



Kurzbeschreibungen der Gewinnerkonzepte des Wettbewerbs 2010/2011 „Vermarktungsfähige Attraktivität der Studienbedingungen an ostdeutschen Hochschulen“

Universität Rostock

Die Universität Rostock möchte Studieninteressierte für den Fachbereich Physik verstärkt ansprechen und dazu Studentische Navigatoren ausbilden. Ziel ist es, den potenziellen Studierenden einen Einblick in die Studieninhalte und in die Studien- und Lebenswelt der Universität Rostock zu geben – durch Kommunikation auf Augenhöhe. Die Navigatoren sollen bei Schulbesuchen und Messen, bei Schnuppertagen an der Universität und in Sozialen Netzwerken eingesetzt werden.

Auch das Format Summer School Plus hat zum Ziel, Studieninteressierten einen Einblick in die Studieninhalte und in die Lebenswelt der Universität Rostock und der Stadt Rostock zu geben. Nach dem Besuch einer Schüleraktivität wie Summer School, Winteruni oder Schulpraktikum soll mit der Summer School Plus die Bindung des Studieninteressierten intensiviert werden. Dies geschieht, indem Gymnasiasten ab der 10. Klasse schon während der Schulzeit Leistungsscheine erwerben können, die ihnen im Studium angerechnet werden.

Um Studienanfängern im Bereich Lehramt Mathematik den Einstieg ins Studium zu erleichtern, will die Universität Rostock ein Mentorensystem implementieren. Unter dem Motto „Von Studierenden für Studierende“ sollen künftig höhere Fachsemester die Neulinge durch gemeinsames Üben, Besprechung von Sachaufgaben und in der Prüfungsvorbereitung unterstützen. Die Mentoren profitieren davon gleichermaßen, weil sie ihre Sozialkompetenzen und Fähigkeiten in der Methodik und Didaktik stärken können. Die Mentorenleistung soll zudem auf Studienmodule angerechnet werden.

Ebenfalls von Studierenden für Studierende ist die Studentische Support-Börse für alle Bachelor- und Lehramtsstudierende der Fächer Mathematik, Physik und Elektrotechnik. Ziel dieser Maßnahme ist es, den Studienerfolg durch Unterstützungsleistungen bei fachlichen Defiziten zu verbessern. In der online-basierten Support-Börse können sich Studierende mit fachlichen Fragen anmelden. Sie bekommen dann einen geeigneten Studierenden für die Beantwortung der Fragen vermittelt. Die Support-Börse wird auf die Webseiten der Fachschaften einzelner Studiengänge bzw. Fakultäten integriert. Potenzielle Helfer können ihr Unterstützungsangebot in der Rubrik „Biete“ eingeben.

Unter dem Motto „Die Universität Rostock passt (zu) DIR“ wird dieses Vorhaben kommuniziert. Durch „Labeling“ sollen die innovativen Elemente im Studium zudem sichtbar und für Außenstehende erfahrbar gemacht werden. Zudem wird damit eine interne Anreizwirkung bezweckt.



Westfälische Hochschule Zwickau

Oftmals führen falsche Vorstellungen von den gewählten Studienfächern dazu, dass Studierenden die Motivation verloren geht und sie ihr Studium abbrechen. Dem will die Westfälische Hochschule Zwickau entgegenwirken, indem sie Profile der Studienangebote erstellt, die auf unterschiedliche Informationsbedürfnisse zugeschnitten sind. Dem Studieninteressierten beziehungsweise dem Studierenden sollen in bestimmten Phasen des Studiums (Studienwahl, Studienbeginn, Studium, Examen etc.) aktuelles Wissen und Informationen über seinen Studiengang, die Studiengestaltung, das zu erwartende Berufsbild und den Praxiseinstieg angeboten werden. So kann der Studierende in seinem Studium in Übergangsphasen fundierte Entscheidungen treffen. Die Profile sollen Web 2.0 konform abrufbar sein.

