

Hochschulreform und Internationalisierung

Band 1



Bernt Armbruster  
Markus F. Langer  
Katharina Linke (Hrsg.)

# Instrumente des Marketing-Controlling

Das Beispiel des auslandsorientierten Master-  
Studiengangs Electrical Communication Engineering

## Hochschulreform und Internationalisierung Band 1

Die Reihe „Hochschulreform und Internationalisierung“ wird vom Präsidenten der Universität Kassel, Abteilung Kommunikation und Internationales, herausgegeben. Band 1 dokumentiert das Projekt „Entwicklung von Instrumenten des Marketing-Controlling am Beispiel des auslandsorientierten Master-Studiengangs Electrical Communication Engineering (ECE) - Abschlussbericht und Dokumentation“

Projektteam: Markus F. Langer (CHE),  
Dr. Bernt Armbruster, Katharina Linke (UNIK, Abteilung Kommunikation und Internationales),  
Marion Schomburg, Lothar Flöther (UNIK, Abteilung Studium und Lehre),  
Dr. Ute Lanzendorf, André Schelewsky (UNIK, Wissenschaftliches Zentrum für Berufs- und Hochschulforschung),  
Dr. Susanna Slivensky (UNIK, Internationales Studienzentrum/ Sprachenzentrum),  
Prof. Dr.-Ing. Günter Kompa, (UNIK, Fachbereich Elektrotechnik/ Informatik, Programmverantwortlicher des ECE-Studiengangs),  
Hans-Dieter Berdelmann, Petra Castillo Romero (UNIK, Fachbereich Elektrotechnik/ Informatik, Studienservice)

Wir danken dem Hochschulkonsortium GATE Germany für die Förderung dieser Publikation und dem Hessischen Ministerium für Wissenschaft und Kunst sowie dem Centrum für Hochschulentwicklung CHE Gütersloh für die Förderung des Projekts.

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek  
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar

ISBN 3-89958-110-5  
URN urn:nbn:de:0002-1103

© 2005, kassel university press GmbH, Kassel  
[www.upress.uni-kassel.de](http://www.upress.uni-kassel.de)

Redaktion: Dr. Bernt Armbruster, Sabine Karnowka,  
Markus F. Langer, Katharina Linke  
Umschlaggestaltung: Bettin Brand Grafikdesign, München  
Druck und Verarbeitung: Unidruckerei der Universität Kassel  
Printed in Germany

# Inhalt

1.	Einführung (Bernt Armbruster, Katharina Linke)	S. 7
2.	Controlling im Start-Marketing: Möglichkeiten der Evaluierung	S. 17
2.1	Marketingaktivitäten zum Anschub des ECE-Programms (Katharina Linke)	S. 18
2.2	Werbewirkungsanalyse für das internationale Hochschulmarketing: Erfahrungen und Empfehlungen (Markus F.Langer)	S. 32
3.	Controlling im Rekrutierungs-Marketing: Qualitätssicherung der Bewerbungen und Studierendenauswahl	S. 47
3.1	Der ECE-Online-Applicant-Test als Instrument zur Bewerbervorauswahl (Günter Kompa)	S. 48
3.2	Der ECE-Online-Applicant-Test 2003: Auswertung, Erfahrungen, Ergebnisse (Ute Lanzendorf, André Schelewsky)	S. 84
4.	Controlling im Produkt-Marketing: Klientenorientierte Qualitätssicherung	S. 101
4.1	Klientenorientierung durch Befragungen (Ute Lanzendorf, André Schelewsky)	S. 103
4.1.1	Befragung von ECE-Studierenden, Auswertung und Empfehlungen	S. 103
4.1.2	Dokumentation: Fragebögen für Studierende und Absolventen	S. 139
4.2	Klientenorientierte Produktoptimierung	S. 156
4.2.1	Qualitätssicherung des ECE-Studienprogramms durch Akkreditierung (Günter Kompa, Marion Schomburg)	S. 156
4.2.2	Optimierung der Studienvorbereitung und der studienbegleitenden Betreuung durch das Betreuungs- und Sprachprogramm KUSS (Susanna Slivensky)	S. 174
4.3.	Klientenorientierte Prozessoptimierung	S. 188
4.3.1	Optimierung der Ablauforganisation (Bernt Armbruster)	S. 188
4.3.2	Prozesskette für den ECE-Studiengang (Bernt Armbruster, Lothar Flöther)	S. 192
5.	Controlling im Bindungs-Marketing: Alumni Aktivitäten (Markus F. Langer)	S. 205
6.	Erfolgsfaktoren für auslandsorientierte Studienprogramme: Der ECE-Studiengang in der Gesamtbewertung (Markus F. Langer, Ute Lanzendorf)	S. 211



# 1. Einführung

*Bernt Armbruster/Katharina Linke*

Dass Hochschulen im Wettbewerb ohne Marketing nicht mehr bestehen können, ist eine mittlerweile auch an den Hochschulen selbst akzeptierte Erkenntnis. Das war nicht immer so. Und nicht immer ist klar, was eigentlich wer mit Hochschul-Marketing meint. Die Beschäftigung mit diesen Fragen begann an der Universität Kassel (UNIK) sehr frühzeitig, als die Marketing-Diskussion in den 80er Jahren rezipiert und auf ihre Relevanz und Ergiebigkeit für die bislang verfolgten Konzepte der Universitäts-Kommunikation untersucht wurde. Eine 1988 von der Kommunikationsabteilung der UNIK angeregte Diplomarbeit kam schon seinerzeit zu der Einsicht, dass eine staatliche Bildungsinstitution wie die UNIK zwar im strengen, engeren Sinne kein Marketing betreiben kann, da sie unter vielerlei Aspekten (noch) nicht wirklich vom Marktgeschehen gesteuert wird, dass es sich aber sehr wohl lohnen würde, Ansätze und Instrumente des Marketing in das Kommunikationskonzept der Hochschule einzubeziehen. Dies bezog sich insbesondere auf die Orientierung der Universitäts-Kommunikation an den strategischen Zielen der Hochschule, ihrer Position im regionalen, nationalen und internationalen Wettbewerb sowie an der „kundenorientierten“ Weiterentwicklung ihrer Programme, Schwerpunkte und Angebote.

So wurden bereits ab Mitte der 80er Jahre im Sinne von „Marktforschung“ erste Befragungen von Studienanfängern realisiert, entwickelte die Uni-Leitung strategische Kommunikationsziele, erfolgte Mitte der 90er Jahre eine erste bundesweite Erhebung zum Stand des Hochschul-Marketings, deren Ergebnisse 1997 bei einer stark beachteten Tagung des Wissenschaftlichen Zentrums für Hochschul- und Berufsforschung unter der Fragestellung „Von der Öffentlichkeitsarbeit zum Hochschulmarketing?“ vorgestellt und diskutiert wurden. Weitere Schritte waren beispielsweise 1996 eine Studie über Ursachen von Studienabbruch, 1998 die Entwicklung eines Konzepts zum Kommunikations-Management in den Fachbereichen und 1999 die Entwicklung eines empirischen Instruments für die Fachbereiche zum Aufbau eines Marktanalyse- und -informationssystems in der Kasseler Universitätsregion. In diesen Jahren entwickelte sich ein Verständnis von Hochschul-Marketing, das – eingebettet in die Kommunikation der Universität insgesamt – sehr weit gefasst ist: Marketing also nicht verkürzt auf das „Vermarkten“ vorgefertigter Programme oder Dienstleistungen und schon gar nicht reduziert auf Werbung, sondern Marketing als ein aus der Ökonomie entlehntes Modell der strategischen Außenorientierung, das die Weiterentwicklung der Universitäts-Ziele und –Programme sowie ihren gesamten Auftritt nicht nur hochschulinternen Mechanismen überlässt, sondern im Wesentlichen am „Markt“ orientiert: d.h.

dass die Universität auf dem jeweiligen Wirkungsfeld und der jeweiligen Bezugsebene im Wettbewerb mit konkurrierenden Hochschulen attraktiv und leistungsfähig sein will für zu gewinnende, möglichst qualifizierte Studieninteressenten, Studierende und Wissenschaftler sowie für externe Kooperationspartner in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft und sie deshalb diese Außenorientierung systematisch in die eigene Weiterentwicklung einbezieht.

Die Erfordernisse des Hochschul-Marketings gelten umso mehr auf internationaler Ebene und damit in einem Umfeld, in dem sich – anders als in Deutschland – in der Tat längst ein realer Markt mit allen entsprechenden Mechanismen etabliert hat. Auf dem stark expandierenden internationalen Bildungsmarkt mit derzeit fast zwei Mio. mobilen Studierenden und Doktoranden, bis in die erste Hälfte der 90er Jahre noch fast ausschließlich von den angelsächsischen Ländern dominiert und mittlerweile auch ein Thema für das GATS, konkurrieren hoch kommerzialisierte Angebote längst mit den (fast) kostenfreien Programmen aus Ländern wie Deutschland, wird längst professionell rekrutiert, geworben, in Offshore-Projekten Kundennähe gesucht und letztlich auch Geld verdient. Als deshalb seit 1996/97 durch die Beschlüsse der Regierungschefs von Bund und Ländern zur „Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit des Studienstandorts Deutschland“ und die entsprechenden Aktionsprogramme des Deutschen Akademischen Austauschdienstes (DAAD) eine bundesweit von allen beteiligten gesellschaftlichen und politischen Institutionen gestützte Initiative zur Internationalisierung der Hochschulen in Deutschland und zur Verstärkung ihrer Attraktivität auf dem internationalen Bildungsmarkt in Gang kam, war es nur folgerichtig, dafür auch ein entsprechendes internationales Hochschul-Marketing der deutschen Hochschulen aufzubauen.

Die UNIK hat sich an diesen Aktivitäten von Beginn an aktiv beteiligt. So war sie zum Beispiel eines der Gründungsmitglieder von GATE Germany, dem deutschen Hochschul-Konsortium für Auslandsmarketing, das – angesiedelt beim DAAD – inzwischen allen deutschen Hochschulen als professioneller und kompetenter Dienstleister für Marketingaktivitäten im Ausland zur Verfügung steht. Im europäischen Rahmen initiierte die UNIK die Gründung eines Hochschul-Konsortiums, der European Graduate Studies Group (EGSG), die unter der Marke *eurograd* postgraduale Studien- und Doktorandenprogramme der beteiligten Universitäten weltweit anbietet und sich nun am Erasmus Mundus-Programm der EU beteiligen wird. Hintergrund für dieses Engagement ist ein ausgewiesenes, vom Senat am 2. November 2001 für die Zeit bis zum Jahr 2005 beschlossenes Konzept zur Internationalisierung der UNIK sowie ein daran anknüpfendes Konzept für das Auslandsmarketing.



In diesem ambitionierten Konzept geht die UNIK von der Überlegung aus, dass die Fähigkeit einer Universität, auch auf dem internationalen Bildungs- und Forschungsmarkt wettbewerbsfähig zu sein, langfristig über ihre Zukunft entscheidet. Was für wissenschaftliche Erfolge in der Forschung schon immer galt, wird im Zeichen der Globalisierung und der zusammenwachsenden Welt nun auch für die universitäre Ausbildung ein existentieller Faktor. Das Internationalisierungskonzept sieht deshalb in den Jahren bis 2005 ein Bündel von Maßnahmen vor, um für die deutschen Studierenden internationale Schlüsselqualifikationen und Auslandserfahrungen zu verstärken, die Studienangebote der UNIK vor allem im postgradualen Segment attraktiver zu gestalten, die internationale Netzwerkbildung im Bereich der Studienangebote und Abschlüsse zu erweitern, in der Forschung international vernetzte Schwerpunkte zu entwickeln und das Auslandsmarketing weiter auszubauen.

