



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

UNIVERSITÄTSKOLLEG



UNIVERSITÄTSKOLLEG-SCHRIFTEN ■ BAND 23

NEXD17

November Expert Days 2017

Kerstin Mayrberger (Hrsg.)

UNIVERSITÄTSKOLLEG-SCHRIFTEN ■ BAND 23

NEXD17

November Expert Days 2017

Kerstin Mayrberger (Hrsg.)

STUDIE ONLINE-SELF-ASSESSMENTS AN DEUTSCHEN HOCHSCHULEN

181 Einleitung

- 182 1. Relevante Kriterien zur Beschreibung und Analyse von OSAs
- 184 1.1. Zugänglichkeit
- 185 1.2. Inhalte
- 187 1.3. Nutzerfreundlichkeit
- 187 1.4. Transparenz
- 188 1.5. Gelungenes und Verbesserungswürdiges
- 192 2. Methodisches Vorgehen der Typologisierung
- 192 2.1. Fallauswahl
- 193 2.2. Typologisierung nach Kelle und Kluge
- 196 3. Vorstellung der Ergebnisse der Typologisierung und Darstellung von Ankerbeispielen
- 197 3.1. Typ 1 „Studierendenmarketing“
- 197 3.1.1. Zentrale Merkmalsausprägungen
- 198 3.1.2. Ankerbeispiel: Informationsplattform für Studieninteressierte – Hochschule Bremerhaven: BWL – ein Studium für mich?
- 200 3.2. Typ 2 „Studienorientierung“
- 201 3.2.1. Zentrale Merkmalsausprägungen
- 201 3.2.2. Ankerbeispiel: „Orientierungstest »was-studiere-ich.de«“
- 203 3.3. Typ 3 „Studienanforderungen“
- 203 3.3.1. Zentrale Merkmalsausprägungen
- 204 3.3.2. Ankerbeispiel: „Aachener SelfAssessments“: Wirtschaftswissenschaften (im Rahmen der Studiengänge Wirtschaftsingenieurwesen)
- 206 3.3.3. Ankerbeispiel 3a: „BeVorStudium: Online-Self-Assessment Mathematik“
- 208 3.3.4. Ankerbeispiel 3b: „OSA Technikjournalismus / Technik-PR“
- 210 3.4. Typ 4 „Studienerwartungen“
- 210 3.4.1. Zentrale Merkmalsausprägungen
- 210 3.4.2. Ankerbeispiel: „RUBCheck ETIT“
- 212 4. Darstellung von Good Practices
- 213 4.1. Good Practice Typ 1 „Studierendenmarketing“:
„OSA B.A. Bildungs- und Erziehungswissenschaft“
- 216 4.2. Good Practice Typ 2 „Studienorientierung“:
„Orientierungs-SelfAssessment“
- 218 4.3. Good Practice Typ 3 „Studienanforderungen“

- 218 4.3.1. Good Practice Typ 3a „Studienanforderungen / Anforderungen bezogen auf vorhandenes Schulwissen“: „Online-Selbsteinschätzungs-Assistent OSA Mathematik“
- 221 4.3.2. Good Practice Typ 3b „Studienanforderungen / Anforderungen bezogen auf erforderliches Wissen im Studium“: Self-Assessment der Ernst-Abbe-Hochschule Jena
- 223 4.4. Good Practice Typ 4 „Studienerwartungen“: „Virtuelle Studienorientierung für Informatik der Hochschule Rosenheim“
- 226 5. Fazit und Ausblick

- 228 Literatur
- 229 Autorinnen
- 231 Anlagen

ONLINE-SELF-ASSESSMENTS AN DEUTSCHEN HOCHSCHULEN

Typen, Einsatzkontexte und Good Practices

Stefanie Brunner, Stefanie Kretschmer und Annika Maschwitz
unter Mitarbeit von Tim Baalman
unter wissenschaftlicher Leitung von Prof. Dr. Anke Hanft

Durchführung: Wolfgang Schulenberg-Institut für Bildungsforschung
und Erwachsenenbildung (ibe)
<https://schulenberg-institut.de>

Einleitung

Das Thema der Heterogenität von Studierenden hat in den letzten Jahren sowohl in der Hochschulforschung als auch in der Hochschulpraxis stark an Bedeutung gewonnen. Hochschulen stehen vor der Herausforderung, in der Gestaltung ihres Studienangebots die unterschiedlichen Lebens- und Berufssituationen sowie Lernvoraussetzungen und Bedürfnisse der Studierenden stärker als bisher zu berücksichtigen. Um die Studierenden bei ihrer Studienentscheidung zu unterstützen, ihnen eine fachliche Orientierung vor Studienstart zu bieten und sie auf die Anforderungen eines Studiums vorzubereiten, arbeiten viele Hochschulen mit onlinebasierten Self-Assessments. Eine im Frühjahr 2017 von der Koordinierungsstelle der Begleitforschung des Qualitätspakts Lehre (KoBF)¹ durchgeführte Analyse ergab, dass die Entwicklung von Online-Self-Assessments (OSAs) an den im Rahmen des Qualitätspakts Lehre (QPL) geförderten Hochschulen eine der zentralen Maßnahmen der QPL-Projektarbeit darstellt (Brunner, 2017). Sie zeigte auch, dass derzeit wenig Transparenz darüber besteht, welche Formen von OSAs an den Hochschulen eingesetzt werden, welche Zielgruppen adressiert und welche Zielsetzungen damit verfolgt werden. Zudem ist in der Regel unklar, wie die OSAs in die Regelstrukturen der Hochschulen integriert sind. Eine vergleichende Analyse von Online-Self-Assessments, die diese Fragestellungen in den Blick nimmt, liegt bislang nicht vor. Ebenso fehlen empirisch gestützte Qualitätskriterien für die Konstruktion und wissenschaftliche Evaluation von OSAs.

Die vorliegende Studie geht diesen offenen Fragen nach, wobei insbesondere eine Typologisierung der bestehenden OSAs im Fokus steht. Hierfür werden im ersten Kapitel die Ergebnisse der Studie von Brunner (2017) vorgestellt, in deren Rahmen wesentliche Bestandteile der von QPL-Projekten an Hochschulen entwickelten und bis April 2017 veröffentlichten Self-Assessments identifiziert und in einem Kriterienkatalog erfasst wurden. Darüber hinaus werden mögliche Einsatzkontexte sowie potenzielle Chancen und Risiken des Einsatzes von Self-Assessments erörtert. Um eine weitergehende, empirisch basierte Systematisierung von OSAs über den Qualitätspakt Lehre hinaus leisten zu können, erfolgt darauf aufbauend eine umfassende kriteriengeleitete Analyse der im OSA-Portal² gelisteten OSAs deutscher Hochschulen in Form einer Typologisierung. Das methodische Vorgehen der Typologisierung in Anlehnung

1 https://de.kobf-qpl.de/public_pages/3 [20.10.2017]

2 <http://www.osa-portal.de> [20.10.2017]

an Kelle und Kluge (2010) wird im zweiten Kapitel beschrieben und entwickelt. Anschließend werden im dritten und vierten Kapitel die Kriterien der identifizierten Typen erläutert sowie an Ankerbeispielen und Good Practices veranschaulicht. Die Studie schließt im fünften Kapitel mit einem Fazit und Ausblick.

1 Relevante Kriterien zur Beschreibung und Analyse von OSAs

Im Frühjahr 2017 wurden in einer gemeinsam von KoBF und dem Wolfgang Schulenberg-Institut für Bildungsforschung und Erwachsenenbildung (ibe)³ initiierten Studie 30 Online-Self-Assessments (OSA), die seit 2010 im Rahmen des QPL von 24 Hochschulen entwickelt und implementiert wurden, gesichtet (Brunner, 2017). Zur Abbildung wesentlicher Bestandteile der OSAs wurde deduktiv mittels Literaturrecherche und -analyse ein Kriterienkatalog erstellt, der in einem zweiten Schritt aus dem bestehenden Material (OSAs) heraus induktiv erweitert wurde. Anschließend wurden die Assessments anhand der entstandenen 25 Kriterien (vgl. Tabelle 1) analysiert und die zentralen Ergebnisse zusammengefasst. In der Studie wird erörtert, in welchem Rahmen der Einsatz von Ressourcen zur Entwicklung von OSAs sinnvoll sein kann. Folgende Fragen können gestellt werden: Muss es sich hierbei ausschließlich um einen Nutzen handeln, der durch testtheoretisch validierte Instrumente erreicht wird, d. h. zum Beispiel im Sinne von möglichst eindeutigen und passenden Studienempfehlungen? Existieren daneben möglicherweise auch andere Ziele, die mit OSAs verfolgt werden können, wie z. B. Studierendenmarketing?

Die folgende Tabelle bietet einen Überblick über wesentliche Bestandteile, mithilfe derer OSAs beschrieben werden können:

Lfd. Nr.	Kriterien	Erläuterungen
1	Name des Self-Assessment-Tools	Die Hochschulen geben den Self-Assessment-Tools zum Teil unterschiedliche Namen, um so z. B. eine bessere Wiederauffindbarkeit durch bestimmte Schlagwörter in der Websuche zu erreichen. Weitere mögliche Gründe dafür könnten sein: Abgrenzung zu anderen Tools, Betonung spezieller Eigenschaften (z. B. „Navigator“) oder moderner Klang (z. B. „virtuelle Studienberatung 2.0“).
2	URL	die Internetadresse des OSAs
3	Herausgeberin/Herausgeber	privat oder öffentlich, Verbund, Hochschule, Fachbereich, Studiengang, Projekt, weitere Anbieter
4	Zielgruppe	Sind die Zielgruppen allgemein „Studieninteressierte“ oder werden spezielle Gruppen oder Altersstufen erwähnt?
5	Verfahrenstyp	allgemein oder fachspezifisch
6a	Beteiligte der Entwicklung genannt	ja/nein

3 <http://www.schulenberg-institut.de> [20.10.2017]

Lfd. Nr.	Kriterien	Erläuterungen
6b	Entwicklungsverfahren dargestellt	ja / nein
6c	wissenschaftlich fundiert	ja / kein Hinweis
6d	Ansprechpartner Entwicklung genannt	ja / nein
7	genutzte Plattform	ja / kein Hinweis
8	FAQ-Liste vorhanden	ja / nein
9	Kosten	kostenpflichtig vs. kostenfrei
10	Inhalte	im Assessment aufgeführte Inhalte
11a	Wird eine ungefähre Bearbeitungsdauer genannt?	ja / nein
11b	Wenn ja: Angabe der Dauer	in Minuten
12	Besonderheiten bei der Durchführung	z. B. (Web-)Gestaltung, zu beantwortende Fragen bei einer Registrierung etc.
13a	Registrierung / Anmeldung nötig	ja / nein
13b	Registrierung / Anmeldung schnell / unkompliziert	ja / nein
13c	späteres Fortfahren möglich / Speicherung der Ergebnisse	ja / nein
13d	Art des Anmeldeverfahrens	z. B. Double-Opt-in (mit Rückbestätigung durch E-Mail-Link; sichereres Verfahren)
14	Datenschutz wird thematisiert	ja / nein
15a	Muss man das OSA absolvieren?	ja / nein
15b	Wenn ja: Muss man das OSA bestehen?	ja / nein
16	Gibt es einen Hinweis auf benötigte Hilfsmittel?	ja / nein
17	Gibt es eine Fortschrittsanzeige?	ja / nein
18	Nutzerfreundlichkeit / Navigation	Auffälligkeiten wie z. B. besonders gute Nutzerführung, verwirrende oder eindeutige Navigation, Barrierefreiheit bzw. -armut z. B. bei der Farbgestaltung
19	Grafische Gestaltung / Design	z. B. eigener Gestaltungsrahmen oder Einbettung in Corporate Design der jeweiligen Universitäts- / Hochschul-Webseite
20	Auswertung	Art der Ergebnis- und Lösungsdarstellung, z. B.: Werden Lösungen bereitgestellt? Ist der Lösungsweg nachvollziehbar dargestellt? Wird die erreichte Punktzahl ins Verhältnis zu Referenzgruppen gesetzt?
21	Feedback	Bewertung / Rückmeldung zu den Ergebnissen, z. B.: Wird die Bedeutung der Aufgabenbereiche für das Studienfach erläutert? Gibt es eine Einschätzung zur Studierfähigkeit und zu Verbesserungsmöglichkeiten?

Lfd. Nr.	Kriterien	Erläuterungen
22	Verknüpfung zu anderen Informations- und Beratungsangeboten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ weitere Tipps oder Hinweise ▪ Buchempfehlungen ▪ Vorbereitungsangebote innerhalb und außerhalb der Hochschule ▪ Beratungsstellen ▪ etc.
23	Download der Ergebnisse als PDF	ja / nein
24	Besonderheiten	auffällige Merkmale, die durch andere Kriterien dieser Auflistung nicht abgedeckt werden
25	Gibt es eine Evaluation?	Werden Nutzerinnen und Nutzer im Anschluss an den Test um eine standardisierte Bewertung / Rückmeldung gebeten (z. B. kurzer Evaluationsfragebogen)?

Tabelle 1: Kriterienkatalog wesentlicher Bestandteile von Online-Self-Assessments (Brunner, 2017)

Aufbauend auf diesem Kriterienkatalog⁴ lassen sich vier Aspekte hervorheben, die besonders wesentlich für die Gestaltung von OSAs und ihre Nutzbarkeit sind:

1. die Zugänglichkeit zu den OSAs
2. die Inhalte
3. die Nutzerfreundlichkeit
4. die Transparenz

Darüber hinaus wurden generelle Einschätzungen, welche Aspekte der Assessments als gelungen und welche Anteile als verbesserungswürdig beurteilt werden können, zusammengefasst (Kapitel 1.5).

1.1 Zugänglichkeit

Damit ein Angebot im Internet die anvisierte Gruppe erreicht, muss es zunächst einmal sichtbar bzw. auf irgendeine Weise auffindbar sein. Studieninteressierte suchen heute meist über Stichwörter, die sie in eine Suchmaschine eingeben. Entsprechend ist eine wesentliche Frage, wie gut OSAs über diesen Weg gefunden werden können. Wird ein OSA aufgerufen, stellt sich den Nutzerinnen und Nutzern die nächste Frage, nämlich, ob es zum Erreichen der eigenen Ziele nützlich sein wird und es sich lohnt, die Zeit dafür zu investieren. Insofern kommt der transparenten Darstellung, für welche Zielgruppe und welche Zwecke das OSA bereitgestellt wurde, hohe Bedeutung zu. Schließlich ist von Interesse, wie aufwendig der Zugang zum Assessment nach dem Aufrufen der Startseite ist: Ist eine Registrierung notwendig, welche und wie viele Daten müssen dafür eingegeben (und preisgegeben) werden? Muss zusätzlich eine Bestätigungs-E-Mail abgerufen werden oder ist die Nutzung niedrigschwellig und unkompliziert ohne Registrierung möglich?

4 Eine ausführliche Erläuterung der Kriterien findet sich bei Brunner (2017).

Name des Tools (Kriterium 1)

Nutzerinnen und Nutzer der Generation der „Digital Natives“ suchen Inhalte im Internet sehr häufig über Suchmaschinen. Insofern kommt dem Stichwort bzw. den Stichwörtern, die von ihnen zur Suche genutzt werden, eine große Bedeutung zu. Entsprechend bemerkenswert ist die Bandbreite von Namen, die für OSAs existieren, können sie doch eine schnelle und zielführende Suche erleichtern oder erschweren.

Neben dem auch in der Fachliteratur verwendeten Begriff „Online-Self-Assessment“ finden sich in der von Brunner (2017) untersuchten Stichprobe (30 OSAs von 24 Hochschulen) weitere 17 Begriffe wie z. B. „Navigator“, „virtuelle Studienberatung“ oder „Online-Studienwahl-Assistent“. Einige Hochschulen haben auch besondere Eigennamen vergeben: „Test & Check“, „RubCheck“ (Rub steht für die Ruhr-Universität Bochum), „Skala“ sowie „Studienkompass“.

Zielgruppe (Kriterium 4)

In den untersuchten OSAs werden vor allem undifferenziert und allgemein „Studieninteressierte“ angesprochen. Einige wenige Assessments adressieren eine spezielle Gruppe der Studieninteressierten wie z. B. Studienbewerberinnen und -bewerber oder Interessierte, die sich für einen ganz bestimmten Themenbereich interessieren. Lediglich ein Assessment differenziert in der Ansprache Abiturientinnen und Abiturienten, Studienfachwechslerinnen und -wechsler und berufsqualifizierte Quereinsteigerinnen und Quereinsteiger. Dies ist von Relevanz, da die Beachtung der spezifischen Zielgruppe bei der Testkonstruktion in einem spezifisch zugeschnittenen Angebot an Aufgaben oder Informationen resultieren könnte, bspw. für berufsqualifizierte Studieninteressierte, Studieninteressierte mit oder ohne allgemeine Hochschulreife.

Anmeldeverfahren (Kriterium 13d)

Bei einem Drittel der untersuchten OSAs ist eine Registrierung zwingend notwendig für das Absolvieren des Tests. Vier Tests ermöglichen (optional) eine Registrierung zur Speicherung von Ergebnissen und späteren Weiterbearbeitung. 15 Tests bieten keine Registrierungsmöglichkeit. Acht der Assessments, die eine Registrierung vorsehen, verwenden das Double-Opt-in-Verfahren, das als professioneller und seriöser Standard gilt, weil dadurch einem Missbrauch der verwendeten E-Mail-Adresse vorgebeugt wird. In den meisten Fällen funktionierte die Registrierung damit unkompliziert, lediglich in einem Fall dauerte es eine Stunde, bevor die notwendige Bestätigungsmail eintraf.

1.2 Inhalte

In dieser Kategorie interessiert vor allem der inhaltliche Aufbau der Assessments: Inwiefern besteht eine wissenschaftliche Fundierung (waren z. B. Fachwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler bei der Textentwicklung beteiligt)? Wie ausführlich und transparent sind die Auswertung der Aufgaben und das OSA insgesamt dargestellt? Zudem sind Umfang und Qualität des Feedbacks von Relevanz, da das Feedback eine wesentliche Rolle dabei spielt, welcher Nutzen aus dem Absolvieren des Tests gezogen werden kann.

Wissenschaftliche Fundierung (Kriterium 6c)

Lediglich drei von 24 Hochschulen verweisen auf wissenschaftliche Entwicklungsverfahren unter Mitwirkung von Fachwissenschaftlerinnen und -wissenschaftlern (bspw. Bildungsforscherinnen und -forschern oder Psychologinnen und Psychologen); wei-

tere zwei erwähnen ein Entwicklungsverfahren (jedoch fehlen explizite Hinweise auf eine wissenschaftliche Fundierung). Nur acht Hochschulen verlinken direkte Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner für den Test. Bei keinem der untersuchten Tests wird das Vorgehen der Entwicklung konkret erläutert oder gar auf zugrunde liegende Standards verwiesen wie z. B. die „Standards for educational and psychological testing (APA)“.⁵

Inhaltliche Ausrichtung und Gestaltung (Kriterium 10)

Die untersuchten OSAs behandeln vor allem folgende Bereiche:

1. die Studienfachwahl
2. die Studieneignung
3. Interessen
4. Überprüfung von Erwartungen
5. Informationen zu einem speziellen Studiengang an einer speziellen Hochschule
6. Basisaufgaben eines Studienfelds
7. Informationen über eine spezielle Hochschule

Es werden verschiedene Darstellungsmittel genutzt wie z. B. Bilder, Grafiken, Tabellen, Animationen und Videos und auch interaktive Elemente wie z. B. „Drag-and-drop“ für das Zuordnen von Antworten.

Auswertung, Ergebnisdarstellung, Feedback und weiterführende Angebote (Kriterien 20, 21 und 22)

Bei neun der untersuchten fachspezifischen OSAs werden an keiner Stelle Lösungen angegeben, d. h. es gibt keinerlei konkrete Rückmeldung zu Fehlern. Bei zwölf Assessments werden entweder direkt nach der jeweiligen Aufgabe, nach dem entsprechenden Teilbereich oder am Ende des Tests Lösungen angezeigt. Bei einem Test wird nur ein Teil der Lösungen angezeigt.

Viele OSAs nutzen sowohl grafische Elemente zur Ergebnisdarstellung als auch Vergleichswerte anderer Studierender. Einige Assessments beziehen sich zudem auf wissenschaftliche Modelle zur Studienpassung (z. B. RIASEC nach Holland, 1994).

