildung im Studienverlaufsmentoring	86
	<i>Désirée Krüger, Laura Lenz</i>	
5.4.1	Weiterbildung on demand – Hochschule Niederrhein	87
5.4.2	Weiterbildungsprogramm an der RWTH Aachen.....	90
5.5	Projekterfolg durch Finanzcontrolling sichern	92
	<i>Sylvia Sandmann, Valerie Stehling, Meike Hamacher, Sandra Dölling-Trapp</i>	
6.	Marketing und Ansprache der Studierenden.....	95
6.1	Marketingkanäle und Give-aways	95
	<i>Laura Lenz, Stefanie Kutsch</i>	
6.2	Frühwarnsysteme im Studienverlaufsmentoring	111
	<i>Sandra Dölling-Trapp, Laura Lenz</i>	

7.	Dokumentation und Evaluation	115
7.1	Dokumentation der Beratungsgespräche	115
	<i>Elena Dommus, Désirée Krüger</i>	
7.1.1	Funktion der Dokumentationsarbeit.....	115
7.1.2	Aussagekraft der Ergebnisse	116
7.1.3	Ratsuchende zur Dokumentation motivieren	118
7.1.4	Umgang mit fehlenden Ergebnissen.....	118
7.1.5	Dokumentationsform	119
7.2	Evaluation der Gespräche durch Ratsuchende	122
	<i>Laura Lenz, Ursula Korsten</i>	
7.3	Vereinbarkeit mit Datenschutz und Personalrat.....	123
	<i>Ursula Korsten, Laura Lenz</i>	
7.4	Studienverlaufsmentoring als Baustein der ‚Lernenden Hochschule‘	125
	<i>Valerie Stehling</i>	
8.	Fazit	129
	<i>Valerie Stehling, Nina Westerholt, Laura Lenz</i>	
	Anhang	133
	Abbildungsverzeichnis	141
	Tabellenverzeichnis	142

1. Einleitung

Nina Westerholt, Laura Lenz, Valerie Stehling

Hintergrund

Diversität fordert Hochschulen heraus (Bargel, 2015, S. II-III): Unterschiede sollen als Chancen gesehen und genutzt werden, um Gesellschaft und Wissenschaft weiterzuentwickeln (Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes NRW, 2016). Deswegen stehen ‚First Generation‘-Studierende ebenso wie Studierende mit Kindern, mit Pflegeaufgaben, mit Krankheiten und Behinderungen, Berufstätige wie auch beruflich qualifizierte zunehmend im Fokus der Hochschulen. An Beraterinnen und Berater, Lehrende sowie den Hochschulbetrieb stellen die gestiegene Zahl an Hochschulzugangsberechtigten und somit heterogenen Studienzugängen sowie diversifizierte Lebensrealitäten neue Anforderungen (Bülow-Schramm, 2015).

Seit 2011 fördert das Bundesministerium für Bildung und Forschung Hochschulen im Rahmen des ‚Qualitätspakts Lehre‘ deutschlandweit Projekte, die das Ziel verfolgen, die allgemeinen Studienbedingungen zu verbessern. Zahlreiche dieser Projekte beinhalten unter anderem Angebote zur individuellen und kontinuierlichen Beratung im Studienverlauf. Diese stellt ein wichtiges Tool dar, um der starken Diversität an Hochschulen gerecht zu werden und studentische Anliegen aus erster Hand zu erfassen und ggf. Hochschulstrukturen entsprechend zu optimieren (Bargel, 2015).

Zwei Hochschulen, die solche Angebote zur individuellen Begleitung von Studierenden fest in ihr Beratungsangebot aufgenommen haben, sind die Hochschule Niederrhein (HN) und die RWTH Aachen University (RWTH). Seit einigen Jahren sind die Projekte ‚Studienverlaufsberatung‘ (HN) und ‚Aachener Mentoring Modell‘ (RWTH) eng miteinander vernetzt. Das vorliegende Handbuch ist im Rahmen dieser Kooperation entstanden. Da die Programme zwar unterschiedliche Namen tragen, inhaltlich jedoch eine sehr ähnliche Ausrichtung verfolgen, verständigte sich die Kooperation auf den gemeinsamen Ausdruck ‚Studienverlaufsmentoring‘ (SVM). Ziel des Studienverlaufsmentoring an beiden Standorten ist die kontinuierliche und individuelle Beratung und Betreuung aller Studierenden der Hochschule im gesamten Studienverlauf und die konsequente Rückführung der Ergebnisse in die Hochschule zur kontinuierlichen Verbesserung der Angebote und Strukturen. Studienverlaufsmentoring eröffnet die Möglichkeit heterogene Studierende individuell zu unterstützen und somit deren Studienerfolg gezielt zu fördern.

Das Buch umfasst sowohl die Anliegen einer Fachhochschule als auch einer Universität und berücksichtigt die Besonderheiten von Hochschulen verschiedener Größen und mit unterschiedlichen Zielgruppen. Die Autorinnen und Autoren verfügen über jahrelange Erfahrung in der Konzeption, Aufbau, Implementierung und Durchführung eines Studienverlaufsmentoring. Darüber hinaus profitiert die Leserschaft von der Vernetzung und Ver-

knüpfung verschiedener Perspektiven und Akteure (zentrale und dezentrale Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Leitungs- und Mitarbeiterbene, Verwaltung und Wissenschaft).

Die Kapitel sind dabei größtenteils so aufgebaut, dass auf eher allgemeingültige oder transferierbare Informationen Praxisbeispiele der Hochschule Niederrhein (HN) und der RWTH Aachen (RWTH) folgen. Diese zeigen jeweils die konkrete Ausgestaltung an den einzelnen Hochschulen und machen so deutlich, dass es nicht darum geht, die ‚eine richtige‘ Lösung zu zeigen, sondern dafür zu sensibilisieren, dass die Ausgestaltung sich nah an der Kultur und den Strukturen der jeweiligen Hochschule orientiert und somit divergieren kann.

Ziel und Zielgruppe

Mit diesem Buch verfolgen die Herausgeberinnen zwei zentrale Interessen: Zum einen dient das Handbuch als Hilfestellung bei der Einrichtung eines studienbegleitenden Beratungsangebotes. Darüber hinaus wird eine wissenschaftliche Grundlage für das ‚neue‘ Format Studienverlaufsmentoring gelegt und dieses somit professionalisiert.

Dieses Handbuch bietet den Lesenden Informationen zum gesamten Ablauf und der vielschichtigen Organisation von Beratung und Mentoring im Studienverlauf. Es handelt sich um ein Fachbuch, in dem besonderer Wert auf die Verknüpfung von Theorie und Praxis gelegt wird.

Das Buch richtet sich an alle Personen, die sich für Beratung und Mentoring im Studienverlauf interessieren. Das können Beraterinnen, Berater und Beratungseinrichtungen sowie die Führungsebenen in Hochschulen sein, die ein Studienverlaufsmentoring aufbauen wollen oder Impulse für bestehende Beratungsangebote suchen. Weiterhin richtet sich das Handbuch an Professorinnen und Professoren, Dekaninnen und Dekane, die sich fragen, wie sie ihre Studierenden im Studienverlauf (noch mehr) unterstützen können bzw. welchen Problemen ihre Studierenden im Studienverlauf begegnen.

Das Handbuch adressiert sowohl Fachhochschulen als auch Universitäten, da beide Perspektiven mit ihren sowohl inhaltlichen als auch organisatorisch-strukturellen Gemeinsamkeiten und Unterschieden berücksichtigt werden. Dabei bietet es eine wissenschaftliche und praxisorientierte Anleitung zum Aufbau oder zur Optimierung eines Studienverlaufsmentorings oder eines vergleichbaren Angebots. Es werden konzeptionelle und organisatorische Fragen behandelt, die Vorbereitung und Umsetzung besprochen sowie Best-Practice-Beispiele und Herausforderungen bestehender Formate genannt. Weiterhin findet die Leserin/der Leser Forschungsergebnisse sowie Methoden zur Evaluation und Qualitätsbewahrung von Studienverlaufsmentoring.

Aufbau des Buches

Das Werk begleitet die an Beratung und Mentoring im Studienverlauf interessierte Leserschaft von der Idee oder dem Wunsch eines Beratungsformates bis hin zur Implementierung. Zu Beginn wird der Begriff Studienverlaufsmentoring definiert, indem zuerst eine generelle Begriffseinordnung und somit Abgrenzung stattfindet. Danach wird das Kooperationskonzept Studienverlaufsmentoring vorgestellt sowie die Unterschiede der Angebote zwischen HN und RWTH beleuchtet (Kapitel 2). Im Anschluss werden die gesellschaftspolitische und hochschulspezifische Motivation für Studienverlaufsmentoring vorgestellt (Kapitel 3).

Das Thema Beratung wird ausführlich im Kapitel 4 behandelt. SVM basiert auf einem ressourcen- und lösungsorientierten Beratungsansatz. Verschiedene Personengruppen können als SVM-Beraterinnen und -Berater in Frage kommen, wobei ein besonderer Fokus auf studentische Beratung im Studienverlauf gelegt wird. Die Zielgruppe des SVM besteht aus allen Studierenden aller Fachbereiche in allen Semestern. Ein besonderes Augenmerk liegt auf Studierenden in der Studieneingangsphase, Studierende mit sehr guten Noten, mit sehr wenigen Kreditpunkten, Studierende im Drittversuch oder Studierenden, die die Regelstudienzeit deutlich überschritten haben. Die Zielgruppen, Teilnehmenden und Beratungsanlässe werden basierend auf den Forschungsergebnissen der beiden Hochschulen beschrieben. Das Kapitel schließt mit der Darstellung, wie kritische Studienanforderungen durch Studienverlaufsmentoring bewältigt werden können.

(Projekt-)Management und Koordination sind wichtige Aufgabenbereiche, um erfolgreich ein SVM zu realisieren. Daher widmet sich Kapitel 5 der organisatorischen Verankerung eines SVM in der Hochschule. Vernetzung zu internen und externen Partnern ist essentiell für SVM, weswegen die Leserin/der Leser Hinweise und Tipps in diesem Kapitel dazu findet. Darüber hinaus werden die Themen Personal sowie Finanzplanung und -steuerung behandelt.

Der Erfolg eines SVM hängt auch von seiner Bekanntheit ab. In Kapitel 6 werden daher unterschiedliche Marketingformate sowie mögliche Kommunikationskanäle vorgestellt. Eine Besonderheit stellen hierbei persönliche schriftliche Einladungen als ein Frühwarnsystem für Studierende dar, auf das ein Fokus gelegt wird.

Die Dokumentation und die Evaluation von Gesprächen sind unabdingbar, um ein kontinuierliches Qualitätsmanagement zu gewährleisten. Dadurch wird das SVM im Sinne eines Lernenden Systems stetig weiterentwickelt und an aktuelle Entwicklungen angepasst. Kapitel 7 widmet sich aus diesen Gründen der Dokumentation und Evaluation unter Berücksichtigung datenschutz- und personalrechtlicher Fragen. Nicht zuletzt wird erörtert, unter welchen Voraussetzungen ein Studienverlaufsmentoring als Baustein der ‚Lernenden Hochschule‘ fungieren kann.

Literatur

- Bargel, T. (2015): Studieneingangsphase und heterogene Studierendenschaft – neue Angebote und ihr Nutzen. In: Hefte zur Bildungs- und Hochschulforschung. Befunde des 12. Studierendensurveys an Universitäten und Fachhochschulen. 83. Aufl. Universität Konstanz: Arbeitsgruppe Hochschulforschung.
- Bülow-Schramm, M. (2015): Integration als Antwort auf eine differenzierte Studierendenschaft. Aus Sicht der Hochschuldidaktik. In: Hanft, A.; Zawacki-Richter, O.; Gierke, W. B. (Hrsg.): Herausforderung Heterogenität beim Übergang in die Hochschule. Münster: Waxmann, S. 53–68.
- Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes NRW (2016): Vielfalt als Chance. Online verfügbar unter <http://www.wissenschaft.nrw.de/hochschule/hochschulen-in-nrw/vielfalt-als-chance/> [06.09.2017].

2. Begriffsklärung

Valerie Stehling, Nina Westerholt, Laura Lenz

2.1 Begriffseinordnung

Seit der Bologna-Reform und dem damit verbundenen ‚Shift from Teaching to Learning‘ hat es im Hochschulbereich weitreichende Veränderungen gegeben. Diese beinhalten neben der allgemeinen Verbesserung der Lehre, beispielsweise durch Qualifizierungsangebote für das Lehrpersonal, auch den Ausbau der Beratungs- und Betreuungssituation an deutschen Hochschulen. Neben dem Ausbau bestehender Formate wie z.B. der Fachstudienberatung, der zentralen oder allgemeinen Studienberatung und der psychologischen Beratung wurden vielerorts neue Beratungs- und Betreuungsangebote entwickelt und umgesetzt. Die neuen Angebote legen einen starken Fokus auf die kontinuierliche, individuelle Begleitung der Studierenden über den gesamten Studienverlauf hinweg und grenzen sich somit von den bestehenden Formaten ab bzw. ergänzen diese.



Diese für den deutschen Hochschulbereich eher neue Art der Förderung wird unter verschiedenen Bezeichnungen angeboten: Neben ‚Mentoring‘ und ‚Studienverlaufsberatung‘ werden vermehrt Formate wie ‚Coaching‘, ‚überfachliche Beratung‘ etc. angeboten. Im Folgenden wird kurz erläutert, woher der Begriff Mentoring kommt und was darunter zu verstehen ist.

Der Begriff Mentoring ist angelehnt an den Namen ‚Mentor‘ und findet seinen Ursprung in der griechischen Sagenwelt basierend auf Homers Werk ‚Odyssee‘:

„Mentoring ist seit der Antike ein Begriff für intensives, zielorientiertes und individuelles Lernen. Grundlage ist immer die Beziehung zwischen einer erfahrenen Person und einer unerfahreneren Person (Mentee). Der Mentor versteht sich als Berater, Begleiter und Förderer eines jungen Menschen“ (Graf & Edelkraut, 2014, S. 3).

In Homers Werk ist Mentor ein Freund des Odysseus. Er kümmert sich in der Zeit, in der Odysseus nach Troja ziehen muss, als ‚väterlicher Freund‘ und Berater um dessen Sohn Telemachos (ebd.). Obwohl dieser Ursprung des Begriffes allen Definitionen zugrunde liegt, existieren heutzutage eine Vielzahl an unterschiedlichen Definitionen von Mentoring. Dies kommt nicht zuletzt daher, dass weltweit zahlreiche Formen von Mentoring zur Anwendung kommen. Eine einheitliche Definition würde demnach in Anlehnung an Ziegler „[...] Gefahr laufen, den Spezifika der vielen Mentoringformen nicht gerecht werden zu können“ (Ziegler, 2009, S. 8). Das Konzept des Mentorings findet man sowohl in Unternehmen als auch in Hochschulen bereits seit den 1980er Jahren. Dort wird es in Form von sogenannten ‚Mentoringprogrammen‘ seither häufig zur Karriereförderung, insbesondere von Frauen, eingesetzt. Seit einigen Jahren jedoch gibt es eine neue Form des Mentorings –

sogenannte ‚Mentoringsysteme‘ –, die es Studierenden bspw. erlaubt, über den gesamten Studienverlauf hinweg beraten zu werden.

Die Diversität des Begriffes zeigt sich auch in den Mentoringbeziehungen selbst. Eby et al. stellen fest, dass Mentoringbeziehungen nie identisch sind (Eby et al., 2010, S. 10). Dennoch haben alle in den jeweiligen Angeboten verankerten Beziehungen mindestens eine Sache gemeinsam: Eine erfahrene Person unterstützt die Entwicklung einer weniger erfahrenen Person (Gibb, 1994; Piper & Piper, 1999). Schlüsselmerkmale von Mentoring, die einer Definition nahekommen und zum Verständnis des Begriffs beitragen, sind nach Eby et al. (2010, S. 10):

- eine einzigartige Beziehung zwischen zwei Individuen
- eine Lernpartnerschaft – nahezu alle Mentoringkonzepte beinhalten Wissenserwerb in irgendeiner Form
- ein Prozess, welcher je nach Art der Mentoringbeziehung emotional, psychosozial oder karrierebezogen geprägt ist
- Mentoring ist wechselseitig und doch nicht gleich gewichtet – wenngleich der Mentor bzw. die Mentorin auch von der Mentoringbeziehung profitieren kann, gilt es in erster Linie, die (akademische) Entwicklung des Mentees zu unterstützen
- eine dynamische Beziehung, die sich im Laufe der Zeit verändert, sie kann beispielsweise intensiver oder weniger intensiv sein.

Die meisten Mentoringangebote im Hochschulkontext verfolgen das Ziel der Unterstützung der akademischen Entwicklung ihrer Studierenden. Beispiele für solche Angebote finden sich spätestens seit der groß angelegten Förderung aus dem Qualitätspakt Lehre (2011–2020) des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) an zahlreichen deutschen Hochschulen – ebenso an der Hochschule Niederrhein (HN) unter dem Namen ‚Studienverlaufsberatung‘ sowie der Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule (RWTH) Aachen University unter dem Namen ‚Aachener Mentoring Modell‘. Durch die Kooperation der beiden Hochschulen ist der Begriff ‚Studienverlaufsmentoring‘ (SVM) entstanden, der die beiden Modelle, die vom Ansatz her ähnlich sind, miteinander verbindet.

Das folgende Kapitel gibt einen Überblick darüber, was unter dem Begriff konkret zu verstehen ist und wie das Angebot in der Praxis umgesetzt wird.



.....
 • *Empfehlungen zur Begriffseinordnung*

- – Lassen Sie sich nicht vom Begriffsdschungel abschrecken!
 - – Setzen Sie sich mit der aktuellen Literatur auseinander.
 - – Verwenden Sie den für Sie am besten passenden Begriff und definieren Sie diesen passend zu Ihrem Angebot.
-

Literatur

- Gibb, S. (1994): Evaluating Mentoring. In: Education + Training 36 (5), S. 32–39.
- Graf, N.; Edelkraut, F. (2014): Mentoring: Das Praxisbuch für Personalverantwortliche und Unternehmer. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Eby, L.; Rhodes, J.; Allen, T. (2010): Definition and evolution of Mentoring. In: Allen, T. D.; Eby, L. T. (Hrsg.): The Blackwell handbook of mentoring: A multiple perspectives approach. Oxford: Wiley-Blackwell, S. 7–20.
- Piper, H.; Piper, J. (1999): 'Disaffected' Young People: Problems for mentoring. Mentoring & Tutoring: Partnership in Learning 7 (2), S. 121–130.
- Ziegler, A. (2009): Mentoring: Konzeptuelle Grundlagen und Wirksamkeitsanalyse. In: Stöger, H. (Hrsg.): Mentoring: theoretische Hintergründe, empirische Befunde und praktische Anwendungen. Lengerich, Westf.: Pabst Science Publ, S. 7–29.

2.2 Studienverlaufsmentoring, Studienverlaufsberatung und Aachener Mentoring Modell

2.2.1 Studienverlaufsmentoring

Der Begriff Studienverlaufsmentoring (SVM) leitet sich aus der Kombination von Studienverlaufsberatung und Aachener Mentoring Modell ab. Er beschreibt die inhaltliche und organisatorische Kooperation der beiden involvierten Parteien/Projekte.

Beide Projekte, die ‚Studienverlaufsberatung‘ an der Hochschule Niederrhein (HN) und das ‚Aachener Mentoring Modell‘ an der RWTH, sind Teil des Qualitätspakts Lehre zur Verbesserung der Studienbedingungen und befinden sich aktuell in der 2. Projektförderphase (2016–2020). Bewilligt und implementiert wurden sie 2011.

Die informelle Kooperation entstand im Rahmen eines Netzwerktreffens der Qualitätspakt Lehre-Projekte im Jahr 2014. Im Jahr 2016 entschieden die beiden Projekte, ihre Kooperation in den Folgeanträgen bis 2020 festzuschreiben. Seitdem werden den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Arbeitszeit und finanzielle Ressourcen für die gemeinsamen Aktivitäten zur Verfügung gestellt.

Studienverlaufsmentoring ist definitorisch ein individuelles, vertrauliches und freiwilliges Beratungsangebot, das hochschulweit verankert ist und an jeder Fakultät vor Ort durch (eine oder mehrere) Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter spezifisch umgesetzt wird. Es bietet allen Studierenden in ressourcen- und lösungsorientierten Beratungsgesprächen die Möglichkeit, Probleme und Fragen im Studium zeitnah zu besprechen. Somit gibt es ein hochschulweites, kontinuierliches Beratungsangebot für alle eingeschriebenen Studierenden. Die Ratsuchenden sollen ihre eigenen Ressourcen aktivieren, durch die Vermittlung studienorganisatorischer Informationen zum eigenverantwortlichen Erarbeiten von Zielen und Lösungen befähigt werden und informierte Entscheidungen treffen. Das Ergebnis der Studienverlaufsberatung sind optimierte Studienverläufe mit individueller Studiergeschwindigkeit. Ziel ist es u.a., das Ankommen an der Hochschule zu erleichtern und somit Studierende

besonders in der Studieneingangsphase, welche häufig große Anforderungen an die Neankömmlinge stellt (Bosse et al., 2013, S. 40), individuell zu begleiten.

SVM ist offen für alle Studierenden, jedoch werden folgende Zielgruppen gezielt zur Beratung eingeladen (siehe auch Kapitel 6.2):

- Studierende im dritten Prüfungsversuch
- Studierende mit weniger als 30% der im Semester vorgesehenen Kreditpunkte
- Studierende, die die Regelstudienzeit um das 1,5-fache überschritten haben (nur an HN)
- 10% Notenbeste ihres Jahrgangs (nur an RWTH)
- alle MINT-Anfängerinnen im 1. und 2. Fachsemester (nur an RWTH)

Das SVM fungiert als Schnittstelle zwischen den fakultätsspezifischen und hochschulweiten Beratungsangeboten, beispielsweise der Zentralen Studienberatung. Studierende erhalten so schnell eine Orientierung über Beratungsstellen und können zügig entsprechend ihres Anliegens weitergeleitet werden. Darüber hinaus finden ein regelmäßiger Austausch sowie eine gezielte Kooperation mit der Fakultät, der Verwaltung und dem Präsidium/Rektorat statt, um zentrale und dezentrale Unterstützungsangebote zu verknüpfen. Die Erfahrungen des SVM werden in die Hochschule zurückgespiegelt, um konkrete Handlungsbedarfe aufzuzeigen und somit die Studienbedingungen zu verbessern.

Die SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter pflegen einen engen Kontakt zu Lehrenden, Dekanaten und Prüfungsausschussvorsitzenden. Mit diesen findet ein ständiger Austausch über die Problemlagen und Bedarfe der Studierenden statt und es werden wenn möglich gemeinsam Lösungen erarbeitet. Den SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern wird teilweise die Einflussnahme auf Fachbereichsaufgaben (z.B. die Umgestaltung und Akkreditierung von Studiengängen) gewährt. So können Lehrveranstaltungen oder Prüfungsformen überarbeitet, einzelne Module im Curriculum verschoben und zeitliche Überschneidungen im Stundenplan behoben werden. Nach und nach kommen auch immer mehr Dozierende auf das SVM zu und möchten ihrerseits über Probleme mit Studierenden sprechen und gemeinsam Lösungen entwickeln. Dies ist zwar keine Kernaufgabe des SVM, sondern ergibt sich aus dem persönlichen Kontakt zu Lehrenden.

Um die Qualität des SVM zu sichern und bedarfsorientiert weiterzuentwickeln, wurden verschiedene Instrumente eingeführt:

- quantitative Beratungsdokumentation (u.a. Anzahl der Beratungen, Beratungsthemen)
- qualitative Gesprächsevaluation
- Fragebogen zur Bekanntheit, Wichtigkeit und Zufriedenheit mit dem SVM (nur HN)

Die Dokumentation und Evaluation erfolgt immer freiwillig. Regelmäßige Fortbildungen zu Beratungsmethoden gewährleisten eine hohe Beratungsqualität (siehe Kapitel 5.4).

SVM umfasst mehr als Beratung; die Kernaufgaben und Themenfelder der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beinhalten neben der Beratung außerdem häufig allgemeine Managementaufgaben, enge Zusammenarbeit innerhalb der sowie mit den Fakultäten, Marketing und Ansprache der Zielgruppen, sowie die Dokumentation und Evaluation der Gespräche. Die einzelnen Bestandteile und ihre Gewichtung müssen je nach Ausgangssituation und Hochschule angepasst werden.

2.2.2 Unterschiede zwischen Hochschule Niederrhein und RWTH Aachen

An der HN findet die Studienverlaufsberatung an allen Fakultäten mit insgesamt 6,7 vollen Mitarbeiterstellen für über 14.000 Studierende statt. Die Studienverlaufsberatung ist organisatorisch dem Hochschulzentrum für Lehre und Lernen zugehörig, das an das Vizepräsidium für Studium und Lehre angebunden ist. Durch die Präsenzzeit von 80% in den Fachbereichen werden die Beraterinnen und Berater schnell zu ‚Messstandführern‘ für aktuelle Entwicklungen. Die übrigen 20% fließen in Projekttreffen und sonstige Verpflichtungen. Die Studienverlaufsberatung schafft bedarfsorientierte Angebote von der Fakultät für die Fakultät und nicht – wie es die zentrale Verankerung im Ressort des Vizepräsidenten für Studium und Lehre vermuten lassen könnte – vom Präsidium/Rektorat für die Fakultäten.

Das Aachener Mentoring Modell (RWTH) umfasst 16,5 volle Mitarbeiterstellen für insgesamt über 45.000 RWTH-Studierende. Das Aachener Mentoring Modell wird von einer zentralen Koordinationsstelle organisiert, die intensiv mit dem Planungsdezernat der Hochschule zusammenarbeitet. Die Projektkoordinatorinnen und Projektkoordinatoren sind dabei keine Mentorinnen und Mentoren, sondern nehmen diesen organisatorische Aufgaben ab, sodass die Mentorinnen und Mentoren sich auf die Beratung konzentrieren können. Darüber hinaus sind die Projektkoordinatorinnen und Projektkoordinatoren für die interne und externe Kommunikation sowie das Berichtswesen gegenüber dem Förderer verantwortlich.



Literatur

Bosse, E.; Schultes, K.; Trautwein, C. (2013): Studierfähigkeit als individuelle und institutionelle Herausforderung. In: Universitätskolleg: Change: Hochschule der Zukunft. Campus Innovation 2013. Hamburg, 14. und 15. November 2013. Universität Hamburg, 3 Bände (Universitätskolleg-Schriften), S. 37–42.

3. Gesellschaftspolitische und hochschulspezifische Motivation

Nina Westerholt, Valerie Stehling, Laura Lenz

Im Folgenden wird dargestellt, welche politischen Hintergründe die Ausbreitung des Mehrwert Studienverlaufsmentoring (SVM) gefördert haben. Der Leser/die Leserin erfährt, welchen SVM für die verschiedenen Stakeholder an Hochschulen hat.



3.1 Gesellschaftspolitische Motivation für Studienverlaufsmentoring

Diversität fordert Hochschulen heraus (Bargel, 2015, S. II–III): Unterschiede sollen als Chancen gesehen und genutzt werden, um Gesellschaft und Wissenschaft weiterzuentwickeln (Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes NRW, 2016). Deswegen stehen ‚First Generation‘-Studierende ebenso wie Studierende mit Kindern, mit Pflegeaufgaben, mit Krankheiten und Behinderungen, Berufstätige wie auch beruflich qualifizierte zunehmend im Fokus der Hochschulen. Die gestiegene Zahl an Hochschulzugangsberechtigten und somit heterogenen Studienzugängen sowie diversifizierte Lebensrealitäten stellen neue Anforderungen an Beraterinnen und Berater, Lehrende sowie den Hochschulbetrieb (Bülow-Schramm, 2015).

Nach Angaben des deutschen Wissenschaftsrates in den 2008 erschienenen ‚Empfehlungen zur Qualitätsverbesserung von Lehre und Studium‘ ist das „Bewusstsein für die Bedeutung von Forschung und Lehre [...] aufgrund der hohen Studienabbruchsquote und im Zuge des intensiven Wettbewerbs um Drittmittel in der Forschung gewachsen“ (Hartung, 2012, S. 7). Damit einhergehend wird betont, dass aufgrund der steigenden „Anforderungen von Gesellschaft, Wirtschaft und Kultur, insbesondere die sich verändernden Rahmenbedingungen des Arbeitsmarktes eine verstärkte Betreuung und Unterstützung der Studierenden“ (ebd.) erfordern. Ihre Betreuungssituation versuchen viele Hochschulen seither verstärkt durch zusätzliche Angebote zu verbessern. Diese Angebote tragen Namen wie ‚Mentoring‘ und ‚Studienverlaufsberatung‘ (siehe Kapitel 2).

Seit 2011 fördert das Bundesministerium für Bildung und Forschung Hochschulen im Rahmen des Qualitätspakts Lehre deutschlandweit, um die allgemeinen Studienbedingungen zu verbessern (Qualitätspakt Lehre, 2017). Beratung im Studienverlauf stellt ein wichtiges Tool dar, um der starken Diversität an Hochschulen gerecht zu werden und studentische Anliegen aus erster Hand zu erfassen und ggf. Hochschulstrukturen entsprechend zu optimieren (Bargel, 2015). Beratung bzw. Mentoring ist jedoch nicht erst seit Förderprogrammen wie etwa dem Wettbewerb Exzellente Lehre oder dem Qualitätspakt Lehre ein an vielen Hochschulen eingesetztes Instrument zur Begleitung und Betreuung von Studierenden.

Besonderen Beratungsbedarf sieht auch die Landesregierung NRW, die im Hochschulzukunftsgesetz explizit Beratungsangebote im Studienverlauf stärkt (Landtag NRW, 2014). NRW hat 2015 darüber hinaus ein Prämienmodell zur Förderung des Studienerfolgs eingeführt, in dem Hochschulen für jede Studierende die ihr bzw. jeden Studierenden der sein Erststudium erfolgreich abschließt, 4.000€ erhalten (Landesregierung NRW, 2015).

Sowohl die Hochschule Niederrhein als auch die RWTH Aachen haben Beratungsangebote im Studienverlauf eingerichtet. Seit einigen Jahren sind die beiden Projekte eng miteinander vernetzt. Da die Programme unterschiedliche Namen tragen, inhaltlich jedoch eine sehr ähnliche Ausrichtung verfolgen, verständigte sich die Kooperation auf den gemeinsamen Ausdruck ‚Studienverlaufsmentoring‘ (SVM). Hierbei hat das Studienverlaufsmentoring unterschiedliche Funktionen für die verschiedenen Zielgruppen und Stakeholder der Hochschulen. Diese werden im folgenden Kapitel näher erläutert.



.....
 : *Empfehlungen zur gesellschaftspolitischen Motivation für Studienverlaufs-*
 : *mentoring (SVM)*
 :

- : – Gesellschaftspolitische Motivatoren unterstützen bei der Einrichtung
- : eines SVM.
- : – Überprüfen Sie, ob es aktuelle Förderlinien gibt, die die Einrichtung
- : eines SVM ermöglichen.
- : – Erfragen Sie, ob Ihre Hochschule Gelder bereitstellt oder bereitstellen
- : kann.
- : – Involvierern Sie relevante (Kooperations-)Partner zu einem möglichst
- : frühen Zeitpunkt!
- :

Literatur

- Bargel, T. (2015): Studieneingangsphase und heterogene Studierendenschaft – neue Angebote und ihr Nutzen. In: Hefte zur Bildungs- und Hochschulforschung. Befunde des 12. Studierendensurveys an Universitäten und Fachhochschulen. 83. Aufl. Arbeitsgruppe Hochschulforschung: Universität Konstanz, Konstanz.
- Bülow-Schramm, M. (2015): Integration als Antwort auf eine differenzierte Studierendenschaft. Aus Sicht der Hochschuldidaktik. In: Hanft, A.; Zawacki-Richter, O.; Gierke, W. B. (Hrsg.): Herausforderung Heterogenität beim Übergang in die Hochschule. Münster: Waxmann, S. 53–68.
- Hartung, A. (2012): Studie zum Einsatz von Mentoring-Programmen als Instrument struktureller Förderung für Studierende an deutschen Universitäten. Verfügbar unter: https://www.boeckler.de/pdf/p_arbp_243.pdf [27.04.2018].
- Landesregierung NRW (2015): Studienerfolg im Fokus: 80-Millionen-Sonderprogramm und ein neues Prämienmodell für Hochschulen. Verfügbar unter <https://www.land.nrw/de/termin/studienerfolg-im-fokus-80-millionen-sonderprogramm-und-ein-neues-praemi-enmodell-fuer> [14.12.2017].
- Landtag NRW (2014): Hochschulzukunftsgesetz. Verfügbar unter https://recht.nrw.de/lmi/owa/br_vbl_detail_text?anw_nr=6&vld_id=14567 [19.09.2017].

Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes NRW (2016): Vielfalt als Chance. Online verfügbar unter <http://www.wissenschaft.nrw.de/hochschule/hochschulen-in-nrw/vielfalt-als-chance/> [06.09.2017].
Qualitätspakt Lehre (2017): www.qualitaetspakt-lehre.de/ [23.03.2017].

3.2 Hochschulspezifische Motivation für Studienverlaufsmentoring

Studienverlaufsmentoring (SVM) bietet für verschiedene Akteure an der Hochschule große Vorteile. Es erfüllt dabei unterschiedliche Funktionen für verschiedene Hochschulgruppen. Im Folgenden wird der Mehrwert für die Gruppe der Studierenden, der Lehrenden, des Third Space/der Lehrplanung, für die Verwaltung, andere Beratungseinrichtungen und die Hochschulleitung dargestellt.

Studierende

Studierende bekommen durch ihre Beraterinnen und Berater individuelle und persönliche Hilfe. Im Rahmen der Beratung können die Ratsuchenden Fragen klären und ihre Ziele realistisch entlang der eigenen Stärken und Schwächen identifizieren und planen. Dadurch wird die Orientierung im Studium unterstützt oder wiederhergestellt.

Darüber hinaus regt die Einladung des SVM Studierende schon vor der eigentlichen Beratung an, ihren aktuellen Studienstatus zu reflektieren. Idealerweise werden somit Verdrängungsmechanismen entkräftet oder Potenziale zur Selbstoptimierung und Individualisierung der Verläufe und Pläne freigesetzt.

Zuletzt bietet das SVM Studierenden neben organisatorischer und ggf. fachlicher Beratung auch überfachliche Entwicklungsmöglichkeiten. Durch den persönlichen Kontakt zu den Studierenden können individuelle Kompetenzen und Bedarfe durch die Beraterin oder den Berater identifiziert werden und z.B. bei Bedarf Lernpartnerinnen und Lernpartner oder Gruppen leichter und passgenauer gefunden werden. Leistungsstarke Studierende können durch den persönlichen Kontakt darin bestärkt werden, eine Aufgabe als Tutorin und Tutor oder Repetitorin und Repetitor zu übernehmen.

Lehrende

Lehrenden bietet das Studienverlaufsmentoring Entlastung und/oder Unterstützung beim Umgang mit Studierenden mit Problemen. Die Auswertung der Gesprächsdokumentation und Rückführung dieser Ergebnisse erlaubt zudem einen Einblick in den studentischen Alltag und darin häufig auftretende Herausforderungen und eventuelle Probleme. Weiterhin kann SVM bei Konflikten zwischen Lehrenden und Studierenden durch vermittelnde Gespräche unterstützen.

Third Space/Lehrplanung

Durch die Präsenz in den Fakultäten können die Beraterinnen und Berater zu ‚Auge und Ohr‘ für aktuelle Entwicklungen werden. Sie pflegen in der Regel einen engen Kontakt zu Lehrenden, Dekanaten und Prüfungsausschussvorsitzenden. Problemlagen und Bedarfe der Studierenden werden kontinuierlich zwischen diesen ausgetauscht und wenn möglich behoben bzw. gedeckt. Dem Studienverlaufmentoring wird häufig die Einflussnahme auf Fakultätsaufgaben (z.B. die Umgestaltung und Akkreditierung von Studiengängen) gewährt. So können auf Grund der Rückmeldung durch die SVM in der Fakultät Lehrveranstaltungen oder Prüfungsformen überarbeitet, einzelne Module im Curriculum verschoben und zeitliche Überschneidungen im Stundenplan korrigiert werden.

Verwaltung

Für die Fakultätssekretariate und das Studierendensekretariat kann das SVM eine entlastende Funktion haben. Viele organisatorische Fragen werden durch die Beraterinnen und Berater abgedeckt, so dass weniger Beratungsanfragen bei den Sekretariaten ankommen. Weiterhin können Sekretariatsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter Studierende mit weitergehendem Unterstützungsbedarf an das SVM weiterleiten.

Die SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter sind mit Verwaltungsmitarbeiterinnen und -mitarbeitern vernetzt, um den Informationsfluss für Studierende möglichst optimal und aktuell zu halten. Somit wird eine stets gleichmäßig hohe Beratungsqualität gewährleistet und Studierende können sich auf die ihnen gegebenen Informationen verlassen.

*Andere Beratungseinrichtungen*

Andere Beratungseinrichtungen wie die Fachstudienberatung, die Zentrale Studienberatung oder das Zentrum für psychische Gesundheit/die psychosoziale Beratungsstelle (siehe Kapitel 5.2) und das SVM sind idealerweise durch gegenseitiges aufeinander Verweisen miteinander verbunden und können somit Synergieeffekte nutzen. Die direkte Verankerung der Beraterinnen und Berater in den verschiedenen Fakultäten ermöglicht eine realistische Einschätzung der aktuellen Situation der Studierenden und deren Bedürfnissen. Dieses Wissen geben die SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter an andere Beratungseinrichtungen weiter. Zentrale Beratungseinrichtungen können durch das SVM einen guten Kontakt in die Fakultäten bekommen, da Studierende oft zuerst das niederschwellige SVM in ihrer Fakultät aufsuchen, von wo aus sie weitergeleitet werden. Die Beraterinnen und Berater fungieren also über ihre eigentliche Tätigkeit hinaus als ‚Lotsen‘ für Hochschuleinrichtungen. Gleichzeitig können andere Beratungseinrichtungen, z.B. die psychosoziale Beratungsstelle, bei Fragen zum Studienverlauf an das SVM verweisen und können auf diese Weise entlastet werden. Eine schnelle kompetenz- und bedarfsorientierte Weiterleitung wird durch eine gute Zusammenarbeit ermöglicht.

Hochschulleitung

Wie bereits im Unterkapitel *Studierende* angedeutet, gibt die Beratungsdokumentation im SVM der Hochschulleitung wertvolle, anonymisierte Rückmeldung bezüglich organisatorischer, inhaltlicher und/oder persönlicher Hemmnisse der Studierenden einer bestimmten Hochschule bzw. Fakultät. Dies ist bei differenzierter Dokumentation sogar fach- und semesterspezifisch möglich und kann ggf. auch mit demografischen Informationen der Ratsuchenden in Verbindung gebracht werden. Auf diese Weise werden Optimierungspotenziale für die Hochschulen offengelegt. In diesem Zusammenhang kann man von einer ‚Lernenden Hochschule‘ sprechen: Angelehnt an das Konzept der ‚Lernenden Organisation‘ lässt sich durch das Herausstellen fakultätspezifischer, studentischer Beratungsthemen und den daraus resultierenden Optimierungsbedarfen auch die Bereitschaft der Hochschule erahnen, in wie weit diese veränderungsfähig oder -bereit ist. Idealerweise wird so Lehre und Organisation am Zahn der Zeit und mit Blick auf aktuelle Herausforderungen vorangetrieben (siehe Kapitel 7.4).

Durch die zentrale Verankerung des Projekts können die Beraterinnen und Berater als Kontaktpersonen in die Fakultäten und das Präsidium/Rektorat fungieren. Mögliche Vorteile sind die Verbesserung und Beschleunigung von übergreifenden Prozessen, z.B. Unterstützungsangebote zur Enkulturation. Die übergreifende Verankerung und Expertise der Beraterinnen und Berater kann auch für die Mitarbeit in hochschulweiten Arbeitsgruppen fruchtbar sein.

Praxisbeispiel HN: Enkulturation als Bestandteil des Hochschulentwicklungsplans

Die Lücken zwischen dem Schulstoff und den für das Studium vorausgesetzten Fachkenntnissen stellen ein großes Problem beim Studienstart dar. Weiterhin beeinträchtigen falsche Vorstellungen vom Studieren den Studieneinstieg und ggf. den Studienerfolg. Auch die zunehmende Heterogenität der Studierendenschaft bedeutet, dass mehr Studierende mit ‚unzureichenden‘ Vorkenntnissen ins Studium starten. Da sich die Hochschullandschaft verändert und neue, z.T. unübersichtliche Angebote entstehen, wird die Orientierung für die Studierenden erschwert (Feldmeier et al., 2015, S. 34).

Die HN will die Diversität ihrer Studierenden und Beschäftigten nutzen und fördern und hat deshalb das Thema Enkulturation in ihren Hochschulentwicklungsplan aufgenommen.

„Die Gruppe unserer Studienanfängerinnen und Studienanfänger ist in vielerlei Hinsicht heterogener geworden. Dies stellt hohe Anforderungen an unsere Lehre. Wir werden die Studieneingangsphase mit besonderem Blick auf die Enkulturation in das Studium gestalten [...]. Wir sehen in der Vielfalt unserer Studierenden große Chancen und Potenziale für die Lehre.“ (Präsidium der Hochschule Niederrhein, 2017, S. 21)



„Ein zentrales Thema für Studierende ist die Verbesserung der Willkommenskultur an der Hochschule. Für Studierende heißt das, den Einstieg in das Studium unter Berücksichtigung der Diversität von Lebens- und Bildungsbiographien zu gestalten. Damit fördern wir die Enkulturation der Studierenden [...]. Durch die Gestaltung von flexiblen Zeitmodellen und entsprechenden Beratungs- und Betreuungsangeboten, wird darüber hinaus Personen mit vielfältigen Bildungsbiografien ein Studium ermöglicht.“ (Präsidium der Hochschule Niederrhein, 2017, 88)

Studienverlaufsmentoring (SVM) kann als Hilfestellung bzw. Wegweiser für Personen mit vielfältigen Bildungsbiografien fungieren und Studierende individuell begleiten. Auch seitens des SVM wird ein besonderes Augenmerk auf den Prozess der Enkulturation, also das ‚Studieren lernen‘, während der Studieneingangsphase gelegt: Neue Angebote für Studienanfängerinnen und Studienanfänger sollen diese gezielt dabei unterstützen, ein akademisches Selbstverständnis zu entwickeln und sich mit ihrer Fachdisziplin zu identifizieren.



Praxisbeispiel RWTH: Exzellenz im Fokus

Der ehemalige Rektor der RWTH Ernst Schmachtenberg wird auf den Webseiten der RWTH zur Exzellenzinitiative mit der folgenden Aussage zitiert: „Unsere Hochschule hat sich zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2020 eine der weltweit besten integrierten interdisziplinären technischen Universitäten zu werden.“ (RWTH Aachen, 2016a). Dazu gehört neben exzellenter Forschung auch eine exzellente Lehre.

