

Alumni in der wissenschaftlichen Weiterbildung - Bericht zur Alumni-Befragung der Hochschule Niederrhein 2015

Johannes Kopper

Inhalt

Einleitung.....	3
Datensatz.....	3
We Weiterbildungsmotivation	7
Rahmenbedingungen	9
Themen.....	10
Zusammenfassung.....	13

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Hochschulabschluss der Befragungsteilnehmenden	4
Abbildung 2 Alter der Befragungsteilnehmenden	5
Abbildung 3 Unternehmensgröße der Arbeitgeber der Befragungsteilnehmenden	5
Abbildung 4 Arbeitsbereich der Befragungsteilnehmenden.....	6
Abbildung 5 Berufserfahrung der Befragungsteilnehmenden.....	6
Abbildung 6 Berufliche Position der Befragungsteilnehmenden	7
Abbildung 7 Generelles Weiterbildungsinteresse.....	7
Abbildung 8 Weiterbildungsziele	8
Abbildung 9 Interesse an Hochschule Niederrhein als Weiterbildungsanbieter	8
Abbildung 10 Gründe, die für die Hochschule Niederrhein sprechen	9
Abbildung 11 Gewünschte Formate.....	9
Abbildung 12 Finanzierungsbereitschaft der Alumni.....	10
Abbildung 13 Finanzierungsbereitschaft des Arbeitgebers	10

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Befragungsbeteiligung nach Fachbereichen.....	4
Tabelle 2 Wirtschaftswissenschaftliche Themen	11
Tabelle 3 Ingenieurwissenschaftliche Themen	12
Tabelle 4 Themen im Bereich Recht.....	12
Tabelle 5 Themen im Bereich Informationstechnologie / Elektrotechnik	13
Tabelle 6 Themen im Bereich Sozialwesen	13

Einleitung

Hochschulen werden von Politik und Wirtschaft immer stärker dazu angehalten, sich neben der grundständigen wissenschaftlichen Lehre auch in der wissenschaftlichen Weiterbildung zu engagieren. Dies kommt insbesondere in der Konzipierung und Durchführung von Förderprogrammen des Bundes zum Aufbau von hochschulischen Weiterbildungsstrukturen zum Ausdruck. Auch die Hochschule Niederrhein baut im Rahmen des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projektes ‚Wissenschaftliche Weiterbildung und Wissenstransfer für die Region‘ ihr Weiterbildungsangebot aus. Dabei soll sich das neu geschaffene Angebot bestmöglich am Bedarf potentieller Nachfrager ausrichten.

Alumni sind eine bedeutende Zielgruppe der Hochschule für ihre Weiterbildungsangebote. Ein Großteil der Alumni bleibt nach dem Studium in der Hochschulregion wohnhaft, oder nimmt im näheren Umfeld der Hochschule eine Erwerbstätigkeit auf; dies gilt insbesondere für Absolventen von Fachhochschulen. Im Falle der Hochschule Niederrhein wohnen und/oder arbeiten etwa 70% der Alumni nach ihrem Studium in einem 50 km Umkreis um die Hochschulstandorte.¹ Somit sind diese zumeist in der Lage, Präsenzveranstaltungen der Hochschule ohne allzu großen Fahraufwand in Anspruch zu nehmen. Zudem verfügt diese Zielgruppe grundsätzlich über den erforderlichen Qualifikationshintergrund. Aufgrund ihres Studiums besteht eine gewisse Verbindung zwischen den Alumni und der Hochschule. Etwa kennen Sie Dozenten der Hochschule bereits persönlich; da sie ein Studiengang des Angebotsportfolios der Hochschule absolviert haben, ist die Wahrscheinlichkeit vergleichsweise hoch, dass auch Weiterbildungsangebote, die an der Hochschule profilbezogen realisiert werden können, den Bedarf der Alumni bedienen.

Um den Weiterbildungsbedarf der Alumni feststellen zu können, wurde im September 2015 eine Online-Befragung durchgeführt. Der Fokus der Befragung lag auf der Abfrage des Interesses an Weiterbildungen zu ausgewählten Themengebieten. Das Weiterbildungsinteresse konnte durch die Abfrage von persönlichen Determinanten etwa zur akademischen Ausbildung, beruflicher Tätigkeit und Alter der Alumni differenziert ausgewertet werden.

1 Datensatz

Die Alumni-Datenbank der Hochschule Niederrhein umfasste zum Zeitpunkt der Befragung 7.231 Datensätze, denen eine E-Mail-Adresse zugeordnet werden konnte. Die entsprechende Anzahl von Alumni wurde angeschrieben. Es kann auf 1.346 verwendbare Antworten zurückgegriffen werden. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 18,6%. Jedoch verteilen sich die Antworten der Alumni nicht gleichmäßig auf alle zehn Fachbereiche der Hochschule. Dies liegt in erster Linie an der stark nach Fachbereich differierenden Anzahl der in der zugrundeliegenden Datenbank vorhandenen Alumnidaten. Mit 3.013 Adressdaten ist der Fachbereich Textil- und Bekleidungstechnik deutlich überproportional vertreten. Die 348 ausgewerteten Rückmeldungen des Fachbereichs machen 26,1% des Gesamtsamples aus. (Siehe Tabelle 1)

¹ Daten basieren auf einer Alumni-Befragung im Jahre 2015.

Fachbereich	Adressdaten	Antworten	Anteil am Gesamtsample	Rücklaufquote
Chemie	513	144	10,8%	28,1%
Design	394	46	3,5%	11,7%
Elektrotechnik und Informatik	343	95	7,1%	27,7%
Maschinenbau und Verfahrenstechnik	392	96	7,2%	24,5%
Oecotrophologie	363	117	8,8%	32,2%
Sozialwesen	571	110	8,3%	19,3%
Textil- und Bekleidungstechnik	3013	348	26,1%	11,5%
Wirtschaftswissenschaften	733	230	17,3%	31,4%
Wirtschaftsingenieurwesen	490	75	5,6%	15,3%
Gesundheitswesen	437	70	5,3%	16,0%
gesamt	7231*	1331**		18,4%**

*Mehrfachnennungen herausgerechnet, **Werte basieren auf den Angaben der Alumni, denen ein Fachbereich zugeordnet werden konnte

Tabelle 1 Befragungsbeteiligung nach Fachbereichen

Ebenfalls auffallend sind die nach Fachbereichen unterschiedlichen Rücklaufquoten. Während an den Fachbereichen Oecotrophologie und Wirtschaftswissenschaften Quoten von über 30% erreicht werden konnten, antworteten an den Fachbereichen Design sowie Textil- und Bekleidungstechnik nur etwas mehr als 11% der angeschriebenen Alumni. Eine Hochrechnung der Befragungsergebnisse auf die Gesamtheit aller Absolventen der Hochschule ist also vor dem Hintergrund der nach Fachbereichen differierenden Datenbasis und Rücklaufquote nur erschwert möglich.