Sechs der untersuchten Assessments schließen mit einem ausführlichen Feedback ab. Dem gegenüber stehen acht OSAs, die entweder gar kein oder nur ein sehr kurz gehaltenes Feedback geben. Zwei Assessments melden zurück, dass Muster beim Ausfüllen des Tests identifiziert wurden; eins davon weist auf die dadurch „eingeschränkte Aussagekraft“ hin. Motivierende Formulierungen (trotz schlechter Ergebnisse) finden sich in drei Assessments; in nur zwei Assessments wird auf Grenzen der Ergebnisinterpretation hingewiesen. In einem Assessment wurde im Anschluss an ein schlechtes Abschneiden ein klares Feedback gegeben, ob die Motivation wirklich ausreicht, um das Studium absolvieren zu können, und zwar ohne Verlinkungen auf weitere Unterstützungs- oder Vorbereitungsangebote. In etwas mehr als zwei Drittel der untersuchten OSAs gab es hingegen diese Verlinkungen zu weiterführenden Informations- und/oder Beratungsangeboten, insgesamt bei 23 Assessments. Dabei handelte es sich meist um Verlinkungen zur Fachstudienbera-

5 Hrsg.: American Educational Research Association (AERA), der American Psychological Association (APA) sowie das National Council on Measurement in Education (NCME), <http://www.apa.org/science/programs/testing/standards.aspx> [20.10.2017]

tung und zur Allgemeinen Studienberatung. In einigen Fällen wurde auf Vorkurse, weitere fachbezogene Self-Assessments oder andere Hochschulangebote für Studieninteressierte hingewiesen.

Lediglich in einem OSA wird am Ende des Tests zur niedrigschwelligen Kontaktaufnahme ein Formular angezeigt.

1.3 Nutzerfreundlichkeit

Nutzerfreundlichkeit und grafische Elemente (Kriterien 18 und 19)

Immerhin in zwölf der untersuchten 30 Fälle ist die Navigation der Online-Self-Assessments einwandfrei und intuitiv nutzbar. In einem der Assessments ist eine Navigation nicht nötig, da es nur eine einzige Seite beinhaltet. Bei den weiteren der untersuchten Assessments gibt es folgende Kritikpunkte an der Navigation: In zehn Fällen wurde auf einen „Zurück“-Button verzichtet, und in lediglich einem Assessment wird diesbezüglich darauf hingewiesen, dass damit ein Ändern der Antworten im Nachhinein verhindert werden soll. Die Platzierung der Navigationsbuttons ist bisweilen ungewöhnlich und nicht intuitiv, und auch die grafische Darstellung erschwert bisweilen die Nutzbarkeit (Farbgestaltung, zu große Nähe zu weiteren Links bzw. zu wenig Raum zwischen Elementen).

Auffallend ist, dass in der Mehrzahl der Assessments kaum Bilder verwendet werden. Häufig wird eine große Zahl an Fragen in Tabellenform präsentiert, was auf Nutzerinnen und Nutzer schnell ermüdend und konzentrationsabbauend wirken kann.

Als „sehr ansprechend“ wird lediglich eines der untersuchten 30 Assessments bewertet, als „ansprechend“ drei sowie weitere acht als „schlicht, aber ausreichend ansprechend“. Insgesamt deuten die Ausführungen darauf hin, dass an vielen Stellen Verbesserungspotenzial in den Bereichen der Usability und des Webdesigns bestehen.

1.4 Transparenz

Dauer (Kriterien 11a und b)

Die überwiegende Zahl der OSAs nennt eine ungefähre Bearbeitungsdauer. Allerdings ist dies bei vielen der Assessments eine sehr pauschale Zeitangabe (z. B. 90 Minuten) ohne weitere Informationen dazu, wie sich diese z. B. auf die verschiedenen Testteile verteilt.

Datenschutzhinweise (Kriterium 14)

Einige wenige OSAs weisen explizit auf datenschutzrechtliche Bedingungen hin und / oder erläutern, was mit den Daten geschieht oder eben auch nicht geschieht (z. B. dass sie im Anschluss wieder gelöscht werden oder dass ein Cookie gesetzt wird). Bei einigen OSAs werden persönliche Daten erhoben, bevor eine Anzeige der Auswertung erfolgt; bei nahezu keinem dieser OSAs wird erläutert, was mit den personenbezogenen Daten passiert und weshalb sie an dieser Stelle erhoben werden.

FAQ-Liste (Kriterium 8)

Einige OSA-Webseiten bieten einen Überblick in Form einer FAQ-Liste mit den wichtigsten Fragen und Antworten zu dem Verfahren an. Dies reicht z. B. von Informationen dazu, was ein Self-Assessment überhaupt ist, über Hinweise zum Datenschutz und die Darstellung des Ablaufs des konkreten Assessments bis hin zur anvisierten

Zielgruppe und den Zielen des OSAs. So können sich Nutzerinnen und -nutzer sehr schnell einen Überblick darüber verschaffen, für wen das OSA gedacht ist, welche Ziele ggf. damit erreicht werden können und welche weiteren Rahmenbedingungen vorliegen.

Ansprechpartner (Kriterium 6d)

Tatsächlich werden auf den wenigsten Seiten von OSAs Ansprechpartner für die Entwicklung genannt oder verlinkt. Es ist schwierig und meist sogar überhaupt nicht möglich, Verantwortliche zu identifizieren, um z. B. inhaltliche oder technische Informationen zu erhalten oder auch Rückmeldungen zu geben.

1.5 Gelungenes und Verbesserungswürdiges

Unter den Kategorien 26 und 27 wurden in der Studie von Brunner (2017) Aspekte der Assessments zusammengetragen, die als besonders gelungen oder als verbesserungswürdig bewertet wurden. Aufbauend auf den zuvor zusammengefassten Bereichen (Kapitel 1.1 bis 1.4) wurden folgende Kategorien zur Strukturierung herangezogen:

- inhaltliche Konstruktion
- Programmierung und Technik
- Nutzerfreundlichkeit und Gestaltung
- Transparenz und Eindeutigkeit

Im Folgenden wird zusammenfassend eine Auswahl der negativen und positiven Aspekte vorgestellt (ohne Häufigkeitsangaben). Weiterführende Informationen hierzu finden sich bei Brunner (2017).

Inhaltliche Konstruktion

In dieser Kategorie können einige negative, aber auch positive Aspekte angeführt werden. Negativ fielen unter anderem folgende Punkte auf: In einigen Tests gab es keine Aufgabenlösungen, fehlerhafte Verlinkungen innerhalb des Tests oder auch fehlende Verlinkungen zu erwähnten Vorbereitungsangeboten, die anschließend nur schwer oder gar nicht gefunden werden konnten. In manchen Fällen wurden Punkte vergeben für Antworten auf nicht leistungsbezogene Fragen, bspw. bei Fragen zur Evaluation des Tests. In einigen OSAs wird die Auswertung erst nach der Angabe von personenbezogenen Daten angezeigt (diese Daten sind jedoch nicht für die Testauswertung selbst inhaltlich relevant, sie sind lediglich für die Testanbieter von Interesse).

Besonders positiv aufgefallen sind Tests, die direkt nach jeder Frage auch die Lösung, eine Musterlösung oder eine Erläuterung präsentierten. Einige Tests beginnen mit einfacheren Fragen und steigern schrittweise das Anforderungsniveau. Ebenso gelungen ist in einigen OSAs eine abwechslungsreiche Aufgabenbearbeitung und die Einbindung ungewöhnlicher interaktiver Elemente, die die Motivation und Aufmerksamkeit der Nutzerinnen und Nutzer binden und aufrechterhalten.

Programmierung und Technik

Negativ aufgefallen sind in dieser Kategorie die fehlerhafte Anzeige von Inhalten, z. B. abgeschnittener Text, fehlerhafte Zeichen in mathematischen Formeln und fehlerhafte Verlinkungen. Positiv aufgefallen sind OSAs, die die Testergebnisse unkompliziert

ziert in (barrierefreiem) PDF-Format ausgeben oder die Zusendung der Ergebnisse per E-Mail anbieten. Einige Tests ermöglichen auch ohne aufwendiges Registrierungsverfahren eine spätere Weiterbearbeitung des OSAs durch die Nutzung eines Codes.

Nutzerfreundlichkeit und Gestaltung

In manchen Tests sind die Navigations-Buttons ungünstig platziert, wodurch eine zügige Bearbeitung eingeschränkt wird. In einigen Fällen war die Abfolge in der Navigation nicht eindeutig, sodass durch willkürliches Anklicken von Schaltflächen ausprobiert werden musste, wie es im Test weitergehen soll. Auf einigen Webseiten wurde helle Schrift auf heller Hintergrundfarbe verwendet (nicht barrierefrei). Häufig wurden nur wenige Bilder verwendet und stattdessen lange Lesetexte eingesetzt oder viele Fragen in Tabellenform aneinandergereiht, was einen ermüdenden Effekt hat.

Einige OSAs gaben hilfreiche Hinweise dazu, mit welchen mobilen Endgeräten der Test problemlos bearbeitet werden kann. Positiv fiel auch auf, wenn die Testergebnisse grafisch ansprechend aufbereitet waren: Auch wenn diese gegebenenfalls schlecht ausgefallen sein sollten, sind die Nutzerinnen und Nutzer auf diese Art eher motiviert, sich damit auseinanderzusetzen. Ähnliches gilt für den Einsatz von Emoticons, eine freundliche Ansprache sowie motivierende bzw. konstruktive Rückmeldungen bei schlechten Ergebnissen.

Transparenz und Eindeutigkeit

Bei fast allen betreffenden Tests blieb unklar, ob abgefragte personenbezogene Daten lediglich der Statistik dienen oder in irgendeiner Weise in die Darstellung oder Auswertung des Assessments mit einbezogen werden. In einigen OSAs, deren Menüführung eher offengehalten war, wurde nicht darauf hingewiesen, dass erst nach dem Absolvieren bestimmter Bereiche weitere Bereiche zur Bearbeitung freigegeben werden. An einigen Stellen tauchten plötzlich neue Titel bzw. Begriffe für die Webseite des OSAs auf, die nicht bekannt waren und z. T. merkwürdig klangen, wie z. B. der Kunstname einer Lernplattform, der sonst in der Beschreibung noch nie aufgetaucht war (und sehr wahrscheinlich die technische Grundlage des Tests darstellt, was jedoch nicht erläutert wird).

Einige OSAs beschreiben sehr transparent den Testaufbau, Navigation und Menü und stellen detaillierte Angaben zur Dauer des Assessments zur Verfügung.

Inhaltliche Konstruktion	
<i>gelingen</i>	<i>verbesserungswürdig</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anzeige der Lösung sowie Erläuterung direkt nach jeder Frage ▪ niedrighschwelliger Einstieg mit einfacheren Fragen ▪ abwechslungsreiche Aufgabenbearbeitung, ungewöhnliche interaktive Elemente ▪ umfangreiche Informationen ▪ detaillierte Aufgabenbeschreibung ▪ zusätzliche Abfrage, ob man bei der Bearbeitung gestört wurde (zur besseren Einschätzung der Qualität der Antwort) ▪ interaktive Elemente ▪ viele Reflexionselemente 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ fehlende Lösungen ▪ fehlerhafte Übergänge von einem Bereich zum nächsten ▪ in der Auswertung werden Punkte vergeben für nicht leistungsbezogene und somit nicht bewertbare Angaben (z. B. eigene Einschätzung zur Testqualität) ▪ schwere Aufgabe zu Beginn des Tests ▪ zwingende Angabe von personenbezogenen Daten für die Auswertung ▪ suggestive Gestaltung von Fragen ▪ fehlende Verlinkung zu erwähnten Vorbereitungsangeboten

Programmierung und Technik	
<i>gelingen</i>	<i>verbesserungswürdig</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ergebnisse werden in barrierefreiem PDF zur Verfügung gestellt ▪ Zusendung der Ergebnisse per E-Mail möglich ▪ späteres Fortsetzen durch Code möglich (ohne Registrierungsverfahren) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ fehlerhafte Anzeige (z. B. abgeschnittener Text, fehlerhafte Zeichen in Formeln) ▪ fehlerhafte Verlinkungen (auf falschen Bereich oder Link funktioniert gar nicht)
Nutzerfreundlichkeit und Gestaltung	
<i>gelingen</i>	<i>verbesserungswürdig</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ technische Hinweise zur Nutzbarkeit ▪ mobiler Endgeräte ▪ Anleitung sowie Schreibaufgaben als PDF verfügbar (per Download Offline-Bearbeitung möglich) ▪ grafisch ansprechende Aufbereitung der Ergebnisse ▪ Auflockerung durch Emoticons ▪ freundliche Ansprache ▪ motivierende bzw. konstruktive Rückmeldung trotz schlechtem Ergebnis 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ungünstige Verortung von Navigations-Buttons ▪ unklare Navigationsabfolge ▪ nicht barrierefreie Schrift (z. B. helle Schrift auf heller Hintergrundfarbe) ▪ den Erwartungen widersprechende inhaltliche Abfolge ▪ wenige Bilder, viele Fragen in Tabellenform, lange Lesetexte (ermüdend) ▪ missverständliche Fortschrittsanzeige (unklar, ob auf Teilbereich oder auf Gesamttest bezogen) ▪ Video wird ohne Ton angeboten (unklar, ob Fehler oder Absicht)
Transparenz und Eindeutigkeit	
<i>gelingen</i>	<i>verbesserungswürdig</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einführung zu Funktionalitäten (Navigation) und Testaufbau ▪ Erläuterung des Menüs ▪ Angaben zur Dauer 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ in fast allen betreffenden Tests unklar: Dienen die erhobenen personenbezogenen Daten lediglich der Statistik oder werden sie in irgendeiner Weise in die Darstellung oder Auswertung des Assessments einbezogen? ▪ unklarer Aufbau der Aufgabenabfolge: Welche Bereiche müssen absolviert werden, bevor weitere Bereiche zur Bearbeitung freigegeben werden? ▪ verwirrende Verwendung unbekannter Begriffe/Titel auf einzelnen Unterseiten, z. B. der (den Nutzerinnen und Nutzern nicht bekannte) Name einer Lernplattform ohne weitere Erläuterung; an anderer Stelle gibt es OSAs, die verschiedenen Einheiten ein- und derselben Universität zugeordnet sind, was jedoch für die Nutzerinnen und Nutzer nicht von Bedeutung ist.

Tabelle 2: Gelungenes und Verbesserungswürdiges der untersuchten OSAs – Chancen und Risiken, Funktionen und Mehrwerte (eigene Darstellung)

Der „Boom“ an Neuentwicklungen von Online-Self-Assessments (allein im deutschsprachigen Raum sind zum Zeitpunkt der Erhebung im April 2017 636 OSAs im OSA-Portal gelistet) ist sicherlich im Wesentlichen nicht wissenschaftlichen Erkenntnissen zu verdanken. Der Nachweis des Nutzens von Self-Assessments ist nicht leicht zu erbringen, da sich Studienerfolg nicht eindimensional von einzelnen Faktoren ableiten lässt. Insofern ist es schwierig, den konkreten Nutzen von Self-Assessments bzw. deren Wirkung in Bezug auf Ziele wie erhöhte Studienpassung, Studienerfolg sowie Ver-

ringerung von Studienabbruch zu benennen. Häufig fraglich oder praktisch nicht vorhanden ist die wissenschaftliche Grundlage der Tests. Hier stellt sich die Frage, inwiefern die finanzielle Investition gerechtfertigt sein kann, wenn das Assessment kaum mehr als einen Kommunikationsanlass bietet (Gollub & Meyer-Guckel, 2014).

Mit Blick auf die häufig fehlende wissenschaftlich basierte Entwicklung lässt sich die Frage stellen, welche weiteren Mehrwerte OSAs unabhängig von einer wissenschaftlich fundierten Testvalidität (und den häufig damit verbundenen Erwartungen der besseren Studienpassung, des erhöhten Studienerfolgs und verringerten Studienabbruchs) erbringen können. Die Studie zu Online-Self-Assessments von Brunner (2017) nennt folgende Punkte als mögliche Mehrwerte:

„OSAs können dienen ...“
1) als Informationsmedium
2) als Orientierungshilfe
3) zur Unterstützung der Studienwahlentscheidung
4) zur attraktiven Darstellung von Informationen
5) zur Steigerung der Aufmerksamkeit und Attraktivität der Hochschule
6) zur gesteigerten Aufenthaltsqualität und -dauer auf den Webseiten der Hochschule; ggf. damit verbundene Erhöhung der „Kundenbindung“
7) zur Aktivierung der zukünftigen Studierenden, Entgegenwirken der häufig passiv-rezipierenden Haltung der „Digital Natives“
8) zur Entlastung der Studienberatung von Informationsanteilen
9) als Steuerungsinstrument, zur Erhöhung der Zahl der geeigneten Bewerberinnen und Bewerber und Verringerung der Zahl der nicht geeigneten Bewerberinnen und Bewerber durch Verbesserung der Passung; damit indirekt Erhöhung der Absolventenzahlen
10) zur Verbesserung der Studierfähigkeit der Studienbewerberinnen und -bewerber
11) zur Rückmeldung über Stärken und Schwächen; das ermöglicht gezieltes weiteres Vorgehen
12) zur Ermutigung zu persönlicher Beratung
13) als zeit- und ortsunabhängiges Tool

Abbildung 1: Mögliche Mehrwerte von OSAs (eigene Darstellung nach Brunner, 2017)

Laut Brunner (2017) könnten Hochschulen daraus konkrete Schlussfolgerungen für ihr Handeln ziehen: Zunächst sollten sie der adressierten Zielgruppe möglichst konkret kommunizieren, was der Test leisten soll und was die Nutzerinnen und Nutzer realistisch davon erwarten können. Darüber hinaus ist es ratsam, nicht nur einen nach psychologischen Gütekriterien möglichst validen Test zu entwickeln, sondern auch ein ansprechendes Produkt, das zum Verweilen einlädt und die Nutzerinnen und Nutzer so in Interaktion verwickelt, dass deren Aufmerksamkeit gebunden und erhalten wird. Das OSA sollte außerdem weitere konkrete Mehrwerte für die Nutzerinnen und Nutzer bieten, z. B. eine unmittelbar nach der Aufgabe erfolgende Ergebnisrückmeldung, die Lernen ermöglicht; die Gelegenheit, unkompliziert und schnell Kontakt zu Ansprechpartnerinnen und -partnern herzustellen, damit der Kontakt zur Hochschule persönlich und verbindlich werden kann (z. B. durch Studienberatung); ggf. Einbettung in weitere Systeme der Hochschule wie z. B. in ein ePortfolio. Neben dem Aspekt

des Testens sind Öffentlichkeitswirkung und die Schaffung einer Bindung an die jeweilige Hochschule sehr konkrete und für die jeweilige Hochschule wünschenswerte Mehrwerte eines OSAs.

2 Methodisches Vorgehen der Typologisierung

In der Studie „Online-Self-Assessments“ (Brunner, 2017) wurde deutlich, dass sich die OSAs u. a. hinsichtlich ihrer Adressatinnen und Adressaten, ihrer Zielstellung und inhaltlichen Ausrichtung sowie in ihren Funktionen unterscheiden. Diesen Unterschieden und gleichzeitig auch Gemeinsamkeiten nachgehend lässt sich die Frage stellen, welche zentralen Typen von OSAs in Deutschland bestehen und was diese kennzeichnet. Dabei dienen die von Brunner in der Studie erarbeiteten Kriterien als mögliche Systematisierungshilfe, um die Typologisierung und damit Einteilung der in Deutschland bestehenden OSAs anhand eines oder mehrerer Merkmale in Gruppen bzw. Typen (Kelle/Kluge, 2010, S. 85) vornehmen zu können. Das Verfahren der Typenbildung bietet sich für dieses Forschungsvorhaben an, da es zum einen eine systematische und strukturierte Analyse des empirischen Datenmaterials nach Regelmäßigkeiten und Sinnzusammenhängen ermöglicht und zum anderen im Hinblick auf Forschungs- und Entwicklungsarbeiten einen Mehrwert bietet. Ziel dieser Studie ist, auf Basis der erstellten Typologie weiterführende Analysen von OSAs zu ermöglichen sowie die Typologie als Ausgangspunkt für die Entwicklung von Qualitätskriterien zu nutzen. Mit Blick auf die an den Hochschulen mit den OSAs befassten Akteure bedeutet dies, dass zukünftig durch die Bereitstellung der Ergebnisse Qualitätskriterien erarbeitet werden können und Systematisierungsgrundlagen zur Verfügung stehen, welche die Planung, Durchführung und auch Bewertung von OSAs erleichtern.

