



Queraufstieg Berlin
Beratungsnetzwerk
Berufsbildung
für Studienaussteiger/innen



Forschungsinstitut
Betriebliche Bildung



Sabrina Anastasio, Lorenz Holthusen, Nadja Konrad, Sylvia Lietz, Christina Mangum,
Gregor Wendler, Franziska Wildner, Barbara Kiepenheuer-Drechsler

Studienabbrecher/innen als Zielgruppe der Beratung und Öffentlichkeitsarbeit

Beiträge aus dem Projekt „Queraufstieg Berlin“

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

UNTERSTÜTZT VON

be **min** Berlin

Senatsverwaltung
für Integration, Arbeit
und Soziales

DURCHGEFÜHRT VOM



Forschungsinstitut
Betriebliche Bildung



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Impressum

f-bb-online

Schriftenreihe des Forschungsinstituts Betriebliche Bildung (f-bb)

ISSN 2197-8026

Herausgegeben von

Susanne Kretschmer und Dr. Iris Pfeiffer

Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb) gGmbH

Rollnerstraße 14

90408 Nürnberg

www.f-bb.de

Das Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb) arbeitet seit 2003 an der Weiterentwicklung des Systems der beruflichen Bildung durch Forschung in Deutschland und international. Das Leistungsspektrum umfasst die Durchführung von Modellversuchen, Gestaltungs- und Transferprojekten, die wissenschaftliche Begleitung von Förderprogrammen, die Evaluation von Verordnungen und Maßnahmen sowie die Umsetzung von Fallstudien, empirischen Erhebungen und Analysen.

Autorinnen und Autoren

Sabrina Anastasio, Lorenz Holthusen, Nadja Konrad, Sylvia Lietz, Christina Mangum, Gregor Wendler, Franziska Wildner, Barbara Kiepenheuer-Drechsler

Diese Publikation ist frei verfügbar zum Download

unter wbv-open-access.de

2020 wbv Publikation

ein Geschäftsbereich der wbv Media GmbH & Co. KG, Bielefeld

Gesamtherstellung

wbv Media GmbH & Co. KG, Bielefeld

wbv.de

Bildnachweis

Titelbild: Shutterstock/AlisaRut

Erscheinungsjahr

2020

DOI: 10.3278/6004808w

Diese Publikation ist frei verfügbar zum Download

unter <https://www.f-bb.de/informationen/publikationen/>

Zitiervorschlag

Anastasio, S. et al. (2020)

Studienabbrecher/innen als Zielgruppe der Beratung und Öffentlichkeitsarbeit.

Beiträge aus dem Projekt „Queraufstieg Berlin“

f-bb-online 03/2020

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) fördert an ausgewählten Hochschulstandorten vier „Leuchtturmprojekte Studienabbruch“ im Rahmen der Bund-Länder-Vereinbarung zur Initiative „Bildungsketten“. Für Berlin ist das f-bb mit der Umsetzung des Projekts „Queraufstieg Berlin – Beratungsnetzwerk Berufsbildung für Studienaussteiger/innen“ betraut.



Diese Publikation mit Ausnahme des Coverfotos ist unter folgender Creative-Commons-Lizenz veröffentlicht:
creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/de

Für alle in diesem Werk verwendeten Warennamen sowie Firmen- und Markenbezeichnungen können Schutzrechte bestehen, auch wenn diese nicht als solche gekennzeichnet sind. Deren Verwendung in diesem Werk berechtigt nicht zu der Annahme, dass diese frei verfügbar seien.

Inhalt

Grußwort

*Margrit Zauner, Leiterin der Abteilung Arbeit und Berufliche Bildung
bei der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales Berlin* **3**

Vorwort

*Susanne Kretschmer, Geschäftsführerin Forschungsinstitut
Betriebliche Bildung (f-bb)* **5**

Einleitung

Sabrina Anastasio (f-bb) **7**

Mit Öffentlichkeitsarbeit zu mehr Beratung? Wie Studienabbrecher/innen in Berlin angesprochen werden können

Gregor Wendler (f-bb) **10**

Studienabbrecher/innen und Studienzweifler/innen als Zielgruppe der Berliner Beratung

Lorenz Holthusen, Nadja Konrad, Sylvia Lietz, Christina Mangum (f-bb) **32**

Studienzweifel frühzeitig erkennen und helfen: Frühwarnsysteme an Hochschulen

Nadja Konrad, Franziska Wildner (f-bb) **50**

Schlussbemerkung

Sabrina Anastasio (f-bb) **70**

Grußwort

Die Durchlässigkeit von der Hochschul- in die Berufsbildung ist nicht nur ein arbeitsmarktpolitisches, sondern auch ein gesellschaftliches Thema. Obwohl Studienabbrüche längst keine Ausnahme mehr bilden, werden unorthodoxe Bildungsverläufe noch immer als Makel eingestuft. Viele Studienabbrecher/innen sind diesem Druck nicht gewachsen und kämpfen mit dem Tabu des Scheiterns. Die Gründe für einen Studienabbruch sind vielfältig: Das ausgewählte Studienfach war eine Fehlentscheidung, Probleme mit der neuen Lebenssituation am Hochschulort, aber natürlich auch familiäre Umstände, Krankheit oder Geldsorgen. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Personen, die zwar in der aktuellen Situation unzufrieden sind, sich aber für den Wechsel der Hochschule oder die Wiederaufnahme des Studiums zu einem späteren Zeitpunkt entscheiden. Bei allen Hürden, die sich vor der zweifelnden Person auftun, gilt es, Perspektiven aufzuzeigen und den Prozess in Richtung Neuanfang zu begleiten.

Um Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen den Weg in die Berufsausbildung zu ebnen, hat das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) ein breites Konzept entwickelt. Dieses umfasst einerseits Maßnahmen, die bundesweit wirken sollen, wie beispielsweise das Webportal www.studienabbruch-und-dann.de, das Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen allgemeines Hintergrundwissen über Motive für Studienzweifel und Perspektiven nach einem Studienabbruch aufzeigt.¹ Andererseits sieht es aber auch Förderprogramme für die Bundesländer vor, um mit eigenen Maßnahmen das Potenzial von Studienabbrecher/innen als eine Antwort auf den regionalen Fachkräftebedarf zu nutzen. Im Rahmen der Initiative Bildungsketten, die die Förderinstrumente vom Bund, der Bundesagentur für Arbeit und den Ländern miteinander verzahnt, wurde auch mit Berlin eine landesspezifische Vereinbarung zum Übergang Schule – Beruf geschlossen.² Auf Grundlage dieser Vereinbarung fördert das BMBF an ausgewählten Hochschulstandorten „Leuchtturmprojekte Studienabbruch“. Für Berlin setzt das Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb) das von der Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales (SenIAS) unterstützte Leuchtturmprojekt unter dem Titel „Queraufstieg Berlin – Beratungsnetzwerk Berufsbildung für Studienaussteiger/innen“ um.

1 Pressemitteilung „Studienabbruch – und dann? Quelle: <https://www.bmbf.de/de/Studienabbruch-und-dann-3131.html>, zuletzt abgerufen am 18.06.2020.

2 Vereinbarung zur Durchführung der Initiative „Abschluss und Anschluss – Bildungsketten bis zum Ausbildungsabschluss zwischen dem Bund und dem Land Berlin, unterzeichnet 2017/2018, Quelle: https://www.bildungsketten.de/_media/Bildungsketten_Vereinbarung_Berlin.pdf, zuletzt abgerufen am 18.06.2020.

Trotz wachsender Überschneidungen der Bereiche der beruflichen und akademischen Bildung bleibt es schwierig, zwischen den beiden Bildungssektoren zu wechseln und dabei vorherige Lernleistungen angerechnet zu bekommen. Das Projekt „Queraufstieg Berlin“ will aufzeigen, welche Karrierewege Studienaussteiger/innen in der beruflichen Bildung haben. Das (frühzeitige) Aufzeigen von Alternativen zum Studium und somit die Förderung der Durchlässigkeit zwischen den beiden Bildungsbereichen leistet außerdem einen wichtigen Beitrag zur Begegnung des Fachkräftemangels.

Aus der Praxis ist bekannt, dass viele Studienabbrecher/innen nach einer Beratung, die ihre Erwartungshaltung nicht erfüllt, keine weitere Beratung in Anspruch nehmen. Auch hier setzt das Projekt „Queraufstieg Berlin“ an: Auf dem Webportal werden die Beratungsangebote transparent aufgelistet und durch ein Kurzprofil vorgestellt. Ratsuchende sehen bereits vor dem ersten Kontakt, welches Angebot für ihr persönliches Anliegen die passende Unterstützung bietet. Gleichzeitig wird das Netzwerk der Beratungsanbieter deutlich, in dem bei Bedarf weitervermittelt werden kann.

Mit der vorliegenden Publikation soll ein Blick zurückgeworfen und aufgezeigt werden, welche Fortschritte im Rahmen der Projektarbeit zur Unterstützung und Begleitung von jungen Menschen in der Umbruchphase vom Studium in die Berufsausbildung erreicht werden konnten. Die Beiträge richten sich sowohl an Mitarbeiter/innen von Beratungseinrichtungen, an Wissenschaftler/innen als auch an ein breites Fachpublikum.

*Margrit Zauner,
Leiterin der Abteilung Arbeit und Berufliche Bildung bei der Senatsverwaltung
für Integration, Arbeit und Soziales Berlin*

Vorwort

In der Studie des Deutschen Zentrums für Hochschul- und Wissenschaftsforschung (DZHW) wurde festgestellt, dass nur die Hälfte der Studienabbrecher/innen Beratungsangebote in Anspruch nehmen und sich somit nicht über die relevanten Unterstützungsangebote bewusst sind. Das entspricht der Quote an Studierenden, die Beratungsangebote wahrnehmen und ihr Studium nicht abbrechen (vgl. Heublein et al. 2017, S. XI).³ Hier setzt das Projekt „Queraufstieg Berlin“ an. Die darin entwickelten Maßnahmen und Aktivitäten zielen darauf ab, bestehende Beratungsangebote für Studierende mit Studienzweifel und Studienabbruchgedanken besser sichtbar zu machen. So soll es gelingen, Studierende, die das Studium abbrechen möchten, möglichst frühzeitig über Alternativen zu informieren und einen schnellen Übergang in die Berufsausbildung zu unterstützen. Darüber hinaus sollten bestehende Strukturen in der Berliner Beratungslandschaft weiterentwickelt und Kooperationen nachhaltig verankert werden. Während der fünfjährigen Projektlaufzeit von 2016 bis 2020 zeigte sich: Der Ansatz war richtig. Berliner Beratende haben hohen Bedarf am Austausch zur Zielgruppe Studienzweifler/innen und -abbrecher/innen. Mit dem Projekt konnte dazu beigetragen werden, dass die Beratung sich stärker auf die speziellen Herausforderungen aber auch auf die Stärken der Zielgruppe einlässt und die Beratungsqualität zunimmt. Gleichzeitig können die Beratungseinrichtungen nur so erreichen, dass die Zielgruppe das Angebot auch für sich annimmt. Dies wiederum trägt dazu bei, dass Studienabbrecher/innen zeitnah und orientiert aus der Umbruchphase einen Neuanfang in der Berufsausbildung gestalten.

„Queraufstieg Berlin“ schafft Räume für Berliner Beratungseinrichtungen, sich als Netzwerk für Studienabbruch zu verstehen und gibt Gelegenheit, sich mit der Zielgruppe und den Perspektiven nach einem Studienabbruch auseinanderzusetzen. In über 20 Veranstaltungen, Workshops und Fachgesprächen haben sich Beratende von unterschiedlichen Beratungsanbietern zwischen 2016 und 2020 mit der Zielgruppe der Studienzweifler/innen und -abbrecher/innen beschäftigt. Zudem wurden bedarfsorientiert neue Formate entwickelt, um Beratende bei ihrer Beratungstätigkeit zu unterstützen. Besonders erfolgreich war die Reihe „Betriebs- und Berufserkundungen“: Mit den Veranstaltungen wurde die Vernetzung zwischen Beratungseinrichtungen und Unternehmen bzw. Ausbildungszentren (Verbundausbilder, Innungen) ausgebaut und intensiviert. In Zusammenarbeit

3 Heublein et al. 2017: Ulrich Heublein, Julia Ebert, Christopher Hutzsch, Sören Isleib, Richard König, Johanna Richter, Andreas Woisch (2017): Zwischen Studierenerwartungen und Studienwirklichkeit. Ursachen des Studienabbruchs, beruflicher Verbleib der Studienabbrecherinnen und Studienabbrecher und Entwicklung der Studienabbruchquote an deutschen Hochschulen. Forum Hochschule 1/2017. Hannover. <https://www.dzhw.eu/pdf/fh/fh-201701.pdf>

mit einzelnen Betrieben und Einrichtungen konnte den Beratenden ein Überblick zu für die Zielgruppe interessanten Berufsfeldern und Berufen sowie ein vertiefter Einblick in Ausbildung und Arbeitspraxis gegeben werden. Neben einem Betriebsrundgang wurden auch Studienabbrecher/innen in das Format eingebunden. Durch die eigenen Erfahrungen vor Ort, können Beratende passgenaue Empfehlungen geben.

Die Schnittstelle zwischen Beratung und Zielgruppe lag im Fokus des Projekts „Queraufstieg Berlin“ und soll nun auch in dieser Publikation anhand dreier unterschiedlicher Blickwinkel aufgegriffen werden. Der erste Beitrag ist ein retrospektiver Blick auf die Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen des Projekts. Im zweiten Beitrag wird die Perspektive der Berliner Beratenden hinzugezogen, die in den vergangenen Jahren die Zielgruppe Studienabbrecher/innen immer stärker fokussiert haben. Instrumente zur Erkennung und Vermeidung von Studienabbrüchen an Hochschulen werden im dritten Beitrag näher untersucht.

*Susanne Kretschmer,
Geschäftsführerin Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb)*

Einleitung

Sabrina Anastasio

Angesichts des auch in Berlin bestehenden Fachkräftemangels in manchen Branchen und Berufen stellt die Beratung von Studienabbrecher/innen über Berufschancen im Rahmen einer dualen Ausbildung ein wichtiges Instrument zur Fachkräftesicherung dar. Denn die duale Berufsausbildung ist für viele Betriebe und Organisationen nach wie vor ein wichtiger Weg zur Gewinnung neuen Personals. Ein Drittel der Studierenden eines Jahrgangs bricht das Studium vorzeitig ab. Unter Zuhilfenahme bundesweiter Vergleichsdaten, mit einer Abbruchquote über alle Hochschularten hinweg von 28 Prozent⁴ (vgl. Heublein et al. 2017, S. 5), beläuft sich die Zahl an Studienabbrecher/innen für Berlin demzufolge auf rund 10.200 Personen. Untersuchungen „[zur] Attraktivität der beruflichen Bildung von Studienabbrecherinnen und Studienabbrechern“ zeigen, dass diese Personen in der beruflichen Ausbildung einen alternativen Karriereweg sehen (vgl. Heublein et al 2018, S. 5).⁵ Gerade für kleine und mittlere Unternehmen sind Studienabbrecher/innen eine interessante Zielgruppe, denn sie sind mit ihrem theoretischen Vorwissen und der im Studium gesammelten Lebenserfahrung vielfach Leistungsträger eines Ausbildungsjahrgangs und verfügen über gute Aufstiegschancen.

Das Projekt „Queraufstieg Berlin“ begleitet und unterstützt seit 2016 den Umstieg vom Studium in die Berufsausbildung. Eine herausfordernde Aufgabe war dabei, die Vielzahl der Akteure in der Berliner Beratungslandschaft – Hochschulen, Kammern, Agentur für Arbeit, Jugendberufsagentur, Beratung zu Bildung und Beruf – zu strukturieren und Studienabbrecher/innen die von diesen Akteuren angebotenen Beratungsmöglichkeiten über ein Webportal (www.queraufstieg-berlin.de) zugänglich zu machen. Ziel ist es, Orientierung in einer Phase des persönlichen Umbruchs zu bieten. Die landesweite zentrale und virtuelle Dienst-

4 Heublein (2017): DZHW-Studie, Zitat: „Die Studienabbruchquote für die deutschen Studienanfängerinnen und Studienanfänger der Jahrgänge 2012/2013 (Bezugsjahrgang: Absolventen und Absolventinnen 2016) in einem Bachelorstudium über alle Hochschularten und Fächergruppen liegt bei 28 %.“ Abgerufen am 29. Mai 2020 über https://www.dzhw.eu/pdf/21/Studienabbruchquoten_absolventen_2016.pdf.

5 Heublein et al. (2018): Die Attraktivität der beruflichen Bildung bei Studienabbrecherinnen und Studienabbrechern, Band 18 der Reihe Berufsbildungsforschung. Zitat: „Mehr als 70 % der Studienabbrecherinnen und Studienabbrecher denken ernsthaft über eine Berufsausbildung nach, zwei Drittel dieser Exmatrikuliertengruppe nimmt dann eine Berufsausbildung auf. Dabei muss allerdings beachtet werden, dass einige Studienabbrecherinnen und Studienabbrecher sich zu einer Berufsausbildung entschließen, ohne dass sie dies vorher erwogen hätten.“ Abgerufen am 29. Mai 2020 über https://www.dzhw.eu/pdf/21/Berufsbildungsforschung_Band_18.pdf.

leistungs- und Servicestelle „Queraufstieg Berlin“ zielt darauf ab, die beratenden Akteure zusammenzuführen und durch eine koordinierte Öffentlichkeitsarbeit zu unterstützen. Im Zentrum dessen stand der Aufbau eines Webportals. Dieses enthält unter anderem einen Beratungsnavigator, der die vielfältigen Beratungsangebote bündelt, systematisiert und damit für Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen mehr Transparenz und Orientierung schafft.

„Queraufstieg Berlin“ verfolgt vor allem drei grundlegende Ziele: Wie beschrieben wird durch das Webportal eine virtuelle Anlaufstelle geschaffen. Außerdem wird der „Diskurs um das Scheitern“ ausgeweitet, indem persönliche Erfahrungen und Entwicklungen von Studienabbrecher/innen aufgezeigt und in einen positiv bewerteten Kontext des „Neuanfangs“ gesetzt werden. Darüber hinaus trägt das Projekt mit der Vernetzung der Beratungsstruktur Berlins dazu bei, dass einzelne Angebote stärker sichtbar sind und Verweisketten gebildet werden können.

Während der Projektlaufzeit wurden zahlreiche Maßnahmen zur Erreichung der Zielgruppe erprobt, z. B. Plakataktionen an Hochschulen, Werbung im ÖPNV oder auch Veranstaltungen wie die „Fuckup Night: Studienabbruch“. Die Hauptaufgabe, Studienzweifler/innen und -abbrecher/innen über die vielfältigen Beratungsangebote in Berlin zu informieren und den Mehrwert einer professionellen Beratung im Rahmen des persönlichen Entscheidungs- und Entwicklungsprozesses im Zusammenhang mit einem Studienabbruch aufzuzeigen, bleibt auch weiterhin bestehen. Es gilt, Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen frühzeitig zu unterstützen, indem Informationen zur Berufsbildung präsentiert sowie die Beratungsangebote bekannt gemacht werden. Zentral ist: Wenn ein Studienabbruch, der aus einer Vielzahl von Gründen resultieren kann, bevorsteht, müssen Studienabbrecher/innen in dieser vulnerablen Position des Selbstzweifels oder der Orientierungslosigkeit angesprochen werden.

Diese Publikation betrachtet die Zielgruppe der Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen aus drei unterschiedlichen Perspektiven. Die Öffentlichkeitsarbeit des Projekts „Queraufstieg Berlin“ wird im ersten Beitrag hinsichtlich der Kampagnenarbeit sowie der Pilotierung verschiedener Formate veranschaulicht und untersucht, um Aufschluss über ihre Tragweite und ihren Erfolg bzw. Misserfolg zu geben. Die Aufteilung des Beitrages richtet sich nach den Produkten und deren Vermarktung, wobei das Webportal stets der zentrale Bezugspunkt bleibt und auf crossmediale Verknüpfungen eingegangen wird. Auch werden Lehren aus der Projektarbeit gezogen – so wird z. B. auf die Konzeption eines Podcasts und eines Chatbots eingegangen. Die alles umfassende Frage bleibt, weshalb Studienabbrecher/innen durch einige Medien besser und durch andere schlechter erreicht werden.

Im zweiten Beitrag steht die Perspektive der Berliner Beratenden im Mittelpunkt. Aufgrund zahlreicher vom BMBF geförderter Projekte auf Landes- und Bundesebene, die für die Zielgruppe sensibilisieren, den Studienabbruch entstigmatisieren und die Potenziale von Studienabbrecher/innen hervorheben, findet das Thema stetig mehr Interesse bei Beratungsanbietern. Es werden erfolgreiche Beratungsansätze und -standards dargestellt, die sich auf Interviews mit Vertreter/innen aller Beratungsbereiche in Berlin stützen. Dabei wird zum einen auf Studienabbrecher/innen als Zielgruppe der Beratung und zum anderen auf den eigentlichen Beratungsprozess und die Erfahrungen daraus eingegangen.

Der dritte Beitrag setzt früher an und nimmt den Studienzweifel in den Blick. Schon während des Studiums gibt es Möglichkeiten, bei ersten Unsicherheiten gegenzusteuern und verschiedene Perspektiven aufzuzeigen. Dazu gehören die Weiterführung des Studiums, ein Fachwechsel oder eine vorzeitige Beendigung des Studiums. Die Instrumente zur Erkennung und Vermeidung von Studienabbrüchen sind an den Hochschulen allgemein unterschiedlich stark ausgeprägt. Zukünftig kommt ihnen jedoch eine große Bedeutung zu: Durch weitreichende Änderungen im Hochschulpakt III⁶ und der Folgevereinbarung wirken sich hohe Studienabbruchquoten seit dem Jahr 2016 negativ auf die finanzielle Ausstattung der Hochschulen aus und zwingen sie zum Handeln. Durch ein Monitoring der Studienverläufe können sogenannte Frühwarnsysteme auf eine Abbruchgefährdung hinweisen. Die Studierenden werden im Anschluss auf die Situation aufmerksam gemacht und auf entsprechende Hilfen hingewiesen. Der Beitrag stellt Aufwand und Nutzen von Maßnahmen zur Früherkennung dar und untermauert diese mit Beispielen aus der Praxis.

6 Es wurde vereinbart, dass künftig zehn Prozent der Bundes- und Landesmittel von den Hochschulen für Maßnahmen verwendet werden müssen, um Studierende zu einem erfolgreichen Abschluss zu führen (vgl. Verwaltungsvereinbarung zwischen Bund und Ländern gemäß Artikel 91b Abs. 1 Nr. 2 des Grundgesetzes über den Hochschulpakt 2020 (2014), § 1, Nr. 3).

Mit Öffentlichkeitsarbeit zu mehr Beratung? Wie Studienabbrecher/innen in Berlin angesprochen werden können

Gregor Wendler⁷

Studienzweifler/innen befinden sich in einer schwierigen Situation. Aufgrund des dominanten Paradigmas, das einen Studienabbruch als Scheitern stigmatisiert, wenden sich Studienzweifler/innen zumeist nicht an ihr direktes Umfeld. Gegenüber Kommiliton/innen, Familie und Freund/innen möchten sie sich häufig nicht direkt offenbaren. Ein aktiver Umgang mit der unbefriedigenden Situation erfolgt oft erst dann, wenn Studienzweifler/innen sich öffnen und ihre Zweifel im Gespräch thematisieren. Natürlich gibt es auch Ausnahmen – Personen, die sich selbst reflektieren und dann entscheiden, einen Abbruch zu vollziehen. Je später die Zweifel auftreten, desto schwieriger fällt die Entscheidung zum Abbruch, da bereits viel Zeit und Engagement in das Studium geflossen sind. Dies führt oft dazu, den Abbruch weiter zu verzögern oder gar nicht zu vollziehen, obwohl die Person weiterhin unzufrieden ist.