Ein weiterer Ansatzpunkt zur Verbesserung der Studienleistung und der Vorbereitung auf den Beruf ist das Projekt „Kompetenzentwicklung durch Potenzialmanagement“. Damit soll die individuelle Entwicklung, zum Beispiel im Selbstmanagement, integrativer Bestandteil des Studiums werden. Die Kompetenzen des einzelnen Studierenden sollen erfasst werden und gezielt – ausgerichtet an den Qualifikationszielen des Studiums und den Anforderungen des angestrebten Berufs – weiter ausgebildet werden. Der Studierende erhält einen individuellen Entwicklungsplan für die erfolgreiche Gestaltung seines Studiums. Spezifische Lehrangebote zur Ausbildung von sogenannten Soft Skills, Führungskompetenzen und ähnlichem helfen den Studierenden, ihre individuellen Ziele zu erreichen.

Fachhochschule Jena

Unter dem Schlagwort „Upgrade“ bündelt die Fachhochschule Jena alle Aktivitäten zur Attraktivitätssteigerung von Studium und Lehre an der Hochschule. Es steht für ständige Weiterentwicklung, Qualifizierung, Modernisierung und Optimierung. Das „Starter Upgrade“ richtet sich an Studieninteressierte. Alle Maßnahmen, die den Studieneinstieg an der Fachhochschule Jena erleichtern, werden darin zusammengefasst. Sie richten sich überwiegend an Außenstehende. „Study Upgrade“ hingegen ist hochschulintern ausgerichtet und umfasst Maßnahmen, die eine stärkere Bindung von Studierenden und Lehrenden an der Hochschule zum Ziel haben.

Bestehende Aktivitäten für Studieninteressierte wie das Frühstudium, der Eignungstest, Vorkurse und ein Mentorenprogramm werden in das „Starter Upgrade“ integriert. Neu hinzu kommen nun das GoStudy Portal und die Nutzung von Sozialen Netzwerken. Das interaktive Serviceportal GoStudy soll über alle Angebote für Studienanfänger informieren. Zudem sind ein Konfigurator zur Hilfe bei der Studiengangwahl und ein Terminkalender geplant. Die Studiengänge sollen mit Filmtrailern vorgestellt werden. Über Soziale Netzwerke soll Studieninteressierten die Kontaktaufnahme mit der

Hochschule und die Wohnungssuche erleichtert werden. Darüber hinaus sollen auf den Plattformen die Freizeitangebote in Jena vorgestellt werden.

„Study Upgrade“ beinhaltet bestehende Maßnahmen wie zum Beispiel E-Learning-Angebote, ein Coaching Programm und den Career Service der Fachhochschule. Darüber hinaus hat die Fachhochschule Jena nun noch weitere Formate entwickelt – darunter eine Telefonhotline, ein Tutoren-Wiki, offene Tutorien und das interaktive Study Upgrade Portal mit Terminkalender, Fragen und Antworten sowie einem Kummerkasten.

Hochschule Neubrandenburg – University of Applied Sciences

Die Hochschule Neubrandenburg will ein Akademisches Karriere-Netzwerk aufbauen, das über den gesamten Betreuungskreislauf hinweg Karriereoptionen eröffnet. Es richtet sich an Studieninteressierte, Studierende und Alumni. Professoren und Alumni fungieren dabei als Identifikationsfiguren für Studieninteressierte und Studierende und veröffentlichen in ihren Online-Profilen ihre Karrierebiografien. Das Netzwerk soll zudem den Wissensaustausch fördern.

Zunächst entwickelt die Hochschule Neubrandenburg ein Portal für Studieninteressierte und für Studierende zu Werbe-, Informations- und Bindungszwecken sowie ein Alumni-Portal. Auf diesen Portalen können alle Nutzer individuelle Profile erstellen und miteinander in Kontakt treten. Studierende können so beispielsweise eine Praktikumsstelle im Unternehmen eines Alumni finden und Alumni können sich für Weiterbildungsangebote anmelden. Ergänzt wird die Plattform durch verschiedene Lexika: das Berufsfeldlexikon, das Unternehmens-Lexikon und das Studienlexikon.