2.1 Fallauswahl

Als Grundlage der Fallauswahl für die typologische Analyse wurde das OSA-Portal gewählt, welches eine umfängliche und detaillierte Übersicht deutschsprachiger Online-Assessments an Hochschulen bietet. Es umfasst derzeit insgesamt 705 Datensätze (Stand: 14.10.2017), sodass aus forschungspragmatischen Gründen eine Eingrenzung der in die Analyse einzubeziehenden Grundgesamtheit vorgenommen werden musste. Diese Eingrenzung erfolgte zum einen durch die Festlegung, nur OSAs von Hochschulen in Deutschland in die Analyse einzubeziehen. Damit reduzierte sich die Grundgesamtheit auf 635. Zum anderen erfolgte die Eingrenzung über die Auswahl von OSAs zu einzelnen Fächern. Diese wurden so gewählt, dass sie die dem OSA-Portal zugrunde liegenden Studienfelder repräsentieren. Als Zielsetzung wurde formuliert, dass sich die prozentuale Verteilung der Studienfelder in der Grundgesamtheit der 635 Datensätze nahezu auch in der Gruppe der analysierten Fälle (OSAs) abbilden sollte. Insgesamt verblieben damit 219 Datensätze bzw. OSAs, die anhand der Kriterien überprüft und den Vergleichsdimensionen zugeordnet wurden. Die in der Studie „Online-Self-Assessments“ aufgeführten Funktionen von OSAs (Brunner, 2017, S. 34) wurden als Querschnittskriterien in die Untersuchung einbezogen. Überdies erfolgte pro OSA eine abschließende Einschätzung bzw. Bewertung, in der auch Besonderheiten, Fragen u. Ä. mit aufgenommen wurden.

Nach der Analyse von 96 Datensätzen der gewählten Stichprobe (219 Datensätze) wurde deutlich, dass mit einer frühzeitigen theoretischen Sättigung zu rechnen ist. Um kein Studienfeld und damit möglicherweise potenzielle Typen zu übersehen, wur-

den 18 weitere OSAs in die Analyse aufgenommen. Die Verteilung der damit zu diesem Zeitpunkt erreichten Gesamtzahl von 114 analysierten OSAs auf die Studienfelder bildet sich wie folgt ab:

Studienfeld	OSA-Portal absolut	OSA-Portal %	Auswahl absolut	Auswahl %
Agrar- und Forstwissenschaften	9	1,41 %	1	0,88 %
Allgemein	33	5,20 %	16	14,04 %
Gesellschafts- und Sozialwissenschaften und Sport	65	10,24 %	10	8,77 %
Ingenieurwissenschaften	148	23,31 %	20	17,54 %
Lehramt	27	4,25 %	4	3,51 %
Mathematik, Naturwissenschaften, Informatik	161	25,35 %	30	26,32 %
Medizin, Gesundheitswesen	19	2,99 %	2	1,75 %
Rechts- und Wirtschaftswissenschaften	53	8,35 %	15	13,16 %
Sprach- und Kulturwissenschaften, Kunst und Gestaltung	120	18,90 %	16	14,04 %
	635	100 %	114	100 %

Tabelle 3: Verteilung der Studienfelder in der Grundgesamtheit und in der Stichprobe (eigene Darstellung)

Im Anschluss wurden die Verteilung der Fälle (114 OSAs) auf die Vergleichsdimensionen und sich ergebende Regelmäßigkeiten und Sinnzusammenhänge diskutiert. Hierbei zeigten sich klare wiederkehrende Muster, die von den Ergebnissen der Analyse zuvor (96 Fälle) nicht abwichen. Auf dieser Basis wurde die Entscheidung getroffen, keine weiteren OSAs in die Analyse einzubeziehen, da im Sinne einer theoretischen Sättigung davon auszugehen ist, dass mit Blick auf die Erarbeitung von Reintypen (Kapitel 2.2 und 3) bei der Analyse weiterer OSAs „keine theoretisch relevanten Ähnlichkeiten und Unterschiede mehr im Datenmaterial entdeckt werden“ (Kelle/Kluge, 2010, S. 49).

2.2 Typologisierung nach Kelle und Kluge

Die Konstruktion empirisch begründeter Typologien erfolgt in Anlehnung an Kelle und Kluge (2010, S. 91 ff.) entlang von vier Schritten, die nachfolgend mit Bezug auf die eigene durchgeführte Webanalyse der OSAs beschrieben werden:

1. Erarbeitung relevanter Vergleichsdimensionen
2. Gruppierung der Fälle und Analyse empirischer Regelmäßigkeiten
3. Analyse inhaltlicher Sinnzusammenhänge
4. Charakterisierung der gebildeten Typen

Erarbeitung relevanter Vergleichsdimensionen

In diesem ersten Schritt geht es darum, „Merkmale bzw. Vergleichsdimensionen zu identifizieren, die die Basis für die spätere Typologie bilden sollen“ (Kelle / Kluge, 2010, S. 93). Für die vorliegende Analyse wurden die Ergebnisse der Studie „Online-Self-Assessments“ (Brunner, 2017) genutzt, um erste vorläufige Vergleichsdimensionen und Kriterien zu ihrer Identifizierung zu formulieren. Konkrete Basis für die Erarbeitung relevanter Vergleichsdimensionen bilden die Ergebnisse der Recherche zu bereits vorliegenden Typologien in der wissenschaftlichen Literatur (u. a. Hell, 2009), der erarbeitete Kriterienkatalog sowie die daraus abgeleitete Aufzählung von Funktionen, die OSAs erfüllen sollten (Brunner, 2017, S. 34). Die Identifikationskriterien wurden an einer Stichprobe zufällig ausgewählter, im OSA-Portal gelisteter Online-Self-Assessments überprüft, ergänzt und / oder angepasst.

Die in diesem ersten Schritt gebildeten Vergleichsdimensionen legen insbesondere den Fokus auf die Ausrichtung und damit auf den Zweck der OSAs. Die sechs Dimensionen sind im Folgenden dargelegt. Eine umfassende Übersicht inkl. der zugrunde liegenden Subkategorien bzw. Merkmalsausprägungen finden sich in Anlage I.

Beschreibung der Vergleichsdimensionen

- 1) OSAs, die in erster Linie **Marketingzwecken** dienen
- 2) OSAs, die allgemeine **Studierfähigkeit** prüfen und kein konkretes Fach betreffen
- 3) OSAs, die der generellen **Studienorientierung** von Studieninteressierten dienen
- 4) OSAs, die der **Studienorientierung** in engen, eingegrenzten Fachdisziplinen / Fachbereichen dienen und dabei unterstützen sollen, geeignete Studiengänge / Studienfächer zu identifizieren
- 5) OSAs, die auf **Kompetenzen** für einen **konkreten Studiengang** bezogen sind
- 6) OSAs, die **Erwartungen** an den Studiengang und das Studieren an sich abprüfen

Abbildung 2: Übersicht der Vergleichsdimensionen (eigene Darstellung)

Gruppierung der Fälle und Analyse empirischer Regelmäßigkeiten

Auf Basis der definierten sechs Vergleichsdimensionen und deren Subkategorien bzw. Merkmalsausprägungen wurden die OSAs „gruppiert und die ermittelten Gruppen hinsichtlich empirischer Regelmäßigkeiten untersucht“ (Kelle/Kluge, 2010, S. 91). Dafür wurden mögliche Kombinationsmöglichkeiten (Mehrdimensionalität) als auch die Verteilungen der Fälle auf die Merkmalskombinationen betrachtet (ebd.). Entsprechend sind verschiedene Fälle (OSAs) mehreren Dimensionen zugeordnet. Die Verteilung ist in der folgenden Tabelle dargelegt:

Dimension	Anzahl
1) Marketing	29
2) Studierfähigkeit	4
3) Studienorientierung	7
4) Studiengang, Studienfach	15
5a) Vorabqualifikationen	27
5b) Anforderungen im Studium / im Studiengang	29
6) Erwartungen	37
7) nicht oder nicht eindeutig zuordenbar	7

Abbildung 3: Verteilung der Fälle (N = 114) auf die Vergleichsdimensionen (Mehrfachzuordnungen möglich), siehe Anlage II (eigene Darstellung)

Kennzeichnend für eine Typologie sind die interne Homogenität innerhalb der jeweiligen Typen und die externe Homogenität auf der Ebene der Typologie selbst, d. h. ein möglichst hoher Unterscheidungs- bzw. Differenzierungsgrad zwischen den jeweiligen Typen (ebd., 2010). Mittels einer Fallkontrastierung können diese beiden Merkmale einer Überprüfung unterzogen werden.

„Fälle, die einer Merkmalskombination zugeordnet werden, müssen miteinander verglichen werden, um die interne Homogenität der gebildeten Gruppen (die die Grundlage für die späteren Typen bilden) zu überprüfen, denn auf der „Ebene des Typus“ müssen sich die Fälle weitgehend ähneln. Des Weiteren müssen die Gruppen untereinander verglichen werden, um zu überprüfen, ob auf der „Ebene der Typologie“ eine genügend hohe externe Heterogenität herrscht, d. h., ob die entstehende Typologie genügend Varianz (also Unterschiede) im Datenmaterial abbildet.“ (ebd., 2010, S. 91)

Entsprechend wurden die anhand der Vergleichsdimensionen und Merkmalsausprägungen gebildeten Gruppen in sich vergleichend (interne Homogenität) als auch in Abgrenzung zu den anderen Gruppen maximal kontrastierend betrachtet (externe Heterogenität). Ziel war es, die Gruppierung der Fälle kritisch zu reflektieren, sich ergebende Sinnzusammenhänge zu überprüfen und Hypothesen im Hinblick auf mögliche Typen aufzustellen.

Analyse inhaltlicher Sinnzusammenhänge

In der Regel geht mit dieser Phase eine „Reduktion des Merkmalsraums und damit der Gruppen (= Merkmalskombinationen) auf wenige Typen“ (ebd., 2010, S. 92) einher. Gearbeitet wird weiterhin mit Vergleichen und Kontrastierungen innerhalb und zwischen den bis dahin vorläufig gebildeten Gruppen (ebd., S. 102). Dabei kann der Vergleich dazu führen, „dass

- Fälle anderen Gruppen zugeordnet werden, denen sie ähnlicher sind
- stark abweichende Fälle zunächst aus der Gruppierung herausgenommen und separat analysiert werden
- zwei oder auch drei Gruppen zusammengefasst werden, wenn sie sich sehr ähnlich sind oder

- *einzelne Gruppen* weiter differenziert werden, wenn starke Unterschiede ermittelt werden“ (ebd., 2010, S. 102; Hervorhebg. i. Orig.)

Diese Phase der Auswertung führte u. a. dazu, dass sich einige der Vergleichsdimensionen sehr klar voneinander abgrenzen ließen und als vorläufige Reintypen definiert wurden, andere sich hingegen nicht zur Typenbildung eigneten bzw. nur in unterschiedlichen Kombinationen auftraten.

Charakterisierung der gebildeten Typen

Nach Kelle und Kluge findet der Prozess der Typenbildung seinen Abschluss in „einer umfassenden und möglichst genauen Charakterisierung der gebildeten Typen anhand der relevanten Vergleichsdimensionen und Merkmalskombinationen sowie anhand der rekonstruierten Sinnzusammenhänge“ (ebd., S. 105). Die ausführliche Beschreibung der Typen findet sich im folgenden Kapitel.

3 Vorstellung der Ergebnisse der Typologisierung und Darstellung von Ankerbeispielen

Bei der abschließenden Typenbildung steht die Frage im Vordergrund, welche der gebildeten Vergleichsdimensionen sich klar voneinander abgrenzen lassen (externe Homogenität) und möglicherweise zu Reintypen führen. Dabei zeigte sich u. a., dass die Vergleichsdimension „Studierfähigkeit“ nur in Kombination mit fast allen anderen Vergleichsdimensionen auftritt, d. h. nicht zur Kontrastierung und damit Typenbildung geeignet ist. In einem weiteren Schritt könnte untersucht werden, ob hier möglicherweise ein multidimensionaler Typ vorliegt bzw. gebildet werden sollte.

Auffällig war die hohe Anzahl von OSAs, die mehreren Vergleichsdimensionen zugeordnet werden konnte. Dabei zeigte sich, dass einige Kombinationen vermehrt auftraten, beispielsweise die Kombination der Dimensionen „Studierfähigkeit“, „Studiengang/Studienfach“ und „Studiumswissen“ sowie die Kombination von „Studierfähigkeit“ mit einem spezifischen Studiengang. Ebenfalls als häufig auftretend stellte sich die Kombination der Dimension „Studienbereich“ und „Studiengang/Studienfach“ mit der Dimension „Erwartungen“ dar. Hier ist anzunehmen, dass es sich hierbei um sogenannte Mischtypen handelt.

Die Analyse der OSAs, die den Vergleichsdimensionen „Studienbereich“ und „Studiengang/Studienfach“ zugeordnet waren, ergab, dass diese in nahezu allen Fällen in Kombination miteinander auftreten, die Identifikationskriterien zudem ähnlich sind. Aufgrund dessen wurde die Entscheidung getroffen, diese beiden Dimensionen zusammenzufassen und daraus den vorläufigen Typ „Studienorientierung“ zu bilden. Der Dimension „Suggestives Marketing“ konnte lediglich ein Ankerbeispiel zugeordnet werden, sodass die Entscheidung getroffen wurde, diese Dimension in ein Kriterium für die Dimension „OSAs, die in erster Linie Marketingzwecken dienen“ umzuwandeln. Im Zuge der Typologisierung erwies sich diese Dimension als Reintyp und wurde als Typ „Studierendenmarketing“ definiert. Als sehr trennscharf erwies sich die Dimension „OSAs, die auf Kompetenzen für einen konkreten Studiengang bezogen sind“, und auch die beiden Subdimensionen „Schulwissen“ und „Studiumswissen“ ließen sich klar voneinander abgrenzen. Aus dieser Dimension wurde daher der Typ „Studienanforderungen“ mit den entsprechenden Untertypen gebildet. In sich homogen zeigte sich des Weiteren auch die Dimension „OSAs, die Erwartungen an den Studiengang und an das Studieren an sich abprüfen“, d. h., auch hier erfolgte die Bildung

eines Reintypus. Als Ergebnis der vorhergehenden Analyseschritte wurden folgende Typen und Untertypen von OSAs identifiziert und charakterisiert:

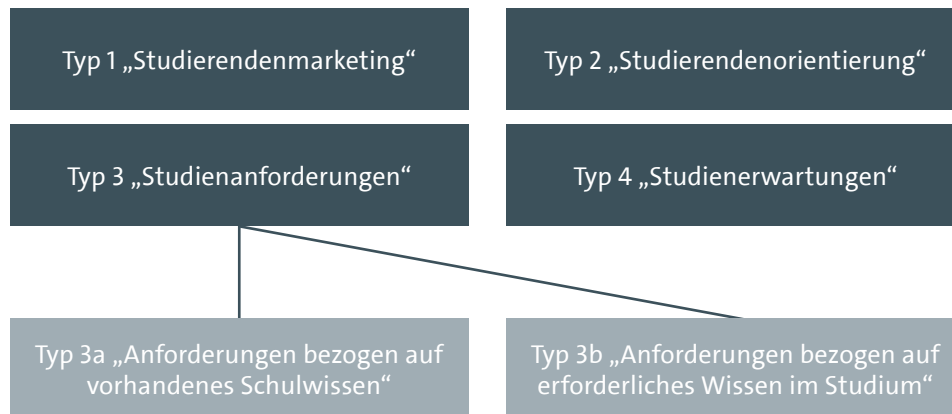


Abbildung 4: Typen von Online-Self-Assessments (eigene Darstellung)

Zur Beschreibung der Typen wurde für jeden Typ und Untertyp in Orientierung an die Begriffsverwendung bei Mayring (2008) ein Ankerbeispiel ausgewählt, das alle Kriterien dieses Typs bzw. Untertyps erfüllt. Dabei handelt es sich ausschließlich um die Darstellung von Reintypen. Die Typen, die ggf. aus mehreren Dimensionen bestehen, wurden nicht näher analysiert bzw. bestimmt. Erste stichprobenhafte Untersuchungen zeigen, dass davon auszugehen ist, dass es sich dabei um Mischformen der vier Reintypen handelt. Eine tabellarische Übersicht der Ankerbeispiele für jeden OSA-Typ liegt in Anlage III vor.

Im Folgenden werden die Kriterien der Typen kurz erläutert und anschließend die jeweiligen Ankerbeispiele vorgestellt.

3.1 Typ 1 „Studierendenmarketing“

Der Hauptfokus dieses Typs ist nicht das Abprüfen von Kenntnissen oder Erwartungen, sondern ganz allgemein die Werbung um Studierende. Zu diesem Zweck werden in den entsprechenden OSAs möglichst ansprechend der Studiengang und die betreffende Hochschule / Universität vorgestellt. Wichtig sind dabei Elemente, die die Verweildauer erhöhen, z. B. durch Interaktivität und abwechslungsreiches, grafisch ansprechendes Design. Dabei kann es Unterschiede in der Gewichtung geben: Ein OSA möchte möglicherweise eine sehr breite Zielgruppe ansprechen und einladen, sich mit dem Studiengang zu beschäftigen, ein anderes stellt den Studiengang so genau wie möglich dar, um den Studieninteressierten einen Abgleich mit den eigenen Erwartungen und Kompetenzen zu ermöglichen. Dieser Abgleich fußt dabei hauptsächlich auf Selbsteinschätzung, da in diesem Typ von OSA zwar meist einige Beispielaufgaben bereitgestellt werden, jedoch eben vor allem, wie der Name schon sagt, um Beispiele zu geben und nicht, um Fähigkeiten und Kompetenzen abzu prüfen.

Im Zuge der Typologisierung zeigte sich, dass die Kombination der Merkmalsausprägungen nicht nur die Dimension beschreibt, sondern häufig gleichzeitig auch den Typ (siehe Vorgehen der Typenbildung, Kapitel 2).

3.1.1 Zentrale Merkmalsausprägungen

Folgende Merkmalsausprägungen liegen dem Typ „Studienmarketing“ zugrunde:

a) Zugang ist ohne Log-in möglich: Das bedeutet, die Nutzerinnen und Nutzer müssen sich *nicht* auf der Webseite registrieren, um den Test absolvieren zu können. Der Zugang soll möglichst niedrigschwellig gestaltet sein, da das Ziel dieses OSA-Typs ist, dass möglichst viele Personen diese Seiten aufsuchen. Das bedeutet nicht, dass im Umkehrschluss automatisch jedes Assessment, das ohne Log-in zugänglich ist, auch ein Marketing-OSA ist. Jedoch ist eine zwingend notwendige Registrierung für ein OSA ein entscheidendes Indiz, das gegen den Typ „Marketing“ sprechen würde.

b) Darstellung beinhaltet Elemente von modernem, ansprechendem Design: Selbstverständlich besteht bei diesem Kriterium ein weiter Interpretationsspielraum, was unter „modern“ oder „ansprechend“ verstanden werden kann. Entscheidend ist, dass hier Bemühungen um ansprechende grafische Darstellung und Visualisierung auf den ersten Blick erkennbar sind, unabhängig davon, ob die betrachtende Person die Umsetzung faktisch als modern oder gelungen erachtet.

c) Einsatz lebendiger, motivierender Sprache: Mit „motivierender Sprache“ ist gemeint, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer z. B. direkt und positiv angesprochen werden oder auch Sachverhalte lebendig und aktivierend, also nicht ausschließlich sachlich geschildert werden.

d) Ggf. Verwendung suggestiver Sprache: Hiermit sind alle Texte gemeint, die darauf abzielen, die Leserinnen und Leser zu beeinflussen.

e) Darstellung von viel Information, wenig Wissensabfragen: Ein Assessment, das in erster Linie darauf abzielt, für einen Studiengang, einen Studienbereich oder für eine bestimmte Hochschule zu werben, informiert in der Regel mehr und stellt die Anteile, die Wissen abfragen, in den Hintergrund, da es bei dieser Art von OSA ganz allgemein um die Gewinnung von Studierenden geht. Zu viele bzw. zu schwierige Wissensabfragen könnten dieses übergeordnete Ziel behindern.

3.1.2 Ankerbeispiel: Informationsplattform für Studieninteressierte – Hochschule Bremerhaven: *BWL – ein Studium für mich?*⁶

Das OSA der Hochschule Bremerhaven (Fachbereich: Betriebswirtschaftslehre) präsentiert in einem Inhaltsfenster, das man rechts unten weiterklicken kann, um abwechslungsreiche Informationen und Aussagen von Studierenden rund um die Frage zu erhalten, ob BWL an der Hochschule Bremerhaven das richtige Studium sein könnte. Die Informationen sind in eine lebendige Farbwelt eingebettet und mit ansprechenden Grafiken sowie interaktiven Elementen aufgelockert (beim Anklicken von Personen werden Aussagen sichtbar). Daneben gibt es auch einige konkrete Informationen zum Studiengang, z. B. eine Modulübersicht. Hier könnte man sich weitere detaillierte Inhalte anzeigen lassen (muss man aber nicht). Im Folgenden werden die Bestandteile des OSAs anhand der eingangs erläuterten Merkmale des Typs „Studierendenmarketing“ vorgestellt.