Knapp 44% der an der Befragung teilnehmenden Alumni gaben an, ihr Studium mit einem Diplom abgeschlossen zu haben. 35,5% haben einen Bachelor-, 16,8% einen Masterabschluss erreicht.

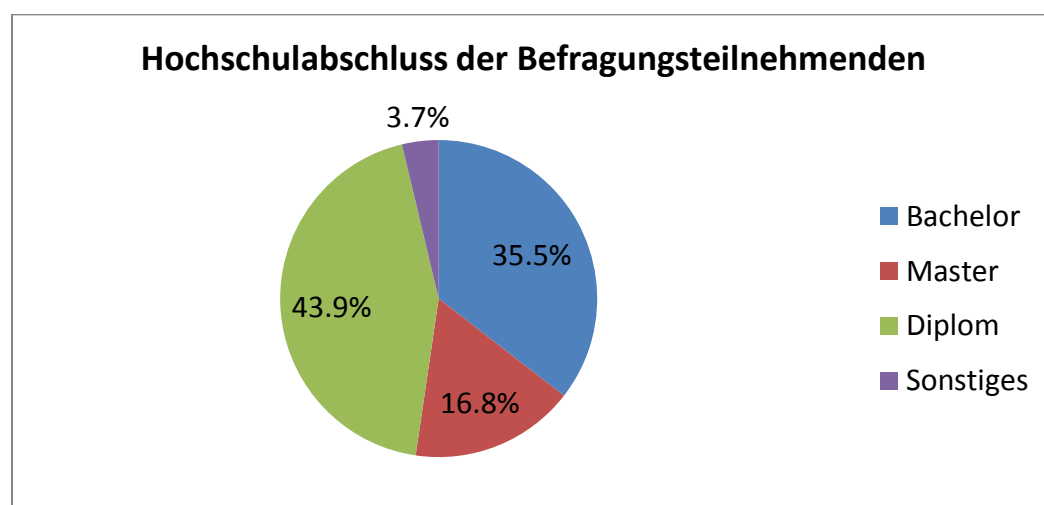


Abbildung 1 Hochschulabschluss der Befragungsteilnehmenden

Da eine hochschulweite systematische Aufnahme der Absolventen in das Alumninetzwerk erst seit einigen Jahren erfolgt, sind die in der Datenbank erfassten Alumni vergleichsweise jung; etwa 75% sind 40 Jahre alt oder jünger. Etwas mehr als 40% der Befragungsteilnehmenden sind nicht älter als 30 Jahre.

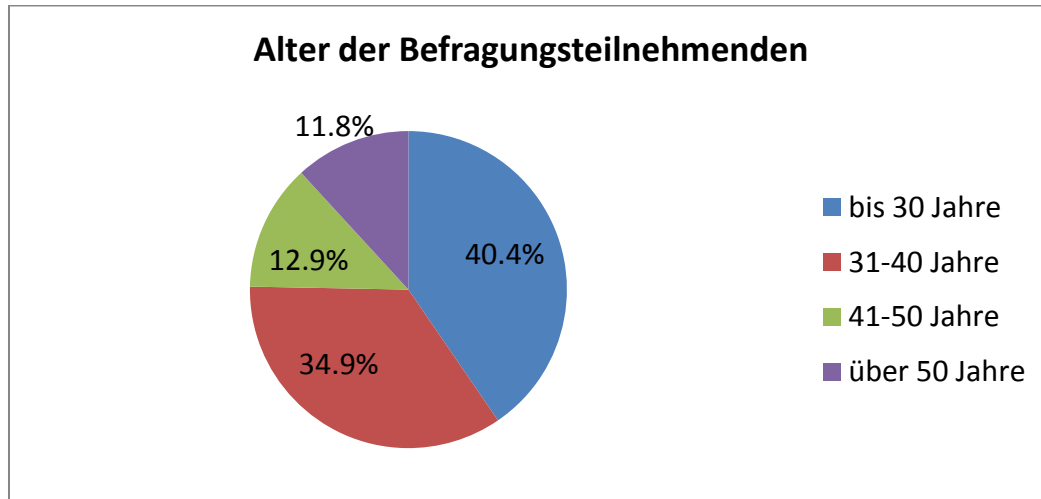


Abbildung 2 Alter der Befragungsteilnehmenden

Den Alumni der Hochschule Niederrhein, die zum Befragungszeitpunkt einer Erwerbstätigkeit nachgingen, wurden auch einige Fragen zu deren aktueller Beschäftigung gestellt. Auffallend ist, dass über die Hälfte der Befragungsteilnehmenden in Unternehmen mit über 500 Beschäftigten arbeitet. Nur etwa 17% der Alumni arbeiten in kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten.

