Lothar Schmidt-Atzert, Marlene Schütz,
Gerhard Stemmler (Hrsg.)

Online-Self-Assessments an Hochschulen

PABST

Lothar Schmidt-Atzert, Marlene Schütz
& Gerhard Stemmler (Hrsg.)

Online-Self-Assessments an Hochschulen

Pabst Science Publishers
Lengerich

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

Geschützte Warennamen (Warenzeichen) werden nicht besonders kenntlich gemacht. Aus dem Fehlen eines solchen Hinweises kann also nicht geschlossen werden, dass es sich um einen freien Warennamen handelt.

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

GEFÖRDERT VOM

Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

© 2019 Pabst Science Publishers · D-49525 Lengerich
Internet: www.pabst-publishers.com, www.pabst-science-publishers.com
E-Mail: pabst@pabst-publishers.com

Print: ISBN 978-3-95853-521-3
eBook: ISBN 978-3-95853-522-0

Titelmotiv: Shutterstock 1327911989
Formatierung: μ

Druck: KM-Druck · D-64823 Groß-Umstadt

Inhalt

Vorwort 9

1 Der lange Weg zum richtigen Studienplatz: OSA im Kontext anderer Informations- und Beratungsangebote
Marlene Schütz & Lothar Schmidt-Atzert
1.1 Zusammenfassung 13
1.2 Einleitung 14
1.3 Aktuelle Situation der Studieninteressierten 14
1.4 Zielsetzungen und Interessen der verschiedenen „Stakeholder" 15
1.4.1 Fremdselektion vs. Selbstselektion von Studieninteressierten 15
1.4.2 Gewinnung vs. Abschreckung von Studieninteressierten 17
1.4.3 Lenkungsinstrumente vs. Beratungsinstrumente 17
1.5 Informations- und Beratungsangebote 18
1.5.1 Erste Orientierung 18
1.5.2 Hochschul- und/oder studiengangspezifische Angebote 19
1.6 Empirische Befunde zum Orientierungs- und Entscheidungsverhalten von Studieninteressierten 20
1.6.1 Informations- und Beratungsangebote 20
1.6.2 Zulassungsbeschränkungen 21
1.7 Schlussfolgerungen und Ausblick 21
1.8 Literaturverzeichnis 23

2 Status Quo in der deutschen OSA-Landschaft
Kai Guttschick, Svea Hasenberg & Lothar Schmidt-Atzert
2.1 Zusammenfassung 25
2.2 Ausgangssituation von Studieninteressierten 25
2.3 Ausgangslage für die Einführung von Online-Self-Assessments 26
2.4 Online-Self-Assessments 26
2.5 Klassifikation von OSA 27
2.5.1 Klassifikation nach Spezifität 27
2.5.2 Klassifikation nach Fokus auf Informationen oder Anforderungen des Studiengangs 28
2.5.3 Weitere Klassifikationsmerkmale 29
2.6 Übersicht und Einordnung verfügbarer OSA 29
2.7 Überprüfung der Validität von OSA 33
2.8 Fazit und Ausblick 35
2.9 Literaturverzeichnis 36

3 Online-Self-Assessments von CYQUEST kombinieren Marketing und Studienorientierung
Lisa Julie Adler, Joachim Diercks & Kristof Kupka
3.1 Zusammenfassung ... 39
3.2 Einleitung ... 39
3.3 OSA als grundsätzliche Orientierungshilfe ... 40
3.4 Hochschul- und studiengangspezifische OSA ... 40
3.5 Das CYQUEST-OSA ... 41
3.6 Nutzerbewertungen verschiedener fach- und hochschulspezifischer OSA ... 45
3.6.1 Beschreibung der untersuchten OSA ... 45
3.6.2 Ergebnisse ... 46
3.7 Schlussfolgerung ... 49
3.8 Literaturverzeichnis ... 50

4 Steuerungsfunktion von Online-Self-Assessments
Siegbert Reiß
4.1 Zusammenfassung ... 53
4.2 Einleitung ... 54
4.3 Das Selektionsproblem im Hinblick auf Online-Self-Assessments ... 55
4.4 Konzeptuelle Unterschiede von Online-Self-Assessments ... 58
4.5 Limitierungen der Steuerungsfunktion ... 59
4.6 Kritische Reflexion ... 61
4.7 Literaturverzeichnis ... 62

