



Weiterentwicklung von Gruppenberatungsformaten

Gefördert durch/Beauftragt durch:

**Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen**



Gefördert durch:



**Bundesministerium
für Bildung
und Forschung**

Weiterentwicklung von Gruppenberatungsformaten



Entwickler*innen: Jennifer Abels/Greta Kramm (Bergische Universität Wuppertal), Jan Grun (Universität zu Köln), Janine Kleinbauer (Ruhr Universität Bochum), Désirée Krüger (Hochschule Niederrhein), Jutta Vaihinger (Heinrich-Heinrich-Universität Düsseldorf)

Moderation: Jael Fuck

Ergebnisse

Definition einer Gruppenberatung im Kontext Studienzweifel/Studienausstieg



<p>Kleingruppe > 3 Personen - max. 15 Personen mit ähnlichem Anliegen</p>	<p>Themengebunden Ziel: Austausch, Interaktion, Reflektion</p>	<p>Zeitlicher Rahmen ist vorgegeben, Prozess oder Einzeltermin möglich.</p>	<p>Fachliche Anleitung mit Wissen zum Thema & der Hochschule sowie beraterischen Kompetenzen</p>
---	---	--	---

“

Es treffen mehr als 3 Personen aufeinander, welche sich mehr als eine halbe Stunde treffen, im Austausch stehen und sich gegenseitig helfen. Die Aufgaben der Berater*innen ist das Zusammenführen der Teilnehmenden, sie fungieren als Rahmengeber*innen, übernehmen die Moderationen und treten als Expert*innen in dem Gebiet auf.

”

Gruppenberatungsformate aus unterschiedlichen Perspektiven:

Perspektive	Vorteile	Nachteile
Studierende	<ul style="list-style-type: none"> > Zusammengehörigkeitsgefühl: „Wir sind eine Gruppe, die sich mit demselben Thema beschäftigt.“ > Der Austausch und die Weitergabe von Erfahrungen stehen im Vordergrund. > Die Zielgruppe der Studierende fühlt sich selbst als „Expert*innen“, da sie sich gegenseitig beraten. > Senkt für einige Studierende die Hemmschwelle eine Beratung in Anspruch zu nehmen. 	<ul style="list-style-type: none"> > Es fühlen sich nicht alle Studierende von Gruppenberatungsformaten angesprochen. Beispielsweise ist die Barriere für einige hoch: Viele trauen sich gerade einmal in eine Einzelberatung. > Zeitachse: Studienzweifel treten oftmals akut sowie punktuell auf und sind emotional aufgeladen. Gruppenangebote können i.d.R. ca. einmal im Semester angeboten werden. Die Wahrscheinlichkeit, dass Studienzweifel der Studierenden und das Angebot zum gleichen Zeitpunkt auftreten, ist geringer. Gruppenberatungen brauchen eine gewisse Sequenz, was wiederum zeitaufwändig ist. > Da das Thema Studienzweifel oftmals zeitlich begrenzt ist (ca. 2 bis 3 Monate), kann eine persönliche Beziehung lediglich schwer aufgebaut werden. Die Zielgruppe kommt nicht mit dem Ziel, über eine längere Zeit etwas mit anderen Studierenden zu machen (das wirkt eher bei z.B. Lerncoachings). Die Zielgruppe ist mit sich selbst beschäftigt und es geht um eine schnelle Lösung. Wenn das Ziel ist, eine Entscheidung zu treffen, reicht es oftmals aus, einen Impuls zu bekommen, danach ist das Thema abgehakt.
Berater*innen	<ul style="list-style-type: none"> > Das Angebot kann als Türöffner eingesetzt werden. > Wirkungsvolles Mittel, um zu verdeutlichen, dass Studienzweifel Normalität sind: Entstigmatisierung. > Entspricht der Heterogenität der Zielgruppe: Es kann auf die unterschiedlichen Bedürfnisse eingegangen werden. 	<ul style="list-style-type: none"> > Keine Zeitersparnis: Neben dem eigentlichen Gruppenberatungsformat, gehören Aspekte wie die Konzepterstellung, Durchführung und Nachbereitung dazu. Zudem kommt es im Anschluss oftmals zu ergänzenden Einzelberatungen. > Vertraulichkeit der Beratung kann nicht mehr garantiert werden. > Die Heterogenität der Gruppe zu managen, sodass alle Beteiligte etwas aus dem Prozess herausziehen können, ist eine methodische Herausforderung.
Hochschulleitung	<ul style="list-style-type: none"> > Es wird erwartet, dass Gruppenberatungsformate effektiver und mit geringerem zeitlichem Aufwand verbunden sind. > Es werden viele Studierende auf einmal erreicht. 	