In der Strategie der RWTH wird daher die Verbesserung der Lehre als ein besonderes Wettbewerbsfeld genannt. Hier werden die Wettbewerbskriterien ‚Ausbildungsqualität‘, ‚Erfolgsquote‘, ‚Absolventenwert‘ und ‚Lehr-/Leistungsangebot‘ herausgearbeitet und es wird auf eine gebündelte Version „zahlreicher Maßnahmen zur nachhaltigen Verbesserung der Lehrsituation“ im Rahmen des ‚Zukunftskonzepts Lehre‘ verwiesen (RWTH Aachen, 2009).

Das ‚Zukunftskonzept exzellente Lehre‘ nimmt mit seinen Maßnahmen vor allem die Bedürfnisse der Studierenden in den Fokus. „Die RWTH Aachen verfolgt die Vision, dauerhaft eine exzellente Lehre zu gewährleisten, die die Studierenden in ihrer Unterschiedlichkeit in den Mittelpunkt stellt und gleichzeitig integrativ forschungsorientiert ist“ (RWTH Aachen, 2016b). Ein wichtiges Ziel bzw. die ‚Mission‘ im Rahmen dieses Konzeptes ist die Gewährleistung eines erfolgreichen Studienabschlusses durch innovative Lehr- und Lernkonzepte für mindestens 75% der Studierenden eines Anfängerjahrganges mit positiver Aufnahmeempfehlung nach Durchführung des Self Assessments der RWTH. „Dieses Ziel soll in spätestens zehn Jahren erreicht sein, ohne dass dabei Abstriche bei den bestehenden Qualitätsstandards der RWTH Aachen eintreten“ (RWTH Aachen, 2016c).

Einen Weg in der Erreichung dieser Ziele sieht die Hochschule in der Entwicklung eines individuellen, flächendeckenden Mentoringsystems zur Unterstützung und Beratung im Studienverlauf für alle Studierenden. Grundsätzlich sollte der Schwerpunkt des Mentoringsystems in der Eingangsphase der Bachelorstudiengänge liegen, um eine aktive Unterstützung der Studierenden direkt von Beginn an gewährleisten zu können und gleichzeitig die Studiendauer bis zu einem erfolgreichen Abschluss möglichst auf die Regelstudienzeit zu verkürzen.

Da sowohl die Hochschule als auch die Studierenden an einem effizienten und erfolgreichen Studienverlauf interessiert sind, stellt das Aachener Mentoring Modell für beide Akteure eine Win-win-Situation dar. Durch die individuelle Beratung und Betreuung ihrer Studierenden verringert sich für die Hochschule die Distanz zu den Studierenden. Durch die in den Gesprächen erlangten Einblicke in die studentische Realität sowie erhaltene Informationen über die aktuelle Situation und eventuelle Probleme von Studierenden erhofft man sich seitens der Hochschule, studentische Probleme identifizieren, besser einschätzen, sie in ihre Fächer bzw. Fakultäten hineinragen und so auf spezifische fachliche und überfachliche Bedarfe eingehen zu können. Die Mentees sollen laut Konzept wiederum durch die Mentoren dabei unterstützt werden, ihren Studienverlauf optimal entlang von individuellen Stärken und Interessen zu planen und zu gestalten (Stehling, 2017).



.....
*Empfehlungen zur hochschulspezifischen Motivation für Studienverlaufs-
 mentoring (SVM)*

- SVM bietet für die Gruppe der Studierenden, der Lehrenden, des Third Space/der Lehrplanung, für die Verwaltung, andere Beratungseinrichtungen und die Hochschulleitung Vorteile. Es ist wichtig, diese Vorteile zu kennen und publik zu machen, um die Akzeptanz des SVM an der Hochschule zu stärken.
 - Kommunizieren Sie an die Studierenden, dass sie durch das SVM individuelle Unterstützung und Orientierung im Studium erhalten und zur Reflexion des eigenen Studienstatus angeregt werden.
 - Machen Sie den Lehrenden, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Third Space/der Lehrplanung sowie der Hochschulleitung deutlich, dass die Rückführung der Ergebnisse aus dem SVM wertvolle Erkenntnisse für sie bietet. Darüber hinaus bietet das SVM der Hochschulleitung und anderen Beratungseinrichtungen einen direkten Kontakt in die Fakultäten.
 - Lehrende, Verwaltungsmitarbeitende und andere Beratungseinrichtungen werden durch das SVM entlastet, da die Beratung zu organisatorischen Fragen und bei Problemen im Studienverlauf durch das SVM mit abgedeckt werden.
 - Informieren Sie Studierende und andere Beratungseinrichtungen Ihrer Hochschule darüber, dass das SVM als ‚Lotse‘ Ratsuchende an die passenden Beratungsstellen weiterleitet.
-

Literatur

- Feldmeier, G.; Garbade, S.; Ritzenhoff, P.; Schröter, K. (2015): Studienvorbereitungs- und Studieneingangsphase. In: Berthold, C.; Jorzik, B; Meyer-Guckel, V. (Hrsg.): Handbuch Studierenerfolg. Strategien und Maßnahmen: Wie Hochschulen Studierende erfolgreich zum Abschluss führen. neue Ausg. Essen, Ruhr: Verlagsgesellschaft f. Wissenschaftspflege, S. 34–49.
- Präsidium der Hochschule Niederrhein (Hrsg.) (2017): Hochschulentwicklungsplan 2017/2021. Den Wandel gestalten. Hochschule Niederrhein. Verfügbar unter: https://www.hs-niederrhein.de/fileadmin/dateien/Praesidium/Hochschulentwicklungsplan_2017_web.pdf [19.04.2018].
- RWTH Aachen (2009): Strategie der RWTH 2009–2020. Verfügbar unter: http://www.rwth-aachen.de/global/show_document.asp?id=aaaaaaaaadbmup [01.03.2018].
- RWTH Aachen (2016a): Die Exzellenzinitiative an der RWTH Aachen. Verfügbar unter: <http://www.rwth-aachen.de/cms/root/Die-RWTH/Exzellenzinitiative/~eob/Exzellenzinitiative/> [01.03.2018].
- RWTH Aachen (2016b): Ziele und Kernbereiche des Strategiekonzepts exzellente Lehre. <http://www.rwth-aachen.de/cms/root/Studium/Lehre/Exzellente-Lehre/~ccol/Ziele-Kernbereiche/> [01.03.2018].
- RWTH Aachen (2016c): Strategiekonzept exzellente Lehre. <http://www.rwth-aachen.de/cms/root/Studium/Lehre/~ccbd/Exzellente-Lehre/> [01.03.2018].
- Stehling, V. (2017): Mentoring als strategisches Instrument Lernender Hochschulen am Beispiel des Aachener Mentoring Modells. Aachen: Apprimus.

4. Beratung

4.1 Theoretischer Beratungsansatz

Sandra Dölling-Trapp, Nadine Garrido Mira

Ein gemeinsames Beratungsverständnis dient als Fundament von qualitativ hochwertiger Beratungsarbeit. Aus diesem Grund ist es wichtig, sich mit den Aufgaben und der Haltung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Studienverlaufsmotorings (SVM) auseinanderzusetzen und ein Beratungskonzept zu entwickeln.

Professionelle Haltung

Beratung im Sinne des Studienverlaufsmotorings stellt Studierende mit ihren Erfahrungen, Bedürfnissen und Anliegen in den Mittelpunkt des Gesprächs. Dem liegt die Haltung zu Grunde, dass die/der Ratsuchende für ihr/sein Planen und Handeln eigenverantwortlich ist. Durch das Studienverlaufsmotoring wird sie/er bei der Konstruktion seiner Lösung unterstützt. Die persönlichen Ressourcen sollen genutzt und gestärkt werden. Eigene Ressourcen zu erkennen fördert die Selbstwirksamkeitserwartung, die wiederum die Effizienz und Motivation zum eigenverantwortlichen Handeln stärken kann (Schwarzer & Jerusalem, 2002, S. 30). Eine Ressourcenaktivierung wirkt sich leistungsförderlich aus, denn die persönliche Einschätzung der Kompetenzen beeinflusst das Denken und Handeln. Die Erwartung, dass durch das Handeln ein bestimmtes Ergebnis entsteht, wirkt sich ebenso auf die Motivation und auf kognitive Prozesse aus (ebd., S. 37).¹

Vorgaben, Empfehlungen und die reine Informationsvermittlung helfen kurzfristig, unterstützen jedoch nicht bei der oben beschriebenen Ressourcenaktivierung. Um die Selbstwirksamkeit Studierender zu stärken, sollten Studierende ermutigt werden, die Verantwortung für ihre eigene Leistung zu übernehmen und konkrete Zielvorgaben zu entwickeln (ebd., S. 45ff.).

Das Studienverlaufsmotoring agiert weniger als Expertenberatung, sondern als Unterstützung auf dem Weg der Lösungsfindung. Informationen zum Studium können bei diesem Prozess hilfreich sein und sind ebenso Bestandteil des Beratungsgesprächs (Schlippe & Schweizer, 2012, S. 210).

Ziel des SVM ist es, Studierenden das Ankommen an der Hochschule zu erleichtern und sie in ihrem Lernprozess während des gesamten Studiums individuell zu begleiten. Zu dieser Unterstützung gehört u.a. die Studierenden jeweils bei der eigenständigen Planung und Durchführung des Studiums zu begleiten und sie dahingehend zu stärken, individuelle Strategien zu entwickeln und einzuüben. Eine Voraussetzung für diesen Prozess ist es, die eigene Studiensituation zu reflektieren und bezogen auf die eigenen Stärken und Schwächen wahrnehmen zu können.

1 Zur Selbstwirksamkeit siehe auch Bandura (1997).

Die professionelle Haltung erfordert, die Rolle des Studienverlaufsmentorings zu reflektieren: Wer ist im Beratungsprozess der Auftraggeber? Die Hochschule, der Fachbereich und die Studierenden stellen ggf. unterschiedliche Aufträge an die beratende Instanz. Eine klare Definition der Rolle und Arbeitshaltung sind an dieser Stelle erforderlich.

Verständnis von Studienverlaufsmentoring

Beratung geschieht alltäglich im privaten Umfeld durch Familie und Freunde, im Kontext von Schule und Studium, unter Schülerinnen und Schülern oder Studierenden, sowie auf kollegialer Basis. Auch Lehrende beraten regelmäßig ihre Studierenden. Die Auslegung und Durchführung unterscheidet sich dabei je nach Anlass und dem Gegenüber. So werden Gespräche im alltäglichen Sprachgebrauch nicht selten unter dem Begriff Beratung subsumiert, bei denen Ratschläge gegeben, Tipps zum effizienten Vorgehen genannt und Erfahrungsberichte mitgeteilt werden. Beratung im Sinne einer professionellen Unterstützung ist ebenfalls vorzufinden. In Abgrenzung zu den vermeintlich alltäglichen Beratungen kennzeichnet sich diese insbesondere durch die Form der Gesprächsführung und Haltung der beratenden Person. Im Hochschulkontext spielt zudem die Funktion der beratenden Person eine Rolle: ist die/der Beratende ebenfalls Prüferin/Prüfer, so hat dies ggf. Einfluss auf die Offenheit der/des Studierenden.

Beratung findet demnach in unterschiedlichen Settings statt; sie werden eigeninitiativ aufgesucht, erstrecken sich über einen kurzen Zeitraum und finden sporadisch, bei Bedarf sowie im institutionellen Rahmen der Hochschule statt (Sander & Ziebertz, 2010, S. 27). In der Beratung Studierender ist vor allem die personenzentrierte, die systemische sowie die lösungsfokussierte Beratung zu finden.

Die ‚personenzentrierte Beratung‘ nach Rogers fußt auf dem humanistischen Menschenbild. Die Grundeinstellung, dass jeder Mensch von Grund auf gut sei, er mit Hilfe seiner eigenen Kräfte erfolgreich wäre sowie das dialogische Prinzip prägen den Ansatz (Boeger, 2013, S. 69f.). Die drei Basismerkmale der personenzentrierten Beratung sind die unbedingte Wertschätzung des Ratsuchenden, Kongruenz (Echtheit) und das einführende Verstehen. Die Beziehungsebene spielt eine zentrale Rolle in der Beratung; durch sie wird ein Veränderungsprozess in Gang gesetzt (Boeger, 2013, S. 90).

Der Mensch strebt Rogers gemäß nach Selbstentfaltung. Durch Wertschätzung, einführendes Verstehen und echte Beziehungen kann eine ganzheitliche Entwicklung erfolgen, die Rogers als Aktualisierungstendenz beschreibt. Des Weiteren nimmt er an, dass das Individuum seine persönliche Lebenswelt konstruiert, d.h. eine subjektive Realität des Individuums existiert (Sander & Ziebertz, 2010, S. 62f.).

In der ‚systemischen Beratung‘ wird ein Problem jeweils in Bezug zum sozialen Kontext betrachtet. Jeder Mensch ist in einer Vielzahl von Systemen eingebunden. Es geht darum zu ergründen, welche Funktion das Problem im jeweiligen sozialen System hat (Barthelmess, 2014, S. 110). Dadurch wird das

bestehende System in den Blick genommen und hinterfragt. Dies ermöglicht den Ratsuchenden neue Handlungsoptionen, indem ihr/ihm im Dialog die Möglichkeit zur Konstruktion seiner Wirklichkeit gegeben wird (ebd., S. 118; Schlippe & Schweizer, 2012, S. 148). Dies geschieht z.B. durch zirkuläre Fragen. Beratung findet dabei im Sinne einer Prozessbegleitung statt. Die Beraterin/der Berater nimmt keine Expertenrolle ein, denn der/die Ratsuchende allein weiß, was hilfreich ist und was nicht (Barthelmeß, 2014, S. 119).

Die ‚lösungsorientierte Beratung‘ orientiert sich an bereits vorhandenen Ressourcen (Abel, 2007, S. 75). Der Grundsatz lautet: „Ausblick statt Rückblick“ (Bamberger, 2005, S. 22). Ein zentrales Element ist die Fokussierung auf für die Ratsuchenden geeigneten Lösungen. Das Problem und die zugrundeliegenden Ursachen werden nicht zwingend thematisiert (Schlippe & Schweizer, 2012, S. 210).

Praxisbeispiel Hochschule Niederrhein: Lösungsorientierung in der Studienverlaufsberatung

Die Gespräche der Studienverlaufsberatung basieren im Wesentlichen auf dem lösungsfokussierten Ansatz nach Steve de Shazer, bei dem z.B. ein Prinzip die „positiv, kollegiale, auf Lösungen gerichtete Einstellung“ (de Shazer & Dolan, 2016, S. 27) des Beraters/der Beraterin ist. Wobei die Grundhaltung der Studienverlaufsberatung auch in der personenzentrierten Beratung wiederzufinden ist: Die Studienverlaufsberatung geht von den Erfahrungen der Ratsuchenden aus und betrachtet die Studierenden als Experten für das eigene Leben und Studium. Im Zentrum steht dabei die/der Ratsuchende als individuelle Person.

Problem- und Ursachenwürdigung sind im Kontext der Studienverlaufsberatung an einigen Stellen angemessen, z.B. wenn prüfungsrechtlich relevante Punkte behandelt werden. Von daher handelt es sich bei der Studienverlaufsberatung um eine lösungsorientierte und weniger um eine lösungsfokussierte Beratung (Kaimer, 1999, S. 1).

Beispiel:

Ein Studierender kommt in die Studienverlaufsberatung, da er eine Prüfung nicht bestanden hat. Die Zielsetzung des Studierenden liegt darin, dass er für sich Lösungsstrategien finden möchte, um in der nächsten Klausurphase diese Prüfung erfolgreich bestehen zu können. Im Beratungsprozess geht es nun darum, erfolgreiche Strategien auf Grundlage seiner eigenen Erfahrungen zu explorieren und darüber hinaus den Studierenden dahingehend zu ermuntern, weitere Strategien für sich selbst zu entwickeln. Die Beraterin/der Berater unterstützt diesen Prozess u.a. durch Fragen, indem sie/er beispielsweise explizit nach erfolgreichen Erlebnissen in der Vergangenheit fragt („Bei welcher Klausur haben Sie



gut abgeschnitten?“ „Was war da anders?“ „Wie haben Sie für diese Klausur gelernt?“ „Mal angenommen, Sie hätten Interesse an dem Thema...“). Er/Sie geht von den Erfahrungen und der Lebenswelt des Studierenden aus.

Das Gespräch hat jedoch auch eine zweite Ebene: der Studierende möchte wissen, was im Falle eines weiteren Nichtbestehens passieren würde und was er dann beachten muss. Dies sind Informationen, welche die Studienverlaufsberatung benennt.

Nach Bamberger (2005, S. 46f.) sind folgende Punkte für ein lösungsorientiertes Beratungsgespräch von zentraler Bedeutung:

- die Identifizierung von Potenzialen für mögliche Veränderungen
- die Entwicklung geeigneter Interventionen und Lösungsvorschläge
- die Fokussierung vorhandener Ressourcen

Der erste Schritt im Beratungsverlauf ist die umfassende Zielexploration und die Identifizierung der Ressourcen des Ratsuchenden. Die Kenntnis und Aktivierung eigener Ressourcen sowie die Ausarbeitung derer wirken sich positiv auf den konkreten Beratungsfall und auf die Selbstwirksamkeit des Ratsuchenden aus. Ein dem Beratungsprozess inhärenter Lernprozess des Ratsuchenden nimmt auf sein zukünftiges Handeln einen positiven Einfluss.

Beim Erarbeiten von Lösungen gilt es, die vorhandenen Rahmenbedingungen und Strukturen (Prüfungsordnung, Verwaltungsabläufe etc.) in den Gesprächsverlauf einzubeziehen. Da die Studierenden Ziele und Lösungen selbst erarbeiten, übernehmen bzw. behalten die Studierenden als Ratsuchende die Verantwortung für ihre Entscheidungen und ihr Handeln (Bamberger, 2005, S. 28).

Den Abschluss des Gesprächs bilden die Reflexion der Ratsuchenden zu den für sie gewonnen Erkenntnissen sowie die daraus abgeleiteten nächsten Handlungsschritte. Auf das Erstgespräch folgen bei Bedarf weitere Termine. Bei diesen geht es wiederum um die Aufdeckung von Ressourcen und um die Reflexion der bereits durchgeführten Lösungsansätze.

Beratungsformen des Studienverlaufsmentorings

Informationsgespräche

Auch das Studienverlaufsmentoring gibt für Studierende relevante Informationen weiter. Bei der Informationsvermittlung werden Auskünfte zu den Modulen, zur Prüfungsordnung oder zu administrativen Studienfragen erteilt. Dies kann sowohl in kurzen persönlichen Gesprächen sowie per Telefon oder per E-Mail erfolgen. Diese Gespräche finden spontan durch die persönliche Kontaktaufnahme der Studierenden oder nach einer vorherigen Terminabsprache statt. Der zeitliche Rahmen dieser Kurzgespräche beträgt in der Regel weniger als 15 Minuten. Weitere wesentliche Merkmale eines Informationsgesprächs im Sinne der Studienverlaufsberatung sind:

- Methodisch-didaktisches Vorgehen: fakten- und informationsbasiert
- Rolle des Beraters und der Beraterin/Ebene der Beratung: Sach-/Informationsebene
- Rahmenbedingungen des Beratungsgesprächs: keine Beschränkung auf feste Rahmenbedingungen; möglich per Mail, telefonisch, persönlich etc.
- Zeit: Keine Festlegung des Zeitrahmens
- Raumorganisation: offen
- Primäre Zielsetzung: informieren (sachliche Auskunft)

Beratungsgespräche

Die Beratungsgespräche bieten die Möglichkeit zu einem detaillierten Gespräch im Sinne der Lösungsfindung. Vorteil dieser Beratungsform ist, dass sich die/der Ratsuchende in vertraulicher Atmosphäre öffnen kann (Sickendiek et al., 2002, S. 97f.). Diese Gespräche finden zu einem gemeinsam vereinbarten Termin statt. Die Kontaktaufnahme erfolgt zumeist durch persönliche Ansprache, per E-Mail, ein Terminvergabetool oder auch Telefonate.

Die Beratungen selber finden in der Regel nach Vereinbarung oder als offene Sprechstunde statt, aus welcher weiterführende Beratungen resultieren können. Ein störungsfreier Rahmen ist dabei Voraussetzung.

Wesentliche Merkmale eines Beratungsgesprächs im Sinne des Studienverlaufsmotorings sind:

- Einzelberatung (auf Anfrage auch Gruppenberatung)
- Thematischer Fokus auf das Studium
- Methodisch-didaktisches Vorgehen: Lösungs- und ressourcenorientiert
- Rolle des Beraters und der Beraterin/Ebene der Beratung: inhaltlich-analytische Ebene
- Beratungsgrundlage: eigeninitiativ und auf Empfehlung, freiwillig
- Primäre Zielsetzung: Ressourcen aufdecken, Lösungen/Perspektiven erarbeiten

Diese Kriterien basieren auf einem Beratungsideal. Das tatsächliche Beratungsgespräch hängt von den situativen Gegebenheiten am Fachbereich der jeweiligen Studienverlaufsmotorinnen und -Mentoren ab. Allen gemein ist das zugrundeliegende Verständnis der beschriebenen Beratungshaltung. Die Dauer eines solchen Gesprächs beträgt in der Regel circa 45 Minuten.

..... : *Empfehlungen zum Beratungsansatz* : :

- : – Ein gemeinsames Beratungsverständnis hilft den Beraterinnen und :
: Beratern bei der Gesprächsdurchführung. :
: – Zur Professionalisierung ist es wichtig, die Haltung, das Beratungsver- :
: ständnis und die Beratungstätigkeit konstant zu reflektieren. :
: – Für die Berater/innen und zu Zwecken der Evaluation ist es sinnvoll, :
: zwischen Beratung und Informationsvermittlung zu unterscheiden. :
:



Literatur

- Abel, C. (2007): Systemisch-lösungsorientierte Beratung zur Prävention von Stress und Burnout in Pflegeberufen. Mannheim: Universität Mannheim.
- Bamberger, G. G. (2005): Lösungsorientierte Beratung. Praxishandbuch. Weinheim: Beltz.
- Bandura, A. (1997): Self-efficacy: the exercise of control. New York: Freeman.
- Barthelmeß, M. (2014): Systemische Beratung. Eine Einführung in psychosoziale Berufe. 4. Auflage, Weinheim: Beltz.
- Boeger, A. (2013): Psychologische Therapie- und Beratungskonzepte. Theorie und Praxis. 2. Auflage, Stuttgart: Kohlhammer.
- Kaimer, P. (1999): Lösungsfokussierte Therapie. Psychotherapie Forum. 8–20. Verfügbar unter: <http://www.psychotherapie-madjaric.de/docs/statesft.pdf> [19.04.2018].
- Sander, K.; Ziebertz, T. (2010): Personenzentrierte Beratung. Ein Lehrbuch für Ausbildung und Praxis. Weinheim: Juventa.
- Schlippe, A. von; Schweitzer, J. (2012): Lehrbuch der systemischen Therapie und Beratung I: das Grundlagenwissen. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Schwarzer, R.; Jerusalem, M. (2002): Das Konzept der Selbstwirksamkeit. In: Jerusalem, M.; Hopf, D. (Hrsg.): Selbstwirksamkeit und Motivationsprozesse in Bildungsinstitutionen. Zeitschrift für Pädagogik, Beiheft; 44. Weinheim: Beltz, S. 28–53.
- Shazer, S. de; Dolan, Y. (2016): Mehr als ein Wunder. Lösungsfokussierte Kurzzeittherapie heute. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme-Verl. (Systemische Therapie).
- Sickendiek, U.; Engel, F.; Nestmann, F. (2002): Beratung. Eine Einführung in sozialpädagogische und psychosoziale Beratungsansätze. Weinheim: Juventa.

4.2 Beraterinnen und Berater im Studienverlaufsmentoring

Laura Lenz, Valerie Stehling, Nina Westerholt



Bei der Implementierung eines Studienverlaufsmentoring (SVM) stellt sich besonders zu Beginn des Vorhabens die Frage, welche Personen als Beraterinnen und Berater fungieren sollen und können. Dabei bringen bestimmte Positionen Vor- und Nachteile mit, nicht nur mit Blick auf eigene Erfahrungen, sondern auch mit Blick auf demografische Daten und Fachbezogenheit. Eine Beratung, die die formulierten Ziele berücksichtigt, erfordert den Einsatz von Menschen, die sich insbesondere durch ihren Überblick über die Fakultät, an der sie arbeiten, auszeichnen und Freude sowie die Kompetenz für den direkten Umgang mit den Studierenden mitbringen. Im Folgenden werden einige Personengruppen aufgeführt, die potenziell als Beraterinnen und Berater in einem Studienverlaufsmentoring tätig werden können.

Lehrende

Durch ihre inhaltliche und organisatorische Nähe zum Fachbereich stellen Lehrende eine Gruppe der potenziellen Beraterinnen und Berater dar. Bei Anliegen zu spezifischen Kursen und lehrbezogenen Fragen, z.B. nach dem Lernaufwand, können sie wertvolle Tipps geben. Auch in der Vermittlung von Lernpartnern und der Gründung von Lerngruppen können sie unterstützen. Schwierigkeiten in der Beratung können jedoch dann auftreten, wenn eine direkte Abhängigkeit zwischen den Ratsuchenden und der Lehrperson gegeben ist, beispielsweise durch Benotung einer Kursleistung. Dies kann nicht

zuletzt das Vertrauensverhältnis, das zwischen Beraterin und Berater und Ratsuchenden bestehen sollte, beeinträchtigen.

Professorinnen und Professoren

Professorinnen und Professoren sind, ebenso wie Lehrende, durch ihre Nähe zum Fach und durch ihre Vorbildfunktion als Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler eine naheliegende Personengruppe, die als Mentoren tätig werden können. Eine Beratung aller Studierender in Einzelgesprächen, wie dies in flächendeckenden Beratungsangeboten häufig gewünscht wird, ist jedoch aufgrund zeitlicher Ressourcenknappheit nicht leistbar. Eine Beratung in Gruppenformaten ist dennoch denkbar und ein an vielen Hochschulen bestehendes Angebot. Für eine individuelle Beratung sind Professorinnen und Professoren jedoch deshalb in der Regel nicht die passenden SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter. Dennoch bietet es sich im Besonderen an, Professorinnen und Professoren bspw. für die Förderung besonders begabter Studierender einzusetzen bzw. zu konsultieren. Dies ist nicht zuletzt deshalb sinnvoll, da Professorinnen und Professoren als potenzielle Beraterinnen und Berater häufig intrinsisch motiviert sind, Studierende mit besonderen Leistungen zu fördern und für Forschungszwecke an der eigenen Institution z.B. als Hilfskräfte einzusetzen. Während das für die meisten Studierenden ein wertvolles Angebot ist, sollte von einer koordinierenden Instanz darauf geachtet werden, dass auch hier die Grundsätze des Studienverlaufsmentoring, beispielsweise Gesprächsangebote gemacht, Gespräche geführt und – je nach Angebot – idealerweise auch dokumentiert werden.

Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eignen sich aufgrund ihrer Position als Schnittstelle zwischen Lehrstühlen und Studierendenschaft für eine Tätigkeit in der Beratung. Dabei stellt ihre Fachbezogenheit einen möglichen Vorteil dar. Es bietet sich an, diese Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ähnlich wie auch an der Hochschule Niederrhein (HN) und RWTH als Voll- oder Teilzeitkraft ausschließlich für die Beratung einzustellen. Auf diese Weise können Konflikte hinsichtlich der Beratungszeiten und möglicher anderer Projekt- oder Forschungsarbeiten vermieden werden.

Fachstudienberaterinnen und -berater/Fakultätsassistentinnen und -assistenten

Durch ihre fachliche Nähe und Beratungstätigkeit innerhalb der Fakultäten und Fachgruppen eignen sich gegebenenfalls auch Fachstudienberaterinnen und Fachstudienberater für die Beratung im SVM. In diesem Fall ist darauf zu achten, dass die fachliche Beratung und das SVM voneinander getrennt ablaufen.



-
- *Empfehlungen für Berater/innen im Studienverlaufsmentoring (SVM)*
 - – Achten Sie darauf, dass die SVM-Beraterinnen und -Berater eine fachliche und inhaltliche Nähe zum Studiengang haben oder erwerben (Lehrende, Professor/inn/en und wissenschaftliche Mitarbeiter/innen).
 - – Vermeiden Sie ein Abhängigkeitsverhältnis von Ratsuchenden zur Beraterin oder zum Berater. Dieses entsteht, wenn die Studierenden aufgrund von Benotung von der Beraterin oder dem Berater abhängig sind (Lehrende, Professor/inn/en und wissenschaftliche Mitarbeiter/innen).
 - – Wenn Sie die Fachstudienberatung und das SVM in einer Person vereinen, achten Sie darauf, dass die beiden Beratungsformate zu getrennten Zeiten angeboten werden.
-

4.3 Studentische Beratungsangebote im Studienverlauf

Heidemarie Wittau, Nina Westerholt, Nadine Di Blasi, Rick Heß

4.3.1 Studentische Partizipation in der Beratung



„Partizipation von Studierenden hat sich seit den 1960 Jahren im Zuge des Demokratisierungsprozesses deutscher Hochschulen (...) zu einem festen Bestandteil des Hochschulsystems entwickelt.“ (Ditzel & Bergt, 2013, S. 177) Dabei sind die Beteiligungsfelder für Studierende in den Universitäten und Hochschulen vielfältig. Sie reichen von hochschulpolitischen Aktivitäten hin zur praktischen Unterstützung von Studierenden parallel zu Lehrveranstaltungen, wie es z.B. bei Tutorien der Fall ist. Grundsätzlich ist dabei zu beachten, was inhaltlich unter den Begriff der Partizipation fällt.

Definitionen zu Partizipation

„Partizipation bedeutet, an Entscheidungen mitzuwirken und damit Einfluss auf das Ergebnis nehmen zu können“ (Straßburger & Rieger, 2014, S. 230). Dieser Prozess kann dabei unterschiedliche Ausprägungen haben. Straßburger und Rieger formulieren in ihrem Modell zur Partizipation Vorstufen von Beteiligung bis hin zur zivilgesellschaftlichen Eigenaktivität, die komplett in Selbstverantwortung mündet. Während in Beteiligungsverfahren Meinungen und Ansichten in Entscheidungsprozesse einbezogen werden, haben bei ‚echter‘ Partizipation „Adressatinnen und Adressaten ein Recht auf Mitbestimmung“ (Straßburger & Rieger, 2014, S. 18).

Entscheidend für Partizipationsprozesse ist, dass sie in institutionelle Verfahren eingebunden sind, die klar definiert wurden, d.h. „wer in die Entscheidung einbezogen werden muss und wie mit Konflikten umgegangen wird“ (Straßburger & Rieger, 2014, S. 18–19). Darüber hinaus ist für die Qualität des Partizipationsprozesses wichtig, von welcher Seite er ausgeht: Entsteht er

aus echter Selbstorganisation der Beteiligten oder wird er von professioneller Seite angestoßen?

Was bedeuten diese Definitionen für den studentischen Partizipationsprozess in der Beratung?

Studentische Partizipation in der Praxis

An Universitäten und Hochschulen sind studentische Partizipationsmöglichkeiten vielfältig. Sie sind auf der einen Seite durch institutionell verankerte Strukturen in der studentischen Mitbestimmung gegeben und auf der anderen Seite durch vielfältiges Engagement der Studierenden im Hochschulalltag möglich, das nicht in erster Linie entscheidungsorientiert ist, sondern eher inhaltsorientiert. Hierunter fallen beispielsweise die Beratung von Studierenden, die Mitarbeit als Tutorinnen und Tutoren oder die Unterstützung bei den Einführungstagen für neue Studierende. Die Funktion von Tutoren und Tutorinnen kann dabei mit Knauf als „Berater und Helfer jüngerer Studierender“ beschrieben werden, die damit „eine soziale Funktion“ erfüllen (Knauf, 2012, S. 1).

Ähnlich beschreiben das in ihrer Studie zu studentischer Partizipation die Autoren Ditzel und Bergt (2013, S. 180): „Eine als bedeutsam markierte und von den meisten Studierenden stark wahrgenommene Form von Beratung ist das Engagement für die Kommilitonen in Form von Beratung und kleineren Hilfestellungen. Hier steht das gegenseitige Unterstützen im Vordergrund und nicht die Veränderung von Strukturen“.

Einen weiteren Faktor für die Bedeutung der Beteiligung von Studierenden in Unterstützungssystemen für ebendiese sieht Görts (2011, S. 2): „Angesichts großer Probleme vieler Studierender, den Anforderungen des Bachelorstudiums gerecht zu werden, wurden studentische Mentorensysteme für eine Peer-to-Peer-Beratung und Erstsemestertutorien und -übungen, die mit Formen des wissenschaftlichen Arbeitens vertraut machen sollen, eingeführt.“

Schlussfolgerungen

Studierende können an Hochschulen in vielfältiger Form partizipieren. Dieses Engagement erfolgt sowohl auf Initiative der Studierenden selbst, als auch organisiert seitens der Hochschulen. Allerdings sollten Rahmenbedingungen und Voraussetzungen dieses Engagements unter partizipatorischen Aspekten auch dahin gehend betrachtet werden, welches Gleichgewicht zwischen studentischer Einflussnahme und organisationaler Vereinnahmung durch die Institution besteht. Auf jeden Fall sind auf der institutionellen Ebene klare Rahmenbedingungen erforderlich. Zudem ist auf die Symmetrie in der Beziehung zwischen studentischen Beraterinnen und Beratern und Ratsuchenden zu achten. Es findet zwar eine Unterstützung auf Augenhöhe statt, aber es besteht trotzdem die Möglichkeit der Asymmetrie, wenn die studentischen Beraterinnen und Berater nicht ausreichend in der Ausgestaltung des Beratungsangebots partizipieren können, weil die überwiegenden Vorgaben von hauptamtlicher Seite stammen.

Die im Folgenden vorgestellten Formate der Unterstützung durch Peer-Beratung sowie Infotutorinnen und Infotutoren bieten die Möglichkeit der Partizipation, weil Studierende als Beteiligte in unterschiedlichen Formen einbezogen werden.

4.3.2 Infotutorium

Konzept

An der Hochschule Niederrhein werden seit dem Wintersemester 2016/17 in drei Fachbereichen Infotutorien angeboten. Hierzu hat eine Arbeitsgruppe aus dem Projekt ‚Peer-Tutoring und Studienverlaufsberatung‘ mit Unterstützung durch studentische Partizipation vorab ein Konzept erarbeitet. Im Folgenden wird das Format des Infotutoriums vorgestellt, wie es an der Hochschule Niederrhein stattfindet.

Ein Infotutorium stellt ein studentisches Beratungsangebot mit Fokus auf Informationsvermittlung dar. Es richtet sich v.a. an Studierende in der Studieneingangsphase, die Fragen zur Studienorganisation und Lerntechniken haben. Infotutorinnen und Infotutoren ergänzen das professionelle Beratungsangebot der Hochschule durch ein niedrigschwelliges, studentisches Angebot.

Aufgaben

Der Aufgabenbereich der Infotutorinnen und Infotutoren umfasst hauptsächlich die Übernahme von Informationsgesprächen. Organisatorische Fragen rund um das Studium können so schnell und unkompliziert in niederschwelliger Form geklärt werden. Bei Fragen die über einen rein sachlichen Wissensaustausch hinausgehen wird an die Studienverlaufsberaterinnen und -berater weitergeleitet. Neben der Klärung organisatorischer Fragen in der Studieneingangsphase können Infotutoren aufkommende Fragen im Studienverlauf, beispielsweise in Phasen der Prüfungen, der Seminarwahl oder der Klausuranmeldung beantworten. Um dieses Angebot zu etablieren bietet sich eine regelmäßige offene Sprechstunde an. Terminvereinbarungen für ein persönliches Gespräch oder Informationsaustausch per Mail und Social Media sind jedoch auch möglich. Da es in erster Linie um Fragen allgemeiner Natur geht, ist ein separater Raum für die Umsetzung nicht zwingend nötig. Stark frequentierte Bereiche, z.B. Flure, haben den Vorteil das Angebot bekannt zu machen und bieten den Infotutorinnen und Infotutoren die Möglichkeit Studierende aktiv anzusprechen. Es ist sinnvoll einen festen Anlaufpunkt zu etablieren.

Anforderungen

Es ist naheliegend Tutorinnen und Tutoren für die Tätigkeit zu akquirieren, die sich bereits an der Hochschule engagieren und/oder bereits dort angestellt sind, z.B. Erstsemester- oder Fachtutorinnen und Fachtutoren. Die potenziellen Infotutorinnen und Infotutoren sollten Eigenschaften wie Zuverlässigkeit, hohes Engagement, ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit und Reflexions-

kompetenz mitbringen. Zudem sollen sie einen Wissensvorsprung über den Fachbereich gegenüber ihren Kommilitonen mitbringen.

Ausbildung



Abbildung 1: Ausbildung der Infotutor/inn/en

Die Ausbildung von Infotutoren und Infotutorinnen findet auf mehreren Ebenen statt. Zu Beginn erwerben die Studierenden in einer fachbereichsübergreifenden Schulung einen Überblick über die Grundlagen lösungsorientierter Beratungsmethoden. Sie trainieren Kommunikationskompetenzen und reflektieren ihr Rollenverständnis als Infotutorinnen und Infotutoren.

In der sich anschließenden fachbereichsspezifischen Schulung erhalten die Infotutorinnen und Infotutoren durch die hauptamtliche Beraterin bzw. den hauptamtlichen Berater des Studienverlaufsmentoring (SVM) Informationen zu den Regularien, Abläufen und der Studierendenschaft des Fachbereichs. Durch die kontinuierliche Begleitung seitens der Beraterinnen und Berater haben die Infotutorinnen und Infotutoren die Möglichkeit, Fragen und Probleme zeitnah zu klären, die eigene Rolle zu reflektieren sowie ihre Erfahrungen und Erkenntnisse zurück zu koppeln.

Praxisbeispiel Hochschule Niederrhein: Ausbildung der Infotutoren

Die Infotutorinnen und Infotutoren benötigen neben dem spezifischen Wissen über die Regularien des eigenen Fachbereichs vor allem Grundkompetenzen in der Gesprächsführung. Daher werden sie mit Grundlagen zur Kommunikation und Gesprächsführung unter der besonderen Berücksichtigung des lösungsorientierten Ansatzes vertraut gemacht. Darüber hinaus wird im Rahmen der Qualifizierung ihre Rolle thematisiert und individuell reflektiert.

Die Qualifizierung findet fachbereichsübergreifend an zwei Schulungstagen statt und wird von Referentinnen des Tutorenprogramms der Hochschule Niederrhein umgesetzt. Die teilnehmenden Infotutorinnen und Infotutoren kommen aus verschiedenen Fachbereichen. Die Fortbildung findet in kleinen Gruppen mit max. acht Teilnehmenden statt. Aufgrund der unterschiedlichen Fachbereichskulturen und Erfahrungen können die Infotutorinnen und Infotutoren voneinander im Austausch profitieren. Das ‚Schauen über den Tellerrand‘ ermöglicht einen intensiven Erfahrungsaustausch über die jeweilige Praxis in den unterschiedlichen Fachbereichen. Methodisch und didaktisch wird der Lernprozess durch folgende Aspekte gefördert:



- Ansetzen an den Vorkenntnissen und Fragen der Teilnehmenden
- Wechselnde Arbeitsformen und -gruppen
- Klare Arbeitsaufträge
- Praktische Übungen mit Bezug zur Praxis als Infotutorin bzw. Infotutor
- Beispiele aus der Praxis anschaulich darstellen und reflektieren
- Die Verknüpfung von theoretischen Konzepten mit praktischen Beispielen
- Orientierung an einem konstruktivistischen Verständnis von Lernen

Im Mittelpunkt steht die praktische Einübung einer offenen und lösungsorientierten Gesprächsführung in den unterschiedlichsten Szenarien, in denen Infogespräche in der Praxis stattfinden können. Durch die intensive Reflexion der eigenen Rolle erwerben die Infotutorinnen und Infotutoren die Kompetenz, eine klare Auftragsklärung mit den Ratsuchenden zu realisieren, um darauf lösungsorientiert eingehen zu können.

Am Ende der Fortbildung verfügen die Infotutorinnen und Infotutoren über:

- ein eigenes Rollenverständnis
- die Kompetenz, den praktischen Nutzen der Lehrinhalte einzuschätzen (Theorie-Praxis-Transfer)
- Ansätze zu einer lösungsorientierten Gesprächsführung
- Gesprächskompetenzen und aktive Fragetechniken

Abgrenzung vom hauptamtlichen Studienverlaufsmentoring

Die Infotutorinnen und Infotutoren nutzen bei ihrer Tätigkeit zwar die Haltung der lösungs- und ressourcenorientierten Beratung, grenzen sich jedoch in der Praxis von der hauptamtlichen Beratung ab. Die Arbeit der Infotutorinnen und Infotutoren fokussiert sich auf die reine Informationsvermittlung. Die Infotutorinnen und Infotutoren ergänzen somit das Angebot des SVM, um eine niederschwellige, studentische Informationsberatung mit Schwerpunkt auf der Studieneingangsphase. Es ist wichtig, dass eine klare Abgrenzung der Aufgaben stattfindet, damit die Infotutorinnen und Infotutoren nicht überfordert werden und die Studierenden sowie der Fachbereich wissen, an wen sie sich wann wenden sollen.

Dokumentation

Die Infotutorien können quantitativ durch ein Online-Formular zur Dokumentation der Informationsgespräche erhoben werden. Dieses muss den Vorgaben des Datenschutzes und der DSGVO entsprechen. Dazu können dem/der Ratsuchenden schnell zu beantwortende Fragen bezüglich seines/ihrer Studiengangs, Semesters, dem Gesprächsthema und einer Weiterleitung an andere Institutionen gestellt. Folgende Beratungsthemen werden erhoben: Aufschieben; Prüfung nicht bestanden; Lerntechniken; Problem mit Lehren-

den; Abschlussarbeit; Studienorganisation (Öffnungszeiten, Anmeldungen, Online-Services, Moodle, Praktika/Labor u.a.). Somit können die Fallzahlen der Infotutorien einfach ermittelt und ausgewertet werden.

Die Tätigkeit der Infotutorinnen und Infotutoren hingegen wird qualitativ ermittelt und ausgewertet. Dies geschieht durch leitfadengestützte Interviews in einem gesonderten Reflexionstreffen. In diesem Treffen können Probleme ermittelt und festgehalten werden, die Praxis der Infotutorinnen und Infotutoren ermittelt und Erweiterungs-, bzw. Anpassungsmöglichkeiten beschlossen werden.

4.3.3 Peer-Beratung

Konzept

„Peer-Beratung“ oder „studentisches Studienverlaufsmentoring“ bezeichnet die Arbeit einer/s studentischen Beraterin und Beraters im Rahmen des Studienverlaufsmentoring. Die Peer-Beratung basiert wie das Studienverlaufsmentoring auf einem lösungs- und ressourcenorientierten Beratungsansatz.

Die Peer-Beratung verfolgt mehrere Ziele. Durch die Partizipation einer/s Studierenden im SVM kann diese bereichert werden. Die/der Peer-Beraterin und Peer-Berater „ist näher an den Studierenden“ und kann damit Studierende auf eine niedrigschwellige Weise erreichen. Die Peer-Beraterin/der Peer-Berater kann der SVM-Beraterin bzw. dem SVM-Berater Erfahrungen und Einschätzungen zum Fachbereich aus studentischer Sicht geben. Die Peer-Beraterin/der Peer-Berater erlernt durch die Tätigkeit Beratungskompetenzen, die für ihre/seine berufliche Laufbahn vorteilhaft sein können. Das SVM wird durch die Peer-Beratung entlastet.