6 URL: <http://ips.hs-bremerhaven.de> [29.10.2017]



Abbildung 5: Startseite des Ankerbeispiels Typ 1 „Studierendenmarketing“
(Quelle: <http://ips.hs-bremerhaven.de>)

- a) Log-in:** Der Zugang benötigt kein Log-in, die Webseite ist frei zugänglich.
- b) Ansprechendes Design:** Die Darstellung ist farbig, illustrativ aufbereitet (viele Bilder), ist z. T. interaktiv und abwechslungsreich gestaltet (vgl. Abbildung 5).
- c) Lebendige, motivierende Sprache:** In diesem Assessment sind viele wörtliche Aussagen von Studierenden eingebunden, die in lebendiger Sprache positive Dinge über Universität und Studium äußern.
- d) Suggestive Sprache:** Die Sprache (siehe c) und die vielen wörtlichen Aussagen der Studierenden lassen das Assessment suggestiv angelegt wirken. Auf einer Unterseite werden beispielsweise folgende Aussagen von Studierenden angezeigt: „Die Entscheidung [an der Hochschule Bremerhaven zu studieren] war richtig“, „Die Entscheidung war komplett richtig“. Zwei Studierende sagen, es sei die „richtige Entscheidung“ und „Generell denke ich, es war die richtige Entscheidung“. Es werden keine unterschiedlichen Meinungen dargestellt (ausschließlich positive, bejahende Statements). Dieses Prinzip ist auch an anderen Stellen des Assessments zu finden, z. B. bei Antworten auf die Frage, welche Dinge die Studierenden eher über- oder unterschätzt hätten. – Hier wird nur in einer Antwort eine Unterschätzung beschrieben und in vier Antworten eine Überschätzung festgestellt, z. B.: „Ich habe vorab große Angst vor Mathe gehabt, diese war jedoch unbegründet. Die anderen Fächer des 1. Semesters sind auch sehr gut zu schaffen.“ (vgl. Abbildung 6).

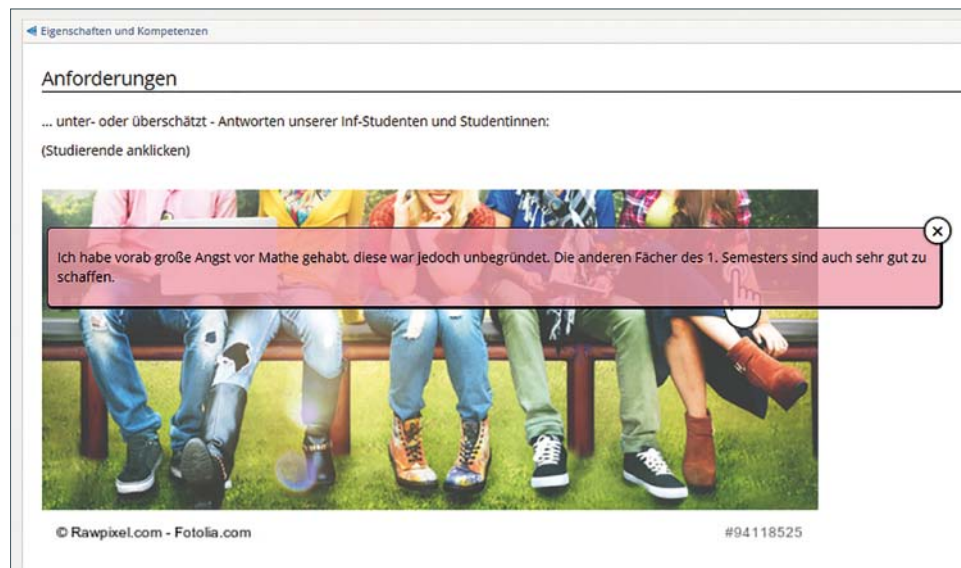


Abbildung 6: Anforderungen im Studiengang aus dem Ankerbeispiel Typ 1 „Studierendenmarketing“ (Quelle: <http://ips.hs-bremerhaven.de>)

Diese Aussage ist aus Perspektive der Studienberatung und -vorbereitung inhaltlich als nicht sehr hilfreich einzuschätzen, da den Nutzerinnen und Nutzern des OSAs weder die fachlichen Anforderungen klar werden noch die Kompetenz der befragten Studierenden deutlich wird, sodass keine Aussage über den tatsächlichen Schwierigkeitsgrad der Mathematik im Studiengang gemacht werden kann – und ebenso wenig über andere Fächer im ersten Semester. Insofern ist kein inhaltlicher Informationsgehalt in diesen Aussagen zu finden; sie dienen, ohne jegliche inhaltliche Fundierung, der Schaffung eines positiven Gefühls.

e) Viel Information, wenig Wissensabfrage: In diesem Assessment werden auf der einen Seite Aussagen von Studierenden präsentiert, auf der anderen Seite Inhalte zum Studium vorgestellt (z. B. Modul Inhalte, Stundenplan). Nur ein sehr kleiner Bereich besteht aus Wissensfragen, und auch hier scheint das Ziel eher darin zu bestehen, einen Eindruck davon zu vermitteln, welche Art von Fragen im Studium relevant sind, denn eine Hilfe zur Selbsteinschätzung des eigenen Wissensstands zu geben.

3.2 Typ 2 „Studienorientierung“

Ein Assessment des Typs „Studienorientierung“ verfolgt das konkrete Ziel, passende Studienbereiche, Studiengänge und Studienfächer zu finden. Insofern steht bei diesem Typ die Frage nach persönlichen Interessen im Mittelpunkt. In den meisten Fällen wird in dieser Art von Assessment nicht nur ein Studienbereich identifiziert, sondern es werden im Anschluss auch verschiedene, konkrete Studiengänge empfohlen. Je nach Anbieter des Tests werden ausschließlich Studiengänge der eigenen Hochschule angezeigt oder ganz allgemein Studiengänge vorgeschlagen (unabhängig von einer konkreten Hochschule).

Im Zuge der Typologisierung wurde deutlich, dass die beiden Dimensionen „Studienorientierung bezogen auf Studienbereiche“ sowie „Studienorientierung bezogen auf Studienfächer“ in Kombination auftreten. Entsprechend wird der Typ 2 „Studienorientierung“ durch die Merkmalsausprägungen *beider* Dimensionen beschrieben.

3.2.1 Zentrale Merkmalsausprägungen

Folgende Merkmalsausprägungen liegen dem Typ „Studienorientierung“ zugrunde:

a) Interessenstest vorhanden / Abfrage von Interessen: Für eine Studienorientierung sind die eigenen Interessen von Relevanz. Die Abfrage der Interessen kann dabei relativ niedrigschwellig und mit wenigen Fragen erfolgen oder auch systematisch und breit angelegt sein.

b) Frage danach, „was“ studiert werden soll (und nicht „ob“): Bei diesem Typ geht es nicht darum, herauszufinden, ob man studieren möchte oder für ein Studium ganz allgemein geeignet ist, sondern um die fachliche Entscheidungsfindung. Ein Studium kommt generell infrage, es ist aber noch nicht bekannt, welcher Studiengang der richtige ist. Insofern kann es auch darum gehen, ob man für einen ganz bestimmten Studiengang geeignet ist.

c) Frage danach, „was genau“ studiert werden soll, also welche Studiengänge zu den Nutzerinnen und Nutzern passen: Dies folgt konsequenterweise aus dem vorherigen Kriterium: Mithilfe des Tests sollen passende konkrete Studiengänge identifiziert werden.

d) Am Ende des Tests werden Studienbereiche, Studiengänge und/oder Studienfächer vorgeschlagen: Als Ergebnis des Tests werden am Ende konkrete Studienfächer, Studiengänge oder auch ganze Studienbereiche vorgeschlagen.

3.2.2 Ankerbeispiel: „Orientierungstest »was-studiere-ich.de«“⁷

Herausgeber des folgenden Beispiels für den Typ „Studienorientierung“ ist das Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg. Der „Orientierungstest »was-studiere-ich.de«“ präsentiert zunächst auf mehreren Seiten jeweils 16 Fragen zu eigenen Interessen. Die Hauptfrage lautet immer: „Die Tätigkeit interessiert mich ... gar nicht / wenig / etwas / ziemlich / sehr“. Interessen, die bewertet werden sollen, sind z. B.:

- „Produkte oder Verpackungen designen“
- „kranke Menschen behandeln“
- „mit Geschäftspartnern verhandeln“
- „sich mit komplizierten Problemen auseinandersetzen“
- „die Funktionsweise eines GPS-Systems verbessern“
- „ein Forschungsexperiment planen“

Am Ende der Abfragen werden einige persönliche Daten erhoben (Alter, Geschlecht, wurde der Test ernsthaft bearbeitet, Bundesland) und anschließend die Ergebnisse präsentiert.

Im Folgenden werden die Bestandteile des OSAs anhand der eingangs erläuterten Merkmalsausprägungen des Typs „Studienorientierung“ vorgestellt.

a) Interessentest vorhanden / Abfrage von Interessen: Der Test besteht ausschließlich aus Fragen zu den eigenen Interessen (vgl. Abbildung 7).

7 URL: <http://www.was-studiere-ich.de> [29.10.2017]

Die Tätigkeit interessiert mich ...	gar nicht	wenig	etwas	ziemlich	sehr
Produkte oder Verpackungen designen					
kranke Menschen behandeln					
mit Geschäftspartnern verhandeln					
sich mit komplizierten Problemen auseinandersetzen					
die Funktionsweise eines GPS-Systems verbessern					
ein Forschungsexperiment planen					
eine Ordnungssystematik entwickeln und anwenden					
Sportarten intensiv trainieren					
etwas zeichnen oder in Öl malen					
an einer Schule unterrichten					
eine Geschäftsniederlassung leiten					
unerforschten Fragen nachgehen					
etwas pantomimisch darstellen					
junge Menschen fördern und erziehen					
andere beraten, wie ein Unternehmen zu führen ist					
einen Konstruktionsplan entwerfen					

Weiter

Abbildung 7: Abfrage der Interessen im Ankerbeispiel Typ 2 „Studienorientierung“ (Quelle: <http://www.was-studiere-ich.de>)

b) Frage danach, „was“ studiert werden soll (und nicht „ob“)
und c) Frage danach, „was genau“ studiert werden soll, also welche Studiengänge zu den Nutzerinnen und Nutzern passen: Die Kriterien b) und c) werden bei vorliegendem Test erfüllt. Der Test unterstützt Ratsuchende dabei, herauszufinden, was studiert werden soll (Kriterium b), und zwar nicht nur die Fachrichtung, sondern welche Studiengänge (Kriterium c).

d) Am Ende des Tests werden Studienfächer, Studiengänge und/oder Studienbereiche vorgeschlagen: Durch die Abfrage der Interessen wird ein Profil erstellt, das dazu dient, Studiengänge zu ermitteln, die passend sein könnten (vgl. Abbildung 8). Die Abfrage schließt mit einem Überblick der Interessenfelder, die der Wichtigkeit nach kategorisiert werden („Für den Beruf/Studium ist mir a) nicht wichtig, b) wichtig, c) sehr wichtig“).

Wir haben ihr Interessenprofil analysiert und die Interessenfelder in drei Kategorien eingeteilt. Sie können die Einteilung verändern und z.B. Interessenfelder, die Sie nicht in Ihre Berufs-/Studienwahl einbeziehen möchten, zu "nicht wichtig" verschieben.

Für den Beruf/Studium ist mir: **Erklärung**

nicht wichtig	wichtig	sehr wichtig
Musik	Forschend	Darstellende Kunst
Sportlich	Sprache	Systematisierend
Bildende Kunst		Technisch
Unternehmerisch		
Sozial		

Passt das so für Sie? Sonst können Sie das Ergebnis per Drag & Drop verändern.

zurück zum Originalprofil
Studienfachempfehlungen anzeigen

Abbildung 8: Überblick Interessenfelder des Ankerbeispiels Typ 2 „Studienorientierung“ (Quelle: <http://www.was-studiere-ich.de>)

Anschließend kann man sich konkrete Studienfachempfehlungen anzeigen lassen (vgl. grüne Schaltfläche rechts unten in Abbildung 8).

Abbildung 9: Überblick Studienfachempfehlungen des Ankerbeispiels Typ 2 „Studienorientierung“ (Quelle: <http://www.was-studiere-ich.de>)

Möchte man herausfinden, ob man über die benötigten Fähigkeiten für das jeweilige Studienfach verfügt, werden im Anschluss z. B. Rechentests und Sprachtests angeboten.

Da dies jedoch nicht Teil des ursprünglichen Testziels ist, wird dieses Angebot an dieser Stelle nicht weiter vertieft.

3.3 Typ 3 „Studienanforderungen“

Der Typ „Studienanforderungen“ beinhaltet zwei Teilbereiche, nämlich die Anforderungen, die in Bezug auf das Vorwissen bestehen („Welches Wissen sollte bereits vorhanden sein?“) sowie die Anforderungen, die im Studium bestehen werden („Welche Anforderungen werden im Studium auf mich zukommen?“). Dabei werden zwei Untertypen unterschieden: Typ 3a fokussiert auf die Abfrage von bereits vorhandenem Vorwissen, Typ 3b zielt auf die Perspektive der Anforderungen und Kompetenzen ab, die im Studium benötigt werden. Somit sind die Merkmalsausprägungen der beiden Dimensionen „Schulwissen“ und „Studiumswissen“ für Typ 3 insgesamt relevant.

3.3.1 Zentrale Merkmalsausprägungen

Folgende Merkmalsausprägungen wurden für den Typ „Studienanforderungen“ identifiziert bzw. festgelegt:

a) Abfrage von Schulwissen: Hier geht es um bereits vorhandenes Wissen, das beispielsweise durch den Schulbesuch erworben wurde.

b) Informationen (oder auch Informationen in Form von Abfragen) darüber, womit sich der betreffende Studiengang beschäftigt: Um welche Studieninhalte geht es im Studiengang?

c) Welche Kompetenzen werden im Studium benötigt? Hier wird abgefragt oder dargestellt, welche Leistungen und Fähigkeiten im Studium von den Studierenden abgefordert werden.


3.3.2 Ankerbeispiel: „Aachener SelfAssessments“: Wirtschaftswissenschaften (im Rahmen der Studiengänge Wirtschaftsingenieurwesen)⁸

Das OSA der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule (RWTH) Aachen (Fachbereich: Wirtschaftswissenschaften) dauert, wenn man es ernsthaft bearbeitet, laut Angabe der Herausgeber etwa 90 Minuten. Als Inhaltsbereiche werden folgende angekündigt: Demografie, Lesetexte, Motivation (drei Teile), Mathematikaufgaben, Englischkenntnisse, Tabellen und Grafiken sowie Feedback. Das Beispiel umfasst beide Untertypen: sowohl Anforderungen bezogen auf Schulwissen (Untertyp 3a) als auch Anforderungen bezüglich des Studiumswissens (Untertyp 3b).

Aufgabenübersicht

Die folgende Übersicht wird zwischen den einzelnen Aufgabenblöcken eingeblendet. Wo du dich gerade befindest, siehst du anhand der dunkelblauen Markierung.

Demografie
Lesetexte
Motivation 1
Mathematikaufgaben
Englischkenntnisse
Motivation 2
Tabellen und Grafiken
Motivation 3
Feedback



0%




Abbildung 10: Übersicht zum Ankerbeispiel Typ 3 „Studienanforderungen“
(Quelle: <https://www.global-assess.rwth-aachen.de/rwth/tm>)

⁸ URL: https://www.global-assess.rwth-aachen.de/rwth/tm/index.php?page=test_make&id=4&resume_messages=true [29.10.2017]

a) Abfrage von Schulwissen: Bspw. im Bereich Mathematik werden Vorkenntnisse abgefragt, die dem Niveau von Schulwissen, also Vorwissen, entsprechen.

b) Informationen (teilweise in Form von Abfragen) darüber, womit man sich in den Studiengängen beschäftigt: Im Test werden Texte zum Lesen gegeben; im Anschluss daran sollen Fragen dazu beantwortet werden. Auf diese Weise werden die Nutzerinnen und Nutzer über die zu erwartenden Studieninhalte informiert.

c) Selbsteinschätzung – ist Interesse an den dargestellten Studieninhalten vorhanden? Die Lesetexte im Test ermöglichen den Nutzerinnen und Nutzern eine persönliche Einschätzung, inwiefern Interesse an den Studieninhalten vorhanden ist.

d) Welche Kompetenzen werden im Studium benötigt? Durch die verschiedenen Arten von Aufgaben werden verschiedene Kompetenzen abgefragt (vgl. Abbildung 11). Zugleich wird darüber informiert, welche Fähigkeiten im Studium benötigt werden (z. B. Mathematikkenntnisse, Textverständnis, Englisch).

Text 2 von 4: Controlling

Der Begriff Controlling leitet sich von dem englischen Wort „to control“ ab, was „steuern“ bzw. „regeln“ bedeutet. Controlling ist ein umfassendes Steuerungs- und Koordinationskonzept zur Unterstützung der Geschäftsführung und der führungsverantwortlichen Stellen bei der Beeinflussung bestehender betrieblicher Prozesse in Hinblick auf bestimmte Ziele. Das langfristige Ziel ist dabei die Sicherung und Mehrung des Vermögens eines Unternehmens. Controlling bezeichnet keine konkrete Stelle oder bestimmte Person, sondern ein funktionelles Aufgabenfeld, das von verschiedenen Personen oder auch der Geschäftsleitung selbst wahrgenommen werden kann.

Controller gestalten und begleiten den Management-Prozess der Zielfindung, die Planung sowie die Steuerung der Unternehmensprozesse und tragen somit Mitverantwortung für die Zielerreichung. Die primäre Aufgabe des Controllings ist es, im Auftrag des Managements über die Wirtschaftlichkeit im Unternehmen zu wachen, aber nicht, diese zu garantieren. Die systematische Überwachung des Geschäftsverlaufs erfolgt durch den Vergleich von erreichten Ist-Werten mit geplanten Soll-Größen. Die Aufgaben des Controllings gehen über den reinen Soll-Ist-Vergleich jedoch hinaus. Im Rahmen der Abweichungsanalyse analysiert der Controller eventuelle Unterschiede, ermittelt deren Ursachen und ihre Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf. Falls erforderlich, zeigt er Handlungsbedarf auf und löst beim Management Gegensteuerungsmaßnahmen zur Zielerreichung aus. Der Controller erstellt außerdem Prognosen über den erwarteten Geschäftsverlauf, damit potentielle Abweichungen bereits im Vorfeld erkannt und unerwünschte Entwicklungen vermieden werden können.

Controlling kann sich auf verschiedene Bereiche einer Organisation beziehen. Das Organisationscontrolling dient der Verbesserung bzw. Optimierung der Organisation. Die Aktivitäten des Organisationspersonals sollen zielorientiert beeinflusst werden. Personalcontrolling dagegen ist ein Funktionsbereich des Personalwesens. Das primäre Betrachtungsobjekt des Personalcontrollings ist die Belegschaft des Unternehmens. Typischerweise stehen dabei nicht einzelne Mitarbeiter, sondern immer Mitarbeitergruppen oder die Gesamtheit der Beschäftigten im Fokus. Typische Betätigungsfelder im Personalcontrolling sind die Beschäftigung mit Mitarbeiterzahlen, Kostenstrukturen oder Personalplanung, aber auch die Ermittlung von Bildungsbedarf in der Belegschaft oder die Erhebung von Stimmungsbildern innerhalb der gesamten Organisation oder einzelner Organisationseinheiten.

Wie ist die folgende Aussage auf Basis der im Text gegebenen Informationen zu beurteilen?

[3/9]

Die Kontrolle von Zielen und deren Erreichung spielt sowohl für Unternehmensprozesse als auch für Aktivitäten des Personals eine wichtige Rolle.

