

Joachim Diercks, Kristof Kupka, Katharina Bolten
»HAW-Navigator« — Internetbasierte Beratungs- und
Selbsteinschätzungsinstrumente an der HAW Hamburg
– Erfahrungen, Schlussfolgerungen und Perspektiven

Zielsetzung

Der vorliegende Beitrag beschreibt, wie die Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW Hamburg) unter der Bezeichnung »HAW-Navigator« internetbasierte Studieninformations- und Selbsttestinstrumente einsetzt, um potenzielle Bewerber VOR der eigentlichen Bewerbung über wesentliche charakteristische Merkmale unterschiedlicher Studiengänge zu informieren und so über den Wirkungshebel »verbesserte Selbstauswahl« den individuellen und allgemeinen Studiererfolg zu erhöhen.

Hochschulpolitischer Kontext

Die im Juli 2004 beschlossene Reform der Hochschulzulassung bzw. das im August 2004 in Kraft getretene 7. HRGÄndG (Änderung des Hochschulrahmengesetzes) besagt im Kern, dass die Hochschulen in Deutschland künftig aktiver an der Auswahl ihrer Studierenden mitwirken sollen. Dabei sieht das 7. HRGÄndG für die Studienplatzvergabe in bundesweit zulassungsbeschränkten Studiengängen die kurz mit »20-20-60-Regelung« benannte Quotenverteilung vor: 20% der Studienplätze gehen an die Abiturbesten, die sich ihre Wunschhochschule aussuchen können. 20% der Studienplätze werden nach Wartezeit vergeben. Die Mehrzahl der Studienplätze, 60% nämlich, wird in Zukunft von den Hochschulen selbst vergeben.

Wie die Hochschul-Rektoren-Konferenz (HRK) in einer Stellungnahme des 98. Senats im Februar 2004 übereinstimmend mit den »Empfehlungen zur Reform des Hochschulzugangs« des Wissenschaftsrates betonte, sollen bei der Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen im wesentlichen zwei Aspekte Berücksichtigung finden:

- Ein auf Effizienz ausgerichtetes Hochschulsystem muss alle Chancen nutzen, die Studienerfolgsrate zu erhöhen.
- Ein zugleich wettbewerbsorientiertes Hochschulsystem muss die Hochschulen dabei unterstützen, auch im Bereich der Lehre eigene Schwerpunkte zu setzen und ihr Studienangebot deutlich zu profilieren.

In der Konsequenz muss dies zu einer wesentlich größeren Mitwirkung der Hochschulen an den Auswahlverfahren für die Studienbewerber/innen führen. Nach den vorliegenden Erkenntnissen ist die Durchschnittsnote einer Hochschulzugangsberechtigung, insbesondere die Abiturnote, besser Einzelparameter für die Prognose des Studienfortschritts und deshalb für eine optimale Bewerberauswahl weiterhin unverzichtbar (Heil, Trappmann, Weigand, Hirn & Schuler, 2005). Es kann argumentiert werden, dass das Vorhandensein einer Hochschulzugangsberechtigung auch das Vorhandensein einer gewissen Studierfähigkeit aussagt. Aufgrund des hohen Aggregationsniveaus der Abiturdurchschnittsnoten ist aber der Abgleich mit studienfachspezifischen Anforderungen nicht im wünschenswerten Umfang möglich. Von daher wird vermehrt auf den Begriff der Passfähigkeit verwiesen, wobei Passfähigkeit verstanden wird als möglichst hohe Übereinstimmung individueller Kompetenzen der Studienanfänger/innen mit den grundlegenden und spezifischen Anforderungen eines Studiums, differenziert nach Inhalt und Profil (u.a. Lewin & Eisecka, 2004 sowie die Empfehlungen des Wissenschaftsrats zur Reform des Hochschulzugangs, 2004).

Das Prinzip der Passfähigkeit impliziert somit grundsätzlich, dass sowohl die Kompetenzen der Studieninteressierten als auch die Anforderungen der Hochschulen / Studienfächer Variablen sind. Eine Passung kann folglich durch eine jeweils einseitige Anpassung der Leistungsvoraussetzungen der Studienanfänger/innen oder der Studienanforderungen der Hochschulen oder durch Anpassung und Annäherung beider Seiten bewirkt werden. Insbesondere das dynamische Begriffsverständnis der zuletzt genannten Alternative bietet zahlreiche Möglichkeiten zur weiteren Profilbildung der Hochschulen und zum weiteren Wettbewerb um geeignete Studierende. Durch stärker herausgearbeitete Profile der Hochschulen / Studienfächer wird auch die Selbst-Selektion passender Studienbewerber/innen unterstützt.

Wissenschaftsrat und HRK kommen zu dem Schluss, dass bei der Gestaltung der Auswahlprozesse durch Hochschulen bzw. Studiengänge nicht einseitig auf die Überprüfbarkeit bestehender Kompetenzen abgestellt werden sollte (bspw. über Auswahltests), sondern dass die Optimierung von Auswahlverfahren mit einem Beratungsvorgang einbezogen sollte, der zur größeren Sicherheit der Studienentscheidung und daher zur Senkung der Abbruchquote beiträgt. Es geht darum, die individuellen studienfachspezifischen Eignungen der Studienbewerber/innen, die nur von Hochschulen selbst bewertet werden können, bei der Zulassungsentscheidung besser als bisher zu berücksichtigen.

Das »Hochschul E-Assessment Projekte« – HEAP

Vor dem Hintergrund der genannten Entwicklungen wurde im November 2004 das »Hochschul E-Assessment Projekte« – HEAP* gestartet, mit dem

*HAW-Navigator« – Internethassierte Beratungs- und Selbstschätzungsinstrumente

Ziel, den Auswahlprozess im Rahmen der Studienwahl durch einen Online-Selbsttest zu unterstützen.

HEAP wurde unter der Trägerschaft des E-Learning Consortiums Hamburg (ELCH) und unter der wissenschaftlichen Leitung von Prof. A. Redlich und Prof. R. Schulmeister als sowohl hochschulübergreifendes- als auch im Sinne einer Public-Private-Partnership organisiertes Projekt aufgesetzt. Beteiligt waren insgesamt fünf Studiengänge aus den drei größten Hamburger Hochschulen. Von der Universität Hamburg waren dies die Studiengänge Betriebswirtschaftslehre und Psychologie, von der TU Hamburg-Harburg die Studiengänge Informatik und Teleinformatik und von der HAW Hamburg das Department Maschinenbau und Produktion.

Die zentrale Fragestellung hinter dem HEAP war:
– Führt eine verbesserte Information und die Möglichkeit zur Selbsttestung VOR der eigentlichen Bewerbung zu einer besseren Studienwahl?