Die UNIK war – in der Vorbereitung und operativen Umsetzung dieser Konzepte – im Bereich des Auslandsmarketing also bereits seit geraumer Zeit aktiv, als sie Anfang 2002 auf ein Kooperationsangebot des Centrums für Hochschulentwicklung Gütersloh (CHE) reagierte, das ausgewählten Hochschulen seine Unterstützung bei der Weiterentwicklung ihrer Ansätze und Aktivitäten im Hochschul-Marketing anbot. Ausgehend von positiven Erfahrungen in der Evaluierung von Hochschul-PR-Aktivitäten, die in bundesweiter Kooperation mit weiteren Hochschulen gesammelt worden waren (siehe: <http://www.uni-kassel.de/presse/ag/>), drängte sich die Frage nach Möglichkeiten der Evaluierung von Marketingaktivitäten auf, und noch grundlegender: nach Möglichkeiten des Controllings von Hochschul-Marketing, hier speziell des internationalen Hochschul-Marketings. Während sich sowohl an der Kasseler Hochschule wie bundesweit mittlerweile ein breites Spektrum von Marketingaktivitäten etabliert hatte und über das Hochschul-Konsortium GATE Germany auch bereits ein funktionierendes Forum für Erfahrungsaustausch und Fortbildung nutzbar war, fehlte es noch durchgehend – auch in Kassel – an Instrumenten und Möglichkeiten, um beispielsweise das Marketing für einen Studiengang systematisch und nachhaltig in Rückkoppelungsschleifen auszuwerten und für dessen Qualitätssicherung und Weiterentwicklung zu nutzen.

Im Rahmen des in Kassel verfolgten umfassenden Ansatzes von Strategischem Marketing, der von den Zielsetzungen eines Studienprogramms über seine Implementierung und Optimierung bis hin zu Fragen der Rekrutierungs-Aktivitäten reicht, wurde dem CHE ein gemeinsames Projekt vorgeschlagen, um systematisch anwendbare Instrumente für das Marketing-Controlling, speziell auslandsorientierter Studiengänge, zu entwickeln. Der Bedeutung des Auslands-Marketing für die Erreichung der strategischen Internationalisierungsziele der UNIK entsprechend, sollte es die Einführung dieser In-

strumente ermöglichen, einerseits die operativen Marketingaktivitäten noch gezielter und effektiver anzugehen, andererseits die operativen Internationalisierungsprogramme weiter zu entwickeln und zu optimieren.

Erfreulicherweise ging das CHE auf diesen Kooperationsvorschlag ein und das Projekt „Entwicklung von Instrumenten des Marketing-Controlling am Beispiel des auslandsorientierten Master-Studiengangs Electrical Communication Engineering (ECE)“ wurde gestartet. Der ECE-Studiengang wurde dabei als Pilotprojekt ausgewählt: Ein Pilotprojekt deshalb, weil dieses Studienangebot bereits 1999 als eines der ersten international orientierten Studienangebote im damaligen „Master-Plus-Programm“ in die Förderung des DAAD aufgenommen worden war und deshalb in vielerlei Hinsicht Pionier- und Experimentierarbeit zu leisten hatte. Es war konzeptionell als eines der ersten Studienangebote ganz auf den internationalen Markt zugeschnitten: inhaltlich mit der Nachrichtentechnik als einem weltweit aktuellen Thema der Elektrotechnik/ Informatik, sprachpolitisch mit einem englischsprachig angelegten Studienprogramm, wettbewerbsorientiert mit einem kurzen, intensiven Curriculum, einer intensiven studienvorbereitenden und studienbegleitenden Betreuung und damit der Chance, das Programm in der vorgesehenen Zeit erfolgreich mit dem Master abzuschließen, um anschließend zu promovieren oder in die Industrie zu gehen. (Zur Struktur, den Inhalten und der Entwicklung des ECE-Studiengangs im einzelnen siehe die Beiträge von Günter Kompa und Marion Schomburg S. 49ff und S. 163ff)

An diesem kleinen Studiengang mit seinen 20 angebotenen Studienplätzen sind durch die verschiedenen Phasen und Aspekte der Marketing-Aufgaben hindurch folgende spezifischen Fragestellungen verfolgt worden, die wir in den Kapiteln dieses Projektberichts im Einzelnen vorstellen und dokumentieren:

- das Controlling im Start-Marketing, einerseits in der Dokumentation der Marketingaktivitäten für den Studiengang, andererseits in den Erfahrungen von Evaluierungsbemühungen und den Empfehlungen, die daraus zu folgern sind.
- das Controlling im Rekrutierungs-Marketing, hier insbesondere die Frage der Qualitätssicherung der Bewerbungen und die Studierendenauswahl.
- das Controlling im Produkt-Marketing mit dem Schwerpunkt der kundenorientierten Qualitätssicherung durch Befragungen von Studierenden und Absolventen, durch Produktoptimierung im Akkreditierungsprozess und in der Optimierung der Betreuung und durch eine kundenorientierte Prozessoptimierung der Ablauforganisation des Studienprogramms.
- und das Controlling im Bindungs-Marketing, insbesondere bezogen auf die Alumni-Aktivitäten.

Die mit dem Pilotprojekt anvisierten Ziele legten die Zusammensetzung einer Projektgruppe nahe, in der zum einen diejenigen Kompetenzen repräsentiert waren, die den MA-Studiengang etabliert und an der konkreten Durchführung des ECE-Studienprogramms im Fachbereich Elektrotechnik beteiligt waren bzw. sind. Zum anderen mussten die für den Studiengang zuständigen Dienstleistungsbereiche aus der Universität gewonnen werden, die in den regulären Ablauf des Studienprogramms, beginnend vom Start-Marketing über die Zulassung, die studieneinführende und studienbegleitende Betreuung bis zur Überreichung des Master-Zertifikats und der Alumni-Pflege eingebunden waren. Darüber hinaus galt es, hochschuleigene Ressourcen für die Entwicklung von Controlling-Instrumenten zu nutzen. Und schließlich sollte eine hochschulexterne, professionelle Supervision und kompetente Begleitung für das Marketing-Controlling-Projekt beratend zur Seite stehen. Unter diesen Prämissen etablierte sich im März 2003 die Projektgruppe in folgender Zusammensetzung:

aus dem Fachbereich Elektrotechnik

Prof. Dr.-Ing. Günter Kompa, Programmverantwortlicher für den ECE-Studiengang

Dipl.-Ing. Hans-Dieter Berdelmann, Leiter des Fachbereichs-Studienservice

Petra Castillo Romero, Mitarbeiterin im Fachbereichs-Studienservice, dort zuständig für die studieneinführende und -begleitende Betreuung aller Studierenden des ECE-Studiengangs

aus dem Wissenschaftlichen Zentrum für Hochschul- und Berufsforschung

Dr. Ute Lanzendorf, Wissenschaftliche Mitarbeiterin im Wissenschaftlichen Zentrum für Hochschul- und Berufsforschung

André Schelewsky, freier Mitarbeiter im Wissenschaftlichen Zentrum für Hochschul- und Berufsforschung

aus der Universitätsverwaltung und zentralen Einrichtungen

Dr. Susanna Slivensky, Leiterin des Internationalen Studienzentrums/ Sprachenzentrum

Marion Schomburg, Leiterin der Abteilung Studium und Lehre

Lothar Flöther, Abteilung Studium und Lehre/Leiter des Studienservice

Dr. Bernt Armbruster, Leiter der Abteilung Kommunikation und Internationales

Katharina Linke, Referentin für Internationale Partnerschaften und Auslands-Marketing, Abteilung Kommunikation und Internationales/ Akademisches Auslandsamt

aus dem CHE Centrum für Hochschulentwicklung

Markus F. Langer, Referent und Projektleiter für Fragen des nationalen und internationalen Hochschulmarketing, CHE, Gütersloh

Projektleitung und Projektsteuerung lagen in der Verantwortung von Dr. Bernt Armbruster und Markus F. Langer. Das diesem Kooperationsprojekt zu Grunde gelegte Projektdesign beschrieb neben der generellen Zielsetzung und den personellen und technischen Ressourcen für das Projekt die inhaltliche Gestaltung, die zeitliche Abwicklung mit den daraus resultierenden Arbeitsschritten und Arbeitspaketen für das gesamte Team. Zusammen mit dem Auftakt-Workshop wurden die Projektergebnisse in insgesamt zehn Workshops im Zeitraum von März 2003 bis zum Januar 2004 erarbeitet.

Im März 2003 startete das Projekt mit einem Auftakt-Workshop, der zum ersten Mal sowohl das gesamte Projektteam als auch internationale Studierende zusammenführte, die im ECE-Studiengang bereits immatrikuliert waren und ihre Perspektiven und Erfahrungen einbrachten. Die Auftakt-Veranstaltung verfolgte den Zweck, in einer ersten gemeinsamen Durchsicht eine gemeinsame Informationsbasis herzustellen und zu eruieren, inwieweit der neu etablierte ECE-Studiengang erfolgreich qualifizierte internationale Studierende für den postgradualen Studienbereich an der UNIK gewinnen konnte. Dazu gehörte auch eine erste kritische Bewertung, der bis dato eingesetzten Marketing-Instrumentarien und schließlich die Frage, ob ähnliche bzw. vergleichbare Studienangebote der UNIK die dabei gewonnenen Erfahrungen nutzen könnten. In einer ersten Bestandsaufnahme wurden das Konzept, die Historie, bereits vollzogene Veränderungen im Zulassungsverfahren, diverse Marketingaktivitäten und bereits erkennbare Problemfelder des neu entwickelten Studiengangs vorgestellt und eine erste Bilanz gezogen. Die Studierenden des ECE-Studiengangs berichteten von ihren Erfahrungen mit dem Fachprogramm und den Aspekten des deutschen Studienalltags. Diese wurden um die gewonnenen Erfahrungen aus dem Bereich der Zulassung und studienbegleitenden Betreuung durch den Fachbereichs-Studienservice ergänzt. Bestätigt wurde – wieder einmal – sowohl aus der Sicht der Studierenden als auch aus der Perspektive des Programmverantwortlichen und des Fachbereichs-Studienservice, dass ein qualitativ hohes fachliches und sozial-integratives Betreuungsangebot über den Erfolg der Studierenden beim Studieneinstieg bis zum Studienabschluss wesentlich mitentscheidet. Diese erste gemeinsame Durchsicht wurde zunächst mit folgenden Thesen beendet:

- Der Aspekt „deutsche Sprachkompetenz“ bedarf in einem englischsprachig angelegten Programm einer grundlegenderen Diskussion im Hinblick auf die Kriterien Zulassung, soziale Kompetenz/integrativer Faktor und „Botschafter-Funktion“ für die berufliche Perspektive und für die Alumni-Pflege.
- Das Problem der hohen Arbeitsbelastung der Studierenden insbesondere im Vorkurs und deren finanzielle Situation müssen im Programm berücksichtigt werden.

- Bei der Akquise von Studierenden muss Qualität an Stelle von Quantität ausschlaggebend sein.
- Bei der Entscheidung für bestimmte Marketingaktivitäten hat die „Präsenz vor Ort“ für die Studierendenrekrutierung hohe Priorität.
- Im Marketing eines neu einzuführenden Studiengangs sind zu unterscheiden: Akquirierungsmarketing (Startphase), Bindungsmarketing bei Studierenden (Stabilisierung und Expansion) und Alumni-Marketing (Stabilisierung und Qualitätssicherung).