Aufgaben

Die Peer-Beratung bietet niederkomplexes Studienverlaufsmentoring an, z.B. über das Verschieben oder Vorziehen einzelner Prüfungen, Lernmethoden, Selbstorganisation und Prüfungsvorbereitung. Im Kontrast zum Infotutorium, dessen wesentliche Schwerpunkte die Information und die Klärung von Fragen insbesondere während der Studieneingangsphase sind, dauern die Gespräche der Peer-Beratung länger und es findet ein Beratungsprozess statt. Dieses Betreuungssystem entlastet die SVM-Beraterinnen und -Berater, welche sich auf komplexere Beratungen konzentrieren können.

Anforderungen

Peer-Beraterinnen und Peer-Berater sollen mindestens im vierten Bachelor-Semester sein sowie über einen angemessenen Studienverlauf in Bezug auf die erreichten Noten und Kreditpunkte verfügen. Zudem soll eine Peer-Beraterin und ein Peer-Berater folgende Eigenschaften besitzen: hohes Engagement, kommunikative Fähigkeiten, starke Reflexionsfähigkeiten und Zuverlässigkeit. Außerdem muss ausreichendes Wissen über den eigenen Fachbereich vorliegen.

Ausbildung

Die Peer-Beratung wird von der SVM-Mitarbeiterin oder -Mitarbeiter ausgebildet. Dazu werden vor allem Hospitationen und Reflexionsgespräche genutzt. Zuerst wird der Ratsuchende gefragt, ob sie/er damit einverstanden ist, wenn das Gespräch hospitiert wird.

Zu Beginn hospitiert die auszubildende Peer-Beraterin bzw. der Peer-Berater weniger komplexe Beratungsgespräche der SVM-Mitarbeitenden. Daran an schließt sich eine gemeinsame Reflexion. Dabei wird ein besonderes Augenmerk auf die methodische Herangehensweise, Interaktion zwischen Beraterin/Berater und Ratsuchenden, Gesprächsverlauf, Beratungsatmosphäre und Rahmenbedingungen gelegt. Nach einigen Hospitationen wechseln die Rollen und die Peer-Beraterin oder der Peer-Berater führt eigene einfachere Beratungsgespräche durch. Dabei werden dieselben Kriterien betrachtet und anschließend reflektiert. Diese Hospitationen nehmen im weiteren Verlauf der Praxis der Peer-Beratung ab.

Nach Beendigung der Hospitationen treffen sich die Mitarbeiterin bzw. der Mitarbeiter des SVM und die Peer-Beraterin bzw. der Peer-Berater weiterhin regelmäßig, um Rückfragen, Schwierigkeiten etc. zu besprechen. Außerdem wird der Peer-Beratung Material über den lösungs- und ressourcenorientierten Beratungsansatz nach Steve de Shazer zur Verfügung gestellt.

Abgrenzung zum hauptamtlichen Studienverlaufsmentoring

Der/die hauptamtliche Mitarbeiter/in Studienverlaufsmentoring leitet die Beratungsarbeit innerhalb seines/ihrer Fachbereichs. Die Peer-Beratung soll wissen, welche Aufgaben nicht übernommen werden können, z.B. komplexe Beratungen, die Themen wie Schwangerschaft, schwerwiegende Krankheiten oder Studienabbruch beinhalten. In diesem Falle ist es Aufgabe der Peer-Beratung die ratsuchenden Studierenden zur SVM-Beraterin bzw. -Berater weiterzuleiten. Zudem soll die Peer-Beratung sich im Klaren darüber sein, welche Themen der Studierenden außerhalb der Kompetenzen der Studienverlaufsberatung/Peer-Beratung liegen, z.B. BAföG-Fragen.

Dokumentation

Es kann eine schriftliche Dokumentation erfolgen, die den Vorgaben des Datenschutzes und der DSGVO entspricht. Diese bietet Rückschlüsse über die Anzahl und Themen der Peer-Beratungsgespräche. Weiterhin ist es interessant für das SVM festzustellen, in welchen Fällen die Peer-Beratung an andere Institutionen, inkl. SVM, weiterleitet.



Praxisbeispiel RWTH: Studentische Mentorinnen und Mentoren in der Informatik

Im Fokus des Aachener Mentoring Modells stand die Beratung durch professionelle Berater/innen, wodurch studentische Beratung (Peer-to-Peer) nicht vorgesehen war. In der Informatik wurde jedoch der ausdrückliche Wunsch geäußert, studentische Mitarbeiter/innen in die Mentoringtätigkeit zu integrieren, da diese insbesondere mit Blick auf Niedrigschwelligkeit und kleinere Anliegen hilfreich sein können. Aufgrund des im Aachener Mentoring Modell vorherrschenden Subsidiaritätsprinzips – ‚so zentral wie nötig, so dezentral wie möglich‘ – wurde den Verantwortlichen die Möglichkeit gegeben, die Beratung nach ihrer Vorstellung zu gestalten. Einzige Prämisse war die Einhaltung der im Projekt formulierten Mindeststandards. Es ist essenziell, dass das Beratungsformat individuell zur jeweiligen Kultur der einzelnen Fakultäten, Fachgruppen und -bereiche passt.



Empfehlungen zu studentischer Partizipation in der Beratung

- Auf die Passung des Beratungssettings zu den Anforderungen und Gegebenheiten der Ratsuchenden achten.
- Durch die Einbindung von Studierenden als Beraterinnen und Berater kann studentische Partizipation gefördert werden. Achten Sie darauf, dass es Möglichkeiten für die studentischen Beraterinnen und Berater gibt, das Beratungsangebot mitzugestalten.
- Infotutorinnen und Infotutoren stellen eine Möglichkeit dar, Informationsanfragen durch studentische Beratung niedrigschwellig zu beantworten.
- Stellen Sie sicher, dass die Beratungsangebote klar voneinander abgegrenzt sind und die studentischen Beraterinnen und Berater wissen, welche Aufgaben sie (nicht) übernehmen dürfen.
- Qualifizieren Sie die studentischen Beraterinnen und Berater für ihre Aufgabe.
- Achten Sie darauf, dass Sie ausreichend Zeit haben, um studentische Beraterinnen und Berater in ihrer Arbeit zu begleiten.
- Überlegen Sie sich, wie studentische Beratung dokumentiert und evaluiert werden soll.

Literatur

- Ditzel, B.; Bergt, T. (2013): Studentische Partizipation als organisationale Herausforderung – Ergebnisse einer explorativen Studie. In: Weber, S. M.; Göhlich, M.; Schröer, A.; Fahrnwald, C.; Macha, H. (Hrsg.): Organisation und Partizipation – Beiträge der Kommission Organisationspädagogik. Wiesbaden: Springer Fachmedien, S. 177–187.

Görts, W. (Hrsg.) (2011): Tutoreneinsatz und Tutorenausbildung. Studierenden als Tutoren, Übungsleiter, Mentoren, Trainer, Begleiter und Coaches – Analysen und Anleitung für die Praxis. Bielefeld: UVW.

Knauf, H. (2012): Tutorenhandbuch. Einführung in die Tutorenarbeit. Bielefeld: UVW.

Straßburger, G.; Rieger, J. (Hrsg.) (2014): Partizipation kompakt. Für Studium, Lehre und Praxis sozialer Berufe. Weinheim: Beltz Juventa.

4.4 Mögliche Zielgruppen

Laura Lenz, Désirée Krüger

Eine heterogene Studierendenschaft ist die Realität des Hochschulsystems (siehe Kapitel 3). Daher ist die Frage nach den Unterstützungsbedarfen in der Studierendenschaft bzw. von einzelnen Studierendengruppen essenziell für die Konzeption eines Beratungsangebotes: Unterstützung soll auf der eine Seite das Individuum in seiner persönlichen Enkulturation fördern und grundsätzlich für alle Studierenden zugänglich sein. Gleichzeitig sollen strukturelle Veränderungspotenziale aufgezeigt und unterstützungsbedürftige Zielgruppen identifiziert und gezielt adressiert werden.

Die eigenen Zielgruppen bei der Konzeption von Beratungsangeboten bewusst zu wählen, ist ein wichtiger richtungsgebender Wegweiser für strukturelle Aspekte, beispielsweise der Verortung in der Hochschule. Die Zielgruppenwahl hat zudem praktische Auswirkungen auf das spätere Beratungshandeln.

Weiterhin ist der Vergleich der ursprünglich angestrebten Zielgruppen mit den tatsächlich erreichten Ratsuchenden ein wichtiger Hinweisgeber für (gelungenes) Marketing und die Konzeption von möglichen Zusatzangeboten.

Zur Erinnerung: Laut Projektanträgen fokussieren sich RWTH und Hochschule Niederrhein (HN) auf folgende Hauptzielgruppen:

RWTH:

- Studierende mit weniger als 2/3 der Kreditpunkte zum Ende eines jeweiligen Semesters
- Studierende im dritten Prüfungsversuch
- besonders begabte Studierende („10% Notenbeste eines Studienjahres“)
- alle MINT-Anfängerinnen im 1. und 2. Fachsemester

HN:

- Studierende mit quantitativ wenig Studiererfolg (Operationalisiert in folgende Kriterien: Weniger als 30% der zu erreichenden Kreditpunkte im ersten und dritten Semester erzielt; Studierende im Drittversuch und Studierende, die das Anderthalbfache der Regelstudienzeit überschritten haben)

- Bedarfs- und zielgruppenorientierte Angebote für einzelne Ratsuchendengruppen schaffen (u.a. internationale Studierende, junge Studierende, Bildungsaufsteiger/innen, Studienzweifler/innen)

Die im Folgenden vorgestellte Statistik unterscheidet sich methodisch zwischen HN und RWTH. An der HN werden alle Beratungsdaten seit Projektbeginn jahresübergreifend addiert und ausgewertet. An der RWTH werden die Beratungsdaten pro akademischem Jahr summiert und analysiert.

4.4.1 Wenn der Studienabschluss gefährdet ist: Studienzweifel, Langzeitstudium und Prüfungswiederholung

Dem Moment eines konkreten Abbruchgedankens geht ein komplexer Prozess des Scheiterns und Umorientierens voraus, in welchem die Beratung an verschiedenen Zeitpunkten wahrgenommen werden kann (Heublein et al., 2017, S. 11ff.). Wahrscheinlich werden einige potenzielle oder konkrete Studienabbrecherinnen und -abbrecher nicht durch das Angebot der Beratung erreicht. Auch nach der Exmatrikulation lässt sich diese Zielgruppe nur schwer erreichen und zu den tatsächlichen Gründen des Studienabbruchs befragen, so dass die vorhandenen Daten entsprechend vorsichtig gedeutet werden müssen (Reifenberg, Jörissen & Peters, 2015, S. 100ff.):

Die Zielgruppe von Ratsuchenden hat zu einem großen Teil einen Leistungsverzug im Studium und steht teilweise deutlich hinter den Kommilitoninnen und Kommilitonen des eigenen Jahrgangs zurück.

In der Studienverlaufsberatung (HN) zeigen die Ergebnisse der ersten Förderphase (SoSe13–SoSe16), dass die Ratsuchenden relativ gleichmäßig über die ersten fünf Semester verteilt sind (zwischen 12,2% und 15,8% aller Beratungen verteilen sich jeweils auf diese Semester). Die bis zum Zeitpunkt des Beratungsgesprächs erworbenen Kreditpunkte (KP) liegen jedoch bei 38,8% aller Beratungen zwischen 0–30 KP. Es kann zudem gezeigt werden, dass auch Ratsuchende aus höheren Semestern weniger als 30 KP erworben haben und somit teilweise einen Studienverzug von mehreren Semestern aufweisen. Das tatsächliche fachliche Vorankommen im Studium hängt somit bei den Ratsuchenden nicht notwendigerweise mit den fortschreitenden Fachsemestern zusammen. Aus diesem Grund werden die Studierenden im Frühwarnsystem mit weniger als 2/3 der zu erreichenden KP (RWTH) und weniger als 1/3 der zu erreichenden KP (HN) angeschrieben, um sie auf das Beratungsangebot aufmerksam zu machen (siehe Kapitel 6.2).

Das Thema Studienabbruch wird an deutschen Universitäten viel diskutiert, weshalb gefährdete Studierende eine besondere Zielgruppe der Beratung darstellen. Um diese anzusprechen und auf das Beratungsangebot aufmerksam zu machen, werden Studierende im dritten Prüfungsversuch jeweils im Wintersemester angeschrieben.

Die HN schreibt zudem die Studierenden an, die das 1,5-fache der regulären Studiendauer überschritten haben. Auch wenn die so definierten



„Langzeitstudierenden“ in der Wahrnehmung der Beraterinnen und Berater eine schwerer zugängliche Zielgruppe sind, sind die Studierenden mit mehr als acht Semestern mit 14,9% aller Beratungen an der HN nach den dritten Semestern (15,8% aller Beratungen) die zweitgrößte Zielgruppe (Erhebungszeitraum: SoSe13–SoSe16).

An der RWTH hingegen nehmen 28% der Studierenden mit weniger als 2/3 der Kreditpunkte im aktuellen Semester das Angebot wahr. Bei Studierenden im dritten Prüfungsversuch sind es 21% im Zeitraum 2011–2016.

Studierende mit weniger als 2/3 der Kreditpunkte bzw. Studierende im dritten Prüfungsversuch sind nach Erfahrungswerten der Beraterinnen und Berater sowohl an der RWTH als auch an der HN am schwierigsten zur Beratung zu motivieren. Aus den Beratungsgesprächen wird zudem rückgespiegelt, dass sich Studierende mit konkreten Abbruchgedanken unter einem Beratungssetting der Hochschule oft keine konkrete Hilfe für einen Studienausstieg vorstellen können. Daher sollten diese potenziellen Beratungsthemen fortwährend und großflächig kommuniziert werden. In den Protokollen der HN wird trotz hoher Abbruchquoten der einzelnen Fachbereiche das Beratungsthema „Abbruch Studium“ selten angegeben. Gleichzeitig werden häufig Themen benannt, die zu einem späteren Zeitpunkt zu Abbruchgründen werden können („Prüfung nicht bestanden“, „Arbeitsbelastung“, „Familiäre Belastung“, „Motivation“ etc.).

4.4.2 Beratung besonders begabter Studierender



Im Sinne des Diversitätsgedankens ist die Ansprache und Beratung von unterrepräsentierten Zielgruppen wünschenswert. Die RWTH benennt deshalb explizit auch die 10% Notenbesten der Studierenden eines Jahrgangs als mögliche Zielgruppe. Von dieser Zielgruppe nehmen rund 36% die Einladungen der Beraterinnen und Berater an.

MINT-Studentinnen im ersten Studienjahr stellen eine weitere, kleinere Zielgruppe der RWTH dar, welche gezielt zu Mentoringgesprächen eingeladen wird. Adressiert werden hierbei Hemmnisse, die in den stark männerdominierten MINT-Fächern auftreten können. Von den MINT-Anfängerinnen finden 22% auf Einladung den Weg in die Beratung. Einige Fakultäten und Fachgruppen der RWTH berichten jedoch, dass die Anfängerinnen und Anfänger ihren Sonderstatus nicht als solchen wahrnehmen und darum die Einladung zur Beratung bewusst ablehnen, da sie keine spezielle Behandlung wünschen bzw. diese nicht als notwendig erachten.

4.4.3 Häufigkeit der Beratungskontakte

Die Kontakthäufigkeit mit einer/einem einzelnen Ratsuchenden ist in jedem Studienverlaufsmentoring-Prozess unterschiedlich und hängt beispielsweise vom Bedarf der Ratsuchenden und dem Umgang der Beraterinnen und Berater im Gespräch mit potenziellen Folgeterminen ab. Dabei bleibt stets die Freiwilligkeit der Ratsuchenden oberste Priorität. Gleichzeitig verweist die tatsächliche Kontakthäufigkeit auf die Wahrnehmung von Beratung durch die Zielgruppe: Ist Beratung ein einmaliges Ereignis, eine Kurskorrektur oder eine Hilfe zur Selbsthilfe? Oder wird es eher als Begleitung für einen Prozess in Anspruch genommen?

Im Aachener Mentoring Modell werden gemeinsam Zielvereinbarungen getroffen und in Folgegesprächen kontrolliert und ggf. erweitert. An der RWTH nehmen 84% der Mentees mindestens ein Folgegespräch wahr. Die Abstände der Beratungsgespräche können hierbei von den Studierenden selbst bestimmt werden und sind kein direktes Erfolgskriterium des Mentorings.

An der HN finden in der Regel einmalige Beratungskontakte statt (77,5% aller Beratungen sind Erstgespräche, 15,5% der Beratungen Zweitgespräche, die restlichen 7% der Gespräche stellen das zweite und mehr Treffen dar), in denen lösungs- und ressourcenorientiert der individuelle Weg der/des Studierenden gemeinsam entwickelt wird. Der Impuls für ein Gespräch kommt in diesem Ansatz meist aktiv von den Ratsuchenden, wobei je nach Gesprächsverlauf und Beratungsthema ebenfalls Folgegespräche vereinbart werden können.

Um die Zielgruppen adäquat anzusprechen, sollte daher im Beratungskonzept die Haltung zu Folgegesprächen bedacht und entsprechend in den Einzelgesprächen thematisiert werden:

- Wie wird die Möglichkeit von Folgegesprächen dargestellt?
- Kommuniziert die Beraterin/der Berater eine Notwendigkeit für ein Folgegespräch?
- Wird von der Beraterin/dem Berater aktiv der Kontakt zu den Studierenden aufgenommen, um ‚nachzuhaken‘, oder liegt das in der Verantwortung der Studierenden?



Empfehlungen zu möglichen Zielgruppen

Grundsätzlich ist ein Studienverlaufsmentoring (SVM) ein offenes Angebot für alle Studierende. Dennoch ist der Blick auf Zielgruppen wichtig: Zum einen sollte abgeglichen werden, welche Zielgruppen man erreicht und welche nicht. Zum anderen ist zu prüfen, ob man für die angestrebten Zielgruppen das passende Angebot und die passenden Kommunikationswege bereithält. Daher ist eine kontinuierliche Analyse der Ratsuchenden ratsam.

Aus den oben dargestellten Analysen ergeben sich einige Kernfragen, die sich Verantwortliche mit Blick auf die systematische Zielgruppenidentifikation und -einladung für eigene Projektvorhaben stellen können, sowie konkret für Beraterinnen und Berater im jeweiligen Prozess:

- Wer genau ist meine angestrebte Zielgruppe und erreiche ich diese? Wer nutzt das Beratungsangebot und wurde vorab nicht bedacht?
- Wie wird die Beratung von den Ratsuchenden in Anspruch bzw. wahrgenommen: Ist sie für die Studierenden eine einmalige bzw. punktuelle Unterstützung oder ein begleitendes Angebot?
- Wie kann ich kompetent zu den Zielgruppenanliegen beraten? Welche Qualifikation und ggf. Schulungen sind hier für die Beraterinnen und Berater notwendig?
- Kann ich die Zielgruppen mit flankierenden Maßnahmen unterstützen (Infomaterial, Gruppenangebote etc.)?
- Wie kann ich die Zielgruppen auf das Beratungsangebot aufmerksam machen? Wen erreiche ich wie und wo? (Siehe Kapitel 6.2)

Literatur

- Heublein, U.; Ebert, J.; Hutzsch, C.; Isleib, S.; König, R.; Richter, J.; Woisch, A. (2017): Zwischen Studierenerwartungen und Studienwirklichkeit. Ursachen des Studienabbruchs, beruflicher Verbleib der Studienabbrecherinnen und Studienabbrecher und Entwicklung der Studienabbruchquote an deutschen Hochschulen. Hannover: DZHW.
- Reifenberg, D.; Jörissen, J.; Peters, D. (2015): Ausgewählte Ergebnisse einer kooperativen Studie zu Hochschulwechsel und Studienabbruch. In: Qualität in der Wissenschaft. Zeitschrift für Qualitätsentwicklung in Forschung, Studium und Administration, Jg. 2015, Heft 3+4, S. 99–105.

4.5 Teilnehmende und Beratungsanlässe

Désirée Krüger, Konstantin Dedesko, Laura Lenz

Die Dokumentation der Beratungen verdeutlicht, wer die Beratung nutzt und welche Themen in der Beratung besprochen werden. Da sich die Erhebungsmethoden der beiden Hochschulen unterscheiden, werden die Ergebnisse je Hochschule dargestellt. Nachfolgend werden jeweils auszugsweise die Gesprächszahlen, Themen, Itemkreuzungen und andere relevante statistische Informationen über die Teilnehmerinnen und Teilnehmer und Beratungsanlässe beider Projekte dargestellt, die für die jeweiligen Projektziele maßgeblich sind.



4.5.1 Studienverlaufsberatung (Hochschule Niederrhein)

Beratung in den Fachbereichen = Beratung von verschiedenen Fachkulturen?

An der Hochschule Niederrhein (HN) unterscheiden sich die Fachbereiche stark darin, in welchem Umfang das Beratungsangebot in absoluten Zahlen wahrgenommen wird.² Dabei entspricht die Anzahl der Beratungen nicht zwangsläufig der Größe des Fachbereiches. Die Abbildung 2 illustriert das Verhältnis der Fachbereichsgröße zur Wahrnehmung des Beratungsangebotes. Die Größe des Fachbereiches wird hier anhand des Anteils Studierender

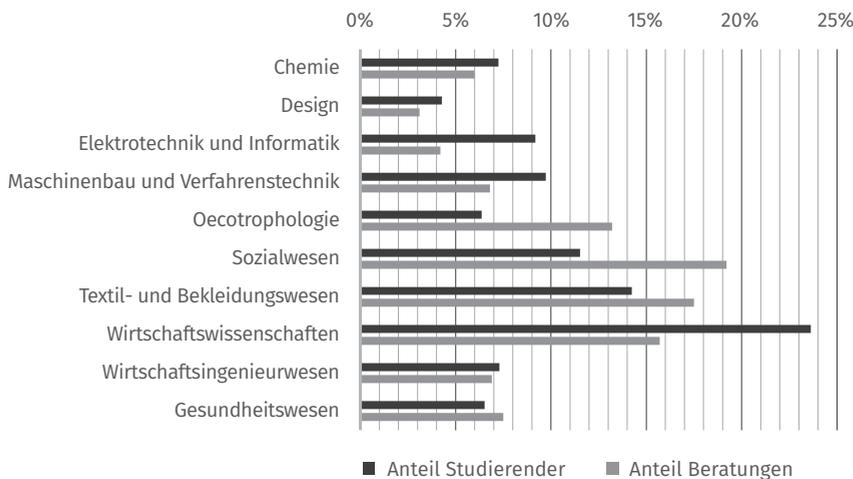


Abbildung 2: Verhältnis von Fachbereichsgröße zu Beratungszahlen

2 Hinweis zur Erhebung: Mehrfachberatungen zählen mehrfach wobei der Großteil der Beratungen Erstberatungen sind. Es sind studentische Projekte/Beratungen in einigen Fachbereichen mit einbezogen (Fachbereich Design und Sozialwesen). Zudem gab es Schwankungen in der Stellenbesetzung. Nicht allen Fachbereichen stand daher durchgängig die zuge dachte Beraterin (0,5 oder 1 Stelle) zur Verfügung. Die Studierendenzahlen der Fachbereiche wurden im WiSe 14/15 erhoben und liegen somit im Erhebungszeitraum der ersten Laufzeit (SoSe13-SoSe16, N = 3.092).

an der gesamten Studierendenschaft der Hochschule gemessen. Die Wahrnehmung des Beratungsangebotes wird als Anzahl der Beratungen im Fachbereich im Verhältnis zu der Gesamtzahl der Beratungen gemessen.

Ein Indikator für eine höhere oder niedrigere Verteilung ist das Geschlechterverhältnis am Fachbereich. Ein hoher Frauenanteil in der Studierendenschaft führt mindestens zu einem der Fachbereichsgröße entsprechenden Beratungsanteil, oft jedoch zu einer höheren Relation von Beratungen und Fachbereichsgröße (siehe Abbildung 3).

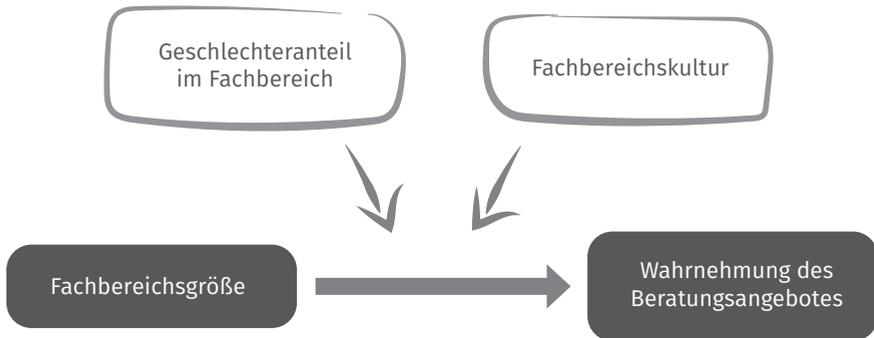


Abbildung 3: Erklärungsmodell

Neben den quantitativen Daten wurden qualitative Einflussfaktoren in Gesprächen mit den Studienverlaufsberaterinnen gesucht. Diese berichten von ihrer Wahrnehmung der Fachkultur und deren Einfluss auf die Nutzung von Beratungsangeboten: So zeigen Studierende im Fachbereich Sozialwesen nach der Schilderung der Studienverlaufsberatung eine hohe Affinität zur Selbstreflexion und nehmen Beratungsangebote gerne und ohne Scheu wahr. Demgegenüber stehen die Berichte der Studienverlaufsberaterinnen und -berater aus technisch-naturwissenschaftlichen Fachbereichen, in denen Studienverlaufsberaterinnen und -berater ein höheres Hemmnis (z.B. auf Grund von berichteten Schamgefühlen) bei den Studierenden wahrnehmen, da Beratung vermeintlich stärker mit ‚Versagen‘ oder ‚Scheitern‘ assoziiert wird. Dieser von den Beraterinnen und Beratern berichtete Einfluss von Fachbereichskultur auf die Nutzung von Beratungsangeboten ist eine näher zu betrachtende Größe in der weiteren Beratungsforschung.

Die Zusammensetzung der Studierendenschaft unterscheidet sich an der HN auch hinsichtlich anderer Faktoren zwischen den Fachbereichen: So beinhaltet der Fachbereich Textil- und Bekleidungstechnik den einzigen englischsprachigen Studiengang mit einem hohen Anteil ausländischer Studierender. Im Fachbereich Oecotrophologie gibt es einen höheren Anteil an beruflich qualifizierten Studierenden. Zudem unterscheiden sich die Zugangswege zu verschiedenen Studiengängen erheblich in ihrem Aufwand, um ein Studium beginnen zu können (künstlerische Eignungsprüfung in Design vs. NC-freie Zugangsquoten). Auf der Grundlage der vorliegenden Daten können nicht alle Faktoren identifiziert werden, die sich auf einen erhöhten oder vermin-

derten Beratungsbedarf auswirken. Daher sind Interpretationen über die Ursache der unterschiedlichen Inanspruchnahme von Beratung zwischen den verschiedenen Fachbereichen nur eingeschränkt möglich.

Die häufigsten Beratungsthemen

In allen Fächern ist das meistgenannte Beratungsthema ‚Studium planen‘. Es zeigt sich, dass trotz einer Bandbreite von möglichen Themen die drei häufigsten Beratungsthemen in allen Fachbereichen durchgängig Schwierigkeiten mit dem Themenfeld Lernen und Prüfungsvorbereitung benennen: Es geht um die Aufarbeitung von nicht bestandenen Prüfungen, um Abschlussarbeiten, um das Thema ‚Lernen/Prüfungsvorbereitung‘ sowie um die organisatorische Ebene der Zeitplanung. Diese Themen benennen Studierende aller Fachbereiche am häufigsten und/oder am zweithäufigsten.

Zudem finden einige weitere Beratungen zum Thema Studienabbruch, Studiengangwechsel sowie zum Thema Motivation statt. Meistens belegen diese Themen den dritten Platz der Top 3 der häufigsten Beratungsthemen. Familiäre Belastung taucht an zwei Fachbereichen als Beratungsthema in den Top 3 auf. Zusammengefasst mit anderen Belastungen wie Arbeitsbelastung, finanzielle Probleme und Krankheit ist dieses Beratungsthemenfeld ‚Persönliche Belastungen‘ auch an anderen Fachbereichen mehrfach benannt und macht insgesamt 14,4% (N = 5.989) aller Nennungen aus (Zeitraum: Sommersemester 2013 bis 2016).

Geschlechterverteilung in der Beratung

Nach Geschlecht differenziert zeigt sich, dass im oben erwähnten Zeitraum 60,8% der Ratsuchenden weiblich und 39,2% männlich sind. An der Hochschule Niederrhein selbst ist die Geschlechterverteilung der Studierendenschaft paritätisch, wobei große Unterschiede zwischen den Fachbereichen bestehen. An den Fachbereichen Maschinenbau/Verfahrenstechnik und Elektrotechnik/Informatik liegen die Frauenquoten zum Beispiel bei 10%, am Fachbereich Sozialwesen beträgt die Frauenquote 78%. Die Gesamtverteilung der Geschlechter in der Beratung basiert erheblich auf den höheren Beratungszahlen in überwiegend weiblich besetzten Fachbereichen. Die Zielgruppe von männlichen Ratsuchenden ist weniger beratungsaffin und sollte daher bei Marketingmaßnahmen und der Konzeption von Beratungsangeboten intensiver angesprochen werden.

Unter den Erstsemestern nehmen im Vergleich zur durchschnittlichen Geschlechterverteilung mehr weibliche Ratsuchende die Beratung wahr (67,1% aller Beratungen im 1. Fachsemester). Nach Alter sortiert zeigt sich allerdings, dass jüngere Männer (≤ 20 Jahre) etwas häufiger in die Beratung gehen als ihre älteren Kommilitonen, da sich hier das Geschlechterverhältnis (untypischerweise zum sonstigen Geschlechterverhältnis in der Beratung) annähert (bei 44,9% aller Beratungen mit ≤ 20 -Jährigen sind die Ratsuchenden männlich).³ Bei den Studierenden, welche die Regelstudienzeit über-

3 Hier zeigt sich, dass die Items Alter und Fachsemester nicht gleichzusetzen sind, auch wenn sie in anderen Aspekten deutliche Überschneidungen aufweisen.

schritten haben (>8 Fachsemester), nähert sich das Geschlechterverhältnis in der Beratung ebenfalls an.

Die Themen in der Beratung sind teilweise geschlechterspezifisch. Während Themen wie ‚Arbeitsbelastung (Job etc.)‘ und ‚Studium planen‘ von beiden Geschlechtern in etwa gleich häufig angesprochen werden, sind ‚familiäre Belastung‘ und ‚Abschlussarbeit‘ Beratungsthemen, die von weiblichen Studierenden ungefähr doppelt so häufig genannt werden. Gezielte Unterstützungsangebote für die weiblichen Studierenden zu diesen Themenbereichen scheinen daher sinnvoll zu sein. Der ‚Studienabbruch‘ wird hingegen von männlichen Studierenden doppelt so häufig thematisiert. Hieraus kann ebenfalls eine Empfehlung für gezielte (Beratungs-)Angebote sowie für weitere präventive Maßnahmen ausgesprochen werden. Auch ‚Lernen/Prüfungsvorbereitung‘ ist ein Thema, das eher von männlichen Studierenden angesprochen wird. Hier sind die Verhältnisse jedoch etwas ausgeglichener (Frauen 10,5%, Männer 16,6%) und lassen keine eindeutigen Schlussfolgerungen zu.

Bei der Frage, wie die beratenen Studierenden auf die Studienverlaufsberatung aufmerksam geworden sind, sind die Top 3 Antworten bei beiden Geschlechtern gleich: 1) Anschreiben⁴ – 20,2%, 2) Internet – 18,3% und 3) Kommilitoninnen und Kommilitonen – 17,5%. Weibliche Studierende wurden in 20,4% aller Fälle durch Kommilitoninnen und Kommilitonen auf die Studienverlaufsberatung aufmerksam gemacht. Bei männlichen Studierenden sind es lediglich 13,1%. Durch die Anschreiben werden 28,1% der männlichen beratungssuchenden Studierenden auf die Studienverlaufsberatung aufmerksam. Der Anteil weiblicher Studierenden, die diese Kategorie angeben, ist nur ca. halb so groß (15%). Ein gezieltes Anschreiben scheint demzufolge eine geeignete Maßnahme zu sein, um die männliche Zielgruppe anzusprechen. Durch das Internet wurden Frauen und Männer gleichermaßen auf die Studienverlaufsberatung aufmerksam (Frauen 17,5%, Männer 19,5%). Neben anderen Marketingmaßnahmen ist eine Internetpräsenz der Angebote daher essenziell.

SVM als Beratung für Studierende mit problematischem Studienverlauf

Die angegebenen Kreditpunkte der Ratsuchenden sind ein wichtiges Item, um den Leistungsstand der Ratsuchenden fächerübergreifend darzustellen. Dieses Merkmal wurde zum SoSe15 eingeführt (N = 1.773). Ein großer Teil der Ratsuchenden (68,6%) hat zwischen 0–30 Kreditpunkten (KP) und steht somit, zumindest auf der Ebene der erbrachten Prüfungsleistungen, am Beginn des Studiums. Rund 20% aller Ratsuchenden fallen in die Kategorie ‚31–60 Kreditpunkte‘ und ca. 8% der Beratungen finden mit Studierenden kurz vor dem Bachelorabschluss statt (151–180 KP).

Aus den Beratungsgesprächen wurde zurückgespiegelt, dass teilweise von den Ratsuchenden nicht nur wenige, sondern noch keine Prüfung erfolgreich absolviert wurden. Dabei ist zu beachten, dass auch Studierende höherer

4 Mit Unterstützung des Prüfungsamtes werden einmal im Semester Einladungsschreiben an Langzeitstudierende und Studierende mit niedrigem Kreditpunktestand verschickt (siehe Kap. 6.2)

Semester teilweise mit einem relativ niedrigen Kreditpunktestand in die Beratung kommen. So berichten 46,6% der Ratsuchenden aus dem dritten Semester bis zum Beratungstermin ‚0–30 Kreditpunkte‘ erworben zu haben.⁵ Das gleiche gilt für 24,7% aller Ratsuchenden aus dem vierten und jeweils um die 13% der Ratsuchenden aus dem fünften und sechsten Semester. Diese weit gefächerte Verteilung der Fachsemester und des Studienstandes setzt sich in den höheren Kategorien der Kreditpunkte fort: Ein nennenswerter Teil der Ratsuchenden ist mit der Studienleistung deutlich im Verzug.

Die Studienverlaufsberatung wirkt somit zum einen besonders als Unterstützung für Studierende in der Studieneingangsphase oder berät zu Prüfungen aus der Studieneingangsphase. Je weiter Studierende in ihrem Studium fortgeschritten sind, desto seltener suchen sie Beratung auf. Eine Ausnahme bildet dann zum Abschluss des Studiums die Abschlussarbeit, zu der in einigen Fächern Beratung aufgesucht wird.

Themen und Verteilung der Ratsuchenden nach Alter

Die Altersverteilung der Ratsuchenden folgt weitestgehend dem logischen Altern im Laufe des Studiums (je höher das Semester, desto älter die Studierenden). Da in der Beratungsdokumentation mit relativ großen Alterskategorien (≤ 20 Jahre, 21–25 J., 26–30 J., ≥ 31 J.) gearbeitet wurde, sind Rückschlüsse nur schwer möglich. Daher wurde während der Laufzeit die größte Gruppe der Ratsuchenden (bis dahin: ‚21–25 Jahre‘) in zwei Untergruppen segmentiert (21–22 J. und 23–25 J.).

Studierende über 30 Jahre nutzen die Beratung in der Regel direkt zu Beginn im ersten Semester (24,5% der ≥ 36 -Jährigen; 10,6% der 31- bis 35-Jährigen) oder im höheren Semester (> 8 . Fachsemester) (18,2% der ≥ 36 -Jährigen; 43,9% der 31- bis 35-Jährigen) (siehe Abb. 4).

Während die Beratung jüngerer Studierender sich auf hochschulspezifische Themen wie das Nichtbestehen von Prüfungen konzentriert, thematisieren ältere Studierende zudem Themen wie familiäre Belastung und Arbeitsbelastung. Das Beratungsthema (effiziente) Zeitplanung ist in nahezu allen Altersgruppen mit hohen Anteilen vertreten. Diese Spannweite zeigt, dass Beraterinnen und Berater zum einen mit der Beratung für jüngere Studierende die Rolle von ‚Enkulturationshelfenden‘ einnehmen und bei älteren Studierenden besonders das Themenfeld ‚Vereinbarkeit‘ im Blick haben sollten. Gegebenenfalls können Zusatzangebote wie z.B. Gruppencoachings sowie Informationsmaterial für diese häufigen Beratungsanlässe unterstützend eingesetzt werden.

5 Die benannte Auswertung basiert auf dem Item ‚0–30KP erworben‘. Um zukünftig besser zwischen Ratsuchenden differenzieren zu können, die noch keine einzige Klausur erfolgreich bestanden haben (ggf. auch im höheren Semester) und Studierenden, die mindestens eine Klausur erfolgreich bestanden haben, wurde im WiSe 16/17 das Item „erworbene Kreditpunkte“ noch einmal spezifiziert: Es wird seitdem zwischen ‚0 Kreditpunkte‘ und ‚1–30 Kreditpunkte‘ getrennt.

4. Beratung

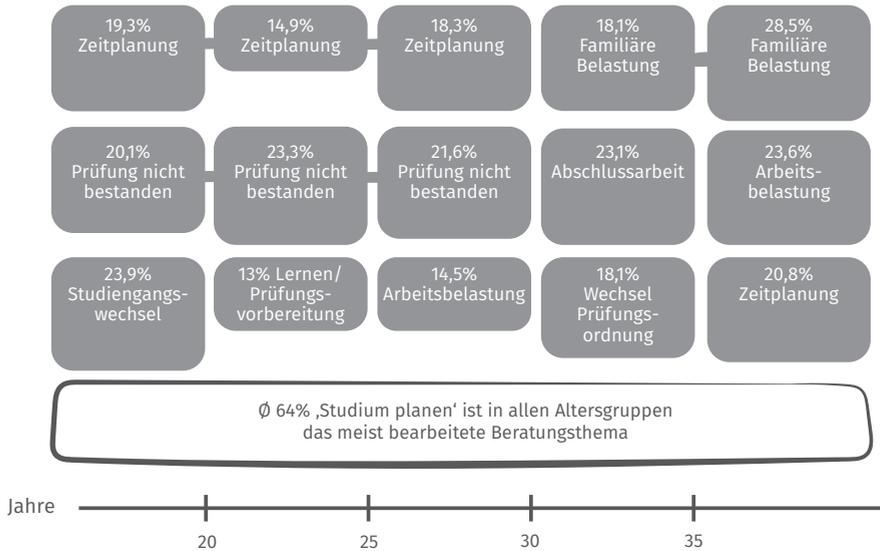


Abbildung 4: Beratungsthemen nach dem Alter der Studierenden

Verteilung der Beratungen und Beratungsthemen nach Fachsemestern

Die Beratung wird durch Studierende aller Semester wahrgenommen (siehe Abb. 5). Zudem macht die Gruppe der Studierenden über der Regelstudienzeit (mehr als 8. Semester im BA) mit 14,9% eine verhältnismäßig große Gruppe der Ratsuchenden aus. Besonders zu beachten sind die Effekte der Einladungsschreiben, die zum Sommer-/Wintersemester verschieden große Zielgruppen auf die Beratung aufmerksam machen und so einen Einfluss auf die Beratungszahlen haben, da die meisten Studiengänge der HN nur im Wintersemester starten (siehe Kapitel 6.2).

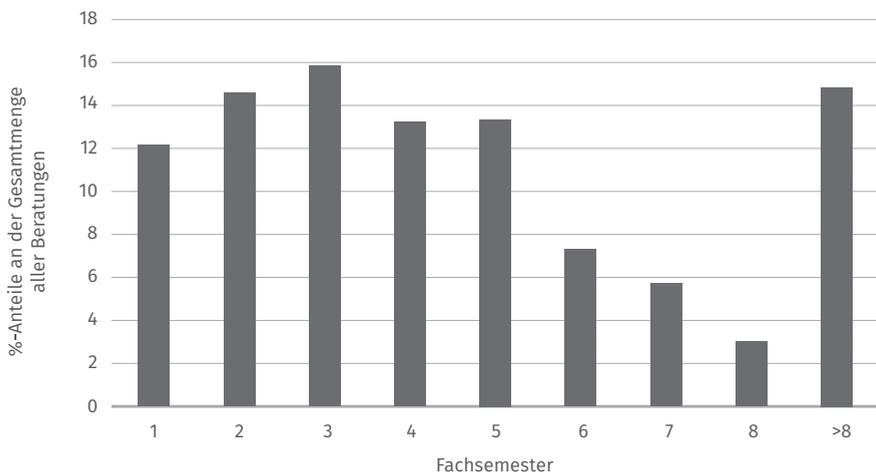


Abbildung 5: Verteilung der Beratungsgespräche auf die Fachsemester (N = 2.917)

Interessant sind die verhältnismäßig hohen Beratungszahlen im 1. Semester (12,2% aller Beratungen), da hier das wichtigste Marketinginstrument, die Einladungsschreiben, noch nicht zum Tragen kommen. Die Studierenden werden somit durch andere Wege auf das Angebot der Beratung aufmerksam, z.B. durch das hohe Engagement der Studienverlaufsberaterinnen in der Einführungswoche.

Die Themen der Beratung wandeln sich im Verlauf des Studiums. In Tabelle 1 werden die häufigsten Themen pro Semester benannt.

