

Neue Perspektiven: Das Weiterbildungs- und Studieninteresse von beruflich Qualifizierten

Eine Studie der Servicestelle
Offene Hochschule Niedersachsen



01



Niedersachsen

Neue Perspektiven:

Das Weiterbildungs- und
Studieninteresse von beruflich Qualifizierten
Eine Studie der Servicestelle
Offene Hochschule Niedersachsen

Herausgeber:

1. Auflage, 2014
Servicestelle Offene Hochschule Niedersachsen gGmbH
Kurt-Schumacher-Straße 29
30159 Hannover
www.offene-hochschule-niedersachsen.de

Autor:

Philipp Schaumann
Tel.: 0511 367 394 12
E-Mail: philipp.schaumann@servicestelle-ohn.de

Layout:

ermisch | Büro für Gestaltung, Hannover



Neue Perspektiven: Das Weiterbildungs- und Studieninteresse von beruflich Qualifizierten

Eine Studie der Servicestelle
Offene Hochschule Niedersachsen



Inhalt & Vorwort

Inhalt & Vorwort	4
1 Einleitung	6
2 Kurzer Überblick bisheriger Befragungen	7
3 Das dreigeteilte Erkenntnisinteresse	8
4 Konzeption und Durchführung der Befragung	9
5 Ergebnisdarstellung	12
5.1 Bekanntheit	12
5.2 Kennzeichnende Merkmale der Zielgruppe der beruflich Qualifizierten	15
5.3 Zielgruppenbedarfe	21
6 Schluss	28
6.1 Zusammenfassung	28
6.2 Schlussfolgerungen	29
6.3 Fazit	32
7 Literatur	33

Kurze Zusammenfassung

Die Servicestelle Offene Hochschule Niedersachsen gGmbH hat im zweiten Halbjahr 2013 eine Befragung von 1000 beruflich qualifizierten Frauen und Männern unterschiedlicher Branchen und Altersstrukturen in Niedersachsen durchgeführt. Im Fokus standen sowohl ihre Weiterbildungs- und Studieninteressen als auch die tatsächlichen Bedarfe daran.

Die vorliegende Studie beschreibt zunächst das Interesse an den Erkenntnissen sowie die Konzeption und Durchführung der Befragung. Anschließend liegt der Schwerpunkt auf der Darstellung der Befragungsergebnisse. Interessant sind hier vor allem die ableitbaren Erkenntnisse im Hinblick auf die Bekanntheit der Hochschulzugänge über berufliche Qualifikationen und die geäußerten Bedarfe der Zielgruppe. Die sich daraus ableitenden Schlussfolgerungen und eine kurze Diskussion der Ergebnisse bilden den Abschluss des Dokuments.

Vorbemerkung

Diese Studie ist aufgrund der behandelten Thematik für unterschiedliche Zielgruppen von Interesse: Es soll sowohl Fachwissenschaftlern oder Programmentwicklern von Hochschulen und Einrichtungen der Erwachsenenbildung als auch Vertretern von Verbänden, Organisationen und Politik beziehungsweise interessierten Einzelpersonen und Journalisten einen Überblick zur Weiterbildungs- und Studienmotivation bereits beruflich qualifizierter Menschen in Niedersachsen bieten. Abhängig vom jeweiligen Erkenntnisinteresse ist es möglich, dass nur spezifische Teilaspekte der vorliegenden Studie für spezifische Lesergruppen relevant sind. Um den unterschiedlichen Positionen, Sichtweisen und Erwartungen angemessen zu begegnen, wurde hier eine beschreibende Darstellungsform gewählt.

Diese soll keinen speziellen fachspezifischen Anforderungen gerecht werden, sondern vor allem verständlich und transparent über die gewonnenen Ergebnisse informieren.

1 Einleitung

Die Öffnung der Hochschulen für neue Zielgruppen ist eine der entscheidenden Aufgaben, wenn der gesamtgesellschaftliche Wohlstand erhalten und ausgebaut werden soll – dies vor allem angesichts der politischen Herausforderungen einer durch ihre Innovations- und Leistungsfähigkeit gekennzeichneten und zugleich alternden deutschen Gesellschaft. Die „Offene Hochschule“ leistet insofern einen wichtigen Beitrag zur Sicherung des akademischen Fachkräftenachwuchses. Sie wird von den relevanten gesellschaftspolitischen Akteuren in Niedersachsen gemeinsam entwickelt und getragen. Mit der Öffnung der Hochschulen für neue Zielgruppen sollen zudem die aktuell messbaren Unterschiede zwischen Bevölkerungsgruppen bei der Inanspruchnahme von Hochschulbildungsangeboten abgebaut werden. Bildungskarrieren, die sowohl Abschnitte im beruflichen als auch im hochschulischen Bildungsbereich umfassen, sollen und müssen angesichts herausfordernder neuer Rahmenbedingungen vermehrt auftreten. Hierfür ist jedoch eine höhere Durchlässigkeit zwischen den beiden Säulen des Bildungssystems, der akademischen und der beruflichen Bildung, notwendig.

Seit der Novellierung des Niedersächsischen Hochschulgesetzes (NHG) im Jahr 2010 sind Personen mit dreijähriger Ausbildung und drei Jahren Berufserfahrung im Besitz einer fachgebundenen Hochschulzugangsberechtigung. Neben Meisterinnen und Meistern sowie Personen mit anerkannter Aufstiegsfortbildung, die bereits durch vorherige Gesetzesänderungen mittels ihrer beruflichen Abschlüsse eine allgemeine Hochschulzugangsberechtigung besitzen, sind damit auf gesetzlicher Ebene in Niedersachsen die Empfehlungen des Beschlusses der Kultusministerkonferenz (KMK) von 2009 vollständig umgesetzt. Damit sind die Wege an die Hochschulen grundsätzlich offen für die neue Zielgruppe der beruflich Qualifizierten. Um die neu geschaffene Option eines akademischen Bildungsabschnittes nach einer beruflichen Ausbildung und einer ersten Phase der Berufstätigkeit zu einem attraktiven und „normalen“ Weg zu entwickeln, bedarf es jedoch mehr als der Änderung der gesetzlichen Grundlage. Im Rahmen der „Offenen Hochschule Niedersachsen“ wurden vielfältige Förderprogramme und Projekte entwickelt, die die gesetzlichen Änderungen flankieren, indem für die neuen Zielgruppen der beruflich Qualifizierten die Übergänge an die Hochschulen erleichtert und die Entwicklung bedarfsgerechter Angebote gefördert werden.

Mit der Servicestelle Offene Hochschule Niedersachsen gGmbH wurde 2012 eine landesweite Koordinierungsstelle für alle Aktivitäten im Rahmen des Öffnungsprozesses geschaffen.

Neben dem Land engagieren sich die Hochschulen, die Erwachsenenbildung, die Industrie- und Handelskammern in Niedersachsen, die Unternehmerverbände Niedersachsen, die Gewerkschaften sowie die Arbeitgeberverbände ChemieNord und NiedersachsenMetall im Aufsichtsrat der Servicestelle. Sie alle arbeiten gemeinsam an der stetigen Öffnung der Hochschulen. Zu den Kernaufgaben der Servicestelle gehört es, die Akteure im Aufsichtsrat und weitere Partner zu verknüpfen. Darüber hinaus zählen die gezielte Beratung von Weiterbildungs- und Studieninteressierten aus der Zielgruppe sowie eine systematische Öffentlichkeitsarbeit zu ihren Kernaufgaben. Nicht zuletzt ist die Erhebung der konkreten Interessen und Bedarfe der Zielgruppe eine der satzungsgemäßen Aufgaben der Servicestelle. Die gewonnenen Erkenntnisse aus der Erhebung sowie aus der Beratungsarbeit in der Einrichtung sollen dazu genutzt werden, Bildungsträgern (Hochschulen und Erwachsenenbildung) wichtige Informationen bei der Entwicklung bedarfsgerechter und damit erfolgreicher Angebote zu bieten.

Das vorliegende Dokument wird hierfür die Ergebnisse einer Befragung in der Zielgruppe der beruflich qualifizierten Studieninteressierten darstellen. Im Vorfeld wird der in diesem Zusammenhang relevante Forschungs- und Erkenntnisstand zur Zielgruppe thematisiert. Davon ausgehend werden die Konzeption der Befragung sowie die Durchführung beschrieben. Einer Analyse der Ergebnisse im vierten Kapitel folgt ein abschließendes Kapitel, in dem die wesentlichen Ergebnisse und die Schlussfolgerungen dargestellt werden.

2 Kurzer Überblick bisheriger Befragungen

Obwohl die Datenlage zur Zielgruppe und insbesondere zu ihren Interessen und Bedarfen insgesamt als dünn zu beschreiben ist, ging der Konzeption der eigenen Befragung eine Analyse bestehender Erhebungen voraus.

Das Modellvorhaben

„Offene Hochschulen Niedersachsen“

Wegweisend war unter anderem die Befragung, die im Rahmen des Modellvorhabens „Offene Hochschule Niedersachsen“ im Jahr 2011 erfolgte. Das Modellvorhaben lief von 2008 bis 2012 an den vier Modellprojekt-Standorten in Oldenburg (Carl von Ossietzky Universität), Lüneburg (Leuphana Universität), Braunschweig (Technische Universität) und Hannover (Leibniz Universität, Hochschule Hannover, Agentur für Erwachsenen- und Weiterbildung 2013). Befragt wurden 395 eingeschriebene Studierende mit beruflicher Qualifikation an den fünf Hochschulstandorten (Otto, Herzog, Holz 2013). Der Fragebogen unterteilt sich in die acht Bereiche: „Motivation“, „Vorbereitung“, „Selbsteinschätzung und Unterstützung“, „Anrechnung“, „Schule“, „Berufsausbildung und Berufstätigkeit“, „Hochschulzugang und Studium“ sowie „Persönliche Angaben“. Die Auswertung der Daten und die Darstellung der Ergebnisse wurden in einem gemeinsamen Band dokumentiert. Mithilfe der Befragung konnte unter anderem gezeigt werden, dass die persönliche Weiterentwicklung als häufigste Motivation für die Aufnahme eines Studiums angegeben wird, gefolgt von der Aneignung von Fachwissen. Erst an dritter und vierter Stelle werden die berufliche Weiterentwicklung und der angestrebte Erwerb eines akademischen Abschlusses angegeben (Otto, Schwaninger 2013). Auch hinsichtlich der auftretenden Schwierigkeiten lieferte die Befragung wichtige Hinweise. Jeweils gut 60 % der Befragten berichteten von Problemen bei der Finanzierung des Studiums und der Vereinbarkeit von Familie und Studium (Maertsch, Voitel 2013).

Die 20. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks

Eine weitere wichtige Quelle zur Konzeption vorliegender Befragung war die 20. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks. Die Untersuchung förderte zu Tage, dass der Anteil der Studierenden, die vor Beginn eines Studiums eine Ausbildung absolviert haben, bei 22 % liegt. In der Befragung wurde zudem das erste Mal zwischen den Studienformen ‚Voll- und Teilzeit‘ sowie ‚berufsbegleitend‘ und ‚dual‘ unterschieden. Hier zeigte sich, dass insbesondere bei den Studierenden in Teilzeit- sowie dualen und berufsbeglei-

tenden Studiengängen davon auszugehen ist, dass sie ein anderes „Sozialprofil“ aufweisen, d. h., sie stammen häufiger aus Elternhäusern, die lediglich eine „mittlere Bildungsherkunft“, also keine akademischen Abschlüsse, aufweisen (Bundesministerium für Bildung und Forschung, 2013). Insbesondere unter den berufsbegleitend Studierenden ist der Anteil von „Studierenden der ersten Generation“ mit Dreiviertel auffällig hoch (ebd.).

„Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“ (BMBF)

Bei der Gestaltung der dieser Auswertung zugrunde liegenden Befragung waren darüber hinaus die Arbeiten im Rahmen der wissenschaftlichen Begleitung des Bund-Länder-Wettbewerbs: „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“ relevant. Wolter und Geffers lieferten einen Überblick über empirische Befunde zur Zielgruppe und eine Typologie „erwachsener Lernender“ (Wolter, Geffers 2013). Ebenfalls im Rahmen der wissenschaftlichen Befragung fasst Banscheraus Erfahrungen aus Sicht von Bildungsanbietern hinsichtlich der Konzeption von Nachfrage- und Bedarfsanalysen zusammen (Banscheraus 2013).

Die „Ohne Abitur-Studierenden“ (CHE)

Nickel und Duong, die für das Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) 2012 die Entwicklung der „Ohne Abitur-Studierenden“ mittels einer Auswertung der Daten des Statistischen Bundesamtes analysierten, lieferten mit ihrer Arbeit wichtige Grundlagen für den Rahmen dieser Untersuchung, beispielsweise indem sie die hochschulstatistischen Daten als Referenzpunkt herausarbeiteten aber auch durch die gelieferten Abgrenzungen von „Ohne Abitur-Studierenden“ und „beruflich Qualifizierten“.

„Studieren ohne Abitur“ (IHK Hannover)

Fast zeitgleich zur eigenen Befragung führte zudem die Industrie- und Handelskammer Hannover eine Befragung zum Thema „Studieren ohne Abitur“ unter 750 Auszubildenden durch, die im Januar 2014 veröffentlicht wurde (Pfrimmer, Wiebe 2014). Interessant an dieser Befragung ist vor allem, dass hier keine Studierenden befragt wurden, sondern mit Auszubildenden eine Personengruppe erreicht wurde, für die ein Studium durch die Änderungen am NHG eine mögliche Perspektive in der unmittelbaren Zukunft ist.

3 Das dreigeteilte Erkenntnisinteresse

Angesichts dieser Datengrundlage stand fest, dass die im weiteren Verlauf dargestellte Erhebung idealerweise ergänzende Daten erfassen sollte und nicht wiederholend auf der einen oder anderen Art und Weise prinzipiell bereits Vorliegendes reproduziert. Mit Blick auf die satzungsgemäßen Aufgaben der Servicestelle war insofern klar, dass diejenigen Personen befragt werden sollten, die die Zielgruppe bilden: beruflich Qualifizierte. Damit setzt sich diese Befragung in ihrer Zielrichtung bewusst von anderen Studierendenbefragungen ab. Statt also diejenigen zu befragen, die mit beruflicher Qualifikation bereits an den Hochschulen angekommen sind, sollten gezielt Personen erreicht werden, die für ein Studium mit beruflichen Qualifikationen infrage kommen und sich gegebenenfalls auch dafür interessieren – unabhängig davon, über welchen Weg der Hochschulzugang letztendlich erfolgt. In diesem Punkt konnte und wollte die Befragung auch keinen dezidierten Beitrag zu der bei Nickel und Duong (2012) ausführlicher beschriebenen Unschärfe bei der hochschulstatistischen Erfassung oder zur Diskussion um die Gruppen der „Ohne Abitur-Studierenden“, der „nicht traditionell Studierenden“ und der „beruflich Qualifizierten“ leisten.

Die Zielgruppe im Fokus

Die hier verfolgte Vorgehensweise ist vor dem Hintergrund der umsetzungsorientierten Zielgruppendefinition der Servicestelle Offene Hochschule Niedersachsen zu sehen, die beispielsweise in der Ansprache oder in der Beratung angewandt wird. Die Angebote richten sich ausdrücklich an „beruflich Qualifizierte“, also Personen, die nach ihrer Schulausbildung eine duale Ausbildung absolviert haben und sich, nach einer ersten Phase der Berufstätigkeit, nun für akademische Bildung interessieren und die zum Beispiel über ein Studium nachdenken. Für einzelne Schritte in der Beratung ist die Frage nach der Art der Hochschulzugangsberechtigung zwar wichtig, allerdings decken sich die Fragen und Anliegen beispielsweise bei der Suche nach Angeboten.

Ein Blick auf Bedarf und Bekanntheitsgrad

Von Interesse waren – mit Blick auf den zum Zeitpunkt August 2013 festzustellenden Kenntnisstand und mit den ersten Monaten Erfahrung seit der inhaltlichen Arbeitsaufnahme Mitte April 2013 – vor allem drei Aspekte:

- 1 Welchen Bekanntheitsgrad weisen die neuen Hochschulzugänge sowie die Offene Hochschule Niedersachsen auf?
- 2 Gibt es markante Merkmale der beruflich qualifizierten Studieninteressierten, die bei der Angebotsentwicklung und Öffentlichkeitsarbeit für die Zielgruppe helfen können?
- 3 Welche Bedarfe zeichnen die Zielgruppe aus und welche Probleme sind feststellbar – angesichts der geringen Zahlen derjenigen, die an den Hochschulen ankommen?