Unter Federführung des Fachbereichs Psychologie der Universität Hamburg (Prof. A. Redlich) wurde zur Evaluation des Projekts ein Fragebogen entwickelt, der sich aus projektübergreifenden und jeweils einigen fachbereichsspezifischen Fragen zusammensetzt. Dabei wurden Daten zur Struktur der Teilnehmer/innen (persönbezogene Daten), Zufriedenheit und Akzeptanz, möglichen Imagebildung sowie Studierwahrscheinlichkeit und Erwartungsklarheit erhoben. Die aus dieser Befragung der Teilnehmer/innen gewonnenen Erkenntnisse legen nahe, dass die Ausgangsfragestellung bejaht werden konnte. Nachfolgend einige Kernergebnisse:

- Von den Teilnehmern, die das Studienberatungsangebot des Fachbereichs Psychologie vollständig durchlaufen haben, haben 72% angegeben, dass das Angebot einen positiven Einfluss auf das Image des Fachbereichs hat, 23,7% der Teilnehmer gaben an, dass es keinen Einfluss auf das Image hat und nur 3,9% stellten einen negativen Einfluss fest. Knapp zwei Drittel der befragten Personen beantworteten die Aussage »Das Studienberatungsangebot hat mir bei der Studienentscheidung geholfen.« mit »stimme absolut zu«, »stimme zu« oder »stimme überwiegend zu«, 21,6% stimmten zumindest teilweise zu und nur 12,9% gaben die Antworten »stimme kaum zu«, »stimme nicht zu« oder »stimme absolut nicht zu«.
- Die Teilnehmer des Angebots für das Department Maschinenbau und Produktion der HAW Hamburg wurden sowohl vor als auch nach der Teilnahme nach ihrer Studienwahrscheinlichkeit befragt. Zu Beginn des Studienberatungsangebots gaben gut 40% der Teilnehmer an, dass sie sich sicher seien, einen Studiengang am Department antreten zu wollen. Nach Abschluss des Angebots waren es über 50%. Die Anzahl der Teilnehmer, die sich unsicher in Bezug auf das Studium waren, konnte durch das Beratungsangebot von über 10% auf gut 5% etwa halbiert werden.

– Von den Teilnehmern des Einstufungsberatungsgeschehens für den Studiengang Betriebswirtschaftslehre gaben 45% an, dass das Angebot einen positiven Einfluss auf das Image des Fachbereichs habe, 44,9% sahen keinen Einfluss auf das Image und 11% einen (meist geringen) negativen Einfluss.

Doch nicht nur die Ergebnisse der Evaluation des HEAP legen nahe, dass Selbstauswahl eine geeignete Methode zur Erhöhung des Studien Erfolgs ist.

Die Macht des »Auswahlinstrument« Selbstauswahl wird schnell deutlich, wenn man sich einen einfachen Sachverhalt vor Augen hält: Gelänge es einer Hochschule beispielsweise ausschließlich »passende« Bewerber anzulocken, bedürfte es im Grunde keines weiteren Auswahlverfahrens mehr. Wenn man so will, zöge selbst ein auf Zufall basierendes Losverfahren immer einen richtigen Bewerber aus dem Lostopf. Umgekehrt jedoch gilt dieses Beispiel natürlich auch: Einer Hochschule, die keinen einzigen »passenden« Bewerber erreicht, hilft auch das beste – i.S. der Selektionsdiagnostik »valdestes« – Auswahlverfahren nicht. Wo kein geeigneter Bewerber ist, kann ihn auch kein noch so gutes Verfahren aufspüren. In der Realität dürfte die Grundquote, also der prozentuale Anteil »passender« Bewerber in der Grundgesamtheit aller Bewerber, selten 100 und wohl ebenso selten Null sein, jedoch zeigt sich, dass bereits graduelle Verbesserungen der Grundquote z.T. deutlich erhöhte Trefferquoten zur Folge haben (Taylor & Russell, 1939). Aus Sicht der Hochschulen ist also die Einflassnahme darauf, wer sich um einen Studienplatz bewirbt, in keiner Weise bloßes »Window-Dressing«, sondern überlebenswichtig im Wettbewerb um erfolgreiche Studierende. Die längerfristige Positionierung als Hochschulinstitution hilft dabei, sich als Hochschule im sogenannten »Relevant set« bei der Wunschzielgruppe zu verankern. Das Relevant (oder Evoked-) Set beschreibt dabei die von der Zielgruppe in Betracht gezogenen Hochschulen.

Jean M. Phillips von der Rutgers University in New Jersey hat in ihrer Meta-Analyse »Effects of Realistic Job Previews on Multiple Organizational Outcomes: A Meta-Analysis« (Phillips, 1998) nachgewiesen, dass der Einsatz sogenannter »Realistic Job Previews«, also der möglichst realistischen Darstellung der Begebenheiten eines Jobs oder Berufsbildes (in diesem Fall eines Studiums) bevor ein Kandidat diesen antritt, generell positive Auswirkungen auf verschiedene organisatorische Ziele hat. Neben eher übergeordneten Zielen wie »allgemeiner Performance« waren hierunter auch sehr spezifisch auf den Rekrutierungskontext bezogene Ziele, beispielsweise die »Klarheit der ursprünglichen Erwartungen« (Accuracy of initial expectations) oder die Gefahr des vorzeitigen bewerbeseitigen »Riskzugs aus dem Rekrutierungsprozess« (attrition from the recruitment process).

Vor dem Hintergrund dieser Erkenntnisse geht die HAW Hamburg den Weg der internetbasierten Beratungs- und Selbsttestungsinstrumente – der Ansatz der »HAW-Navigatoren«.

Das »Vier-Welten-Modell« des »Kennen-Können-Wollen-Sollens«

Sowohl »HEAP« als auch die »HAW-Navigatoren« basieren auf dem »Vier-Welten-Modell« des »Kennen-Können-Wollen-Sollens« nach Alexander Rodlich (2005). Hiernach stellt das »Können«, also Fähigkeiten, die sich unter Umständen über den Einsatz von Auswahltests überprüfen lassen, lediglich einen von vier wichtigen Bereichen einer »richtigen Studienwahl« dar. Für eine umfassende, langfristige erfolgreiche Studienwahlentscheidung ist allerdings vielmehr die Berücksichtigung aller vier Bereiche notwendig und wichtig. Neben dem Können spielen also auch Kennen, Wollen und Sollen eine große Rolle.

Die Dimension des »Könnens« lässt sich durch Informationen zu den einzelnen Studiengängen abdecken. Die Leitfragestellung hierbei ist: »Was muss eine studieninteressierte Person alles über die Hochschule, die Fakultät, den Studiengang sowie typische Berufsperspektiven oder sachfremde Kriterien wie Wohnsituation, Finanzierung oder Studienkultur alles wissen, damit erste eine fundierte Entscheidung treffen kann?«.

Doch auch bei einer i.S. der Studierfähigkeit für einen Studiengang »geeigneten« und über alle wichtigen Teilspekte informierten Person kann selbstverständlich nicht unterstellt werden, dass diese den Studiengang auch studieren »will«. Auch die Studienwahlbereitschaft (das »Wollen«) bildet also eine wichtige Grundlage des Studiererfolgs.

Die Dimension des »Sollens« bedient sowohl Facetten der Fähigkeit als auch der Information und entspricht wahrscheinlich am ehesten dem Begriff des Self-Assessments. Sowohl im Rahmen der HEAP-Teilprojekte als auch innerhalb der HAW-Navigatoren werden Teilnehmern u.a. Aufgaben mit typischen Anforderungen des Studiengangs gestellt. Der Bewerber/ die Bewerberin erhält daraufhin ein Feedback zu den gelösten Aufgaben und zu den erwarteten Antwortniveaus und kann so darüber reflektieren, ob er/ sie diesen Studiengang studieren sollte und die nötigen Voraussetzungen mitbringt.

