

Carmen Koch, Angelica Hüsler, Max Müller

12 Dranbleiben: Wie das IAM von seinen Absolventinnen und Absolventen lernt

Abstract: Seit 2003 betreibt das IAM Institut für Angewandte Medienwissenschaft am Departement für Angewandte Linguistik ein umfangreiches „Absolvententracking“, das die departementweite Einführung von Absolventenbefragungen mitgeprägt und -gestaltet hat. Das Tracking begleitet Studierende und spätere AbsolventInnen von Beginn des Studiums bis zehn Jahre nach ihrem Abschluss. Dieses wertvolle Evaluationsinstrument ermöglicht unmittelbare Rückmeldungen zum Studiengang, Einschätzungen zu Entwicklungen im Berufsfeld und kann den Studiengang legitimieren. Nachfolgend wird ein Einblick in das Instrument der Absolventenbefragung gegeben, am Beispiel der IAM-Befragungen werden Erfolgsfaktoren in der Durchführung vorgestellt und die gewonnenen Einsichten diskutiert.

1 Was Absolventenbefragungen leisten können

AbsolventInnen sind die BotschafterInnen der Hochschule. Ihre Erfahrungen mit dem Studiengang tragen sie weiter. Ihr Erfolg oder Misserfolg im Berufsleben kann mit der Ausbildungsstätte in Verbindung gebracht werden. Die Zufriedenheit und der Erfolg im Berufsleben der AbsolventInnen sind also ein wichtiger Bestandteil der „Visitenkarte“ einer Hochschule.

So nah und intensiv wie die AbsolventInnen hat kaum jemand anders den Studiengang von A bis Z miterlebt. Sie haben einen breiten Erfahrungsschatz und sind als gelernte Fachkräfte in der Lage, darüber zu reflektieren (Arnold, 2003: 416). Um von ihnen zu lernen und sich weiterzuentwickeln, wurde das Instrument der Absolventenbefragung eingeführt. Immer mehr (Hoch-)Schulen fragen ihre Alumni nach Bewertungen des Studiengangs, über ihre Arbeitstätigkeit und Karrierewege (Teichler, 2002). Das IAM hat für den BA-Studiengang ein umfassendes Absolvententracking installiert. Auch der Bachelorstudiengang Angewandte Sprachen am Institut für Übersetzen und Dolmetschen sowie der Masterstudiengang Angewandte Linguistik am gleichnamigen Departement haben nach diesem Vorbild ihr Absolvententracking aufgegleist.

Der Nutzen sowie die Anspruchsgruppen sind vielfältig (einen Überblick über die Verwendungsbereiche bietet auch Abb. 1): Absolventenbefragungen sind unter anderem eine wichtige Möglichkeit der Selbstprüfung für die Hochschulen.

Studiengänge sehen sich mit einer wachsenden Konkurrenz im Aus- bzw. Weiterbildungsmarkt konfrontiert. Dazu kommen im Bereich der Kommunikationsberufe ständige Veränderungen sowie eine unsichere Berufslage. Das Berufsfeld ist mit ständigen technischen Neuerungen, Weiterentwicklungen, Ressourcen- und Qualitätsfragen sowie kritischen Fragen zur Selbstdefinition und -orientierung konfrontiert. Nicht selten wird Ausbildungsstätten im Bereich Kommunikation vorgeworfen, dass sie (zu) viele AbsolventInnen in einen kleinen, krisengeprägten Arbeitsmarkt entlassen und damit am Markt vorbei ausbilden würden (z. B. Lobigs, 2011). Daten aus Absolventenbefragungen dienen deshalb unter anderem zur politischen Legitimation des Studienangebots:

[...] Absolventenbefragungen [sind] unersetzlich, wenn es darum geht, Aussagen über die berufsqualifizierende Funktion von Studiengängen zu treffen. Dabei kann es einerseits um die Frage gehen, welche Studienabschlüsse überhaupt auf dem Arbeitsmarkt akzeptiert werden – eine Frage, die sich für neu konzipierte Studiengänge stellt, aber auch in Bereichen, in denen sich der Arbeitsmarkt gewandelt hat. Andererseits ist es möglich, über Rückmeldungen von Absolventen die Qualität der Berufsvorbereitung durch das Studium im Allgemeinen und die Berufsrelevanz bestimmter Studieninhalte im Besonderen zu beurteilen. (Arnold, 2003: 417)

