

Wissenschaftliche Begleitung:



Anrechnung beruflicher
Kompetenzen auf
Hochschulstudiengänge

ANKOM-Arbeitsmaterialie Nr. 5

Öffentlichkeitsarbeit für die Anrechnung beruflicher Kompetenzen auf Hochschulstudiengänge



GEFÖRDELT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Projektträger:

Bundesinstitut
für Berufsbildung **BIBB**

- Forschen
- Beraten
- Zukunft gestalten

Diese Publikation ist Bestandteil der vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und dem Europäischen Sozialfonds (ESF) im Rahmen der BMBF-Initiative „Anrechnung beruflicher Kompetenzen auf Hochschulstudiengänge“ (ANKOM) geförderten wissenschaftlichen Begleitung, Förderkennzeichen 210/50/230. Projektträger ist das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB). Die wissenschaftliche Begleitung des Programms erfolgt durch die Hochschul-Informationen-System GmbH (HIS) und das Institut für Innovation + Technik (iit) der VDI/VDE Innovation und Technik GmbH (VDI/VDE-IT), Berlin, in Kooperation mit dem Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB). Dem Team der wissenschaftlichen Begleitung gehören bzw. gehörten an: Maxi Berger, Dr. Regina Buhr, Dr. Walburga Freitag, Dr. Ernst A. Hartmann, Claudia Loroff, Veronika Lutz, Karl-Heinz Minks, Kerstin Mucke, Ida Stamm-Riemer, Daniel Völk und Patricia Zan.

Impressum:

Jörg Maas
Tel. 0176-32534326
maas@fzi.de

Désirée Tillack
Tel. 030 310078 – 351
desiree.tillack@vdivde-it.de

Das Autorenteam trägt die Verantwortung für den Inhalt dieser Publikation.

2. Auflage, 2012

Herausgeber:

HIS Hochschul-Informationen-System GmbH
Goseriede 9 | 30159 Hannover | www.his.de

Vorbemerkung

Die im Jahr 2005 vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gestartete Initiative „ANKOM – Anrechnung beruflicher Kompetenzen auf Hochschulstudiengänge“ folgt einer jahrzehntelangen Diskussion über die Schaffung von mehr Durchlässigkeit zwischen beruflicher und hochschulischer Bildung. Bis Mitte 2008 haben im Rahmen von ANKOM elf vom BMBF geförderte Projekte pauschale und individuelle Verfahren entwickelt und erprobt, die die qualitätsgesicherte Anrechnung von außerhalb der Hochschule erworbener Kompetenzen auf hochschulische Studiengänge ermöglicht. In diesen elf Entwicklungsprojekten arbeiteten Hochschulen und Einrichtungen aus der beruflichen Bildung gemeinsam daran, Wege aufzuzeigen, die beruflich Qualifizierten den Übergang von der beruflichen Bildung in die hochschulische Bildung erleichtern. Den Hochschulen sollten Instrumente an die Hand gegeben werden, die sie bei der Erschließung neuer Zielgruppen unterstützen und ihnen helfen, die mit der Bologna-Reform verbundenen Herausforderungen zu bewältigen. Die Projektergebnisse aus der Arbeit der Entwicklungsprojekte verdeutlichen, dass die Anrechnung beruflicher Kompetenzen auf Hochschulstudiengänge machbar ist.

Die von der wissenschaftlichen Begleitung der BMBF-Initiative ANKOM vorgelegten ANKOM-Arbeitsmaterialien sollen die in diesem Kontext entwickelten Materialien, Modelle und Verfahren allen Interessierten zugänglich machen. Sie sollen dazu beitragen, die Ergebnisse aus der Entwicklungsarbeit der Pilotprojekte zu verbreiten und somit deren Nutzen erhöhen. Mit dieser Unterstützung soll all denjenigen, die über Anrechnung zu mehr Durchlässigkeit zwischen den Bildungsbereichen gelangen wollen, praktische Hilfe gegeben werden.

Weitere Informationen zum Thema Anrechnung und Durchlässigkeit zwischen beruflicher und hochschulischer Bildung bietet das ANKOM-Portal (<http://ankom.his.de>). Schauen Sie sich das Portal an oder kontaktieren Sie uns!

Viel Erfolg auf dem Weg zu mehr Durchlässigkeit wünscht Ihnen das Team der wissenschaftlichen Begleitung von ANKOM.

