

Service- und Beratungsangebote für Studierende im Hochschulbereich

Aktueller Bedarf und aktuelle Organisation

Gemeinsamer Arbeitskreis
der Hochschulkanzlerinnen/Hochschulkanzler und
Geschäftsführerinnen/Geschäftsführer der Studentenwerke



Deutsches Studentenwerk

Service- und Beratungsangebote für Studierende im Hochschulbereich

Aktueller Bedarf und aktuelle Organisation

Arbeitspapier

Berlin, September 2015

Gemeinsamer Arbeitskreis
der Hochschulkanzlerinnen/Hochschulkanzler und
Geschäftsführerinnen/Geschäftsführer der Studentenwerke

Welche Service- und Beratungsangebote werden den Studierenden in Deutschland – oder denen, die kurz vor dem Studentenleben stehen – im Hochschulbereich geboten, und von wem?

Diese Frage beantwortet das vom gemeinsamen Arbeitskreis Hochschulkanzler/innen und Geschäftsführer/innen der Studentenwerke erstmals 2005 vorgelegte Arbeitspapier „Service- und Beratungsangebote für Studierende im Hochschulbereich“.

Nach der grundlegenden Überarbeitung im Jahre 2012 hat sich der gemeinsame Arbeitskreis nun noch einmal daran gesetzt. Zum einen ist die Bologna-Reform nahezu abgeschlossen und hat zu einer durchgreifenden Veränderung des Studiums geführt, zum anderen sind die Studienanfänger- und Studierendenzahlen – auch der ausländischen Studierenden – in den vergangenen Jahren gravierend gestiegen. Die Hochschul- und Qualitätspakte haben in vielen Bereichen darauf reagiert, zugleich haben die Service- und Beratungsangebote weiter an Bedeutung zugenommen.

Auch galt es, die Erkenntnisse des Seminars „Campus Kompakt: Zusammenarbeit von Hochschulen und Studentenwerken“ zu berücksichtigen und entsprechend zu integrieren, welches vom Arbeitskreis Fortbildung im Sprecherkreis der Kanzlerinnen und Kanzler der Universitäten Deutschlands gemeinsam mit dem Arbeitskreis Hochschulkanzler/innen und Geschäftsführer/innen der Studentenwerke im November 2013 in Mannheim veranstaltet wurde.

Herausgekommen ist eine vollständig runderneuerte Auflage des Papiers, das Ihnen bei Ihrer eigenen Arbeit Unterstützung, Bereicherung und Anregung bieten soll und bei dessen Lektüre wir uns auch ein wenig Freude wünschen.

Wir möchten uns ganz herzlich bei den Verfassern, Ideengebern und allen Mitwirkenden an diesem Papier bedanken. Wir haben uns sehr über den bereichernden und konstruktiven Austausch vor, während und nach den Sitzungen des gemeinsamen Arbeitskreises gefreut!

Konstanz und Berlin, September 2015

Jens Apitz

Kanzler der Universität Konstanz
Vorsitzender des gemeinsamen Arbeitskreises

Achim Meyer auf der Heyde

Generalsekretär des
Deutschen Studentenwerks

Inhalt

VORBEMERKUNG	Seite 5
I. Einleitung	Seite 7
II. Zielgruppen	Seite 8
III. Service- und Beratungsangebote	Seite 9
1. Aufgabenbereiche, die federführend von den Hochschulen betreut werden.....	Seite 9
a) Allgemeine Informations- und Orientierungsangebote für Studieninteressierte	Seite 9
b) Allgemeine Informations- und Orientierungsangebote für Studien- anfängerinnen und -anfänger.....	Seite 9
c) Zentrale Studienberatung und Studienfachberatung	Seite 10
d) Beratung zu Auslandsaufenthalten (Outgoing)	Seite 11
e) Career-Services	Seite 12
f) Unterstützung studentischen Engagements	Seite 12
g) Hochschulsport.....	Seite 15
h) Informations- und Kommunikationsangebote	Seite 15
i) Spezielle Service- und Beratungsangebote für Studierende mit Behinderung und chronischer Krankheit	Seite 16
2. Aufgabenbereiche, die federführend von den Studentenwerken betreut werden.....	Seite 17
a) Verpflegungsangebote	Seite 17
b) Wohnen	Seite 18
c) Studienfinanzierungsberatung, Studienfinanzierung, finanzielle Förderung	Seite 19
d) Psychologische Beratung und Coaching	Seite 20
e) Sozialberatung	Seite 21
f) Rechtsberatung.....	Seite 21
g) Spezielle Serviceangebote für Studierende mit Kindern	Seite 22
3. Weitere Aufgabenbereich	Seite 23
a) Allgemeine Arbeits- und Berufsberatung	Seite 23
b) Allgemeine Informations- und Orientierungsangebote für Schülerinnen und Schüler sowie Studien- (und Weiterbildungs-)interessierte	Seite 23
c) Nebenjobvermittlung (allgemein und hochschulspezifisch)	Seite 24
d) Kulturangebote.....	Seite 25
e) Nutzung von Sozialen Medien	Seite 26

IV. Sonderkapitel: Service- und Beratungsangebote für ausländische Studierende und Studierende mit Migrationshintergrund	Seite 27
1. Überblick.....	Seite 27
2. Übersicht über spezielle Service- und Beratungsangebote für ausländische Studierende und deren Anbieter	Seite 28
a) Besondere Aspekte der Studienfinanzierung bei ausländischen Studierenden	Seite 28
b) Besondere Aspekte zur Unterbringung ausländischen Studierender	Seite 29
c) Besondere Aspekte bei der Beratung ausländischer Studierender	Seite 29
d) Tutoren- und Betreuungsprogramme für ausländische Studierende	Seite 30
e) Informationsmedien.....	Seite 30
f) Info-Points, Info-Cafés und Info-Center	Seite 30
g) Begrüßungs- und Informationsveranstaltungen.....	Seite 31
h) (Inter-)Kulturelle Kontaktangebote und Veranstaltungen.....	Seite 31
i) Servicepakete.....	Seite 31
j) Praktikumsbörse für ausländische Studierende.....	Seite 32
k) Verbesserung der Sprachkompetenz	Seite 32
l) Verbesserung der Fach- und Studienkompetenz	Seite 33
3. Verstärkte Kooperation und kontinuierliche Verbesserung der Service- und Beratungsangebote	Seite 33
V. Künftige Organisation / Handlungsoptionen	Seite 34
1. Institutionalisierung der Zusammenarbeit auf strategischer und operativer Ebene	Seite 34
a) Vorab: Grundsätzliche Kooperationsstrategie	Seite 34
b) Strategische Ebene	Seite 35
c) Operative Ebene	Seite 35
2. Neue Anforderungen an die Institutionen	Seite 36
3. Gemeinsame Angebote.....	Seite 36
a) Institutionenübergreifende zentrale Anlaufstelle (Service-Center) – Info-Points	Seite 37
b) Vernetzung der Beratungsdienste.....	Seite 37
4. Ausblick.....	Seite 38
a) Allgemein.....	Seite 38
b) Strukturelle Herausforderungen für das Hochschulsystem und dessen Beteiligte	Seite 39
VI. Matrix/Übersicht: Aufgabenbereiche und Studienphase	Seite 40

VORBEMERKUNG

Hochschulen und Studentenwerke: Partner im Aktionsraum Hochschule

Dieses Papier ist eine Bestandsaufnahme vor dem Hintergrund sich verändernder Bedingungen an den Hochschulen und den heutigen Herausforderungen für ein erfolgreiches Studium. Es bietet einen Orientierungsrahmen, um die Situation der eigenen Hochschule beziehungsweise des eigenen Studentenwerks oder des Hochschulstandorts dahingehend zu überprüfen, ob die beschriebenen Anforderungen bereits ausreichend im Blick sind. Ferner enthält dieses Papier Handlungsempfehlungen und -optionen für die Gestaltung der eigenen Service- und Beratungsangebote, für die Verbesserung der Zusammenarbeit der Akteure und für die Gewinnung von Partnern, die es (noch) „mit ins Boot zu holen“ gilt.

Die Nachfrage nach und die Bedeutung von Service- und Beratungsangeboten für Studierende ist in den letzten Jahren gestiegen. Dies ist Folge unterschiedlicher Faktoren wie

- der inzwischen nahezu vollständigen Umstellung der Studienabschlüsse auf Bachelor und Master,
- der weiter steigenden Internationalisierung der Hochschulen und einer steigenden Zahl internationaler Studierender,
- einer sich differenzierenden Zusammensetzung der Studierenden¹ und damit
- veränderten und sich verändernden Erwartungshaltungen seitens der Studienberechtigten, Studierenden und zum Teil ihrer Eltern, aber auch
- in Folge eines sich wandelnden Angebotsverständnisses von Hochschulen und Studentenwerken gegenüber Studierenden.

Neben Forschung und Lehre rückt der Lebensraum oder die Lebenswelt „Hochschule“ in den Fokus, und diese Entwicklung stellt veränderte Anforderungen an Hochschulen und Studentenwerke.

Wie eine HISBUS-Befragung bereits im Jahr 2004 zeigte, sind Service- und Beratungsangebote für Studierende – unabhängig von den jeweiligen Leistungserbringern – mitverantwortlich für einen erfolgreichen Hochschulzugang bzw. Studienverlauf². Insofern ist der Ausbau der Unterstützungsangebote von Studierenden unabdingbar.

Unterstrichen wird dies auch aus internationaler Perspektive: Sowohl durch die European University Association als auch durch die Academic Cooperation Association wurden Studien veröffentlicht, die einen steigenden Bedarf an Unterstützung für Studierende unterstreichen³.

Für Hochschulen und Studentenwerke bedeutet dies nicht nur eine kontinuierliche Prüfung und Aktualisierung ihrer jeweiligen Service- und Beratungsangebote, sondern zugleich auch – je nach Bedarf – die Einbeziehung weiterer Partner wie Kommunen, Arbeitsagentur, Wirtschaftsverbände etc.

¹ So differenziert die Zusammensetzung der Studierenden zum Beispiel aufgrund der verkürzten Schulzeiten und des damit verbundenen jüngeren Alters der Studienanfängerinnen und -anfänger oder weil immer mehr Berufstätige ein Studium beginnen. Ferner nimmt die Zahl der Weiterbildungsstudierenden kontinuierlich zu.

² Umfassende Informationen zur sozialen Situation der Studierenden liefert die 20. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks „Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in der Bundesrepublik Deutschland 2012“ (durchgeführt durch das HIS-Institut für Hochschulforschung und herausgegeben vom Bundesministerium für Bildung und Forschung).

³ Maria Kelo, Tim Rogers with Laura E. Rumbley: International Student Support in European Higher Education Needs, Solutions and Challenges, Bonn 2010, ACA Papers on International Cooperation in Education sowie Andree Sursock & Hanne Smidt: Trends 2010: A Decade of Change in European Higher Education, EUA Publications 2010, Brüssel 2010.

Der gemeinsame Arbeitskreis der Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer der Studentenwerke und der Hochschulkanzlerinnen und -kanzler nimmt diese Entwicklungen mit der Bestandsaufnahme und der Beschreibung von Handlungsoptionen in der nachfolgenden aktualisierten und erweiterten Vorlage des bereits in den Jahren 2005, 2008 und 2012 vorgelegten Papiers „Service- und Beratungsangebote für Studierende im Hochschulbereich“ auf.

Mitglieder des Arbeitskreises:

Studentenwerke:

Fritz Berger	Geschäftsführer des Hochschul-Sozialwerks Wuppertal
Eberhard Hoffmann	Geschäftsführer des Studentenwerks Hannover
Claus Kaiser	Geschäftsführer des Studierendenwerks Ulm
Achim Meyer auf der Heyde	Generalsekretär des Deutschen Studentenwerks
Anne-Marie Oswald	Geschäftsführerin des Studentenwerks im Saarland e.V.
Nicolai Preuße	Referatsleiter im Deutschen Studentenwerk
Dr. Ralf Schmidt-Röh	Geschäftsführer des Studentenwerks Thüringen
Michael Ullrich	Geschäftsführer des Studentenwerks Würzburg

Fachhochschulen:

Thomas Losse	Kanzler der Fachhochschule Schmalkalden
Gerhard Sarich	Kanzler der Hochschule Aschaffenburg

Kunst- und Musikhochschulen:

Hans-Joachim Völz	Kanzler der Hochschule für Musik „Hanns Eisler“, Berlin
--------------------------	---

Universitäten:

Jens Apitz (Vorsitzender)	Kanzler der Universität Konstanz
Dr. Manfred Efinger	Kanzler der Technischen Universität Darmstadt
Dr. Wolfgang Flieger	Kanzler der Universität Greifswald
Dr. Roland Kischkel	Kanzler der Bergischen Universität Wuppertal
Dr. Dagmar Steuer-Flieser	Kanzlerin der Universität Bamberg
Dr. Susann-Annette Storm	Kanzlerin der Universität Mannheim
Volker Zehle	amtierender Kanzler der Universität Magdeburg

I. EINLEITUNG

Service- und Beratungsangebote werden im Hochschulbereich von verschiedenen Akteuren erbracht. Hierzu zählen insbesondere die Hochschulen und die Studentenwerke. Deren Kompetenzen sind nach den jeweiligen Hochschulgesetzen der Länder üblicherweise abgestimmt, können aber in einzelnen Bereichen auch überlappen. Hinzu kommen die Studierendenvertretungen, die Hochschulstädte sowie die Arbeitsagenturen, die alle als wichtige Partner in die Service- und Beratungsangebote eingebunden werden.

Darüber hinaus ist in diesem Zusammenhang das Engagement weiterer gemeinnütziger Einrichtungen – wie beispielsweise das der Kirchen – zu nennen, die mit ihren vielfältigen Angeboten ebenfalls wertvolle Arbeit im Hochschulbereich leisten.

Die konkrete Ausgestaltung des Gesamtangebots ist abhängig von den spezifischen Gegebenheiten der Hochschulstandorte, den unterschiedlichen gesetzlichen Rahmenbedingungen der einzelnen Länder und letztlich den zur Verfügung stehenden Ressourcen.

Nur in wenigen Fällen erfolgt eine konkrete und ausschließliche Aufgaben- und Zuständigkeitsverteilung an einen einzigen Träger. Vielmehr wirken die unterschiedlichen Akteure in einer Vielzahl der sich stellenden Aufgaben zusammen und stimmen sich ab.

Dieses Papier beschreibt die Aufgabenbereiche mit ihren jeweils aktuellen Anforderungen und wie diese von den wesentlichen Akteuren partnerschaftlich gemeistert werden; es fokussiert sich dabei auf die Träger staatlicher Aufgabenerfüllung.