Die resultierenden Ergebnisse bieten zugleich Orientierung für (potenzielle) Studierende. Welche Wege können nach dem Studienabschluss eingeschlagen werden? Welche Chancen sehen AbsolventInnen im Berufsfeld? Dies interessiert

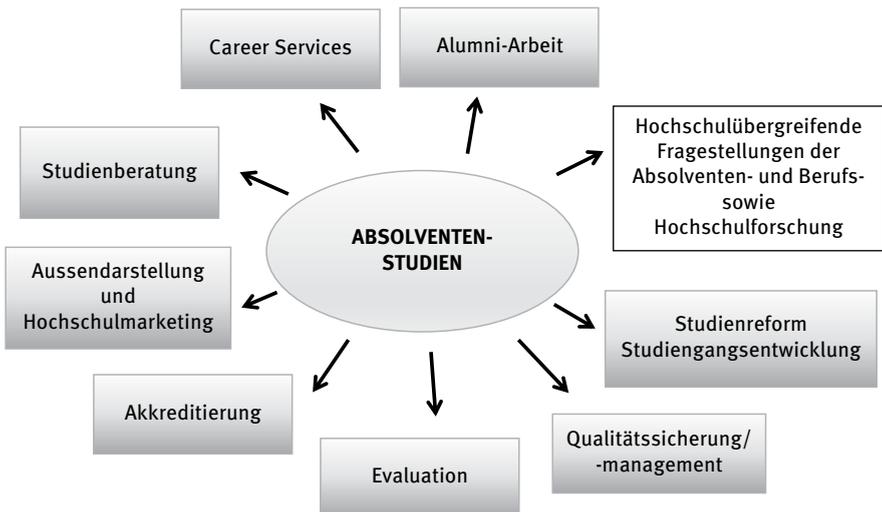


Abb. 1: Verwendungsbereiche von Absolventenstudien (Janson, 2014: 63)

nicht nur junge Studierende, sondern auch Berufsberatungen, wenn sie Studiengänge weiterempfehlen.

Rückmeldungen der AbsolventInnen zum Studiengang dienen der Weiterentwicklung des Bildungsangebots, sei dies unmittelbar von einzelnen Lerngefässen oder bei der langfristigen Gestaltung.

Indem berufliche Karrieren mitverfolgt sowie das Wissen und die Erfahrung der Fachkräfte um benötigte Kompetenzen und Trends abgeholt werden, lassen sich Entwicklungen im Berufsfeld beobachten und damit die Ansprüche an Studiengänge oder Weiterbildungsangebote definieren. Dabei ist die Frage aufzuwerfen, wie das Verhältnis von Studium zu Beruf aussieht, wie viel Ausensteuerung zugelassen werden soll, aber auch, wie die Hochschulausbildung gestaltet sein soll, damit Berufsfähigkeit und Hochschulausbildung nicht zu Gegensätzen werden (Neuberger, 2005). HochschulforscherInnen (Engelage & Schubert, 2009: 218; Janson, 2014: 28) unterscheiden zum einen zwischen vertikaler Adäquanz, d. h. ob der Hochschulabschluss der beruflichen Tätigkeit entspricht; zum anderen fokussieren sie auf die horizontale Adäquanz, welche „die fachliche Nähe zwischen Hochschulausbildung und beruflicher Tätigkeit“ misst und fragt: In welchem Maße können die erworbenen Fähigkeiten und Kompetenzen im beruflichen Alltag eingesetzt werden?“ (Janson, 2014: 28).

2 Das IAM-Absolvententracking – ein Überblick

Das Absolvententracking des IAM begleitet seine Bachelor-Studierenden und -AbsolventInnen des Studiengangs Kommunikation mit den Vertiefungen Journalistik und Organisationskommunikation mit einer Versuchsanlage im Paneldesign seit dem Abschluss des ersten Studiengangs 2003 (Spurk & Zischek, 2004). Es dient dazu, den Studiengang zu optimieren und damit der Anforderung einer professionellen Ausbildung gerecht zu werden. Zum anderen können die Ergebnisse bei der Repräsentation des Studiengangs helfen und damit die institutseigene Kommunikation nach innen und aussen unterstützen.