Richtig

Falsch

Noch verfügbare Zeit zum Antworten: **6 Sekunden**

18%

Abbildung 11: Testaufgabe zum Textverständnis des Ankerbeispiels Typ 3 „Studienanforderungen“ (Quelle: <https://www.global-assess.rwth-aachen.de/rwth/tm>)

3.3.3 Ankerbeispiel 3a: „BeVorStudium: Online-Self-Assessment Mathematik“⁹

Dieses Ankerbeispiel bezieht sich im Gegensatz zu den „Aachener SelfAssessments: Wirtschaftswissenschaften“ (Kapitel 3.3.2) ausschließlich auf vorhandenes oder nicht vorhandenes Vorwissen, sodass nur die Merkmalsausprägung des Untertyps „Studienanforderung bezogen auf Schulwissen“ (Typ 3a) von Relevanz ist (Abfrage von Schulwissen).

Das OSA der Ostbayerischen Technischen Hochschule Regensburg (Fachbereich: Mathematik) besteht ausschließlich aus Aufgaben, die Schulwissen abfragen. Das Ergebnis wird in Form einer Punktzahl angegeben, jedoch ohne Lösungen zu den konkreten Aufgaben. Im Anschluss werden Empfehlungen für das weitere Vorgehen gegeben (z. B. Hinweise auf Beratung).

a) Abfrage von Schulwissen: Der Test besteht aus Fragen zu Schulwissen. Dabei wird mit einfachen Fragen begonnen, die sich im Schwierigkeitsgrad steigern.

Beispiele für Testaufgaben:

Die Testaufgaben des Assessments sind optisch klar und einfach strukturiert. Es wird jeweils nur eine Aufgabe angezeigt, und erst nach Eingabe der Antwort wird die nächste Aufgabe angezeigt. Das Anforderungsniveau wird langsam gesteigert, von einfachen Rechenoperationen bis hin zu Integralrechnung und Stochastik (vgl. Abbildungen 12 und 13).

The screenshot shows a web-based assessment interface. At the top left is the logo 'L MIND'. The main heading is 'Ganze Zahlen' (Integers). Below it, the instruction 'Berechnen Sie' (Calculate) is displayed. The mathematical problem is presented as $(-3) + (-5) =$ followed by a rectangular input field. At the bottom of the interface, there are three buttons: 'Zurück' (Back), 'Weiter' (Next), and 'Alles senden' (Send all). In the bottom left corner, it says 'Question 1 of 35'.

Abbildung 12: Testaufgabe aus dem Ankerbeispiel Typ 3a „Studienanforderungen / Vorwissen“ (Quelle: <https://hps.hs-regensburg.de/~othmind/OSA>)

⁹ URL: <https://www.oth-regensburg.de/weiterbildung/oth-mind/bildungsangebote/bevorstudium/online-self-assessment-osa.html> [30.10.2017]

L MIND

Geradengleichungen

Bestimmen Sie die Geradengleichung der abgebildeten Geraden in der Form $y = mx + t$

$m =$

$t =$

Question 19 of 35

Zurück Weiter Alles senden

Abbildung 13: Testaufgabe aus dem Ankerbeispiel Typ 3a „Studienanforderungen / Vorwissen“ (Quelle: <https://hps.hs-regensburg.de/~othmind/OSA>)

Ergebnisrückmeldung:

In der Ergebnisrückmeldung wird lediglich ein kurzer Überblick gegeben: über die erreichte Punktezahl, die mögliche Höchstpunktzahl, wie viele Fragen richtig beantwortet wurden sowie den prozentualen Anteil der richtig beantworteten Fragen.

L MIND

Ihr Ergebnis im Überblick

Ihre erreichten Punkte **5**

Mögliche Höchstpunktzahl	84
Richtig beantwortete Fragen	6
Fragen insgesamt	35
Anteil richtiger Fragen	5.95%

Vielen Dank für Ihre Teilnahme.

Empfehlung für das weitere Vorgehen

Abbildung 14: Ergebnisrückmeldung aus dem Ankerbeispiel Typ 3a „Studienanforderungen / Vorwissen“ (Quelle: <https://hps.hs-regensburg.de/~othmind/OSA>)

3.3.4 Ankerbeispiel 3b: „OSA Technikjournalismus / Technik-PR“¹⁰

Dieses Ankerbeispiel bezieht sich ausschließlich auf erforderliches Wissen im Studium mit den dazugehörigen Merkmalsausprägungen b) Inhalte des Studiums sowie c) benötigte Kompetenzen im Studium.

Das OSA der Technischen Hochschule Nürnberg (Fachbereich Technikjournalismus) dauert laut Angaben der Herausgeber etwa 60 Minuten. Es besteht aus zwei Modulen: einem Modul „Allgemeinwissen“ sowie einem Modul zu speziellen Voraussetzungen / Wissenserwartungen für ein Studium des Technikjournalismus, welches sich aus Aufgaben zu deutscher Grammatik und Rechtschreibung sowie zu den Bereichen Mathematik, Physik und Technik zusammensetzen.

b) Informationen (teilweise in Form von Abfragen) darüber, womit sich der betreffende Studiengang beschäftigt

Entweder durch Textaufgaben zu Studieninhalten oder auch durch inhaltliche Abfragen wird offensichtlich, welche Inhalte im Studium eine Rolle spielen.

c) Welche Kompetenzen werden im Studium benötigt?

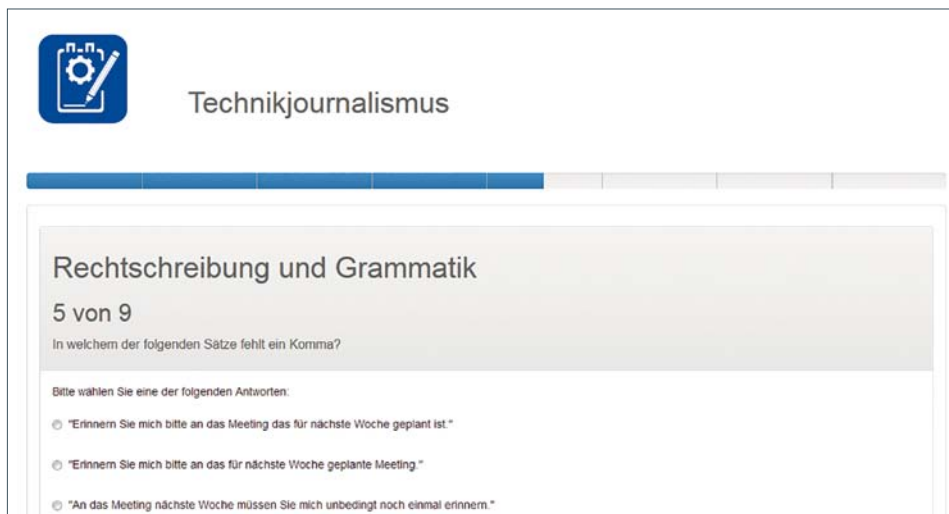
Es werden im Wesentlichen aus verschiedenen Kompetenzbereichen, die im Studium eine Rolle spielen, Aufgaben gestellt, u. a. Allgemeinwissen (vgl. Abbildung 15), sprachliche Kompetenzen (vgl. Abbildung 16) und technisches/naturwissenschaftliches Wissen (vgl. Abbildung 17). Dadurch wird deutlich, welches Wissen und welche Kompetenzen erforderlich sind.



The screenshot shows a quiz interface for 'Technikjournalismus'. At the top left is a blue icon with a gear and a pencil. To its right is the text 'Technikjournalismus'. Below this is a progress bar with 8 segments, the first two of which are filled. The main content area is titled 'Allgemeinwissen' and shows '2 von 8' questions. The current question is: 'Wer war im Jahr 2015 Bundesminister oder -ministerin für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit?'. Below the question, it says 'Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:' and lists three options with radio buttons: 'Johanna Wanka', 'Barbara Hendricks', and 'Alexander Dobrindt'.

Abbildung 15: Beispielaufgabe zum Allgemeinwissen des Ankerbeispiels Typ 3b „Studienanforderungen / erforderliches Wissen im Studium“ (Quelle: <https://www.studiengangstest.de/test/index.php/survey/index>)

10 URL: <https://www.studiengangstest.de/portal/users/login> [30.10.2017]



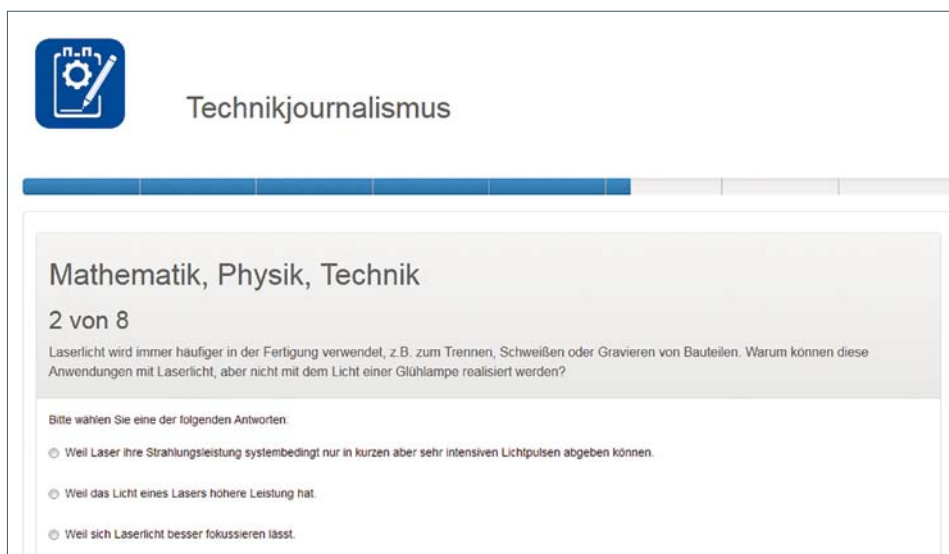
The screenshot shows a quiz interface for 'Technikjournalismus'. At the top left is a logo with a gear and a pencil. The title 'Technikjournalismus' is centered. Below it is a progress bar with 9 segments, the 5th of which is filled. The main content area has a light gray background and contains the following text:

Rechtschreibung und Grammatik
 5 von 9
 In welchem der folgenden Sätze fehlt ein Komma?

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- *Erinnern Sie mich bitte an das Meeting das für nächste Woche geplant ist.*
- *Erinnern Sie mich bitte an das für nächste Woche geplante Meeting.*
- *An das Meeting nächste Woche müssen Sie mich unbedingt noch einmal erinnern.*

Abbildung 16: Beispielaufgabe Rechtschreibung und Grammatik des Ankerbeispiels Typ 3b „Studienanforderungen / erforderliches Wissen im Studium“ (Quelle: <https://www.studiengangstest.de/test/index.php/survey/index>)



The screenshot shows a quiz interface for 'Technikjournalismus'. At the top left is a logo with a gear and a pencil. The title 'Technikjournalismus' is centered. Below it is a progress bar with 8 segments, the 2nd of which is filled. The main content area has a light gray background and contains the following text:

Mathematik, Physik, Technik
 2 von 8
 Laserlicht wird immer häufiger in der Fertigung verwendet, z.B. zum Trennen, Schweißen oder Gravieren von Bauteilen. Warum können diese Anwendungen mit Laserlicht, aber nicht mit dem Licht einer Glühlampe realisiert werden?

Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

- Weil Laser ihre Strahlungsleistung systembedingt nur in kurzen aber sehr intensiven Lichtpulsen abgeben können.
- Weil das Licht eines Lasers höhere Leistung hat.
- Weil sich Laserlicht besser fokussieren lässt.

Abbildung 17: Beispielaufgabe Mathe / Physik / Technik des Ankerbeispiels Typ 3b „Studienanforderungen / erforderliches Wissen im Studium“ (Quelle: <https://www.studiengangstest.de/test/index.php/survey/index>)

Die Ergebnisse werden übersichtlich mithilfe von Balkengrafiken auf einer Seite dargestellt. Es wird bewusst auf eine weitergehende Interpretation verzichtet; vielmehr geht es darum, dass die Nutzerinnen und Nutzer einen eigenen Eindruck davon erhalten, wie es ihnen mit den Aufgaben ergangen ist. Je nach Testergebnis werden weiterführende Links zu (Vorbereitungs-) Angeboten zur Verfügung gestellt.

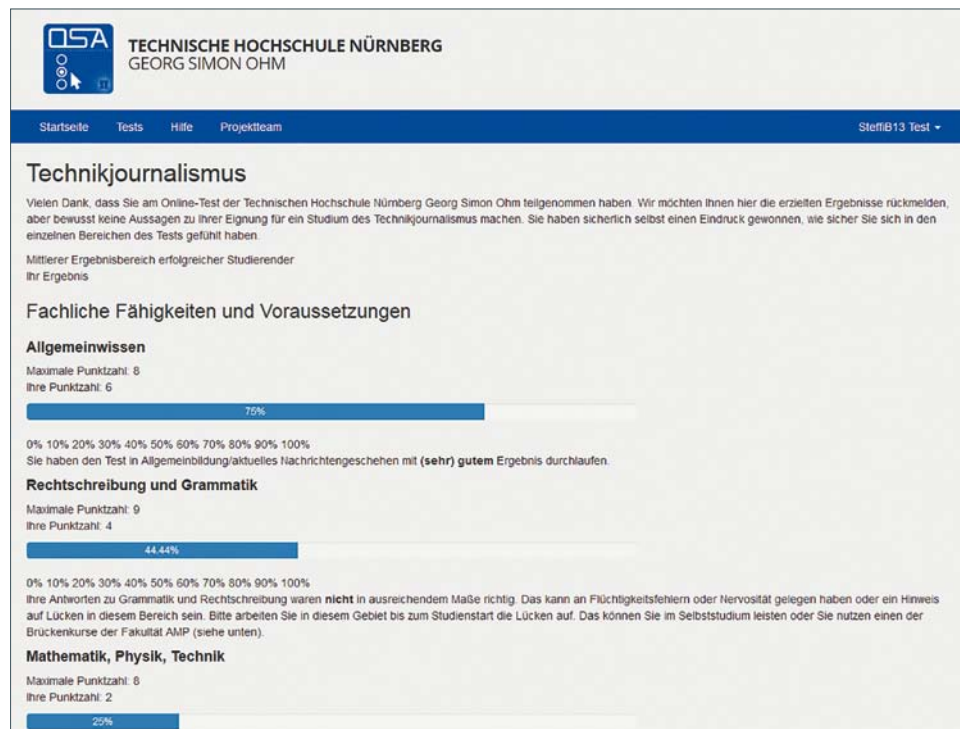


Abbildung 18: Ergebnisdarstellung und Auswertung Ankerbeispiel Typ 3b „Studienanforderungen/ erforderliches Wissen im Studium“ (Quelle: <https://www.studiengangstest.de/test/index.php/survey/index>)

3.4 Typ 4 „Studienerwartungen“

Die entscheidende Dimension für den Typ „Studienerwartungen“ ist, wie schon der Name sagt, die Abfrage von konkreten Erwartungen. Parallel dazu werden oftmals auch Informationen zum Studiengang gegeben, in manchen Tests werden diese auch durch Aussagen von Studierenden und / oder Lehrenden transportiert. So erfolgt über die Abfrage ein Abgleich der Erwartungen mit der Realität vor Ort.

3.4.1 Zentrale Merkmalsausprägungen

Zentrales Merkmal der Dimension und gleichzeitig auch des Typs sind die Abfrage von Erwartungen. Dabei kann es auch vorkommen, dass Informationen zum Studiengang präsentiert werden. Wesentlich ist hierbei jedoch immer, dass der Fokus auf dem *Abgleich* der Erwartungen liegt (und nicht z. B. darauf, durch die bereitgestellten Informationen einen Studiengang zu bewerben).

3.4.2 Ankerbeispiel: „RUBCheck ETIT“¹¹

Die OSAs der Ruhr-Universität Bochum nennen sich alle „RUBCheck“. Dabei setzt sich RUB aus dem jeweils ersten Buchstaben der drei Namensteile der Universität zusammen. „ETIT“ steht für den Fachbereich „Elektrotechnik und Informationstechnik“. Das OSA „RUBCheck ETIT“ beinhaltet ausschließlich Fragen zu den eigenen Erwartungen an den Studiengang (vgl. Abbildung 19) sowie den Rahmenbedingungen.

¹¹ URL: <http://rubcheck.rub.de/rubcheck/etit/erwartungen> [30.10.2017]

RUB » RUBChecks » ETITCheck » Erwartungen » Test

Erwartungen


Fortschritt: 20%


Inhalte

Die Vorlesungen bestehen in den ersten zwei Semestern zu einem großen Teil aus den Bereichen Mathematik und Physik.	<input type="radio"/> richtig <input type="radio"/> falsch
Für das ETIT-Studium sind Englischkenntnisse auf Grundkursniveau erforderlich.	<input type="radio"/> richtig <input type="radio"/> falsch
Während des Studiums ist ein Praktikum Pflicht.	<input type="radio"/> richtig <input type="radio"/> falsch
Wie Rechner aufgebaut sind und wie sie funktionieren lernt man in einem Informatik-Studium und nicht in einem ETIT-Studium.	<input type="radio"/> richtig <input type="radio"/> falsch

Abbildung 19: Fragen zu Erwartungen im Ankerbeispiel Typ 4 „Studienerwartungen“
(Quelle: <http://rubcheck.rub.de/rubcheck/etit/erwartungen>)

Anschließend gibt es eine sehr ausführliche und hilfreiche Rückmeldung, die automatisch als PDF zum Download bereitgestellt wird (vgl. Abbildung 20).





30. Oktober 2017, 10:24

Ergebnisrückmeldung zum Test „Erwartungen“

Sie hatten die Gelegenheit, typische Erwartungen an das ETIT-Studium einzuschätzen. Nun erhalten Sie eine detaillierte Rückmeldung, in der Ihre Meinung mit der von Experten verglichen wird. Ihre individuelle Übereinstimmung mit dem Expertenurteil wird Ihnen als Prozentwert angegeben.

Je mehr Aussagen Sie richtig eingeschätzt haben, desto realistischer sind Ihre Vorstellungen und Erwartungen an ein ETIT-Studium. Wenn Sie nur einen niedrigen Übereinstimmungswert erzielt haben, bedeutet das jedoch nicht, dass Sie ungeeignet für ein ETIT-Studium sind. Ein niedriger Wert gibt Ihnen einen Hinweis darauf, dass Sie sich noch intensiver informieren sollten, um ein realistisches Bild vom ETIT-Studium zu erhalten.

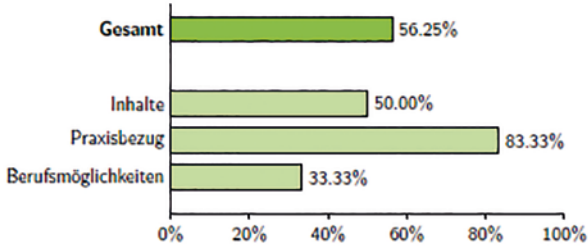
Wir empfehlen Ihnen, sich die Erläuterungen zu den Erwartungen in den folgenden Tabellen noch einmal anzuschauen. Insbesondere sollten Sie diejenigen Erwartungen genauer betrachten, die Sie anders als die Experten eingeschätzt haben. Wichtig ist, dass Sie sich vor Beginn des Studiums gut informieren!

Sie möchten sich genauer über das ETIT-Studium informieren?

Wenn Sie weitere Fragen zum Studiengang Elektrotechnik und Informationstechnik haben, sind Sie herzlich dazu eingeladen, das Angebot der Studienfachberatung zu nutzen. Die wichtigsten Kontaktdaten finden Sie [hier](#).

Wie zutreffend sind Ihre Erwartungen an das ETIT-Studium?

Sie haben 56.25% aller Aussagen richtig eingeschätzt.



Kategorie	Prozentwert
Gesamt	56.25%
Inhalte	50.00%
Praxisbezug	83.33%
Berufsmöglichkeiten	33.33%

Im Folgenden werden Ihnen alle Erwartungen mit den entsprechenden richtigen Antworten und Erläuterungen dargeboten.

Abbildung 20: Ergebnisdarstellung im Ankerbeispiel Typ 4 „Studienexpectungen“
(Quelle: <http://rubcheck.rub.de/rubcheck/etit/erwartungen>)

4 Darstellung von Good Practices

Im Anschluss an die Typenbildung und die Auswahl von typischen Beispielen (Ankerbeispielen) wurden für jeden Typ Good Practices identifiziert, die nach Ansicht der Forschenden einen Ausgangspunkt für eine (weiterführende) Diskussion zu den Qualitätsmerkmalen von OSAs bilden können. An dieser Stelle wird ausdrücklich betont, dass es sich *nicht* um sogenannte „Best Practices“ handelt, da nur ein Ausschnitt der relevanten Merkmale für die Auswahl dieser Beispiele herangezogen wurde, nämlich ganz konkret bezogen auf die Typenzuordnung. Weitere Qualitätskriterien wie z. B.