Inhalt

1	Einleitung und Überblick	5
2	Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen	5
2.1	Interne Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Anrechnung und deren Zielgruppen	6
2.2	Externe Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Anrechnung und deren Zielgruppen.....	7
3	Mittel der Öffentlichkeitsarbeit	11
4	Weiterführende Materialien und Literatur rund um Anrechnung und Öffentlichkeitsarbeit.....	15

1 Einleitung und Überblick

Diese ANKOM-Arbeitsmaterialie betrachtet verschiedene Aspekte des Themas „Öffentlichkeitsarbeit“ im Zusammenhang mit Verfahren zur Anrechnung und Durchlässigkeit zwischen beruflicher und hochschulischer Bildung. Sie fokussiert unterschiedliche Zielgruppen und Mittel der Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Anrechnung und liefert praktische Beispiele und Anregungen für Planung und Umsetzung von Maßnahmen im Sinne einer zielgerichteten und effektiven themenspezifischen Informationsarbeit der Hochschulen. Die Materialie soll den Hochschulen und deren Beauftragten für Öffentlichkeitsarbeit Anregungen für ihre Initiativen hinsichtlich der internen und externen Kommunikation von Anrechnung geben – sie ist keine umfassende Abhandlung über Öffentlichkeitsarbeit im Allgemeinen.

Die Materialie gliedert sich wie folgt:

- ▶ Kapitel 2 befasst sich mit den internen und externen Adressaten von Öffentlichkeitsarbeit für das Thema Anrechnung.
- ▶ Kapitel 3 stellt die verschiedenen Mittel der Öffentlichkeitsarbeit für das Thema Anrechnung dar.
- ▶ Kapitel 4 gibt einen Überblick über Quellen für weiterführende Informationen.

Dabei werden

- ▶ Hintergrundwissen im Fließtext,
- ▶ praktisches Wissen in kursiv und
- ▶ Erfahrung/Tipps im Kasten

unterschieden.

2 Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen

Hintergrund: Historie der Hochschul-Public Relations

Öffentlichkeitsarbeit an Hochschulen hat spätestens mit einer Empfehlung der Hochschulrektorenkonferenz im Jahr 1995 an Dynamik gewonnen.

Öffentlichkeitsarbeit im Sinne der Empfehlung „wird vom gesamten Spektrum der Aufgaben und Leistungen der Hochschulen her definiert. Sie setzt eine dialog- und kooperationsbereite Hochschule voraus, die die Öffentlichkeit als ihren Partner und den Dialog mit der Öffentlichkeit als eine Bereicherung versteht“¹. Inzwischen ist eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit an fast allen Hochschulen etabliert und ermöglicht ihnen die Kommunikation mit relevanten gesellschaftlichen Akteuren und eine Darstellung des hochschuleigenen Profils.

Praxis: Warum Öffentlichkeitsarbeit für Anrechnung?

Anrechnung ist ein zentrales Instrument für die Durchlässigkeit der Bildungssektoren. Durchlässigkeit ist ein Ziel der Bologna-Reform und für die Hochschulen relevant beim Gewinnen neuer Zielgruppen. Die interne Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Anrechnung ist wichtig, weil häufig der Informationsstand innerhalb der Hochschulen selber schlecht ist, Vorbehalte existieren und die Interessen bezüglich Anrechnung unterschiedlich sind. Bei externer Öffentlichkeitsarbeit haben die Erfahrungen aus ANKOM gezeigt, dass oft auch in Fachcommunities wenige Kenntnisse über Anrechnung und deren Potenziale vorhanden sind.

1 http://www.hrk.de/de/beschluesse/109_565.php

Erfahrung/Tipp: Anrechnung als zentrales Profilmerkmal

Die Öffentlichkeitsarbeit einer Hochschule kann Anrechnung als zentrales Profilmerkmal auffassen und nach innen wie außen kommunizieren. Eine Hochschule kann dadurch bestimmten Zielgruppen wie Studieninteressierten oder Unternehmen vermitteln, dass Anrechnung (oder im Zusammenhang damit das Steigern der Durchlässigkeit, das Verknüpfen mit Weiterbildung und das Herstellen von Anschlüssen an die berufliche Bildung) an der betreffenden Hochschule eine zentrale Bedeutung hat: Die Hochschule hat sich bewusst als Institution dafür entschieden, Anrechnung als Ziel zu verfolgen und kann Expertise in diesem Bereich vorzeigen.

2.1 Interne Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Anrechnung und deren Zielgruppen**Hintergrund: Interne Öffentlichkeitsarbeit für eine positive Organisationskultur**

Interne Öffentlichkeitsarbeit verfolgt u. a. das Ziel, die Organisationskultur zu beeinflussen. Eine Organisationskultur entsteht durch Verhalten, Kommunikation und Erscheinungsbild nach innen und außen.

