

HAW-Navigator: Internetbasierte Studienberatungen und SelfAssessments als Instrument der Studierendenauswahl

Joachim Diercks, Kristof Kupka – CYQUEST GmbH

Hintergrund: Studierendenauswahl ja. Aber wie?

Im Zuge der allgemeinen Bemühungen zur Erhöhung des Studienerfolgs werden momentan unterschiedliche Ansätze der Studierendenauswahl diskutiert. Dabei stellen sich immer wieder drei Fragen:

- Wie lässt sich der Auswahlprozess effizient, d.h. zielführend und gleichzeitig ressourcenschonend durchführen?
- Machen Auswahltests (z.B. allgemeine oder spezifische Studierfähigkeitstests) die Auswahl überhaupt substanziell besser – zumindest gemessen an ihrem beträchtlichen Durchführungsaufwand?
- Wie sollte ein Auswahlprozess gestaltet sein, um gleichzeitig positiv die *Profilbildung* der Hochschule zu unterstützen?

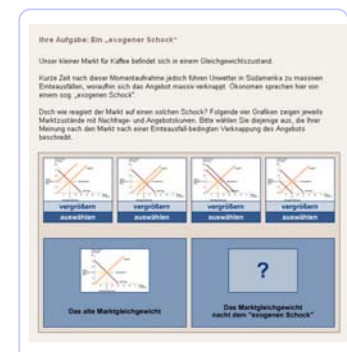
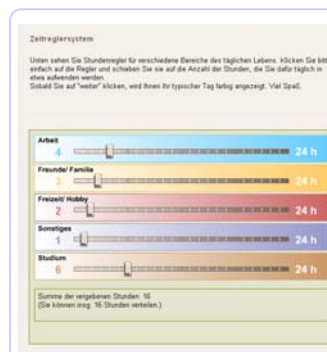
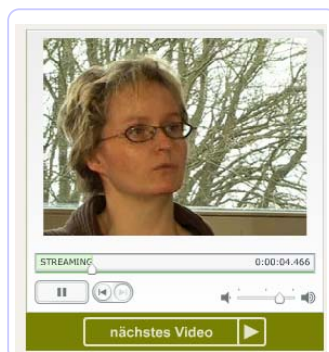
Heine et. al. (2005) identifizieren im Wesentlichen drei Gründe für unzureichenden Studienerfolg (z.B. hohe Abbruch- und Fachwechselquoten, Hochschulwechsel, lange Studienzeiten):

1. Informationsdefizite, z.B. in Bezug auf die Wahl und Gestaltung des Studiums / der Studienschwerpunkte oder die Planung des Studienverlaufs
2. Sachfremde Kriterien der Hochschulwahl, z.B. in Bezug auf die Gegebenheiten des Hochschulorts (Nähe Heimort, Lebensbedingungen, Partner / Eltern etc.) oder kulturelle Aspekte (Freizeitangebot, Atmosphäre etc.)
3. Kenntnis- und Kompetenzdefizite, z.B. in Bezug auf mathematische Kenntnisse, politisches Grundwissen, Naturwissenschaften oder Techniken wissenschaftlichen Arbeitens

Es zeigt sich, dass zwei wesentliche Gründe für unzureichenden Studienerfolg (Informationsdefizite und sachfremde Kriterien der Hochschulwahl) durch Eignungstests so gut wie gar nicht angegangen werden.

Virtuelle Studienberatung und SelfAssessment statt Eignungstests

Die Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg geht vor diesem Hintergrund den Weg der **virtuellen Studienberatung mit SelfAssessment 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. zur Berufswelt, der Studienorganisation, Studienkultur oder benötigten Fachkenntnissen des jeweiligen Studiengangs. Ein großer Teil der Inhalte wird dabei in Form von Übungen und rückmeldenden Aufgaben vermittelt, um dem Interessenten ein möglichst hohes Maß an **Selbstselektionsfähigkeit** zu ermöglichen.

