

Zielgruppenorientierte Schnupperversammlungen durchführen

Eine Handreichung zur Planung von Schüler*innen-Workshops
für Dozierende der Universität Trier

Universität Trier
Abteilung II
Zentrale Studienberatung
Projekt „School's Over!“



Konzipierung, Vermarktung und Durchführung einer Kennenlernveranstaltung für Schüler*innen

„Im Wintersemester 2023/2024 bieten die deutschen Hochschulen 21.958 Studiengänge an. Davon sind 9.893 Bachelor- und 10.333 Masterstudiengänge, 1.365 führen zu einem staatlichen oder kirchlichen Abschluss sowie 367 zu einem Diplom- oder Magisterabschluss oder zu einem künstlerischen Abschluss, die die Kategorie „Übrige“ bilden. 92 % aller Studiengänge führen zu den Abschlüssen Bachelor und Master.“ (Auszug aus: Statistische Daten zu Studienangeboten an Hochschulen in Deutschland Studiengänge, Studierende, Absolventinnen und Absolventen, HRK)

Studieninteressierte können mittlerweile also zwischen über 9800 Bachelor-Studiengängen auswählen. Doch nicht alle Studiengänge sind hinlänglich bekannt, da der Lehrplan in Schulen meistens nur einen Bruchteil von Wissensgebieten abdecken kann. Woher sollen Studieninteressierte also eine Idee haben, welches der richtige Studiengang für sie ist? Meistens können allgemeine Fragen bereits durch Berufsberatungen der Arbeitsagenturen, Studienberatungen bei uns vor Ort oder aber auch bei einem Interessenstest eingegrenzt werden. Doch eine der interessantesten Fragen, die wir in der Zentralen Studienberatung gestellt bekommen, lautet: „Wie sieht so ein Uni-Alltag aus? Wie sieht das Lernen aus?“ Der Übergang vom getakteten Schulalltag zu einem Studium mit wechselnden Kurszusammensetzungen, neuen Lehrinhalten oder sogar einem Umzug in eine andere Stadt stellt viele Studienanfänger*innen vor große Herausforderungen. Um einen kleinen Einblick zu bekommen, eignen sich sogenannte „Kennenlernveranstaltungen“.

Wie Sie so eine Veranstaltung gestalten und worauf Sie achten können, erfahren Sie in dieser Handreichung des School's Over! Team der Zentralen Studienberatung.

1. Zielgruppe

Ihre primäre Zielgruppe besucht in den meisten Fällen die gymnasiale Oberstufe und hat bereits eine grobe Ahnung, in welche Richtung es gehen soll. Denken Sie aber auch gern die 10. Klassen von Gesamtschulen sowie Realschulen mit, die den Wechsel zum Gymnasium anstreben, um dort eine Hochschulzugangsberechtigung zu erlangen. Auch diese Zielgruppe darf man, was Potential und Interesse angeht, nicht unterschätzen. Dabei unterteilen wir basierend auf den letztjährigen Erfahrungen grob in drei Gruppen, die wiederum folgende Charakteristika/Fragen haben:

Gruppe A: Schüler*innen mit klaren Studienwunsch und -standort

- Kaum allgemeine Fragen, sondern sehr spezifisch
- Bereits sehr gut informiert

Häufige Fragen:

Frage nach Studienstandort

Gruppe B: Schüler*innen mit unspezifischem Studienwunsch

- Wollen studieren, wissen aber noch nicht was und wo
- Orientieren sich an Schulfächern und Eltern

Häufige Fragen:

Welche Studiengänge gibt es?

Was sind die Studieninhalte?

Welche Berufsfelder gibt es dazu?

ZSB // School's Over

Kawai Chung // schoolso@uni-trier.de

Stand 10. Juni 2024

- Haben allgemeinere Fragen
- Wenden oft das Ausschlussverfahren an

Gruppe C: Schüler*innen mit möglicher Studienabsicht:

- Würden vielleicht studieren
- Haben meistens noch keinen Überblick über existierende Studiengänge
- Können eigene Fähigkeiten noch nicht abschätzen
- Unsicherheiten bezüglich eigener Leistung, Finanzen etc.
- Zu viel Auswahl

Häufige Fragen:

Was bedeutet „Studieren“?

Welcher Nutzen hat ein Studium?

Welche Studiengänge gibt es?

Wichtig: Nicht alle Schüler*innen haben - trotz desselben Alters und der gleichen Schulform - denselben Informationsstand!