5 Studien- und Berufswahl bei Abiturienten: Informationsgewinnung und ihre Nutzung
Gerhard Stemmler, Maren Kersting & Jutta Margraf-Stiksrud
5.1 Zusammenfassung ... 65
5.2 Einleitung ... 65
5.3 Eine Survey-Studie zur Studien- und Berufswahl von Abiturienten ... 66
5.3.1 Probanden und Durchführung ... 66
5.3.2 Variablen ... 66
5.3.3 Ergebnisse ... 67
5.3.4 Zusammenfassung ... 71
5.4 Vertiefte Interviews: Workshop-Ergebnisse ... 71
5.4.1 Die Workshop-Ergebnisse ... 72
5.4.2 Zusammenfassung ... 73
5.5 Schlussfolgerungen ... 73
5.6 Literaturverzeichnis ... 74

6 Online-Self-Assessments im Rahmen der Studienberatung
Svea Hasenberg & Andrea Heinz
6.1 Zusammenfassung ... 75
6.2 Einleitung ... 76

6.3 Ziele eines OSA aus Sicht der Studienberatung 77
6.3.1 Orientierung bieten 78
6.3.2 Grundlegende Informationen vermitteln 78
6.3.3 Selbstreflexion und -selektion anregen 78
6.3.4 Motivieren 79
6.4 Inhalte eines OSA 79
6.5 Rückmeldung im OSA 81
6.6 Zusammenarbeit OSA-Team und Studienberatung 82
6.7 Schlussfolgerungen 83
6.8 Literaturverzeichnis 84

7 Online-Self-Assessments an Hochschulen – Eine rechtliche Betrachtung
Nina Diercks
7.1 Zusammenfassung 85
7.2 Ein Überblick über die gesetzlichen Regelungen der Bundesländer 85
7.2.1 Die Gestaltung eigener Rechtsgrundlagen für verbindliche OSA am Beispiel der RWTH Aachen 86
7.2.2 Fazit 87
7.3 Wesentliche rechtliche Aspekte bei der Umsetzung eines OSA 88
7.3.1 Das Datenschutzrecht 88
7.3.2 Rechtliche Fragestellungen, die in der Praxis bei der Gestaltung des OSA auftreten 92
7.3.3 Das Recht am eigenen Bild – Professoren/Mitarbeiter/Studenten 93
7.3.4 Online-Self-Assessments – die wichtigsten Rechteübertragungen 95
7.3.5 Exkurs: Interagierendes Hochschulmarketing 95
7.4 Fazit 96
7.5 Literaturverzeichnis 96

8 Gütekriterien für Online-Self-Assessments
Manfred Schmitt & Lothar Schmidt-Atzert
8.1 Zusammenfassung 99
8.2 Einleitung 99
8.3 Allgemeine Anforderungen 100
8.4 Hauptgütekriterien diagnostischer Verfahren 101
8.4.1 Objektivität 101
8.4.2 Reliabilität (Zuverlässigkeit) 103
8.4.3 Validität (Gültigkeit) 105
8.4.4 Normierung 107
8.5 Nebengütekriterien 109
8.5.1 Fairness 109
8.5.2 Akzeptanz 109
8.5.3 Kosten-Nutzen-Überlegungen 110
8.6 OSA-spezifische Gütekriterien 112
8.6.1 Usability 112

8.6.2 Qualität der Rückmeldung 112
8.6.3 Optimierung der Studienwahl 113
8.7 Literaturverzeichnis 113

Autorenverzeichnis 115

Vorwort

Online-Self-Assessments (OSA) sind ein relativ neues Instrument zur Beratung von Studieninteressierten sowie für Hochschulen zur Lenkung von Studierendenströmen. Das Ziel lässt sich etwas vereinfacht so beschreiben: Die Studierenden sollen den Studiengang an der passenden Hochschule finden, für den sie am besten geeignet sind.