Man erkennt, dass das »Vier-Welten-Modell« von einem mündigen, vernunftbegabten Menschen ausgeht. Die virtuellen Studieninformationssysteme sowohl des HEAP als der HAW-Navigatoren nehmen dem Interessenten die Entscheidung nicht aus der Hand, sondern liefern über verschiedene Instrumente Informationen, anhand derer der Interessent eine fundiertere Entscheidung treffen kann.

Man muss sich in diesem Kontext zudem vergegenwärtigen, dass eine getroffenen Auswahlentscheidung (sowohl die seitens des Bewerbers als auch die seitens der Hochschule getroffene) gewaltige Auswirkungen auf den weiteren Lebensweg der jeweiligen Person hat, da hiervon direkt eine in vielen Fällen jahrzehntelange Erwerbskarriere abhängt. Hierdurch bekommt der Auswahlkontext eine erhebliche moralisch-ethische Dimension, die in

den meisten anderen Rekrutierungsfragesstellungen im Unternehmenskontext eher zu vernachlässigen ist.

Internetbasierte Beratungs- und Selbstschätzungsinstrumente an der HAW Hamburg – »HAW-Navigator«

Die Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg geht vor dem beschriebenen Hintergrund den Weg der virtuellen Studienorientierung mit Self-Assessment-Elementen. Über das Internet werden potenzielle Bewerber VOR der eigentlichen Bewerbung über die wesentlichen charakteristischen Merkmale des jeweiligen Studiengangs informiert. Unterteilt in verschiedene Themenkapitel umfassen die »HAW-Navigatoren« Informationen z.B. zu Berufswelt, Studienorganisation, Studienkultur, benötigten Fachkenntnissen oder gestellten und erwarteten Anforderungsstivus etc. des jeweiligen Studiengangs.

Die virtuellen Beratungsmodule des HAW-Navigators setzen ganz klar vor der eigentlichen Bewerbung an. Statt »finalistisch« darauf zu warten, wer sich für den einen oder anderen Studiengang bewirbt, um diese Bewerber dann »auszuwählen«, wird aktiv darauf eingewirkt, dass sich von vornherein möglichst passende Kandidaten angezogen und bestärkt, während sich unpassende Kandidaten möglicherweise eher »abgeschreckt« fühlen. Der Wirkungshebel der virtuellen Studienberatung der HAW-Navigatoren ist also in erster Linie die Erhöhung des Antriebs passender Kandidaten unter den Bewerbern (=Erhöhung der Grundquote¹), nicht primär die Verbesserung der Validität der Fremdauswahl, die sich aufgrund der hohen Prognosegüte der Abiturnote nur relativ aufwändig weiter verbessern ließe.

Gründe für den Weg der virtuellen Studienberatung mit Selbsttest-Elementen an der HAW Hamburg

Die HAW Hamburg hat sich aus verschiedenen Gründen zu dieser Art der virtuellen Studienberatung entschieden:

Der HAW Hamburg ist es wichtig, nicht darauf zu warten, wer sich bei der Hochschule um einen Studienplatz bewirbt, sondern bereits im Vorfeld Einfluss darauf zu nehmen. Dies bedeutet, dass sich Bewerber, die nicht zu diesem Studiengang passen und ihn deswegen auch mit einer geringeren Wahrscheinlichkeit erfolgreich abschließen würden, gar nicht erst bewerben sollten. Aus diesem Grund, wird dem Bewerber bereits vor der Bewerbung klar gemacht, was dieser Studiengang ist und auch, was er nicht ist. Unpassende Bewerber fühlen sich auf diese Weise möglicherweise eher »abgeschreckt« und hinterfragen ihre Entscheidung noch einmal. Passende Bewerber werden jedoch in ihrer Auswahl bestärkt. Auch Studieninteressierte, die einen Studiengang bisher noch gar nicht in Betracht gezogen haben, können durch die virtuelle Studienberatung auf den Studiengang aufmerksam ge-

macht werden und diesen (wenn er zu ihnen passt) in ihre Auswahl einbeziehen.

Es steigt der Anteil an Bewerbern, die diesen Studiengang nicht nur studieren können, sondern auch studieren wollen. Das heißt, es steigt die bewerberbereinigte Auswahlstärke.

Ein weiterer Grund für die Nutzung der virtuellen Studienberatung ist, dass diese das Profil der Hochschule stärkt. Die Hochschule kann auf diese Weise ihre Stärken kommunizieren, auf ihre Schwerpunkte der Lehre und ihre Besonderheiten hinweisen. Insofern stellen die HAW-Navigatoren einen wichtigen Baustein beim Aufbau einer klar positionierten Bildungsmarke dar. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Studienbewerber die Hochschule in ihr »Relevant Set« aufnehmen.

Die Durchführung der virtuellen Studienberatung über das Internet ist ökonomisch. Es kann parallel ein »One-to-Many-Dialog« mit einer Vielzahl an Studieninteressierten geführt werden. Gleichzeitig ist es wichtig zu betonen, dass die HAW-Navigatoren in keiner Weise die Arbeit der Studienberatung ersetzen soll. Vielmehr ist darin eine sinnvolle Ergänzung sowie eine Entlastung von Routinen zu sehen. Das Beratungspersonal kann sich verstärkt im Fall zuwenden, die intensiven (Einzel-)Beratungsbedarf haben.

Ein wesentlicher Vorteil der internetbasierten Durchführung ist die Ort- und Zeitunabhängigkeit. Dadurch bietet sich für Ratsuchende, die Möglichkeit, die virtuelle Studienberatung dann durchzuführen, wenn das Bedürfnis beim Ratsuchenden entsteht. So ist eine wirksamere Beratung durch die Verbindung von spontanen Änderungsimpulsen (Bedürfnissen) mit dem Änderungsbedarf, der sich aus dem Beratungsverfahren ergibt, möglich (vgl. Siehl, 2002).

Die Darstellungsmöglichkeiten im Internet sind multimedial. Es besteht nicht nur die Möglichkeit, Studieninteressierte in diesem Medium mit Informationen zu den einzelnen Studiengängen zu versorgen, sondern es ist ein großer Grad an »Erleben« möglich. Informationen können nicht nur über Texte und Bilder vermittelt werden, sondern vielmehr kann ein »Blick hinter die Kulissen« gewährt werden. In vielen Navigatoren berichten Studierende, Absolventen oder Dozenten in Videoform über die verschiedenen Studiengänge, das Leben als Studierender oder die berufliche Laufbahn nach dem Studium. Auf diese Weise werden die Informationen auf spannende und authentische Art und Weise vermittelt. Durch interaktive Fallbeispiele und Aufgaben zu verschiedenen Themenbereichen können Interessierte schon einmal »ausprobieren«, was sie im Studium erwartet. Dies vermittelt spielerisch Informationen zu Anforderungen und Studieninhalten.

Zudem kommen methodische, ethische und juristische Bodenken gegenüber einer reinen »Eignungsdiagnostischer Prüfung« hier nicht zum Tragen. Bei dieser Art der Auswahl (Selbstausswahl) wird nicht getestet, ob ein Studienbewerber dem Studium gewachsen ist. Vielmehr wird Interessierten die

Möglichkeit gegeben, selbst herauszufinden, ob dieser Studiengang zu Ihnen passt. Und Passfähigkeit ist mehr als Eignung!