Das IAM-Absolvententracking ist in doppelter Hinsicht exemplarisch:

(I) Zum einen ist es umfangreich und mit Weitblick angelegt: Nach der Assessmenteintrittsprüfung umfasst es insgesamt fünf jährliche Befragungen, beginnend am ersten Studientag. Dort erhalten die Neankömmlinge einen umfassenden Printfragebogen, in welchem ihre Hintergründe zur Ausbildung, zur Studiumswahl, Erwartungen an den Studiengang und die spätere Berufstätigkeit abgefragt, sowie demographische Fragen gestellt werden. Schliesslich werden sie bei Abschluss des Studiums sowie ein Jahr, fünf und zehn Jahre später angefragt,

einen weiteren Fragebogen auszufüllen. Während in den Befragungen kurz nach Abschluss des Studiums (bei Abschluss und ein Jahr danach) nebst der Berufsfähigkeit auch die Bewertung des Studiengangs eine Rolle spielt, sind es fünf und zehn Jahre später noch stärker die beruflichen Entwicklungen sowie die im Beruf gebrauchten Kompetenzen und Fähigkeiten, die interessieren.

Die Befragung zehn Jahre nach Studienabschluss ist in jeder Hinsicht ein Gewinn. Sie zeigt langfristige Entwicklungen auf, im Falle des IAM auch im Hinblick darauf, ob das Studium befähigt, zwischen den Berufsfeldern Journalismus und Organisationskommunikation zu wechseln. So geben qualifizierte und etablierte Fachleute Auskunft über Anforderungen. Das vom IAM gewählte Vorgehen wird auch von Teichler (2002: 28) empfohlen: „Schließlich sind Studien wünschenswert, die nicht nur den Berufsweg in den ersten Jahren nach dem Studienabschluss, sondern über einen längeren Zeitraum hinweg verfolgen.“

(II) Zum anderen zeichnet sich das IAM-Absolvententracking durch annähernde Vollständigkeit aus. Der Studiengang entliess 2003 die ersten AbsolventInnen in den Markt. 2004 wurde die Befragung eingeführt und verfügt somit seit dem ersten Jahrgang über Daten „ein Jahr nach Abschluss“ und seit dem zweiten Jahrgang über Daten zum Zeitpunkt des Abschlusses selbst. Im Rahmen der Erstsemestrigenbefragung werden seit 2005 Daten gesammelt. 52 Befragungen wurden bereits durchgeführt, über 4000 Fragebögen gesammelt.

Ein guter Rücklauf ist das A und O

In einer Vollbefragung im Paneldesign ermöglicht ein guter Rücklauf an möglichst vielen Erhebungszeitpunkten aussagekräftige Langzeitbeobachtungen. Füllt eine Person zu einem der fünf Zeitpunkte den Fragebogen nicht aus, gibt es Lücken in der Datenreihe. Panelmortalität und „non response“ sind wichtige Themen: Je grösser die Zeitspanne zum Studienabschluss wird, desto schwieriger wird der Kontakt zu den AbsolventInnen. Distanz kann aber auch durch negative Erfahrungen entstehen, z. B. durch eine schlechte Atmosphäre während des Studiums, Vorfälle im Studium oder dem schlechten Abschluss.

Das IAM legt Wert auf Qualität in der Datenerhebung. Während die Sicherung des Rücklaufs im ersten Semester noch einfach ist – unvoreingenommene Studierende erhalten am ersten Semestertag einen Printfragebogen, den sie im Unterricht ausfüllen –, wird sie von Befragung zu Befragung immer anspruchsvoller. AbsolventInnen werden online befragt. Bei Studienabschluss und ein Jahr danach erhalten sie den Link dazu ausschliesslich per E-Mail, gefolgt von einem Erinnerungsmail und später einem Erinnerungsbrief mit beigelegtem Printfragebogen.