Expert*innen-Meinung: Empfehlung einer Gruppenberatung?

- > Liegt der Fokus auf dem bloßen Austausch, birgt das Angebot Herausforderungen; wird es weiter gefasst, existieren viele Chancen.
- > Gruppenberatungsformate sind eher Ergänzungsangebote, welche die Einzelberatung nicht ersetzen. Eine Mixtur an Angeboten (Gruppenberatungsformate/Einzelberatung) erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass möglichst viele Studierende erreicht werden können.
- > Ein Gruppenangebot ist als Türöffner effektiv einsetzbar, anschließend kann jede*r Teilnehmer*in durch unterschiedliche Türen (Einzelberatung etc.) weitergehen.
- > Zielgruppeneinordnung: Für welche Personentypen kann das Angebot vorteilhaft sein? Erfahrungsgemäß existieren fakultätsbezogene Unterschiede (das Angebot entspricht typischerweise eher dem Verhalten und Bedürfnissen von bspw. Sozialwissenschaftler*innen als Maschinenbaustudierenden). Die Bewerbung der Formate sollte folglich auf die spezifische Zielgruppe ausgerichtet sein.
- > Turnus: Da das Thema Studienzweifel i.d.R. zeitlich begrenzt auftritt, sollte das Angebot auf einmalig stattfindende Treffen ausgerichtet sein, dafür aber mit einer gewissen Häufigkeit. Erfahrungsgemäß werden Folgetermine nicht mehr wahrgenommen.
- > Bestehende Formate: FuckUp Night, Workshop, Infomessen etc.

Gruppenberatungsformate werden als sinnvoll angesehen, wenn sie eigenständige Ziele in einem vielfältigen Angebotsmix verfolgen.

Welche Bedingungen müssten an einer Hochschule gegeben sein?

Allgemein gültig:

01

Entfristetes, funktionelles Personal

Kapazitäten für die Konzipierung, Durchführung und Nachbereitung. Gerade wenn es um Beziehungsaufbau geht, muss eine langfristige Planung möglich sein. Eine professionelle Beratung bedarf Stabilität.

02

Bewerbung

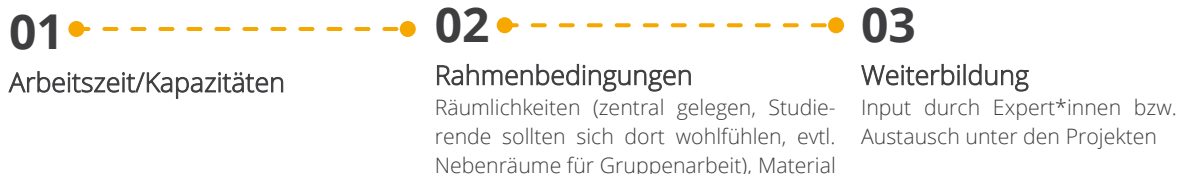
Man benötigt innerhalb der Hochschule Rückhalt, um entsprechende Angebote bewerben zu können und Aufmerksamkeit zu schaffen, inkl. einem Marketingbudget.

03

Zielgerichtete Ansprache

Ein enger Kontakt zu den Fakultäten und die damit verbundene Netzwerkarbeit ist wichtig. Es müssen nicht bedingt alle Studierende, aber dafür genau die richtigen Personen Kenntnis über das Angebot haben.

