

„Studierenden-Erfolg erhöhen“

September 2019

Förderung der Selbstreflexion und Informiertheit Studiengangsinteressierter – ein Werkstattbericht

Johanna Woll



**Hochschule
Kaiserslautern**
University of
Applied Sciences

Zusammenfassung

Wie können Studieninteressierte dem heutigen Zeitgeist entsprechend über Studiengänge und -inhalte informiert werden? Wie haben sich die Herangehensweisen zur Informationsbeschaffung und Schließung von Wissenslücken verändert? Wie schafft es eine Hochschule Interessierte mit Inhalten zu begeistern und gleichzeitig Wissen zu bereitzustellen? Diesen und anderen Fragen stellt sich das Projekt *Studierenden-Erfolg erhöhen* der Hochschule Kaiserslautern und erarbeitete ein Konzept zur Umsetzung eines Online-Tools, das studiengangspezifisches sowie -übergreifendes Wissen beinhaltet, mit dem Ziel Studieninteressierten vertiefende Erkenntnisse zu vermitteln und typische Fehlvorstellungen aufzuzeigen.

Schlüsselwörter

Studienerfolg, Studienwahl, Online-Tool, Selbstreflexion, Studieninteressierte

Promoting self-reflection and informing students interested in studying

Abstract

How can prospective students be up-to-date with the current contemplation about study programs and content? How have the approaches to information gathering and knowledge gaps changed? How does a university manage to inspire those interested people and at the same time communicate their knowledge?

These and other questions are raised by the project *Studierenden-Erfolg erhöhen* of the University of Applied Sciences and developed a concept for the implementation of an online tool, which conveys course-specific as well as interdisciplinary knowledge about the study course.

Keywords

academic success, study choice, Online-Tool, self-reflection, interested in study

Inhalt

1. Ausgangslage	4
2. Ziel	6
2.1. Zielgruppe.....	6
3. Methodik	6
4. Gestaltung	7
5. Zeitlicher Ablauf	9
6. Transfer	10
7. Literaturverzeichnis	11

1. Ausgangslage

Etwa ein Viertel aller Studienanfängerinnen und -anfänger bricht nach kurzer Zeit, meist während oder nach dem ersten und zweiten Semester, ihr gewähltes Studienfach ab (Ruthven-Murray, 2012, S. 16). Eine besonders hohe Abbruchquote ist in den sogenannten MINT-Studiengängen zu verzeichnen. Gründe dafür sind verschieden, allen voran geht dabei die Uninformiertheit über das ausgesuchte Studienfach. Ruthven-Murray (2012) berichtet dazu:

„Die Entscheidung wird danach ausgerichtet, ob an einen Studiengang ein Beruf mit sehr guten Berufsaussichten oder Einstiegsgehältern gekoppelt ist. Gedanklich haben diese Studieninteressierten das Studium bereits übersprungen, ohne sich mit den konkreten Studienanforderungen beschäftigt zu haben. Dadurch kommen viele Ingenieurbereiche, die gerne aufgrund der hervorragenden Berufsaussichten gewählt werden, auf Abbruchquoten von bis zu 50%.“ (S.19).