Fünf und zehn Jahre nach Abschluss geht dem E-Mail ein offizieller, von der Institutsleitung unterzeichneter Brief voraus, um die Relevanz der Befragung für das Institut zu unterstreichen. Nebst diesen Standardmassnahmen werden bei Studienabschluss DiplomandInnen, die noch nicht teilgenommen haben, persönlich angesprochen und gebeten, die Befragung auszufüllen. Bei den anderen Befragungen sind häufig aufwändige Adressrecherchen nötig: Hier dient einerseits das Internet als Informationsquelle, sei es für E-Mail-Adressen oder zur Eruiierung der aktuellen ArbeitgeberInnen. Zum anderen geben Einwohnerämter Auskunft über Umzugsorte. Gegebenenfalls müssen mehrere Ämter angefragt werden.

Eine besondere Herausforderung stellen Namenswechsel dar, mit denen gleichzeitig ein Adresswechsel verbunden ist. Nur durch akkurate Nachfrage und Nachfassung ist die Sicherung des erwünschten Rücklaufs möglich. Postadressen wechseln häufiger als E-Mail-Adressen, noch seltener werden aber Mobiltelefonnummern ausgetauscht. Das Mobiltelefon ist ein Kommunikationsmedium, das persönlicher Kontrolle unterliegt und entsprechend personalisiert wahrgenommen wird. Die Datafizierung der Medienkanäle unterstützt diese Eigenschaften. Das Mobiltelefon bietet Erreichbarkeit, Gesprächsbereitschaft und besitzt Authentizität in der Vertraulichkeit der Gesprächssituation. Überdies kann eine wortgewandte Person im telefonischen Gespräch den AbsolventInnen die Bedeutung ihrer Teilnahme an der Befragung optimal darlegen und die Compliance erhöhen.

Die Zahlen sprechen für den Erfolg der telefonischen Nachfassung: So konnte zum Beispiel 2016 in der Befragung „fünf Jahre danach“ der Rücklauf von 41 % (vor den Telefonaten) um 38 Prozentpunkte auf 79 % nach den Telefonaten gesteigert werden. Weiter verbesserte sich bei der Befragung „zehn Jahre danach“ der Rücklauf von anfänglich 29 % um 44 Prozentpunkte auf 73 %.

Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die Aktivierung von persönlichen Kontakten: Dozierende, Assistierende – sie sind häufig auch ehemalige Studierende – oder Alumni-Organisationen tauschen sich regelmässig mit AbsolventInnen aus. Ihrer Bitte, an der Befragung teilzunehmen, wird häufig nachgekommen. Auf diese Weise werden durchschnittliche Rückläufe von 97 % im ersten Semester, 95 % bei Abschluss, 84 % ein Jahr danach, 76 % fünf Jahre danach und 68 % zehn Jahre danach erreicht.

3 Erkenntnisse gewinnen und nutzen

Eine aktuelle Dissertation aus Deutschland (Janson, 2014: 281 f.) zeigt auf, dass das grosse Potenzial von Absolventenbefragungen nur selten ausgeschöpft wird: „Insgesamt ist das Interesse auf Fachbereichsebene gering und wird einzig temporär durch die Anforderungen der Akkreditierungsagenturen erhöht. Dabei zeichnet sich die Situation in den betrachteten Hochschulen durch weitestgehende Ignoranz aus. Selbst in thematisch nahestehenden Bereichen wie dem Career Service oder der Alumni-Betreuung wurde nur sehr vereinzelt von einer Nutzung der Ergebnisse berichtet.“ Weiter lässt sich eine Überforderung feststellen, sei dies bezüglich Kompetenzen für die Auswertung oder Zeit- bzw. Geldressourcen. Der Aufwand, Daten aus solchen Befragungen nutzbringend aufzubereiten, wird häufig unterschätzt. Einige Hochschulen fürchten sich vor schlechten Ergebnissen und vermeiden deshalb die Berichterstattung. Doch gerade eine regelmässige Dissemination der Daten wirkt sich positiv auf deren Verwendung zur Hochschulentwicklung aus, wie Janson (2014: 183) darlegt.

