

ZIELGRUPPENANSPRACHE, BERATUNG UND BILDUNGSPROZESSBEGLEITUNG

ERSTE ERGEBNISSE



>> konstruktiv

Konsequente Orientierung
an neuen Zielgruppen
strukturell in der Universität
Bremen verankern

Inhaltverzeichnis

1. Einleitung.....	2
2. Zielgruppenansprache.....	5
2.1 Ansprache- und Kontaktaufnahmekanäle	5
2.2 Erste Ergebnisse: Wer studiert „LIFE“?.....	9
3. Beratungsangebote des LIFE-Modulstudiums.....	13
3.1 Beratungsverständnis: Vielfalt an Settings und Methoden	13
3.2 Besonderheiten der Erprobungsphase	15
3.3 Erprobte Beratungsangebote und erste Ergebnisse.....	16
3.4 Ergebnisse und Schlussfolgerungen für die weitere Arbeit	17
4. Bildungsprozessbegleitung des LIFE-Modulstudiums.....	19
4.1 Bildungsprozessbegleitung im ersten LIFE-Semester (WS 17/18).....	19
5. Zusammenfassung und Ausblick.....	22
6. Abbildungsverzeichnis.....	25
7. Tabellenverzeichnis.....	25
8. Literatur- und Quellenverzeichnis	25

1. Einleitung

Die Universität Bremen – eine „offene Hochschule“? In dem Wettbewerb „Aufstieg durch Bildung - Offene Hochschulen“ fördert das Bundesministerium für Bildung und Forschung Hochschulen auf diesem Entwicklungspfad. Mit dem Projekt „konstruktiv“ (konsequente Orientierung an neuen Zielgruppen strukturell in der Universität Bremen verankern, vgl. <https://www.uni-bremen.de/konstruktiv>) stellt die Universität Bremen sich dieser gesellschaftlichen Aufgabe.

Das Projekt ist bei der Akademie für Weiterbildung angesiedelt und wird in enger Zusammenarbeit mit den Fachbereichen und zentralen Einrichtungen der Universität Bremen durchgeführt. Dabei werden flexible Studienformate für neue Zielgruppen entwickelt, erprobt und optimiert. Das Ergebnis ist LIFE – das neue Modulstudium an der Universität Bremen. Die neue Art des berufsbegleitenden und flexiblen Studierens nach dem Baukastenprinzip bietet vielfältige Wahlmöglichkeiten und erfordert daher mehr Beratung als herkömmliche Weiterbildungsangebote. Da ein Großteil der LIFE-Zielgruppe berufstätig ist, sind flexible Beratungsformen erforderlich.

Diese Veröffentlichung gibt einen Überblick darüber, welche Erfahrungen und Erkenntnisse an der Universität Bremen bei der Einführung des neuen Modulstudiums im Wintersemester 2017/2018 gesammelt wurden. Die Perspektive der Beratung bietet hierbei durch den direkten Kontakt mit Interessierten und Teilnehmenden einen unmittelbaren Blick auf das Modulstudium, welches erste Beobachtungen und Schlussfolgerungen zulässt.

LIFE bietet wissenschaftliche Weiterbildung in den Bereichen: Informatik und Digitale Medien; Energiesysteme; Luftfahrttechnik; Gesundheit und Pflege. Gleichzeitig möchte LIFE sich an die Lebenswirklichkeit Berufstätiger anpassen, die Ihre Kompetenzen „häppchenweise“ und flexibel neben Ihrer Erwerbstätigkeit (und oft weiteren Verpflichtungen) aktualisieren und vertiefen möchten. Die LIFE-Zielgruppe besteht aus Personen (mit mind. B.A.-Hochschulabschluss oder vergleichbar), die zudem:

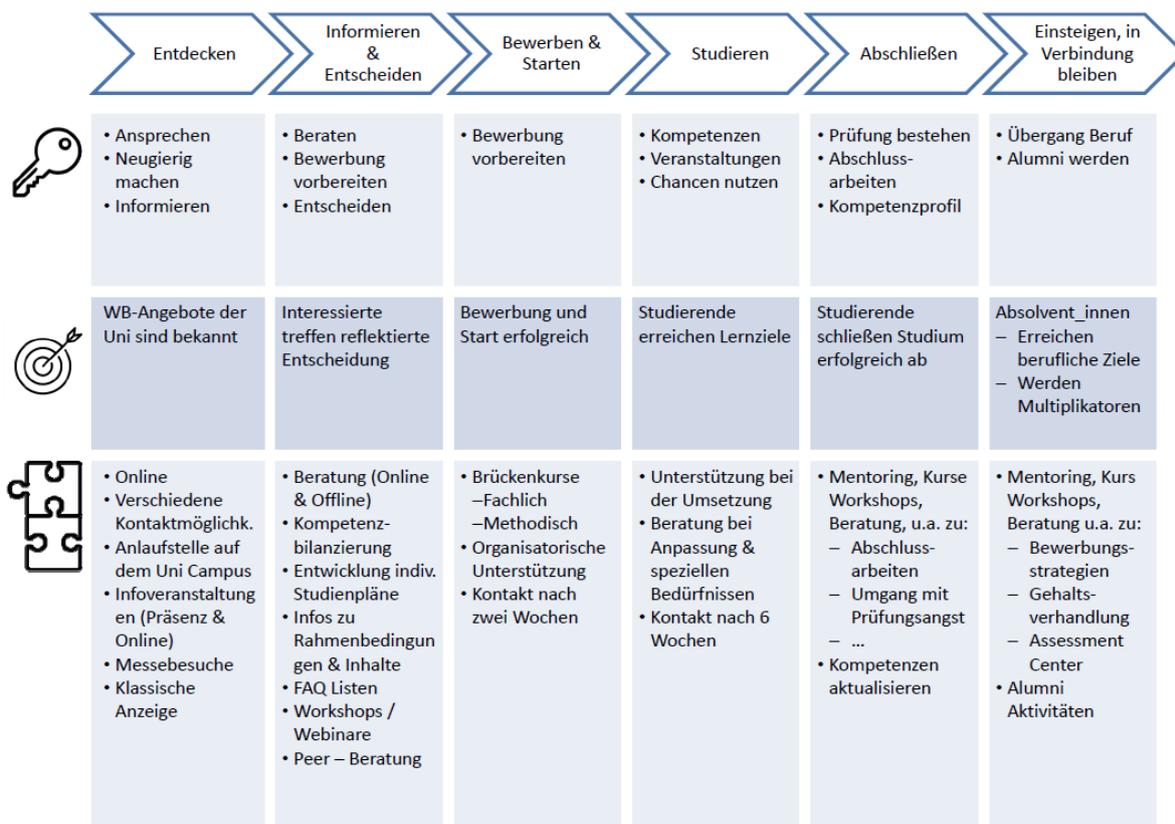
- berufstätig sind *und/oder*
- Familienpflichten erfüllen (Erziehung/ Pflege) *und/oder*
- den Wiedereinstieg planen (nach Elternzeit, Krankheit, Auslandsaufenthalt o.ä.) *und/oder*
- international-Studierende sind *und/oder*
- einen ausländischen Hochschulabschluss besitzen *und/oder*
- Arbeitslosigkeit überbrücken möchten oder arbeitssuchend sind.

Beratung und Bildungsprozessbegleitung sind zentrale LIFE-Säulen mit folgenden Zielen:

- Zu Beginn Transparenz zu erzeugen und Abbrüche zu vermeiden (Beratungsgespräche: Standortbestimmung/ Rahmen, Weiterbildungsziel, Aufwand/ Nutzen-Abwägung).
- Einzelne bei der Einstufung ihrer Tätigkeiten und Qualifikationen zu unterstützen und ihnen damit – im Falle der Zulassung – akademische Weiterbildung zu ermöglichen (Kompetenzdokumentation).
- Einen Rahmen für Belange rund um das Studium zu bieten (Bildungsprozessbegleitung): Orientierung bei Einstieg, Übernahme von Organisatorischem, Hilfestellung bei individuellen Schwierigkeiten.
- Das Individuum und seinen Gesamtprozess im Blick zu behalten und es dadurch bei der Reflektion und Entwicklung seiner Kompetenzen zu fördern (Bildungsprozessbegleitung).

Das LIFE-Phasenmodell illustriert beispielhaft den Ablauf des LIFE-Modulstudiums. Es zeigt zugleich, welche Aufgaben bei der Einführung des ersten LIFE-Semesters von Bedeutung gewesen sind und leitet daher wie ein roter Faden durch diesen Text (siehe Abbildung 1).