Selbst wenn die Entscheidung für einen Studienabbruch getroffen wurde, werden Beratungsangebote zu Berufsmöglichkeiten nur selten genutzt. Das hat mehrere Gründe: Es gibt zwar ein großes Spektrum an Beratungsangeboten für Studienabbrecher/innen im Land Berlin, aber diese sind zumeist nicht ausschließlich auf diese Zielgruppe ausgerichtet. Im Namen dieser Beratungsangebote kommt das Wort „Studienabbruch“ nicht vor. Dazu kommt eine weitere Fragmentierung, wie beispielsweise die Ansprache einer ganz besonderen Zielgruppe, die wiederum auch eine Teilgruppe der Studienabbrecher/innen sein kann, z. B. bei Frauenberatungsstellen oder Angeboten für Menschen mit Migrationsgeschichte. Die Fülle und der Zuschnitt der Beratungsangebote macht es für Ratsuchende herausfordernd, das passende Angebot zu identifizieren. In Berlin sind im Bereich Studienabbruch und Studienzweifel etwa die Hochschulen, Kammern, Agenturen für Arbeit sowie die Jugendberufsagentur und verschiedene vom Land Berlin geförderte Träger im Berliner Modell „Beratung zu Bildung und Beruf“ aktiv. Im Austausch mit Studienabbrecher/innen stellte „Queraufstieg Berlin“ fest, dass die Qualität der Beratungsangebote ein wichtiges Kriterium für eine nachhaltige Beratung ist: Wenn Studienabbrecher/innen nicht passgenau beraten werden, sehen sie oft von einer weiteren Beratung ab, selbst wenn diese von einer anderen Einrichtung angeboten wird.

7 Unter Mitarbeit von Noreen Gloßmann.

Um die bestehenden Beratungsangebote besser für Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen sichtbar zu machen, wurden die genannten Beratungsanbieter zu Beginn des Projekts im Herbst 2016 eingeladen, ihre kostenfreien Angebote auf dem Webportal von „Queraufstieg Berlin“ vorzustellen. Das Webportal konnte sich damit als zentrale Anlaufstelle für die Zielgruppe im Land Berlin positionieren. Die Website stellt des Weiteren Informationen über die beruflichen Bildungswege in Deutschland bereit. Ein Podcast zum Thema Studienabbruch und Erfahrungsberichte von Studienabbrecher/innen beleuchten darüber hinaus die individuelle Abbruchsituation und den Weg in die berufliche Bildung. Die verschiedenen Kanäle sollten im Ergebnis zum Webportal führen und dieses als digitale Anlaufstelle etablieren. „Queraufstieg Berlin“ ist auf diese Weise zur Marke im Themenfeld Studienabbruch geworden.

Da die Erreichung der Zielgruppe Studienabbrecher/innen und Studienzweifler/innen eine große Herausforderung darstellt, werden im vorliegenden Beitrag die Aktivitäten der Öffentlichkeitsarbeit von „Queraufstieg Berlin“ einzeln und im Zusammenspiel betrachtet und die in diesem Themenfeld besonders erfolgreichen Strategien herausgestellt. Ziele der Öffentlichkeitsarbeit sind, neben dem Erreichen der Zielgruppe, die Verbreitung von Informationen zur Berufsbildung, die Bekanntmachung der bestehenden kostenfreien Beratungsangebote im Land Berlin und die Aufweichung des Paradigmas vom „Studienabbruch als Stigma“.

Im Folgenden werden zunächst das Webportal und die Möglichkeiten der cross-medialen Vernetzung kurz erläutert. Um die Marke „Queraufstieg“ sowie das Webportal zu bewerben, wurde sowohl auf klassisches Offline-Marketing, z. B. Messepräsenz und Verkehrsmittelwerbung, als auch auf eine Online-Bewerbung der Angebote, vorrangig über soziale Medien, gesetzt. Neben der Ausführung zu Maßnahmen und Inhalten des Online-Marketings werden auch Schlussfolgerungen aus der Nutzer/innenstatistik gezogen. Anschließend folgt ein Einblick in die Erprobung innovativer Formate: die „Fuckup Night: Studienabbruch“, die Produktion eines eigenen Podcasts und die Implementierung eines Chatbots auf dem Webportal. Ziel ist die Darstellung der Möglichkeiten und Synergieeffekte einer abgestimmten Öffentlichkeitsarbeit zur Ansprache der schwer erreichbaren Zielgruppe Studienabbrecher/innen.

Webportal

Das Herzstück, in dem sämtliche Informationen von „Queraufstieg Berlin“ zusammenlaufen, ist das Webportal. Es dient als zentrales Leitsystem für Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen und schafft Orientierung über passende Beratungsangebote im Land Berlin. Das Webportal ging zur Eröffnungs-

veranstaltung im Herbst 2016 online. Auf fast 200 Content-Seiten werden neben Informationen zu Beratungsangeboten in Berlin auch Informationen zum Ausbildungs- sowie Weiterbildungssystem aufgezeigt. Es vereint einen Veranstaltungskalender mit Erfahrungsberichten zum Thema Studienabbruch und über 50 Beratungsprofilen. Um die umfangreichen Informationen des Webportals leichter zugänglich zu machen, wurde der **Beratungsnavigator** entwickelt. Dabei handelt es sich um ein Instrument, welches aus der Perspektive von Studienabbrecher/innen zu den Inhalten leitet. Im ersten Schritt werden den Nutzer/innen fünf Fragen aus folgenden Bereichen gestellt: 1) Herangehensweisen nach dem Studienabbruch, 2) Übersicht der Beratungsangebote, 3) Übersicht der Bildungswege, 4) Orientierung anhand der eigenen Kompetenzen sowie 5) die Anerkennung der bereits erzielten Studienleistungen. Das Instrument stellt die Informationen in verkürzter Form dar und leitet auf die ausführlicheren Unterseiten weiter. Mit dem Beratungsnavigator können die wichtigsten Informationen gebündelt dargestellt werden. Ziel ist es, eine Recherche im Falle von Studienzweifeln oder eines Studienabbruchs zu erleichtern. Im Projektverlauf wurde darüber hinaus ein etwas abgewandelter Beratungsnavigator entwickelt, der die besonderen Umstände von internationalen Studierenden mit Studienzweifel und Studienabbruchgedanken aufgreift. Darüber hinaus stehen audiovisuell aufbereitete Medien zur Verfügung, um der Zielgruppe Einblicke in die Perspektiven nach dem Studienabbruch zu bieten. Diese Erklärfilme widmen sich den Problemen, denen Studienabbrecher/innen begegnen (z. B. berufliche Neuorientierung nach einem Studienabbruch), bieten erste Hilfestellungen und sollen zum Aufsuchen einer Beratung ermuntern. Die **Erfahrungsberichte** mit dem Titel „Gesichter und Geschichten“ sowie „Der Studienabbruch Podcast“ stellen den beruflichen und persönlichen Werdegang von Studienabbrecher/innen an authentischen Einzelfällen aus der Peergroup vor. Beruflich erfolgreiche Studienabbrecher/innen geben „Queraufstieg Berlin“ einen Einblick in ihren Arbeitsalltag und unterstützen gleichzeitig das Auszubildenden-Marketing des genannten Unternehmens.

Im Zeitraum von Mai 2017 bis Juli 2020 verzeichnete das Webportal 68.500 Besuche. Im Durchschnitt tätigten die Nutzer/innen während eines Besuchs 2,4 Aktionen. 36 Prozent der Besucher suchten mehrere Seiten auf, luden Informationen herunter oder suchten gezielt nach bestimmten Stichworten. Genau die Hälfte der Zugriffe auf das Webportal erfolgte direkt über die Eingabe der URL. Dies kann ein Anzeichen dafür sein, dass die ergänzende Strategie des Offline-Marketings erfolgreich war (siehe unten). Fast 30.000 Personen gelangten über Suchmaschinen auf das Webportal. Eine Suchmaschinenoptimierung (sogenannte *Search Engine Optimization (SEO)*) trägt dazu bei, dass das Portal ein hohes Ranking bei verschiedenen Suchparametern erzielt. Etwa 5.000 Besucher/innen kamen von anderen Webseiten. Auffallend ist aber auch, dass mit lediglich 1.000 Zugriffen noch vergleichsweise wenige Menschen den Weg auf das „Queraufstieg“-Webportal

über soziale Medien finden. Facebook liegt hierbei noch deutlich vor Instagram. Von Interesse ist auch, dass die Seite mit über 41.000 Aufrufen gegenüber 27.000 Aufrufen häufiger mobil als über den Desktop besucht wird. Dies wird durch das responsive Design des Webportals und der damit einhergehenden hohen Nutzer/innenfreundlichkeit auf mobilen Geräten unterstützt.

Die crossmediale Vernetzung, also das einerseits gegenseitige Verweisen zwischen Online-Mitteln, wie dem Webportal und anderen Kanälen, z. B. Instagram oder Podcast-Plattformen, wird andererseits mit dem Verweisen auf Offline-Kanäle, hier besonders die Werbung im öffentlichen Nahverkehr, kombiniert. Da die Reichweite der eigenen Kanäle (Instagram, Facebook) limitiert ist, kommt externen Stakeholdern eine große Bedeutung zu. So konnte etwa ein Erfahrungsbericht auf berlin.de platziert werden. Über diesen Link wurden 800 Zugriffe auf den Erfahrungsbericht von Polizeioberkommissar Thiel, der auch in den sozialen Medien von „Queraufstieg Berlin“ den größten Anklang fand, erreicht. Damit handelt es sich um eine der am meisten frequentierten Unterseiten des Webportals, wobei die Zugriffe zu 70 Prozent aus der Verlinkung auf einer externen Webseite stammen. Einen ähnlichen Zuwachs erfuhr der Erfahrungsbericht von Bäcker Busch durch eine Verlinkung in Facebook, die zusätzliche 280 Aufrufe erzielte. Diese Beispiele zeigen, dass externe Verlinkungen und Kooperationen angestrebt werden sollten, um die Verbreitung der Webpräsenz auszuweiten.



Abbildung 1: Keyvisual und Logo

Bei der Kommunikation mit der Zielgruppe besteht die Herausforderung nicht nur darin, eine ansprechende Webseite zu erstellen, sondern auch auf diese Webseite aufmerksam zu machen. Für eine Wiedererkennung der Marke „Queraufstieg Berlin“ richten sich Webportal und alle anderen Kanäle der Öffentlichkeitsarbeit daher konsequent und von Projektbeginn an nach einem bestimmten Corporate Design (CD). Das CD basiert auf einer definierten Zweifarbigkeit, dem Logo und weiteren Stilelementen (siehe **Abb. 1**). Insbesondere das Offline-Marketing, das mit dem Launch des Webportals gestartet wurde, nutzt dieses Corporate Design. Im folgenden Abschnitt wird auf die unterschiedlichen Mittel eingegangen, mit denen „Queraufstieg Berlin“ auf die eigenen Angebote aufmerksam macht.

Offline-Marketing

Das Offline-Marketing des Projekts „Queraufstieg Berlin“ ist ein Zusammenspiel verschiedener Instrumente, die den Zugang zur Zielgruppe über den Studienalltag suchen. Sie werden etwa auf ihrer Fahrt zur Hochschule, bei der Lektüre von bestimmten Printprodukten und bei studienspezifischen Veranstaltungen adressiert.

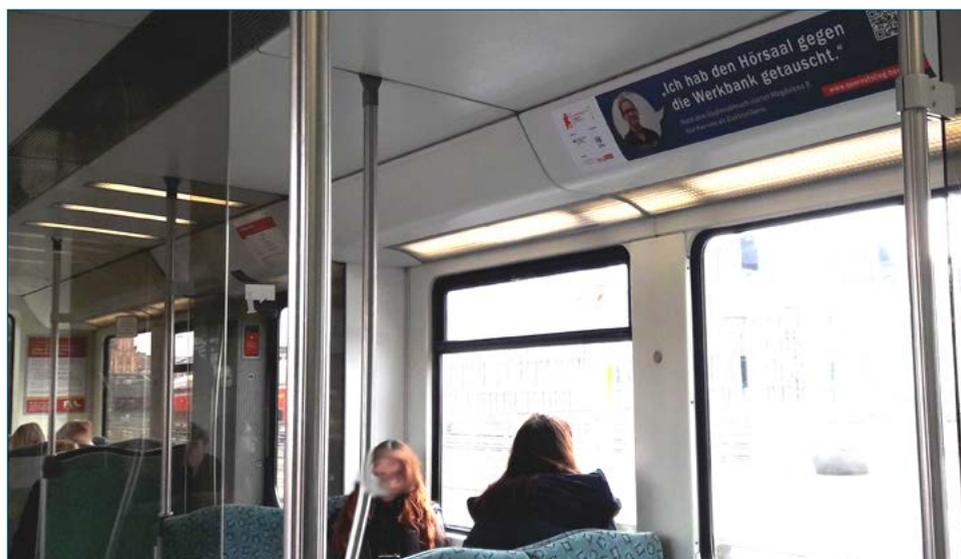


Abbildung 2: Bahnwerbung

Seit 2017 wird die Nutzung der **Verkehrsmittelwerbung** zur regionalen Aufmerksamkeitsgewinnung genutzt und als größter Kostenpunkt im Budget des Offline-Marketings eingeplant. In Berlin bewegen sich Studierende größtenteils mit dem Semesterticket per ÖPNV durch die Stadt. 2017, 2018 und 2019

wurden je 500 Einzelwerbeplätze in der U- und S-Bahn Berlin beauftragt, im Jahr 2020 wurde ausschließlich in der S-Bahn geworben (**Abb. 2**). Durch die Verkehrsmittelwerbung wurde die Reichweite und Präsenz von „Queraufstieg Berlin“ im öffentlichen Raum gesteigert, was sich positiv auf die Besucherzahlen des Webportals auswirkte. Ein Indiz dafür ist, dass die Hälfte der Zugriffe direkt auf das Webportal erfolgt und ggf. über den auf der Werbung abgebildeten QR-Code unterwegs vorgenommen wird. Mit letzter Gewissheit lässt sich die Herkunft der Direktzugriffe aber nicht bestimmen. Auch darum kann die Wirksamkeit des Offline-Marketings nur schwer gemessen werden. Verschiedene Rückmeldungen der Zielgruppen und von Beratenden auf Veranstaltungen und Messen führen zu der Annahme, dass die Verkehrsmittelwerbung die Sichtbarkeit des Projektes im Berliner Raum signifikant zu erhöhen scheint. Die drei gestalteten Motive (siehe **Abb. 3**) konzentrieren sich auf die Darstellung der Berufsbildung als attraktive Alternative zum Studium, die Bedeutung von Beratung beim Studienausstieg und den Hinweis auf passende Beratungsstellen über das Webportal.



Abbildung 3: Bahnwerbung

In **Printmedien** speziell für Studierende, wie Sonderbeilagen von Tageszeitungen oder verschiedenen Campus-Magazinen, wurde ebenfalls Werbung platziert. Dieses Instrument wurde oftmals genutzt, um gezielt auf ein neues Produkt (wie den „Studienabbruch-Podcast“) oder eine anstehende Veranstaltung (wie die „Fuck-up Night: Studienabbruch“) hinzuweisen. Auch enthielten die Anzeigen stets den Hinweis auf das Webportal, das direkt über einen QR-Code besucht werden konnte. Der QR-Code ist noch immer eine praktische Brücke vom Offline- in den

Online-Bereich, der in Magazinen mit dem „Smartphone zur Hand“ meist besser funktioniert als auf Außenwerbeflächen.

Ein weiterer Schwerpunkt im Offline-Marketing lag auf den lokalen **Messen**, bei denen „Queraufstieg Berlin“ mit einem eigenen Stand vertreten war. Von hoher Bedeutung in diesem Zusammenhang ist die Messe der IHK Berlin mit dem Titel „Studienaussteigermesse“, spricht sie doch explizit Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen an. Eine Vielzahl der Messen zielt auf Schüler/innen in der Berufsorientierungsphase und einige, wie die *jobmesse berlin* und die *Stuzubi*, sprechen Studienabbrecher/innen als sekundäre Zielgruppe an. Ein besonderer Mehrwert entstand durch die Einbindung eines Kooperationspartners aus dem Berliner Beratungsnetzwerk am Messestand, da auf diese Weise sowohl der Verweis auf bestehende Beratungsstellen durch „Queraufstieg Berlin“ als auch direkt am Stand ein erstes Beratungsgespräch stattfinden konnten. Als zielführend erwies sich die Beteiligung an der *Stuzubi*-Messe. Diese konzentriert sich sowohl auf Ausbildungs- als auch auf Studienmöglichkeiten und schafft es damit, ein breites Publikum anzusprechen. Über die im Vorfeld stattfindende Öffentlichkeitsarbeit des Messeanbieters wird eine hohe Sichtbarkeit in der Stadt erreicht, was sich in einem stetigen Besucherzulauf während der Messe zeigt. So bot sich Gelegenheit, zahlreiche Gespräche mit Studierenden zu führen, die entweder an ihrer Studienentscheidung zweifelten oder bereits den Entschluss gefasst haben, ihr Studium abzubrechen. Der im Messeprogramm integrierte Vortrag zur Erläuterung vom „Queraufstieg Berlin“-Portal und Beratungsnavigator führte zu mehreren individuellen Gesprächen. Durch eine Kooperationsvereinbarung mit dem Messebetreiber sowohl der *Stuzubi* als auch der „*jobmesse berlin*“ wurden zusätzliche Kanäle erschlossen (Pressemitteilungen und Artikel im Messemagazin und den zugehörigen Online-Kanälen) – ein nennenswerter Zugewinn: So erfolgten beispielsweise von der Webseite jobmessen.de 400 Aufrufe des „Queraufstieg“-Webportals.

Die Studienaussteigermesse der IHK Berlin, eine jährlich stattfindende Messe in Kooperation mit der HWK Berlin und der Bundesagentur für Arbeit, ist die einzige Messe in Berlin, die sich ausschließlich an Studienabbrecher/innen richtet und Ausbildungs- und Beratungsmöglichkeiten bereithält. Die Teilnahme an dieser Messe war für die Arbeit von „Queraufstieg Berlin“ unverzichtbar, bot sich hier doch ein direkter Zugang zur Zielgruppe sowie der Kontakt zu zahlreichen Unternehmen und Kooperationspartner/innen. Die Unternehmenskontakte wiederum bildeten oft die Grundlage für einen Erfahrungsbericht mit einem/r Studienabbrecher/in, der später auf dem Webportal veröffentlicht wurde. Der direkte Zugang zur Zielgruppe auf der IHK-Studienaussteigermesse wurde auch zur Kombination mit der „*Fuckup Night: Studienabbruch*“ genutzt, mehr dazu unten.



Abbildung 4: Postkartenmotive

Um auf die Angebote von „Queraufstieg Berlin“ aufmerksam zu machen, wurden außerdem diverse **Print-Werbemittel** sowie **Give-aways** erstellt. Informationsprodukte und Werbemittel folgten dem visuellen Erscheinungsbild bereits umgesetzter Produkte, führten das medienübergreifende Erscheinungsbild fort und trugen damit zum Markenaufbau bei. Unter anderem wurden Postkarten und Plakate entwickelt, um auf das „Queraufstieg Berlin“-Portal aufmerksam zu machen (siehe **Abb. 4**). Das 2017 entwickelte Plakat „Finden Sie, was zu Ihnen passt“ wurde z. B. mit einer Auflage von 200 Stück an Hochschulen verbreitet. Acht der 16 Hochschulstandorte Berlins boten ihre Unterstützung durch den Aushang des Plakats an. Zudem wurden kurz nach Ende des Sommersemesters die Fußwege in der unmittelbaren Umgebung der drei größten Hochschulen (Technische Universität Berlin, Freie Universität Berlin und Humboldt-Universität zu Berlin) plakatiert (**Abb. 5**).



Abbildung 5: Plakatwerbung

In persönlichen Gesprächen mit Unternehmensvertreter/innen wurde ein Bedarf nach alternativen Rekrutierungsinstrumenten und insbesondere für das Format eines „Schnuppertages“ festgestellt. Die daraufhin entwickelte Broschüre „Durchführung von Schnuppertagen mit potenziellen Auszubildenden im Unternehmen“ ist speziell für Personalverantwortliche konzipiert. Inhaltlich speist sich die Broschüre aus Themenbereichen wie z. B. Abgrenzung Schnuppertag und Arbeitsverhältnis, Rekrutierung und Auswahl von potenziellen Auszubildenden, Voraussetzungen, Dauer und rechtliche Rahmenbedingungen. Weiterhin finden sich in der Broschüre ein Fragebogen für Schnuppertag-Bewerber/innen, eine Checkliste für die Durchführung und eine Vorlage für den idealtypischen Ablauf eines Schnuppertages. Neben einer digitalen Version, die den Multiplikator/innen über den Login-Bereich des Webportals zur Verfügung gestellt wurde, erfolgte die Verteilung der Broschüre bei Veranstaltungen und als Postsendung an Berliner Betriebe.

Im weiteren Projektverlauf wurde immer stärker auf digitale Werbung gesetzt, vorrangig in sozialen Medien. Anders als im Offline-Marketing, ist im Online-Marketing eine Messung der Wirksamkeit durch die verschiedenen Kennzahlen möglich, was im folgenden Absatz beleuchtet werden soll.

Social-Media-Werbung als Erfolgsfaktor

Besonders erfolgreich war die Bewerbung der „Fuckup Night: Studienabbruch“ über Facebook und Instagram, bei der es circa 1.000 Link-Klicks pro Veranstaltung gab. Im Juli 2020 wurde das Format aufgrund der Umstände durch die Corona-Krise auch als digitales Format durchgeführt. Die Link-Klicks waren in unserer Betrachtung das zentrale Kriterium, da über den Link die Anmeldeseite angesteuert wurde. Im begleitenden Chat zur digitalen „Fuckup Night“ gab eine Zuschauerin an, dank der Werbeeinblendung erst am selbigen Nachmittag von der Veranstaltung erfahren und sich somit erst kurzfristig für die Teilnahme entschieden zu haben. Dies zeigt, dass soziale Medien ein geeigneter Kanal zur Erreichung der Zielgruppe sind.

Online-Marketing

Das Hauptaugenmerk der Online-Marketing-Maßnahmen lag auf dem Facebook Business Manager. Damit ist eine einfache Kampagnenplanung über Facebook und Instagram möglich. Ergänzend wurde eine Online-Marketing-Kampagne in dem sozialen Medium Jodel durchgeführt. Der Mehrwert von sozialen Medien liegt in der hohen Zielgruppenerreichung, die durch verschiedene Filterfunktionen bei der Kampagnenerstellung ermöglicht wird. Des Weiteren sind, anders als mit herkömmlichen Offline-Kampagnen, die Erfolge durch eine Vielzahl an Statistiken messbar.

Zur Bewerbung von „Queraufstieg Berlin“ wurde sowohl auf Facebook als auch auf Instagram ein entsprechender Kanal eingerichtet. Der Facebook-Account wurde bereits zum Launch des Webportals im Oktober 2016 ins Leben gerufen – die erste Werbung wurde im Juni 2017 geschaltet. Mit der zunehmenden Bedeutung von Instagram für die Kernzielgruppe wurde im Juli 2019 auch ein Instagram-Kanal für „Queraufstieg Berlin“ eingeführt. Somit konnte Werbung fortan simultan auf Facebook und Instagram, das sich im Besitz von Facebook befindet, ausgespielt werden.

Facebook bietet die Möglichkeit, eine Zielgruppe für jede **Kampagne** festzulegen. Aufgrund von Datenschutzbedenken und dem Ziel, das Paradigma vom „Studienabbruch als Scheitern“ aufzuweichen, wurde eine relativ breite Zielgruppe gewählt. Kriterien der 23 Online-Kampagnen (Juni 2017 bis Juli 2020) waren lediglich der Wohnort und das Alter. Themen der Werbung waren: das Webportal, Präsenzen von „Queraufstieg Berlin“ bei verschiedenen Messen, eigene Veranstaltungen wie die „Fuckup Night: Studienabbruch“ und der „Studienabbruch-Podcast“. Insgesamt konnten 600.000 Personen erreicht und über zwei Millionen Impressions⁸ erzielt werden.

Nach den positiven Erfahrungen bei Facebook und Instagram wurde mit **Jodel**⁹ ein weiterer Kanal erprobt. Laut eigenen Angaben sind 80 Prozent der Jodel-Nutzer/innen zwischen 17 und 35 Jahre, 71 Prozent der Nutzer/innen sind Studierende und 60 Prozent nutzen die App in der Vorlesung. Unter diesen Annahmen wurden zwei Funktionalitäten für Werbeanzeigen gewählt: Die „Litfaßsäule“ ist eine feste Werbeanzeige, die für einen bestimmten Zeitraum bei jedem Öffnen der App ausgespielt wird. Die „reguläre Anzeige“ kann, unter Auswahl bestimmter Parameter, einer bestimmten Zielgruppe angezeigt werden. Da für die Nutzung der Inhalte in der App auf die Standortabfrage des Mobiltelefons zurückgegriffen wird, ist eine Hyperlokalität der Werbung möglich. Obwohl die Nutzer/innen anonym agieren, können sie bei der Anmeldung zusätzliche Angaben, z. B. zu Studiengängen, machen, was eine weitere Eingrenzung der Zielgruppe ermöglicht. Davon wurde allerdings im Rahmen der „Queraufstieg Berlin“-Kampagne abgesehen. Insgesamt erzielte die Jodel-Kampagne 400.000 Impressions, was im

8 Impressions geben an, wie oft eine Anzeige ausgespielt wurde. Die Anzahl der Impressions ist immer höher als der Reach, da einzelnen Personen die Anzeige auch mehrfach ausgespielt wird. Der Reach misst die Anzahl der individuellen Personen, die durch die Anzeige bzw. Kampagne erreicht werden konnten.