Für die weiteren Arbeitsschritte des Projektteams wurden operative Aufgaben und Verantwortlichkeiten in Form von „Arbeitspaketen“ inhaltlich definiert und zeitlich festgelegt:

- Benchmarking: Erkundung von Erfolgsfaktoren für auslandsorientierte Studiengänge
- Marketingevaluation: Erhebung und Analyse von durchgeführten Maßnahmen in Bezug auf ihre Wirkungen
- Prozesskette: Zusammenstellung, Analyse und Auswertung von Services und Betreuung, Administration und Auswahlverfahren
- Online-Zulassungs- und Auswahlverfahren: Entwicklung, Durchführung von Befragungen, Analyse und Auswertung
- Aufbau einer Alumni-Datenbank im Studienservice des Fachbereichs

Ein wesentliches Ziel war dabei durchgängig, den ECE-Studiengang selbst durch die Ergebnisse des Projekts bereits im Projektverlauf zu unterstützen und erfolgreich weiterzuentwickeln. Zugleich ging es darum, exemplarisch einige Ansätze des Marketing-Controllings zu konkretisieren, diese Instrumente auch praktisch zu erproben und die dabei gewonnen Einsichten und Erfahrungen für andere Fachbereiche und Hochschulen fruchtbar zu machen. Wie es in einem Projekt nun einmal ist: Nicht alle Ausgangsüberlegungen konnten verfolgt, nicht alle Ansätze umgesetzt werden. Es waren dann schließlich fünf Controlling-Instrumente, die im Verlauf des Projekts eingesetzt wurden und die im folgenden dokumentiert sind:

- die Entwicklung eines Basis-Instrumentariums zur Werbewirkungsanalyse im internationalen Hochschulmarketing.
- der ECE-Online-Applicant-Test als Onlineverfahren zur Auswahl von Studieninteressenten, die in das Bewerbungsverfahren einbezogen werden sollen
- Befragungen von Studierenden und Absolventen mit einem Online-Fragebogen als Instrument der Klientenorientierung und Feedback für alle Aspekte des Studienangebots

- Produktoptimierungen durch das Akkreditierungsverfahren und durch die Entwicklung des Betreuungsprogramms KUSS
- die Optimierung der Ablauforganisation in der komplexen Organisationsstruktur der Universität durch die Entwicklung einer Prozesskette.

Es gehört zu den besonders erfreulichen Ergebnissen des Projekts, dass viele Aspekte und Erkenntnisse aus der insgesamt zweijährigen Arbeit bereits unmittelbar in die Praxis des ECE-Studiengangs zurückgefließen sind. Durch die Zusammensetzung des Projektteams und seine produktive Arbeitsweise konnten laufende Diskussionen, aber auch Konflikte aus dem Studiengang unmittelbar im Projekt aufgegriffen und oft auch geklärt werden. Insofern gehören – auch im übereinstimmenden Rückblick der Mitglieder der Projektgruppe – diese laufenden, unmittelbaren Veränderungen und Rückkoppelungen in den Studiengang selbst sicher zum wesentlichen Ertrag des Projekts, auch wenn diese Prozesse in der folgenden Dokumentation kaum erfasst sind. Sicher gehört auch zu den wertvollsten Erträgen, dass mit dem studienvorbereitenden und studienbegleitenden Betreuungs- und Sprachprogramm KUSS ein Konzept entwickelt wurde, das – auch wenn es derzeit im Fachbereich nicht weiter verfolgt wird – für alle ähnlich angelegten Studienprogramme vorbildlich und nutzbar ist. Nicht zuletzt gehört es sicher zu den unmittelbaren Erfolgen des Projekts, dass die im Projekt entwickelte Prozesskette zur Ablauforganisation des Studiengangs bereits direkt vom Fachbereich übernommen wurde und seither im Interesse der Studierenden wie aller am Studiengang Beteiligten wesentlich zur Klarheit der Abläufe und der Verantwortlichkeiten beiträgt. Dies war insofern von Nöten, als nach Auslauf der Förderphase durch den DAAD das ECE-Programm nun in den Regelbetrieb des Fachbereichs überführt werden musste.

Die Umsetzung dieser Ergebnisse und aller weiteren Erträge des Projekts sollen nun durch Angebote zum Transfer der Projekterfahrungen erfolgen. Dazu kann hoffentlich der folgende als Arbeitshilfe gedachte Werkstatt-Bericht beitragen, der die Projektergebnisse schildert und die eingesetzten Instrumente konkret und detailliert dokumentiert. Geplant sind aber auch entsprechende Transfer-Veranstaltungen innerhalb der UNIK selbst, bei denen interessierte Fachbereiche auf die Projektergebnisse zugreifen können. Und selbstverständlich sind sowohl das CHE als auch die UNIK daran interessiert, die Erfahrungen dieses Projekts auch allen anderen Hochschulen zur Verfügung zu stellen. Dazu soll insbesondere ein Workshop dienen, den das CHE oder GATE Germany anbieten wird.

Seitens der UNIK ist zu hoffen, dass dieser Bericht dazu anregt, die vorgestellten Instrumente aufzugreifen und für eigene Projekte zu nutzen. Zugleich ist dem CHE dafür zu danken, dass es sich des Projekts angenommen hat, bei

dem sich einmal mehr gezeigt hat, dass die Zusammenarbeit mit einem kompetenten externen Partner nicht nur nützlich ist und hilfreich, sondern auch viel Freude macht. Diese Erfahrung gilt nicht weniger für das Wissenschaftliche Zentrum für Berufs- und Hochschulforschung, auf dessen Kompetenz und Kooperationsbereitschaft einmal mehr Verlass war. Zu danken ist allen Beteiligten im Projekt-Team, die diese Arbeit mit erheblichem Engagement und vorbildlicher Kooperationsbereitschaft zusätzlich zu ihren üblichen, eigenen Lasten geschultert haben, motiviert durch das Engagement in der Sache und die Aussicht auf die nun vorliegenden inhaltlichen Erträge des Projekts. Zu danken ist dem Präsidium der Universität für seine Unterstützung und dem Hessischen Minister für Wissenschaft und Kunst, der das Projekt gefördert hat. Und nicht zuletzt ist Katharina Gerth für ihre Unterstützung bei den Workshops zu danken sowie Sabine Karnowka, die es auf sich genommen hat, diesen Projektbericht in die vorliegende Fassung zu bringen.





## 2. Controlling im Start-Marketing: Möglichkeiten der Evaluierung

*Als Arbeitsaufgaben im Rahmen der Marketing-Evaluation waren die Erhebung und Analyse von durchgeführten Marketingaktivitäten und deren Wirkung vorzunehmen. Dem gängigen Sprachgebrauch folgend wird in diesem Kapitel nur von Marketing-Aktivitäten im engeren Sinne die Rede sein. Speziell für die Phase des Start-Marketings sollte daher erarbeitet werden, welche konkreten Werbemaßnahmen vor allem vor, zu Beginn und in den ersten Jahren des ECE-Programms eingeleitet und durchgeführt wurden, um qualifizierte internationale Studierende auf das Studienangebot aufmerksam zu machen und diese als Masterkandidaten zu gewinnen. Zur Dokumentation dieser Aktivitäten stellt Katharina Linke eine tabellarische Übersicht vor, die sämtliche Marketingaktivitäten des Zeitraums 1997–2003 erfasst und zunächst rein quantitativ die Relation von durchgeführten Maßnahmen (input) und der Anzahl von Studienbewerbungen (output) sichtbar macht. Dass diese Dokumentation an sich noch keine hinreichende Aussage zur Qualitätskontrolle und Qualitätssicherung darstellt, versteht sich von selbst. Allerdings bildet sie die Grundlage für eine systematische Auswertung und für Überlegungen, inwieweit die veranstalteten Marketingaktivitäten strategisch sinnvoll eingesetzt wurden oder gegebenenfalls mit einem geänderten Marketing-Controlling-Konzept erfolversprechender umgesetzt werden könnten. Als Output-Indikator wurden u.a. Zugriffsstatistiken für einschlägige webpages der UNIK herangezogen. Dass solche Daten nicht ohne Weiteres verfügbar sind, war dabei eine wichtige Erfahrung. Dem systematischen Zusammenhang von Aufwand und Ertrag spürt Markus F. Langer im zweiten Abschnitt nach. Dabei bedient er sich des vierstufigen AIDA-Modells, das den Prozess beginnend bei der Wahrnehmung des Studienangebots bis hin zur Immatrikulation unter marketingstrategischen Gesichtspunkten modellhaft nachzeichnet. (A)ttention für solche Programme über gemeinsame Dach-Kampagnen, (I)nterest und (D)esire durch gezieltere Kommunikations-Aktivitäten, vor allem über das Leitmedium Internet, und (A)ction, also die Transformation der erzeugten Bewerbungen in tatsächliche Einschreibungen, durch persönliches Engagement, schälen sich dabei als Schlüsselfaktoren heraus. Die Auswertung des – zum Teil fragmentarischen – Datenmaterials und die Bewertung zu qualitätssichernden Standard-Instrumentarien führen ihn zu der Aussage, dass ein umfassendes Controlling-Konzept unabdingbarer Bestandteil schon bei der Entwicklung und Implementierung eines jeden auslandsorientierten Studiengangs sein muss.*

## 2.1. Marketingaktivitäten zum Anschub des ECE-Programms

*Katharina Linke*

Das Internationalisierungskonzept der UNIK und die darin beschriebenen Aufgaben für das Hochschul-Marketing sollen dazu beitragen, die Attraktivität und internationale Wettbewerbsfähigkeit des Kasseler Studienstandortes herauszustellen und mit entsprechenden Studienangeboten den Anteil hochqualifizierter internationaler Studierender, insbesondere im postgradualen Bereich, zu erhöhen. Das Auslandsmarketing für solche Studienangebote wird an der UNIK auf zwei Ebenen verfolgt: auf der Fachbereichsebene und/oder den für ein bestimmtes Studienprogramm verantwortlichen Hochschullehrenden und vom Referat für Auslandsmarketing in der Abteilung Kommunikation und Internationales auf der zentralen Verwaltungsebene. Im Unterschied zu den Aktivitäten des ersten Bereichs, der hauptsächlich das Augenmerk auf das konkrete Programm und die Schwerpunkte des Fachgebiets richtet, liegt die Aufgabe für das zentrale Auslandsmarketing in der hochschulübergreifenden Präsentation des Studien-, Lehr- und Forschungsangebots. Dass ein aufeinander abgestimmtes Zusammenspiel von Aktivitäten aus den jeweiligen Bereichen nicht nur sinnvoll, sondern vor allem erfolgversprechend ist, liegt nahe. Bei bestimmten Maßnahmen, wie z.B. bei Rekrutierungsmessen, sollte allerdings der Einsatz des Fachbereichs einschließlich der persönlichen Präsenz des Programmverantwortlichen priorisiert werden.