Oftmals treffen unrealistische Erwartungen von Studienanfängerinnen und -anfängern auf Inhalte des Studienfaches, die sich wenig oder gar nicht vereinen lassen und somit einen Beweggrund für den Studienabbruch oder Unzufriedenheit mit dem Studium darstellen. Eine hohe Passung zwischen Studierenden und deren Studienfach (Person-Umwelt-Passung) kann diesem Verlauf entgegensteuern (Hasenberg, Schmidt-Atzert, 2014). Untersuchungen zeigten, dass sich durch das zusätzliche Serviceangebot eines Online-Studienwahl-Assistenten oder Online-Self-Assessment Studieninteressierte ein umfangreiches Bild von Studiengängen machen können und „informations- und motivationsbedingten Ursachen eines Studienabbruchs“ entgegengewirkt werden kann (Lückert, 2012, S. 8). Zur Beschaffung von Studiengangsinformationen nutzen Studieninteressierte größtenteils das Internet als Hauptinformationsquelle. Dieses Medium wird laut Lückert (2012, S.8) von 80% der Nutzerinnen und Nutzer als „hilfreiche Art der Informationsbeschaffung“ angesehen und hochschuleigene Webseiten werden zudem als glaubwürdige Informationsquellen angesehen (Müller, Blaich, 2014). Da die Auswahl des richtigen Studienfaches ein wichtiger Aspekt in der Gestaltung des Lebensweges von Studienanfänger*innen darstellt, ist das Bedürfnis nach zielgerichteter Information hoch (Lückert, 2012). Zu ähnlichen Ergebnissen kam auch die FH der Diakonie. Dort geht aus Auswertungen von Protokollbögen von Aufnahmegesprächen hervor, dass das Internet die wichtigste Anlaufstelle für Studieninteressierte ist (Heide-von Scheven, Brauns, Beuter, 2015). Aus diesem Grund entschied sich das Projekt „Studierenden-Erfolg erhöhen“ dafür, ein Online-Tool mit spielerischen Elementen aufzusetzen, das eine ideale Grundlage darstellt, um Wissen über fachspezifische als auch studienrelevante Inhalte einzelner Studiengänge dieser Zielgruppe näher zu bringen.

In diesem Zusammenhang wird daher die These aufgestellt, dass informierte Studiengangsinteressierte einen gewählten Studiengang eher abschließen und motivierter studieren als diejenigen ohne einen vorherigen Informationszugewinn. Die Begründung dafür liegt in der Annahme, dass Studierende, die sich vorab mit einem Studiengang beschäftigen, realistischere Vorstellungen eines Studiums mit seinen Inhalten, aber auch seinen strukturellen Gegebenheiten bezogen auf den Umfang der Arbeitsleistung haben. Die Auseinandersetzung mit einem Studiengang erfordert die Selbstreflexion des eigenen Könnens und der eigenen Interessen sowie Motivation. Der Abgleich der eigenen Einstellungen mit dem Geforderten ermöglicht den Studieninteressierten sich mit den Anforderungen vertraut zu machen und sich bewusst für einen Studiengang zu entscheiden.



Abb. 1: Studienorientierung mit und ohne OSA im Vergleich (eigene Darstellung)¹

¹ Quellen zur Abbildung im Literaturverzeichnis

2. Ziel

Ziel dieses Online-Studienwahl-Assistenten (OSA) ist es, die einzelnen Profile der Studienfächer an der Hochschule Kaiserslautern für Interessierte zu beleuchten. Die Informationen zum Studienangebot aus den fünf Fachbereichen soll übersichtlich, einfach verständlich und handhabbar gestaltet werden und damit zeitgleich der Überforderung an Wahloptionen für Studieninteressierte entgegenwirken. Im Fokus steht die Vermittlung von Wissen über Inhalte, Anforderungen und Eigenschaften eines Studienganges. Mithilfe einer spielerischen Herangehensweise sollen Anwenderinnen und Anwender ihren Wissensstand austesten und Erwartungen bzw. Fehlvorstellungen bezogen auf den Studiengang überprüfen. Informiertheit über ein bestimmtes Studienfach sowie die damit einhergehende Initiierung von Selbstreflexionsprozessen bieten Studieninteressierten somit eine Unterstützung bei der eigenen Studiengangswahl-Entscheidung. Durch die Bearbeitung des OSA setzen sich Interessierte mit Studieninhalten auseinander und hinterfragen damit auch die eigene Studienmotivation, die mitunter entscheidend für die erfolgreiche Beendigung eines Studiums ist. Zweck des OSA ist daher die Wahlentscheidung für oder gegen ein Studienfach zu unterstützen und gegebenenfalls auf alternative Studiengänge hinzuweisen.