Abbildung 1: Phasenmodell



Für eine bessere Übersicht wurden die Schritte des Phasenmodells in drei Kapitel aufgeteilt, die fließend ineinander übergehen (siehe Tabelle 1):

Tabelle 1: Kapitelübersicht Phasenmodell

<p>Phasen „Entdecken“ bis „Informieren und Entscheiden“</p> <p>Kapitel 2: Zielgruppenansprache. Hier erfahren Sie mehr über...</p> <ul style="list-style-type: none">• unsere Ansprache- und Kontaktaufnahmekanäle (Welche Kanäle werden bevorzugt?)• LIFE- Teilnehmende und Ihr Profil (Was ist an LIFE attraktiv? Wie viele Personen interessieren sich (bisher) für LIFE? Wer sind die Teilnehmenden?)
<p>Beratungsangebote (gesamter Prozess)</p> <p>Kapitel 3: Beratungsangebote. Hier erfahren Sie mehr über...</p> <ul style="list-style-type: none">• unser Beratungsverständnis• Besonderheiten während der Erprobungsphase• Beratungsformen im Realitätscheck (Was ist attraktiv für Teilnehmende? Was ist als Leistung langfristig vertretbar?)• eine (noch) verborgene Zielgruppe
<p>Phasen „Bewerben& Starten“ bis „Einsteigen, in Verbindung bleiben“</p> <p>Kapitel 4: Bildungsprozessbegleitung. Hier erfahren Sie mehr über...</p> <ul style="list-style-type: none">• die Phasen im LIFE-Studium• Bildungsprozessbegleitung im ersten LIFE-Semester (Welche Formen wurden angeboten? Wovon wünschen sich die Teilnehmenden noch mehr? Was ist entbehrlich?)• neue Gestaltungsideen aus den Anregungen der Studierenden
<p>[Kapitel 5: Zusammenfassung und Ausblick]</p>

2. Zielgruppenansprache

Wie kann die LIFE-Zielgruppe erreicht werden? Eine anfängliche Recherche darüber, wie andere Universitäten und Hochschulen Interessierte ansprechen, gewährte einen Überblick über mögliche Wege der Interessentenansprache. Gute Orientierung boten vor allem die Ergebnisse anderer im Wettbewerb „Aufstieg durch Bildung – Offene Hochschulen“ geförderter Projekte.

Um die nachhaltige Verankerung des Modulstudiums auch nach Projektende sicherzustellen, wurde für das neue Modul-Studienangebot ein eigenes Logo entwickelt, das eine Bündelung der fachlich unterschiedlichen Module und Zertifikate zu einem Angebot garantieren und einen Wiedererkennungswert ermöglichen soll.



Lernen. Individuell. Flexibel. Erfolgreich.

2.1 Ansprache- und Kontaktaufnahmekanäle

Für unsere Zielgruppe (vor allem Berufstätige mit erstem Hochschulabschluss) wählten wir aus unserer Sicht geeignete Ansprache- und Kontaktaufnahmekanäle aus. Besonderes Augenmerk gilt dabei der Erprobung digitaler Medien, um das Potenzial neuer Medien für die Bedürfnisse unserer Zielgruppe (z.B. Zeitersparnis, Ortsunabhängigkeit) zu nutzen. Gleichzeitig sollte überprüft werden, ob diese neuen Formen tatsächlich einen Mehrwert bieten oder auch Nachteile mit sich bringen.

Die Zielgruppenansprache hat zwei Äste:

- **Ansprachekanäle** = Wege, das Modulstudium bekannt zu machen.
- **Kontaktaufnahmekanäle** = Möglichkeiten für Interessierte sich zu melden, um mehr über das Angebot zu erfahren.

Die stetige Weiterentwicklung des LIFE-Angebots parallel zur Zielgruppenansprache schuf für die Kommunikation mit Interessierten (und Multiplikatorinnen und Multiplikatoren) mitunter schwierige Rahmenbedingungen: Aufgrund der Erprobungsphase wurden viele Module erst kurz vor einer bestimmten Veranstaltung oder dem Anmeldeschluss für das Wintersemester freigegeben. Dadurch ergab sich häufig der Spagat an der Sichtbarkeit eines Angebots zu arbeiten – ohne dass wichtige Details (z.B. die Zeitleiste einer Veranstaltung) bekannt waren. Für Berufstätige sind aber gerade diese Details relevant für die Entscheidung und Planung ihres Modulstudiums. Die geringe Informationssicherheit vor Beginn des ersten Semesters führte dazu, dass einige potenzielle LIFE-Studierende sich nicht für ein Modulstudium entscheiden konnten. Andere mussten in Einzelfällen (besonders bei Belegung mehrerer Module)

gebuchte Module stornieren, wenn sich zu Semesterbeginn herausstellte, dass die Präsenzzeiten sich überschneiden.

Eine weitere Herausforderung ist die noch weitgehend unbekannte Zielgruppe. Obwohl Vorstellungen über die LIFE-Zielgruppe bestehen, startet erst mit dem konkreten Angebot und Beginn der Ansprache das wirkliche Kennenlernen unserer potenziellen Studierenden, sowie ihrer Studienvorstellungen und -bedürfnisse. Es findet demnach eine ständige Rückkopplung und Optimierung unseres Angebots (hier bezogen auf Zielgruppenansprache und Beratung) statt.

Tabelle 2: Übersicht Ansprachekanäle

Ansprachekanäle		Vorteile
Netzwerke der Projektbeteiligten	Individuell gesteuert, oft informell/ Form vielfältig	<ul style="list-style-type: none"> Vorinformation/ Hinweis auf Angebot, obwohl noch nicht konkret
Veröffentlichung	LIFE-Webseite	<ul style="list-style-type: none"> Informationen rund um die Uhr verfügbar hohe Datenqualität: aktuelle Änderungen können umgehend kommuniziert werden
	Verweis-Webseiten (Career Center; Akademie für Weiterbildung; Projekt-konstruktiv BMBF)	
	LIFE-Flyer (Print)	<ul style="list-style-type: none"> „handfeste“ Information Ansprachemöglichkeit für nicht digital-affine Interessierte
	Kursnet-Datenbank	<ul style="list-style-type: none"> größte Weiterbildungsdatenbank Deutschlands überregionale Reichweite seriös (Angebot der Bundesarbeitsagentur)
Pressearbeit/ Newsletter/ Anzeigenschaltung	Presseverteiler Universität-Bremen	<ul style="list-style-type: none"> Pressemitteilungen (Web-Hinweise u.a. im Uni-Kalender und auf „Focus online local“)
	I2b- Idea to Business	<ul style="list-style-type: none"> Zielgruppenspezifische Ansprache (branchenspezifisch; Absolventinnen und Absolventen)
	digitalmedia e.V.	
	Alumni Uni-Bremen	<ul style="list-style-type: none"> Ansprache interessierter Bremer*innen online und in Printausgabe
MIX-Veranstaltungsmagazin		
Veranstaltungen	Open Campus 06/17	<ul style="list-style-type: none"> persönlicher Dialog ermöglicht direkte Nachfragen (schnelle und zugleich individuelle Information) Messen: Unverbindliche Kontaktaufnahme
	Technologiepark 08/17	
	Lernmesse 01/18	
	Betriebsbesuch 01/18	

Synergieeffekte: Indirekte Ansprache	„Mund-zu-Mund-Propaganda“, Teilnehmende werben Teilnehmende	<ul style="list-style-type: none"> • Interessierte und Teilnehmende berichten „aus erster Hand“; • positiver Nebeneffekt: kostenlos
---	--	---

Erkenntnisse bezogen auf die genutzten Ansprachekanäle:

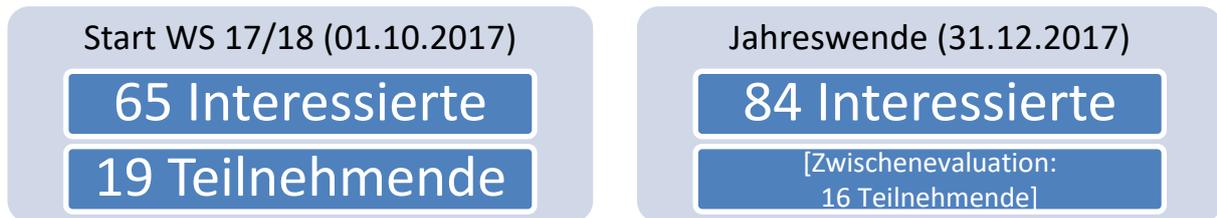
Netzwerke sind effektive Kanäle, um Interessierte zu gewinnen. Gleichzeitig besteht hier die Schwierigkeit, dass Informationen eher indirekt und dadurch weniger transparent übermittelt werden. Über Netzwerke meldeten sich (ganz zu Beginn!) vermehrt Personen, die leider nicht die Zulassungskriterien erfüllten und für die daher das Modulstudium im Endeffekt nicht passgenau war. Die Absagen an meist überaus qualifizierte Fachkräfte (wenn auch ohne B.A.) waren bedauerlich. Sie gaben uns aber den wichtigen Hinweis, dass ein großer Bedarf besteht an berufsbegleitenden Studienangeboten (mit dem Ziel B.A.). Diese Erkenntnis trifft nicht ausschließlich – aber in erster Linie – für den Bereich Gesundheit & Pflege zu.