Aufbau der HAW-Navigatoren sowie Integration in den Bewerbungsprozess

Zu Beginn jedes Navigators werden die Interessenten begrüßt (teilweise per Video von Studierenden des jeweiligen Departments) und über die Inhalte und Ziele des HAW-Navigators aufgeklärt. Im Anschluss an diese Informationen erfolgt die Registrierung.



Abb. Videobegrüßung aus dem HAW-Navigator für Ökonophologie

Die Registrierung ist aus zwei Schritten in den HAW-Navigator integriert. Zum einen dient sie der Speicherung des Fortschritts jedes Users. Auf diese Weise besteht die Möglichkeit die virtuelle Studienberatung zwischen durch zu unterbrechen. Loggt sich der User anschließend wieder mit seinen Zugangsdaten ein, so wird er an den Beginn des letzten nicht abgeschlossenen Moduls gesetzt und kann die Beratung von dieser Stelle an weiter durchführen.

Zum anderen ist die Absolvierung des HAW-Navigators bei den meisten Studiengängen an der HAW ein verpflichtender Bestandteil des Bewerbungsprozesses. Anhand der Mailadresse, mit der sich der Bewerber für den

HAW-Navigator registriert hat, wird überprüft, ob die virtuelle Studienberatung mindestens einmal komplett absolviert wurde.

Nach der Registrierung gibt es zunächst eine Modulübersicht. In dieser wird dargestellt, welche Themenkapitel dieser Navigator enthält und was den Bewerber in den einzelnen Kapiteln erwartet.

Die anschließenden Module variieren im Detail je nach Studiengang. Allerdings umfassen die meisten Navigatoren ein Set von Themenmodulen bestehend aus

- Berufswelt,
- Studieninformationen,
- Studienorganisation,
- Anforderungen und
- Studienkultur.

In den Themenmodulen zur Berufswelt werden Informationen bereitgestellt bspw. zu den späteren Tätigkeitsfeldern, Branchen oder Berufsaussichten. In Videointerviews berichten Absolventen darüber, welchen Beruf sie ausüben und wie sie das Studium auf diesen Beruf vorbereitet hat.



Abb. Beispiele für Alumni Interviews aus dem Wirtschaftswissenschaften-Navigator

In den Modulen zur Studieninformation werden Einblicke in Studienabläufe, Studieninhalte oder Besonderheiten der Studiengänge gewährt.

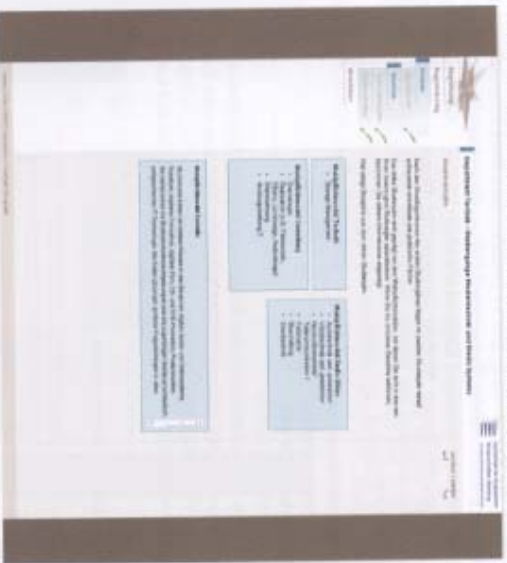


Abb. Darstellung von Studieninhalten aus dem Navigator für Medizintechnik und Media Systems

Die Module zur Studienorganisation decken in vielen Navigatoren den eher formalen Teil der Informationen zum Thema Studium ab. Hier geht es um Themen wie (Pflicht-)Praktika, Finanzierung des Studiums, Kosten oder Praxismuster. Auch das Thema Zeitmanagement spielt hier eine wichtige Rolle. Anhand von Beispielsstudienplänen die auch die Vor- und Nachbereitung eines Studiums beinhalten oder eines interaktives Zeitreglersystem durch das Interessierte planen können, wie ein Tag während des Studiums ausssehen könnte, wird Interessierten der Zeitaufwand eines Studiums verdeutlicht. Auf diese Weise kann der Anteil derer, die das Studium ablehnen, da sie einen deutlich geringeren Zeitaufwand erwartet haben, reduziert werden.



Abb. Darstellung der Zeitmanagement-Tools aus dem HAW Navigator für den Bereich Soziale Arbeit

Die Anforderungen, die ein Studiengang an seine Bewerber stellt, werden zumeist durch Selbsttests abgebildet. Je nach Studiengang werden Aufgaben zu Grundlagen wie Mathematik, Technik, Biologie oder Englisch gestellt, die wichtige Grundlagen des jeweiligen Studiengangs darstellen oder bzgl. derer es häufig falsche Vorstellungen gibt („...“)ich wusste gar nicht, dass ich im Rahmen des Pflegemanagement-Studiums betriebswirtschaftliche Zusammenhänge lernen muss...“). Nach Beantwortung der jeweiligen Aufgaben oder Fallstudien erhält der User ein Feedback zu seinen Lösungen. Dieses dient nicht dazu, eine Eignung oder das Vorhandensein eines gewissen Niveaus zu messen“. Vielmehr ist die zentrale Zielsetzung, dem User erwartete Niveaus vor Augen zu führen und zur Selbstreflexion darüber anzuregen, ob dieses Studium das Richtige ist. Bewerbern, die mit den Aufgaben nicht so gut zurecht gekommen sind, wird nicht von diesem Studiengang abgeraten, es wird ihnen jedoch klar gemacht, dass sie sich mit genau solchen Inhalten beschäftigen müssen, wenn sie sich für den Studiengang entscheiden.



Abb. Casestudy (B.E.A.N.Z.) aus dem HAW-Navigator Wirtschaft

Die Navigatoren enthalten außerdem Informationen zum Studium in Hamburg, an der HAW im Allgemeinen und an den jeweiligen Departments im Speziellen. Durch Fotofundänge, virtuelle Grundrisse, Bilder, Texte oder Videos mit Studierenden wird dem Bewerber vermittelt, wie es an der HAW aussieht, wie das Leben als Studierender abläuft und was ihn erwartet, wenn er sich für das Studium entscheidet.



Abb. Fotofundänge aus dem HAW-Navigator für Socialle Arbeit und Pflege und Management

Bemerkel wird jeder HAW-Navigator durch ein Abschlussmodul. Hier wird noch einmal die Gelegenheit gegeben über die in den vorherigen Modulen enthaltenen Informationen zu reflektieren. Zudem werden statistische Daten und Einschätzungen zur virtuellen Studienberatung erhoben. Die Ergebnisse dieser Evaluation werden im weiteren Verlauf noch näher beleuchtet. Auch das Abschlussmodul ist mindestens einmal komplett zur durchlaufen, damit der HAW-Navigator insgesamt als »vollständig bearbeitet« gilt.

Da die mindestens einmalige vollständige Absolvierung des HAW-Navigators zwingender Bestandteil einer Bewerbung ist, wurde die Applikation mit dem Online Bewerbungssystem der HAW Hamburg verknüpft. Die Information, ob ein Bewerber einen bestimmten Navigator durchlaufen hat, wird direkt an dieses System übergeben. Nur wenn der Bewerber den Navigator durchlaufen hat, wird er für die Bewerbung für den jeweiligen Studiengang automatisiert freigeschaltet.