Hochschule Wismar, University of Technology, Business and Design

Die Hochschule Wismar positioniert sich als unternehmerische Hochschule. Dieses Konzept soll durch neue Projekte weiter ausgebaut werden. Geplant ist zum Beispiel, dass der Rektor der Hochschule interdisziplinären Teams von Studierenden die Idee der Unternehmerischen Hochschule vorstellt und die Teams dazu in einem zeitlich befristeten Rahmen eigene Ideen und einen kommunikativen Ansatz entwickeln. So werden die Studierenden in die Gestaltung ihrer eigenen Hochschule eingebunden. In ihre Überlegungen sollen sie vor allem auch interaktive Kanäle wie Blogs, Twitter oder YouTube einbeziehen. Besonders aktive Teilnehmer können in eine Art Think Tank der Hochschule berufen werden – den Captain’s Club.

Um das interdisziplinäre Denken zu stärken, soll darüber hinaus das Projekt „Studentische Forschungs- und Entwicklungsteams“ des Gründerbüros der Hochschule Wismar ausgebaut werden. Innerhalb eines Semesters entwickeln Studierende aller Fakultäten

Lösungen für komplexe reale Probleme mit hohem Innovationspotenzial. Die Ideen dafür kommen aus der regionalen Wirtschaft.

Im Rahmen einer IdeenRegatta erhalten künftig einmal im Jahr 15 Studierende die Chance, an einem Wochenende kreative Ideen zu einem vorgegebenen Thema zu entwickeln. Fünf Teams à drei Studenten werden von Experten fachlich unterstützt und von einer externen Jury bewertet. Die besten Ideen werden prämiert und sollen mit Unterstützung des Gründerbüros umgesetzt werden. Die IdeenRegatta wird mit dem Captain's Club verzahnt: Die besten Denker erhalten eine Einladung in diese exklusive Runde.

Das interdisziplinäre Denken sowie Praxiserfahrungen, Management- und Führungskompetenzen sollen durch die kooperative Form des Studiums gestärkt werden. Dies bedeutet, dass für die Dauer eines Studiums eine vertragliche Bindung mit einem Unternehmen besteht und die Studierenden in den vorlesungsfreien Zeiten im Unternehmen arbeiten. Dieser Ansatz soll in Zukunft intensiviert werden. Ziel ist es, mehr Unternehmenspartner in der Region zu gewinnen und eine Netzwerkpflge-Struktur zu implementieren.

Weitere Ansatzpunkte für die Verbesserung der Studienbedingungen an der Hochschule Wismar sind die geplante stärkere Vernetzung und Präsentation der Serviceangebote sowie die Einrichtung eines Lotsendienstes für Studienanfänger. Mitarbeiter oder Studierende der Hochschule treten als Lotsen auf und führen Veranstaltungen für Erstsemester, die ihnen die Orientierung erleichtern sollen, an.

Unter dem Titel „Hochschule Wismar on the road“ plant die Hochschule außerdem Schulbesuche an zunächst fünf Modellschulen in Hamburg, Schleswig-Holstein und Niedersachsen. Ziel ist es, Gymnasiasten aus diesen nahe gelegenen westdeutschen Bundesländern für ein Studium in Wismar zu begeistern. Pro Schuljahr sollen in jeder Schule drei bis fünf Projektstage zu verschiedenen Themen angeboten werden. Die Schüler werden zu Schnuppervorlesungen, Projektaufgaben oder Freizeitaktivitäten wie zum Beispiel einem Schnupperkurs im Segeln eingeladen.

Ergänzend dazu entwickelt die Hochschule Wismar Aktionen vor Ort wie etwa Workshops am Strand während der Urlaubssaison. Zudem soll die Sommeruni Wismar, die bislang nur in den Ingenieurwissenschaften angeboten wird, auf weitere Fakultäten ausgeweitet werden.

Technische Universität Ilmenau

Die Technische Universität Ilmenau plant, eine Basic School für die integrierte Ingenieurausbildung zu gründen. In ihrem Rahmen soll das Grundwissen eines Ingenieurs anwendungsorientiert vermittelt werden. Dazu zählen konstruktive mechanische Fähigkeiten, elektrotechnisches Grundwissen, Informatikgrundkenntnisse sowie



mathematische und naturwissenschaftliche Grundlagen. Die Basic School soll dabei helfen, das Einstiegsniveau der Studienanfänger in verschiedenen Bachelorstudiengängen einander anzugleichen. Mittels Kompetenztests mit Studienanfängern ermittelt die Hochschule derzeit, was die Basic School bieten muss, um eine Befähigung für ein erfolgreiches Studium zu sichern. Die Technische Universität Ilmenau setzt bei der Basic School auf neue Lehr- und Lernformen. Die Inhalte werden nicht durch Frontalunterricht vermittelt, sondern in Projektarbeit, im offenen Unterricht oder mit Planspielen erarbeitet.