Praxis: Positive Anrechnungskultur innerhalb der Hochschule

Die interne Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Anrechnung sollte auf das Ziel einer positiven „Anrechnungskultur“ der Hochschule hinarbeiten, also einer Kultur, in der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ebenso wie Studierende der Anrechnung positiv gegenüber stehen und diese möglichst fördern. Leitung und Verwaltung einer Hochschule sollten Anrechnung als wichtiges Instrument zur Gewinnung neuer Studierender und in der Kommunikation als Alleinstellungsmerkmal gegenüber anderen Institutionen betrachten. Die Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Anrechnung sollte Teil der Organisationsphilosophie der Hochschule sein und die Hochschulverwaltung und Hochschulleitung einbinden.

Praxis: Lehrende prägen die Anrechnungskultur

Die Gruppe der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer ist unverzichtbar für den internen Erfolg von Anrechnung. Sie sind diejenigen, die an der Entwicklung des Anrechnungsverfahrens maßgeblich beteiligt sind. Dies gilt sowohl für das pauschale als auch für das individuelle Anrechnungsverfahren. Später wirken die Hochschullehrenden im täglichen Hochschulbetrieb bei der Ausgestaltung und Realisierung von Anrechnung mit. Sie können die Erfahrungen aus Anrechnungsstudiengängen in andere Studiengänge oder Hochschulen weitertragen und auf diese Weise einen Beitrag dazu leisten, dass die Anrechnungsbedingungen für beruflich qualifizierte Studierende einheitlicher werden.

Erfahrung/Tipp: Neu berufene Hochschullehrende einbeziehen

Die Erfahrungen aus ANKOM zeigen, dass an Hochschulen, die bereits Anrechnungsverfahren entwickelt haben, neu berufene Hochschullehrende hierüber besonders gut informiert werden müssen. Sie machen sich die Thematik und dazugehörigen Aufgaben nicht selbstverständlich zu Eigen.

Praxis: Studierendenvertretungen prägen die Anrechnungskultur

Die Studierenden sind über die Gremien der Hochschulen an der Umsetzung und Gestaltung der Hochschulpolitik beteiligt. Wenn auch die Studierendenvertretungen bereits im Entwicklungsprozess von Anrechnungsverfahren einbezogen werden, können sie die Interessen von Studierenden in den Prozess einbringen und dafür sorgen, dass Studierende, für die Anrechnung in Frage kommt, eine „positive Anrechnungskultur“ erfahren. Außerdem können sie später die Möglichkeiten der Anrechnung unter den Studierenden publik machen.

Erfahrung/Tipp: Alle Studierenden frühzeitig über Anrechnung informieren

Anrechnung geht nicht nur diejenigen etwas an, die einen Antrag stellen können. Es kann z. B. auch für die Mitstudierenden wichtig sein zu wissen, dass eine Kommilitonin/ein Kommilitone ein Modul nicht belegt, weil ihr/ihm Inhalte angerechnet wurden.

Erfahrung/Tipp: Alle Beteiligten frühzeitig einbinden

Eine positive Anrechnungskultur wird am besten erreicht, wenn Hochschulleitung und -verwaltung, Lehrende und Studierendenvertretungen dieses Ziel gemeinsam verfolgen. Die Beteiligten sollten möglichst in allen Phasen – von der Konzeptionierung über die Umsetzung bis zur Weiterentwicklung – zusammenarbeiten.

2.2 Externe Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Anrechnung und deren Zielgruppen

Hintergrund: Externe Öffentlichkeitsarbeit für Sympathie und Verständnis

Das Hauptziel der externen PR im Kontext von Anrechnung ist der strategische Aufbau einer Beziehung zu verschiedenen potenziellen Partnern wie Kammern oder Fachschulen, um deren Sympathie und Verständnis gegenüber der Organisation zu erzeugen.

Praxis: Externe Öffentlichkeitsarbeit für Kammern, Fachschulen und andere potenzielle Kooperationspartner

Öffentlichkeitsarbeit dient in einem ersten Schritt dazu, zu informieren und kann in einem zweiten Schritt darauf ausgerichtet sein, Kammern bzw. Fachschulen zu identifizieren, die für eine Kooperation geeignet sind. Gleiches gilt für weitere potenzielle Kooperationspartner wie Akademien, Bildungszentren oder -institute sowie Träger der beruflichen Bildung. Mit ihnen können Kooperationsvereinbarungen abgeschlossen werden.