2. Thema der Veranstaltung

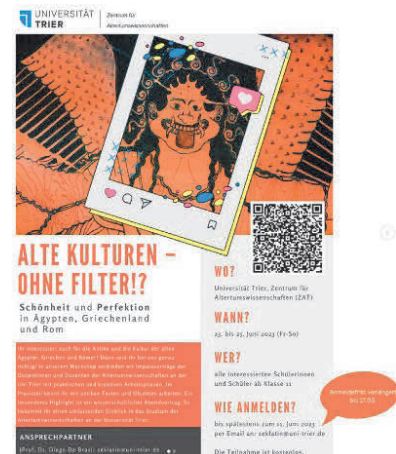
Gibt es ein aktuelles Forschungsprojekt bei Ihnen, das überregionale Aufmerksamkeit bekommen hat? Oder möchten Sie zunächst mit allgemeinen Grundkenntnissen anfangen? Beides hat seine Richtigkeit. Einerseits darf das Thema der Zielgruppe der 16–18-jährigen Schüler*innen nicht zu fremd sein. Andererseits muss es sich von aktuellen Trendthemen ein wenig absetzen.



Beispiel aus den Altertumswissenschaften:

Nicht: Schönheitsideale im Alten Ägypten
Sondern: Antike ohne Filter?! Schönheit und Perfektion in Ägypten, Griechenland, Rom

Der Kontextbezug zum Schlagwort „Filter“ wird bei der Zielgruppe die Assoziation zu Bildretuschen, Instagram und Co. auslösen.



2.1 Die Key-Note

Eine Key-Note ist nicht zwingend für eine erfolgreiche Veranstaltung erforderlich. Sofern Sie aber ein aktuelles Forschungsprojekt haben, können Sie dieses nutzen, um daran die weiteren Panels anzuknüpfen. Statt einer Key Note können Sie auch einen Einführungsvortrag halten, welcher den Einstieg ins Thema erleichtert.

ZSB // School's Over

Kawai Chung // schoolso@uni-trier.de

Stand 10. Juni 2024

2.2 Workshops

Workshops, in denen die Teilnehmenden Fragestellungen erarbeiten und ihre Ideen einbringen, können eine grobe Vorstellung von dem, was später im Studium auf sie zukommt, vermitteln. Dazu können Sie je nach Studiengang und Thema z. B. ein Experiment durchführen, ein Gemälde analysieren oder Textpassagen auswerten lassen.

2.3 Andere Formate der Wissensvermittlung

Einige Studiengänge haben Labore, andere Bienenstöcke, Sammlungen oder eine*n berühmten Alumnus/ Alumna. Diese können ebenfalls bei der Veranschaulichung hilfreich sein. Nutzen Sie gern, was Ihnen zur Verfügung steht!

2.4 Pausen

Pausen zwischen den Panels ermöglichen es den Teilnehmenden nicht nur das Erlebte zu verarbeiten, sondern auch Kontakte zu knüpfen und sich untereinander auszutauschen. Vielleicht lernen sich so die Studierenden von morgen schon jetzt kennen?

3. Organisation

3.1 Team

Nutzen Sie die Kenntnisse Ihres Teams: Vom Lehrstab über das Sekretariat bis hin zu Ihren studentischen Mitarbeitenden. Auch der Fachschafsrat verfügt in vielen Fällen über ein engagiertes Team und war vor kurzer Zeit in einer ähnlichen Situation wie Ihre Zielgruppe. Weitere zentrale Einheiten der Universität Trier, auf deren Untersetzung Sie zurückgreifen können sind:

Abteilung	Aufgabengebiet	Kontakt
Kommunikation und Marketing	Korrekturlesen, Marketing, Kontakt zu lokalen Medien	kommunikation@uni-trier.de
Pedelldienst	Hausverwaltung, Erste Hilfe	pedell@uni-trier.de
Raumvergabe	Raum buchen	raumvergabe@uni-trier.de
Druckerei	Layout und Druck von Printmaterialien	drucke@uni-trier.de
Universitätsbibliothek	Bibliotheksführung	auskunft@uni-trier.de

Externe Partner*innen wie zum Beispiel das Studiwerk oder Ihr eigener Alumni-Verein können ebenfalls eine Unterstützung sein, sei es in Form von finanzieller oder immaterieller Unterstützung.