Der Begriff Online-Self-Assessment enthält drei Aussagen: Erstens besagt er, dass etwas gemessen wird (Assessment lässt sich frei mit Diagnostik übersetzen). Was gemessen wird, sind im Idealfall die Merkmale von Studieninteressierten, von denen man durch eine Analyse des Studiengangs weiß, dass sie hier für Studienerfolg und -zufriedenheit relevant sind. Dass es verschiedene Varianten von OSA gibt und dass OSA auch Informationen über den Studiengang und -ort anbieten können, wird insbesondere in *Kapitel 2* thematisiert. Zweitens wird Assessment durch den Zusatz „Self" spezifiziert, was bedeutet, dass die Studieninteressierten sich selbst testen. Wichtig ist, dass die Anbieter des OSA das Ergebnis nicht erfahren, was für eine ehrliche Beantwortung von Fragen und einen Verzicht auf Hilfestellungen bei der Bearbeitung förderlich ist. Drittens werden OSA aus pragmatischen Gründen webbasiert (online) durchgeführt, also z. B. von zu Hause aus.

An dieser Stelle lohnt sich ein kurzer Blick auf die aktuelle Studienlandschaft (ausführlicher dazu *Kapitel 1* und *Kapitel 2*), in der OSA vor rund zehn Jahren aufgekommen sind. Immer mehr Studienberechtigte haben die Wahl zwischen immer mehr Studiengängen. Im Wintersemester 2017/18 waren in Deutschland 1,9 Millionen Studierende an einer Hochschule eingeschrieben. Zehn Jahre später waren es schon 2,8 Millionen. Die Zahl der existierenden Studiengänge liegt inzwischen bei etwa 20.000. Die zunehmende Heterogenität des Hochschulbildungsangebotes und zugleich auch der Studieninteressierten lässt ein Passungsproblem entstehen. Wer passt am besten zu welchem Studiengang? Oder anders formuliert: Die Studieninteressierten fragen: Welcher Studiengang an welcher Hochschule ist der richtige für mich? Und die Hochschulen fragen: Welche Studieninteressierte passen am besten zu uns und vor allem zu welchem Studiengang? Die klassischen Beratungsangebote (siehe dazu *Kapitel 1 und 5*) wie Studieninformationen in Form von Broschüren und Internetauftritten, Informationsveranstaltungen von Hochschulen und Beratungen durch die Bundesagentur für Arbeit und die Studienberatungen an den Hochschulen reichen alleine nicht mehr aus, um die Passung zuverlässig herzustellen. In einigen wenigen Studienfächern erfolgt eine Auswahl nach Eignungsmerkmalen. Dabei spielen verfassungsrechtliche Probleme (im Prinzip gilt ja die freie Berufswahl), pragmatische Überlegungen („wie können wir den Aufwand stemmen?") und die Frage der Vorhersagekraft der Auswahlkriterien eine Rolle.

Auswahlverfahren haben in einem engen Rahmen ihre Berechtigung, vor allem wenn ein Mangel an begehrten Studienplätzen zu verwalten ist. In der Breite stößt dieser Ansatz allerdings an seine Grenzen. Die beliebte Abiturnote ist nachweislich ein guter Prädiktor des Studienerfolgs und ist leicht zu erheben – aber eine Bestenauswahl nach der Abiturnote führt zwangsläufig dazu, dass stark nachgefragte Studiengänge die besten Studierenden aufsaugen und den weniger qualifizierten Studienbewerbern nur die Wahl zwischen weniger nachgefragten Studiengängen verbleibt. An manchen Orten sind das gerade naturwissenschaftliche Studiengänge wie Physik und Chemie mit hohen kognitiven Anforderungen an die Studierenden, die für einige Studienbewerber zu hoch sind. In diesem Umfeld sind die OSA aufgekommen.

Spätestens an dieser Stelle werden sich viele Leser fragen, wie OSA konkret aussehen. In *Kapitel 3* gewähren „Macher" von OSA einen Einblick. Sie zeigen exemplarisch, wie ein OSA aufgebaut ist, welche Funktion die einzelnen Elemente haben und wie Test- und Informationselemente aussehen.

Für den Einsatz der OSA sind meist einzelne Hochschulen verantwortlich. Diese versuchen, die „richtigen" Studieninteressierten für einen Studiengang zu finden. Ihre Antwort auf das Passungsproblem lautet: „Bietet freiwillige Eignungstests an und gebt den Studieninteressierten eine Rückmeldung zu ihrer Passung". Dabei schwingt die Hoffnung mit, dass sich die Studieninteressierten bei der Studienwahl von dieser Rückmeldung zumindest ein wenig leiten lassen. Aus Sicht der Hochschulleitungen stellen OSA vor allem ein Steuerungsinstrument dar, mit dem sie ihre Studiengänge mit den „richtigen" Studierenden füllen wollen. Manche Studiengänge erfreuen sich einer großen Nachfrage, in anderen fällt es schwer, die vorhandenen Studienplätze zu besetzen – mit Konsequenzen für die Gestaltung der OSA. Mehr dazu ist in *Kapitel 4* zu erfahren.