Bei Kooperationsvereinbarungen zwischen Hochschulen und Partnern geht es vor allem um die Abstimmung von Maßnahmen zur Förderung der intersektoralen Durchlässigkeit innerhalb des Bildungssystems sowie des Wissenstransfers zwischen Hochschule und Praxis. Hochschule und Kooperationspartner können sich beispielsweise darauf verständigen, die Implementierung eines neuen Fortbildungsberufs zu unterstützen, der Anrechnungspotenzial für einen Studiengang an der Hochschule besitzt.²

Weitere Möglichkeiten der Zusammenarbeit könnten außerdem in folgenden Bereichen entstehen: gegenseitige Beratung und Unterstützung bei der Weiterentwicklung der Ansätze zur Professionalisierung der Aus- und Weiterbildung, Durchführung von gemeinsamen Fachtagungen oder die gemeinsame Mitarbeit in Gremien zur Entwicklung von Abschlüssen. Schließlich kann auch die Weiterentwicklung berufsbegleitender Qualifizierungsmöglichkeiten z. B. für Führungskräfte Gegenstand einer Kooperation werden.

2 Vgl. hierzu auch die ANKOM-Arbeitsmaterialie Nr. 4: Kooperationsvereinbarungen zwischen Hochschulen und Einrichtungen der beruflichen Bildung zur Anrechnung von beruflichen Kompetenzen auf Hochschulstudiengänge und zur Förderung der Durchlässigkeit.

Erfahrung/Tipp: Pauschale Anrechnung bei bundesweit und landesweit geregelten Abschlüssen

Kammern können im Rahmen von Anrechnung Partner von Hochschulen sein. Aufgrund der Vergabe bundesrechtlich einheitlich geregelter Abschlüsse sind Kammern besonders interessant für Kooperationen mit pauschaler Anrechnung. Aber auch Fachschulen, die ländergeregelte Abschlüsse der Weiterbildung anbieten, z. B. in technischen, sozialpädagogischen oder heil- und pflegerischen Berufen, können Kooperationspartner für pauschale Anrechnungsverfahren sein.

Praxis: Externe Öffentlichkeitsarbeit als Information zum Profil der Hochschule

Die externe Öffentlichkeitsarbeit aus Hochschulsicht muss sich nicht nur auf nichthochschulische Kooperationspartner beziehen. Vielmehr ist es sogar wünschenswert, dass sich Hochschulen gegenseitig über ihre Anrechnungsstudiengänge informieren und darüber austauschen, welche Module in bestimmten Studiengängen welches Anrechnungspotenzial besitzen. Hochschulen können sich auch zu Referenzorganisationen entwickeln, die besonders erfolgreich Anrechnung praktizieren.

Erfahrung/Tipp: Übernahme von Anrechnungsentscheidungen

Eine Hochschule könnte von einer anderen Hochschule im Rahmen der Entwicklung von Anrechnungsverfahren Entscheidungen über die Anrechnung von beruflichen Kompetenzen auf vergleichbare Module übernehmen und so die Vorbereitung eines eigenen pauschalen Anrechnungsverfahrens vereinfachen.

Praxis: Externe Öffentlichkeitsarbeit als Information für Unternehmen

Unternehmen sind vor allem im Kontext von Personalentwicklung und Weiterbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Adressaten von Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Anrechnung. Sie möchten Bewerberinnen und Bewerbern möglichst interessante Ausbildungsplätze als Grundlage für deren späteren Karriereweg anbieten. Anrechnung ist aber auch für die Unternehmen interessant, die beruflich qualifizierte Beschäftigte ohne Hochschulabschluss an der Hochschule weiterbilden möchten. Für diese Zielgruppe ergeben sich durch Anrechnung neue Möglichkeiten der Weiterbildung. Unternehmen können so neue Wege der Personalentwicklung gehen. Öffentlichkeitsarbeit zur Anrechnung kann Unternehmen Impulse für neue Sichtweisen und Perspektiven auf die Weiterbildungsmöglichkeiten der eigenen Beschäftigten geben.

Praxis: Externe Öffentlichkeitsarbeit als Information für Studieninteressierte

Eine Hochschule, die Anrechnung anstrebt, praktiziert und fördert, möchte neue Zielgruppen gewinnen und ihre Attraktivität bei potenziellen Studienanfängerinnen und Studienanfängern steigern. Die neuen Zielgruppen müssen aber anders angesprochen werden – schließlich sind sie zumeist älter, verfügen über Berufserfahrung und haben häufig aufgrund anderer sozialer Rahmenbedingungen ein eingeschränktes Zeitbudget.