Digitale Medien werden als Selbstinformationsangebot sehr gut angenommen: Besonders die Möglichkeit der eigenen Recherche auf der LIFE-Webseite (vgl. <https://www.uni-bremen.de/life>) wird sehr gut angenommen und eignet sich hervorragend, um Informationen aktuell, verlässlich und detailliert zu kommunizieren.

Das Persönliche zählt: Veranstaltungen mit persönlicher Präsenz sind ebenfalls ein sehr effektives Mittel der Ansprache. Erste Dialoge (z.B. auf Messen) scheinen mit ihrer Mischung aus Unverbindlichkeit und der Möglichkeit gezielt persönlich nachzufragen für Interessierte besonders attraktiv und geeignet zu sein. Ein Beispiel: Aus der Veranstaltung Technologiepark (vgl. Rehbein, 2018), an der zwölf Personen teilnahmen, entschlossen sich fünf für das LIFE-Studium und wurden zugelassen (WS 17/18).

Wie viele Personen haben sich gemeldet und Interesse am LIFE-Angebot geäußert? Wie viele Personen haben sich für LIFE entschieden und ihr Modulstudium gestartet? Abbildung 2 zeigt in einer Darstellung nach Stichtagen, dass 65 Personen bis Beginn des Wintersemesters 2017/2018 ihr Interesse am LIFE-Modulstudium bekundet haben und insgesamt 19 Personen als Studierende zugelassen wurden.

Abbildung 2: Übersicht Interessierte und Teilnehmende von LIFE



Welche Kontaktaufnahmekanäle erprobt wurden zeigt folgende Übersicht (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Übersicht Kontaktkanäle

Kontaktaufnahmekanäle	Begründung
Telefon (direkt, Weiterleitung)	„klassisch“ bewährte Kontaktformen
Mail (formlos)	
Persönlich (Messe, Veranstaltung, Termin)	
LIFE-Webseite	
LIFE-Tablet (Mobilnummer: Tel. und SMS)*	Neue „digitale“ Kontaktformen (vgl. Vorteile): <ul style="list-style-type: none"> - weniger zeitintensiv - niedrighschwellig(er) - ortsunabhängig
*zzgl. Messenger-Diensten/Apps (WhatsApp, Signal, Viber, Threema)	
LIFE- virtueller Raum (Adobe Connect, DFN)	

„Klassische“ Kontaktaufnahme wird eindeutig bevorzugt: Mail, Telefon und der persönliche Kontakt haben sich als Kontaktform bewährt. Am häufigsten genutzt wurde die formlose Mail als etablierte digitale Kommunikationsform. [Die automatisch generierte Mail aus dem Kontaktformular der Webseite als neue digitale Kontaktform wurde deutlich seltener genutzt.]

„Digitale Medien“ wurden nur vereinzelt zur Kontaktaufnahme genutzt: Beispielsweise wurden etwa wöchentlich vor Anmeldeschluss insgesamt sechs Info-Webinare und fünf Online-Sprechstunden zu wechselnden Wochentagen und Tages-Randzeiten angeboten, die kaum besucht wurden (insgesamt vier Teilnehmende). Anhand dieser Ergebnisse scheint der Einsatz des Webinar-Raums wenig effektiv als Ort für die erste Kontaktaufnahme. Es könnte lohnenswert sein, den Webinar-Raum für die ortsunabhängige Bildungsprozessbegleitung zu nutzen (z.B. als Tutorial-Raum mit Hilfestellung zur online-Lernplattform und anderen Angeboten an Online-Beratung im Studium allgemein).

Das Verhältnis von Aufwand zu Nutzen digitaler Medien ist zu prüfen: Die Bereitstellung und „Bespielung“ unterschiedlicher Kanäle ist zeitaufwendig und lohnt sich nur, wenn diese auch genutzt werden. Da neue digitale Medien wie beispielsweise das zusätzlich eingerichtete Tablet inkl. Mobilnummer und diversen Messenger-Diensten nicht oder kaum angewählt werden, lohnt sich nach derzeitigem Stand das Aufrechterhalten dieser Kanäle nicht. Lediglich

WhatsApp wurde zur Kontaktaufnahme verwendet. Unter anderem aus Datenschutzgründen eignet sich dieser Kommunikationsort allerdings nur zur Verabredung (knapper Informationsaustausch). Für eine Beratung ist ein Kanalwechsel nötig (Telefon, Webinar, persönlicher Termin).

Lessons learned: Zielgruppenansprache

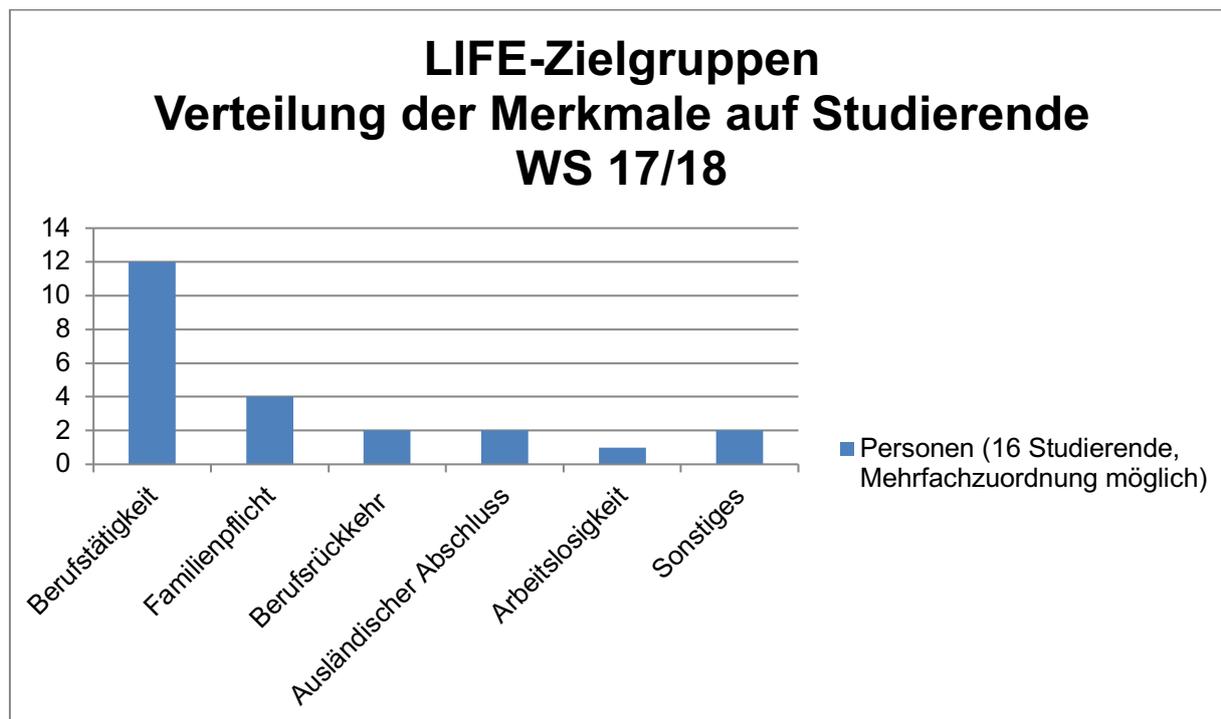
- Netzwerke und der persönliche Kontakt zu Interessierten (und zu Multiplikatorinnen und Multiplikatoren) sind effektive Wege, ein neues Studienangebot wie LIFE bekannt zu machen.
- Studien-Interessierte bevorzugen bewährte Kontaktaufnahmeformen (Mail, Telefon, persönliches Gespräch).
- Digitale Medien eignen sich hervorragend um komplexe Informationen transparent und übersichtlich darzustellen. Die LIFE-Webseite wird von Interessierten intensiv genutzt.
- Zielgruppenansprache kann durch Reduzieren nicht genutzter Kanäle und das Erproben neuer Formen feinjustiert und optimiert werden.

2.2 Erste Ergebnisse: Wer studiert „LIFE“?

Wer interessiert sich für ein Modulstudium? Wer sind unsere Teilnehmenden? Diese Fragen können wir nach der Planung im Projekt konstruktiv jetzt im Dialog mit unseren Teilnehmenden erforschen. Die folgenden Auswertungen gründen auf Daten unserer aktuellen Teilnehmenden im Wintersemester 2017/2018.

Die LIFE-Zielgruppe zeichnet sich besonders durch ihre parallele Berufstätigkeit aus. Die weiteren Merkmale sind vorhanden, allerdings nicht signifikant (siehe Abbildung 3).