Dieses dreigeteilte Erkenntnisinteresse ist, wie geschildert, primär anwendungsorientiert. Denn zu den Aufgaben der Servicestelle gehört unter anderem die Weiterentwicklung der Öffentlichkeitsarbeit der Offenen Hochschule Niedersachsen. Dazu ist es zwingend erforderlich zu wissen, welche Information wie weit verbreitet ist und welche Informationskanäle von der Zielgruppe genutzt werden. Nur mithilfe eines Referenzpunktes lässt sich gegebenenfalls später überprüfen, ob die Wahl der Informationskanäle zielführend erfolgte.

4 Konzeption und Durchführung der Befragung

Die Befragung wurde auf Grundlage des Erkenntnisinteresses sowie obiger Analyse vorausgegangener Befragungen gemäß bewährter Konzeptionsschritte aus der quantitativen empirischen Sozialforschung ausgestaltet (Raab-Steiner, Benesch 2008). Dabei war es jedoch stellenweise notwendig, das Frage- und Antwortdesign an die Anforderungen einer Online-Befragung anzupassen. Angestrebt war eine Befragung von 1000 Personen aus der vordefinierten Zielgruppe. Da kein einzelner Anbieter gemanagter Online-Panels die angestrebte Zahl erreichte, respektive die notwendige Filterung vornehmen konnte, wurde ein auf Marktforschung spezialisiertes Unternehmen aus Hannover mit der Programmierung, Durchführung und Datenaufbereitung beauftragt: die Firma whiteboxx – Marktforschung und Kommunikationsberatung. Zu dem zentral verwalteten und bereitgestellten Online-Fragebogen konnten auf diesem Weg mehrere Panels eingeladen werden. Die angestrebten Fallzahlen wurden so erreicht.

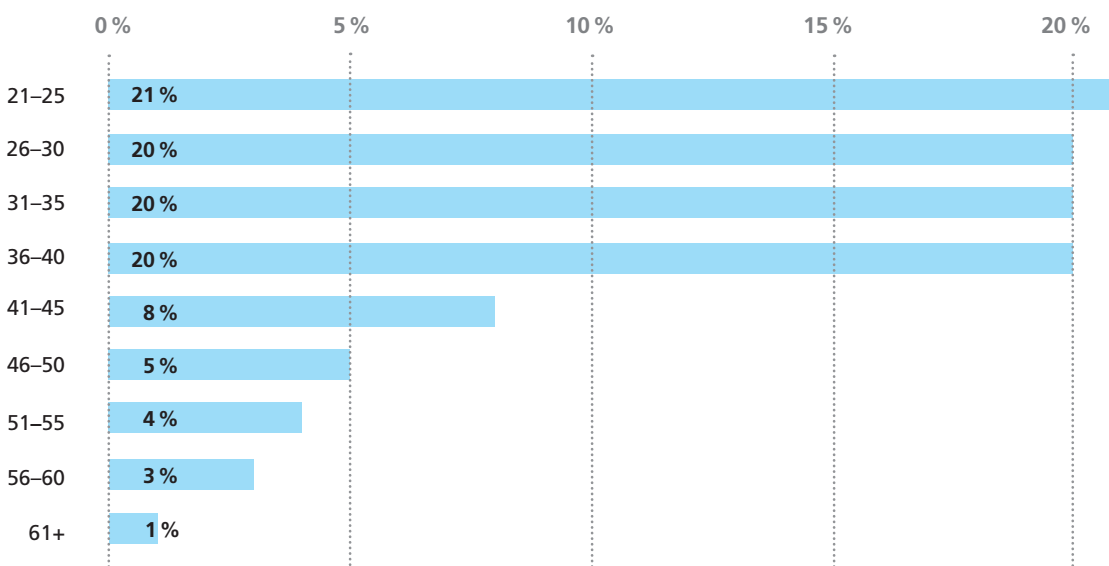
1000 Online-Befragungen

Der vollstrukturierte Fragebogen war für eine Feldzeit von 17 Tagen (30.08.–16.09.2013) online, bis die anvisierten Quoten soziodemografischer Merkmale und die Fallzahl von 1000 erreicht waren. Angestrebt war unter anderem eine möglichst

ausgewogene Verteilung hinsichtlich des Geschlechts. Ferner zeigte die Analyse der vorausgegangenen Befragungen, dass auch Quoten hinsichtlich des Alters sinnvoll sind, da die beruflich Qualifizierten häufig vergleichsweise älter sind als der „typische“ Erststudent (Otto, Herzog, Holz 2013). Entsprechend wurde durch eine Quotierung von 21–30-jährigen (40 %) sowie 31–40-jährigen (40 %) der Fokus auf diejenigen gelegt, die sich potenziell am ehesten für akademische Bildung interessieren dürften und auch tatsächlich eine deutliche Studienabsicht entwickeln könnten. Quoten kamen zudem beim Bildungsabschluss zum Einsatz. Hier waren 70 % von Personen bis zur mittleren Reife sowie 30 % von Personen mit Hochschulzugangsberechtigung Abitur oder Fachhochschulreife vorgegeben. Dadurch sollte gewährleistet werden, dass das Hauptaugenmerk auf den „beruflich Qualifizierten“ liegt – aber eben entsprechend der weit gefassten Definition auch Personen mit schulischer Hochschulzugangsberechtigung (HZB) nicht ausgeschlossen werden. Entscheidend bei der Filterung war aber vor allem die Berufsausbildung (mindestens dreijährige Ausbildung, um an der Befragung teilzunehmen) sowie der Berufserfahrung gefragt. Es wurden ausschließlich Personen aus Niedersachsen befragt.

Abbildung 1

Altersverteilung in 5-Jahres-Schritten



Altersverteilung und Bildungsabschlüsse

Sowohl hinsichtlich des Alters als auch hinsichtlich der Schulbildung konnten die angestrebten Quoten erreicht werden, wie die Abbildungen 1 und 2 zeigen:

Abbildung 2: Bildungsabschlüsse

Aufgrund der vorgegebenen Quoten haben 80 % der Befragten eine mindestens dreijährige Berufsausbildung abgeschlossen, die weiteren 20 % der Befragten sind über die dreijährige Berufsausbildung hinaus im Besitz eines Abschlusses einer anerkannten Fortbildung, beispielsweise als Meisterinnen und Meister oder als Person mit abgeschlossener Aufstiegsfortbildung und damit im Besitz einer allgemeinen Hochschulzugangsberechtigung gemäß § 18 Abs. 4 Satz 1 NHG.

Dauer der Berufstätigkeit in der Zielgruppe

Abgefragt wurde darüber hinaus die Dauer der Berufstätigkeit. Die Analysen von Maertsch und Voitel zeigen, dass die Berufserfahrung – in Kombination mit dem Alter – ein Indikator für eine gewisse Zielstrebigkeit, für Durchhaltevermögen und Sicherheit sein kann (2013). Weiterhin ist die Berufserfahrung eines der beiden anzuwendenden Kriterien bei der Beurteilung, ob eine Hochschulzugangsberechtigung nach § 18 Abs. 4 Satz 2 NHG vorliegt (3+3 Regelung). Die Dauer der Berufstätigkeit in der Zielgruppe ist in Abbildung 3 dargestellt.

Abbildung 2

Anteil der Bildungsabschlüsse im Zielgruppensample

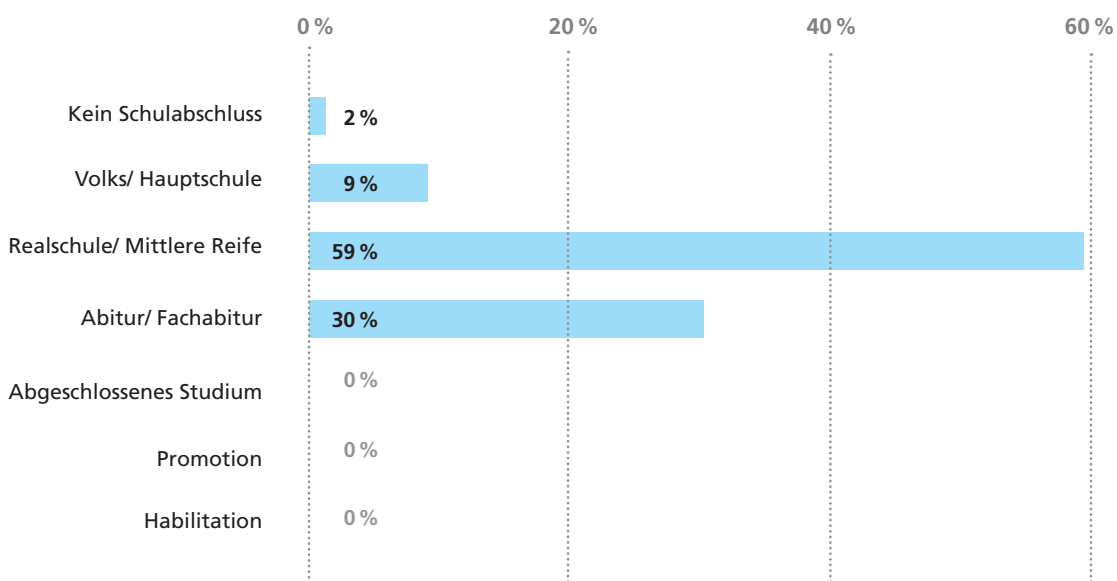


Abbildung 3

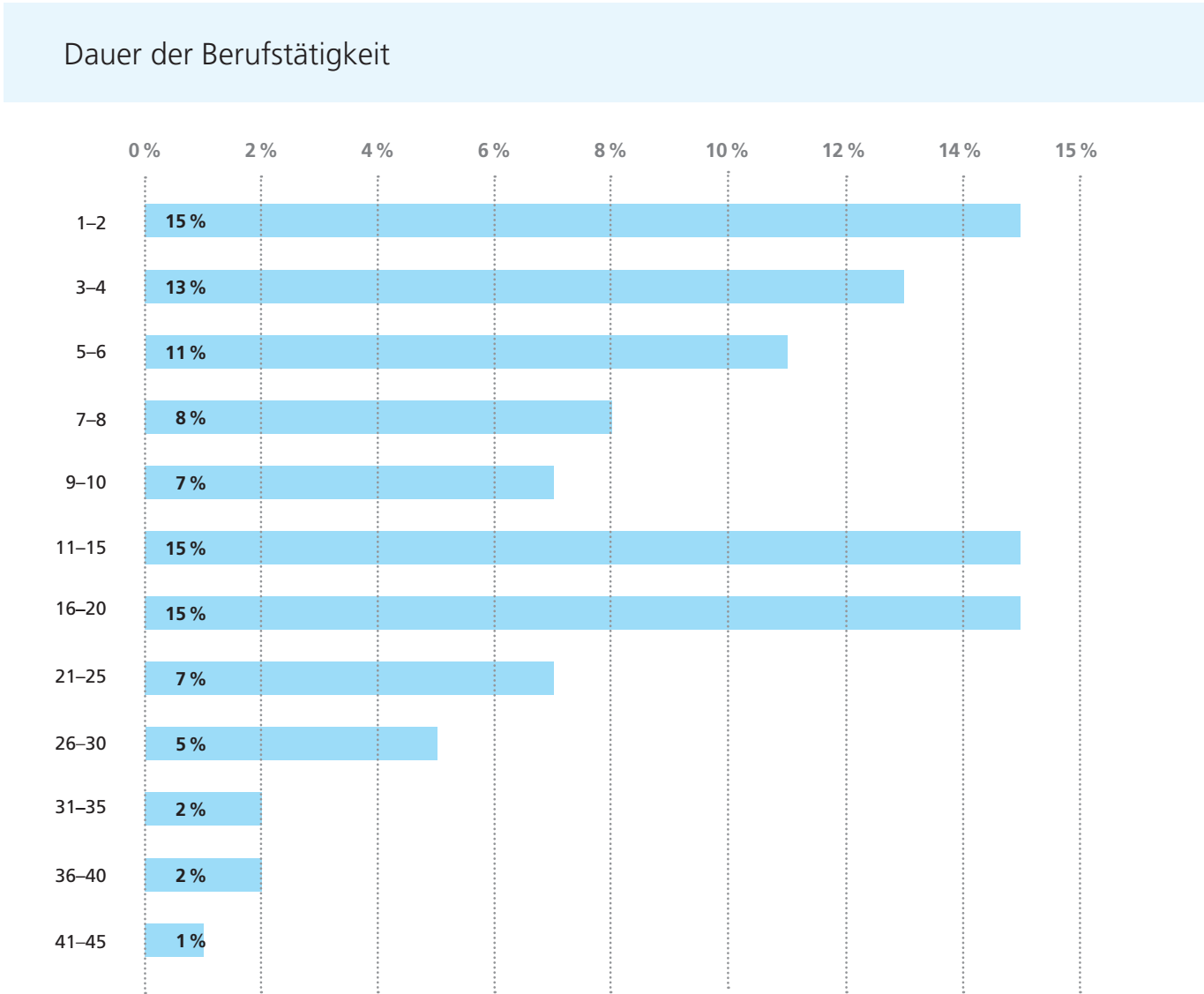


Abbildung 3:
Dauer der Berufstätigkeit in der Zielgruppe

Schon die vorläufigen Ergebnisse während der Feldzeit verdeutlichten, dass zur Einordnung vorliegender Ergebnisse Referenzwerte erforderlich sein würden. Aus diesem Grunde wurde eine auf einige wesentliche Fragen fokussierte Befragung einer repräsentativen Stichprobe der niedersächsischen Bevölkerung im November (01.–07.11.2013) durchgeführt. Zur Erreichung der angestrebten Repräsentativität kamen die Zensus-Quoten bezogen auf Niedersachsen hinsichtlich der Merkmale Alter, Geschlecht, Bildungsabschluss und Berufsabschluss zum Einsatz.

5 Ergebnisdarstellung

Abbildung 4

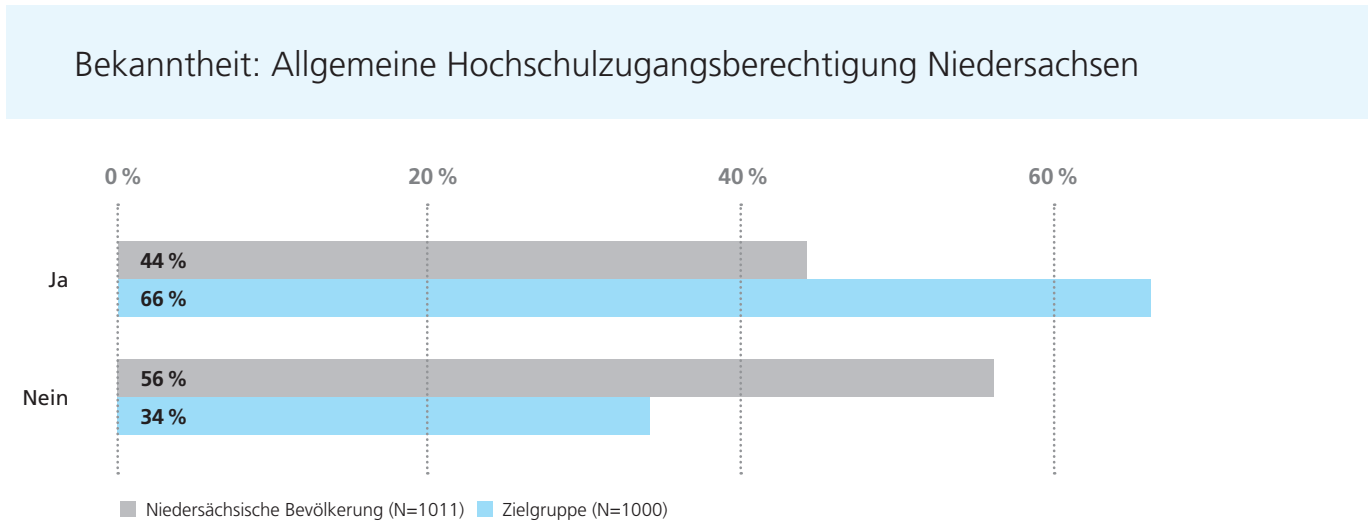
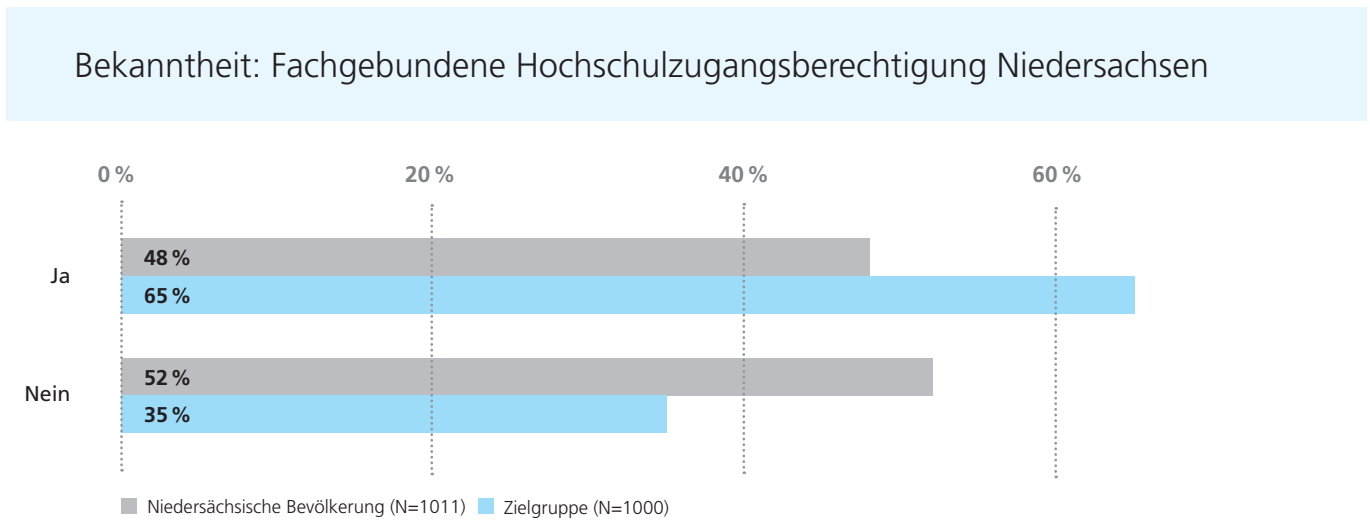


Abbildung 5



Die Ergebnisse der Befragung werden analog zum dreigeteilten Erkenntnisinteresse dargestellt. In den folgenden Grafiken sind alle Daten, die zum Zielgruppen-Sample gehören, blau gekennzeichnet, wohingegen die Daten zur repräsentativen Bevölkerungsstichprobe grau gefärbt sind.