Der Bedarf an wirtschaftlichen und sozialen Infrastrukturangeboten und deren Nutzung unterscheiden sich dabei in einzelnen, größtenteils ineinander übergehenden Phasen und Lebenslagen:

- Phase 1: Übergang aus dem Schulsystem (beziehungsweise aus einem Beschäftigungsverhältnis) und Studienentscheidung
- Phase 2: Studienzulassungsphase und Studienvorbereitung
- Phase 3: Studienstart (Studieneingangsphase)
- Phase 4: Studienverlauf
- Phase 5: Studienabschluss
- Phase 6: Nach Abschluss des Studiums (Übergang in das Beschäftigungssystem)
- Phase 7: Spätere wissenschaftliche Weiterbildung bzw. fortführendes Studium

II. ZIELGRUPPEN

Die Service- und Beratungsangebote im Hochschulbereich richten sich insbesondere an

- Studieninteressierte⁴,
- deutsche und ausländische Studierende,
- Studierende in spezifischen Lebens- und Studiensituationen (beispielsweise Studierende mit Behinderung oder chronischer Krankheit, Studierende mit Kind, Studierende in Krisensituationen, Studienabsolventinnen und -absolventen⁵) sowie an
- Studierende in der Weiterbildung⁶ (beispielsweise auch Promovierende)

Darüber hinaus sollten die Service- und Beratungsangebote auf die spezifischen Anforderungen der jeweiligen Studienphase angepasst werden: Studierende eines Bachelor-, Master- oder Promotionsstudiums haben jeweils unterschiedliche Erwartungen und Ansprüche an die Serviceeinrichtungen. Diese gilt es gezielt zu bedienen. Die Unterschiede in den Erwartungen sind dabei nicht nur rein auf Studieninhalte beschränkt, sondern erstrecken sich auf die gesamte Lebenswelt „Hochschule“.

Zu berücksichtigen ist auch die im Verhältnis zwar kleine, jedoch zunehmende Zahl minderjähriger Studienanfängerinnen und -anfänger, die ihrerseits spezielle, auf deren Bedürfnisse abgestimmte Service- und Beratungsangebote verlangen⁷.

Überdies richten sich viele der Angebote – gerade auf der Ebene der Serviceleistungen – auch an die Beschäftigten der Hochschulen und an Gastwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler. Ferner sind gerade im Hinblick auf die Phase der Studienentscheidung auch die Eltern sowie gegebenenfalls weitere Angehörige und Lehrer weitere Zielgruppen.

⁴ Die Gruppe der Studieninteressierten ist weit gefasst: So zählen hierzu auch diejenigen mit einem besonderen Ermutigungs- und Beratungsbedarf, um sich generell für die Aufnahme eines Studiums zu entscheiden.

⁵ Einschließlich Alumni.

⁶ Gemeint ist im Nachfolgenden immer Weiterbildung im Hochschulbereich.

⁷ Sowohl für die die Hochschulen als auch die Studentenwerke bestehen allerdings keine unterschiedlichen Haftungsrisiken für Voll- und Minderjährige: Die grundsätzlichen Fürsorge- und Verkehrssicherungspflichten, die sich aus dem Verhältnis zwischen Hochschule beziehungsweise Studentenwerk und den Studierenden ergeben, gelten generell und vollkommen altersunabhängig; es bestehen hingegen keine Aufsichtspflichten oder dergleichen.

III. SERVICE- UND BERATUNGSANGEBOTE

1. Aufgabenbereiche, die federführend von den Hochschulen betreut werden

a) Allgemeine Informations- und Orientierungsangebote für Studieninteressierte

Viele Studieninteressierte beschäftigen sich mit ihren Studienwünschen und den Fragen rund um die generelle Studienwahl und den potentiellen Studienort bereits lange vor ihrer Studienplatzbewerbung, manche aber auch erst sehr kurzfristig und spontan.

Die zentralen Studienberatungsstellen der Hochschulen informieren Studieninteressierte jeden Alters und aus jeder Lebensphase insbesondere über

- Studienangebote,
- Zugangsmöglichkeiten,
- Bewerbungsmodalitäten und dergleichen sowie über
- finanzielle Aspekte

und beraten im Hinblick auf

- die individuelle Studienwahl und
- die Entscheidungen zwischen Fächern, Studienorten und Hochschultypen.

Neben der Einzelberatung – sei es persönlich, telefonisch oder via E-Mail – offerieren zentrale Studienberatungsstellen unter anderem Informationsveranstaltungen, Workshops, „Schnupperstudienmöglichkeiten“ in den Hochschulen oder den regionalen Schulen und bilden Lehrerinnen und Lehrer fort. Seit einigen Jahren wenden sich auch die Eltern von Studieninteressierten an die Studienberatung. Dabei arbeiten die zentralen Studienberatungsstellen zumeist eng mit den Studierendensekretariaten beziehungsweise Immatrikulationsämtern zusammen, die vielfach Fragen zum Studienangebot der Hochschule sowie zur Bewerbung und zum Zugang direkt beantworten.

Des Weiteren richten sich zahlreiche Anfragen von Studieninteressierten auch an Fakultäten und Fachbereiche (beispielsweise zu Inhalt und Ablauf von Studiengängen), sodass inzwischen auch studentische und akademische Studienfachberaterinnen und -berater – ergänzend zur vorhandenen Zentralen Studienberatung – Informations- und Beratungsdienste leisten.

Das sich ausbreitende Studieninformationsangebot über das Internet verändert allerdings die Anliegen der Ratsuchenden: Einfache Sachinformationen werden inzwischen selbst recherchiert. Daher werden Anliegen diffiziler und umfangreicher. Weitere Faktoren, die die Qualität, den Umfang und das Ausmaß der Fragen und Antworten wandeln lassen, sind die deutlich komplexer und komplizierter werdenden Studienmodelle und Bewerbungsverfahren, das nur noch schwer überschaubare Fächerangebot und die steigende Profilierung der Hochschulen.

Zielgruppe: Studieninteressierte, Eltern, Lehrer/innen

Phase: Übergang aus dem Schulsystem (beziehungsweise aus einem Beschäftigungsverhältnis) und Studienentscheidung, Studienzulassungsphase und Studienvorbereitung

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen in Kooperation mit Arbeitsagenturen und – insbesondere im Bereich der Studienfinanzierung – mit Studentenwerken

b) Allgemeine Informations- und Orientierungsangebote für Studienanfängerinnen und -anfänger

Zu Beginn eines Studiums stehen Studienanfängerinnen und -anfänger vor einer Vielzahl neuer Anforderungen. Um den Studienstart zu erleichtern, bieten Hochschulen und Studentenwerke –

und mitunter auch Studierendenschaften – zahlreiche Informations- und Orientierungsdienste an. Dazu zählen unter anderem

- fachspezifische oder fächerübergreifende Einführungsveranstaltungen,
- Informationsveranstaltungen zur Nutzung von Serviceeinrichtungen (Bibliotheken, Rechenzentren), zum Spektrum von Service und Beratung rund ums Studium sowie über das soziokulturelle Angebot der Hochschulstadt und
- spezielle Begrüßungsveranstaltungen.

Diese Veranstaltungen bieten den Studienanfängerinnen und -anfängern zugleich ein Forum zum gegenseitigen Kennenlernen.

Allgemeine Informations- und Orientierungsangebote haben mit den neuen Studiengängen zunehmend an Bedeutung gewonnen, da den Studierenden aufgrund eines veränderten Zeitbudgets kaum Zeit bleibt, den Hochschulraum zu erkunden, obwohl die Kenntnis der verschiedenen Strukturen und Angebote von Beginn des Studiums an wichtig ist.

Zielgruppe: Studierende

Phase: Studienstart

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Studentenwerke

c) Studienberatung und Studienfachberatung

Die Zentrale Studienberatung⁸ ist die zentrale Anlaufstelle für Information und Beratung einer Hochschule und informiert alle Studieninteressierten (inklusive der beruflich qualifizierten) und Studierenden insbesondere über die Voraussetzungen, Inhalte und Anforderungen der hochschuleigenen Studiengänge und berät (oftmals zusammen mit den Studierendensekretariaten und -büros)

- bei Fragen des Zugangs und der Zulassung,
- bei der Studienplanung und -organisation,
- zu Prüfungsangelegenheiten,
- zum Fach- oder Hochschulwechsel,
- zum Übergang in die Master-Studiengänge sowie
- zu studienbezogenen Schwierigkeiten aller Art.

Besondere Aufmerksamkeit verdient – als Teil einer Diversity-Strategie der Hochschulen – die Beratung und Begleitung der Studierenden in der Studieneingangsphase vor dem Hintergrund unterschiedlicher Bildungsbiografien, familiärer Lebenssituationen, sozialer, geschlechtsbezogener, kultureller und religiöser Traditionen der Studienanfängerinnen und -anfänger, um auch insoweit die Voraussetzungen für ein erfolgreiches Studium zu schaffen.

Je nach Bundesland und dort bestehenden Regelungen zur psychologischen beziehungsweise psychosozialen Studienberatung offerieren viele Studienberatungsstellen zusätzlich Veranstaltungen (beispielsweise zum wissenschaftlichen Arbeiten und individuellen Zeitmanagement sowie zur Prüfungsvorbereitung und Förderung allgemeiner Studienkompetenzen) oder bieten psychologische Beratung bei Leistungsstörungen, Prüfungsangst und anderen persönlichen und sozialen Krisensituationen an. In einigen Bundesländern besteht eine Arbeitsteilung mit den

⁸ Die Zentralen Studienberatungen sind in der Gesellschaft für Information, Beratung und Therapie an Hochschulen e.V. (GIBeT) organisiert, die durch Fachtagungen sowie Weiterbildungsmöglichkeiten die zentralen Studienberatungsstellen unterstützt und ihnen eine Plattform für einen kontinuierlichen Informations- und Erfahrungsaustausch bietet.

Studentenwerken, die eigene psychologische beziehungsweise psychotherapeutische Beratungsstellen betreiben (siehe auch 2 d).

Darüber hinaus können sich studienorganisatorische Aspekte letztlich auch auf die Studienfinanzierung auswirken (zum Beispiel hinsichtlich BAföG-Leistungen bei einem Fachrichtungswechsel, einem Wechsel der Abschlussart oder bei einem Urlaubssemester).

Zielgruppe: Studieninteressierte, Studienbewerber, Studierende, bei psychologischer Beratung gegebenenfalls auch Eltern

Phase: Übergang aus dem Schulsystem (beziehungsweise aus einem Beschäftigungsverhältnis) und Studienentscheidung, alle Studienphasen

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Studentenwerke

d) Beratung zu Auslandsaufenthalten (Outgoing)

Studienbezogene Auslandsaufenthalte leisten einen bedeutenden Beitrag zur Erweiterung und Vertiefung der fachlichen und sprachlichen Kenntnisse sowie der interkulturellen Kompetenz- und allgemeinen Persönlichkeitsentwicklung; seitens der zukünftigen Arbeitgeber werden sie immer mehr als selbstverständlicher Bestandteil des Curriculum Vitae vorausgesetzt.

Darüber hinaus können „Outgoings“ nach ihrer Rückkehr wertvolle Beiträge für diejenigen, die vor einem Auslandsaufenthalt stehen (oder ihn planen), leisten, ebenso wie bei der Integration internationaler Gäste.

In erster Linie gehen Studierende für ein Teilstudium, ein Praktikum oder einen Sprachkurs ins Ausland. Dabei hält der Trend zu einem kürzeren Aufenthalt an, was vor allem durch die (kürzeren) Bachelor- und Master-Studiengänge bedingt ist.

Ein großer Teil der Auslandsaufenthalte wird EU-weit im Rahmen des ERASMUS-Programms durchgeführt. Andere – weltweite – Austauschmaßnahmen erfolgen im Rahmen fest vereinbarter Hochschulkooperationen oder auf individueller Basis⁹.

Ein umfangreiches Angebot an Beratung und vor- und nachbereitenden Serviceleistungen zu allen Auslandsaufenthalten bieten die Akademischen Auslandsämter beziehungsweise International Offices der Hochschulen an. Diese umfassen

- frühzeitige Informationen zu den Möglichkeiten eines Auslandsaufenthalts und bestehenden Austauschprogrammen (diese beginnen bereits in den Orientierungswochen für Schülerinnen und Schüler),
- allgemeine und fachbezogene Informationsveranstaltungen ab dem ersten Semester,
- hochschulweite Auslandsmessen (International Fairs),
- Individualberatungen, oft in Absprache mit den Fachvertretern,
- allgemeine und individuell-spezifische Informationen zur Organisation des Auslandsaufenthalts,
- elektronische Angebote (beispielsweise über digitale Netzwerke wie Facebook oder e-Campus),
- Angebote zur Vor- und Nachbereitung von Auslandsaufenthalten (beispielsweise länderspezifische Vorbereitung, interkulturelle Trainings- und „Rückkehrer-Workshops“),

⁹ Hierbei erfolgt oftmals eine Förderung über das sogenannte „Auslands-BAföG“, den Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD), Fulbright, Stiftungen oder PROMOS.

- Beratung zu Stipendien und sonstigen Finanzierungsmöglichkeiten, die teilweise auch die Administration von Stipendien- und Austauschprogrammen (ERASMUS, PROMOS, hochschulweite Austauschkooperationen) beinhalten,
- Vermittlung von Kontakten zu ausländischen Studierenden („study-buddy-Programm“, „Sprachtandem-Programme“)
- Beratung zu Fragen der Anerkennung der im Ausland erworbenen Studienleistungen und
- Auslandskrankenversicherung.

Die Austauschprogramme stehen oftmals in direktem Zusammenhang mit den jeweiligen internationalen Partnerschaften der Hochschulen und der Studentenwerke¹⁰.

Die Einführung der gestuften Bachelor- und Master-Studiengänge und die Verkürzung der Schulzeit bis zum Abitur von 13 auf zwölf Jahre stellt die Auslandsstudienberatung vor neue Anforderungen: Zum einen bedarf es verstärkter Informations- und Motivationsbemühungen, da sich diese Studierenden aufgrund des befürchteten Zeitverlusts oft von einem Auslandsaufenthalt abhalten lassen. Darüber hinaus hat sich der Fokus der Auslandsstudienberatung verändert, denn es geht nicht mehr nur um die reine Information im Vorfeld und die Vermittlung von Stipendien. Vielmehr versteht sich die Auslandsstudienberatung als Konzept, das Studierende in ihrem „Student-Life-Cycle“ bei der Vor- und Nachbereitung sowie während des Auslandsaufenthalts begleitet.

Eine fachspezifische Beratung wird regelmäßig auch an den jeweiligen Instituten und Fachbereichen – zum Beispiel durch die ERASMUS-Fachkoordinatoren – angeboten. Bei Institutsaustauschvereinbarungen geben die hierfür zuständigen Lehrkräfte an den Hochschulen oder die Fachstudienberaterinnen und -berater ebenfalls detaillierte Hinweise zum Studium an den Partnerhochschulen; sie werden hierbei in der Regel durch das jeweilige International Office unterstützt.

Diese Beratungsleistungen der Hochschulen werden durch die Studentenwerke ergänzt, deren Spektrum sich schwerpunktmäßig auf die Finanzierung eines Auslandsaufenthalts („Auslands-BAföG“) und auf sozialversicherungsrelevanten Fragen fokussiert.

Zielgruppen: Studierende, gegebenenfalls Eltern

Phasen: Studienverlauf

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Studentenwerke

e) Career-Services

Der Bedarf an einer frühzeitigen Vorbereitung auf den Einstieg in das Berufsleben steigt, nicht zuletzt im Hinblick auf sich verändernde Anforderungen des Beschäftigungssystems an die Studierenden; die Frage nach den beruflichen Perspektiven des Studiums rückt immer mehr in den Vordergrund.

Hier gilt es Möglichkeiten und Perspektiven zu schaffen, wie die Phase zwischen dem Studienabschluss und dem Berufseinstieg möglichst kurz gehalten und eine Periode prekärer Beschäftigung vermieden werden kann.