Tabelle 1: Die fünf häufigsten Beratungsthemen pro Fachsemester der Ratsuchenden (N = 2.789, Erhebungszeitraum: SoSe13–SoSe16)

1. Fachsemester (11,9% aller Beratungen)	65,9% Studium planen ¹ 21,8% Studiengangwechsel 16,0% Familiäre Belastung 14,2% Arbeitsbelastung 11,8% Lernen / Prüfungsvorbereitung (11,5% Krankheit; 11,2% Zeitplanung)
2. Fachsemester (14,8% aller Beratungen)	65,4% Studium planen 23,2% Prüfung nicht bestanden 21,8% Studiengangwechsel 17,2% Zeitplanung 10,9% Lernen / Prüfungsvorbereitung
3. Fachsemester (15,7% aller Beratungen)	68,1% Studium planen 26,9% Prüfung nicht bestanden 18,2% Zeitplanung 16,4% Lernen / Prüfungsvorbereitung 11,4% Studiengangwechsel
4. Fachsemester (13,2% aller Beratungen)	72,4% Studium planen 22% Prüfung nicht bestanden 14,9% Zeitplanung 12,5% Lernen / Prüfungsvorbereitung 10,6% Studiengangwechsel (10% Arbeitsbelastung)
5. Fachsemester (13,1% aller Beratungen)	67,2% Studium planen 27,3% Prüfung nicht bestanden 18,3% Abschlussarbeit 17,5% Zeitplanung 12% Lernen / Prüfungsvorbereitung
6. Fachsemester (7,2% aller Beratungen)	62,2% Studium planen 23,4% Prüfung nicht bestanden 23,4% Abschlussarbeit 16,9% Zeitplanung 15,4% Lernen / Prüfungsvorbereitung
7. Fachsemester (5,7% aller Beratungen)	57,5% Studium planen 36,3% Abschlussarbeit 26,9% Prüfung nicht bestanden 20% Zeitplanung 15% Lernen / Prüfungsvorbereitung

¹ %-Angabe bezieht sich auf das jeweilige Fachsemester, Mehrfachnennung möglich

8. Fachsemester (3,1% aller Beratungen)	60,5% Studium planen
	31,4% Abschlussarbeit
	27,9% Prüfung nicht bestanden
	15,1% Zeitplanung
	14% Wechsel der Prüfungsordnung
>8. Fachsemes- ter (15,2% aller Beratungen)	50,9% Studium planen
	30,2% Abschlussarbeit
	25,2% Wechsel der Prüfungsordnung
	20% Prüfung nicht bestanden
	13,7% Arbeitsbelastung

4.5.2 Aachener Mentoring Modell (RWTH)



Die RWTH Aachen ist eine der größten Universitäten in Deutschland. Im WiSe17/18 studierten 45.377 Studierende dort in rund 160 verschiedenen Studienrichtungen an 9 Fakultäten. Insgesamt ist die Anzahl deutscher Männer dominierend, denn sie machen mehr als die Hälfte der Gesamtstudierendenzahl aus. Die andere Hälfte setzt sich vorwiegend aus deutschen Frauen sowie internationalen Studierenden beider Geschlechter zusammen. Mehr als die Hälfte aller Studierenden studieren Ingenieurwissenschaften.

Beratung in den Fakultäten/Fachgruppen

Die Anzahl der Studierenden je Fakultät bzw. Studiengang beeinflusst den Kontakt der Beraterinnen und Berater zu den Ratsuchenden und bedingt ggf. größere Wartezeiten auf Beratungsgespräche. Beraterinnen und Berater kleinerer Fakultäten können ein sehr viel persönlicheres Verhältnis zu ihren Studierenden pflegen, wodurch die Beratung noch mehr individualisiert und intensiviert wird. Auch bei Fragen zu z.B. persönlich passenden Lernpartnerinnen und Lernpartnern kann hier leichter weitergeholfen werden. Die Größe der Fakultät spiegelt sich auch in der Individualität der Einladungs-schreiben an die Studierenden wider. An größeren Fakultäten erhalten Studierende häufiger unpersönliche ‚Serienmails‘, die leichter von den Studierenden ignoriert werden, da ihnen oft nicht klar ist, warum sie diese erhalten. Es ist zu vermuten, dass die angeschriebenen Studierenden auch darauf hoffen, in der Masse der Studierenden unterzugehen. Persönlichere Anschreiben in kleineren Fakultäten erhöhen hingegen die Verbindlichkeit.

Geschlechterverteilung

Bei der Geschlechterverteilung derer, die das Angebot des Aachener Mentoring Modells wahrnehmen, stellt sich die Situation sehr viel ausgeglichener dar als die Gesamtzahl und Geschlechterverteilung aller RWTH Studierenden vermuten lassen: 34% der Ratsuchenden sind weiblich und 66% männlich (WiSe 16/17). Im WiSe 15/16 sahen 61% der männlichen Mentees (N = 1.685) dabei den Beratungsanlass in fachlichen Hindernissen, wohingegen 53% der weiblichen Mentees vornehmlich persönliche Gründe für die Bera-

tung angeben (siehe Abbildung 6). Die im Folgenden dargestellten Daten zu Beratungsanlässen wurden mit Hilfe des Dokumentationstools des Aachener Mentoring Modells in der 1. Förderphase (WiSe11/12–WiSe16/17) erfasst.

Beratungsthemen

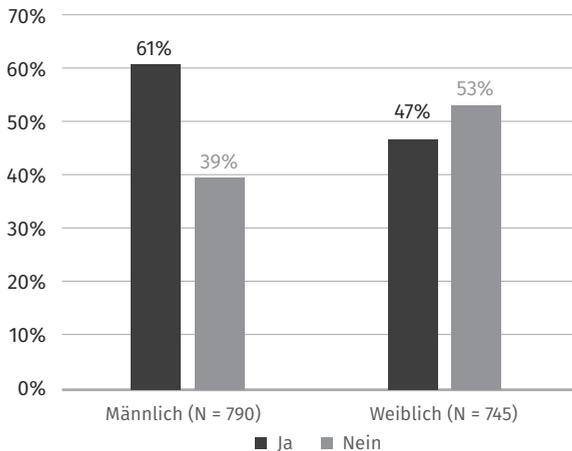


Abbildung 6: Geschlechterverteilung der RWTH-Mentees nach generellen Gesprächsanlässen (N = 1.535)

Generell kommen Mentees häufiger wegen persönlicher Probleme als wegen studienbezogenen oder strukturellen Gründen in die Beratung. Weitere Beratungsanlässe, die genannt werden, sind Motivationsprobleme, Neugierde sowie Blockaden.

„Persönliche Probleme“ sowie „Überforderung im Studium“ sind die häufigsten Beratungsanlässe, wie Abbildung 7 zeigt. Im Rahmen der Dokumentation des Aachener Mentoring Modells sind jedoch auch Mehrfachnennungen möglich, weshalb nicht alle Mentees alleinig aus einem Grund die Beratung wahrnehmen. Darüber hinaus lassen allgemeine Kategorien wie „persönliche Probleme“ viel Platz für individuelle Ausprägungen. Durch die große Kategorie „persönliche Probleme“ wird das eigentliche Anliegen nicht im Detail erfasst, jedoch fällt es der/dem Mentee leichter, solch eine allgemeine Dokumentation zuzulassen.

Bei den inhaltlichen, also studienbezogenen Beratungsanlässen werden an der RWTH fakultätsübergreifend zu hohe Workloads, zu viele bzw. zu schwere Lehrinhalte, fehlende Transparenz bezüglich der Anforderungen des spezifischen Studienganges, mangelnder Praxisbezug sowie Überschneidungen bei den Stundenplänen benannt (siehe Abbildung 8). Da diese Beratungsthemen je Fakultät erfasst werden, ergeben sich aus den Daten konkrete Handlungsfelder bzw. Projektziele zur Optimierung der Studiengänge. Die besondere Herausforderung besteht darin, diese den Verantwortlichen klar zu kommunizieren und Veränderungsprozesse kontinuierlich voranzutreiben. Im

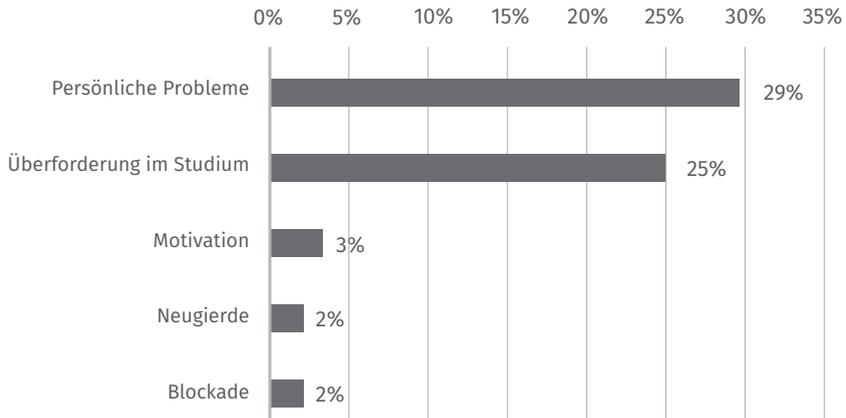


Abbildung 7: Gründe für die Beratung an der RWTH Aachen (N = 1.779)

Aachener Mentoring Modell werden die Ergebnisse deshalb unter anderem in den Jahresgesprächen der Dekane aller Fakultäten präsentiert, diskutiert und Maßnahmen abgeleitet. Die Pflege und Förderung guter Kontakte in die organisatorische Leitungsebene sind deshalb entscheidend.

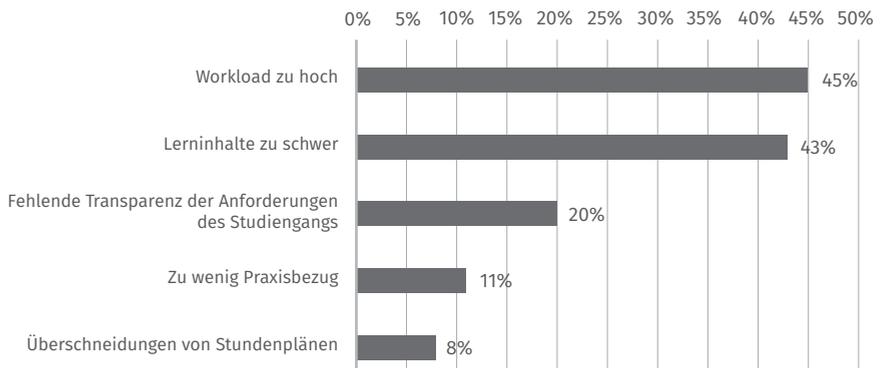


Abbildung 8: Übersicht für Gründe der inhaltlichen Beratung an der RWTH Aachen (N = 835)

Bei den strukturellen Problemen gliedern sich die Antworten wie in Abbildung 9 dargestellt. Es werden hauptsächlich der ‚Übergang zwischen Schule und Hochschule‘, sowie die ‚Überschreitung der Regelstudienzeit‘ genannt. Hieraus ergibt sich eine Bestätigung der Hauptzielgruppen des Aachener Mentoring Modells (Studierende im 3. Prüfungsversuch und solche mit weniger als 2/3 der Kreditpunkte im aktuellen Semester) sowie eine Bestärkung in der Fokussierung auf die Studieneingangsphase, auf die das Angebot ein besonderes Augenmerk legt. Besonders in der Studieneingangsphase werden Formate zu Lern- und Selbstmanagement, Zeitmanagement, Prüfungsangst und verwandten Themen forciert. Das Problem des Zeitmanagements wird dabei von 73% der Mentees adressiert, die das Beratungsangebot wegen Lernhemmnissen wahrnehmen. Wichtig sind deshalb die intensive Betreu-

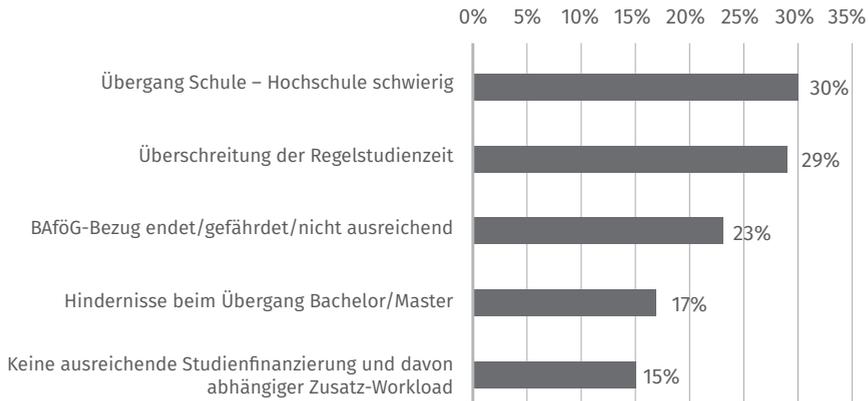


Abbildung 9: Übersicht der studentischen Probleme im Bereich Struktur (N = 826)

ung und die Ansprache neuer Studierender gleich zu Beginn der Studieneingangsphase, beispielsweise durch zielgruppengerechtes Marketing (siehe Kapitel 6.1).

Studienzweifel

Die genannten Anliegen führen bei einigen Studierenden zu Abbruch-Überlegungen. Es fällt auf, dass, obwohl manche Anliegen als sehr massiv bzw. einschränkend empfunden werden, weit weniger als die Hälfte aller Mentees einen Studienabbruch in Erwägung ziehen bzw. dies explizit in der Beratung äußern. Dadurch wird deutlich, dass Mentoring in erster Linie ein studienbegleitendes Angebot sein sollte, als eine Beratung zum Ausstieg. Nichtsdestotrotz gehört es zur Verantwortung der Beraterinnen und Berater, zum Abbruch passgenau beraten zu können. Dabei muss differenziert werden zwischen Studierenden, die freiwillig abbrechen und jenen, die wegen dem Nichtbestehen einer Prüfung ihr Studium beenden müssen. Um Studienzweiflerinnen und -zweiflern die Beendigung, den Wechsel, aber auch den Neuanfang jedoch nicht als Niederlage auszulegen, gibt es an der RWTH Aachen University das Angebot ‚Zweifel im Studium – Finde deinen Weg!‘. Hier können Studierende nicht nur das Angebot des Aachener Mentoring Modells, sondern auch die Angebote anderer Institutionen, z.B. der Handwerkskammer, der Agentur für Arbeit und der Fachhochschule Aachen unverbindlich kennenlernen.

Über diese Ergebnisse hinaus erfasst das Aachener Mentoring Modell die studentischen Anliegen auch detailliert unterteilt nach Fakultäten und Fachgruppen. Dies ist unabdinglich, da die Anliegen fachspezifisch stark divergieren können. Entsprechend zeichnen sich je nach Fakultät unterschiedliche Handlungsbedarfe und daraus resultierende Projektziele ab.

4.5.3 Grenzen der Erhebungen und Fazit

Über einige Aspekte, die aus wissenschaftlicher, gesellschaftlicher und hochschulpolitischer Perspektive interessant und wichtig wären, dürfen aus Datenschutzgründen keine Erhebungen stattfinden. Matrikelnummern und persönliche Daten dürfen beispielsweise nicht erhoben werden, sodass eine direkte Nachvollziehbarkeit der Wirkungen erschwert wird.

Es ist schwierig, Erhebungen, die repräsentativ für die Gesamtstudierendenschaft sind, im Rahmen nicht verpflichtender Beratungsangebote durchzuführen, da die Ergebnisse sich lediglich auf jene Personen, die das Angebot freiwillig wahrnehmen, beziehen. Darüber hinaus werden die Daten dadurch beeinflusst, dass auf Projektstellen manchmal die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wechseln und Protokolle unterschiedlich ausgefüllt werden. Darüber hinaus finden inhaltliche Anpassungen der Items statt. Einige aus Forschungsperspektive höchst interessante Items stehen aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht zur Verfügung. Die Daten müssen entsprechend vorsichtig verwendet werden. Ergänzend sollten daher auch qualitative Methoden ins Forschungsdesign mit einbezogen werden, um mögliche Wirkungen wissenschaftlich abbilden zu können.

Gleichzeitig bietet die kontinuierliche Auswertung der quantitativen Daten die Möglichkeit die Projektziele zu ‚controllen‘ und ermöglicht ein weitestgehend fundiertes Bild der Studierenden, die das Beratungsangebot wahrnehmen.

Im Aufbau der Begleitforschung muss stets zwischen dem Ziel, eine Kontinuität der Daten zu schaffen, sowie der Anpassung von Items im Laufe der Projektzeit auf Grund von Erfahrung etc. abgewogen werden. Es empfiehlt sich daher, die Evaluation von Beginn an sorgfältig mit zu planen und notwendige Änderungen wenn überhaupt früh durchzuführen.



Empfehlungen zur Begleitforschung

- Erläutern Sie den Ratsuchenden die Rahmenbedingungen und Datenschutzrichtlinien sowie die Funktionen/Vorteile der Erhebung.
- Fragen Sie sich, welche Daten Sie genau erheben müssen um ihre Projektziele zu forcieren und relevante Ergebnisse darzustellen.
- Strukturieren Sie den Erhebungsprozess gründlich. Welche Kategorien muss es geben? Wie stehen diese in Relation zueinander? Denken Sie schon hier darüber nach, welche Kreuzungen darüber hinaus interessant sein können.
- Verschiedene Fakultäten und Fachgruppen können von verschiedenen studentischen Anliegen geprägt sein. Differenzieren Sie Ihre Ergebnisse nach Fachgruppen bzw. Fakultäten.

4.6 Kritische Studienanforderungen durch Studienverlaufsmentoring bewältigen

Nina Westerholt

4.6.1 Definition Enkulturation



Der Begriff Enkulturation bezeichnet

„[...] den Prozess, in dem und durch den Menschen von Geburt an die kulturellen Überlieferungen ihrer Gesellschaft oder einer gesellschaftlichen Gruppe [...] erlernen und dadurch ein Mitglied dieser Kultur werden. Dabei geht es um die bewusste und unbewusste Vermittlung gruppenspezifischer Denk-, Gefühls- und Verhaltensmuster, wie z.B. alltägliche Kommunikations- und Umgangsformen sowie – rituale, Selbstdarstellungen, Verpflichtungen, Erwartungen usw. Neben der Sprache ist [...] die Internalisierung von Symbolen, Werten und Vorbildern wichtig. Im Allgemeinen wird Enkulturation als Teil der Soziologie verstanden, zum Teil aber auch als eigener Prozess betrachtet“ (Merkens, 2007, S. 186).

Borgstedt (2014) differenziert in Anlehnung an den Begriff der Sozialisation zwischen allgemeiner Hochschulsozialisation und Fachkultursozialisation (S. 25). Fachkulturen unterscheiden sich durch das jeweilige Fachwissen, Lebensstile und einen fachspezifischen Habitus. Kennzeichen der jeweiligen Fachkulturen sind geteilte Ansichten, Rituale und Arbeitsweisen. Die allgemeine Hochschulsozialisation hingegen erfordert die Bewältigung fächerübergreifender Aufgaben der Studienorganisation, z.B. das Einhalten von Prüfungsanmeldefristen (Wild, 2013, S. 81).

„[F]ür Studierende hat die Universität neben der Wissensvermittlung vor allem eine Sozialisationsfunktion. Studentinnen und Studenten verbringen ihre Freizeit hauptsächlich mit Kommilitoninnen und Kommilitonen, und im Studium selbst werden ihnen die Routinen und Wertvorstellungen ihres Fachbereichs vermittelt“ (Werner, Sauer & Wöhler 2009, S. 349).

4.6.2 Kritische Studienanforderungen

Das Thema Studienanforderungen wird u.a. im Rahmen von Arbeiten zu Studienerfolg/Academic performance (Konegen-Grenier, 2002; Rienties et al., 2012) und Wissenschaftskulturen (Hentig, 2003) behandelt. Um Studienerfolg oder Studienabbrüche zu verstehen, müssen äußere Merkmale (Studienbedingungen, Betreuungsleistungen, Möglichkeiten der Studienfinanzierung etc.) und innere Merkmale (Studienwahlmotive, Leistungsvermögen etc.) der



Studien- und Lebenssituation der Studierenden betrachtet werden (Heublein, 2010; Heublein et al., 2015). Studierfähigkeit ist geprägt durch das Zusammenspiel individueller Faktoren wie Eingangsvoraussetzungen und Studienzielen sowie institutioneller Rahmenbedingungen (van den Berk, Schultes & Stolz 2015).

Untersuchungen zu fachlichen Anforderungen finden sich v.a. in der Fachkulturforschung wieder (Multrus, 2004; Apel, 1989; Kröge, 2011; Bargel, 1988; Koutsantoni, 2007; Schlüter et al., 2015). Berthold et al. (2011) liefern wichtige Erkenntnisse zu fachlichen und überfachlichen Anforderungen des Studiums. Die Untersuchung von überfachlichen Studienanforderungen wurde von Bosse et al. (2016) vertieft. Sie beziehen sich auf die Studieneingangsphase, da in dieser Studienphase die Passung zwischen Studienanforderung und studentischen Fähigkeiten besonders deutlich wird.⁶

Aus soziokultureller Perspektive wird der Studieneinstieg als „Sozialisationsprozess (Huber, 1991) in einer komplexen Lernumwelt (Buchmann & Kell, 1997; Schaeper & Weiß, 2016)“ (Bosse, 2016, S. 132) verstanden „und mit Blick auf akademische und soziale Integration (Tinto 1987) sowie Identität und Zugehörigkeit“ (ebd.) näher bestimmt (Huber, 2004).

„Aus dem theoretischen Rahmen folgt, dass die Entwicklung von Studierfähigkeit wesentlich darauf beruht, wie Studierende die institutionellen Studienanforderungen wahrnehmen und mit ihnen umgehen. Entsprechend bedarf es einer eingehenden Anforderungsanalyse, um näheren Einblick in die Herausforderungen des Übergangs an die Hochschule zu gewinnen“ (Bosse, 2016, S. 132).

Aus dieser Forderung heraus wurde basierend auf einer qualitativen Studie die folgende Anforderungsübersicht entwickelt:

6 Auch Brahm, Jenert & Wagner (2014), Frank, Mocigemba & Zwiauer (2014), Kossack, Lehmann & Ludwig (2012), Bargel (2015), Hanft (2015), Bebermeier und Nussbeck (2014), van Treeck & Szczyrba (2013) liefern wichtige Erkenntnisse zum Umgang mit studentischer Heterogenität beim Übergang Schule – Hochschule.

Tabelle 2: Kritische Studienanforderungen [in der Studieneingangsphase, Anm. d. V.] nach thematischen Dimensionen (vgl. Bosse, 2016, S. 135f.)

Personale Dimension	Organisatorische Dimension	Inhaltliche Dimension	Soziale Dimension
<ul style="list-style-type: none"> – Lebensbereiche miteinander verbinden – Wohnsituation organisieren – Lernen zeitlich strukturieren – Lernmodus finden – Lernpensum bewältigen – Mit Prüfungs- und Leistungsdruck umgehen – Persönliche und finanzielle Probleme meistern – Veranstaltungsinhalten folgen – Misserfolg bewältigen – Leistungsstand und -vermögen einschätzen 	<ul style="list-style-type: none"> – Mit Lehr- und Beratungsqualität arrangieren – Prüfungsbedingungen bewältigen – Mit formalen Vorgaben zurecht kommen – Mit Rahmenbedingungen umgehen – Orientierung verschaffen – Mit Informations- und Beratungsangebot umgehen – Mit Lehrangebot zurecht kommen – Veranstaltungswahl treffen – Fächer und Veranstaltungen miteinander vereinbaren 	<ul style="list-style-type: none"> – Fachliches Niveau und Progression bewältigen – Studienwahl/ inhaltliche Interessen klären – Studiererwartungen anpassen – Inhaltliche Leistungsanforderungen erkennen – Fachbezogene Berufsvorstellungen entwickeln – Auf Wissenschaftsmodus einstellen – (Wissenschafts-) Sprachliche Ausdrucksfähigkeit entwickeln – Wissenschaftliche Arbeitsweisen aneignen 	<ul style="list-style-type: none"> – Peer-Beziehungen aufbauen – im Team zusammenarbeiten – Mit Lehrenden kommunizieren – Mit dem sozialen Klima zurecht kommen – Studium/ Studienfach rechtfertigen

Die Anforderungen sind in jeder Dimension in absteigender Anzahl der Thematisierung (N = 25 Interviews) sortiert. Insgesamt wurden personale und organisatorische Studienanforderungen am häufigsten thematisiert. Danach folgen inhaltliche Anforderungen und am wenigsten werden soziale Anforderungen genannt (Bosse, 2016, S. 135).

Die einzelnen Anforderungen stehen nicht getrennt nebeneinander sondern sind „Symptome komplexer Zusammenhänge und Prozesse“ (ebd., S. 132). In Tabelle 2 wurden die Studienanforderungen voneinander analytisch getrennt, um die „Vielschichtigkeit des Übergangs an die Hochschule“ (ebd.) zu verdeutlichen.

4.6.3 Studienverlaufsmentoring als Unterstützung bei der Bewältigung kritischer Studienanforderungen

Studienverlaufsmentoring (SVM) kann die Enkulturation der Studierenden in die Hochschule fördern, indem Studierende bei der Erfüllung der kritischen Anforderungen unterstützt werden.



Personale Anforderungen

Im Rahmen von Lernberatung und Workshops zu Studierkompetenzen lernen die Studierenden, Lehrveranstaltungen kontinuierlich vor- und nachzubereiten sowie Prüfungen vorzubereiten. Sie können dabei auch die Fähigkeit

erwerben, ihr Selbststudium zeitlich zu strukturieren, sich Inhalte selbstständig anzueignen und ihr Lernpensum zu bewältigen.

Persönliche Beratung kann Studierende dabei unterstützen, mit dem Prüfungs- und Leistungsdruck umzugehen. Aber auch persönliche Probleme können besprochen und Lösungen erarbeitet werden. Viele Studierende erleben im Studium auch Misserfolge. Die Beraterinnen oder Berater können beim Umgang mit Misserfolgen unterstützen, indem sie den Studienverlauf individualisieren und neue Lerntechniken vermitteln. Darüber hinaus kann die Information, wie viele Studierende den Abschluss nicht in der Regelstudienzeit erreichen, Studierenden helfen, den eigenen Misserfolg einzuordnen. Manche Studierende haben Probleme, ihren Leistungsstand und ihr Leistungsvermögen selbst einzuschätzen. Durch einen Soll-Ist-Abgleich können Studierende sich selber besser verorten.

Lebenspraktisch bringt das Studium einige Herausforderungen mit sich, z.B. sind verschiedene Lebensbereiche miteinander zu vereinbaren und die Studienfinanzierung zu sichern. Das Erstellen eines individuellen Studienverlaufsplans kann dabei genauso Erleichterung bringen wie Zeitplanungsmethoden und der Verweis auf weitere Beratungseinrichtungen.

Organisatorische Anforderungen

Im Rahmen der Enkulturation müssen Studierende lernen, mit den Rahmenbedingungen bzw. formalen Vorgaben/Regeln umzugehen. Die SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter unterstützen, indem sie Vorgaben und Regeln in der Beratung und bei der Einführungswoche nennen, Tipps und Tricks weitergeben, die Prüfungsordnung erläutern, das Modulhandbuch, den Studienverlauf, die Online-Services sowie die Prüfungsverwaltung erklären und zur Veranstaltungswahl beraten. Auf diese Weise können sich die Studierenden Orientierung an der Hochschule verschaffen.

Eine weitere organisatorische Herausforderung stellt die Vereinbarung verschiedener Fächer und Veranstaltungen dar. Auch hier hilft das SVM durch die Individualisierung von Studienverläufen sowie individuelle Beratung zu Vorgaben und Regularien. Durch die Beratung bei fehlenden Vertiefungsmöglichkeiten, zeitlichen Überschneidung von Lehrveranstaltungen und zu Zulassungsvoraussetzungen erhalten die Studierenden Unterstützung im Umgang mit dem Lehrangebot. Dadurch, dass Studierende im SVM einen individuellen Studienverlauf besprechen und planen, können die Studierenden eine besser informierte Entscheidung bzgl. der Veranstaltungswahl treffen.

Die Studierenden finden im Beratungsgespräch Hilfe bzgl. der Bewältigung der Prüfungsbedingungen durch das Erstellen von Lernplänen, Lernberatung, Workshops, Beratung zu Stressmanagement und Beschwerdemöglichkeiten.

Die komplexe Organisation einer Hochschule kann Studierende überfordern. Das Studienverlaufmentoring hilft, Ansprechpersonen zu finden und sich auf der Webseite zu orientieren. Bei Bedarf werden Ratsuchende direkt an andere Beratungsstellen weiter verwiesen. Auf diese Weise können die Stu-

dierenden lernen mit dem Informations- und Beratungsangebot der Hochschule umzugehen. Im SVM wird auch auf Beschwerdemöglichkeiten bzgl. der Lehr- und Beratungsqualität hingewiesen.

Inhaltliche Anforderungen

Indem der Studienverlauf strukturell und individuell entzerrt wird, haben Studierende mehr Zeit, um die fachlichen Anforderungen und die inhaltliche Progression zu bewältigen. Weiterhin verweisen die Studienverlaufsberaterinnen und -berater auf Tutorien und Repetitorien, in denen die Studierenden fachliche Unterstützung erhalten.

Im Rahmen der Beratung und durch Workshops werden Studierende gefördert, sich auf den Wissenschaftsmodus einzustellen. Durch Angebote zum wissenschaftlichen Schreiben und Arbeiten (Workshops und Schreibberatung) erhalten die Studierenden Unterstützung bei der Aneignung der Wissenschafts- und Fachsprache sowie beim Erlernen des wissenschaftlichen Arbeitens.

Es kann Studierenden schwerfallen, inhaltliche Leistungsanforderungen zu erkennen. Die Beraterinnen und Berater erklären den Studierenden die Bedeutung von Kreditpunkten und Prüfungsformen, so dass die Studierenden sich im Anschluss selber ein Urteil bilden können. Zu den fachlichen Anforderungen gehört es auch, Erwartungen an das Studium anzupassen und Interessen auszubilden. Beratung zu Studieninhalten, Praktikums- und Schwerpunktwahl im Studium kann Studierenden helfen, ein klareres Bild ihres Studiengangs zu erhalten. Weiterhin kann das Studienverlaufsmentoring dabei helfen, Berufsvorstellungen zu entwickeln, wenn die Beraterin oder der Berater über die entsprechenden fachlichen Hintergrundkenntnisse verfügt.

Soziale Anforderungen

Die Einführungswoche bietet Studierenden eine Möglichkeit, Peer-Kontakte zu knüpfen. Für den weiteren erfolgreichen Studienverlauf stellt das Zusammenarbeiten im Team eine wichtige Anforderung dar. Die Beraterin/der Berater kann das Lernen in Lerngruppen unterstützen, indem in der Beratung deren Wichtigkeit betont wird und durch Aushänge (digital und analog) sowie ‚Lerncafés‘ das Finden von Lerngemeinschaften erleichtert wird. Darüber hinaus können in der Beratung Probleme bei den Teamarbeiten besprochen werden.

Die Beraterin bzw. der Berater kann für Studierende eine Vertrauensperson in der noch fremden Hochschulwelt sein. Die Beraterinnen und Berater besprechen mit Studierenden, wie diese Kontakt zu Lehrenden aufbauen und eigene Anliegen gegenüber den Lehrenden vertreten können. Die Beratung kann bei Konflikten helfen, indem sie über Rechte und Pflichten aufklärt, eine gemeinsame Gesprächsvorbereitung anbietet und Hierarchien erklärt. Weiterhin bieten die Beraterinnen und Berater bei Konflikten an, das Gespräch mit dem Lehrenden gemeinsam zu führen und oder für die Studierenden anonym Probleme anzusprechen.

4.6.4 Grenzen der Enkulturationsunterstützung

Die genannten Maßnahmen und Möglichkeiten zur Förderung der Enkulturation sind an verschiedene Bedingungen geknüpft, um den gewünschten Erfolg zu erzielen, und können auch an Grenzen stoßen.

Je nach persönlichen Voraussetzungen stellt Enkulturation eine unterschiedlich große Herausforderung dar. Der eigene Wille und Antrieb des Studierenden und die Bereitschaft Unterstützungsangebote wahrzunehmen, bilden die Grundvoraussetzung, damit die Maßnahmen greifen können. Finanzieller Druck auf die Studierenden, der durch den persönlichen Hintergrund und/oder die Vorgaben durch die BAföG-Bestimmungen verursacht wird, kann die Entzerrung und Anpassung des Studienverlaufs erschweren bzw. verhindern.

Ein zu volles Curriculum sowie mangelnde Unterstützung durch den Fachbereich aufgrund unzureichender zeitlicher, finanzieller und personeller Ressourcen können sich ebenfalls hinderlich auswirken. Auch eine negative Haltung der Lehrenden gegenüber Unterstützungsmaßnahmen kann Enkulturation behindern.

4.6.5 Studierende als Multiplikatoren

Neue Studierende erlernen die Hochschul- und Fachkultur u.a. von Kommilitoninnen und Kommilitonen höherer Semester (Oerter, 2013, S. 67ff.). Studierende erfahren, üben und (re-)aktualisieren Bräuche, Konventionen, Gewohnheiten oder formale Regeln (Borgstedt, 2014, S. 48). Erfahrene Studierende können somit als Multiplikatoren fungieren, indem sie ihr Wissen bzw. Informationen an neue Studierende weitergeben. Dieses geschieht über das persönliche Gespräch, soziale Netzwerke, interne Kanäle, ‚Flurfunk‘ etc.

Studentische Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sind eine wichtige Ergänzung zum SVM, da sie nah an den Kommilitoninnen und Kommilitonen sind und sich neue Studierende bei manchen Themen bevorzugt an andere Studierende anstelle einer Beraterin bzw. eines Beraters wenden. Studierende, die diese Funktion einnehmen, sind häufig Vertrauenspersonen, die den Kontakt zu den Kommilitoninnen/Kommilitonen pflegen und selbst erfolgreich akademisch und sozial integriert sind. Als besonders wirksame Multiplikatorinnen und Multiplikatoren erweisen sich Studierende, die bereits Ämter bzw. Aufgaben an der Hochschule besetzen.



.....
 : *Empfehlungen zur Bewältigung kritischer Studienanforderungen*
 :

: Studienverlaufsmentoring (SVM) soll Studierende bei der Enkulturation
 : an der Hochschule unterstützen. Fachliche, personale, soziale und organi-
 : satorische Anforderungen sollen mit Hilfe der Angebote des SVM besser
 : bewältigt werden. Besonders lernungeübte Studierende und First Gene-
 : ration Students sollen (in der Studieneingangsphase) von der Unterstüt-
 : zung durch das SVM profitieren. Erfahrene Studierende als Multiplikat-
 : or/inn/en können eine wichtige Ergänzung zum SVM bei der Förderung
 : von Enkulturation darstellen.
 :

Literatur

- Apel, H. (1989): Fachkulturen und studentischer Habitus. Eine empirische Vergleichsstudie bei Pädagogik- und Jurastudierenden. In: Zeitschrift für Sozialisationsforschung und Erziehungssoziologie 9, S. 2–22.
- Bargel, T. (2015): Studieneingangsphase und heterogene Studierendenschaft – neue Angebote und ihr Nutzen. Befunde des 12. Studierendensurveys an Universitäten und Fachhochschulen. 83. Aufl. Arbeitsgruppe Hochschulforschung: Universität Konstanz. Konstanz (Hefte zur Bildungs- und Hochschulforschung).
- Bargel, T. (1988): Wieviele Kulturen hat die Universität? Ein Vergleich der Rollen- und Arbeitskultur in vierzig Einzelfächern. Hefte zur Bildungs- und Hochschulforschung. Universität Konstanz. Arbeitsgruppe Hochschulforschung.
- Bebermeier, S.; Nussbeck, F. W. (2014): Heterogenität der Studienanfänger/innen und Nutzung von Unterstützungsmaßnahmen. In: Zeitschrift für Hochschulentwicklung 9 (5), S. 83–100. Verfügbar unter <http://www.zfhe.at/index.php/zfhe/article/view/734> [23.11.2015].
- Berthold, C.; Kessler, M. S.; Kreft, A.; Leichsenring, H. (2011): Schwarzer Peter mit zwei Unbekannten – Ein empirischer Vergleich der unterschiedlichen Perspektiven von Studierenden und Lehrenden auf das Studium. 1. Ausg. Gütersloh: Centrum für Hochschulentwicklung gGmbH (CHE Arbeitspapier, 141).
- Borgstedt, A. (2014): Enkulturation in der Hochschule im Kontext des Dritten Bildungswegs. Eine qualitative Untersuchung. Dissertation. Universität Bielefeld, Bielefeld. Fakultät für Erziehungswissenschaft. Verfügbar unter <https://pub.uni-bielefeld.de/download/2904466/2904467> [23.05.2017].
- Bosse, E. (2016): Teil B – Herausforderungen und Unterstützung für gelingendes Studieren: Studienanforderungen und Angebote für den Studieneinstieg. In: van den Berk, I.; Petersen, K.; Schultes, K.; Stolz, K. (Hrsg.): Studierfähigkeit. Theoretische Erkenntnisse, empirische Befunde und praktische Perspektiven. Universität Hamburg (Universitätskolleg-Schriften, 15), S. 129–170.
- Brahm, T.; Jenert, T.; Wagner, T. (2014): Nicht für alle gleich: subjektive Wahrnehmungen des Übergangs Schule – Hochschule. In: Zeitschrift für Hochschulentwicklung 9 (5), S. 63–82. Online verfügbar unter <http://www.zfhe.at/index.php/zfhe/article/view/758/632> [23.11.2015].
- Frank, A.; Mocigemba, D.; Zwiauer, C. (2014): Editorial: Übergang Schule–Hochschule. In: Zeitschrift für Hochschulentwicklung 9–15 (5), S. 9. Verfügbar unter <http://www.zfhe.at/index.php/zfhe/article/view/702/643> [23.11.2015].
- Hanft, A. (2015): Heterogene Studierende – homogene Studienstrukturen. In: Hanft, A.; Zawacki-Richter, O.; Gierke, Willi B. (Hrsg.): Herausforderung Heterogenität beim Übergang in die Hochschule. Münster: Waxmann, S. 13–28.
- Hentig, H. von (2003): Wissenschaft. Eine Kritik. München [u.a.]: Hanser.

- Heublein, U. (2010): Ursachen des Studienabbruchs in Bachelor- und in herkömmlichen Studiengängen. Ergebnisse einer bundesweiten Befragung von Exmatrikulierten des Studienjahres 2007/08. Hannover: HIS.
- Heublein, U.; Ebert, J.; Hutzsch, C.; Isleib, S.; Richter, J.; Schreiber, J. (2015): Studienbereichsspezifische Qualitätssicherung im Bachelorstudium. Befragung der Fakultäts- und Fachbereichsleitungen zum Thema Studierfolg und Studienabbruch. Hannover: DZHW (Forum Hochschule, 2015, 3).
- Huber, L. (2004): Studieren in Deutschland. In: Neue Sammlung 44 (4), S. 449–475.
- Konegen-Grenier, C. (2002): Studierfähigkeit und Hochschulzugang. Köln: div, Dt. Inst.-Verl. (Kölner Texte & Thesen, 61).
- Kossack, P.; Lehmann, U.; Ludwig, J. (Hrsg.) (2012): Die Studieneingangsphase. Analyse, Gestaltung und Entwicklung. Neue Ausg. Bielefeld: UVW Univ.-Verl. (Hochschulwesen Wissenschaft und Praxis, 22).
- Koutsantoni, D. (2007): Developing academic literacies. Understanding disciplinary communities' culture and rhetoric. Oxford: Peter Lang (Contemporary studies in descriptive linguistics, v. 4).
- Kröger, R. (2011): Studien- und Lebenspraxis internationaler und deutscher Studierender. Erfahrungen bei der Ausbildung eines ingenieurwissenschaftlichen Habitus. 1. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/Springer Fachmedien
- Merkens, H. (2007): Empirische Pädagogik. In: Tenorth, H.-E.; Tippelt, R. (Hrsg.): Beltz Lexikon Pädagogik. Weinheim/Basel: Beltz Juventa, S. 182–189.
- Multrus, F. (2004): Fachkulturen an deutschen Hochschulen. Dissertation. Universität Konstanz.
- Oerter, R. (2013): Der Aufbau kultureller Identität im Spannungsfeld von Enkulturation und Akkulturation. In: Genkova, P.; Ringeisen, T.; Leong, F. (Hrsg.): Handbuch Stress und Kultur: Interkulturelle und kulturvergleichende Perspektiven. Wiesbaden: VS, S. 67–80.
- Rienties, B.; Beausaert, S.; Grohnert, T.; Niemantsverdriet, S.; Kommers, P. (2012): Understanding academic performance of international students: the role of ethnicity, academic and social integration. In: High Educ 63 (6), S. 685–700. doi.org/10.1007/s10734-011-9468-1.
- Schlüter, A.; Schell-Kiehl, I.; Krause, S.; Kern, J. (2015): Abschlussbericht des Forschungsprojektes Studentische Fachkulturen in Elektrotechnik und Erziehungswissenschaft: Immer noch „Zwischen Kantine und WG“? Universität Duisburg-Essen.
- van den Berk, I.; Schultes, K.; Stolz, K. (2015): Wie Studierende gut durch das Studium kommen. Studierfähigkeit verstehen und fördern. In: Bildung und Wissenschaft (4), S. 34–37. Verfügbar unter http://www.researchgate.net/publication/274714511_Studierfhigkeit_verstehen_und_frdrn_-_wie_Studierende_gut_durchs_Studium_kommen [23.11.2015].
- van Treeck, T.; Szczyrba, B. (Hrsg.) (2013): Kompendium für Diversity Management in Studium und Lehre. Band 1. Beratung – Personalentwicklung – Hochschulsteuerung. Zentrum für Kompetenzentwicklung für Diversity Management in Studium und Lehre (KomDiM). Stuttgart: Raabe.
- Werner, G.; Sauer, K.; Wöhler, T. (2009): Studentische Fachkulturen und Lebensstile – Reproduktion oder Sozialisation. In: Kriwy, P.; Gross, C. (Hrsg.): Klein aber fein! Quantitative empirische Sozialforschung mit kleinen Fallzahlen (S. 349–372). Wiesbaden: VS.
- Wild, S. (2013): Wertorientierung und Hochschule – Eine Panelstudie. Verfügbar unter http://opus.bsz-bw.de/phlb/volltexte/2013/3037/pdf/dissertation_wild_2013.pdf [16.06.2014].

5. (Projekt-)Management

5.1 Organisatorische Verankerung in der Hochschule

Stefanie Kutsch, Valerie Stehling



Im Folgenden wird dargestellt, wie das Studienverlaufsmentoring (SVM) in der Hochschule organisational verortet sein und die Arbeitsorganisation zwischen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im SVM erfolgreich gelingen kann.

Die Konzeption, Planung und Implementierung von neuen Angeboten wie die flächendeckende Einführung eines SVM erfolgt an Hochschulen häufig projektbasiert. Insbesondere große Bund-Länder-Programmausschreibungen (z.B. Qualitätspakt Lehre) ermöglichen Hochschulen derartige Vorhaben, indem sie finanzielle Ressourcen zur Verfügung stellen, die sie selbst nicht bereitstellen können. Während der Projektlaufzeit werden für eine Hochschule innovative, bisher nicht vorhandene Angebote, entwickelt und erprobt, die ohne finanzielle Unterstützung nicht realisierbar wären. Ideen für derartige Projekte können entweder dezentral in Fakultäten und Instituten oder im Präsidium/Rektorat entstehen. Bei der inhaltlichen und organisatorischen Gestaltung derartiger Projekte sollte neben den beteiligten Akteurinnen und Akteuren das Präsidium/Rektorat einbezogen werden, um die Projektziele mit hochschulstrategischen Zielen abzustimmen und den nötigen Rückhalt in der Hochschule zu erhalten.

Für Hochschulprojekte gibt es in der Regel zwei Organisationsformen:

1. Top-down (zentral) angebotene Maßnahmen werden von den dezentralen Einheiten abgerufen bzw. umgesetzt.
2. Fakultätsspezifische Maßnahmen entstehen dezentral in Bottom-up-Ansätzen.

Im ersten Fall (zentral) liegt die Herausforderung für eine erfolgreiche Implementierung in der Akzeptanz zentral aufgesetzter Projekte durch die dezentralen Einheiten. Dabei können häufig Probleme auftauchen, z.B., dass Maßnahmen nur pro-forma umgesetzt oder Angebote schleppend oder gar nicht abgerufen werden. Das hat häufig zur Folge, dass die zentralen Ziele von den Fakultäten nur beiläufig verfolgt werden.