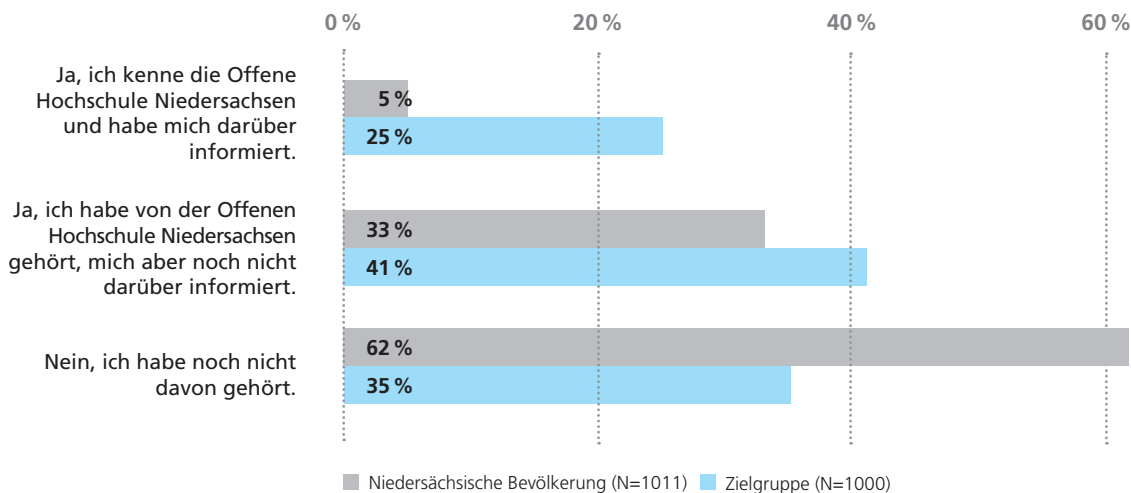
5.1 Bekanntheit

Zunächst war von Interesse, inwieweit die mit der letzten Novelle des NHG in 2010 geschaffenen Wege an die Hochschulen für berufliche Qualifizierte bekannt sind. Hierfür wurde unmittelbar die Bekanntheit der beiden unterschiedlichen Zugänge, der allgemeinen sowie fachgebundenen Hochschulzugangsberechtigung, mittels beruflicher Qualifikationen abgefragt.

Die Abbildungen 4 und 5 zeigen, dass die Kenntnis über die Zugänge in der Zielgruppe weiter verbreitet ist. Immerhin zwei Drittel der Befragten kennen die Zugänge, wohingegen es in der repräsentativen Bevölkerungsstichprobe nur 44 %, respektive 48 %, sind, also nicht einmal jeder Zweite. Das ist auch insofern interessant, als dass der fachgebundene Zugang erst seit der letzten Novelle des NHG im Jahr 2010 besteht, wohingegen die Zugänge für Meisterinnen und Meister sowie Personen mit einer Aufstiegsfortbildung mit Einschränkungen bereits 1994 geschaffen wurden. Dabei waren die Fragen bewusst so gestellt, dass die Zugänge in der Frage erläutert werden. Dies kann zur Folge haben, dass die Ergebnisse durch den Effekt der sozialen Erwünschtheit beeinflusst

Abbildung 6

Bekanntheit: Offene Hochschule Niedersachsen



sind, die Befragten also annahmen, dass sie diese mitunter ja auch für sie relevanten Informationen eigentlich kennen müssten und daher „Ja“ angaben.

Gut gefragt und informiert

Dieses Risiko wurde während der Gestaltung des Fragebogens berücksichtigt, war letztlich aber nicht ausschlaggebend. Denn in der unmittelbaren Beratung sowie durch die Arbeit auf Messen und bei Informationstagen haben wir erfahren, dass insbesondere der Zugang mittels „3+3“ weder in der Zielgruppe noch bei den relevanten Multiplikatoren, beispielsweise bei Lehrkräften oder an allgemeinbildenden und berufsbildenden Schulen ausreichend bekannt ist. Die Befragung hatte insofern auch einen aufklärenden Charakter, da auf diese Weise über 2000 Niedersachsen über die Zugangsmöglichkeiten informiert wurden. Eine etwaige Verzerrung wurde insofern in Kauf genommen.

Neben der Bekanntheit der Zugänge war auch die Bekanntheit der Offenen Hochschule Niedersachsen von Belang. Bei den zugehörigen Antwortmöglichkeiten wurde die Bekanntheit jedoch weiter unterteilt in die Kategorien: „Ja, ich kenne die Offene Hochschule Niedersachsen, habe mich auch schon dazu informiert“ und „Ja, ich habe bereits von der Offenen Hochschule Niedersachsen gehört, mich aber noch nicht weiter darüber informiert“. Hintergrund hierfür war die Annahme, dass unterschiedlichste Erwartungshaltungen in

Bezug auf die Offene Hochschule Niedersachsen vorzufinden sein werden und es daher mit Blick auf die Markenbildung wichtig ist zu erfahren, welche Informationen vorliegen und in welchem Umfang die Offene Hochschule Niedersachsen tatsächlich bekannt ist.

Abbildung 6:

Bekanntheit der Offenen Hochschule Niedersachsen

In Abbildung 6 zeigen sich auffällige Differenzen zwischen den beiden Stichproben. Während sich innerhalb der Bevölkerung nur 5% tatsächlich zur „Offenen Hochschule Niedersachsen“ (OHNS) informiert hat, trifft dies unter beruflich Qualifizierten immerhin auf 20% zu. Der Anteil derjenigen, die von der OHNS bereits gehört haben, aber im Grunde nicht exakt wissen, was sich dahinter verbirgt, ist mit 33% respektive 41% vergleichbar zwischen den beiden Stichproben.

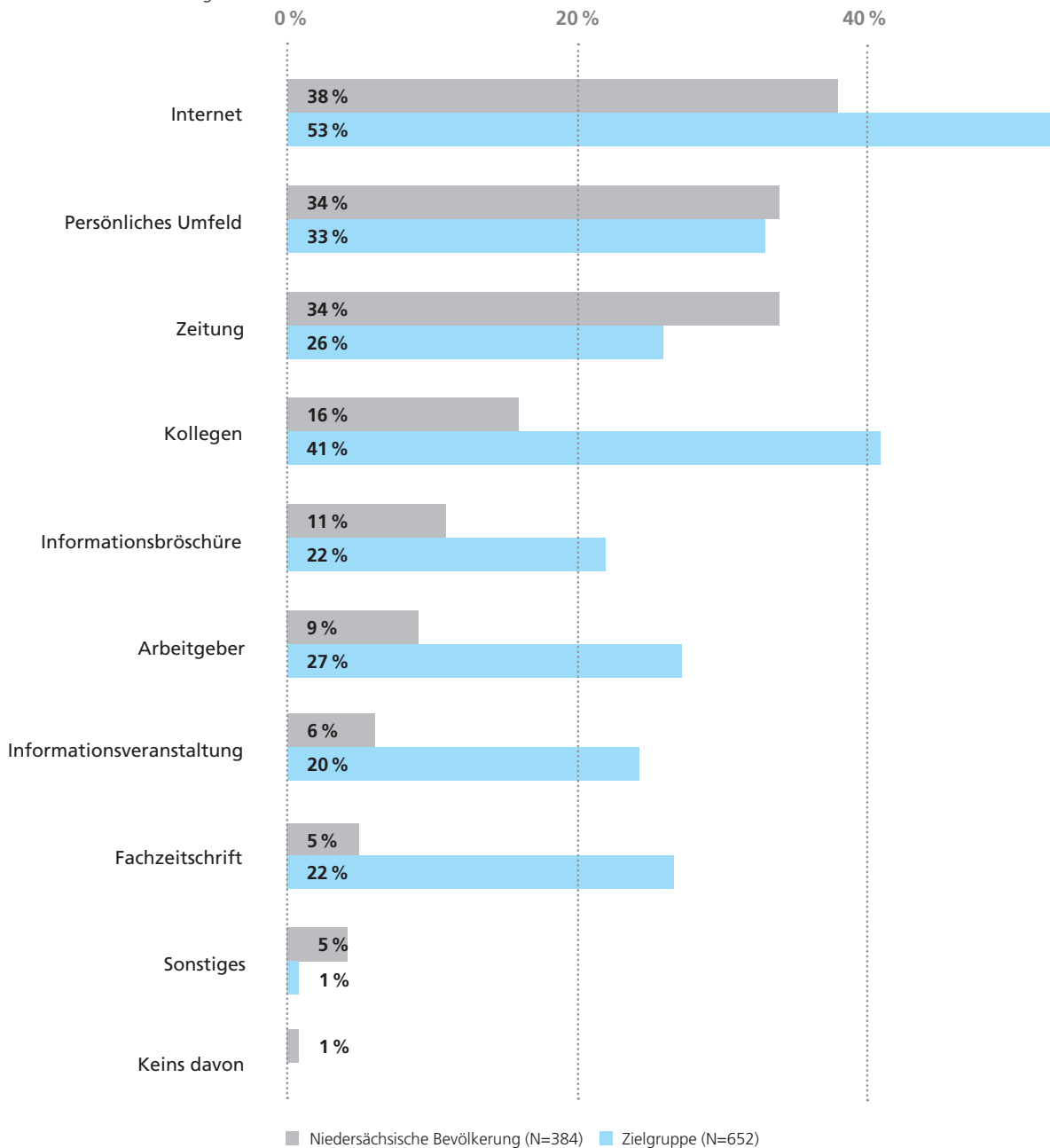
Von Markenbildung bis Öffentlichkeitsarbeit

Die Ergebnisse der Abbildung 6 zeigen zudem, dass der Anteil der Personen aus der Zielgruppe, die noch nicht von der Offenen Hochschule Niedersachsen gehört haben, mit 35% vergleichsweise gering ausfällt. Dafür ist der Anteil in der Bevölkerungsstichprobe mit 62% sehr hoch. Für die Servicestelle aber auch Angebotsentwickler von Bildungseinrichtungen legt dies nahe, dass diese große Personengruppe mithilfe niederschwelliger und direkter Öffentlichkeitsarbeit

Abbildung 7

Bekanntmacher OHN

Mehrfachantworten möglich



so angesprochen werden müssen, dass eine erfolgreiche Markenbildung der Offenen Hochschule Niedersachsen als Synonym für die Möglichkeiten und Wege als Berufstätige(r) zu studieren gelingt.¹

Abbildung 7:

Bekanntmacher der Offenen Hochschule Niedersachsen

Die Personen, die angaben, die OHN zu kennen, wurden im Anschluss gefragt, auf welchem Weg sie von der Offenen Hochschule erfahren haben. Hier zeigt sich, dass neben dem Internet vor allem auch das berufliche Umfeld (Kolleginnen und Kollegen, Arbeitgeber) als „Bekanntmacher“ fungieren. Anbieter und Entwickler von Bildungsangeboten für die Zielgruppe können bereits bei der Planung ihrer Öffentlichkeitsarbeit berücksichtigen, welche Informationskanäle von beruflich Qualifizierten genutzt werden und ihre Werbemittel, Marketingmaßnahmen und Wortwahl auf die Zielgruppe und die relevanten Multiplikatoren, wie eben das kollegiale Umfeld und die Arbeitgeber, ausrichten.

5.2 Kennzeichnende Merkmale der Zielgruppe der beruflich Qualifizierten

Durch die vorgegebenen Quoten hinsichtlich des Berufs- sowie des Schulabschlusses sind im Hinblick auf Aussagen über diese Zielgruppe vor allem die ergänzend erhobenen Daten von Belang. Erneut ist anzumerken, dass auch das Alter durch Quoten vorgegeben war (jeweils 40% der Befragten sollten zwischen 21 und 30 respektive zwischen 31 und 40 Jahre alt sein). Diese Fokussierung geht unter anderem auf Analysen im Rahmen des Modellvorhabens Offene Hochschule Niedersachsen zurück (Otto, Herzog, Holz 2013).

Dauer der Berufstätigkeit bei der Zielgruppe im Vergleich zur Bevölkerung

Darüber hinaus interessierte die Dauer der Berufstätigkeit. Aufgrund der Altersstruktur war eine im Vergleich zur repräsentativen Bevölkerungsstichprobe rechtsschiefe Verteilung zu erwarten, d. h. dass vergleichsweise mehr Personen kurze Zeiten von Berufstätigkeit aufweisen.

Abbildung 8:

Dauer der Berufstätigkeit der Zielgruppen- und repräsentativen Bevölkerungsstichprobe

In Abbildung 8 ist zu sehen, dass knapp 30 % der Befragten eine Berufserfahrung von 1–4 Jahren aufweisen und sich damit noch auf dem Weg zur Hochschulzugangsberechtigung über berufliche Qualifikationen befinden oder diese gerade erst erworben haben.

Die Frage nach der Unternehmensgröße

Außerdem waren Erkenntnisse über die Unternehmen, bei denen die Zielgruppe beschäftigt ist, von Interesse.

Der Fragebogen umfasste darum auch die Frage: Wie groß ist das Unternehmen, in dem die Befragten aktuell beschäftigt sind?

¹ Ein Umsetzungsversuch niederschwelliger Ansprache ist der Titel des Informationsfaltblattes „Mit Job ins Studium - so geht's!“, in dem die Informationsschritte für beruflich Qualifizierte zusammengefasst sind. Ein weiteres Beispiel ist das Informationsangebot „Wir machens ohne“ (www.wirmachensohne.de), der Arbeit und Leben NDS Nord GmbH.

