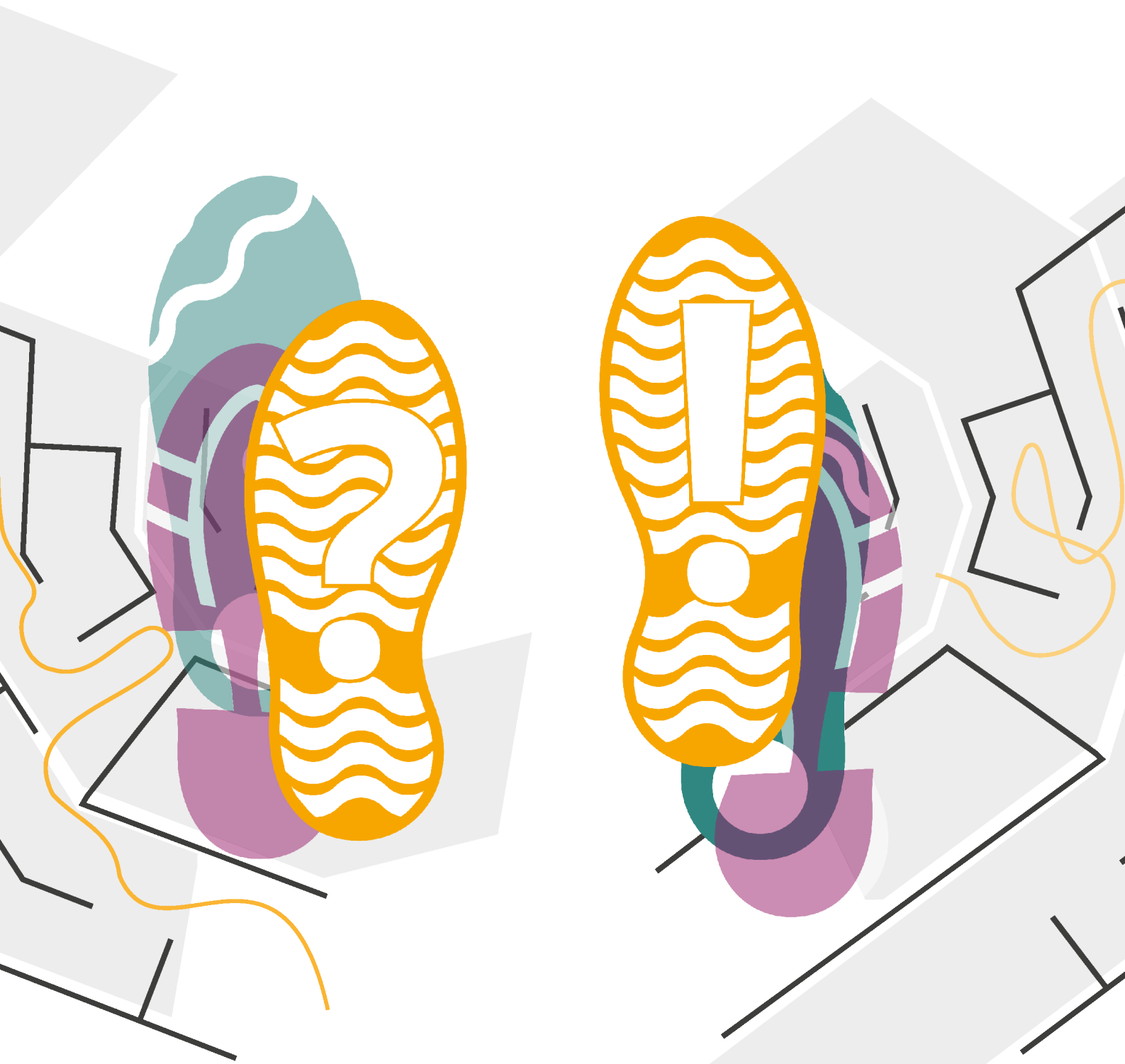


Alleine im
Zukunftslabyrinth?

Gemeinsam finden wir
(Aus-) Wege!

next » career

INHALTSVERZEICHNIS

1. Hintergründe 1
1.1 Buddy & Studienzweifel: Begriffsklärung 1
1.1.1 „Buddy“ 1
1.1.2 Zusammenhang zum Thema Studienzweifel 1
1.2 Der Mehrwert von Buddy-Programmen 2
1.3. Entstehung dieses Leitfadens 3
1.3.1. Wirkungsweise 3
1.3.2 Implementierung 4
2 Leitfaden Buddy-Programme für Studienzweifler*innen 5
2.1 Konzeptentwicklung 5
2.1.1 Form 5
2.1.2 Ausrichtung des Programms 5
2.2 Programmentwicklung 8
2.2.1 Gewinnung von Buddys 8
2.2.2 Inhaltliche Ausgestaltung der Buddy-Arbeit 10
2.2.3 Voraussetzungen für eine Buddy-Zusammenarbeit 13
2.2.4 Matching 13
2.2.5 Inhalte des Begleitungsprozesses 14
2.2.6 Training/Qualifizierung der Buddys 15
2.2.7 Qualitätsmanagement 16
2.3 Öffentlichkeitsarbeit 17
2.3.1 Ansatz zur Ansprache von Studienzweifler*innen 17
2.3.2 Ansprachewege 18
3 Checkliste: Buddy-Programme für Studienzweifler*innen 21
Anhang II

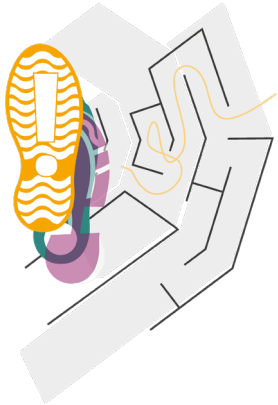
1. HINTERGRÜNDE

1.1 Buddy & Studienzweifel: Begriffsklärung

1.1.1 „Buddy“

Der Begriff „Buddy“ kommt aus dem Englischen und bedeutet übersetzt „Kumpel“. Man kann darunter eine*n Begleiter*in verstehen, der*die auf Augenhöhe zuhört und unterstützt. In anderen Zusammenhängen wird auch der Begriff „Pat*innenprogramm“ verwendet, der jedoch weniger die Begleitung auf Augenhöhe vermittelt. In der Regel sind es Peer-to-Peer-Angebote, d. h. eine Begleitung von Studierenden durch Studierende, die von Hochschulen den Studierenden in bestimmten Situationen ihres Studienlebens zur Verfügung gestellt werden. Der Inhalt der Begleitung ist nicht festgelegt, orientiert sich an den Bedürfnissen der Studienzweifler*innen und kann vom reinen Zuhören bis hin zu einer konkreten Informationsvermittlung gehen. Bei Buddys handelt es sich nicht um ein professionelles Beratungsangebot und sie können dieses auch nicht ersetzen. Es kann vielmehr als ein niederschwelliges Angebot angesehen werden, welches durch seinen informellen Charakter die Hemmschwelle zur Inanspruchnahme von Beratung herabsenkt.

1.1.2 Zusammenhang zum Thema Studienzweifel



Zweifel am Studium gehören zu der Lebenswirklichkeit von Studierenden und sind ein wichtiger Aspekt der beruflichen als auch persönlichen Entwicklung. Dabei gehen bei mehr als der Hälfte der Studierenden die Zweifel über den Moment der Orientierung hinaus und sie zweifeln in mittlerem bis starkem Maß an ihrem Studium. Diese Situation führt bei 30 % zu einem Studienausstieg[1]. Leistungs- und Motivationsprobleme sind für die Entscheidung eines Ausstieges von hoher Relevanz: Knapp die Hälfte aller Studienabbrecher*innen bewerten diese Aspekte als ausschlaggebend[2]. An dieser Stelle können Buddys einen hilfreichen Hebel darstellen. Sie können für spätere berufliche Perspektiven als Vorbild agieren und bei den einzelnen inhaltlichen und organisatorischen Schwierigkeiten basierend auf eigenen Erfahrungen unterstützend zur Seite stehen. Studien haben beispielsweise aufgezeigt, dass weibliche Studierende in naturwissenschaftlichen Fächern, seltener abbrechen würden, wenn Sie ein*n Mentor*in an ihrer Seite hätten[3]. Persönliche Kontakte spielen bei der Entscheidungsfindung eine relevante Rolle. Die Peer-to-Peer-Kommunikation ist ein Aspekt, auf welchen ein explizites Augenmerk gelegt werden sollte, um langfristige Hebel und Effekte zu etablieren: Studienzweifler*innen fühlen sich in ihrer Situation oft allein, gleichzeitig lassen sich viele Studienzweifel darauf zurückführen, dass sich die Personen nicht im Studium angekommen fühlen und wenig Kontakte zu ihren Kommiliton*innen haben[4]. „Du bist nicht allein“ – Die Vermittlung dieser Aussage nimmt vor diesem Hintergrund bei Studienzweifeln eine wichtige Rolle ein.

---

1 Heublein et al. 2017: Zwischen Studienerwartungen und Studienwirklichkeit.
2 Heublein et al. 2017: Zwischen Studienerwartungen und Studienwirklichkeit.
3 Isphording, Qendrai. 2019: Gender Differences in Student Dropout in STEM.
4 Heublein et al. 2017: Zwischen Studienerwartungen und Studienwirklichkeit.