Im Falle des ECE-Studiengangs haben sich die Marketingaktivitäten aus beiden Hochschulbereichen – teilweise in gemeinsamer Absprache, teilweise eher zufällig – ergänzt: auf Vortrags- und Informationsreisen, bei der Präsentation von Informationsmaterialien sowie in der Zusammenarbeit mit Mittlerorganisationen und Kooperationspartnern. Die Gesamtheit aller durchgeführten Marketingaktivitäten, die darauf ausgerichtet waren, den ECE-Masterkurs auf dem internationalen Bildungsmarkt bekannt zu machen und auf diesem Wege Studierende zu rekrutieren, ist in der folgenden tabellarischen Übersicht festgehalten. Darüber hinaus enthält die Tabelle weitere Kriterien, die die durchgeführten Maßnahmen spezifizieren. Diese sind:

1. **Zeitpunkt/Beginn der Aktivität:** Hier sind sämtliche Aktivitäten, die als Start-Marketing-Maßnahmen ab 1997 vor dem eigentlichen Start des Programms bis zum Jahr 2003 durchgeführt wurden, chronologisch aufgelistet. Für einige Aktivitäten konnten im nachhinein keine exakten zeitlichen Angaben gemacht werden.
2. **Marketingaktivitäten:** Die Aktivitäten umfassen einen international ausgerichteten Workshop, Vortrags- und Informationsreisen, Besuchsreisen an ausländische Bildungseinrichtungen, Fach- und Bildungsmessen, Multiplikatorenveranstaltungen, eine Promotiontour, den Versand, die hochschuleigene und kommerzielle Präsentation von Printmedien sowie

die fachbereichs- und programmspezifischen Internetauftritte in websites. Im Hinblick auf Auslandsmessen sind dabei im einzelnen Fach- und Bildungsmessen zu unterscheiden, die sich an unterschiedliche Zielgruppen wenden und verschiedene Angebotsprofile präsentieren. Für das Marketing bzw. die Rekrutierung von Studierenden für das ECE-Studienprogramm war es daher unerlässlich, an Rekrutierungsmessen teilzunehmen, die sowohl in Bezug auf die spezifische Zielgruppe als auch auf das Studienprogramm Präsentationsmöglichkeiten boten. Ebenso sinnvoll schien die Teilnahme an Multiplikatorenveranstaltungen zu sein, die die jeweiligen Informationen über das neu etablierte Studienprogramm weitervermitteln sollten. Genutzt wurde auch eine hochkarätig besetzte und mit großer Presse- und Medienresonanz durchgeführte Promotiontour in Indien. Wie die Ausführungen zu diesem Kapitel von Markus F. Langer im Folgenden zeigen werden, ist die Bewertung einer einzelnen Maßnahme im Rückblick nicht bis ins letzte möglich. Grundsätzlich kann jedoch festgehalten werden, dass der Erfolg einer Maßnahme umso sichtbarer ist, je gezielter diese für ein bestimmtes Produkt eingesetzt wird. Schwieriger messbar, deshalb aber nicht weniger wichtig ist die Präsenz einer Hochschule mit ihrem gesamten Angebot auf Auslandsveranstaltungen.

3. **Zielgruppe:** Hierin gefasst sind Repräsentanten aus Universitäten, Studierende, Schulabgänger, Absolventen, Multiplikatoren, Mittlerorganisationen, Vertreter aus Wissenschaft und Wirtschaft.
4. **Kooperationspartner/Mittlerorganisationen:** Zahlreiche Aktivitäten wurden in Zusammenarbeit mit einschlägigen Institutionen durchgeführt, die sich als professionelle Dienstleister auf diesem Sektor auszeichnen, wie z.B. das Hochschulmarketing-Konsortium GATE. In den letzten Jahren wurden Auslandsmessen im Verbund mit anderen hessischen Hochschulen und der Schirmherrschaft und der finanziellen Unterstützung des HMWK besucht. Nicht zuletzt sind hier auch Mittlerorganisationen mit aufgeführt, die den internationalen Austausch und Marketing-Aktivitäten der Hochschulen fördern.
5. **Begleitprogramm zur Aktivität/Veranstaltung:** Einige Auslandsveranstaltungen wurden um ein spezifisches Informations- und Presseprogramm ergänzt, um teilnehmenden Hochschulen die Möglichkeit zur weiteren Präsentation und zur Diskussion mit entsprechendem Fachpublikum zu ermöglichen und um damit die Multiplikatorenwirkung für das Studienangebot zu erhöhen.
6. **Teilnahme/Hrsg. Institution:** Die Tabelle weist unterschiedliche Teilnehmer an den diversen Veranstaltungen auf. Grundsätzlich waren auf Auslandsmessen, die kein spezifisches Angebotsprofil der Hochschulen

anforderten, sondern die Präsentation von Hochschulen und deren Studien- und Forschungsangebot insgesamt interessierten, Referanten aus dem zentralen Verwaltungsbereich vertreten. Standen hingegen fachspezifische Programme im Vordergrund oder – wie im Falle des ECE-Studiengangs – Rekrutierungsinteressen des Programmverantwortlichen, nahm der Programmverantwortliche, Günter Kompa, selbst teil. „Herausgebende (=Hrsg.) Institution“ bezieht sich auf den Bereich oder die Personen, die für die Konzeption und Edition von Printmaterialien verantwortlich zeichneten.

7. **Kommentar:** Im Kommentar sind ergänzende und erläuternde Informationen zu den einzelnen Veranstaltungen sowie spontane Eindrücke und erste Auswertungen enthalten.
8. **Zahl der Studienbewerber/Innen:** Erste nachweisliche Zahlen sind aus dem Jahr 1998 vorhanden. Weitere Auswertungen sind den Fußnoten der Tabelle zu entnehmen und vor allem den Ausführungen von Markus F. Langer in Kapitel 2.2



<b>Zeitpunkt/ Beginn der Aktivität</b>	<b>Marketingaktivität</b>	<b>Zielgruppe</b>	<b>Kooperations- partner/Mittler- organisationen</b>
17. - 18.7.1997	Internationaler IEEE Workshop "Experimentally based FET device modelling and related nonlinear circuit design" an der UNIK;	Universitäten; Multiplikatoren	DFG, ERO, EO-ARD, ONR-EUR
Oktober 1997 <sup>1)</sup>	"Electrical Communication Engineering-Postgraduate Degree Programme" Informationsbroschüre (...)	Universitäten; Studierende; Multiplikatoren	DAAD
8.11.-16.11.1997	Informationsreise des DAAD in Argentinien	Universitäten, Multiplikatoren, Mittler- organisationen	DAAD
1997 <sup>2)</sup>	Postgraduate Degree Programmes (Informationsbroschüre)	Universitäten Multiplikatoren	
1998	"Getting Students into Central Europe. A Postgraduate Programme at the GhK with Special Emphasis on a Kenya Cooperation" (Vortrag)	Universitäten; Vertreter aus Wissenschaft und Industrie	

1), 2) Zusammen mit der Broschüre wurden weitere Informationsmaterialien verschickt, die über den Studiengang hinaus Auskunft geben über die Studienbedingungen, den Studienalltag und das Studienangebot insgesamt. Diese Broschüren sind: „Short Guide for International Students“, „Innovative, Interdisciplinary, International“, „International Summer University ISU“, und der Flyer zum „International House“.

<b>Begleitprogramm zur Aktivität/Veranstaltung</b>	<b>Teilnahme hrsg. Institution</b>	<b>Kommentar</b>	<b>Zahl der Studienbewerber / innen</b>
Information über das internationale Studienprogramm ECE	FB.16/ Prof.Dr.-Ing. Kompa	100 Teilnehmer weltweit	Keine Angaben vorhanden
	FB.16/ Prof.Dr.-Ing. Kompa	Von 10.000 Exemplaren wurden 9.621 verschickt; aufgrund hoher Portokosten wurde vermehrt auf Informationsverbreitung übers Internet gesetzt	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ganztägiges Informationsseminar im Goethe-Institut, Buenos Aires</li> <li>- Informationsseminar für Mitarbeiter der Ministerien, Buenos Aires</li> <li>- Informationsseminar im Goethe-Institut, Córdoba</li> <li>- Informationsseminar in der Universidad Nacional de San Juan</li> </ul>	FB.16/ Prof.Dr.-Ing. Kompa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vor Ort: großes Interesse für das ECE-Programm</li> <li>- in Deutschland: nahezu Null-Resonanz</li> <li>- Kontakte sind abgebrochen</li> </ul>	
	Abt. Kommunikation und Internationales/ Akademisches Auslandsamt	Darstellung der postgradualen Studienangebote der UNIK in englischer Sprache	
	FB.16/ Prof.Dr.-Ing. Kompa	Publikation in: Proc. GAAS 98, Amsterdam, 1998, S. 230-235.	25

<b>Zeitpunkt/ Beginn der Aktivität</b>	<b>Marketingaktivität</b>	<b>Zielgruppe</b>	<b>Kooperations- partner/Mittler- organisationen</b>
1998/1999	„Electrical Communication Engineering -International Degree Programmes" (Broschüre)		DAAD
1999	webpage: <a href="http://www.uni-kassel.de">www.uni-kassel.de</a>	Hochschulöffentlichkeit im In- u. Ausland; Studieninteressenten, Studienbewerber	
1999	"HOBSONS International Education Casebook"	Internationale Studierende und Multiplikatoren: Hochschulen im Ausland, internationale Bildungseinrichtungen, Mittlerorganisationen	
1999	Laser Radar Technology - Research and Teaching at the University of Kassel" (Faltblatt)	Bildungseinrichtungen, Wirtschaftsorganisationen	DAAD
1.-7.3.1999	Indonesien, Technogerma, Bildungsmesse	Internationale Studierende, Multiplikatoren, Wirtschaftsvertreter	DAAD



<b>Begleitprogramm zur Aktivität/Veranstaltung</b>	<b>Teilnahme hrsg. Institution</b>	<b>Kommentar</b>	<b>Zahl der Studienbewerber / innen</b>
	FB.16/ Prof.Dr.-Ing. Kompa; DAAD (Hr.)	Info-Broschüre des DAAD: Darstellung des ECE-Studiengangs mit Fotomaterial und Kontaktadresse	
diverse Informationsmaterialien zur UNIK in dt. Sprache (fremdsprachige Broschüren ab 1997)	Abt. Kommunikation und Internationales		
	Abt. Kommunikation und Internationales/ Ak. Auslandsamt (Texte); HOBSONS, London (Hr.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profile page: Darstellung der Hochschule und ihres Angebots</li> <li>- Case study: Biografie eines Studierenden mit Stellungnahme zum gewählten Studienfach und zur Hochschule</li> </ul>	
	FB.16/ Prof.Dr. Ing. Kompa	Erstellt anlässlich der Sonderschau "Studieren und Forschen in Deutschland" auf der Technogermania, Jakarta, Indonesien, 1.-7.3.1999	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Präsentation eines Nahbereichs-Laserradars als Exponat</li> <li>- Faltblatt "Laser Radar Technology-Research and Teaching at the University of Kassel"</li> </ul>	FB.16/ Prof.Dr.-Ing. Kompa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Große Resonanz am Messestand</li> <li>- Universitätsbesuche an den wichtigsten Universitäten in Indonesien</li> <li>- Resonanz nach Messe steigend (Anforderung von Informationen)</li> </ul>	

<b>Zeitpunkt/ Beginn der Aktivität</b>	<b>Marketingaktivität</b>	<b>Zielgruppe</b>	<b>Kooperations- partner/Mittler- organisationen</b>
1999	Besuch von Universitäten in Indonesien: Trisakti University, Jakarta Universitas Indonesia (UI); Universitas Gunadarma, Jakarta	Universitäten; Multiplikatoren, Studierende	
1999	NAFSA Washington - Multiplikatorenmesse	Hochschuleinrichtungen, Wissenschaftsorganisationen, Unternehmen	DAAD, HMWK
1999	EAIE (European Association for International Educators) Maastricht	Hochschulen, Wissenschaftsorganisationen	HMWK
9.-12.3.2000	Bildungsmesse "Career 2000" Singapur	Schulabgänger, Hochschul- und Polytechnic Absolventen, Berufstätige; Ing.- und Wirt. Wissenschaften	DAAD; Deutsche Botschaft Singapur
2000	Hochschulbörse in Moskau und Novosibirsk	Studierende, Hochschulen	DAAD, HRK
2000	NAFSA San Diego – Multiplikatorenmesse	Internationale Hochschulen; Multiplikatoren	DAAD GATE, Germany HMWK
2000	EAIE (European Association for International Educators) Leipzig		