Wir betrachten nun OSA aus der Perspektive der Nutzer. Für Studieninteressierte stellen OSA ein (noch wenig bekanntes) Beratungsangebot dar. In *Kapitel 5* wird eine Interviewstudie vorgestellt, in der Schüler vor dem Abitur befragt wurden, wie gut sie sich über Studienmöglichkeiten informiert fühlen, welche Informationsquellen sie bisher genutzt haben und wie hilfreich sie waren. Ergänzt wird die Studie durch Erkenntnisse aus einer Diskussionsrunde mit Schülern.

Kapitel 6 betrachtet OSA aus der Sicht der Studienberatung. Dort wird argumentiert, dass sich Studienberatung und OSA gut ergänzen können.

Die Hochschulen wie auch kommerzielle Anbieter von OSA begeben sich auf ein vermintes Gebiet. OSA müssen den sich ständig ändernden rechtlichen Rahmenbedingungen (z. B. der Datenschutz-Grundverordnung der EU) gerecht werden. Über wichtige juristische Aspekte informiert *Kapitel 7*. Schließlich ist auch die ethische Perspektive zu beachten. Die Anbieter von OSA sollten ihre Instrumente so konstruieren und auf ihre Tauglichkeit überprüfen, dass die teilnehmenden Studieninteressierten nach dem Stand der Wissenschaft untersucht werden. *Kapitel 8* befasst sich mit den Qualitätsmerkmalen von OSA. Diese sind nicht nur für die Experten wichtig, die ein OSA entwickeln, sondern auch für diejenigen, die für ein OSA-Angebot an ihrer Hochschule verantwortlich sind. Auch die Nutzer sowie die Studienberater, denen ein Ratsuchender einen Report über seine Eignung vorlegt,

sind betroffen. Wie weit kann ich den Ergebnissen eines OSA vertrauen und woran kann ich dessen Qualität erkennen?

Die Idee zu diesem Band wurde im Anschluss an einen im September 2014 stattgefundenen „Kongress zu Online-Self-Assessments an Hochschulen" an der Philipps-Universität Marburg geboren[1]. Auf dieser Tagung nahmen überwiegend Psychologen und Studienberater teil. Das Konzept bestand darin, OSA in Vorträgen, einer Podiumsdiskussion und Workshops aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten. Die behandelten Themen bilden das Gerüst für den vorliegenden Band. Alle Autoren waren in verschiedenen Funktionen in den Kongress involviert, meist als Workshop-Leiter. Als Herausgeber sind wir ihnen sehr dankbar, dass sie „ihre" Themen nun unter Berücksichtigung der einschlägigen Literatur in prägnante Kapitel gefasst haben[2]. Unser Dank gilt auch Herrn Pabst, der sich spontan für das Thema erwärmt und eine Publikation in seinem Verlag zugesagt hat.

An wen richtet sich dieses Buch? Im Grunde an alle, die mit OSA zu tun haben und nun mehr darüber erfahren möchten. Wir denken dabei vor allem an die Entwickler und die verantwortlichen Anbieter von OSA, an Studienberater und an Schüler, die an einem OSA teilgenommen haben oder dies beabsichtigen. Auch für Studierende kann das Buch instruktiv sein. Wir würden uns auch freuen, wenn hochschulpolitisch Verantwortliche die Gelegenheit nutzen würden, sich über hier behandelte Themen näher zu informieren.

Marburg, im März 2019 ***Lothar Schmidt-Atzert, Marlene Schütz und Gerhard Stemmler***

[1] Das Projekt „Für ein richtig gutes Studium" der Philipps-Universität Marburg wurde in der ersten Förderphase 2012-2016 aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 01PL12037 gefördert. Der Kongress wurde aus diesen Mitteln gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autoren.

[2] Wir haben es den Autorinnen und Autoren freigestellt, ob sie in ihren Beiträgen eine „gendergerechte" Sprache verwenden. Wenn davon kein Gebrauch gemacht wurde, so sind bei Verwendung der männlichen Form stets Personen männlichen und weiblichen Geschlechts gleichermaßen gemeint. Dies erfolgte aus Gründen der besseren Lesbarkeit.