Erfahrung/Tipp: Neue Wege der Ansprache für neue Zielgruppen

Die Zielgruppe der beruflich Qualifizierten ist z. B. direkt über deren Betriebe, berufliche Vereinigungen, Karrierenetze oder berufsbezogene Fachzeitschriften erreichbar.

Praxis: Externe Öffentlichkeitsarbeit für Multiplikatoren und weitere Zielgruppen

Mögliche weitere Zielgruppen für externe Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Anrechnung sind Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände, Stiftungen oder Studierendenvereinigungen. Diese sind nicht direkte Adressaten von Öffentlichkeitsarbeit zu Anrechnung, sie können aber die erfolgreiche Umsetzung maßgeblich durch ihr Engagement unterstützen und wirken als Multiplikatoren auf verschiedenen Ebenen und in verschiedenen Gremien mit.

Praxis: Externe Öffentlichkeitsarbeit als Information für Presse und allgemeine Öffentlichkeit

Die Presseabteilung der Hochschule sollte das Anrechnungsthema aktiv verfolgen und in ihren Informationsmaterialien wie Webseite, Pressemitteilung oder Newsletter über anrechnungsbezogene Themen informieren. Über Presseartikel wird der Bekanntheitsgrad der Hochschule im Kontext der Anrechnung nicht nur bei der Fachöffentlichkeit, sondern auch bei der regionalen und ggf. auch überregionalen Bevölkerung gesteigert.

Erfahrung/Tipp: Beispiele für PR-Themen und deren Umsetzung

Themen für Informationsmaterialien können beispielsweise die Entwicklung der Studierendenzahlen, neue Studiengänge mit Anrechnung oder Kooperationsabkommen sein. Sollte es bereits Anrechnungsstudierende geben, könnten Porträts erscheinen, zu einem späteren Zeitpunkt ggf. auch der berufliche Werdegang von einer Absolventin/einem Absolventen eines Anrechnungsstudiengangs als „Erfolgsbeispiel“. Denkbar ist bei der Umsetzung auch eine Kooperation mit Presseabteilungen von Unternehmen oder anderen Partnern. Eine weitere Möglichkeit, Anrechnung bekannt zu machen, bieten entsprechende Anzeigen in Berufs- und Karriereteilen von Zeitungen und Zeitschriften.

3 Mittel der Öffentlichkeitsarbeit

Hintergrund: Mittel der Öffentlichkeitsarbeit auf Zielgruppen ausrichten

Wie bei anderen öffentlichkeitswirksamen Maßnahmen sollten die Mittel der Öffentlichkeitsarbeit auch bei der Kommunikation zum Thema Anrechnung auf die jeweilige Zielgruppe ausgerichtet sein.

Praxis: Anrechnung in allen Materialien

Informationen zur Anrechnung sollten in allen relevanten Informationsmaterialien (z. B. Tagungseinladungen, Internetauftritt, Veranstaltungskalender, Publikationen, Pressemeldungen) jeweils auf die Absicht der Durchlässigkeit zwischen beruflicher und hochschulischer Bildung hinweisen. Im Fall bereits geschlossener Kooperationen gilt dies für die Materialien aller beteiligten Partner.

Hintergrund: Homepage

Webseiten sind mittlerweile das zentrale Element der Öffentlichkeitsarbeit. Sie sind vielseitig und für ein breites Spektrum an Zielgruppen einsetzbar. Internetseiten bieten Informationen in unterschiedlichsten Varianten sowie Kontaktmöglichkeiten. Allerdings müssen sie regelmäßig gepflegt und aktualisiert werden, deshalb empfiehlt sich eine Mischung aus aktuellen und weniger aktuellen Seiten.

Praxis: Anrechnung als Querschnittsthema

Um Synergien zu schaffen und möglichst viele Nutzerinnen und Nutzer zu erreichen, sollte Anrechnung als Querschnittsthema auf der Webseite der Hochschule zentral verankert, also auf der Startseite sichtbar sein, und zentral redaktionell betreut werden.

Im Querschnittsbereich „Anrechnung“ können auch die Informationen zum Beratungsangebot und zur Antragstellung gebündelt werden. Außerdem können hier Informationen zum Hochschulzugang ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung oder zu Einstufungsprüfungen und Brückenkursen Platz finden.