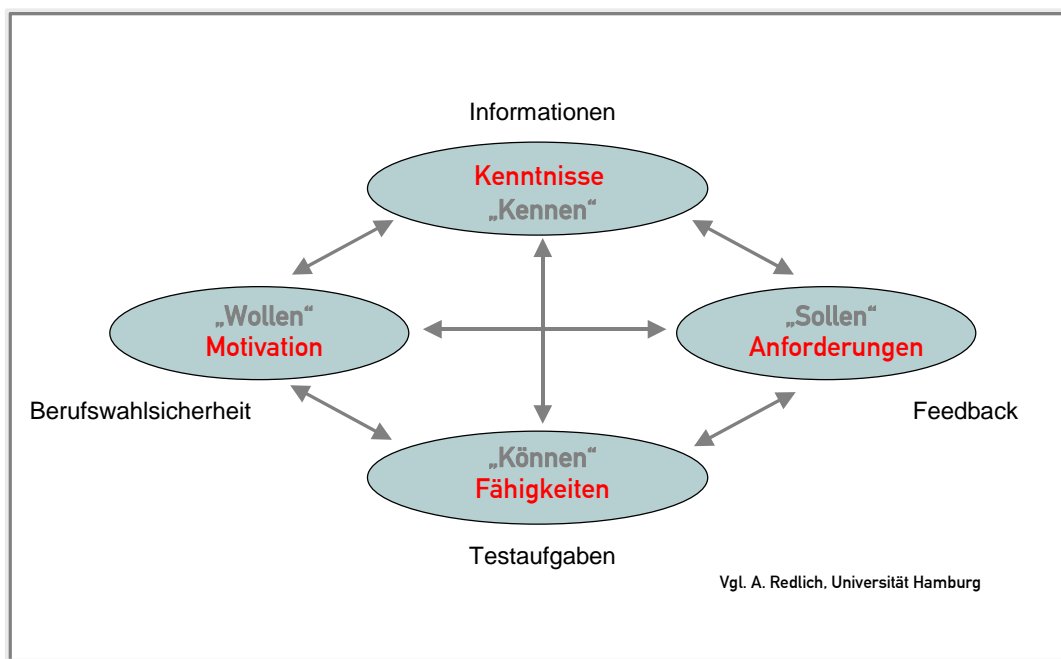


Es wird deutlich, dass die virtuellen Beratungsmodulare des HAW-Navigators VOR der eigentlichen Bewerbung ansetzen. Es wird nicht als gegeben genommen, welche Personen sich für einen Studiengang bewerben, um diese Bewerber dann zu testen. Im Gegenteil: Es wird aktiv darauf

eingewirkt, dass von vornherein möglichst passende Kandidaten in ihrem Bewerbungswunsch angezogen und bestärkt werden, während sich unpassende Kandidaten möglicherweise eher abgeschreckt fühlen.

Der Wirkungshebel der virtuellen Studienberatung ist in erster Linie die Erhöhung des Anteils passender Kandidaten unter den Bewerbern („Erhöhung der Grundquote“), nicht primär die Verbesserung der Validität der Fremdauswahl, die sich aufgrund der hohen Prognosegüte der Abiturnote nur relativ gering weiter verbessern lässt.

Der Ansatz der HAW-Navigatoren basiert auf dem „Vier-Welten-Modell“ des „Kennen-Können-Wollen-Sollen“ nach Redlich (2005). Hiernach stellen Fähigkeiten, die sich u.U. über den Einsatz von Auswahltests überprüfen lassen, lediglich einen von vier wichtigen Bereichen einer „richtigen Studienwahl“ dar. Für eine umfassende, langfristig erfolgreiche Studienwahlentscheidung ist jedoch die Berücksichtigung aller vier Bereiche notwendig und wichtig.



Das Forschungsprojekt „HEAP“

Auf dem gleichen theoretischen Ansatz basierend wurde 2005 unter der wissenschaftlichen Leitung von Alexander Redlich und Rolf Schulmeister in Hamburg das Forschungsprojekt „HEAP - Hochschul E-Assessment Projekt“ durchgeführt. HEAP war hochschulübergreifend angelegt und umfasste fünf Studiengänge aus drei Hamburger Universitäten:

- Universität Hamburg: Fachbereiche Psychologie und Wirtschaft
- TU Harburg: Telematik und Informatik
- HAW Hamburg: Maschinenbau und Produktion

CYQUEST war als Umsetzungspartner maßgeblich an der Realisierung der HEAP-Module beteiligt.

Die ersten HEAP-Erkenntnisse legen den Schluss nahe, dass eine verbesserte Information und die Möglichkeit zur Selbsttestung VOR der eigentlichen Bewerbung zu einer möglicherweise besseren Studienwahl führen (Abschlussbericht HEAP, 2006).