Im zweiten Fall (dezentral) muss wiederum sichergestellt werden, dass die dezentral entwickelten Maßnahmen und die damit verfolgten Ziele auch der zentralen Hochschulstrategie entsprechen und von den wichtigen Stakeholdern der Hochschule mitgetragen bzw. unterstützt werden.

An der Hochschule Niederrhein (HN) und der RWTH Aachen ist das SVM zentral im Ressort des Vizepräsidenten bzw. Prorektors für Studium und Lehre verankert. Die Ziele des SVM werden zentral mit der Hochschulleitung

definiert. Die konkrete Umsetzung und Ausgestaltung von Maßnahmen zur Zielerreichung erfolgt in den Fakultäten.

Damit das SVM von allen Beteiligten in der Hochschule akzeptiert wird, ist eine gemeinschaftliche Ausgestaltung der organisatorischen und inhaltlichen Aspekte des Projektvorhabens von Beginn an wichtig. Zentral und dezentral angestellte Mitarbeitende und Lehrende bringen sich in den Gestaltungsprozess ein. Faktoren wie eine kontinuierliche und transparente Kommunikation mit allen Beteiligten des SVM sind für die erfolgreiche Implementierung sowie für den Erfolg des Angebots ausschlaggebend.

Im Folgenden werden zwei Beispiele aufgezeigt, wie die Verankerung eines SVM in der Hochschule gelingen kann.

5.1.1 Organisatorische Verankerung an der Hochschule Niederrhein



Organisatorische Verankerung

Die organisatorische und inhaltliche Gestaltung der Studienverlaufsberatung wurde 2011 unter Moderation und Leitung des Präsidiums vorbereitet und in Abstimmung mit zentral und dezentral tätigen Mitarbeitenden und Lehrenden diskutiert, abgewogen und beschlossen.

Die umgesetzte, zentrale organisatorische Anbindung an das Vizepräsidium für Studium und Lehre mit dem größten Arbeitsanteil in den Fachbereichen stellt einen Kompromiss aus den Wünschen nach zentraler Projektsteuerung und -kontrolle sowie möglichst fachbereichsspezifischen und bedarfsorientierten Projektumsetzung dar. Die Beraterinnen und Berater sind demnach zentral angestellt, aber größtenteils (ca. 80% der Arbeitszeit) dezentral in den Fachbereichen tätig. Die restliche Arbeitszeit dient gemeinsamen und fachbereichsübergreifenden Projektaufgaben.

Diese Form der zentralen organisatorischen Verankerung bei größtenteils dezentraler Tätigkeit, nah an den Dekanaten, Prüfungsausschüssen, den Lehrenden und Studierenden, ist ein besonderes Merkmal der Arbeitsweise des SVM an der Hochschule Niederrhein (HN).

Die Beraterinnen und Berater nehmen eine besondere Rolle ein, indem sie einerseits in die Prozesse des jeweiligen Fachbereichs eingebunden sind und diese mitgestalten. Andererseits sind sie mit der Hochschulstrategie sowie den Zukunftsplänen des Präsidiums vertraut. Eine Vermittlung beider Perspektiven gelingt durch sensible Teilnahme in den verschiedenen Gremien im Rahmen der akademischen Selbstverwaltung und kontinuierlicher Netzwerkarbeit zu Schlüsselpersonen am Fachbereich. Dies erfordert von den Beraterinnen und Beratern besondere Kommunikationskompetenzen.

Die neue Form der Projektstruktur ist in der Aufbauorganisation der HN verankert. Die mit der Struktur beabsichtigten Effekte werden erzielt: Die Beraterinnen und Berater erreichen, dass die zentralen Projektziele des Präsidiums auch dezentral verinnerlicht und verfolgt werden.

Zu Projektbeginn war es für den Projekterfolg zwingend notwendig, dass die Beraterinnen und Berater eng zusammenarbeiten und sich als zentrales Team finden. Gleichzeitig mussten sie sich als Einzelpersonen dezentral in die Fachbereiche integrieren.

Arbeitsorganisation im Projektteam

Das Team der Studienverlaufsberatung wird von einer Projektleitung gesteuert, um Maßnahmen inhaltlich zu lenken, Termine, Aufgaben und Finanzen zu kontrollieren sowie das Personal- und Teammanagement durchzuführen. Das Projektmanagement erfolgt dennoch zu einem Großteil partizipativ: verschiedene Managementaufgaben wie Budgetcontrolling, internes Berichtswesen (inklusive der dafür notwendigen Projektevaluation), Projektmarketing sowie die Erarbeitung inhaltlicher Konzepte werden auf Arbeitsgruppen innerhalb des Projektteams verteilt.

Die Projektleitung ist für die Durchführung von Mitarbeitergesprächen und für das externe Berichtswesen verantwortlich. Sie stellt über den engen Kontakt zum Vizepräsidenten für Studium und Lehre sicher, dass das Projekt im Sinne des Präsidiums durchgeführt wird.

Im Team der Studienverlaufsberatung werden organisatorische und inhaltliche Richtlinien gemeinsam entwickelt. An diesem Handlungsspielraum orientieren sich die Beraterinnen und Berater. In Arbeitsgruppen werden Teilaufgaben bearbeitet, z.B. die Entwicklung eines Beratungsansatzes, der im Team größtenteils einheitlich im Beratungsalltag angewendet wird.

5.1.2 Organisatorische Verankerung an der RWTH Aachen

An der RWTH wurde das SVM bereits seit 2008 mit einer Arbeitsgruppe bestehend aus Vertreterinnen und Vertretern aller Fachgruppen und Fakultäten, Beratungseinrichtungen sowie der Gruppe der Studierenden in zahlreichen Iterationsschleifen über einen Zeitraum von mehr als zwei Jahren konzipiert und 2011 durch die Förderung des BMBF im Rahmen des Qualitätspakts Lehre eingeführt.

Im Prozess der Konzeptionierung wurden relevante Themen (siehe Abbildung 10), teilweise in Unterarbeitsgruppen mit den jeweiligen Expertinnen und Experten bearbeitet. Die erarbeiteten Vorschläge wurden wieder in die Arbeitsgruppe zurückgespielt und Entscheidungen über die wichtigsten Fragen gemeinsam getroffen sowie Vorlagen – wie Beratungsleitfäden und Dokumentationsbögen – finalisiert. Die Fragen lauteten:

- Wer sind die Beraterinnen und Berater?
- Wie kann ein Mentoring organisiert werden?
- Wie ist das Mentoringangebot inhaltlich ausgerichtet? Welche Leitfäden können für den Beratungsprozess bereitgestellt werden?
- Wie können die Beraterinnen und Berater geschult werden?
- Wie muss eine Dokumentation aussehen? Wie kann das Mentoringangebot evaluiert werden? Wie kann ein Controlling stattfinden?



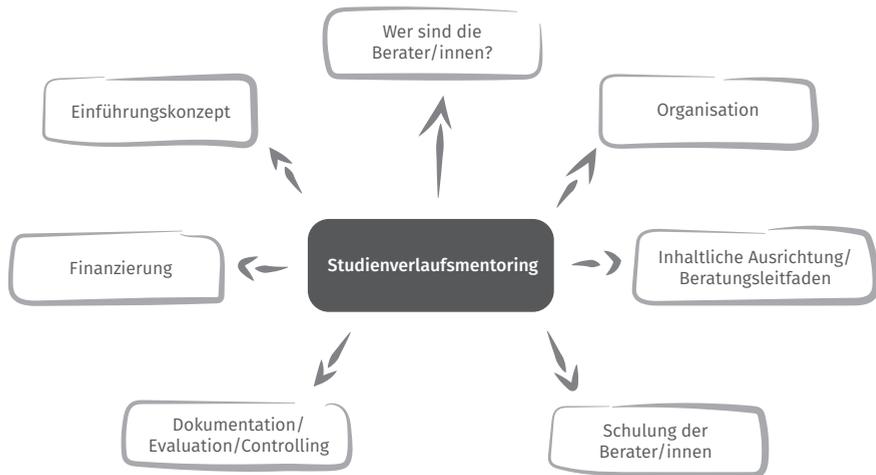


Abbildung 10: Die Entwicklung des Aachener Mentoring Modells

- Wie kann das Mentoringangebot dauerhaft finanziert werden?
- Wie kann die Einführung eines Mentoringangebots organisiert sein?

Die Ergebnisse wurden von der Arbeitsgruppe in Form eines Rahmenkonzepts schriftlich fixiert und dienten als Grundlage für die Ausgestaltung des Aachener Mentoring Modells.

Das Aachener Mentoring Modell wurde mit den im Folgenden beschriebenen Spezifika implementiert. Zur Organisation des SVM wurde eine zentrale Koordinationsstelle, zunächst das Zentrum für Lern- und Wissensmanagement (ZLW), heute das Center für Lehr- und Lernservices der RWTH, eingesetzt.

Die Koordinationsstelle übernimmt seither die Aufgaben:

- die interne sowie externe Vernetzung der Beraterinnen und Berater zu organisieren,
- regelmäßige Vernetzungstreffen auszurichten,
- die Kommunikation und Informationen für die Beraterinnen und Berater zu bündeln
- und über eine digitale Plattform bereitzustellen
- sowie die zentrale Bewerbung des Angebots zu koordinieren.

Auch die Rückführung der Dokumentationsergebnisse in die Hochschule sowie in die einzelnen Fakultäten und an alle wichtigen Beratungsstellen gehört zu den zentralen Aufgaben der Koordination. Dabei wird die Koordinationsstelle maßgeblich von der Hochschulverwaltung sowie konkret durch den Prorektor für Lehre unterstützt. Die Beraterinnen und Berater selbst agieren in ihren jeweiligen Fakultäten, sind jedoch dabei stark miteinander sowie mit anderen Beratungsstellen der Hochschule vernetzt.

Empfehlungen zur organisatorischen Verankerung in der Hochschule

- Die Verankerung eines Studienverlaufsmentorings (SVM) in der Hochschule kann zentral oder dezentral erfolgen. In jedem Fall sind die Spezifika und die Kultur der jeweiligen Hochschule bei der Entscheidung zu beachten.
- Für eine Akzeptanz und das Gelingen des SVM ist es von besonderer Bedeutung, alle wichtigen Akteure – Verwaltung, Fakultäten, Studierende, Beratungseinrichtungen etc. – in der Konzeption und im weiteren Verlauf mit einzubeziehen.



5.2 Vernetzung

Nina Westerholt, Laura Lenz

5.2.1 Vernetzung als Erfolgsfaktor

Durch Vernetzung wird die Sichtbarkeit, aber auch Wirksamkeit des Studienverlaufsmentorings (SVM) gesteigert. Zwischen Partnern können persönliche Erfahrungen geteilt und Ideen generiert werden. Nützlich sind in diesem Zusammenhang auch das schriftliche Festhalten der Ideen sowie der Austausch von Dokumenten und beispielsweise (Werbe-)Materialien. Dies muss nicht zwingend im persönlichen Kontakt geschehen, sondern kann auch durch Videokonferenzen oder gemeinsame Online-Plattformen ermöglicht werden. Gegebenenfalls bietet sich auch die Erstellung eines gemeinsamen Wikis an. Durch die gemeinschaftliche Nutzung von Ressourcen, können Gelder eingespart und Beratungsergebnisse verbessert werden. Üblicherweise ergibt im SVM neben der engen Vernetzung mit anderen SVM-Mitarbeitenden (besonders mit Blick auf inhaltliche Ähnlichkeiten) eine enge Verzahnung mit folgenden Institutionen bzw. Instanzen Sinn:

- Zentrale Studienberatung
- Prüfungsämter und Prüfungsausschüsse
- Fachstudienberatung
- Career Center
- International Office
- BAföG-Amt
- Allgemeiner Studierendenausschuss (AStA)
- Psychologische Beratung
- Professorinnen und Professoren, Lehrende und studentische Tutorinnen und Tutoren
- Gleichstellungsbüro und Familienservice
- Fachschaften/Lehrstühle/Institute
- Studiendekaninnen und Studiendekane
- Verwaltung
- Stipendiengeber
- SVM und weitere Beratungseinrichtungen anderer Hochschulen



Studierende und Mitarbeitende profitieren von den erweiterten Kontaktnetzen, da diese eine zeitnahe und kompetente Weiterleitung ermöglichen. So wird besonders für Studierende die frustrierende Erfahrung vermieden, immer wieder an die falsche Stelle verwiesen zu werden. Gemeinsam können auch neue Tätigkeitsfelder erschlossen und bearbeitet werden. Es wird verhindert, dass ‚das Rad immer wieder neu erfunden werden muss‘ bzw. Handlungsbedarfe mehrfach bearbeitet werden. Dieses ist im Interesse eventueller Geldgeber und steigert die ‚Strahlkraft‘ der Projekte. Darüber hinaus existieren auch großflächige, formale Zusammenschlüsse von SVM-ähnlichen Formaten, z.B. die AG Mentoringsysteme des Forum Mentoring e.V. Solche oder vergleichbare Verbände ermöglichen den leichten Einstieg in eine deutschlandweite Vernetzung und stellen nützliche Tools, beispielsweise gemeinsame Literaturdatenbanken, zur Verfügung. Trotzdem ist zu beachten, dass die Mitgliedschaft ggf. mit Kosten und weiteren formalen Verpflichtungen, z.B. spezifischen Arbeitspaketen im Sinne des Verbundes einhergehen kann.

5.2.2 Projektinterne Vernetzung



Studienverlaufsmentorinnen und -mentoren arbeiten oft alleine in ihrer Funktion an einer Fakultät. Dadurch kann nur bedingt ein Austausch mit Kolleginnen und Kollegen über die Arbeit, Herausforderungen und Lösungen stattfinden. Um die Beraterinnen und Berater miteinander zu vernetzen, sind daher bewusst gesteuerte Maßnahmen zur Vernetzung durch das SVM-Management notwendig.

Durch regelmäßige Teamtreffen findet ein kontinuierlicher Wissens- und Erfahrungsaustausch statt. Dabei können SVM-interne Synergien identifiziert und wenn nötig entsprechende Arbeitsgruppen gebildet werden. In den Teamtreffen kann zudem eine Intervision/kollegiale Beratung durchgeführt werden, so dass gemeinsam Lösungen für Probleme erarbeitet werden können. Die Teamtreffen sind darüber hinaus wichtig, um gemeinsam Ziele zu entwickeln, Strategien festzulegen und diese auf neue Handlungsbedarfe anzupassen. In den Teamtreffen kann ein Gemeinschaftsgefühl entstehen, da gemeinsam neue Ideen erarbeitet, Fragen diskutiert und Entscheidungen getroffen werden können. Regelmäßige Teamtreffen haben auch die Funktion, den Beraterinnen und Beratern emotionalen Rückhalt zu geben und bei Konflikten in der Fakultät ein Rückzugs- und Stärkungsort zu sein.

Die Häufigkeit und Dauer der Teamtreffen kann durch die Projektleitung gemeinsam mit dem Team festgelegt werden. Auch nach Bedarf können diese Zusammenkünfte stattfinden. Dabei variieren die Vernetzungsformate je nach Größe der Hochschule und Anzahl der Beraterinnen und Berater.

Die projektinterne Vernetzung kann darüber hinaus durch die Einrichtung von Arbeitsgruppen (AG) gefördert werden. Indem z.B. einzelne Aufgaben (Marketing, Evaluation, Fortbildung, Veranstaltungen) oder Themen (Diversität, Beratungsansatz) durch AGs mit mehreren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bearbeitet werden, steigt die Effizienz des Teams, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können ihre individuellen Interessensgebiete vertiefen und

es findet eine intensive Vernetzung statt. Wichtig ist dabei die formale Festlegung von Handlungsplänen je AG sowie die regelmäßige Überprüfung des Fortschritts. Auch regelmäßige AG-Präsentationen ergeben im Rahmen von Vernetzungstreffen aus Gründen der Transparenz Sinn.

Jenseits der formalen projektinternen Vernetzung bieten informelle Aktivitäten die Möglichkeit, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf einer persönlichen Ebene zu vernetzen, um das Gemeinschaftsgefühl zu stärken. Gemeinsames Grillen, Ausflüge oder Kochen sind nur einige von vielen Varianten.

Zwischen den Studienverlaufsmentorinnen und Studienverlaufsmentoren können verschiedene Kommunikationswege genutzt werden: persönliche Gespräche, Telefon, Mail etc. Um mit dem gesamten Team zu kommunizieren, bieten sich ein Emailverteiler oder ein Sharepoint (mit zusätzlichen Features wie Kalender, Chat und Wiki) an. Es hat sich als sinnvoll gezeigt, im Team zu besprechen, welche Kommunikationsform für welche Inhalte genutzt werden soll. Dadurch kann das Teamtreffen z.B. von administrativen Themen entlastet werden und gleichzeitig die Anzahl der E-Mails reduziert werden.

Damit die Zusammenarbeit aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter reibungslos verläuft, ist ein Datenmanagement hilfreich. Durch einen gemeinsamen Fileserver können z.B. Dokumente ausgetauscht und somit Wissen geteilt und gemeinsam genutzt werden. Auch ein gemeinsamer Kalender mit Terminen, die für das gesamte Team relevant sind, kann hier eingebettet werden.

Praxisbeispiel HN/RWTH

An der Hochschule Niederrhein (HN) findet alle zwei Wochen ein Teamtreffen im Umfang zwischen vier und sechs Stunden statt. Die Teilnahme an diesem ist verpflichtend. Die RWTH führt einmal pro Semester ein verpflichtendes, meist ganztägiges Teamtreffen im Umfang von mindestens fünf Stunden durch.

Im Rahmen der Treffen werden nicht nur interne Anliegen besprochen, sondern auch Personen von relevanten, externen Institutionen, z.B. ‚ArbeiterKind.de‘, eingeladen. Diese stellen ihre Kompetenzen und Arbeitsgebiete vor. Üblicherweise werden bei dieser Gelegenheit auch Kontaktdaten und Informationsmaterial ausgetauscht.

Mit manchen Institutionen (z.B. Psychosoziale Beratungsstelle, Zentrale Studienberatung) ist ein kontinuierlicher Austausch als sinnvoll zu erachten. In diesem Fall bietet es sich an, die entsprechenden Vertreterinnen und Vertreter regelmäßig einzuladen. Die Leitung wählt die Gastrednerinnen und Gastredner nach Absprache mit den Beraterinnen und Beratern aus.

An der RWTH ist die Koordinationsstelle für die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung der Treffen zuständig, damit sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gänzlich auf die Beratung konzentrieren können. An der HN wird die Moderation der Teamtreffen jedes Mal von einer anderen Mitarbeiterin oder anderem Mitarbeiter übernommen, wodurch sich die Organisationslast auf das gesamte Team verteilt



5.2.3 Hochschulinterne Vernetzung



Studienverlaufsmentoring ist an vielen Hochschulen ein neues Beratungsangebot und muss daher erst seinen Platz in der Beratungslandschaft der jeweiligen Hochschule finden. Dabei können Zielkonflikte und Reibungen, z.B. aufgrund der Überschneidung von Beratungsthemen, entstehen. Es ist daher essentiell, dass das Management am besten schon bei der Implementierung des SVM bedenkt, wie Reibungen vermieden und mit Schnittmengen konstruktiv umgegangen werden kann.

Bei der Implementierung ist zu empfehlen, Gespräche mit den entsprechenden Beratungseinrichtungen zu suchen, um gemeinsam einen Rahmen für die kommende Zusammenarbeit zu erarbeiten und somit eventuelle Ängste zu nehmen. Diese Gespräche sollten auch nach der Implementierung weiter fortgesetzt werden, z.B. im Rahmen eines ‚Round Table Beratung‘ (s.u.).

Das SVM grenzt sich von anderen Beratungseinrichtungen ab, da es in der Regel zentral verankert ist, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jedoch einen Großteil ihrer Arbeitszeit dezentral in den Fachbereichen verbringen. Die Beraterinnen und Berater arbeiten ausschließlich mit eingeschriebenen Studierenden ihrer eigenen Hochschule und bieten keine psychologische Beratung an (siehe auch Kapitel 5.1).



Die folgende Übersicht zeigt mögliche hochschulinterne Vernetzungspartner:

- Fachschaften
- Fachstudienberatung
- Prüfungsausschuss
- Zentrale Studienberatung
- Geschäftsführung
- Psychologische/psychosoziale Beratung
- International Office
- Familienservice
- Lehrpersonal
- Andere Berater/innen
- (studentische) Tutoren/innen oder Repetitoren/innen
- Dekanat/Präsidium/Rektorat
- Studierende
- Sonstige



Zielkonflikte

Zentrale und dezentrale Beratungseinrichtungen unterliegen oft verschiedenen Vorgaben und verfolgen unterschiedliche Interessen. Zentrale Beratungseinrichtungen sind ‚näher‘ am Präsidium/Rektorat und der Verwaltung, deshalb haben sie in der Regel einen leichteren Zugang zu diesen und erhalten gegebenenfalls schneller Informationen. Gleichzeitig fehlen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zentraler Beratungseinrichtungen oft das Netzwerk und somit auch die Informationskanäle in die Fakultäten.

Zentrale Beratungseinrichtungen sind für das Präsidium/Rektorat oft sichtbarer und können aus diesem Grund durch diese mehr in hochschulübergreifende Netzwerke integriert werden. Die Außendarstellung zentraler Beratungsinstitutionen kann aus diesen Gründen stärker sein.

Dezentrale Beratungseinrichtungen werden normalerweise aus dem Fakultätsbudget finanziert, deshalb können die Beratungen unabhängiger von den Zielen des Präsidiums/Rektorat durchgeführt werden. Im Gegensatz dazu erhalten zentrale Beratungseinrichtungen ihre Finanzierung üblicherweise über das Präsidium/Rektorat und können somit abhängiger von diesem sein.

Wenn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Fakultäten im Auftrag des Präsidiums/Rektorats arbeiten, müssen sie verschiedene Zielkonflikte ausbalancieren und mit diesen konstruktiv umgehen. Es ist wichtig, dass SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter langfristig angestellt werden, so dass Vertrauen und eine Beziehung zu den Kolleginnen und Kollegen an der Fakultät aufgebaut werden kann. Aufgrund dessen, dass SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter ihre Arbeitszeit v.a. an der Fakultät verbringen, werden diese verstärkt als Mitglied der Fakultät und weniger als zentral eingestellte Person wahrgenommen. Da dieser Integrationsprozess ein komplexer Vorgang ist, sollen SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter bewusst in den Kollegenkreis ihrer Fakultät miteinbezogen und z.B. an Sitzungen und in Gremien beteiligt werden. Vernetzung ist ein zeitlich aufwändiger Prozess, für den bewusst Zeit einkalkuliert werden muss.

Die SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter benötigen Strategien, um mit der Position ‚zwischen den Stühlen‘ umzugehen. Zum einen benötigen sie Rückhalt im Team der SVM-Kolleginnen und -Kollegen sowie durch ihre Chefin bzw. ihren Chef. Zum anderen brauchen sie die Freiheit, ihre Aufgaben so umzusetzen, wie sie am jeweiligen Fachbereich benötigt werden. Auch Fortbildungen, kollegiale Beratung und Supervision können dabei helfen, erfolgreich mit Zielkonflikten umzugehen.

Praxisbeispiel HN: Round-Table-Beratung

Ein hervorragendes Tool zur Vernetzung der hochschulnahen Beratungseinrichtungen ist der sogenannte Round-Table-Beratung. Einmal pro Semester treffen sich alle hochschulnahen Beratungseinrichtungen um für drei Stunden gemeinsam beratungsrelevante Themen (z.B. finanzielle Probleme Studierender, internationale Studierende, Studienabbruch) zu erarbeiten. Durch den Austausch von Wissen und Erfahrung werden Synergien zwischen den Beraterinnen und Beratern genutzt. Der persönliche Austausch schafft eine Grundlage für eine positive, kooperative und langfristige Zusammenarbeit.

An der Hochschule Niederrhein organisiert die Studienverlaufsberatung den Round-Table-Beratung.



5.2.4 Externe Vernetzung

Vernetzungspartner

Hochschulen sowie sonstige Vernetzungspartner in der Nähe bieten sich für Kooperationen an, da die regionale Nähe die organisatorischen Rahmenbedingungen vereinfacht. Inhaltliche Nähe ist ein weiteres wichtiges Kooperationskriterium. Eine Herausforderung stellt die mögliche Konkurrenz um Studierende und Ressourcen dar, deshalb ist es wichtig, geeignete Kooperationsformen und -themen bewusst auszuwählen. Die geografische Nähe von Hochschulen mit ähnlichen Profilen stellt auch eine Chance dar. Der systematische Austausch zwischen Hochschulen zu gemeinsamen Themen bietet die Möglichkeit, Synergien für Beratung und Unterstützungsmaßnahmen zu schaffen. Beispielsweise kann Studierenden, die über einen Studienwechsel an die Kooperationshochschule nachdenken, passgenauer weitergeholfen und an eine beratende Stelle dort verwiesen werden. Dadurch können die Anliegen der/des Ratsuchenden an der kooperierenden Institution gleich aufgegriffen werden, wodurch der (Neu-)Einstieg erleichtert wird.

Kooperationen mit dem SVM anderer Hochschulen sind sehr bereichernd, wenn beide Partner mit ähnlichen Themen, Problemen und Zielgruppen beschäftigt sind. Beispiele hierfür sind eine heterogene Studierendenschaft, MINT-Fächer oder die Besonderheiten von kleinen/großen Hochschulen. Auch die Förderung einzelner Zielgruppen (Studierende mit Migrationshintergrund, ältere Studierende oder Studierende in besonderen Situationen, z.B. Schwangerschaft, Pflegefälle im eigenen Haushalt oder sonstige persönliche Hintergründe) kann im Austausch von Best und Worst Practices adressiert werden. Gewinnbringend ist in diesem Zusammenhang auch der Austausch nach Fakultät und Fachgruppe zu den studentischen Beratungsanliegen.



Praxisbeispiel RWTH: Guter Studienstart

Ein Best-Practice-Beispiel ist in diesem Zusammenhang der ‚Gute Studienstart‘, ein Zusammenschluss zwischen der RWTH Aachen und der Fachhochschule Aachen. Im sogenannten ‚nullten Semester‘ können Ingenieurstudierende Kurse beider Institutionen besuchen und bekommen so einen Vorgeschmack auf die Realität des Studierens an beiden Hochschulen. Die erworbenen Kreditpunkte können sie sich für das spätere Studium anrechnen lassen, sodass kein Zeitverlust entsteht. Verpflichtend sind in diesem Zusammenhang Mentoringgespräche, in denen Studierende ihre erste Studienerfahrung mit Beraterinnen und Beratern reflektieren und Potenziale ausloten. Auf diese Weise wird die Entscheidung für ein bestimmtes Studium differenzierter.

Die Vernetzung mit Partnern aus der Wirtschaft und dem öffentlichen Dienst (s.u.) eröffnet für das SVM die Möglichkeit, neue Zielgruppen und Lösungsmöglichkeiten zu erschließen. Hochschulinterne und -externe Partnerinnen und Partner können ihre Kompetenzen kombinieren, um Studierende möglichst gut zu unterstützen. Auch ergibt sich hieraus die Möglichkeit, Studierende mit diesen Partnerinnen und Partnern in Kontakt zu bringen. Die Vernetzung hat sich insbesondere mit folgenden Partnerinnen und Partnern als besonders fruchtbar erwiesen:

- Agentur für Arbeit
- Handwerkskammer
- Industrie- und Handelskammer
- Stadtverwaltung
- Beratungsnetzwerke
- andere Hochschulen



Rahmenbedingungen gelungener externer Vernetzung

Externe Vernetzung beginnt oft auf Konferenzen und Workshops, während derer gute Ideen und Vernetzungspläne entwickelt werden. Damit eine nachhaltige und kontinuierliche Vernetzung gelingt, sind verschiedene Bedingungen hilfreich: Der persönliche Kontakt ist sehr wichtig, wobei zwischenmenschliche Sympathie in ihrer Wirkung ein nicht zu unterschätzender Erfolgsfaktor ist. Die Vernetzung braucht ein konkretes Projekt mit klaren, gemeinsamen Zielen, auf welche die Partnerinnen und Partner zusammen aktiv hinarbeiten. Dabei ist die Unterstützung durch die Leitungsebene essentiell, damit die Mitarbeitenden Zeit und Ressourcen zur Pflege der Vernetzung aufwenden können. Für die gelungene und nachhaltige Durchführung der Vernetzung ist ein ehrlicher und offener Umgang miteinander sowie Rücksicht und Verständnis für andere Hochschulstrukturen und -politiken wichtig. Ohne diese förderlichen Rahmenbedingungen werden Vernetzungsideen im Alltag oft nicht umgesetzt.



Zusammenfassend lässt sich sagen, dass eine vertrauensvolle, intensive interne und externe Vernetzung in jedem Fall gewinnbringend für ein SVM ist. Neben der inhaltlichen und formalen Kooperation stellt hierbei auch der informelle, persönliche Austausch eine fruchtbare Maßnahme dar, von der alle Beteiligten profitieren. Es fällt so leichter, auch heikle Fragen gemeinsam zu erörtern, Probleme zusammen zu lösen und Potenziale immer wieder neu auszuloten.



.....

• *Empfehlungen zur Vernetzung*

- – Verdeutlichen Sie die Vorteile der Vernetzung für die Studierenden und die Beraterinnen und Berater (z.B. Wissensaustausch, schnellere und gezieltere Weiterleitung von Beratungsanliegen).
 - – Planen Sie mindestens 20% der Arbeitszeit der Beraterinnen und Berater für die Kommunikation innerhalb des Beratungsteams ein.
 - – Identifizieren Sie hochschulinterne und -externe Partner, die für Ihre Arbeit sinnvoll sind.
 - – Identifizieren Sie gemeinsame Ziele, auf die Sie hinarbeiten möchten. Sorgen Sie für eine gute persönliche Ebene.
 - – Überlegen Sie, durch welche Kanäle und Formate Sie Ihre Vernetzung unterstützen.
 - – Wie grenzen Sie Ihr Beratungsangebot von anderen Beratungseinrichtungen ab?
-

5.3 Anforderungsprofile an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Sandra Dölling-Trapp, Laura Lenz

Je nach Hochschulart und den Rahmenbedingungen, die für die Unterstützung Studierender gegeben sind, variieren auch die Anforderungen an die SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter. Im Folgenden werden zwei Modelle und Vorgehensweisen vorgestellt und die Unterschiede zwischen diesen herausgearbeitet.

5.3.1 Das Anforderungsprofil der Studienverlaufsberaterinnen und Studienverlaufsberater an der Hochschule Niederrhein

Die Studienverlaufsberaterinnen und Studienverlaufsberater an der Hochschule Niederrhein sind mindestens einer, zum Teil auch zwei Fakultäten zugeordnet. Die Tätigkeit findet größtenteils in der jeweiligen Fakultät respektive den Fakultäten statt; die Stellen sind jedoch zentral verankert (mehr hierzu in Kapitel 5.1).

Eine wesentliche Aufgabe ist die Beratung Studierender, so dass für eine sinnvolle Ausübung der Tätigkeit mindestens praktische Erfahrungen in der Beratung der Zielgruppe, besser aber noch eine Ausbildung im Bereich der Beratung vorausgesetzt werden. Ein weiterer Aufgabenbereich der Studienverlaufsberatung ist die eigenverantwortliche Auswahl und Betreuung von Tutorinnen und Tutoren bzw. Repetitorinnen und Repetitoren sowie die enge Zusammenarbeit mit den jeweiligen Lehrenden. Zu den weiteren Richtlinien, die das Mitarbeiterprofil der Studienverlaufsberatung prägen, gehören:

- ein abgeschlossenes Hochschulstudium aus dem Bereich der Pädagogik, Bildungswissenschaft oder Sozialwissenschaften
- oder alternativ ein Hochschulabschluss aus dem zum Fachbereich entsprechenden Studiengang, sofern entsprechende Zusatzqualifikationen in Beratung und Didaktik vorhanden sind
- gute Englischkenntnisse (u.a. nötig für die Beratung internationaler Studierender)

Die Tätigkeitsbeschreibung selbst beinhaltet folgende Aufgaben:

- fachspezifische Beratung und Betreuung Studierender
- Koordination und Begleitung der Tutorinnen und Tutoren und Repetitorinnen und Repetitoren
- Matching von Studierenden und Repetitorinnen und Repetitoren
- Gestaltung der Studieneingangsphase
- Durchführung von Seminaren zum Beispiel zu Lern- und Arbeitstechniken
- Moderation der Zusammenarbeit von Professorinnen und Professoren, Tutorinnen und Tutoren sowie Repetitorinnen und Repetitoren
- Unterstützung Studierender im Studium

Aufgrund der engen Zusammenarbeit mit verschiedenen Hochschulstellen erfordert die erfolgreiche Arbeit in der Studienverlaufsberatung zudem diverse Kompetenzen, die sowohl an die Beratungstätigkeit anschließen als auch organisatorischer Natur sind. Empathie und eine beraterische Haltung im Umgang mit Studierenden ist dabei ebenso von Nöten wie gute Kenntnisse der Hochschulstrukturen.

Die Beratungsanliegen sind vielfältig und beinhalten zum Teil rein informatorische Aspekte zur Studienplanung, Entscheidungskonflikte aber auch Inhalte zu den Themen Lernen und Organisieren, Motivation, Prüfungsangst, etc. (siehe Kapitel 4.3). Die Studienverlaufsberatung führt die Gespräche ressourcen- und lösungsorientiert (siehe Kapitel 4.1). Neben der eigenen professionellen Haltung und der Bereitschaft zur Weiterentwicklung der Kompetenzen in Bezug auf die Beratung ist auf fachlicher Ebene darüber hinaus Wissen in den beraterrelevanten Themen Lernen Arbeitsstrategien, Zeitplanung, Motivation und Volition sowie zum wissenschaftlichen Arbeiten erforderlich.

Die Grenzen zwischen Studienverlaufsberatung und anderen Beratungseinrichtungen, wie z.B. der Psychologischen Beratung sind stellenweise fließend. Deshalb ist es wichtig, die Grenzen der eigenen Tätigkeit zu kennen und bei Bedarf auf interne Kontaktstellen wie die Psychologische Beratung rechtzeitig und gezielt hinzuweisen bzw. Ratsuchende konkret weiterzuleiten.

Die Studienverlaufsberatung ist für die Auswahl und Betreuung von Tutorinnen und Tutoren und Repetitorinnen und Repetitoren verantwortlich. Sie begleitet die Zusammenarbeit von Professorinnen und Professoren und Tutorinnen und Tutoren. In dieser Schnittstellenfunktion sind grundlegende Fähigkeiten und Erfahrungen in der Moderation von Prozessen und Gruppen erforderlich. Kenntnisse und Erfahrungen in der Gesprächsführung werden vorausgesetzt. Da es im Rahmen der Betreuung um vertragliche Aspekte

geht, sind Kenntnisse der Hochschulstrukturen entscheidend. Für Studierende sind die Verfahren und Strukturen der Hochschule häufig unbekannt und oft schwer verständlich. Die Studienverlaufsberatung hat im Blick, wer für welche Fragestellung der richtige Ansprechpartner ist und kann in vielen Situationen unterstützend Hilfestellung leisten.

Im Rahmen ihrer Tätigkeit an der Fakultät führt die Studienverlaufsberatung außerdem Seminare zu studienrelevanten Themen, zum Beispiel zu Lern- und Arbeitstechniken oder zum Schreiben von Abschlussarbeiten, durch. Kenntnis und Erfahrung in Methodik und Didaktik werden hier vorausgesetzt. Die Studienverlaufsberatung konzipiert und entwickelt auf Grundlage der Beratungsanliegen und dem Austausch mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Fakultät entsprechende Angebote für Studierende. Dies setzt neben Eigeninitiative und eigenständigem Arbeiten auch die Fähigkeit und Fertigkeit zum konzeptionellen Arbeiten voraus.

Eine weitere Aufgabe ist die Gestaltung und Entwicklung von Maßnahmen für die Studieneingangsphase. Erforderlich für diese Tätigkeit sind – neben den bereits genannten grundlegenden Kenntnissen der Hochschulstrukturen – Erfahrung in der Planung und Organisation. Es gilt, mit verschiedenen Zielgruppen zu kommunizieren und Absprachen zu treffen. Ebenso soll die Studieneingangsphase fortlaufend verbessert und die Maßnahmen auf ihre Wirkung hin untersucht werden.

Aufgrund der zentralen Einstellung durch das Projekt existiert bereits zu Einstellungsbeginn eine gemeinsame Basis. So sind zum Beispiel grundlegende konzeptionelle Ansätze der Beratung, das Qualitätsmanagement und die Evaluation Themen, die im Team gemeinsam besprochen und von allen getragen werden. Aufgabe der Studienverlaufsberatung ist es, die Vorhaben in die einzelnen Fakultäten zu vermitteln sowie umzusetzen. Die Erwartungen und Anforderungen der Fakultäten unterscheiden sich durchaus von den Vorhaben der Studienverlaufsberatung. Von den Studienverlaufsberaterinnen und -beratern werden daher Diplomatie, Kommunikationsstärke und eine realistische Einschätzung sowie der mögliche Transfer der Vorhaben in die Fachbereiche gefordert.

5.3.2 Das Anforderungsprofil im Aachener Mentoring Modell



Die Einstellung der Beraterinnen und Berater im Aachener Mentoring Modell erfolgt dezentral. Dies bedeutet, dass das Projekt zwar von einer zentralen Projektkoordination verwaltet wird, die Auswahl des passenden Personals jedoch alleinig den jeweiligen Fakultäten bzw. Fachgruppen obliegt. Um dennoch insbesondere zu Beginn der ersten Förderphase (2011–2016) ein grobes Leitbild zu vermitteln, an dem sich die Fakultäten und Fachgruppen orientieren können, stellt die Projektkoordination Empfehlungen zur Verfügung. Die Empfehlungen beziehen sich nicht auf bereits erlangte Qualifikationen, sondern zielen auf eine bewusste Verpflichtung zur Weiterbildung innerhalb des Projekts ab. Die Weiterbildungen beinhalten:

- eine fachliche wie auch persönlichkeitsbildende Schulung zu den Standards und Mindestanforderungen des Mentoring Modells
- die Anwendung von Beratungsleitfäden und Maßnahmenkatalogen mit Unterstützungsangeboten für die unterschiedlichen Beratungsbedarfe und Problemstellungen
- Coaching und Fragetechnik
- Identifizierung von Beratungsbedarfen
- Abschluss von Zielvereinbarungen
- sicherer Umgang mit dem Dokumentationstool
- Ausbildung zur Multiplikatorin bzw. zum Multiplikator
- Weiterqualifikation in Grundlagen der Gesprächsführung, Motivation, Projektmanagement
- Dokumentation, Evaluation und statistische Interpretation von Gesprächsergebnissen

Die Tätigkeitsbeschreibung beinhaltet folgende Aufgaben:

- Identifikation der Studierenden und daraus sich möglicherweise ergebender Gesprächsbedarfe
- Gesprächsvorbereitung anhand des Mentoringleitfadens (Einladung, Terminvereinbarung, Vorabfragebogen, Studierendenakte)
- regelmäßige Beratungsgespräche mit Studierenden (gemeinsame Analyse der individuellen Studiensituation, Ermittlung des Beratungs- und Informationsbedarfs, Handlungsempfehlungen mit einem persönlichen Aktions-/Fahrplan, Zielvereinbarungen)
- Dokumentation der Beratungsgespräche (individuelles Gesprächsergebnis, statistische Angaben)
- Rückkopplung von anonymisierten Gesprächsinformationen zur Verbesserung der Lehre und der Studienbedingungen
- Erfolgskontrolle der Beratungsgespräche hinsichtlich Kreditpunkte-Erreichung, Studienabbruch, Absolventenquote
- Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen für Beraterinnen und Berater
- ggf. Ausbildung als Multiplikatorin/Multiplikator zur Beratung und Anleitung neuer Beraterinnen und Berater
- Evaluierung, Erfahrungsaustausch und Mitwirkung an der Verbesserung des Mentoring Modells
- Betreuung eines speziellen Mentoring für MINT-Studentinnen

Neben den oben genannten Eigenschaften sind eine starke Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit und Empathie für die Beratertätigkeit von Nöten. Meistens sind die Angestellten im Aachener Mentoring Modell nicht ausschließlich als Beraterinnen und Berater tätig, sondern nur in Teilzeit. Oft ist die SVM-Tätigkeit an verwandte Beratungstätigkeiten geknüpft, wie z.B. Fachstudienberatung, Studienberatung usw. Auf diese Weise wird die Beraterin bzw. der Berater ein ‚Allrounder‘, die/der zu überfachlichen und fachlichen Anliegen beraten kann. Im Jahr 2017 sind die 16,5 bewilligten Vollzeitstellen im Aachener Mentoring Modell von rund 35 Personen besetzt.

Hinweis

Um die Vor- und Nachteile dezentraler Verankerung eines SVM in der Hochschule abzuwägen, bedenken Sie bitte folgende Aspekte:



Tabelle 3: Vor- und Nachteile einer dezentralen Anstellungskultur

+	-
<ul style="list-style-type: none"> - Die Beraterinnen und Berater passen gut in die jeweilige Struktur von Fakultät/Fachgruppe sowie deren jeweiligen Anforderungen. - Die ‚Souveränität‘ der Fakultät/Fachgruppe wird gewahrt. - Die Fakultät/Fachgruppe kann das Projekt durch die Auswahl der Berater/innen indirekt mitgestalten. - Bei individueller Auswahl des Personals nach Fakultät/Fachgruppe ergibt sich zumeist automatisch ein heterogenes Team. - Diese Vielfalt ist für Ratsuchende attraktiver und ermöglicht, dass Anliegen und Themen innerhalb des Projekts aus vielen Blickwinkeln beleuchtet werden können. Auf diese Weise wird die differenzierte Projektentwicklung und Zielgruppenfreundlichkeit gefördert. - Die Positionierung der Beraterinnen und Berater in verschiedenen Beratungstätigkeiten kommt der erweiterten Vernetzung zugute. Deswegen können Doppelfunktionen, z.B. die Kombination aus Fachstudienberatung und SVM Sinn ergeben. Fachstudienberater/innen haben beispielsweise häufig guten Kontakt zu Prüfungsausschüssen und verwandten, fachbezogenen Institutionen, wohingegen eine SVM-Beraterin bzw. ein Berater, die bzw. der alleinig als solche(r) tätig ist, ggf. enger mit anderen, überfachlichen Beratungsstellen verbunden ist. - Es hat sich herausgestellt, dass die grundsätzlichen Erwartungen an die Beraterin oder den Berater zwar im Projektantrag klar definiert sind, sich jedoch die Erwartungen an deren tatsächliche Tätigkeit im Alltag stark unterscheidet. Wählt jede Fakultät/Fachgruppe selbst ihre Angestellten, so ist der Match zwischen Erwartung und Anforderung beiderseits höher. 	<ul style="list-style-type: none"> - Überlastung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bzw. Verschwimmen der Grenzen zwischen einzelnen Beratungstätigkeiten und somit ggf. Vernachlässigung einiger Aufgaben. - Die neu ausgewählten Teammitglieder passen möglicherweise nicht zum bestehenden Team, wodurch ggf. Konfliktpotenzial entsteht. - Unübersichtliche Personalsituation - Die Fakultät/Fachgruppe fungiert als Arbeitgeber und nicht die Projektkoordination selbst. Dadurch kann die tatsächliche Ausgestaltung der Tätigkeit als Beraterin und Berater ggf. unübersichtlich werden. - Unterschiedliche Beratungsstile und individuelle Auffassungsgabe können die Beratung, Dokumentation und Evaluation des Projekts stark divergieren lassen, wodurch die Vereinheitlichung des Projekts erschwert werden kann. - Die Frage nach dem tatsächlichen Vorgesetzten einer Beraterin bzw. eines Beraters kommt bei deren Einstellung in der Fakultät/Fachgruppe immer wieder auf. Häufig wissen die Beraterinnen und Berater selbst nicht, wer für sie verantwortlich ist. Dies gilt insbesondere dann, wenn sie in verschiedenen Beratungsbereichen tätig sind.