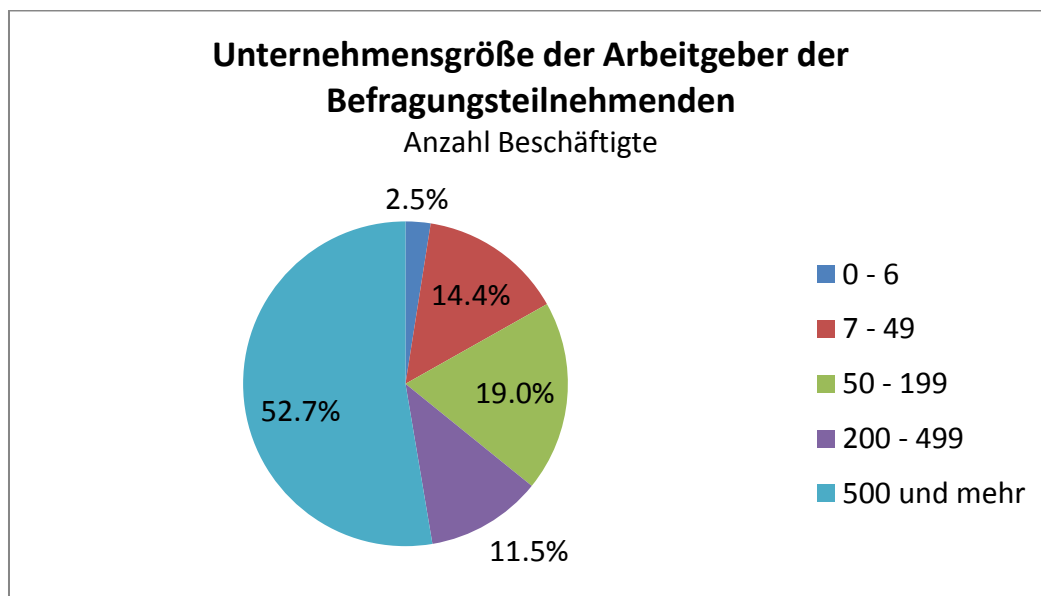


Abbildung 3 Unternehmensgröße der Arbeitgeber der Befragungsteilnehmenden

Ein großer Anteil der Alumni (27,3%) arbeitet im Bereich Forschung und Entwicklung. Insbesondere Absolventen der technisch/naturwissenschaftlichen Fachbereiche sind häufig in diesem Bereich beschäftigt. (Nicht in der Abbildung zu sehen). Jeweils knapp 20% sind darüber hinaus im Vertrieb/Marketing sowie Management beschäftigt.

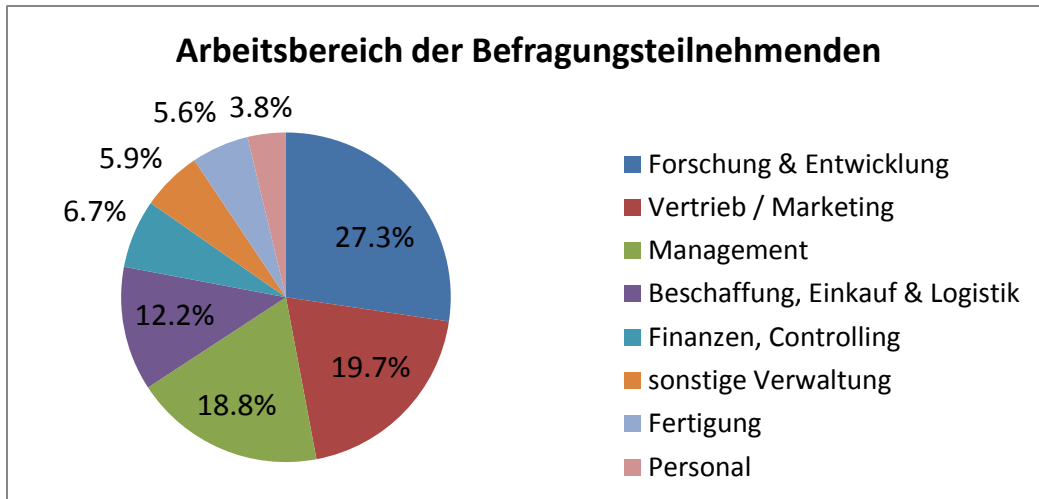


Abbildung 4 Arbeitsbereich der Befragungsteilnehmenden

Wie bereits erwähnt, ist ein großer Teil der befragten Alumni unter 40 Jahre alt. Entsprechend hoch ist der Anteil derjenigen mit einer recht geringen Berufserfahrung. 74% der Befragten haben nicht mehr als 10 Jahre Berufserfahrung in dem für die jeweils aktuelle Stelle relevantem Bereich.

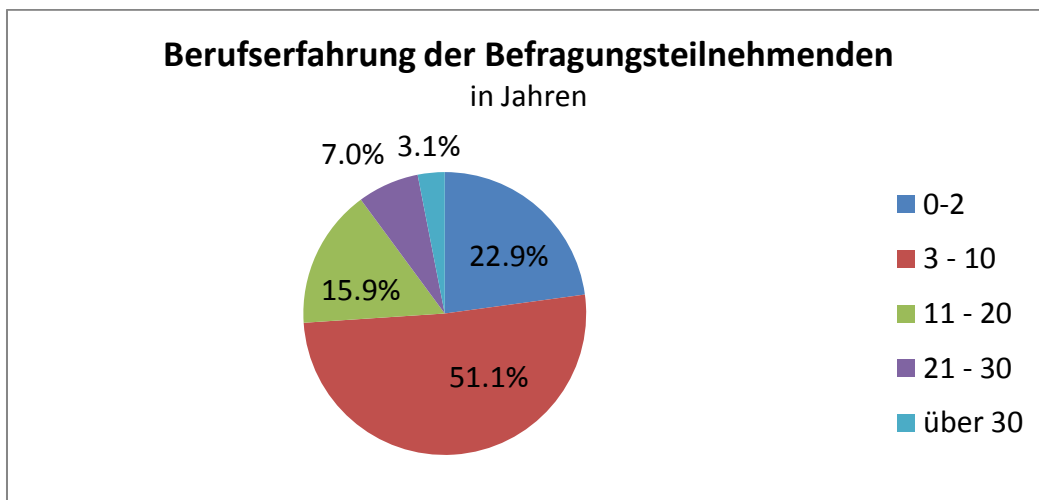


Abbildung 5 Berufserfahrung der Befragungsteilnehmenden

Sicherlich auch der überwiegend geringen Berufserfahrung geschuldet, ist der überwiegende Teil der befragten Alumni beim jeweiligen Arbeitgeber nicht in einer Führungsposition beschäftigt. Immerhin 30% ordnen ihre Position innerhalb der mittleren Führungsebene ein.