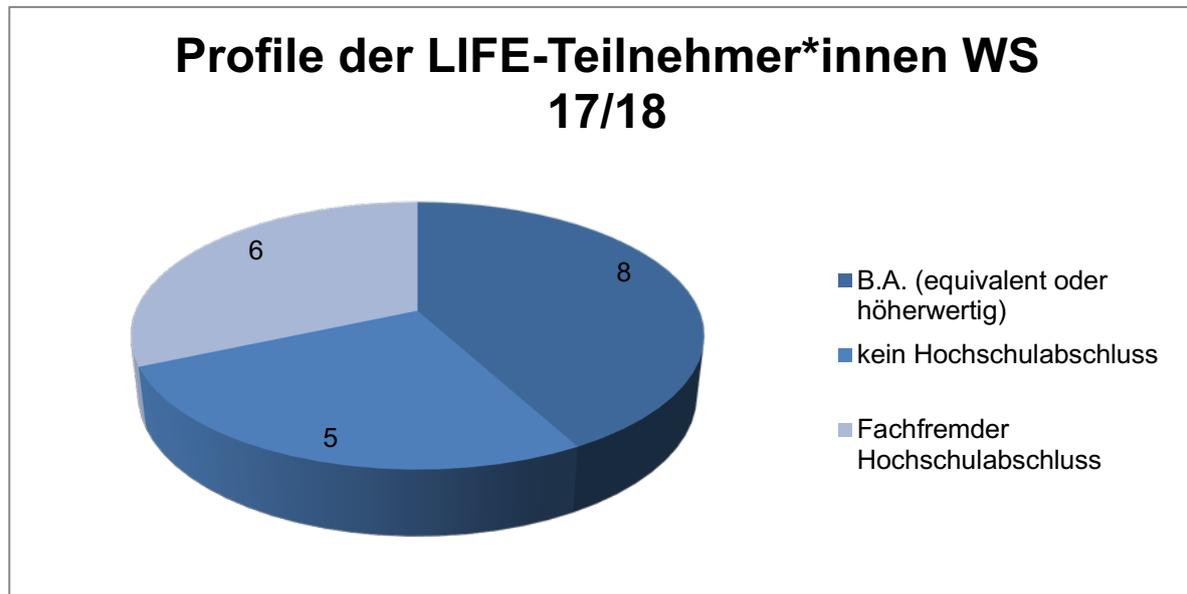
Abbildung 3: LIFE-Zielgruppe - Verteilung der Merkmale



Aufschlussreich war die weitere Analyse unserer Zielgruppe: Es können insgesamt drei Gruppen dargestellt und unterschieden werden (siehe Abbildung 4). Wie geplant interessierten sich **Personen mit erstem (fachrelevanten) Hochschulabschluss** und erster Berufserfahrung (vgl. Abbildung 4: acht Personen) für LIFE und begannen ihr Modulstudium im Wintersemester 2017/2018. Eine Überraschung, die sich schon im ersten Kontakt mit Interessierten andeutete, sind die zusätzlich entdeckten Zielgruppen, die LIFE ebenfalls als ein sehr passendes Angebot für sich empfinden. Es handelt sich hierbei um diese beiden Gruppen:

- **Quereinsteiger*innen** (vgl. Abbildung 4: sechs Personen), die über einen fachfremden bzw. fachfernen Hochschul-Abschluss (B.A. oder höherwertig) und Berufserfahrung im LIFE-Studienbereich verfügen. Ihr Ziel ist es hauptsächlich Ihr berufliches Knowhow akademisch zu untermauern.
- **„Profis aus der Praxis“** (vgl. Abbildung 4: fünf Personen), die vielfältige Berufserfahrung, Aus- und Weiterbildungen im LIFE-Studienbereich vorweisen können, aber keinen akademischen Abschluss besitzen. Ihr Ziel ist hauptsächlich der akademische Abschluss.

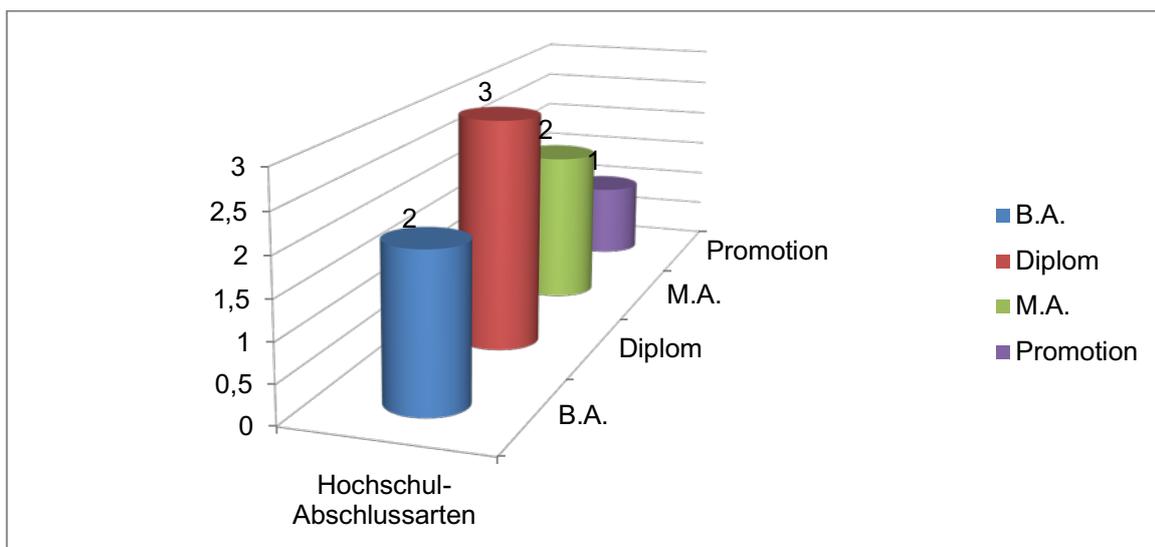
Abbildung 4: Profile der LIFE-Teilnehmer*innen WS 17/18



Datengrundlage: Alle 16 Studierenden (Zwischenevaluation)

Diese Erkenntnis über die Profillage unserer Teilnehmenden deckt sich mit den anderen Erfahrungen aus der Zielgruppenansprache und Beratung. Zusätzlich zu den zugelassenen Quereinsteiger*innen und „Profis aus der Praxis“ gab es vor Studienbeginn weitere Anmeldungen und Einzelfallprüfungen von Interessierten, die jedoch abgelehnt wurden. Im Anmeldeverfahren des ersten LIFE-Studiensemesters waren Einzelfallprüfungen nicht die Ausnahme, sondern die Regel.

Abbildung 5: Übersicht Hochschulabschlussarten



Die genaue Betrachtung unserer geplanten LIFE-Zielgruppe (vgl. Abbildung 4: acht Personen mit einem fachrelevanten Abschluss mindestens auf B.A.-Niveau) zeigte folgendes:

- Für Personen mit B.A. als höchstem Bildungsabschluss und Berufserfahrung ist LIFE wie erwartet attraktiv (vgl. Abbildung 5: zwei Personen).
- Die Mehrheit der LIFE-Teilnehmenden hat jedoch einen höheren Abschluss (vgl. Abbildung 5): drei Personen besitzen ein Diplom, zwei Personen einen Master und eine Person eine Promotion als jeweils höchsten eigenen Hochschulabschluss. Dies könnte darauf hindeuten, dass gerade sehr gut ausgebildete Akademiker sich stetig fortbilden möchten.

Warum ein LIFE- Modulstudium?

- ✓ Das „Berufsbegleitende“ und die hohe Flexibilität am Modulstudium ist für Interessierte und Studierende besonders attraktiv.
- ✓ Gute Organisation und klare Strukturen werden von Interessierten gewünscht und von Teilnehmenden an LIFE sehr geschätzt.
- ✓ Hilfestellung zu Digitalem (im Studium speziell zur Elearning-Lernplattform) wird von Interessierten gewünscht und von Teilnehmenden an LIFE sehr geschätzt.

Was wünschen Interessierte und Studierende perspektivisch?

- Informations- und Planungssicherheit sehr wichtig (z.B. frühzeitige Terminabsprache).
- Ein Leitfaden zum B.A./ M.A. wäre ideal (u.a. da Universitätsstrukturen für Außenstehende nicht verständlich); „richtiger Abschluss“ ist attraktiver als Zertifikate.
- Nutzen des Modulstudiums für den Arbeitsmarkt? LIFE soll sich „auszahlen“.
- Vernetzung mit anderen Studierenden gewünscht.

Lessons learned: Ergebnisse

1. Etwa jeder dritte Interessierte entschied sich für LIFE und startete sein Modulstudium im Wintersemester 2017/2018 (29,23%).
2. Lebenslanges Lernen an der Universität scheint gerade für sehr gut ausgebildete Akademiker attraktiv zu sein.
3. Die LIFE-Zielgruppe zeichnet sich besonders durch ihre parallele Berufstätigkeit aus.
4. Die LIFE-Zielgruppe ist (noch) vielfältiger als angenommen (Quereinsteiger*innen mit fachfremdem Abschluss; Fachkräfte ohne akademischen Abschluss).