Wie andernorts sind am IAM die wertvollen Daten lange brach gelegen. Im Zuge der Institutsstrategie wurde eine umfassende Berichterstattung aufgelegt. Zum einen wurden standardisierte Reports erstellt, welche jährlich für die jeweiligen Jahrgänge aufbereitet werden, sowie Vergleiche zu den letzten vier Jahrgängen zulassen. IAM-Mitarbeitende können die für sie interessanten Informationen daraus auswählen. Zugleich werden Bewertungen und Kommentare zum Studiengang von der Studiengangleitung wie auch von der Lernbereichsleitung gesichtet und dann an Dozierende weiterkommuniziert. In internen Austauschforen werden immer wieder Ergebnisse zur Diskussion gestellt. Das IAM als Ausbildungsstätte muss sich in diesem Rahmen immerzu, von Fall zu Fall mit der Frage auseinandersetzen, welche Konsequenzen die Ergebnisse haben und welche Haltung es einnehmen möchte. Bisherige Massnahmen waren zum Beispiel Anpassungen in der Ausgestaltung der Semester. Ein anderes Beispiel stellt das Fach Medienforschung dar, dessen Zweck von AbsolventInnen häufig in Frage gestellt wird. Das IAM als Hochschulinstitut glaubt nach wie vor an dessen Bedeutung, so dass es nicht aus dem Curriculum gestrichen wird. Der Wissenskanon der Medienforschung sowie die Formen der Vermittlung stehen aber durchaus zur Diskussion.

An dieser Stelle wird ein weiterer Vorteil des IAM-Absolvententrackings sichtbar. Trifft nämlich Kritik am Curriculum bzw. einem seiner Teile von einer externen oder zentralen Stelle beim Lehrkörper ein, reagiert dieser in der Regel mit Ablehnung und verteidigt seine Fachkompetenz mit dem Recht auf akademische Freiheit. Stammen Fragen jedoch aus dem eigenen Haus, ist die Bereitschaft zur

Diskussion und Auseinandersetzung mit Lerninhalten weniger vorbelastet und besser zu führen.

Damit darf keinesfalls einem „passing“ zwischen Absolvententracking und Lehrplanänderung Vorschub geleistet werden. Unter „passing“ wird die Erwartung verstanden, Bereiche eines Hochschulinstituts mit den Mitteln der empirischen Sozialforschung lenken zu können oder Garantien und Erfolge für Massnahmen zu prognostizieren. Mit einem Absolvententracking werden in sensiblen Bereichen die Möglichkeiten zu einem Austausch sowie einem Diskurs auf der Grundlage einer quantitativen Messung geschaffen. Ob die Chancen ergriffen werden, hängt von Bereitschaft als auch Fähigkeit der Institution und des angesprochenen Lehrkörpers ab.

Für die Aussendarstellung wird eine Karrieretrackingbroschüre erstellt, welche die zentralen Ergebnisse zur Beschäftigung und den Arbeitsfeldern aufzeigt. Durchgeführt werden auch Auswertungen auf konkrete Anfragen, sei dies von Dozierenden, JournalistInnen, für öffentliche Auftritte oder zur Studiengangspräsentation. In diesem Rahmen sind am IAM Fallstudien zu Themen wie „Berufsfeldwechsel“ oder „Die Bedeutung von Weiterbildungsmassnahmen für IAM-AbsolventInnen“ entstanden.

Wie die Ausführungen vermuten lassen, sind die Erkenntnisse, die sich aus dem Absolvententracking ziehen lassen, vielfältig und umfangreich (vgl. dazu den Beitrag von Helga Kessler in diesem Band). Wie oben eingeführt, liegt eine Chance darin, den Berufserfolg zu untersuchen.

4 Messung von Erfolgskriterien

Abele und Spurk (2009: 804) definieren Berufserfolg wie folgt: „Career success (...) is both objective success such as pay or hierarchical position and it also comprises the beholder's subjective success, which is an individual's evaluation of his/her career.“ Unterschieden wird dabei zwischen objektivem Erfolg, der meist über Einkommen, berufliche Stellung und beruflichen Aufstieg gemessen wird sowie subjektivem Erfolg, der über Arbeits- oder Laufbahnzufriedenheit erhoben werden kann (Dette, Abele & Renner, 2004: 172; Weber, 2013: 7 f.). „Hintergrund ist dabei der Gedanke, dass Zufriedenheit im beruflichen Lebensbereich ein zentrales berufliches Ziel der Menschen darstellt und die Erreichung dieses Ziels einen Erfolg bedeutet.“ (Weber, 2013: 8)