Die „HAW-Navigatoren“

Gemeinsam mit CYQUEST wurden daraufhin an der HAW zum Start des Bewerbungsprozesses für das WS 06/07 virtuelle Studienberatungsangebote für die drei folgenden Studiengänge realisiert:

- Hochschulübergreifender Studiengang Hamburger Wirtschaftsingenieurwesen (HWI)
- Studiengang Soziale Arbeit / Sozialpädagogik
- Studiengang Pflegeentwicklung und Management

Die Teilnahme an den virtuellen Studienberatungsangeboten wird entweder mit einem Bonus in einem Punktesystem verbucht. Oder sie ist als verpflichtender Bestandteil in den Bewerbungsprozess für die Studiengänge integriert. Das heisst eine Bewerbung um einen Studienplatz ist nicht vollständig, wenn das jeweilige Modul des HAW-Navigators nicht mindestens einmal komplett durchlaufen wurde.

Im Zeitraum zwischen dem 01. Juni und 15. Juli 2006, also der Bewerbungsfrist für das WS 06/07, nahmen insg. 3.201 Personen an einem der HAW-Navigatoren teil, von denen 2.207 Personen (68,9%) die jeweiligen Angebote vollständig durchlaufen haben. Dies ist als ein hoher Wert an „Durchspielen“ zu werten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das Angebot im Internet frei zugänglich ist und daher neben den Studieninteressierten auch weitere Personen die Module bearbeitet haben.

Im Rahmen der Evaluation der HAW-Navigatoren wurden die Teilnehmer zum Abschluss der jeweiligen Beratungsangebote gebeten, das jeweilige Angebot zu bewerten. Im Mittelpunkt dieser Befragung standen dabei explizit Aspekte der „Studienwahlsicherheit“ 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 die unterschiedlichen HAW-Navigatoren einen Effekt auf das Image des jeweiligen Studiengangs bzw. der HAW Hamburg insgesamt hatten und somit auch – im Sinne eines Marketinginstruments – zur Profilbildung beitragen.

Die detaillierte Darstellung der Evaluationsergebnisse kann bei der HAW oder bei CYQUEST angefordert werden. Nachfolgend sind aber einige ausgewählte Befragungsergebnisse wieder gegeben:

- In der Gesamtbewertung wurden die Beratungsangebote mit "gut" bis "sehr gut" bewertet. Die Durchschnittsnoten (Schulnotenskala) lagen bei 1,88 (SOAP - Soziale Arbeit und Pflege) bzw. 1,93 (HWI - Hamburger Wirtschaftsingenieurwesen).
- Die Beratungsqualität wurde als sehr hoch eingestuft. Der Frage, ob die Teilnehmer durch die virtuelle Beratung etwas Neues über das jeweilige Studium erfahren haben, stimmten 93% (HWI) bzw. 89% (SOAP) zu.
- Die Informationsqualität wurde ebenfalls als sehr hoch eingestuft. So wurden innerhalb des HAW-Navigators für den Bereich SOAP die Teilnehmer vorher gebeten zu formulieren, was sie vom Navigator erwarten bzw. welche Fragen sie klären wollen. Nach der Bearbeitung des HAW-Navigators wurde dann gefragt, ob bzw. wie gut diese Erwartungen und Fragen beantwortet wurden. Hier gaben 80% an, dass ihre Fragen gut oder sehr gut geklärt wurden.
- Auch der Gestaltungsaspekt wurde stark positiv bewertet: Sowohl hinsichtlich des Umfangs als auch der multimedialen Umsetzung stufte sowohl beim HWI als auch bei SOAP jeweils eine deutliche Mehrheit das Beratungsangebot als "genau richtig" ein.
- Schließlich zeigte sich auch die Marketingwirkung der Angebote. Sowohl im HWI (knapp 79%) als auch bei SOAP (knapp 74%) gab eine deutliche Mehrheit an, dass ihr Image vom jeweiligen Studiengang eher oder deutlich positiv beeinflusst wurde. Einen eher negativen Einfluss hatte es hingegen nur bei 2% (HWI) bzw. 0,7% (SOAP).

Demoversionen der HAW-Navigatoren sind im Internet frei zugänglich:

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/pm.

Um Zugang zu den Beratungsmodulen zu erhalten, bitte jeweils oben rechts auf „Login“ klicken und folgende Zugangsdaten eingeben:

E-Mailadresse: „**gast@cyquest.net**“

Passwort: „**gast**“.