9 Jodel ist ein hyperregionales Messageboard speziell für Studierende, das durch die Anonymisierung der Nutzer/innen eine offene Fragekultur etabliert hat. Die Anonymität führt zwangsläufig zu einem heiteren Schreibstil und heiteren Inhalten, nach denen sich die Werbung auch richten sollte.

Kosten-Nutzen-Vergleich etwas schlechter als der Facebook Business Manager zu bewerten ist.¹⁰ Jedoch ist bei Jodel eine bessere Zielgruppenerreichung als mit dem Facebook Business Manager möglich, da aus Gründen des Datenschutzes kein sogenannter Pixel im Webportal eingerichtet wurde. Über einen Pixel kann ein sogenanntes wertbasiertes Marketing erfolgen, indem beispielsweise über die Besucher/innen des Webportals eine „Look-alike audience“ erstellt wird.

Nutzung von sozialen Medien zur Erreichung der Zielgruppe

Das Projektziel, Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen die Möglichkeiten in der beruflichen Bildung sowie die kostenfreien Beratungsangebote aufzuzeigen, kann nur erreicht werden, wenn die Zielgruppe dort abgeholt wird, wo sie ist. Bei aktuellen Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen handelt es sich um eine vorwiegend junge Zielgruppe. Sie sind in den 1990ern und 2000ern geboren, gehören somit der „Gen Y“ und der „Gen Z“ an und zählen zu den „Digital Natives“. In Deutschland erfolgte zehn Jahre nach dem Internet-Boom der 1990er Jahre der Erfolg und die Verbreitung von Facebook, 2007 kam das erste iPhone auf den europäischen Markt. Klar ist, die Zielgruppe ist in einer vernetzten Welt groß geworden. Der freie Zugang zu Informationen wurde durch das Internet revolutioniert, jedoch existiert eine Informationsflut, in der die Auswahl der richtigen Quellen herausfordernd ist.

In einer von ARD und ZDF durchgeführten Online-Studie wurde das wöchentliche und tägliche Nutzungsverhalten in Online-Communities nach Altersgruppen unterteilt. Demnach nutzen 59 Prozent Personen in der Altersgruppe 14 bis 29 Jahre Instagram wöchentlich und 47 Prozent sogar täglich. Lediglich 17 Prozent der Gruppe der 30- bis 49-Jährigen nutzen Instagram wöchentlich, die tägliche Nutzung beschränkt sich bei ihnen auf 8 Prozent (ARD/ZDF 2020). Facebook ist im Gegensatz dazu in allen untersuchten Altersgruppen verbreitet: 48 Prozent der 14- bis 29-Jährigen und 46 Prozent der 30- bis 49-Jährigen nutzen die Plattform wöchentlich; 35 Prozent der 14- bis 29-Jährigen und 32 Prozent der 30- bis 49-Jährigen nutzen sie täglich. Den Trend, dass Instagram stärker von jungen Menschen genutzt wird, bestätigt auch eine Befragung des Pew Research Center in den USA: Dort nutzten im Jahr 2019 67 Prozent der 18- bis 29-Jährigen Instagram, bei den 18- bis 24-Jährigen sind es sogar 75 Prozent (Pew

10 Bei Jodel wurden somit 133 Impressions pro Euro erzielt. Bei dem Facebook Business Manager waren es 280 Impressions pro Euro.

Research Center 2019). Diese Zahlen machen deutlich, dass eine moderne Marketing-Kampagne zur Ansprache von jungen Menschen nicht mehr ohne soziale Medien auskommt.

Wie bereits beschrieben, wurde mit der Schaffung des Webportals im Jahr 2016 eine **Facebook-Seite** eingerichtet, die mit Profilbild, Titelbild und Link zum Webportal ausgestattet wurde. Im Laufe der Projektlaufzeit nahm die Nutzung immer weiter zu: 2018 wurde die erste Facebook-Veranstaltung eingerichtet, ab 2019 wurden darüber hinaus verschiedene Postings ausprobiert. Trotzdem entsprach die Verbreitung der Facebook-Seite nicht den Erwartungen: Die Seite verfügt über 73 Abonent/innen und 59 Likes. 2019 wurden 40 Posts bei Facebook veröffentlicht, die fast 1.500 Menschen nativ, also ohne eine zusätzliche Bewerbung, erreichten. Die Posts erzielten durchschnittlich weniger als ein Like, was ein Zeichen von wenig Resonanz für die Inhalte in diesem sozialen Medium ist. Ab 2020 wurden ausgewählte Instagram-Posts zusätzlich auch über Facebook geteilt, was durch die Verknüpfung der Accounts problemlos möglich ist. Auf diesem Weg wurden von Januar bis Mai 2020 435 Personen nativ erreicht. Hervor sticht ein Video zu einem Podcast mit 226 erreichten Personen, was auf das Teilen dieses Posts durch eine andere Person zurückzuführen ist.

Mit Ausweitung der Nutzung sozialer Medien und der Einrichtung eines **Instagram-Kanals** wurde ein detailliertes Konzept, ähnlich einem Redaktionsplan, entworfen und kontinuierlich verbessert. Zudem werden die Nutzer/innenzahlen kontinuierlich erhoben und ausgewertet, um die Reichweite der Inhalte zu erhöhen. Der Instagram-Kanal von „Queraufstieg Berlin“ hat 172 Follower (Stand: Juli 2020). Als Inhalte werden vorrangig Beiträge und Informationen des Webportals genutzt, um einerseits die bestehenden Inhalte mit wenig Aufwand mehrfach zu nutzen und zum anderen einen Wiedererkennungseffekt für die Nutzer/innen zu schaffen. Die Inhalte werden für die Nutzung in den sozialen Medien mithilfe sogenannter „Creatives“ aufbereitet, die aus Bildern und Wörtern zusammengesetzt sind. Somit wird der zu vermittelnde Inhalt leichter begreifbar gemacht und visuell aufbereitet. Zeitgleich enthalten sie einen „Call to Action“, also eine Aufforderung zum Weiterklicken, um die Nutzer/innen möglichst lang an das ausgespielte Thema zu binden.

Die heutige Aufmachung des Instagram-Kanals folgt einer Dreiteilung der Inhalte (siehe **Abb. 6**):

- 1) Erfolgsgeschichten von Studienabbrecher/innen
- 2) Bewerbung der Beratungsangebote
- 3) Methoden der Achtsamkeit, der Selbstwirksamkeit, für Stress- und Zeitmanagement



Abbildung 6: Instagram

Die **Bewerbung der Beratungsangebote** (1. Säule) erfolgt durch ein selbst gestaltetes Creative: Mit den eckigen Klammern des Corporate Designs wird das jeweilige Angebot inklusive Logo des Trägers eingerahmt. Die Textbausteine sind identisch zu den Profilbeschreibungen auf dem Webportal, sodass der Wiedererkennungswert für Nutzer/innen erhöht wird. Wenn auch das beworbene Angebot (z. B. das Studierendenwerk Berlin) einen Instagram-Kanal betreibt, kann das Posting durch eine Verlinkung eine größere Reichweite erreichen.

In der zweiten Säule – den **Erfolgsgeschichten von Studienabbrecher/innen** – wird die Aufmerksamkeit der Nutzer/innen durch Personenabbildungen gebunden. Mit Zitaten und Bildern aus den Erfahrungsberichten (Gesichter und Geschichten) bzw. dem Studienabbruch-Podcast soll Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen aufgezeigt werden, dass der Studienabbruch gleichzeitig der Start in einen neuen Karriereweg bedeuten kann. Die Fotos werden

mit dem bisherigen Studiengang und der Ausbildungsbezeichnung beschriftet. Symbole zu typischen Tätigkeiten in der Ausbildung sollen den praktischen Aspekt unterstreichen. Das Foto transportiert dadurch Informationen auf mehreren Ebenen und lässt eine breite Identifikation zu. Durch die Gegenüberstellung von Studium und Ausbildung wird zudem deutlich, dass beides nicht zwangsläufig einer Fachrichtung zuzuordnen ist. Ein persönliches Zitat erhöht zudem die Authentizität. Ziel ist es, den Studienabbrecher/innen ein Sprachrohr zu geben und Vorurteilen zu begegnen. Mithilfe der App „Headliner“ können Podcasts in ein für Instagram taugliches Format gebracht werden, indem O-Töne geschnitten, untermittelt und mit einem Foto versehen werden.

Neben den Beratungsangeboten und den Erfahrungen von Studienabbrecher/innen werden mit der dritten Säule auf dem Instagram-Kanal einfach durchführbare **Methoden der Achtsamkeit, Selbstwirksamkeit und des Stressmanagements** aufgezeigt, die im Studium, in einer Umbruch- oder Phase des Neubeginns unterstützen können. Die jeweiligen Themen laufen über mehrere Wochen und sind mit dem Thema Studienabbruch verknüpft.

Ein essenzieller Bestandteil aller Posts auf Instagram sind die Hashtags. Sie können zu einer erhöhten Reichweite des Posts führen. Der Instagram-Algorithmus ändert sich ständig, was eine Anpassung der Hashtags verlangt. In der Zusammenarbeit mit bekannten Firmen kann das Nutzen deren Hashtags zur Verbreitung beitragen.¹¹

Da es auch in den sozialen Medien ein mutiger Schritt ist, sich zum Thema „Studienzweifel“ zu bekennen, muss der Zugang in erster Linie über indirekte Wege zur Zielgruppe gesucht werden. Organisationen mit einem großen Following haben entweder Nachrichtenwert oder bestechen durch lustige Inhalte. Weitere erfolgreiche Accounts geben Tipps zu Gesundheit, Fitness und Selbsthilfe. Ziel ist es also, mit entsprechenden Inhalten einen Crossover-Effekt zu erreichen. Eine hohe Verbreitung kann auch durch Kooperationen oder eine bezahlte Vermarktung erzielt werden. Werbung auf Instagram kann die Zielgruppe auf „Queraufstieg Berlin“ aufmerksam machen. Auf dem Instagram-Profil können sie direkt Informationen und Beratungsangebote finden.

11 Bei einem Post des Erfahrungsberichtes im Zusammenhang mit der Firma Amplifon kamen 158 von 239 Impressions durch Hashtags zustande. Auch bei der Vorstellung des Beratungsangebots der Fernuni Hagen waren es 219 von 268 Impressions. Der Post mit der größten nativen Reichweite stellte den Werdegang eines Polizeioberkommissars dar, wo diverse Hashtags genutzt wurden, um diesen Bezug herzustellen. Von den 598 Impressions kamen 476 über Hashtags zustande.

Neben Posts in der oben aufgeführten Dreiteilung liegt ein weiteres Augenmerk auf den Storys.¹² Diese bieten ebenfalls die Möglichkeit, Inhalte zu veröffentlichen, allerdings sind sie niedrighschwelliger als ein Post, weil sie nach 24 Stunden wieder verschwinden. Das potenzielle Publikum beschränkt sich jedoch auf die Zahl der eigenen Follower, da zumeist nur sie die Storys sehen. Für den Instagram-Kanal relevante Storys können als Highlight für Besucher/innen des Kanals gespeichert werden. So wurde für die Liveaufnahmen von der „Fuckup Night: Studienabbruch“ eine Story-Highlight-Rubrik eingeführt. Es besteht zudem die Möglichkeit, die Posts von Kooperationspartner/innen in den eigenen Storys zu teilen. So wurden z. B. während der COVID-19-Pandemie die veränderten Sprechzeiten der Beratungsangebote sowie aktuelle Informationen für Studierende vom Studierendenwerk oder dem BMBF in den Storys des „Queraufstieg Berlin“-Accounts geteilt.

Insgesamt wird die Instagram-Präsenz von „Queraufstieg Berlin“ als großer Mehrwert angesehen, weil die für das Webportal bereits erarbeiteten Inhalte mit wenig Aufwand wiederverwendet werden können und zudem eine engere virtuelle Verbindung zu den Kooperationspartner/innen eingegangen werden kann.

Erfolgreiche Werbung

Ein Beispiel für ein gelungenes Marketing in den sozialen Medien war die Bewerbung der im Juli 2020 durchgeführten digitalen „Fuckup Night: Studienabbruch“. Da die IHK Berlin Kooperationspartnerin war, konnte mit dem Social Media-Team eine konzertierte Werbeaktion geplant werden. Ein gegenseitiges Teilen der produzierten Inhalte über Storys ließ einen Crossover-Effekt zu. Zudem wurden potenzielle Interessierte, also Betriebe, Hochschulen, Studierendenvertretung, angeschrieben und darum gebeten, den entsprechenden Post in den eigenen Instagram-Kanälen als Story zu teilen. Der Post für die Veranstaltung erreichte 306 Personen.

Fuckup Night: Studienabbruch

Das Konzept der „Fuckup Nights“ ist im Bereich der Start-up-Szene bereits etabliert und stellt ein innovatives Veranstaltungsformat dar, das persönliches Scheitern entstigmatisieren und zum Lernen aus eigenen Fehlern ermutigen soll. Die Events haben einen lockeren Charakter, um Kreativität zu fördern. Zum einen geht es darum, die Chancen des eigenen Scheiterns ins Bewusstsein zu holen. Zum anderen können die Erfahrungen ande-

12 Die Storys sind zeitlich begrenzte Posts, die nach 24 Stunden wieder aus der Anzeigeleiste verschwinden. Hier können abseits von der Timeline eigene Inhalte oder Posts anderer Profile geteilt werden.

rer als Inspiration für die Zuhörer/innen dienen, kreativ mit eigenem Scheitern umzugehen.

In „Queraufstieg Berlin“ erfolgte eine Zusammenarbeit mit der Gesellschaft für Fehlerkultur (GfF).¹³ Durch die Kooperation konnte die Anziehungskraft und Werbewirksamkeit der Marke „Fuckup Nights“ auch für das Thema Studienabbruch genutzt werden. Insgesamt konnten vom Dezember 2018 bis zum Juli 2020 fünf „Fuckup Nights: Studienabbruch“ durchgeführt werden.

Bei der Pilotveranstaltung 2018 wurde durch das Anmieten eines Co-Working-Space bewusst die Distanz zur Hochschule aufgezeigt, da davon auszugehen ist, dass Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen sich bereits aus dem Hochschulnetzwerk wegentwickeln. Im Anschluss an die Geschichten der Sprecher/innen hatten auch Personen aus dem Publikum die Möglichkeit, ihre Geschichte zu teilen. Gleich zwei Personen aus dem Publikum stellten spontan ihre Studienabbruchgeschichte bei der ersten Veranstaltung vor. Neben den „Scheitergeschichten“ gab es bei dieser Veranstaltung zudem Murrengruppen, wo Teilnehmende sich untereinander und anonym austauschen konnten („peer-to-peer counseling“). Als Verknüpfungspunkt zum Projekt „Queraufstieg Berlin“ waren zudem Beratende aus dem Netzwerk anwesend, die für eine Erstberatung zur Verfügung standen. Mit 50 Personen konnten zu diesem Zeitpunkt so viele Interessierte aus der Zielgruppe wie mit keinem anderen Format erreicht werden.

Im Frühjahr 2019 erfolgte die Anbindung der Fuckup Night an die Studienaussteigermesse der IHK Berlin. Neu war, dass neben den „Scheitergeschichten“ Unternehmensvertreter/innen die Sicht der zukünftigen Arbeitgeber aufzeigten. Ziel hierbei war es, Barrieren (im Kopf) abzubauen, denn Studienabbrecher/innen sind zumeist gehemmt sich mit einem „krummen Lebenslauf“ zu bewerben und wissen oft nicht, wie sie mit dem Abbruch im Bewerbungsgespräch umgehen sollen. In der Praxis war dieser Ansatz allerdings nicht so erfolgreich. Die Rückmeldungen der Teilnehmenden lassen nämlich den Rückschluss zu, dass sie sich eher in einer Orientierungsphase befinden als bereits einen festen Plan zum Neubeginn vor Augen zu haben. Die Berufsvorstellungen sind ggfs. noch nicht gefestigt, sodass sie sich dem Vorstellungsprozess an einem Ausbildungsstand (noch) nicht stellen können. Trotzdem ist davon auszugehen, dass die Verbindung der beiden Formate (Fuckup Night und Messe) einen Mehrwert hat, da die Teilnehmenden der „Fuckup Night: Studienabbruch“ auf die Messe aufmerksam gemacht wurden und diese ggfs. zu einem späteren Zeitpunkt nutzen.

13 Die GfF hat das Namensrecht für „Fuckup Nights“ in Berlin erworben und führte bis Juli 2020 rund 40 solcher Veranstaltungen durch, die sich allerdings überwiegend nicht auf den Bereich Studienabbruch fokussierten.

Bewährt hat sich auch die Kombination des Formates mit einer einführenden Talkrunde mit Unternehmensvertreter/innen. Viele Studienzweifler/innen, gerade in höheren Semestern, fürchten, „zu alt für eine Ausbildung“ zu sein und können sich den Neustart mit ggfs. deutlich jüngeren Mitauszubildenden nur schwer vorstellen. Auch die Variante, eine Live-Veranstaltung mit einem Audiomitschnitt zu begleiten und die Aufnahmen als Podcast zu veröffentlichen, kann durch die crossmediale Aufbereitung eine höhere Reichweite erzielen.

Aufgrund der Einschränkungen infolge der COVID-19-Pandemie fand im Juli 2020 das Format als Live-Stream statt.¹⁴ Mit dabei waren wieder die Gesellschaft für Fehlerkultur sowie die IHK Berlin (Team der passgenauen Besetzung). Ergänzend zu einem Unternehmensvertreter trat in dieser Veranstaltung der Recruiter der IHK auf, der den Zuschauer/innen an den Bildschirmen Tipps zum Umgang mit dem „krummen Lebenslauf“ geben konnte. Während der Veranstaltung wurden über einen Chat Informationen zum Thema Beratung und Unterstützungsmöglichkeiten bei Studienzweifeln und Studienabbruchgedanken ausgestrahlt. Zudem konnten Zuschauer/innen Fragen an die Sprecher/innen stellen, die direkt durch die Moderation eingebunden bzw. im Nachgang zur Live-Veranstaltung auch über den Chat beantwortet wurden. Dass der Veranstaltung im Durchschnitt 45 Personen live folgten zeigt, dass sich auch dieses Format zur Ansprache eignet. Aufgrund der Möglichkeit, den Link auch noch eine Woche lang aufzurufen, konnten insgesamt über 1.600 Aufrufe erreicht werden. Die Aufzeichnung wurde sowohl im „Studienabbruch-Podcast“ als auch über den projekteigenen Youtube-Kanal veröffentlicht.

Der Studienabbruch-Podcast

Als Erweiterung der „Fuckup Night: Studienabbruch“ und den auf dem Webportal journalistisch aufbereiteten „Gesichtern und Geschichten“ soll der „Studienabbruch-Podcast“ einen weiteren Zugang zu Erfahrungsberichten und Informationen zum Thema aufzeigen. Das Format lässt eine Identifikation auf der emotionalen Ebene bei Schwierigkeiten im Studium, bei Zweifel oder Orientierungslosigkeit zu. Die hier aufbereiteten Interviews zeigen zudem den Übergang in eine Berufsausbildung auf und zeichnen die Überlegungen auf dem Weg dahin nach.

Das **Medium Podcast** eignet sich, um Studienabbrecher/innen in ihrer beklemmenden Situation abzuholen. Ein Podcast ist jederzeit verfügbar, auch wenn eine Beratungsstelle nicht geöffnet hat oder kein/e Gesprächspartner/in im

¹⁴ Die Aufnahme erfolgte in einem kleinen Studio, die Verbreitung über einen Facebook-Livestream.

Freundes- oder Bekanntenkreis greifbar ist. Aus einer Befragung von AS&S Radio für die Jahre 2017 und 2018 geht hervor, dass Podcasts zu fast 60 Prozent in den Abendstunden konsumiert werden (vgl. AS&S Radio 2018). Laut Online-Befragung von Online Marketing Rockstars sind etwa 60 Prozent der Podcast-Hörer/innen in Deutschland zwischen 21 und 30 Jahre alt (vgl. Online Marketing Rockstars 2018).

Der „Studienabbruch-Podcast“ wird durch das dafür geschulte Projektteam selbst produziert, die grafische Umsetzung des Podcast-Covers und die Komposition des Jingle (musikalische Begleitung im Intro und Outro) wurden extern gestaltet. Veröffentlicht werden die Podcasts über einen Podcast-Hoster, der die Verbreitung in die üblichen Podcast-Plattformen vornimmt und Hörer/innenstatistiken agglomeriert. Vier Podcast-Folgen, die im Zeitraum von Oktober 2019 bis Juli 2020 veröffentlicht wurden, wurden zusammen insgesamt über 2.000 Mal gehört.¹⁵

Anders als bei den „Scheitergeschichten“ auf der „Fuckup Night: Studienabbruch“, die auf der Bühne in Monologform vorgetragen werden, gibt es im Podcast-Interview Möglichkeiten, spezifisch nachzuhaken und interessante Aspekte für die Hörer/innen zu vertiefen. Über die persönlichen Geschichten lernen Menschen den individuellen Charakter von Studienabbrüchen kennen, womit ein Beitrag zur Entstigmatisierung von Studienabbrüchen geleistet wird. Zudem können Studienzweifler/innen von den Protagonist/innen lernen und erfahren einen Impuls für die persönliche sowie berufliche Entwicklung.

Chatbot

Ein Chatbot ist ein textbasiertes Dialogsystem, das auf Webseiten oder in Messenger-Diensten eingerichtet werden kann. Im Marketing, bei Messenger Services und Kundenservices sind Chatbots schon weit verbreitet. Im sozialen Bereich haben sie sich für die Information und Kommunikation mit den Zielgruppen jedoch noch nicht durchgesetzt. Vollumfängliche Chatbots sind in ihrer Anschaffung sehr teuer, da die für die Programmierung verantwortlichen Agenturen den Marktwert eines Chatbots anhand der im Kundenservice eingesparten Humanressourcen berechnen. Eine Alternative zu Agenturen, die Chatbots für Unternehmen und Institutionen als Komplettpaket entwickeln, sind sogenannte „Chatbot-BUILDER“. Mit den visualisierten „Chatbot-Buildern“ können eigenhändig die verschiedenen Dialogstränge (flows) angelegt werden. Da bei der Nutzung solcher Tools, je nach

15 In die Statistik fließen nur Klicks ab einer bestimmten Hördauer ein – dieser Algorithmus wird periodisch angepasst, um aussagekräftige Hörer/innenzahlen zu generieren.

Ausrichtung, personenbezogene Daten erfasst und gespeichert werden, und sich viele Anbieter im EU- sowie nicht EU-Ausland befinden, liegt eine große Herausforderung in ihrer Vereinbarkeit mit dem Datenschutz.

Da auf dem Webportal auf fast 200 Content-Seiten bereits umfassende Informationen zur Berufsbildung in Deutschland sowie zu den vielfältigen Beratungsangeboten in Berlin dargestellt sind, sollte mit dem Chatbot in einem Frage-Antwort-Verfahren zielgerichtet auf die für den/die Nutzer/in besonders interessante Unterseite geleitet werden. Für die technische Umsetzung genutzt wurde das Tool des Anbieters flowXO, da es durch Datensicherheit nach europäischen Standards und durch die einfache Handhabung überzeugte.