Die Gruppe der Studienzweifler*innen zeichnet sich dadurch aus, dass sie in einem lediglich kurzen Zeitraum ein gesteigertes Interesse an einem Austausch, an Informationen und individueller Beratung haben. Über diesen Zeitraum des Suchens hinweg, ist es schwer die Gruppe zu aktivieren. Hier können Buddy-Programme ein nützliches Instrument darstellen: Studierende erhalten die Möglichkeit sich zunächst informell auszutauschen, was die Hemmschwelle der Inanspruchnahme einer bereits existierenden Beratungsstelle reduziert. Der Austausch mit anderen Studierenden entspricht dem Kommunikationsverhalten der Studienzweifler*innen, welches sich insbesondere durch den Bedarf an einem persönlichen Austausch im Bekanntenkreis auszeichnet. Durch ein solches Programm haben Hochschulen die Möglichkeit Studienzweifler*innen frühzeitig aufzufangen, zu zeigen, dass sie die Thematik ernst nehmen und die Zufriedenheit der Studierenden einen hohen Stellenwert einnimmt. Gleichzeitig übernehmen die Buddys wichtige marketingrelevante Aufgaben und fördern die Bekanntheit der Beratungsangebote. Das Buddy-Programm ist somit zeitlich vor den Beratungsstellen anzusiedeln und greift vielmehr dort, wo erste Zweifel auftauchen, womit es der Prävention von Studienzweifeln dient.

1.2 Der Mehrwert von Buddy-Programmen

Eine wichtige Frage, die sich eine Hochschule stellen sollte, wenn sie über das Angebot eines Buddy-Programms nachdenkt, ist die nach dem „wofür?“: Wo liegt der Mehrwert eines Buddy-Programms? Der Mehrwert eines Buddy-Programms bezieht sich auf unterschiedliche Ebenen seiner Wirkung:

Wirkung für die Hochschule:

- Die Studierenden qualifizieren sich durch die Auseinandersetzung mit dem Zweifel weiter.
- Die Einführung von Buddy-Programmen erhöht die Reputation der Hochschule und damit ihr Image bzw. Prestige.
- Die Hochschule übernimmt aktiv ihre gesellschaftliche Verantwortung und verdeutlicht, dass sie die Bedürfnisse ihrer Studierenden ernst nimmt.

„Die Hochschule schafft mit einem Buddy-Programm eine Kultur des Miteinander und der Wertschätzung.“

Anna B. Hartung,

Wirkung für die Studierenden:

- Der „Schneckenhauseffekt“ (Rückzug in eine einfachere, gewohnte Umgebung), der bei Studienzweifler*innen häufig auszumachen ist, wird durchbrochen.
- Der Studierende sieht sich nicht mehr allein mit seinem Problem.
- Der Aspekt des persönlichen Versagens/Gelingens steht nicht mehr im Mittelpunkt.
- Entscheidungen werden hinterfragt.
- Das Erlebnis des „Scheiterns“ wird vermieden.

„Phänomen Schneckenhauseffekt – Sie [Studienzweifler*innen] empfinden sich manchmal als Versager*innen und ziehen sich dann in ein Schneckenhaus zurück, was bedeutet, dass sie zu den Terminen nicht mehr auftauchen und in Mentoring-Programmen nicht mehr erreichbar sind."

Prof. Dr. Christian Mayer

Wirkung für die Gesellschaft:

- Buddy-Programme sind ein wichtiger Beitrag zur Bildungsgerechtigkeit.
- Sie vermeiden fehlgeleitete Bildungsinvestitionen.
- Sie dienen einer besseren Orientierung der Studierenden.
- Sie vermeiden die Blockade von Studienplätzen durch nicht-Studierfähige/-willige.
- Sie führen mittelfristig zu besseren Bildungsrenditen.

Wichtig bei der Entscheidung für oder gegen eine Einführung eines Buddy-Programms ist das Erwartungs-Management. Hochschulen sollten sich darüber klar werden, welche Erwartungen sie mit Buddy-Programmen verbinden, denn Buddy-Programme sind zwar wirksame Instrumente, aber nicht „das allein Seligmachende".

„Wir hatten damit gerechnet, dass von uns Informationen an Studierende fließen. Aber es kommen auch wichtige Informationen zurück."

Prof. Dr. Christian Mayer

1.3. Entstehung dieses Leitfadens

Im Folgenden werden die wichtigsten Elemente beschrieben, die bei der Entwicklung eines Buddy-Programms berücksichtigt werden sollten. Sie sind bewusst allgemein gehalten und müssen bei der Entwicklung und Einführung in der Hochschule den jeweiligen spezifischen Begebenheiten der Hochschule angepasst werden. Zur Entwicklung dieses Leitfadens wurde eine Vielzahl von bereits bestehenden Buddy-Programmen analysiert und in einer Onlinebefragung differenziert hinterfragt. Von dem Wissen und den Erfahrungen der 33 bestehenden Buddy- und Mentor*innen-Programmen, welche sich an der Umfrage beteiligt haben, lassen sich viele wertvolle Implikationen ableiten. Die Ergebnisse der Befragung sind in diesem Leitfaden in Informationskästen zusammengefasst. Die Mehrzahl dieser bestehenden Buddy-Programme ist auf spezielle Zielgruppen (internationale Studierende, weibliche Promovierende etc.) zugeschnitten. Darüber hinaus wurden Interviews mit sechs Expert*innen für Buddy- und Mentoring-Programme durchgeführt, um deren konkrete Erfahrungen und Expertise in die Erarbeitung des Leitfadens einfließen zu lassen[5].

1.3.1. Wirkungsweise

Bei Unterstützungsprogrammen von Studierenden steht die Informationsvermittlung und der Beziehungsaufbau im Vordergrund. Hier setzen die Beratungseinheiten ebenso wie die strukturierten Begleitprogrammen, wie z.B. Mentoring- und Buddy-Programme, insbesondere auf den direkten

[5] Weitere Informationen zu den Expert*innen können dem Anhang entnommen werden.

persönlichen Kontakt zwischen Berater*in und Studierenden. Gerade bei der Beratung von Studienzweifler*innen erscheint das persönliche Gespräch als der „Königsweg" zum Aufbau einer vertrauensvollen Beziehung, die häufig als die Grundlage der Arbeit von Buddys betrachtet wird. Doch nicht erst seit der Corona-Pandemie wird beobachtet, dass sich das Kommunikationsverhalten junger Menschen und damit auch der Studierenden grundlegend verändert hat. Die Nutzung von digitalen Kommunikationswegen und sozialen Medien spielt bei den heutigen Studierenden eine wesentliche Rolle. Daher stellt sich die Frage, inwieweit Buddy-Programme auf digitale Instrumente sinnvoll zurückgreifen können. Hier kann aus den aktuellen Erfahrungen der Studienberatungen in Corona-Zeiten gelernt werden. Beratungsprozesse werden auch weiterhin durchgeführt, wenn auch mit anderen Mitteln, wie z.B. Telefon oder Videokonferenzsysteme. Auch in der Psychotherapie, wo das direkte persönliche Gespräch das wesentliche Instrument darstellt, um Menschen in Krisensituationen zu begleiten, wurde darauf zurückgegriffen und die Begleitung der Patient*innen konnte aufrechterhalten werden. Vergleichbares ist in Buddy-Programmen realistisch denkbar und würde sich an das Kommunikationsverhalten der Studierenden anpassen. In Situationen, wo Studienzweifler*innen nicht mehr an den Campus der Hochschule kommen, könnte es sogar von Vorteil sein, den Studierenden über digitale Medien zu erreichen. Darüber hinaus bieten solche Medien den Vorteil, dass sie zeitlich sehr variabel an die Bedürfnisse der Studienzweifler*innen angepasst werden können. Auch wenn der Kontakt über digitale Medien nicht alle Bereiche des Beziehungsaufbaus über den persönlichen Kontakt ersetzen kann, so sind Teilbereiche eines Buddy-Programms digital umsetzbar. Dies entspricht der heterogenen Zielgruppe der Studienzweifler*innen: Es gibt nicht den*die eine*n typischen Studienzweifler*in, vielmehr sind sie durch vielfältige Beweggründe und unterschiedliche Charakterzüge gekennzeichnet: Ein digitales Angebot spricht Studienzweifler*in A mehr an, während die physische Variante den Bedürfnissen von Studienzweifler*in B entgegenkommt. Es gibt folglich nicht das eine Allheilmittel, womit die Angebote für die Zielgruppe ebenso vielfältig ausgestaltet sein sollten wie die Zielgruppe selbst ausgeprägt ist.

„Eine Peer-Group zu haben, der es ähnlich geht, das ist für viele, gerade in diesem Alter, eine tolle Erfahrung."

Dr. Christine Kurmeyer,

1.3.2 Implementierung

Dieser Leitfaden versteht sich als eine Anleitung zum Aufbau eines Buddy-Programms zur Unterstützung und Begleitung von Studienzweifler*innen. Bei der Umsetzung und Implementierung eines solchen Programms sind die Rahmenbedingungen und Besonderheiten jeder Hochschule individuell zu beachten. Daher sollte der Leitfaden, frei nach der Maxime der Pädagogin Maria Montessori „Hilf mir, es selbst zu tun", als ein Instrument der Hilfe zur Selbsthilfe gesehen werden. Er ist kein feststehendes Muster, dass ohne Änderung umgesetzt werden kann, sondern eine Entscheidungshilfe für den Aufbau individueller Buddy-Programme an Hochschulen.

2 LEITFADEN BUDDY-PROGRAMME FÜR STUDIENZWEIFLER*INNEN

2.1 Konzeptentwicklung

Der Entscheidung, ein Buddy-Programm in der Hochschule einzuführen, gehen wichtige Schritte voraus. Zunächst muss ein Konzept entwickelt werden, in dem alle strukturellen Elemente eines Buddy-Programms geplant und festgelegt sind.

2.1.1 Form

Bei der Einführung eines Buddy-Programms liegt eine wesentliche Entscheidung darin, ob es sich um ein eigenständiges Programm innerhalb der Hochschule oder um die Integration in ein bestehendes Programm handelt.

Eigenständiges Programm

Der grundlegende Vorteil eines eigenständigen Buddy-Programms liegt darin, dass die Programmentwicklung in ihrer Gestaltung frei ist und sich nicht an den Rahmenbedingungen eines bestehenden Programms orientieren muss. So kann ein neues Buddy-Programm auf die Anforderungen, Studienzweifler*innen bei ihren Entscheidungen zu begleiten, fokussiert zugeschnitten werden. Nachteile liegen beispielsweise darin, dass die Entscheidungswege, um ein solches Programm einzuführen, zeitintensiv sind und viele Gremien in diese Entscheidung integriert werden müssen.