¹⁰ Zu den Austauschprogrammen der Studentenwerke gehören unter anderem die Programme der Studierendenbegegnung, zum Beispiel mit Polen und Frankreich.

Die Career-Services der Hochschulen¹¹ bieten hierfür individuelle Beratung und Coaching-Maßnahmen sowie Informations- und Trainingsveranstaltungen an, unter anderem zur

- berufsorientierten Gestaltung des individuellen Studienplans,
- Hilfe zur persönlichen Karrierewegplanung,
- Herausarbeitung der eigenen Kompetenzen,
- Entwicklung von Berufseinstiegsstrategien,
- Information über Berufs- und Tätigkeitsfelder sowie die Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt,
- Vermittlung von berufspraktischem Wissen und
- Unterstützung bei Auslandspraktika.

In Seminar- und Trainingsveranstaltungen bieten die Career-Services Studierenden die Möglichkeit, für den Berufseinstieg wichtige Qualifikationen und Kompetenzen zu erwerben. Dazu gehören:

- Soziale Kompetenz in der Arbeitswelt
- Rhetorik- und Kommunikationstechniken
- EDV-Kompetenz
- Informations- und Zeitmanagement
- Projektmanagement
- Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse für „Nicht-Betriebswirte“
- Erstellen von Bewerbungsunterlagen (beispielsweise auch in englischer oder französischer Sprache)
- Vorbereitung auf Vorstellungsgespräche, auf Auswahlverfahren im Assessment Center, auf Auswahlverfahren im künstlerischen Bereich und auf psychologische Testverfahren

Zudem bieten die Career-Services die Möglichkeit, mit Personalverantwortlichen und zukünftigen Arbeitgebern Kontakte aufzubauen. Hierfür werden unter anderem

- Messen (Job-/Karrieremessen) an der Hochschule oder mit externen Kooperationspartnern,
- spezielle Gesprächsrunden („Kamingespräche“) und Exkursionen,
- Karrieretage oder
- Betriebsbesichtigungen

als Veranstaltungsformate genutzt.

Des Weiteren werden Möglichkeiten der eigenständigen Information über Berufsbilder, Berufsperspektiven und die Grundlagen des Bewerbungsprozesses und der Karriereplanung bereitgestellt, zum Beispiel in Form von

- speziellen Bibliotheken,
- Online-Informations-Angeboten,
- Lernplattformen zur Berufsorientierung sowie
- Informationsbroschüren unterschiedlichster Art.

Neben dieser Beratung und Vorbereitung auf eine berufliche Tätigkeit außerhalb der Hochschule tritt in jüngster Zeit auch die Planung der weiteren wissenschaftlichen Karriere selbst, also die

¹¹ Die hochschuleigenen Career-Services sind in einem Dachverband, dem Career Service Netzwerk Deutschland (csnd) organisiert. Dieser stellt mit regelmäßigen Fort- und Weiterbildungen für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Qualität der Service- und Beratungsangebote sicher.

berufliche Perspektive innerhalb der Hochschule, immer mehr in den Fokus. Viele Hochschulen überlassen die Karriereförderung nicht mehr nur allein ihren Professorinnen und Professoren, sondern bieten ihren wissenschaftlichen Nachwuchskräften eine weitere professionelle Karriereberatung durch spezielle Informationsangebote, Workshops, Coachings, Mentoring-Programme und dergleichen an (Academic Staff Development).

Zielgruppe: Studierende, Absolventen (bis zu zwei Jahre nach dem Abschluss), Arbeitgeber

Phase: Studienstart, Studienabschlussphase und Phase nach dem (ersten) Abschluss

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Agenturen für Arbeit, zum Teil auch Studentenwerke

f) Unterstützung studentischen Engagements

Hochschulen sind ein Teil der Gesellschaft. Neben ihrem Forschungs- und Lehrauftrag wirken sie auf die jeweilige Hochschulregion und darüber hinaus auf die Gesellschaft ein. Einige Hochschulen implementieren gesellschaftliches Engagement als ein wichtiges Element in ihre Strategie und setzen diese in vielfältigen Projekten um¹².

Die Studierenden sind aufgrund ihres vielfältigen Engagements wichtige Akteure im Feld der Service- und Beratungsangebote im Hochschulbereich und leisten einen wesentlichen Beitrag zur Qualitätsentwicklung der wirtschaftlichen und sozialen Infrastruktur. Sowohl die Leistungen der Studierendenvertretungen als auch das soziale beziehungsweise gesellschaftliche Engagement Studierender außerhalb von Gremien tragen zur besseren Information, Beratung und soziokulturellen Gestaltung des Lebensraums Hochschule bei.

Sich in gesellschaftliche Prozesse und Handlungsfelder einbringen zu können, ist ein wichtiges Element der Persönlichkeitsentwicklung und unterstützt Bildungsprozesse gezielt und fachbezogen.

Die zeitlich stark reglementierten Studiengänge schränken allerdings die Möglichkeiten ein, sich in langfristigen Projekten sozial zu engagieren. Daher gewinnen Angebote an Bedeutung, die den Studierenden gezielt Raum und Strukturen für Engagements bieten. Wichtige Beispiele für Förderangebote zur Unterstützung studentischen Engagement sind:

- Tutorenprogramme (Betreuung)
- Mentorenprogramme (in Teilen unterstützt von Beraterinnen und Beratern)
- Service-Learning-Angebote
- Patenprogramme beziehungsweise „Study-Buddy-Programme“¹³
- Unterstützung von studentischen Vereinen (zum Beispiel ERASMUS Student Network)

Studentisches Engagement findet auch positive Berücksichtigung bei der Entscheidung über die Vergabe von Deutschlandstipendien und anderer Stipendien sowie bei Prüfungsregelungen und bei Leistungspunkten (Credit-Points).

Zielgruppe: Studierende

Phase: Studienverlauf

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Studentenwerke, Hochschulstädte

¹² Unter anderem wurden diese Projekte durch die Stiftung Mercator GmbH sowie den Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V. ausgezeichnet.

¹³ „Study-Buddy Programm“: Bei diesem Programm wird ausländischen Studierenden jeweils ein deutscher „Buddy“ zugeteilt, der mit Rat und Tat zur Seite steht.

g) Hochschulsport

Die Förderung des Hochschulsports gehört nach den jeweiligen Landeshochschulgesetzen zum Aufgabenkatalog der Hochschulen. Für alle Studierenden sowie die Angehörigen von Hochschulen und Studentenwerken¹⁴ stellen die Einrichtungen und Zentren für Hochschulsport daher an den Hochschulen ein umfangreiches Sportprogramm zur Verfügung.

Es umfasst im Semester zahlreiche Veranstaltungen in den verschiedensten Sportarten, vor allem im Breitensport. Dabei geht es nicht primär darum, Spitzenleistungen zu fördern. Vielmehr steht neben der Gesundheitsförderung die Möglichkeit im Vordergrund, in Gesellschaft anderer Sport zu treiben.

Das Angebot des Hochschulsports besteht aus lernorientierten Kursen, in denen die Grundlagen der jeweiligen Sportart vermittelt werden, und aus Spielgruppen, in denen dieses Wissen vorausgesetzt wird. Darüber hinaus existieren Gruppen, die sich nicht an einer einzigen Sportart orientieren, sondern im Bereich der Bewegungskulturen angesiedelt sind, so zum Beispiel Theater-Workshops, Spiele, Kurse oder freier Tanz. In vielen Sportarten existieren Wettkampf-Teams, die regelmäßig trainieren und unter anderem an den Deutschen Hochschulmeisterschaften teilnehmen. Zu den Angeboten im Hochschulsportprogramm zählen zudem auch Sportreisen oder Hochschulsportfeste.

Die Einrichtungen für Hochschulsport verstehen sich als Dienstleistungseinrichtungen und kooperieren in der Regel mit sportwissenschaftlichen Instituten und den AStA-Sportreferaten.

Zielgruppe: Studierende, Beschäftigte der Hochschulen und Studentenwerke

Phase: Studienverlauf

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen

h) Informations- und Kommunikationsangebote

Ein Studium ohne Computer und Internet ist undenkbar. Das Internet ist das Leitmedium für Studierende – alle wesentlichen Informationen zum Studium sind dort zu finden und weltweit abrufbar. So werden Vorlesungsverzeichnisse oft nur noch elektronisch veröffentlicht, in den Bibliotheken kann online nach vorhandener Literatur recherchiert werden und die Kommunikation mit Lehrkräften und Prüfungsbüros findet immer häufiger per E-Mail statt; ferner verbreitet sich das sogenannte eLearning mit den entsprechenden Plattformen stetig.

Praktisch alle Hochschulen bieten kostenlose Internetzugänge mit E-Mail-Adressen an. Die Studentenwerke statten Studentenwohnplätze flächendeckend¹⁵ mit einem Internetzugang zu den Hochschulrechenzentren aus, um Studierenden optimale Studienbedingungen zu bieten. Studierende finden in den Fachbereichen und Instituten hochschulöffentliche Rechnerräume und Lernzentren. Kurse zum Erlernen des Umgangs mit dem Computer und dem Internet haben alle Hochschulen im Angebot.

Die Studierenden zählen dieses Angebot zu den besonders wichtigen Serviceangeboten, die den Studienerfolg unterstützen. Zahlreiche Studien belegen, dass die Studierenden mehr als

¹⁴ Die Beschäftigten der Studentenwerke sind in aller Regel aufgrund von Kooperationsvereinbarungen mit den jeweiligen Hochschulen berechtigt, am Hochschulsport teilzunehmen.

¹⁵ Der Versorgungsgrad der Internet-Abdeckung in den Wohnheimen der Studentenwerke beträgt derzeit rund 80 Prozent. Hier ist der Internetzugang – in der Regel – über Hochschulrechenzentren fest eingerichtet. Darüber hinaus haben einige Studentenwerke alternativ Verträge mit privaten Anbietern; die Kosten sind dann in die Miete inkludiert.

fünf Stunden täglich „online“ und neun von zehn von ihnen Mitglied in Sozialen Netzwerken wie Facebook sind. Damit auch Studierende mit Behinderung die digitalen Informations- und Kommunikationsangebote nutzen können, sind diese barrierefrei zu gestalten.

Zielgruppe: Alle Zielgruppen

Phase: Alle Phasen

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Studentenwerke

i) Spezielle Service- und Beratungsangebote für Studierende mit Behinderung und chronischer Krankheit

Rund sieben Prozent der Studierenden haben bei der Befragung im Rahmen der 20. Sozialerhebung¹⁶ angegeben, dass sie sich ihr Studium durch eine gesundheitliche Beeinträchtigung erschwert. Es handelt sich dabei um eine heterogene Studierendengruppe mit vielfältigen Unterstützungsbedarfen, wie die Datenerhebung „beeinträchtigt studieren“ des DSW¹⁷ bestätigt hat. Der überwiegenden Mehrheit der Studierenden sieht man ihre Beeinträchtigung nicht an; nur bei sechs Prozent ist sie für Dritte auf den ersten Blick wahrnehmbar. Nicht sichtbare Beeinträchtigungen werden oft aus Angst vor Stigmatisierung verheimlicht, was sich negativ auf den Studienerfolg auswirkt. In jedem vierten Fall tritt eine studienerschwerende Beeinträchtigung erst während des Studiums auf. Dies führt häufig zu besonderen Studienerschwernissen, da neue Lernroutinen eingeübt werden müssen und der Umgang mit der eigenen Behinderung oft nicht komplikationslos verläuft.

Studieninteressierte und Studierende mit Behinderungen und chronischen Krankheiten sind deshalb in besonderem Maße auf bedarfsgerechte und barrierefrei zugängliche Informations- und Beratungsangebote sowie auf professionelle Unterstützung angewiesen. Dabei spielen Fragen zur Barrierefreiheit der Hochschule, zur Gestaltung von Nachteilsausgleichen in Zulassungsverfahren, bei der Studienorganisation und in Prüfungsverfahren sowie zur Finanzierung behinderungsbedingter Mehrbedarfe eine herausragende Rolle.

Beauftragte für Studierende mit Behinderungen und chronischen Erkrankungen übernehmen vielfach bei der Realisierung einer inklusiven Hochschule eine zentrale Rolle. Sie beraten Studieninteressierte und Studierende mit Behinderungen und chronischen Krankheiten sowie andere Hochschulmitglieder, zugleich wirken sie am Abbau von Barrieren im Hochschulbereich und der Verankerung von Nachteilsausgleichen in Bezug auf Studienzugang, Studienzulassung, Studium und Prüfungen. Dabei werden sie von den örtlichen Interessenvertretungen der Studierenden – mit und ohne Behinderungen – unterstützt.

Neben den Beauftragten der Hochschulen beraten die Sozialberaterinnen und -berater der Studentenwerke behinderte Studierende insbesondere zu Finanzierungs- und Krankenversicherungsfragen. Ebenso bieten die psychologischen Beratungsstellen der Studentenwerke und Hochschulen Unterstützung für Studierende mit Behinderungen und chronischen Krankheiten, zum Teil halten sie spezielle Beratungs- und Servicestellen für behinderte Studierende vor.

¹⁶ Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in der Bundesrepublik Deutschland 2012 – 20. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks, durchgeführt durch das HIS-Institut für Hochschulforschung und herausgegeben vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (20. Sozialerhebung des DSW).

Eine enge Kooperation der Beratungsstellen von Hochschulen und Studentenwerken ist eine wichtige Voraussetzung für eine passgenaue Unterstützung Studierender mit Behinderungen und chronischen Krankheiten und zum erfolgreichen Studium.

An einer Reihe von Hochschulen gibt es beispielsweise barrierefreie Computer-Arbeitsplätze und spezielle Angebote zur Unterstützung seh- und hörgeschädigter oder psychisch kranker Studierender.

An den meisten Hochschulstandorten steht barrierefreier Wohnraum in Studentenwohnheimen zur Verfügung¹⁷. Ferner stellt sich das Angebot der Mensen zunehmend auf Kunden mit Lebensmittelallergien und -unverträglichkeiten ein. Davon profitieren insbesondere auch chronisch kranke Studierende. An einigen Hochschulstandorten unterstützen Studentenwerke Studierende mit Behinderungen mit einem Mensabegleitservice.

Hochschul- und Studentenwerksübergreifend ergänzt die Informations- und Beratungsstelle Studium und Behinderung (IBS) des Deutschen Studentenwerks das Angebot an Service- und Beratungsangeboten in Hochschulen und Studentenwerken.

Zielgruppe: Studierende mit Behinderung und chronischer Krankheit

Phase: Alle Studienphasen

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Studentenwerke

2. Aufgabenbereiche, die federführend von den Studentenwerken betreut werden

a) Verpflegungsangebote

Die Hochschulgastronomieeinrichtungen stehen allen Studierenden sowie den Beschäftigten der Hochschulen und der Studentenwerke zur Verfügung. Die Mensen und Cafeterien sind ein Kernbestandteil der Infrastruktur an den Hochschulen und unterstützen den täglichen Studienablauf. Sie werden von den Studentenwerken betrieben, die die soziale Ausgestaltung der Preise sichern und hochschulübergreifend den Betrieb auch an Standorten mit ungünstigen Rahmenbedingungen ermöglichen.