Auf Gruppenberatungsformate bezogen:



Ideenpool: Potenzielle Gruppenberatungsformate

- > **Vernetzung Alumni-Zweifler*innen & Neu-Zweifler*innen:** Eine Mischung zwischen Studierenden und ehemaligen StZ, die sich austauschen. Es gibt eine gewisse Form des Inputs durch die Berater*innen und es dürfen immer wieder neue Interessierte dazukommen.
- > Eine **offene Gruppe**, mit einer gemeinsamen Basis und mit Leuten, die das Format tragen. Es gibt Gruppenregeln, wodurch ein Vertrauensverhältnis innerhalb der Gruppe entsteht.
- > **Peer-to-Peer-Beratung:** Studierende vernetzen sich untereinander. Der Rahmen wird durch die Berater*innen vorgegeben, ansonsten nehmen sie zurück.
- > Es gibt eine **Auftaktveranstaltung** mit Input zu der Thematik und einer Vorstellung der Kooperationspartner*innen. Die Hürde für eine Teilnahme wird niederschwellig gehalten, wodurch der Anreiz steigt. Anschließend besteht die Möglichkeit, dass Studierende sich über ihre Erfahrungen untereinander austauschen. Idealerweise würde sich diese Gruppe im Anschluss weiterhin treffen.
- > Da das Thema Studienzweifel nicht trennscharf von anderen Beratungsthemen, wie psychologische Themen, Finanzierungsprobleme etc., zu betrachten sind, wäre eine **Vernetzung mit den anderen Beratungsangeboten** einer Hochschule sinnvoll.
- > Ein Erfahrungsaustausch unter Studierenden. Die Rolle der Berater*in ist dabei offen. Man hat verschiedene Angebote in der Tasche, kann je nach Bedarf auf andere Expertise aus einem Expert*innenpool zurückgreifen und agiert nicht nach einem festen Konzept. So kann auf die individuellen Wünsche eingegangen werden und es wird **bedarfsorientiert** gehandelt.
- > **Beratungsorientierter Workshop:** Eine Mischung zwischen Input durch Berater*innen und Raum für einen Austausch.
- > **Wiederkehrende Treffen:** Das Risiko eines einmaligen Treffens besteht darin, dass sich einige Studierende nicht so schnell öffnen. Es braucht Zeit, um eine Vertrauensebene auszubauen. Bei einer langfristigen Ausrichtung sollten die Rahmenbedingungen und klare Arbeitsaufgaben festgelegt werden.
- > **Buddy- und Mentoringprogramme:** Die große Herausforderung ist es Personen zu finden, welche sich dafür bereit erklären: Für StZ ist die Thematik abgeschlossen, sobald eine Lösung gefunden wurde, dies wirkt sich auf die intrinsische Motivation aus. Das Programm müsste mit einer Schulung einhergehen, welche zeitaufwendig ist.
- > **Studienbegleitende Gruppe:** Große Chance, wenn das Thema weitergefasst wird, sich auf einer ganzheitlichen Ebene präventiv dem Thema StZ nähert und sich studienbegleitend mit übergeordneten Themen wie „Was möchte ich in meinem Leben erreichen?“ (Identifikation, Werte etc.) beschäftigt.

WEITERENTWICKLUNG GRUPPENBERATUNG

Ergebnisdokumentation

Planungsfaktoren für eine erfolgreiche Umsetzung

- > Wie lässt sich die Zielgruppe unterteilen?
 - > Nach Anliegen (Problem/Thema, z. B. Prüfungsangst; „diffuse Unzufriedenheit“ (und kein Plan B); Lernstrategien), Fachsemester (Studieneingangsphase, Mitte des Studiums, Langzeit-Studierende), Fächergruppen/Fachbereiche, Campus oder nach Alter und Lebenssituation sortieren.
- > Was sind die Spezifika der Zielgruppe?
 - > Tabuisiertes Thema, hohe Frustration, Überforderung (wo soll ich anfangen?), Gefühl, allein zu sein, hoher Druck (von außen, sich nicht falsch zu entscheiden), Idee von Beruf = Berufung (zu hohe Anforderungen), niedriges Selbstwertgefühl, Angst, nicht zu genügen / zu alt zu sein / sich noch einmal falsch zu entscheiden.
- > Verschiedene Ziele (heterogen):
 - > Informationsbedarf, Selbstreflektion/Standortbestimmung, Realitätscheck, Austausch mit anderen „Betroffenen“, Hilfestellung, Lösungswege erarbeiten, Vision entwickeln (Wo stehe ich? Wo will ich hin?).