Abbildung 7: Einbindung Chatbot

Um den Aufwand der Implementierung überschaubar zu halten, aber auch um möglichst wenig personenbezogene Daten zu sammeln, wurde von einer Spracherkennung bzw. einer Freitextfunktion abgesehen und die Funktionalität auf Frage-Antwort-Verfahren beschränkt. Hierbei werden alle möglichen „Gesprächsverläufe“ (Chatverläufe) zwischen dem/der Nutzer/in und dem Bot vorformuliert. Durch das Klicken verschiedener Auswahlmöglichkeiten wird der/die Nutzer/in durch das „Gespräch“ und zur relevanten Information geführt. Um eine Abgrenzung zum bestehenden Beratungsnavigator herzustellen, werden die Nutzer/innen bereits zu Beginn des Chats in drei Gruppen eingeteilt: 1) Personen, die ihr Studium bereits abgebrochen haben und nicht weiter wissen, 2) Personen, die sich noch im Studium befinden, aber sich nicht sicher sind, ob es das Richtige für sie ist, 3) Personen, die ihr Studium abgebrochen haben und eine Ausbildung anfangen

möchten. Um möglichst nah an einer echten Gesprächssituation zu sein, wurden auch empathische Antworten des Bots eingebaut: Wenn eine Person beispielsweise auswählt, dass sie ihr Studium abgebrochen hat, wird darauf zuerst mit „Das ist auch eine schwierige Situation“ geantwortet, bevor die Optionen dargelegt werden.

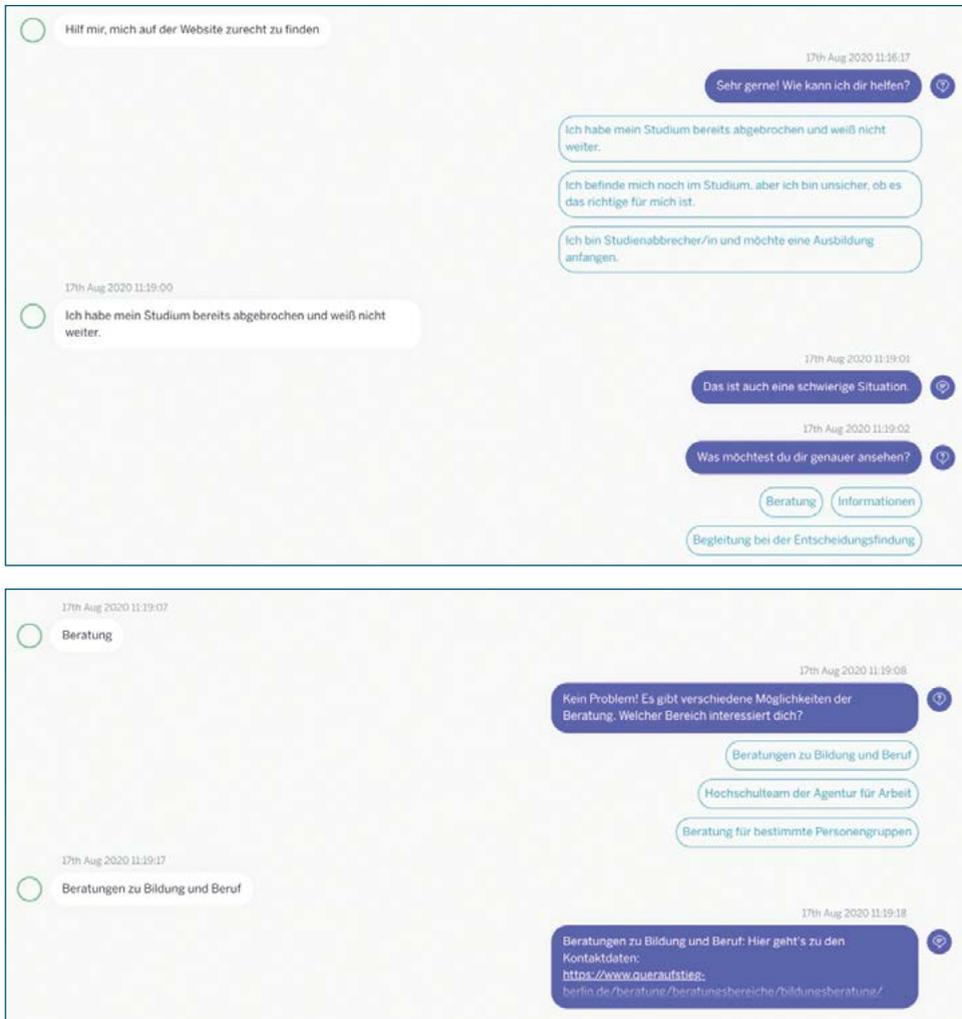


Abbildung 8: Chatverlauf 1 und 2

Ein Vorteil des Tools ist, dass über anonymisierte Log-Daten der Nutzer/innen deren Verhalten ausgewertet werden kann, um z. B. zu erkennen, welche Informationen und Beratungsangebote für die Zielgruppe besonders relevant sind. Bei der Chatbot-Führung wurde darauf geachtet, dass die Klickwege benutzerorientiert, d. h. möglichst kurz sind. Nach seiner Implementierung Anfang 2020 wurde der Chatbot im ersten Halbjahr 200-mal genutzt, wobei die Interaktionen zwischen

Mensch und getriggertem Rückantwort mehrfach für jede/n Nutzer/in stattfand. In derselben angegebenen Zeitspanne hatte das Webportal etwa 9.000 Besucher/innen. Die anonym protokollierten Interaktionen werden in „aufgegebene“ und „erfolgreiche“ Interaktionen unterteilt. Die Interaktionen sind erfolgreich, wenn bis zu einem Link durchgeklickt und dieser betätigt wurde. Ein/e Nutzer/in hat auf diesem Weg beispielsweise zur Beratung „Bildung und Beruf“ gefunden (siehe [Abb. 8](#)).

Fazit

Zusammenfassend kann das Beratungsnetzwerk „Queraufstieg Berlin“ als zentrale Dienstleistungs- und Servicestelle einer landesweiten Initiative betrachtet werden. Neben dem Aufbau und der Pflege des Netzwerks ist eine koordinierte Öffentlichkeitsarbeit ein wichtiges Handlungsfeld im Projekt. In diesem Zusammenhang wurden unterschiedliche Kommunikationswege und Marketingstrategien zur Erreichung der Zielgruppe Studienabbrecher/innen und Studienzweifler/innen erprobt. Die Projektförderung als Leuchtturmprojekt erlaubte die Pilotierung neuer Formate, daraus zu lernen und sie weiterzuentwickeln. Erfolge wurden durch das Webportal, den Podcast und auch den Instagram-Kanal erzielt. Die eingeschlagene crossmediale Strategie, die klassischen Kanäle wie Presse und Werbung im ÖPNV mit digitalen Kanälen zu ergänzen, hat sich bewährt. Ein großer Mehrwert ergibt sich durch die diversen Analysetools in den sozialen Medien. Gleichzeitig gilt hier besondere Vorsicht: Personenbezogene Daten sind ein wichtiges Gut und besonders zu schützen. Eine umfassende Transparenz bezüglich Datenerhebung und -weiterverarbeitung muss den Nutzer/innen unbedingt eingeräumt werden.

Als weiterer Mehrwert wurde die mehrfache Verwertung einzelner Produkte empfunden. So werden Erfahrungsberichte nicht nur auf dem Webportal ausgespielt, sondern auch für Instagram verwendet. Tonmitschnitte der „Fuckup Night: Studienabbruch“ können im Nachgang als Podcast-Folgen genutzt werden, um die Reichweite der Inhalte noch mal über die Teilnehmendenzahlen bei der Veranstaltung zu erhöhen.

Klar ist, dass das Thema Studienabbruch stets einen sensiblen Umgang erfordert. Die betroffenen Personen befinden sich an einem Wendepunkt im Leben. Das Bekennen im öffentlichen Raum, sei es als Besucher/in einer Veranstaltung oder auch durch das Liken eines Instagram-Kanals, fällt schwer. Umso mehr ist es von Bedeutung, den Zugang zu Informationen niedrigschwellig und über mehrere Wege anzubieten.

Literatur

AS&S Radio (2018). Spot on Podcast: Hörer und Nutzung in Deutschland. <http://www.radiozentrale.de/studien-und-daten/studien-pool/spot-on-podcast-studie-ass/>

Online Marketing Rockstars (2018). Demografische Merkmale von Podcast Hörern in Deutschland. <https://de.statista.com/infografik/15587/merkmale-von-podcast-hoerern/>

ARD/ZDF (2020). Onlinestudie zu Onlinecommunities. <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/whatsapponlinecommunities/>

Pew Research Center (2019). Share of U.S. adults using social media, including Facebook, is mostly unchanged since 2018. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/04/10/share-of-u-s-adults-using-social-media-including-facebook-is-mostly-unchanged-since-2018/>

Studienabbrecher/innen und Studienzweifler/innen als Zielgruppe der Berliner Beratung

Lorenz Holthusen, Nadja Konrad, Sylvia Lietz, Christina Mangum¹⁶

Auf Grundlage von Erfahrungen aus der Arbeit im Projekt „Queraufstieg Berlin“ sowie Aussagen von Beratenden aus verschiedenen Beratungsbereichen wird in diesem Beitrag skizziert, welche Besonderheiten die Zielgruppe auszeichnen, welche Ansätze in der Beratung angewendet wurden und welche Herausforderungen bestanden. Schließlich wird der aktuelle Stand der Beratung vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie sowie des derzeitigen und zukünftig gewünschten Austausches zwischen den beratenden Institutionen untereinander dargestellt.

Was führt zu einem Studienabbruch?

Die Gründe für Studienzweifel, die bis zum Studienabbruch führen können, sind vielfältig. Beim Studienabbruch handelt es sich um einen mehrdimensionalen Prozess, der in verschiedenen Phasen des Studiums durch unterschiedliche interne und externe Faktoren beeinflusst wird. Ein Studienabbruch ist das Ergebnis eines längeren Abwägungs- und Entscheidungsvorgangs und keine spontane, kurzfristige Entscheidung. In der konkreten Entscheidungssituation für oder gegen einen Studienabbruch werden individuell die internen und externen Einflüsse im Zeit- und Studienverlauf betrachtet. Wenn sich die Widersprüche zwischen den eigenen Fähigkeiten, Kenntnissen und Wünschen gegenüber den vorhandenen Gegebenheiten nicht lösen lassen, kommen Zweifel auf, die im weiteren Verlauf eine Entscheidung zum Studienabbruch begünstigen (vgl. Heublein et al. 2017, S. 16).

Eine Studie von Blüthmann, Sielschott und Watermann (2016) bildet aus verschiedenen Abbruchmotiven, die in einer Exmatrikulationsbefragung erfasst wurden, fünf typische Muster von Motivationsbündeln (vgl. **Tabelle 1**).

Die dargestellte Tabelle zeigt: Studienabbruch lässt sich nur multikausal erklären. Es ist wichtig, sich bewusst zu machen, welche internen und externen Bedingungsfaktoren auf die Motive des/der Abbrechers/in eingewirkt und ihn/sie letztendlich zur Entscheidung bewegt haben.

¹⁶ Unter Mitarbeit von Noreen Gloßmann.

Tabelle 1: Typenbildung Abbruchmotive (Quelle: Blüthmann et al. 2016, S. 24 ff., eigene Darstellung)

Typenbildung Abbruchmotive	Interne und externe Faktoren
„Verwählt“ (26 %)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Falsche Erwartungen in Bezug auf die Studieninhalte ■ Nachgelassenes Interesse am Fach ■ Desinteresse an Berufen, die das Studium ermöglicht ■ Wunsch nach praktischer Tätigkeit ■ Verschulung des Studiums ■ Fehlende Wahlmöglichkeiten ■ Mangelhafte Organisation des Studiums ■ Mangelhafte Didaktik der Lehrveranstaltungen ■ Ungenügende Betreuung durch Dozent/innen
„Demotiviert“ (22 %)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Überfüllte Lehrveranstaltungen ■ Gewünschte Lehrveranstaltungen nicht erhalten ■ Mangelhafte Organisation des Studiums ■ Mangelhafte Didaktik der Lehrveranstaltungen ■ Ungenügende Betreuung durch Dozent/innen ■ Anonymität der Hochschule ■ Studienanforderungen zu hoch ■ Desinteresse an Berufen, die das Studium ermöglicht ■ Nachgelassenes Interesse am Fach ■ Angebot eines finanziell oder fachlich attraktiven Arbeitsplatzes ■ Schnell Geld verdienen wollen ■ Finanzielle Engpässe ■ Studium und Erwerbstätigkeit nicht vereinbar ■ Studienort gefällt nicht ■ Krankheit/psychische Probleme
„Überfordert“ (19 %)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Studienanforderungen zu hoch ■ Zu viel Studien- und Prüfungsstoff ■ Leistungsdruck zu hoch ■ Zweifel an persönlicher Eignung ■ Falsche Erwartungen an das Studium
„Familiär verpflichtet“ (6 %)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Studium und Kinderbetreuung nicht vereinbar ■ Studium und Erwerbstätigkeit nicht vereinbar ■ Schwangerschaft ■ Familiäre Gründe ■ Ungenügende Betreuung durch Dozent/innen ■ Studienanforderungen zu hoch ■ Schnell Geld verdienen wollen
„sonstige Motive“ (27 %)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Persönliche Motive ■ „Parkstudierende“

Wenn junge Menschen abbruchgefährdet sind oder bereits ihr Studium abgebrochen haben, dann ermöglicht eine Vielzahl an Beratungsangeboten, sie in ihrem (beruflichen) Orientierungsprozess zu unterstützen. Dafür müssen die Beratungsangebote bekannt sein. Um ein entsprechendes, individuell zugeschnittenes Beratungsangebot auszuwählen, muss der Beratungsbedarf erkannt und im Idealfall auch klar umrissen sein. Wenn diese Voraussetzungen erfüllt sind, treffen Ratsuchende auf eine vielfältige und breit aufgestellte Beratungslandschaft. Beratungseinrichtungen reichen von der allgemeinen und psychologischen Studienberatung und dem Career Service an den Hochschulen über die Agentur für Arbeit und das Jobcenter, berlinspezifisch die Jugendberufsagentur (für junge Menschen bis 25 Jahre, JBA), die Industrie- und Handelskammer (IHK) und die Handwerkskammer (HWK), bis hin zu öffentlich geförderten Bildungsberatungseinrichtungen für Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen sowie privaten Arbeits- und Jobvermittlungen. Diese Beratungseinrichtungen sind mit ihrem Beratungs- und Informationsangebot mehr oder minder stark auf die Zielgruppe der Studienzweifler/innen bzw. Studienabbrecher/innen ausgerichtet (vgl. Heublein et al. 2017, S. 235 f.). Die Beratungsangebote und -formate reichen von der Erörterung von Studienproblemen über berufliche Orientierung bis hin zu psychosozialer Beratung. Vielfach ist eine Verweisberatung von abbruchgefährdeten Studierenden oder Studienabbrecher/innen an andere Institutionen ein Teil des Angebots.

Beratungs- und Informationsangebote können Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen in Zeiten der Unsicherheit wertvolle Orientierung und Unterstützung bieten. Beratungen zu Bildung und Beruf helfen ihnen, die notwendigen Informationen zu verschiedenen Fragestellungen zu erhalten, um Bildungs- und Berufentscheidungen eigenständig zu planen und umzusetzen. Wichtig dabei ist eine zielführende und ergebnisoffene Beratung durch qualifizierte Beratungseinrichtungen, die nach festgelegten Beratungsstandards arbeitet. Nachfolgend werden die verschiedenen Angebote und deren Beratungsstandards dargestellt.

Das Land Berlin reagiert seit rund 30 Jahren mit seinem öffentlich bereitgestellten Beratungsangebot zu Bildung und Beruf auf arbeitsmarkt-, berufsbildungs- und gleichstellungspolitische Herausforderungen. Die Berliner Bildungsberatung ist gekennzeichnet durch eine (träger-)neutrale, unabhängige, kostenfreie und zielgruppenoffene Beratung, die einen niederschweligen Zugang für die Ratsuchenden gewährleistet. Die Angebote der Bildungsberatung wurden 2016 in einem Fachkonzept zusammengeführt. Darüber hinaus wurden einheitliche Qualitätsstandards entwickelt, um das Qualifikationsniveau der Erwerbsbevölkerung und die wirtschaftliche Entwicklung, Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität der Region zu sichern (vgl. Berliner Senat 2016, S. 122). Im landeseigenen

Fachkonzept „Beratung zu Bildung und Beruf nach dem ‚Berliner Modell‘ der Bildungsberatung“ sind Grundsätze und Leitlinien der Beratung verankert. Es werden Strukturen und Handlungsebenen festgehalten, um die Koordinierung der Beratungsangebote und -anbieter, die Schnittstellen und Übergänge im Beratungsprozess und die Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen und Diensten zu verankern. Das Angebotsdesign und die Öffentlichkeitsarbeit sind ebenfalls im Fachkonzept geregelt. Sie sollen ein einheitliches Auftreten gewährleisten. Die Qualität der öffentlich geförderten Bildungseinrichtungen wird dadurch gesichert, dass Unterstützungsleistungen und begleitende Instrumente im Fachkonzept aufgeführt sind. Ein wichtiger Bestandteil ist der „Qualitätsrahmen Berliner Modell“ (QBM). Der QBM gewährleistet eine einheitliche Qualitätssicherung und -entwicklung in Bezug auf die Angebote und Leistungen der „Beratung zu Bildung und Beruf“. Viele Angebote der öffentlichen Bildungsberatung schließen die Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen als Zielgruppen mit ein. Durch die Anwendung des Qualitätskonzepts wird das Beratungsangebot legitimiert, die Informations- und Wissensbasis vorgehalten, die Wirksamkeit der Beratungsleistung evaluiert, bewertet und reflektiert sowie die Professionalität des Beratungspersonals definiert und gefördert (vgl. Senatsverwaltung für Integration, Arbeit und Soziales 2019).

Die Beratungsstandards des Fachkonzepts „Beratung zu Bildung und Beruf“ gelten für die öffentlich geförderten Beratungseinrichtungen. Andere Angebote wie z. B. die Agentur für Arbeit verwenden im Rahmen des LBB-Konzeptes (Lebensbegleitende Berufsberatung) ähnliche Beratungsstandards oder abgestimmte Beratungsroutinen und -vorgehen und richten sich u. a. ebenfalls an die Zielgruppe der Studienabbrecher/innen. Mit Einführung des LBB-Konzeptes am 20.12.2019 (vgl. Bundesagentur für Arbeit 2019) sind die Mindeststandards für die Beratung definiert sowie eine unterstützende Weiterbildung für die Beratenden entwickelt worden. So wurde das LBB-Konzept mit dem Zertifizierungsprogramm der „professionellen Beratung“ flankiert. Das wissenschaftlich fundierte und gleichzeitig praxisnahe Programm dient der Kompetenzentwicklung in der Orientierungs- und Entscheidungsberatung. Themenschwerpunkte sind u. a. individuelle Kompetenzen und Voraussetzungen der Ratsuchenden stärkenorientiert zu erheben, sie bei der eigenständigen Berufswegplanung und Entscheidungsfindung zu unterstützen sowie ihre Ressourcen ziel- und lösungsorientiert zu aktivieren. Zudem wird die interne und externe Kommunikation und Abstimmung zu Prozessen vor Ort beschrieben, z. B. zu den Jugendberufsagenturen (JBA).

In anderen Beratungsbereichen wie zum Beispiel den Hochschulen werden ebenfalls Beratungsstandards angewendet, die organisationsintern oder -extern formuliert sein können.

Um eine bessere Einschätzung zur Verbreitung von im hier relevanten Kontext angewandten Beratungsstandards zu erhalten, wurden im Projekt „Queraufstieg Berlin“ qualitative Interviews mit Beratenden im Bereich Studienabbruch und Studienzweifel in Berlin durchgeführt. Im Fokus stehen die Erfahrungen aus der beruflichen Praxis der Beratenden. Die Ergebnisse dieser Befragung sollen im Folgenden dargestellt werden.

Methodik

Zeitraum der Erhebung war Mitte Juni bis Anfang August 2020. Aufgrund der COVID-19-Pandemie wurden anstelle persönlicher Interviews telefonische Gespräche geführt. Die Interviews wurden mit einem Leitfaden strukturiert, der den Gesprächspartner/innen vorab zur Verfügung gestellt wurde.

Bei der Akquise der Interviewpartner/innen wurden alle fünf Beratungsbereiche in Berlin abgedeckt:

- Beratung an den Hochschulen
- Berater/innen diverser Rechtskreise der Jugendberufsagentur Berlin
- Hochschulteams, Arbeitgeberservice der Agentur für Arbeit
- Beratung zu Bildung und Beruf
- Beratung der Kammern

Die Auswahl der Interviewpartner/innen erfolgte auf Grundlage der im Netzwerk bestehenden Kontakte: Aus 57 verschickten Anfragen ergaben sich zwölf potenzielle Interviewkontakte.¹⁷ Wie im Folgenden aufgezeigt wird, sind die Zielgruppen Studienabbrecher/innen und Studienzweifler/innen sehr divers und heterogen. Sie treten nirgendwo in großen Zahlen auf und sind nur schwer zu erreichen. Dies schränkte die Auswahl der Interviewpartner/innen ein, da viele Interviewanfragen mit Hinweis auf niedrige Fallzahlen und damit einhergehend fehlendes Expert/innen-Wissen abgelehnt wurden.

Es wurden zehn Interviews mit Expert/innen aus allen Beratungsbereichen geführt. Darüber hinaus wurden, um Erfahrungen aus spezifischen Projekten abzubilden, zwei weitere Interviews mit Vertreterinnen von Modellprojekten in Leipzig und Magdeburg zum Thema Studienabbruch/Studienzweifel geführt, sodass insgesamt zwölf Gespräche ausgewertet werden konnten.

¹⁷ Elf Personen gaben eine Absage, von 34 Kontakten kam keine Rückmeldung.

Bei der Auswertung wurden Methoden der qualitativen Inhaltsanalyse (Mayring/Fenzl 2019, S. 633 f.) angewendet. Die zentralen Aussagen aus den Interviews wurden anschließend in einer Auswertungsmatrix zusammengefasst, kategorisiert und textanalytisch verglichen. Die Aussagen sind nicht repräsentativ, sondern spiegeln vielmehr die Meinungen der interviewten Personen wider und entsprechen nicht zwangsläufig der Meinung der betreffenden Organisation. Um Rückschlüsse auf die Gesprächspartner/innen vermeiden zu können, wurde eine indirekte Zitierweise gewählt.

Studienabbrecher/innen als Zielgruppe der Beratung

Die **Zielgruppe** der Studienabbrecher/innen und im Weiteren auch die der Studienzweifler/innen ist in den vergangenen Jahren immer stärker in den Fokus von Beratenden und Betrieben gerückt. Einer der Gründe dafür sind zahlreiche BMBF- und Jobstarter-geförderte Projekte auf Landes- und Bundesebene, die für die Zielgruppe sensibilisieren, den Studienabbruch entstigmatisieren und die Potenziale von Studienabbrecher/innen hervorheben. Als eines dieser Projekte arbeitet „Queraufstieg Berlin“ seit 2016 daran, einerseits die vorhandenen Beratungsstrukturen zu vernetzen und andererseits die Studienabbrecher/innen für die berufliche Bildung zu gewinnen.

Eine bedeutende Rolle bei der Unterstützung von Studienabbrecher/innen in der weiteren Bildungs- und Berufswegeplanung spielt die Beratung. „Beratung wird definiert als ein strukturierter Kommunikationsprozess, in dem auf der Basis einer differenzierten Ausgangsanalyse und abgestimmter Ziele tragfähige Lösungsstrategien entwickelt und deren Umsetzung geplant werden“ (Rübner/Sprengard 2010, S. 21). Damit eine Beratung erfolgreich ist, muss sie einerseits individuell und ergebnisoffen ausgestaltet sein und andererseits auch von der Zielgruppe angenommen werden. Heublein (2017, S. 181) erläutert, dass „die Studierenden auch in der Lage und willens sein müssen, sich diese Betreuungsangebote zu erschließen“.

Als ein Ergebnis der Interviews hat sich herausgestellt, dass die Inanspruchnahme eines freiwilligen und neutralen Beratungsangebotes den Entscheidungsprozess für die weitere berufliche Entwicklung des/der Studienabbrechers/in maßgeblich unterstützt. Der begonnene Prozess der Selbstreflexion wird durch eine ergebnisoffene und gleichzeitig zielführende Beratung strukturiert und aufgewertet. Der/Die Ratsuchende erhält Orientierung und gezielte Informationen, die ihn/sie befähigen, eigenverantwortlich (berufliche) Handlungsstrategien zu entwickeln und den anstehenden Entscheidungsprozess voranzutreiben.