Mit den neuen Studiengängen ist die Nachfrage seitens der Studierenden gestiegen, verbunden mit veränderten Essgewohnheiten und Zeitbudgets.

Die Gastronomieeinrichtungen der Studentenwerke erfüllen aber über die Verpflegungsangebote hinaus noch einen anderen Zweck: Sie dienen den Studierenden und den Hochschulen als Kommunikations- und Informationsknotenpunkte. Sie sind Lernorte, Begegnungs- und Veranstaltungsstätten und multifunktionale Zentren der sozialen Begegnung. Damit leisten die Mensen und Cafeterien einen wichtigen Beitrag zur Gestaltung eines attraktiven Lebens- und Kulturraums an den Hochschulen.¹⁹

¹⁷ „beeinträchtigt studieren“ – Datenerhebung zur Situation Studierender mit Behinderung und chronischer Krankheit, 2011 (Durchführung: Institut für Höhere Studien [IHS], Wien); herausgegeben vom Deutschen Studentenwerk (DSW) und gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF); veröffentlicht im Mai 2012.

¹⁸ Beispielsweise wird in Wohnheimen in Marburg und Bochum ein spezieller Service für Studierende mit Pflegebedarf angeboten.

¹⁹ Ein Erfolgsprojekt im Hinblick auf die Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Studentenwerken sind in diesem Zusammenhang die „Mensa-Gespräche“, die beispielsweise in München angeboten werden: Diese sind ein Treffpunkt für den unmittelbaren Austausch zwischen Studierenden, Vertreterinnen und Vertretern der Hochschulen sowie Abteilungsleiterinnen und -leitern des Studentenwerks.

Vom Angebot der Gastronomieeinrichtungen profitieren Studierende wie auch die Hochschulen gleichermaßen. Eine solche kostengünstige und nutzerorientierte Versorgung kann aber nur sichergestellt werden, wenn den Studentenwerken ein ausreichender Freiraum für zeitnahe, bedarfsgerechte Anpassungen eingeräumt wird.

Zielgruppe: Studierende, Beschäftigte der Hochschulen und Studentenwerke

Phase: Alle Studienphasen

Verantwortung/Zuständigkeit: Studentenwerke

b) Wohnen

Die studentische Nachfrage nach Wohnraum ist insbesondere in der Studienstartphase sehr hoch. Studienanfängerinnen und -anfänger sowie diejenigen, die den Hochschulort wechseln, sind – wenn sie nicht aus der jeweiligen Hochschulregion stammen – zwangsläufig darauf angewiesen, kurzfristig bezahlbaren Wohnraum zu erlangen.

Bei inländischen Studierenden liegt der Anteil der Gruppe, die nicht in der Nähe des Elternwohnorts studieren im Durchschnitt bei rund 64 Prozent²⁰. Studienanfängerinnen und -anfänger aus dem Ausland können nur in Ausnahmefällen auf Unterkunftsangebote bei Verwandten oder Bekannten zurückgreifen.

Die studentische Wohnraumnachfrage konzentriert sich wesentlich auf den Beginn des Wintersemesters, da die Zulassungen zum Studium überwiegend nur noch zu diesem Termin erfolgen.²¹

In Deutschland studieren so viele Menschen, wie noch nie, und die enorme Nachfrage nach Hochschulbildung wird bis weit ins kommende Jahrzehnt hinein anhalten. Die soziale Infrastruktur, insbesondere das Angebot an bezahlbaren Wohnraum für Studierende, ist jedoch nicht mit dem Ausbau der Studienplätze gewachsen.

Wohnraumangebote werden primär durch die Studentenwerke vorgehalten, die zeitnah preisgünstigen und studiengerechten Wohnraum in den Wohnheimen zur Verfügung stellen sowie Hilfe bei der Wohnraumsuche bieten.

Bei der Bedarfsplanung ist für die Studentenwerke eine frühzeitige Einbeziehung und Information sowie enge Abstimmung mit den Hochschulen erforderlich. Deren Planungen über die Zahl und Struktur der Studienanfängerinnen und -anfänger determinieren letztendlich die studentische Nachfrage nach Wohnraum. Die Studentenwerke können jedoch nicht „von heute auf morgen“ darauf reagieren: Mitunter wird längerer Anlauf benötigt, um erforderliche Räume zur Verfügung zu stellen. Hochschulorganisatorische Entscheidungen, wie Studienbeginn nur zum Wintersemester oder über Sonder- und Austauschprogramme, haben unmittelbar Auswirkungen auf die Wohnungsmarktnachfrage. Hinzu kommen seitens der Hochschulen gegenüber Studentenwerken artikulierte Bedarfe nach Wohnangeboten für Gastwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler. Einige Studentenwerke bieten hier inzwischen spezielle Wohnkonzepte für die Kurzzeitunterbringung an, zum Beispiel Gästehäuser und Studentenhoteles²².

²⁰ Siehe Studie „Wohnraumsuche und Wohnen zu Studienbeginn“, Ergebnisse einer Online-Befragung im Sommer 2013 im Auftrag des Deutschen Studentenwerks (vgl. hierzu DZHW-Projektbericht vom Oktober 2013, wobei zum Teil erhebliche Differenzen zwischen den einzelnen Hochschulstandorten bestehen).

²¹ An den meisten Standorten konzentriert sich daher rund 80 bis 90 Prozent der Jahresnachfrage nach Wohnheimplätzen bei den Studentenwerken auf lediglich sechs bis acht Wochen im Jahr, und zwar auf den Zeitraum von Anfang September bis Mitte/Ende Oktober.

²² Spezielle Hotelangebote für Studierende haben das Studentenwerk Berlin, das Studentenwerk Dresden und das Studierendenwerk Stuttgart.

Ein weiterer entscheidender Partner für die Bedarfsplanung sind die Kommunen. So sind es oftmals deren Grundstücke und Liegenschaften, auf denen ein Wohnheim errichtet werden soll. Ferner nimmt die studentische Nachfrage in ihrer unmittelbaren Wirkung auf den örtlichen Wohnungsmarkt Einfluss, weil sie quantitative Nachfrageeffekte entfaltet und sich auf die qualitative Struktur von Wohnvierteln auswirkt. Eine Reihe von Hochschulstandorten zeichnen sich hier durch eine enge, erfolgreiche und institutionalisierte Zusammenarbeit der drei Institutionen Hochschulen, Kommunen, Studentenwerke aus.

Neben der quantitativen Nachfrageentwicklung mit ihren Auswirkungen auf die Angebotsplanung sind die Studentenwerke kontinuierlich gefordert, die Struktur in ihren Wohnheimen an die veränderten Wohnbedürfnisse und Mieterstrukturen anzupassen und weiterzuentwickeln. Dies gilt für Bau- und Wohnkonzepte, Maßnahmen im Wohnumfeld, Einrichtungs- und Ausstattungskonzepte, Belegungskonzepte (Quartiersmanagement) und Bewirtschaftungsmaßnahmen, spezielle Unterstützungsleistungen wie Tutorenprogramme für ausländische Studierende und die Unterstützung von Heimselbstverwaltungsstrukturen.

Zielgruppe: Studierende, Gastwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler (in geringem Umfang)

Phase: Alle Studienphasen, insbesondere Studienstart

Verantwortung/Zuständigkeit: Studentenwerke, Hochschulen, Hochschulstädte

c) Studienfinanzierungsberatung, Studienfinanzierung, finanzielle Förderung

Das Serviceangebot der Studentenwerke im Bereich der Studienfinanzierung umfasst im Wesentlichen die Leistungen nach dem Bundesausbildungsförderungsgesetz (BAföG), darüber hinaus in vergleichsweise geringerem Umfang die Vergabe eigener Darlehen aus Fonds für Hilfebefürftige und eigenen Darlehenskassen sowie die Beratung zu Studienkrediten, Stipendien und dergleichen.

Als Ämter für Ausbildungsförderung – und somit Sozialleistungsbehörden – sind die Studentenwerke von Gesetzes wegen verpflichtet, in Fragen der Studienfinanzierung Aufklärungsarbeit zu leisten und Studierende beziehungsweise Studieninteressierte sowie deren Eltern im Hinblick auf die Finanzierung eines Studiums zu beraten und ihnen Auskunft zu erteilen²³. Diese Aufklärungs-, Beratungs- und Auskunftspflichten nach §§ 13 bis 15 SGB I und § 41 Abs. 3 BAföG erstrecken sich nicht nur auf das BAföG, sondern generell auf Sozialleistungen im Sinne des Sozialgesetzbuches sowie auf individuelle gesetzliche Förderungsmöglichkeiten nach Bundes- und Landesrecht.

Das Beratungsangebot der Studentenwerke ist jedoch weit umfangreicher und umfasst neben den BAföG-Leistungen das gesamte Spektrum vom elterlichen Ausbildungsunterhalt und allgemeinen Sozialleistungen über Nebenverdienste bis hin zu Darlehen, Bildungsfonds und Stipendien. Hochschulen beraten unter anderem über das Deutschlandstipendium.

Zielgruppe: Studieninteressierte, Studierende, Eltern

Phase: Alle Phasen, insbesondere Studienstart

Verantwortung/Zuständigkeit: Studentenwerke, Hochschulen

²³ In Rheinland-Pfalz sind die Ämter für Ausbildungsförderung bei den Hochschulen angesiedelt, so dass die Aufklärungs-, Beratungs- und Auskunftspflichten nach §§ 13 bis 15 SGB I, § 41 Abs. 3 BAföG den dortigen Hochschulen obliegt.

d) Psychologische Beratung und Coaching

Die psychologische Beratung im Hochschulbereich bietet bei psychischen Problemen kurz- bis mittelfristig dimensionierte Einzelberatung und in akuten Notlagen eine Krisenintervention an. Ferner unterstützt sie die Vermittlung in eine weitergehende ärztliche und psychotherapeutische Behandlung. Hinzu kommen präventiv wirkende Angebote wie Coaching oder Workshops, beispielsweise zu Studientechniken und Zeitmanagement, um studienbedingte Stressbelastungen und Prüfungsängste zu bewältigen. Damit leistet die psychologische Beratung einen wesentlichen Beitrag zum individuellen Studienerfolg und zur Vermeidung von Studienabbrüchen.

Die Inanspruchnahme und insoweit die Bedeutung von psychologischen Beratungsangeboten ist stark gewachsen. Hierfür sind diverse Faktoren die Ursache, wie zum Beispiel der Ausbau und die generell zunehmende Akzeptanz der Angebote, die gestiegene Studierendenzahl sowie die subjektive Problemmehrung im Kontext mit der veränderten Studienstruktur, gerade im Hinblick auf die entstandene Prüfungsdichte.

Psychologische Beratung wird überwiegend durch die Studentenwerke angeboten, teilweise auch durch die Hochschulen im Rahmen der Zentralen Studienberatung. Angesichts der gestiegenen Beratungsnachfrage kooperieren Studentenwerke und Hochschulen hier zunehmend enger.

Die Beratungsleistungen sind in summa wichtig und werden von den Studierenden in allen Studienphasen nachgefragt, insbesondere bei Fragen rund um die Arbeitsorganisation, zum Leistungsdruck und zu Leistungsschwierigkeiten, Prüfungsängsten und depressiven Verstimmungen.

Neben konkreten Workshop- und Beratungsangeboten zur Ressourcenerhaltung und Förderung persönlicher Potenziale entwickeln sich neue Kooperationen mit dem Ziel, das Fachwissen der Beraterinnen und Berater stärker in andere Hochschulbereiche einzubinden, beispielsweise durch

- die Beratung von Hochschulangehörigen (aus Lehre und Verwaltung),
- als Mentoren und Tutoren tätige Studierende in Bezug auf den Umgang mit belasteten Studierenden,
- die Entwicklung eines Bedrohungsmanagements oder
- die Schulung der genannten Zielgruppen in Kenntnissen und Techniken zum Erkennen von kritischen Situationen und besonderen Belastungssymptomen sowie zum anschließenden Umgang mit diesen.

Diese Vernetzung ermöglicht die Sensibilisierung für spezifische studienbedingte Belastungsfaktoren, den Abbau von Vorurteilen gegenüber den Angeboten sowie eine rechtzeitige Vermittlung betroffener Studierender in psychologische Beratungsangebote.

Eine weitere Zielgruppe bilden auch hier die Eltern, die sich – aus Sorge um den erfolgreichen Studienverlauf ihrer Kinder (häufig sehr junge Studierende, teilweise noch Schülerinnen und Schüler) – an die Beratungsstellen wenden.

Psychologische Beratung als Leistung der Studentenwerke ist vordergründig Studierenden vorbehalten. Angebote für neue Zielgruppen erfordern neue Finanzierungs- und Kooperationsmodelle in Zusammenarbeit mit den Hochschulen.

Zielgruppe: Studierende, Eltern, Beschäftigte der Hochschulen, Zusätzlich: Tutoren/Mentoren

Phase: Übergang aus dem Schulsystem (beziehungsweise Beschäftigungssystem) und alle Studienphasen

Verantwortung/Zuständigkeit: Studentenwerke, Hochschulen

e) Sozialberatung

Die Sozialberatung bietet individuelle Hilfestellung rund um soziale und sozialrechtliche Themen, insbesondere in Fragen der allgemeinen Studienfinanzierung (Sozialleistungen, Erwerbstätigkeit, Kredite, Stipendien) sowie zu Versicherungen, Vergünstigungen und Unterstützungsmöglichkeiten für Probleme in besonderen Lebenssituationen.

Die Angebote werden besonders häufig von Studierenden mit geringerer finanzieller Ausstattung genutzt sowie von ausländischen Studierenden oder von Studierenden, die sich in einer besonderen Lebenslage befinden, wie beispielsweise Schwangerschaft, Kindesbetreuung oder Behinderungen und chronische Krankheit. Mit zunehmender Heterogenität der Studierendengruppen steigt der Bedarf an zielgruppenspezifischen Sozialberatungsangeboten.

Allgemeine und spezielle Sozialberatung bieten die Studentenwerke an – ergänzt durch Beratungseinrichtungen der Studierendenvertretungen. Zur Sicherung einer optimalen und zeitnahen Versorgung für die Studierenden arbeiten die Beratungseinrichtungen eng mit lokalen Behörden (zum Beispiel den Ausländerbehörden, Job-Centern und Jugendämtern) und weiteren Akteuren (zum Beispiel Schwangerschaftskonfliktberatung, lokale Stiftungen, Gleichstellungsbeauftragte) zusammen. An einzelnen Hochschulen stehen die dortigen Sozial- und Konfliktberatungen für die Hochschulmitarbeiterinnen und -mitarbeiter auch den Studierenden offen.

Die Nachfrage nach Sozialberatungsangeboten der Studentenwerke bleibt auf hohem Niveau. Neue Angebotsformen, wie Informationsveranstaltungen zu Finanzierungsmöglichkeiten eines Studiums für Schülerinnen und Schüler, und Kooperationen zwischen Studentenwerken und Hochschulen gewinnen nicht nur mit Blick auf das Hochschul-Marketing und Studierendengewinnung an Bedeutung, zumal sie mit einer zunehmenden Beratungsnachfrage von Eltern und Angehörigen korrespondieren.