Abbildung 8

Dauer der Berufstätigkeit in Jahren

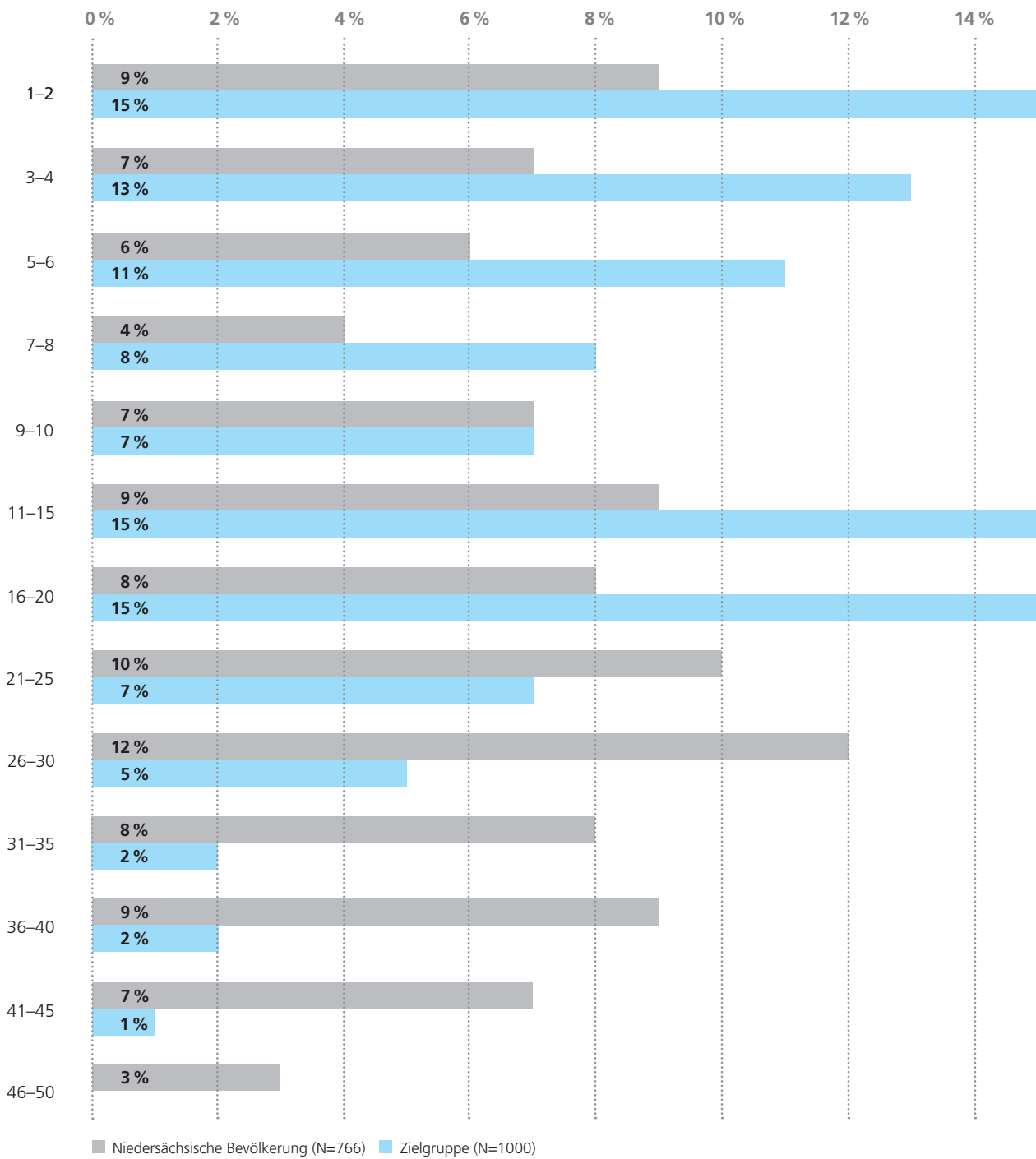


Abbildung 9

Unternehmensgröße in Beschäftigten

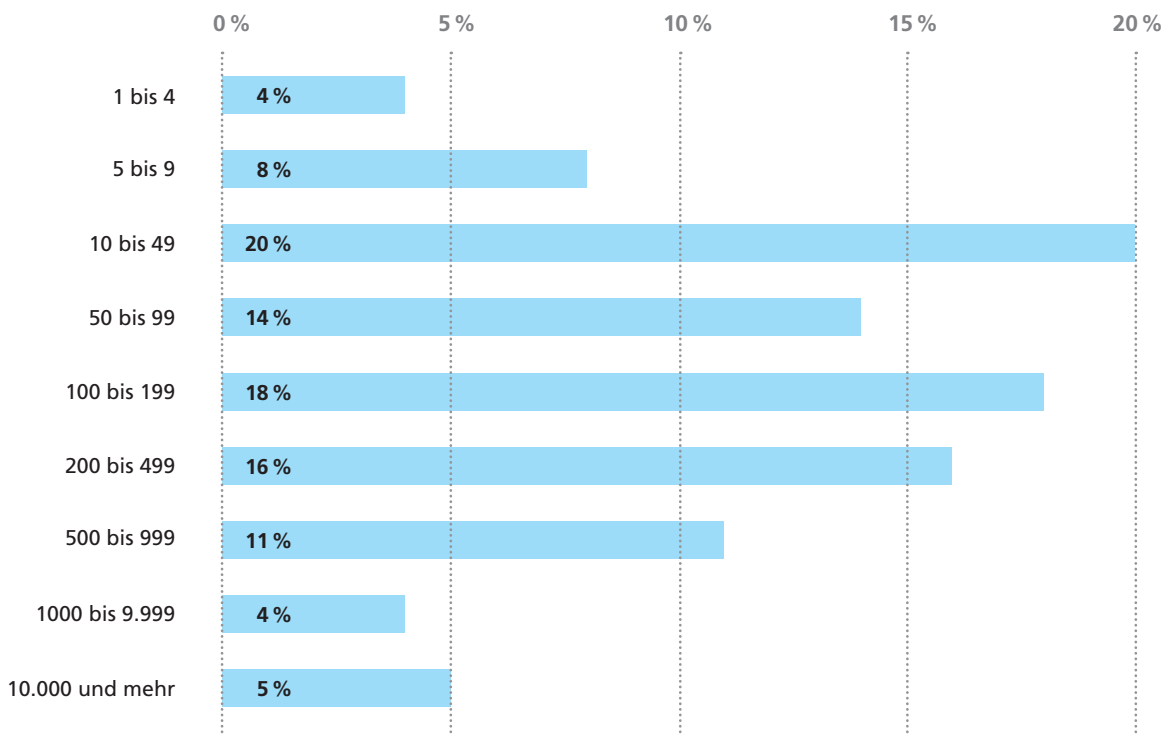


Abbildung 9:
Größe der Unternehmen der Befragten aus der Zielgruppe

Abbildung 9 zeigt, dass in „Kleinst- und kleinen Unternehmen“ (abhängig von der angewendeten Definition) 12 bis 32 % aller Befragten beschäftigt sind.² Der mit Abstand größte Teil der Befragten arbeitet allerdings in „Mittleren Unternehmen“ mit bis zu 199, respektive bis zu 499 Beschäftigten.

Diese Information ist mit Blick auf den notwendigen Kontakt zwischen Bildungsträgern, die bedarfsgerechte Angebote

entwickeln wollen, und den Unternehmen, die beruflich qualifizierte Fachkräfte durch eine akademische Weiterbildung für Aufgaben mit besonders hohem Anforderungsprofil oder Führungsaufgaben entwickeln wollen, deshalb wichtig, da sich Schlüsse hinsichtlich der zu erwartenden Bedarfe und betrieblichen Rahmenbedingungen folgern lassen.

In welchen Branchen sind beruflich Qualifizierte anzutreffen?

Neben der Größe ist zu erwarten, dass auch die Branche des Unternehmens Einfluss auf ein etwaiges Studieninteresse hat und ein wichtiger Einflussfaktor der Angebotskonzeption sein kann. Es existieren Studiengänge, die Qualifikationen vermitteln, die in vielen Branchen gefragt sind – beispielsweise in der Fachrichtung Betriebswirtschaftslehre. Ein bedeutender Teil der unternehmensseitigen Bedarfe ist aber bei inhaltlich spezialisierten Studienangeboten im Kernbereich der jeweiligen Unternehmen zu erwarten. Hilfreich für die Entwicklung eines Angebotes wäre es daher zu wissen, in welchen Branchen beruflich qualifizierte in Niedersachsen vor allem anzutreffen sind.

² Etablierte Institutionen verwenden für die genaue Definition der Kategorien unterschiedliche Kriterien, beispielsweise die Beschäftigtenzahl und der Umsatzerlös. Gerade hinsichtlich der Beschäftigtenzahl sind jedoch unterschiedliche Schwellenwerte in Anwendung. Die Europäische Union unterscheidet beispielsweise zwischen Kleinstunternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten, kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten und mittleren Unternehmen mit weniger als 250 Unternehmen. Das Deutsche Handelsgesetzbuch zählt Betriebe mit bis zu 500 Beschäftigten zu den mittleren Unternehmen.

Abbildung 10

Branche der Unternehmen

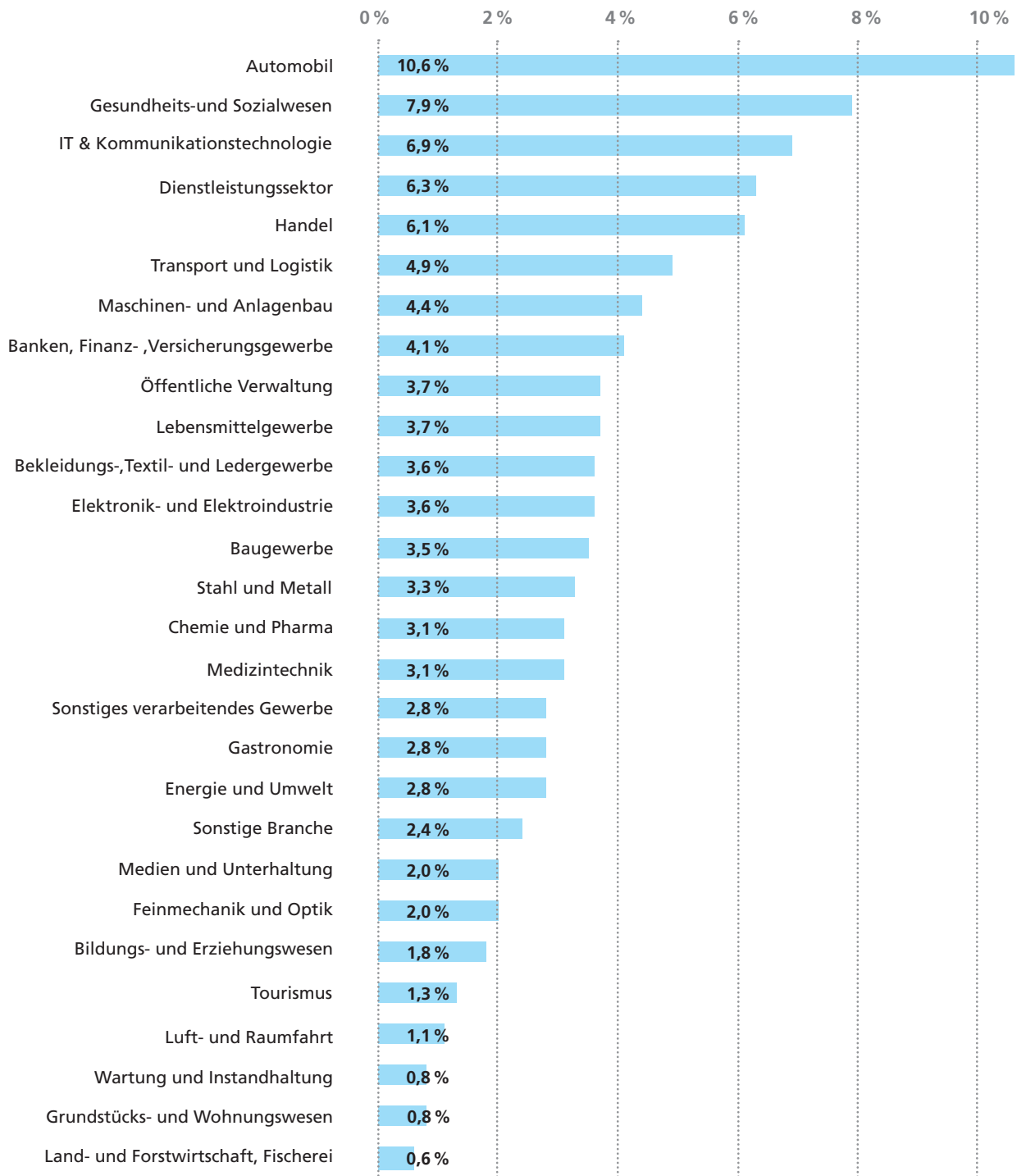
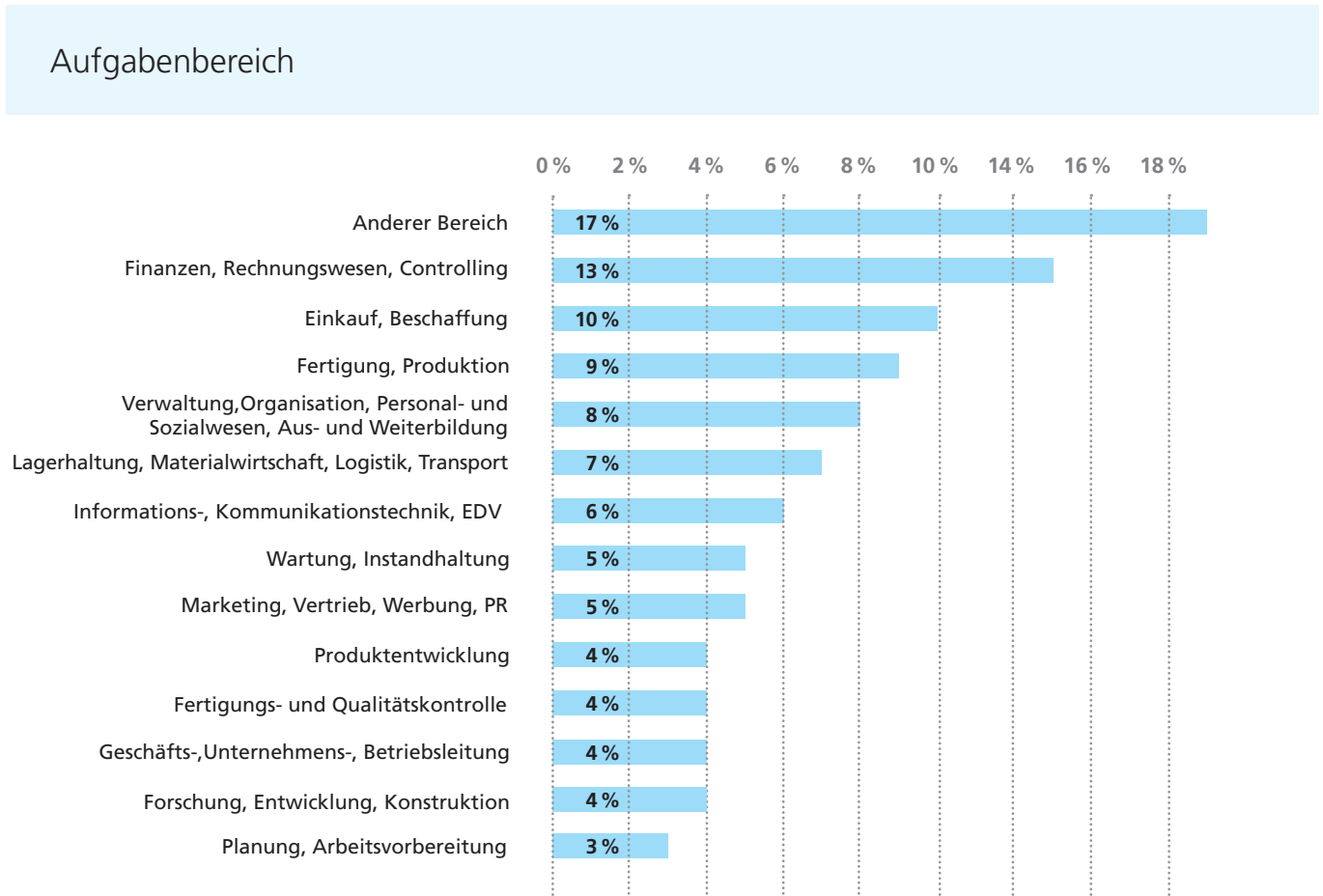


Abbildung 11



**Abbildung 10:
Herkunftsbranchen der Unternehmen**

Die Automobilindustrie nimmt mit 10,6% und deutlichem Abstand den ersten Platz unter den Branchen ein. Ihre Bedeutung für Niedersachsen und das Thema Offene Hochschule zeigt sich auch im Bund-Länder-Wettbewerb „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“, bei dem das niedersächsische „Verbundprojekt Mobilitätswirtschaft“ bestehend aus der TU Braunschweig, Leibniz Universität Hannover, Hochschule Hannover, Universität Osnabrück, Hochschule Osnabrück sowie Jade Hochschule ausgewählt wurde. Mit dem Gesundheits- und Sozialwesen sowie der IT und Kommunikationstechnologie folgen zwei weitere Zukunfts- und Schwerpunktbereichen des Landes auf den Plätzen 2 und 3.