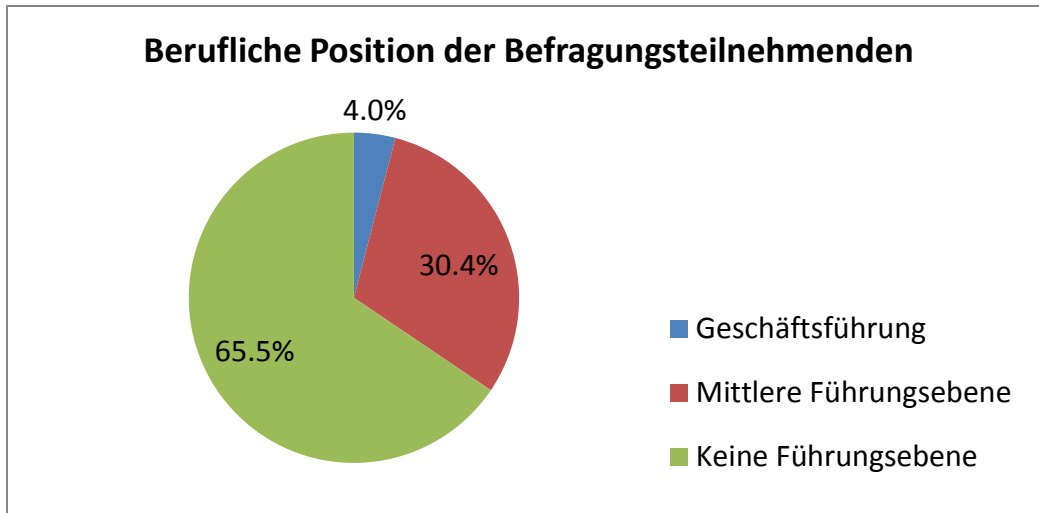


Abbildung 6 Berufliche Position der Befragungsteilnehmenden

2 Weiterbildungsmotivation

Das Weiterbildungsinteresse der an Befragung teilnehmenden Alumni der Hochschule Niederrhein ist auffallend hoch. Mehr als drei Viertel der Befragten gaben an, Interesse an Weiterbildungsangeboten zu haben. Dieser Wert sollte jedoch auch vor dem Hintergrund einer gewissen Selbstselektion bewertet werden. Womöglich haben eher diejenigen Alumni an der Befragung teilgenommen, bei denen ein gewisses Weiterbildungsinteresse vorhanden ist.

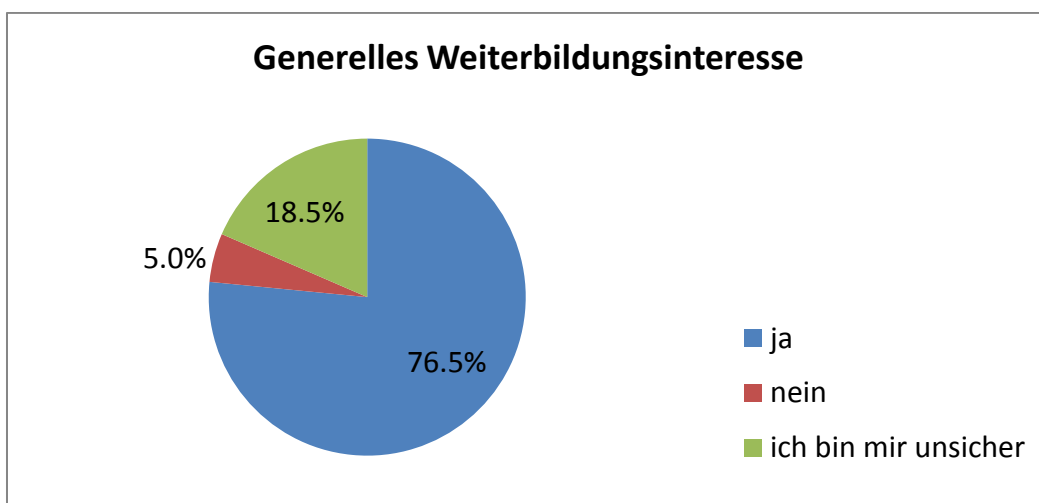


Abbildung 7 Generelles Weiterbildungsinteresse

Als Motive einer Weiterbildungsbeteiligung wurden am häufigsten solche genannt, die sich nicht vornehmlich auf ein konkretes und direktes Ziel beziehen, sondern die in Verbindung mit einer allgemeinen Aktualisierung/Ergänzung des Wissens oder der Kompetenzen stehen. Auf Rang 4 und 5 der Nennungen folgen dann Motive, die jeweils von knapp 40% der Alumni genannt wurden, und einen konkreten Karrierefortschritt als Ziel beschreiben. (Gehaltssteigerung, Aufstieg im Unternehmen) Auffällig selten werden Weiterbildungen aufgrund von Erwartungen der Arbeitgeber angestrebt.