Erfahrung/Tipp: Mögliche Inhalte für eine Homepage

Ein eigener Bereich mit Ansprechpartnerinnen oder Ansprechpartnern für durchlässigkeitsrelevante Fragen auf der Homepage ist nutzerfreundlich und verdeutlicht, dass das Thema Anrechnung an der betreffenden Hochschule große Bedeutung hat. Anrechnung praktizierende Fachbereiche oder Institute der Hochschule können zusätzlich auf ihren eigenen Seiten auf die Anrechnung hinweisen und auf den zentralen Anrechnungsbereich verlinken. Für den Fall, dass es eine Suchfunktion auf der Seite gibt, ist wichtig, dass die Suche nach „Anrechnung“ als Stichwort die richtigen Ergebnisse liefert.

Sobald Kooperationen mit anderen Organisationen geschlossen werden, bietet sich das gegenseitige Verlinken der Kooperationspartner an, beispielsweise über Logos und/oder Linklisten auf den Webseiten.

Hintergrund: E-Mail/Newsletter

Über Newsletter oder Schreiben an E-Mail-Verteiler können Informationen schnell, einfach und kostengünstig an eine große Anzahl Empfängerinnen und Empfänger gesendet werden. Das Anlegen und Pflegen von E-Mail-Verteilern ist eine wichtige Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit.

Praxis: Spezifische E-Mail-Verteiler zum Thema Anrechnung

E-Mail-Verteiler können bei der Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Anrechnung besonders für folgende Zielgruppen erstellt werden: ausgewählte interne Empfängerinnen oder Empfänger auf Fachbereichs-/

Fakultätsebene (z. B. alle Studiengangsverantwortlichen) und auf Dezernats- oder Referatsebene (z. B. Leitungen der Bereiche Studium und Lehre); interne und externe Empfängerinnen und Empfänger, die ein berufliches Interesse an Informationen zum Thema Anrechnung mitbringen (z. B. Fortbildungseinrichtungen, die hochschulische Weiterbildung und Medien) oder Externe, die ihre Zustimmung zum Empfang des Newsletters z. B. anlässlich einer Informationsveranstaltung bekundet haben sowie weitere anrechnungsrelevante Empfängergruppen (z. B. Interessenten aus relevanten Referaten der Landesministerien, interessierte Unternehmen, Verbände).

Erfahrung/Tipp:

Lassen Sie sich von den Studiengangsverantwortlichen die jeweiligen E-Mail-Adressen geben und vergewissern Sie, dass die Empfängerinnen und Empfänger dem Empfang von Rundschreiben oder Newslettern zugestimmt haben.

Hintergrund: Soziale Netzwerke im Internet

Soziale Netzwerke (z. B. Facebook, StudiVZ) sind heutzutage in allen Altersgruppen beliebte Instrumente der Kontaktpflege und Information. Dies macht sie zu einer riesigen Plattform für Informationen, Werbung und zielgruppenorientierte Ansprache.

Auch wenn soziale Netzwerke immer beliebter werden und für viele Unternehmen zum Standard gehören, ist nicht für jede Organisation eine Präsenz in möglichst vielen Netzwerken erstrebenswert. In den schnelllebigen Netzwerken ist es besonders wichtig, regelmäßig aktuelle Informationen bereitzustellen und auf direkte Anfragen und Kommentare in kurzer Zeit reagieren zu können – dies ist äußerst ressourcenintensiv. Wer eine Präsenz in sozialen Netzwerken plant, braucht fundiertes Wissen darüber, in welchen Netzwerken sich die gewünschte Zielgruppe aufhält sowie eine eigene Kommunikationsstrategie hinsichtlich Auswahl und Präsentation der Informationen und zielgruppenspezifischer Ansprache.

Ein Risiko sozialer Netzwerke ist, dass sich auch nicht geglückte Präsenzen und Auftritte blitzschnell an eine Vielzahl von Nutzerinnen und Nutzern verbreiten können.

Praxis: Zielgruppenorientierte Ansprache für Anrechnungsthemen

Soziale Netzwerke bieten Hochschulen Möglichkeiten, auf ihre Inhalte und Angebote im Bereich der Anrechnung aufmerksam zu machen.

Erfahrung/Tipp: Darstellung einer Hochschule in einem sozialen Netzwerk

Bei vielen sozialen Netzwerken können Hochschulen sich beispielsweise eine eigene Seite einrichten, um (potenzielle) Studierende anzusprechen. Diese können dann mit aktuellen Informationen auf dem Laufenden gehalten werden.