<b>Begleitprogramm zur Aktivität/Veranstaltung</b>	<b>Teilnahme hrsg. Institution</b>	<b>Kommentar</b>	<b>Zahl der Studienbewerber / innen</b>
Präsentation von Informationsmaterialien; Gespräche und Diskussionen	FB 16/ Prof. Dr.-Ing. Kompa		<b>72</b>
Pressekonferenz, Workshops, Sessions, Posterausstellung, Empfänge	Abt. Kommunikation und Internationales/Akademisches Auslandsamt: Katharina Linke	Auslage von Infomaterialien am Messestand; persönliche Beratung von Multiplikatoren und Kooperationspartnern	
	Abt. Kommunikation und Internationales Akademisches Auslandsamt: Birgit Felmeden	Auslage von Infomaterialien am Messestand; persönliche Beratung Multiplikatoren und Kooperationspartnern	
Messebroschüre mit Adressen und Ansprechpartnern der Aussteller	FB.16 / Prof.Dr.-Ing. Kompa	- Vor Ort: großes Interesse - Zurück in Deutschland: sinkende Resonanz - keine Bewerbungen aus Singapur	<b>83</b>
Vorträge, Pressekonferenzen, Podiumsdiskussionen, Empfänge	FB 09/ DAF: Dr. Wilde-Stockmeyer OWWZ: Dr. Gorzka		
Pressekonferenz, Workshops, Sessions, Posterausstellung, Empfänge	Abt. Kommunikation u. Internationales/ Dr. Bernt Armbruster, Katharina Linke	Auslage von Broschüren, persönliche Beratung; Gespräche mit Kooperationspartnern	
	Akadem. Auslandsamt: Birgit Felmeden	Auslage von Broschüren, persönl. Beratung; Gespräche mit Kooperationspartnern	

<b>Zeitpunkt/ Beginn der Aktivität</b>	<b>Marketingaktivität</b>	<b>Zielgruppe</b>	<b>Kooperations- partner/Mittler- organisationen</b>
	<u>Vortragsreisen</u> China und Singapur	Universitäten; Fakultäts- vertreter; Studierende	DFG
6.3.2000	Nanyang Technological University (NTU)		
7.3.2000	National University of Singapore (NUS)		
8.3.2000	Institute of Microelectronics (IME); IEEE Evening Talk		
9.3.2000	DSO National Laboratories		
8.-17.4.2000	Southeast University, China		
8.-17.12.2000	Malaysia und Indien		
9.12.2000	Universitäten Multimedia (MMU) , Cyberjaya		
11.12.2000	Universiti Teknologi Mara (UiTM), Kualu Lumpur		
12.12.2000	Universiti Sains Malaysia (USM), Petronas University, Tronoh		
13.12.2000	University of Malaya		
14.-16.12.2000	Vellore Engineering College		
2001	EAIE (European Association for International Educators) Tampere		
2001	NAFSA Philadelphia - Multiplikatorenmesse		DAAD/ GATE, Germany HMWK

<b>Begleitprogramm zur Aktivität/Veranstaltung</b>	<b>Teilnahme hrsg. Institution</b>	<b>Kommentar</b>	<b>Zahl der Stu- dienbewerber / innen</b>
Vorträge, Fachgespräche, Informationsmaterial	FB.16/ Prof.Dr.-Ing. Kompa	Präsentation des Studien- programms und Vertei- lung von Infomaterialien	
	Abt. Kommu- nikation u. In- ternationales/ Ak.Auslands- amt: Birgit Felmeden	Auslage von Broschüren, persönliche Beratung; Gespräche mit Kooperati- onspartnern	
Pressekonferenz, Workshops, Sessions, Pos- terausstellung, Empfänge	Abt. Kommu- nikation u. In- ternationales Ak.Auslands- amt:Katharina Linke	Auslage von Broschüren, persönliche Beratung; Gespräche mit Kooperati- onspartnern	

<b>Zeitpunkt/ Beginn der Aktivität</b>	<b>Marketingaktivität</b>	<b>Zielgruppe</b>	<b>Kooperations- partner/Mittler- organisationen</b>
März 2001	webpage: <a href="http://www.uni-kassel.de/fb16/hft">www.uni-kassel.de/fb16/hft</a>	Studieninteressen- sente; Studierende; Multipli-	
28.10.-08.11.2001	Promotiontour durch Indien	Studierende Hochschulen	DAAD/ GATE Germany
2002	Career Messe, Singapore	Studierende Hochschulen	DAAD/ GATE Germany
2002	NAFSA San Antonio – Multiplikatorenmesse	Internationale Hochschulen, Multiplikatoren	
2002	EAIE (European Association for International Educators) Porto		
Januar 2003	webpage: <a href="http://www.eurograd.com">www.eurograd.com</a> <a href="http://www.eurograd.org">www.eurograd.org</a>	Graduierte, Post- graduierte, internationale Studierende u. Dozenten	
März 2003	„European Higher Education Fair“, Hongkong	Studierende	GATE Germany

<b>Begleitprogramm zur Aktivität/Veranstaltung</b>	<b>Teilnahme (hrsg. Institution)</b>	<b>Kommentar</b>	<b>Zahl der Studienbewerber/innen</b>
		Ausführliche Darstellung des Studienprogramms	
Vortragsprogramm, Bildungsmesse, Zeitungsanzeigen, Plakate, TV-Spots, Podiumsveranstaltungen mit Bundeskanzler Schröder, Verteilung von Fragebögen	---	Zwar keine persönliche Teilnahme der UNIK, aber Vertretung durch DAAD und Info-broschüren	<b>177</b>
Vorträge, Pressekonferenzen, Podiumsdiskussionen, Empfänge	FB 08/ Frau Zeller		
Pressegespräche und Empfang	FB. 14/ Dekanatsreferat/ Dr. Schröder-Gronostay		
	Abt. Kommunikation u. Internationales/ Ak.Auslandsamt: Birgit Felmeden		<b>753</b>
„eurograd“ flyer		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profil des Studiengangs im postgradualen Studienangebot (cluster: Innovative Technologies)</li> <li>- Prof. Dr.-Ing. Kompa ist als Ansprechpartner für das ECE Programm genannt</li> <li>- Verlinkung zum Programm</li> </ul>	
Hochschulbesuche, Pressegespräche/ -konferenzen, Empfang	FB 08/ Frau Zeller		

## **2.2. Werbewirkungsanalyse für das internationale Hochschulmarketing: Erfahrungen und Empfehlungen**

*Markus F. Langer*

### **Einleitung**

Dass das Anliegen, ex post die Wirkung verschiedener werblicher Marketingmaßnahmen zu bestimmen, ein schwieriges ist, war vornherein klar. Gleichwohl bleibt eine gewisse Enttäuschung, dass nicht mehr an Zusammenhängen nachweisbar war – was seine Ursache im wesentlichen in den nach den Jahren verwischten „Spuren“ haben dürfte. Den Blick nach vorne richtend soll nachstehend dargelegt werden, was intendiert war, wie die Ergebnisse sich darstellen und wo letztlich die Probleme lagen sowie wie zukünftig das Marketing/ die Werbung für derartige Studienangebote aussehen sollten und wie ein effektives Marketingcontrolling/ eine wirksame Werbewirkungsanalyse installiert werden können.

### **Grundidee: Die „Werbewirkungsformel“ AIDA**

Bezweckt war letztlich mit der Gesamtheit der Werbe- und Marketing-Maßnahmen vor allem eines: Die Anzahl der Immatrikulationen hoch qualifizierter Bewerber im Studiengang Electrical Communications Engineering (ECE-Studiengang) zunächst deutlich zu erhöhen und später auf hohem Niveau zu halten. Seit der ersten Immatrikulationsrunde im Sommer 1998 ist dies auch gelungen, bei fast 70 lag die Zahl der Immatrikulationen im letzten Jahr, wobei jetzt, und dies ist ein Wermutstropfen, auch erstmalig die Zahl der Studienabbrüche ein „schwindelerregendes“ Niveau erreicht hat. Diese qualitativen Aspekte sollen zunächst im hier vorliegenden Abschnitt nicht im Vordergrund stehen – auch wenn sie, wie noch zu sehen sein wird, durchaus im Zusammenhang damit stehen.

Werbung und Marketing entfalten ihre Wirkung in aller Regel in mehreren Stufen. Ein bekanntes Modell ist der sogenannte AIDA-Ansatz, der auch den nachfolgenden Ausführungen zugrunde gelegt werden soll. Er dient dabei als Strukturierungshilfe und Gedankenstütze, nicht mehr und nicht weniger. AIDA steht für (A)ttention, (I)nterest, (D)esire und (A)ction – vier Schritte, die in aller Regel von allen Studienanfängern durchlaufen werden, im Beispiel reichen diese Schritte vom ersten Aufmerksamwerden auf das ECE-Programm bis hin zur tatsächlichen Immatrikulation.



Auslöser für diesen Prozess können unterschiedliche Werbemaßnahmen sein, von sehr persönlicher bis hin zu vollkommen unpersönlicher Kommunikation:

- Vorträge auf einzelnen Veranstaltungen/Fachtagungen
- Vortragsreisen, Besuche von einzelnen Hochschulen
- Beteiligung an Bildungsmessen
- Durchführung von/Beteiligung an groß angelegten Promotiontours
- Schaltung von Werbeanzeigen und Spots in Printmedien, TV, Radio
- ...

Der vorhergehende Abschnitt enthält eine Übersicht über die diesbezüglichen Maßnahmen im ECE-Programm.

Im Untersuchungszusammenhang lassen sich die verschiedenen Stufen, des durch die jeweilige Werbemaßnahme ausgelösten Prozesses, in etwa wie folgt beschreiben und an den genannten exemplarischen Indikatoren festmachen:

**(A)ttention** steht für das aller erste Aufmerksamwerden auf das ECE-Programm. Diese *Aufmerksamkeit* entsteht unmittelbar auf der Messe/Veranstaltung bzw. im unmittelbaren Nachgang dazu oder zu einer Werbekampagne in Form einer An-/Nachfrage, sei es schriftlicher, telefonischer oder Internetgestützter Art. Gemessen werden kann diese u.a. durch:

- Anzahl der Messestandbesucher,
- Anzahl Gespräche im unmittelbaren Anschluss an Vorträge,
- Anzahl telefonischer Anfragen nach den Werbemaßnahmen,
- Zugriffe auf einschlägige Internetseiten,
- ...

**(I)nterest** wird im Allgemeinen dadurch dokumentiert, dass weitere und präzisere Informationsbedürfnisse artikuliert werden bzw. ein näheres Interesse anderweitig dokumentiert wird. Im vorliegenden Fall dürfte dies spätestens mit der *Teilnahme am Online-Vorabtest* gegeben sein. In jedem Fall erscheint dies der wesentliche Indikator dafür zu sein. Vor der Einführung dieses Online-Testverfahrens fällt eine Abgrenzung des Interesses von der vorgelagerten Stufe der Aufmerksamkeit bzw. der nachgelagerten der Absicht/Intention noch schwer.

**(D)esire** äußert sich nun wiederum darin, dass auch tatsächlich die Absicht geäußert wird, ein entsprechendes Studium im ECE-Studiengang aufzunehmen. Dies kommt klar zum Ausdruck, wenn auf die erfolgreiche Teilnahme am Online-Vorabtest auch eine Bewerbung erfolgt. Bis zur Einführung des Online-Verfahrens kann ebenfalls die *Zahl der Bewerbungen* als Indikator

verwendet werden, es ist dann allerdings zu berücksichtigen, dass diese dann auch noch für eine reine Interessensbekundung stehen können.

**(A)ction** ist die letzte Stufe, wenn auf die Intention, d.h. die Bewerbung, nach erfolgter Zusage durch die Hochschule, auch tatsächliches Handeln, also die Immatrikulation folgt. Der Indikator ist klar und gut beobachtbar: Die *Zahl der Immatrikulationen* im ECE-Studiengang.

Erfolgreiches Marketing macht sich also nicht nur an der ersten Stufe „(A)ttention“ fest, sondern muss dazu führen, dass am Ende auch „(A)ction“ steht. Die meisten Controllingmaßnahmen für Marketingmaßnahmen im Hochschulbereich dokumentieren jedoch bestenfalls die erste Stufe „Aufmerksamkeit“, indem sie die Anzahl der Teilnehmer von Informationsveranstaltungen, Anzahl besuchter Hochschulen und Bildungsmessen o.ä. auflisten. Marketingcontrolling ernst genommen, darf sich jedoch nicht alleine auf diese exogenen (Input-) Größen beschränken, sondern muss auch die vorstehenden endogenen (Output-) Größen als eigentliche Zielgrößen mit erfassen.