In welchen Aufgabenbereichen arbeiten die Zielgruppen?

Um belastbarere Antworten auf die Frage geben zu können, welche inhaltlichen Angebote entwickelt werden sollten, wurde zudem erhoben, in welchen Unternehmensbereichen die Zielgruppe arbeitet.

**Abbildung 11:
Aufgabenbereich der Befragten im Unternehmen**

Nennenswert ist die in Abbildung 11 ersichtliche Zahl von Bereichen mit hohen Anteilswerten, die vor allem betriebswirtschaftliche Kompetenzen erfordern (Finanzen, Rechnungswesen, Controlling mit 13%; aber auch Einkauf, Beschaffung mit 10%). Weiterhin zeichnen die vorliegenden Werte ein heterogenes Bild der Zielgruppe, respektive ihrer beruflichen Aufgabenbereiche.

Abbildung 12

Status und Studienabsichten

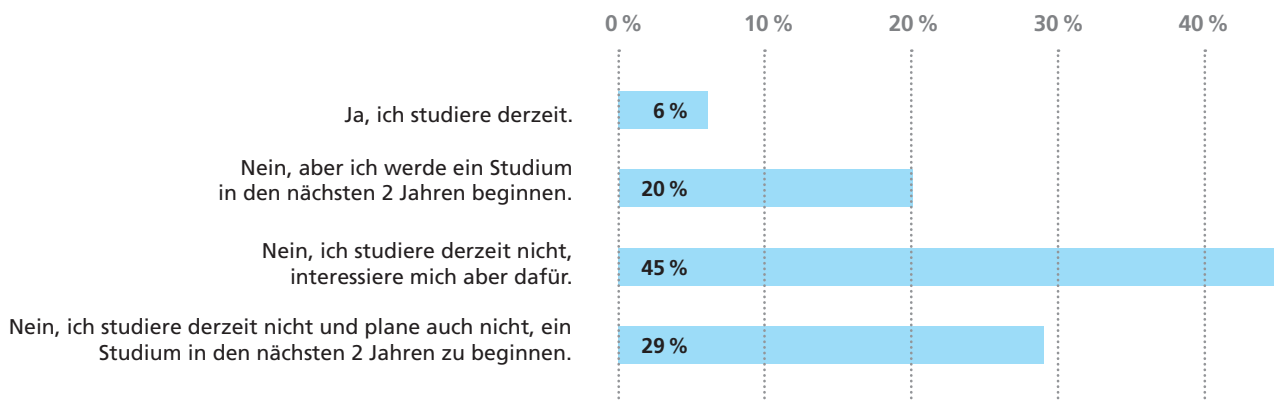
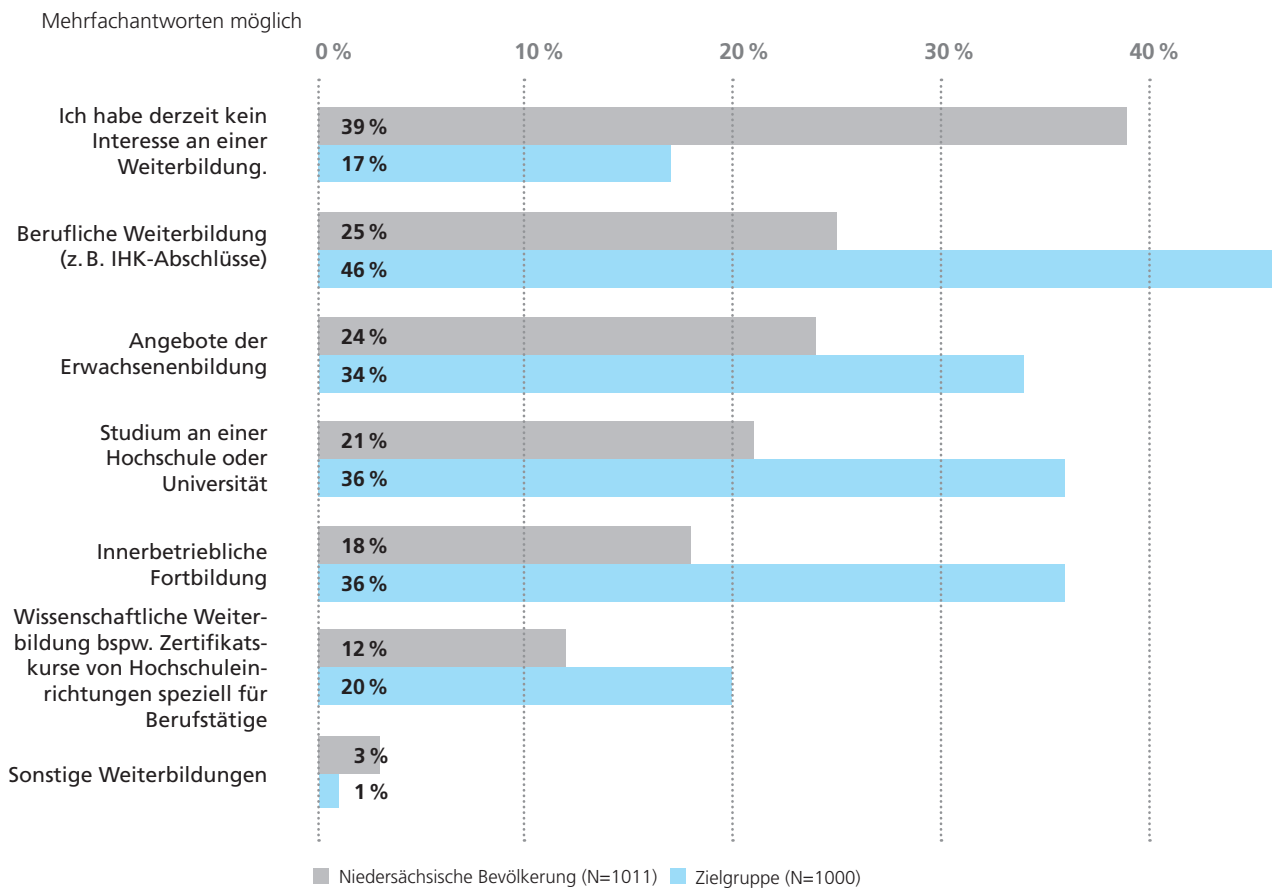


Abbildung 13

Interesse an Weiterbildungsangeboten



Studieren – ja oder nein?

Überleitend zum dritten Erkenntnisinteresse, den Bedarfen und Interessen der Befragten, haben wir sie zu ihrem aktuellen Status mit Blick auf ein Studium gefragt.

Abbildung 12:**Status und Studienabsicht**

Von den Befragten mit beruflichen Abschlüssen sind 6 % aktuell bereits im Studium. Immerhin 20 % haben die konkrete Absicht, in den kommenden 2 Jahren ein Studium aufzunehmen. Dazu hat fast jeder Zweite aus der Zielgruppe ein Interesse am Studium. Angesichts dieses breiten, grundlegenden Interesses stellen sich unmittelbar Anschlussfragen: Woran sind die beruflich Qualifizierten konkret interessiert, wieso finden noch vergleichsweise wenige aus der Zielgruppe ihren Weg an die Hochschulen (zumindest implizieren dies die Zahlen der Hochschulstatistik, die vom CHE ausgewertet werden und für das Jahr 2012 einen Anteil der sogenannten „Ohne Abitur“-Studienanfängern von 1,94 % angeben (Duong, Püttmann 2014) und welche Gründe sind hierfür zu nennen?

5.3 Zielgruppenbedarfe

Im Rahmen der Erhebung wurden die Befragten entsprechend ihres Interesses an unterschiedlichen Weiterbildungsangeboten gefragt. Zur Auswahl standen Angebote der innerbetrieblichen und beruflichen Fort- und Weiterbildung, der allgemeinen Erwachsenenbildung sowie Angebote von Hochschulen (darunter Studium und Wissenschaftliche Weiterbildung).

Interesse an Bildung?

Die Abbildung 13 zeigt, dass die nicht selten geäußerte Befürchtung, die Öffnung der Hochschulen würde zu einer massenhaften Abwanderung von Facharbeiterinnen und Facharbeitern in Studienangebote führen, nicht pauschal durch die Ergebnisse bestätigt werden kann. Stattdessen ist insbesondere in der Zielgruppe das grundlegende Interesse an Weiterbildung und im Speziellen das Interesse an beruflichen Aufstiegsfortbildungen und Innerbetrieblichen Weiterbildungen überaus deutlich ausgeprägt. Die Ergebnisse verdeutlichen insofern, dass Angebote sowohl der beruflichen Bildung, aber eben auch der allgemeinen Erwachsenenbildung weiterhin nachgefragt sind, akademische Bildungsangebote das Angebotsspektrum aber erweitern.

Abbildung 13:**Interesse an Weiterbildungsangeboten**

Bemerkenswert ist das insgesamt bedeutend stärker ausgeprägte Interesse der Zielgruppe an Weiterbildung im Vergleich zur repräsentativen Bevölkerungstichprobe. Eine Erklärung hierfür könnte das vergleichsweise geringere Alter in der Zielgruppenstichprobe sein, denn das Interesse an Bildungsangeboten nimmt mit steigendem Alter nachweislich ab.

Die Wahl des Studienformats

Von besonderer Wichtigkeit für die weitere Arbeit war die Frage, für welche Studienformate sich beruflich qualifizierte interessieren. Sowohl die Ergebnisse anderer Untersuchungen (Duong, Püttmann 2014; Pfrimmer, Wiebe 2014; Studie im Rahmen des Modellvorhabens Offene Hochschule Niedersachsen) als auch die eigenen Beratungserfahrungen in der Servicestelle zeigen, dass die beruflich Qualifizierten sich verstärkt und vorzugsweise für Angebote interessieren, die mit einer Berufstätigkeit vereinbar sind. Ein Beleg dafür kann beispielsweise in der auffällig hohen Zahl von „Ohne Abitur-Studierenden“ gesehen werden, die an der FernUniversität Hagen immatrikuliert sind (Duong, Püttmann 2014). Neben dem Fernstudium kam und kommt es aber auch gerade im Rahmen des Bund-Länder-Wettbewerbs „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“ sowie der „Offenen Hochschule Niedersachsen“ vermehrt zur Entwicklung von speziell berufsbegleitend und berufsintegrierend konzipierten Angeboten. Aus diesem Grund wurden mehrere mögliche Studienformate mittels Abfrage mit Mehrfachnennung erhoben.

Abbildung 14

Interesse an Studienformaten (Top-2 Werte)

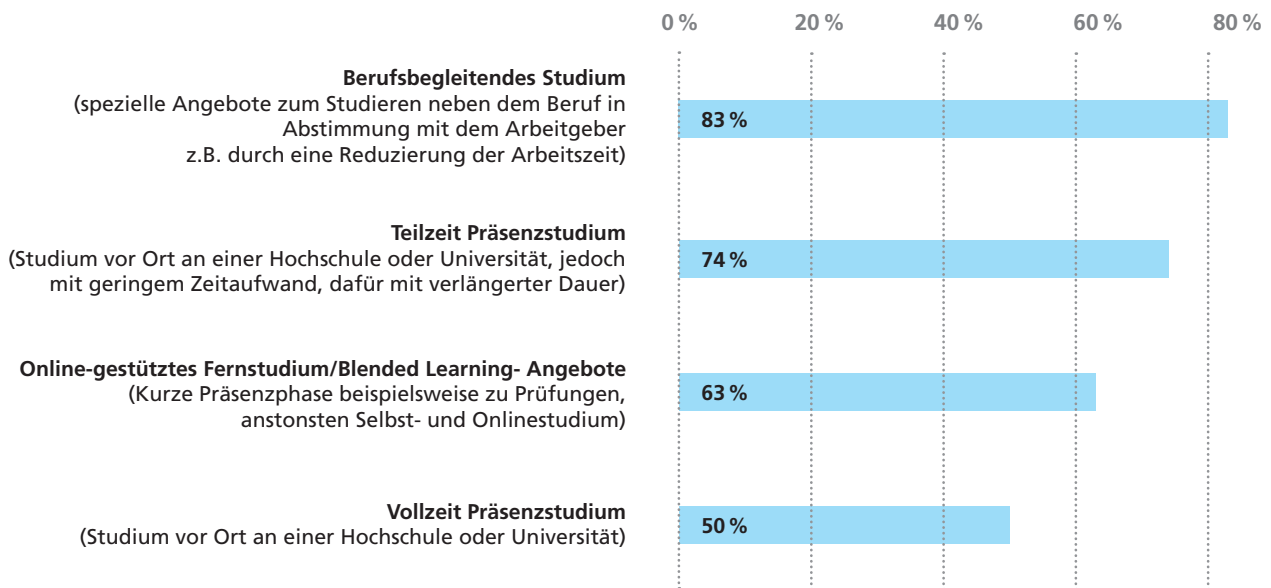


Abbildung 15

Beratungsbedarf bei Studieninteresse

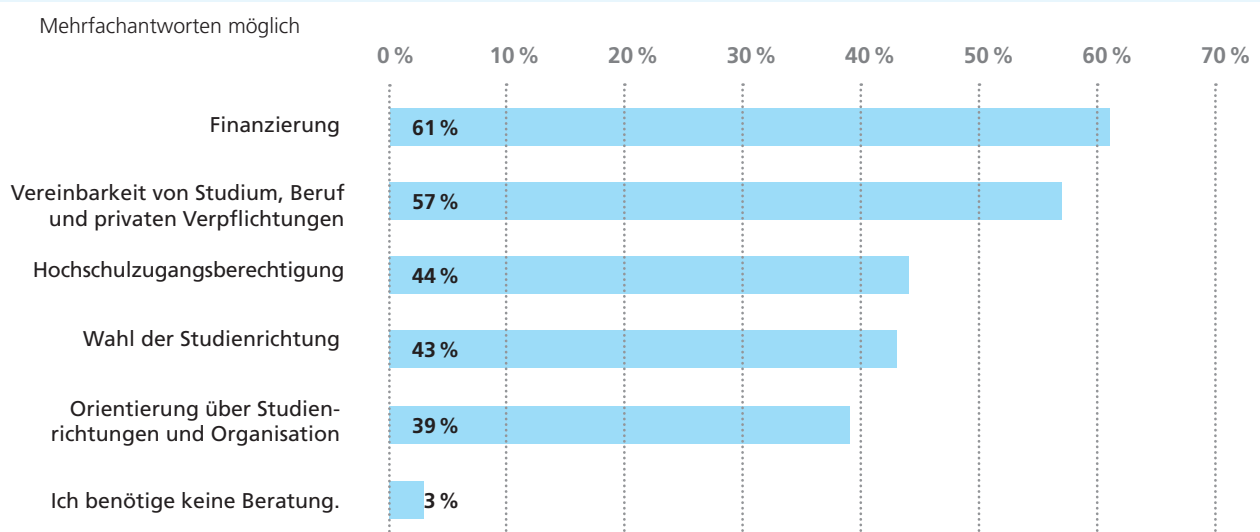


Abbildung 14: Interesse an unterschiedlichen Studienformaten

Die aus anderen Untersuchungen bekannte Präferenz für berufsbegleitend studierbare Angebote zeigt sich auch in dieser Befragung, siehe Abbildung 14, die die zusammengefassten Top 2-Werte („interessiert mich“ und „interessiert mich sehr“) zeigt. Das „klassische“ Vollzeitpräsenzstudium ist lediglich für 50 % der Personen aus der Zielgruppe, die ein Interesse an einem Studium äußerten (N=357), von Belang. Der weitaus größere Teil der Studieninteressierten äußert Interesse an Angeboten, für die die eigene Berufstätigkeit nicht aufgegeben werden muss. Relevant ist zudem, dass nicht „bewährte“ Formate wie Teilzeit- oder Fernstudium den Spitzenrang einnehmen, sondern speziell berufsbegleitende oder berufsintegrierende Studienformate, die verhältnismäßig „neu“, weniger etabliert und weniger bekannter sein dürften.