Die **Besonderheit der Zielgruppe** der Studienabbrecher/innen ist, dass es sich nicht um eine homogene Gruppe handelt, da jede/r individuelle Gründe bzw. Einflussfaktoren geltend macht. Oft haben die Betroffenen mit multiplen Problemlagen zu kämpfen. Die Interviewten geben an, dass sich im Ergebnis der Problemanalyse wiederholt herausgestellt hat, dass die Studienanforderungen verbunden mit einem selbst gesetzten Leistungsdruck zu Motivationsverlusten und Zweifeln bei den Studienabbrecher/innen geführt und den Prozess des Abbruchs eingeleitet haben. Entsprechende Aussagen sind von den Agenturen für Arbeit, der JBA Berlin und den Bildungsberatungsstellen getroffen worden. Weiterhin wird festgestellt, dass originäre Probleme, resultierend aus den Studienanforderungen, oft einhergehen mit solchen persönlicher und finanzieller Art. Die Wahrnehmung, überfordert zu sein, führt dann zum Handlungsentschluss. Unterstrichen wird auch, dass bei Studienabbrecher/innen der Prozess der Selbstreflexion größtenteils bereits begonnen hat, wenn sie ein Beratungsangebot annehmen. Die Nutzung eines Beratungsangebotes ist der erste Schritt nach der Selbstreflexion, so eine Feststellung aus den Beratungen der Hochschulteams, der Beratungsbedarf wurde von ihnen definiert und gezielt nachgefragt.

Ebenso zeichnet die Zielgruppe aus, dass die Voraussetzungen, die sie in eine Beratung mitbringt, gegenüber anderen Zielgruppen der Berufs- und Bildungsberatung vielfältiger sind. Einerseits wird beobachtet, dass sie mit sich hadern und zum Teil ihre Selbstwirksamkeit als gering einschätzen. Andererseits haben sie sich häufig bereits vorinformiert, was ihnen aufgrund des höheren Bildungsabschlusses gegenüber Schüler/innen und Auszubildenden möglicherweise leichter fällt, sodass auf diesem Wissen in der Beratung aufgebaut werden kann.

„Die Herausforderung ist, sie, die Ratsuchenden, vom Punkt des Versagens abzuholen und dass das nichts mit der Person zu tun hat, sondern einfach der falsche Weg war. Erst einmal schauen, woher der Studienabbruch kommt, verstehen, was eigentlich das Grundproblem ist.“

*Interview vom 17. Juni 2020 mit
einem/r Vertreter/in der JBA Berlin*

Bevor alternative Bildungs- und Berufsmöglichkeiten im Zuge der individuellen Beratung aufgezeigt werden können, müssen im Gespräch mit dem/der Ratsuchenden zunächst die Faktoren des „Scheiterns“ herausgearbeitet werden. Gleichzeitig ist es wichtig, auch das „Pfund“ an Kenntnissen, Erfahrungen und Qualifikationen, worauf aufgebaut werden kann, gemeinsam zu identifizieren. In der Beratung können daran anschließend konkrete, individuelle Hilfestellungen angeboten bzw. an passende Angebote anderer Organisationen verwiesen werden. Letztendlich kommt dem Beratungsgespräch auch eine motivierende Bedeutung zu, wenn es ge-

lingt, den/die Ratsuchende/n zu ermutigen und dazu anzuregen, neue Vorstellungen sowie Problemlösungsstrategien zu entwickeln und aktiv an der Situation zu arbeiten.

Eine der **Herausforderungen** für Beratende liegt darin, dass sie selbst ein breites Fach- und Anwendungswissen aufweisen müssen, damit sie die Studienabbrecher/innen umfassend beraten können und ihrer Lotsenfunktion gerecht werden. Die Anwendung eines systemischen Beratungsansatzes¹⁸ ist dabei hilfreich, so die Aussage einiger Beratender der Agentur für Arbeit, um im ganzheitlichen Kontext die berufsbiografische Gestaltungskompetenz des Einzelnen zu stärken. Übereinstimmend wird in der Auswertung der Interviews festgestellt, dass das Beratungsgespräch wertfrei, ergebnisoffen und vertraulich sein sollte. Es ist eine wichtige Aufgabe der beratenden Person, ein gutes Beratungssetting für gegenseitiges Vertrauen aufzubauen.

Die **Beratungsformate** müssen derart gestaltet sein, dass sie den/die Studienabbrecher/in zum Handeln motivieren und befähigen. Die Zielstellung ist in den meisten Fällen das gemeinsame Herausarbeiten von Handlungsstrategien und somit die Hilfe zur Entscheidungsfindung. Im Vordergrund steht dabei die zu beratende Person, nicht die beratende Institution (personenzentrierter Ansatz). Letztendlich gilt es, das Selbstwertgefühl und das Selbstvertrauen des/der Ratsuchenden zu stärken, indem seine/ihre persönlichen Stärken und Potenziale herausgestellt werden.

Schulz (2015, S. 5) stellt fest, „... Beratungsfachkräfte verschiedener Einrichtungen [der BA] haben außerdem bezüglich des Begriffs Studienabbruch erkannt, dass er für viele Betroffene abschreckend wirkt ...“. Niemand will demnach als Abbrecher/in gelten bzw. sich einen Abbruch eingestehen. Dieser Umstand hemmt den Einzelnen/die Einzelne, sich zu Beratungsangeboten zu informieren bzw. diese zu nutzen. Ein offener Zugang zu den Angeboten im öffentlichen Raum ohne Vereinbarung von Terminen oder verbindliche Erklärungen zur Nutzung der Beratung davor bzw. danach senken die **Hemmschwelle** des/der Ratsuchenden, so die einhellige Meinung der interviewten Beratenden. Weitere Merkmale, die ein niedrigschwelliges Angebot auszeichnen, sind Anonymität, Neutralität und Ergebnisoffenheit. Ein Teil der Interviewten aus dem

18 Systemische Beratung: Sie ist vor allem von der konstruktivistischen Erkenntnistheorie beeinflusst und hat das Ziel, den Anstoß für eine Veränderung der Dynamik des Systems zu geben. Die lösungsorientierte systemische Beratung betrachtet den Menschen in ganzheitlicher Sicht. Im Fokus steht das Individuum innerhalb seiner persönlichen Beziehungen (Quelle: <https://erwachsenenbildung.at/themen/bildungsberatung/begriffsbestimmung/beratung.php>, abgerufen am 26. Juli 2020).

Hochschulbereich erklärt, dass man gute Erfahrungen mit speziell geschaffenen Gruppenformaten der Beratung gemacht habe. Durch sie konnte die Hemmschwelle teilweise gesenkt werden. Des Weiteren wird von den Beratenden festgestellt, dass (Online-)Plattformen zur Selbstinformation hilfreich sind, ein Beratungsangebot zu erkennen und anzunehmen.

Nichtdestotrotz wird die **Erreichbarkeit** der Zielgruppe aus Sicht der Beratenden als schwierig eingeschätzt, da das Beratungsangebot von vielen Betroffenen mangels Kenntnis gar nicht erst wahrgenommen wird. Eine direkte Ansprache mit ausgewählten Marketinginstrumenten, so die Einschätzung der Expert/innen,

„Ein Trend, der sich abzeichnet, ist, dass mit dem Thema Abbruch offener umgegangen wird und Informationen zu Alternativen wie Ausbildung bzw. duales Studium mehr nachgefragt werden. Die Lotsenfunktion, der Verweis zu Einrichtungen wie zur Agentur für Arbeit oder zu den Kammern, hat an Bedeutung zugenommen.“

Interview vom 16. Juli 2020

ist aufgrund der Heterogenität der Zielgruppe nicht einfach. Zudem berichten Beratende von einer hohen Fluktuation und wenig Verbindlichkeit in der Terminwahrnehmung von Studienabbrecher/innen. Andererseits wird mehrfach herausgestellt, dass eine Vernetzung der beratenden Einrichtungen und Institutionen im Sinne von gemeinsamen Beratungs- bzw. Informationstagen die Erreichbarkeit der Zielgruppe fördern kann. Dieses Format wird u. a. von Beratenden der Agentur für Arbeit gemeinsam mit Beratenden einer Hochschule umgesetzt. Vereinzelt wird von den Beratenden der Hochschulen angegeben, dass schon mit Studienbeginn auf ein Beratungsangebot bei Studienzweifel/-abbruch hingewiesen wird.

Eine zunehmende Internet- und Messepräsenz ist für die **Erreichbarkeit** der Zielgruppe ebenfalls förderlich, so die Einschätzung der Mehrzahl der Beratenden. Gemeinsame Veranstaltungen (mit Netzwerkpartnern) haben einen größeren Effekt und fördern die Mundpropaganda. Zudem wollen sich Ratsuchende vorinformieren und nutzen immer mehr Online-Formate sowie soziale Medien. Gut strukturierte Online-Plattformen, adressatengerecht gestaltet und mit einer „Lotsenfunktion“, sind für eine Ansprache der Zielgruppe dienlich und hilfreich, so die Einschätzung. Eine Beratungsstelle schildert, dass sie gute Erfahrungen mit Werbung auf den Informations-Bildschirmen großer Einkaufsmärkte macht. Ziel dieses Werbeinstruments sei es, neben den Studienabbrecher/innen auch deren Eltern, Verwandte oder Bekannte zu erreichen. Ein ähnliches Ziel verfolgt auch „Queraufstieg Berlin“ mit der Werbung in U- und S-Bahnen in Berlin. Als nicht mehr zeitgemäße Marketinginstrumente werden die unterschiedlichsten Druckerzeugnisse wie Flyer, Poster, Info-Blätter etc. angesehen (siehe hierzu auch Beitrag zur Öffentlichkeitsarbeit).

Zukünftig wird es für die beratenden Institutionen immer wichtiger, strategisch zu überlegen, wie sie die Studierenden, die Studienprobleme haben oder sich mit Abbruchgedanken beschäftigen, bzw. Studienabbrecher/innen frühzeitig und bestmöglich erreichen können. Sowohl Erfahrungen aus der Projektarbeit als auch Aussagen der Interviewten aus den Studienabbruchprojekten geben Grund zu der Annahme, dass mit dem Thema Studienabbruch immer offener umgegangen wird (siehe dazu auch Kasten). Die ratsuchenden Studienabbrecher/innen sind aus ihrer Sicht besser zu Bildungs- und Berufsalternativen vorinformiert. Die vermehrte Nachfrage nach Informationen zu Ausbildungsberufen bzw. dualen Studiengängen zeichnet sich als weiterer Trend ab. Darin sind sich Beratende der Agenturen für Arbeit, der Kammern als auch der Bildungsberatungsstellen einig. Ein Zusammenhang zur gesteigerten Internet- und Messepräsenz der beratenden Institutionen wird vermutet, kann aber nicht eindeutig belegt werden.

In den Wochen vor der Befragung wurden, bedingt durch die COVID-19-Pandemie, vermehrt Online-Formate (z. B. Video-Chat) sowie die Beratung per Telefon nachgefragt und als Alternative zum klassischen Beratungsgespräch genutzt, so die Aussage einiger Interviewpartner/innen aus dem Bereich der Beratung zu Bildung und Beruf und der Agenturen für Arbeit. Es ist davon auszugehen, dass sich dieser **Trend in der zukünftigen Beratung** fortschreiben und weiter etablieren wird. Diese Formate sind niederschwellig, haben einen leichten Zugang und tragen maßgeblich dazu bei, die Hemmschwelle aufzuheben, „ins Amt“ zu kommen. In diesem Zusammenhang hoben einige der Interviewten der Hochschulen hervor, dass die bestehenden Online-Formate weiterentwickelt werden müssen, um etablierte Qualitätsstandards in der Beratung abzusichern. Die Beratenden müssten zudem die Möglichkeit des Austausches und der Weiterbildung erhalten, um Kenntnisse zu Qualitätsstandards in der Online-Beratung zu erwerben und anzuwenden, findet eine Beraterin in einem Studienabbruchprojekt.

Insgesamt wird dennoch von den Beratenden eingeschätzt, dass das „klassische“ Beratungsgespräch die umfassendste Form ist, um ganzheitlich zu informieren, individuell zu unterstützen und Lösungsmöglichkeiten mit dem/der ratsuchenden Studienabbrecher/in herauszuarbeiten.

Beratung von Studienabbrecher/innen

Studienabbrecher/innen haben in der **Beratung** besondere Ansprüche und Voraussetzungen. Es zeigten sich über alle interviewten Beratungsstellen hinweg unterschiedliche Ausprägungen an Gründen des Abbruchs bzw. geplanten Abbruchs. Im Vorhinein wurde den Beratungsstellen die Typisierung der Freien Universität (vgl. Blüthmann et al. 2016) vorgestellt, in der Studienabbrecher/innen

in folgende Gruppen aufgeteilt werden: „Verwählte“, „Überforderte“, „Demotiviert“, „familiär verpflichtet“ und „sonstige Gründe“. Der Studie nach gehören die meisten Personen der Gruppe der „Verwählten“ oder „Überforderten“ an. Das gleiche Bild bestätigte sich in den Interviews. Jedoch wurden „Überforderte“ häufiger genannt als „Verwählte“ (vgl. **Tabelle 1**). Der Typ „Demotivierte“ wurde am wenigsten genannt. Für die Gruppe der „familiär Verpflichteten“ zeigte sich ein uneinheitliches Bild. Manche Beratende nennen familiäre Verpflichtungen als einen häufigen Grund, beispielsweise das Jobcenter. Andere, unter anderem die Beratungsstelle einer Kammer, sehen dies wiederum eher selten. Es lässt sich vermuten, dass der Grund hierfür die unterschiedlichen Schwerpunkte der Beratungen sind. Andere Berater/innen lehnen das Konzept einer Typisierung ab, da die ratsuchenden Personen als Individuen gesehen werden und die Zielgruppe darüber hinaus zu heterogen für eine Typisierung sei.

Bei der Betrachtung der **Beratungsstandards** zeigen sich die Beratungen relativ einheitlich. Eine aufschlussreiche Beobachtung ist, dass der Qualitätsrahmen Berliner Modell (QBM) in keinem Interview explizit genannt wird. Es ist davon auszugehen, dass er die Basis des Handelns der Berliner Beratungen ist und somit selbstverständlich Anwendung findet, ohne explizit erwähnt zu werden. Zusätzlich werden in vielen befragten Beratungsstellen noch weitere organisationsinterne und/oder externe Beratungsstandards angewendet. Dabei werden beispielsweise Wertefreiheit und Ergebnisoffenheit als wichtige Eckpunkte der Beratung genannt. Im Endeffekt schließt sich hier wieder der Kreis zum QBM, da zwar interne Beratungsstandards genannt werden, diese sich jedoch mit dem QBM decken. Zusätzlich fällt auf, dass einige weitere Beratungen einen systemischen Ansatz verfolgen und das entsprechende Menschenbild dazu vertreten. Dies zeigt sich insofern, als dass eine Betonung auf dem kooperativen Verhältnis zwischen beratender und ratsuchender Person liegt. Dies wird in den Interviews vor allem von Beratungseinrichtungen der Agentur für Arbeit, Hochschulberatungen sowie von spezifischen Projekten für Studienabbrecher/innen betont.

Die Heterogenität der Gruppe der Studienabbrecher/innen zeigt sich ebenfalls im **Informationsstand** der jungen Menschen zu Beginn der Beratung. Die Vertreter/innen der Beratungslandschaft beobachten, wie oben dargestellt, einen leicht positiven Trend der Kenntnisse in Bezug auf Bildungs- und Karriereoptionen der Personen. Jedoch fällt dies auf individueller Ebene sehr unterschiedlich aus. Es lassen sich beide Pole der Ausprägungen beobachten. So berichten Beratende aus der Beratung zu Bildung und Beruf von Personen, die ein sehr hohes Level an Recherchefähigkeit haben. Auf der anderen Seite berichten diese Beratenden auch von vielen Personen, die sich bis zum Beginn der Beratung kaum mit den unterschiedlichen Möglichkeiten der beruflichen Bildung auseinandergesetzt haben und wenige Alternativen zum Studium kennen. Über alle Personen hinweg,

die eine Beratungsstelle aufsuchen, lässt sich zusätzlich ein eher abnehmendes Wissen bezüglich der Inhalte der verschiedenen Studienrichtungen beobachten. Als Grund hierfür wird die gestiegene Anzahl an verschiedenen Studiengängen vermutet, wodurch die Studienlandschaft deutlich unübersichtlicher geworden ist. Die Bildungshintergründe der Eltern spielen nach Aussagen in einigen Interviews ebenfalls eine Rolle bei der Information zu verschiedenen Bildungswegen. So kennen sich Personen aus einer Akademikerfamilie eher mit akademischen Bildungswegen aus als beispielsweise mit einer dualen Ausbildung. Diese Aussagen decken sich mit Erkenntnissen aus vorherigen Studien (Heublein et al. 2018, S. 59–65).

Zusätzlich ist relevant, in welchem Ausmaß die Aufnahme einer **Ausbildung** überhaupt innerhalb des Beratungsprozesses thematisiert wird. Wie bereits unter dem Punkt Beratungsstandards erwähnt, haben die meisten Beratungen als Ziel, ergebnisoffen zu beraten. Dennoch haben Beratungen eigene Spezialisierungen, aufgrund dessen bestimmte Themen mehr oder weniger im Fokus stehen. Die interviewten Beratenden beobachten, dass die Aufnahme einer Ausbildung bei der Beratung von Studienabbrecher/innen mehrheitlich eine wichtige Rolle spielt. Für Studienabbrecher/innen, die aufgrund von Überforderung ihr Studium abgebrochen haben, stellt die Ausbildung eine geeignete Alternative dar. Die Frage, ob ein „Abstieg“ im eigenen sozialen Status durch einen Wechsel vom Studium in Ausbildung für die Zielgruppe eine Rolle spielt, wird von den Beratenden unterschiedlich eingeschätzt. Die Beratenden aus spezifischen Projekten für Studienabbrecher/innen nehmen diese Thematik bei den Ratsuchenden kaum wahr. Die Auffassung zum sozialen Status wandelt sich demnach allmählich. Dennoch ist für einige Studienzweifler/innen und Studienabbrecher/innen das Prestige des Studiums weiterhin wichtig und erschwert zum Teil die Suche nach geeigneten Alternativen.

Bei der Frage zur **Anzahl der tatsächlich angefangenen Ausbildungen** zeichnet sich wieder ein diverses Bild ab, abhängig von der Ausrichtung der Beratung. So spielt beispielsweise die Aufnahme einer Ausbildung bei den Beratungsstellen der Hochschulen weniger eine Rolle, hier kommt es am ehesten zu einer Umorientierung innerhalb des Studienschwerpunktes oder zu einem Wechsel des Studiengangs. Beratungen wie die Ausbildungsberatung der Kammern haben erwartungsgemäß wiederum einen ganz anderen Fokus. Der Anteil an Personen, die schlussendlich eine Ausbildung aufnehmen, liegt hier laut Interview bei bis zu 80 Prozent. Betrachtet man insgesamt die Rolle der Aufnahme einer Ausbildung in der Beratung und der tatsächlichen Umsetzung, so scheint es einen relativ hohen Zusammenhang zu geben. Entweder ist beides hoch oder entsprechend niedrig ausgeprägt. Diese Beobachtung lässt zwar keine kausalen Schlüsse zwischen den beiden Aspekten zu (siehe auch Kasten), sie deckt sich jedoch mit Erkenntnissen

der Studie von Heublein et al. (2016). In der dabei durchgeführten Exmatrikulationsbefragung geben 43 Prozent der Studienabbrecher/innen an, sich ein halbes Jahr nach ihrem Studienabbruch in einer Berufsausbildung zu befinden. In einer schulischen Ausbildung befinden sich 14 Prozent der Befragten (vgl. Heublein et al. 2017, S. 217).

Die Relevanz der Ausbildung

Insgesamt kann festgehalten werden, dass über alle interviewten Beratungen hinweg (abgesehen von Beratungen mit besonderen Spezialisierungen) die Aufnahme einer Ausbildung eine wichtige Rolle spielt. Oft wurden hohe Anteile an Personen genannt (50 Prozent und aufwärts), die in eine Ausbildung übergegangen sind.

Die **Übergangsphase** vom Studium in die berufliche Ausbildung stellt für viele Studienabbrecher/innen eine nicht zu vernachlässigende Hürde dar. Inwiefern die Betreuung durch die Beratungsstellen in dieser Phase bestehen bleibt, ist abhängig vom einzelnen Angebot. Daher können manche Gesprächspartner/innen wenig zu dieser Phase sagen. Viele der Beratungen fungieren als Lotsen und weisen Personen in die entsprechende Richtung bzw. zu weiteren spezialisierteren Beratungsstellen. Einzelne Angebote hingegen stellen Kontakte zu interessierten Unternehmen her und/oder halten bis zum Beginn einer Ausbildung Kontakt zu den Ratsuchenden. Wie weit die Betreuung dabei reichen kann, ist auch abhängig von der Einbindung

der Beratungsstelle. Als generelles Problem stellt sich häufig die zeitliche Diskrepanz zwischen dem Zeitpunkt des Studienabbruches und dem Beginn des neuen Ausbildungsjahres dar. Aus diesem Grund werden verschiedene Wege der Überbrückung eingeschlagen. Die geläufigsten sind Praktika, freiwilliges soziales Jahr, freiwilliges ökologisches Jahr oder Nebentätigkeiten. Einige Personen warten mit der Exmatrikulation bis zum Beginn der Ausbildung, da sonst die Vorteile des Studierendenstatus, z. B. die vergünstigte Krankenversicherung, verloren gehen würden. Generell lässt sich sagen, dass Personen dem neuen Ziel zwar motiviert entgegensehen, der Weg dahin jedoch mit Unsicherheiten verbunden ist. Als eines der größten Probleme lässt sich in dieser Phase die vulnerable finanzielle Situation identifizieren.

Im Hinblick auf die **Vermittlung von Studienabbrecher/innen** an interessierte Betriebe stellt sich die Frage, inwiefern es den Beratungsstellen gelingt, Kontakte zu Unternehmen herzustellen, die aktives Interesse an Studienabbrecher/innen als zukünftige Auszubildende haben. Es zeigt sich auch hier kein homogenes Bild. Der Kontakt zu Unternehmen hängt vielmehr von der Ausrichtung des Beratungsangebotes ab. So gibt es beispielsweise Angebote, die neben der Beratung von Personen auch direkt Unternehmen kontaktieren und eine Verbindung zu

potenziellen Studienabbrecher/innen herstellen. So fällt es den Beratungen der Kammern und der Agentur für Arbeit/Jugendberufsagentur tendenziell leichter, den Unternehmenskontakt herzustellen, als anderen Angeboten. In der Berliner Beratungslandschaft stellt dies aber dennoch die Ausnahme dar. Die meisten Beratungseinrichtungen stehen in keinem direkten Kontakt mit Unternehmen. Hier geschieht der Austausch z. B. mit den Berufsberatungen der Kammern oder anderen Institutionen, wie der Agentur für Arbeit. Es kommt häufig zu Verweisen auf andere bestehende Angebote. Generell lässt sich beobachten, dass Beratungsstellen bemüht sind, einen Austausch mit anderen wichtigen Akteuren herzustellen, seien es nun Unternehmen/Unternehmensverbände, Kammern oder andere Beratungsanbieter.

Stand und Zukunft der Beratung

Die derzeitige Situation bezüglich der COVID-19-Pandemie hat auch bei den Berliner Beratungsangeboten eine Abkehr von gewohnten Instrumenten hin zu digitalen Lösungen notwendig gemacht. Mit Beginn der eingeführten Kontaktbeschränkungen wurden die zumeist als persönliche Gespräche durchgeführten Beratungen auf einen kontaktlosen Ablauf per E-Mail, Telefon oder Video umgestellt. Hierbei kam es in den Organisationen vieler Interviewpartner/innen zu anfänglicher Verwirrung und Umstellungsschwierigkeiten, da zunächst geeignete Instrumente beschafft und deren Anwendung erlernt werden musste.

Des Weiteren wurde um die Akzeptanz und das Vertrauen bei den Ratsuchenden geworben. Nach der erfolgten Umstellung werden die Angebote von den Ratsuchenden nunmehr nach allgemeiner Einschätzung der Gesprächspartner/innen gut angenommen. Insgesamt wird die erste Phase der Kontaktbeschränkungen von den Beratungsstellen als Lernprozess beschrieben. Man habe sich zunächst finden und mit der neuen Situation arrangieren müssen, so die Aussage in mehreren Interviews. Dies gelte auch für die Ratsuchenden, die zum Teil zunächst Schwierigkeiten mit der nicht stattfindenden Beratung vor Ort hatten.