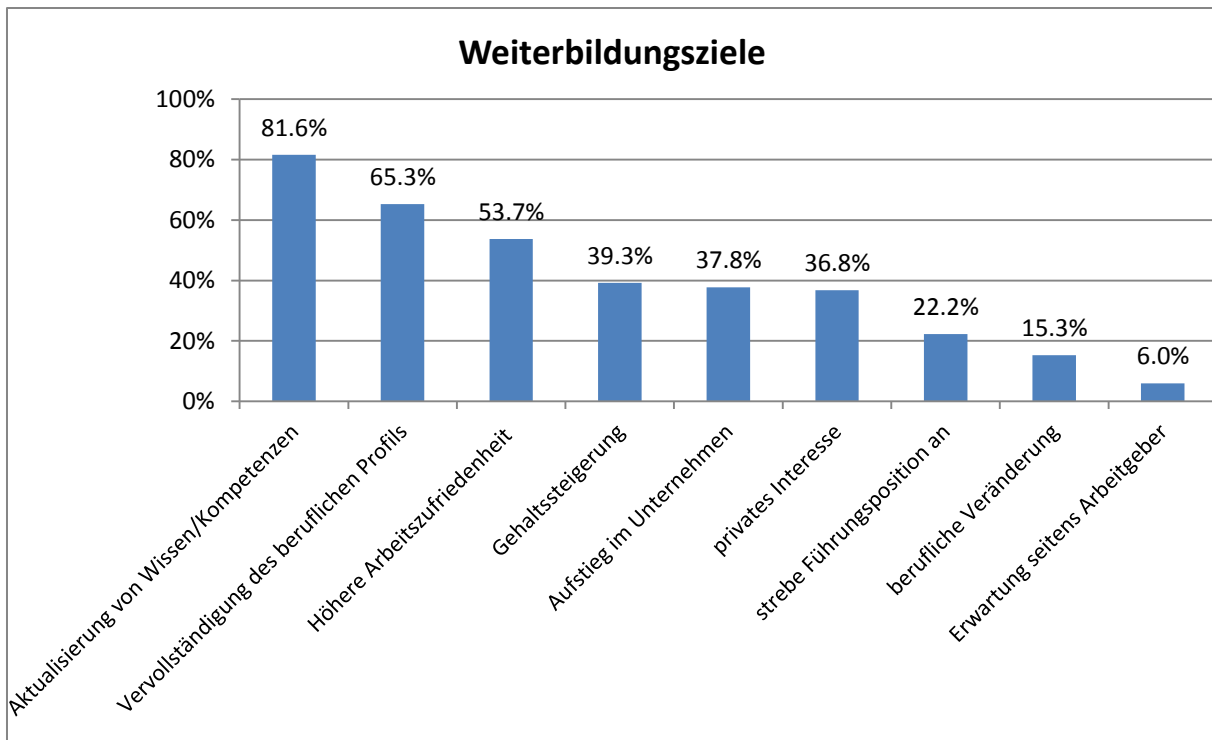


Abbildung 8 Weiterbildungsziele

Von allen an Weiterbildung interessierten Alumni kommt nur für 2% die Hochschule Niederrhein als Anbieter nicht infrage. Für 78% ist die Hochschule Niederrhein ein interessanter Weiterbildungsträger.

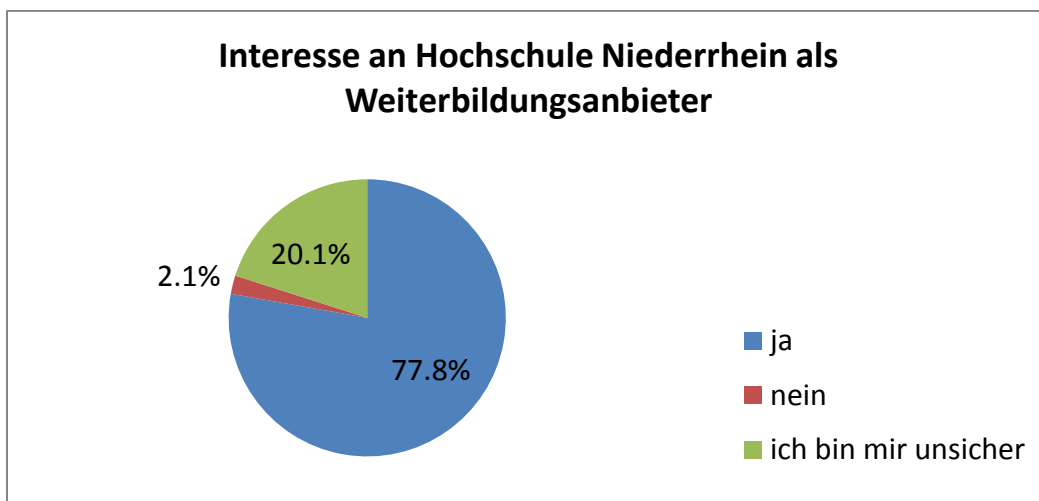


Abbildung 9 Interesse an Hochschule Niederrhein als Weiterbildungsanbieter

Für die Hochschule Niederrhein als Anbieter von Weiterbildung spricht aus Sicht der Alumni insbesondere die Nähe zum Wohn-, oder Arbeitsort sowie das Renommee der Hochschule. Für 37% der Alumni spricht auch für die Hochschule Niederrhein, dass Dozenten bereits persönlich bekannt sind. Überraschender Weise scheint die Kompetenz der Dozenten kein starkes Argument für die Hochschule zu sein. Auch die Interdisziplinarität oder Exklusivität des Lehrangebotes scheint kein allzu relevanter Grund zu sein, die Hochschule Niederrhein für Weiterbildungen zu besuchen.