Die an Weiterbildung Interessierten

Weiterführende Analysen, die das Interesse an Weiterbildungsangeboten in Abhängigkeit des Aufgabenbereiches oder der Branche betrachteten, zeigen zudem, dass sich das Interesse an einem Studium in spezifischen Kategorien bündelt. Beispielsweise ist ein überdurchschnittliches Studieninteresse bei Personen feststellbar, die in den Bereichen „Forschung, Entwicklung, Konstruktion“, „Informations-, Kommunikationstechnik, EDV“, „Finanzen, Rechnungswesen, Controlling“ sowie „Fertigungs-, Qualitätskontrolle“ tätig sind. Betrachtet man darüber hinaus die Branchen, so zeigt sich, dass das Interesse an einem Studium überdurchschnittlich häufig von Personen aus den Branchen „Stahl und Metall“, „Feinmechanik und Optik“, „Chemie und Pharma“ sowie „Maschinen- und Anlagenbau“ angegeben wurde. Die tiefer gehenden Datenanalysen zeigen zudem, dass das Weiterbildungsinteresse bei den über 40-jährigen deutlich nachlässt und zugleich der Anteil derjenigen steigt, die überhaupt kein Interesse an Weiterbildung haben.

Von Anfang an gut beraten?

Diejenigen Befragten, die bereits studieren (6 %), die beabsichtigen in den nächsten 2 Jahren zu studieren (20 %) und die sich zumindest für ein Studium interessieren (45 %) haben wir zusätzlich gefragt, zu welchen Aspekten sie sich beraten lassen haben, respektive werden.

Abbildung 15: Beratungsbedarf bei Studieninteresse

Abbildung 15 zeigt, dass die Frage nach der Finanzierung noch knapp vor der Frage nach der Vereinbarkeit von Studium mit Beruf und privaten Verpflichtungen den größten Beratungsbedarf bildet. Darüber hinaus zeigt sich auch bei Fragen zur Studienorientierung und zum Hochschulzugang Beratungsbedarf. Letzteres trifft erfahrungsgemäß insbesondere auf Personen mit fachgebundener Hochschulzugangsberechtigung aufgrund beruflicher Vorbildung (3+3) zu, da hier die notwendige fachliche Nähe von Beruf und Studiengang fast immer zu Fragen führt.

Im Rahmen der Offenen Hochschule beschränkt sich die angestrebte Durchlässigkeit zwischen beruflicher und akademischer Bildungssäule nicht nur auf den Hochschulzugang. Mit der Chance, sich erworbene Kompetenzen anrechnen zu lassen, besteht zum einen die Möglichkeit, sich die bis zur Hälfte der für einen Abschluss notwendigen Leistungspunkte anrechnen zu lassen. Der damit einhergehende Zeitgewinn kann dazu genutzt werden, dass Studienprogramm in kürzerer Zeit zu absolvieren oder eine bessere Vereinbarkeit von Studium, Beruf und Privatleben zu realisieren. Zum anderen kann und soll durch Anrechnung verhindert werden, dass Menschen bereits vorhandene Kompetenzen erneut erwerben müssen. Eine Anrechnung setzt allerdings eine Überprüfung der Überschneidung der bereits erworbenen Kompetenzen mit den im Rahmen eines Studienmoduls zu vermittelnden Kompetenzen sowohl hinsichtlich des Inhalts als auch des Niveaus voraus.

Abbildung 16

Relevanz der Anrechnung beruflicher Qualifikationen bei Studienentscheidung

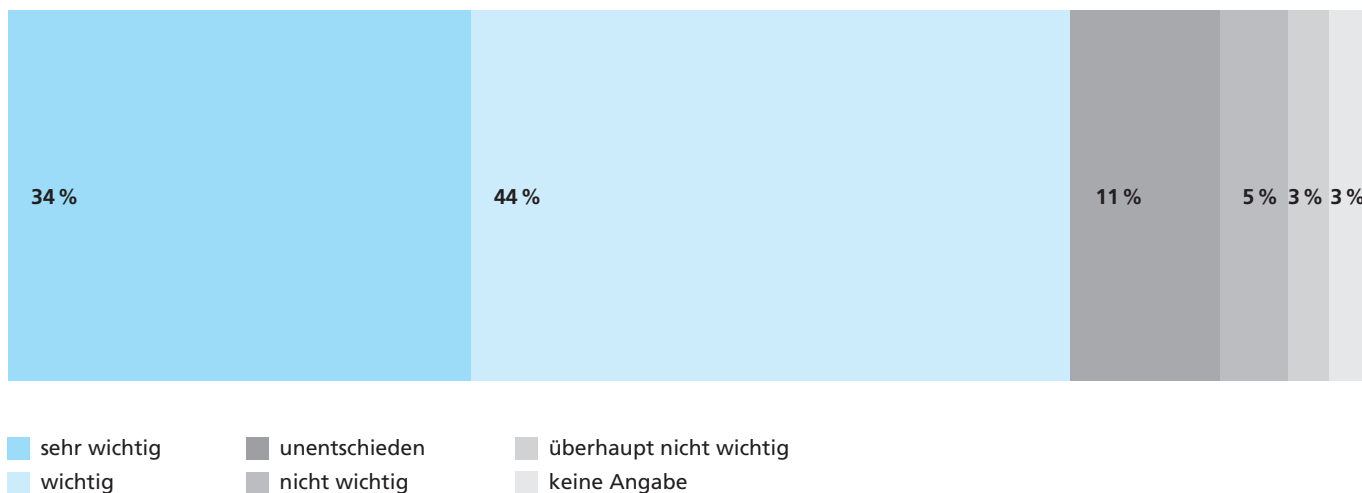
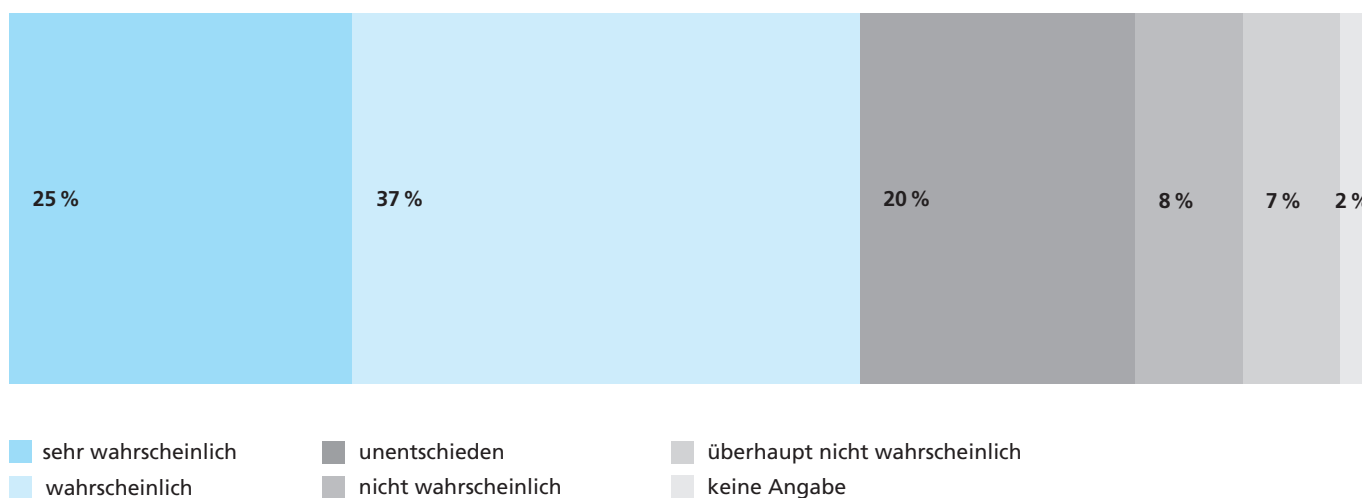


Abbildung 17

Interesse an Übergangs- und Vorbereitungskursen bei Aufnahme eines Studiums



Wie wichtig ist die Anrechnung?

Im Rahmen der Befragung wurde die Zielgruppe entsprechend nach der Relevanz der Anrechnung für die Studienentscheidung gefragt. Hier zeigt sich, dass für 78 % der Befragten eine Anrechnung und die sich daraus ergebenden Möglichkeiten „wichtig“ oder gar „sehr wichtig“ sind.

Abbildung 16:**Relevanz von Anrechnung beruflicher Qualifikationen**

Durch das Niedersächsische Ministerium für Wissenschaft und Kultur wurde die Entwicklung von Übergangs- und Vorbereitungskursen von Trägern der Erwachsenenbildung in Kooperation mit Hochschulen gefördert.

Abbildung 17:**Relevanz von Vorbereitungskursen****Die „Brücke ins Studium“**

Vor allem diejenigen Personen aus der Zielgruppe, die keine schulische Hochschulzugangsberechtigung besitzen, weisen unter Umständen Defizite in bestimmten schulischen Fächern (Mathematik, Physik, Englisch) im Vergleich zu Abiturienten auf, die nicht durch ihre einschlägigen beruflichen Kompetenzen kompensiert werden können. Aber auch Personen mit Abitur oder Fachhochschulreife berichten davon, dass aufgrund des zeitlichen Abstandes zu ihrer letzten schulischen Lernerfahrung, entsprechende Angebote für sie interessant sind. Spezielle Kurse, die diese schulischen Lücken schließen, beziehungsweise eine „Brücke ins Studium“ bilden, sind daher oftmals von besonderer Bedeutung für die Zielgruppe. Das spiegelt sich auch in dem recht großen Interesse wider, denn 62 % der Befragten gaben an, dass sie es für wahrscheinlich oder gar sehr wahrscheinlich halten, an Übergangs- und Vorbereitungskursen bei Aufnahme eines Studiums teilzunehmen (Abbildung 17).

Was gegen ein Studium spricht

Nicht zuletzt war mit Blick auf die Aufgabenstellung der Servicestelle von besonderer Bedeutung, welche ggfs. beeinflussbaren Faktoren einem Studium im Wege stehen. Erste Antworten auf diese Frage lieferte bereits die Abfrage der Beratungsbedarfe. Speziell die 29 % der Teilnehmer aus der Zielgruppe, die angaben, kein Studieninteresse zu haben, befragten wir zusätzlich noch nach den Gründen für ihre Entscheidung. Ergänzend zu den Analysen von Maertsch und Voitel von 2013, die Studierende ohne Abitur nach den wahrgenommenen Schwierigkeiten fragten, konzentrierten wir uns hier auf diejenigen beruflich Qualifizierten, die für sich die Option eines Studiums konkret ausgeschlossen haben. Damit sollte die Erfassung von Ursachen gelingen, die tatsächlich zu einer Entscheidung gegen ein Studium führten.

Abbildung 18

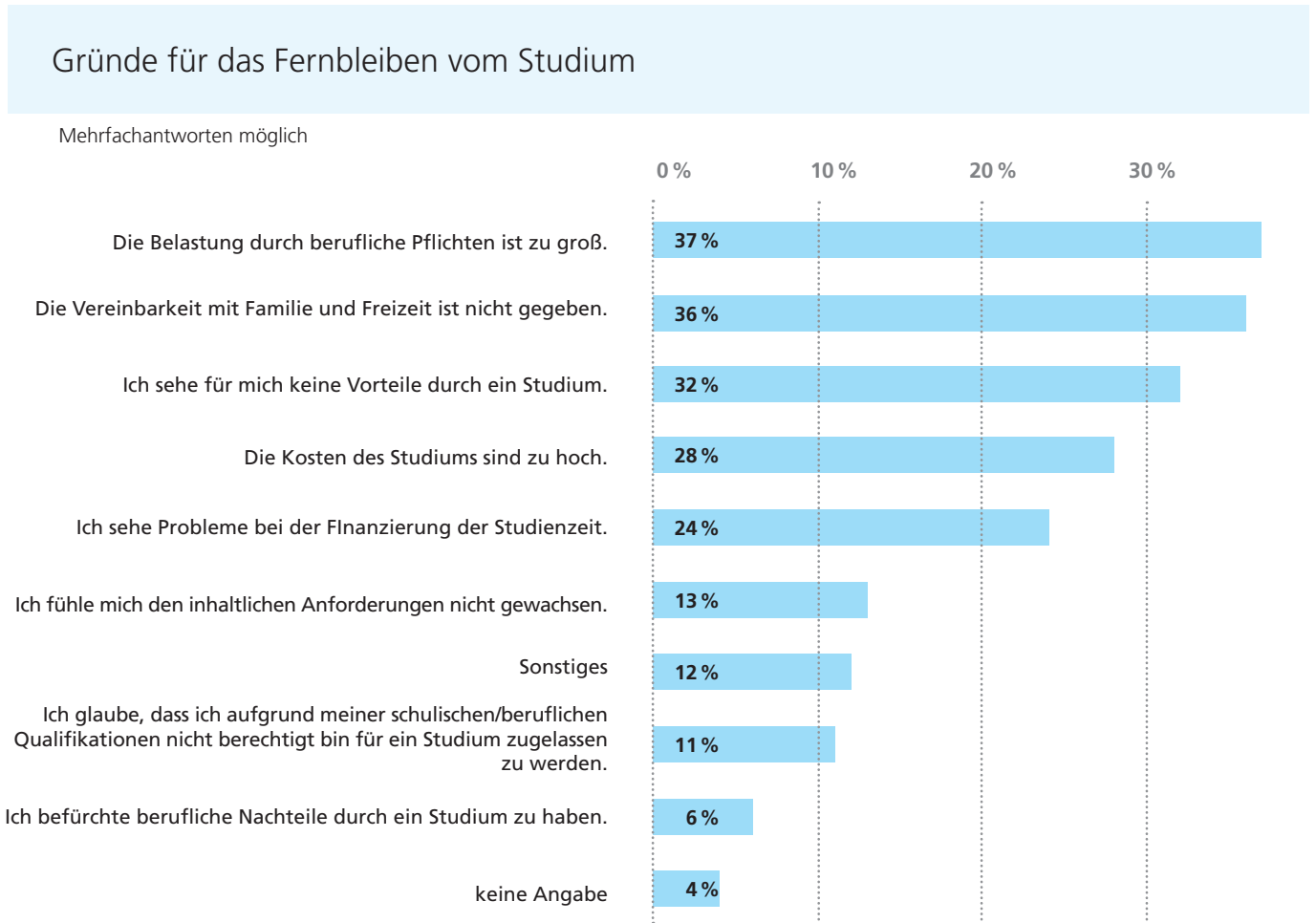


Abbildung 18:
Gründe für das Fernbleiben vom Studium

Abbildung 18 zeigt, dass die oftmals implizit als zentral herausgestellten Fragen der Finanzierung der Studienphase nur eine untergeordnete Rolle für diejenigen spielen, die sich bereits gegen ein Studium entschieden haben. Am häufigsten werden stattdessen die Vereinbarkeit mit dem Berufs- oder dem Privatleben sowie die fehlenden Vorteile eines Studiums genannt. Das deckt sich insofern auch mit vorangegangenen Ergebnissen, bei denen die fehlende Vereinbarkeit von Beruf und Studium als eine häufige Ursache für den Studienabbruch identifiziert werden konnte (Pohlentz, Tinsner 2004; Heinrich 2008; Heublein, Wolter 2011).

Tabelle 1:
Die Unterteilung der Zielgruppen

Zur besseren Unterteilung der Zielgruppe wurde zusätzlich eine Clusteranalyse unter Einbeziehung der relevanten soziodemografischen Daten (Alter, Geschlecht, Bildung, Berufsausbildung, derzeitiges/geplantes Studium, Interesse an Weiterbildungsmöglichkeiten, ggfs. Gründe für keine Weiterbildung, Beratungsbedarf) durchgeführt. Nach der Entfernung sogenannter „Ausreißer“ unter den Merkmalsträgern konnten unter den verbleibenden 905 von 1000 Fällen fünf Cluster gebildet werden, die eine Beschreibung von „Typen“ innerhalb der Zielgruppe der befragten beruflich Qualifizierten ermöglichen.

Darstellung der im Zielgruppensample identifizierten Cluster

1 Ältere Personen ohne Weiterbildungsinteresse

Das erste Cluster (N=251) weist hinsichtlich des Alters ein im Vergleich mit den anderen Clustern hohen Altersdurchschnitt von 38 Jahren auf. Zudem ist es durch einen vergleichsweise geringen Anteil von Personen ohne allgemeine schulische Hochschulzugangsberechtigung gekennzeichnet. Es setzt sich vornehmlich aus Personen zusammen, die kein Interesse an Weiterbildung haben (59 %) und auch nicht noch einmal studieren wollen (96 %).

2 Männer mit Interesse an akademischer Weiterbildung

Das zweite Cluster (N=199) setzt sich mehrheitlich aus Männern (86 %) zusammen, die im Durchschnitt 31 Jahre alt sind und ein vergleichsweise breites Interesse an Weiterbildung angeben. Besonders großes Interesse an beruflicher Weiterbildung (68 %) sowie an Wissenschaftlicher Weiterbildung und Studium (jeweils 47 %) sind kennzeichnend für Personen dieses Clusters. Außerdem wird ein sehr großer Beratungsbedarf zu Fragen der Finanzierung (85 %) angegeben..