„In einer Beratung zu Bildung und Beruf wurden die Online-Formate so gut aufgenommen, dass auch weiterhin Workshops und Vorträge online angeboten werden. Aus Sicht des Beratungsangebotes lässt sich so auch eine größere Zielgruppe erreichen.“

Interview vom 18. Juni 2020

Zum Zeitpunkt der Gespräche (Mitte Juni bis Anfang August 2020) liegen bereits erste Erfahrungen in der Online-Beratung vor, sodass eine Zwischenbilanz zu dieser Form der Beratung gezogen werden kann. In der Auswertung der Interviews zeigt sich eine große Bandbreite von Meinungen und Erfahrungen. Bei einem Beratungsangebot einer Hochschule sind die Erfahrungen mit Online-Beratungen

eher negativ. Diese werden insbesondere bei sehr akuten Krisensituationen gegenüber der persönlichen Beratung als nicht ausreichend empfunden. An einer weiteren Berliner Hochschule sind die Erfahrungen hingegen positiver. Online-Seminare wurden an dieser Hochschule erfolgreich durchgeführt und die Erreichbarkeit und Bekanntheit des Angebotes konnte nach eigener Aussage erhöht werden, was unter anderem zu einem Anstieg bei männlichen Beratungsklienten führte.

In einigen Beratungsstellen werden keine Video-Beratungen durchgeführt. Telefonische Beratung wird hingegen nur von wenigen jungen Menschen genutzt, so dass die Zahl der Beratungen zuletzt teilweise deutlich rückläufig war. In der Jugendberufsagentur Berlin, den Jobcentern sowie den Standorten der Agentur für Arbeit sind die Erfahrungen positiver. In einem Jobcenter konnten die Beratungen nach anfänglichen Schwierigkeiten schnell auf Online- und Telefonberatung umgestellt werden. Dies funktioniert bei den Zielgruppen gut, auch leistungsrechtliche Fragen können geklärt werden. In der JBA Berlin werden ebenfalls steigende Fallzahlen erwartet, da das Online-Angebot die Hemmschwelle zur Kontaktaufnahme nach eigener Aussage senke.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die Kontaktbeschränkungen große Auswirkungen auf die tägliche Arbeit der Beratenden haben, diese nach anfänglicher Gewöhnungsphase aber genutzt werden, um digitale Angebote zu schaffen oder auszubauen. Im Zuge der weiter fortschreitenden Digitalisierung auch im Beratungsbereich dient die aktuelle Situation nach Meinung mehrerer Gesprächspartner/innen als „Beschleuniger“.

Zu beachten ist auch, dass nicht jedes Beratungsanliegen und jede/r Klient/in für die Online-Beratung geeignet ist. Die Interviewpartner/innen begrüßen daher die zunehmende Lockerung der Kontaktbeschränkungen. Insbesondere bei akuten Krisenfällen sowie Ratsuchenden mit besonderen psychischen Belastungen kann nach übereinstimmenden Aussagen mittels Online- oder telefonischer Beratung nicht immer geholfen werden. Insgesamt sind persönliche Beratungen nach einhelliger Meinung in den Gesprächen nicht durch Online-Formate substituierbar und bleiben auch in Zukunft ein wichtiger Bestandteil der Arbeit. In der Pandemiesituation stehen gute Instrumente zur Aufrechterhaltung des Beratungsangebotes zur Verfügung.

Gleiches gilt für den **fachlichen Austausch** zwischen den Berater/innen der verschiedenen Institutionen, insbesondere zwischen den Beratungsangeboten der Hochschulen und der außerhochschulischen Beratung. Er trägt dazu bei, neue Erkenntnisse und gute Praxis in den Strukturen zu verankern und zu verbreiten. Abbruchgründe und -trends werden gegebenenfalls früher erkannt und geeignete Beratungskonzepte entwickelt. Netzwerke wie zum Beispiel „Queraufstieg Berlin“

haben es sich zur Aufgabe gemacht, diesen Austausch zu befördern. Das Projekt versteht sich als zentrale Servicestelle der Berliner Beratung von Studienabbrecher/innen und Studienzweifler/innen und bietet seit 2016 Veranstaltungen für Beratende an. Dazu gehören Workshops (Themen u. a. Beratungsstandards, Beratungstools, Unternehmensnachfolge), Betriebs- und Berufserkundungen sowie Fachtagungen und Fachgespräche (u. a. zu den Themen internationale Studierende, Finden und Binden neuer Zielgruppen). Auch für Studienaussteiger/innen und Studienzweifler/innen wurde mit der „Fuckup-Night: Studienabbruch“ sowie einem als Austauschplattform angedachten „MeetUp“ ein Angebot geschaffen. Hierbei wurden regelmäßig auch Akteure aus der Beratung eingebunden. In den Interviews mit den Beratenden ist wiederholt die Plattform „Queraufstieg Berlin“ als transparentes, informatives Medium eingeschätzt worden, das sowohl den Studienabbrecher/innen und Studienzweifler/innen als auch den Beratenden ein guter Navigator durch die Vielfalt der Beratungsangebote ist.

In den Interviews wird dem **fachlichen Austausch untereinander** eine hohe Bedeutung beigemessen. Einig waren sich alle interviewten Personen, dass derzeit nicht genügend zielgruppenspezifische Austausch- und Weiterbildungsformate für Beratende existierten. Diese Aussage gilt sowohl für den Austausch der Beratungen untereinander als auch für den Austausch zwischen außerhochschulischer und Hochschulberatung. Informelle oder auf Eigeninitiative der Beteiligten gebildete Formate seien teilweise vorhanden aber unterschiedlich gut ausgebaut. So finden z. B. zwischen der JBA Berlin und den Berater/innen an den Hochschulen Kooperationen im Rahmen von Informationsveranstaltungen statt. Gleiches wird aus einer Kammer berichtet. In einer Agentur für Arbeit ist ein regelmäßiger, zwei Mal jährlich stattfindender Informationsaustausch mit den Berater/innen einer Berliner Hochschule etabliert. Die studienabbruchspezifischen Projekte sind ebenfalls gut in Austauschformate eingebunden. Da diese Projekte mit Hochschulpartnern zusammenarbeiten, ist der Austausch Teil der täglichen Arbeit. Darüber hinaus wurde im Arbeitsbereich eines Projekts ein Arbeitskreis zu Vernetzung von beratenden Stellen ins Leben gerufen, der zwei Mal jährlich tagt und den kollegialen Austausch fördert. Im Arbeitsbereich eines anderen Projekts findet hingegen zwei Mal jährlich ein sogenannter Struktur-Workshop statt, der ebenfalls unterschiedliche Akteure der Region zum Austausch zusammenbringt.

Einige Interviewpartner/innen sind zudem über den „Runden Tisch Studienabbruch“ vernetzt, der zwei Mal jährlich Akteure aus Brandenburg und Berlin zusammenbringt.

Insgesamt geht aus den geführten Interviews hervor, dass viele Berater/innen sich mehr fachlichen Austausch insbesondere mit den Hochschulberatungen wünschen. Da Studienabbrecher/innen derzeit in den meisten Beratungsstellen nur

einen kleinen Teil der Ratsuchenden ausmachen, gibt es bisher wenige Angebote, die sich speziell an Beratende dieser Zielgruppe richten. Bei der Ausgestaltung zukünftiger Projekte sollten Austauschformate nach Einschätzung aus mehreren Interviews stärker strategisch mitgedacht werden, damit Zeitfenster für Austausch-tätigkeiten im Arbeitsplan festgehalten werden, aber auch um von allen Seiten eine höhere Verbindlichkeit zur Beteiligung an Austauschformaten herzustellen.

Anhand der Interviews wurden auch Aussagen zur zukünftigen Entwicklung getroffen. Dieser „**Blick in die Zukunft**“ zeigt auf, was sich die Beratenden für die vernetzte Zusammenarbeit wünschen. Eine ähnliche Frage wurde Beratenden in Interviews gestellt, die bereits im Zeitraum Herbst 2017 bis Frühjahr 2018 von „Queraufstieg Berlin“ geführt wurden und hier zum Abgleich herangezogen werden können. Sowohl aus den Antworten dieser Befragung als auch den Erfahrungen der Projektarbeit sowie den aktuellen Gesprächen lässt sich ableiten, dass sich die Berater/innen vor allem mehr fachlichen Austausch zu den Zielgruppen Studienabbrecher/innen und Studienzweifler/innen wünschen. Darüber hinaus wünschen sie sich eine stärkere Einbindung der Hochschulen in die Netzwerke, um Verweisketten bilden und zweifelnde Studierende schneller auffangen zu können. Es geht ihnen dabei nicht um das Abwerben von Studierenden von den Hochschulen, denn die Beratungen sind nach eigenen Aussagen ergebnisoffen und können Studienzweifler/innen auch den Weg zurück in das Studium weisen, wenn es individuell der passende Weg ist. Um diese Netzwerkarbeit auch leisten zu können, sollte sie in der Tätigkeitsbeschreibung der Berater/innen stärker verankert werden. Derzeit wird sie vor allem vom Engagement der handelnden Personen getragen. Mehr Beteiligung an Netzwerken könnte nach Einschätzung einer Gesprächspartnerin derzeit zu Abrechnungsproblemen führen, da diese nicht einzelnen Klient/innen zugerechnet werden könne. Auch aus anderen Beratungsbereichen wird geäußert, dass die derzeitige Dichte an Beratungsgesprächen und damit zusammenhängenden Vor- und Nachbereitungstätigkeiten die aktive Beteiligung in Netzwerken erschwert. Die Beratung der Zukunft, so die allgemeine Einschätzung, wird nicht ohne persönliche Beratungskontakte auskommen. Die persönliche Kommunikation bleibt insbesondere in Krisensituationen wichtig, um angemessen helfen zu können. Sie kann aber, als Lernergebnis aus der COVID-19-Pandemie, durch digitale Tools, wie z. B. das Selbsterkundungstool (SET) der Agentur für Arbeit, ergänzt werden. Diese Ergänzungen ermöglichen es, orts- und zeitunabhängig Teile des Beratungsprozesses auszulagern und so Ressourcen in der Beratung freizusetzen, die z. B. für die Vernetzung genutzt werden können.

Zusammenfassend lässt sich festhalten: Studienabbruch ist heute weniger Tabuthema als in der Vergangenheit. In den Beratungen und seitens der jungen Menschen wird damit inzwischen offener umgegangen. Im Vordergrund von Beratungsgesprächen stehen die Information und die Unterstützung, um mit den Ab-

brecher/innen wertneutral und ergebnisoffen die Situation zu reflektieren und berufliche Alternativen, wie z. B. eine Ausbildung oder ein duales Studium, herauszuarbeiten. Individuelle Entscheidungsprozesse der Ratsuchenden werden somit vorangetrieben, die zu nächsten Schritten des Handelns veranlassen. Dabei gewinnt eine kluge, prozessorientierte Lotsenfunktion zu Partnereinrichtungen (Agentur für Arbeit, Kammern etc.) immer mehr an Bedeutung. Beratungsformate in digitaler Form wie Video-Chat, E-Mail, aber auch die telefonische Beratung, tragen dazu bei, die Hemmschwelle für die Nutzung von Beratungsangeboten zu senken. Es hat sich gezeigt, dass diese Formate verstärkt von Beratungsstellen genutzt werden, ohne das klassische, intensive Beratungsgespräch zu ersetzen.

Literatur

Berliner Senat (2016): Koalitionsvereinbarung 2016 bis 2021. Koalitionsvereinbarung zwischen Sozialdemokratische Partei Deutschlands (SPD) Landesverband Berlin und DIE LINKE Landesverband Berlin und BÜNDNIS 90/Die Grünen Landesverband Berlin für die Legislaturperiode 2016-2021. Berlin.

Blüthman, I./Sielschott, S./Watermann, R. (2016): Ergebnisse der Exmatrikuliertenbefragung an der Freien Universität Berlin im Wintersemester 2014/2015. Freie Universität Berlin, Arbeitsstelle Lehr- und Studienqualität, Fachbereich Erziehungswissenschaft und Psychologie. Berlin.

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. Forum Hochschule 1/2017. Hannover.

Kiepenheuer-Drechsler, B./Steinbach, M./Wittig, W./Kretschmer, S., (2019): Evaluation der Jugendberufsagentur Berlin. Zweiter Zwischenbericht der Evaluation. Drucksache 18/1864 des Berliner Abgeordnetenhauses.

Mayer, H.(2012): Interview und schriftliche Befragung: Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung. München: Oldenbourg.

Mayring P./Fenzl, T. (2019): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Baur, N., Blasius, J. (eds.), Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. Wiesbaden: Springer VS.

Rübner, M./Sprengard, B. (2010): Beratungskonzeption der Bundesagentur für Arbeit – Handbuch für Berufsberaterinnen und Berufsberater; Band 1; Hrsg.: Bundesagentur für Arbeit; Nürnberg.

Schulz, Martina (2015): Studienabbruch und Netzwerkarbeit – Leitfaden.

Studienzweifel frühzeitig erkennen und helfen: Frühwarnsysteme an Hochschulen

Nadja Konrad, Franziska Wildner

Deutsche Hochschulen müssen sich künftig verstärkt und frühzeitig mit abbruchgefährdeten Studierenden beschäftigen. Die finanziellen Nachteile für Hochschulen mit einer hohen Studienabbruchquote sind mit Inkrafttreten der dritten Phase des Hochschulpakts gestiegen. Bereits bestehende Instrumente wie Studieneingangsbeschränkungen sowie Unterstützungs- und Beratungsangebote dienen der Reduzierung der Abbruchraten. Mit der Novelle des Hochschulstatistikgesetzes zum 2. März 2016 können sogenannte Frühwarnsysteme einen erheblichen Beitrag zur Vermeidung von Studienabbrüchen leisten. Dabei bietet die Entwicklung und Einführung eines Frühwarnsystems viele Vorteile, sie bedarf aber auch vieler Ressourcen und großen Engagements.

Im vorliegenden Beitrag wird erläutert, warum der Studienabbruch ein zunehmend wichtiges Thema für die Hochschulen ist, welche Maßnahmen zur Vermeidung von Studienabbrüchen an deutschen Hochschulen etabliert sind und wie Frühwarnsysteme Studienabbrüche vermeiden können. Es werden die Ergebnisse einer aktuellen Online-Befragung unter den Berliner Hochschulen zum Einsatz von Instrumenten zur Erfassung und Begleitung von abbruchgefährdeten Studierenden aufgezeigt und *Good Practice*-Beispiele aus ganz Deutschland vergleichend dargestellt. Zum Ende werden Hinweise zur Gestaltung von Frühwarnsystemen formuliert.

Studienabbrüche als wichtiges Thema für Hochschulen

Studienabbrüche haben weitreichende ökonomische Auswirkungen sowohl auf Hochschulen, auf Studierende als auch auf die Gesellschaft. Der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft hat 2007 berechnet, dass Studienabbrüche den Staat jedes Jahr 2,2 Milliarden Euro kosten. Hinzu kommen indirekte volkswirtschaftliche Kosten von jährlich bis zu 7,6 Milliarden Euro durch private Investitionen der Studienabbrecher/innen und die ihnen entgangenen Erwerbseinkommen (vgl. Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft 2007). Die Studienabbruchquote hat sich seit 2007 nicht wesentlich verändert. Rund jeder dritte Studierende bricht sein Studium ab. Die volkswirtschaftlichen Kosten von Studienabbrüchen dürften sich in Folge höherer Studierendenzahlen und gleichbleibend hohen Abbruchquoten tendenziell sogar weiter erhöht haben. Vom ersten Abbruchgedanken über den

festen Entschluss bis hin zur Exmatrikulation vergehen bei Studienzweifler/innen durchschnittlich 1,5 Semester (vgl. Heublein et al. 2017, S. 52). Ein Abbruch erfolgt im Durchschnitt im vierten Semester. Ein frühzeitiges Erkennen von Studienzweifeln sowie die zeitnahe Entscheidung für oder gegen das Studium würde sich folglich positiv auf die Kosten von Hochschule und Staat auswirken.

Auch für die Studienabbrecher/innen hat ein Abbruch finanzielle und psychosoziale Folgen. Viele junge Menschen stehen dann vor einer beruflichen Neuorientierung. Sie müssen Freunden und Familie gegenüber den häufig als Scheitern wahrgenommenen Studienabbruch begründen.

Die Finanzierung der Hochschulen richtete sich lange Zeit nach der Zahl der Studienanfänger/innen. Studienabbrüche hatten kaum finanzielle Konsequenzen für die Hochschulen. Das änderte sich in der dritten Phase des Hochschulpaktes ab 2016. Seither müssen die Einrichtungen zehn Prozent der Bundes- und Landesmittel dazu einsetzen, mehr Studierende zu einem erfolgreichen Abschluss zu führen (vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung 2015). Mit der Nachfolgevereinbarung zum Hochschulpakt „Zukunftsvertrag *Studium und Lehre stärken*“, die zwischen Bund und Ländern am 6. Juni 2019 geschlossen wurde, steigt dieser Anteil auf 20 Prozent (vgl. Hochschulrektorenkonferenz 2019). Das Inkrafttreten dieser Vereinbarung zwingt die Hochschulen dazu, die Anzahl ihrer Absolvent/innen zu steigern. Nur so können sie eine angemessene Finanzierung gewährleisten. Aufgrund der aktuellen Studienabbruchquote von deutschlandweit 27 Prozent der Bachelor- und 17 Prozent der Masterstudiengänge (vgl. DZHW 2020) drohen den Berliner Hochschulen mit der Einführung des Zukunftsvertrags jährliche Einbußen von 20 bis 35 Millionen Euro (vgl. Kühne 2019). Um die Studienabbruchquote zu verringern, empfehlen Expert/innen den Einsatz hochschulpolitischer Maßnahmen, die die Verbesserung der Lehr- und Studienbedingungen zum Ziel haben (vgl. Heublein et al. 2017, S. 1).

Zusammen mit der veränderten Mittelzuweisung für die Hochschulen wurde auch das Hochschulstatistikgesetz novelliert. Ursachen dafür waren die Veränderungen in der Hochschullandschaft hin zu mehr Wettbewerb untereinander sowie die Ausweitung von bildungsstatistischen Lieferpflichten an den Bund und die Europäische Union. Mit der Novelle des Hochschulstatistikgesetzes kam es zu einer deutlichen Erweiterung des Umfangs der Erhebungsmerkmale für die Studierenden-, Prüfungs- und Personalstatistik, mit deren Hilfe steuerungsrelevante Kennzahlen erfasst werden. Seit dem Sommersemester 2017 ist die Durchführung einer Studienverlaufsstatistik ohne zeitliche Brüche möglich. Mithilfe der Studienverlaufsstatistik soll auch die Wirkung hochschulpolitischer Maßnahmen der Länder und von Bund-Länder-Programmen gemessen werden. Die Daten der Hochschulstatistik dienen darüber hinaus als Grundlage zur Iden-

tifikation hochschulpolitischer Handlungsfelder und können zur Planung und Entscheidung für neue Maßnahmen herangezogen werden. Eine wichtige Bedeutung hat die Studienverlaufsstatistik ebenso für die Ermittlung des Studierenerfolgs. Für die leistungsorientierte Mittelzuweisung an Hochschulen spielt diese Kennziffer zukünftig eine wesentliche Rolle. Mit der bisherigen Ausgestaltung der Hochschulstatistik war es kaum möglich, Studienabbrüche zu erfassen und nachzuweisen (vgl. Butz 2017).

Studienabbrüche stellen einen mehrdimensionalen Prozess dar, der in verschiedenen Phasen durch unterschiedliche Faktoren beeinflusst wird. Heublein et al. zeigen in einer Studie von 2017 die verschiedenen Ursachen und Einflussfaktoren des Studienabbruchs auf. Sie siedeln diese in drei verschiedenen Phasen an: der Studienvorphase, der Studieneingangsphase und der Studiensituation.

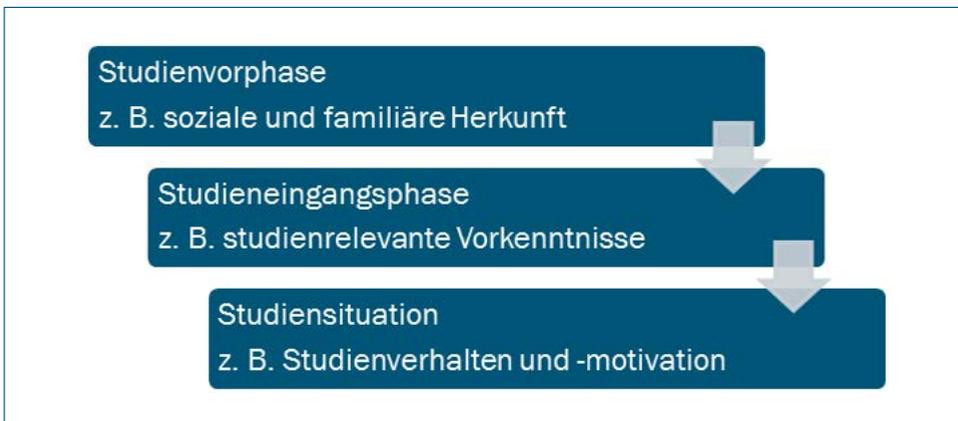


Abbildung 9: Ursachen für den Studienabbruch nach Studienphasen

In der **Studienvorphase** beeinflussen die Aspekte der sozialen und familiären Herkunft, die bildungsbestimmenden Werte und Aspirationen durch Eltern und das soziale Umfeld die Bildungsentscheidung. Einige Persönlichkeitseigenschaften, die die Studierenden mitbringen, bestimmen u. a. in welcher Art und Weise sie in der Lage sind, Studienanforderungen zu bewältigen. Weitere wesentliche Einflussfaktoren für den Studienabbruch sehen Heublein et al. (2017) in den schulischen Zugangswegen zum Studium, der schulischen Leistung, dem Erwerb studienrelevanter Vorkenntnisse sowie dem Abschluss einer Berufsausbildung. Um das Risiko zu senken, sich bei der Wahl des Studienfachs zu „verwählen“, hilft den Studienbewerber/innen die vertiefte Auseinandersetzung mit dem Ablauf und Inhalt der Studienfächer. Ein hohes Maß an Eigeninitiative kann dazu führen, dass Studierende mit ungünstigen Schulnoten und schlechtem Vorbereitungsstand dennoch erfolgreich studieren. Unterstützende Angebote in der **Studieneingangsphase** bewirken dies ebenfalls.

In der **Studiensituation** beeinflussen vielfältige interne und externe Einflüsse die Zweifel am Studium. Die Entwicklung der individuellen Studienabbruch-motivation resultiert aus dem Zusammenspiel dieser Faktoren. Interne Faktoren sind Studienverhalten und -motivation, Leistungsaspekte sowie psychische und physische Ressourcen. Externe Faktoren sind Bedingungen des Studiums, Angebote der institutionellen Beratungsinstanzen, eigene Lebensbedingungen sowie mögliche Alternativen zum Studium. Wenn sich vorhandene Widersprüche zwischen den inneren und äußeren Faktoren im Zeit- bzw. Studienverlauf nicht dauerhaft lösen lassen, kommt es zu einer Entscheidung: ein Studienabbruch als Lösung oder die Notwendigkeit einer Veränderung im Verhältnis der unterschiedlichen Faktoren zueinander (vgl. Heublein et al. 2017, S. 16).

Maßnahmen zur Vermeidung von Studienabbrüchen an deutschen Hochschulen

Die deutschen Hochschulen verfügen über zahlreiche Möglichkeiten, um den Ursachen der Studienzweifel zu begegnen und Studienabbrüche zu vermeiden. Bereits in der Studieneingangsphase können Studieneingangsbeschränkungen dazu dienen, die Fach- und Hochschulwahl von Studieninteressent/innen zu schärfen. Studieneingangsbeschränkungen dienen den Hochschulen zur Auswahl von fachlich geeigneten Studierenden. Durch Zugangsbeschränkungen wie den Numerus Clausus, Motivationsschreiben, Fremdsprachennachweise, Aufnahmegespräche oder Aufnahmeprüfungen setzen sich Studienbewerber/innen bereits vor Aufnahme des Studiums intensiver mit Studieninhalten und -anforderungen auseinander. Dies führt zu einer höheren Studienerfolgsquote (vgl. Heublein et al. 2017, S. 114). Eine weitere Eingangsbeschränkung stellt die verbindliche Durchführung eines Tests zum Kenntnis- und Wissensstand dar. Dabei wird die Studierfähigkeit abgebildet. Die Ergebnisse der Tests gehen bei der Immatrikulation mit einer Verpflichtung zur Teilnahme an Vorbereitungs- oder Brückenkursen einher. Das Forschungsprojekt InMaSS¹⁹ der IHF Bayern regt etwa an, ein Online-Self-Assessment für Studierende an den Hochschulen einzurichten. Dabei können die Studieninteressent/innen testen, was sie in einem Studienfach erwartet und inwieweit ihre Interessen und Kompetenzen dort einsetzbar sind (vgl. Schmermund 2018).