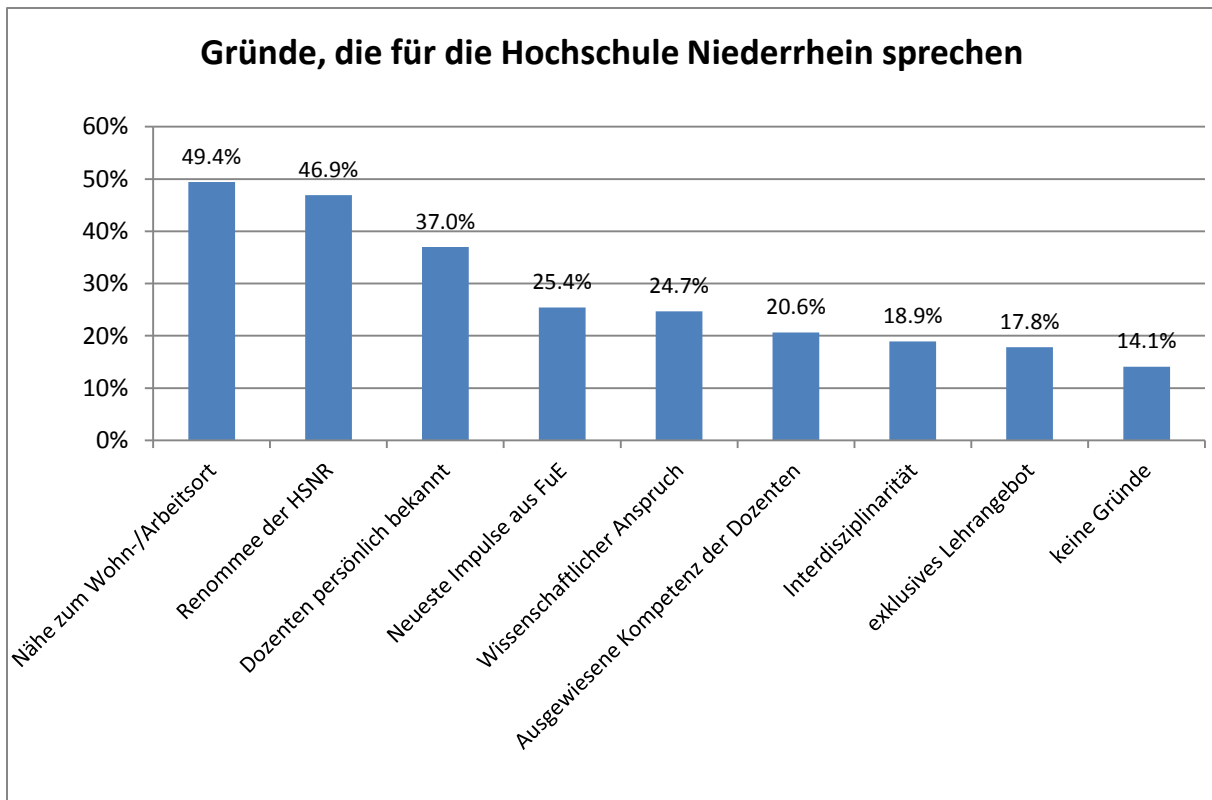


Abbildung 10 Gründe, die für die Hochschule Niederrhein sprechen

3 Rahmenbedingungen

Im Rahmen der Befragung konnten die Alumni wählen, welche der ihnen zur Auswahl gestellten Veranstaltungsformate sie bevorzugen. Dabei präferierten knapp 60% der Befragungsteilnehmenden eine Kombination aus internet-basiertem Lernen und Präsenzveranstaltungen. Für jeweils über 40% der Alumni interessant sind an Samstagen und Sonntagen stattfindende Blockveranstaltungen oder Veranstaltungen, die abends an Wochentagen stattfinden. Weniger interessant sind über eine ganze Woche verlaufende Blockveranstaltungen. Präsenzzeit scheint den Alumni bei Weiterbildungsveranstaltungen wichtig zu sein, denn nur 20% der Alumni interessieren sich für rein internet-basiertes Lernen.

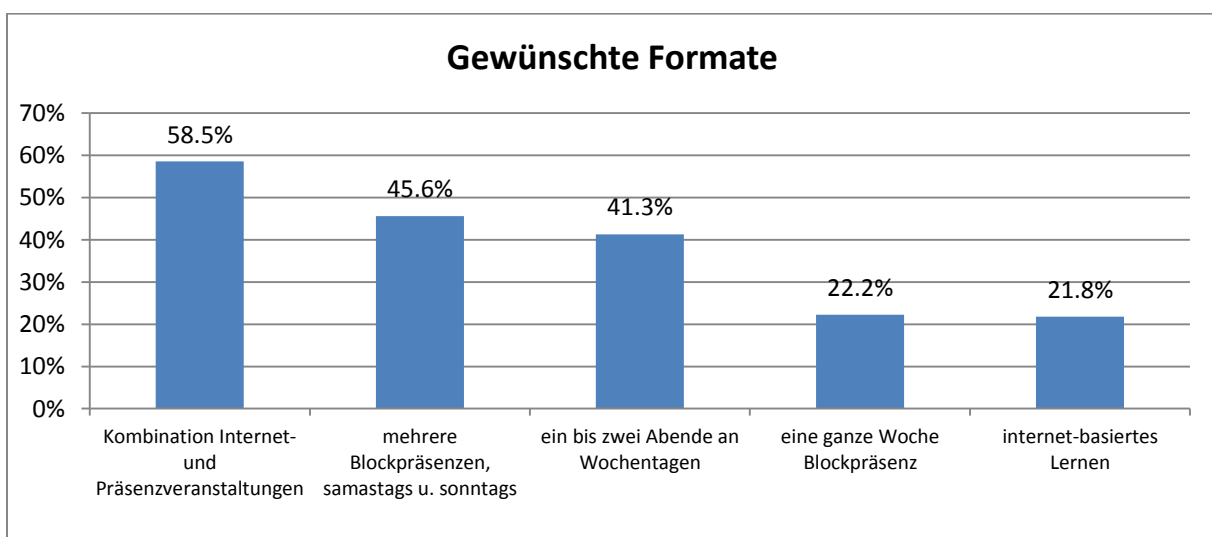


Abbildung 11 Gewünschte Formate

Ein großer Teil der befragten Alumni besitzt eine grundsätzliche Bereitschaft, Weiterbildungsprogramme aus eigenen Mitteln zu finanzieren, oder zieht dies zumindest in Betracht. Nur Etwas über 7% schließen eine eigene Finanzierung aus.

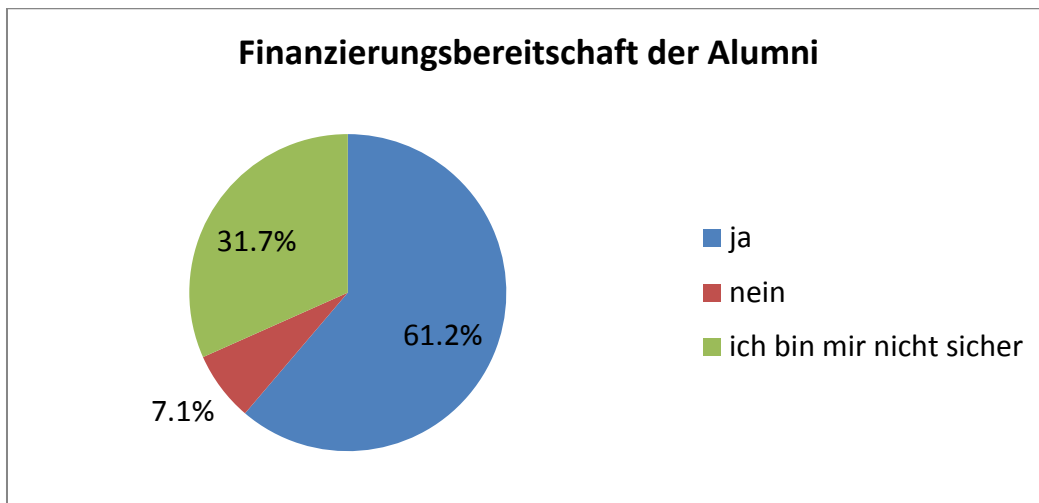


Abbildung 12 Finanzierungsbereitschaft der Alumni

Die Finanzierungsbereitschaft des Arbeitgebers schätzen die Alumni weitgehend positiv ein. Weniger als ein Fünftel geht davon aus, dass der Arbeitgeber sich nicht an der Finanzierung der Weiterbildungen der Arbeitnehmer beteiligen würde.