Aktueller Ausbaustand sowie weitere Entwicklung

Bislang existieren Navigatoren für folgende 21 Studiengänge:

- Hochschulübergreifender Studiengang Hamburger Wirtschaftsingenieurwesen (HWI),
 - Studiengänge Soziale Arbeit, Pflegeentwicklung und Management sowie Bildung und Erziehung in der Kindheit,
 - Studiengänge Technische BWL (Logistik und Marketing) sowie Außenwirtschaft / Internationales Management,
 - Studiengänge Energie- und Anlagensysteme, Entwicklung und Konstruktion sowie Produktionstechnik und Management,
 - Ökotoxikologie und Health Sciences,
 - Medientechnik und Media Systems,
 - Public Management,
 - Medizintechnik, Hazard Control und Rescue Engineering sowie Biotechnologie, Verfahrenstechnik und Umwelttechnologie.
- Bis zur Bewerbungsfrist für das Wintersemester 2009/2010 erfolgt der Ausbau auf dann 31 Studiengänge. Nach Erreichung dieser Ausbaustufe werden nahezu alle grundständigen Bachelor-Studiengänge der HAW Hamburg in den HAW-Navigatoren abgebildet sein. Einzige Ausnahme bildet der Studiengang Design, da hier ein anderes Bewerbungsverfahren vorgesehen ist. Die Übersicht aller verfügbaren HAW-Navigatoren ist auf www.haw-navigator.de zu finden.

Zugang zu den »HAW-Navigatoren«

Wie bereits beschrieben ist die mindestens einmalige vollständige Absolvierung des jeweiligen HAW-Navigators zwingende Voraussetzung, um sich an der HAW Hamburg überhaupt für den jeweiligen Studiengang bewerben zu können. Dabei kommt es nicht auf das »wie«, also die Qualität der Bearbeitung, sondern nur auf das »ob« an. Um die Teilnahme einem bestimmten User zuzuordnen zu können, muss dieser sich zu Beginn des HAW-Navigators registrieren. Gleichwohl können die HAW-Navigatoren auch zu reinen Informationszwecken, also ohne expliziten Bewerbungswunsch genutzt werden. Hierzu wurde ein anonymisiert freizugänglicher Gaszugang eingerichtet. Auf den jeweiligen Startseiten der Navigatoren (Adressen nachfolgend aufgelistet) ist hierzu oben rechts auf »Login« zu klicken und die E-Mail-Adresse »gast@cyquest.net« und das Passwort »gast« als Zugangsdaten einzugeben.

- Hochschulübergreifender Studiengang Hamburger Wirtschaftsingenieurwesen (HWI): www.haw-navigator.de/hwi/
- Studiengang Soziale Arbeit / Sozialpädagogik: www.haw-navigator.de/sp/
- Studiengang Pflegeentwicklung und Management: www.haw-navigator.de/fpm/

- Studiengang Bildung und Erziehung in der Kindheit: www.haw-navigator.de/bek/
 - Studiengänge des Departments Wirtschaft: www.haw-navigator.de/dsw/
 - Studiengänge Department Maschinenbau und Produktion: www.haw-navigator.de/emp/
 - Studiengänge an Department Technik: www.haw-navigator.de/dtms/
 - Studiengang Ökotoxikologie: www.haw-navigator.de/ot/
 - Studiengang Health Sciences: www.haw-navigator.de/hws/
 - Studiengang Medizintechnik: www.haw-navigator.de/mt/
 - Studiengänge Hazard Control und Rescue Engineering: www.haw-navigator.de/rhc/
 - Studiengang Biotechnologie: www.haw-navigator.de/bt/
 - Studiengang Verfahrenstechnik: www.haw-navigator.de/vt/
 - Studiengang Umwelttechnik: www.haw-navigator.de/ut/
- Die Tatsache, dass die Zugriffszahlen außerhalb der Bewerbungszeiträume, die an der HAW in den Zeiträumen zwischen 01.12. und 15.01. sowie 01.06 und 15.07. liegen, immerhin etwa einem Drittel der Zugriffszahlen innerhalb der Bewerbungszeiträume entsprechen, belegen die allgemein informativ-sche Bedeutung der HAW-Navigatoren.



Abb. Übersicht der Zugriffszahlen auf die Seite www.haw-navigator.de 2008

Evaluationsergebnisse

Die nachfolgend dargestellten Evaluationsergebnisse beziehen sich auf die Befragungsergebnisse aus den Beratungsangeboten für die Studiengänge Hochschulübergreifender Studiengang Hamburger Wirtschaftsingenieurwesen (HWI), Soziale Arbeit, Pflegeentwicklung und Management, Bildung und Erziehung in der Kindheit, Technische BWL (Logistik und Marketing), Außenwirtschaft / Internationales Management, Energie- und Anlagensysteme, Entwicklung und Konstruktion, Produktionstechnik und Management, Ökotoxikologie, Health Sciences, Medizintechnik und Media Systems. Seit Start der ersten Navigatoren Mitte 2006 haben knapp 25.000 Personen registriert an einem der virtuellen Studienberatungsangebote teilgenommen. Gut 15.000 hiervon haben dabei den Status »vollständig absolviert« erreicht, d.h. den jeweiligen Navigator mindestens einmal komplett durchlaufen. Da auch die Absolvierung des abschließenden Evaluationsmoduls erforderlich ist, um den Navigator abzuschließen, basieren die im Folgenden vorgestellten Ergebnisse auf dieser Datenbasis.

Im Mittelpunkt der Befragung standen explizit Aspekte der »Studienwahl-sicherheit«, der »Beratungsqualität« und der »Benutzerzufriedenheit«:

- Wie hat den Teilnehmern das Angebot gefallen?
 - Fühlten sich die Teilnehmer durch die virtuelle Studienberatung gut beraten?
 - Fühlten sie sich in ihrer Studienwahl sicherer?
 - Hatten sie das Gefühl, die maßgeblichen Informationen erhalten zu haben?
- Darüber hinaus wurde auch überprüft, ob der durchlaufene HAW-Navigator einen Effekt auf das Image der Departments, der Studiengänge bzw. der HAW Hamburg insgesamt hatte und somit auch – im Sinne eines Marketing-Instruments – nachhaltig zur Profilbildung beitrug.

Gesamtbetliche Beurteilung des Studienberatungs-Angebotes

Die Gesamtbewertung der HAW-Navigatoren wurde mittels der Frage »Wie hat Ihnen das virtuelle Studienberatungs-Angebot insgesamt gefallen?«, die auf einer Schulnotenskala zu beantworten war, erhoben. Die Durchschnittsbewertung reichte hierbei von 1,73 (Medientechnik und Media Systems) bis zu 2,15 (Department Wirtschaft), 80,57% der Befragten haben dabei die Noten »sehr gut« oder »gut« vorgegeben.