Bauhaus-Universität Weimar

An der Bauhaus-Universität Weimar gibt es bereits viele Möglichkeiten, die Hochschule näher kennenzulernen: den Hochschulinformationstag, das Schnupperstudium in den Herbstferien und die Bauhaus Summer School, um nur einige zu nennen. Diese Angebote finden jedoch an festen Terminen im Jahr statt und erfordern von den Studieninteressierten eine langfristige Planung. Dies will die Bauhaus-Universität Weimar mit der Einführung eines flexiblen modularen Besucherprogramms mit dem Namen „Einblick.Bauhaus“ ändern. Ein System aus Informations- und Erlebnismodulen in unterschiedlicher Länge, Fachspezifik und Komplexität soll sich vor allem an Schüler der Gymnasialklassen 10 bis 13 richten, die sich auf Klassenfahrt in Weimar befinden. Die Module sollen bei der Buchung von Jugendherbergszimmern mitgebucht werden können und reichen vom „Workshop in der Druckwerkstatt“ bis zu Besuchen mit Studierenden, den sogenannten Bauhaus-Botschaftern, in den Studentenwohnheimen und in Studentenclubs. Damit knüpft die Bauhaus Universität an einem weitgehend einzigartigen Potenzial von Hochschulzugangsberechtigten und künftig studieninteressierten jungen Menschen an, die regelmäßig sozusagen vor der Tür der Universität abgeliefert werden.

Zum Auftakt von „Einblick. Bauhaus“ plant die Bauhaus-Universität Weimar, ein Geocaching-Gewinnspiel durchzuführen. Geocaching ist eine moderne Form der Schnitzeljagd, bei der man den „Schatz“ mithilfe eines GPS-Empfängers ortet. Um die nötigen Koordinaten zu erhalten, müssen die Teilnehmer kleine Rätsel lösen. Der Erstfinder des sogenannten Caches gewinnt für seine Klasse eine Fahrt nach Weimar mit Übernachtung in einer Jugendherberge.

Technische Universität Dresden

Mit der Kampagne „Studenten. Bewegung. Dresden.“ rückt die Technische Universität Dresden die Vielfalt und die Wirkungen des studentischen Engagements ins Zentrum ihrer Kommunikation. Damit will sie öffentlich zeigen, wieviel Gelegenheit die Technische Universität ihren Studierenden bietet, sich praktisch auszuprobieren – beispielsweise in der studentischen Unternehmensberatung, in der universitären Selbstverwaltung, in Wettbewerben oder in studentisch getragenen Stiftungen. In einem Blog und Newsfeed der Kampagne berichtet eine eigens aufgebaute Redaktion über das Campusleben an der TU



Dresden. Die Inhalte werden in Form von Berichten, Fotos und Filmen aufbereitet. Das Blog fungiert als Infodrehscheibe und erleichtert Studienanfängern den Einstieg in das studentische Leben in Dresden. Mit einem Schulwettbewerb für Gymnasiasten ab der 10. Klasse will die Technische Universität Dresden den Nachwuchs auf ihr Angebot aufmerksam machen. Die im Rahmen des Wettbewerbs gesammelten Projektideen zur Verbesserung der Studienbedingungen werden anschließend in Workshops weiterentwickelt.

Unter dem Titel „Lust auf Translation“ vermitteln Mitglieder der Technischen Universität Dresden potenziellen Studienanfängern und Studierenden ihre Erfahrungen – sei es zu Fragen der Karriereorientierung oder im Hinblick auf übergreifendes Denken, Studieren und Handeln. Das Projekt soll die notwendige Übersetzungskompetenz für fachübergreifende Austauschprozesse stärken, damit zum Beispiel Ingenieure und Geisteswissenschaftler effektiv zusammenarbeiten können.