5.3.3 Zusammenführung des Anforderungsprofils

Aus den zuvor beschriebenen Anforderungsprofilen ergeben sich ähnliche Voraussetzungen in Bezug auf die Beratung: Schwerpunkt ist jeweils die zielgerichtete Beratung und Betreuung der Studierenden in der Fakultät. Empathie und Einfühlungsvermögen seitens der Beraterinnen und Berater sind notwendig, damit sich diese in den Gesprächen auf den/die Ratsuchende einlassen und dem Thema der/des Ratsuchenden Raum geben. Vorausgesetzt wird ebenso die regelmäßige Reflexion der eigenen Haltung und des Beratungshandelns. Hierzu muss die Studienverlaufsmmentorin bzw. der Studienverlaufsmmentor ein hohes Maß an Selbstkompetenz mitbringen und zu regelmäßiger Weiterentwicklung ihres Beratungshandelns im Sinne einer Qualitätsstrategie bereit sein.

Die Maßnahmenentwicklung zum Nachweis der Wirkung der Beratungsangebote gehört ebenso zum Anforderungsprofil der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im SVM. Die Beratungsgespräche werden an der HN sowie an der RWTH evaluiert. Kenntnisse der Wirkungsforschung, der wissenschaftlichen Evaluation und grundlegendes statistisches Wissen sind deshalb erforderlich. Neben der Evaluation geht es dabei auch um die fortlaufende Weiterentwicklung des Angebots bzw. der Maßnahmen zur Unterstützung Studierender. Dafür werden konzeptionelle Fähigkeiten und Fertigkeiten benötigt. Erfahrungen in der Konzeption und Entwicklung von Maßnahmen auf Basis von Evaluationsergebnissen werden vorausgesetzt.

Die Tätigkeit als Studienverlaufsmmentorin und als Studienverlaufsmmentor beinhaltet die Kenntnis von Studien-/Prüfungsordnungen, Modulhandbüchern und Semesterplänen. Durch das umfangreiche Wissen über Universitäts-/Hochschulstrukturen und der analytischen Auffassungsgabe sind Studienverlaufsmmentorinnen und Studienverlaufsmmentoren in der Lage, sich schnell in die jeweiligen Ordnungen/Modulpläne einzulesen und das Wissen angemessen in die Gespräche einzubringen.

Das SVM befindet sich an einer Schnittstelle innerhalb der Hochschule: Fähigkeiten zur Vernetzung innerhalb der Hochschule und zur Kommunikation mit verschiedenen Zielgruppen sind aus diesem Grund erforderlich, um z.B. Absprachen mit dem Prüfungsausschussvorsitz, mit der Verwaltung oder anderen Einrichtungen der Hochschule treffen zu können.

HN und RWTH unterscheiden sich in der Einstellung und Schulung der Studienverlaufsmmentorinnen und Studienverlaufsmmentoren. Die Stellenbeschreibungen variieren an der RWTH je nach Fakultät. Die Auswahl erfolgt dezentral durch die Fakultät. An der HN erfolgt die Einstellung zentral unter Beteiligung der Fakultäten. Aus diesem Grund sind die Stellenbeschreibungen und das Anforderungsprofil für alle Fakultäten gleich.

Auch die Schulung der Studienverlaufsmberaterinnen und Studienverlaufsmberater erfolgt unterschiedlich: Mit der Einstellung wird den Studienverlaufsmmentorinnen und den Studienverlaufsmmentoren an der RWTH empfohlen, bestimmte Qualifikationen zu erwerben und diese durch erfolgreich abgeschlossene Fortbildungen nachzuweisen. Dieses Schulungssystem gilt für alle



Studienverlaufsmentorinnen und Studienverlaufsmentoren der RWTH und sichert eine gemeinsame Wissensgrundlage. Da die Einstellung dezentral und mit unterschiedlichen Anforderungsprofilen erfolgt, bilden diese Fortbildungen die gemeinsame Basis für das Handeln des SVM.

An der HN erfolgen die Schulungen nach Bedarf. Neben einem dem Anforderungsprofil erforderlichen Grundwissen in den Bereichen Beratung, Betreuung und Didaktik wird das Zusatzwissen in gemeinsamen Fortbildungen erworben und gefestigt. Der Bedarf wird kontinuierlich durch die Abfrage und den Austausch im Team ermittelt. Die Bedarfe sind zudem auch in Bezug auf die Projektziele zu betrachten. Auf diese Weise wird eine stetige Weiterentwicklung im Sinne der Professionalisierung und Weiterqualifizierung gesichert.

Unterschiede existieren auch in den Kernaufgaben: Die Beraterinnen und Berater an der RWTH Aachen sind zumeist in den Fakultäten durch andere Aufgaben zusätzlich eingebunden. Die Studienverlaufsberatung an der HN koordiniert zudem die Tutorien und Repetitorien an den Fakultäten. Dementsprechend werden die Anforderungsprofile diesen Tätigkeiten angepasst.



-
- *Empfehlung zum Anforderungsprofil von Berater/inne/n*
 - Die Einstellungsart (zentral oder dezentral) hat einen entscheidenden
 - Einfluss auf das Anforderungsprofil der Studienverlaufsmentorinnen und
 - -mentoren. Das Anforderungsprofil und die Einstellungsart wiederum
 - beeinflussen, wie und zu welchem Zeitpunkt Mitarbeiterinnen und Mitar-
 - beiter weiterqualifiziert werden.
 - Die Mindestanforderungen sind Kenntnisse und idealerweise fun-
 - dierte Erfahrungen der Beratung. Studienverlaufsmentorinnen und -men-
 - toren sollen über Evaluationskenntnisse verfügen und analytische Fertig-
 - keiten mitbringen, um den Bedarf der Studierenden zu ermitteln. Sie sind
 - in der Lage, bedarfsorientierte Maßnahmen zu konzipieren und umzuset-
 - zen.
 - Umfangreiche Kenntnisse der Hochschulstrukturen, konzeptionel-
 - les Denken und die Fähigkeit, sich schnell in neue Prüfungsordnungen,
 - Modulbeschreibungen etc. einlesen zu können, sind erforderlich.
-

5.4 Weiterbildung im Studienverlaufsmentoring

Désirée Krüger, Laura Lenz



Das Verbundprojekt ‚Beratungsqualität in Bildung, Beruf und Beschäftigung‘ beschreibt in einem umfassenden Qualitätskonzept ein Kompetenzprofil für Beratende (Petersen, Schiersmann & Weber, 2014). ‚Kompetenz‘ wird, bezogen auf Beratung nach dem Performanzansatz, verstanden als die „(...) Fähigkeit der Beratenden, sich in komplexe Probleme, zu deren Lösung ihre Beratungsdienstleistung beitragen soll, hineinzudenken und diese Probleme

gemeinsamen mit dem Ratsuchenden zu bearbeiten. Dieses Handeln wird in der Performanz beobachtbar.“ (Petersen et al., 2014, S. 8). Als Funktion des Kompetenzprofils wird u.a. die „(...) systematische (Weiter-)Entwicklung (...)“ (ebd., S. 9) von Beratenden sowie zur „(...) (Weiter-)Entwicklung von kompetenzorientierten Aus- und Weiterbildungsangeboten (...)“ (ebd.) benannt.

Beratung wird vom Verbundprojekt im systemischen Verständnis in vier Kompetenzebenen eingeordnet: gesellschaftsbezogene Kompetenzen, organisationsbezogene Kompetenzen, prozessbezogene Kompetenzen sowie systemumfassende Kompetenzen (vgl. ebd.). Diese werden in mehrere Beratungskompetenzen unterteilt und jeweils detailliert in Form von konkreten Kompetenzindikatoren und kognitiven Ressourcen der Beraterinnen und Berater beschrieben.

Die nachfolgenden Beschreibungen des Vorgehens in der Studienverlaufsmentoring (SVM)-Weiterbildung werden nach Hochschule getrennt aufgeführt und auf das beschriebene Kompetenzmodell bezogen. Dabei verfolgt die Hochschule Niederrhein (HN) einen On-demand-Ansatz der internen Weiterbildung, indem Fortbildungsinhalte etc. im Team gemeinsam und weitgehend nach Bedarf organisiert und absolviert werden. An der der RWTH ist ein Schulungskonzept Teil des Projektantrags und wird über die einzelnen SVM größtenteils in zentral bereitgestellten Schulungen der Zentralen Studienberatung absolviert.

Dabei ist besonders die Größe des jeweiligen Teams für den Ansatz zur Organisation der Weiterbildung ausschlaggebend: Während an der HN zehn Beraterinnen und Berater im Projekt angestellt sind, sind es an der RWTH rund 35 Personen, die auf den 16,5 im Projekt bewilligten vollen Stellen arbeiten.

5.4.1 Weiterbildung on demand – Hochschule Niederrhein

An der HN werden die Studienverlaufsberaterinnen und -berater auf mehreren Ebenen des Beratungsalltags weitergebildet. Die prozessbezogenen Kompetenzen¹ und systemumfassende Kompetenzen² werden innerhalb der regelmäßigen Treffen (zweiwöchentlich) und im Rahmen von ein-/zweitägigen Fortbildungen geschult.



-
- 1 Prozessbezogene Kompetenzen sind: Schaffen stabiler Rahmenbedingungen und strukturelle Sicherheit (P1); Schaffen einer tragfähigen Beziehung und emotionale Sicherheit (P2); Klären der Anliegen und Vereinbaren eines Kontraktes (P3); Klären der Situation und Ziele (P4); Identifizieren und stärken innerer und äußerer Ressourcen (P5); Erarbeiten von Lösungs- und Handlungsperspektiven (P6) (vgl. Petersen et al., 2014, S. 10).
 - 2 Systemumfassende Kompetenzen sind: Orientieren an den Ratsuchenden (S1); Schaffen von Transparenz des Beratungsangebotes (S2); Zeigen einer professionellen Haltung und eines ethischen Verhaltens (S3); Mitgestalten von Qualitätsentwicklungsprozessen (S4) (vgl. Petersen et al., 2014, S. 10).

Um die alltägliche Beratungsarbeit sowie die Arbeit am Fachbereich kontinuierlich zu reflektieren, wird monatlich eine ‚kollegiale Fallberatung‘ durchgeführt. Themen sind dabei besondere Beratungsfälle sowie andere problematische Situationen des Arbeitsalltags. Diese Maßnahme soll die Psychohygiene der Beraterinnen und Berater unterstützen und somit in schwierigen Situationen Halt, Handlungsalternativen und eine Reflexionsmöglichkeit bieten. Gleichzeitig führt diese Maßnahme zur Professionalisierung und im Fall von einer kollegialen Fallberatung zu einem gemeinsamen Beratungsverständnis.

Zudem werden regelmäßige Fortbildungen nach Absprache als ein-/zweitägige Veranstaltungen organisiert und im Gesamtteam durchgeführt. Da die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen sehr heterogenen fachlichen Hintergrund haben, liegt der Schwerpunkt der Fortbildungen auf Beratungsthemen, beispielsweise Lösungsfokussierter Beratung, Systemischer Beratung oder Psychohygiene. Ziel ist hierbei, eine gemeinsame Wissensbasis für Beratung und daraus folgend ein gemeinsames Beratungsverständnis zu entwickeln. So werden die prozessbezogenen Beratungskompetenzen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kontinuierlich geschult und das Projekt vertritt an der Hochschule eine klar definierte Beratungshaltung. Dabei ist der lösungsorientierte Beratungsansatz mit Ressourcenorientierung und Personenzentrierung inhaltlich der Leitfaden für die Fortbildungen.

Zusätzlich werden auch Fortbildungen zu anderen Themen durchgeführt, die von den Beraterinnen und Beratern aus dem Bedarf ihres konkreten Arbeitsalltags abgeleitet werden, wie z.B. ‚Wissenschaftliches Schreiben anleiten‘ oder ‚Sprache und Körpersprache in Konfliktsituationen‘.

Die Fortbildungsthemen und die Termine werden in der Regel in den gemeinsamen Projekttreffen festgelegt, was zu einer hohen Teilnahmequote führt. Das Fehlen einzelner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist eher die Ausnahme. Eine explizite Teilnahmepflicht besteht nicht.

Weitere thematische Vertiefungen finden nach Bedarf im zweiwöchentlichen Teamtreffen statt. In diesen werden inhaltlich offene Formate wie ein halbstündiger ‚Journal Club‘ oder ein 1,5-stündiges ‚Inhaltliches Thema‘ in unregelmäßigen Abständen von SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeitern zu Beratungsthemen gefüllt. Dabei werden Methoden aus (gemeinsamen oder individuellen) Fortbildungen eingebracht, vertieft, gemeinsam praktisch durchgeführt und reflektiert. Im Journal Club werden fachliche Kurzvorträge, z.B. über bestimmte Beratungsansätze, gehalten. Dabei können aktuelle Themen aus der Beratungsarbeit an den Fakultäten Anlass sein, ein bestimmtes Thema einzubringen, oder der übergeordnete Professionalisierungsanspruch einer steten Vertiefung und Auffrischung von Wissen. Das Team profitiert hierbei von seiner Heterogenität, weil aus verschiedenen Fächern arbeitsrelevante Themen behandelt werden.

So werden z.T. auch die organisationsbezogenen Kompetenzen³ vertieft, da das Leitbild durch die beschriebenen Maßnahmen kontinuierlich geschärft

3 Organisationsbezogene Kompetenzen sind: Mitgestalten und Umsetzen des organisationalen Leitbildes (O1); (Weiter-)Entwickeln und Umsetzen formaler Organisationsstrukturen und -prozesse (O2); Mitgestalten und Leben der Organisationskultur

und ‚mit Leben gefüllt‘ wird. Um die Mitgestaltung der organisationalen Strukturen der Hochschule und die Auswirkung gesellschaftsbezogener Prozesse auf die Beratung an Hochschulen zu thematisieren, und so auch gesellschaftsbezogene Kompetenzen⁴ zu stärken, wird ein weiteres Format regelmäßig durchgeführt:

Die SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter an der HN organisieren einmal pro Semester den ‚Round Table Beratung‘. Hier tauschen sich die Beratungsinstitutionen zu einem Schwerpunktthema gemeinsam aus und vernetzen ihre jeweilige Beratungsarbeit zu dem Thema. Je nach Eignung des Themas werden auch konkrete Handlungsleitfäden o.ä. erarbeitet, um das gemeinsame Wissen festzuhalten und für die Studierendenschaft und andere Beraterinnen und Berater transparent zu machen. Hier wurden Themen beispielsweise ‚Finanzen‘, ‚Geflüchtete Menschen an der Hochschule‘, ‚Beratung im Kontext von Diskriminierung und Diversität‘ durchgeführt. Potenzielle Teilnehmende des ‚Round Table Beratung‘ sind alle Beratungsinstitutionen der Hochschule, sowie studentische Beratungsangebote (z.B. AStA) und außerhochschulische Beratungsangebote (z.B. Studierendenwerk oder Arbeiterkind.de). Eingeladen werden je nach Berührungspunkt mit dem Thema auch weitere Einrichtungen wie z.B. das Sprachenzentrum zum Thema ‚Geflüchtete Menschen an der Hochschule‘, um einen umfassenden Einblick in das jeweilige Thema zu ermöglichen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das On-demand-Verfahren sehr flexibel ist und die Möglichkeit bietet, auf aktuellen Themen und Bedarfe der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einzugehen. Gleichzeitig wird kontinuierlich die Beratungstätigkeit geschult und in den Mittelpunkt gestellt, um die Beratungsqualität im Projekt auf hohem Niveau zu halten. Dieses erfordert ein hohes Engagement und Einbringen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Bereitschaft, sich selbst kontinuierlich weiterzubilden und zu reflektieren. Es besteht besonders in Bezug auf die Fortbildungen die Gefahr, dass durch Personalwechsel Wissen verloren geht, oder durch neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie durch die fachlich heterogene Zusammensetzung thematische ‚Wiederholungen‘ notwendig sind. Es ist entscheidend, die Fortbildungen stets in den Zusammenhang der Projektziele einzuordnen und die Entwicklung des Teams in einer mittelfristigen Perspektive im Blick zu behalten.



(O3); Nachhaltiges Sichern und effizientes Nutzen der Ressourcen (O4); Kooperieren mit fachlichem und überfachlichem Umfeld (O5); vgl. Petersen et al., 2014, S. 10.

4 Gesellschaftsbezogene Kompetenzen sind: Berücksichtigen gesellschaftlicher Rahmenbedingungen (G1) und Berücksichtigen gesellschaftlicher Ziele (G2). (Vgl. Petersen et al., 2014, S. 10).

5.4.2 Weiterbildungsprogramm an der RWTH Aachen



Im Aachener Mentoring Modell der RWTH Aachen sind Schulungen und Weiterbildungen der Beraterinnen und Berater nicht nur notwendig, sondern sind als umfassendes Schulungskonzept Teil des Projektantrags.

Die grundlegenden Schulungen werden von der Zentralen Studienberatung (ZSB) mit seiner psychologischen Beratung, aber auch vom International Office und dem Career Center der RWTH Aachen angeboten. Das Angebot stellt die ‚Grundlagen‘ des Beratens regelmäßig für Beraterinnen und Berater zur Verfügung, erlaubt allerdings auch Schulungen on demand. Das Angebot der ZSB umfasst u.a. Schwerpunktschulungen zu folgenden Themen:



- Motivational Interviewing/Motivierende Gesprächsführung
- Studienfachpassung/Fachwechsel
- Konfliktmanagement
- Interkulturelle Kompetenz
- Ländertrainings für den arabischen, asiatischen und osteuropäischen Raum
- Umgang mit psychisch belasteten Studierenden
- Lernstrategien und Selbstmanagement
- Das Beratungssystem für Studierende an der RWTH
- Umgang mit Studierenden, die endgültig eine Prüfung nicht bestanden haben
- Karriereplanung und Berufseinstieg
- Autismus und Studium
- Werte – Leitlinien für das eigene Handeln nutzbar machen
- Selbstkonzept – Barrieren erkennen und abbauen
- Habitussensibilisierung – Kulturelles Kapital erkennen und erweitern

Wann welches Format stattfindet, können die Beraterinnen und Berater online einsehen und individuell buchen. Dabei ist es den Beraterinnen und Beratern überlassen, welche Angebote sie wahrnehmen. Beraterinnen und Berater mit einem nicht pädagogischem Hintergrund und ohne Beratungserfahrung sollen auf diese Weise einen fundierten Einstieg in die Beratungstätigkeit erlangen. Die Teilnahme an Basisschulungen ist für die Beraterinnen und Berater verpflichtend. Aufbauschulungen sind aufgrund der dezentralen Organisation des Projektes nicht verpflichtend, jedoch wird die Teilnahme den Beraterinnen und Beratern dringend empfohlen. Ähnlich wie in der HN werden hier je nach Themenwahl besonders die prozess- sowie die systemumfassenden Kompetenzen geschult.

Ein weiteres Format, welches jedoch besonders dem Austausch untereinander dient, ist die sogenannte ‚Intervisionsgruppe‘. Dabei findet eine intensive Kleingruppenarbeit mit Psychologinnen und Psychologen der Zentralen Studienberatung zu Härtefällen in der Beratung statt. Die Intervisionsgruppen umfassen in der Regel Gruppengrößen von rund fünf nach Möglichkeit gleichbleibenden Teilnehmenden und finden je nach Bedarf alle sechs Wochen mit einer Länge von 1,5 Stunden statt. So wird die Psychohygiene

der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gestärkt und die Selbstreflexion im Sinne einer professionellen Beratungshaltung unterstützt.

Zusammenfassend liegt die Stärke des Schulungsprogramms der RWTH darin, dass die Schulungen nach individuellem Bedarf und Vorwissen absolviert werden können. Die persönliche Fortbildung ist für die einzelnen Beraterinnen und Berater so leicht planbar und die Inhalte stärken die Beratungskompetenzen der einzelnen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Gleichzeitig erfordert das Schulungsprogramm der RWTH eine hohe Identifikation der einzelnen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit der Beratungstätigkeit, da die Themenauswahl im Ermessen der/des Einzelnen liegt. Dadurch, dass die Fortbildungen nicht im Gesamtteam stattfinden, kann in den Schulungen selbst kein Austausch auf der Projektebene stattfinden. Da die Teilnahme an den Intervisionsgruppen freiwillig ist, benötigen die Beraterinnen und Berater eine hohe Identifikation mit dem Projekt und eine berufliche Identifikation als professionelle Beraterinnen und Berater. Darüber hinaus gewährleistet das einheitliche Schulungsprogramm für alle Disziplinen eine gleichbleibend hohe Beratungsqualität, die auch durch Aufbauschulungen nachhaltig unterstützt wird.

.....
 : *Empfehlungen zur Weiterbildung im Studienverlaufsmentoring* :
 :

- : – Schulungen on demand oder zentral organisiert? Wägen Sie die Vor- :
 : und Nachteile ab! :
 - : – Sehen Sie Schulungen als essentielles Element einer gleichbleibend :
 : hohen und einheitlichen Beratungsqualität! :
 - : – Fördern Sie durch Schulungen die Identifikation der Beraterinnen und :
 : Beratern mit ihrer Tätigkeit! :
 - : – Schaffen Sie ‚Allrounder‘! Nur Beraterinnen und Berater, die wissen, :
 : was sie tun, können effektiv und effizient helfen. :
 - : – Gemeinsame Schulungen fördern das Wir-Gefühl. Räumen Sie Ihrem :
 : Team gemeinsame Zeit ein, denn es wird davon profitieren! :
-



Literatur

Petersen C., Schiersmann C., Weber, P. (2014): „Professionell beraten: Kompetenzprofil für Beratende in Bildung, Beruf und Beschäftigung“. Open Access doi.org/10.3278/6004445w abgerufen unter: www.beratungsqualität.net (Stand: 11.04.2017)

5.5 Projekterfolg durch Finanzcontrolling sichern

Sylvia Sandmann, Valerie Stehling, Meike Hamacher, Sandra Dölling-Trapp



Dieses Kapitel gibt einen Einblick in die Kosten, die durch die Einführung und den Betrieb eines Studienverlaufsmentorings (SVM) verursacht werden. Da die betriebswirtschaftlich formale Darstellung der Zahlen nur eine zeitlich und örtlich begrenzte Gültigkeit hat, werden im Folgenden die Kostenarten aufgeführt.

Kosten

Für die Kalkulation zur Entwicklung und Realisierung eines Studienverlaufsmentorings sind unterschiedliche Kosten zu berücksichtigen, die in fixe und variable Kosten unterteilt werden. Zu den fixen Kosten gehören in diesem Fall z.B. die Personalkosten. Variable Kosten sind z.B. Sachkosten für Marketingartikel.

Den größten Anteil der Fixkosten stellen Aufwendungen für das Personal dar. In die Berechnung der Personalkosten müssen neben der benötigten Gesprächszeit der Beratungen weitere Aspekte einbezogen werden: je nach Ausrichtung des Angebots müssen die Arbeitszeit für fachbereichsspezifische und zentrale Angebote für die Kalkulation berücksichtigt werden, z.B. die Vor- und Nachbereitungszeit für zielgruppenspezifische Angebote (Konzeption und Durchführung von Workshops/Seminaren) oder die Organisation von fachbereichsspezifischen oder zentralen Angeboten (z.B. der Einführungstage). In Bezug auf die Beratung sind in diesem Zusammenhang folgende Faktoren zu berücksichtigen:

- Einladungs- und Terminmanagement je nach Zielgruppen des Angebots und Anzahl Studierender
- Beratungszeit, zuzüglich der inhaltlichen Vor- und Nachbereitung der Gespräche
- Dokumentation der Gespräche
- Auswertung der Dokumentation und Rückspiegelung der Ergebnisse in die Hochschule: Die Zeit, die für die Auswertung und Verbreitung der Ergebnisse aufgewendet werden muss, lässt sich nicht pauschal berechnen. Sie ist vielmehr stark abhängig von der Größe der Hochschule und dem Umfang des Angebots.

Über die Beratung hinaus ist für die folgenden Aktivitäten Zeit einzuräumen:

- interne Vernetzung unter den Studienverlaufsmentorinnen und -mentoren
- Vernetzung mit anderen Beratungsinstanzen der Hochschule
- externe Vernetzung bspw. mit Studienverlaufsmentorinnen und -mentoren anderer Hochschulen
- Angebote von Sonderformaten wie Schreibnacht, Workshops für Studierende etc.
- Allgemeine Organisation, Koordination und Verwaltung der Arbeit und Angebote des Studienverlaufsmentorings
- interne und externe Weiterbildung der Beraterinnen und Berater

Um die tatsächlichen Aufwendungen zu ermitteln, sind darüber hinaus auch Kosten durch beteiligte Personen der Hochschule mit einzubeziehen.

Die oben aufgelisteten Tätigkeiten geben einen groben Überblick, welche Kosten in Bezug auf das Personal berücksichtigt werden sollten. Für die Kostenkalkulation sollte das Anforderungs- und Aufgabenprofil herangezogen werden. Auf Grundlage des Profils erfolgt die Einstufung in die Entgeltstufe. In diesem Fall ist eine selbständige, forschende und wissenschaftliche Arbeitsweise als Basis zu nehmen. Die Einstellung erfolgt auf der genannten Grundlage z.B. in der Entgeltstufe 13.

Weitere Fixkosten sind je nach Organisation der Hochschulstruktur anteilig zu berücksichtigende Kosten für die Infrastruktur, z.B. Raummiete, Büromaterialien, Internet, Telefon, IT-Support, etc.

Zusätzlich zu den o.g. Fixkosten sind variable Kosten in die Kalkulation einzubeziehen: Zum einen sind hier die Organisation und Bewerbung des SVM zu nennen. Beispielsweise:

- Sachkosten für Marketingartikel zur Bewerbung des Angebots
- Kosten, die im Bereich des Einladungsmanagements anfallen (bei Postversand: Portokosten, Druck, Briefumschläge)
- Sachkosten zur Durchführung spezieller Sonderformate wie Schreibnächte, Workshops etc.

Zum anderen sind Kosten zur Durchführung und kontinuierlichen Weiterentwicklung der Tätigkeit einzuplanen, beispielsweise:

- Reisekosten für die Beraterinnen und Berater z.B. zu Konferenzen und zur Vernetzung mit anderen Hochschulen
- ggf. Literaturkosten
- Weiterbildungskosten und Vergabe von Aufträgen für Referenten – in Abhängigkeit von dem Anforderungsprofil und dem Weiterbildungskonzept (vgl. 5.3 und 5.4)

Des Weiteren gehören studentische und wissenschaftliche Hilfskräfte, die je nach Zielsetzung des Studienverlaufsmentorings mitwirken (z.B. als Tutorinnen/Tutoren oder Repetitorinnen/Repetitoren) zu den variablen Kosten.

Die Hochschulgröße und der Stellenumfang sind bei der Kostenkalkulation zu berücksichtigen. Vor allem Kosten zur Organisation und Bewerbung des Angebots hängen stark von der Studierendenzahl bzw. von der anzusprechenden Zielgruppe ab.

Controlling

Das Finanzcontrolling kann durch regelmäßigen Austausch (bspw. über Quartalsansätze) zwischen der verwaltenden Stelle bzw. der Koordination und den Beraterinnen und Beratern stattfinden. Darüber hinaus bietet es sich an, Zahlen in Form von Benchmarks z.B. Gesprächszahlen, durchschnittliche Gesprächsdauer zzgl. Vor- und Nachbereitungszeit, Anzahl der zusätzlich angebotenen Sonderformate (s.o.) etc. zu erheben und halbjährlich oder jährlich zu vergleichen. Wichtig ist, dass dabei die richtigen Zeitpunkte gewählt

werden, weil sich semesterbezogene Hoch- oder Tiefpunkte ergeben können. Aus diesen Gründen ist eine enge Abstimmung mit den Beraterinnen und Beratern von besonderer Bedeutung. Die Beraterinnen und Berater sollen auch bei der Interpretation der erhobenen Zahlen mit einbezogen werden, da ansonsten die Gefahr besteht, voreilig falsche Schlüsse aus dem vorhandenen Datenmaterial zu ziehen.

Daten zu erheben und daraus Informationen zu ziehen, bietet die Chance das Angebot weiterzuentwickeln und diese Entwicklung sichtbar zu machen. Gleichzeitig sind damit Risiken verbunden. Das Risiko der Fehlinterpretation von Daten aufgrund mangelnder Hintergrundinformationen wurde bereits genannt. Weitere Schwierigkeiten könnten sich ergeben, durch:

- den Rückgang der Nachfrage
- fehlende belastbare Zahlen
- zu wenig Kommunikation zwischen den einzelnen Stellen
- ein Gefühl von ‚Kontrolle‘, was sich negativ auf das Klima auswirken kann
- Datenschutzrechtliche Bestimmungen, welche teilweise nur begrenzt Datenerhebungen erlauben. Dadurch ist es häufig nicht möglich, die Wirksamkeit des Mentoringangebots nachzuvollziehen.

Für einen umfassenden Überblick bezüglich der Ausgaben ist ein regelmäßiges Controlling z.B. in Form einer Quartalsplanung und ggf. Anpassung empfehlenswert. Auf diese Weise lässt sich nachvollziehen, ob die geplante Kostenstruktur entsprechend umsetzbar ist. Bei Bedarf können die Maßnahmen auf diese Weise frühzeitig angepasst werden.

Letztendlich müssen die Ausgaben, insbesondere die Kosten für das Personal, der Zielsetzung eines Studienverlaufsmentorings und den jeweiligen Gegebenheiten an der Hochschule angepasst werden.



-
- *Empfehlungen zum Finanzcontrolling*
 - – Bei der Implementierung eines Studienverlaufsmentorings sind fixe und variable Kosten zu berücksichtigen.
 - – Bei der Personalkostenplanung müssen die Tätigkeiten im Rahmen des Studienverlaufsmentorings klar und umfassend benannt werden.
 - – Ein regelmäßiges Controlling, z.B. mit Quartalsansätzen, sollte von Beginn an durchgeführt werden, um rechtzeitig reagieren zu können (z.B. zusätzliches Personal, Werbung, etc.).
-

6. Marketing und Ansprache der Studierenden

6.1 Marketingkanäle und Give-aways

Laura Lenz, Stefanie Kutsch

Der Erfolg eines Studienverlaufsmentorings (SVM) hängt stark von einem zielgerichteten und zielgruppengerechten, stetigen Marketing ab. Dafür notwendig sind die Bekanntmachung und Nutzung der Angebote in der Hochschule sowie die allgemeine Akzeptanz innerhalb von Verwaltung, Organisation und Studierendenschaft. Hierzu bedarf es verschiedener kommunikationspolitischer Instrumente. Die reine Bekanntmachung durch z.B. Einladungen bei den potenziellen Zielgruppen des Studienverlaufsmentorings reicht oft nicht aus. Viel wichtiger ist die Darstellung des persönlichen Nutzens des SVM für die Studierenden.



Ein hoher Bekanntheitsgrad des SVM innerhalb der Hochschule kann insbesondere durch eine hohe Angebotsqualität erreicht werden. Vor diesem Hintergrund fungieren zufriedene Leistungsempfängerinnen und Leistungsempfänger als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren innerhalb der Hochschule. Darüber hinaus bedarf es dauerhafter Marketingaktivitäten, um das SVM in der Hochschule flächendeckend zu verbreiten sowie ein ‚gutes Image‘ zu etablieren und aufrechtzuerhalten. Ist das gute Image verbreitet, geht es darum, dieses zu erhalten. Ausschlaggebend ist dabei, die Wichtigkeit der vielfältigen Angebote sowie die hohe Qualifikation des Personals zu verdeutlichen. So können beispielsweise mögliche Beratungsthemen dargestellt werden und die daraus resultierenden Erwartungshaltungen können bereits erste inhaltliche und sympathische Akzente setzen. Dazu eignen sich verschiedene Kommunikationsinstrumente, die von den klassischen Printmedien (Flyer) und Außenwerbung (Plakate) bis zur Website und Social Media reichen. Diese führen zu redaktionellen Kontakten und somit zu Bekanntheit in der Öffentlichkeit. Eine besondere Herausforderung stellt i.d.R. das häufig geringe Kommunikationsbudget zur Umsetzung der Marketingaktivitäten dar.

Zur klaren Bewerbung des SVM ist es erforderlich, die Zielgruppe des SVM anhand definierter Kriterien festzulegen. Diese lassen sich aus Studienverlaufsdaten der Studierenden, Kreditpunkte-Ständen, Drittversuchen, Informationen zu Doppelstudium und Auslandsaufenthalten etc. gezielt herausfiltern. Auf diese Daten können die Beraterinnen und Berater entweder je nach Hochschule und entsprechender Regelung selbst zugreifen, oder die Daten können aus datenschutzrechtlichen Gründen nur vom Prüfungsbüro abgerufen werden. Im zweiten Fall kann das Prüfungsamt die Zielgruppe identifizieren und auf das SVM aufmerksam machen bzw. gezielt einladen, ohne dass die Beraterinnen und Berater wissen, wer gezielt namentlich angeschrieben wurde.

Der Einladungsprozess wird in Kapitel 6.2, in dem es um Frühwarnsysteme geht, detailliert adressiert.

Neben der direkten Ansprache per Einladung sollten die Bewerbungsformate so großflächig ausgelegt sein, dass sich grundsätzlich alle Studierenden angesprochen fühlen, die sich eine persönliche Begleitung und Beratung wünschen. Zu diesem Zwecke können während des Semesters passende Gelegenheiten zur Herausgabe von Informationen und Give-aways ausgewählt werden.

„Fokusgruppeninterviews“, ein Instrument der qualitativen Forschung, können dabei helfen, besser zu verstehen, wie Studierende mit Schwierigkeiten im Studium umgehen. Auch eine intensive Verzahnung mit Fachschaften ist sinnvoll, da diese in engem Kontakt mit Studierenden stehen und so als „Themensammler“ fungieren können. Zur Auswahl der Fokusgruppen müssen klare Screening-Kriterien formuliert werden. Durch regelmäßige, enge Vernetzung mit den Studierenden können darüber hinaus die Bekanntheit, die Relevanz und das Image des SVM erfasst und entsprechende Optimierungsmaßnahmen angegangen werden.



Praxisbeispiele Hochschule Niederrhein (HN) und RWTH: Etablierung des SVM als Marke in der Hochschule

Im Folgenden wird anhand einiger Beispiele aufgezeigt, wie die Etablierung eines SVM gelingen kann.

Um die Relevanz und den Stellenwert des SVM in der Hochschule darzustellen, ist es förderlich, das SVM als Marke in der Kommunikationsstrategie der Hochschule zu etablieren und zu intensivieren. Auch das Vertrauen der Studierenden in das Angebot wird durch Sichtbarkeit gestärkt. Eine enge Verbindung zwischen SVM und der Hochschule als Marke kann dazu beitragen.

Zur Etablierung eines SVM als Marke sind die Gestaltung eines Logos oder einer Wort-Bild-Marke und die Festlegung eines projektspezifischen Farbschemas förderlich (siehe Beispiele der HN und RWTH in Abbildung 11 und 12). Diese finden sich auf allen Werbemitteln des SVM wieder und schaffen dadurch bei der potenziellen Zielgruppe Vertrauen und einen Wiedererkennungswert.



Abbildung 11: Wort-Bild-Marke der Studienverlaufsberatung der Hochschule Niederrhein



Abbildung 12: Das Logo des Aachener Mentoring Modells der RWTH Aachen

Die Marketingmaßnahmen dürfen bei der studierendenspezifischen Ansprache auch ironisch oder mit einem ‚Augenzwinkern‘ formuliert sein (siehe Abbildung 13). Dadurch wird eine hohe Aufmerksamkeit erzeugt. Bei Postkarten ist es beispielsweise sinnvoll, die Frage zu klären, welche Art von Postkarten sich Studierende an ihren Kühlschränken hängen beziehungsweise an einem Ort platzieren würden, bei dem das Medium längerfristig präsent bleibt. Bei Give-aways muss die Frage gestellt werden, welche Art von Gegenständen von Studierenden häufig (in der Öffentlichkeit) gebraucht wird.



Abbildung 13: Postkarten der Hochschule Niederrhein

Marketingaktionen im Rahmen von Events im Studium

Auch Postkarten zu spezifischen Anlässen sind im Rahmen eines zielgerichteten Marketings attraktiv. An der HN können die Studienanfängerinnen und Studienanfänger in der Einführungswoche an einem Quiz (ebenfalls mit einem Augenzwinkern) zur Bestimmung des eigenen Lerntyps teilnehmen. Die Teilnehmenden erhalten als Auflösung eine persönliche Postkarte (siehe Abbildung 14). Diese Aktion im Rahmen der Einführungswoche erhöht den Bekanntheitsgrad des SVM, indem Studierende in direkten Kontakt mit den Beraterinnen und Beratern treten und das SVM-Angebot ‚spielerisch‘ kennenlernen.

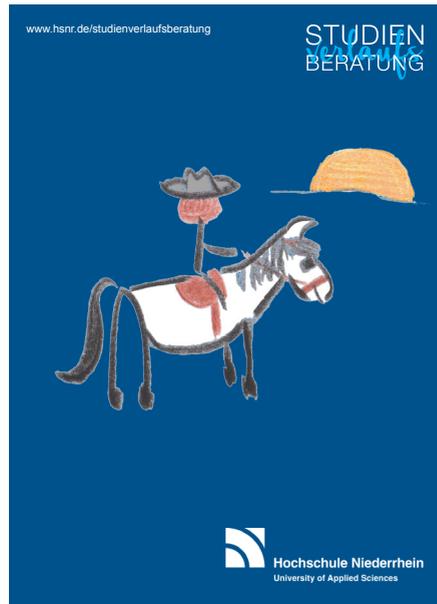
Lonesome Rider

... weiß gut, worauf er/sie sich mit dem Studium eingelassen hat.

... meidet Lerngruppen.

Tipp: Gib Lerngruppen eine Chance. Gemeinsam geht's oft leichter durch das Studium.

Weitere Lerntipps bekommst Du im Rahmen einer individuellen Beratung bei Deiner Studienverlaufberaterin.



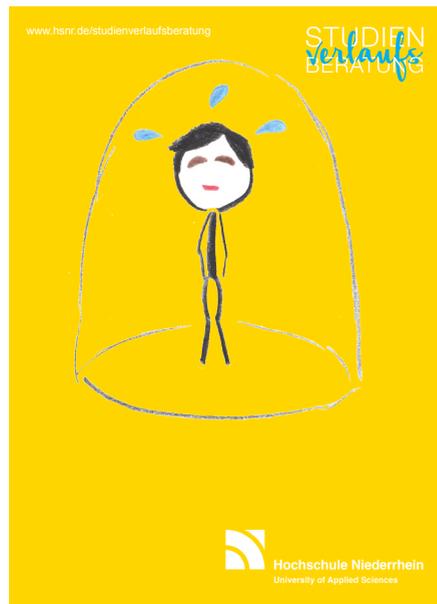
Schüchterne/r

... weiß, was sie/er erreichen will und welche Schritte dafür notwendig sind.

... ist am liebsten im Hintergrund.

Tipp: Trau Dich, Dich einzubringen. Geh auf andere Studierende zu und Sorge dafür, dass Du Dich hier wohl fühlst.

Weitere Lerntipps bekommst Du im Rahmen einer individuellen Beratung bei Deiner Studienverlaufberaterin.



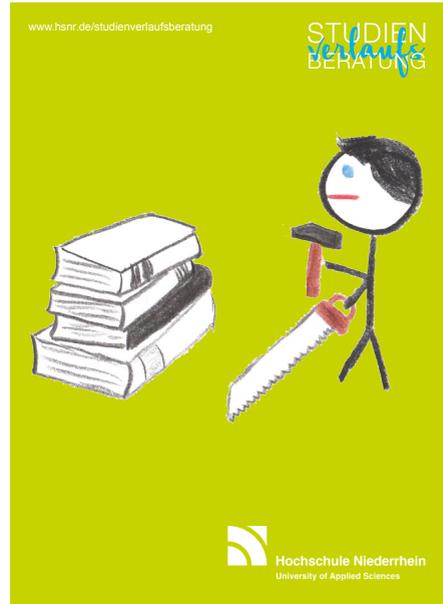
Pragmatiker/in

... starke Praxisorientierung.

... hat an der Hochschule viele Freunde und macht viel Sport.

Tipp: Lass Dich auf das Studium ein. Du wirst überrascht sein, was Du alles lernen wirst.

Weitere Lerntipps bekommst Du im Rahmen einer individuellen Beratung bei Deiner Studienverlaufsbaterin.

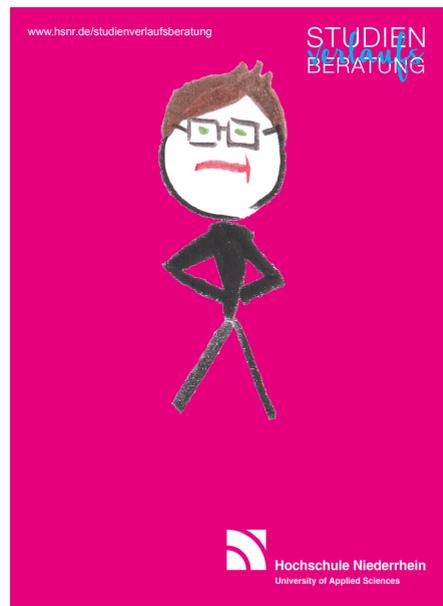
**Skeptiker/in**

... engagiert sich oft in Hochschule oder Politik.

... hinterfragt das Studium kritisch.

Tipp: Auch wenn Dich manches an der Hochschule ärgert, behalte die Freude am Studium. Füh Dir vor Augen, was Du lernen möchtest und fokussiere Dich darauf.

Weitere Lerntipps bekommst Du im Rahmen einer individuellen Beratung bei Deiner Studienverlaufsbaterin.

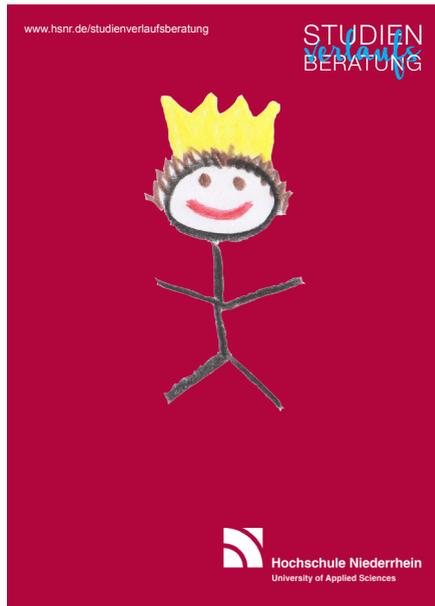


Traumkandidat/in

... kennt die Anforderungen des Studiums und ist in der Lage, ihnen überdurchschnittlich gut gerecht zu werden.