19 InMaSS – Wirksamkeit institutioneller Maßnahmen zur Senkung des Studienabbruchs. Webseite: <https://www.ihf.bayern.de/forschung/forschungsbereiche/studium-studierende-und-digitalisierung-in-der-lehre/inmass-wirksamkeit-institutioneller-massnahmen-zur-senkung-des-studienabbruchs> (Stand: 06.08.2020).

Im Studium halten die Hochschulen für die Studierenden viele Unterstützungs- und Beratungsangebote bereit, mit denen die Studierfähigkeit erhöht, die Studienmotivation aufrechterhalten und den Studienzweifeln entgegengetreten werden kann. Mit Peer-Mentoring-Programmen und Kennenlern-Angeboten können die Studienanfänger/innen in die Hochschule integriert werden und Kontakte zu Kommiliton/innen knüpfen. Tutoren- und Mentoren-Programme, Kurse zum wissenschaftlichen Arbeiten und zur Prüfungsvorbereitung sind im Studienverlauf Maßnahmen zur fachlichen und außerfachlichen Unterstützung der Studierenden (vgl. Schermund 2018). Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Unterstützungsangebote der Hochschulen während des Studiums vielfältig sind und viele individuelle Bedürfnisse der Studierenden abdecken.

Nutzen von Frühwarnsystemen

Frühwarnsysteme ermöglichen den Studierenden und den Hochschulen: Kontrolle der Leistungserbringung und Legitimation nach außen durch Leistungstransparenz. Den Studierenden wird somit die Möglichkeit zur Selbst-Evaluierung gegeben. Die Hochschulen können die gewonnenen Informationen nutzen, um Verbesserungsstrategien anzuschließen und Gelingensbedingungen guter Lehre aufzuzeigen (vgl. Pohlenz 2018, S. 6).

Das Beratungsangebot ist an deutschen Hochschulen ebenfalls breit aufgestellt (siehe hierzu auch den vorherigen Beitrag). Die Beratungslandschaft ist dabei auf unterschiedliche Zielgruppen ausgerichtet. Hochschulinterne Beratungseinrichtungen werden meist wegen studienbezogener Probleme aufgesucht. Sie richten ihr Angebot vor allem auf Fragen zum Studium bzw. zum Erreichen des Hochschulabschlusses. Beratungseinrichtungen, die außerhalb der Hochschulen angesiedelt sind, werden häufig mit dem Wunsch nach beruflicher Neuorientierung bzw. der Erarbeitung von konkreten beruflichen Alternativen nach dem Studienabbruch aufgesucht (vgl. Heublein et al. 2017, S. 235 f.).

Neben den Studieneingangsbeschränkungen zu Beginn und den Unterstützungs- und Beratungsangeboten während des Studiums rücken

Systeme zur Erfassung und Begleitung von abbruchgefährdeten Studierenden zunehmend in den Fokus der Hochschulen. Mithilfe eines Studienverlaufsmonitorings werden Daten und Informationen genutzt, die sowohl im zeitlichen Längsschnitt als auch im Querschnitt gewonnen werden (vgl. Pohlenz 2018, S. 6). Systeme zur Erfassung und Begleitung von abbruchgefährdeten Studierenden werden häufig als **Frühwarnsysteme** bezeichnet. Frühwarnsysteme erfassen bestimmte Daten und geben automatisiertes Feedback bei Situationen, in denen ein Eingreifen notwendig erscheint, um einen eventuellen Studienabbruch abzuwenden (vgl. Ortenburger et al. 2018). Dabei werden verschiedene Daten/Kennzahlen sowie ihre Ausprägungen und Schwellenwerte bestimmt, bei denen ein „Alarmschlagen“ notwendig ist. Die

Art des „Alarmschlagens“ bei den abbruchgefährdeten Studierenden kann ebenfalls stark variieren, z. B. schriftliche Einladungen zu (verbindlichen) Beratungsterminen oder allgemeine Informationsmails zu Unterstützungsangeboten.

Frühwarnsysteme und ihre Form der Problemerkennung dienen der Sicherung des Studienerfolgs. Entscheidend dabei ist, dass den Studierenden geholfen wird. Somit schlagen Frühwarnsysteme nicht nur Alarm, sondern sie verknüpfen diesen dezidiert mit Beratungs- und Betreuungsangeboten. So kann den betroffenen Studierenden frühzeitig und passgenau geholfen werden (vgl. Ortenburger et al. 2018).

Frühwarnsysteme als Instrument zur Erfassung und Begleitung von abbruchgefährdeten Studierenden

Frühwarnsysteme sind ein Baustein zur Erhöhung des Studienerfolgs der Studierenden. Die Einführung eines Frühwarnsystems stellt die Hochschule aber auch vor verschiedene Herausforderungen und erfordert viele weitreichende Entscheidungen. Konzept sowie Entwicklung des Frühwarnsystems müssen eng an den Bedürfnissen und personellen, technischen und strukturellen Ressourcen der Hochschule ausgerichtet werden. Bevor ein Frühwarnsystem entwickelt wird, sollten alle relevanten Akteure in den Prozess miteinbezogen werden und von der Sinnhaftigkeit des Vorhabens überzeugt sein. Zu den relevanten Akteuren gehören u. a. die Studienberatungen, die Studiengangkoordination, Lehrende, Fachbereiche, Organisationseinheiten und Gremien sowie Vertreter/innen der Studierendenschaft.

Die Einführung, Entwicklung und Umsetzung eines Frühwarnsystems bedeuten einen hohen technischen, personellen und kommunikativen Aufwand. Daher sollte jedem Frühwarnsystem ein theoretisches Modell zugrunde liegen, das den Studienerfolg als komplexes, mehrdimensionales Konstrukt versteht (vgl. Pohlenz 2018, S. 6).

Bei der Entwicklung eines Frühwarnsystems werden auf Grundlage eines theoretischen Modells geeignete Kennzahlen gewählt und „Alarmwerte“ für diese Kennzahlen festgelegt. Das Über- bzw. Unterschreiten der „Alarmwerte“ kann auf eine Abbruchgefährdung hindeuten. Dabei besteht ein Spannungsfeld zwischen einem zugestandenen Spielraum für die persönliche Lebenssituation der Studierenden und dem Vorhaben, rechtzeitig Hilfe und Unterstützung anzubieten. Pohlenz (2018, S. 6) empfiehlt bei der Auswahl der Kennzahlen die Nutzung von bereits erhobenen Daten und den Fokus auf deren Verwendung zu lenken, um vorhandene analytische Potenziale besser zu nutzen. Durch die Novellierung des Hochschulstatistikgesetzes stehen allen Hochschulen umfangreiche Daten der Studienverlaufsstatistik zur Verfügung (siehe oben). Zu den Merkmalen, die zur

Definition der Abbruchgefährdung herangezogen werden, gehören z. B.: erreichte Credit Points im Verhältnis zu den geplanten Credit Points, Anzahl der Prüfungsversuche, Anzahl der Rücktritte von Prüfungsversuchen, Notendurchschnitt, Absinken des Notendurchschnitts sowie Urlaubs- und Krankheitssemester. Um „Datenfriedhöfe“ zu vermeiden, sollten nur notwendige Daten miteinbezogen werden. Die frühzeitige Einbindung des/der Datenschutzbeauftragten sichert den notwendigen Datenschutz. Eine transparente Kommunikation zur Verwendung der Daten gegenüber den Studierenden erwirkt die Akzeptanz der Datenerfassung und -nutzung.

Sind die Kennzahlen und „Alarmwerte“ festgelegt, folgt die Entscheidung über die Ansprache der betroffenen Studierenden. Die Möglichkeiten zur Ansprache sowie zur Unterbreitung von Unterstützungsangeboten sind vielfältig. Für die Hochschulen bestehen viele Gestaltungsfreiheiten, die sich an bereits bestehenden Formate anpassen lassen: ein passives Ampelsystem, das Studierenden bei der Selbstreflexion hilft; Hinweise zu Beratungs- und Unterstützungsangeboten; schriftliche Einladungen zu einem (verbindlichen) Beratungstermin oder eine Studierenerfolgsübersicht, die in einer hochschuleigenen Campus-App integriert ist. Zu empfehlen ist eine Benachrichtigung der Studierenden sowohl auf deutsch als auch auf englisch, um internationale Studierende gleichermaßen anzusprechen.

Die Entwicklung eines Frühwarnsystems ist ein sehr großer Aufwand für die Hochschulen und bringt viele Hürden mit sich. Ist die theoretische Basis gelegt und die Unterstützung der Hochschulakteure sicher, beginnt die Einrichtung und Einführung des Frühwarnsystems. Für die Einrichtung und Betreuung des Frühwarnsystems müssen die notwendigen technischen, personellen und strukturellen Ressourcen zur Verfügung stehen. Sobald eine adäquate Softwarelösung gefunden ist, bedarf es sowohl einer umfassenden personellen Kompetenz sowie Kapazität für die technische Umsetzung. Unbefristete Stellen an der Hochschule sichern dabei eine reibungslose Betreuung des Systems (vgl. HRK nexus 2018).

Nach der erfolgreichen Einrichtung des Systems wird die Einführung des Frühwarnsystems hochschulweit bekanntgemacht. Um Vorurteilen und Bedenken zu begegnen, ist die frühe Einbindung der Hochschulakteure innerhalb der Entstehungsphase zu empfehlen. Die Akzeptanz des Instruments zur Vermeidung von Studienabbrüchen steigt, wenn der Nutzen für alle Beteiligten deutlich wird. Eine zelebrierte Einführung des Frühwarnsystems, z. B. durch eine Einführungsveranstaltung, ist für die Steigerung der Bekanntheit unter den Studierenden und den Mitarbeiter/innen der Hochschule von Vorteil.

Der Aufwand für das Betreiben von Frühwarnsystemen darf nicht unterschätzt werden. Mit der Einführung gehen verschiedene Aufgaben einher. Die Pflege der

Daten, die Motivation zur Teilhabe der Hochschulakteure sowie die Weiterentwicklung des Systems obliegen den Verantwortlichen für das Frühwarnsystem. Beim Betrieb kommt es auf die aktive Mitarbeit zahlreicher weiterer Akteure an. Wenn das Frühwarnsystem unmittelbar vor einer Abbruchgefahr warnen soll, müssen z. B. die Prüfungsleistungen durch Professor/innen und Prüfungsamt zeitnah entsprechend hinterlegt werden (vgl. Schmidtmeier/Brönneke 2009).

Die gewonnenen Erkenntnisse müssen sowohl innerhalb als auch außerhalb der Hochschule gestreut werden. Auf der Ebene der einzelnen Studierenden erfolgt die Rückmeldung meist direkt (siehe oben). Auf Ebene der Fachbereiche können aggregierte Daten Rückmeldungen über die Qualität von Studium und Lehre bieten. Auf Ebene der gesamten Hochschule können die aggregierten Daten Hinweise geben, für welche Gruppen von Studierenden ein erhöhtes Abbruchrisiko besteht. Um bei einer Streuung der Erkenntnisse nach außen (politische) Fehlinterpretationen und Rankings zu vermeiden, sollten diese vorab mit Vertreter/innen von Hochschulen und Politik diskutiert werden (vgl. Heublein 2018).

Dem großen Aufwand für die Entwicklung, Einführung und Betreuung eines Frühwarnsystems steht die positive Wirkung des Systems auf Studierende und Hochschule gegenüber. Die direkte Rückmeldung der eigenen Leistungen und einer eventuellen Abbruchgefährdung gibt den Studierenden die Gelegenheit zur Selbstreflexion. Die einen schöpfen daraus Kraft und Motivation, die anderen erkennen, dass sie Hilfe und Unterstützung benötigen. Es ist davon auszugehen, dass ein Teil der abbruchgefährdeten Studierenden die Rückmeldung bewusst ignorieren wird – niedragschwellig verfügbare Beratungs- und Unterstützungsangebote können hier eine Anlaufstation sein, die dennoch Hilfe bieten können (vgl. Morris-Lange 2017, S. 30). Der Nutzen von Frühwarnsystemen für Studierende ist laut Schmidtmeier und Brönneke (2009) groß: Sie nehmen ihr Studium ernster, erkennen ihre Schwächen schnell und können sich mit ihnen auseinandersetzen. Bei schneller Unterstützung wird dann die Studienzeit nicht unnötig in die Länge gezogen. Frühwarnsysteme und die damit einhergehenden individuellen

Etablierung eines Frühwarnsystems

Das Frühwarnsystem muss nach Einführung regelmäßig gepflegt, evaluiert und angepasst werden: Wurden alle betrachteten Daten hinreichend analysiert? Sind die betrachteten Kennzahlen weiterhin relevant? Gibt es Anwendungs- oder Technikprobleme? Ist die Akzeptanz bei den Akteuren hinreichend gegeben? Welche Schlussfolgerungen werden aus den aggregierten Daten und Ergebnissen gezogen? Regelmäßige Evaluationen, Betrachtungen und Anpassungen des Systems sind für eine feste Etablierung des Frühwarnsystems unabdingbar.

Rückmeldungen ermöglichen den abbruchgefährdeten Studierenden mit fehlender Eignung eine frühzeitige Umorientierung bzw. einen früheren Abbruch. Dies trägt in hohem Maße zu überzeugenden Studienbiografien und der Sicherung des Studienerfolgs bei. Entscheidend bleibt, dass den Studierenden mit Abbruchrisiko geholfen wird (vgl. Morris-Lange 2017, S. 30).

Der Mehrwert der Frühwarnsysteme für die Hochschulen ergibt sich aus der Sicherung des Studienerfolgs der eigenen Studierenden. Geringe Studienabbruchquoten gehen, wie zu Beginn dargestellt, mit einer besseren Finanzierung der Hochschulen einher. Auch eine frühzeitige Umorientierung bzw. ein früher Abbruch spart der Hochschule Ressourcen und somit Geld. Ein weiterer Nutzen von Frühwarnsystemen liegt in den gewonnenen aggregierten Daten als Informationsquelle für die Überarbeitung und Korrektur von Curricula und Einzelveranstaltungen (vgl. Schmidtmeier/Brönneke 2009). Diese Form des Monitorings kann den Hochschulen dabei helfen zu prüfen, welche Phasen des Studiums besonders kritisch für die Studierenden sind (vgl. Schmermund 2018). Durch einen regelmäßigen Austausch zwischen den Verantwortlichen des Frühwarnsystems, den Fachbereichen und der Hochschulleitung kann es zu einer Verbesserung der Qualität von Studium und Lehre kommen. Die erfolgreichen Studienbiografien und umfassenden Beratungs- und Unterstützungsangebote führen darüber hinaus zu einer höheren Reputation der Hochschule (vgl. Schmidtmeier/Brönneke 2009).

Befragung zum Einsatz von Frühwarnsystemen an Hochschulen in Berlin

Die Verbreitung von Instrumenten zur Vermeidung von Studienabbrüchen lässt sich schwer quantifizieren. Im Rahmen des vom Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb) durchgeführten Projekts „Queraufstieg Berlin“ erfolgte eine Abfrage der vorhandenen Instrumente bei den 13 staatlichen Hochschulen in der Bundeshauptstadt. Die Online-Befragung fand statt in der Zeit vom 17.06.2020 bis 10.07.2020, sie enthielt Fragen zu vorhandenen Projekten zur Erfassung und/oder Begleitung von abbruchgefährdeten Studierenden, der Ausgestaltung bzw. den Vorbehalten gegenüber Frühwarnsystemen sowie zu Formaten und Strukturen von Studieneingangsbarrieren und Instrumenten zur Erhöhung der Studierfähigkeit. Insgesamt haben vier Hochschulen den digitalen Fragebogen vollständig ausgefüllt. Das entspricht einem Rücklauf von 31 Prozent. Die Auswertung erfolgte anonymisiert. Sie liefert Hinweise zur Verbreitung und Haltung gegenüber Instrumenten zur Vermeidung von Studienabbrüchen.

Von den vier Hochschulen, die an der Befragung teilgenommen haben, geben drei an, Projekte zur Erfassung und/oder Begleitung von abbruchgefährdeten Studie-

renden umzusetzen. Dabei handelt es sich vor allem um drittmittelgeförderte Projekte. Eine Hochschule gibt an, über ein etabliertes Frühwarnsystem zu verfügen.²⁰ Die anderen drei Hochschulen haben der Einführung eines solchen Systems für abbruchgefährdete Studierende einen geringen oder mittleren Stellenwert zugemessen, trotz der veränderten Finanzierung der Hochschulen (vgl. Hochschulpakt III, Zukunftsvertrag Studium und Lehre). Die befragten Hochschulen haben meist mehrere Gründe angegeben, warum bisher kein Frühwarnsystem eingeführt wurde. Ungeklärte rechtliche Fragen (z. B. zum Datenschutz) und der große Aufwand sowie fehlende Kapazitäten waren dabei die Hauptgründe. Die technische Umsetzung, Rankingbefürchtungen oder (politische) Fehlinterpretationen spielten als Hindernisse hingegen keine Rolle. Es besteht an den Hochschulen offensichtlich ein Informationsbedarf über die rechtmäßige Nutzung der Daten von Studierenden zum Zweck der Studienabbruchprävention.

Die Vertreter/innen der vier teilnehmenden Berliner Hochschulen geben das Vorhandensein verschiedener Studieneingangsbarrieren an. Der Numerus Clausus und verschiedene Eignungsprüfungen sind bei je zwei Hochschulen vorhanden, die Einreichung von Motivationsschreiben und der Nachweis über Sprachkenntnisse wird von jeweils einer Hochschule verlangt. Die befragten Hochschulen bieten vielfältige Formate an, die die Erhöhung der Studierfähigkeit der Studierenden unterstützen. Dazu gehören etwa Orientierungsveranstaltungen, Einführungskurse, Vorbereitungskurse und Brückenkurse in der Studieneingangsphase. Orientierungssemester und Mentoring werden von je zwei Hochschulen angeboten. Während des Studiums fällt das Angebot solcher Formate geringer aus. Seminare (z. B. Zeitmanagement), Teilzeitstudium und (angeleitete) Lerngruppen bieten drei der vier befragten Hochschulen. In der Studienabschlussphase bietet eine Hochschule ein Mentoring-Programm an, die anderen Einrichtungen verfügen über keine Formate. Vor allem in dieser Phase kann das bestehende Angebot an den Berliner Hochschulen erweitert werden, um die abbruchgefährdeten Studierenden erfolgreich bei ihrem Abschluss zu begleiten.

Die vorhandenen Studieneingangsbarrieren und die Angebote zur Erhöhung der Studierfähigkeit tragen laut Einschätzung der befragten Hochschulen nur teilweise dazu bei, einen Studienabbruch zu verhindern. Besonders Orientierungsangebote vor dem Studium und das Erlernen von notwendigen Kompetenzen zu Beginn können zu einer Senkung der Studienabbruchsquote führen. Dafür müssen die Studierenden jedoch in der Lage sein, sich selbst zu reflektieren und die Notwendigkeit solcher Angebote für sich zu erkennen. Frühwarnsysteme,

20 An dieser Stelle können die weiteren Ergebnisse der Befragung zu diesem Frühwarnsystem nicht dargestellt werden, um die Anonymität der Hochschule zu bewahren.

„Sehr gute Auswahlverfahren (z. B. die Tests, die sowohl Eignung als auch Neigung berücksichtigen) führen dazu, dass sich Studierende schon vor Studienbeginn mit den Inhalten und ihrem Wissen auseinandersetzen und dadurch eine reflektierte Entscheidung treffen können. Das Bildungssystem bleibt dadurch offen, sodass auch mit einem weniger guten Abi, aber mit Fachinteresse und Fleiß, ein bisher nicht erreichbarer Studiengang möglich wird.“

Vertreter/in einer Berliner Hochschule

die bereits zu Studienbeginn greifen, z. B. auf der Grundlage von Noten der Hochschulzugangsberechtigung und/oder durch Self-Assessments zur Erfassung von Wissensstand und Kompetenzen, können dabei helfen.

Die geringe Anzahl von Angeboten während des Studiums und zum Studienabschluss wird von den Vertreter/innen der Hochschulen ebenfalls kritisch gesehen. Eine Begleitung während des Studiums führt dazu, dass sich die Studierenden im akademischen Kontext besser zurechtfinden und die Anforderungen einschätzen können. Das bestehende Angebot der Hochschulen zur Unterstützung der Studierenden ist umfangreich und zielgerichtet. Systeme zur Erfassung und Begleitung von abbruchgefährdeten Studierenden könnten darauf aufbauen und die bestehenden Angebote für die Studierenden individuell zusammenführen.

Beispiele von Frühwarnsystemen in Deutschland

Im Wintersemester 2019/2020 wurden 424 staatliche Hochschulen in Deutschland registriert (vgl. Statistisches Bundesamt 2020). Eine allgemeine Übersicht über implementierte Frühwarnsysteme an Deutschen Hochschulen wurde in dieser Form noch nicht aufgestellt. Der vorliegende Beitrag liefert einen exemplarischen Vorschlag zu einer ersten Übersicht und soll zur Diskussion über Frühwarnsysteme anregen. Um die Varianz funktionierender Frühwarnsysteme aufzuzeigen, bieten die hier aufgeführten *good practices* einen Einblick in die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten.

Dargestellt werden die Einbindung der relevanten Akteure, die unterschiedlichen Hintergründe und Zielstellungen, die Auswahl der unterschiedlichen Kennzahlen, sowie die vielfältigen Unterstützungsangebote, die mit der Implementierung einhergehen. Die hier vorgenommene Auswahl der *good practices* versucht einen beispielhaften Querschnitt der deutschen Frühwarnsystemlandschaft abzubilden: Die Hochschulen unterscheiden sich in Bezug auf die Art der Bildungseinrichtung (Universität bzw. (Fach-)Hochschule), auf Größe (Anzahl der Studierenden), auf den regionalen Standort (Berlin, Sachsen, Nordrhein-Westfalen), auf

die Innovationsleistung in der technischen Ausgestaltung, auf die Ansprache der Zielgruppe und auf die Verzahnung von unterschiedlichen hochschulinternen Arbeitsbereichen.

Die **Betreuung und Verantwortung** von Frühwarnsystemen obliegt unterschiedlichen Akteuren. Diese unterscheiden sich je nach Hochschulart und -struktur: Aus dem JOBSTARTER plus Projekt „Umschalten? Damit Kompetenzen nicht verloren gehen“ an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (HTW Berlin) ging ein projektbasiertes Frühwarnsystem hervor, das im Verbund zwischen zentraler Studienverwaltung und der Elektroinnung betrieben wird (vgl. Jobstarter). Die Technische Universität Dresden (TU Dresden) hat im Rahmen des Hochschulpakts und mit Mitteln des Bundes sowie des Freistaats Sachsen ein ebenfalls projektbasiertes Frühwarnsystem etabliert („PASST?! Partnerschaft Studienerfolg“) (vgl. Technische Universität Dresden). Dem Frühwarnsystem der Bergischen Universität Wuppertal gingen umfangreiche Forschungsarbeiten voraus. Es wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert. Die operative Betreuung und Begleitung obliegt dem Verbund zwischen dem Wuppertaler Institut für bildungsökonomische Forschung und der zentralen Studienberatung („Hier geht's bergauf“) (vgl. Bergische Universität Wuppertal).

Eine andere Möglichkeit besteht darin, Frühwarnsysteme als Teil von Projekten zur Steigerung des Studienerfolgs zu verorten (zum Beispiel beim Prorektorat Studium und Qualitätssicherung, am Zentrum für Qualitätssicherung und -entwicklung, als einen eigenen Arbeitsbereich an der Schnittstelle zwischen zentraler Studienberatung, Qualitätsmanagement und dem Zentrum für Qualitätsanalyse oder sogar als innovativen Teil des Qualitätsmanagements).