Teil von einem bestehenden Programm

Entscheidet man sich dafür, ein Buddy-Programm in ein bestehendes Buddy- bzw. Mentoring-Programm zu integrieren, liegt der wesentliche Vorteil darin, dass die Entscheidung hierzu im Rahmen der bestehenden Programmgremien getroffen und der Entscheidungsprozess damit deutlich verkürzt wird. Darüber hinaus ist ein bestehendes Programm in der Hochschule bereits bekannt und bei den Studierenden positiv verknüpft. Nachteil einer solchen Entscheidung ist der, dass es oftmals schwierig ist das bestehende Programm mit einem Buddy-Programm, welches eine grundlegend andere Zielgruppe und deren Bedürfnisse adressiert, zu verbinden. Dabei ist es möglich, dass die Einfügung in ein bestehendes Programm zu Kompromissen bei der Ausgestaltung des Buddy-Programms führt, die nicht an den Bedürfnissen der Studienzweifler*innen orientiert sind, sondern sich mehr an den Programmstrukturen orientiert.

2.1.2 Ausrichtung des Programms

Ziele

Die zentrale Fragestellung bei der Einführung eines Programms ist die Frage nach der Zielsetzung, die die Hochschule mit der Einführung eines solchen Programms verfolgt. Ein wesentliches Ziel kann darin liegen, die Studienaussteiger*innenquote mittelfristig zu senken. Zudem kann das Ziel von Relevanz sein, dass die Hochschule ihrem Bildungsauftrag möglichst gut nachkommen und keinen Studierenden zurücklassen will.

Akteur*innen/Zielgruppen

Jedes Programm, das optimal an die Zielgruppe angepasst werden soll, muss sich darüber im Klaren

sein, welche Akteur*innen mit dem Programm adressiert werden sollen. Die klare Ausrichtung auf eine Zielgruppe erfordert eine grundlegende Entscheidung, wer von diesem Programm profitieren soll. Alle weiteren Vorgehensweisen werden dann an die Bedürfnisse der wesentlichen Akteur*innen des Programms angepasst. Hierbei ist es wichtig, nicht über Akteur*innen bzw. Zielgruppen zu entscheiden, sondern diese in die Entscheidung partizipativ zu integrieren.

Eine wesentliche Entscheidung in Bezug auf die Akteur*innen ist die Wahl der Zielgruppe. Der vorliegende Leitfaden richtet sich an die Zielgruppe der Studienzweifler*innen. Viele bereits bestehende Buddy-Programme grenzen die Zielgruppe deutlich stärker ein, z. B. auf weibliche Promovierende, Studierende mit Migrationsgeschichte etc. Zur optimalen Ausrichtung des Programms ist es notwendig, die Zielgruppe klar auszuweisen, da hieraus die differenzierten Bedarfe abgeleitet werden, die das Programm abdecken soll: Wer soll erreicht werden, bei welchen Problemen kann geholfen werden, wie ist das typische Verhalten dieser Zielgruppe, wie kommuniziert sie etc.? Dabei kann es hilfreich sein, eine exemplarische Person der Zielgruppe zu erstellen:

- Demografische Merkmale: Durchschnittsalter, Geschlecht, Wohnort (in Hochschulnähe/Pendler*in) etc.
- Sozioökonomische Merkmale: Studienfach, Beziehung zu Freunden und Familie, Freizeit/Hobbys etc.
- Psychografische Merkmale: Ursache für Studienzweifel, Motivation zur Teilnahme an dem Programm, Wünsche, Werte, Lebensstil etc.

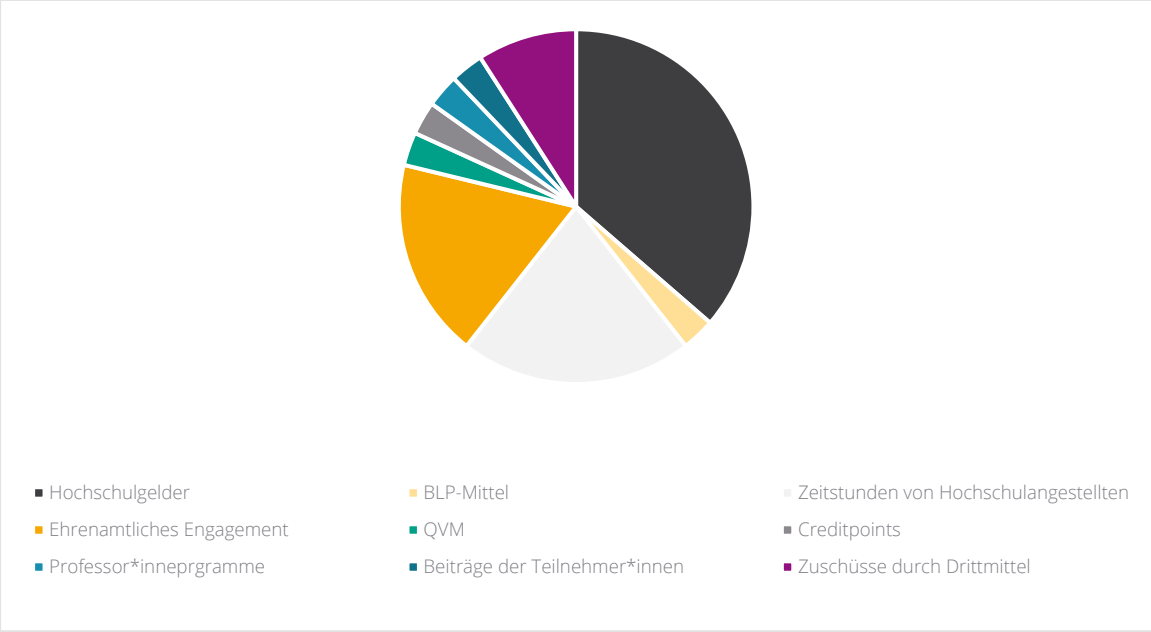
Programmbetreiber*innen/-verantwortliche*r

Im Rahmen der Konzeptentwicklung muss eine Entscheidung darüber getroffen werden, wo ein Buddy-Programm sinnvoll angesiedelt sein kann und welche Gremien der Hochschule in die Programmentwicklung integriert werden sollten. Hier sind unterschiedliche Wege möglich, deren Vor- und Nachteile im Vorfeld abgewogen werden müssen. Mögliche Programmbetreiber*innen/-verantwortlicher sind beispielhaft denkbar:

- Hochschulverwaltung,
- Studienberatungseinheit,
- Hochschulmarketing, auch Kosten für informelle Formate, wie z.B. gemeinsame Unternehmungen, Besuch von Studierenden-Café/-Kneipe, gemeinsame Sport- und Kultur-Veranstaltungen, etc. können möglich sein.

Finanzielle Ressourcen

Genauso vielfältig wie die inhaltliche Ausrichtung der existierenden Programme ist auch deren Finanzierung:



Personelle Ressourcen

Zur Umsetzung des Programms sind dauerhaft verfügbare personelle Ressourcen notwendig. Für die Administration des Programms, die Öffentlichkeitsarbeit und die Betreuung der Buddys müssen fest planbare Stellenanteile mittelfristig gesichert zur Verfügung stehen.

Infrastrukturelle Ressourcen

Ob ein Buddy-Programm auf eine bestehende Infrastruktur zurückgreifen muss/kann, wird in der Ausgestaltung des Programms determiniert. Unter infrastrukturellen Ressourcen ist beispielsweise der Zugriff auf Räume bzw. IT-Infrastruktur zu verstehen.

Beispiele:

- Räume: z.B. für Sprechstunden, Veranstaltungen oder ein Buddy-Café.
- IT: Nutzung von Mailadressen, Notebook/Tablet, Datenbank-Software durch die Buddys.

Hochschulinterne Abstimmung

Bestehende Projekte stimmen sich hochschulintern mit den folgenden Bereichen ab:

- Studienberatung
- Fachschaftsrat
- Fachbereiche
- Hochschulleitung
- Verwaltung
- Professor*innen
- Hochschulmarketing
- Hochschulveranstaltungsmanagement
- Dezernat Studium u. Akademisches
- Institute

2.2 Programmentwicklung

Auf Basis des entwickelten Konzepts wird ein konkretes, differenziertes Programm ausgearbeitet, das entlang des beschriebenen Zeitplans in der Hochschule implementiert und umgesetzt wird. Die beschriebenen Teilschritte einer solchen Programmentwicklung sind beispielhaft und können von Hochschule zu Hochschule unterschiedlich ausgeformt werden.

2.2.1 Gewinnung von Buddys

Der zentrale Ansatzpunkt solcher Programme ist die Gewinnung von Buddys. Das Programm basiert grundlegend auf der menschlichen Interaktion, womit die Gewinnung engagierter, aufgeschlossener Studierender von zentraler Bedeutung ist. Bei den Buddys handelt es sich um Studierende oder ehemalige Studierende, die freiwillig und in eigener Verantwortung Studienzweifler*innen begleiten wollen. Hierfür sind zunächst keine Vorkenntnisse notwendig, jedoch sollten die Buddys verantwortungsbewusst, zuverlässig und bereit für soziales Lernen sein. Grundlegende Kenntnisse der eigenen Hochschule sind von Vorteil, da die mangelnde Orientierung an der Hochschule ein häufiges Problem von Studienzweifler*innen darstellt.