Nutzerführung, Design etc. wurden hier nicht herangezogen (außer es handelte sich um typdefinierende Merkmale). Good Practices stellen bezogen auf die relevanten Merkmale des Typs ein gelungenes Beispiel dar.

4.1 Good Practice Typ 1 „Studierendenmarketing“: „OSA B.A. Bildungs- und Erziehungswissenschaft“¹²

Bei dem Good Practice-Beispiel für Typ 1 „Studierendenmarketing“ handelt es sich um das „OSA B.A. Bildungs- und Erziehungswissenschaft“ der Freien Universität Berlin.

Es wird kein Log-in für den Zugang zum Test benötigt, die Seite ist frei im Internet zugänglich und somit – im Sinne des Marketingzwecks – niedrigschwellig erreichbar. Die Navigation ist strukturiert und transparent aufgebaut, es fällt leicht, sich auf der Seite zurechtzufinden (Abbildung 21):



Abbildung 21: Startseite des Good Practice-Beispiels Typ 1 „Studierendenmarketing“ (Quelle: http://www.osa.fu-berlin.de/bildungs_und_erziehungswissenschaft/start/start/index.html)

Die Farbwelt ist freundlich und ansprechend, ebenso die abwechslungsreichen Elemente, wie z. B. die Darstellung bzw. Einbettung von Videos.

In diesem Assessment wird auf eine neutrale und seriöse Sprache geachtet, was eher auf das Ziel der Information denn der (suggestiven) Motivation hinweist. Es gibt verschiedene Menüpunkte mit Unterseiten, die der Bereitstellung von umfangreichen Informationen dienen (sei es durch Grafiken, Texte oder Videos). Lediglich ein Bereich beinhaltet Beispielaufgaben zum Studium.

Die Seite mit den Interviews von Studierenden zeigt sehr transparent, welche Interviewpartner zur Verfügung standen und auf welche Fragen man Antwort bekommt (vgl. Abbildung 22). So können die Ratsuchenden die für sie jeweils interessanten Inhalte schnell und unkompliziert ansteuern.

12 URL:http://www.osa.fu-berlin.de/bildungs_und_erziehungswissenschaft/start/start/index.html [30.10.2017]

The screenshot shows a website interface for 'OSA B.A. Bildungs- und Erziehungswissenschaft'. At the top, there is a navigation menu with the following items: START, STUDIUM, STUDIENMODULE, BEISPIELAUFGABEN, STUDIENALLTAG (highlighted in green), PERSPEKTIVEN, and BEWERBEN?. Below the menu, the page title is 'Interviews mit Studierenden der Bildungs- und Erziehungswissenschaft'. On the left, there is a video player showing a woman with glasses and a dark shirt. On the right, there is a list of interview questions:

- Warum hast du dich für dieses Studium entschieden?
- Mit welchen Erwartungen bist du in das Studium gegangen? Welche haben sich als eher falsch, welche als eher richtig herausgestellt?
- Was hat dir zu Beginn deines Studiums besonders geholfen, dich einzufinden? Was war – gerade am Anfang des Studiums – schwierig?
- Wie sieht dein Studienalltag aus? Welche Tätigkeiten stehen im Vordergrund?
- Was macht das Studium der Bildungs- und Erziehungswissenschaft aus, was ist besonders?
- Was war im Studium besonders schwer? Welche Hürden musstest du überwinden?
- Was hat Dir am Studium besonders gefallen, was waren die „Highlights“?
- Was wirst du nach Abschluss deines BA-Studiums machen?
- Welchen Rat würdest du Studieninteressierten und Studienanfängerinnen auf den Weg geben?

Abbildung 22: Studierendeninterviews im Good Practice-Beispiel Typ 1 „Studierendenmarketing“
(Quelle: http://www.osa.fu-berlin.de/bildungs_und_erziehungswissenschaft/start/start/index.html)

Auch Studieninhalte werden in ansprechender Weise aufbereitet präsentiert (vgl. Abbildung 23). Es werden konkrete Seminarinhalte benannt und typische Fragestellungen aufgelistet, sodass die Nutzerinnen und Nutzer eine Vorstellung davon bekommen können, mit welchen Fragen man sich im Studium konkret beschäftigt.

Freie Universität Berlin

Startseite Kontakt Impressum Hilfe

OSA B.A. Bildungs- und Erziehungswissenschaft

START STUDIUM **STUDIENMODULE** BEISPIELAUFGABEN STUDIENALLTAG PERSPEKTIVEN BEWERBEN?

Bildung und Erziehung

Das erste Semester beinhaltet für Sie eine Einführung in die Bildungs- und Erziehungswissenschaft. Hier lernen Sie Grundbegriffe, Theorien und die Geschichte dieser Wissenschaft kennen.

In der Vorlesung erhalten Sie einen Überblick zu Theorien und Konzepten von Bildung und Erziehung. Ebenso werden Aspekte wie Chancengleichheit, Kompetenzentwicklung und das Lernen in der Wissenschaftsgesellschaft thematisiert.

Das Seminar A knüpft an die Vorlesung an und beinhaltet eine vertiefende Auseinandersetzung mit ausgewählten Theorien und Fragestellungen der Bildungs- und Erziehungswissenschaft.

Im Seminar B werden Sie mehr über ethische sowie philosophische Grundfragen des pädagogischen Handelns lernen. Hier werden vor allem die Legitimation von Erziehung und deren Bedeutung in und für die Gesellschaft besprochen.

Typische Fragestellungen in diesem Modul

- Was sind grundlegende Bildungs- und Erziehungstheorien und welche gibt es?
- Worin unterscheiden sich die Begriffe Sozialisation, Erziehung und Bildung?
- Wie geht man mit Ungleichheit im Bildungssystem um?
- Welche Erkenntnisse über Lernprozesse gibt es?

Lehrveranstaltungen

- Vorlesung: Einführung in die Erziehungswissenschaft
- Seminar A: Bildung und Erziehung
- Seminar B: Bildung und Erziehung

Jean-Jacques Rousseau, Autor des Erziehungsromans "Émile"
Quelle: Wikimedia Commons — Maurice Quentin de La Tour |Public

Abbildung 23: Ansprechend aufbereitete Inhalte des Good Practice-Beispiels Typ 1 „Studierendenmarketing“ (Quelle: http://www.osa.fu-berlin.de/bildungs_und_erziehungswissenschaft/start/start/index.html)

Da es sich nicht um ein Assessment handelt, das Aufgaben beinhaltet, werden am Ende dementsprechend auch weder Lösungen noch Feedback bereitgestellt. Den Gedanken des Studierendenmarketings konsequent zu Ende gedacht, gibt es stattdessen als letzten Menüpunkt zusammenfassende Hinweise auf Studienanforderungen, weiterführende Informationsveranstaltungen und -wege sowie Informationen rund um die Bewerbung für ein Studium:

Freie Universität Berlin

Startseite Kontakt Impressum Hilfe

OSA B.A. Bildungs- und Erziehungswissenschaft

START STUDIUM STUDIENMODULE BEISPIELAUFGABEN STUDIENALLTAG PERSPEKTIVEN BEWERBEN?

Ich will Bildungs- und Erziehungswissenschaft an der Freien Universität Berlin studieren!

Sie sind am Ende des Online-Studienfachwahl-Assistenten angelangt. Wir hoffen, dass Sie sich umfassend über den BA-Studiengang *Bildungs- und Erziehungswissenschaft* informieren konnten und einen guten Einblick in die vermittelten Inhalte, den Studienaufbau und den Alltag am Fachbereich bekommen haben. Alle weiterführenden Informationen von der Bewerbung und Zulassung bis zur Studienorganisation finden Sie im Folgenden. Anschließend können Sie sich auf der Übersichtsseite der Online-Studienfachwahl-Assistenten über weitere Studiengänge informieren.

Zulassungschancen (NC), Bewerbung, Immatrikulation etc.:

- Alle Informationen zum Bewerbungsverfahren, zu möglichen Fächerkombinationen und zum Numerus Clausus (NC) sind auf den zentralen Studienseiten der Freien Universität Berlin zu finden!

Allgemeine Studienberatung:

- Die *Allgemeine Studienberatung* der Freien Universität Berlin kann persönlich, telefonisch, per Mail oder Online-Chat kontaktiert werden.

Weiterführende Links:

- Fachbereich Erziehungswissenschaft und Psychologie
- Studienangebot der Freien Universität Berlin
- Studieren in Berlin und Brandenburg

Fakten zum BA Bildungs- und Erziehungswissenschaft an der Freien Universität Berlin

Zulassungsmodus 1. Fachsemester	Lokale Zulassungsbeschränkung
Zulassungsmodus	Lokale Zulassungsbeschränkung

Luftaufnahme Gebäude Habelschwerdt Allee mit Philologischer Bibliothek
Quelle: Bararia Luftbild Verlags GmbH

Abbildung 24: Bewerbungsinformationen des Good Practice-Beispiels Typ 1 „Studierendenmarketing“ (Quelle: http://www.osa.fu-berlin.de/bildungs_und_erziehungswissenschaft/start/start/index.html)

4.2 Good Practice Typ 2 „Studienorientierung“: „Orientierungs-SelfAssessment“¹³

Das „Orientierungs-SelfAssessment“ der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule (RWTH) Aachen wurde als Good Practice ausgewählt, da es die betreffenden Merkmalsausprägungen umfänglich erfüllt und sehr gelungen umsetzt: Es werden sehr ausführlich Interessen, Stärken und Schwächen abgefragt, auch mit Tests z. B. zu logischem Schlussfolgern und räumlichem Vorstellungsvermögen. Diese ausführlichen Abfragen benötigen zwar Zeit, jedoch ermöglichen sie auch, genauere Rückschlüsse auf geeignete Studiengänge zu ziehen.

Tätigkeiten bewerten (Teil 1)

Damit du in deinem späteren Studium erfolgreich und zufrieden wirst, ist es wichtig, dass das gewählte Studienfach zu deinen persönlichen Interessen passt. Du wirst nun und auch an einer anderen Stelle des SelfAssessments einschätzen, wie gerne du bestimmte Tätigkeiten ausführt. Deine Einschätzungen wollen wir dazu nutzen, dich später auf einige Studienfächer aufmerksam zu machen, die für dich interessant sein könnten.

Auf dieser und der folgenden Seite siehst du insgesamt 42 Tätigkeitsbeschreibungen. Bitte gib jeweils an, wie gerne du die Tätigkeit in deinem späteren Beruf ausüben würdest.

Es kommt nicht darauf an, ob du die Tätigkeit tatsächlich ausführen kannst. Überlege lediglich, wie gerne du die Tätigkeit ausüben würdest, wenn du dazu in der Lage wärest. Es gibt keine „richtigen“ oder „falschen“ Antworten. Einzig und allein deine Einschätzung zählt! Antworte also nicht so, wie du glaubst, dass es andere von dir erwarten, sondern überlege dir, welche Tätigkeiten dich tatsächlich interessieren.

[Seite 1 von 2]

	Würde ich sehr ungern tun	Würde ich ungern tun	Würde ich weder gem noch ungern tun	Würde ich gem tun	Würde ich sehr gern tun
Computernetzwerke einrichten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wissenschaftliche Untersuchungen planen und durchführen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Neue Theater- oder Musikstücke schreiben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anderen Menschen in kritischen Situationen weiterhelfen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Als Sprecher die Position einer Gruppe vertreten und durchsetzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Abläufe oder Prozesse genau protokollieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Holz oder Metall bearbeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Abbildung 25: Interessentest des Good Practice Typ 2 „Studienorientierung“ (Quelle: <http://www.global-assess.rwth-aachen.de/rwth/tm>)

13 URL: <http://www.global-assess.rwth-aachen.de/rwth/tm> [30.10.2017]

Die Zielsetzung des OSAs, herauszufinden „was“ und nicht „ob“ studiert werden soll, wird gleich zu Beginn des Assessments klar kommuniziert, ebenso wie das Thema der Frage, „was genau“ studiert werden soll, also welche Studiengänge zu den Nutzerinnen und Nutzern passen. Der Test schließt mit einer ausführlichen Auswertung mit Empfehlungen und Hinweisen zur Interpretation sowie zu weiteren Schritten. Dabei erfährt man zunächst, zu welchen Bereichen man Rückmeldungen erhalten wird (Abbildung 26):

Deine Rückmeldung zum Orientierungs-SelfAssessment: Welche Studienfächer passen zu deinen Interessen und Vorlieben?
Seite 1 von 4

Geschafft! Du hast alle Aufgaben und Fragen für deine Rückmeldung bearbeitet. Jetzt bist du bestimmt auf deine Ergebnisse gespannt. Deine Ergebnissrückmeldung umfasst 3 Seiten:

- In **Teil 1** deiner Rückmeldung (auf der ersten Seite) erfährst du, in welchen Themen- und Aufgabenbereichen deine Interessen liegen und welche Studiengänge der RWTH Aachen vor diesem Hintergrund für dich interessant sein dürften.
- In **Teil 2** deiner Rückmeldung (auf der zweiten Seite) werden dir deine Ergebnisse zu den Aufgabentypen "Wort-Rätsel", "Zahlenreihen" und "Grundrisse falten" erläutert.
- In **Teil 3** deiner Rückmeldung (auf der dritten Seite) wird Bezug zum Aufgabentyp "Verhalten im Studium einschätzen" genommen. Hier erfährst du, welche Verhaltensweisen in typischen Situationen im Studium von Dozenten und Studenten als optimal eingeschätzt wurden.
- In **Teil 4** deiner Rückmeldung (auf der vierten Seite) erhältst du nützliche Informationsquellen zur Studienorientierung.

Du kannst deine Ergebnissrückmeldung später erneut aufrufen, ausdrucken oder dir per E-Mail zusenden lassen, wenn du dich mit deinem Nutzernamen und Passwort einloggst und das Orientierungs-SelfAssessment aufrufst. Jetzt aber zu deinen Ergebnissen...




Abbildung 26: Detaillierte Ergebnissrückmeldung des Good Practice-Beispiels Typ 2 „Studienorientierung“ (Quelle: <http://www.global-assess.rwth-aachen.de/rwth/tm>)

Anschließend werden ausführliche und auch grafisch aufbereitete Darstellungen zu den eigenen Ergebnissen bereitgestellt. Zunächst zu den Interessensbereichen ...

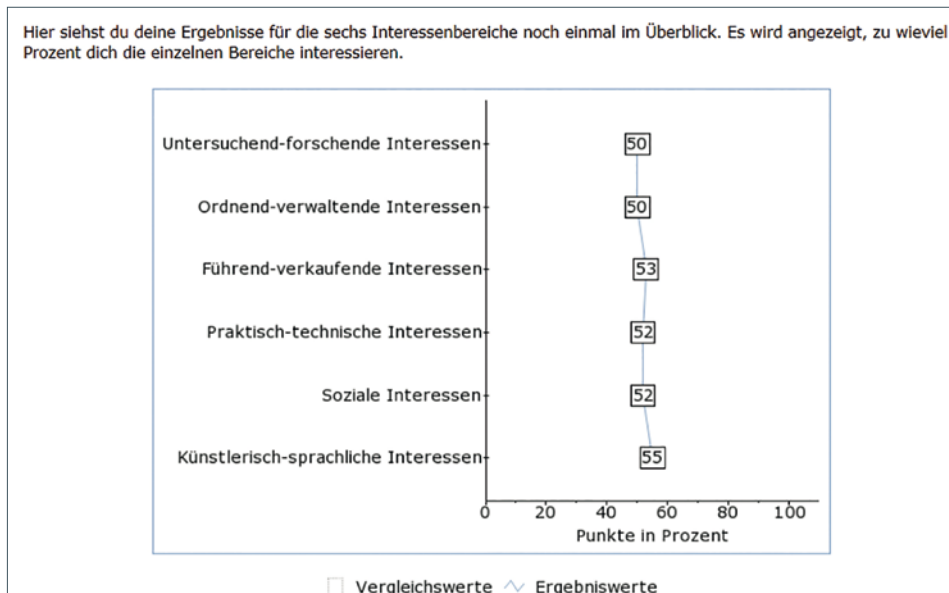


Abbildung 27: Ergebnis Interessensbereiche des Good Practice-Beispiels Typ 2 „Studienorientierung“ (Quelle: <http://www.global-assess.rwth-aachen.de/rwth/tm>)

... und anschließend zu den Studiengängen, für die die verschiedenen Interessensbereiche eine Rolle spielen:

In der folgenden Tabelle sind jeweils die Interessenbereiche markiert, die in den verschiedenen an der RWTH Aachen angebotenen Studiengängen besonders relevant sind. Achte besonders darauf, welche Studienfächer Interessenbereiche erfordern, die deinen Vorlieben entsprechen.

Bitte beachte auch, dass die folgende Tabelle darstellt, welche Tätigkeiten während des **Studiums** eine zentrale Rolle spielen. Wie die Tabelle deutlich macht, sind insbesondere untersuchend-forschende und ordnend-verwaltende Tätigkeiten wichtige Bestandteile eines jeden Studiums.

Untersuchend-forschende Tätigkeiten werden dir im Studium immer wieder begegnen, zum einen weil Forschung einen wichtigen Aufgabenbereich von Hochschulen darstellt. Beispielsweise unterstützen studentische Hilfskräfte Professoren oftmals bei ihren Forschungsprojekten. Und zum anderen wirst du dich immer wieder eigenständig in unbekannte Themengebiete einarbeiten, Informationen suchen und ordnen sowie wissenschaftliche Methoden anwenden müssen.

Ordnend-verwaltende Tätigkeiten kommen im Studium auch sehr häufig vor. Beispielsweise sind beim Erstellen von Berichten und Referaten oder bei der Vorbereitung auf Klausuren eine systematische Vorgehensweise und sorgfältige Arbeitsweise gefordert.

Studienfach	untersuchend-forschend	ordnend-verwaltend	führend-verkaufend	praktisch-technisch	sozial	künstlerisch-sprachlich
Bachelor of Science/ Bachelor of Arts						
Architektur	X	X		X		X
Bauingenieurwesen	X	X	X	X		
Betriebspädagogik und Wissenspsychologie	X	X			X	
Betriebswirtschaftslehre/Business Administration	X	X	X			
Biologie	X	X		X		
Biotechnologie / Molekulare Biotechnologie	X	X		X		
Chemie	X	X		X		
Computational Engineering Science	X	X	X			
Elektrotechnik, Informationstechnik und Technische Informatik	X	X	X			
English Studies	X	X				X
Entsorgungswissenschaften	X	X	X	X		
Geographie / Angewandte Geographie	X	X	X			
Georesourcenmanagement	X	X		X		
Geowissenschaften / Angewandte Geowissenschaften	X	X		X		

Abbildung 28: Ergebnis Studienfächer des Good Practice-Beispiels Typ 2 „Studienorientierung“
(Quelle: <http://www.global-assess.rwth-aachen.de/rwth/tm>)

4.3 Good Practice Typ 3 „Studienanforderungen“

4.3.1 Good Practice Typ 3a „Studienanforderungen / Anforderungen bezogen auf vorhandenes Schulwissen“: „Online-Selbsteinschätzungs-Assistent OSA Mathematik“¹⁴

Das OSA der Hochschule für Angewandte Wissenschaften München (Fachbereich: Mathematik) gibt zu Beginn einen transparenten Überblick, was die Nutzerin oder den Nutzer im Test erwartet:

14 URL: <https://www.studiengangstest.de/test/index.php/845569> [30.10.2017]

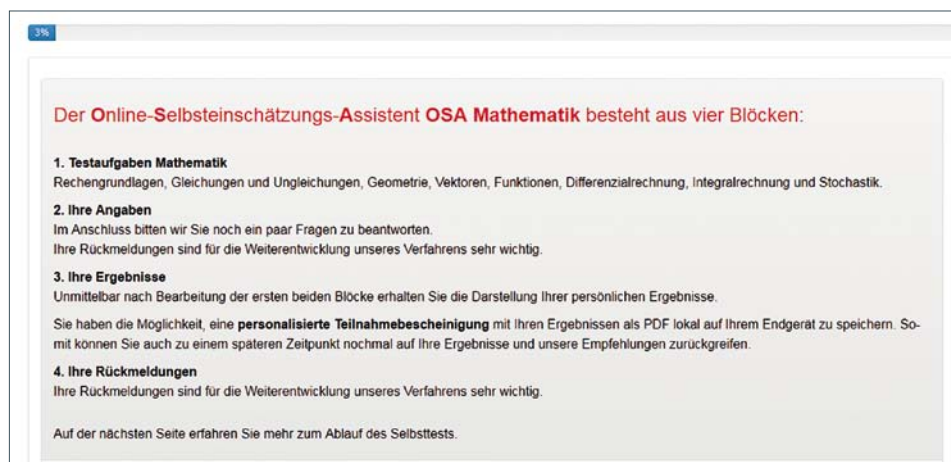


Abbildung 29: Übersicht aus dem Good Practice-Beispiel Typ 3a „Studienanforderungen“
(Quelle: <https://www.studiengangstest.de/test/index.php/survey/index>)

Die Testaufgaben im Bereich Mathematik sind klar strukturiert und beginnen mit leichten Inhalten zu Rechengrundlagen (vgl. Abbildung 30), die sich im Anforderungsniveau u. a. über Aufgaben zu Funktionen (vgl. Abbildung 31) bis hin zu Integralrechnung und Stochastik steigern. Zu jedem Zeitpunkt ist der Fortschritt im Testverlauf über einen farbigen Balken erkennbar.