2.1. Zielgruppe

Die Zielgruppe besteht aus allen Personen, die Interesse an einem Studium an der Hochschule Kaiserslautern haben. Die Altersstruktur setzt sich dabei breitgefächert zusammen, da die Hochschule auch Studienganginteressierte anspricht, die bereits beruflich qualifiziert sind und während ihres Berufslebens ein Studium aufnehmen. Nichtsdestotrotz besteht der überwiegende Anteil aus Schülerinnen und Schülern, die sich im letzten Jahr an der Fachoberschule oder Gymnasien befinden.

3. Methodik

Um das Onlinetool in Bezug auf die Nutzung der Anwenderinnen und Anwender interessant genug zu gestalten, werden spieltypische Ansätze verfolgt, damit es bei der Zielgruppe auch Anklang findet. Das Interesse muss geweckt und einen Anreiz zur Bearbeitung der Inhalte muss geschaffen werden. Um dies zu gewährleisten, wird sich dem Ansatz der *Gamification* bedient. Die technologie- und zock-affine Zielgruppe wird durch spielerische Elemente zur Beantwortung der Fragen und dem Vergleich des eigenen Wissensstandes zur Teilnahme motiviert. Stieglitz (2017) beschreibt diesen Ansatz folgendermaßen:

„Darüber hinaus gibt es weitere Grundprinzipien, die für Gamification gelten können. Hierzu zählen etwa, dass die Nutzer typischerweise bestimmte Herausforderungen lösen müssen, einer bestimmten „Storyline“ folgen, oder dass es unmittelbare Feedbacks auf eigene Initiativen gibt. Diese Aspekte erfordern, dass klare Ziele genannt und die „Spielregeln“ für das Erreichen der Ziele oder für den Erhalt von Belohnungen bekannt sind.“ (S.5).

Die Attraktivität für Anwenderinnen und Anwender wird durch eine zielgruppenspezifische Ansprache, leicht verständliche Handhabung sowie interaktive Elemente gewährleistet werden, die in die jeweiligen Studiengangsseiten der Hochschulwebseite integriert werden. Durch spielerisches Aneignen von Wissen, sollen Interessierten Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen den Studiengängen deutlich gemacht und eine Option zur Selbstreflexion sowie das Aufzeigen von erfolgskritischen Aspekten ermöglicht werden. Darüber hinaus werden typische Fehlvorstellungen aufgedeckt und somit auch eine unterstützende Hilfe zur Entscheidungsfindung geboten. Diese Form der Selbstselektion trägt letztendlich dazu bei, dass weniger Studierende in den ersten Semestern das Studium abbrechen oder sich durch einen Studiengang „quälen“.

4. Gestaltung

Das Onlinetool wird als kostenloses Angebot offeriert, das von jeder Nutzerin und jedem Nutzer über ein mobiles Endgerät erreicht werden kann. Um die Teilnahmebedingungen so niederschwellig wie möglich zu halten und eine größere Masse zu erreichen, wird auf eine Registrierung bzw. eine Anmeldung verzichtet, welche oftmals ein Hemmnis darstellt. Ebenso wird das Design einfach und intuitiv gehalten, um die Anwender*innen kognitiv nicht zu überladen und einen vorzeitigen Abbruch zu riskieren (Stieglitz, 2017). Das Tool wird in Form eines Erwartungschecks herausgegeben, um Selbstreflexionsprozesse die eigenen Interessen betreffend und Erwartungen auf einen ausgewählten Studiengang anzustoßen. Aus den Studiengängen heraus werden mithilfe umfassender studiengangspezifischer Anforderungsanalysen Merkmale, Kompetenzen, Eigenschaften, Erwartungen und Anforderungen sowie etwaige Berufsbilder erarbeitet, die sich speziell auf das Profil des Faches beziehen. Zum Einsatz kommen dabei qualitative Forschungsmethoden zur Erhebung der Inhaltselemente in den einzelnen Studiengängen wie beispielweise qualitative leitfadengestützte Interviews mit derzeitigen Studierenden und Dozierenden. Mittels qualitativer Inhaltsanalysen dieser Interviews werden Aussagen und Fragen generiert, deren Ergebnisse anschließend der inhaltlichen Gestaltung des jeweiligen studienfachbezogenen OSA dienen.