Ansprache potenzieller Buddys

Um potenzielle Buddys zu erreichen, können unterschiedliche Wege beschritten werden. Sie reichen von einer rein reaktiven Vorgehensweise bis zu einer aktiven Rekrutierung von Studierenden. Grundlage ist die Veröffentlichung des Buddy-Programms, in dem darauf verwiesen wird, dass zur Umsetzung dieses niederschwelligen Ansatzes für die soziale Begleitung Studierende benötigt werden. Aktive Ansätze (u. a. direkte Ansprache durch Lehrende bzw. Studierende, Aufrufe in Social Media-Kanälen, Kampagnen) sind ebenso denkbar wie reaktive Ansätze (u. a. Beiträge auf Veranstaltungen, Aushänge, Verteilen von Flyern). Entsprechend der Ausrichtung des Programms müssen auch die potenziellen Buddys ausgewählt werden. Beispiele hierfür sind Programme, die sich insbesondere an ausländische Studierende richten.

Auswahl

Bei der Auswahl der Buddys sollte ein Kriterienkatalog festgelegt werden, der transparent und nachvollziehbar für alle potenzielle Kandidat*innen zugänglich ist. Einen solchen Kriterienkatalog zu erarbeiten ist zunächst Aufgabe der Programmverantwortlichen, die dies aber möglichst gemeinsam mit Studierenden starten sollten, da diese die Bedarfe und Kommunikationsweisen der Zielgruppe „Studienzweifler*innen" kennen. Ein solcher partizipativer Ansatz ist eine wichtige Vertrauensgrundlage, die zum Erfolg eines Buddy-Programms beitragen kann. Um den Auswahlprozess transparent und nachvollziehbar zu gestalten, empfiehlt sich eine einfache schriftliche Bewerbung und darauffolgende Bewerbungsgespräche mit den Programmverantwortlichen.

Anreiz- und Motivationssystem für die Buddys

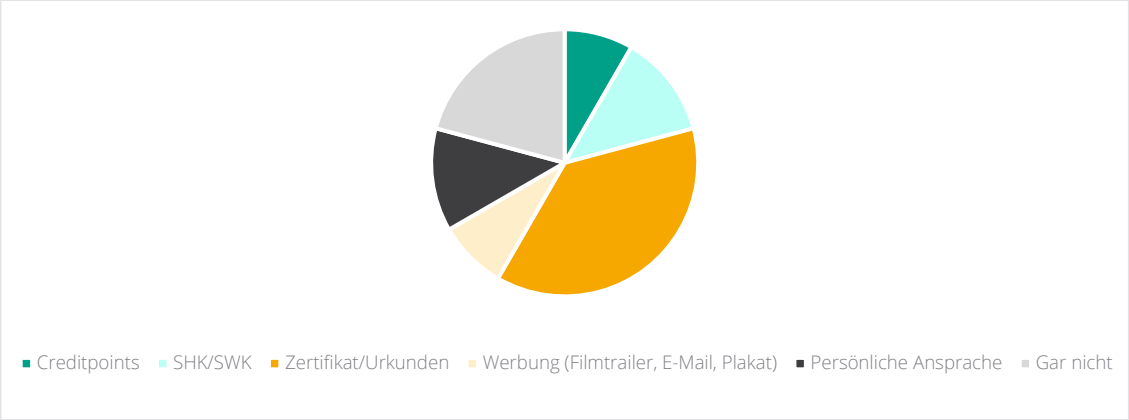
Bei allem sozialen Engagement, das die Buddys mitbringen, bedarf es jedoch auch eines Anreiz- und Motivationssystems, um die wichtige Arbeit der Buddys zu wertschätzen und zu honorieren. Beispielhaft können hierzu folgende Möglichkeiten genannt werden:

- Aufwandsentschädigung: z. B. Honorarverträgen, Anstellung als studentische Hilfskraft etc.
- Creditpoints: Der Erwerb sozialer Fähigkeiten im Rahmen der Arbeit als Buddy und den begleitenden Schulungen kann im Rahmen des Studienerfolgs mit Creditpoints honoriert werden.
- Bescheinigung Ehrenamt: Für das ehrenamtliche soziale Engagement der Buddys können entsprechende Nachweise erstellt werden, die bei Bewerbungsverfahren genutzt werden können.

In Bezug auf Honorierung von Leistungen von Buddys ist eine grundsätzliche Entscheidung notwendig. So sehen einige Expert*innen die Vergabe von Creditpoints kritisch, da die Leistung nicht in einem direkten Zusammenhang mit den Studienleistungen steht. Die finanzielle Unterstützung in Form einer Aufwandsentschädigung bzw. als studentische Hilfskraft ist insbesondere bei Buddys wichtig, die ihr Studium weitgehend selbst finanzieren. Da die Affinität zu der jeweiligen Zielgruppe von Studienzweifler*innen für die Authentizität der Buddy-Arbeit von hoher Bedeutung ist, sollten auch diese Bedürfnisse von Buddys berücksichtigt werden. Anderenfalls kann es vorkommen, dass sich potenzielle Buddys aus finanziellen Aspekten diese wichtige Arbeit nicht leisten können. Es sollte jedoch bedacht werden, dass eine Bezahlung das Verhältnis zwischen Buddy und Studienzweifler*innen verändern kann. Für manche Studienzweifler*innen kann es wichtig sein, dass Buddys ihre Arbeit ehrenamtlich machen, da so die Bedeutung ihrer Einsätze für den*die begleitete*n Studienzweifler*in steigt.

Maßnahmen zur Gewinnung von Buddys

Bestehende Programme arbeiten mit unterschiedlichen Maßnahmen, um neue Buddys für eine Teilnahme zu motivieren:



2.2.2 Inhaltliche Ausgestaltung der Buddy-Arbeit

Die konkrete Arbeit des Buddys bedarf einer Unterstützung und Begleitung durch die Programmverantwortlichen. Soziales Engagement ist eine wichtige Voraussetzung, aber zur erfolgreichen Ansprache und Begleitung von Studienzweifler*innen ist eine grundlegende Methodik notwendig. Die Bereitschaft für soziales Lernen ist eine Grundvoraussetzung der Arbeit der Buddys. Die Schulung der Buddys in Techniken und Methoden ist Aufgabe der Programmverantwortlichen. Das jeweilige Thema, das bei der Begleitung von Studienzweifler*innen adressiert wird, kann sehr unterschiedlich sein und sich darüber hinaus im Verlauf der Begleitung verändern.

„Buddys jonglieren mit unterschiedlichen Rollen - Freund, Eltern, Sozialarbeiter*in/Therapeut*in und Lehrer*in (Dr. Limor Goldner, School of Creative Art Therapies, Universität Haifa). Wenn nur auf Augenhöhe fokussiert wird, gehen Möglichkeiten für die Buddys verloren oder werden geleugnet. Hierzu brauchen Buddys Schulung und Begleitung."

Bernd Schüler

Formen der Begleitung

Die jeweilige Situation eines*r Studienzweiflers*in ist individuell unterschiedlich. Insofern ist auch die Form der Begleitung an den jeweiligen Bedarf anzupassen. Grundlegend können zwei Herangehensweise unterschieden werden, die jedoch situativ bei gleichen Studienzweifler*innen parallel angewendet werden können. Multimodale Programme, die sowohl den Beziehungsaufbau als auch die Beratung in einem Programm vereinen, sind von Vorteil. Zum einen können mehr Perspektiven berücksichtigt werden, zum anderen ist die Überleitung von einem Format in das andere leichter.

„Es kann sein, dass der 1:1 Ansatz nicht für alle Studienzweifler*innen Sinn macht. Es sollte auch ein Ansatz der Gruppenberatung möglich sein. Besonders wirksam sind multimodale Programme, die Möglichkeiten der Begleitung und der Beratung beinhalten."

Bernd Schüler

Beziehungsaufbau (Aufbau einer psycho-sozialen Beziehung)

Beim Beziehungsaufbau steht die persönliche, menschliche Interaktion im Vordergrund. Das Zuhören, der wertschätzen Umgang und die Begegnung auf Augenhöhe sind hier von zentraler Bedeutung. Die Inhalte, um die es in den Gesprächen zwischen Buddy und Studienzweifler*innen geht, sind dabei sekundär. Im Vordergrund steht die Vermittlung des Gefühls, dass der*die Studienzweifler*in in seiner*ihrer Situation nicht allein ist und auch nicht allein gelassen wird.

Beratung (Entscheidungshilfe und Informationsvermittlung)

Hier stehen die Buddys als „Wissende" zur Verfügung, die dem*der Studienzweifler*in Informationen vermitteln und ihren Rat zur Verfügung stellen. Viele Studienzweifler*innen benötigen in ihrer Situation den Rat von kompetenten Partner*innen, um die eigene Situation besser einschätzen zu können. Auch hier geht es um eine wertschätzende Begleitung, die jedoch eine klare Richtung vermittelt. Es stehen häufig die Weitergabe informellen Wissens über Abläufe an der Hochschule, aber auch die konkrete Beratung zur Orientierung an der Hochschule bzw. zum Studienfach, im Vordergrund.