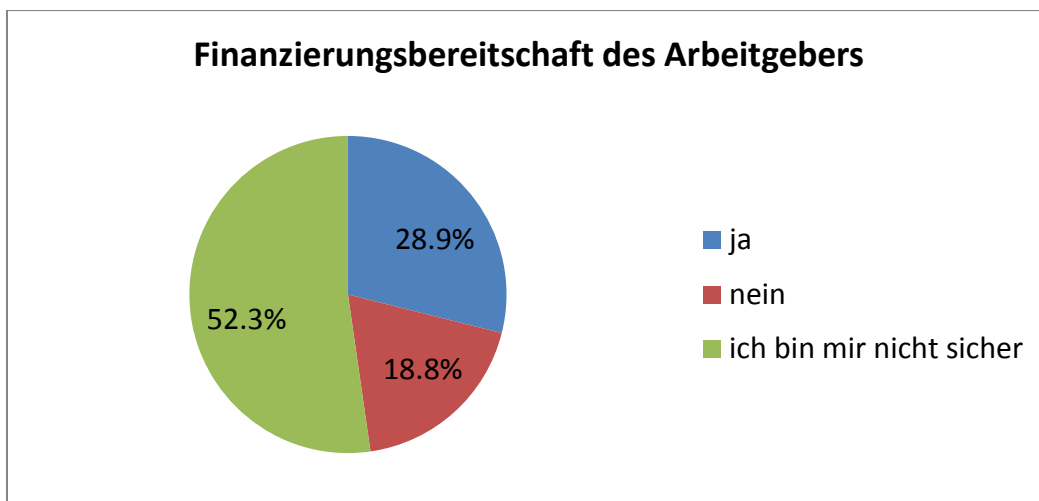


Abbildung 13 Finanzierungsbereitschaft des Arbeitgebers

4 Themen

Im Rahmen der Befragung sollte herausgefunden werden, welche Themen für Alumni von Interesse sind. Dazu wurden den Alumni ausgewählte Themenbereiche, und innerhalb dieser ausgewählte Einzelthemen vorgestellt. Die Auswahl der Themen erfolgte insbesondere zum einen auf Basis von Erfahrungen anderer Träger wissenschaftlicher Weiterbildung mit erfolgreichen Themenangeboten, zum anderen wurden Themen abgefragt, die vor dem Hintergrund der Expertise der Dozenten sowie deren Interessensbekundungen zu dem Profil der Hochschule Niederrhein passen. In jedem Themenbereich konnten von den Alumni darüber hinaus eigene Themenvorschläge geäußert werden. Folgend wird ein Auszug der themenbezogenen Ergebnisse der Befragung vorgestellt:

Insgesamt 736 Alumni gaben an, sich für Weiterbildungen im Bereich der Wirtschaftswissenschaften zu interessieren. Wirtschaftswissenschaftliche Themen sind damit die am häufigsten genannten, was nicht weiter verwundert, da Absolventen jedes Fachbereichs, insbesondere wenn sie in Führungspositionen tätig sind oder eine solche Position anstreben, mit wirtschaftswissenschaftlichen Themen in Berührung kommen können. In diesem Cluster interessieren sich mit über 500 die meisten Alumni für das recht übergreifende Thema ‚Führungskräftetraining‘. Auch Weiterbildungsangebote zum Personalmanagement kommen innerhalb des Bereichs Wirtschaftswissenschaft für vergleichsweise viele Alumni in Frage. Grundsätzlich reduzieren sich mit Zunahme der Konkretheit des Themas tendenziell die Interessenten für die entsprechende Weiterbildung, da die Zielgruppe stärker eingegrenzt ist. Dies ist auch innerhalb der weiteren im Folgenden dargestellten Themenfelder zu erkennen. Unter den von den Alumni geäußerten Themenvorschlägen wurde das Thema Einkauf / Supply Chain Management mit 17 Nennungen vergleichsweise häufig geäußert.

Wirtschaftswissenschaftliche Themen	n=736
Führungskräftetraining	507
Personalmanagement	383
Marketing / Vertrieb	289
Innovationsmanagement	268
Investitionsmanagement und Finanzierung	229
Business Analytics	208
Bilanzanalyse	180
Steuern und Wirtschaftsprüfung	135
IT für BWLer	133

Tabelle 2 Wirtschaftswissenschaftliche Themen

Für 478 Alumni ist das Fachgebiet Ingenieurwissenschaften für Weiterbildungen interessant. Als Einzelthema kommt darin ‚Prozessoptimierung‘ für fast drei Viertel in Frage. Auch ‚Innovationsmanagement, ‚Konzeption von Entwicklungsprojekten‘ sowie ‚Kostenrechnung für Ingenieure‘ wird von vielen Alumni als interessant eingestuft. Neben den im Fragebogen aufgeführten Themenvorgaben wurde ‚Projektmanagement‘ von zehn Alumni genannt.

Ingenieurwissenschaftliche Themen	n=478
Prozessoptimierung	329
Innovationsmanagement	267
Konzeption von Entwicklungsprojekten	238
Kostenrechnung für Ingenieure	201
CAE-basierte multidisziplinäre Optimierung in der virtuellen Produktentwicklung	83
Robust-Design-Optimierung	71
Problemlösung mit TRIZ	63

Tabelle 3 Ingenieurwissenschaftliche Themen

Für Themenbereich Energie interessieren sich 274 aller Befragungsteilnehmenden. Hier wurde mit ‚Energiebeschaffung‘ nur eine Themenvorgabe gemacht, die von 141 Alumni als relevant bewertet wurde. Dafür wurde im freien Textfeld vergleichsweise viele Angaben gemacht. ‚Energieeffizient und -einsparung‘ (28 Nennungen), ‚erneuerbare, alternative Energien‘ (19) und ‚Energiemanagement‘ (14) waren darunter die am häufigsten genannten.