Hintergrund: Informationsflyer und Broschüren

Broschüren geben einer Organisation eine visuelle Dimension. In einer Broschüre erwarten die Leserinnen und Leser eine umfassende Auseinandersetzung mit einem bestimmten Thema. Die Detailtiefe darf größer sein als in einem Informationsflyer, der nur einen groben Überblick zu einem Thema geben kann.

Praxis: Auf Anrechnungsangebote aufmerksam machen

Mit Flyern und Broschüren können Weiterbildungseinrichtungen und weitere externe Personen über Anrechnungsangebote, Studiengänge und/oder Chancen zur Wahrnehmung von Anrechnungspotenzialen informiert werden. Die Texte sollten dabei kurz und mit Bildern, Grafiken oder Schaubildern angereichert und auf die Zielgruppen zugeschnitten sein.

Erfahrung/Tipp: Synergie zwischen Informationsflyer und Broschüre

Bei Hochschulen, die sich in einem frühen Stadium des Praktizierens von Anrechnung befinden, könnte ein knapper Informationsflyer für potenzielle Studierende bei relevanten Veranstaltungen verteilt werden. Das Erstellen und Verteilen von Flyern kann zyklisch zur regulären Ansprache von Studieninteressierten eingeplant werden.

Eine umfassendere Broschüre zum Thema Anrechnung, beispielsweise für (potenzielle) Kooperationspartner, eignet sich meistens nur, wenn bereits Erfahrungen in diesem Bereich vorliegen und Anrechnung als zentrales Profilmerkmal der Hochschule kommuniziert werden soll. Beim Überarbeiten von vorhandenen Hochschul- oder Studiengangsbroschüren könnten die Themen Durchlässigkeit und Anrechnung aufgenommen werden.

Hintergrund: Pressemitteilungen

Pressemitteilungen mit aus Sicht des Absenders relevanten Informationen richten sich an die Redaktionen oder bestenfalls direkt an eine zuständige Redakteurin/einen zuständigen Redakteur für Hochschultemen. Da in den Redaktionen jeden Tag eine Flut von Pressemitteilungen landet, ist es in einigen Fällen empfehlenswert, in den Redaktionen anzurufen und sie auf die Meldung aufmerksam zu machen.

Praxis: Mit Anrechnung aus der Nische

Über Entwicklungen an den Hochschulen wird vor allem auf den Hochschuleseiten (z. B. der Zeitungen) berichtet, vielleicht bestehen schon Kontakte zu den Fachjournalistinnen und -journalisten. Anrechnung bietet der PR neue Möglichkeiten der Ansprache – beispielsweise über breitere Themen und Kooperationen.

Erfahrung/Tipp: Gezielte PR-Maßnahmen

Mögliche Anlässe für PR-Maßnahmen können folgende sein: neue Möglichkeiten der Anrechnung, eine neue Kooperation zur Identifizierung von Anrechnungspotenzial, Anrechnungsstudierende unter erfolgreichen Absolventeninnen und Absolventen.

Hintergrund: Informationsveranstaltungen und Vorträge

Informationsveranstaltungen und Vorträge haben den Vorteil eines direkten kommunikativen Zugangs von Anrechnungsexpertinnen und -experten beispielsweise zu Beratungssuchenden.

Informationsveranstaltungen müssen nicht zwingend in den Bildungseinrichtungen stattfinden, die Anrechnung praktizieren, also Hochschulen, Kammern oder Fachschulen, sondern können an jedem Ort durchgeführt werden, von dem sich die Partner Aufmerksamkeit versprechen (z. B. auf Weiterbildungsmessen, in Fachschulen oder sogar Einkaufspassagen). Außerdem können Hochschulen auf Unternehmen zugehen und anbieten, Informationsveranstaltungen in den Unternehmen zu organisieren. Diese können sowohl für Beschäftigte als auch für Personalverantwortliche oder Personalentwicklerinnen und Personalentwickler interessant sein. Informationsveranstaltungen und Vorträge zum Thema Anrechnung bieten sich an z. B. im Rahmen von Hochschultagen oder Tagen der offenen Tür an.

Praxis: Durchlässigkeitsbeauftragte kümmern sich um Informationsveranstaltungen und Vorträge

Die an Hochschulen für Durchlässigkeit Zuständigen können beispielsweise Informationsveranstaltungen zu Anrechnung durchführen bzw. entsprechende Vorträge halten. Sie beschäftigen sich außerdem damit, Interessierten und/oder Studierenden in Anrechnungstudiengängen Hilfestellung zu leisten, Probleme zu beseitigen oder die Leitungsgremien z. B. einer Hochschule über die Situation in entsprechenden Studiengängen zu informieren und Verbesserungsvorschläge zu machen.