3 Frauen mit mittlerer Reife und Interesse an Angeboten der innerbetrieblichen Fort- und Erwachsenenbildung

Das dritte Cluster (N=288) besteht überwiegend aus Frauen (78 %) und aus Personen mit mittlerer Reife/Realschulabschluss (70 %). Das Durchschnittsalter liegt bei 34 Jahren. Ähnlich wie schon im zweiten Cluster studiert bereits knapp jede/r Zehnte dieses Clusters. Auffällig sind darüber hinaus das große Interesse an Angeboten der Erwachsenenbildung (56 %) sowie der deutliche Beratungsbedarf zur Wahl der Studienrichtung.

4 Männer mit Interesse an einem Hochschulstudium

Das vierte Cluster (N=121) setzt sich vor allem aus Männern (79 %) zusammen und hat einen Altersschnitt von 33 Jahren. Knapp die Hälfte ist im Besitz einer schulischen Hochschulzugangsberechtigung. Mit 36 % ist zudem der Anteil von Personen mit anerkannter Aufstiegsfortbildung deutlich erhöht. Mit 97 % geben fast alle ein Interesse an einem Hochschulstudium an. Ebenfalls deutlich erhöht ist der Beratungsbedarf, insbesondere zu Fragen in Bezug auf die Hochschulzugangsberechtigung (72 %) sowie die Vereinbarkeit mit dem Beruf (69 %).

5 Junge Frauen mit Interesse an beruflicher Weiterbildung

Das fünfte und vergleichsweise kleine Cluster (N=46) besteht fast ausschließlich aus Frauen (98 %), die vergleichsweise jung (27 Jahre Altersdurchschnitt) und hoch qualifiziert sind. Alle haben einen anerkannten Fortbildungsabschluss, drei von vier sind zudem im Besitz einer schulischen Hochschulzugangsberechtigung (Abitur oder Fachhochschulreife). Das fünfte Cluster zeichnet sich zudem durch ein allgemein großes Weiterbildungsinteresse aus, wobei die berufliche (83 %) sowie die innerbetriebliche (72 %) Fort- und Weiterbildung mit Abstand am häufigsten genannt werden. Auffällig ist zudem der hohe Beratungsbedarf zu Finanzierungsfragen (96 %).

6 Schluss

Tabelle 2

Schematische Darstellung von Handlungsfeldern

Studieninteresse	Übergangsphase	Studium
Zielgruppenangepasste Informations- und Öffentlichkeitsarbeit, zur Erhöhung der Bekanntheit der Hochschulzugänge mittels beruflicher Qualifikationen sowie attraktiver Studienangebote.	Bedarfsgerechte Vorbereitungs- und Begleitangebote für beruflich qualifizierte, die die Anschlussfähigkeit der Zielgruppe zum Start des Studiums sichern und in der Studieneingangsphase unterstützen.	Studienangebote, die entsprechend der Zielgruppenbedarfe gestaltet sind, d. h. insbesondere vereinbar mit einer Berufstätigkeit sind (bspw. berufsbegleitende Studiengänge).
Ergebnisoffene und zwischen den unterschiedlichen Stellen idealerweise abgestimmte Beratung der Zielgruppe zu den unterschiedlichen Qualifizierungswegen im Vorfeld.	Gesicherte und transparente Prozesse zur Anrechnung außerhochschulisch erworbener Kompetenzen, um Wiederholungen zu vermeiden und zeitlich attraktivere Studienmodelle gestalten zu können.	Begleitende Beratungs- und Unterstützungsangebote (bspw. Mentoring-Programme und Tutorien), insbesondere während der Studieneingangsphase.

Folgende Ausführungen fassen die zentralen Ergebnisse der Befragung im Hinblick auf die drei Erkenntnisinteressen zunächst kurz zusammen, bevor im Anschluss näher auf mögliche Schlussfolgerungen eingegangen wird.

6.1 Zusammenfassung

Die Auswertung der mittels Befragung erhobenen Daten lieferte entscheidende Ergebnisse zur Beantwortung der eingangs gestellten Fragen. Hinsichtlich des ersten Erkenntnisinteresses, die Erfassung der aktuellen Bekanntheitsgrade der Hochschulzugänge mittels beruflicher Qualifikationen sowie der Offenen Hochschule Niedersachsen, konnte durch die Befragung Folgendes erarbeitet werden: In der Zielgruppe ist zwar eine vergleichsweise „bessere“ Verbreitung der grundlegenden Kenntnis über die „Offene Hochschule“ und die Hochschulzugänge mittels beruflicher Qualifikationen feststellbar. Allerdings ist insbesondere der Anteil von Personen, die sich bereits weiter dazu informiert haben und darüber ein eventuell latent vorhandenes Studieninteresse konkretisiert oder auch für sich ausgeschlossen

haben, noch über weitere Informationsarbeit zu steigern (lediglich 5% in der Bevölkerungsstichprobe, im Vergleich zu 25% aus der Zielgruppe gaben an, tatsächlich zu wissen, was die Offene Hochschule ist).

Zusätzlich liefert die Befragung entscheidende Hinweise hinsichtlich der zu wählenden Informationskanäle („Neue Medien“) und der über die eigentliche Zielgruppe hinausgehend zu adressierenden Personengruppen (berufliches Umfeld).

Bezüglich des zweiten Erkenntnisinteresses an den kennzeichnenden Merkmalen der Zielgruppe, die es bei der Entwicklung von Angeboten zu berücksichtigen gilt, erbrachten die Analysen mehrere sowohl für die Ansprache der Zielgruppe als auch für die Konzeption passender Bildungsangebote entscheidende Informationen: Die Datenauswertung zeigt beispielsweise, in welchen Branchen und Unternehmensbereichen die Zielgruppe vermehrt anzutreffen ist. Die Alterszusammensetzung wiederum liefert Hinweise auf die zu erwartenden Lebenssituationen. In Kombination mit den Ergebnissen in puncto der zu wählenden Informationskanäle lassen sich hieraus wichtige Schlussfolgerungen sowohl zur inhaltlichen Gestaltung (bspw.

branchenspezifisch) einer Weiterbildung oder eines Studienangebotes ziehen als auch fundierte Entscheidungen bei der Wahl der zu nutzenden Medien und zur zielgruppenaffinen Gestaltung der Werbemittel treffen.

Das dritte Erkenntnisinteresse richtete sich auf die konkreten Bedarfe und Interessen der beruflich Qualifizierten. Die Gewinnung von Daten zu diesen Aspekten soll es Studiengangs- und Angebotsentwicklern an Hochschulen und bei Bildungsträgern erleichtern, bedarfsgerechte und damit letztlich erfolgsversprechende Angebote zu konzipieren. Die mittels Clusteranalyse identifizierten „Weiterbildungstypen“ können etwa dazu genutzt werden Vermarktungsstrategien anzupassen. Die Kombination aus Interesse, Beratungsbedarf und soziodemografischen Größen, wie dem Bildungs- und Ausbildungsabschluss, gibt zudem Hinweise darauf, wie die Angebote in welchen Branchen und Unternehmensbereichen mit entsprechend angemessener Wort- und Medienwahl kommuniziert werden sollten.

6.2 Schlussfolgerungen

Die Auswertung der Befragungsergebnisse erlaubt sowohl Schlussfolgerungen als auch Ableitungen konkreter Empfehlungen. Dabei ist zwischen mehreren Handlungsfeldern zu unterscheiden, die gemeinsam einen Prozess bilden, der mehrere Akteure zu unterschiedlichen Zeitpunkten mit variierenden Maßnahmen benötigt, um erfolgreich zu verlaufen. In Tabelle 2 sind die relevanten Aspekte dieses Prozesses anhand des zeitlichen Verlaufs angeordnet.

Für einzelne dieser Handlungsfelder lassen sich aus den Befragungsergebnissen Empfehlungen hinsichtlich zu unternehmender Maßnahmen ableiten.

Ausbau der spezifischen, kompetenten Beratung

So zeigt sich beispielsweise, dass eine zielgruppenspezifische Beratung eine Vielzahl von Aspekten berücksichtigen sollte – vor allem auch Fragen zur Finanzierung und der Vereinbarkeit mit Beruf und Privatleben. Entscheidend in der Beratung ist es, sowohl beim Hochschulzugang (neben den beruflichen Qualifikationen sind dies in Niedersachsen beispielsweise auch die Zulassungsprüfung oder das Abitur über den zweiten Bildungsweg) als auch bei den möglichen Qualifizierungswegen (neben einem Studium können dies für Personen aus der Gruppe der „3+3“ noch berufliche Aufstiegsfortbildungen sein oder wissenschaftliche oder innerbetriebliche Weiterbildungen für alle beruflich Qualifizierten) ergebnisoffen, ressourcenorientiert und im Interesse der Ratsuchenden zu

beraten. Die Beratung sollte angesichts der auch messbaren Heterogenität in der Zielgruppe fallspezifisch erfolgen.

Weiterentwicklung der Vereinbarkeit von Studium und Berufstätigkeit

Wie wichtig es ist, im Handlungsfeld der Angebotsentwicklung schon bei der Konzeption die Bedarfe der Zielgruppe zu beachten, zeigt sich am nachweisbar großen Interesse beruflich Qualifizierter an Studienangeboten, die mit der Berufstätigkeit vereinbar sind. Beratungsstellen sollten daher eine Übersicht über die jeweiligen Angeboten aller möglichen Bildungswege vorweisen können. Häufig führt ein Bildungsangebot, dass das Kriterium der Vereinbarkeit erfüllt dazu, dass sich – durch die (ggfs. auch zeitlich reduzierte) Weiterführbarkeit der Berufstätigkeit – Finanzierungsfragen relativieren oder sogar klären. Umso wichtiger ist es, als Beratungseinrichtung die Entwicklungen auf dem Markt berufs begleitender Studien- und Weiterbildungsangebote zu kennen und Hilfestellung bei der Recherche nach passenden Angeboten bieten zu können. Ein Problem hierbei stellt die fehlende Kenntnis der Zielgruppe über Beratungsangebote dar, andere Untersuchungen konnten zeigen, dass Studierende mit beruflichen Qualifikationen oftmals zugleich Studierende der ersten Generation sind und daher nur geringe Kenntnisse von Hochschulen und ihren Strukturen besitzen (Duong, Püttmann 2014).

Dies zeigt noch einmal, wie wichtig eine systematische Öffentlichkeits- und Informationsarbeit ist, denn eine möglichst niedrigschwellige Ansprache der Zielgruppe durch Nutzung der relevanten Informationskanäle kann unmittelbar zu einer größeren Nachfrage und infolgedessen auch mehr Studierenden führen.³

Vorausgegangene Studien zeigen bereits, dass die Zielgruppe der beruflich Qualifizierten, ein größeres Interesse an mit der Berufstätigkeit vereinbaren Studienangeboten angibt (Pfrimmer, Wiebe 2014). Auffällig an den im Rahmen dieser Untersuchung erhobenen Daten ist, dass trotz der verhältnismäßig kürzeren Zeit am Markt ausdrücklich speziell berufs begleitende und berufsintegrierende Angebote gegenüber Teilzeitmodellen bevorzugt werden.

³ Mit Blick auf den primären Informationskanal „Internet“ ist beispielsweise die Veröffentlichung „Social Media Marketing für Hochschulen“, die die Bildungsweg Media GmbH in Kooperation mit der Hochschule Aalen und der Leuphana Universität Lüneburg entwickelt hat, zu empfehlen. Dort sind Best-Practice-Beispiele aus Hochschulen für die Nutzung dieser neuen Kommunikationskanäle zu finden.

Aus dieser Erkenntnis lassen sich gleich mehrere Schlussfolgerungen bezüglich der beschriebenen Handlungsfelder ziehen: Ein für beruflich Qualifizierte attraktives Angebot zeichnet sich in erster Linie dadurch aus, dass es mit einer Berufstätigkeit vereinbar ist. Im Rahmen von Modellprojekten des Bund-Länder-Wettbewerbs „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“, der BMBF-Initiative ANKOM sowie auch von Landesausreibungen beispielsweise in Niedersachsen wurden und werden die Entwicklung von solchen Angeboten zunehmend gefördert. Zum Teil findet man an Hochschulen auch eigenständig entwickelte Studienformen, die das Kriterium der Vereinbarkeit erfüllen. Dabei ist eine große Varianz hinsichtlich der konkreten Ausgestaltung der Angebote zu konstatieren: Von Online- und Blended Learning-Angeboten, über berufsbegleitende Angebote, die variierend die Lehre auf einzelne Wochentage oder abends und am Wochenende bündeln, haben sich unterschiedliche Formate herausgebildet.

Zum jetzigen Zeitpunkt wäre es für die angestrebte weitere Öffnung der Hochschulen vorteilhaft, wenn eine steigende Zahl von Hochschulen ein Interesse an der Zielgruppe der beruflich Qualifizierten entwickeln und damit beginnen, einzelne grundständige und weiterführende Studienangebote zu entwickeln, die mit einer Berufstätigkeit vereinbar sind. Abhängig von der hochschulischen Ausgangslage ist es nicht immer zwingend notwendig, einen Studiengang neu zu entwickeln und zu akkreditieren, auch Anpassungen beispielsweise in Form von Mehrzügigkeiten oder zunächst die Entwicklung von Zertifikatskursen sind hier vorstellbar. Häufig lohnt sich schon ein Blick in andere Fakultäten und Fachbereiche der Hochschule, um entsprechende Angebote und Verantwortliche zu finden, die bei der Entwicklung durch ihre Erfahrungen unterstützen können.

Des Weiteren erlauben die Ergebnisse zu den Bedarfen der Zielgruppe auch Schlussfolgerungen für das Handlungsfeld Anrechnung. Immerhin 78 % der beruflich Qualifizierten geben an, dass die Anrechnung ihrer beruflichen Kompetenzen für die Studienentscheidung „sehr wichtig“ oder „wichtig“ ist. Darüber hinaus bieten gesicherte Verfahren zur Anrechnung beruflicher und außerhochschulisch erworbener Kompetenzen Handlungsspielräume bei der Konzeption von zeitlich attraktiven Angeboten, beispielsweise durch Einstufungen in höhere Fachsemester oder durch die Reduzierung der wöchentlich aufzuwendenden Zeiten für das Studium.