Zielgruppe: Studieninteressierte, Studierende, Eltern

Phase: alle Phasen

Verantwortung/Zuständigkeit: Studentenwerke, Studierendenvertretungen, Hochschulen

f) Rechtsberatung

Studierende kommen im Verlauf ihres Studiums in vielfacher Hinsicht mit rechtlichen Konstellationen in Kontakt, für die sie sich einen professionellen Ansprechpartner wünschen. Für internationale Studierende, deren Anteil an deutschen Hochschulen stetig zunimmt, sind Regelungen des hiesigen Rechts teilweise unbekannt. Jedoch scheuen viele Studierende aufgrund der subjektiv erwarteten Kosten den Weg zu einem Rechtsanwalt oder wissen gar nicht, an wen sie sich mit ihrer Frage wenden sollen. Diese Lücke schließt die Rechtsberatung der Studentenwerke, die aufgrund der Kostenfreiheit vielen Studierenden die Hemmschwelle nimmt, rechtliche Beratung in Anspruch zu nehmen.

Im Rahmen der wirtschaftlichen und sozialen Förderung der Studierenden bietet etwa die Hälfte der Studentenwerke eine Rechtsberatung an. Dort erhalten Studierende kostenlos eine erste juristische Unterstützung, beispielsweise bei Fragen zur Erwerbstätigkeit, zum Mietrecht, zur Studienfinanzierung und zu Versicherungen. Dabei kann sich die Beratungstätigkeit bereits darin erschöpfen einem Rechtsuchenden, einen Überblick über die rechtliche Lage zu verschaffen oder Tipps zur Selbsthilfe bei der Klärung zwischenmenschlicher Sachverhalte zu geben. Darüber hinaus kann die Rechtsberatung aufzeigen, welche Schritte erforderlich sind, um sein Recht geltend zu machen, und an welche Stellen sich Ratsuchende wenden können, um zu ih-

rem Recht zu kommen. Indem kostenfreie und kostenreduzierte Möglichkeiten des Rechtsschutzes gezeigt werden, können Studierende ermutigt werden, ihre Rechte geltend zu machen. Dabei können sie auch mit einem Überblick über den Kostenrahmen auf mögliche Risiken hingewiesen werden. Durch die auf Kostenfreiheit beruhende niedrige Hemmschwelle und die fachliche Kompetenz der Beraterinnen und Berater für studentische Belange, stellt die Rechtsberatung auch ein wichtiges Bindeglied hin zur anwaltlichen Rechtsberatung dar.

Die Rechtsberatung wird in Kooperation mit Rechtsanwaltskanzleien und anderen zur Rechtsberatung Berechtigten angeboten und ist ein besonderer Service, da nur die wenigsten Studierenden rechtsschutzversichert oder Mitglied im Mieterbund oder einer Gewerkschaft sind.

Zielgruppe: Studierende

Phase: alle Studienphasen

Verantwortung/Zuständigkeit: Studentenwerke, Studierendenvertretungen

g) Spezielle Serviceangebote für Studierende mit Kindern

Studierende Eltern – insbesondere Alleinerziehende – benötigen für ein chancengleiches und erfolgreiches Studium besondere infrastrukturelle und studienorganisatorische Unterstützung. Rund fünf Prozent der Studierenden haben mindestens ein Kind²⁴. Über die Hälfte dieser Kinder sind unter drei Jahre alt und ein weiteres Viertel zwischen drei und sechs Jahre. Daher sind campusnahe Kinderbetreuungsangebote und insbesondere Angebote für Kleinst- und Kleinkinder von besonderer Bedeutung.

Die Bereitstellung und Förderung von Kinderbetreuungsangeboten ist eine wichtige Aufgabe der Studentenwerke, Hochschulstädte und Hochschulen. Bundesweit unterhielten die Studentenwerke im Jahr 2013 insgesamt 232 Kindertageseinrichtungen mit 8.335 Plätzen²⁵ in eigener Trägerschaft oder unterstützten Kindertageseinrichtungen in fremder Trägerschaft und setzen damit den steten Ausbau der Angebote fort.

Die Studentenwerke erbringen einen Großteil dieser Aufgaben, oft in Zusammenarbeit mit den Hochschulen²⁶.

Zu den klassischen Kinderbetreuungsangeboten kommen eine Reihe weiterer relevanter Service- und Beratungsangebote. Hierzu zählen – kommunal nicht geförderte –

- bedarfsorientierte flexible Kurzzeitbetreuungsangebote und Betreuungsangebote außerhalb der Regelzeiten,
- familienfreundlicher Wohnraum,
- niederschwellige und geschützte Still- und Wickelzimmer in Hochschulen und Mensen,
- spezielle Beratungs- und Informationsangebote sowie
- finanzielle Unterstützungsleistungen.

Familienfreundlichkeit an Hochschulen wird auch in Bezug auf die Hochschulbeschäftigten und Gastwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler immer wichtiger. Viele Hochschulen sind inzwischen zertifiziert mit dem „audit familiengerechte Hochschule“²⁷ oder dem Best-Practice-Club

²⁴ Vgl. Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in der Bundesrepublik Deutschland 2012 – 20. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks, durchgeführt durch das HIS-Institut für Hochschulforschung und herausgegeben vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (20. Sozialerhebung des DSW), Seite 480.

²⁵ Quelle: Studentenwerke im Zahlenspiegel 2013/2014, Seite 63.

²⁶ So haben sich beispielsweise in Berlin, Ludwigshafen, München und Worm Kindertagesstätten als Gemeinschaftsprojekte mit gemeinsamer Finanzierung etabliert.

²⁷ Das „audit familiengerechte Hochschule“ ist eine Initiative der Hertie Stiftung und wird vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) gefördert.

„Familie in der Hochschule“ beigetreten. In dieser Profilierung der Hochschulen sind die Studentenwerke die vorrangigen Partner.

Zielgruppe: Studierende mit Kind, Beschäftigte der Hochschulen, in geringem Umfang Gastwissenschaftlerinnen und -wissenschaftler

Phase: Studienverlauf

Verantwortung/Zuständigkeit: Studentenwerke, Kommunen, Hochschulen²⁸

3. Weitere Aufgabenbereiche

a) Allgemeine Arbeits- und Berufsberatung

Die Hochschulteams der Agenturen für Arbeit sind besondere Serviceeinrichtungen für Beratung, Information und Vermittlung. Sie sind Ansprechpartner für alle berufsbezogenen Anliegen von Studierenden und Hochschulabsolventinnen und -absolventen oder auch bei diesbezüglichen Fragen aus den Hochschulen und der Wirtschaft.

In diesem Kontext beraten und informieren die Hochschulteams unter anderem zu Fragen

- der Studien- und Berufsorientierung und zum Einstieg in das Berufsleben,
- zum Arbeitsmarkt und den beruflichen Perspektiven,
- zum Studiengangwechsel oder Studienabbruch,
- der Vermittlung von Praktikumsstellen und Arbeitsplätzen nach Studienabschluss sowie
- zur Förderung von Maßnahmen der beruflichen Weiterbildung.

Regelmäßige Veranstaltungsreihen informieren über Anforderungen und Praxis in bestimmten akademischen Berufen oder über allgemeine praxisbezogene Themen (zum Beispiel Arbeit im Ausland, Existenzgründung und Selbstständigkeit). Ferner werden Workshops beispielsweise zu Fragen der Bewerbung und zur Vermittlung von Schlüsselqualifikationen angeboten.

Die Hochschulteams arbeiten in enger Kooperation mit den Career Services (und oftmals der Zentralen Studienberatung) an den Hochschulen. Gerade im Zusammenhang mit neuen Studiengängen und den Unsicherheiten auf dem Arbeitsmarkt sind die Hochschulteams der Agenturen für Arbeit unverzichtbar.

Zielgruppe: Studieninteressierte, Studierende, Eltern, Lehrerinnen und Lehrer

Phase: alle Phasen

Verantwortung/Zuständigkeit: Agenturen für Arbeit, Hochschulen

b) Allgemeine Informations- und Orientierungsangebote für Schülerinnen und Schüler sowie für Studien- (und Weiterbildungs-)interessierte

Das komplexer werdende Studienangebot sowie die verschiedenen Möglichkeiten des Hochschulzugangs erhöhen den Beratungsbedarf insbesondere in der Schulabschluss- und Studieneingangsphase. Durch die gestufte Studienstruktur sehen sich die Service- und Beratungseinrichtungen zudem in Zukunft wesentlich heterogeneren Erwartungen und Bedürfnissen der Studierenden gegenüber: Beispielsweise stellen diejenigen, die sich für ein Master- oder Promotionsstudium bewerben, ganz andere Anforderungen an die Information und Betreuung während

²⁸ Siehe hierzu: www.familie-in-der-hochschule.de.

der Studienzulassungsphase als Schülerinnen und Schüler. Durch die stärkere Mobilität zwischen den Hochschulen und Studienabschnitten steigt zudem die Frequenz der in Anspruch genommenen Beratungsangebote.

Gute Beratungsangebote sind wesentlich für die richtige Studienwahlentscheidung und den Studienerfolg. So beklagen viele, die ihr Studium abbrechen, eine unzureichende frühzeitige Orientierung und Beratung schon im Schulsystem.

Informationsdefizite und Orientierungslosigkeit werden möglicherweise durch fehlendes Erfahrungswissen im Hinblick auf die neuen Studiengänge, die veränderte Vergabe der Studienplätze und das Auswahlrecht der Hochschulen verstärkt, wenn sie nicht mit hinreichenden Beratungsangeboten einhergehen.

Die Anforderungen an die Beratungseinrichtungen werden zudem durch das Ziel einer Erhöhung der Bildungsbeteiligung und einer Vermeidung sozialer Selektivität gesteigert – diese Aufgabe kommt primär den Hochschulen zu.

Mit Blick auf die Gewinnung von Studierenden mit unterschiedlichen Bildungsbiografien, sozialer Herkunft und persönlichen Lebenslagen steigt die Bedeutung von Fragen der Studienfinanzierung und somit von adäquaten Angeboten der Studentenwerke. Hinzu kommt die zunehmende Beratungsnachfrage durch Eltern, insbesondere bei sehr jungen Studierenden, so dass sich die Beratungsangebote sowohl von den Hochschulen als auch den Studentenwerken entsprechend anpassen müssen.

Hochschulen und Studentenwerke sollten ihre Beratungsangebote daher auch in Kooperation mit Schulen, den Agenturen für Arbeit, den Schulämtern und Landesministerien anbieten. Sie müssen noch stärker dazu beitragen, Fehlinformationen, Vorurteile, Informationsdefizite und sonstige Studienhemmnisse zu verringern, um die Entscheidungskompetenz und Studienneigung studierfähiger junger Menschen zu erhöhen. Dies kann auch Angebotsformen wie Informationsveranstaltungen in Schulen umfassen, in denen beispielsweise Studentenwerke über Studienfinanzierungsmöglichkeiten informieren.

Zielgruppe: Studieninteressierte, Eltern, Lehrerinnen und Lehrer

Phase: Übergang aus dem Schulsystem (beziehungsweise Beschäftigungssystem und Studienentscheidung, Studienstart)

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Studentenwerke, Agenturen für Arbeit

c) Nebenjobvermittlung (allgemein und hochschulspezifisch)

Da oftmals weder die familiäre Unterstützung noch die BAföG-Förderung ausreichen, ein Studium zu finanzieren, besteht bei den Studierenden eine große Nachfrage nach Nebenverdienstmöglichkeiten, sogenannten Nebenjobs.

Im Sommersemester 2012 waren von den Studierenden im Erststudium 62 Prozent nebenher erwerbstätig²⁹. Für fast zwei Drittel (57 Prozent) der Studierenden ist diese Einnahmequelle nach eigener Einschätzung zur Bestreitung des Lebensunterhalts unbedingt notwendig³⁰.

Anlaufstelle für kurzfristige und auch längerfristige Nebentätigkeiten ist an vielen Orten die studentische Arbeitsvermittlung der Agentur für Arbeit beziehungsweise die studentische Arbeitsvermittlung der Studentenwerke. Für Studierende besteht auch die Möglichkeit, ihr Budget als studentische bzw. wissenschaftliche Hilfskräfte an der jeweiligen Hochschule aufzubessern. Über solche Stellenausschreibungen informieren in der Regel Fachbereichsverwaltungen und

²⁹ Vgl. 20. Sozialerhebung des DSW (siehe Fußnote 2), Seite 368.

³⁰ Vgl. 20. Sozialerhebung des DSW (siehe Fußnote 2), Seite 387.

Lehrstühle, zum Beispiel in Form von Aushängen an „Schwarzen Brettern“, beim AStA und der Zentralen Studienberatung oder über das Internet.

Angebote zur Jobvermittlung, insbesondere die Vermittlung hochschulspezifischer Nebentätigkeiten, zählen dabei zu den (sehr) wichtigen Service-Angeboten für Studierende zur Unterstützung des Studienerfolgs. Viele Studierende befinden sich in einem Zeitkonflikt zwischen dem Studium und dem Ausüben von Nebentätigkeiten, sodass sich diesbezügliche Angebote noch mehr auf „studienkompatible“ Angebote fokussieren müssen.

Zielgruppe: Studierende

Phase: Alle Studienphasen

Verantwortung/Zuständigkeit: Agenturen für Arbeit, Studentenwerke, Studierendenvertretungen

d) Kulturangebote

Kulturelle Angebote in ihrer Vielgestaltigkeit sind ein wichtiger Standortfaktor³¹ für Hochschulen, Studentenwerke und insbesondere für Hochschulstädte. ; Hochschulen und Studentenwerke fördern und unterstützen kulturelle Aktivitäten der Studierenden in vielfältiger Weise. Diese bilden eine wichtige Brückenfunktion vom Campus zur Stadt. Kulturkooperationen, insbesondere mit den städtischen Kulturanbietern, können die gegenseitige Durchdringung von Hochschule und Hochschulstadt noch verstärken. Die kulturelle Förderung trägt letztlich wesentlich dazu bei, dass Studierende, Lehrende und die weiteren Hochschulangehörigen – und nicht zuletzt die Bewohnerinnen und Bewohner der Hochschulstädte – eine emotionale Bindung zu ihrer Hochschule entwickeln und sich in hohem Maße mit ihr identifizieren.

Die Studentenwerke fördern die Studierenden auch kulturell – von bundesweit bekannten Festivals bis hin zur effektiven Unterstützung über Räume, Veranstaltungs-Know-how oder Finanzen. Die Studentenwerke sind diejenigen Akteure im deutschen Hochschulsystem, die sich kontinuierlich für kulturelle Bildung im Studium engagieren. Die kulturelle Förderung der Studierenden ist bis auf eine Ausnahme in allen Studentenwerks- oder Hochschulgesetzen der Bundesländer festgeschrieben³².

Kulturelle Angebote und insbesondere die Möglichkeit, sich selbst aktiv in einer Kunstform zu erproben, dienen als Ausgleich und wichtige Ergänzung im Sinne einer ganzheitlichen Persönlichkeitsentwicklung. Die Studierenden entwickeln und trainieren „soft skills“ wie Dialog- und Teamfähigkeit, Organisations- und Improvisationstalent – Kompetenzen, die auf dem Arbeitsmarkt genauso zählen, wie das fachliche Wissen. Erfahrungen zeigen, dass gerade auch Bachelor-Studierende die Möglichkeit, sich bei den Studentenwerken künstlerisch zu betätigen, aktiv und in großer Zahl nachfragen.