Meist ist Erfolg mehrschichtig und Absolventenstudien haben die Möglichkeit, hier einen tieferen Einblick als blosser Beschäftigungsstatistiken zu erhalten: „[...] häufig wird der Charakter der Arbeitsaufgaben ausgelotet, die

beruflichen Motivationen und die berufliche Zufriedenheit ermittelt, der Studienweg nachgezeichnet, der Übergang vom Studium in den Beruf detailliert aufgezeigt, die Einschätzungen der Individuen zur Frage der Adäquatheit der Position bzw. Verwendung der im Studium erworbenen Qualifikationen ermittelt und das Studium im Rückblick aus der Sicht von Berufserfahrenen bewertet.“ (Teichler, 2002: 14) Für Studiengänge ist der persönliche Erfolg ihrer AbsolventInnen auch ihr Erfolg.

Objektiv wird der Erfolg der Ausbildung am IAM daran gemessen, ob ein adäquater Eintritt ins Arbeitsleben stattgefunden hat. Dies wird u. a. mittels folgender Variablen erhoben: Anzahl AbsolventInnen mit Stelle, berufliche Stellung, ob die Arbeit im Zusammenhang mit dem Studium steht, (akademische) Voraussetzungen für die Stelle.

Eher subjektiv erschliessbar sind die vertikalen Adäquanzkriterien: Entspricht die berufliche Tätigkeit dem Erlernten, sind Wissen und Können der beruflichen Tätigkeit angemessen? Welche Chancen auf dem Arbeitsmarkt hat ein/e AbsolventIn des IAM im Vergleich zu gleichgelagerten Ausbildungen?

Genauso subjektiv, aber nicht minder wertvoll ist die Erhebung der Bewertung einzelner Aspekte des Studiengangs. So wird die Zufriedenheit mit dem Studiengang im Allgemeinen gemessen wie auch jene mit einzelnen Lehrveranstaltungen. Die Einschätzung der erlebten Kompetenz und der Betreuung durch Dozierende sowie der Qualität der Lehrveranstaltungen erlaubt direkte Handlungsempfehlungen. Das Postulat der Hochschulen, nämlich die Verknüpfung von Theorie und Praxis, wird genauso bewertet wie die Atmosphäre am Institut.

Literaturverzeichnis

- Abele, A. E. & Spurk, D. (2009). How do objective and subjective career success interrelate over time? *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 82(4), 803–824.
- Arnold, E. (2003). Absolventenstudien zur Unterstützung von Studienreformprojekten: Wie lässt sich der Nutzen steigern? *Sozialwissenschaften und Berufspraxis* 26(4), 415–428.
- Detle, D. E., Abele, A.E. & Renner, O. (2004). Zur Definition und Messung von Berufserfolg. Theoretische Überlegungen und metaanalytische Befunde zum Zusammenhang von externen und internen Laufbahnerfolgsmaßen. *Zeitschrift für Personalpsychologie* 3(4), 170–183.
- Engelage, S. & Schubert, F. (2009). Promotion und Karriere – wie adäquat sind promovierte Akademikerinnen und Akademiker in der Schweiz beschäftigt? *Zeitschrift für Arbeitsmarktforschung* 42(3), 213–233.
- Janson, K. (2014). *Absolventenstudien: Ihre Bedeutung für die Hochschulentwicklung. Eine empirische Betrachtung*. Münster: Waxmann.

- Lobigs, F. (2011). Ruinöser Wettbewerb. Zur Krise der hochschulgebundenen Journalistenausbildung. *Journalistik*, 14(2) 5–7. Abgerufen 22.09.2016 von <http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=738>
- Neuberger, C. (2005). Alumni surveys as a method of evaluating teaching in communication. A synopsis of studies from the years 1995 to 2004. *Publizistik* 50(1), 74–103.
- Spurk, C. & Zischek, Y. (2004). Qualitätsanforderungen an Fachhochschulabsolventen. Grundlagenstudie des IAM-Absolvententracking. Winterthur, IAM: unveröffentlicht.
- Teichler, U. (2002). Potentiale und Erträge von Absolventenstudien. *Sozialwissenschaften und Berufspraxis* 1(2), 9–32.
- Weber, A. (2013). *Berufserfolg und Lebenszufriedenheit*. Universität Duisburg-Essen: Dissertation. Abgerufen 19.9.2016 von <http://duepublico.uni-duisburg-essen.de/servlets/DocumentServlet?id=32930>