Eine Anerkennung erhielten ferner:

Universität Leipzig

Die Universität Leipzig plant den Aufbau eines Lotsennetzwerkes zur nachhaltigen Verbesserung der Qualität der Studierendenberatung. Die Lotsen sollen über sehr gute Kenntnisse in spezifischen Bereichen (Rektorat, Zentralverwaltung, Fakultäten und Institute, Zentrale Einrichtungen) verfügen und gleichzeitig gut vernetzt sein. Ihre Aufgabe wird es sein, Informationen zu streuen und diese gleichzeitig auch gebündelt an eine zentrale Stelle weiterzugeben. Sie sollen als Ansprechpartner für bestimmte Aufgabenfelder der Studienberatung hochschulweit, unabhängig von ihrer regulären institutionellen Einbindung an der Universität in einer flexiblen Struktur etabliert werden. Im Rahmen von Best-Practice-Workshops treten sie regelmäßig miteinander in Austausch. Zudem ist ein „Newsletter der Berater“ geplant, der ebenfalls dem Austausch dient und Identität und Teamgefühl unter den Beratern schaffen soll. Durch das Lotsennetzwerk soll die Qualität der Beratungsleistungen erhöht und somit ein Beitrag zur Verbesserung der Studienbedingungen geschaffen werden.

Die Vernetzung des Career Centers, des Alumni-Netzwerks und der Kampagne Abenteuer FernOst ist ein weiteres Vorhaben der Universität Leipzig. Ehemalige und eingeschriebene Studierende der Universität aus den alten Bundesländern sollen als AbenteuerBotschafter an ihre alten Gymnasien zurückkehren. Ausgestattet mit (Fern)Ost-Paketen mit T-Shirts, Postern, Flyern, Präsentationen und Absolventenportraits berichten sie von den Studienmöglichkeiten an der Universität Leipzig und von ihren Erfahrungen vor und nach dem Studium. Die neuartige Informationsveranstaltung „Studium & Karriere“, die die Zentrale Studienberatung gemeinsam mit dem Career Center durchführen soll, ist speziell auf Schulklassen zugeschnitten und online buchbar. Das 2009 und 2010 bereits sehr



erfolgreich als Einführung von Erstsemestern durchgeführte Format AbenteuerWoche wird 2011 mit dem Themenschwerpunkt „Karriere und Beruf“ fortgeführt.

Um ihre Aufgabe optimal wahrnehmen zu können, werden die hochschulinternen Berater in Weiterbildungsworkshops des Career Centers zu berufsrelevanten Themenfeldern geschult. Die 2009 im Rahmen des Wettbewerbs der Hochschulinitiative Neue Bundesländer ausgezeichnete Kampagne „Abenteuer FernOst – Leipziger Freiheit erleben“ soll unter dem Claim „Abenteuer FernOst – Leipzig studieren“ weiterentwickelt und ausgebaut werden.

Universität Potsdam

Die Universität Potsdam will dem Rückgang der Studienzufriedenheit während des Studiums entgegenwirken, indem sie bestehende Betreuungs- und Beratungsangebote besser bündelt, kommuniziert und erweitert. Mit der modular aufgebauten Maßnahme „UP-Date“ soll Studierenden die Möglichkeit geboten werden, verstärkt über ihr Studium zu reflektieren sowie Schwächen und Stärken zu identifizieren. Zudem sollen sie neue Impulse für die Planung des zweiten Studienabschnittes gewinnen, um den Übergang zum anschließenden Master-Studium oder den Berufseinstieg besser gestalten zu können.

Ein zweiter Schwerpunkt wird im Konzept durch „Innovatives Informations-, Service- und Campusmanagement“ gesetzt. Unter diesem Titel werden verschiedene Maßnahmen zusammengefasst, wie etwa die Erhöhung der Attraktivität des Campus Golm, der Aufbau eines innovativen Campusmanagementsystems oder die Einrichtung eines PausenExpress' – einem Sportangebot zur Überbrückung von Pausenzeiten und zur Ergänzung zur geistigen Tätigkeit. Dieses Maßnahmenbündel soll helfen, Defizite in der Bereitstellung von Lern- und Aufenthaltsräumen zu beheben.