... hohes Engagement und große Selbstständigkeit.

Tipp: Bring Dich in die Hochschule ein – z.B. als Tutor/in. Deine Studienverlaufsberaterin gibt Dir hierzu gern weitere Informationen.

**Pflichtbewusste/r**

... kommt gut mit den akademischen Anforderungen eines Studiums zurecht.

... betritt die Hochschule nur für Vorlesungen und Seminare. Fühlt sich der Hochschule ansonsten nicht verbunden.

Tipp: Studium ist mehr als Lernen. Entdecke die Möglichkeiten und vernetze Dich mit Deinen Mits Studierenden.

www.hsnr.de/studienverlaufsberatung

STUDIEN
verlaufs
BERATUNG



Weitere Lerntipps bekommst Du im Rahmen einer individuellen Beratung bei Deiner Studienverlaufsberaterin.



Abbildung 14: Lerntyp-Bestimmung durch die HN im Rahmen der Erstsemester-Begrüßung

Im Aachener Mentoring Modell erfolgt die Bewerbung des Projekts außerdem in Form von informativen und für das Lernen nützlichen Give-aways. Wichtig ist dabei, Studierenden etwas mitzugeben, das sie in ihrer Lernroutine nutzen können und somit immer wieder zur Hand nehmen. So wird das Beratungsangebot mental schnell mit dem Lernen verknüpft. Dieser Effekt ist wünschenswert, da im SVM Lernstrategieprobleme fakultätsübergreifend das Hauptanliegen der Ratsuchenden darstellen.



Im Jahre 2015 ließ das Aachener Mentoring Modell als marketingtechnisches Highlight die sogenannten ‚Mentorin G‘-Dragees entwickeln. Es handelt sich hierbei um einen kleinen Karton, der sehr an Arzneimittel erinnert (siehe Abbildungen 15, 16). Enthalten sind zehn Pfefferminzdragees, die ähnlich wie Tabletten einzeln in Aluminium mit Plastikdurchsicht eingefasst sind. Der ‚Beipackzettel‘ beinhaltet relevante Informationen zu ‚Symptomen‘ und ‚Wirkungsbereichen‘, in denen Mentoring sinnvoll sein kann. Herausgegeben wurden 7.000 Packungen im Rahmen der Erstsemester-Begrüßung. Ziel der Aktion war es, insbesondere Studienanfängerinnen und Studienanfänger möglichst früh auf das Angebot aufmerksam zu machen.

Zwar handelte es sich um eine einmalige Aktion, dennoch blieben die Päckchen in den Köpfen der Studierenden präsent („Ihr seid doch die mit den Dragees!“).



Abbildung 15: ‚Mentorin G‘-Dragees aus dem Jahr 2015 (Foto Michael Heuters, 2015)

Mentorin G

Wegweiser im Studium

Was ist Mentorin G und wie wirkt es?

Mentorin G ist ein Give-away des Mentorings im Projekt Aachener Mentoring Modell der RWTH Aachen University.

Mentoring ist ein nichtverschreibungspflichtiges Beratungsangebot für mehr Motivation und Orientierung im Studium. Mentoring versüßt Ihnen mit Mentorin G den Einstieg ins Studium und kann beim Übergang von Schule/Erwerbstätigkeit zum Studium hilfreich sein.

Mentoring unterstützt Sie u.a. in vertraulichen Gesprächen dabei, Ihre individuellen Stärken und Potentiale zu erkennen, zu nutzen und den Weg durch das Studium zu meistern. Es stimuliert Ihre Selbstreflexion und informiert über Mittel und Wege, persönliche Ziele zu erreichen. Mentoring kann Ihre Informationskompetenz im Studienalltag (Wer will was wann von mir?) und Ihre Studieneffizienz erhöhen.

Welche Nebenwirkungen sind bei der Anwendung von Mentoring möglich?

Häufig: Motivation, Entspannung, Wohlbefinden, Durchblick

Welche Darreichungsformen von Mentoring gibt es?

Typische Darreichungsformen sind

- vertrauliche Einzelgespräche zur Besprechung Ihrer Studiensituation, Ihrer Wünsche und Ziele
- bei Bedarf Folgegespräche in individuell festgelegten Abständen
- Workshops und Infoveranstaltungen zu Themen wie Lern- und Zeitmanagement

Welche Anwendungsgebiete von Mentoring gibt es?

Mentoring ist z.B. anzuwenden zur Optimierung von

- Zeitmanagement und Lernplanung: z.B. wie erstelle ich einen Lernplan?
- Studienplanung: z.B. wie baue ich einen Auslandsaufenthalt in mein Studium ein?
- Studiengestaltung: z.B. wie setze ich meine Ziele und Pläne um?
- Studienmotivation: z.B. wie gehe ich mit Ablenkungen und mangelnder Motivation um?
- Stressbewältigung: z.B. was hilft mir bei Prüfungsstress?
- Studienfinanzierung und Stipendien: z.B. welche Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten gibt es?
- Berufseinstieg: z.B. wie gestalte ich mein Studium und die Studienzeit im Hinblick auf den Berufseinstieg?

Wie ist Mentoring anzuwenden?

Mentoring ist ein offenes Angebot für alle Studierenden der RWTH Aachen. Je nach Studiengang und Fakultät kann Mentoring verpflichtender Bestandteil Ihres Studienplanes sein. Mentoring findet überwiegend in vertraulichen Einzelgesprächen statt. Informationen zur Terminvereinbarung wie auch zu den fakultätsspezifischen Mentoring-Angeboten finden Sie auf der Mentoring-Website Ihrer Fakultät oder unter:

www.rwth-aachen.de/mentoring

Mentoring-Tipps für einen erfolgreichen Studienstart und ein erfolgreiches Studium:

1. Machen Sie sich die Unterschiede zwischen Schule und Universität sowie die damit verbundenen Anforderungen an die Selbstorganisation bewußt.
2. Verdeutlichen Sie sich, dass 900 Std. (30 ECTS/Semester) ca. 38 Std./Woche Studium entsprechen.
3. Lernen Sie regelmäßig, auch wenn die Klausurphase noch lange hin ist.
4. Bereiten Sie Veranstaltungen zeitnah nach.
5. Nutzen Sie Zusatzangebote (Sprechstunden, Repetitorien etc.).
6. Planen Sie Ihr Lernen, z.B. in Form eines Semesterplans.
7. Bauen Sie Pufferzeiten für unvorhergesehene Ereignisse in Ihren Plan ein.
8. Planen Sie Zeit für Wiederholungen ein.
9. Probieren Sie verschiedene Lernmethoden (Lern-Kartei, Mind-Mapping u.a.) und Lernorte aus.
10. Führen Sie sich Ihre Ziele (Abschluss, Berufseinstieg) vor Augen, um daraus Motivation zu gewinnen.

Zu Risiken und Nebenwirkungen fragen Sie die Mentorinnen und Mentoren Ihrer Fakultät.

**AACHENER
MENTORING
MODELL**

GEFÖRDEBT VON
 Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

**RWTHAACHEN
UNIVERSITY**

Abbildung 16: Vorder- und Rückseite des ‚Mentorin G^c-Beipackzettels (Druckvorlage)

Öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen, bei denen das Aachener Mentoring Modell bspw. regelmäßig präsent ist, sind die sogenannten Beratungstage für Schülerinnen und Schüler, die ein Studium in Erwägung ziehen und sich unverbindlich auf einem Infomarkt beraten lassen wollen. Darüber hinaus ist das Mentoring bei den Welcome Days zur Begrüßung internationaler Studierender an der RWTH, diversen Erstsemester-Veranstaltungen, speziellen Veranstaltungen für Studienzweifelrinnen und Studienzweifler usw. präsent und aktiv.

Das Aachener Mentoring Modell gibt bei öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen Traubenzucker-Rollen heraus. Traubenzucker bewährt sich bekanntermaßen als Muntermacher und stärkt die Konzentrationsfähigkeit. Es handelt sich hier um eine verhältnismäßig kostengünstige Version des Projektmarketings (siehe Abbildung 17). Zusätzlich werden bunte Haftnotizen an die Studierenden ausgegeben, mit denen diese sich Lesezeichen und Markierungen in Texten setzen können. Auch diese sind vergleichsweise günstige Give-aways (siehe ebenfalls Abbildung 17).



Abbildung 17: Traubenzucker-Röllchen und Haftnotizen als unterstützende Lernelemente im Marketing des Aachener Mentoring Modells

An der HN führt die Studienverlaufsberatung seit mehreren Jahren einmal im Semester die ‚Lange Nacht der ungeschriebenen Texte und unvorbereiteten Prüfungen‘ durch. Auf diese Weise wird dem Bedürfnis nach einem gemeinschaftlichen Lernen und dem Start in die intensive Prüfungsvorbereitung nachgegangen. Die Veranstaltung trifft bei den Studierenden auf eine hohe Nachfrage und wird innerhalb der Hochschule mit dem Projekt Studienverlaufsberatung in Verbindung gebracht. Diese beliebte Veranstaltung fördert das Image der Studienverlaufsberatung und erhöht die Reputation des Projekts. Auf dem Plakat der Veranstaltung wird die Wort-Schrift-Marke der Studienverlaufsberatung platziert (siehe Abbildung 18).



Abbildung 18: Plakat zur Veranstaltung ‚Lange Nacht der ungeschriebenen Text und unvorbereiteten Prüfungen‘

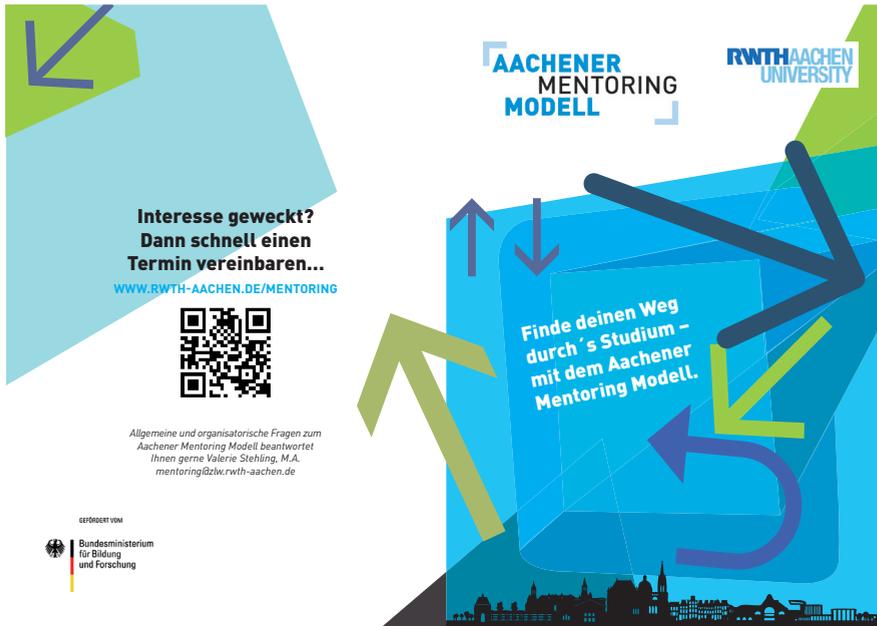


Abbildung 19: Vorderseite des faltbaren Flyers zum Aachener Mentoring Modell



Abbildung 20: Innenseite des faltbaren Flyers zum Aachener Mentoring Modell





<p>WAS IST DAS AACHENER MENTORING MODELL?</p>	<p>Das Aachener Mentoring Modell ermöglicht es allen Studierenden der RWTH Aachen systematisch und in Einzelgesprächen beraten zu werden. Im Rahmen des Konzepts „Studierende im Fokus der Exzellenz“ und des „Qualitätspakts Lehre“ werden sie so durch ihr gesamtes Studium begleitet. Herausforderungen im Studium, individuelle Bedürfnisse der Studierenden sowie ihre Potenziale werden frühzeitig erkannt und thematisiert. Gleichzeitig wird so ein zentrales Anliegen der RWTH Aachen, gute Absolvierungsquoten zu erreichen, gefördert.</p> <p>Jede Fakultät und Fachgruppe hat eigene Mentorinnen und Mentoren für ihre Studierenden. Übergreifend wird das gesamte hochschulweite Modell vom Zentrum für Lern- und Wissensmanagement (ZLW) koordiniert.</p>	<p>WER SIND MENTORINNEN UND MENTOREN?</p>
<p>FÜR WEN IST DAS AACHENER MENTORING MODELL GEDACHT?</p>	<p>Das Aachener Mentoring Modell bietet Begleitung und Beratung für alle Studierenden aller Fachrichtungen der RWTH Aachen. Das bedeutet, dass jede/jeder Studierende der RWTH Aachen mit Beratungsbedarf das Angebot wahrnehmen kann.</p>	<p>WIE LÄUFT EIN MENTORING-GESPRÄCH AB?</p>
<p>MIT WELCHEN ANLIEGEN KANN ICH AM AACHENER MENTORING MODELL TEILNEHMEN?</p>	<p>Jede/jeder Studierende hat unterschiedliche Wünsche, Herausforderungen und Potenziale, die im Studium Berücksichtigung finden sollten. Die Mentorinnen und Mentoren des Aachener Mentoring Modells beraten und coachen die Studierenden dabei ganz individuell und bedarfsorientiert. Häufige Beratungsthemen sind beispielsweise Perspektiven-generierung, Organisation und Zeitmanagement im Studium, Prüfungsschwierigkeiten, Work-Life-Balance, Soft Skills, Vereinbarkeit von Studium und Job, Karriereplanung, Netzwerkbildung, die Förderung besonderer Talente u.v.m.</p>	<p>WIE FINDE ICH MEINE/N ANSPRECH-PARTNER/IN IM AACHENER MENTORING MODELL?</p>

**Interesse geweckt?
Dann schnell einen Termin vereinbaren...**

WWW.RWTH-AACHEN.DE/MENTORING



unterstützt von

 Bundesministerium für Bildung und Forschung

Allgemeine und organisatorische Fragen zum Aachener Mentoring Modell beantwortet Ihnen gerne Laura Lenz, M.Sc.
mentoring@zlw.rwth-aachen.de

Finde deinen Weg durch 's Studium – mit dem Aachener Mentoring Modell.



Abbildung 21: Poster zum Aachener Mentoring Modell



Abbildung 22: Roll-up zum Aachener Mentoring Modell

Allgemeiner Werbeauftritt

Der allgemeine Werbeauftritt im Aachener Mentoring Modell beinhaltet außerdem (faltbare) Projektflyer (siehe Abbildung 19 und 20) und -poster (siehe Abbildung 21) auf Deutsch und Englisch sowie ein Roll-up (siehe Abbildung 22). Auch zielgruppenspezifische Textbausteine können bei der Gestaltung solcher Maßnahmen gewinnbringend sein, da Studierende andere Anforderungen an Flyer bzw. deren Inhalte haben als bspw. Lehrende.

Zusätzlich zu allgemeinen Werbemaßnahmen steht es den Beraterinnen und Beratern frei, weiteres Werbe- und Informationsmaterial zu entwerfen, welches zu den spezifischen Angeboten der Fakultäten und deren jeweiligen Studierenden passt. Es existieren bereits Postkarten, allgemeine Best-Practice-Dokumente zum Zeit- und Selbstmanagement sowie diverse Broschüren,

welche beispielsweise auch Informationen über die Beraterinnen und Berater beinhalten, um diese noch nahbarer zu machen.

Eine besondere Herausforderung bei der Auswahl und dem Design von Werbeatikeln stellt das an vielen Hochschulen bestehende Corporate Design dar. Deshalb sollte ggf. genügend Zeit für Feedback-Schleifen eingerechnet werden.

Beim Design kann nicht nur zwischen studentischen Zielgruppen differenziert, sondern auch zwischen Lehrenden oder anderen Beratungseinrichtungen unterschieden werden. Demnach ist beim Schreiben von Werbetexten darauf zu achten, den Sprachstil der Zielgruppe anzupassen.

Weitere mögliche Marketinginstrumente eines SVM:

- Internetauftritt auf der Website der Hochschule und gleichzeitig auch Präsenz und Verlinkungen auf den bestehenden Fachbereichsseiten
- Social-Media-Auftritte über Facebook, Instagram usw.
- Flyer und Postkarten mit (markanten, lustigen) Sprüchen zum Studientag
- ‚Checklisten‘ für Erstsemesterstudierende im Postkartenformat
- Plakate, insbesondere zur Ankündigung von Events
- Plakate für Ambient-Media-Kampagnen in der Mensa, auf dem WC etc.
- Notiz- und Schreibblöcke für die Beratung
- Persönliche Präsenz am Fachbereich (Vorstellung in Lehrveranstaltungen, Einführungswochen)
- Weiterempfehlung/Mundpropaganda über die Fachschaftsräte
- Veröffentlichungen in hochschulinternen Pressekanälen wie dem monatlichen E-Mail-Newsletter oder im semesterweise herausgegebenen Hochschulmagazin
- Präsenz durch regelmäßige Berichterstattung im Präsidium/Rektorat in der Hochschule oder in Dekanekonferenzen
- Präsenz bei Hochschulevents



-
- *Empfehlungen zu Marketingkanälen und Give-aways*
- – Legen Sie Logos und Alleinstellungsmerkmale fest! Erschaffen Sie Wiedererkennungswert im Sinne eines Corporate Designs!
 - – Fixieren Sie Zielgruppen und überlegen Sie, wie und zu welchen Gelegenheiten sich diese ansprechen lassen!
 - – Beachten Sie die Richtlinien des Corporate Designs Ihrer Hochschule. Planen Sie für Absprachen und Freigaben genügend Zeit ein.
 - – Überlegen Sie entsprechend der Anzahl der Studierenden und ggf. Veranstaltungsrahmens: Wie viele Give-aways benötigen Sie?
 - – Seien Sie kritisch! Evaluieren Sie, wie Ihre Maßnahmen bei Ihren Zielgruppen angekommen sind.
-

6.2 Frühwarnsysteme im Studienverlaufsmentoring

Sandra Dölling-Trapp, Laura Lenz

Primäres Ziel eines Studienverlaufsmentorings (SVM) ist es, Studierende in ihrem individuellen Studienverlauf zu unterstützen. Dabei sollte möglichst frühzeitig auf das Angebot hingewiesen werden, bestenfalls sobald sichtbar wird, dass Unterstützung benötigt werden könnte. Es gilt jedoch mit großer Sensibilität vorzugehen, da von außen nicht sichtbar ist, warum Studierende vom in der Prüfungsordnung vorgeschlagenen und angedachten Studienverlauf abweichen. Die Gründe hierfür sind ebenso heterogen wie die Zielgruppe an sich.



Die SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter sind für eine Vielzahl an Themen Ansprechpartnerin oder Ansprechpartner der Studierenden. Sie sollen daher auch Studierende mit durchschnittlichen Leistungen ansprechen und bereits proaktiv unterstützen, bevor Schwierigkeiten im Studium auftreten oder sonstige Frustrationen (ggf. auch bei Unterforderung) aufkommen.

Um bei einem möglichen Bedarf rechtzeitig auf das Angebot des SVM hinzuweisen, werden jedes Semester Einladungen zur Beratung verschickt: an der RWTH per E-Mail und an der Hochschule Niederrhein (HN) auf dem Postweg. Mögliche Indikatoren für die Auswahl der Studierenden, die ein Anschreiben erhalten, sind:

- erworbene Kreditpunkte in Relation zu den möglichen Kreditpunkten (z.B. weniger als 2/3 der Kreditpunkten)
- keine erfolgreichen Prüfungen innerhalb der ersten Fachsemester (z.B. nach dem 2. Semester)
- ein Semester ohne Prüfungsleistungen
- wiederholte Prüfungsabmeldung
- keine Wiederholung einer nichtbestandenenen Prüfung innerhalb eines Jahres
- Übertreten der Regelstudienzeit
- anstehender letzter/dritter Prüfungsversuch
- nicht bestandene Prüfungen (z.B. zentrale Prüfungen des ersten Fachsemesters)



Bei der Wahl der Kriterien ist es möglich und sogar wahrscheinlich, dass durch unterschiedliche Kriterien dennoch dieselbe Zielgruppe angesprochen wird bzw. dass es Überschneidungen gibt. Es ist zum Beispiel denkbar, dass Studierende im 3. Prüfungsversuch ebenso in die Kategorie derer fallen, die weniger als 2/3 der Kreditpunkte im aktuellen Semester erlangt haben. Doppelungen sollten deshalb herausgefiltert werden.

Auch wenn Kontinuität für die Evaluation wichtig ist, gilt es dennoch die Kriterien regelmäßig dahingehend zu überprüfen, ob die gewünschten Zielgruppen erreicht werden und ob eine Änderung der Kriterien erforderlich ist.

Die Studienverlaufsberatung an der HN hat sich bewusst für die postalische Kontaktaufnahme entschieden: Ein Brief erregt Aufmerksamkeit, da er

vom gängigen Kommunikationsweg der E-Mail abweicht. Auch bringt der Brief eine gewisse Wertschätzung mit sich: „Wir schreiben Sie an, da wir Sie in Ihrem Studienverlauf unterstützen möchten. Sie sind uns das wert.“ Das postalische Anschreiben beinhaltet zwei Teile: ein Anschreiben des Prüfungsamts und die Einladung der Studienverlaufsberatung (siehe Abbildung 23 und 24).

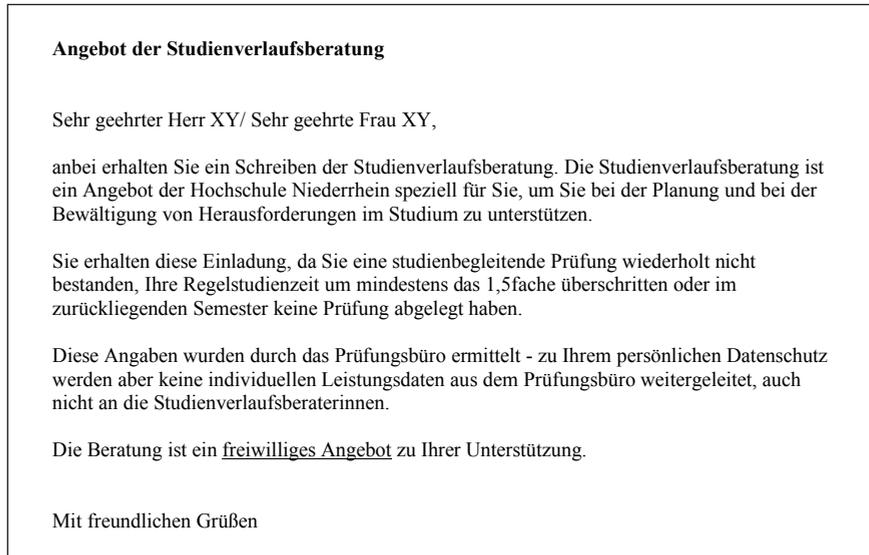


Abbildung 23: Anschreiben des Prüfungsamts an der HN

Im Anschreiben des Prüfungsamts werden die Kriterien benannt, auf dessen Grundlage die Studentin/der Student angeschrieben wird. Die Studierenden werden darauf hingewiesen, dass keine persönlichen Angaben weitergeleitet werden und dass es sich um ein freiwilliges Angebot handelt.

Die Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) müssen an dieser Stelle berücksichtigt werden. Hierzu zählt u.a. der Hinweis auf die Verarbeitung der Daten und die Rechte des Empfängers.

Einladung zur Studienverlaufsberatung

Liebe Studentin,
lieber Student,

schon bald fängt das Jahr 2018 an und Sie brauchen noch gute Vorsätze für das neue Jahr? Wir laden Sie ein, um mit Ihnen gemeinsam Ihre Studienziele für das kommende Jahr zu planen. Lassen Sie uns herausfinden, wie Sie Ihr Studium erfolgreich weiterführen können.

Ein Studium stellt viele Anforderungen an die Studierenden. In der Studienverlaufsberatung haben Sie die Möglichkeit, Ihre Studiensituation zu besprechen und Ihr Studium gezielt zu planen. Dafür bieten wir Ihnen ein vielseitiges Angebot, von Lern- und Arbeitstechniken über Selbstorganisation und Zeitmanagement bis hin zur Schreibberatung, an.

Zur Terminabsprache bitten wir Sie, sich an Ihre Studienverlaufsberaterin zu wenden. Die Kontaktdaten finden Sie auf der Rückseite. Bitte planen Sie für das Gespräch ca. 30-45 Minuten ein.

Abschließend möchten wir Sie darauf hinweisen, dass die in der Studienverlaufsberatung angesprochenen Themen von uns selbstverständlich vertraulich behandelt werden. Das Gespräch ist natürlich freiwillig.

Wir wünschen Ihnen eine frohe Weihnachtszeit, einen guten Rutsch ins neue Jahr und freuen uns, Sie bei uns in der Studienverlaufsberatung zu sehen!

Abbildung 24: Einladung der Studienverlaufsberatung an der HN

Das Schreiben der Studienverlaufsberatung weist ebenfalls auf die Freiwilligkeit hin und soll die Studentin/den Studenten zur Kontaktaufnahme ermuntern.

Auch an der RWTH existiert ein Frühwarnsystem. Nach dem ersten Semester, sobald die Noten in das System der Universität eingepflegt worden sind, werden mithilfe des sogenannten ‚Studierendencockpits‘ Studierende automatisch ermittelt. Dies geschieht einmal pro Semester. Die Einladung erfolgt nach der Ermittlung durch eine automatisch generierte E-Mail. Um das persönliche Interesse der Studierenden zu erwecken, welches ggf. durch die Unpersönlichkeit einer Massenmail verloren geht, vertrauen insbesondere kleinere Fakultäten auf persönliche Ansprachen.

Von der Idee, ein Frühwarnsystem für Studierende zu implementieren bis zur tatsächlichen Einladung der Zielgruppe handelt es sich um einen Prozess, der i.d.R. in enger Absprache mit unterschiedlichen Akteuren innerhalb der Hochschule stattfindet, z.B. dem Prüfungsamt und dem Datenschutz. Bei einem postalischen Anschreiben wird zudem eine Einrichtung benötigt, um die Serienbriefe zu drucken und anschließend zu versenden. Bei einer Einladung per E-Mail ist die Kooperation mit der Hochschul-IT notwendig. Das Verfahren hängt stark von den Rahmenbedingungen ab, die an der jeweiligen Hochschule existieren.

Aus den Erfahrungen der HN und der RWTH lassen sich folgende Schritte ableiten, die bei der Implementierung eines Frühwarnsystems bzw. der Ansprache Studierender relevant sind (siehe Abbildung 25):

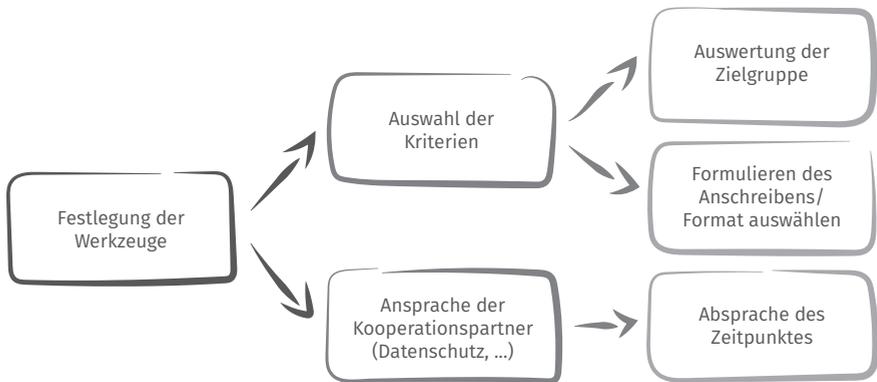


Abbildung 25: Prozess zur Implementierung eines Frühwarnsystems

Zu Beginn muss die Zielsetzung klar sein. Sie ist die Basis für die Auswahl der entsprechenden Kriterien. Zeitgleich müssen die jeweiligen Kooperationspartner angesprochen werden, denn der Datenschutz und das Prüfungsamt respektive weitere Stellen zur Auswertung der gewünschten Daten müssen eingebunden werden. Je nach Format (E-Mail oder Brief) müssen die Hochschul-IT und eine Druckerei angesprochen werden. Bei externen Aufträgen gilt es zudem, den Datenschutz und das Justizariat für etwaige Verträge zu involvieren. Bedacht werden sollte im weiteren Verlauf der ideale Zeitpunkt zur Ansprache der Zielgruppe. Dies sollte z.B. mit entsprechendem Abstand zu den Prüfungen erfolgen. Grundlage für Planung und Organisation sind die individuellen Gegebenheiten der Hochschule.



.....
 : *Empfehlungen zu Frühwarnsystemen im Studienverlaufsmentoring*
 :

- : – Die Auswahl der Kriterien hat Einfluss darauf, wer zur Beratung kommt.
 - : – Die Organisation des Versandes ist komplex. Sowohl per E-Mail als auch per Brief hat die Berücksichtigung des Datenschutzes bei der Kontaktaufnahme oberste Priorität.
 - : – Es muss geklärt werden, von welcher Stelle aus der Versand organisiert und durchgeführt wird.
 - : – Identische Kriterien sollten über mehrere Zyklen hinweg bestehen bleiben, um eine Evaluation zu ermöglichen.
 - : – Doppelungen/Überschneidungen müssen herausgefiltert werden, damit jede Person nur ein Anschreiben erhält.
-

7. Dokumentation und Evaluation

Aktivitäten an Hochschulen sollten durch einen hohen qualitativen Anspruch gekennzeichnet sein. Besonders im Bereich Beratung ist der zu erreichende Erkenntnisgewinn von großer Bedeutung. Einerseits wird die Seite der Ratsuchenden betrachtet. Durch die Dokumentation der Beratungsgespräche sollen Informationen darüber gewonnen werden, wer aus welchen Gründen die Beratung nutzt. Dabei stehen die Ratsuchenden, deren Themen, und Hinweise auf strukturelle Defizite im Mittelpunkt. Andererseits wird die Beratung selbst betrachtet.



Im nachfolgenden Kapitel wird zunächst ein Einblick in das Themenfeld der Beratungsdokumentation gegeben. Anschließend wird die Evaluation der Gespräche durch die Ratsuchenden dargestellt. Weiterhin wird die Vereinbarkeit dieser Themen mit dem Datenschutz und dem Personalrat behandelt. Abschließend wird die strategische Evaluation des Studienverlaufsmentorings (SVM) als Baustein der lernenden Hochschule betrachtet.

7.1 Dokumentation der Beratungsgespräche

Elena Dommus, Désirée Krüger

Im vorliegenden Kapitel wird der Einsatz des Formats ‚Dokumentation‘ begründet und dessen Aussagekraft erläutert. Abschließend werden die beiden Dokumentationsformen der Hochschule Niederrhein (HN) und der RWTH vorgestellt, um einen Praxiseinblick zu geben.

7.1.1 Funktion der Dokumentationsarbeit

Eine umfangreiche und detaillierte Dokumentation ist für die Erreichung der (Projekt-)Ziele und für die Qualitätssicherung unabdingbar. Gleichzeitig erfordert eben diese Dokumentationsarbeit einen zeitlichen Aufwand von Beraterinnen und Beratern in bzw. nach den Beratungsgesprächen. Die Erfahrung zeigt, dass die Dokumentationsmotivation nicht grundsätzlich fehlt, sondern die Dokumentation eher im Alltagsgeschäft untergeht. Schließlich kann die hierfür aufgewendete Zeit nicht effektiv für ein Beratungsgespräch oder andere (Projekt-)Tätigkeiten genutzt werden. Der Umfang der Dokumentation spielt dabei eine entscheidende Rolle: Das wissenschaftliche Interesse an möglichst detaillierten Items steht der Praktikabilität im Alltag gegenüber.

Um genügend Dokumentationen zu erhalten, ist nach Erfahrung beider Projekte eine regelmäßige Thematisierung bei den Beraterinnen und Beratern wichtig. Diese kann z.B. erfolgen, indem die Ergebnisse der Dokumentation einmal pro Semester vorgestellt werden und so die Bedeutung der eigenen Dokumentationsleistung verdeutlicht wird. Der Nutzen der Ergebnisse für

das SVM und somit für die Erreichung der persönlichen Arbeitsziele als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter soll für alle transparent benannt und immer wieder präsent gemacht werden.

Auf diese Weise kann die Motivation gesteigert werden, aktiv zur Begleitforschung beizutragen. Zudem können die Daten genutzt werden, um fachbereichsspezifische oder hochschulweite Themenfelder zu identifizieren, die für die eigene Arbeit genutzt werden können, z.B. wenn in allen Ingenieursstudiengängen zunehmend das Thema ‚Studienzweifel‘ in der Beratung registriert wird. Die Dokumentation dient zudem als Frühwarnsystem: Sie ermöglicht es, zeitnah Schwachstellen im Studium offenzulegen, die diskutiert und im besten Fall behoben werden können. Zudem entsteht steuerungsrelevantes Wissen für Hochschulgremien. Dokumentation kann somit zu einer Verbesserung der Studienbedingungen beitragen, die allen Studierenden zu Gute kommt.

Weiterhin wird durch die Dokumentation die Arbeit der Beraterinnen und Berater sichtbar gemacht, was besonders für befristete Stellen ein wichtiger Aspekt sein kann. Die Beratung wird messbar, so dass der Wert von Beratung (für eher kritisch eingestellte Fakultäten) aufgezeigt werden kann.

7.1.2 Aussagekraft der Ergebnisse



Mit der Beratungsdokumentation können Aussagen über die Häufigkeit von Beratungen im Projekt und über die erreichte Zielgruppe gemacht werden.¹ Aussagen über die Qualität oder über die Wirksamkeit der Beratung können dabei nicht getroffen werden.

Die Ergebnisse können nur begrenzt auf die Gesamtstudierendenschaft übertragen werden, da keine repräsentative Gruppe befragt wurde. Die verwendeten Angaben stammen nur von Studierenden, die das Beratungsangebot wahrgenommen haben. Diese Studierendengruppe ist sich eines Problems bzw. eines Veränderungsbedarfes bewusst und hat dieses/n mehr oder weniger klar identifiziert. Die ratsuchenden Studierenden kennen das Angebot des SVM und nehmen dieses anstelle von oder neben anderen Beratungs- oder Unterstützungsbedarfen in und außerhalb der Hochschule wahr. All diese Faktoren verhindern eine direkte Übertragung der Thematiken aus der Beratung auf die Hochschule.

Studierende werden im Rahmen eines Frühwarnsystems an der RWTH und der HN nach bestimmten Kriterien zur Beratung schriftlich eingeladen. Inwieweit das Anschreiben als Motivation zu einer freiwilligen Beratung empfunden wird, oder doch ein (unbeabsichtigter) Druck entsteht, die Beratung nach einem Anschreiben in Anspruch zu nehmen, kann nicht eruiert werden. Daher sind diese Marketingaspekte bei der Interpretation der Daten zu beachten.

¹ So werden an der HN durchschnittlich 960 Beratungen (Erhebungszeitraum: WiSe13/14–SoSe16) und an der RWTH durchschnittlich 1.700 Gespräche pro Studienjahr durchgeführt (Erhebungszeitraum: SoSe15–WiSe16/17).

Da es sich um freiwillige Selbstauskünfte der Studierenden handelt, muss die Aussagekraft der Daten in Frage gestellt werden. Die Gefahr einer bewussten Verfälschung durch die Studierenden ist jedoch als gering einzuschätzen, da die Beraterinnen und Berater nicht in Prüfungen eingebunden sind und die Beratung freiwillig und vertraulich stattfindet. Dennoch können unab-sichtliche Falschauskünfte die Daten verfälschen.

Beispielsweise überschätzen manche Studierende der HN ihren Kredit-punktstand oder erinnern sich bei dem Item ‚(Erneut) Aufmerksam geworden durch‘ nur an bestimmte Marketingkanäle (siehe Kapitel 6.1). Nach Erfahrungsberichten der Beraterinnen und Berater werden die Anschreiben durch die Studierenden nach Selbstaussage teilweise mehrfach ignoriert, bevor eine Beratung aufgesucht wird. Bei der Kategorie ‚(Erneut) Aufmerk-sam geworden durch‘ wird zudem oft die Internetrecherche nach den Kon-taktdaten der Beraterin bzw. des Beraters (welche man zu diesem Zeitpunkt für eine Recherche bereits kennen muss), statt der Anschreiben im Sinne eines erfolgreichen Marketinginstrumentes angegeben. Die Wirksamkeit der Werbekanäle lässt sich aus der Kategorie ‚(Erneut) aufmerksam geworden durch‘ nicht bestimmen. Die Auswirkungen von unvollständigen/falschen Daten sind eher als gering einzuschätzen, da sie sich wie beschrieben, vor-rangig auf eine Kategorie beziehen, welche nicht im Fokus der inhaltlichen Auswertung der Beratungsarbeit steht.

Im Aachener Mentoring Modell der RWTH sind aufgrund des Zugriffs der Beraterinnen und Berater auf die Studierendendatenbank Aussagen zur Studierbarkeit möglich. Insbesondere inhaltliche, strukturelle, formale sowie persönliche Probleme der Studierenden werden erhoben und mit Blick auf die Fakultäten und die Studierbarkeit ausgewertet. Die sich hieraus ergebenden Tendenzen sind für Hochschulmitglieder oftmals bekannt, dennoch bieten sie eine fundierte Argumentationsgrundlage für Veränderungsvorschläge der Curricula o.ä. Die systematische Erfassung und Veröffentlichung der Beratungsthemen und -zahlen auf der Projekthomepage legt die Herausforde-rungen des Studiums offen. Hierdurch können insbesondere die potenziellen Gründe für einen Studienabbruch, die Studienbedingungen als auch die För-dermöglichkeiten für besonders begabte Studierende benannt werden. Es wird ein Wissen generiert, das systematisch in das hochschulinterne Qualitätsma-nagement einfließt und zur Hochschulsteuerung genutzt werden kann.

Bei zu wenigen Teilnehmenden stoßen die Auswertungen einzelner Items oder kleinerer Zielgruppen in der Aussagekraft an ihre Grenzen. Die Anzahl der erfassten Dokumentationen stellt daher eine Herausforderung für eine aussagekräftige Auswertung dar.

7.1.3 Ratsuchende zur Dokumentation motivieren



Vor oder nach Beratungsabschluss wird den Ratsuchenden die Dokumentation erläutert und sie werden gefragt, ob sie die Dokumentation gemeinsam mit der Beraterin/dem Berater ausfüllen würden bzw. diese erlauben. Da die Dokumentation nur auf freiwilliger Basis erfolgen kann und persönliche Daten der Studierenden aufgenommen werden, ist es wichtig, den Studierenden nachvollziehbar den Nutzen der Dokumentation zu erklären.

Es gibt hierfür keine standardisierte Erläuterung, jedoch sollten im Beratungsteam mögliche Varianten ausgetauscht und reflektiert werden. Die Begründungsmöglichkeiten für die Dokumentation sind vielfältig:

Die wissenschaftliche Begleitforschung kann als eine Begründung für die Dokumentation benannt werden: „Wir versuchen herauszufinden, warum Studierende in die Beratung kommen und wer die Beratung nutzt – z.B. eher jüngere oder ältere Studierende, Männer oder Frauen ...“ (Zitat einer Beraterin der HN). Die Beraterinnen und Berater zeigen zudem auf, dass durch die Dokumentation anonym erhoben werden kann, welche Themen und Probleme die Studierenden belasten. Diese können durch die anonymen Daten an den Fachbereich bzw. die Hochschule zurückgespiegelt werden.

Darüber hinaus kann gesagt werden, dass die Beratung, wenn sie im Rahmen eines Projektes stattfindet, zeitlich begrenzt ist und die Beratungszahlen, ein Argument sein können, das Angebot nach Projektende zu verstetigen. Die Berichte für den Projektträger können ebenfalls als Grund für die Dokumentation genannt werden.

Unabhängig von der konkreten Begründung sehen die Studierenden die Dokumentationsteilnahme oft von sich aus als eine Möglichkeit an, sich auf diese Weise für die Beratung zu ‚bedanken‘. Viele äußern den Wunsch, etwas ‚zurückgeben‘ zu wollen, weil sie die Beratung für sich als sehr wertvoll empfunden haben und benennen die Teilnahme an der Dokumentation unaufgefordert als eine Möglichkeit hierzu.

Einige wenige Studierende möchten die Dokumentation nicht ausfüllen. Diese Entscheidung ist ohne Gegenargumentation von den Beratenden zu akzeptieren, damit die Freiwilligkeit gewahrt bleibt und kein Druck auf die Studierenden ausgeübt wird.

7.1.4 Umgang mit fehlenden Ergebnissen



Sind zu einzelnen Items keine Ergebnisse vorhanden, können mehrere Ursachen zugrunde liegen. Erstens kann die Anzahl der geführten Gespräche innerhalb des ausgewerteten Zeitraumes zu niedrig sein, um den Anforderungen des Datenschutzes zu genügen. Um dennoch Aussagen treffen zu können, muss in diesem Fall der Auswertungszeitraum über mehrere Semester gestreckt werden. Die Ergebnisse werden dann zusammengefasst dargestellt.

Zweitens können Daten fehlen, weil nicht genügend Studierende ihre Einwilligung zur Dokumentation erteilt haben. Daher sollte Ratsuchenden mit-

geteilt werden, dass das anhand der Dokumentationsergebnisse gewonnene Wissen ein wichtiges Instrument für die Qualitätssicherung ist, aus dem Maßnahmen für Verbesserungen (z.B. der Studienbedingungen) hervorgehen.

Drittens kann die mangelnde Nutzung der Dokumentationsplattform bzw. des Dokumentationsbogens seitens der Beraterinnen und Berater für fehlende Ergebnisse verantwortlich sein. Mögliche Fragen für die kritische Reflexion der Ursachen diesbezüglich sind:

- Ist der Sinn der Begleitforschung durch die Führungsebene hinreichend erläutert worden?
- Werden die Zahlen in den Arbeitsalltag eingebunden?
- Wie kann die Identifikation mit dem Projekt und den Projektzielen erhöht werden?
- An welcher Stelle sind Selbst-/Fremdkontrollmechanismen sinnvoll, um das Thema nicht im Arbeitsalltag untergehen zu lassen (Erinnerungstermine im Semester; Abgleich der Beratungszahlen mit den dokumentierten Beratungen; regelmäßige Berichte an Leitung)?

Dabei sollten die Lösungsstrategien mit den Beraterinnen und Beratern gemeinsam entwickelt werden, um die Wahrnehmung der Dokumentation als ‚lästige Pflichtübung‘ zu verhindern und das Commitment zu erhöhen.

Abschließend ist festzustellen, dass die Beratungstätigkeit an Hochschulen zwei Wirkungsfelder hat: Zum einen hilft die Beratung den Studierenden in ihrem individuellen Studienverlauf. Zum anderen hilft die Beratungsdokumentation der Hochschule, eine angemessene Analyse zu erstellen, aus der sich konkrete Maßnahmen ableiten lassen.