Aufgaben der Buddys

Die Befragung von existierenden Programmen verdeutlicht, wie vielfältig die Aufgaben der Buddys ausgestaltet sein können:

Der/Die Buddy	Der/Die Organisator*in	Der/Die Macher*in
Vorbild sein	**Durchführung von Workshops**	Mailkontakt, Campusführungen
Offenes Ohr haben	Erfahrungen & Informationen weitergeben, Treffen organisieren	**Mentees in ihrer beruflichen Entwicklung unterstützen**
Soziale Betreuung	**Ggf. Weitervermittlung**	Hilfestellung in strategischen Überlegungen
Ansprechperson bei Fragen im Studium	Persönliche Treffen mit den Mentees	**Hilfe bei Bürokratie, Alltag & dem Hochschul-Leben**
Botschafter*in der Hochschule	**Mindestens vier Treffen pro Jahr**	Beitrag für ein positiv verlaufendes Studium leisten
Wenn es sich ergibt, darüber hinaus auch persönliche Freundschaften	Informelles Erfahrungswissen über karrierelevante Inhalte weitergeben	**Weitergabe von Erfahrungen, Tipps & Informationen**
Begleitung der Erstsemester	**Einblicke in den Arbeitsalltag/ Organisationsstrukturen**	Erfahrungsaustausch zur Karriereplanung

Formate der Begleitung

Bei dem Format der Begleitung von Studienzweifler*innen sollten die Buddys in unterschiedlichen Herangehensweisen geschult werden. Zu unterscheiden ist hierbei zwischen der Einzelbegleitung und einer Begleitung in einer Gruppe. Beide Formate haben Vorteile, aber auch Nachteile und sollten individuell an die Bedürfnisse der Studienzweifler*innen angepasst werden. Während die Einzelbegleitung den Schwerpunkt in einem persönlichen Kontakt hat, können im Rahmen einer Gruppenbegleitung gruppendynamische Prozesse in die Begleitung einfließen. Eine Kleingruppe an Studienzweifler*innen kann ggf. durch die Vermittlung von Nähe und dem Gefühl unter Gleichgesinnten nicht allein zu sein, die Arbeit der Buddys positiv beeinflussen. Ein weiterer Vorteil der Begleitung in Kleingruppen ist die Mehrperspektivität, die die Chancen vergrößert, das jeweilige Problem in seinen Dimensionen zu erfassen. Eine gezielte Schulung der Buddys in der Wahrnehmung der Bedarfe von Studienzweifler*innen und in der Anwendung unterschiedlicher Begleitungsmethoden kann dazu beitragen, dass für den*die Studienzweifler*in jeweils richtige Format zu finden, auch wenn dieser hierzu keine eigenen Angaben machen kann.

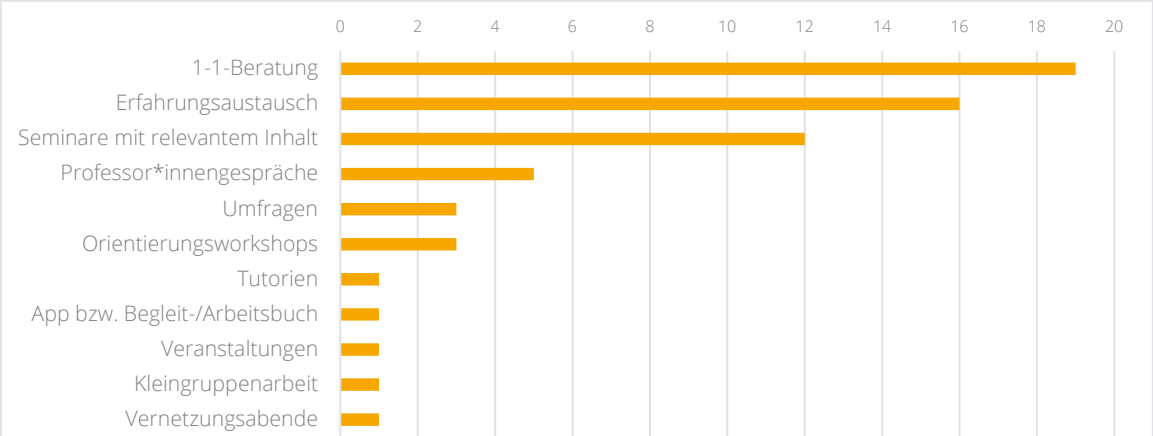
„Gruppenberatung haben den Vorteil, dass der Ansatz multiperspektivisch ist."

Dr. Anne-Marie Lödermann

Reine Peer-to-Peer-Formate decken jedoch nicht alle Bedarfe von Studienzweifler*innen ab. Daher sollten auch Professor*innen bzw. Mitarbeiter*innen des akademischen Mittelbaus gewonnen werden, um den Bedarf bestimmter Studienzweifler*innen abzudecken. In diesen Fällen werden Buddys eher als Mentor*innen betrachtet, deren Autorität zur Entscheidungshilfe beitragen kann. Insbesondere bei reinen Ausstiegsszenarien kann auch auf die Studienberatung verwiesen werden, da eine Entscheidung bereits gefallen ist. Der Zweifel steht somit nicht mehr im Vordergrund, sondern es wird eine konkrete Unterstützung bei den nächsten Schritten aus dem Studium gebraucht. Die Begleitung von Studienzweifler*innen sollte als eigenständiger Prozess betrachtet werden.

Methoden

Die Arbeit von Buddys kann sehr unterschiedlich ausgestaltet sein:



Daher kommt jeder Phase der Prozessbegleitung (Einstieg – Begleitung – Abschluss) eine eigenständige Bedeutung zu. Insbesondere der Abschluss einer Begleitung sollte als wichtiger Schritt eines*r Studienzweiflers*in in eine andere Zukunft betrachtet werden und bedarf daher eines eigenen Abschluss-Managements, das sowohl positive als auch negative Erfahrungen des Begleitprozesses reflektiert und würdigt.

2.2.3 Voraussetzungen für eine Buddy-Zusammenarbeit

Neben den persönlichen Eigenschaften von Buddys als wesentliche Voraussetzungen für die Tätigkeit als Buddy, ist es notwendig ihm*ihr ein bestimmtes methodisches Know-how zu vermitteln, damit er*sie seine Aufgabe wahrnehmen kann.

Qualifikation der Buddys

Wie oben beschrieben, sind die grundlegenden Qualifikationen, die Buddys bereits mitbringen müssen, die Bereitschaft zu sozialem Lernen, Verantwortungsbewusstsein und Offenheit. Darüber hinaus ist es von Vorteil, wenn die Buddys bereits über grundlegende Informationen über Abläufe in der Hochschule bzw. dem Hochschulstandort verfügen.

Qualifizierung der Buddys

Über diese grundlegenden Qualifikationen hinaus benötigen die Buddys grundlegende Kenntnisse im Bereich der Kommunikation. Diese sollten ihnen in gezielten Schulungen durch die Programmverantwortlichen vermittelt werden. Um bei den Buddys ein Gruppengefühl zu erzeugen und ein Lernen von anderen Buddys zu ermöglichen, sind regelmäßige Erfahrungsaustausche und Intervisionsrunden gute Möglichkeiten, die Qualität des Programms, welche essenziell von den Qualitäten und Qualifikationen der Buddys abhängig ist, zu steigern. Die Buddys sind sozusagen ein Aushängeschild oder die Visitenkarte der jeweiligen Hochschule und sollten daher im Interesse der Hochschule auf hohem qualitativem Niveau begleiten können. Wichtige Qualifizierungsmaßnahmen finden sich in den Bereichen Kommunikation, Umgang mit Konflikten und Situationen des Scheiterns, Skills-Training, aber auch im Projektmanagement.

2.2.4 Matching

Sobald das Programm über eine ausreichende Zahl von qualifizierten Buddys verfügt, kann die Begleitung von Studienzweifler*innen beginnen. Der Prozess des Matching zwischen Studienzweifler*innen und Buddy kann für den Erfolg der Zusammenarbeit bei den Akteur*innen von entscheidender Bedeutung sein. Daher sollten die Programmverantwortlichen dem Matchingprozess eine hohe Bedeutung beimessen und ihn gezielt strukturieren. Hierzu sind Instrumente wie die Darstellung des Buddy-Teams auf der Homepage bzw. die Vorstellung einzelner Buddys im Rahmen von Veranstaltungen mögliche Instrumente. Darüber hinaus konnten auch soziale Medien, wie z.B. Instagram, für die Vorstellung der Buddys genutzt werden.

Auswahl durch den*der Studienzweifler*in

In der Praxis hat es sich bewährt, dass einem*r Studienzweifler*in nicht ein Buddy zugeteilt wird, sondern dass er/sie aus einer Anzahl an Buddys denjenigen/diejenige wählen kann, zu dem/der er/sie das

größte Vertrauen hat und dessen Qualifikationen und Auftreten zu ihm/ihr passen. Der*Die Studienzweifler*in wird dabei in die Lage versetzt, selbst seine*n Begleiter*in zu wählen und seine Wahl aktiv zu gestalten.

Auswahl durch die Buddys

Eine Auswahl durch die Buddys bietet sich dann an, wenn es mehr um Informationsvermittlung als um Begleitung und Beziehungsaufbau geht. Hier ist es sinnvoll, dass der*die Studienzweifler*in in kurzen Worten seiner Bedarfe schriftlich fixiert und damit den Buddys eine Auswahl ermöglicht.

Auswahl durch den*die Programmbetreiber*in

Wenn die Programmverantwortlichen die Steuerung des Matchingprozesses in den eigenen Händen behalten wollen, haben sie die Möglichkeit den*die Studienzweifler*in einen Buddy zuzuteilen. Es setzt voraus, dass der*die Programmverantwortliche über viel Erfahrung im Umgang mit Studienzweifler*innen verfügt, die einzelnen Studienzweifler*innen aus vorangegangenen Gesprächen kennt und bereits Erfahrungen mit einzelnen Buddys aus vorangegangenen Begleitprozessen gewonnen hat.

2.2.5 Inhalte des Begleitungsprozesses

Die Inhalte des Begleitprozesses, d. h. die Interaktion zwischen Studienzweifler*in und Buddy, sind sehr individuell und können im Vorfeld kaum geplant werden. Aus der Erfahrung bestehender Begleitprozesse können jedoch mit der Zeit Standards entwickelt werden, die Buddys in der Begleitung von Studienzweifler*innen nutzen können. Dies bezieht sich im Wesentlichen auf den Bereich des Beziehungsaufbaus. Wenn der Begleitprozess eine Informationsvermittlung zum Inhalt hat, können Standardprozesse gemeinsam mit erfahrenen Buddys und den Programmverantwortlichen entwickelt werden, um so Buddys mit weniger Erfahrung den Einstieg zu erleichtern. Aber auch im Bereich der Informationsvermittlung bleiben die Begleitprozesse individuell und sind an den*die Studienzweifler*in und seine*ihre jeweilige Situation anzupassen.