3. Beratungsangebote des LIFE-Modulstudiums

Das berufsbegleitende und flexible Studieren nach dem Baukastenprinzip stellt nicht nur hohe Anforderungen an die Gestaltung der Module selbst, sondern ebenso an die damit verbundenen Beratungsangebote.

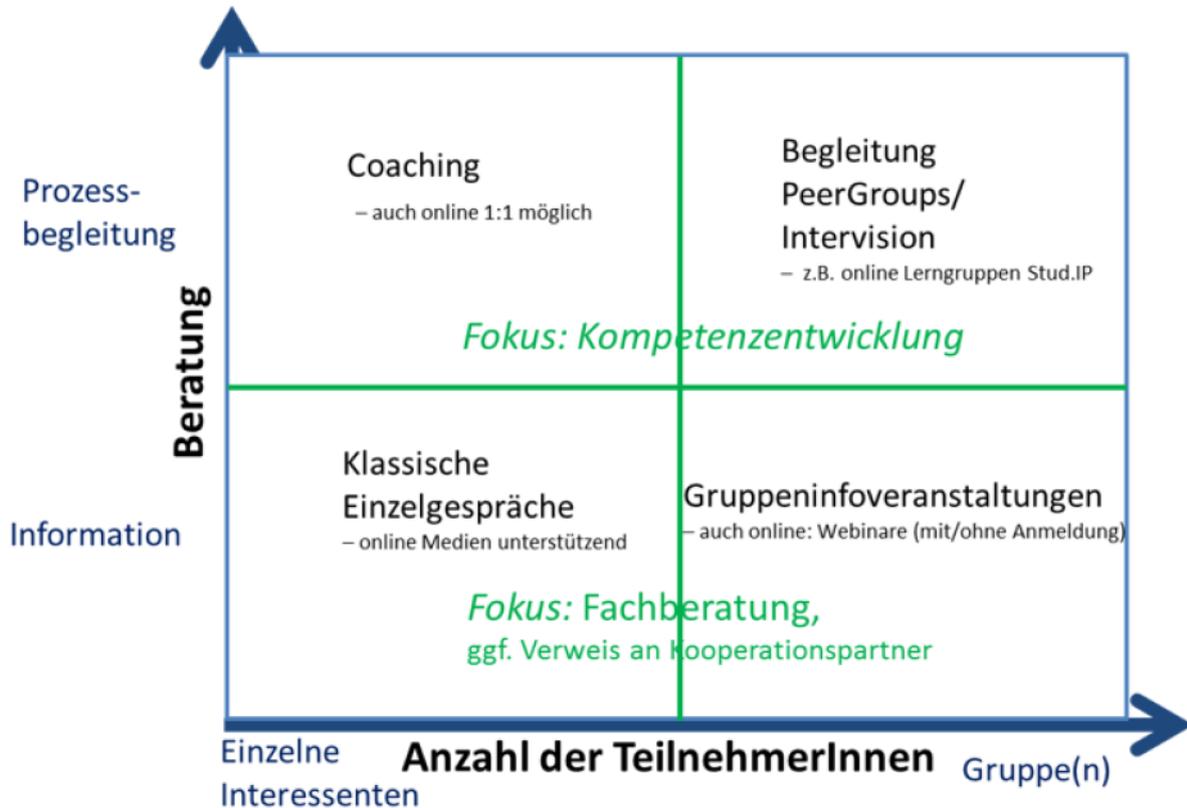
Entgegen anderen Weiterbildungsprogrammen, bei denen das Curriculum oft vorgegeben ist, hat der oder die Einzelne die Wahl unter mehreren Modulen bis hin zu Modulkombinationen, die ein Zertifikat ermöglichen. Beispielsweise wurden bei der Informationsveranstaltung Technologiepark (vgl. Rehbein, 2018) im August 2017 vier unterschiedliche Module im Bereich Informatik und digitale Medien für das Wintersemester 2017/2018 angeboten. Dadurch, dass bei dieser Art der wissenschaftlichen Weiterbildung das Individuum im Mittelpunkt steht, besteht vor Studienbeginn mehr Beratungsbedarf als bei anderen Weiterbildungsformaten. Diese Beratungsleistungen sollen in der Erprobungsphase entwickelt, erprobt und evaluiert werden, um ein nachhaltiges Beratungsangebot zu schaffen, das speziell auf die Voraussetzungen des LIFE-Modulstudiums zugeschnitten ist.

3.1 Beratungsverständnis: Vielfalt an Settings und Methoden

Die Erprobungsphase des Modulstudiums bietet die Chance neue Wege zu gehen und ein eigenes, neues Beratungsangebot zu schaffen. Dieses kann in vielfältigen Schattierungen erprobt werden, sodass dadurch ein Repertoire an unterschiedlichen Beratungsangeboten quasi als Design- und Toolbox entsteht, welches zudem genau auf unsere Zielgruppe abgestimmt ist.

In der Erprobungsphase werden wir diese einzelnen Settings und Methoden anwenden und evaluieren (Quelle: eigene Erfahrungen und Feedback der Teilnehmenden). Auf diese Weise erhalten wir einen guten Überblick über die verschiedenen Vorteile und Nachteile der unterschiedlichen Beratungsangebote und können diese jeweils an die spezielle Situation anpassen.

Abbildung 6: LIFE-Beratungsmatrix



Die LIFE-Beratungsmatrix (vgl. Abbildung 6) verdeutlicht die Flexibilität in den angebotenen Beratungsformen. Die Beratungsform wird demnach in Abhängigkeit davon festgelegt, wie viele Personen beraten werden (beispielsweise eine einzelne Person oder eine Gruppe) und welcher Schwerpunkt bei der Beratung vorliegt (beispielsweise Information und Orientierung vor dem LIFE-Studienstart oder Begleitung der Kompetenzentwicklung während des LIFE-Studiums).

Die LIFE-Beratungsmatrix wurde entwickelt in Anlehnung an Schein (vgl. Schein, 2000) und Königswieser & Exner (vgl. Königswieser & Exner, 2006, S. 154). Die Unterscheidung der Dimension „Beratung“ in „Information“ und „Prozessbegleitung“ wurde entwickelt in Anlehnung an Schein, welcher zwischen Expertenberatung und Prozessberatung unterscheidet. Die zweite flexible Dimension („Anzahl der Teilnehmenden“) geht zurück auf die Anregungen zur Beratungsdesigngestaltung von Königswieser & Exner.

Die Vielfalt der Beratungsformen ermöglicht eine Flexibilität in den Dimensionen zwischen persönlicher und „digitaler“ Beratung, sowie zwischen dem Fokus auf eine einzelne Person oder eine Gruppe und auf unterschiedliche Inhaltsschwerpunkte der Beratung. Die folgende Übersicht über die Beratungsdimensionen (vgl. Tabelle 4) zeigt beispielhaft einige Vorteile auf.

Tabelle 4: Übersicht Beratungsdimensionen

Dimensionen	Angestrebte Vorteile (beispielhaft)
Klassisch persönlich/ „analog“ – digital	Verbindlichkeit, Nähe, Vertrauen –Unverbindlichkeit, Barriere gering, Zeitersparnis
Informationsberatung – Prozessberatung	Wissensvermittlung, Überblick verschaffen – Coaching, Kompetenzentwicklung fördern
Einzelne Personen – Gruppe(n)	Betrachtung des Einzelnen und seiner Situation – Vernetzung fördern, Gruppendynamik nutzen

3.2 Besonderheiten der Erprobungsphase

Da das Weiterbildungsstudium in Form von Modulen ein komplett neues Angebot darstellt, offenbarte die Erprobungsphase einige Herausforderungen. Zunächst muss das neue Format „LIFE-Modulstudium“ als Ganzes vorgestellt und transparent vermittelt werden, bevor Inhalte im Fokus stehen können.

Schwierigkeiten bereitet dabei auch, dass das Modulangebot sehr dynamisch ist, sodass Module zu unterschiedlichsten und nicht vorsehbaren Zeitpunkten freigegeben werden (beispielsweise am Tag einer Veranstaltung oder des Anmeldeschlusses). Durch das Schaffen neuer organisationaler Strukturen in Form von eigenen Informationsquellen und -strukturen war z.B. die zeitliche Lage der Module im Wintersemester 2017/2018 meist aufwendig oder erst kurzfristig in Erfahrung zu bringen.

Auch die besondere Teilnahmeform als Proband*in verlangt eine Verständigung über Rechte und Pflichten der Erprobungsphase mit den Interessierten.