Abbildung 30: Aufgabe zu den Rechengrundlagen des Good Practice Typ 3a „Studienanforderungen“
(Quelle: <https://www.studiengangstest.de/test/index.php/845569>)

49%

5 Funktionen

3 von 4

Welche der folgenden Funktionen beschreibt den dargestellten Graphen?



Bitte wählen Sie pro Antwortmöglichkeit zwischen „Richtig“ und „Falsch“. Es können eine Antwort oder zwei Antworten richtig sein.

	Richtig	Falsch
$f(t) = 3 \cos\left(\frac{1}{2}t\right)$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
$f(t) = 3 \sin\left(\frac{1}{2}t\right)$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
$f(t) = 3 \sin(2t)$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
$f(t) = \frac{1}{2} \sin(3t)$	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Abbildung 31: Aufgabe zu Funktionen des Good Practice-Beispiels Typ 3a „Studienanforderungen“ (Quelle: <https://www.studiengangstest.de/test/index.php/845569>)

Die Auswertung ist sehr übersichtlich und grafisch aufbereitet:

87%

Wichtiger Hinweis

Insgesamt ist dem Entwicklerteam des OSA Mathematik durchaus bewusst, dass die 8 abgefragten Themenblöcke nicht in allen Schul-Lehrplänen gleichermaßen ausführlich und intensiv behandelt werden. Dennoch werden sie als Grundlagenwissen gewertet, das ggf. vor Studienbeginn nachgeholt werden muss.

Wenn Ihre Ergebnisse in einem der zwei Themenblöcke **Rechengrundlagen** bzw. **Gleichungen und Ungleichungen** auf geringem Niveau liegen, ist ein Vorkurs dringend zu empfehlen.

- niedriges Niveau
- mittleres Niveau
- angemessenes Niveau
- ▼ Ihr Ergebnis

Ihre Ergebnisse nach Themengebieten

0 von 7 ▼

Rechengrundlagen



0% 50% 80% 100%

0 von 6 ▼

Gleichungen und Ungleichungen



Abbildung 32: Auswertung aus dem Good Practice-Beispiel Typ 3a „Studienanforderungen“ (Quelle: <https://www.studiengangstest.de/test/index.php/845569>)

4.3.2 Good Practice Typ 3b „Studienanforderungen / Anforderungen bezogen auf erforderliches Wissen im Studium“: Self-Assessment der Ernst-Abbe-Hochschule Jena¹⁵

Das ausgewählte Self-Assessment der Ernst-Abbe-Hochschule Jena (Fachbereich: Soziale Arbeit) stellt in ausführlicher Weise in verschiedenen Aufgaben Studieninhalte vor (wie z. B. Empirische Sozialforschung) und fragt Beurteilungen bzw. Antworten ab (z. B. zu Fallbeispielen).

Die folgende Abbildung gibt einen Überblick über den Aufbau des OSAs:

The screenshot shows the start page of a self-assessment tool. At the top left is a photo of hands clasped together. The header includes 'Self-Assessment für den Studiengang Soziale Arbeit (B.A.)' and the logo of Ernst-Abbe-Hochschule Jena (University of Applied Sciences). The main text explains that the profession of a social worker requires a completed study in 'Soziale Arbeit' and state recognition. It lists conditions for recognition, such as a 100-day internship. A list of five assessment topics is provided: I Empirische Sozialforschung, II Tätigkeits- und Arbeitsfelder, III Fallbeispiele, IV Einsatzgebiete und relevante konkrete Tätigkeiten, and V Vorbereitung auf das Studium. A callout box asks users to complete all parts and provides instructions on how to pause and resume. A 'LOS GEHT'S' button is at the bottom.

Self-Assessment für den Studiengang **Soziale Arbeit (B.A.)**
Ernst-Abbe-Hochschule Jena
University of Applied Sciences

Der Beruf des Sozialarbeiters setzt ein abgeschlossenes Studium der Fachrichtung *Soziale Arbeit* voraus sowie die staatliche Anerkennung - also die Berechtigung, die Berufsbezeichnung "Staatlich anerkannter Bachelor Soziale Arbeit" zu führen.

Bedingung für die staatliche Anerkennung ist unter anderem, dass innerhalb des Studiengangs ein integriertes Praktikum von mindestens 100 Tagen nach einem Ausbildungsplan und unter Anleitung einer Fachkraft an geeigneten Praktikumsstellen abgeleistet wird.

Daran ist abzulesen, dass die Gewährung dieses Titels ein großes Maß an Praxiserfahrung sowie wissenschaftlich begleiteter und betreuter Praxisreflexion verlangt. Dies kann nur in anwendungsnahen Studiengängen und anwendungsbezogener Forschung gewährleistet werden.

All diese Voraussetzungen bietet das Studium an der Ernst-Abbe-Hochschule Jena.

Betrachten Sie unser Self-Assessment bitte als eine Einführung in das Studienfach *Soziale Arbeit* an der Ernst-Abbe-Hochschule Jena.

Das Self-Assessment Soziale Arbeit besteht aus den Teilen:

- I Empirische Sozialforschung
- II Tätigkeits- und Arbeitsfelder
- III Fallbeispiele
- IV Einsatzgebiete und relevante konkrete Tätigkeiten
- V Vorbereitung auf das Studium

Bitte nehmen Sie sich die Zeit und absolvieren Sie alle Teile.
Über die PAUSE-Taste können Sie unterbrechen, über den Zugangscode das Self-Assessment wieder aufrufen.

Noch ein Hinweis:
Wenn Sie Hilfsmittel für die Bearbeitung unserer Aufgaben verwenden (Nachschlagewerke, Internet, ...), dann **machen Sie sich bitte bewusst**, dass Sie Wissen nachschlagen.
Erinnern Sie sich daran, wenn Sie Ihre Rückmeldung lesen. Denn damit diese für Sie wirklich hilfreich sein kann, ist Ihre ehrliche Mitarbeit gefragt.

Und nun...

LOS GEHT'S

Abbildung 33: Startseite des Good Practice-Beispiels Typ 3b „Studienanforderungen“ (Quelle: <https://selfassessment.eah-jena.de>)

15 URL: <https://selfassessment.eah-jena.de> [30.10.2017]

Im Bereich „Empirische Sozialforschung“ werden bspw. Daten präsentiert, die es zu beurteilen gilt:

I Empirische Sozialforschung: I.2 Datenanalyse

Aufgabe 1 von 3

Wertorientierungen: Pragmatisch, aber nicht angepasst
Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren (Angaben in %)

Wertorientierung	2010 (%)	2002 (%)
Gute Freunde haben	97	95
Gutes Familienleben führen	92	85
Eigenverantwortlich leben und handeln	90	85
Phantasie und Kreativität entwickeln	79	83
Fleißig und ehrgeizig sein	76	83
Das Leben in vollen Zügen genießen	78	72
Hohen Lebensstandard haben	69	63
Eigene Bedürfnisse durchsetzen	55	59
Sozial Benachteiligten helfen	58	55
An Gott glauben	37	38
Das tun, was die anderen auch tun	14	16

Quelle: 16. Shell Jugendstudie, Stand: 2010

Vom Jahr 2002 bis zum Jahr 2010 ist die positive Bewertung der Werte "Fleiß" und "Ehrgeiz" angestiegen.

Die Aussage ist falsch.
 Die Aussage ist aus der Grafik nicht eindeutig abzuleiten.
 Die Aussage ist richtig.

Bitte entscheiden Sie sich für eine Antwort und klicken Sie dann auf WEITER.

PAUSE WEITER

Abbildung 34: Aufgabe zu den Inhalten des Studiums aus dem Good Practice-Beispiel Typ 3b „Studienanforderungen“ (Quelle: <https://selfassessment.eah-jena.de>)

In Form von Aufgaben (und zum Teil längeren Texten) werden Informationen über die benötigten Kompetenzen gegeben. Gleichzeitig werden dabei auch Studieninhalte kommuniziert:

Self-Assessment für den Studiengang
Soziale Arbeit (B.A.)

Ernst-Abbe-Hochschule Jena
University of Applied Sciences

I Empirische Sozialforschung; I.3 Textverständnis

Bitte lesen Sie die beiden unten stehenden Textauszüge und beantworten Sie die im Folgenden gestellten Fragen dazu.

Über das Wissenschaftsjahr 2011
Wie können Ideen Menschen heilen?

Das Wissenschaftsjahr 2011 - Forschung für unsere Gesundheit richtet die Aufmerksamkeit auf den Menschen und eröffnet einen gesellschaftlichen und interdisziplinären Dialog über die Ziele, Herausforderungen und Aktionsfelder moderner Gesundheitsforschung.

In Anlehnung an das Verständnis der Weltgesundheitsorganisation (WHO) wird im Wissenschaftsjahr Gesundheit als eine persönliche Verfassung körperlichen, geistigen und sozialen Wohlbefindens definiert - und nicht allein als das Fehlen von Krankheit oder Gebrechen. Damit kann auch 2011 das Wissenschaftsjahr seine Tradition fortsetzen, Zukunftsthemen unserer Gesellschaft über Fachgrenzen hinweg zu diskutieren. [...]

(Quelle: Bundesministerium für Bildung und Forschung, Das Wissenschaftsjahr 2011 - Forschung für unsere Gesundheit, <http://www.forschung-fuer-unsere-gesundheit.de/das-wissenschaftsjahr/das-jahr-2011-inhalt-ziele/leitthemen-inhalte-ziele-highlights.html>)

Prävention und Ernährung

Manche Krankheiten sind offensichtlich vom persönlichen Verhalten sowie von Belastungen aus der sozialen und physischen Umwelt abhängig.

Deshalb widmet sich die Gesundheitsforschung systematisch den Einflüssen von Klima und Umwelt, von Ernährung und Bewegung auf den menschlichen Organismus.

Der Volksmund weiß es bereits: Vorbeugen ist besser als heilen. Doch wie kann persönlichen Verhaltensfehlern vorgebeugt werden? Können jüngste Erkenntnisse der Forschung zu neuen Aufklärungsstrategien führen? Und welchen Beitrag kann die Gesundheitsforschung dazu leisten, die Effektivität und Effizienz von Maßnahmen der primären Prävention und Gesundheitsförderung zu beurteilen?

(Quelle: Bundesministerium für Bildung und Forschung, Fragen an die Gesundheitsforschung, <http://www.forschung-fuer-unsere-gesundheit.de/das-wissenschaftsjahr/das-jahr-2011-inhalt-ziele/fragen-an-die-gesundheitsforschung.html>)

WEITER

Fachbereich Sozialwesen

Abbildung 35: Aufgabe zum Textverständnis: Good Practice Typ 3 „Studienanforderungen“
(Quelle: <https://selfassessment.eah-jena.de>)

Alles in allem bietet dieses Assessment den Nutzerinnen und Nutzern neben Informationen über die zu erwartenden Studieninhalte auch ausführlich Gelegenheit, zu prüfen, inwiefern die Art der Inhalte und Aufgaben den eigenen Neigungen und Fähigkeiten entsprechen.

4.4 Good Practice Typ 4 „Studienerwartungen“: „Virtuelle Studienorientierung für Informatik der Hochschule Rosenheim“¹⁶

Das OSA der Hochschule Rosenheim (Fachbereich: Informatik) bietet auf verschiedenen Wegen Einblicke ins Studium. Auf der Startseite werden ansprechend aufbereitet die Bereiche zur Auswahl präsentiert:

16 URL: <http://vso.fh-rosenheim.de/informatik> [30.10.2017]

Informatik

Virtuelle Studienorientierung für Informatik der Hochschule Rosenheim

Herzlich willkommen!

Sie wollen studieren, sind sich aber noch nicht sicher, ob das Studium der Informatik Sie interessieren könnte und zu Ihnen passt? Dann haben wir hier etwas für Sie:

Fragebogen:
Erfahren Sie, wo Sie stehen

Unser Fragebogen rund um Interessen und Neigungen, Organisation des Studiums und berufliche Perspektiven gibt Ihnen Anregungen für Ihre Entscheidung.

[Jetzt Fragebogen ausfüllen >](#)

Filmclip:
Faszination Informatik!

Ein Shortclip vom Sommerfest der Fakultät für Informatik: Professoren, Mitarbeiter und Studierende im Interview.

[Filmclip anschauen >](#)

Hermes: ein Computerspiel

Studierende der Informatik haben im Rahmen eines Studienprojektes dieses Computerspiel entwickelt und geben damit einen kleinen Einblick in die Vielfalt der Möglichkeiten im Informatikstudium. Mehr zum Studienprojekt [hier >](#) Einfach auf den Link klicken, Unity Web Player installieren und schon geht's los.

[Spiel starten >](#)

Audio-Beitrag:
Erfahrungsbericht einer Studierenden

Einblicke ins Studium aus erster Hand.

[Audio-Beitrag anhören >](#)

Übersicht:
Inhalte des Informatikstudiums

Informationen zum Ablauf des Bachelorstudiengangs Informatik finden Sie auf der Homepage der Hochschule Rosenheim. [Mehr >](#)

Abbildung 36: Startseite des Good Practice-Beispiels Typ 4 „Studienerwartungen“
(Quelle: <http://vso.fh-rosenheim.de/informatik>)

In einem Filmclip werden Studierende, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Professorinnen und Professoren der Hochschule interviewt (vgl. Abbildung 37), und es wird ein Computerspiel bereitgestellt, das Studierende im Rahmen eines Projekts im Studium programmiert haben, um Einblicke in das Studium der Informatik zu geben (vgl. Abbildung 38).

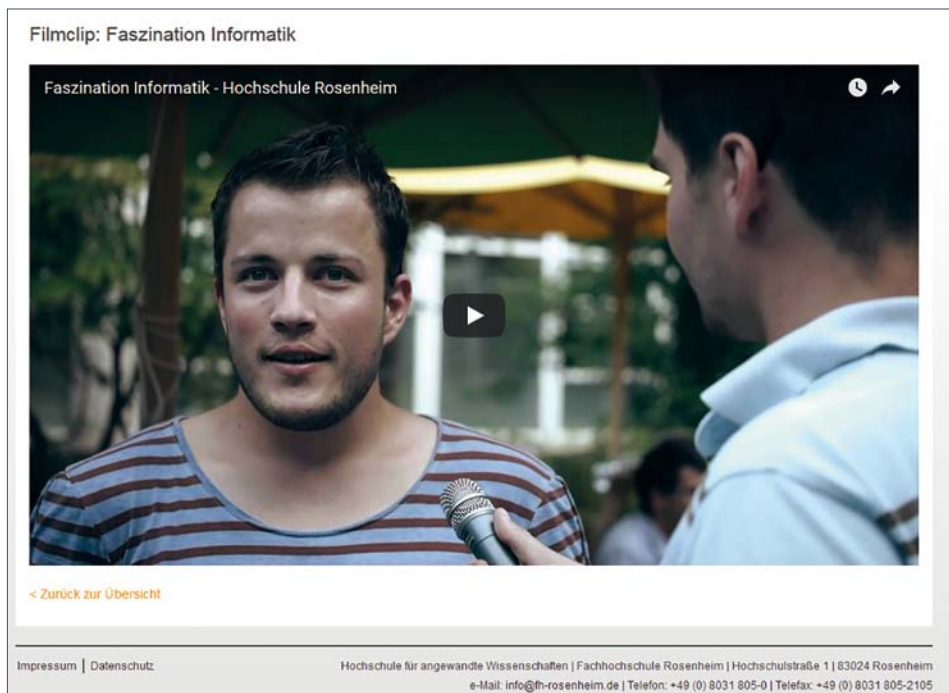


Abbildung 37: Filmclip aus dem Good Practice-Beispiel Typ 4 „Studienerwartungen“ (Quelle: <http://vso.fh-rosenheim.de/filmclip-faszination-informatik/>)



Abbildung 38: Computerspiel aus dem Good Practice-Beispiel Typ 4 „Studienerwartungen“ (Quelle: http://vso.fh-rosenheim.de/fileadmin/user_upload/Studienorientierung/Informatik/WebPlayer.html)

Durch diese Medien (Filmclip, Interviews, Computerspiel) wird auf ansprechende und die Nutzerinnen und Nutzer z.T. aktiv einbindende Weise dargestellt, was im Studium der Informatik zu erwarten sein wird.

Zudem werden über einen klassischen Fragebogen gezielt Erwartungen abgefragt:

Erwartungen und Interessen (1)

Was denken Sie, wie zutreffend sind folgende Aussagen für das Rosenheimer Informatikstudium?

	Trifft zu	Trifft eher zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu
Vor dem Informatikstudium muss man programmieren können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Im Informatikstudium benötigt man Geduld und Ausdauer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Informatikstudium erfordert ein hohes Maß an eigenständigem Arbeiten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Informatikstudium ist sehr praxisbezogen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Im Informatikstudium beschäftigt man sich häufig mit aktuellen Computerspielen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vor dem Informatikstudium sollte man schon intensive Kenntnisse vom Aufbau und der Funktionsweise eines Computers haben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teile des Studiums setzen eine Denkweise voraus, die der in der Mathematik ähnlich ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Zurück Fragen zur Person

2. Erwartungen und Interessen (1)

Beantwortet: 0 %

Weiter Zwischenergebnis: Erwartungen und Interessen (1)

Impressum | Datenschutz

Hochschule für angewandte Wissenschaften | Fachhochschule Rosenheim | Hochschulstraße 1 | 83024 Rosenheim
e-Mail: info@fh-rosenheim.de | Telefon: +49 (0) 8031 805-0 | Telefax: +49 (0) 8031 805-2105

Abbildung 39: Abfrage der Erwartungen im Good Practice-Beispiel Typ 4 „Studienerwartungen“ (Quelle: <http://vso.fh-rosenheim.de/informatik>)

Durch die weiteren Angebote des OSAs werden umfangreiche Einblicke in das Informatikstudium gegeben, die einen Abgleich der persönlichen Erwartungen an das Studium mit den realen Gegebenheiten ermöglichen – alles in allem ein sehr abwechslungsreicher und anschaulich gestalteter Einblick in das, was im Studium der Informatik zu erwarten sein wird.

5 Fazit und Ausblick

Die Anzahl von mehr als 600 (erfassten) Online-Self-Assessments (OSA) an deutschen Hochschulen macht deutlich, dass OSAs für die Zielgruppenansprache (aus Perspektive der Hochschulen) und auch für die Studienwahl in der Phase der Studienvorbereitung (aus Perspektive potenzieller Studierender) eine zunehmende Relevanz zukommt. Ein Grund für diesen Bedeutungszuwachs besteht sicherlich darin, dass die Entwicklung von OSAs in den letzten Jahren durch zwei große bildungspolitische Initiativen, den *Qualitätspakt Lehre* und den Bund-Länder-Wettbewerb *Aufstieg durch Bildung: offene Hochschule* stark gefördert wurde. Bei einer Sichtung der OSAs zeigt sich zudem, dass unterschiedliche Zielsetzungen mit ihnen verfolgt werden und sowohl der Einsatzkontext als auch die Qualität der betrachteten OSAs weit differieren (Brunner 2017).

Um erste Hinweise zum Einsatz und zum Nutzen von OSAs zu erhalten, erschien es uns erforderlich, die auf den ersten Blick sehr unspezifisch wirkenden OSAs in abgrenzbare Typen zu klassifizieren. Diese bilden die Grundlage für eine differenziertere Beschreibung und die Ableitung von Qualitätskriterien. Basierend auf den in der Studie von Brunner (2017) erarbeiteten Kriterien wurden hierfür Vergleichsdimensionen

abgeleitet, ausgewählte Fälle einer Analyse empirischer Regelmäßigkeiten unterzogen, inhaltliche Sinnzusammenhänge identifiziert und schließlich Typen gebildet. Zur Fallauswahl diente das OSA-Portal, das eine Übersicht deutschsprachiger „Online Self Assessments zur Studienorientierung“¹⁷ bietet. Das Ergebnis der Analyse zeigt deutlich, dass sich die analysierten OSAs in vier Haupttypen unterteilen, mit Blick auf Anspruch und Ausgestaltung jedoch auch innerhalb der Typen unterschiedliche Zielsetzungen verfolgen. Dies deutet darauf hin, dass sich Hochschulen möglicherweise vor der Entwicklung ihrer OSAs nicht ausreichend über eindeutige Zielsetzungen verständigt haben. Folgende vier Typen wurden identifiziert:

Typ 1 „Studierendenmarketing“: Ein Assessment des Typs „Studierendenmarketing“ verfolgt die Zielsetzung, den Studiengang und/oder die Hochschule vorzustellen und potenzielle Studierende anzusprechen bzw. für ein Studium zu gewinnen.