„Erwartungsmanagement: Das was zwischen beiden Seiten passiert, soll von Anfang an realistisch dargestellt werden, damit beide angemessene und keine überhöhten Erwartungen haben, aus denen Enttäuschungen resultieren können.“

Bernd Schüler

Inhalte

Thematisch haben die bereits existierenden Programme zwar einen anderen Fokus, allerdings lässt sich von ihren Programminhalten lernen und sie können als Inspiration dienen:

- **Wissenstransfer**: Information über die Studienstruktur und Beratungsangebote, Einblicke in ein Studienfach/die Berufswelt, überfachliches (Erfahrungs-)Wissen.
- **Niederschwellige Beratung** sowie bei Bedarf Weiterleitung an das professionelle Beratungsangebot.
- **Erfahrungsaustausch:** Austauschtreffen in Gruppen (Kommiliton*innen kennenlernen, Orientierung zum Studium erfahren), 1-zu-1-Meetings (persönliche Austauschbeziehung), gegenseitiger Wachstumsprozess, Motivation und das Wohlbefinden an der Hochschule fördern: Identifikation mit dem Studium & Qualität des Studiums erhöhen.
- **Unterstützung:** z. B. bei bürokratischen Angelegenheiten, der Organisation des Alltags, der Anschlussfindung zu Kommiliton*innen, der Entwicklung von Schlüsselkompetenzen, der persönlichen und beruflichen Zukunftsplanung oder Unterstützung, um Chancen des Studiums gezielt zu nutzen und Freude am Studium zu finden.
- **Veranstaltungen:** Workshopangebot zu verschiedenen Themen (Studienmotivation, Zeitmanagement, Lernstrategien, Klausurvorbereitung, Studium im Allgemeinen), gemeinsame Einführungsveranstaltungen, Einführungs-, Zwischenbilanz- und Abschlussworkshops, Netzwerkabende.

2.2.6 Training/Qualifizierung der Buddys

Wie oben beschrieben, sind Trainings- und Qualifizierungsmaßnahmen für Buddys ein wesentliches Instrument zur Steigerung der Qualität des angebotenen Buddy-Programms. Buddy- und Mentor*innen-Programme zeichnen sich durch den Austausch unter Studierenden aus. Gleichzeitig ist dieser Austausch von einem normalen Gespräch unter Kommiliton*innen abzugrenzen: Es werden nicht nur persönliche und individuelle Erfahrungen ausgetauscht, sondern auch konkrete Informationen weitergegeben. Die Buddys bzw. Mentor*innen fungieren somit als Schnittstelle und Multiplikator*innen zu der professionellen Beratung der Hochschule. Um dabei einen Qualitätsstandrad zu gewährleisten, ist eine Form der Schulung zu empfehlen. In diesem Sinne sollten zu den inhaltlich oben beschriebenen Schulungen folgende methodischen Instrumente genutzt werden:

- Zielgruppenspezifischen Workshops (Entwicklung eines Gefühls für die Zielgruppe, z. B. interkulturelle Trainings),
- themenspezifische Workshops (Verhaltensschulungen zu typischen Problemen bzw. der Situationen von Studienzweifler*innen, z. B. Prokrastination),
- Coaching (Möglichkeiten des Einzel- oder Gruppen-Coachings durch Lehrende bzw. Programmverantwortliche),
- Erfahrungsaustausch (regelmäßige Gesprächskreise von Buddys untereinander),

- Intervision (kollegiale Fallbesprechung unter externer Moderation),
- Supervision (Möglichkeit der Begleitung durch erfahrene Supervisoren, z. B. beim Auftreten von Konflikten).

Die Mehrheit der befragten Programme setzt auf eine persönliche Schulung durch Mitarbeitende des Projekts oder Dozent*innen bzw. Professor*innen. Kann dies durch den Einsatz von entsprechenden Zeitstunden nicht gewährleistet werden, eignen sich ebenso Flyer, Leitfäden oder Video-Tutorials zur Wissensweitergabe und Schulung von Buddys/Mentor*innen.

2.2.7 Qualitätsmanagement

Ein wichtiges Erfolgskriterium eines Buddy-Programms ist die kontinuierliche Reflexion. Um den Erfolg des Programms zu sichern, sollten die eigenen Vorgehensweisen und Routinen kontinuierlich überprüft und soweit notwendig angepasst werden. Hierzu haben sich bei vergleichbaren Programmen Systeme zum Qualitätsmanagement bewährt. Im Folgenden werden einzelne Methoden und Techniken dargestellt, die im Qualitätsmanagement solche Programme eingesetzt werden können.

„Es ist ein Problem, wenn Buddys und Studienzweifelnde sich allein gelassen fühlen. Sie brauchen eine gute Begleitung."
Dr. Christine Kurmeyer

Feedbackgespräche

In regelmäßigen Abständen sollte mit den Buddys, aber auch mit Studienzweifler*innen, Feedbackgespräche geführt werden, um zu erfahren, wie die eingesetzten Techniken und Methoden von den Anwender*innen und Nutzer*innen empfunden und wahrgenommen werden. Hier können wertvolle Hinweise zur Weiterentwicklung bzw. Korrektur des Programms gewonnen werden. Darüber hinaus werden die Akteur*innen gehört, deren Einschätzung wertgeschätzt und die konkreten Praxiserfahrungen können zu einer Verbesserung des Programms beitragen.

Evaluation

Sinnvoll ist es die Wirkungsweise eines Programms in kontinuierlichen Abständen zu evaluieren, um in einer systematischen Form positive und negative Effekte des Programms zu analysieren. Eine solche Evaluation kann bei den beteiligten Gremien dazu genutzt werden, die Existenz des Programms zu rechtfertigen und eine Unterstützung zur Weiterentwicklung dieses Programms anzuregen.

„Bisher fehlen empirische Evaluationen von Buddy-Programmen."
*Dr. Ingo Isphording zu spezifischen Angeboten für Studienzweifler*innen und Studienabbrecher*innen*

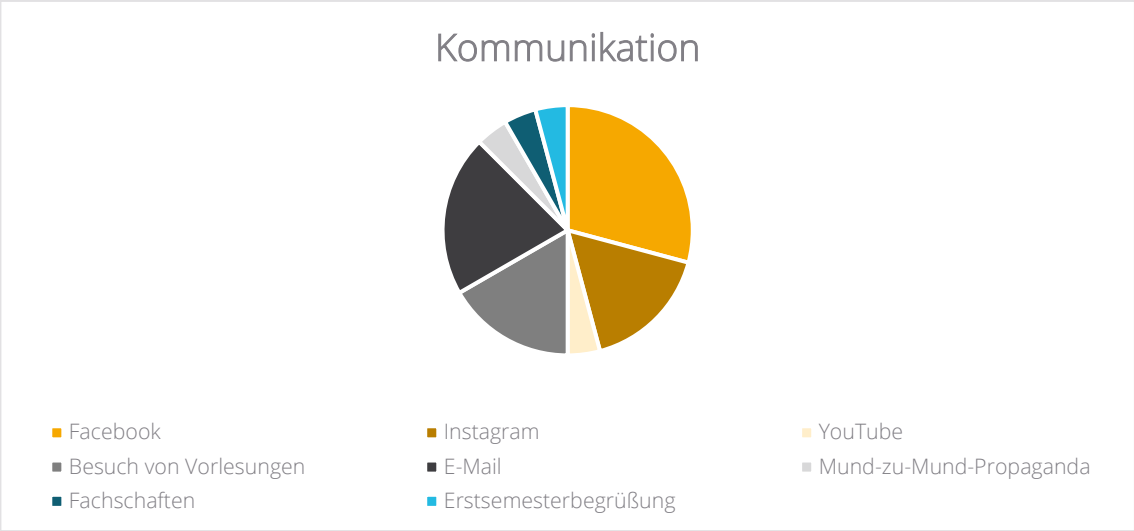
Befragung

Sowohl die Buddys als auch die Studienzweifler*innen, die das Programm nutzen, sollten zu den einzelnen Begleitprozessen befragt werden. So können Praxiserfahrungen in systematischer Form erfasst und analysiert werden.

2.3 Öffentlichkeitsarbeit

Kommunikation

Das beste Programm kann keine Wirkung entfalten, wenn die Zielgruppe nicht darüber informiert ist. Deswegen sollte die Kommunikation in der Organisation eines Programmes eine wichtige Rolle einnehmen. Die Mehrheit der Projekte arbeitet mit einer Website bzw. Unterseite auf der Hochschul-Website, worüber Informationen gesammelt und verbreitet werden. Ebenso nehmen Informations-Veranstaltungen aus Sicht der bestehenden Buddy- und Mentor*innen-Programme eine wichtige Rolle ein. Für die Kommunikation wird zudem stark auf klassische Printmaterialien wie Plakate und Flyer und damit verbunden Informations-Stände gesetzt.



2.3.1 Ansatz zur Ansprache von Studienzweifler*innen

Grundsätzlich empfiehlt es sich die Ansprache der Studierenden aus deren Perspektive heraus zu entwickeln. Konkret: Welche Bedürfnisse haben Studienzweifler*innen und welche Antworten kann das Buddy-Programm darauf bieten? Bekannt ist zum Beispiel, dass die Themenkomplexe Studienzweifel, Studienwechsel und Studienausstieg mit Scham belegt sind[6]. Studienzweifler*innen sprechen u. a. von einem diffusen Gefühl, den gesellschaftlichen Erwartungen nicht zu entsprechen. Ein Anspracheweg könnte somit auf der Kernbotschaft „Studienzweifel, damit bist du nicht allein“ beruhen. Diese Botschaft ist im doppelten Sinne lesbar. Zum einen gehören Studienzweifel zur Lebensrealität vieler Studierenden, damit sind sie nicht allein. Zum anderen ist der Weg aus diesem Zweifel heraus, keiner, den sie allein gehen müssen. Unterstützung finden sie neben den Beratungsangeboten der Hochschulen auch im Buddy-Programm. Neben wissenschaftlichen Erkenntnissen[7], können auch die Erfahrungen aus den Beratungssituationen herangezogen werden, um die Bedürfnisse der Zielgruppe zu erkennen – gemäß dem Prinzip: Welche Fragen werden besonders häufig gestellt? Welche Antworten kann das Buddy-Programm darauf bieten?