Diese Rahmenbedingungen hatten direkte Auswirkungen auf die Gestaltung der Beratung. Als Konsequenz lag im Wintersemester 2017/2018 der Beratungsschwerpunkt eindeutig auf der Dimension „Information“ über das Studienangebot. Dies verdeutlicht auch noch einmal die Verwobenheit der Zielgruppenansprache mit den Beratungsangeboten: Je treffender und informativer die Zielgruppenansprache, desto mehr Ressourcen werden frei für zusätzliche Beratungsangebote, da die Informationsvermittlung dann schon im Vorfeld (oft sogar selbstgesteuert) stattgefunden hat.

Diese Annahme wird bestärkt dadurch, dass sich zu Beginn des LIFE-Angebots viele Interessierte (z.B. über berufliche Netzwerke) gemeldet haben, bei denen sich nach einer Informationsberatung (Rahmen/ Ablauf, Zulassungskriterien, Inhalte) herausstellte, dass das Modulstudium als Angebot nicht passgenau für sie ist. Wir konnten inzwischen beobachten, dass mit fortschreitender Zeit die Interessentenanfragen immer passgenauer und zielgerichteter erfolgen. Dies führen wir darauf zurück, dass die Informationen über das Modulstudium

inzwischen sehr transparent kommuniziert werden (z.B. Flyer), stets abrufbar sind (z.B. LIFE-Webseite) und „planungssicherer“ werden aufgrund optimierter interner Abläufe.

3.3 Erprobte Beratungsangebote und erste Ergebnisse

Tabelle 5: Übersicht Beratungsangebote

Beratungsform	Inhalt	Ergebnisse
Präsenz-Veranstaltungen (Gruppe/Einzel) Open Campus 06/17 Technologiepark 08/17 Lernmesse 01/18 Betriebsbesuch 01/18	persönliches Gespräch, Vortrag/Präsentation, Diskussion, Präsentation/ Betriebsworkshop	<ul style="list-style-type: none"> planungs- und zeitintensiv; sehr gut angenommen (Meldungen und Anmeldungen sind direkte Folge)
Online-Beratung (Gruppe/Einzel) Zeitraum 06/17-09/17, wöchentlicher Turnus bis Anmeldeschluss 15.09.17, wechselnde Wochentage und Tagesrandzeiten.	Info-Webinare (Präsentation/Vortrag, 6 Termine) und Online-Sprechstunden (Impulsreferat und Fragestunde, 5 Termine)	<ul style="list-style-type: none"> kaum angenommen (insgesamt 4 Teilnehmende, eine Person davon ist Studierender geworden); Aufwand die Kanäle zu bespielen und Zeiten zu blocken ist entgegen geringen Nutzens zu hinterfragen; Trennung Webinar& Sprechstunde nicht nötig
Einzel-Beratung via digitale Medien (Mail& Telefon als bewährte Formen)	Informationsberatung: Vorstellen des LIFE- Modulstudiums und Beantworten individueller Fragen (z.B. Inhalt und zeitliche Lage der Veranstaltungen; Praxisbezug und Lehrform der Module; Zulassungskriterien)	<ul style="list-style-type: none"> Hauptberatungsform; sehr intensiv genutzt (oft pro Person mehrfach/ längerer Kontakt)
	Verweisberatung: Weiterleitung je nach Anliegen innerhalb Kooperationsnetzwerk (Zentrale Studienberatung; Akademisches Team Agentur für Arbeit/ Career Center; Agentur für Arbeit allgemein; Akademie für Weiterbildung; „anabin.kmk.org“) Verweis an freie Selbstinformationsangebote (z.B. Kursnet, BEN, Berufenet und andere)	<ul style="list-style-type: none"> Anfragen der interessierten Personen sind recht zielgerichtet, Verweise im größeren Kontext sind sehr selten (Ausnahme Anerkennung ausländischer Abschlüsse> „anabin.kmk.org“), meist handelt es sich um eine Feinjustierung zu eng verwandten Beratungseinrichtungen
Einzel-Präsenz- Beratungsgespräche	Orientierungs- und Entscheidungsberatung (OEB)	<ul style="list-style-type: none"> ganzes Beratungsspektrum gefordert; Themen/Situation: Mehrfachbelastungen; Weiterbildung unter Erfolgsdruck und als Gerüst für neuen Lebensweg (z.B. Umzug oder Kündigung für LIFE in Erwägung);

		<ul style="list-style-type: none"> • wegen Erprobungsphase LIFE aktuell meist nicht passend. Gründe: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Termine (Modulzeiten und -termine nicht/ nicht frühzeitig genug bekannt) ▪ Bescheinigung/Zertifikat (Zertifikatsangebot/-zulassung unklar) ▪ Planungssicherheit und Preise (nach Erprobung Verstetigung& Kosten unklar) ▪ Wert für Arbeitsmarkt (Mehrwert „in Zahlen“ unklar)
	<p>Fachberatung/ Kompetenzdokumentation</p> <p><u>Bewerbung und Anmeldung</u> (Hilfestellung, wenn kein Lebenslauf, Zeugnis o.ä.)</p> <p><u>Zulassung und Einstufung</u> (interne Einstufung z.B. DQR in Zusammenarbeit mit LIFE-Themenverantwortlichen)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • sehr zeitintensiv; • Einzelfallprüfungen waren die Regel, eindeutige Zulassungen die Ausnahme

3.4 Ergebnisse und Schlussfolgerungen für die weitere Arbeit

Im ersten LIFE- Semester lag der Schwerpunkt der Beratungsformate aufgrund der Neuheit des Angebots auf der Informationsvermittlung. Gerade Berufstätige benötigen frühzeitige Planungssicherheit. Wegen zusätzlicher Verpflichtungen stellen sie offenbar höhere Erwartungen an ein gutes und transparentes Informationsmanagement als es klassisch-konsekutiv Studierende tun. Die Gewinnung von Berufstätigen lässt sich durch die Berücksichtigung dieses Bedürfnisses vermutlich noch steigern. Informationssicherheit ist für alle Interessierten zentral.

Einer Gruppe von Interessierten konnte die Teilnahme am Modulstudium bisher nicht ermöglicht werden, da sie *besonders* viel Informationssicherheit benötigt und umfangreiche Beratung und Unterstützung wünscht (vgl. Inhalte der Orientierungs- und Entscheidungsberatung, Tabelle 5). Um diese Interessierten in ihrer komplexen Situation und bzgl. der Teilnahme an LIFE zu beraten, ist ein Ausbau unseres Angebots gefragt (z.B. Profilkklärung etc.). Zudem müssen für diese intensiven Beratungsprozesse mehr zeitliche Ressourcen eingeplant werden.

Inzwischen wurden interne Prozesse (z.B. Anmelde- und Zulassungsprozess) optimiert, so dass diese Beratungsressourcen für zusätzliche Angebote eingesetzt werden könnten (z.B. mehr Zeit für Entwicklung und Erforschung neuer Beratungstools je nach Situationserfordernis).

Lessons learned: Erste Ergebnisse Beratung

- Die Erprobungsphase erschwerte es, Interessierten zeitnah alle gewünschten Informationen über das Modulstudium mitzuteilen.
- Der Schwerpunkt der Beratung lag auf „Informationsberatung“.
- Für Personen, die mit den Besonderheiten der Erprobungsphase gut umgehen können, ist LIFE schon jetzt ein passendes Angebot.
- Personen, die in LIFE richtungsweisende Orientierung für ihren weiteren Lebensweg suchen, entschieden sich meist wegen fehlender Informationen gegen das Modulstudium. Um das Potenzial dieser Zielgruppe auszuschöpfen brauchen wir mehr Informationssicherheit und Zeit für höherschwellige Beratung.
- Das Individuelle an LIFE kostet viele Ressourcen! Dies betrifft alle Bereiche. Besonders die zahlreichen Einzelfallprüfungen „hinter den Kulissen“ waren sehr zeitaufwendig und sind dauerhaft nicht leistbar. Richtlinien hierfür sind in Planung.

4. Bildungsprozessbegleitung des LIFE-Modulstudiums

Das LIFE-Phasenmodell (vgl. Abbildung 1) zeigt den Gesamtprozess und den fließenden Übergang der unterschiedlichen Phasen und (Beratungs-)Komponenten. Nach der Phase des „Entdeckens“ im Rahmen der Zielgruppenansprache und der durch Beratungsangebote unterstützten Phase des „Informierens- und Entscheidens“ beginnt mit der Phase des „Bewerbens und Startens“ die Bildungsprozessbegleitung im LIFE-Modulstudium. Die LIFE-Teilnehmenden werden in den folgenden Phasen („Studieren“, „Abschließen“ und „Einsteigen, in Verbindung bleiben“) durchgehend von der LIFE-Studienberatung begleitet.