Die Kernelemente des OSA sind Bausteine aus Richtig-Falsch Fragen, Ratingskalen, Infografiken und Videos mit Studierenden und Studiengangsverantwortlichen. Eingebaut werden in das OSA daher ein Slider mit einer kurzen Erklärung der „Spielregeln“, eine Fortschrittsanzeige, Antwortoptionen „Richtig“ / „Falsch“ oder auswählbare Optionen von A bis D sowie farbliche Gestaltungsmerkmale. Bei den Fragen werden mehrere Aussagen zum Studienfach dargeboten, deren Richtigkeit von Studiengangsinteressierten beurteilt werden soll. Unmittelbar nach dem Anklicken der gewählten Antwortoption wird den Nutzenden ein farbiges Feedback über die Korrektheit ihrer Antwort angezeigt. Gleichzeitig wird eine zusätzliche Information eingeblendet, in welcher der entsprechende Sachverhalt näher erklärt wird. Unmittelbar nach Bearbeiten der Aufgaben bekommen sie Rückmeldung mit einer prozentualen Auswertung der übereinstimmenden Ergebnisse. Daran erkennen Interessierte, wie umfangreich ihr bisheriges Wissen über den Studiengang bzw. wie groß die Wissenslücke ist. Das heißt nach Absenden der Antwort, erscheint eine

direkte Rückmeldung darüber, inwiefern die Einschätzung zu den Studiengängen mit denen der Studierenden und Dozierenden übereinstimmt. Dazu werden Mittelwert und die Standardabweichung der Ratings von Studierenden und Dozierenden eingeblendet als auch die eigene Antwort farblich entsprechend des Grades der Übereinstimmung markiert (Ampelsystem). Des Weiteren geben Studierende, Dozierende und Alumni in kurzen, optional anklickbaren Videosequenzen Auskunft über ihre Erfahrungen hinsichtlich studienwahlrelevanter Themen. Studieninteressierte wählen in einem Menü die gewünschte Fragestellung sowie den Interviewpartner frei aus, um nur die für Sie interessantesten Interviewausschnitte aus beliebiger Perspektive dargeboten zu bekommen.

Neben dem unmittelbaren Feedback nach Aufgabenbearbeitung erhalten Studienganginteressierte nach vollständiger Bearbeitung eine Übersicht über alle Fragen, inklusive ihrer Antworten sowie deren Richtigkeit und Zusatzinformationen. Eine zusätzliche Statistik (prozentualer Anteil der korrekt beantworteten Fragen) und erläuternde Hinweise helfen ihnen Informationslücken zu erkennen und die eigene Passung abzugleichen.

Die inhaltliche Ausgestaltung des OSA bewegt sich entlang der oben beschriebenen Zielgruppe. Daher ist eine über mehrere Wochen laufende Umfragen über die sozialen Medienplattformen Facebook und Instagram geplant, in deren Rahmen erste Bausteine des OSA den Nutzerinnen und Nutzern über den Account der Hochschule publiziert und zur Abstimmung und Kommentierung bereitgestellt werden. Durch die Darbietung verschiedener Fragen und Abbildungen, sollen Abonnentinnen und Abonnenten der sozialen Kanäle Präferenzen festlegen. Diese Vorgehensweise ermöglicht eine Auswahl an zielgruppengerechten Inhalten und einer ansprechenden Aufmachung, die den Geschmack der Anwender*innen des OSA trifft.

Da das Aufkommen mobiler Endgeräte auch das elektronische und selbstgesteuerte Lernen befördert hat (Stieglitz, 2017) wird das Online-Tool in aller erster Linie so aufgesetzt, dass es benutzerfreundlich mit einem Smartphone bearbeitet werden kann. Dazu wurden im Vorfeld diverse Ansichten auf einer Smartphonevorlage gescribbelt², um die besten Beispiele in die Praxis umzusetzen.