Typ 2 „Studienorientierung“: Der Typ „Studienorientierung“ stellt die Frage nach den persönlichen Interessen in den Vordergrund.

Typ 3 „Studienanforderungen“: Der Typ „Studienanforderungen“ beinhaltet zwei Teilbereiche, zum einen die Abfrage von bereits vorhandenem Wissen (Typ 3a), zum anderen die Anforderungen und Kompetenzen, die im Studium benötigt werden (Typ 3b).

Typ 4 „Studienerwartungen“: Assessments des Typs „Studienerwartungen“ fragen konkrete Erwartungen an das Studium ab, beispielsweise bezogen auf die Inhalte oder den Praxisbezug eines Studiums.

Zur Veranschaulichung der beschriebenen Typen wurden sowohl Ankerbeispiele, welche die Merkmalsausprägungen des jeweiligen Typs idealtypisch repräsentieren, als auch Good Practice-Beispiele, welche von den Autorinnen als besonders gelungen bewertet wurden, ausgewählt und beschrieben. Dabei beruht die Auswahl der Good Practice-Beispiele ausschließlich auf den relevanten Merkmalsausprägungen des jeweiligen Typs und nicht auf der Qualität des OSAs insgesamt. Dennoch weisen die Beispiele auf Qualitätskriterien hin, die ein OSA generell bzw. eines bestimmten Typs erfüllen sollte. Beispielhaft können hier, orientiert an den Kategorien aus der Studie von Brunner (2017), folgende Aspekte genannt werden (vgl. Kapitel 1.5):

- Konzeption: z. B. Transparenz über die Ziele und Zielsetzung des OSAs
- Inhaltliche (Test-) Konstruktion: z. B. ansteigende Schwierigkeit der Aufgaben bzw. sukzessive Steigerung des Anforderungsniveaus der Aufgaben bei der Abfrage von (Vor-) Wissen und konstruktives und handlungsleitendes Feedback nach der Auswertung
- Programmierung (Technik): z. B. Barrierefreiheit und Responsive Design
- Gestaltung und Nutzerfreundlichkeit: z. B. Web-Usability und intuitive Navigation
- Transparenz und Eindeutigkeit: z. B. Datenschutzhinweise und eindeutige Begriffe

17 <http://www.osa-portal.de> [20.10.2017]

Diese ersten Eindrücke gilt es in einem weiteren Schritt systematisch auszuarbeiten und zu diskutieren, um Qualitätsmerkmale zu erhalten, die sinnvollerweise eine Basis für die Entwicklung, Verwendung und wissenschaftliche Evaluation von OSAs darstellen könnten und sollten.

Mit Blick auf die gebildeten Typen können abschließend folgende Ergebnisse zusammengefasst werden:

- Die analysierten OSAs dienen nicht ausschließlich der fachlichen oder inhaltlichen Orientierung, sondern sehr häufig auch Marketingzwecken. Die Ergebnisse der Typologisierung zeigen hier deutlich, dass Studienorientierung nicht als vorrangiges Ziel von OSAs identifiziert werden kann.
- Bei der Abfrage von „Schulwissen“ zur Klärung der Studienanforderungen (Typ 3a) ist einschränkend zu konstatieren, dass OSAs dieses Typs lediglich punktuell und zeitpunktbezogen vorhandenes Wissen (z. B. Mathematik- oder Sprachkenntnisse) abprüfen können. Hier wird in den Tests i. d. R. nicht berücksichtigt, ob fehlende Kenntnisse möglicherweise durch andere Kompetenzen (z. B. Lernfähigkeit) kompensiert werden können.
- Typ 3b legt von allen betrachteten Typen den Schwerpunkt am ehesten auf Kompetenzen, die für ein Studium relevant sind. Allerdings ist dieser Typ im Verhältnis eher durchschnittlich vertreten. Ein Großteil der Tests scheint weniger Kompetenzen als einzelne Fähigkeiten und Kenntnisse zu prüfen oder hat eine gänzlich andere Ausrichtung.

Literatur

Brunner, S. (2017). *Online-Self-Assessments*. Koordinierungsstelle der Begleitforschung des Qualitätspakt Lehre (KoBF). Oldenburg: Carl von Ossietzky Universität Oldenburg.

Gollub, J. & Meyer-Guckel, V. (2014). *Wer bin ich – und wenn ja, wie viele? Online-Studienselbsttests als „Orientierungs- und Entscheidungshelfer“*. Essen: Edition Stifterverband – Verwaltungsgesellschaft für Wissenschaftspflege mbH.

Hell, B. (2009). Selbsttests zur Studienorientierung: nützliche Vielfalt oder unnützer Wildwuchs? In: Rudinger, G.; Hörsch, K. (Hrsg.): *Self-Assessment an Hochschulen: Von der Studienfachwahl zur Profilbildung* (S. 9–19). Göttingen: V & R unipress, Bonn University Press.

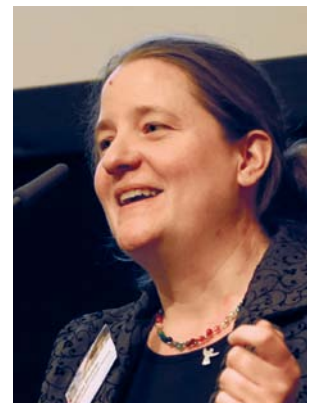
Holland, J. L. (1994). *The Self-Directed Search*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources. Inc.

Kelle, U. & Kluge, S. (2010). *Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung*. 2., überarbeitete Auflage. Wiesbaden: VS.

Mayring, P. (2008). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*. 10. Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.

Stefanie Brunner

Stefanie Brunner, Diplom-Psychologin, ist zurzeit Projektkoordinatorin an der Universität Vechta im Projekt „BRIDGES – Brücken bauen, Zusammenarbeit initiieren und gestalten“ des BMBF-Programms „Qualitätsoffensive Lehrerbildung“ (<https://www.uni-vechta.de/bridges>) sowie wissenschaftliche Mitarbeiterin für die didaktische Weiterentwicklung von E-Learning-Tools an der Universität Oldenburg im BMBF-Projekt „eCULT+“ (eCompetence and Utilities for Learners and Teachers, <https://www.uni-oldenburg.de/ecult>). Davor war sie unter anderem als Studienberaterin in der Zentralen Studienberatung der Universität Oldenburg tätig. Sie promoviert zum Themenfeld der Online-Studienvorbereitung für beruflich qualifizierte Studieninteressierte.



Stefanie Brunner

Stefanie Kretschmer

Stefanie Kretschmer, Dipl.-Päd., MBA, ist seit 2011 wissenschaftliche Mitarbeiterin im Arbeitsbereich Weiterbildung und Bildungsmanagement der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg. Aktuell ist sie Projektkoordinatorin im BMBF-Projekt Koordinierungsstelle der Begleitforschung des Qualitätspakts Lehre (www.kobf-qpl.de). Davor verantwortete sie die Projektkoordination der Wissenschaftlichen Begleitung des Bund-Länder-Wettbewerbs „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“ (<https://de.offene-hochschulen.de>). Neben ihrem Studium der Diplom-Pädagogik hat Frau Kretschmer 2009 berufsbegleitend eine Weiterbildung zur Betriebswirtin (VWA) an der Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie Oldenburg abgeschlossen. Ebenfalls berufsbegleitend hat sie den Masterstudiengang Bildungs- und Wissenschaftsmanagement (MBA) an der Universität Oldenburg studiert. In ihrem Dissertationsprojekt befasst sie sich mit dem Thema Studiengangentwicklung an Hochschulen.



Stefanie Kretschmer

Dr. Annika Maschwitz

Annika Maschwitz, Dr., ist seit 2009 wissenschaftliche Mitarbeiterin im Arbeitsbereich Weiterbildung und Bildungsmanagement der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg. Sie promovierte 2013 bei Frau Prof. Dr. Hanft zum Thema „Kooperationen zwischen öffentlichen Universitäten und Wirtschaftsunternehmen im Bereich weiterbildender berufsbegleitender Studiengänge“ und ist seit Juni 2015 Geschäftsführerin des Wolfgang Schulenberg-Instituts (www.schulenberg-institut.de), welches sich insbesondere mit Fragen der Professionalisierung in der Schnittstelle von Hochschulen, beruflicher Bildung und Erwachsenenbildung im Kontext des lebenslangen Lernens auseinandersetzt. Aktuell leitet sie gemeinsam mit Prof. Dr. Karsten Speck das Teilprojekt der Wissenschaftlichen Begleitung des Bund-Länder-Wettbewerbs „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“ (<https://de.offene-hochschulen.de>) an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg. Ihre Arbeits- und Forschungsschwerpunkte sind Lebenslanges Lernen und Bildungsmanagement sowie Bildungsk Kooperationen und Organisationsentwicklung im Speziellen.



Dr. Annika Maschwitz



Prof. Dr. Anke Hanft

Prof. Dr. Anke Hanft

Anke Hanft, Prof. Dr., ist aktuell wissenschaftliche Leiterin der „Koordinierungsstelle der Begleitforschung zum Qualitätspakt Lehre“ (KoBF) an der Universität Oldenburg und leitete bis 2015 die wissenschaftliche Begleitung des Bund-Länder-Wettbewerbs „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“. Ihre Arbeits- und Forschungsschwerpunkte sind lebenslanges Lernen und Bildungsmanagement sowie Qualitätsmanagement und -entwicklung in Bildungs- und Wissenschaftseinrichtungen.

- Im Jahr 2000 auf die Professur für Weiterbildung an der Universität Oldenburg berufen.
- Seit 2006 wissenschaftliche Direktorin des Centers für Lebenslanges Lernen (C3L) an der Universität Oldenburg.
- Seit 2012 Präsidentin der Österreichischen Akkreditierungs- und Qualitätssicherungsagentur (AQ Austria)

Anlagen

- I. Übersicht der Vergleichsdimensionen und Identifikationskriterien (im Anhang)
- II. Liste der analysierten OSAs inkl. Dimensionenabgrenzung und Typenbildung (Excel-Liste, separate Datei)
- III. Tabellarische Übersicht der Ankerbeispiele und Good Practices (im Anhang)

Anlage I

Übersicht der Vergleichsdimensionen

1. OSAs, die in erster Linie Marketingzwecken dienen
 - a. mit suggestiven Elementen
 - b. mit hohem Informationsanteil
2. OSAs, die allgemeine Studierfähigkeit prüfen und kein konkretes Fach betreffen
3. OSAs, die der generellen Studienorientierung von Studieninteressierten dienen (soll es eher in den Bereich der Geisteswissenschaften gehen oder in den Bereich der Naturwissenschaften etc.)
4. OSAs, die der Orientierung in enger eingegrenzten Fachdisziplinen / Fachbereichen dienen und dabei unterstützen sollen, geeignete Studienfächer bzw. Studiengänge zu identifizieren
5. OSAs, die auf einen konkreten Studiengang bezogen sind, bspw. Psychologie oder Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule XY. Dabei können zwei Subkategorien unterschieden werden:
 - a. OSAs, die auf Kenntnisse bezogen sind und Wissen / Kompetenzen abfragen, die in der Schule gelernt wurden
 - b. OSAs, die auf Leistungen im Studium bezogen sind, um abzufragen, ob die Kompetenzen für die Bewältigung der Inhalte im Studium vorhanden sind
6. OSAs, die Erwartungen an den Studiengang und an das Studieren an sich abprüfen

1. OSAs, die in erster Linie Marketingzwecken dienen

Identifizierung anhand folgender Kriterien:

- niedrigschwelliger Zugang (ohne Log-in nutzbar)
- ansprechend, moderner vom Design / Layout
- weniger explizit Leistungsabfragen
- (allgemeine oder fachspezifische) Informationen, wenige Testfragen (bei hohem Informationsanteil Unterkategorie b)
- Informationen ggf. eher suggestiv („warum lohnt sich ein Studium an der XY-Hochschule?“; Unterkategorie a)
- motivierende Sprache (nicht abschreckend, sondern einladend)

2. OSAs, die allgemeine Studierfähigkeit prüfen und kein konkretes Fach betreffen; geht in Richtung „Intelligenztests“

Identifizierung anhand folgender Kriterien:

- in der Beschreibung des Tests: „Bin ich für ein Studium geeignet?“

- Abfrage/Identifizierung von Stärken, Schwächen, fachübergreifend oder allgemein
- „ob“ (hier wird der Frage nachgegangen, ob studiert wird)

3. OSAs, die der generellen Studienorientierung von Studieninteressierten dienen (soll es eher in den Bereich der Geisteswissenschaften gehen oder in den Bereich der Naturwissenschaften etc.)

Identifizierung anhand folgender Kriterien:

- Schlagwörter bei der Beschreibung, was der Test ist / leisten soll oder auch der Name des Tests selbst: „Interessentest“, „welcher Studiengang passt zu mir?“, „was soll ich studieren?“
- „was“ studieren und nicht „ob“
- am Schluss werden Studienfelder vorgeschlagen (Naturwissenschaften, Geisteswissenschaften...)

4. OSAs, die der Orientierung in enger eingegrenzten Fachdisziplinen / Fachbereichen dienen und dabei unterstützen sollen, geeignete Studienfächer bzw. Studiengänge zu identifizieren

Identifizierung anhand folgender Kriterien:

- der Test ist speziell für bestimmte Bereiche gedacht / gemacht, wird bei der Beschreibung des Tests offensichtlich und meist auch am Namen
- „was genau, welcher Bereich“: es werden Studiengänge oder Fächer vorgeschlagen

5. OSAs, die auf einen konkreten Studiengang bezogen sind, bspw. Psychologie oder Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule XY. Dabei können zwei Subkategorien unterschieden werden:

- a. **OSAs, die auf Kenntnisse bezogen sind und Wissen / Kompetenzen abfragen, die in der Schule gelernt wurden: Was muss ich in der Schule gelernt haben, um das Fach studieren zu können?**

Identifizierung anhand folgender Kriterien:

- ganz allgemein in der Beschreibung: „Passt mein ausgewählter Studiengang zu mir?“
- Wahrscheinlich muss man hier meist in den Test selbst reinschauen, um die Inhalte zu prüfen – ob der Test nun Subkategorie 5a oder 5b zuzuordnen ist.

- b. **OSAs, die auf Leistungen im Studium bezogen sind, um abzufragen, ob die Kompetenzen für die Bewältigung der Inhalte im Studium vorhanden sind.**

Identifizierung anhand folgender Kriterien:

- ganz allgemein in der Beschreibung: „Passt mein ausgewählter Studiengang zu mir?“

- Wahrscheinlich muss man hier meist in den Test selbst reinschauen, um die Inhalte zu prüfen – ob der Test nun Subkategorie 5a oder 5b zuzuordnen ist.

6. OSAs, die Erwartungen an den Studiengang und an das Studieren an sich abprüfen

Identifizierung anhand folgender Kriterien:

- Was stelle ich mir unter dem Studiengang vor und ist es wirklich das, was ich mir darunter vorstelle?

Anlage II

Tabellarische Vergleichsanalyse. Das Datenmaterial ist unter der URL <https://uhh.de/hqn7b> verfügbar. Lizenz: CC-BY. Autorinnen und Autoren: Stefanie Brunner, Stefanie Kretschmer und Annika Maschwitz unter Mitarbeit von Tim Baalman

Anlage III

Ankerbeispiele

Typ	Hochschule / Herausgeber	URL	Fach / Studiengang
1 Studienmarketing	Hochschule Bremerhaven	http://ips.hs-bremerhaven.de	Betriebswirtschaftslehre
2 Studienorientierung	Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg	http://www.was-studiere-ich.de	allgemein
3 Studienanforderungen	Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule (RWTH) Aachen	https://www.global-assess.rwth-aachen.de/rwth/tm/index.php?page=test_make&id=4&resume_messages=true	Wirtschaftswissenschaften
3a Studienanforderungen bezogen auf Schulwissen	Ostbayerische Technische Hochschule Regensburg	https://www.oth-regensburg.de/weiterbildung/oth-mind/bildungsangebote/bevorstudium/online-self-assessment-osa.html	Mathematik
3b Studienanforderungen bezogen auf Studiumswissen	Ernst-Abbe-Hochschule Jena	https://selfassessment.eah-jena.de/_layouts/FormServer.aspx?XsnLocation=https://selfassessment.eah-jena.de/FormServerTemplates/SA_SozialeArbeit_Web.xsn&SaveLocation=https%3A%2F%2Fselfassessment%2Eeah%2Djena%2Ede%2FSozialeArbeit&ClientInstalled=true&Source	Soziale Arbeit
4 Studierenerwartungen	Ruhr-Universität Bochum	http://rubcheck.rub.de/rubcheck/etit/erwartungen	Elektrotechnik und Informationstechnik

Good Practice-Beispiele

Typ	Hochschule / Herausgeber	URL	Fach / Studiengang
1 Studierendenmarketing	Freie Universität Berlin	http://www.osa.fu-berlin.de/bildungs_und_erziehungswissenschaft/start/start/index.html	Bildungs- und Erziehungswissenschaft
2 Studienorientierung	Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule (RWTH) Aachen	http://www.global-assess.rwth-aachen.de/rwth/tm	übergreifend / allgemein
3a Studienanforderungen bezogen auf Schulwissen	Hochschule für Angewandte Wissenschaften München	https://www.studiengangstest.de/test/index.php/845569	Mathematik
3b Studienanforderungen bezogen auf Studiumswissen	Ernst-Abbe-Hochschule Jena	https://selfassessment.eah-jena.de/_layouts/FormServer.aspx?XsnLocation=https://selfassessment.eah-jena.de/FormServerTemplates/SA_SozialeArbeit_Web.xsn&SaveLocation=https%3A%2F%2Fselfassessment%2Eeah%2Djena%2Ede%2FSozialeArbeit&ClientInstalled=true&Source	Soziale Arbeit
4 Studienerwartungen	Hochschule Rosenheim	http://vso.fh-rosenheim.de/informatik	Informatik



CC BY 4.0

Diesen Artikel finden Sie auch online unter:

<https://uhh.de/uk-band023-osa>

<https://doi.org/10.25592/issn2196-9345.023.001>

IMPRESSUM

Universitätskolleg-Schriften Band 23
NEXD17
November Expert Days 2017

Herausgeber der Schriftenreihe

Prof. Dr. Dieter Lenzen, Präsident der Universität Hamburg
Prof. Dr. Susanne Rupp, Vizepräsidentin für Studium und Lehre

Universität Hamburg
Mittelweg 177
20148 Hamburg

Herausgeberin des Bandes

Prof. Dr. Kerstin Mayrberger

Redaktion

Ulrike Helbig, Martin Lohse
E-Mail: redaktion.kolleg@uni-hamburg.de

Layout und Satz

blum design und kommunikation GmbH, Hamburg

Gestaltungskonzept

blum design und kommunikation GmbH, Hamburg

Schrift

TheSans UHH von LucasFonts

Druck

LASERLINE, Druckzentrum Berlin

Download

<https://uhh.de/uk-band023> (PDF)
<https://uhh.de/uk-band023-epub> (ePub)

Urheberrecht

Mit Annahme des Manuskripts gehen das Recht zur Veröffentlichung sowie die Rechte zur Übersetzung, zur Vergabe von Nachdruckrechten, zur elektronischen Speicherung in Datenbanken, zur Herstellung von Sonderdrucken, Fotokopien und Mikrokopien an den Herausgeber über.

Universitätskolleg-Schriften

Erscheinungstermin der Erstausgabe: 31.01.2018
Druckauflage 1. Ausgabe: 400
PDF-Download unter: www.universitaetskolleg.uni-hamburg.de
ISSN: 2196-520X, ISSN: 2196-9345 (ePaper)



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Dieses Vorhaben wird aus Mitteln des BMBF unter dem Förderkennzeichen 01PL17033 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Herausgebern und Autoren.



UNIVERSITÄTSKOLLEG

ISSN: 2196-520X
ISSN: 2196-9345 (ePaper)

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