Nimmt man die laufenden Aktivitäten im ECE-Studiengang als Beispiel für die Analyse und Interpretation derartiger Daten, so wurde im vergangenen Jahr der Online-Vorabtest eingeführt, um die offensichtlich zu große Übergangsrate von (I)nterest zu (D)esire ausgehend von qualitativen Überlegungen/Filtern zu begrenzen („De-Marketing“ sozusagen). Die Bewerbungs- und Immatrikulationszahlen des laufenden Jahrgangs deuten nun aber darauf hin, dass es zwischen dem Schritt „I“ = Interesse und „A“ = Action einen Bruch gibt, der unter Umständen hausgemacht ist. Die strenge Selektion des Vorabtestes ist zu überprüfen, ob sie dem intendierten Ziel gerecht wird oder in manchen Fällen zu einer unerwünschten „Aussortierung“ von geeigneten und benötigten Bewerbern geführt hat.

### **Ergebnisse für die Universität Kassel**

Im Verlaufe der Jahre, seit Einführung des ECE-Studiengangs, wurden durch die Beteiligten des ECE-Programms eine Vielzahl von Marketing/Werbeaktivitäten entfaltet. Zunächst basieren diese vor allem auf Vortragsreisen, dann durch Veröffentlichung des Programms im Hobsons Casebook bzw. später in der DAAD-Broschüre zu auslandsorientierten Studiengängen und auch durch die Präsenz bei der großen Promotiontour des DAAD in Indien mit speziellem Werbematerial sowie durch die Teilnahme an weiteren Auslandsveranstaltungen.

Im Verlaufe des Projektes wurden jetzt erstmalig die gesamten den ECE-Studiengang betreffenden Marketingaktivitäten in einer Übersicht (siehe vorhergehenden Abschnitt) zusammengestellt. Dabei wurde sich nicht darauf beschränkt, lediglich Veranstaltungsname, -ort und -datum zu benennen, son-

dern zudem auch eine qualitative Bewertung der jeweiligen Aktivität sowie der erreichten Zielgruppen vorzunehmen.

Nach einem vorläufigen Überblick über Größe, Zielgruppen etc. der Marketingaktivitäten und einem ersten Abgleich mit Angaben der ECE-Studierenden sowie diverser hochschulinterner Statistiken kommt man zu dem Schluss, dass mutmaßlich vor allem folgende Veranstaltungen/Aktivitäten einen Marketingeffekt gehabt haben könnten:

• 1997	Oktober	Info-Broschüre ECE-Studiengang
• 1998/1999	genaueres Datum nicht ermittelbar	DAAD-Broschüre
• 1999	genaueres Datum nicht ermittelbar	HOBSONS International Education Casebook
• 1999	März	Bildungsmesse „Technogerma“, Indonesien
• 2000	März	Bildungsmesse „Career
• 2000		Singapur sowie Vortragsreisen China und Singapur
• 2000	Dezember	Vortragsreisen Malaysia und Indien
• 2001	Oktober/November	Promotionstour DAAD, Indien
• 2002	März	„Career Singapore“, Singapur
• 2002/2003		Einführung Online-Vorabtest
• 2003	März	„European Higher Education Fair“, Hongkong

Mit dieser Aufstellung liegt zunächst eine hinreichende Beschreibung der fraglichen Marketingaktivitäten vor. Was nun bleibt, ist die Frage, welche Wirkung diese tatsächlich entfaltet haben. Für diese Analyse soll der eingangs vorgestellte AIDA-Ansatz verwendet werden:

**(A)ttention:** Gemäß dem vorgestellten AIDA-Ansatz müsste es zunächst eine unmittelbare Resonanz, messbar in Messereaktionen, Anfragen, Webzugriffen etc. gegeben haben. Die Erfahrungsberichte der jeweils Verantwortlichen (vor Ort bzw. für Druck/Freischaltung) zeigen, dass eine solche Resonanz unmittelbar in aller Regel vorhanden und positiv war. Gespräche mit Studierenden und Alumni unterstrichen zudem noch einmal die Bedeutung der DAAD-Broschüre sowie von „Absatzmittlern“ wie dem Goethe-Institut. Darüber hinaus wurden für die im Anhang angegebenen Zeiträume die Zugriffsstatistiken der websites von dem Akademischem Auslandsamt, der Studienberatung und dem Fachbereich/ECE-Studiengang an der Universität Kassel angefordert.

<a href="http://www.uni-kassel.de">www.uni-kassel.de</a>		/aaa	/zsb	/studium	/zsb/aufbau.ghk	/fb16/hft/hf.html	/fb16/hft/msc.html
Februar	1999	3992	6672			67	
März	1999	6696	7069			51	
April	1999	6106	7856			49	
Mai	1999	6012	7585			40	
Juni	1999						
Juli	1999						
August	1999						
September	1999						
Oktober	1999						
November	1999	9863	9347			94	
Dezember	1999	9845	9886			328	
Januar	2000						
Februar	2000	17867	16262			130	
März	2000	14401	17737			120	
April	2000						
Mai	2000	12844	17202			128	
Juni	2000						
Juli	2000						
August	2000						
September	2000						
Oktober	2000						
November	2000	13572		7430		165	223
Dezember	2000	9992		6316		207	151
Januar	2001	10238		10432		205	180
Februar	2001	9921			685	113	189
März	2001	10114			705	125	340
April	2001	9519			712	141	756
Mai	2001						
Juni	2001						
Juli	2001						
August	2001						
September	2001						

<a href="http://www.uni-kassel.de">www.uni-kassel.de</a>		/aaa	/zsb	/studium	/zsb/aufbau.ghk	/fb16/hft/hf.html	/fb16/hft/msc.html
Oktober	2001	11201			783	175	825
November	2001	13183			751	160	1083
Dezember	2001	9834			539	276	850
Januar	2002						
Februar	2002						
März	2002						
April	2002						
Mai	2002						
Juni	2002						
Juli	2002						
August	2002						
September	2002						
Oktober	2002						
November	2002						
Dezember	2002						
Januar	2003				852	366	738
Februar	2003						
März	2003				760	325	733
April	2003				681	318	617

Tabelle: Übersicht über Anfragen an einschlägige websites der Universität Kassel

Dabei traten insbesondere sechs Schwierigkeiten auf:

- Die Selbstbeschränkung auf bestimmte Zeiträume bei der Datenanforderung hat sich im Nachhinein als problematisch erwiesen. Die dadurch entstandenen Lücken lassen eine Unterscheidung zwischen kurzfristigen Marketing-Effekten und langfristigen Trends kaum zu. So kann eine steigende Zahl von Zugriffen zum einen auf eine bestimmte Marketing-aktivität zurückzuführen sein. Zum anderen kann aber gerade im fraglichen Zeitraum auch eine allgemeine Tendenz zu einer verstärkten Nutzung des Internet dahinter stecken.
- Ein Gutteil der angeforderten Daten war „defekt“ und konnte durch die zuständigen Stellen nicht mehr geliefert werden, was den ohnedies frag-

mentarischen Charakter der Daten noch verstärkte (siehe Lücken in Tab.).

- Der Wechsel bzw. die Neueinrichtung von websites führt auch immer zu neuen Nutzungsgewohnheiten/-intensitäten, so dass auch hier nicht immer eindeutig ist, worauf steigende oder rückläufige Zugriffszahlen eigentlich hindeuten.
- Die sich ändernden generellen Nutzungsgewohnheiten der Internetnutzer im betrachteten Zeitraum dürften schon für sich genommen einen Trend zu höheren Zugriffszahlen haben, so dass der Effekt von Werbemaßnahmen nur schwer zu isolieren ist.
- Die regionale Herkunft der Anfragen ist leider nicht immer eindeutig zu klären. Neben nicht auflösbaren numerischen Adressen (z.B. Compuserve) ist auch jeweils nicht zu klären, woher com-Adressen stammen. Damit ist eine weitere Rückverfolgungsmöglichkeit der Anfragen in die Herkunftsländer auch nicht gegeben, da beide Bereiche einen erheblichen Anteil an den Anfragen darstellen.
- Die teilweise große zeitliche Distanz zu den Marketingaktivitäten und den daraus resultierenden Reaktionen erschwert die Interpretation zusätzlich.

Die einzigen beiden Dinge, die trotz dieser Einschränkungen eindeutig ablesbar erscheinen, sind zum einen eine sehr hohe Zahl von Anfragen auf die Website des ECE-Studiengangs seit deren Freischaltung im März 2001. Zum anderen fallen im November 2001 erhöhte Zugriffszahlen auf die websites von ECE-Studiengang und akademischem Auslandsamt auf, die mutmaßlich mit der Indien-Promotion-Tour in Verbindung stehen.

**(I)nterest und (D)esire:** Vor Einführung des Online-Vorabtestes ließ sich diese Unterscheidung in der Feinheit leider noch nicht treffen – auch ein Teil der vorstehenden geschilderten Anfragen, z.B. auf die Website des ECE-Studiengangs, kann durchaus als (I)nterest interpretiert werden. Auch wenn sie in Teilen redundant sein mögen, zeigen über 2200 Testteilnahmen von November 2002 bis März 2003 ein deutliches Interesse an dem Studienangebot. Lediglich 282 davon durchliefen allerdings erfolgreich den Vortest, wovon wiederum nur 73 eine Bewerbung einreichten – ein im Vergleich zum Vorjahr deutlich zurückgegangenes „(D)esire“, was zu einem Gutteil auf die Filterführung des Testes zurückzuführen sein dürfte und vermutlich der „Wahrheit“ näher kommt als die Daten der Vorjahre.

**(A)ction:** Die Zahl, der aus dieser Kohorte hervorgegangenen Immatrikulationen, blieb dann aber deutlich hinter den Erwartungen und Kapazitäten zurück. Lediglich 14 Studierende haben sich immatrikuliert. Dies hat sicher zum ei-

nem mit Übergangsproblemen zu tun (Sprachkurs, Gebührenregelung, Stipendien). Es ist aber auch zu hinterfragen, ob die Qualität der Ausgewählten und Immatrikulierten des Vorjahres nun deutlich geringer war (dafür spricht die hohe Abbrecherquote aus dieser 2002er-Kohorte) oder ob die gewählten Selektionsmechanismen des Online-Testverfahrens hier zu einer übermäßigen Vorauswahl geführt hat. Die Wahrheit liegt auch hier vermutlich irgendwo in der Mitte, vor diesem Hintergrund wären die Auswahlkriterien des Online-Verfahrens einer routinemäßigen Revision zu unterziehen.

Einen Eindruck über den Zusammenhang von (D)esire (=Bewerbung) und (A)ction (=Zulassung und Immatrikulation) erhält man, wenn man beide Größen in ein Diagramm zeichnet. Deutlich werden vor allem vier „Knicke“ im Zeitverlauf.