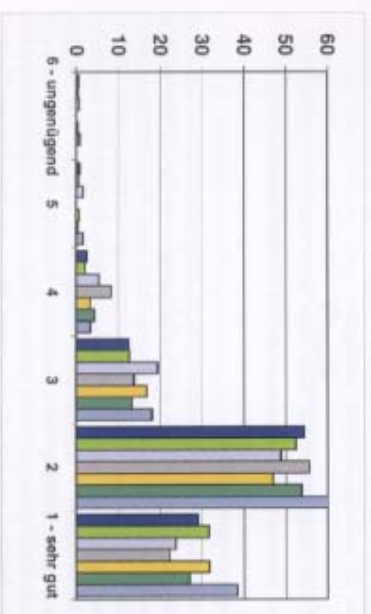


Abb. Gesamtbewertung der HAW-Navigatoren

Diese Ergebnisse weisen auf eine hohe Nutzerakzeptanz hin. Im Folgenden werden die Ergebnisse der Evaluationsdimensionen detailliert dargestellt:

Beitrag zur begründeten Entscheidung

Auf die Frage »Wie sicher sind Sie, hier studieren zu wollen?«, gaben 77,61% der Befragten zur Antwort, dass sie sich in der Entscheidung »sicher« oder »sehr sicher« seien.

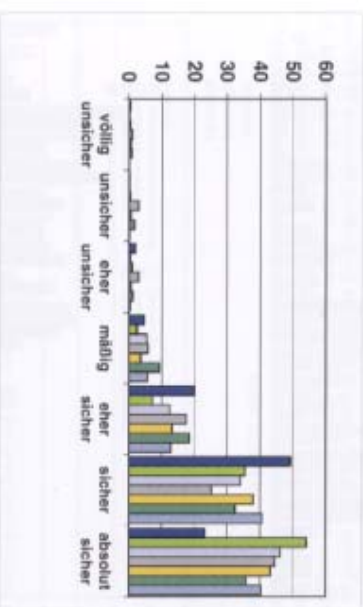


Abb. Beitrag zur Studienwahl-sicherheit

Dieses Ergebnis bestätigt, dass nach Durchlaufen der Navigatoren eine durchschnittlich hohe Studienwahl-sicherheit bei den Teilnehmern existiert.

Bei den Navigatoren, die mehr als einen Studiengang abdecken, wurde ferner hinterfragt, ob die virtuelle Studienberatung die Präferenz für einen der enthaltenen Studiengänge verändert hat (bspw. »Technische BWL – Logistik« versus »Technische BWL – Marketing«). Hierbei gaben immerhin 19,24% der Befragten an, dass die Präferenz durch die virtuelle Studienorientierung zumindest teilweise verändert wurde. 11,4% sagten aus, dass ihre Präferenz »eher ja« oder »absolut« verändert wurde. Wenngleich also die Teilnehmerschaft insgesamt hinsichtlich ihrer Studienwahl auch vor der Teilnahme am HAW-Navigator bereits relativ sicher war, hat der Navigator doch innerhalb der Studiengänge noch bei etwa einem Drittel der Teilnehmer zu einer (mind. teilweise) Veränderung der Präferenz geführt. In sofern scheint

das Beratungsangebot im Kern auch das Ziel erreicht zu haben, hinreichend auf Unterschiede zwischen den Studiengängen hinzuweisen.

Informationsgehalt / Beratungsqualität

Die Teilnehmer sollten auch den Informationsgehalt bzw. die Beratungsqualität einschätzen. Die Fragen bezogen sich auf die Neuigkeit der Information, den Hilfsgrad bzgl. der Entscheidung sowie auf die Erwartungen in Bezug auf das Studium.

In Bezug auf den Bekanntheitsgrad der Information stimmten 88,07% der Befragten der Aussage »Ich habe etwas Neues über das Studium und die Berufsbilder erfahren.« teilweise bis absolut zu. Diese Aussagen belegen deutlich, dass der HAW-Navigators einen zusätzlichen Informationsnutzen für einen Großteil der Nutzer stiftet.

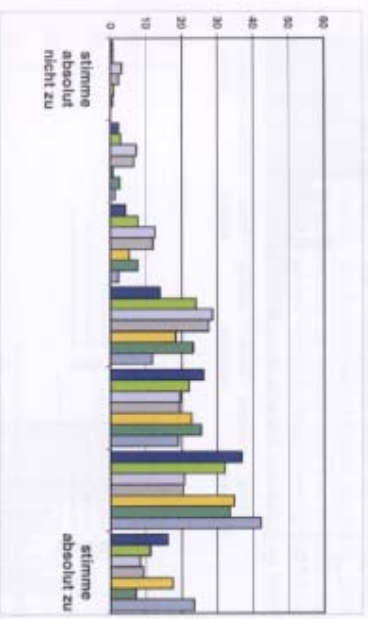


Abb. 10: Neuheit der abgeholten Informationen

Dass der virtuelle Studienberater Hilfestellung in Bezug auf die Studienentscheidung leistet, wird aus der Reaktion auf die Aussage »Das virtuelle Studienberatungs-Angebot hat mir bei der Studienentscheidung geholfen.« ersichtlich. Dieser Aussage stimmte die Mehrheit von 73,73% teilweise bis absolut zu.

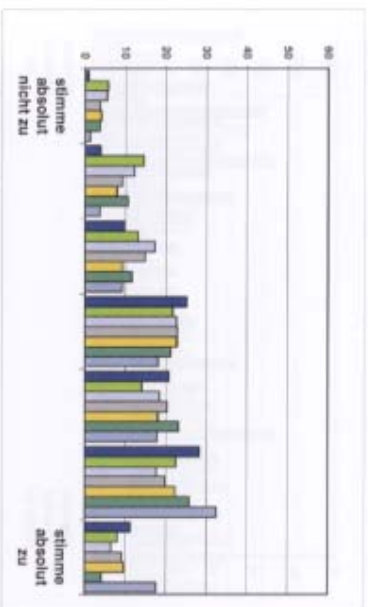


Abb. 11: Hilfe bei Studienentscheidung

Darüber hinaus konnten die Erwartungen an das jeweilige Studium im Zuge der virtuellen Beratung geklärt werden. Der Aussage »Das virtuelle Studienberatungs-Angebot hat meine Erwartungen in Bezug auf das Studium geklärt.« stimmten 93,16% der Befragten teilweise bis absolut zu. Es lässt sich aus diesen Ergebnissen ableiten, dass die Beratungsqualität demnach als sehr gut einzuschätzen ist.

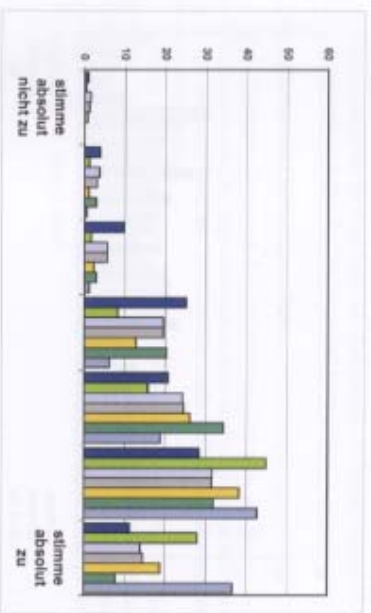


Abb. 14: Klärung der Erwartungen

Studien zufolge berichten Studienabbrecher über viele Belastungen (Jobs, Familie) und sind schlechter über das Studium informiert (Wissenschaftsrat, 2004 sowie Heublein, Spangenberg & Sommer, 2003). Die Ergebnisse der Befragung im Rahmen des HAW-Navigators legen den Schluss nahe, dass durch den Einsatz des virtuellen Studienberaters demzufolge Abbrecherquoten, die aus einer Unsicherheit in Bezug auf den Studiengang und die Bewerbungsscheidung resultieren, reduziert werden können.