Flankiert werden die Maßnahmen durch Marketingaktivitäten, wie die Darstellung der verbesserten Bedingungen in Printerzeugnissen und Web-Angeboten. Medienwirksam umgesetzt werden soll außerdem ein „Studienagentenaustausch“, in dem ost- und westdeutsche Studierende in einem Wettbewerb gegeneinander antreten und so den Studienort und das Studium an der Universität Potsdam kennenlernen.

Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg

Die Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg setzt auf ein Mentorenprogramm. Dadurch sollen die Studierenden Orientierung, Begleitung und Unterstützung erhalten. Ein sogenannter Start-Mentor unterstützt Studienanfänger in den ersten zwei Semestern – zum Beispiel beim Aufbau eines studentischen Netzwerks. Der Mentor wird gecoacht und erhält eine Vergütung. Um etwas höhere Semester kümmert sich ein Betreuung-Mentor. Dabei steht die Studienleistung im Mittelpunkt. Professoren und Dozenten führen mit den



Studierenden Gespräche, die in konkrete Zielvereinbarungen münden können. Durch die persönliche Beratung soll die Abbrecherquote verringert werden. Ein Karriere-Mentor berät Studierende der Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg bei Fragen zur Unternehmensgründung, zur wissenschaftlichen Karriere oder unterstützt sie bei der individuellen Vermittlung eines Arbeitsplatzes.

Schlüsselkompetenzcoaches sollen zudem überfachliche Kompetenzen wie etwa recherchieren, vortragen und berichten, Zeitmanagement, Teamarbeit und Diskussionsführung vermitteln.

Ein weiteres Element des Beitrags besteht in der Prämierung guter Lehre mit dem Prädikat „Held der Lehre“.

Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden

Die Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden will mit sogenannten eLectures Studieninteressierten und Studierenden allgemeine Schlüsselkompetenzen vermitteln, die nötig sind, um den Einstieg an einer Hochschule zu bewältigen, die Anforderungen des Studiums zu meistern und im Bewerbungsprozess um einen Arbeitsplatz zu bestehen. Auf dem Lehrplan stehen ganzheitliches Denken, Argumentationsfähigkeit, Lern- und Zeitmanagement sowie Eigenverantwortung. Die eLectures bestehen aus Online-Videos und Fallstudien. Sie sollen nicht nur Studierenden der eigenen sondern auch denen anderer Hochschulen sowie studieninteressierten Schülern offen stehen. Der Vertrieb der Materialien erfolgt über die Bildungsserver der Bundesländer oder Direktmarketing.

Zudem plant die Hochschule für Technik und Wirtschaft Dresden, ihre Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Online auszubauen. So erarbeitet sie derzeit eine Social Media Strategie, um künftig Kanäle wie Facebook, Twitter und YouTube für die Kommunikation sinnvoll nutzen zu können. Das Online Marketing der Hochschule auf den diversen Uni- und Studierportalen wird ebenfalls verstärkt. Dort will sie sich mit Hochschulprofilen präsentieren und auf die eLearning-Unterlagen zur Förderung von Schlüsselqualifikationen aufmerksam machen. So erhalten die Interessenten einen ersten Eindruck von der Betreuungsintensität und -qualität an der HTW Dresden. Zusätzlich wird die hochschuleigene Homepage um neue Funktionalitäten, zum Beispiel Online-Pinnwände, erweitert. Die Beiträge sollen mit verschiedenen Share-Funktionen und einem RSS-Feed verknüpft werden. Außerdem sollen verstärkt Links, etwa zu Studentenzeitschriften oder städtischen Veranstaltungsmagazinen, eingesetzt werden. Außerdem sollen auf der Website Erfahrungsberichte von (ehemaligen) Studierenden, Tutorials sowie eine interaktive Kooperations- und Praxiskarte integriert werden.

Weitere Informationen erhalten Sie im Internet unter www.hochschulinitiative.de sowie beim Redaktionsbüro der Hochschulinitiative Neue Bundesländer (Janine Artist, E-Mail: presse@hochschulinitiative.de, Tel. 030/70 01 86-850, Fax: 030/70 01 86-710).