Schließlich finden Studierende unterschiedlichster sozialer und ethnischer Herkunft über kulturelle Aktivitäten eine Begegnungs- und Dialog-Plattform. Für die sozial-akademische Integration der ausländischen Studierenden haben die Studentenwerke zahlreiche bewährte Formate der interkulturellen Kulturarbeit entwickelt.

Zielgruppe: Studierende

Phase: Studienverlauf

Verantwortung/Zuständigkeit: Studierendenvertretungen, Studentenwerke, Hochschulen, Kommunen

³¹ Die künstlerischen Hochschulen sind entsprechend ihrem Ausbildungsprofil darüber hinaus in ihren Kommunen ein wichtiger Kulturträger. Mit ihren Veranstaltungen, in denen Studierende den erreichten Ausbildungsstand einem öffentlichen Publikum präsentieren, prägen und bereichern sie das künstlerische Leben am Hochschulstandort.

³² Einzige Ausnahme bildet die Freie und Hansestadt Hamburg.

e) Nutzung von Sozialen Medien

Schon durch das Internet haben sich seit den 1990er Jahren Informations- und Kommunikationsprozesse weltweit beschleunigt. Die unter dem Schlagwort „Web 2.0“ subsumierten Sozialen Medien haben diese Entwicklung noch forciert. Ob Facebook oder Twitter, Blogs oder Apps: Diese haben sich als primäre Dialogplattformen in allen Generationen etabliert, in der jüngeren Generation – auch bei Studierenden – bilden sie die Medien der ersten Wahl. Wer im Internet und in den Sozialen Medien nicht „existiert“, findet in der Wahrnehmung der Studierenden überhaupt nicht statt; die Zeit der Einweg-Kommunikation im Sinne einer Verlautbarung ist vorbei.

Bei bestehenden und neuen Service- und Beratungsangeboten ist zu prüfen, ob unterstützend geeignete „Web 2.0“-Anwendungen und Soziale Medien eingesetzt werden müssen. Die Präsenz in den Sozialen Netzwerken sowie die aktive Nutzung von „Web 2.0“-Medien (Twitter, YouTube und dergleichen) können Information und Kommunikation für bestehende Service- und Beratungsangebote aller Institutionen verbessern. Auch spezielle Anwendungen sind denkbar, von Wegweiser- oder Mensamenü-Apps, über Foren, Blogs und Nutzung audiovisueller „Web 2.0“-Angebote zur Interaktion mit besonderen Zielgruppen (zum Beispiel Austausch von Lern- oder Beratungsgruppen, Terminvereinbarungen, Feedback für Veranstaltungen, Online-Surveys bis hin zum Einsatz für Beschwerdewesen und Qualitätsmanagement).

Bei allem steht zuerst die Frage: Womit werden die studentischen Zielgruppen am besten erreicht und mit welchem Medium kann die Arbeit für das jeweilige Service- und Beratungsangebot am effizientesten gestaltet werden, auch unter Berücksichtigung von Kosten und Personalressourcen sowie rechtlicher oder institutionenspezifischer Einschränkungen. Die besonderen Möglichkeiten der Sozialen Medien (Dialogfähigkeit, kurze Antwortzeiten, Transparenz und häufig Barrierefreiheit) müssen positiv genutzt werden. Sie bieten den Hochschulen und Studentenwerken mehr Chancen als Risiken. Allerdings gilt es, die dafür notwendigen Ressourcen und professionellen Standards abzuwägen und genau zu kalkulieren. Ferner muss die Barrierefreiheit im Blick bleiben. Einschränkungen sind beim Datenschutz gegeben: So ist zum Beispiel bei der Sozialberatung oder der BAföG-Beratung der Datenschutz unbedingt zu beachten. Auch erfolgt eine qualitativ gute Beratung, die dem jeweiligen Einzelfall gerecht wird, am besten im persönlichen Kontakt.

Zielgruppe: Studierende

Phase: Alle Phasen, insbesondere Studienverlauf

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Studentenwerke

IV. SONDERKAPITEL:

SERVICE- UND BERATUNGSANGEBOTE FÜR AUSLÄNDISCHE STUDIERENDE

1. Überblick

Deutschland steht inzwischen weltweit nach den Vereinigten Staaten und Großbritannien für internationale Studierende als Gastland auf dem dritten Platz.

2014 studierten insgesamt 301.000 ausländische Studierende in Deutschland³³, ein Anstieg um rund 50 Prozent in den letzten 13 Jahren. Damit liegt deren prozentualer Anteil bei über elf Prozent aller Studierenden in Deutschland. Hierbei handelt es sich um eine sehr heterogene Gruppe, sowohl hinsichtlich ihrer Nationalität, als auch mit Blick auf die kulturelle, bildungsbezogene und soziale Herkunft. Zudem sind nur rund 15 Prozent sogenannte Programmstudierende, während 85 Prozent als sogenannte Free-Mover – also auf eigene Initiative – nach Deutschland gekommen sind.

Die Wissenschaftsministerinnen und -minister von Bund und Ländern haben beschlossen, bis zum Jahr 2020 die Zahl der ausländischen Studierenden auf 350.000 zu steigern; parallel soll der Studienerfolg ausländischer Studierender von derzeit etwa 50 auf 75 Prozent steigen und sich damit dem Niveau der deutschen Studierenden angleichen.

Grundaufgabe der Studentenwerke und der Hochschulen ist, sich generell um die Belange aller Studierenden zu kümmern. Die Service- und Beratungsangebote im Hochschulbereich stehen daher deutschen und ausländischen Studierenden gleichermaßen zur Verfügung.

Um die besonderen Belange ausländischer Studierender aufzugreifen und im Sinne einer Willkommenskultur zu etablieren, sind darüber hinaus zusätzliche spezielle Service- und Beratungsdienstleistungen notwendig: Ausländische Studierende haben trotz aller Anstrengungen von Hochschulen und Studentenwerken weiterhin starke Probleme bei der Zimmer- und Wohnungssuche, Kontakt zu deutschen Studierenden, der Orientierung im Studiensystem und der Finanzierung. Gerade diese Faktoren sind jedoch für den Studienverlauf und dessen Erfolg relevant.

Von den Hochschulen und den Studentenwerken wurden – ermöglicht vor allem durch finanzielle Unterstützung aus den DAAD-Förderprogrammen STIBET, PROFIS und PROFIN – zwar speziell auf die Förderung des Studienerfolgs und die Integration internationaler Studierender zugeschnittene Angebote wirksam entwickelt. Diese sind jedoch befristet und können oftmals nach dem Auslaufen der Projektförderung nicht weitergeführt werden.

An vielen Standorten der Studentenwerke existiert mit Wohnheimtutorenprogrammen, Servicepaketen, Infopoints, Kontakt- und Patenprogrammen, finanzieller Unterstützung, interkulturellen Qualifizierungsangeboten, Runden Tischen sowie verschiedensten integrativen Projekten und Veranstaltungen ein breit gefächertes Angebotsspektrum zur Förderung der Integration und des Dialogs zwischen ausländischen und deutschen Studierenden. Damit werden – in Ergänzung zu den regulären Service- und Beratungsangeboten der Studentenwerke, die sich ebenfalls zunehmend interkulturell sensibilisieren – die speziellen Bedarfe vor allem von Bildungsausländerinnen und Bildungsausländern gezielt aufgegriffen. Neben den Wohnheimabteilungen leisten vor allem die Beratungsstellen wie auch die Kulturabteilungen und die neu geschaffenen Stellen für Internationales/Interkulturelles der Studentenwerke mit einem breiten Portfolio einen wesentlichen Beitrag.

³³ Die Gruppe der ausländischen Studierenden ist unterteilt in rund 220.000 Bildungsausländer und etwa 80.000 Bildungsinländer; die größte Gruppe der Bildungsausländer stammt dabei nach wie vor aus China, gefolgt von der Russischen Föderation und Indien.

Die Akademischen Auslandsämter und International Offices der Hochschulen haben zunehmend komplexere Beratungs- und Betreuungsangebote mit integrativem Schwerpunkt für Bildungsausländerinnen und -ausländer in ähnlichem Umfang wie die oben für die Studentenwerke beschriebenen Maßnahmen entwickelt.

Angebote für Bildungsausländerinnen und -ausländer werden an den einzelnen Standorten oftmals als Kooperationsprojekte durchgeführt, beispielsweise zwischen Studentenwerken, Hochschulen, kirchlichen Hochschulgemeinden und Studierendenvereinen. Eine umfassende Vernetzung der Akteure – zum Beispiel in Form einer „Internationalen Kooperationsstrategie“ – generiert nicht nur Synergieeffekte und umfassende Informationsflüsse, sondern wird auch dem Umstand gerecht, dass internationale Studierende oftmals nicht zwischen den verschiedenen Institutionen unterscheiden.

2. Übersicht über spezielle Service- und Beratungsdienstleistungen für ausländische Studierende und deren Anbieter

a) Besondere Aspekte der Studienfinanzierung bei ausländischen Studierenden

Eine der größten Schwierigkeit für ausländische Studierende liegt im Bereich der Finanzierung ihres Studiums in Deutschland³⁴, unter anderem weil

- 73 Prozent aus Ländern mit geringen oder mittlerem Pro-Kopf-Einkommen stammen,
- Bildungsausländerinnen und -ausländer monatlich nur 749,- EUR zur Verfügung haben und somit pro Monat 115,- EUR weniger als einheimische Studierende, die durchschnittlich über 846,- EUR verfügen können,
- die Lebenshaltungskosten in Deutschland mitunter unterschätzt werden,
- rechtliche Hürden bezahlte Nebentätigkeiten von Bildungsausländern aus Nicht-EU-Staaten nur beschränkt zulassen.

Verschärfend wirken Studienbeiträge und weitere Kosten, die in vielen Fällen speziell von ausländischen Studierenden erhoben werden³⁵.

Nach wie vor ist der eigene Verdienst für 52 Prozent der ausländischen Studierenden eine wichtige Finanzierungsquelle und steht an zweiter Stelle nach dem elterlichen Unterhalt. Allerdings bieten die Hochschulen und die Studentenwerke auch finanzielle Unterstützung für ausländische Studierende an, unter anderem durch

- Stipendienprogramme (vor allem über den DAAD, die Begabtenförderungswerken, Stiftungen oder Heimatuniversitäten), über die sich 23 Prozent der ausländischen Studierenden ganz oder teilweise finanzieren,
- Einzelfallhilfen, Nothilfefonds, Darlehenskassen und dergleichen, die von Studentenwerken und Hochschulen, aber auch von Studierendengemeinden, privaten Vereinen und Kommunen zur Gewährleistung einer einmaligen finanziellen Unterstützung eingerichtet wurden, sowie
- Beratungsangebote³⁶ und

³⁴ Vgl. die Ergebnisdokumentation von Dr. Markus Lemmens zu der in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Studentenwerk vom Arbeitskreis Fortbildung im Sprecherkreis der Kanzlerinnen und Kanzler der Universitäten Deutschlands veranstalteten Tagung „Campus Kompakt: Zusammenarbeit von Hochschulen und Studentenwerken“, 2013.

³⁵ Zu den weiteren Kosten gehören auch einmalige Zahlungen, beispielsweise für die Teilnahme an Sprachkursen oder die Gebühr für die Arbeits- und Servicestelle für Internationale Studienbewerbungen (uni-assist) im Rahmen des Zulassungsverfahrens.

- Jobvermittlung.

Phase: Alle Phasen, insbesondere Studienverlauf

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Studentenwerke, kirchliche Institutionen, Vereine

b) Besondere Aspekte zur Unterbringung ausländischer Studierender

Bevorzugte Wohnform der ausländischen Studierenden ist das Studentenwohnheim. Hierbei leisten insbesondere die Tutorienprogramme der Studentenwerke mit einem breiten Angebotsspektrum auf der peer-Ebene einen zentralen Beitrag für die Integration ausländischer Studierender.

Bei der Zimmervergabe des Studentenwerkes empfiehlt sich ein sensibler Umgang bei der Zusammensetzung von Fluren und Wohngemeinschaften, um kulturell bedingte Konflikte zu vermeiden. Dies erfordert eine frühzeitige Abstimmung mit den Akademischen Auslandsämtern und International Offices der Hochschulen.

Derzeit übersteigt allerdings an vielen Orten, wie bei einheimischen Studierenden, die Nachfrage nach Wohnheimplätzen das Angebot deutlich.

Phase: Alle Studienphasen, insbesondere Studienstart

Verantwortung/Zuständigkeit: Studentenwerke

c) Besondere Aspekte bei der Beratung ausländischer Studierender

Die Leistungen der Studentenwerke im Bereich der psychologischen Beratung sowie der Sozialberatung stehen grundsätzlich auch ausländischen Studierenden offen. Darüber hinaus existieren besondere³⁷, auf die Bedarfe ausländischer Studierender zugeschnittene Angebote.

Der Arbeitsbereich Internationales/Interkulturelles ist bei den Studentenwerken überwiegend in den beratungsdienstlichen Abteilungen angesiedelt und umfasst dabei unter anderem

- Fragen der Finanzierung des Lebensunterhalts,
- die Beratung zu arbeits- und aufenthaltsrechtlichen Fragestellungen,
- Versicherungen sowie
- die Koordinierung der speziellen Service- und Beratungsdienstleistungen für ausländische Studierende in Abstimmung mit anderen Abteilungen der Studentenwerke und der Hochschulen.

In diesem Bereich ist es daher erforderlich, dass die Ausbildung der Beschäftigten über die Sprachkompetenz hinaus mit Blick auf diese Zielgruppe vertieft und erweitert wird, und zwar insbesondere in Bezug auf interkulturelle Kompetenzen und Kenntnisse über häufige Herkunftsländer.

Phase: Alle Phasen,

Verantwortung/Zuständigkeit: Studentenwerke, Hochschulen

³⁶ Im Hinblick auf Beratungsangebote besteht von Seiten der ausländischen Studierenden ein starker Bedarf an der Sozialberatung, insbesondere zu Fragen der Studienfinanzierung.

³⁷ Beispiele: Besondere Schwierigkeiten bei der Studienfinanzierung, dem Kontakt zu Deutschen, bei arbeits- und aufenthaltsrechtlichen Fragen oder Orientierung im Studiensystem.

d) Tutoren- und Betreuungsprogramme für ausländische Studierende

In den meisten Studentenwerken existieren Tutorenprogramme für ausländische Studierende. Mit ihrer Arbeit tragen die studentischen Tutoren zur Verbesserung der Lebensbedingungen ausländischer Studierender bei, indem sie ihnen helfen, sich zügig und gut in ihre neue Umgebung einzuleben.

Tutoren

- informieren und betreuen (neuankommende) ausländische Studierende,
- übernehmen den Abholservice und
- teilweise die Zimmerübergabe,
- helfen bei Behördengängen und
- organisieren den interkulturellen Dialog, unter anderem mit diversen Veranstaltungen.

Abgesehen von der Zimmervergabe beinhalten die Betreuungsprogramme an den International Offices vergleichbare Angebote für die Belange ausländischer Studierender.