² „Als Scribble bezeichnet man eine auf Papier gebrachte Ideenskizze. Für eine Illustration, eine Grafik, eine Anzeige, ein Plakat, das Layout einer Zeitschrift, eines Inserates, einer Webseite.“ (Beer, 2017, Absatz 2).

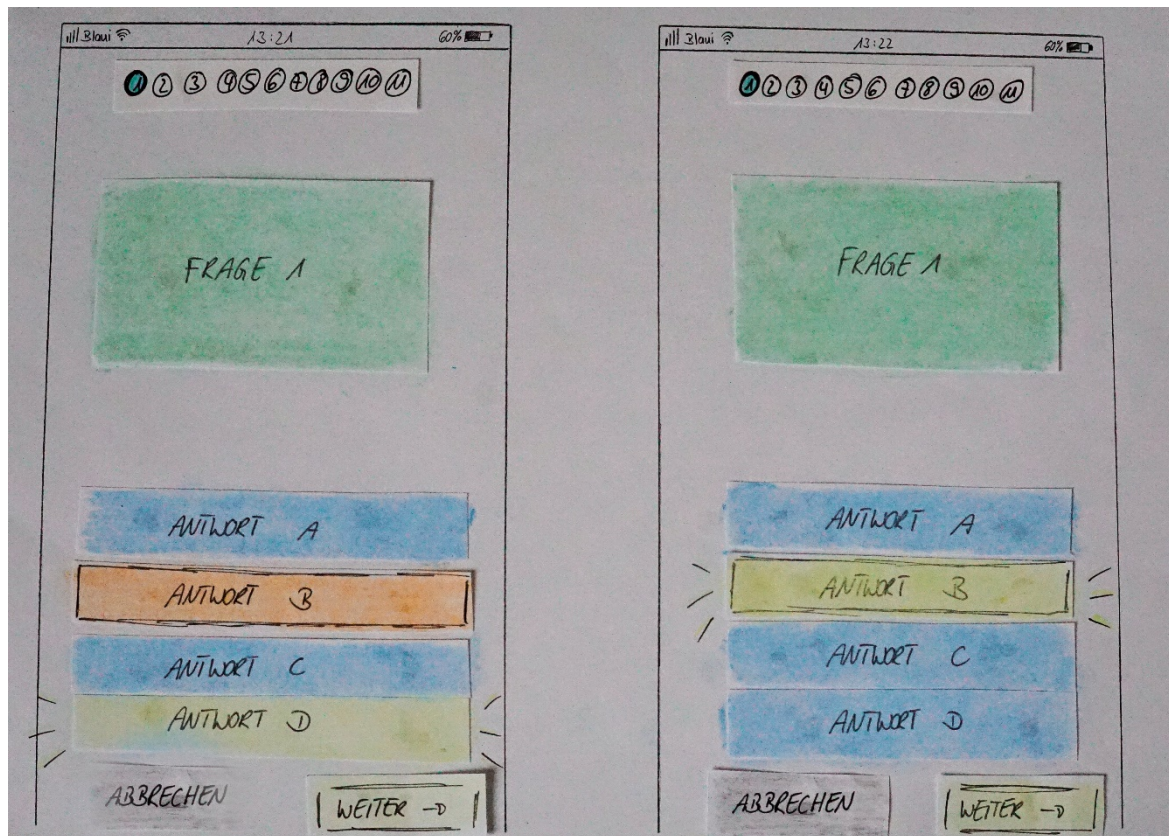


Abb. 2: Scribble-Beispiel einer Smartphonevorlage für das OSA

5. Zeitlicher Ablauf

Für die Erstellung eines fertigen OSA werden pro Studiengang etwa drei Monate veranschlagt. In kooperativer Zusammenarbeit mit den Studiengangsleitungen sowie den Mitarbeitenden der jeweiligen Studiengänge werden entlang des Fragekatalogs verschiedene Bausteine entwickelt, die in das OSA implementiert werden. In einem Erstgespräch werden mit den Verantwortlichen Vorstellungen und Zielvereinbarungen verabredet. Anschließend werden dafür mit Studierenden des Studienganges, mit Mitarbeitenden und Studiengangsleitenden Interviews durchgeführt, die die Grundlage für die Erstellung der Textbausteine im Studienwahl-Assistenten darstellen. Danach werden aus diesen Inhalten die für das Fach wichtigsten Informationen herausgezogen, Aussagen und Fragen für das Quiz entwickelt und wiederum mit den Leitenden rückgekoppelt. Anschließend können die Inhalte in den Online-Studienwahl-Assistenten eingebaut werden, um im nächsten Schritt getestet zu werden. Die Testung des OSA wird sowohl von fachfremden