7.1.5 Dokumentationsform

Die Dokumentation der Beratungsgespräche erfolgt an der HN sowie an der RWTH webbasiert. Das Erheben der Daten geschieht dabei stets auf freiwilliger Basis, d.h. die Studierenden müssen (schriftlich) ihr Einverständnis zur Dokumentation erteilen. In der konkreten Ausgestaltung und Umsetzung ergeben sich jedoch geringfügige Unterschiede:



Hochschule Niederrhein

An der HN werden Beratungsgespräche anhand eines digitalen Eva-Systembogens dokumentiert, welcher zum Ende der Beratung gemeinsam mit den Ratsuchenden ausgefüllt wird.



Es werden folgende Daten erhoben (siehe Anhang 1):

- Aktuelles Semester
- Beratungsform
- Art der Hochschulzugehörigkeit
- Fakultät
- Studiengang (Freitext)
- Studienform
- Aktueller Studienstand in Kreditpunkten, Fachsemester, Geschlecht, Alter
- Kanal, über welchen man auf die Beratung aufmerksam geworden ist
- Beratungsthemen, weitere Schritte, Weiterleitung und Dauer des Gesprächs
- Die Kategorien haben sich dabei während der Projektlaufzeit geringfügig geändert, da sich durch das Ausfüllen und die semesterweise Auswertung Optimierungspotenzial ergeben hat. Die Beraterinnen und Berater haben keinen Zugriff auf Studierendendaten, d.h. alle Angaben sind Selbstauskünfte.



RWTH

An der RWTH wird der Dokumentationsprozess technisch unterstützt, indem die Daten der Studierenden nach deren Einverständnis in das Dokumentationstool importiert werden. Somit werden Eingabefehler ausgeschlossen und es entsteht eine zeitliche Ersparnis für den Eingebenden. Folgende Daten werden automatisch aus der Datenbank exportiert: Studiengang, Anzahl Hochschul- sowie Fachsemester, Geburtsjahr, Geschlecht sowie Hochschulzugangsberechtigung. Im weiteren Verlauf werden folgende Angaben aus dem Gespräch erfasst, sofern diese thematisiert wurden (siehe Anhang 2):

- Studienverlauf
- Bereits wahrgenommene Beratungsangebote innerhalb/außerhalb der Hochschule
- Gründe für die Studienzeiterverlängerung: Inhaltliche Herausforderungen, strukturelle Herausforderungen, formale Herausforderungen, persönliche Probleme
- Probleme bezüglich des Lernverhaltens
- Teilnahme an Self-Assessments
- Teilnahme an Vorkursen
- Erwartungen an das Studium
- Abbruchüberlegungen

Darüber hinaus ermöglichen Freitextfelder die Identifizierung weiterer Gründe. Die Dokumentation kann während oder nach dem Gespräch erfolgen.

7.2 Evaluation der Gespräche durch Ratsuchende

Laura Lenz, Ursula Korsten



Die Zielsetzung der Evaluation von Studium, Lehre und sonstigen Studienbedingungen ist neben der Qualitätssicherung und -entwicklung u.a. auch das Erkennen von Optimierungspotenzial bestehender Hochschulstrukturen und die Weiterentwicklung von Lehrveranstaltungen in den beratenden Fakultäten (Evaluationsordnung Hochschule Niederrhein (HN), 2017). Dabei bilden die datenschutzrechtlichen Vorschriften, an erster Stelle die neue Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und das Datenschutzgesetz des Bundeslandes, und die daran angelehnten Rahmen- und Einschreibungsordnungen der jeweiligen Hochschulen sowie ethische Grenzen die Rechtsgrundlage für Evaluierungsmaßnahmen.

Das Beratungsangebot ist zwar vorrangig eine flankierende Maßnahme zur Unterstützung von Studierenden im Studienverlauf, kann aber mit Hilfe einer entsprechenden Evaluierung wichtige Erkenntnisse zulassen.

Sowohl die HN als auch die RWTH haben im Laufe ihrer Projekte Evaluierungsbögen entwickelt und setzen diese nach interner Freigabe durch den Datenschutz und andere beteiligte Stellen ein. Bei der HN besteht dieser Fragebogen aus einer Frage zur Zufriedenheit mit der Beratung anhand einer Ratingskala und einen Freitext-Feld. Der Link wird im Anschluss an die Beratung mit dem Hinweis der Rechte und Pflichten laut DSGVO, der Freiwilligkeit und den fehlenden Konsequenzen bei Nichtbeantwortung versandt. Die anonyme Antwort erhält automatisiert die Koordinierungsstelle Evaluation, die über Eva-Sys am Ende jeden Semesters eine Auswertung vornimmt, wenn eine Mindestanzahl an Rückmeldungen vorliegt.

Bei der RWTH bildet ein automatisch generierter und mit Strichcode ebenfalls automatisch einlesbarer Papierfragebogen die Evaluationsgrundlage. Dieser wird den Ratsuchenden je nach Fakultät zu unterschiedlichen Zeitpunkten zugesandt und kann nach dem Ausfüllen anonym in einen Briefkasten der verantwortlichen Fakultät eingeworfen werden. Die Antwortmöglichkeiten erstrecken sich hierbei über eine vierstufige Likert-Skala von ‚stimme zu‘ bis ‚stimme nicht zu‘. Auch eine Enthaltung ist durch Ankreuzen des Feldes ‚nicht zutreffend‘ möglich. Darüber hinaus können Mentees in einem Freitextfeld sonstige Wünsche, Anregungen, Kritik usw. äußern.

An beiden Hochschulen hat sich gezeigt, dass eine Evaluation mit Papierfragebögen auf geringe Akzeptanz und Rückmeldung stößt. Aus diesem Grund haben bzw. werden die HN und die RWTH die Befragung auf eine online-Version umgestellt. Dabei soll das Abrufen aus Komfortgründen auch von mobilen Geräten möglich sein.

Die Auswertungen der HN und RWTH zeigen insgesamt eine sehr hohe Zufriedenheit mit der Beratung. Von den Freitexten lassen sich sowohl wichtige Anknüpfungspunkte für die Professionalisierung der Beratung, als auch Gründe für die (Un-)Zufriedenheit mit der Beratung und der Fakultät ableiten.

Zusammenfassend lassen sich aus den Erfahrungen von HN und RWTH folgende Mindestanforderungen zur Erhebung von Feedback Beratender ableiten:



- Minimaler Zeitaufwand: eine Befragung sollte nicht mehr als drei Minuten in Anspruch nehmen.
- freiwillige Teilnahme
- Es dürfen nur so viele Items enthalten sein, wie unbedingt zur Projektoptimierung und internen/externen Darstellung notwendig sind.
- Der Fragebogen muss digital verfügbar und bestenfalls von jedem Device (z.B. Smartphone) abzurufen sein.
- Es muss gewährleistet werden, dass Beratende den Fragebogen nur einmal ausfüllen können (z.B. durch das Hinzufügen einer persönlichen TAN).
- Das Feedback muss absolut vertraulich generiert werden.
- Frühzeitige Einbindung des Datenschutzes und aller anderen beteiligten Stellen an der Hochschule ist Voraussetzung.

.....

Empfehlungen zur Evaluation der Gespräche durch Ratsuchende

- Lassen Sie Ihre Beratung durch die Ratsuchenden evaluieren!
- Gestalten Sie das Feedback kurz und niedrigschwellig!
- Seien Sie kritisch! Was sagen Ihnen die Evaluationsergebnisse (nicht)?
- Schauen Sie auch auf das ‚große Ganze‘: Gibt es Gemeinsamkeiten oder Unterschiede mit Blick auf die Evaluation verschiedener Fakultäten und Fachgruppen? Wie kommen diese zustande?

.....



Literatur

Evaluationsordnung der Hochschule Niederrhein im Bereich Lehre, Studium und Weiterbildung vom 10. April 2017; § 2. Verfügbar unter <https://www.hs-niederrhein.de/fileadmin/dateien/evaluation/EvaOrdnung2017.pdf> [20.09.2017].

7.3 Vereinbarkeit mit Datenschutz und Personalrat

Ursula Korsten, Laura Lenz

Das Gesetz zum Schutz personenbezogener Daten soll davor schützen, dass das Recht, über die Weitergabe und Verwendung der eigenen Daten zu bestimmen, in unzulässiger Weise beeinträchtigt wird (Datenschutzgesetz Nordrhein-Westfalen [DSG NRW]). Daher ist es Aufgabe der Datenschutzbeauftragten einer Hochschule, die Institution bei der Sicherstellung des Datenschutzes zu unterstützen, sie zu beraten und die Einführung neuer Verfahren oder bei der Änderung bestehender Verfahren, die Einhaltung der einschlägigen Datenschutzvorschriften zu überwachen (DSG NRW). Die Datenschutzbeauftragten legen bei ihrer Arbeit neben der DSGVO und dem Gesetz des



Bundeslandes je nach Rechtsgrundlage unter anderem auch die Einschreibungs- und die Evaluationsordnung zugrunde. Letztere regelt sämtliche Verfahren zur Evaluation in Lehre, Studium und Weiterbildung.

Um ein neues Befragungs- oder Evaluierungstool nutzen zu können, müssen den Datenschutzbeauftragten sowohl die neuen Befragungsunterlagen als auch das Evaluations- und Sicherheitskonzept vorgelegt werden. Dieses beinhaltet Angaben wie:

- Zweck der Befragung und Beratungsanlass (ggf. auf Basis des Hochschulgesetzes)
- Art und Umfang der zu erhebenden Daten
- geplante Weiterverarbeitung der Daten/Ergebnisse sowie deren Übermittlung an andere Stellen, welche im Detail genannt werden müssen
- Speicherung und Löschung der Daten, ggf. konkretes ‚Ablaufdatum‘ oder ‚Ablaufanlass‘, nachdem die Löschung zwingend notwendig wird
- IT-Sicherheitskonzept: Vorlage, Prüfung und Absegnung
- schriftliches Einverständnis des Ratsuchenden zur Datenerhebung im Rahmen der Beratung

Erst nach Prüfung und formaler Genehmigung des neuen Konzepts sind in Abhängigkeit von der Hochschule bzw. Universität ein Probelauf und dann der Normalbetrieb möglich. Eine besondere Problematik besteht im Zusammenhang mit der Speicherung von Matrikelnummern oder sonstigen Merkmalen zur eindeutigen Personenzuordnung. Diese dürfen zum Schutze der Ratsuchenden zu keinem Zeitpunkt erhoben werden.

An der Hochschule Niederrhein (HN) und der RWTH werden nach Zustimmung der Beteiligten die Gespräche anonymisiert durch die Berater erfasst und an zentraler Stelle ausgewertet, so dass sowohl Anonymität als auch Neutralität des Prozesses gesichert sind (siehe Kapitel 7.1). Auch das Feedback durch die Studierenden zur Beratung selbst, ist sowohl freiwillig als auch anonymisiert und wird auf direktem Weg zentral aufbereitet (siehe Kapitel 7.2). Die Gesamtergebnisse werden im Anschluss zugänglich gemacht.

Die strengen Richtlinien haben zur Folge, dass der positive Effekt von Studienverlaufsmentoring (SVM) in beiden Projekten nicht zweifelsfrei nachgewiesen werden kann. Das heißt, dass keine statistisch untermauerte Aussage darüber getroffen werden kann, ob die Beratung weitergeholfen hat und somit beispielsweise Drop-outs durch zielgerichtete, frühe Beratung entgegengewirkt werden konnte.



Empfehlungen zur Vereinbarkeit mit Datenschutz und Personalrat

- Zu Planungsbeginn direkt Datenschutz und Personalrat einbeziehen.
- DSGVO, Datenschutzgesetz des Bundeslandes sowie Einschreibungs- und Evaluierungsordnung der Hochschule berücksichtigen.
- Neben den neu entwickelten Befragungsunterlagen sollte auch das Evaluations- und Sicherheitskonzept vorgelegt und formal abgesegnet werden.
- Alle beteiligten Hochschulinstanzen und die evaluierten Personen müssen der Vorgehensweise zustimmen.

Literatur

Gesetz zum Schutz personenbezogener Daten (Datenschutzgesetz Nordrhein-Westfalen – DSGVO) in der Fassung vom 1.1.2017 §1; §32; §4. Verfügbar unter https://recht.nrw.de/lmi/owa/br_bes_text?anw_nr=2&gld_nr=2&ugl_nr=20061&bes_id=4908&menu=1&sg=0&aufgehoben=N&keyword=Datenschutzgesetz#det0 [20.09.2017].

7.4 Studienverlaufsmentoring als Baustein der ‚Lernenden Hochschule‘

Valerie Stehling

In den vorangegangenen Kapiteln wurde bereits der Mehrwert einer Dokumentation der Beratungsanlässe und Anliegen der Studierenden beleuchtet. Diese kann systematisch zur strategischen Ausrichtung und Weiterentwicklung der Hochschule eingesetzt werden. So ist es beispielsweise möglich, durch die systematische Sammlung und Auswertung der häufigsten Probleme der Studierenden, die die Beratung aufsuchen, Schwachstellen zu identifizieren, auf die die Hochschule/die Fakultät etc. mit geeigneten (Gegen-)Maßnahmen reagieren kann. Diese Rückführung von Feedback wird mittlerweile häufig im strategischen Hochschulmanagement zur Qualitätssicherung und Steuerung eingesetzt.

Strategisches Hochschulmanagement ist laut Berthold in den letzten Jahren eine „unverzichtbare Aufgabe“ (Berthold, 2011, S. 2) geworden. Viele Hochschulen verfügen daher über eine Abteilung bzw. ein Dezernat, das sich kontinuierlich mit Themen von der strategischen Ausrichtung und Zielsetzung über die Umsetzung bis hin zum Controlling beschäftigt. Die RWTH Aachen verfügt ebenfalls über eine solche Abteilung: Das Dezernat 6.0 ‚Planung, Entwicklung und Controlling‘ unterstützt die Hochschule durch die Sammlung, Aufbereitung, Analyse und Bereitstellung quantitativer und qualitativer Daten. In diesem Dezernat ist auch das Aachener Mentoring Modell formal verankert. An der Hochschule Niederrhein gibt es das Referat Organisationsentwicklung und Qualitätsmanagement sowie die Koordinierungsstelle

Evaluation, die gemeinsam für die stete Verbesserung der Hochschule arbeiten.



Viele Hochschulen geben sich heutzutage das Label der ‚Lernenden Hochschule‘ oder der ‚Lernenden Universität‘. Hinter diesem Begriff steht das aus der Organisationssoziologie bekannte Grundkonzept der ‚Lernenden Organisation‘. Eine Lernende Organisation entsteht in Anlehnung an Nagl dann, „[...] wenn erstens der Transfer von individuellem Wissen auf andere Organisationsmitglieder gelingt und so von Organisationsmitgliedern gemeinsam getragenes Wissen entsteht und wenn zweitens dieses Wissen strukturelle Folgen hat“ (Nagl, 1997, S. 92).

Dieses Zitat gibt einen wichtigen Hinweis: Die Dokumentation und Auswertung der Gesprächsanliegen allein reicht noch nicht aus, um von einer Lernenden Hochschule zu sprechen. Ebenso notwendig ist die Nutzung bzw. Schaffung von Strukturen, die eine systematische Weitergabe der Informationen, die über die Dokumentation gesammelt werden, ermöglichen. Hierzu ist es sinnvoll vorab alle wichtigen Akteursgruppen zu identifizieren, deren Einbindung für eine strategische Weiterentwicklung der Hochschule/Fakultät etc. notwendig ist. Um im Sinne einer Lernenden Hochschule zu agieren und den Informationsgewinn zur Weiterentwicklung des Systems und Anpassung auf die aktuellen Bedürfnisse der Studierenden zu nutzen, bedarf es einer zielgruppenadaptiven und ausgeprägten Kommunikation in alle Richtungen.



Bei einer Untersuchung hinsichtlich der Wirksamkeit von Mentoring als strategisches Instrument einer Lernenden Hochschule an der RWTH (Stehling, 2017) zeigte sich, dass die Ergebnisse aus Beratungsgesprächen an zahlreichen Stellen zur strategischen Weiterentwicklung der Hochschule beigetragen haben. Diese Veränderungen zeigten sich beispielsweise in der Schaffung zusätzlicher Seminar- und Beratungsangebote sowie in der Installation der Beraterinnen und Berater als Schnittstelle zwischen den Studierenden, Gremien, Ausschüssen und einzelnen Akteuren etc. der Hochschule. Dabei wurde sichtbar, dass die Veränderungen in erster Linie durch eine enge Vernetzung mit Akteurinnen und Akteuren und Akteursgruppen der Hochschule hervorgerufen wurden, die im Folgenden aufgelistet werden:

- Zentrale Studienberatung und andere beratende Einrichtungen
- Fachschaften
- Lehrende (Dozent/inn/en, Professor/inn/en, Assistent/inn/en)
- Beraterinnen und Berater anderer Fakultäten
- Fachstudienberatungen
- Prüfungsausschüsse
- International Office
- Dekanat
- Koordinationsstelle des Mentoringsystems
- Geschäftsführer/in und Bereichsleiter/in
- AstA
- Studierende
- etc.

Die Ergebnisse der Untersuchung weisen darauf hin, dass sich die Instrumente, auf die im Aachener Mentoring Modell der RWTH von Beginn an großen Wert gelegt wurde, begünstigend auf das Vorhaben ausgewirkt haben. Dazu gehören beispielsweise die systematische Dokumentation und Evaluation sowie die anonymisierte Weitergabe von Beratungsanliegen der Ratsuchenden. Die Untersuchung wurde unter anderem mit dem Ziel durchgeführt, eine Entscheidungshilfe für Fördergeber und Hochschulen bei der Frage der Einrichtung eines Studienverlaufsmentorings zu liefern.

Ob es sich für Förderer, Hochschulen oder auch Unternehmen lohnt, in Mentoring und Beratung im Studienverlauf zu investieren, hängt jeweils von den Erwartungen an das Angebot ab. Wichtig für das Erreichen der formulierten Ziele und somit den Erfolg, ist die Passgenauigkeit der gewählten Instrumente zur Gestaltung und Begleitung einer solchen Maßnahme. Letztendlich sind es jedoch die im Rahmen und direktem Umfeld der Maßnahme handelnden Akteurinnen und Akteure und deren Einsatz, die für den Erfolg des jeweiligen Modells entscheidend sind.

.....
 : *Empfehlungen zu Studienverlaufsmentoring (SVM) als Baustein der ‚Lern-*
 : *enden Hochschule‘*

- – Die Dokumentation und Auswertung der Gesprächsanliegen allein
 · reicht nicht aus, um einen Beitrag zur Lernenden Hochschule zu leis-
 · ten: Legen Sie Ihr SVM so an, dass eine Rückführung der Ergebnisse
 · in die Fakultäten, die Hochschule und in andere Beratungseinrichtun-
 · gen gewährleistet wird.
 - – Streben Sie eine enge Vernetzung mit allen Instanzen in der Hoch-
 · schule an.
 - – Nutzen Sie für die Präsentation der Ergebnisse möglichst viele Plattfor-
 · men unterschiedlicher Art: fakultätsinterne Sitzungen, Rektoratssitzun-
 · gen, Studiendekanerrunden, Senatssitzungen und weitere ähnliche For-
 · mate bieten sich hier besonders an.
-



Literatur

- Berthold, C. (2011): „Als ob es einen Sinn machen würde ...“: Strategisches Management an Hochschulen. Gütersloh: CHE.
- Nagl, A. (1997): Lernende Organisation: Entwicklungsstand, Perspektiven und Gestaltungsansätze in deutschen Unternehmen; eine empirische Untersuchung. Univ., Diss. Freiburg (Breisgau), Aachen: Shaker.
- Stehling, V. (2017): Mentoring als strategisches Instrument Lernender Hochschulen am Beispiel des Aachener Mentoring Modells. Aachen: Apprimus.

8. Fazit

Valerie Stehling, Nina Westerholt, Laura Lenz

Zusammenfassung

Mit diesem Buch haben die Herausgeberinnen zwei zentrale Interessen verfolgt: Zum einen kann das Handbuch als Hilfestellung bei der Einrichtung eines studienbegleitenden Beratungsangebotes genutzt werden. Darüber hinaus wurde eine wissenschaftliche Grundlage für das ‚neue‘ Format Studienverlaufsmentoring (SVM) gelegt und dieses somit professionalisiert.

Die Einrichtung eines Studienverlaufsmentorings erfolgt häufig aus (hochschul-)politischen Gründen. Die steigende Anzahl und die damit verbundene zunehmende Heterogenität der Studierenden, hohe Abbruchzahlen, zu geringe Erfolgsquoten oder auch der Wunsch großer eher anonymer Hochschulen, die Distanz zu den Studierenden zu verringern, sind nur einige Gründe, die zu dem Entschluss führen können, in SVM zu investieren. Der Bund und die Länder sowie verschiedene Stiftungen unterstützen zudem die Hochschulen mit verschiedenen Förderprogrammen dabei, die Betreuungsqualität im Studium zu verbessern.

Beratung und Mentoring im Studienverlauf bilden dabei nicht nur für die Studierenden einen Mehrwert, sondern auch für weitere Stakeholder an einer Hochschule: Lehrende, andere Beratungseinrichtungen, Verwaltung, einzelne Fakultäten, Third Space und nicht zuletzt auch die Hochschulleitung können davon profitieren. So kann SVM beispielsweise die Enkulturation Studierender fördern, indem sie die Studierenden dabei unterstützt, die fachlichen, personalen, sozialen und organisatorischen Anforderungen beim Studienbeginn zu bewältigen. Darüber hinaus können durch die systematische Dokumentation und Auswertung der Beratungsgespräche allgemeine Bedarfe von Studierenden, aktuelle Herausforderungen und nicht zuletzt strukturelle Schwachstellen im System aufgedeckt und behoben werden. Der durch die Dokumentation gewährte Einblick in die studentische Realität erlaubt es der Hochschule somit, zu einer Lernenden Hochschule zu werden.

Die Ausgestaltung eines solchen Angebots obliegt einer jeden Hochschule selbst – hier gibt es kein ‚richtig oder falsch‘. Vielmehr geht es um die Gestaltung des Angebots entlang der Kultur und den Strukturen der jeweiligen Hochschule. Dies manifestiert sich im Handbuch durch den immer wiederkehrenden Bezug zu den beiden Praxisbeispielen – der Hochschule Niederrhein (HN) und der RWTH Aachen – die immer wieder durch Umsetzungsbeispiele zeigen, dass auch bei sehr ähnlichen Zielsetzungen die Umsetzung sehr unterschiedlich sein kann.

Das Handbuch bietet einen Einblick in die möglichen Zielgruppen, die Teilnehmenden, die Beratungsanlässe und die möglichen Beratungsansätze eines SVM und zeigt auf diese Weise, wie die Bewältigung kritischer Studienanforderungen durch das SVM unterstützt werden kann.

Da auch das (Projekt-)Management und die Koordination wichtige Aufgabenbereiche in der erfolgreichen Realisierung eines SVM sind, wird zudem ein Fokus auf die organisatorische Verankerung des SVM in der Hochschule gelegt. Die Vernetzung zu internen und externen Partnern ist essentieller Bestandteil eines SVM. Darüber hinaus werden die Themen Personal sowie Finanzplanung und -steuerung behandelt. Auch die Bewerbung des Angebots ist essentiell für den Projekterfolg. Die Beispiele aus der Praxis bieten hier übertragbare Anregungen. Eine Evaluation des Angebots durch die Nutzenden ist nicht zuletzt entscheidend für die kontinuierliche Weiterentwicklung und ein erfolgreiches Qualitätsmanagement.

Eingrenzung und Ausblick

Dieses Handbuch bietet den Lesenden eine theoretische Fundierung des Konzeptes SVM, empirische Ergebnisse sowie eine Praxisanleitung. Dabei wird vom aktuellen Forschungsstand sowie den Erfahrungen einer Fachhochschule sowie einer Technischen Hochschule aus NRW ausgegangen. Die Ergebnisse sind dahingehend einzugrenzen, dass die eigene empirische Basis erst seit 2011 (d.h. seit sieben Jahren) entwickelt wird. In diesem Handbuch werden keine kleinen Hochschulen sowie Kunst- und Musikhochschulen bzw. private Hochschulen berücksichtigt, daher ist die Übertragbarkeit der Ergebnisse für diese Hochschultypen und Studierendengruppen möglicherweise eingeschränkt. Da keine internationale Verortung vorgenommen wird, sind die Erkenntnisse auf Deutschland ausgerichtet.

Das SVM basiert auf einem lösungs- und ressourcenorientierten Beratungsansatz. Es sind jedoch noch andere Beratungsansätze möglich, deren Betrachtung im Kontext von SVM lohnenswert ist. Sowohl an der RWTH als auch an der HN arbeiten wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im SVM. Es bleibt zu untersuchen, inwiefern andere hauptamtliche Hochschulmitarbeiterinnen und -mitarbeiter als SVM-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter eingebunden werden können.

Die Zielgruppe des SVM besteht aus allen Studierenden aller Fachbereiche in allen Semestern. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei jedoch auf Studierenden in der Studieneingangsphase, Studierenden im Drittversuch, Studierenden mit sehr guten Noten, mit sehr wenigen Kreditpunkten oder Studierenden, die die Regelstudienzeit deutlich überschritten haben. Es wäre wünschenswert zu erforschen, welche weiteren Zielgruppen auf welche Weise vom SVM profitieren. Neue Formate wie e-Studienverlaufsmentoring machen die Beratungsangebote räumlich und zeitlich flexibler, sodass auch Studierende, die nicht in die Hochschule kommen können oder wollen, beraten werden können. Die Zielgruppen, Teilnehmenden und Beratungsanlässe werden basierend auf den Forschungsergebnissen der beiden Hochschulen beschrieben. Der Vergleich der Ergebnisse mit empirischen Daten anderer Hochschulen würde Einschätzungen zur Übertragbarkeit ermöglichen.

In diesem Handbuch werden eine dezentrale und eine zentrale organisatorische Verankerungsform des SVM vorgestellt. Es gibt jedoch noch weitere Formen der organisatorischen Verankerung. Das Handbuch beschreibt eine Vielzahl an internen und externen Kooperationspartnerinnen und Kooperationspartnern. Je nach Umgebung und Verankerung des SVM sind weitere Kooperationen möglich und wünschenswert.

Das Anforderungsprofil der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter basiert auf den Erfahrungen des SVM an der HN und der RWTH. Die Leserschaft muss das Anforderungsprofil je nach Ausrichtung des eigenen SVM anpassen. Ähnliches ist für die Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Studienverlaufsmentoring zu beachten. An beiden Hochschulen wird das SVM durch den Qualitätspakt Lehre finanziert. Es liegen bislang erst wenige Erfahrungen darüber vor, wie SVM als verstetigtes Angebot implementiert werden kann. Weiterhin ist die Frage ungeklärt, was mit SVM-Maßnahmen geschieht, wenn sich Förderinteressen verschieben.

Es wäre wünschenswert wissenschaftlich zu hinterfragen, welche weiteren Marketingstrategien zur Bewerbung von SVM möglich und nützlich sind. Zur Messung der Wirksamkeit des Frühwarnsystems sind neue Dokumentationswege notwendig. Die Erhebung der Wirkungen von SVM stellt teilweise noch eine Herausforderung dar. Deshalb ist es für die Zukunft wichtig, weitere Evaluationsformen zu entwickeln.

Die Dokumentation und Evaluation verläuft an beiden Hochschulen verschieden. Um die Vergleichbarkeit und Übertragbarkeit der Ergebnisse zu verbessern, ist eine Vereinheitlichung des Erhebungsprozesses und der Items notwendig. Die Auswahl der Erhebungsmethoden und -items ist noch in einen größeren Forschungskontext zu setzen, um gezielt ausgewählte Forschungsfragen zu beantworten.

Anhang

Anhang 1: Beratungsprotokoll - Studienverlaufsberatung Hochschule Niederrhein

Beratungssemester:

- WS 2017/18 SS 2018
 WS 2018/19 SS 2019

Beratungsprozess:

- Beratung Nr. 1
 Beratung Nr. 2
 Beratung Nr. >2

Beratungsform:

- Präsenzberatung
 Telefonberatung
 Onlineberatung

Art Hochschulzugangsberechtigung:

- Allgemeine Hochschulreife
 Fachhochschulreife
 Berufliche Qualifikation

(Erneut) Aufmerksam geworden durch:

- Dozenten Kommilitonen
 Recherche im Internet Anschreiben
 Persönlicher Kontakt Erstwoche
 Vorstellung in LVs Mitarbeitende der HN
 Andere
Beratungseinrichtungen

Fachbereich:

- FB 01 FB 02 FB 03 FB 04
 FB 05 FB 06 FB 07 FB 08
 FB 09 FB 10

Abschluss:

- Bachelor Master

Studiengang:

Studienform:

- Vollzeit Teilzeit/berufsbegleitend Dual

Aktueller Studienstand in CP's:

- 0 1-30 31-60 61-90
 91-120 121-150 151-180 >180

Fachsemester:

- 1 2 3 4 5
 6 7 8 >8

Geschlecht:

- männlich weiblich

Alter:

- <= 20 21-23
 24-25 26-30
 >= 31

Beratungsthemen (Mehrfachauswahl möglich)

a) Stress / Belastung

- Arbeitsbelastung (Job etc.)
 Druck durch soziales Umfeld
 Familiäre Aufgaben
 (kurzfristige) psych. & phys. Krankheit
 (dauerhafte) psych. & phys. Beeinträchtigung
 Problem mit Dozent/in
 Finanzielle Probleme
 Prüfungsangst
 Diskriminierung

b) Organisation / Studienplanung

- Zweifel am aktuellen Studium
 Aufschieben/Prokrastination
 Motivation
 Quereinstieg
 Studium planen
 Wechsel PO
 Zeitplanung
 Praktikum extern
 Labore intern
 Ausland
 Übergang in Beruf

c) Lernen / Prüfung

- Zeitmanagement
 Lernen
 Prüfung im 3. Versuch
 Prüfung nicht bestanden

d) Schreiben

- Wissenschaftliches Arbeiten und Schreiben
 Abschlussarbeit

Nächste Schritte (Mehrfachauswahl möglich)

- Abändern des Studienverlaufs
 Besuch eines Repetitoriums
 Besuch eines Tutoriums
 Lernplan entwickeln/anwenden
 Aktuelles Studium beenden
 Erarbeitete Lösungsstrategie anwenden

Weiterleitung an:

- Andere Beratungsinstitution
 Lehrende
 Prüfungsbüro
 Studierendenbüro
 PAV
 Next Step NR

Gesprächsdauer:

- < 15 Min. 16-30 Min. 31-45 Min. >45 Min.

SAMPLE

Anhang 2 : Beratungsbogen der RWTH

Liebe Mentorinnen und Mentoren, bitte beachten Sie, dass aus den Einträgen, die Sie in den Fragebogen vornehmen, keine Rückschlüsse auf die Identität des Mentees möglich sein dürfen. Vermeiden Sie insbesondere Namen, E-Mailadressen. Anschrift, etc. in den Freitextfeldern.

1. Allgemeines

- 1.1 Kürzel:
 Bitte geben Sie hier ein Kürzel für die/ den Mentee ein.
 ACHTUNG, dass Kürzel darf keinerlei Rückschlüsse auf die/ den Mentee zulassen, evtl. geführte Referenzlisten Mentee <-> Kürzel sind unter Verschluss zu halten.
-
- 1.2 Datum des Gesprächs: 
-
- 1.3 Wurde die Einverständniserklärung unterzeichnet: Ja Nein
-
- 1.4 Geschlecht:
-
- 1.5 Geburtsdatum:
-
- 1.6 Von wem ging die Initiative für das Gespräch aus: Mentor/ in Mentee Nicht thematisiert
-
- 1.7 Falls die Initiative für das Gespräch von der/ dem Mentorin/ Mentor ausging, aus welchen Gründen:
- Auf Grundlage des Reports „2/3 Credits-Liste“
 Auf Grundlage des Reports „Studierende, die im dritten Versuch stehen“
 Mentee gehört zu den 10% Besten (Report „X%-Beste, Dean’s
-
- 1.8 Falls die Initiative vom Mentee ausging, aus welchen Gründen:
- Neugierde
 Überforderung im Studium
 Unterforderung im Studium
 Persönliche Probleme
-
- 1.9 Wurde der Selbstreflexionsbogen ausgefüllt: Ja Nein Nicht thematisiert

Studium

2.1 Studiengang

2.2 Doppelstudiengang: Ja Nein

2.3 Hochschulsesemester

2.4 Fachsemester

2.5 Prüfung/ Klausur im dritten Versuch Ja Nein

Falls ja, welches Fach

2.6 Hochschulzugangsbe-
rechtigung in Deutschland
erworben: Ja Nein

2.7 Studium mindestens eines
Elternteils: Ja Nein Nicht thematisiert

2.8 Vorherige Studiengänge/
Ausbildung: Ja Nein Nicht thematisiert

Falls ja, welche Studiengänge/ Ausbildung

2. Beratungsangebote

Bereich nicht thematisiert

- 3.1 Hat der/ die Mentee bereits
Beratungsangebote der Hoch-
schule wahrgenommen: Ja Nein Nicht thematisiert

Falls ja, welche Seminarteilnahme:

- Barrierefreiheit
 - Fachliche Belange Finanzielle Schwierigkeiten
 - Hochschulstrukturelle Belange
 - Inhaltliche Schwierigkeiten
 - Kinderbetreuung
 - Krankheit
 - Motivationsprobleme
 - Pflege von Angehörigen
 - Psychologische Gründe
 - Schwierige soziale Umstände
 - Sprachliche Schwierigkeiten
 - Zeitmanagement
 -

3.2 Welche Beratungsstellen wurden aufgesucht:

- AStA Soziales
- Ausländer/ innenvertretung
- Dezernat 1.0 Sachgebiet Behindertenfragen Studierender
- Eltern-Service Büro
- Gleichstellungsbüro RWTH
- Gleichstellungsprojekt der Studierendenschaft
- IGaD Stabstelle Integration Team Human Resources Gender and Diversity Management
- International Office
- Koordinationsstelle Pflege
- Zentrale Studienberatung
- ZLW-IMA
- _____

3.3 Wurden in diesem Zusammenhang (Beratungsstelle) eine Seminarteilnahme vereinbart und durchgeführt:

Ja Nein Nicht thematisiert

Falls ja, welche Seminarteilnahme:

3.4 Wurden in diesem Zusammenhang sonstige Maßnahmen vereinbart:

Ja Nein Nicht thematisiert

Falls ja, welche sonstigen Maßnahmen:

- Fachwechsel
- Lerngruppe beitreten
- Tandem Partner
- _____

3.5 Hat der/ die Mentees bereits Beratungsangebote außerhalb der Hochschule wahrgenommen:

Ja Nein Nicht thematisiert

Falls ja, welche Beratungsangebote:

Falls ja, welche Maßnahmen wurden vereinbart:

3.6 Kommentar zum Beratungsangebot:

4. Studierbarkeit Bereich nicht thematisiert

4.1 Bestehen Schwierigkeiten hinsichtlich der Lehrangebote und Lerninhalte des Studiengangs: Ja Nein Nicht thematisiert

Falls ja, welche konkreten Schwierigkeiten bestehen:

- Fehlende Transparenz der Anforderungen des Studiengangs
- Fächerangebot zu gering
- Lehrinhalte zu leicht/ zu gering
- Lehrinhalte zu schwer/ zu viel
- Überschneidungen von Stundenplänen
- Veranstaltungsangebot zu gering
- Workload zu gering
- Workload zu hoch
- Zu wenig Praxisbezug
- _____

4.2 Um gut studieren zu können bedarf es einer ausreichenden personellen, sachlichen und räumlichen Ausstattung. Bestehen diesbezüglich Schwierigkeiten: Ja Nein Nicht thematisiert

Falls ja, welche formalen Probleme oder Anmerkungen:

- Arbeitsbelastung stimmt nicht ECTS-Angaben überein
- Auslandsleistungen nicht anerkannt
- Fehlende Barrierefreiheit an der RWTH
- Fehlende Betreuungsmöglichkeiten für Kind/ Kinder
- Geringe soziale Integration im Studium
- Krankheitssemester/Urlaubssemester
- Lernräume nicht ausreichend
- _____

- 4.3 Bestehen Schwierigkeiten bei der Durchlässigkeit des Bildungssystems sowie der Finanzierung des Studiums: Ja Nein Nicht thematisiert

Falls ja, welche strukturellen Probleme oder Anmerkungen:

- BAföG Bezug endet/ gefährdet/ nicht ausreichend
- Fördermöglichkeiten für besonders gute Studierende unklar
- Geringe soziale Integration im Studium
- Hindernisse bei Übergang Bachelor/ Master
- Keine ausreichende Studienfinanzierung und davon abhängiger Zusatz-Workload
- Probleme bei der Antragstellung von Fördermöglichkeiten
- Probleme bzgl. des Nachteilsausgleichs
- Probleme mit dem Aufenthaltsrecht (Studiennachweise, Visum, Arbeitserlaubnis...)
- Probleme mit dem Stipendium: Suche oder Bewerbung bisher erfolglos, Finanzierung mittels Stipendium endet, ...
- Schwierigkeiten bei der Suche nach einer beruflichen Nebentätigkeit (z.B. HiWi-Job)
- Studienerfolg stockt aufgrund einer beruflichen Nebentätigkeit (z.B. HiWi-Job)
- Übergang Schule – Hochschule schwierig
- Überschreitung der Regelstudienzeit
- _____

- 4.4 Gibt es Probleme mit dem Lernverhalten: Ja Nein Nicht thematisiert

Falls ja, welche Probleme mit dem Lernverhalten:

- Fehlende Fachliche Betreuung
- Fehlende Fachliche Integration (Lerngruppen etc.)
- Lerntechniken
- Probleme bei der Suche nach einer passenden Nachhilfe
- Prüfungsangst
- Zeitmanagement
- _____

- 4.5 Gibt es Probleme im persönlichen Umfeld: Ja Nein Nicht thematisiert

Falls ja, welche Probleme oder Herausforderungen im persönlichen Umfeld:

- Außergewöhnliche Belastungen
- Einschränkung durch eigene Krankheit oder Behinderung
- Fehlendes soziales Netz
- Finanzielle Probleme
- Interkulturelle Problem (Umgangsformen, Integration, ...)
- Kinderbetreuung
- Krankheit/ Pflege Angehöriger
- Sprachprobleme
- Wohnsituation
- _____

4.6 Kommentare zur Studierbarkeit:

5. Passung Mentee – Studium

Bereich nicht thematisiert

5.1 Im Vorfeld zum Studium an der RWTH an Informationsangeboten teilgenommen: Ja Nein Nicht thematisiert
 Falls ja, welche Beratungs- oder Informationsangebote:

5.2 Selfassessment besucht: Ja Nein Nicht thematisiert
 Falls ja, mit welchem Ergebnis:

5.3 Vorkurse besucht: Ja Nein Nicht thematisiert

5.4 Falsche/ andere Erwartungen an das Studium: Ja Nein Nicht thematisiert

5.5 Berufsbild unklar: Ja Nein Nicht thematisiert

5.6 Berufsbild nicht attraktiv: Ja Nein Nicht thematisiert

5.7 (subjektive) Befürchtung keine Aussichten auf dem Arbeitsmarkt: Ja Nein Nicht thematisiert

5.8 Pause/ Unterbrechung des Studiums angedacht: Ja Nein Nicht thematisiert

5.8 Gibt es Abbruchüberlegungen: Ja Nein Nicht thematisiert

- Fachwechsel
 Orts-/Hochschulwechsel
 Studienabbruch

5.9 Sonstiges zu Passung Person – Studium:

6. Vereinbarung

 Bereich nicht thematisiert

6.1 Welche Vereinbarungen wurden getroffen/ welche Maßnahmen wurden vereinbart (z.B. Teilnahme an Seminar(en), Gespräch mit Fachstudienberater/ in, Termin beim ZPG):

6.2 Wurde ein Folgegespräch vereinbart:

Ja Nein Nicht thematisiert

6.3 Zusätzliche Anmerkungen, Anregungen, etc.:

7. Folgegespräch

 Bereich nicht thematisiert

7.1 Wurden die Vereinbarungen eingehalten/ umgesetzt:

Ja Nein Nicht thematisiert

Wenn nein, warum wurden die vereinbarungen nicht eingehalten:

7.2 Falls ja, waren die Vereinbarungen hilfreich:

Ja Nein Nicht thematisiert

Falls ja, inwiefern waren die Vereinbarungen hilfreich, falls nein, warum waren die Vereinbarungen nicht hilfreich:

7.3 Sonstiges zu Folgegesprächen:

Notizen/ Anlagen

Notizen:

Anlagen:

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Ausbildung der Infotutor/inn/en.....	39
Abbildung 2:	Verhältnis von Fachbereichsgröße zu Beratungszahlen.....	49
Abbildung 3:	Erklärungsmodell.....	50
Abbildung 4:	Beratungsthemen nach dem Alter der Studierenden.....	54
Abbildung 5:	Verteilung der Beratungsgespräche auf die Fachsemester.....	54
Abbildung 6:	Geschlechterverteilung der RWTH-Mentees nach generellen Gesprächsanlässen.....	57
Abbildung 7:	Gründe für die Beratung an der RWTH Aachen.....	58
Abbildung 8:	Übersicht für Gründe der inhaltlichen Beratung an der RWTH Aachen.....	58
Abbildung 9:	Übersicht der studentischen Probleme im Bereich Struktur.....	59
Abbildung 10:	Die Entwicklung des Aachener Mentoring Modells.....	72
Abbildung 11:	Wort-Bild-Marke der Studienverlaufsberatung der Hochschule Niederrhein.....	96
Abbildung 12:	Das Logo des Aachener Mentoring Modells der RWTH Aachen.....	97
Abbildung 13:	Postkarten der Hochschule Niederrhein.....	98
Abbildung 14:	Lerntyp-Bestimmung durch die HN im Rahmen der Erstsemester-Begrüßung.....	101
Abbildung 15:	„Mentorin G“-Dragees aus dem Jahr 2015.....	102
Abbildung 16:	Vorder- und Rückseite des „Mentorin G“-Beipackzettels.....	103
Abbildung 17:	Traubenzucker-Röllchen und Haftnotizen als unterstützende Lernelemente im Marketing des Aachener Mentoring Modells.....	105
Abbildung 18:	Plakat zur Veranstaltung „Lange Nacht der ungeschriebenen Text und unvorbereiteten Prüfungen“.....	106
Abbildung 19:	Vorderseite des faltbaren Flyers zum Aachener Mentoring Modell.....	107
Abbildung 20:	Innenseite des faltbaren Flyers zum Aachener Mentoring Modell.....	107
Abbildung 21:	Poster zum Aachener Mentoring Modell.....	108
Abbildung 22:	Roll-up zum Aachener Mentoring Modell.....	109
Abbildung 23:	Anschreiben des Prüfungsamts an der HN.....	112
Abbildung 24:	Einladung der Studienverlaufsberatung an der HN.....	113
Abbildung 25:	Prozess zur Implementierung eines Frühwarnsystems.....	114

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Die fünf häufigsten Beratungsthemen pro Fachsemester der Ratsuchenden	55
Tabelle 2:	Kritische Studienanforderungen nach thematischen Dimensionen	63
Tabelle 3:	Vor- und Nachteile einer dezentralen Anstellungskultur	84