Zielgruppe



- > Zusammensetzung der Gruppe: Welche Gruppenzusammensetzung will ich erreichen (Fachsemester, Fachbereiche) - Homogenität vs. Heterogenität?
- > Fachkultur mit in die Planung einbeziehen.
- > Was sind potenzielle Hindernisse (u. a. Enttabuisierung); sich in die Studierenden hineinversetzen.
- > Auswirkungen auf das Gruppenberatungsformate:
 - > Kann man die heterogene Zielgruppe so zusammenpacken, dass sie sich ergänzen (z.B. verschiedene Fächerkulturen). Dabei sind viele Optionen denkbar.
 - > Impuls eher zielgruppenspezifisch oder das Format an alle StZ ausrichten: Dies ist eine individuelle Entscheidung. Es geht nicht darum, dass nur ein Angebot geschaffen wird, sondern es ist eigener Bestandteil in einem Angebotsmix.

- > Was möchte ich mit der Veranstaltung erreichen?

Ziel



- > Wo liegt der Mehrwert für die unterschiedlichen Akteur*innen? Die Beantwortung dieser Frage ermöglicht es, das Ziel konkreter fassen zu können (z. B. Perspektive der Berater*innen: Wo ist der Mehrwert im Vergleich zu den bestehenden Angeboten?).

- > Wen möchte ich mit welchem Thema und welchen Zielen erreichen?

Thema



Methode

- > u. a. was ist die Rolle bzw. Funktion der Berater*innen (Moderation etc.)?

- > Ein vertrauensvoller Rahmen ist einer der wichtigsten Faktoren für Gruppenberatungsformate. Dabei ist es hochschulindividuell zu betrachten, wie offen dieser Rahmen ausfallen sollte. Auch die Zielgruppe selbst (z. B. Fokus auf eine bestimmte Fächergruppen) wirkt sich darauf aus: Es ist unterschiedlich, was funktioniert und ob die Teilnehmenden offen sprechen oder nicht.
- > Rolle der Berater*innen: Wie kann eine Moderation aussehen? Es ist ein interessantes Spannungsfeld, wenn Studienzweifler*innen nur unter sich sind. Aber auch diese Variante muss anmoderiert und ein Vertrauensrahmen aufgebaut werden, es bedeutet nicht, dass man als Berater*in nichts tun muss/sollte.

Format

- > Das passende Formate ist jedes Mal unterschiedlich: Je nach Termin/Zielgruppe sollte das Format neu ausgelegt werden: Manchmal ist die Gruppe offen und gesprächsfreudig, manchmal nicht. Dann ist es wichtig, einen Anstoß geben zu können, damit kein unangenehmes Schweigen auftritt – dies ist gerade im digitalen Kontext eine Herausforderung.
- > Flexibilität der Moderation "im Kopf": Man muss individuell reagieren können.

Raum

- > Findet die Veranstaltung digital oder als Präsenzveranstaltung statt?

Gruppen- größe

- > Minimum 3 Personen; wird eine maximale Gruppengröße festgelegt?

Zeitliche Faktoren

- > Einmaliger Termin oder mit Folgeterminen?

- > Wird eine feste Gruppe über einen längeren Zeitraum hinweg begleitet? Darf jederzeit jemand Neues dazukommen?
- > Zeitpunkt: Im laufenden Semester, vor oder während Klausurphase etc.?

Ressource Mitarbeitende

- > Wie viele Mitarbeiter werden für die Umsetzung (Vor- und Nachbereitung, Einbindung während der Veranstaltung) benötigt?

HS-spezifische Abstimmungen

- > Wie gut passt das Angebot in den (Beratungs-) Angebotskanon der Hochschule? Mit wem sollte sich Hochschulintern abgestimmt werden?

- > Es ist immer ein Balanceakt zwischen einer positiven Assoziation mit dem Thema (Zukunftsperspektive, was kommt nach den Zweifeln/anstelle der Zweifel) und zu verdeutlichen, dass die Zweifelsituation ernst genommen wird.
- > Ziel des verwendeten Wordings ist die Steigerung der Teilnehmerszahl für das Format. Dabei ist man immer an die Hochschulvorgaben gebunden.
- > Es ist eine Herausforderung, die Veranstaltung so zu benennen, dass Studierende angesprochen werden, dass sie wissen, worum es geht, dass es nach vorne gerichtet ist und dass es gleichzeitig nicht verwässert wird. Die Zielgruppe sollte erreicht und mitgenommen werden, ohne dass es negativ gerichtet ist.

Kommunikationswege & -kanäle

- > Die Begrifflichkeiten sollten für Gruppenberatungsformate geöffnet werden und sie sind ebenso heterogen, wie die Zielgruppe selbst. Dabei kann ein Kommunikations-Mix sinnvoll und zielführend sein:
 - 1) Eine Möglichkeit ist ein **humoristischer Ansatz**, um das Thema aus einer anderen Perspektive zu betrachten. Es ist ein sehr schmaler Grad, sodass nicht das Gefühl vermittelt wird, dass man sich über die Zielgruppe lustig macht. In der Situation selbst fühlt sich das Thema nicht lustig an, es ist wichtig das Gefühl zu vermitteln „Du bist nicht allein“.
 - 2) Eine andere Möglichkeit ist es, weg von einer Problemfokussierung zu gehen und stattdessen auf **Ermutigung** zu setzen. Im Fokus steht ein nach vorne gerichteter Ansatz („Neustart“). So erreicht man eine höhere Akzeptanz bei den Ratsuchenden, aber auch an der Hochschule im Allgemeinen.
 - 3) Der Leistungsdruck ist oftmals sehr hoch, daher kann es manchmal eine Entlastung darstellen, wenn **Zweifel aktiv benannt** werden. Durch ein Vermeiden von der Zweifelthematik wird es wieder tabuisiert.

Qualitätssicherung

- > Evaluation, Feedback, Dokumentation.

Ideenpool: Existierende Gruppenberatungsformate mit Zweifelbezug

Im Allgemeinen liegt bei den Hochschulprojekten der Fokus auf Intervention von Studienzweifeln; die Prävention wird auch immer mitbedacht, ist aber auch bei anderen Projekten im Fokus. Daher wird sich bei der Aufzählung auf Intervention fokussiert.



- > Zweifelworkshop mit variierenden Namen - <http://www.duesseldorf-move.de/move/> -
- > Erfahrungsaustausch Studienzweifel (in Verbindung mit Infotag) - <http://www.duesseldorf-move.de/move/> -
- > Gruppenberatung bei Studienzweifeln - <https://studium.ruhr-uni-bochum.de/de/studienzweifel-studienausstieg>
- > Workshop Future YOU - https://verwaltung.uni-koeln.de/abteilung21/content/studierende/zweifel_am_studium/index_ger.html -
- > Studienzweifel?! Das eigene Profil finden mit dem TalentKompass - <https://www.next-step-niederrhein.de/> -
- > Das Entscheidungstraining bei Studienzweifeln - <https://www.bergauf.uni-wuppertal.de/de/zweifel-am-studium.html> -
- > Should I stay or should I go (30 Min. im Rahmen der Infomesse) - <https://www.bergauf.uni-wuppertal.de/de/zweifel-am-studium.html> -
- > Digitale Erfahrungsaustauschrunde unter Studierenden im Rahmen der Themenwoche Zweifel am Studium? - <https://www.uni-bonn.de/studium/im-studium/besondere-anliegen-untersuetzungsangebote/studienzweifel/themenwoche-zweifel-am-studium> -
- > Endspurt. Zeit und Raum zum Austauschen und Anfangen - <https://www.uni-duesseldorf.de/home/studium-und-lehre-an-der-hhu/studium/studienberatung2/beratung-fuer-studierende/content-studienberatung-wp/studienberatungsportal/gruppen-und-workshops/gruppen-bose-2020/lern-zeit-raum.html> -

Herausgeberin
Ministerium für Kultur und Wissenschaft des
Landes Nordrhein-Westfalen
Konzeption und Realisation
matrix GmbH & Co. KG