Hintergrund: Pressekonferenzen

Pressekonferenzen sind extrem ressourcenintensiv und lohnen sich deshalb nur zu besonderen Anlässen. Sie bieten Journalistinnen und Journalisten die Möglichkeit, Expertinnen und Experten direkt zu befragen und Fotos sowie Statements und Fernsehbilder einzuholen. Sie präsentieren neben Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartnern idealerweise auch Produkte oder Objekte.

Praxis: Mit Veranstaltungen mehrere Akteure gleichzeitig ansprechen

Anrechnung ist ein komplexes Thema und bietet genügend Potenzial für eine Pressekonferenz oder -veranstaltung. Eine Veranstaltung zum Thema Anrechnung bietet außerdem die Möglichkeit, sich verschiedenen Akteuren – auch Kooperationspartnern – gleichzeitig zu präsentieren.

Erfahrung/Tipp:

Stellen Sie sich darauf ein, dass Journalistinnen und Journalisten auch andere Themen ansprechen und für Sie unangenehme Fragen stellen.

4 Weiterführende Materialien und Literatur rund um Anrechnung und Öffentlichkeitsarbeit

Literatur zu Öffentlichkeitsarbeit

Folgende beispielhaft ausgewählte Veröffentlichungen bieten detailliertere Informationen und Anregungen für weitere Literatur zum Thema Öffentlichkeitsarbeit:

Bentele, Günter; Fröhlich, Romy; Szyszka, Peter (Hrsg.) (2005): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bentele, Günter; Haller, Michael (Hrsg.) (1999): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen. Konstanz: UVK Medien.

Bühler, Heike; Naderer, Gabriele; Koch, Robertine, u. a. (2007): Hochschul-PR in Deutschland. Ziele, Strategien und Perspektiven. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Donsbach, Wolfgang (Hrsg.) (1997): Public Relations in Theorie und Praxis. Grundlagen und Arbeitsweise der Öffentlichkeitsarbeit in verschiedenen Funktionen. München: Reinhard Fischer.

Faulstich, Werner (2001): Grundwissen der Öffentlichkeitsarbeit. München: Wilhelm-Fink Verlag.

Herbst, Dieter (2003): Corporate Identity. Berlin: Cornelsen.

Schick, Siegfried (2002): Interne Unternehmenskommunikation. Strategien entwickeln. Strukturen schaffen. Prozesse steuern. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Materialien zu Anrechnung und ANKOM

Informationen über die ANKOM-Initiative können auf der ANKOM-Internetseite nachgelesen werden:
<http://ankom.his.de/>

Folgende Veröffentlichungen der wissenschaftlichen Begleitung geben weitere Informationen rund um das Thema Anrechnung:

Buhr, Regina; Freitag, Walburga; Hartmann, Ernst A.; Loroff, Claudia; Minks, Karl-Heinz; Mucke, Kerstin; Stamm-Riemer, Ida (Hrsg.) (2008): Durchlässigkeit gestalten! Wege zwischen beruflicher und hochschulischer Bildung. Münster: Waxmann.

Freitag, Walburga; Hartmann, Ernst A.; Loroff, Claudia; Stamm-Riemer, Ida; Völk, Daniel; Buhr, Regina (Hrsg.) (2011): Gestaltungsfeld Anrechnung. Hochschulische und berufliche Bildung im Wandel. Münster: Waxmann.

Freitag, Walburga (Hrsg.) (2009): Neue Bildungswege in die Hochschule. Anrechnung beruflich erworbener Kompetenzen für Erziehungs-, Gesundheits- und Sozialberufe. Bielefeld: wbv – Wilhelm Bertelsmann Verlag.

Stamm-Riemer, Ida; Loroff, Claudia; Hartmann, Ernst A. (2011): Anrechnungsmodelle – Generalisierte Ergebnisse der ANKOM-Initiative. HIS: Forum Hochschule 1/2011. Hannover: HIS.

Stamm-Riemer, Ida; Loroff, Claudia; Minks, Karl-Heinz; Freitag, Walburga (Hrsg.) (2008): Die Entwicklung von Anrechnungsmodellen. Zu Äquivalenzpotenzialen von beruflicher und hochschulischer Bildung. HIS: Forum Hochschule 13/2008. Hannover: HIS.

<http://ankom.his.de>