Personen als auch von Studierenden und Dozierenden des Studienganges durchgeführt, um sowohl ein anwendungsbezogenes als auch inhaltliches Feedback zu erhalten. Nach dem Einbau der letzten Änderungen wird das Onlinetool auf der Studiengangsseite installiert und öffentlich beworben.

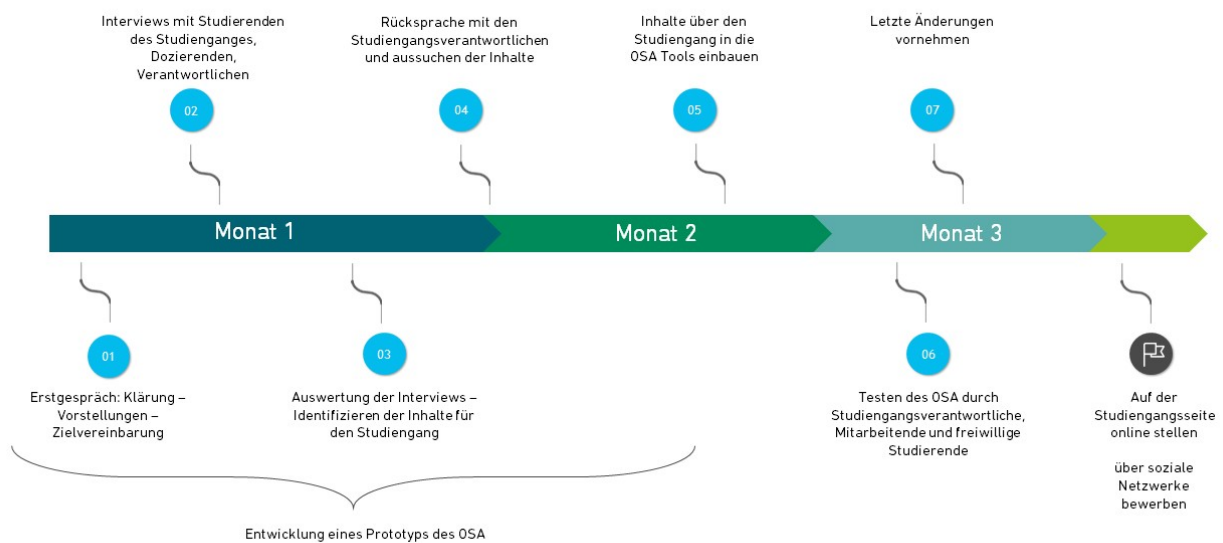


Abb. 3: Zeitplan zum Online-Studienwahl-Assistent (eigene Darstellung)

6. Transfer

Der Gedanke hinter diesem Tool war in erster Linie die Übertragbarkeit auf sämtliche Fachbereiche bzw. Studiengänge. Der Studienwahl-Assistent sollte nicht nur einem einzigen Studiengang dienen, sondern flächendeckend Anwendung finden, da die Informations- und Wissenslücken der Studienanfänger*innen in Gesprächen mit den Verantwortlichen aus allen Fachbereichen berichtet werden.

Das Online-Tool wird daher so aufgesetzt, dass sich die einzelnen Fragen und Aussagen, die – wie bereits beschrieben – durch die Zusammenarbeit mit den einzelnen Studiengangsverantwortlichen und Studierenden generiert werden, sich jederzeit anpassen und neu aufsetzen lassen. Das Tool lässt sich auf der jeweiligen Webseite des Studienganges installieren und hat keine starren Strukturen. Die Inhaltselemente können jederzeit ausgetauscht und bei Änderungen im Studienfach angepasst werden, wodurch ein lebendes Informationssystem entstehen kann.