4.1 Bildungsprozessbegleitung im ersten LIFE-Semester (WS 17/18)

Was ist das Besondere an der LIFE-Bildungsprozessbegleitung? Da das Modulstudium sich durch die berufs begleitende, flexible Studienform auszeichnet, sollten diese Merkmale sich auch in der Form der Bildungsprozessbetreuung widerspiegeln. Als Folge wird der Bildungsprozess – wo möglich – durch digitale, zeitlich flexible und ortunabhängige Beratungselemente unterstützt. Zugleich gibt es bewährte Formen der Bildungsprozessbegleitung wie einen Orientierungsworkshop zum Studienstart, der Studierenden hilft, sich einen Überblick zu verschaffen und sich mit anderen zu vernetzen. Beachtet haben wir auch das Bedürfnis von LIFE-Studierenden möglichst viel Organisation abgenommen zu bekommen (vgl. Willkommensmappe, Bereitstellung Zugang Lernplattform).

Tabelle 6: Übersicht Erprobte Beratungsformate und erste Ergebnisse

Erprobte Beratungsform	Vorteil	Ergebnisse
Gruppen-Willkommensworkshop (10 Personen, Woche vor Semesterstart 09.10.2017)	<ul style="list-style-type: none"> • Orientierung Uni Bremen und LIFE; • LIFE- Willkommensmappe; • Bereitstellung Zugang Lernplattform (herkömmlich von Studierenden selbst); • Einführung und Fragen zu online-Lernplattform; • Vernetzung LIFE-Studierende fördern. 	<ul style="list-style-type: none"> • LIFE-Studierende haben – wo möglich – kleine Studiengruppen gebildet, dies wird als sehr positiv empfunden.
Einzel-Willkommensgespräche (9 Personen, Oktober 2017)	<i>Einzelgespräch zur Wahl, wenn keine Teilnahme Gruppenworkshop →</i> <ul style="list-style-type: none"> • Orientierung Uni Bremen und LIFE; • LIFE- Willkommensmappe; • Bereitstellung Zugang Lernplattform (herkömmlich von Studierenden selbst); • Fragen klären. 	<ul style="list-style-type: none"> • Teilnehmende müssen Termine LIFE frühzeitig erfahren; • aktuell sehr kurzfristige Terminplanung (neue Abläufe/ Erprobungsphase) ist gerade für Berufstätige kritisch (!); • Einzelgespräche hoher (interner) Zeitaufwand; weniger umfassendes Angebot (Vernetzung etc.).

Nachfrage aktueller Stand (per Mail, 2 Wochen nach Semesterstart)	<ul style="list-style-type: none"> • In Kontakt bleiben, Hilfestellung bei Problemen bieten; • Kontaktaufnahme untereinander fördern: Liste LIFE-Studierende/ Module zur Verfügung gestellt. (Alle Studierenden haben ihr Einverständnis gegeben und dies gewünscht.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Umgang mit Lernplattform eine Herausforderung; • Terminunklarheiten (oder Änderungen) Veranstaltung problematisch; • Modulreduzierungen (meist bei Mehrfachbuchung wegen Überschneidung Präsenzzeiten oder wegen Arbeitsaufwand).
Zwischenevaluation/ Semesterhalbzeit (digital, 16 Personen, 21.12.2017)	<ul style="list-style-type: none"> • Hilfestellung Prüfungsanmeldung; • Kompetenzdokumentation (Reflexion über Kompetenzentwicklung); • digitale Form erfordert wenig Zeiteinsatz für mehrfach geforderte LIFE-Studierende (Vorweihnachtszeit). 	Herausforderungen: <ul style="list-style-type: none"> • Prüfungsanmeldung • Prüfungsniveau • Prüfungstermine (!) Benefits: <ul style="list-style-type: none"> • Studieren macht Spaß • Lehrende sind Top (!)
Anlaufstelle für jegliche Belange rund um das LIFE-Studium (ganzer Zeitraum)		<ul style="list-style-type: none"> • Einige Module flexibilisiert, dies wird sehr geschätzt und intensiv genutzt (!) Ständige Herausforderung: <ul style="list-style-type: none"> • Zeit für Präsenz
Gruppen-Abschluss-workshop (5 Personen, 18.04.2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Reflexion des Lernprozesses: • Bilanzierung neuer Erkenntnisse. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bildung von Lerngruppen deutet für auf höhere Wahrscheinlichkeit hin, das Modulstudium erfolgreich abzuschließen (Prüfung zu absolvieren)

Für die Bildungsprozessbegleitung gilt wie für die anderen Beratungsangebote unser Ansatz in der Erprobungsphase möglichst viele Formen der Bildungsprozessbegleitung umzusetzen und zu evaluieren (vgl. LIFE-Beratungsmatrix, Abbildung 6). Damit werden wir zum Zeitpunkt der Verstetigung des LIFE-Modulstudiums eine Toolbox an Settings und Methoden besitzen inklusive wichtiger Aussagen über deren Eignung und Wirksamkeit. Aus dem ersten LIFE-Studiensemester lassen sich diese Schlussfolgerungen ziehen:

Lessons learned: Bildungsprozessbegleitung

- Präsenzzeitreduzierte Module werden angenommen, fehlende terminliche Flexibilität ist die größte Hürde im LIFE-Studium.
- Termintransparenz (Module und Beratung) sehr wichtig (Rückmeldung: frühzeitigere Information und Planung gewünscht).
- Hilfestellung online-Lernplattform Stud.IP wird geschätzt (Rückmeldung: gern mehr).
- Willkommensworkshop wird geschätzt, Rückmeldung: Vor allem gern mehr Networking.

- Willkommensmappe und Abnahme Organisation positiv (Übersicht; Orientierung; Zeitersparnis).
- Willkommens-Einzelgespräche dauerhaft nicht leistbar (kein gutes Aufwand-Nutzen Verhältnis bei größeren Studienkohorten).
- Prüfungen sind eine große Herausforderung.

Diese Erfahrungen während der Erprobungsphase geben zugleich direkte Impulse für die weitere Gestaltung der Bildungsprozessbegleitung und die Erprobung neuer Beratungsformen. Ideen für die künftige Bildungsprozessbegleitung:

- Wünsche der Studierenden in Veranstaltungsdesigns „übersetzen“, zum Beispiel:
 1. Termine (zumindest für Beratung/ Bildungsprozessbegleitung) frühzeitig festlegen;
 2. Lernplattform-Sprechstunde für Fragen mit anbieten, ggf. auch online;
 3. LIFE-Stud.IP Gruppe und/oder Peer-Group-Treffen organisieren (Zeit und Raum für Austausch untereinander schaffen).
- Kontaktdichte mit Studierenden variieren, erproben und evaluieren (z.B. Bewertung des Angebots durch Studierende und Prüfen des Einflusses auf Prüfungsteilnahmequote).
- Ausbau des Angebots: Kompetenzreflektion (auch im Vorfeld) bieten, erproben und evaluieren (Möglichkeit prüfen, damit ggf. Modulabbrüche zu verhindern).
- Zusatzangebot zur Unterstützung bei Prüfungen ausbauen. Bisher erfolgt der Hinweis auf Angebote des Career Centers und der Studierwerkstatt. Möglichst eigene Module (Bsp. „Wissenschaftliches Arbeiten“) erproben und Auswirkung auf Prüfungen evaluieren.

Lessons learned: Evaluation

Bisher findet keine eindeutige Trennung von Bildungsprozessbegleitung und Evaluation statt. In den künftigen LIFE-Semestern soll deutlicher unterschieden werden zwischen der Beratung und Bildungsprozessbegleitung als eine Leistung für die Teilnehmenden und der Evaluation als Pflicht der Teilnehmenden in der LIFE-Erprobungsphase (Projekt konstruktiv). Hierfür ist ein LIFE-Gesamt-Evaluationskonzept in Planung, um die Erhebung der Ergebnisse zu systematisieren. Sobald das LIFE-Modulstudium verstetigt werden kann, ist ein Konzept zur regelhaften Evaluation der LIFE-Bildungsbegleitung zu erwägen.

5. Zusammenfassung und Ausblick

Wo stehen wir jetzt und wie geht es weiter? Diese Frage gilt nicht nur für unsere LIFE-Studierenden in der Bildungsprozessbegleitung. Sie trifft ebenso auf das Projekt konstruktiv als Ganzes zu. Im ersten LIFE-Semester wurde ein verlässlicher Rahmen für das Modulstudium geschaffen.

Interesse an LIFE ist – wie zuvor vermutet und erhofft – zahlreich vorhanden. Dies belegt die nicht abreißende Nachfrage am Modulstudium. Als besonders ansprechend und attraktiv wird dabei das „Berufsbegleitende“ am Modulstudium erlebt. Zugleich ist parallele Berufstätigkeit laut erster Erhebung das Hauptmerkmal unserer Zielgruppe. Die anderen „geplanten“ Zielgruppenmerkmale sind nicht signifikant vertreten. Eine Überraschung war die große Nachfrage an LIFE von Quereinsteiger*innen (fachferner Abschluss) und Fachkräften (vielfältige Abschlüsse, aber kein akademischer). Dies trifft auf die aktuellen Teilnehmenden zu und deckt sich ebenfalls mit den Erfahrungen aus dem Kontakt mit Interessierten.