[6] Heublein et al. 2017: Zwischen Studienerwartungen und Studienwirklichkeit.
[7] ebd.

2.3.2 Ansprachewege

Der beste Weg, um möglichst viele Studienzweifler*innen zu erreichen, ist es die Kommunikation über mehrere Kanäle zu streuen und auch die Nichtzweifelnden zu informieren. Bekannt ist, dass eine erste Verbalisierung der eigenen Zweifel häufig im nahen, persönlichen Umfeld stattfindet. Wenn die Kommiliton*innen vom Buddy-Programm wissen, können sie als Informationsträger*innen dienen. Eine besondere Kommunikations-Herausforderung sind die Studienzweifler*innen, welche nicht mehr auf dem Campus anzutreffen sind und nicht mehr am Hochschulleben partizipieren. Da besonders ihnen ein Buddy-Programm zu Gute kommen kann, empfiehlt es sich die Studierenden frühzeitig über das Angebot zu informieren.

Kommunikationskanäle

Die Möglichkeiten Kommunikationskanäle zu nutzen, sind von Hochschule zu Hochschule unterschiedlich. Im Folgenden ein zusammenfassender Überblick, welche gängigen Wege es gibt.

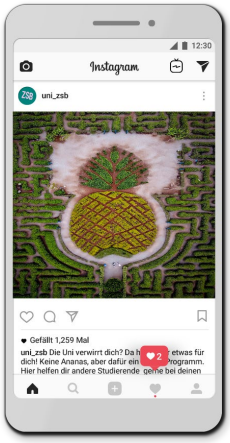
- Landingpage
  Sinnvoll ist es grundsätzlich mit einer Landingpage zu arbeiten, also einer Webseite, auf der alle relevanten Informationen zu finden sind. Dann ist es möglich in allen Kommunikationsmitteln auf die Landingpage zu verweisen.
- Mailverteiler
  Viele Hochschulen versenden Information zu Veranstaltungen über einen dafür geeigneten Mailverteiler. Diese eignen sich auch um Buddys zu suchen oder Informationen zum Buddy-Programm zu streuen. Hier ist es wichtig den Betreff der Mail mit Bedacht zu wählen. Im besten Fall macht sie neugierig auf das, was sich hinter der Mail verbirgt.
- Flyer/Plakate/Postkarten
  Im Regelbetrieb sind Printmedien eine gute Möglichkeit, um Informationen zu verbreiten und in Erinnerung zu rufen. Ist eine Landingpage vorhanden, empfiehlt sich bei Plakaten und Postkarten eine Reduktion auf die wesentlichen Informationen. Hauptsächlich gilt es, die Aufmerksamkeit auf das Buddy-Programm zu lenken. Ein unkomplizierter Weg, um Studierende von dem Plakat auf die Webseite zu bringen, ist der Einsatz von QR-Codes. Diese können interessierte Studierende scannen und bekommen tiefer gehende Informationen zum Buddy-Programm direkt auf ihr Smartphone. Flyer haben den Vorteil, dass auf der Vorderseite die Aufmerksamkeit erregt werden kann, auf der Rückseite (oder je nach Faltung im Inneren) schon direkt Informationen bereitgestellt werden können.
- Einführungsveranstaltungen/Vorlesungen
  Eine zeitaufwendige, aber effektive Möglichkeit, Studierende über das Buddy-Programm zu informieren (oder auch Buddys zu suchen), ist der Besuch von Vorlesungen und Einführungsveranstaltungen. Gerade in den ersten drei Semestern des Studiums tauchen Studienzweifel auf[8]. Dementsprechend ist es wichtig, früh eine Kenntnis über das Buddy-Programm zu etablieren.

[8] Heublein et al. 2017: Zwischen Studienerwartungen und Studienwirklichkeit.

Wichtig ist die richtige Dosierung der Informationen, um nicht erst Zweifel unter allen Studierenden zu wecken – gemäß der Prämisse: „Wenn alle Studienzweifel haben, sollte ich wohl auch Zweifel haben." Erfahrungsgemäß ist es empfehlenswert mit zwei bis vier anderen Beratungsangeboten der Hochschulen zu kooperieren und zum Beispiel gemeinsam mit dem Career Service oder der Psychologischen Beratung die eigenen Angebote zur Unterstützung anzubieten. Das hat den Nebeneffekt, dass andere Beratungseinheiten die wichtigen Anlaufstellen das Buddy-Programm kennen.

> Social Media

Nach dem Prinzip „Den Berg zum Propheten bringen" ist die Kommunikation über Social Media-Kanäle besonders empfehlenswert, wenn hochschulintern die Möglichkeit dazu besteht. Häufig sind die Ansprechpartner*innen in der Hochschulkommunikation zu finden. Besonders beliebt sind bei den Studierenden aktuell Instagram und YouTube (Stand 2020) und auch viele Hochschulen betreiben hier Kanäle. Der Ansatz, um auf das Buddy-Programm aufmerksam zu machen, ist ebenfalls: Welches Bedürfnis haben die Studienzweifler*innen? Darauf aufbauend kann ein Post erstellt werden. Am Beispiel: Gerade zu Beginn des Studiums kann die Diskrepanz zwischen Schul- und Hochschulstrukturen verwirrend sein. Das Buddy-Programm kann hier Orientierung bieten. Ein Bild von einem Labyrinth und ein kurzer Text zum Programm können hier eine erste Idee sein. Besonders spannend ist im Social Media-Kontext die Peer-to-Peer Ansprache (s.u.).



> Campusmedien

Campusmedien haben die gleiche Zielgruppe wie das Buddy-Programm. Falls schon Kontakte bestehen, lohnt es sich sehr diesen Weg zu gehen. Falls nicht, ist das Buddy-Programm vielleicht ein gutes erstes Thema. Bevor das Thema vorgeschlagen wird, lohnt es sich einen Blick auf das Programm des Mediums zu werfen. Gibt es eine Rubrik, in die es besonders gut passt? Das erhöht die Chancen einer Umsetzung.

> Presse

Es ist immer wünschenswert mit einem solchen Thema in der Presse zu landen. Je nach Medium ist in der Etablierung des Themas zu bedenken, dass dieses eventuell eher die Eltern/Großeltern der Studierenden erreichen. Da Studienzweifler*innen auch mit diesen darüber reden, ist es natürlich gut, wenn diese vom Buddy-Programm wissen.

Peer-to-Peer-Ansprache

Wenn Studierende mit Studierenden sprechen, befindet sich die Kommunikation auf der gleichen Ebene. Es werden ähnliche Sprachcodes verwendet und die Perspektive des Gegenübers ist greifbarer, nachvollziehbarer. Wenn ein*e Buddy in einem Campusradio, an einem Infostand oder auch in einer

Instagram-Story von dem Programm erzählt, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass er*sie ganz eigene Wirkung entfalten kann, die den Initiator*innen eines solchen Programms verschlossen bleibt. Empfehlenswert ist dabei vorher in den Austausch zu gehen, welche Informationen von Seite der Hochschule wichtig sind, vielleicht auch welche Botschaft. In der Ausgestaltung der Worte und der Erzählungen sollte dem*der Buddy allerdings Freiraum gelassen werden.

„Ansprache: Man muss die Worte der Studierenden finden, nicht aus einer Sprache der Professionalität agieren."

Anna B. Hartung

Tipps von existierenden Programmen:

- Zertifizierung des außercurricularen Engagements als Zusatzprüfungen: Wertschätzung in Form von Creditpoints.
- Studierende gut aktivieren: Kommunikationsplan mit allen relevanten Akteur*innen erarbeiten und Sichtbarkeit erhöhen.
- Eine funktionierende Datenbank für die Vermittlung der Patenschaften ist zeitsparend.
- Einbindung der Mentor*innen z. B. durch Netzwerktreffen auf dieser Ebene. Das ist allerdings auch eine Frage der Kapazitäten von Mentor*innen und Koordination.
- Bedarfe bei Studierenden abfragen und das Programm danach ausrichten.
- Nah an der Zielgruppe arbeiten, Hochschulleitung und wichtige Stakeholder ins Boot holen.
- Zielgruppengerichtete Werbung bzw. Kanäle nutzen; Anreize schaffen; Budget für Events.
- Kommunikation zielgruppengerecht(er); Verbindlichkeit verdeutlichen; gute Mischung aus formellen und nicht-formellen Veranstaltungen, Veranstaltungsmix auch im Format.
- Die Hochschulleitung muss hinter dem Programm stehen; es muss eine Koordination geben, die mehr als nur koordiniert, also z. B. auch in anspruchsvollen Situationen berät; es muss den Mentor*innen deutlich werden, was sie von dem Programm haben (Impulse für ihre eigene Tätigkeit, Weitergabe von Wissen, Freude am Mentoring); ein funktionierendes Netzwerk, das die Suche von Mentor*innen erleichtert.

3 CHECKLISTE: BUDDY-PROGRAMME FÜR STUDIENZWEIFLER*INNEN

Diese Übersicht beinhaltet Optionen und Gedankenanstöße, in welche Richtung bei der Entwicklung eines Buddy-Programms gedacht werden kann.