Verbesserung des Angebots von Vorbereitungs- und Brückenkursen

Die Befragungsergebnisse legen zudem nahe, dass das Handlungsfeld „Vorbereitungskurse“ von zentraler Bedeutung ist. Sofern mehr attraktive Angebote entstehen (3. Abschnitt in Tabelle 2) und die Information über die Existenz und die Zugänge zu solchen Möglichkeiten innerhalb der Zielgruppe breiter und detaillierter vorhanden ist (1. Abschnitt in Tabelle 2), wird es verstärkt notwendig werden, auch den Übergang an die Hochschulen durch spezielle Vorbereitungs- und Brückenangebote abzusichern und zu unterstützen (2. Abschnitt in Tabelle 2). Dass solche Angebote für die Zielgruppe von Bedeutung sind, zeigt sich am Anteil von 62 % der Befragten mit Studieninteresse, die angeben, mit großer Wahrscheinlichkeit solche Angebote im Vorfeld eines Studiums zu nutzen. Das setzt allerdings voraus, dass diese Angebote bedarfsgerecht konzipiert sind. Das umfasst sowohl das Kriterium Vereinbarkeit mit der Berufstätigkeit aber auch die inhaltliche Gestaltung, denn beruflich Qualifizierte weisen kein vermindertes, sondern ein mit anderen Schwerpunkten ausgestattetes Kompetenzprofil auf, das sich ggfs. weniger durch schulische, dafür mehr durch im Beruf wichtige Kompetenzen auszeichnet (Selbst- und Zeitmanagement, Zielstrebigkeit, Motivation). Gerade für den Übergang an die Hochschule und den Einstieg ins Studium sind jedoch häufig Lern- und einschlägige schulische Fachkompetenzen entscheidend. Daher ist es wichtig, dass die beispielsweise mit Landesmitteln finanzierten und im Rahmen der Offenen Hochschule Niedersachsen erarbeiteten Angebote für Vorbereitungs- und Brückenkurse von Einrichtungen der Erwachsenenbildung weiterentwickelt und zur Anwendung gebracht werden. In den vergangenen Jahren sind viele dieser Angebote aufgrund mangelnder Nachfrage nicht zustande gekommen. Es ist zu vermuten, dass die fehlende Bekanntheit der neuen Hochschulzugänge für beruflich Qualifizierte hierfür mit ausschlaggebend war.⁴

⁴ Mit dem OHN-KursPortal hat die Servicestelle Offene Hochschule Niedersachsen im Herbst 2014 eine Plattform für interaktive Online-Vorbereitungskurse gestartet. In der ersten Projektphase haben drei Projektpartner von der Leibniz Universität Hannover, der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim Holzminden Göttingen und vom E-Learning Academic Network e. V. in Zusammenarbeit mit der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg drei Kurse speziell für die Zielgruppe der beruflich Qualifizierten entwickelt, die unabhängig von Zeit und Ort von Interessierten absolviert werden können und bei der Orientierung und auch Vorbereitung unterstützen. Wir haben die Hoffnung, dass diese Plattform nicht nur von einer wachsenden Zahl von studieninteressierten beruflich

Vorantreiben einer systematischen Informations- und Öffentlichkeitsarbeit

Von unmittelbarer Relevanz sind darüber hinaus die Erkenntnisse zum Informationsstand der beruflich Qualifizierten. Denn trotz des vergleichsweise großen Interesses an einem Hochschulstudium und sogar konkreter Studienabsichten ist der Grad der Informationsverbreitung der Hochschulzugangsberechtigung mittels beruflicher Qualifikationen sowohl in der Bevölkerungstichprobe als auch innerhalb der Zielgruppe noch nicht zufriedenstellend. Dieser Fakt ist nicht nur aus den Ergebnissen der Befragung ableitbar, sondern spiegelt sich auch in der täglichen Beratungsarbeit in der Servicestelle Offene Hochschule Niedersachsen und im Kontakt mit Personen aus der Zielgruppe sowie deren Multiplikatoren auf Messen und Informationsveranstaltungen wider. Die mangelnde Verbreitung der Information über die neuen Hochschulzugangsmöglichkeiten kann neben dem noch lückenhaften Angebot von mit einer Berufstätigkeit vereinbarenden Bachelor-Studiengängen als Erklärung dafür dienen, dass trotz des offensichtlich hohen Interesses seitens der Zielgruppe, der relative Anteil der Studienanfänger ohne Abitur im Studienjahr 2013 in Niedersachsen bei unter 2 %, absolut knapp 650 Personen, verbleibt (Landesamt für Statistik Niedersachsen 2014).⁵ Zwar ist ein erfreulicher Anstieg der Zahl der Studierenden ohne Abitur in allen Fachsemestern von knapp 10 % vom Wintersemester 2012/13 (2464 Studierende) zum Winter-

Qualifizierten genutzt wird, sondern dass weitere Kursentwickler von Hochschulen und aus der Erwachsenenbildung die Chancen, die das OHN-KursPortal als unabhängiges und gemeinnütziges Portal bieten, nutzen und eigene Kurse entwickeln.

⁵ Die angewendete Beschreibung der Zielgruppe als beruflich Qualifizierte, unabhängig davon, ob eine schulische Hochschulzugangsberechtigung vorliegt, ist hinsichtlich des verfolgten Zieles und des vergleichbaren Beratungsbedarfs angemessen, lässt sich jedoch hochschulstatistisch nicht direkt umsetzen, da bei Vorlage des Abiturs oder der Fachhochschulreife nicht systematisch berufliche Qualifikationen erfasst werden. Aus diesem Grund wird für statistische Erhebungen auf Grundlage der Vorarbeiten des CHE mittels der Schlüssel für die Hochschulzugangsberechtigungen die sogenannte Gruppe der „Ohne Abitur“ – Studierenden, respektive Studienanfänger gebildet, zu denen zusätzlich die Absolventen einer Begabtenprüfung gehören. Das Landesamt für Statistik in Niedersachsen konnte die Zahlen zum Wintersemester 2013/2014 bereits im Juni 2014 bereitstellen. Es zeigt sich, dass der Anteil unter den Studienanfängern mit 1,77 % zwar gesunken ist zum Vorjahr (1,93 %), die Zahlen absolut aber kaum differieren (573 und 607), das Absenken der Quote vielmehr auf eine Erhöhung der Gesamtzahl von Studienanfänger von 35.304 in 2012 auf 36.331 in 2013 zurückzuführen ist.

semester 2013/2014 (2706 Studierende) in Niedersachsen zu verzeichnen, ein erstes Indiz für eine verzögerte positive Entwicklung. Allerdings wären stärkere Zuwachsraten insbesondere bei den Studienanfängern notwendig, um diesen Trend mittel- und langfristig auch zu verstetigen. Vor diesem Hintergrund erscheint es daher angebracht, seitens aller Akteure das Handlungsfeld Öffentlichkeits- und Informationsarbeit zumindest kurzfristig stärker in den Fokus zu rücken, da hier auch schon durch kleinere Maßnahmen Erfolge erreicht werden können. Für einzelne Hochschulen und Bildungseinrichtungen könnte dies im ersten Schritt beispielsweise folgende Maßnahmen sein: die Zusammenfassung der für die Zielgruppe der beruflich Qualifizierten relevanten Informationen auf einer dedizierten Online-Informationsseite innerhalb des Gesamtinternetauftrittes. Solche Internetseiten sind im Idealfall über Stichworte wie „Studieren ohne Abitur“, „berufsbegleitend Studieren“, „Studieren als Meister/Fachwirt/Techniker“ und eben „Offene Hochschule“ auffindbar. Auf diesen Internetseiten könnten dann beispielsweise die relevanten Ansprechpartner zu Themen wie unter anderem „Anrechnung“ genannt werden. Darüber hinaus könnten die Möglichkeiten des Hochschulzuganges mit beruflichen Qualifikationen erläutert und die Zuordnung von Berufen und Studiengängen an der Hochschule transparent dargestellt werden. Auch für die Zielgruppe attraktive Angebote von berufsbegleitenden Studiengängen sowie Zertifikatskurse und Weiterbildungen können verknüpft werden. Ergänzend dazu wären Informationsfaltblätter für die Studienberatung und Informationsveranstaltungen für beruflich Qualifizierte sowie spezifische Vorträge bei Hochschulinformationstagen und Bildungsmessen sinnvolle Möglichkeiten. Da Informationsangebote der Hochschulen in den meisten Fällen die erste Anlaufstation sind und bleiben werden, ist es umso wichtiger, dass beruflich qualifiziert Studieninteressierte bei diesem Erstkontakt die für sie relevanten Informationen gebündelt erhalten.⁶

⁶ Die Servicestelle Offene Hochschule Niedersachsen unternimmt im Rahmen ihrer satzungsgemäßen Aufgaben eigene Anstrengungen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Dazu zählen neben Veranstaltungen gemeinsam mit den Kooperationspartnern sowohl Besuche und Teilnahmen von einschlägigen Messen und Tagungen, die Produktion von übergreifendem Informationsmaterial zum Thema Offene Hochschule sowie konkrete Projekte wie die OHN-Landkarte, auf der alle Projekte, Maßnahmen und Initiativen zum Thema in Niedersachsen dargestellt werden.

6.3 Fazit

Abschließend bleibt festzuhalten, dass die aus den Befragungsergebnissen geschlussfolgerten Empfehlungen Raum für Diskussionen lassen. Letztlich sind es für die autonom handelnden Akteure auch strategische Entscheidungen, ob und in welchem Umfang Maßnahmen in den unterschiedlichen Handlungsfeldern zur Öffnung der Hochschulen umgesetzt werden. Aus Sicht der Servicestelle Offene Hochschule Niedersachsen bieten sich Hochschulen und Einrichtungen der Erwachsenenbildung in erster Linie Chancen. Diese betreffen einerseits die Entwicklung profilbildender Alleinstellungsmerkmale durch die Einbeziehung der beruflich Qualifizierten, andererseits aber auch hinsichtlich der eigenen Zukunftsfähigkeit als Organisation mit Blick auf bereits sichtbare und prognostizierte gesellschaftliche Veränderungsprozesse, wie den demographischen Wandel, die Globalisierung oder die Zunahme heterogener Lebensverläufe. Eine Angebotsweiterentwicklung auch mit Blick auf das Konzept des lebenslangen Lernens erscheint vor diesem Hintergrund unumgänglich zu sein.

Hinsichtlich der weiteren Öffnung der niedersächsischen Hochschulen ist es zunächst wichtig, alle skizzierten Handlungsfelder bei der Konzeption von Maßnahmen zu berücksichtigen. Der Öffnungsprozess ist noch in einem solchen Status, dass eine einseitige Konzentration auf Handlungsfelder in einer der gebildeten Abschnitte der Tabelle 2 tatsächlich negative Konsequenzen zur Folge haben könnte: Eine aufwendige, landesweite Informationskampagne, die zu einem sprunghaften Anstieg von Berufsqualifizierten mit Studienabsicht führt, würde bei einem gleichbleibenden Angebot von berufsbegleitenden Bachelor-Studiengängen zu einem Nachfrageüberschuss sorgen, der gleichzusetzen ist mit Wartezeiten und infolgedessen zu Frustration bei den Betroffenen führt. Genauso würde eine forcierte Entwicklung berufsbegleitender Angebote ohne entsprechende Unterstützung beim Übergang und der notwendigen Vermarktung der Angebote zu einer fehlenden Nachfrage oder zu erhöhten Abbruchraten führen können. Mit Blick auf diese ungünstigsten anzunehmenden Fälle ist eine zeitgleiche Umsetzung von Maßnahmen in den nachfrageerzeugenden, den Übergangsbezogenen und den angebotsseitigen Handlungsfeldern zu präferieren, bis der angestoßene Prozess eine ausreichende Eigendynamik entwickelt hat.

Eine der Kernaufgaben der Servicestelle Offene Hochschule Niedersachsen ist satzungsgemäß die landesweite Koordination der Öffnung der niedersächsischen Hochschulen.

Mit konkreten Projekten, wie einer online einsehbaren OHN-Landkarte, auf der alle Projekte, Ansprechpartner und Initiativen sichtbar gemacht werden können, dem OHN-KursPortal für interaktive Online-Vorbereitungskurse oder auch eigenen Untersuchungen, versucht die Servicestelle gemeinsam mit ihren Partnern auf mehreren dieser Handlungsfelder aktiv zu sein. Eine zentrale Strategie hierzu ist die Nutzung von „guten Beispielen“, die es in vielen Bereichen schon gibt. Die weitere Öffnung der Hochschulen kann nur gelingen, wenn die niedersächsischen Hochschulen und Erwachsenenbildungsträger weiterhin auch gemeinsam mit den Partnern aus den Kammern, Verbänden und Sozialpartnern Projekte durchführen, Maßnahmen entwickeln sowie attraktive Studien- und Bildungsangebote bereitstellen..

7 Literatur

B

Banscherus, Ulf (2013):

Erfahrungen mit der Konzeption und Durchführung von Nachfrage- und Bedarfsanalysen für Angebote der Hochschulweiterbildung – Ein Überblick.

In: Wissenschaftliche Begleitung des Bund-Länder-Wettbewerbs „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“ (Hrsg.).

Berg, Helena; Grendel, Tanja; Haußmann, Iris; Lübbe, Holger; Marx, Andreas (2014):

Der Übergang beruflich Qualifizierter in die Hochschule – Ergebnisse eines Modellprojektes in Rheinland-Pfalz.

In: Zentrum für Qualitätssicherung und -entwicklung (ZQ) (Hrsg.): Mainzer Beiträge zur Hochschulentwicklung, Bd. 20. Mainz 2014.

D

Duong, Sindy; Püttmann, Vitus (2014):

Studieren ohne Abitur: Stillstand oder Fortentwicklung?

Eine Analyse der aktuellen Rahmenbedingungen und Daten. Gütersloh, Centrum für Hochschulentwicklung.

E

Eitle, Christiane; Richter, Constance;

Dunkhase, Philipp (2013):

Social Media Marketing für Hochschulen. Die Nutzung von Social-Media-Kanälen an Hochschulen. Best-Practice-Beispiele und das Potential für die Rekrutierung von neuen Studenten.

Quelle: https://www.bildungsweb.net/docs/Social-Media-Marketing-Guide_Hochschulen_2013.pdf (abgerufen am 25.06.2014).

H

Hanft, Anke; Brinkmann, Katrin (Hrsg.) (2013):

Offene Hochschulen. Die Neuausrichtung der Hochschulen auf Lebenslanges Lernen. Münster, Waxmann.

Heinrich, Antje (2008):

Das Phänomen Studienabbruch: Eine Bestandsaufnahme. Saarbrücken, VDM.

Heublein, Ulrich; Wolter, André (2011):

Studienabbruch in Deutschland. Definition, Häufigkeit, Ursachen, Maßnahmen.

In: Zeitschrift für Pädagogik, 57 (2011) 2, S. 214–236.

L

Landesamt für Statistik Niedersachsen (2014):

Studierende und Studienanfänger (Studierende im 1. Hochschulsesemester) an niedersächsischen Hochschulen im WS 2012/13 und WS 2013/14 nach Art der Hochschulzugangsberechtigung.

M

Maertsch, Katharina; Voitel, Markus (2013):

Herausforderungen für und Schwierigkeiten von beruflich qualifizierten Studierenden.

In: Agentur für Erwachsenen- und Weiterbildung (Hrsg.): Beruflich qualifiziert studieren – Herausforderung für Hochschulen. Ergebnisse des Modellprojekts Offene Hochschule Niedersachsen, S. 49–66. Bielefeld, WBV.

Maertsch, Katharina; Voitel, Markus (2013):

Unterstützungsangebote und Selbsteinschätzung.

In: Agentur für Erwachsenen- und Weiterbildung (Hrsg.): Beruflich qualifiziert studieren – Herausforderung für Hochschulen. Ergebnisse des Modellprojekts Offene Hochschule Niedersachsen, S. 67–84. Bielefeld, WBV.

Middendorff, Elke; Apolinarski, Beate; Poskowsky, Jonas; Kandulla, Maren; Netz, Nicolai (2013):

Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in Deutschland 2012. 20. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks durchgeführt durch das HIS-Institut für Hochschulforschung.

Muckel, Petra (2013):

Beschreibung der neuen Zielgruppe und die „Schlüsselproblematik“.

In: Agentur für Erwachsenen- und Weiterbildung (Hrsg.): Beruflich qualifiziert studieren – Herausforderung für Hochschulen. Ergebnisse des Modellprojekts Offene Hochschule Niedersachsen, S. 21–28. Bielefeld, WBV.

N

Nickel, Sigrun; Duong, Sindy (2012):

Studieren ohne Abitur: Monitoring der Entwicklungen in Bund, Ländern und Hochschulen.
Gütersloh, Centrum für Hochschulentwicklung.

O

Otto, Christian; Herzig, Marius; Holz, Stephanie (2013):

Ziele und Durchführung der Untersuchung. In: Agentur für Erwachsenen- und Weiterbildung (Hrsg.): Beruflich qualifiziert studieren – Herausforderung für Hochschulen. Ergebnisse des Modellprojekts Offene Hochschule Niedersachsen, S. 29–36. Bielefeld, WBV.

Otto, Christian; Schwaniger, Katja (2013):

Motivlage und berufliche Zielsetzungen von beruflich qualifiziert Studierenden.
In: Agentur für Erwachsenen- und Weiterbildung (Hrsg.): Beruflich qualifiziert studieren – Herausforderung für Hochschulen. Ergebnisse des Modellprojekts Offene Hochschule Niedersachsen, S. 37–48. Bielefeld, WBV.

P

Pfrimmer, Nicole; Wiebe, Julia (2014):

Studieren (auch ohne Abitur). Absichten und Erwartungen von Auszubildenden. Ergebnisse einer Befragung von über 750 Auszubildenden.
Industrie- und Handelskammer Hannover (Hrsg.).
Hannover 2014

Pohlentz, Philipp; Tinsner, Karen (2004):

Bestimmungsgrößen des Studienabbruchs. Eine empirische Untersuchung zu Ursachen und Verantwortlichkeiten. In: Servicestelle für Lehrevaluation an der Universität Potsdam (Hrsg.): Potsdamer Beiträge zur Lehrevaluation 1. Potsdam.

R

Raab-Steiner, Elisabeth; Benesch, Michael (2012):

Der Fragebogen. Von der Forschungsidee zur SPSS-Auswertung. 3. Aufl. Wien: Facultas.wuv

W

Wolter, André; Geffers, Johannes (2013):

Zielgruppen lebenslangen Lernens an Hochschulen – Ausgewählte empirische Befunde. In: Wissenschaftliche Begleitung des Bund-Länder-Wettbewerbs „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“ (Hrsg.).





Servicestelle Offene Hochschule Niedersachsen gGmbH
Kurt-Schumacher-Straße 29
30159 Hannover
www.offene-hochschule-niedersachsen.de