Gestaltung des HAW-Navigators

Zur Evaluation der Gestaltung des HAW-Navigators wurden drei Fragen gestellt, die sich auf den Nutzen der multimedialen Inhalte, den Umfang der multimedialen Inhalte sowie den Umfang des gesamten Studienberatungs-Angebotes bezogen.

Bei der Frage »Wie fanden Sie die multimedialen Inhalte (Filme, Animationen, Tonaufnahmen)?«, die auf einer siebenstufigen Skala von »überflüssig« bis »hilfreich« zu beantworten war, ergaben sich bei allen Navigatoren deutlich linkschiefe Verteilungen.

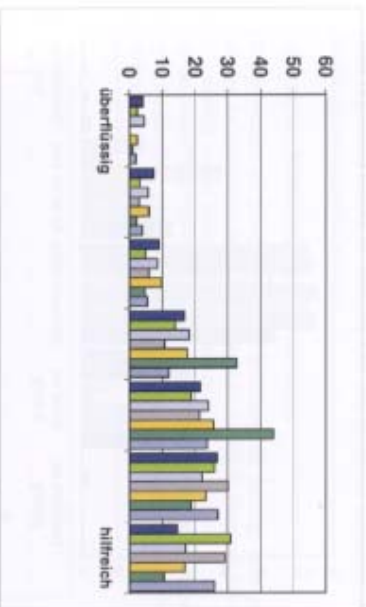


Abb. 15: Beurteilung der multimedialen Inhalte

Der Umfang der multimedialen Inhalte wurde mit 60,77% von nahezu zwei Drittel der Befragten mit »genau richtig« bewertet. Auch die Frage »In Bezug auf Ihr Interesse am Studium in einem der Studiengänge – Wie schätzen Sie den Umfang des virtuellen Studienberatungs-Angebotes ein?« beantworteten mit 73,91% fast drei Viertel der Befragten mit »genau richtig«. Diese jeweils den Umfang der Beratung betreffenden Ergebnisse scheinen kaum zu verbessern, da es jeweils kaum Befragte gab, die den Umfang als deutlich zu gering oder deutlich zu groß einstufen. Und auch diejenigen, die den Umfang als »sehr zu gering« oder »sehr zu groß« einstufen hielten sich in etwa die Waage.

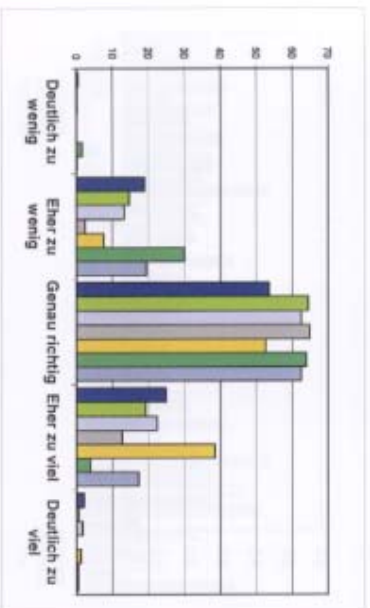


Abb. 1: Länge der multimedialen Inhalte

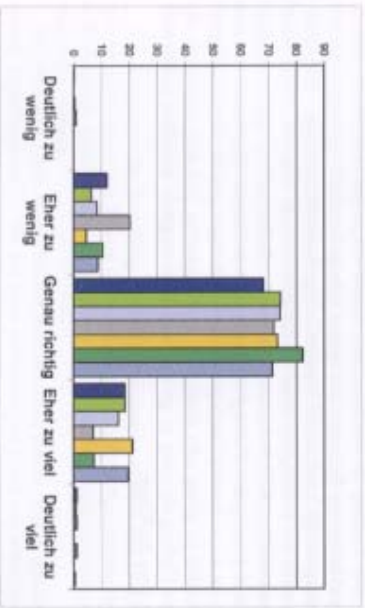


Abb. 2: Gesamtumfang

Diese Ergebnisse können als Indiz für eine sehr gelungene Gestaltung des HAW-Navigators verstanden werden.

Auswirkung der Schilderung von Anforderungen

Hierbei wurden die Bewerber dazu aufgefordert, die Aussage »Die geschilderten Anforderungen durch das Studium an der HAW Hamburg haben mich...« mithilfe zweier Skalen zu kompletieren.

Auf der ersten Skala mit den Extremen »abgeschreckt« bzw. »angezogen« tendierte die deutliche Mehrzahl der Bewerber zu »angezogen«, woran man den offensichtlich »wertenden Charakter« erkennen kann.

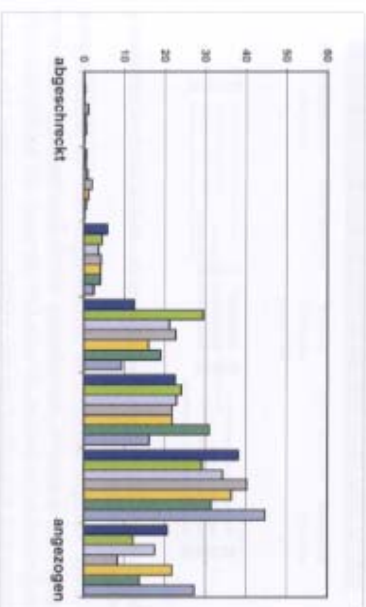


Abb. 3: Die geschilderten Anforderungen durch das Studium an der HAW Hamburg haben mich abgeschreckt / angezogen

Bei der zweiten Skala mit den Extremen »belastet« bzw. »erleichtert« ist eine Tendenz in Richtung »erleichtert« zu verzeichnen.

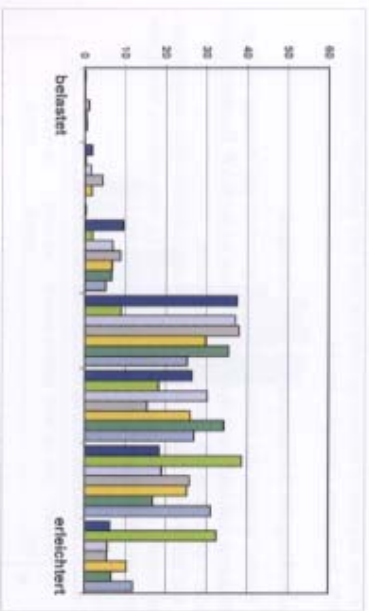


Abb. »Die geschilderten Anforderungen durch das Studium an der HAW Hamburg haben mich belastet / erleichtert«

Diese Aussagen endkräften die Befürchtungen, dass die Schilderung von Anforderungen negative Auswirkungen auf die Entscheidung der Bewerber hat. Sie deuten aber auch an, dass die Anforderungen, die das Studium an die Studierenden stellt, offen dargestellt wurden.

Es ist davon auszugehen, dass sich die Schilderung von Anforderungen positiv auf die Entscheidungsfindung und die Sicherheit der Entscheidung auswirkt.

Beeinflussung des Images

78,8% der befragten Bewerberinnen sagten aus, dass der HAW-Navigator eher eher positiven bzw. deutlich positiven Einfluss auf das Bild des Studiengangs, des Departments bzw. der Fakultät ausübte. Dieses Ergebnis belegt, dass der HAW-Navigator ebenfalls dem Ziel der Imageförderung dient und unterstreicht die bereits weiter oben beschriebene Marketingwirkung.