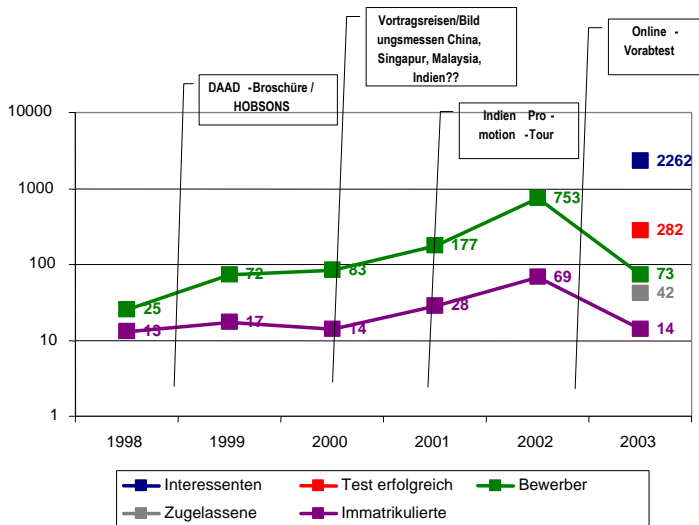


Abbildung: Bewerbungen und Immatrikulationen

Mögliche Erklärungen dafür könnten sein:

- Die Bekanntmachung des Programms in HOBSONS Casebook und in der DAAD-Broschüre sowie erste Mund-zu-Mund-Propaganda lassen schon im zweiten Jahr (1999) die Bewerberzahlen deutlich ansteigen.
- Die Steigerung von 2000 auf 2001 lässt sich möglicherweise nicht an einer einzelnen Aktivität festmachen, sondern ist eher auf eine quantitative Ausweitung der Marketingaktivitäten im Zeitraum zurückzuführen.
- Die Steigerung von 2001 auf 2002 geht relativ eindeutig auf die Indien-Promotion-Tour zurück, die ja auch bereits weiter oben für ansteigende Zugriffszahlen im Internet angeführt wurde. Dafür spricht auch der deutliche Anstieg der Immatrikulationen indischer Studierender. Auswirkungen der Ereignisse vom 11. September 2001 sind eher unwahrscheinlich bzw. zumindest in diesem Fall als nachrangig anzusehen. Wären restriktivere Einreisebestimmungen in die USA oder vermutete Ressentiments dort gegenüber Muslimen die Ursache, so hätte auch ein Ansteigen von Immatrikulationen aus anderen Staaten mit größeren Anteilen muslimischer Bevölkerung zu beobachten sein müssen.

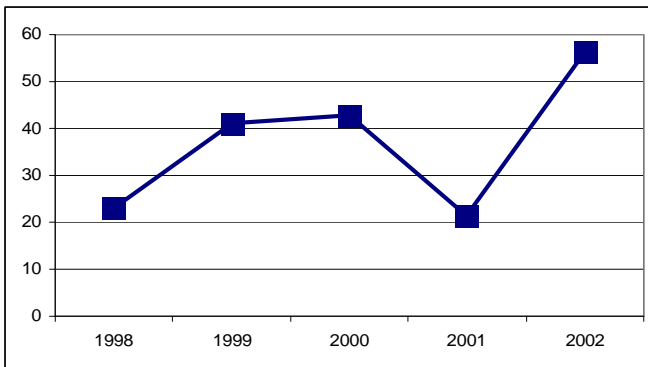


Abbildung: Anteil indischer Studierender im ECE-Programm, 1998 – 2002 (In Prozent)

Für diese Interpretation spricht auch die Entwicklung des Anteils indischer Studierender an allen Studierenden im ECE-Studiengang seit 1998. Deren Anteil stieg von 2001 auf 2002 deutlich auf über 50 % und damit auf ein „Allzeithoch“. Unklar bleibt allerdings, ob dieser Erfolg einer Promotiontour in der Form zu einem anderen Zeitpunkt und in einer anderen Region der Welt reproduzierbar ist. Möglicherweise hat das Zusammentreffen von Indien-Promotion-Tour 2001 und 9/11 uns hier ein statistisches Artefakt beschert.



- Der vierte „Knick“ resultiert ohne Frage aus der Einführung des Online-Vorabtests. Bei einem nach wie vor hohen Interesse an dem Programm laufen die tatsächlichen Bewerbungen ((D)esire), aber auch die Immatrikulationen ((A)ction) zurück. Es ist unbedingt zu hinterfragen, ob die quantitativen und qualitativen Zielsetzungen des Programms damit erreicht wurden. Insbesondere wäre eine höhere Übergangsquote von (D)esire zu (A)ction (Quotient A/D) wünschenswert gewesen. Hier liegt möglicherweise ein Marketingansatzpunkt für die Zukunft.

### „Exkurs“:

#### **Informationsquellen im Urteil von Studierenden und Absolventen**

Neben diesen mehr oder minder direkt beobachtbaren (quantitativen) Variablen wurde zudem in der Befragung der Studierenden, aber auch im Online-Vorabtest das Informations-/Kommunikationsverhalten der Interessenten erhoben. (vgl. Kapitel 3.2 und 4.1). Die Ergebnisse beider Quellen sind weitgehend deckungsgleich:

1. Wichtigste und zugleich nützlichste Informationsquellen sind demzufolge die websites von DAAD und ECE-Studiengang (ebenfalls als nützlich erachtet werden die jeweiligen Flyer/Broschüren)
2. Messen von DAAD/Gate werden demgegenüber deutlich seltener als wichtigste Informationsquelle und nützlich eingeschätzt.
3. Noch seltener als Informationsquelle sind aktuelle ECE-Studierende oder -Absolventen des Studiengangs genannt, aber: Sie werden genannt und die These, dass diese Informationsquelle mit zunehmender Laufzeit eines Studienprogramms an Bedeutung gewinnt, kann zumindest nicht widerlegt werden.

Inhaltliche Botschaften lassen sich aus den Gründen für die Einschreibung (Frage 2.6) ableiten. Im Vordergrund stehen dabei: extrinsische Motive: Karriere, keine Studiengebühren, danach erst eher weiche Faktoren, wie z.B. die interkulturelle Kompetenz.

Als generelle Schlussfolgerungen für das Marketing im Sinne von Kommunikation und Studierendenwerbung können folgende Punkte angesehen werden:

- *Weniger ist oft mehr:* So wichtig und interessant die verschiedenen und vielen Vortragsveranstaltungen für die Verbreitung des Studiengangs in der Scientific Community gewesen sein mögen, für den in Studierendenzahlen gemessenen Erfolg des Programms waren sie offenbar weitgehend unbedeutend.
- *Klotzen statt Kleckern:* Der deutliche Anstieg indischer Bewerber und Studienanfänger Im Jahr 2002 ist mit an Sicherheit grenzender Wahr-

scheinlichkeit auf die große Indien-Promotion-Tour von GATE-Germany und die Beteiligung der Uni Kassel an dieser zurückzuführen. Dieser direkte Kontakt zu den potenziellen Studienanfängern scheint von hoher Bedeutung zu sein, wenn es darum geht, unmittelbare Wirkungen in den Studienanfängerzahlen zu erreichen.

- *Push and Pull*: Auch wenn dieses Ergebnis eine eindeutige Präferenz für breit angelegte Werbekampagnen mit unmittelbarem Kontakt zur Zielgruppe Studierende nahe legt, so haben die Gespräche mit Studierenden des ECE-Studiengangs immer wieder deutlich werden lassen, dass gerade im Post-Graduate-Markt auch der Kontakt zu den Hochschullehrern oder Referenzen von Hochschullehrern eine herausgehobene Bedeutung haben.
- *Gemeinsame Aktivitäten suchen und nutzen*: Die Teilnahme an nationalen Aktivitäten und Beteiligung an Marketingaktivitäten von GATE und DAAD in den jeweiligen Zielregionen erscheint nicht nur zweckmäßig, sondern mehr oder minder unabdingbar.
- *Leitmedium Internet*: Wenn sich aus den Web-Zugriffsstatistiken auch keine eindeutigen Beziehungen zu einzelnen Marketingmaßnahmen herleiten lassen, machen die hohen Zugriffszahlen, insbesondere auf die Website des ECE-Studiengangs, doch eines deutlich: Das Internet wird – gerade auf internationalen Märkten – zum zentralen und universalen Informationsmedium. Die entsprechenden Quellen zu pflegen und Up-to-Date zu halten, ist mithin Pflicht. Das wird auch durch die Angaben zur Bedeutung und Nützlichkeit verschiedener Informationsquellen unterstrichen.
- *Beziehungspflege ist Gebot der Stunde*: Noch ist es eher undeutlich zu sehen, doch die Kontakte der aktuellen und ehemaligen ECE-Studierenden in ihre jeweiligen Heimatländer sind vermutlich ein nicht unerheblicher Erfolgsfaktor für den Studiengang – dies legen zumindest die Gespräche mit den Studierenden nahe. In einzelnen Märkten scheint dies in der Tat massiv profil- und imagebildend (auch für die Universität Kassel insgesamt) zu wirken. Gleiches mag für die Kontakte zu Wissenschaftlern ausländischer Hochschulen gelten. Belegen lässt sich diese Bedeutung der Absolventen/Studenten-Kontakte mit den bereits zitierten Ergebnissen der Studierenden- und Absolventenbefragung.
- *Systematisches und zeitnahes Marketingcontrolling*: Die Schwierigkeiten bei der hier vorliegenden Analyse von Marketingaktivitäten und -wirkungen machen deutlich, wie wichtig es ist, schon bei der Konzeption von Kampagnen die zugehörige Werbewirkungsanalyse mitzudenken und anzulegen.

## **Hinweise für ein Marketingcontrolling**

Für die Zukunft erscheint es demzufolge unabdingbar, ein Controlling-Konzept zu entwickeln und eine entsprechende Umsetzung des vorgeschlagenen Vorgehens zum Standard für jedes neu zu entwickelnde Marketingkonzept für ein Studienprogramm zu machen. Ein derartiges Marketingcontrolling muss zum einen Leistungsangebote der Hochschule, Distributionswege und Preise erfassen. Hier ist ein System von studienbegleitenden Evaluationen und Befragungen zu entwickeln, dass zu geeigneten Zeitpunkten punktgenau die Fragen der Studierenden- und Absolventenbefragung einsteuert. Diese Instrumente werden am Beispiel des ECE-Studiengangs in den folgenden Kapiteln diskutiert werden.

Darüber hinaus muss ein Instrumentarium geschaffen werden, dass – kontinuierlich und diskontinuierlich – die laufenden werblich/kommunikativ geprägten Marketingaktivitäten überwacht, was unmittelbar an den vorstehenden Ausführungen anknüpft.

Hierfür kommen insbesondere folgende Punkte/Instrumente in Betracht:

Kontinuierlich erschien folgendes zweckmäßig:

- Überwachung aller Bewegungen auf der Homepage der Hochschule, die mit dem beworbenen Studienangebot in Zusammenhang stehen und Übermittlung der relevanten Daten an die Zuständigen.
- Abfrage bei allen Teilnehmern des Online-Vorabtestes nach dem ersten Kontakt zum Studienangebot, wodurch die Interessenten letztlich auf das Angebot aufmerksam wurden.
- Befragung von allen Studienanfängern zu genutzten und entscheidenden Informationsquellen sowie zum jeweiligen Grad der Nützlichkeit von diesen Quellen. Erweiterung des standardisierten Fragensets um qualitative Aspekte.
- Darüber hinaus regelmäßige Befragungen von Studierenden und Alumni zu deren Weiterempfehlungsverhalten.
- Dokumentation aller Marketingaktivitäten entsprechend dem im Kapitel 2.1 vorgestellten Schema, um Rückschlüsse auf Werbewirkungen ziehen zu können.

Diskontinuierlich sollten ergänzend folgende Instrumente zum Einsatz kommen, um insbesondere den vorstehend angeführten Problemen bei der Evaluation der Werbewirkung zu begegnen:

- Bei Werbemaßnahmen – gleich welcher Art, sollte immer mit spezifischen Materialien gearbeitet werden. Diese können dann dahingehend gestaltet werden, dass aufgrund dieser Maßnahmen auflaufende Anfra-

gen und Kontakte immer über eine spezielle Postanschrift, Telefonnummer, Web-Adresse und/oder Person laufen, so dass eine eindeutig Zuordnung von Action und Response möglich wird.