Mit der Verortung an unterschiedlichen Arbeitsbereichen der Hochschulen geht auch die unterschiedlich gelagerte **Zielstellung** (Was soll ein Frühwarnsystem leisten?) einher. Den meisten Frühwarnsystemen ist gemein, dass sie abbruchgefährdete Studierende frühzeitig identifizieren. Die Hochschule Mittweida und die TU Dresden verfolgen außerdem das Ziel, Studierende zu passgenauen Beratungs- und Unterstützungsangeboten, die sowohl den Abschluss fördern als auch alternative Bildungs- und Karrierewege aufzeigen, hinzuführen. Die Hochschule Mittweida geht dabei noch einen Schritt weiter: Um abbruchgefährdeten Studierenden passende Beratungs- und Unterstützungsangebote anbieten zu können, wird außerdem an einem Selbstanalyse- sowie (anonymisierbaren) Kommunikationswerkzeug zwischen Lernenden und Lehrenden gearbeitet. Die HTW Berlin nutzt das Frühwarnsystem insbesondere dafür, abbruchgefährdete Studierende für alternative Karrierewege, insbesondere im Elektrohandwerk, zu sensibilisieren und Vermittlungs- und Matchingprozesse zwischen Studierenden und Unternehmen zu initiieren. Die Bergische Universität Wuppertal

verfolgt mit ihrem selbst entwickelten und wissenschaftlich evaluierten Frühwarnsystem „FragSte“ das Ziel, mithilfe maschineller Verfahren abbruchgefährdete Studierende weitestgehend automatisiert früh zu erkennen (vgl. Schneider et al. 2019) und ihnen passgenaue Unterstützungsangebote anzubieten.

Ist die Zielstellung klar formuliert, gilt es **Kennzahlen** zu definieren, die auf einen Studienabbruch hindeuten. Diese werden je nach Hochschule und Zielstellung unterschiedlich gewählt und erhoben (siehe **Tabelle 2**). Die Bergische Universität Wuppertal greift auf Studierendendaten zurück, die nach § 3 Hochschulstatistikgesetz (HStatG) standardisiert bundesweit erhoben und gespeichert werden können.²¹ Diese umfassen neben dem ECTS-Punktestand und gescheiterten Prüfungsversuchen u. a. auch demografische Variablen, Daten zur Schulbildung und früheren Hochschulerfahrung sowie den Zeitpunkt der Einschreibung (vgl. ebd.). Die HTW Berlin nutzt dabei Kenndaten und eine dazugehörige Software, die teilnehmenden Hochschulen durch das hochschulübergreifende Kenndaten-Netzwerk der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn zur Verfügung steht. Die Einwilligung zur Teilnahme an der Datenerhebung seitens der Studierenden wird von den Hochschulen unterschiedlich geregelt. Die TU Dresden holt die Zustimmung der Studierenden zur Analyse ihrer Studienverlaufsdaten über das Online-Portal „selma“ (Abk. für Selbstmanagement) ein. Die Studienverlaufsdaten werden aus den Prüfungsämtern und dem Immatrikulationsamt automatisiert zusammengefügt. Die Einwilligung zur Teilnahme am Studiengangmonitoring erfolgt bei der Hochschule Mittweida ebenfalls über ein Online-Portal (vgl. Hochschule Mittweida).

Sind „Alarmwerte“ identifiziert, erfolgt die **Ansprache** abbruchgefährdeter Studierender über unterschiedliche Kanäle. Die HTW Berlin wählt den Zugang zur Zielgruppe über postalische Anschreiben mit dem Hinweis zu den vielfältigen Beratungsangeboten. Die TU Dresden sowie die Bergische Universität Wuppertal wählen die Ansprache über E-Mail. Die Hochschule Mittweida richtet sich über E-Mail an abbruchgefährdete Studierende und automatisch an alle Studierende über den „Studienerfolgsmonitor“ in der hochschuleigenen Campus App: Dieser liefert eine Übersicht über den Leistungsstand und Fortschritt und informiert individualisiert zu Unterstützungsangeboten.

21 Der Einsatz von „FragSte“ ist daher an allen deutschen Hochschulen und Hochschultypen möglich und bietet darüber hinaus den Vergleich zwischen Hochschultypen, Hochschulen und Studienfächern (vgl. ebd.).

Tabelle 2: Praxisbeispiele im Vergleich

	Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin	Hochschule Mittweida	Technische Universität Dresden	Bergische Universität Wuppertal
Verantwortlichkeit	JOBSTARTER plus, Hochschule und Elektro-Innung Berlin, zentrale Studienverwaltung	Prorektorat Studium und Qualitätssicherung	Zentrale Studienberatung, Zentrum für Qualitätsanalyse	Institut für bildungsökonomische Forschung, Zentrale Studienberatung
Hintergrund/Zielstellung	Frühwarn-; Beratungs- und Begleitsystem für Studiengängler/innen zur Sensibilisierung für alternative Karrierewege im Elektrohandwerk	Hochschulweites Monitoringsystem von Studiengängen und individuellen Studienverläufen der gesamten Studienverlaufphase, Bedarfserfassung und Erarbeitung eines Selbstanalyse- sowie (anonymisierbaren) Kommunikationswerkzeugs zwischen Lernenden und Lehrenden	Rechtzeitige Identifikation von Studienabbrüchen, Verbreitung von Unterstützungsangeboten	Prognostizierbarkeit von Studienabbrüchen ermöglichen, Verbreitung von Unterstützungsangeboten
Kennzahlen	2. nicht bestandener Prüfungsversuch oder weniger als 40 erreichte ECTS-Punkte nach 2 Fachsemestern	Studiengangdaten, Fach- und Hochschulsemester, ECTS-Punktstand, Prüfungsleistungen (Anzahl der An- und Abmeldungen, nicht bestandene Prüfungen)	Im 1. Fachsemester nicht mind. 2 Prüfungsleistungen bestanden, 2 Semester über der Regelstudienzeit, weniger als 30 LP in 2 Semestern, vor der 2. Wiederholungsprüfung, wiederholter Rücktritt von Prüfungsanmeldungen, gescheiterte Prüfungsversuche	Demografische Variablen (Geschlecht, Alter, Herkunft, Migrationshintergrund u. a.), Schulbildung (Art und Note der Hochschulzugangsberechtigung), Frühere Hochschulerfahrung (anhand der Anzahl der Hochschulsemester), Zeitpunkt der Einschreibung, ECTS-Punktstand, Noten, gescheiterte Prüfungsversuche u. a.
Ansprache	Postalische Anschreiben	E-Mail, Campus App	E-Mail	E-Mail

	Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin	Hochschule Mittweida	Technische Universität Dresden	Bergische Universität Wuppertal
Unterstützungsangebote	Workshops zur Stärken- und Kompetenzanalyse und berufl. sowie persönl. Zielen, Vermittlungs- und Matchingprozess zwischen Studierenden und Unternehmen	Unterstützungs-, Lern- und Nachhilfeangebote, Förderangebote für leistungsstarke Studierende	Offene Sprechzeiten, Persönliche Beratungen, Endspurtberatung, Workshops, Lerngruppen, Chats	Offene Sprechstunden, Student self reflection tool, versch. Veranstaltungen und Workshops zum besseren Studieren, Hilfe bei der Entscheidungsfindung und Tipps zum Übergang von Hochschule in den Beruf/die Ausbildung, Herstellung von Kontakten in die Wirtschaft, Erfahrungsberichte
Finanzierung	Projektfinanzierung durch JOBSTARTER plus-Projekt aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung und des Europäischen Sozialfonds	Projektfinanzierung unter dem Schirm des Prorektorats Studium und Qualitätssicherung	Projektfinanzierung im Rahmen des Hochschulpakts mit Mitteln des Bundes und des Freistaats Sachsen	Projektfinanzierung durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung
Quellen	https://www.jobstarter.de/de/projektlandkarte.php?D=410&F=0&M=74&PID=120&V=list	https://www.hs-mittweida.de/webs/studien-gangmonitoring.html	https://tu-dresden.de/studium/im-studium/beratung-und-service/zentrale-studienberatung/passt#section-1	https://www.wib.uni-wuppertal.de/forschung/projekte/frueherkennung-von-studienabbruechen.html ; https://www.bergauf.uni-wuppertal.de/de/zweifel-am-studium.html

Die Ausgestaltung der **Unterstützungsangebote** ist vielfältig. Diese können je nach Studienphase unterschiedliche Schwerpunkte beinhalten und/oder an bestehende Beratungsangebote anknüpfen. In der Studieneingangsphase bietet die Hochschule Mittweida u. a. Lern- und Nachhilfeangebote an. Die HTW Berlin setzt während des Studiums Projekt-Workshops um, u. a. zur individuellen Auseinandersetzung mit den eigenen Stärken, Kompetenzen und beruflichen Zielen sowie zu alternativen Bildungs- und Karrierewegen. Zudem initiiert die HTW Berlin Vermittlungs- und Matchingprozesse mit Unternehmen. Darüber hinaus wurde speziell für die Zielgruppe der abbruchgefährdeten Studierenden eine „Endspurtberatung“ konzipiert und umgesetzt. Die Angebote können als Präsenz- oder Online-Angebote durchgeführt werden. Die TU Dresden greift neben Lerngruppen auf den Beratungsservice zurück und bietet Beratungen auch online, in Form von Chats, an.²² Die Bergische Universität Wuppertal stellt neben verschiedenen Veranstaltungen und Workshops zur Orientierung online ein „*student self reflection tool*“ zur Verfügung, das zeit- und ortsunabhängig von allen Studierenden als Reflexionshilfe genutzt werden kann.

Die *good practices* zeigen, wie aktuell bestehende Frühwarnsysteme zum Zweck der Studienabbruchprävention ausgestaltet sind. Hochschulen haben dabei einen großen Gestaltungsspielraum. Offen bleibt, ob und wie die jeweiligen Frühwarnsysteme weiterentwickelt und welche neuen Perspektiven dazugewonnen werden, um der Studienabbruchquote langfristig entgegenzuwirken.

Erste Schritte zum Aufbau eines Frühwarnsystems

Wie oben aufgeführt, änderte sich die Finanzierungsgrundlage für die Hochschulen mit dem Inkrafttreten der dritten Phase des Hochschulpaktes ab 2016. Neben der Anzahl der Studienanfänger/innen spielt jetzt auch die Anzahl der Absolvent/innen eine große Rolle bei der Mittelvergabe. Den Hochschulen drohen hohe finanzielle Einbußen, wenn sie die Studienabbruchquote nicht senken. Instrumente zur Vermeidung von Studienabbrüchen können dabei helfen. Der vorliegende Beitrag zeigt auf, dass Frühwarnsysteme das Potenzial haben, die Studienabbruchquote zu verringern (Abschnitt Frühwarnsysteme als Instrument zur Erfassung und Begleitung von abbruchgefährdeten Studierenden). Welche Schritte gilt es beim Aufbau eines solchen Systems zu berücksichtigen?

22 Änderungen während der COVID-19-Pandemie sind nicht berücksichtigt.

Ist-Analyse durchführen

Wenn Hochschulen verschiedene Fachbereiche oder ihre Studienberatung analysieren, zeigen sich meist bereits bestehende Ansätze für die Erfassung und Begleitung von abbruchgefährdeten Studierenden. Diese Ansätze können Hinweise für eine hochschulweite Etablierung solcher Maßnahmen liefern. Ein vertiefender Austausch mit den Studienberater/innen zeigt hochschulspezifische Erfolgs- und kritische Faktoren in der Ansprache und Gewinnung von Studienzweifler/innen. Die notwendige Verzahnung von bereits vorhandenen Projekten, Unterstützungs- und Beratungsinstrumenten mit den vorhandenen Bedarfen ist meist nicht ausreichend gegeben. Das Ziel der Ist-Analyse besteht im Aufzeigen und Verzahnern von Vorhandenem und in der Identifizierung von Lücken im Angebot.

Andere Hochschulen in den Blick nehmen

Ein Blick über den eigenen Tellerrand bietet Hochschulen die Möglichkeit, verschiedene bereits existierende Frühwarnsysteme kennenzulernen. Die zugrunde liegenden Kenndaten, die Alarmwerte sowie die Art des „Alarmschlagens“ unterscheiden sich zum Teil stark voneinander und können individuell auf die Bedarfe der Hochschulen angepasst werden (Abschnitt Beispiele von Frühwarnsystemen in Deutschland). Ein Austausch mit anderen Hochschulen kann die Suche nach einem passenden System erleichtern. Hochschulen, die bereits ein Frühwarnsystem etabliert haben oder sich im Einführungsprozess befinden, profitieren von einem Netzwerk. Netzwerke mit anderen Hochschulen regen den Austausch über die Etablierung, Pflege und Evaluation der Systeme an. Darüber hinaus können sie die Relevanz der Frühwarnsysteme hochschulintern und -extern bestärken.

Unterstützungsmöglichkeiten suchen

Der Austausch mit anderen Hochschulen bietet inhaltliche Unterstützung bei der Entwicklung und Einführung eines Systems zur Erfassung und Begleitung von abbruchgefährdeten Studierenden. Wie bereits dargelegt (Siehe Abschnitt Befragung zum Einsatz von Frühwarnsystemen an Hochschulen in Berlin), bestehen Vorbehalte gegenüber Frühwarnsystemen nicht nur bezüglich der Konzeption und Operationalisierung des theoretischen Modells. Vielmehr sehen die Hochschulen vor allem rechtliche Fragen, z. B. zum Datenschutz, fehlende Kapazitäten und den großen Aufwand als Hindernis bei einer Etablierung. Die Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn hat ein Kenndaten-System entwickelt, das von anderen Hochschulen übernommen und dessen Implementierung durch die Universität begleitet werden kann (vgl. Universität Bonn). Solch eine Systemübernahme kann viele Ressourcen an der Hochschule sparen. Eine weitere Möglichkeit, diesen Hindernissen zu begegnen, liegt in der Nutzung interner Forschungs-

ressourcen, die ein Frühwarnsystem entwickeln, aufsetzen und an der Hochschule in kleinem Rahmen in Betrieb nehmen können. Solche Projekte können z. B. durch den Qualitätspakt Lehre gefördert werden.

Hochschulen profitieren sehr davon, wenn sie die Studienabbruchquote verringern. Zu den möglichen Instrumenten zählen Studieneingangsbeschränkungen und zielgerichtete Studienberatung. Eine wichtige Rolle können auch die Frühwarnsysteme spielen. Sie können im Prozess der Erfassung und Begleitung von abbruchgefährdeten Studierenden die bestehenden Angebote verzahnen und darüber hinaus einen Mehrwert für die Qualität der Lehre an den Hochschulen bieten.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass der Druck auf Hochschulen, die Studienabbruchquote zu verringern, gestiegen ist. Frühwarnsysteme stellen ein hilfreiches Instrument zur Erfassung und Begleitung von abbruchgefährdeten Studierenden dar. An deutschen Hochschulen findet sich bereits eine Vielzahl von Frühwarnsystemen, die sich in ihrer Zielsetzung und Ausgestaltung voneinander unterscheiden.

Literatur

Bundesministerium für Bildung und Forschung (2015): Hochschulpakt 2020. URL: <https://bmbf.de/de/hochschulpakt-2020-506.html> (Stand: 06.07.2020).

Butz, W. (2017): Die Novellierung des Hochschulstatistikgesetzes. Welche Änderungen ergeben sich für die amtliche Hochschulstatistik? In: Statistisches Monatsheft Baden-Württemberg 8/2017. URL: <https://www.statistik-bw.de/Service/Veroeff/Monatshefte/20170902> (Stand: 06.07.2020).

Deutsches Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung GmbH (2020): Studienabbruch: Rückgang an Fachhochschulen, gleichbleibendes Niveau an Universitäten. Presseinformation vom 22.07.2020. Hannover.

Forschungsprojekt: Wirksamkeit institutioneller Maßnahmen zur Senkung des Studienabbruchs (InMaSS). URL: <https://www.ihf.bayern.de/forschung/forschungsbereiche/studium-studierende-und-digitalisierung-in-der-lehre/inmass-wirksamkeit-institutioneller-massnahmen-zur-senkung-des-studienabbruchs> (Stand: 06.07.2020).

Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn: Hochschulübergreifendes Kenndaten-Netzwerk. URL: <https://www.bzh.uni-bonn.de/de/das-bzh/kenndaten-netzwerk> (Stand: 30.07.2020).

Heublein, U. (2018): Erfahrungen mit Heterogenität. Wie wird mit der Vielfalt der Studierenden umgegangen? Nexus-Tagung „Gelingensbedingungen des Studiengang-Monitoring. Herausforderung an ein curriculäres Qualitätsmanagement.“ 17.05.2018, Magdeburg. URL: <https://www.hrk-nexus.de/fileadmin/redaktion/hrk-nexus/07-Downloads/07-01-Tagungen/07-01-67-Studiengang-Monitoring/Heublein.pdf> (Stand: 06.07.2020).

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. Forum Hochschule 1/2017. Hannover.

Hochschule Mittweida: Studienerfolg. Der Guide zum Studienerfolg an der Hochschule Mittweida. URL: <http://Studienerfolg.hs-mittweida.de/informatives-zum-Studienerfolg/> (Stand: 30.07.2020).

Hochschulrektorenkonferenz (2019): Hochschulpakt 2020 und Zukunftsvertrag. URL: <https://www.hrk.de/themen/studium/hochschulpakt/>(Stand: 06.07.2020).

HRK nexus (2018): Was sind Gelingensbedingungen des Studiengang-Monitorings? Nexus-Tagung „Gelingensbedingungen des Studiengang-Monitoring. Herausforderung an ein curriculäres Qualitätsmanagement.“ 17.05.2018, Magdeburg. URL: https://www.hrk-nexus.de/fileadmin/redaktion/hrk-nexus/07-Downloads/07-01-Tagungen/07-01-67-Studiengang-Monitoring/Cluster_Monitoring.pdf (Stand: 06.07.2020).

Jobstarter: Aus der Projektarbeit. Umschalten! Von der Hochschule ins Elektrowerk. URL: <https://www.jobstarter.de/de/projektlandkarte.php?D=410&F=0&M=74&PID=120&V=list> (Stand: 30.07.2020).

Johannes Gutenberg-Universität Mainz: Datencockpit. URL: <https://www.zq.uni-mainz.de/datencockpit/>(Stand: 30.07.2020).

Kühne, A. (2019): Berliner Unis drohen Einbußen. Tagesspiegel vom 13.02.2019. URL: <https://www.tagesspiegel.de/wissen/hochschulpakt-berliner-unis-drohen-einbussen/23982766.html> (Stand: 06.07.2020).

Morris-Lange, S. (2017): Allein durch den Hochschuldschungel. Hürden zum Studienerfolg für internationale Studierende und Studierende mit Migrationshintergrund. Studie des SVR-Forschungsbereichs 2017-2. Forschungsbereich beim Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration (SVR) GmbH. Berlin.

Ortenburger, A./Schulze-Stocker, F./Schäfer-Hock, C. (2018): Frühwarnsysteme als neues und innovatives Instrument zur Prävention von Studienabbrüchen: Die Rolle der Evaluation. URL: https://www.degeval.org/fileadmin/jahrestagung/Dresden_2018/Dokumentation/Block_B/Session_B5_AO_FSS_CSH.pdf (Stand: 06.07.2020).

Pohlenz, P. (2018): Studiengang-Monitoring als Instrument der Qualitätsentwicklung. Erfahrung und zukünftige Herausforderungen. Nexus Impulse für die Praxis. Ausgabe 15. Bonn

Schmermund, K. (2018): Interview mit Dr. Susanne Falk vom 19.03.2018. Mit Leistungs-Trackings gegen Studienabbruch. URL: <https://www.forschung-und-lehre.de/lehre/mit-leistungs-trackings-gegen-Studienabbruch-455/> (Stand: 06.07.2020)

Schmidtmeier, S./Brönneke, T. (2009): Der Studierende steht im Mittelpunkt. Zur herausragenden Bedeutung des „Frühwarnsystems“ für die Studierendenbiographie“. In: KONTUREN 2009. Die Zeitschrift der Hochschule Pforzheim.

Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft (2007): Studienabbruch: Staat setzt jährlich 2,2 Mrd. Euro in den Sand. Presseportal. URL: <https://www.presseportal.de/pm/18931/1057835> (Stand: 06.07.2020). Essen.

Technische Universität Dresden: Passt?! Partnerschaft Studienerfolg TU Dresden. URL: <https://tu-dresden.de/studium/im-studium/beratung-und-service/zentrale-studienberatung/passt> (Stand: 30.07.2020).

Schlussbemerkung

Sabrina Anastasio

Diese Publikation bildet den Abschluss des vom f-bb durchgeführten Projekts „Queraufstieg Berlin“. Den Rahmen dazu bildete die aktuelle Förderlinie unter der „Vereinbarung zur Durchführung der Initiative Abschluss und Anschluss – Bildungsketten bis zum Ausbildungsabschluss“ im Land Berlin, die bis zum Jahresende 2020 gilt. Mit den ausgewählten Themen wurde versucht, das breite Spektrum des nach fünf Jahren abgeschlossenen Projekts aufzugreifen.

„Queraufstieg Berlin“ hat den Bekanntheitsgrad der bestehenden Berliner Beratungsangebote bei der Zielgruppe der Studienzweifler/innen und -abbrecher/innen durch die betriebene Öffentlichkeitsarbeit erhöht. Die entwickelten Produkte holen die betroffenen Personen dort ab, wo sie sich in ihrem persönlichen Neuorientierungsprozess befinden. Sie zeigen außerdem auf, dass es für jede „Station“ des Neuorientierungsprozesses entsprechende Unterstützungs- und Beratungsangebote gibt. Der im Beitrag zu Öffentlichkeitsarbeit in dieser Publikation aufgezeigte Mix von Offline- und Onlinemaßnahmen spiegelt die Heterogenität der Zielgruppe wider. Der steigende Einsatz von Werbung in den sozialen Medien während der Projektlaufzeit unterstreicht deren wachsende Bedeutung.

Die Interviews mit Beratenden zeigen, dass das Thema Studienabbruch in der Beratungslandschaft angekommen ist. Studierende mit Zweifeln und Studienabbruchgedanken können sich aus den verschiedenen Beratungsangeboten dasjenige Unterstützungsangebot herausuchen, welches zu ihrer individuellen Problem- und Ausgangssituation passt und gegebenenfalls attraktive Alternativen insbesondere in der beruflichen Bildung aufzeigen kann. Deutlich wurde auch, welchen Mehrwert das in „Queraufstieg Berlin“ aufgebaute Netzwerk für die einzelnen Beratenden selbst darstellt. Es fördert den Austausch mit Kolleg/innen in anderen Beratungsstellen und trägt dazu bei, das eigene Wissen über die Zielgruppe auszubauen und somit die Qualität der Beratung zu erhöhen. Erste Ansätze der Diversifizierung der Beratungsformate wurden durch die Kontaktbeschränkungen in der COVID-19-Pandemie verstärkt. Die klassischen Beratungsgespräche werden inzwischen ergänzt durch Telefon-, Video- oder auch Chatberatung. Sie demonstrieren, was im Projekt oft festgestellt wurde: Die Zielgruppe muss auf verschiedenen Wegen angesprochen werden, um die Hemmschwelle für die Nutzung der Angebote zu senken.

Mit den Ausführungen zur Früherkennung von abbruchgefährdeten Studierenden im Beitrag zu Frühwarnsystemen sollte eine weitere, vor allem politische und

gesellschaftliche Perspektive des Themas aufgegriffen werden. Nach dem Abitur fällt es jungen Menschen häufig schwer, eine Berufsentscheidung zu treffen. Berufsorientierungsangebote in der Schulzeit scheinen hier zum Teil noch zu kurz zu greifen. Oft werden die Alternativen zum Studium von Schulabsolvent/innen nur unzureichend geprüft. Hochschulen kommt deshalb immer mehr die Aufgabe zu, beim erfolgreichen Studienabschluss zu begleiten oder eine frühzeitige Umorientierung zu ermöglichen. Immer mehr von ihnen bauen zu diesem Zweck ein Frühwarnsystem auf. Das ist in der Planung und Implementierung oft aufwändig, kann sich aber langfristig durch sinkende Abbruchzahlen lohnen.

Der Erfolg der im Projekt erprobten Ansätze, wie z. B. die Nutzung sozialer Medien oder auch die Organisation offener Formate wie die Fuckup Nights, legt nahe, dass diese weiterverfolgt und weiterentwickelt werden sollten. In letzter Zeit ist außerdem zu beobachten, dass der Studienabbruch mehr und mehr seinen Makel verliert. Das eröffnet neue Perspektiven, die es auszuloten und zu begleiten gilt – etwa einen Wechsel in die berufliche Bildung. Forschung und fachlicher Austausch auf verschiedenen Ebenen und über die Bundesländer hinweg sollten weiter vorangetrieben werden. Dann kann sowohl in der Prävention, also der Berufsorientierung und Studienvorbereitung, als auch in der Phase der Um- und Neuorientierung nach einem Studienabbruch eine engere Verzahnung zwischen (regionalem) Arbeitsmarkt und Bildungsbereich erreicht werden.



www.f-bb.de