Phase: Alle Studienphasen, insbesondere Studienstart

Verantwortung/Zuständigkeit: Studentenwerke, Hochschulen

e) Informationsmedien

Die Bereitstellung von speziell auf die Bedarfe von ausländischen Studierenden zugeschnittenen mehrsprachigen Informationsmedien trägt wesentlich dazu bei, durch frühzeitige und umfassende Aufklärung Schwierigkeiten im Studienverlauf zu vermeiden. Hierbei empfiehlt sich die Abstimmung der verschiedenen Akteure mit dem Ziel einer gemeinsamen, effizienten und ressourcenorientierten Informationssteuerung.

Zentral zu berücksichtigen sind unter anderem

- die besondere Nutzung von Internet und „Web 2.0“ zusätzlich zu Printmedien und dergleichen,
- Mehrsprachigkeit sowie
- Information nach dem Lebenslagenprinzip.

Phase: Alle Phasen

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Studentenwerke, Studierendenvertretungen, Kommunen

f) Info-Points, Info-Cafés und Info-Center

Info-Points, Info-Cafés und Info-Center können neben der Bereitstellung von Informationen durch spezielle Aktionen, Sprechzeiten, Präsenz diverser Service- und Beratungsstellen und Bereitstellung ausländischer Ansprechpartner die Kontaktaufnahme auf dem Campus, aber auch zu kommunalen Behörden erleichtern.

Phase: Alle Studienphasen

Verantwortung/Zuständigkeit: Studentenwerke, Hochschulen

g) Begrüßungs- und Informationsveranstaltungen

Bei zielgruppenorientierten Begrüßungs- und Informationsveranstaltungen erhalten ausländische Studierende Informationen über örtliche Studien- und Lebensbedingungen und es werden die zentralen Ansprechpartner in den Hochschulen und den Studentenwerken vorgestellt.

Phase: Alle Studienphasen, insbesondere Studienstart

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Studentenwerke, Kommunen

h) (Inter-)Kulturelle Kontaktangebote und Veranstaltungen

Deutlich ist der Bedarf an vielfältigen Kontaktangeboten zur Förderung des Dialogs zwischen deutschen und ausländischen Studierenden, den Lehrenden an den Hochschulen und der Bevölkerung³⁸. Dies bezieht sich sowohl auf studienbezogene Aktivitäten als auch auf Aktivitäten in der Freizeit.

Diese Aktivitäten werden durch die Studentenwerke, die International Offices, die Tutorinnen und Tutoren der Studentenwerke für ausländische Studierende oder im Rahmen von Kontakt- und Paten-/Buddy-Programmen angeboten.

Beispiele für (inter-)kulturelle Kontaktangebote und Veranstaltungen sind

- Patenschaftsprogramme,
- Buddy-Programme,
- Länderabende,
- Filmreihen,
- Tandem-Sprachpartnerschaften,
- internationale Stammtische,
- Sportangebote und
- interkulturelle Feste.

Phase: Alle Phasen

Verantwortung/Zuständigkeit: Studentenwerke, Hochschulen

i) Servicepakete

Um ausländischen Studierenden während des ersten und zweiten Semesters eine umfassende Betreuung zu gewährleisten, werden von vielen Studentenwerken verschiedene Leistungen zu einem Angebot, dem sogenannten Servicepaket, zusammengefasst. Dieses umfasst zum Beispiel

- die Wohnplatzvermittlung,
- die Abholung vom Bahnhof oder Flughafen,
- das Semesterticket,
- Unterstützung bei Behördengängen,
- die Durchführung oder Vermittlung von Deutschkursen und Exkursionen sowie
- die persönliche Beratung bei sonstigen Problemen.

³⁸ Vgl. Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in der Bundesrepublik Deutschland 2012 – 20. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks, durchgeführt durch das HIS-Institut für Hochschulforschung und herausgegeben vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (20. Sozialerhebung des DSW).

Ähnliche Servicepakete werden teilweise auch von International Offices der Hochschulen angeboten.

Phase: Studienzulassung, Studienstart

Verantwortung/Zuständigkeit: Studentenwerke, Hochschulen

j) Praktikumsbörse für ausländische Studierende

Für das Leben nach dem Studium sind praktische berufliche Erfahrungen unverzichtbar. Allerdings ist es für ausländische Studierende mitunter schwierig, geeignete Praktikumsplätze zu erhalten (aufenthaltsrechtliche Beschränkungen, mangelnde Kontakte und Netzwerke in die Wirtschaft, Abhängigkeit von Nebenverdiensten, zeitliche Begrenzung bei bezahlten Praktika).

Hierbei können ausländische Studierende mit Angeboten wie einer regelmäßigen Praktikumsbörse oder durch Beratung und Hilfestellung bei Bewerbungen unterstützt werden.

Denkbar wären auch Kooperationen zwischen Studentenwerken und Organisationen der regionalen Wirtschaft, um sogenannte Werkpraktika zu fördern.

Phase: Studienabschluss, Phase nach Abschluss des Studiums

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Unternehmensverbände

k) Verbesserung der Sprachkompetenz

Die Beherrschung der deutschen Sprache ist für ausländische Studierende eine wesentliche Voraussetzung für die Zulassung zu einem Hochschulstudium und für dessen erfolgreichen Abschluss. Selbst im Falle der Teilnahme an einem englischsprachigen Studiengang spielen Deutschkenntnisse eine wichtige Rolle, um den Anforderungen außerhalb der Hochschule gerecht zu werden, zum Beispiel beim Abschluss von Miet-, Versicherungs- und anderen Verträgen, bei Arztbesuchen, Einkäufen, bei der Unterhaltung mit Kommilitoninnen und Kommilitonen oder bei der vielfach gewünschten Arbeitsaufnahme in Deutschland während und nach dem Studium.

In der Regel werden Deutschkenntnisse bereits im Heimatland erworben. Zu ihrer Vertiefung werden von den meisten Hochschulen studienvorbereitende und/oder studienbegleitende Kurse angeboten.

Da die Angebote der Hochschulen in vielen Hochschulstädten den Bedarf nicht vollständig abdecken können, kommt auch anderen Anbietern (Volkshochschulen, privaten Bildungsträgern, Vereinen) eine wichtige Rolle zu. Dabei ist neben der Bezahlbarkeit der Sprachkurse auch auf eine ausreichende Berücksichtigung sowohl von Fachsprachenkompetenzen als auch von Sprachkenntnissen für Alltagssituationen zu achten. Ergänzend sollten verstärkt Tandem-Sprachpartnerschaften organisiert werden, da diese eine wirksame Hilfe beim Spracherwerb darstellen und über diese zugleich auch Kontakte zwischen deutschen und ausländischen Studierenden hergestellt werden.

Phase: Alle Phasen

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, außerhochschulische Bildungseinrichtungen

I) Verbesserung der Fach- und Studienkompetenzen

Aufgrund anderer kultureller Hintergründe und anderer Ausbildungs- und Hochschulstrukturen im Heimatland haben ausländische Studierende mitunter unrealistische Erwartungen an die Studienorganisation und den -ablauf. Daher benötigen sie in dieser Hinsicht ebenfalls in besonderem Maß und speziell auf diese Bedürfnisse zugeschnittene Unterstützungs- und Beratungsleistungen. Das frühzeitige Bereitstellen solcher Leistungen kann wesentlich zu einem erfolgreichen Studium beitragen, von frühzeitigen Vorabinformationen im Herkunftsland über spezielle Informationsveranstaltungen zu Kursen und Seminaren bis zur individuellen Beratung zu Themen wie Aufbau und Ablauf des Studiums, studienrelevanten Methoden und Kompetenzen (Eigeninitiative, selbstständiges Studieren) bis hin zu fachspezifischen Kompetenzen.

An den einzelnen Hochschulen gibt es bereits konkrete Vorstellungen, wie eine intensivere Betreuung in der Studieneingangsphase ermöglicht werden kann. Konkrete Beispiele sind:

- Infoveranstaltungen/Infotage zu Beginn jedes Semesters,
- deutlich mehr Fachbereichstutorinnen und -tutoren, die fach- und studienspezifische Fragen klären können, und
- studienvorbereitende Kurse und Programme, die neben der Sprache noch stärker auf kulturelle Unterschiede und spezielle Informationen zu Studienorganisation und -ablauf sowie auf das individuelle Studierverhalten eingehen.

Ihre Umsetzbarkeit ist aber direkt abhängig von den dafür bereitzustellenden Finanzmitteln. Sowohl die verstärkte fachliche Betreuung in den Fachbereichen als auch die intensivere sozio-kulturelle Betreuung (zum großen Teil durch die International Offices) bedeuten einen erhöhten Personalbedarf.

Phase: Alle Studienphasen, insbesondere Studienstart

Verantwortung/Zuständigkeit: Hochschulen, Studierendenvertretungen

3. Verstärkte Kooperation und kontinuierliche Verbesserung der Service- und Beratungsangebote

Ausländische Studierende nehmen ihren deutschen Hochschulstandort in der Regel als Einheit wahr, da ihnen aus ihrem Herkunftsland die institutionelle Dualität Hochschulen-Studentenwerke unbekannt ist.

Hochschulen und Studentenwerke müssen daher eng im Bereich des internationalen Studiums zusammenarbeiten und ihre akademischen sowie ihre jeweiligen Service- und Beratungsangebote aufeinander beziehen und abstimmen, um ein hohes Qualitätsniveau zu realisieren; zusätzlich sind in diese Kooperation die (weiteren) relevanten lokalen Akteure – wie zum Beispiel Kommunen, Studierendenvereine und Hochschulgemeinden – stärker einzubeziehen.

V. KÜNFTIGE ORGANISATION – HANDLUNGSOPTIONEN

An den unterschiedlichen Leistungsangeboten im Hochschulbereich sind in der Regel jeweils mehrere Institutionen beteiligt. Je nach Phase und Zielgruppe haben sie eine unterschiedliche qualitative und quantitative Bedeutung.

Über die Abstimmung bei einzelnen Aufgaben hinaus ist primär die Vernetzung der Institutionen bei der Erfüllung der sich stellenden Gesamtaufgaben – und auch hinsichtlich der Prioritätensetzung, bis hin zu strategischen Entscheidungen – essentiell.

Dies gilt bereits, wenn eine Hochschule eine Veränderung plant, zum Beispiel durch eine beabsichtigte Erhöhung der Studierendenzahl oder in bei ihren Diversity- und Internationalisierungsstrategien. In diesem Fall sollte sie alle Akteure – insbesondere die Studentenwerke als Teil der Hochschulinfrastruktur – „mit ins Boot“ holen und bereits an den Entwicklungsprozessen beteiligen. Gerade im Hinblick auf die Internationalisierung besteht ein hoher Abstimmungsbedarf, da gerade auf diesem Feld strategische Entscheidungen einer Hochschule unmittelbar zu finanziellen Folgen beim jeweiligen Studentenwerk führen können. Hier sollten die Hochschulen durch frühzeitiges Einbeziehen aller Akteure ihre Ziele und ihrer Erwartungen an die Studentenwerke vermitteln, sodass die Studentenwerke sich ihrerseits als erfahrene Dienstleister in die notwendigen Prozesse einbringen können. Damit kann aus der bisherigen „Zweckehe“ auch eine „strategische Partnerschaft der Zukunft“ erwachsen.

1. Institutionalisierung der Zusammenarbeit auf strategischer und operativer Ebene

a) Vorab: Grundsätzliche Kooperation

In vielen Hochschul- und Studentenwerksgesetzen ist das Zusammenwirken von Hochschulen und Studentenwerken zum Wohl der Studierenden – auch im Hinblick auf die Sicherung des Studienerfolgs – normiert. Insofern sitzen Hochschulen und Studentenwerke „im selben Boot“. Vor diesem Hintergrund sollten die jeweiligen Akteure im gesamten Hochschulbereich auch strategisch gemeinsam und einheitlich gegenüber Dritten auftreten, insbesondere gegenüber der Bundes- oder jeweiligen Landesregierung und der Politik.

Im Binnenverhältnis sollte die Kommunikation zwischen den Akteuren institutionalisiert werden. Hierzu bietet sich die Einrichtung von Steuerungsgruppen auf den unterschiedlichen Ebenen an, die regelmäßig zusammenkommen.

Am jeweiligen Hochschulstandort sollten zukünftige Strategiemaßnahmen – zum Beispiel die Internationalisierung – zwischen den Akteuren inhaltlich und hinsichtlich der daraus erwachsenden Konsequenzen definiert, regelmäßig reflektiert und mit ableitbaren individuellen Aufgaben formuliert werden³⁹. Als Akteure einzubeziehen wären in erster Linie:

- Hochschulen
- Studentenwerke
- vertretende Studierendenschaften (sowie einzelne Studierende, die sich in einen jeweiligen Prozess einbringen wollen)

³⁹ Beispielhaft ist hier das gemeinsame Wirken etwa in Mainz, Gießen, Hannover und Jena im Bereich der Internationalisierung.

Nach wie vor ist es mitunter für die Akteure eine Herausforderung, die Belange des „Partners“ und des „Gegenübers“ vollumfänglich und in ihrer Tragweite im Focus zu haben. Hierzu wird es erforderlich sein, Rolle, Rahmenbedingungen und Angebote des jeweils anderen auf Augenhöhe und mit der nötigen Sensibilität zu erkennen und zu respektieren.

Für derartige Kooperationen existieren bereits diverse Erfolgsbeispiele. Über diese sollte länderbezogen bzw. auch überregional informiert und deren Verbreitung ermöglicht werden, beispielsweise mittels Broschüren, die Online-Plattform „DSWiki“⁴⁰ oder die Durchführung von (gemeinsamen) Tagungen für die Beschäftigten der jeweiligen Institutionen sowie die Studierenden.

b) Strategische Ebene

In vielen Landesgesetzen ist bereits heute geregelt, dass in den Kollegialorganen der Studentenwerke (Verwaltungsrat, Verwaltungsausschuss oder Vorstand), Vertreterinnen und Vertreter der Hochschulleitungen und der Studierendenschaften vertreten sind; die Einbindung von Vertreterinnen und Vertretern der Hochschulstädte sowie weiterer Vertreter der Gesellschaft bildet bisher eher die Ausnahme.

Auch für Sitzungen der Hochschulorgane sollte umgekehrt zur Sicherung einer zeitnahen und effizienten Abstimmung mit sowie Einbindung von Studentenwerk und Hochschulstadt punktuell deren beratende Teilnahme geprüft werden – neben der heute bereits existierenden Einbindung der Studierendenschaften. Dies ist insbesondere deshalb notwendig, da die wesentlichen Impulse im Hochschulbereich unmittelbar von den Hochschulen selbst ausgehen und ihre strategischen und operativen Entscheidungen wesentliche Folgen für die Anforderungen an die anderen Akteure haben.

Grundsätzlich ist hier ein regelmäßig tagendes Steuerungsgremium zu empfehlen, um über die Planungen der jeweiligen Akteure Hochschule, Studentenwerk, Hochschulstadt, Studierendenschaften, ggf. weiterer frühzeitig zu unterrichten und notwendige Abstimmungen rechtzeitig zu ermöglichen.

c) Operative Ebene

Unterhalb der Leitungsebene sind die Abstimmungen über Aufgaben oft bereits institutionalisiert, so auf der Fachbereichsebene oder über „Runde Tische“ von Akademischen Auslandsämtern der Hochschulen, Studentenwerken und Studierendenschaften etc. Diese Abstimmungen bieten Ansätze für den Ausbau, z.B. bei einer möglichen Abstimmung und Weiterentwicklung der Beratungsangebote.