1 Konzeptentwicklung

1.1 Welche Form soll das Buddy Programm haben?

- ☐ Eigenständiges Programm
- ☐ Teil eines bestehenden Mentoring-Programms

1.2 Wie sind die grundlegenden Ausrichtungen des Programms?

- ☐ Ziele
- ☐ Akteur*innen/Zielgruppen
- ☐ Programmbetreiber*innen/-verantwortliche*r
- ☐ Programminhalte
- ☐ Zeitplan

1.3 Welche Budgets und Ressourcen stehen dem Programm zur Verfügung?

- ☐ Finanzielle Ressourcen
- ☐ Personelle Ressourcen
- ☐ Infrastrukturelle Ressourcen

2 Programmentwicklung

2.1 Wie sollen Buddys für die Mitarbeit gewonnen werden?

- ☐ Ansprache potenzieller Buddys
- ☐ Auswahl der Buddys
- ☐ Anreiz- und Motivationssysteme für Buddys

2.2 Wie ist die Buddy-Arbeit inhaltlich ausgestaltet?

- ☐ Formen der Begleitung
- ☐ Beziehungsaufbau (Aufbau einer psycho-sozialen Beziehung)
- ☐ Beratung (Entscheidungshilfe und Informationsvermittlung)
- ☐ Formate der Begleitung

2.3 Welche Voraussetzungen für eine Buddy-Zusammenarbeit müssen gewährleistet sein?

- ☐ Qualifikation der Buddys
- ☐ Qualifizierung der Buddys

2.4 Wie findet das Matching von Buddy und Studienzweifler*in statt?

- ☐ Auswahl durch den*der Studienzweifler*in
- ☐ Auswahl durch die Buddys
- ☐ Auswahl durch den*die Programmbetreiber*in

2.5 Welche Inhalte hat der Begleitungsprozess?

- ☐ Wissenstransfer
- ☐ niederschwelliger Beratung
- ☐ Erfahrungsaustausch
- ☐ Unterstützung
- ☐ Veranstaltungen
- ☐ weitere Inhalte

2.6 Welche Methoden von Training/Qualifizierung der Buddys sind vorgesehen?

- ☐ Zielgruppenspezifische Workshops
- ☐ themenspezifische Workshops
- ☐ Coaching
- ☐ Erfahrungsaustausch
- ☐ Intervision
- ☐ Supervision

2.7 Welche Elemente sind für das Qualitätsmanagement des Buddy-Programms geplant?

- ☐ Feedbackgespräche
- ☐ Evaluation
- ☐ Befragungen

3 Öffentlichkeitsarbeit

3.1 Was kennzeichnet die Zielgruppe?

- ☐ Wiederkehrende Themen in der Beratung und Studienabbruchsgründe reflektieren und dahinterstehende Bedürfnisse definieren.
- ☐ Hemmschwellen abbauen (Enttabuisierung).
- ☐ Abgleichen, welche Antworten das Buddy-Programm auf diese Bedürfnisse bietet.
- ☐ Aus diesen Antworten Botschaften entwickeln (z. B. „Du bist nicht allein", „Das Buddy-Programm bietet Orientierung usw.).

3.2 Welche potenzielle Kommunikationswege sind gangbar und sinnvoll?

- ☐ Landingpage
- ☐ Mailverteiler
- ☐ Flyer/Plakate/Postkarten
- ☐ Einführung Veranstaltungen/Vorlesungen
- ☐ Social Media
- ☐ Campusmedien
- ☐ Presse
- ☐ Peer-to-Peer
- ☐ andere

3.3 Wie gestaltet sich die hochschulinterne Rollenverteilung?

- ☐ Klärung interner Abstimmungswege
- ☐ Aufgabenteilung

3.4 Content Erstellung für die jeweiligen Kommunikationswege

- ☐ Wie kann die „Botschaft" im jeweiligen Medium zur Generierung von Aufmerksamkeit genutzt werden?
- ☐ Welche Informationen werden im jeweiligen Medium benötigt?
- ☐ Wer kreiert?

3.5 Evaluation der Ansprache

- ☐ Wirkungskontrolle
- ☐ Feinjustierung
- ☐ Weiterentwicklung

ANHANG

Das Projekt Next Career

29 % der deutschen Studierenden brechen vorzeitig ihr Studium ab und entscheiden sich für einen alternativen Karriereweg[9]. Zweifel am eigenen Studium gehören – wie Zweifel an der eigenen beruflichen Ausbildung – zur Lebenswirklichkeit von jungen Menschen. Mit dem Projekt Next Career werden Studienzweifel und Studienausstieg enttabuisiert und die Beratung von Studienzweifler*innen, Studienwechsler*innen und Studienabbrecher*innen intensiviert. Seit Sommer 2017 fördert das Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen (MKW NRW) 13 regionale Projekte von insgesamt 20 Hochschulen in ganz NRW[10]. Im Rahmen dieser Projekte werden die Engagements der Hochschulen und ihrer Partner*innen verstärkt, und – wo sinnvoll – miteinander vernetzt. Beratungskapazitäten werden ausgebaut, Instrumente weiterentwickelt und vor allem der Umgang und die Ansprache von Studienzweifler*innen und Studienaussteiger*innen deutlich verbessert. Weitere Informationen unter www.nextcareer.de.

Interviewte Expert*innen zum Thema Buddy- und Mentor*innenprogramme

Für die Entwicklung dieses Leitfadens wurden eine Vielzahl von bestehenden Buddy- und Mentoringprogrammen ausgewertet. Darüber hinaus wurden aktuelle Buddy- und Mentor*innen-Programme im Rahmen einer Onlinebefragung kontaktiert, um die Inhalte und Strukturen dieser Programme bei ihren Betreibern strukturierte zu hinterfragen. Diese Informationen bildeten die Grundlage für Telefoninterviews von Expert*innen im Bereich der Buddy- und Mentor*innen-Programm, um die gewonnenen Erkenntnisse gezielt zu vertiefen.

Anna B. Hartung	> Gesellschafterin Institute for CooperationArt/Berlin > Unternehmensberaterin, Systemische Coach & Bildende Künstlerin > Publikation: Hartung, Anna B., 2012: Studie zum Einsatz von Mentoring-Programmen als Instrument struktureller Förderung für Studierende an deutschen Universitäten. Hans-Böckler-Stiftung (Hrsg.). https://www.boeckler.de/pdf/p_arbp_243.pdf
Dr. Ingo Isphording	> IZA - Institute of Labor Economics/Bonn > Publikation: Isphording, Ingo E., Dr. Florian Wozny, 2018: Ursachen des Studienabbruchs – eine Analyse des Nationalen Bildungspanels Forschungsbericht mit Förderung durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung. https://www.iza.org/publications/r/190/ursachen-des-studienabbruchs-eine-analyse-des-nationalen-bildungspanels.

[9] Vgl. Heublein et al. 2017. Zwischen Studienerwartungen und Studienwirklichkeit.
[10] Weitere Informationen zu den beteiligten Hochschulen und dem Projekt Next Career: www.nextcareer.de

Dr. Christine Kurmeyer	> Zentrale Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte an der Charité - Universitätsmedizin Berlin > Mitbegründerin des Forum Mentoring e.V. > Mitbegründerin der Deutschen Gesellschaft für Mentoring e.V. > Beteiligung an der Entwicklung von Qualitäts-Standards für Mentoring-Programme > Publikation: Kurmeyer, Christine, 2012: Mentoring. Weibliche Professionalität im Aufbruch. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Springer Fachmedien Wiesbaden.
Dr. Anne-Marie Lödermann	> Leitung der KjF-Akademie/Augsburg > vormals: Programmkoordination des Mentoring-Programms UniMento der Universität Augsburg > Dissertation: Das Mentoringprogramm als soziales Lernarrangement im wissenschsftlichen Qualifikationsprozess
Prof. Dr. rer. nat. Christian Mayer	> Universität Duisburg-Essen, Fakultät Chemie/Physikalische Chemie > Leiter des Mentoringprogramms der Fakultät für Chemie der Universität Duisburg-Essen
Bernd Schüler	> Autor des Fachbriefs Telemachos über Patenschaften und Mentoring, herausgegeben vom Netzwerk Berliner Kinderpatenschaften e.V. > Seit 2004 in unterschiedlichen Rollen mit Buddy- und Patenschaftsprogrammen beschäftigt > Gründungsmitglied und ehemaliger Vorstand von biffy Berlin – Big Friends for Youngsters e. V.

Quellenverzeichnis

Heublein et al. 2017. Zwischen Studienerwartungen und Studienwirklichkeit. Ursache des Studienabbruchs, beruflicher Verbleib der Studienabbrecherinnen und Studienabbrecher und Entwicklung der Studienabbruchquote an deutschen Hochschulen. Deutsches Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung GmbH.

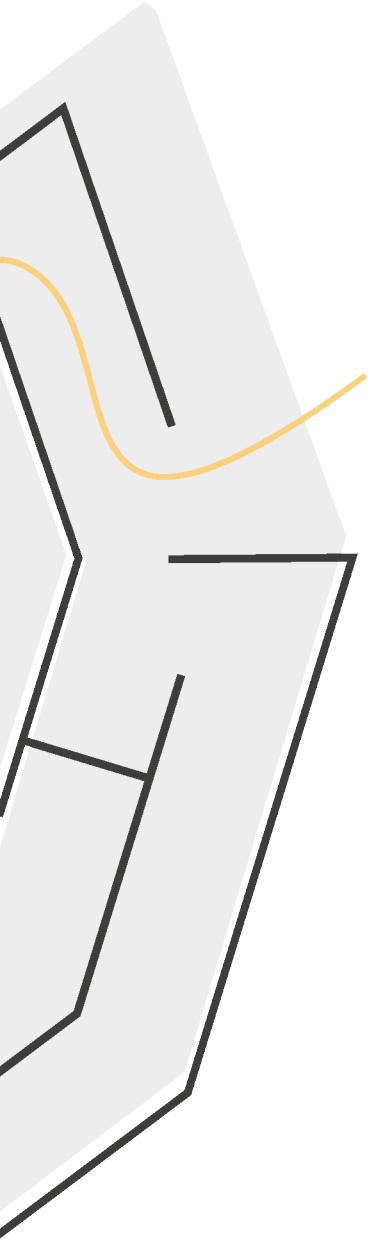
Isphording, Ing E. Pamela Qendrai. 2019. Gender Differences in Student Dropout in STEM. IZA Research Report No. 87.

Herausgeberin

Ministerium für Kultur und Wissenschaft des Landes Nordrhein-Westfalen

Text und Grafik

Konzeption und Realisation matrix GmbH & Co. KG, Jessica Büntig und Werner Pfeifenroth.



GEFÖRDERT VOM

Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

next » career

Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen