

Evaluationsbericht Geschäftsstelle Bildungswissenschaften Informations- und Beratungsangebot – 2023



Verfasser:

Ben Kruse

ben.kruse@uni-muenster.de

Geschäftsstelle Bildungswissenschaften

Inhaltsverzeichnis

Einführung	1
Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse	1
Methodik	2
Demographie und Rücklauf	3
Evaluationsergebnisse	3
Zufriedenheit mit dem Informationsangebot	5
Zufriedenheit mit dem Beratungsangebot	7
Bewertung und Interpretation der Ergebnisse	9
Ausblick	10

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Studiengänge
Abbildung 2:	Präsenz des Untersuchungsobjektes
Abbildung 3:	Bekanntheit je Fachsemester
Abbildung 4:	Bewertung des Informationsangebots auf der Homepage
Abbildung 5:	Bewertung des Informationsangebots auf den Informationsveranstaltungen
Abbildung 6:	Bewertung des Informationsangebots auf Social-Media
Abbildung 7:	Bewertung des Informationsangebots - allgemein (abhängig von Bekanntheit der GS)
Abbildung 8:	Gründe für Nichtinanspruchnahme der Beratung
Abbildung 9:	Bewertung des Beratungsangebot - spezifisch
Abbildung 10:	Bewertung des Beratungsangebots - allgemein (abhängig von Bekanntheit der GS)
Abbildung 11:	Bewertung des Beratungsangebots - allgemein (Nutzung des Beratungsangebots)

Einführung

Im Rahmen ihres internen Qualitätsmanagements evaluiert die Geschäftsstelle Bildungswissenschaften (GS BilWiss) der Universität Münster ihr Leistungsspektrum, ihre Prozesse und ihre Angebote für Studierende und Mitarbeiter*innen. Dazu zählen u.a. neben der Koordination des Lehrangebots, der Weiterentwicklung der Curricula sowie dem Monitoring der Studienqualität in den Bildungswissenschaften auch das Informations- und Beratungsangebot der Geschäftsstelle, welches Studierende in ihrem bildungswissenschaftlichen Studium unterstützt. Das Informations- und Beratungsangebot der GS BilWiss war Untersuchungsobjekt der vorliegenden Evaluation aus dem Jahr 2023. Das Informationsangebot der GS BilWiss umfasst die gesamte Weitergabe von Informationen zum bildungswissenschaftlichen Studium an der Universität Münster über alle Kanäle der Geschäftsstelle (Homepage, Informationsveranstaltungen, Social-Media). Das Beratungsangebot umfasst alle vom Beratungsbüro der Geschäftsstelle organisierten und institutionalisierten Strukturen, in denen die Studierenden individuelle Beratung zu ihrem bildungswissenschaftlichen Studium erhalten können. Zentrales Ziel dieser Evaluation war es, die Zufriedenheit mit den Angeboten zu evaluieren und dadurch Erkenntnisse über nicht ausreichend beachtete Bedürfnisse hinsichtlich des Informations- und Beratungsangebots der GS BilWiss aufzudecken. Daneben sollte das Verständnis bei den handelnden Akteur*innen (also insbesondere den universitären Strukturen in der Lehramtsausbildung) für studentische Anliegen gestärkt werden, um gleichsam Optimierungspotentiale auszuschöpfen. Die Auswertungen regelmäßiger Evaluationsergebnisse bilden zudem die Grundlage zur Beurteilung der Studienqualität im Rahmen von (Re-)Akkreditierungsmaßnahmen und sind somit wichtiger Bestandteil des Qualitätsmanagementinstrumentariums der GS BilWiss.

Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse

Im Erhebungszeitraum vom **8. Mai bis 4. Juli 2023** haben **274 Studierende** an einer digitalen Fragebogenerhebung zur Zufriedenheit mit dem Informations- und Beratungsangebot der GS BilWiss teilgenommen. Das Informationsangebot der GS BilWiss wurde insgesamt auf einer Likert-Skala mit sieben Items ([1] unzureichend informiert bis [7] sehr informiert) mit einem **Mittelwert von 3,99** bei einer **Standardabweichung von 1,85** bewertet. Bedarfe wurden insbesondere hinsichtlich der Bewerbung und Verbreitung von Informationsangeboten sichtbar. Als positiv wurde das Informationsmaterial (etwa die diversen Schaubilder auf der Homepage) hervorgehoben. Das Beratungsangebot der GS BilWiss wurde insgesamt auf einer Likert-Skala mit sieben Items ([1] überhaupt nicht zufrieden bis [7] vollkommen zufrieden) mit einem **Mittelwert von 5,1** bei einer **Standardabweichung von 1,4** bewertet. Es wurde insbesondere sichtbar, dass die Zuständigkeiten und Ansprechpersonen für studentische Anliegen klarer kommuniziert werden sollten. Als besonders positiv wurden der persönliche Umgang und die eingesetzten Zeitressourcen beim Beratungsangebot hervorgehoben. Daneben wurden statistisch signifikante, positive Korrelationen zwischen der Bekanntheit sowie der Nutzung und der Zufriedenheit der Angebote festgestellt. Die allgemeine und spezifische Zufriedenheit mit den Angeboten war bei den Studierenden, die die Angebote kannten und nutzten, deutlich höher ausgeprägt als bei denen, die die Angebote nicht kannten. Mit anderen Worten folgt daraus, dass **Studierende, die das Informations- und Beratungsangebot nicht kennen, es nicht nutzen und sich daher unzufriedenstellend informiert und beraten fühlen**. Als zentrale Erkenntnis der vorliegenden Evaluation muss daher festgehalten werden, dass es den Angeboten in erster Linie nicht an Qualität, sondern an Verbreitung und Bekanntheit mangelt. Diese zentrale Erkenntnis schlug sich insbesondere in den

Evaluationsergebnissen zu den Zuständigkeiten im Informations- und Beratungsmanagement in der Lehramtsausbildung nieder: viele Antworten, Kritiken und Wünsche in der vorliegenden Evaluation richteten sich eindeutig an Stellen und Aufgaben außerhalb des Verantwortungsbereichs der GS BilWiss.¹ Die GS BilWiss wird demzufolge oftmals mit anderen universitären Akteur*innen (etwa dem Institut für Erziehungswissenschaft oder dem Zentrum für Lehrerbildung) verwechselt.

Neben dieser zentralen Erkenntnis können folgende Ergebnisse festgehalten werden:

- Studierende können oftmals nicht einschätzen, welche Organisations- oder Struktureinheit für welchen Teil der Lehramtsausbildung zuständig und wer wofür bzw. in welchem Bereich ansprechbar ist.
- Einige Studierende nutzen zwar spezifische Angebote der GS BilWiss, wissen jedoch nicht, wer für diese Angebote verantwortlich ist.
- Einige studentische Probleme werden bereits durch Unterstützungsangebote adressiert; die Angebote sind jedoch unzureichend bekannt.
- Insgesamt präferieren Studierende überwiegend digitale Informationsangebote.
- Weibliche Studierende sind insgesamt zufriedener mit den Angeboten der Geschäftsstelle Bildungswissenschaften als ihre männlichen Kommilitonen.

Methodik

Die Erhebung der Daten erfolgte im Erhebungszeitraum durch einen digitalen Fragebogen über die Evaluationsplattform *evasys*. Die Teilnehmenden wurden anhand von Multiple-Choice-Fragen, Likert-Skalen sowie offenen, halboffenen und geschlossenen Fragen zum Untersuchungsobjekt befragt und um Bewertungen gebeten. Zielgruppe der Evaluation waren alle Studierenden der Bildungswissenschaften in allen Lehramtsstudiengängen aller Fachsemester an der Universität Münster. Die Zielgruppe wurde zweimalig per E-Mail sowie in zentralen bildungswissenschaftlichen Vorlesungen und über die Social-Media-Kanäle der GS BilWiss um Teilnahme gebeten.

Der digitale Fragebogen wurde in drei Teilbereiche gegliedert. Nach einer Abfrage von sozio-demographischen Merkmalen (Alter, Geschlecht, Studienstatus) und dem bisherigen Kontakt mit dem Untersuchungsobjekt (1), wurden die Teilnehmenden zu ihrer Zufriedenheit mit dem Informationsangebot (2) und dem Beratungsangebot (3) befragt.

¹ Zu Beginn der Fragebogenerhebung wurden die Studierenden über das Evaluationsobjekt und dessen Zuständigkeitsbereich bzw. welche Zuständigkeiten außerhalb seiner Verantwortung liegt informiert.

Demographie und Rücklauf

Alle Studierenden der Bildungswissenschaften an der Universität Münster waren zur Teilnahme an der Evaluation eingeladen und wurden per E-Mail informiert. Die Gesamtpopulation betrug damit etwa 10000 Studierende (Anzahl aller Studierenden in den Bildungswissenschaften im Sommersemester 2023). Durch die Teilnahme von 274 Studierenden an der Evaluation konnte somit eine vergleichsweise niedrige Rücklaufquote von etwa 3% erreicht werden.

Um ein tieferes Verständnis für soziodemographische Einflussfaktoren auf die Untersuchungsergebnisse zu erzielen (etwa Zusammenhänge zwischen Geschlechteridentitäten und spezifischen Bedürfnissen beim Beratungsangebot) wurden die Teilnehmer*innen eingangs hinsichtlich ihres Studienstatus (Fach- und Hochschulsesemester sowie Lehramtsstudiengang), Geschlechteridentitäten und Alters befragt.

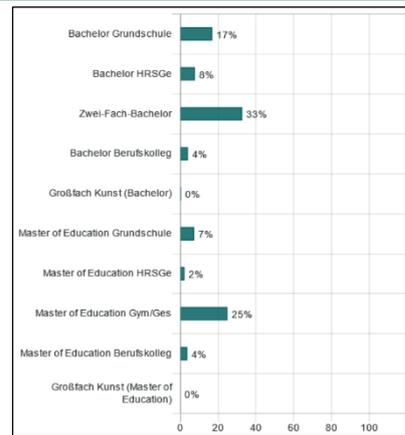


Abbildung 1: Studiengänge.
F: In welchen Studiengang sind Sie aktuell immatrikuliert?

Unter den 274 Teilnehmer*innen befanden sich zum Zeitpunkt der Erhebung 62% in einem Bachelor-Lehramtsstudiengang. Von den 38% Prozent der Studierenden in einem Lehramtsmaster hatten 96% ihren Bachelorabschluss an der Universität Münster erlangt. 88% aller Teilnehmer*innen befanden sich zwischen dem ersten bis sechsten Fachsemester. Rückmeldungen von Studierende in besonders hohen Fachsemestern konnten daher kaum berücksichtigt werden.

Mit 76% waren mehr als drei Viertel aller Teilnehmer*innen weiblich. 2% gaben bei ihrer Geschlechteridentität nicht-binär / genderqueer an und 1% machten keine Angabe. Da in der Gesamtpopulation ein Frauenanteil von etwa 65% vorliegt, muss von einer überdurchschnittlichen Teilnahme von weiblichen Studierenden ausgegangen werden.

83% der Studierenden waren zum Zeitpunkt der Erhebung zwischen 19-25 Jahre alt. Die übrigen Studierende wiesen eine Altersreichweite von 26-47 Jahre auf. Das arithmetische Mittel der Altersstruktur betrug 23,39 Jahre. Männliche Studierende waren durchschnittlich 1,45 Jahre älter als weibliche Teilnehmerinnen.

Abgesehen von Studierenden im Großfach Kunst konnten Evaluationsergebnisse aus allen Studiengängen gemessen werden. Im Vergleich zur Verteilung in der Gesamtpopulation waren Studierende im Bachelor Grundschule und im Master of Education Gymnasium und Gesamtschule überdurchschnittlich stark vertreten. Studierende dieser Studiengänge sowie weibliche Studierende haben somit im überdurchschnittlichen Maße Antworten abgegeben. Die Repräsentativität der Evaluationsergebnisse sind vor dem Hintergrund dieser Verzerrung im Vergleich zur Population zu berücksichtigen.

Evaluationsergebnisse

Um die Präsenz des Untersuchungsobjektes bei den Teilnehmenden abzufragen, wurde zunächst erhoben, ob die Arbeit der GS BilWiss bekannt ist und wie die Studierenden von der GS BilWiss erfahren haben. Weniger als die Hälfte der Teilnehmenden (46%) hatten bereits von der GS BilWiss gehört.

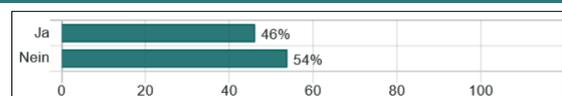


Abbildung 2: Präsenz des Untersuchungsobjektes.
F: Mir ist die Existenz der GS BilWiss bekannt.

Diese 46% hatten über verschiedene Kommunikationskanäle von der Arbeit der GS BilWiss erfahren (insbesondere per E-Mail [36%], während der Orientierungswoche [31%], bei den Informationsveranstaltungen [29%] oder durch eigene Recherche [29%]).

Der hohe Anteil an Studierenden, denen die Geschäftsstelle unbekannt war, ist sowohl für die Interpretation² der vorliegenden Evaluationsergebnisse als auch die Arbeit der GS BilWiss im Allgemeinen problematisch. Einige Antworten lassen darauf schließen, dass den Studierenden zwar diverse Informations- und Beratungsangebote der GS BilWiss bekannt waren, jedoch nicht der Name der organisierenden Struktur – also der GS BilWiss. So gaben 53,9% (n = 271) der Studierenden an, die Homepage der GS BilWiss zu nutzen und 59,1% (n = 274) der Teilnehmer*innen gaben an, ein oder mehrere Angebote des Beratungsbüros zu kennen, während weniger als die Hälfte der Studierenden (46%; n = 273) die Geschäftsstelle an sich kannten. Die Angebote der GS BilWiss sind daher bekannter als die Struktur selbst. Es könnte vermutet werden, dass der Anteil an Studierenden, denen die Geschäftsstelle bekannt ist, in den höheren Fachsemestern steigt, da sich diese Studierenden schon länger im institutionellen Geflecht der Universität bewegen und die Struktur dadurch besser durchschauen. Berührungspunkte mit der Geschäftsstelle könnten bei dieser Gruppe sowohl durch die bildungswissenschaftliche Lehre als auch durch andere Angebote (Beratung, BAföG-Angelegenheiten, Anerkennungen etc.) entstehen. Ein Test durch Filteranwendung bei der Frage zur Präsenz des Untersuchungsobjekts widerlegt diese Annahme jedoch und kehrt sie ins Gegenteil: tatsächlich ist der Anteil an Studierenden, denen die GS BilWiss bekannt ist, geringfügig höher in den niedrigeren Fachsemestern (siehe Abbildung 3). Im Umkehrschluss ließe sich vermuten, dass Studierende, die ihr Studium kürzlich aufgenommen haben, in naher Vergangenheit Berührungspunkte mit der Geschäftsstelle hatten (etwa durch Informationsveranstaltungen oder Begrüßungsmails) und dieser Kontakt im Verlauf des Studiums abnimmt. Der beschriebene Effekt ist jedoch nur sehr geringfügig ausgeprägt und daher verschwindend korrelativ. Ein statistischer Test der Korrelation zwischen Fachsemestern und Bekanntheit der Geschäftsstelle ergab einen Eta-Koeffizienten von 0,033 und ein Eta-Quadrat von 0,001089. Mit anderen Worten ist die Bekanntheit der Geschäftsstelle nicht vom Fachsemester der Studierenden abhängig. Es kann daher nicht davon ausgegangen werden, dass sich die Bekanntheit der Geschäftsstelle – und somit die Verbreitung von Informationen und Beratung – im Verlauf des bildungswissenschaftlichen Studiums verbessert.

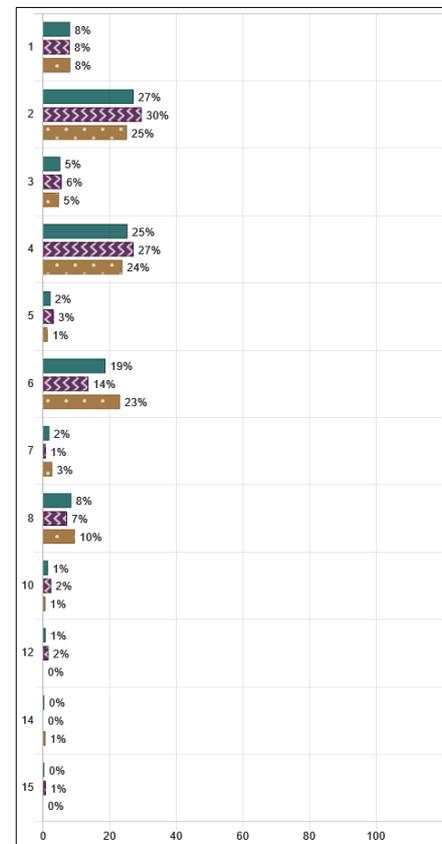


Abbildung 3: Bekanntheit je Fachsemester.
Grün = Alle; rot = GS bekannt (ja); gelb = GS unbekannt (nein).

² Da nicht eindeutig interpretiert werden kann, ob sich die folgenden Antworten derjenigen, denen die Geschäftsstelle unbekannt ist, tatsächlich auf die Angebote der GS BilWiss beziehen.

Zufriedenheit mit dem Informationsangebot

Das Informationsangebot wurde im Hinblick auf die drei Kommunikationskanäle evaluiert, die die Geschäftsstelle zur Weitergabe nutzt: ihre **Homepage** (1), die **Informationsveranstaltungen** (2) und die **Kanäle auf Social-Media** (3).

Etwa die Hälfte der Teilnehmenden (54%) nutzen die **Homepage** (1) der Geschäftsstelle Bildungswissenschaften, um Antworten auf Fragen zum bildungswissenschaftlichen Studium zu finden. Studierende, die die Homepage nicht nutzen, gaben als zentralen Grund an, dass Ihnen die Homepage als Informationsquelle nicht bekannt war (75%). 28% erhielten Informationen durch Kommiliton*innen und 23% hatten keinen Bedarf.

Das Informationsangebot auf der Homepage, deren Aufbereitung und die Form der Ansprache wurden auf einer Likert-Skala mit sieben Items ([1] überhaupt nicht zufrieden bis [7] vollkommen zufrieden) mit Mittelwerten zwischen 4,82 bis 4,93 bewertet. Die Standardabweichungen gaben Streuungsbreiten von 1,36 bis 1,53 um die jeweiligen Mittelwerte an. Bei der Bewertung der Homepage durch halboffene und offene Antwortmöglichkeiten wurden insbesondere die unzureichende Übersichtlichkeit durch zu viele Querverweise und die unzureichende Darstellung von Ansprechbarkeiten kritisiert.

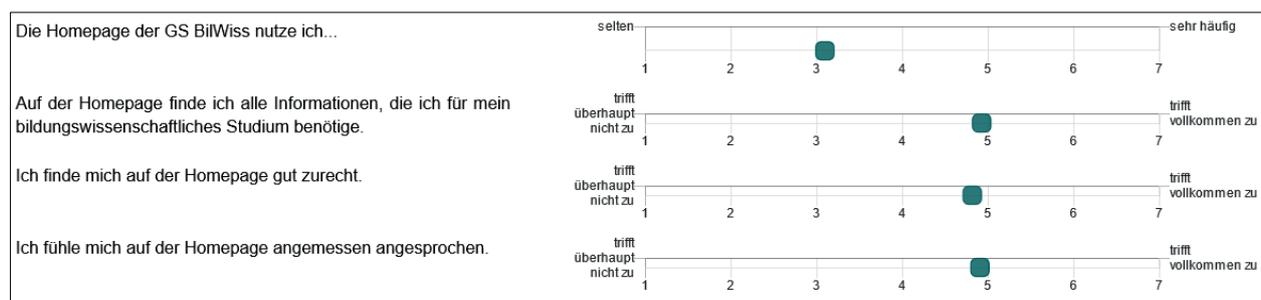


Abbildung 4: Bewertung des Informationsangebots auf der Homepage.

53% der Teilnehmenden hatten zum Zeitpunkt der Erhebung bereits an einer **Informationsveranstaltung** (2) teilgenommen (31% digital und 22% in Präsenz). Von allen Studienteilnehmer*innen präferierten bei einer Wahl zwischen digitaler oder physischer Informationsveranstaltung etwa die Hälfte (52%) die digitale Veranstaltungsform (und insbesondere Formate in Learnweb, Präsentationsfolien zum Abrufen sowie Informationsveranstaltung per Zoom oder per Onlinevideo), während 25% eine Veranstaltung in Präsenz vorziehen würden (23% gaben keine Präferenz an). Von denjenigen, die an keiner Informationsveranstaltung teilgenommen hatten, gaben 64% an, dass ihnen die Veranstaltungen nicht bekannt waren und 33% hatten keinen Bedarf.

Die Zeitpunkte und der Umfang sowie die Form des Ansprechens bei den Informationsveranstaltungen wurden auf einer Likert-Skala mit sieben Items ([1] überhaupt nicht zufrieden bis [7] vollkommen zufrieden) mit Mittelwerten zwischen 5,16 bis 5,73 bewertet. Die Standardabweichungen gaben Streuungsbreiten von 1,07 bis 1,52 um die jeweiligen Mittelwerte an.

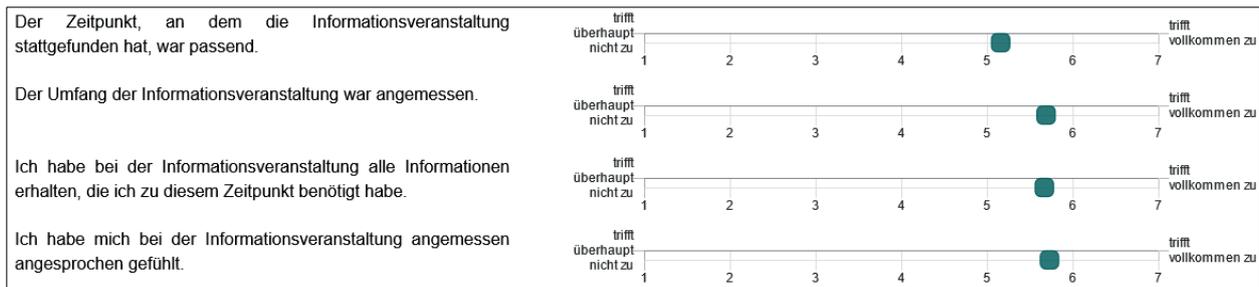


Abbildung 5: Bewertung des Informationsangebots auf den Informationsveranstaltungen.

Drei Viertel der Studierenden erhielten keine Informationen der Geschäftsstelle Bildungswissenschaften über die Kanäle auf **Social-Media** (3). Das Informationsangebot auf Instagram erreichte 24% der Teilnehmenden. Lediglich 1% erhielten Informationen über Facebook.

Das Informationsangebot auf Social-Media und die Form des Ansprechens wurden auf einer Likert-Skala mit sieben Items ([1] überhaupt nicht zufrieden bis [7] vollkommen zufrieden) mit Mittelwerten von 4,29 und 4,36 bewertet. Die Standardabweichung offenbarte vergleichsweise hohe Streubreiten von 1,75 und 1,81 um die jeweiligen Mittelwerte. Durch die halboffenen Fragen wurde insbesondere kritisiert, dass das Informationsangebot der GS BilWiss auf den Social-Media-Kanälen wenig bekannt ist.

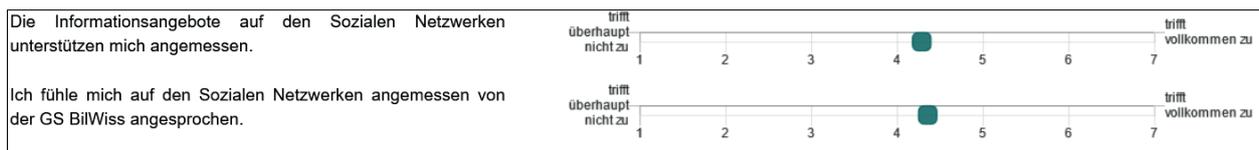


Abbildung 6: Bewertung des Informationsangebots auf Social-Media.

Im Allgemeinen wurde das Informationsangebot der Geschäftsstelle Bildungswissenschaften auf einer Likert-Skala mit sieben Items ([1] unzureichend informiert bis [7] sehr informiert) mit einem Mittelwert von 3,99 bei einer Standardabweichung von 1,85 bewertet. Bei der allgemeinen Zufriedenheit mit dem Informationsangebot wurde zudem geprüft, inwieweit diese mit der Bekanntheit der Geschäftsstelle korreliert. Die allgemeine Zufriedenheit sank auf einen Mittelwert von 3,17 bei denjenigen, die bei der Frage nach der Bekanntheit der GS BilWiss mit „Nein“ geantwortet haben und stieg auf einen Mittelwert von 4,66 bei denjenigen, die bei der Frage nach der Bekanntheit der GS BilWiss mit „Ja“ geantwortet haben (siehe Abbildung 9). Ein statistischer Test bestätigt den korrelativen Zusammenhang zwischen Bekanntheit der GS BilWiss und Zufriedenheit mit dem Informationsangebot: der Chi-Quadrat-Test gab eine asymptotische Signifikanz von $<0,001^3$ an, wodurch von einem korrelativen Zusammenhang zwischen den Variablen Bekanntheit der Geschäftsstelle und Zufriedenheit mit den Informationsangeboten auszugehen ist. Mit anderen Worten ist die Bekanntheit der Angebote zentral für die Zufriedenheit mit selbigen.

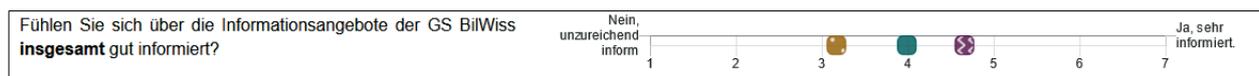


Abbildung 7: Bewertung des Informationsangebots - allgemein (abhängig von Bekanntheit der GS).

Grün = Alle; rot = GS unbekannt (nein); gelb = GS bekannt (ja).

Daneben wurde ein korrelativer Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Zufriedenheit mit den Informationsangeboten festgestellt: der Chi-Quadrat-Test gab eine asymptotische

³ Bei einem Signifikanzniveau von 5% ($\alpha = 0,05$) kann also die Nullhypothese (dass kein Zusammenhang zwischen den beiden Variablen besteht) widerlegt werden.

Signifikanz von 0,007 an. Auch hier ist somit die Nullhypothese zu verwerfen und von einem Zusammenhang zwischen den beiden Variablen auszugehen. Der Vergleich der Mittelwerte zeigt, dass männliche Studierende durchschnittlich unzufriedener sind ($\bar{x} = 3,57$) als weibliche Studierende ($\bar{x} = 4,11$), obwohl die GS BilWiss statistisch unter weiblichen Studierenden nicht bekannter ist.

Die Teilnehmenden setzten bei ihrer offenen Bewertung zudem folgende **Schwerpunkte und Wünsche**:

- Kritik an unzureichender Verbreitung und Bewerbung der Informationsangebote.
- Kritik an nicht ausreichender Übersichtlichkeit der Informationen.
- Wunsch nach Berücksichtigung von zusätzlichen Themenbereichen (etwa zur Klimakrise).
- Wunsch nach mehr aufgezeichneten Formaten.
- Wunsch nach anderen Informationsformaten (etwa Newsletter oder To-Do-Liste).
- Wunsch nach Zusatzangeboten zu spezifischen Anliegen (etwa Studiengangswechsel, Berufseinstieg, Praxisphasen, Erasmus etc.).
- Wunsch nach deutlicherer Verantwortlich- und Ansprechbarkeit (insbesondere zwischen den beteiligten Institutionen).

Zufriedenheit mit dem Beratungsangebot

Bei der Evaluation des Beratungsangebots der GS BilWiss wurde insbesondere die Zufriedenheit mit den verschiedenen Angebotsformaten und der Wunsch nach zusätzlichen Formaten abgefragt. 41% der Befragten kannten das Beratungsangebot der GS BilWiss nicht. Gleichzeitig hatten 87% aller Teilnehmer*innen das Beratungsangebot bisher nicht in Anspruch genommen (auch wenn sie es kannten). Von denjenigen, die das Beratungsangebot bereits genutzt hatten, nutzten 77% die Beratung per E-Mail, 40% per offener Sprechstunde und 29% per individueller Terminvereinbarung. Bei den Beratungssprechstunden präferierten 62% der Studierenden Angebote in Präsenz und 50% wünschten sich Zoom-Sprechstunden. Telefonische Beratungen waren mit 32% am wenigsten gewünscht.

Die Angebote zur Beratung wurden somit deutlich seltener als die Informationsangebote angenommen. Zwar gaben 61% der Studierenden an, das Beratungsangebot bislang nicht genutzt zu haben, weil kein Bedarf existierte, 40% äußerten jedoch, dass ihnen das Angebot unbekannt war und sie es deshalb nicht in Anspruch genommen haben. Gleichzeitig gaben 32% der Befragten an, dass sie die zuständige Ansprechperson nicht problemlos finden konnten. Dadurch kann erneut festgestellt werden, dass die unzureichende Bekanntheit der Angebote eine zentrale Herausforderung darstellt: Studierende, die das Beratungsangebot nicht kannten, gaben selbiges als Hauptgrund (70%) dafür an, warum sie das Angebot bislang nicht nutzten (Abb.

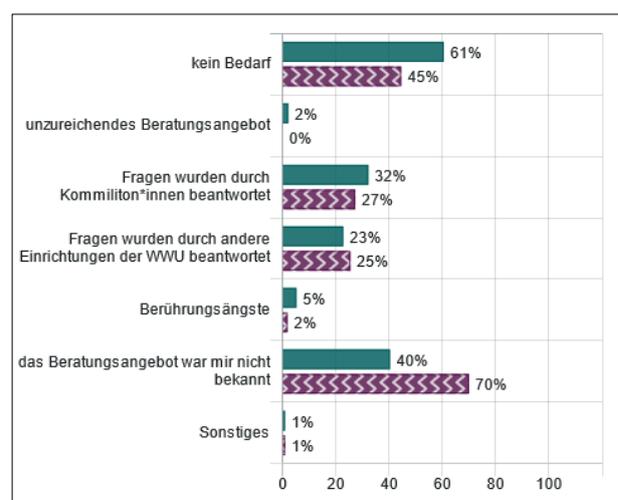


Abbildung 8: Gründe für Nichtinanspruchnahme der Beratung
Grün = Alle; rot = Kein Angebot bekannt (keine).

8). Der Bedarf am Beratungsangebot bzw. die Nachfrage dessen wäre somit (vermutlich) deutlich höher, wenn das Angebot unter den Studierenden bekannter wäre.

Die Beratungsgründe waren vielseitig.⁴ Überwiegend wendeten sich Studierende mit Anliegen zur Studienverlaufsplanung (49%), zu Anerkennungen und zu Anrechnungen (40%), zu Anmeldeverfahren und zu Fristen (37%) oder zu Prüfungen (29%) an das Beratungsbüro.

Auf den Likert-Skalen wurde das Beratungsangebot deutlich besser bewertet, als das Informationsangebot. Die Zufriedenheit mit der Bearbeitung, Erreichbarkeiten, Kontaktmöglichkeiten, Rückmeldedauer, Dauer der Beratung sowie Expertise wurden mit Mittelwerten zwischen 6,25 bis 6,48 bewertet. Die Standardabweichungen gaben Streubreiten von 0,67 bis 1,09 um die jeweiligen Mittelwerte an.

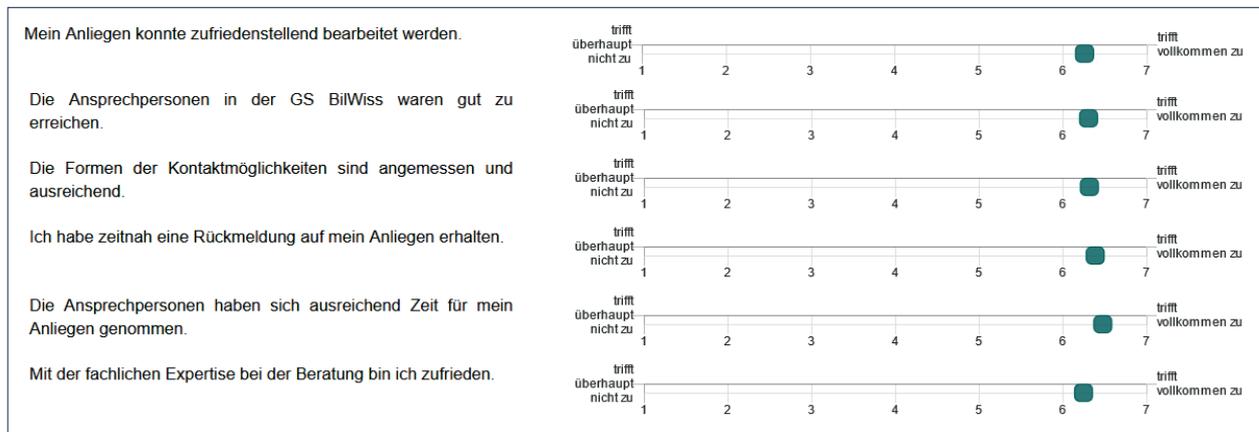


Abbildung 9: Bewertung des Beratungsangebot - spezifisch.

Im Allgemeinen wurde die Zufriedenheit mit dem Beratungsangebot der Geschäftsstelle Bildungswissenschaften auf einer Likert-Skala mit sieben Items ([1] trifft überhaupt nicht zu bis [7] trifft vollkommen zu) mit einem Mittelwert von 5,14 bei einer Standardabweichung von 1,35 bewertet. Es wurde zudem geprüft, inwieweit diese Zufriedenheit mit der Bekanntheit der Geschäftsstelle und der Nutzung des Beratungsangebots korreliert. Die Allgemeine Zufriedenheit sank auf einen Mittelwert von 4,55 bei denjenigen, die bei der Frage nach der Bekanntheit der GS BilWiss mit „Nein“ geantwortet haben und stieg auf einen Mittelwert von 5,43 bei denjenigen, die bei der Frage nach der Bekanntheit der GS BilWiss mit „Ja“ geantwortet haben (siehe Abbildung 10). Die Allgemeine Zufriedenheit sank auf einen Mittelwert von 4,94 bei denjenigen, die bei der Frage nach der Nutzung des Beratungsangebots mit „Nein“ geantwortet haben und stieg auf einen Mittelwert von 5,79 bei denjenigen, die bei der Frage nach der Nutzung des Beratungsangebots mit „Ja“ geantwortet haben (siehe Abbildung 11).

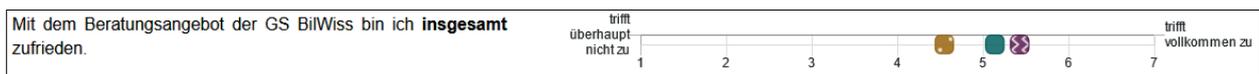


Abbildung 10: Bewertung des Beratungsangebots - allgemein (abhängig von Bekanntheit der GS).

Grün = Alle; gelb = GS unbekannt (nein); rot = GS bekannt (ja).

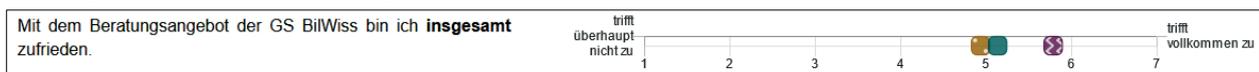


Abbildung 11: Bewertung des Beratungsangebots - allgemein (Nutzung des Beratungsangebots).

Grün = Alle; gelb = Beratungsangebot ungenutzt (nein); orange = Beratungsangebot genutzt (ja).

⁴ Hier ist eine besonders kleine Stichprobengröße von n = 35 zu berücksichtigen.

Ein statistischer Test bestätigt diese korrelativen Zusammenhänge. Diese sind jedoch geringer als beim Informationsangebot ausgeprägt: die Chi-Quadrat-Tests gaben asymptotische Signifikanzen von $<,011^5$ (Bekanntheit des GS BilWiss und Zufriedenheit mit dem Beratungsangebot) und $0,013^6$ (Nutzung des Beratungsangebots und Zufriedenheit mit dem Beratungsangebot) an, wodurch von korrelativen Zusammenhängen zwischen den Variablen Bekanntheit der Geschäftsstelle respektive Nutzung der Beratungsangebote und Zufriedenheit mit den Informationsangeboten auszugehen ist. Mit anderen Worten ist die Bekanntheit der Angebote sowie die tatsächliche Nutzung dieser demnach zentral für die Zufriedenheit mit selbigen.

Daneben wurde ein korrelativer Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Zufriedenheit mit den Beratungsangeboten festgestellt: der Chi-Quadrat-Test gab eine asymptotische Signifikanz von $0,004$ an. Auch hier ist somit die Nullhypothese zu verwerfen und von einem Zusammenhang zwischen den beiden Variablen auszugehen. Der Vergleich der Mittelwerte zeigt, dass männliche Studierende unzufriedener sind ($\bar{x} = 4,94$) als weibliche Studierende ($\bar{x} = 5,22$).

Die Teilnehmenden setzten bei ihrer offenen Bewertung zudem folgende **Schwerpunkte und Wünsche**:

- Kritik an unzureichender Bekanntheit und Sichtbarkeit der Beratungsangebote.
- Wunsch nach mehr Beratung zu Dritt- und Erweiterungsfächern sowie Studiengangs- und Fachwechsel, Praxisphasen und Referendariat.
- Wunsch nach Beratung zu Bewerbungen in die Masterstudiengänge.
- Wunsch nach Beratung zu Abschlussarbeiten.
- Bedarf an Peer-to-Peer-Beratung.
- Wunsch nach Beratung zu Mobbing- und Sozialverhalten.

Bewertung und Interpretation der Ergebnisse

Der GS BilWiss und damit auch ihrem Informations- und Beratungsangebot Bedarf es an einer Stärkung ihrer Bekanntheit. Über der Hälfte aller Studierenden ist die Arbeit der Geschäftsstelle, die sich explizit an die Informations- und Beratungsbedürfnisse der Studierenden richten, nicht bekannt. Die Informationsangebote über die Kanäle der Geschäftsstelle (Homepage, Informationsveranstaltungen, Social-Media) waren zwischen 24% - 53% der Studienteilnehmer*innen bekannt. Die Beratungsangebote der Geschäftsstelle kannten 41% der Studierenden. Gleichzeitig korreliert die Zufriedenheit mit den Informations- und Beratungsangeboten mit deren Bekanntheit und dem Nutzungsverhalten der Studierenden. Unter den Studierenden, die die Angebote kannten und nutzten, erzielten die Angebote gute Zufriedenheitswerte. Die Studienergebnisse können daher zu einer zentralen Erkenntnis zusammengefasst werden:

Studierende, die das Informations- und Beratungsangebot nicht kennen, nutzen es nicht und fühlen sich folglich unzufriedenstellend informiert und beraten.

⁵ Bei einem Signifikanzniveau von 5% ($\alpha = 0,05$) kann also die Nullhypothese (dass kein Zusammenhang zwischen den beiden Variablen Bekanntheit und Zufriedenheit besteht) widerlegt werden.

⁶ Bei einem Signifikanzniveau von 5% ($\alpha = 0,05$) kann also die Nullhypothese (dass kein Zusammenhang zwischen den beiden Variablen Nutzungsverhalten und Zufriedenheit besteht) widerlegt werden.

Es kann somit festgehalten werden, dass es den Angeboten der Geschäftsstelle in erster Linie nicht an Qualität, sondern an Bekanntheit und Sichtbarkeit mangelt.

Zentrale Handlungsableitung aus den vorliegenden Evaluationsergebnissen ist daher, dass die Geschäftsstelle ihre Stellung im universitären Geflecht stärken und ihre Angebote im Bewusstsein der Studierenden verankern sollte, um sie zielgerichteter erreichen zu können. Als besonders zuverlässiges Kontaktmedium erwiesen sich Kontaktaufnahmen per E-Mail (Informationsmails) und Informationsveranstaltungen. Um Studierende effektiv zu erreichen, sollte die GS BilWiss daher die direkten Kontaktaufnahmemöglichkeiten stärken.

Beim Informationsmanagement offenbaren die Evaluationsergebnisse einen erhöhten Handlungsbedarf bei der Optimierung der Übersichtlichkeit der Informationen (etwa Reduzierung von Querverweisen auf der Homepage) und eine deutlichere Kommunikation der Zuständigkeiten – sowohl innerhalb der Geschäftsstelle als auch hinsichtlich der Kooperationspartner*innen. Studierende haben oftmals Schwierigkeiten, die gesuchten Informationen zeitnah zu finden und formulierten daher Wünsche nach Übersichtstabellen (etwa zu To-Dos zum Studienstart oder zu den Abschlussarbeiten) und nach vereinfachten Suchfunktionen.

Das Beratungsangebot wurde im Vergleich zum Informationsangebot deutlich positiver bewertet. Auch hier offenbarte sich ein erhöhter Mangel an Bekanntheit und eine negative Korrelation mit der Zufriedenheit. Gleichzeitig zeigt sich, dass sich die individuellen Bedarfe an das Beratungsangebot häufig an Aufgaben richten, die außerhalb der Zuständigkeit der Geschäftsstelle liegen. So wurden einige Rückmeldungen zu Angeboten zum Praxissemester, Erweiterungsfächern oder Karrieremöglichkeiten außerhalb des Lehramts geäußert.

Vor dem Hintergrund dieser zu stärkenden Bekanntheit der Angebote ist abschließend die eingeschränkte Reichweite der Evaluationsergebnisse zu berücksichtigen: da nur die Hälfte der Studierenden die Angebote der Geschäftsstelle kennen, ist bei der Interpretation der Ergebnisse zu bedenken, dass sich die Bewertung der Angebote möglicherweise auf Angebote anderer Organisationseinheiten beziehen. Die offenbarte Korrelation zwischen Bekanntheit und Zufriedenheit der Angebote unterstützt diese eingeschränkte Interpretierfähigkeit der Erkenntnisse.

Ausblick

Die vorliegenden Evaluationsergebnisse haben bereits weitreichende Prozesse zur Überarbeitung der evaluierten Strukturen initialisiert, die in der Evaluation konkret adressiert wurden. So hat die GS BilWiss ihr Informationsmanagement auf der Homepage angepasst und dabei die kritisierten Querverweise reduziert, um ein übersichtliches Informationsangebot herzustellen. Die allgemeine Seitenzahl auf der Homepage wurde reduziert, sodass alle relevanten Informationen möglichst auf einer thematisch zusammenhängenden Seite abgerufen werden können. Die GS BilWiss setzt zudem vermehrt auf visuelle Unterstützungsangebote und kooperiert bei der Visualisierung ihrer Informationen mit dem Designservice der Universität Münster. Zusätzliche Informationen zum Studium mit Beeinträchtigungen, Auslandsstudien, Bibliotheken und dem Qualitätsmanagement der GS BilWiss wurden eingeflochten und die Übersichtsseiten zu Abschlussarbeiten und den Praxisphasen ausgebaut und vertieft. Bei den Informationsveranstaltungen wurde im Wintersemester 2023/24 vermehrt auf digitale Formate gesetzt und der Learnweb-Kurs für Masterstudierende weitreichend ausgebaut und prominent beworben. Beim Beratungsangebot geht die GS BilWiss insbesondere auf die studentischen Wünsche nach diversifizierten

Formaten (u.a. in Zoom oder offenen Sprechstunden) oder nach spezifischen Anliegen (etwa expliziten Beratungsangeboten zur Leistungsanmeldung) ein und baut ihr Angebotsportfolio weiter aus. Weitere Evaluationsergebnisse werden zukünftig adressiert. So befinden sich etwa Checklisten zur Planung und Begleitung des bildungswissenschaftlichen Studiums in der aktiven Planungsphase. Im Rahmen der anstehenden Systemakkreditierung der Universität Münster und der Reakkreditierung der Bildungswissenschaften soll beim weiteren Ausbau der Qualitätsmaßnahmen zudem mit den Anteilsdisziplinen und Kooperationspartner*innen intensiv diskutiert werden, wie die verschiedenen Zuständigkeiten und die diversen Unterstützungsangebote deutlicher und abgrenzbarer an Studierende kommuniziert werden können. So werden die Aufgabengebiete der GS BilWiss und deren Zuständigkeiten bereits seit Kurzem in den Einladungsmails an die Studienanfänger*innen und in den zentralen bildungswissenschaftlichen Vorlesungen vorgestellt.