Die Art, wie Interessierte von LIFE erfahren und über welchen Kanal sie Kontakt aufnehmen, ist gemäß erster Erfahrungen sehr individuell. Das deutlichste Bedürfnis der Interessierten waren umfangreiche und verlässliche Informationen über das Modulstudium. Einerseits sicherlich, da LIFE ein neues und daher unbekanntes Angebot ist. Andererseits stand die Informationstransparenz und -sicherheit womöglich derart im Mittelpunkt, da zum Start der Erprobungsphase viele Informationen eben nicht sicher oder (noch) nicht verfügbar waren. Hinter den Kulissen beschäftigte uns daher stets das Erproben und Optimieren der Informationskanäle und -strukturen.

Präsenz-Veranstaltungen (vgl. Tabelle 5) erwiesen sich mit Ihrer Möglichkeit sich unverbindlich zu informieren und zugleich individuelle Fragen zu stellen als Erfolgsmodell der LIFE-Zielgruppenansprache. Digitale Beratungsformate (Online-Beratung, Kontaktaufnahme per Mobilnummer/Tablet/App) wurden kaum genutzt, bewährte Formate (Telefon, Mail) hingegen überaus stark. Besonders hilfreich ist die LIFE-Webseite. Als Selbstinformationsangebot wird sie intensiv von Interessierten genutzt. Dies unterstützt und verschlankt erheblich den weiteren Beratungsprozess.

Im ersten LIFE-Semester lag der Schwerpunkt der Beratungsformate aufgrund der Neuheit des Angebots und der neuen organisationalen Strukturen auf der Informationsvermittlung (Zielgruppenansprache/Beratung) und auf dem Schaffen und Bereitstellen eines verlässlichen Studienrahmens (Beratung/Bildungsprozessbegleitung).

An der Bildungsprozessbegleitung wird von den LIFE-Studierenden die gute Organisation geschätzt (z.B. Abnahme von Organisatorischem; allgemeine Hilfestellung und Orientierung). So

erhalten sie zum Studienstart z.B. eine Einladung zum Begrüßungsworkshop und eine LIFE-Willkommensmappe. Sehr positive Erfahrungen wurden mit dem Format „Gruppen-Willkommensworkshop“ inkl. einer kurzen Einführung in die Online-Lernplattform Stud.IP gesammelt. Von beidem wünschen die Teilnehmenden sich gern mehr. Als unpraktikabel haben sich die zur Wahl gestellten Willkommens-Einzelgespräche erwiesen. Diese insgesamt neun Gespräche stellten sich aufgrund der individuellen Terminplanung als zu aufwendig dar und wichtige Vorteile des anderen Gruppen-Beratungsformats fehlten (wie u.a. der Austausch der Teilnehmenden untereinander).

Das größte Hindernis für die LIFE-Studierenden sind die Termine im Modulstudium! Präsenzreduzierte Module werden gerne angenommen und gemäß erster Rückmeldung auch von Personen genutzt, die ursprünglich reine Präsenzteilnahme planten. Ein sehr flexibilisiertes Modul („Management in der Gesundheitswirtschaft I“ aus dem Bereich Pflege und Gesundheit) wurde von einer Person komplett ortsfern online aus einer anderen Stadt besucht.

Nachdem die Basis des LIFE-Angebots geschaffen wurde, erlaubt uns der nächste Schritt die weitere Anpassung und Ausgestaltung. Im Detail ist geplant, dass Zielgruppenansprache, Beratung und Bildungsprozessbegleitung jeweils in ihren Formen verändert werden. Vor allem Teilnehmende „der ersten Stunde“, die unterschiedliche Semester und damit verschiedene Settings und Methoden erfahren werden, können uns beim Evaluieren der unterschiedlichen Beratungsangebote nützliches Feedback geben.

Eine effektivere Gestaltung der internen Prozesse und bessere LIFE-Selbstinformationsangebote ermöglichen künftig die Erprobung zusätzlicher Beratungsangebote: z.B. Orientierungs- und Entscheidungsberatung; Kompetenzdokumentation vor der Weiterbildung (Bewerbung/Einstufung) und während der Weiterbildung (Bildungsprozessbegleitung/ Kompetenzentwicklung). Auf diese Weise können eventuell Teilnehmende gewonnen werden, die sich aufgrund komplexerer Ausgangssituationen oder zu wenig Informationssicherheit im ersten Semester noch nicht für LIFE entscheiden konnten. Allerdings ist eine Garantie für eine bestimmte berufliche Perspektive auch künftig nicht möglich. Es muss sich eher um „Hilfe zur Selbsthilfe“ mit der ratsuchenden Person als Experte/ Expertin in eigener Sache handeln.

Allgemein gilt, die Leistungen für Interessierte und Teilnehmende möglichst zu bündeln, da die individuelle Planung und Beratung am LIFE-Modulstudium sich als sehr zeitaufwendig erwiesen hat. Hinsichtlich der Verstetigung des Angebots sind Prozesse auch daraufhin zu überprüfen, wie ressourcenintensiv sie sind und wie sie zukünftig finanziert werden können. Interne Einzelfallprüfungen wie sie z.B. im ersten Semester der Regelfall waren, sind perspektivisch nicht leistbar. Auf Projektebene werden hierfür Lösungsrichtlinien erarbeitet.

Das LIFE-Modulstudium wurde im Vorfeld gründlich konzipiert. Die Besonderheit ist allerdings, dass erst mit dem konkreten Modul-(und Beratungs-)Angebot ein Dialog mit unserer Zielgruppe stattfindet. Erst mit Start der Erprobungsphase hat quasi die „Auftragsklärung“ begonnen: Wer sind unsere potenziellen Teilnehmenden? Welche Voraussetzungen bringen Sie mit? Welche Wünsche und Vorstellungen haben Sie bzgl. wissenschaftlicher Weiterbildung? Die große Herausforderung und zugleich Chance besteht aktuell darin, das Angebot permanent simultan im Hintergrund anzupassen und anhand der gewonnenen Erkenntnisse weiterzuentwickeln. Aktuell ist ein Evaluationskonzept in Planung. Dieses soll helfen Ergebnisse umfassend und systematisch zu erheben. Auf diese Weise ist eine ständige Interventionschleife zwischen Erkenntnis und Erprobung garantiert.

Das sagen die ersten Studierenden über ihr neues LIFE-Modulstudium:



6. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Phasenmodell.....	3
Abbildung 2: Übersicht Interessierte und Teilnehmende von LIFE	8
Abbildung 3: LIFE-Zielgruppe - Verteilung der Merkmale.....	10
Abbildung 4: Profile der LIFE-Teilnehmer*innen WS 17/18.....	11
Abbildung 5: Übersicht Hochschulabschlussarten.....	11
Abbildung 6: LIFE-Beratungsmatrix.....	14

7. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kapitelübersicht Phasenmodell	4
Tabelle 2: Übersicht Ansprachekanäle.....	6
Tabelle 3: Übersicht Kontaktkanäle	8
Tabelle 4: Übersicht Beratungsdimensionen	15
Tabelle 5: Übersicht Beratungsangebote	16
Tabelle 6: Übersicht Erprobte Beratungsformate und erste Ergebnisse.....	19

8. Literatur- und Quellenverzeichnis

Rehbein, A. (2018). Erprobung von Veranstaltungsformaten zur Zielgruppenansprache. Abgerufen 24. Juli 2018, von <https://www.uni-bremen.de/konstruktiv/das-projekt/ergebnisse-veroeffentlichungen>

Schein, E. (2000). Prozessberatung für die Organisation der Zukunft. Aufbau einer helfenden Beziehung. Köln: EHP.

Königswieser, R., & Exner, A. (2006). Systemische Intervention. Architekturen und Designs für Berater und Veränderungsmanager (9. Aufl.). Stuttgart: Klett-Cotta.

<https://www.uni-bremen.de/konstruktiv/>

<https://www.uni-bremen.de/life/>

Autorin:
Josephine Haladich-Hofmann

Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Projekt **konstruktiv**

Das dieser Publikation zugrundeliegende Vorhaben wird mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung, und Forschung unter dem Förderkennzeichen 16OH21063 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei der Autorin.



Dieses Material steht unter der Creative-Commons-Lizenz Namensnennung – Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 DE. Um eine Kopie dieser Lizenz zu sehen, besuchen Sie <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>.

Stand: September 2018 | Layout: Uni-Druckerei Bremen | Titelfoto: CC0 via pixabay.org



Akademie für Weiterbildung
der Universität Bremen
Bibliothekstraße
28359 Bremen

Projektleitung: Dr. Petra Boxler

Telefon 0421 – 218 61 600
Telefax 0421 – 218 61 620
eMail konstruktiv@uni-bremen.de

www.uni-bremen.de/konstruktiv