Innerhalb der Themenclusters ‚Recht‘ (510 Nennungen) ist insbesondere das Arbeitsrecht (348) und das Vertragsrecht (317) für Weiterbildungen interessant. ‚IT-Recht‘ weicht bezüglich der Nennungen deutlich nach unten ab. Aufgrund der vergleichsweise hohen Spezifität des Themas sind 131 Interessenten jedoch eine durchaus beachtliche Nachfragegruppe. Als Eigenvorschläge der Alumni sind insbesondere ‚Sozialrecht‘ mit 29 Nennungen sowie Lebensmittelrecht (17) zu nennen.

Themen im Bereich Recht	n=510
Arbeitsrecht	348
Vertragsrecht	317
IT-Recht	131

Tabelle 4 Themen im Bereich Recht

Im Bereich ‚Informationstechnologie / Elektrotechnik‘, der von 297 Alumni als für sie relevant eingestuft wurde, ist insbesondere das Einzelthema ‚IT-Sicherheit‘ (178 Nennungen) hervorzuheben. Auch Weiterbildungen zu ‚Netzwerktechnik‘ sowie ‚IT für BWLer‘ kommen für über einhundert Alumni grundsätzlich in Frage.

Themen im Bereich Informationstechnologie / Elektrotechnik	n=297
IT-Sicherheit	178
Netzwerktechnik	114
IT für BWLer	101
Embedded Linux	56
Field Programmable Gate Array Technik	43

Tabelle 5 Themen im Bereich Informationstechnologie / Elektrotechnik

Weiterbildungen im Themenbereich Chemie sind für 190 der befragten Alumni grundsätzlich von Interesse. ‚Labormanagement‘ und ‚REACH für Entwickler‘ (105 und 83 Nennungen) sind dabei vergleichsweise häufig als relevant eingestuft worden.

Innerhalb der Fachgebiet Sozialwesen (225 Nennungen) interessiert sich ein Großteil der Alumni (143) für Weiterbildungen, welche die Ermittlung und Beurteilung psychischer Belastungen im Betrieb behandeln. Auch das Thema ‚Mediation‘ wurde 124 Mal als interessant eingestuft. Unter den eigenen Themenvorschlägen wurde acht Mal der Wunsch nach Angeboten zu systemischer Beratung angegeben.

Themen im Bereich Sozialwesen	n=225
Ermittlung und Beurteilung psychischer Belastungen im Betrieb	143
Mediation	124
Tiergestützte Therapie und Pädagogik	45

Tabelle 6 Themen im Bereich Sozialwesen

5 Zusammenfassung

Die Hochschule Niederrhein baut aktuell ihre Weiterbildungsangebote aus. Eine Wichtige Zielgruppe für diese Angebote sind die Alumni der Hochschule. Um die Angebote an deren Bedarfe ausrichten zu können, wurden diese im Rahmen einer Online-Befragung erhoben.

Bei der Auswertung der Ergebnisse konnte auf insgesamt 1.346 verwertbare Fragebögen zurückgegriffen werden. Etwa 75% der Alumni, die sich an der Befragung beteiligt haben, sind nicht älter als 40 Jahre alt. Ungefähr der gleiche Anteil besitzt nicht mehr als zehn Jahre Berufserfahrung. Über die Hälfte der Alumni arbeitet in großen Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern.

Der überwiegende Teil der an der Befragung teilnehmenden Alumni ist an Weiterbildungsaktivitäten interessiert. Für nur 5% kommt eine Weiterbildung nicht in Frage. Ein Großteil der Befragten strebt Weiterbildungen an, um ihre berufsbezogenen Kompetenzen zu steigern, ohne ein darüber hinaus gehendes Ziel damit konkret anzustreben. Jeweils knapp 40% der Alumni verfolgen demgegenüber mit einer Weiterbildung das Ziel, im Unternehmen aufzusteigen und/oder eine Gehaltserhöhung zu erreichen. Für nur 2% der an Weiterbildung interessierten Alumni kommt die Hochschule

Niederrhein als Anbieter nicht in Frage. Für die Hochschule sprechen aus Sicht der Alumni insbesondere die regionale Nähe zum Wohn- oder Arbeitsort, das Renommee sowie die persönliche Bekanntheit der Dozenten.

Bezüglich der Veranstaltungsformate wünscht sich die Mehrheit der Befragungsteilnehmenden eine Kombination aus internet-basiertem Lernen und Präsenzveranstaltungen. Mehrtägige Blockveranstaltungen sowie reine Internetkurse sind aus Sicht der meisten Alumni weniger attraktiv. Beim Großteil der befragten Alumni der Hochschule besteht eine grundsätzliche Bereitschaft, Weiterbildungsangebote aus eigenen Mitteln zu finanzieren. Für nur etwa 7% der Befragten kommt eine Eigenfinanzierung nicht in Frage. Auch bei den Arbeitgebern der Alumni ist offensichtlich eine recht hohe Bereitschaft zur Kostenübernahme vorhanden. Nur etwa 19% der Befragungsteilnehmenden schätzen ihren Arbeitgeber so ein, dass Weiterbildungsangebote grundsätzlich nicht von diesem finanziert würden.

Die gefragtesten Weiterbildungsthemen sind im wirtschaftswissenschaftlichen Bereich angesiedelt. Darin sind insbesondere die Themen ‚Führungskräftetraining‘ sowie ‚Personalmanagement‘ hervorzuheben. Auch für den ingenieurwissenschaftlichen Bereich gibt es viele Weiterbildungsinteressenten; hier insbesondere das Thema ‚Prozessoptimierung‘. In dem dritten häufig als interessant eingestuften Themencluster ‚Recht‘ fanden sich in der Befragung insbesondere Weiterbildungsnachfrager für ‚Arbeitsrecht‘ und ‚Vertragsrecht‘.