7 Literaturverzeichnis

Beer, M. (2017) Ideen visuell verkaufen. Schweizer Fachzeitschrift für Publishing und Digitaldruck, 17(4). https://publisher.ch/fachzeitschrift_detail.php?read_article=10119, Stand vom 26.09.2019.

Hasenberg, S., Guttschick, K., Schmidt-Atzert, L., Stemmler, G., Kohlhaas, G., Schütz, M. & Prüssner, M. (2014). Unterstützung beim Übergang von der Schule zur Hochschule durch präzise Studieninformationen und Online-Self-Assessments. Zeitschrift für Hochschulentwicklung, 9(5), 115–129.

Hasenberg, S. & Schmidt-Atzert, L. (2014). Internetbasierte Selbsttests zur Studienorientierung. Beiträge zur Hochschulforschung 36(1), 8–28.

Heide-von Scheven, B., Brauns, F. & Beuter, F. (2015). „Virtuelle Kurse“ als niedrigschwellige Orientierungsmöglichkeit für beruflich Qualifizierte. In: Freitag, W.K., Buhr, R., Danzeglocke, E.-M., Schröder, S. & Völk, D. (Hrsg.), Sammelband (S.93-116). Münster: Waxmann Verlag.

Heublein, U., Hutzsch, C., Schreiber, J., Sommer, D. & Besuch, G. (2010). Ursachen des Studienabbruchs in Bachelor- und in herkömmlichen Studiengängen. Hannover: HIS GmbH.

Heublein, U., Richter, J., Schmelzer, R., & Sommer, D. (2012). Die Entwicklung der Schwund- und Studienabbruchquoten an den deutschen Hochschulen. Hannover: HIS GmbH.

Lückert, F. (Hrsg.) (2012). Online-Self-Assessments an Universitäten als Instrument der Studienberatung. http://opus.uni-lueneburg.de/opus/volltexte/2015/14343/pdf/Lueckert_OSAs_Instrument_Studienberatung_Bibliotheksversion.pdf, Stand vom 26.09.2019.

Müller, M. & Blaich, I. (2014). Berufsorientierung im Netz. Wie rezipieren Jugendliche berufsrelevante Informationen im Internet? In: bwp@ Berufs- und Wirtschaftspädagogik- online, Ausgabe 27, (S. 1–16). http://www.bwpat.de/ausgabe27/mueller_blaich_bwpat27.pdf, Stand vom 26.09.2019.

Ruthven-Murray, P. (2012). Was soll ich studieren? Alle Antworten für die richtige Studienwahl. Göttingen: Hogrefe Verlag.

Stieglitz, S. (2017): Enterprise Gamification – Vorgehen und Anwendung. In: Strahinger, S. & Leyh, C. (Hrsg.), Sammelband (S. 3-13). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Störk, L., & Mocigemba, D. (2013). Kommunizieren statt Testen. Die Online-Studienwahl-Assistenten der Universität Freiburg. In C. Bremer & D. Krömker (Hrsg.), E-Learning zwischen Vision und Alltag: Zum Stand der Dinge (S. 230–240). Münster: Waxmann.

Quellen zu Abbildung 1:

Hasenberg, S., Guttschick, K., Schmidt-Atzert, L., Stemmler, G., Kohlhaas, G., Schütz, M. & Prüssner, M. (2014)

Müller, M. & Blaich, I. (2014)

Störk, L., & Mocigemba, D. (2013)

Heublein, U., Hutzsch, C., Schreiber, J., Sommer, D. & Besuch, G. (2010)

Heublein, U., Richter, J., Schmelzer, R., & Sommer, D. (2012)

Hasenberg, S. & Schmidt-Atzert, L. (2014)

Hasenberg, S., & Stoll, G. (2015)