3.2 Aufgaben

Ihr Lehrstab verfügt über die Fachkompetenzen, um den Inhalt des Kennenlerntags zu gestalten. Weitere, ebenso wichtige Mitarbeit stellt Ihr Sekretariat, wenn es um die Organisation, Raumbuchung, Organisation des Catering oder interne administrative Prozesse geht. Auch die Hilfe der studentischen Mitarbeitenden ist von immensem Vorteil: Mit diesen können Sie nicht nur im Vorfeld bereits Themen evaluieren, sondern deren eigene Erfahrungen optimal verwerten: „Hätte Ihnen ein Workshop wie dieser bei der Studienentscheidung geholfen? Was hat für unsere Uni gesprochen?“

Auch während des Kennenlerntags können Sie in Form von studentisch geführten Campustouren profitieren. Peer-to-Peer-Gespräche erleichtern Schüler*innen den Zugang zu niedrigschwelligen Informationen.

Wichtig: Verteilen Sie die Aufgaben bindend mit festen Deadlines und planen Sie auch Ersatz bei kurzfristigen Ausfällen ein.



Beispiel aus der Sinologie:

Frau Solonina hat das Anmeldeverfahren übernommen und nach Ablauf der Frist den Schüler*innen innerhalb von 5 Werktagen einen detaillierten Ablaufplan geschickt, der auch den Treffpunkt und die Anfahrtswege beschrieben hat.

3.3 Zeitlicher Rahmen

Einen perfekten Zeitpunkt gibt es für eine so große heterogene Gruppe nie oder selten. Was die Schüler*innen aber alle gemeinsam haben, ist die zeitliche Vorgabe durch ihren Schulalltag. Dieser Fragenkatalog kann Ihnen helfen, ein optimales Datum festzulegen.

- Wann finden die Schulferien statt?
- Wann gibt es Brückentage?
- Wann werden Klassenarbeiten geschrieben?
- Finden regionale Großveranstaltungen statt? (Beispiel: Berufsmessen, Altstadtfest, überregionale Festivals etc.)
- Welche Wochentage eignen sich?
- Wann ist im Allgemeinen Unterrichtsschluss?
- Welche Zeitspanne sollte für Anfahrtswege reichen?
- Wie lange sollen eigene Panels sein?

Überlegen Sie auch, wie viel Tage Ihre Veranstaltung umfassen soll. Manchmal reicht ein halber Nachmittag, ein Wochenende bietet sich je nach Themenwahl aber ebenfalls an.

4. Durchführung

Dieser Zeitplan dient Ihnen als grobe Orientierung:

Was?	Wann?	Wer?
Festlegung Thema und Datum	Sechs bis fünf Monate vorher	
Ausgestaltung des Programms, Aufgabenverteilung, Anwerbung evtl. Kooperationspartner*innen	Vier Monate vorher	
Freigabe und Layout des Programms, Raumbuchung, Finanzierung, Beschaffung, Catering	Drei Monate vorher	Layout z. B. Kommunikation und Marketing
Homepage, Werbung und Flyerdruck in Auftrag geben, Anmeldebeginn, Kommunikation & Marketing über Veranstaltung informieren, Veranstaltung in Kalender auf Uni-Homepage eintragen	Zwei Monate vorher	Druck z.B. Uni-Druckerei
Anmeldefrist für Teilnahme, Teilnahmelisten, Bestätigungen mit Details wie Anfahrt, Fotoerlaubnis, Überprüfung, ob Minderjährige dabei sind	Zwei Wochen vorher	
Präsentationen checken, Technik checken, letztes Meeting	Eine Woche vorher	
Beschilderung, Aufbau, Namensschilder drucken, Zertifikate vorbereiten	Einen Tag vorher	
Los geht's!	Veranstaltung	
Abbau, Nachbericht, Finanzen, Ablage, Revision	Nach der Veranstaltung	

5. Unser Angebot

Das School's Over!-Team unterstützt Sie gerne. Folgende Serviceangebote stehen Ihnen zur Verfügung:

- Beratung bei Konzipierung
- Bewerbung Ihrer Veranstaltung bei Messen und Schulbesuchen (Datumsabhängig) und auf unserer Homepage
- Allgemeiner Infovortrag über die Universität Trier

ZSB // School's Over

Kawai Chung // schoolso@uni-trier.de

Stand 10. Juni 2024

Beispiel für eine Checkliste

Name der Veranstaltung:			
Aufgabe	Ergebnis	Zuständig	Frist
Rahmenbedingungen			
Termin			
Uhrzeit			
Ort			
Organisation			
Anmeldung	Wie?		
	Min./Max. TN		
	Frist		
Keynote			
Workshops			
Ablauf			
Raumbuchung			
Schilder			
Beschaffung			
Versorgung			
Campusführung			
Infovortrag	Kann vom School's Over!-Team übernommen werden		
Zertifikate			
Werbung			
Webseite des Faches			
Social Media			
Flyer			
Veranstaltungskalender der Uni			