Auch beziehen einige Hochschulstädte aufgrund der zum Teil erheblichen stadtentwicklungspolitischen Bedeutung die Hochschulen und Studentenwerke in kommunalpolitische Entwicklungsprozesse bereits ein, wie in die Wohnraumbedarfsplanung, im Kulturbereich, in der Kinderbetreuung. Die Kooperationsbedarfe und -möglichkeiten sind jedoch bei weitem nicht aus-

⁴⁰ Das DSWiki ist die studentenwerksinterne Plattform (Wiki) zur gemeinschaftlichen und kollaborativen Zusammenarbeit und zum Erfahrungsaustausch im Internet.

geschöpft, z.B. hinsichtlich der Verkehrsanbindung oder von Informationsangeboten im Vorfeld des Studiums⁴¹.

Einzelne Angebote an Service- und Beratungsleistungen werden sowohl von der Hochschule, als auch dem jeweiligen Studentenwerk angeboten. Diese Doppelstrukturen machen jedoch nur Sinn, wenn dadurch Produktivität und Gesamtergebnisse gesteigert werden; anderenfalls und zur Vermeidung unnötiger Konkurrenz sollten sie – im Einzelfall – aufgelöst werden.

2. Neue Anforderungen an die Institutionen

Mit den in den letzten Jahren erheblich gestiegenen und möglicherweise noch steigenden Studierendenzahlen bilden zukünftig insbesondere die allgemeinen Kapazitätsanforderungen eine Herausforderung. Hier bietet sich an zu prüfen, durch welche organisatorischen Maßnahmen sich die Institutionen gegenseitig unterstützen und damit die Herausforderungen besser bewältigen können.

So könnte eine Verbesserung der Studiensituation und damit einhergehend eine Entlastung der Infrastrukturangebote durch folgende hochschulorganisatorische Maßnahmen erzielt werden (vorbehaltlich der Angemessenheit und wirtschaftlichen Vertretbarkeit):

- Eine zeitliche Entzerrung des Studienbeginns – z.B. durch gleichmäßige Verteilung der Studienstarts auf das Winter- und Sommersemester – und gegebenenfalls die zeitliche Entzerrung der Vorlesungszeiten innerhalb eines Semesters würden insbesondere im Hinblick auf die studentische Wohnraumnachfrage zu deutlichen Entlastungseffekten führen.
- Diese zeitliche Entzerrung und gleichmäßige Verteilung der Vorlesungszeiten in der Woche würde deutliche Entlastungseffekte auf Mensen und Bibliotheken haben.

Von Seiten der Studentenwerke könnten folgende Maßnahmen zu einer Verbesserung der Studiensituation bei gleichzeitiger Entlastung der Infrastrukturangebote führen:

- Bedarfsgerechte Anpassung der Angebotszeiten in der Hochschulgastronomie, wie auch bei den allgemeinen Beratungsangeboten, bei der Wohnheimverwaltung und beim BAföG-Amt;
- Reaktion auf Nachfragespitzen (zum Beispiel zum Beginn eines Semesters) durch spezifische Ausdehnung der Öffnungszeiten (zum Beispiel auf die Abendstunden oder das Wochenende) und temporäre Erhöhung der Personalkapazitäten;
- Entlastung von Präsenzangeboten durch Online-Angebote, wie einer Online-Bewerbung für einen Wohnheimplatz⁴² oder eines Online-BAföG-Antrags nach Vorgaben der BAföG-Formblattverwaltungsvorschrift.

3. Gemeinsame Angebote

Hochschulen und Studentenwerke haben in den letzten Jahren ihre Abstimmungen bereits erheblich ausgebaut. Im Ergebnis sind inzwischen vielerorts gemeinsame Angebote von Hochschulen, Studentenwerken und zum Teil auch weiteren Institutionen entstanden:

⁴¹ Siehe hierzu: Abschnitt III.1 a).

⁴² Inzwischen bietet über die Hälfte aller Studentenwerke die Online-Bewerbung für Wohnheimplätze an.

a) Institutionenübergreifende zentrale Anlaufstelle (Service-Center) – Info-Points

An immer mehr Hochschulen und Hochschulstandorten werden mit den zentralen Anlaufstellen und den institutionenübergreifenden „Front-Offices“ gemeinsame oder gemeinsam vorgehaltene Service-Angebote eingerichtet. Oftmals als vorgeschaltete Anlaufstelle erhalten dort alle Studieninteressierten und Studierende neben einer allgemeinen Hilfestellung umfassende Informationen und Beratung sowie Antworten auf sämtliche Fragen zum Studium. Formulare und Anträge werden ebenfalls bereitgestellt und können abgegeben werden. Der Großteil der Fälle lässt sich bereits vor Ort klären; wenn nicht weitergeholfen werden kann, werden die Studieninteressierten und Studierenden an die zuständigen Fachabteilungen weitergeleitet.

Entsprechende Verknüpfungen bei den Online-Angeboten sind vielerorts mittlerweile gängige Praxis.

Ziel ist es, mit weniger Bürokratie auszukommen, mehr Kundenfreundlichkeit zu bieten und schnell umfassende Information zu liefern. Dabei erspart eine zentrale Anlaufstelle den Studieninteressierten und Studierenden viele Wege und liefert ihnen einen besseren Überblick. Den Studentenwerken und Hochschulen bietet die räumliche Nähe in den Anlaufstellen den Vorteil einer besseren Zusammenarbeit und Vernetzung.

Mangelndes Geld erschwert aber oftmals die Ausweitung des Beratungsengagements, da die betroffenen Institutionen für diese Aufgabe in der Regel keine Unterstützung durch ihre Bundesländer erhalten.

b) Vernetzung der Beratungsdienste

Eine enge und effiziente institutionenübergreifende Kooperation ist unumgänglich, da in aller Regel studien- und entwicklungsbezogene Fragestellungen sowie Schwierigkeiten der Studierenden weder fachlich noch systematisch oder personenbezogen zu trennen sind.

Die zentralen Studienberatungsstellen stehen wie die meisten Beratungsangebote vor der Herausforderung, dem komplexer werdenden Beratungsbedarf angesichts einer zunehmenden Heterogenität der Studierenden – bedingt durch Bildungsbiografie, Alter, persönliche Lebenslagen oder sozialer Situation – gerecht zu werden. So erwarten beispielsweise diejenigen, die eine Meister-Prüfung absolviert haben, oder über andere Wege beruflich Qualifizierte mit allgemeiner Hochschulzugangsberechtigung eine wesentlich differenziertere Studienberatung als diejenigen, die kürzlich das Abitur in einer klassischen Schullaufbahn erworben haben. Eine gute Vernetzung der Zentralen Studienberatung mit anderen Service- und Beratungsinstitutionen – unter anderem mit den Sozial- und psychologischen Beratungsstellen der Studentenwerke, aber auch mit den Unterstützungsanbietern für Studierende in besonderen Lebenslagen sowie den Fachbereichen und den Prüfungsämtern – wird für diese Beratungsangebote zu einer unverzichtbaren Notwendigkeit.

Eine auf das jeweilige Studienfach spezialisierte (Studienfach-)Beratung wird in den Fachbereichen und Instituten angeboten, die dem hohen Anspruch an eine gute Vernetzung gerecht werden muss. Aufgrund der Zunahme subjektiver Belastung wird die Zusammenarbeit mit den psychologischen Beratungsstellen besonders wichtig. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der psychologischen Beratung können zum Beispiel die Studienfachberatung mit „Handwerkszeug“ für kritische Situationen in der Beratung und das Erkennen von besonderen Belastungssymptomen ausstatten. Auf diese Weise wird eine Vermittlung betroffener Studierender an spezielle Beratungsangebote wie die psychologische Beratung oder in Workshops zur Arbeitsorganisation unterstützt.

Insoweit empfiehlt es sich, die Sozial- und psychologische Beratung der Studentenwerke in das Beratungs-Netzwerk an Hochschulen einzubinden. Ähnliches gilt für die Beratung zu Auslandsaufenthalten: Diese Beratungsleistungen der Hochschulen werden durch die Studentenwerke ergänzt, deren Spektrum sich schwerpunktmäßig auf die Finanzierung eines Auslandsaufenthalts – und hier insbesondere auf das sogenannte „Auslands-BAföG“ – sowie auf sozialversicherungsrelevanten Fragen fokussiert.

4. Ausblick

a) Allgemein

Die Anforderungen an die Service- und Beratungseinrichtungen werden grundsätzlich weiter steigen und noch mehr ausdifferenzieren.

Mit der Studienstrukturreform haben sich die Taktzeiten bei Vorlesungen und Prüfungen verdichtet, Präsenzpflcht, Arbeitsbelastung sowie die Verteilung von Veranstaltungen auf mehr Wochentage zugenommen. Dies hat insbesondere zu einem Anstieg der Nachfrage bei der allgemeinen Studienberatung, der sozialpsychologischen sowie der Studienfinanzierungsberatung geführt.

Zudem wird die Zahl der Studierenden wie auch der Studienanfängerinnen und -anfänger bis 2025 auf hohem Niveau verharren und danach nur allmählich leicht zurückgehen. Zugleich differenziert sich die Studierendenzusammensetzung: Mit der teilweisen Verkürzung der Schulzeit beginnen gegenüber früheren Studierendengenerationen auch jüngere Schulabsolventen ein Studium. Service- und Beratungsangebote werden von jüngeren Studierenden intensiver genutzt, daher ist ein weiterer Nachfrageanstieg zu erwarten.

Dieser ist auch eine Folge der Internationalisierung. Die Steigerung der Mobilität von Studierenden und der Attraktivität des Studien- und Wissenschaftsstandortes Deutschland sind weiterhin von Bund und Ländern proklamierte Ziele. Besonders internationale Studierende nehmen die Service- und Beratungsangebote stärker in Anspruch. Zugleich steigt die Erwartungshaltung von Studierenden, die von einem Auslandsaufenthalt zurückkehren, sowie von Hochschulleitungen im Hinblick auf eine Kohärenz der Service- und Beratungsangebote, denn im Ausland Vorgefundenes wird auch hier gewünscht – wenn auch auf hiesige Rahmenbedingungen adaptiert.

Die Nachfrage nach Service- und Beratungsangeboten steigt letztlich auch aufgrund weiterer politischer Implikationen. Hierzu gehören die stärkere Gewinnung beruflich Qualifizierter oder aus der Berufstätigkeit Kommender für ein Hochschulstudium oder die Steigerung des Anteils der Studierenden aus nichtakademischen, eher bildungsferneren Elternhäusern sowie aus Familien mit Migrationshintergrund, ebenso der Ausbau der wissenschaftlichen Weiterbildungsangebote der Hochschulen, das Forcieren alternierender Phasen zwischen Bachelor-Studium, Berufstätigkeit und Master-Studium zu einem späteren Zeitpunkt in der Berufs- und Lebensbiographie sowie die Förderung des Teilzeit- bzw. berufsbegleitenden Studiums.

Die anhaltend hohen Studierenden- und Studienanfängerzahlen, eine höhere individuelle Studienbelastung und die zunehmende Diversität stellen die Anbieter von Service- und Beratungseinrichtungen und insoweit die Hochschulen, Studentenwerke, Studierendenschaften etc. zukünftig vor steigende Herausforderungen. An vielen Standorten wird daher ein quantitativer und qualitativer Ausbau – mitunter auch eine Neuausrichtung – erforderlich sein.

Eine intensivere Vernetzung aller Angebote und die engere Abstimmung aller Beteiligten können eine Angebotsoptimierung erzielen. Der oben begründete notwendige quantitative und qualitative Ausbau – und insoweit die Steigerung der Attraktivität des Studienstandorts Deutschland – werden jedoch nicht ohne zusätzliche öffentliche Mittel möglich sein; die notwendigen infrastrukturellen Maßnahmen als Folge hochschulpolitischer Entscheidungen sind nicht zum Nulltarif möglich, deren Finanzierung muss sichergestellt sein.

b) Konkrete Herausforderungen für die Service- und Beratungsangebote:

Aus den dargelegten Entwicklungen ergeben sich für die unterschiedlichen Akteure im Bereich der Service- und Beratungsangebote vielfältige Herausforderungen.

Herausforderung für die Hochschulorganisation:

Mit steigenden Studierendenzahlen und zunehmender Diversität steigt auch der Bedarf an qualifiziertem Beratungspersonal.

Herausforderung für die Studentenwerke:

- Studienfinanzierung gewährleisten (BAföG- Administration und Vergabe von Darlehen)
- soziale Unterstützung (insbesondere im Bereich der Kinderbetreuung)
- studentischen Wohnraum schaffen
- zeitlich flexible und differenzierende Angebote in der Hochschulgastronomie
- Beratung anbieten (psycho-soziale Beratung sowie Beratung für Studierende mit Behinderung und chronischer Krankheit)

VI. Matrix/Übersicht: Aufgabenbereiche und Studienphase			Studienphase							
Aufgabenbereich	Übergang Schulsystem/ Studienentscheid.	Studienzulassung/ -vorbereitung	Studienstart	Studienverlauf	Studienabschluss	nach Studienabschluss/ Übergang Beschäft.	spätere Weiterbildung	Sonderanford. für Ausl. Studierende		
Federführung Hochschule										
Informations-/ Orientierungsangebote	x	x	x					x		
Zentrale Studienberatung/ Studienfachberatung	x	x	x	x	x			x		
Beratung zu Auslandsaufenthalten			x	x	x					
Career-Services						x				
Unterst. Studentischen Engagements				x						
Hochschulsport				x						
Informations- und Kommunikationsangebote	x	x	x	x	x	x	x	x		
Service-/ Beratungsangebote für Stud. mit Behinderung	x	x	x	x	x	x	x	x		
Verbesserung Sprachkompetenz			x	x	x	x	x	x		
Verbesserung Fach- und Studienkompetenz			x	x	x			x		
Begrüßungs- und Informationsveranstaltungen	x	x	x	x	x			x		
Federführung Studentenwerk										
Verpflegungsangebote			x	x	x					
Wohnen		x	x	x	x				x	
Studienfinanzierung	x	x	x	x	x	x	x	x		
Psychologische Beratung	x	x	x	x	x					
Sozialberatung	x	x	x	x	x	x	x	x		
Rechtsberatung			x	x	x					
Serviceangebote für Stud. mit Kindern			x	x	x					
Tutoren-/ Betreuungsprogramme			x	x	x			x		
Infopoint/cafè/-center			x	x	x			x		
Interkulturelle Kontaktangebote			x	x	x	x	x	x		
Servicepakete		x	x					x		
Weitere Aufgabenbereiche										
Arbeits-/ Berufsberatung	x	x	x	x	x	x	x	x		
Inform. für Schüler/innen	x	x								
Nebenjobvermittlung/ Praktika			x	x	x				x	
Kultur				x						
Nutzung web 2.0/ neue Medien	x	x	x	x	x	x	x			
Service- und Beratungsangebote für Studierende im Hochschulbereich (2015)									Seite 40 von 40	



Deutsches Studentenwerk

Monbijouplatz 11
10178 Berlin
Tel.: 030-27 77 27-10
Fax: 030-29 77 27-99
dsw@studentenwerke.de
www.studentenwerke.de

Gemeinsamer Arbeitskreis
der Hochschulkanzlerinnen/Hochschulkanzler und
Geschäftsführerinnen/Geschäftsführer der Studentenwerke