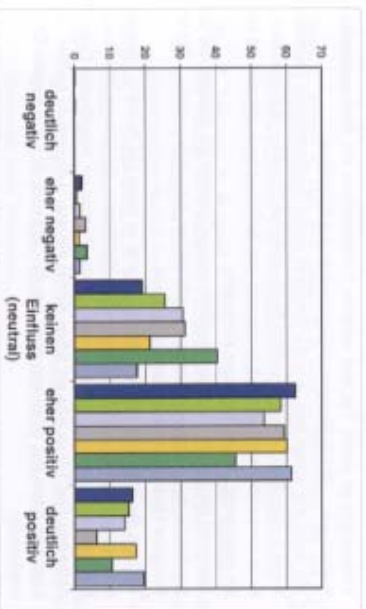


Abb. Einfluss der HAW Navigators auf das Image

Ausgewählte O-Töne von Teilnehmern

In einer abschließenden offen gestellten Frage wurden die Teilnehmerinnen gefragt, was ihnen an virtuellen Studienberatungsangeboten gefällt und wo ggf. Verbesserungspotenziale liegen. Nachfolgend ist eine zufällige Auswahl an hier vorgenommenen Einträgen aufgeführt.

>> Ich finde das virtuelle Studienberatungsangebot sehr gut. In den meisten Fällen ist man sich nicht ganz sicher, ob Ökotoxologie das Richtige ist. Hier wird sehr deutlich beschrieben, was auf einen zukommt und wo man vielleicht noch mal nachbessern sollte. Sehr Gut!!! (HAW-Navigator Ökotoxologie).

>> Man wird sehr gut und überschaubar durch den Navigator geführt. (HAW-Navigator Bildung und Erziehung in der Kindheit).

>> Ausführliche Informationen über die Studiengänge. Der Selbsttest ist sehr gut und sollte für alle Bachelor Studiengänge eingerichtet werden. (HAW-Navigator Medientechnik und Media Systems).

>> Gefallen haben mir die Ratschläge und Erfahrungswerte der Studenten bzw. des Professors in den einzelnen Videoklips. Auch der modulare Aufbau des Selbsttestes ist sehr hilfreich und übersichtlich gestaltet. Verbessern könnte man das Angebot an Videos. Interessant wäre es, wenn man einen Kurzfilm über den Tagesablauf an der HAW betrachten könnte. Zusammen geschritten aus verschiedenen

- Vorlesungen an einem Tag und weiteren Kurzinterviews der Studierenden und Professoren... (HAW-Navigators Maschinenbau und Produktion).
- >> Mir gefiel erst einmal sehr, dass Sie überhaupt solche Studienberatung angeboten haben. Leider findet man bei anderen Hochschulen nicht solche Studienberatung. Es ist zwar zeitintensiv, aber ich denke nach dem Selbsttest kann sich man gut selber einschätzen. (HAW-Navigators Wirtschaft).
- >> Insgesamt hat mir ihr virtuelles Studienberatungs-Angebot gut gefallen, nur die Ergebnisse des Selbsttests konnten ausführlicher dargestellt werden. (HAW-Navigators Medientechnik und Media Systems).
- >> Ich fand die Interviews sehr interessant, da man so einen viel besseren Eindruck des Studentenlebens erhält und auch schon Einblicke in die späteren beruflichen Perspektiven bekommt. Und das direkt von der Position der betreffenden Person! Außerdem fand ich es sehr gut schon einmal ein paar Aufgaben zu machen. So kann man schon mal sehen was einen ungefähr erwartet. (HAW-Navigators Ökotoxikologie).
- >> Die Multimediales haben mich sehr angezogen. Meiner Meinung nach könnte man 2 Videos mehr machen und zwar von Absolventen bei ihrer täglichen Arbeit (HAW-Navigators Maschinenbau und Produktion).

Fazit

Die HAW Hamburg verfolgt mit den HAW-Navigatoren verschiedene Ziele. Studieninteressierte sollen vor ihrer Bewerbung für einen Studienplatz informiert werden, was sie im Studium erwartet und was nicht. Studienbewerber sollen aufgrund einer verbesserten Selbstausswahl dazu in der Lage sein, ihre Studienentscheidung zu verbessern. Auf dieser Weise soll der individuelle und auch der allgemeine Studienerefolg verbessert werden. Diese Ziele wurden, soweit sich dies aus heutiger Sicht beurteilen lässt, zufriedenstellend erfüllt. Für eine abschließende Aussage darüber, ob die virtuelle Studienberatung der HAW-Navigatoren eine messbare Wirkung hinsichtlich der Senkung von Studien-Abbruchquoten respektive einer Erhöhung des allgemeinen Studenerfolgs hat, sind weitere Analysen über einen längeren Zeitraum nötig.

Laut dem 7. HRGÄndG ist es Aufgabe der Hochschulen alle Chancen zu nutzen, um die Studienterfolgsrate zu erhöhen. Diese Aufgabe erfüllt die HAW Hamburg durch die HAW-Navigatoren. Die Schwerpunkte, die die HAW Hamburg in ihrer Lehre setzt können durch das Instrument HAW-Navigators und die daraus resultierende Marketingwirkung profitiert werden.

Die Ergebnisse der Evaluation der einzelnen Navigatoren deuten darauf hin, dass auch aus Sicht der Studienbewerber der HAW-Navigators ein sinnvolles und gewinnbringendes Instrument ist.

Literatur

- HEINL, C., BREEDIS, K., DIEB, H.-J., HAASE, K. & TROST, G. (2006). *Auswahl- und Eignungsfeststellungsverfahren beim Hochschulzugang in Deutschland und ausgewählten Ländern. Eine Beratungsforschung* (HIS-Kurzinformation Nr. A3/2006). Hannover: Hochschul-Informations-System.
- HELL, B., TRAPMANN, S., WEGMANN, S., HEIN, J.O. & SCHULZ, H. (2005, September). *Die Validität von Prädiktoren des Studien Erfolgs – eine Metaanalyse*. Vortrag auf der 4. Tagung der Fachgruppe Arbeits- und Organisationspsychologie der Deutschen Gesellschaft für Psychologie, Bonn.
- HEUBLEIN, U., SPANGENBERG, H. & SOMMER, D. (2003). *Ursachen der Studienabbruchs – Analyse 2002*. Hannover: Hochschul-Informations-System.
- LEWIN, D. & LISCHKA, I. (2004). *Passfähigkeit beim Hochschulzugang als Voraussetzung für Qualität und Effizienz von Hochschulbildung* (Arbeitsberichte 6/04). Wittenberg: Hof – Institut für Hochschulforschung an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg.
- PHILLIPS, J.M. (1998). Effects of Realistic Job Previews on Multiple Organizational Outcomes: A Meta-Analysis. *Academy of Management Journal*, 41, 673-690.
- REURICH, A. et al (2006). *HEAP – Hochschul-E-Assessment-Projekt*. Unveröffentlichter Abschlussbericht.
- SEILAND, B. (2002). Verhaltensprävention – ein unverzichtbarer Schritt. Wie können Präzisionen ihre Gesundheit und Leistungsfähigkeit fördern? *Pädagogik*, 54, 7-8, 22-28.
- WISSENSCHAFTSRAT (2004). *Empfehlungen zur Reform des Hochschulzugangs* (Drucksache 59/2004). Berlin: Autor.