- Weitere bekannte Maßnahmen der Response-Kontrolle sind u.a. die Verwendung von Gewinnspielen, Rückmeldekarten etc. Der Einsatz ist situationsabhängig zu gestalten.
- Die „harten“ Fakten über Interessenten, Bewerber und Immatrikulierte sollten in unregelmäßigen Abständen ergänzt werden, in dem Image-Analysen für die Universität Kassel in ausgewählten Zielmärkte unternommen bzw. ausgewertet werden. Dabei sind die verschiedenen Image-träger (Deutschland, Universität Kassel, Studienprogramm, Ingenieurwissenschaften, etc.) zu berücksichtigen. Angedockt werden könnten derartige Maßnahmen vor allem bei den Herkunftshochschulen der ECE-Studierenden- und Absolventen, bei Kontakten auf wissenschaftlicher Ebene bzw. Partnerhochschulen.

<b>www-Adresse</b>	<b>Zeitraum</b>
<a href="http://www.uni-kassel.de/fb16/hft/hf.html">www.uni-kassel.de/fb16/hft/hf.html</a>	Februar - Mai 1999
<a href="http://www.uni-kassel.de/aaa">www.uni-kassel.de/aaa</a>	
<a href="http://www.uni-kassel.de/zsb">www.uni-kassel.de/zsb</a>	
<a href="http://www.uni-kassel.de/fb16/hft/hf.html">www.uni-kassel.de/fb16/hft/hf.html</a>	September – Dezember 1999 <i>Daten für September und Oktober 1999 defekt</i>
<a href="http://www.uni-kassel.de/aaa">www.uni-kassel.de/aaa</a>	
<a href="http://www.uni-kassel.de/zsb">www.uni-kassel.de/zsb</a>	
<a href="http://www.uni-kassel.de/fb16/hft/hf.html">www.uni-kassel.de/fb16/hft/hf.html</a>	Februar – Mai 2000 <i>Daten für April und Mai 2000: defekt</i>
<a href="http://www.uni-kassel.de/fb16/hft/msc.html">www.uni-kassel.de/fb16/hft/msc.html</a>	
<a href="http://www.uni-kassel.de/aaa">www.uni-kassel.de/aaa</a>	
<a href="http://www.uni-kassel.de/zsb">www.uni-kassel.de/zsb</a>	
<a href="http://www.uni-kassel.de/fb16/hft/hf.html">www.uni-kassel.de/fb16/hft/hf.html</a>	November – Dezember 2000
<a href="http://www.uni-kassel.de/fb16/hft/msc.html">www.uni-kassel.de/fb16/hft/msc.html</a>	Januar 2001
<a href="http://www.uni-kassel.de/studium">www.uni-kassel.de/studium</a>	
<a href="http://www.uni-kassel.de/aaa">www.uni-kassel.de/aaa</a>	

<b>www-Adresse</b>	<b>Zeitraum</b>
www.uni-kassel.de/fb16/hft/hf.html	Februar – April 2001
www.uni-kassel.de/fb16/hft/msc.html	
www.uni-kassel.de/zsb/aufbau.ghk	
www.uni-kassel.de/aaa	
www.uni-kassel.de/fb16/hft/hf.html	Oktober – Dezember 2001
www.uni-kassel.de/fb16/hft/msc.html	
www.uni-kassel.de/zsb/aufbau.ghk	
www.uni-kassel.de/aaa	Oktober – Dezember 2001
www.uni-kassel.de/fb16/hft/hf.html	März – April 2002 <i>Daten für April 2002: defekt</i>
www.uni-kassel.de/fb16/hft/msc.html	
www.uni-kassel.de/zsb/aufbau.ghk	
www.uni-kassel.de/aaa	
www.uni-kassel.de/fb16/hft/hf.html	Januar – April 2003 <i>Daten für Februar 2003: defekt</i>
www.uni-kassel.de/fb16/hft/msc.html	
www.uni-kassel.de/zsb/aufbau.ghk	

Tabelle: Auswertungsschema zur Zugriffsstatistik



### **3. Controlling im Rekrutierungs-Marketing: Qualitätssicherung der Bewerbungen und Studierendenauswahl**

*Marketingenerfolge machen sich in steigender Nachfrage bemerkbar. Was sich während der letzten Jahre für die Marketing-Offensive deutscher Hochschulen im Ausland insgesamt feststellen ließ, stellte sich sehr früh auch für den auslandsorientierten ECE-Studiengang in Kassel ein: Nach den ersten Anschubaktivitäten explodierte die Nachfrage ausländischer Studieninteressenten förmlich. Die Zahl der E-Mail-Anfragen wuchs von gut 100 beim Start der Marketingaktivitäten 1997 auf über 5.000 im Jahr 2002, die der tatsächlich eingehenden Bewerbungen auf die angebotenen 20 Studienplätze von gut 30 im Jahr 1998 auf fast 900. Diese exorbitante Steigerung der Nachfrage war rein quantitativ ein überwältigender Erfolg der neuen Wege im Rekrutierungs-Marketing der Hochschule, warf jedoch unter dem Aspekt des Controlling in zweifacher Hinsicht Fragen auf: Wie kann mit begrenzten personellen Ressourcen auf dieses enorme Informationsbedürfnis angemessen eingegangen werden? Und vor allem: Wie können aus der Quantität der Nachfrage qualitativ die Studieninteressenten herausgefiltert werden, die auf Grund ihrer Befähigungen, Leistungen, Interessen und Motivationen als erwünschte Zielgruppe für speziell diesen Studiengang gewonnen werden soll? Als Antwort auf beide Fragen wurde ein ganz neues Instrument der Qualitätssicherung im Rekrutierungs-Marketing entwickelt: der ECE Applicant Online Test. Dieses Online-Testverfahren bietet ausländischen Interessenten im Internet die Möglichkeit zu prüfen, ob die eigenen Studieninteressen mit den Zielen des ECE-Studiengangs übereinstimmen und ob die eigenen Qualifikationen dem Anforderungsprofil des ECE-Studiengangs entsprechen. Trifft beides zu, wird die Möglichkeit eröffnet, den Bewerbungsbogen für den Studiengang abzurufen. Im andern Fall bricht das Verfahren ab. Dieses Instrument hat sich grundsätzlich bewährt, auch wenn es sicher notwendig ist, die gewählten Auswahl-Indikatoren fortlaufend zu evaluieren. Es erfüllt seit seiner Implementierung nicht nur seine Funktion als Filter in der Auswahl von Studieninteressenten sehr effektiv, sondern stellt zugleich eine Informationsquelle erster Güte über die potentiellen Nachfrager dar, indem die so gesammelten Daten unter den verschiedensten Gesichtspunkten ausgewertet werden können. Der erste Abschnitt des folgenden Kapitels dokumentiert eine Power-Point-Präsentation von Günter Kompa, der dieses Instrument am 9. Dezember 2003 bei der DAAD-Tagung „Rekrutierung ausländischer Studienbewerber für internationale Master- und Promotionsprogramme. Strategien - Mechanismen-Instrumente“ im Bonner Wissenschaftszentrum vorgestellt hat. Im zweiten Teil nehmen André Schelewski und Ute Lanzendorf eine Auswertung der bis März 2003 mit diesem Instrument gesammelten Daten vor und geben*

*aus einer ersten Bewertung Empfehlungen zur Weiterentwicklung dieses On-line-Tools, das – in entsprechend modifizierter Form – auch für andere international orientierte Studiengänge einsetzbar ist. Um eine geeignete Plattform für seine Verfügbarkeit zu finden, wurden entsprechende Gespräche mit GATE Germany aufgenommen.*

### **3.1 Der ECE-Online-Applicant-Test als Instrument zur Bewerbervorauswahl**

*Günter Kompa*

#### **Dokumentation einer Power-Point-Präsentation: Übersicht**

##### **Zusammenfassung**

##### **Motivation**

- steigende Bewerberzahl
- wachsender Informationsbedarf
- Sicherung eines adäquaten Niveaus der Studienbewerber

##### **Online-Test als Internet-Vorauswahlverfahren**

- besondere Zulassungsvoraussetzungen (ECE PrO)
- Struktur und Maskenebenen
- Software-Module

##### **Erfahrungen**

- Programm-Statistik
- Bewerber-Statistik

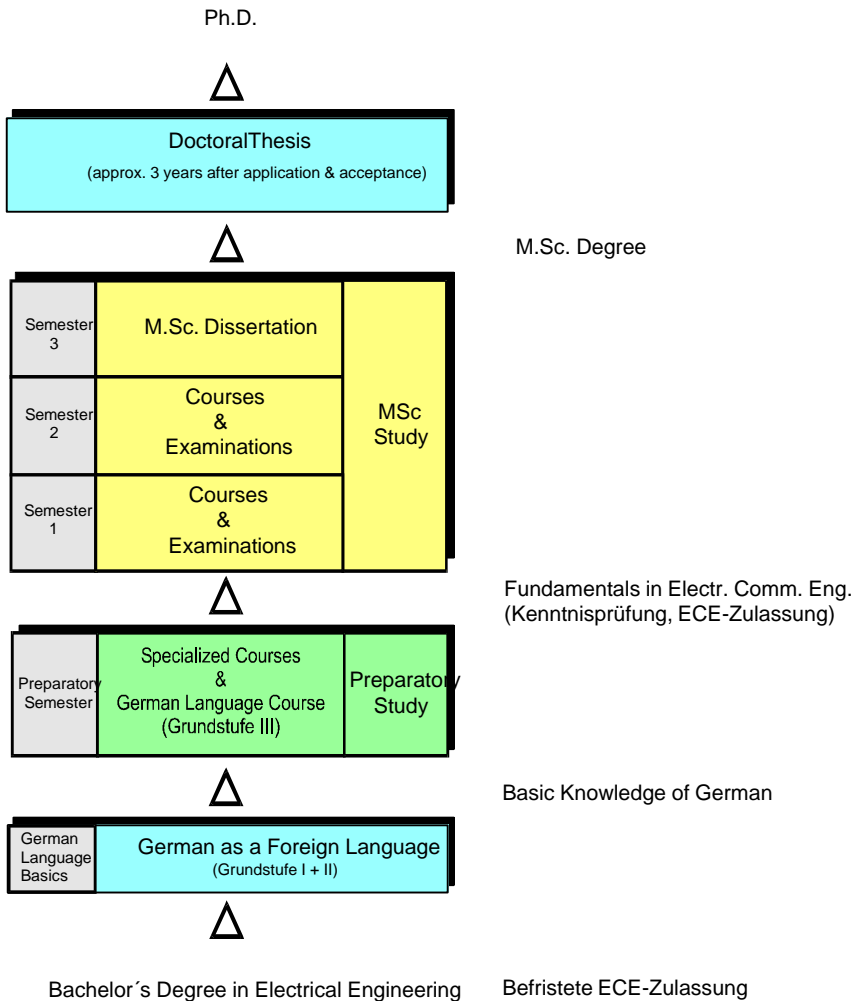


## **Zusammenfassung**

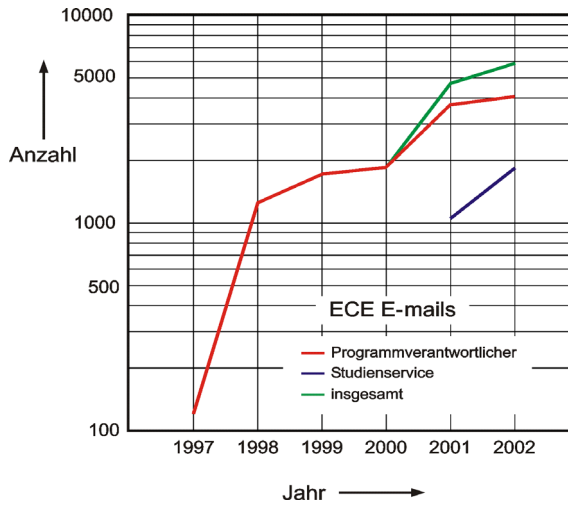
### **ECE Online-Test:**

- Internet-Vorauswahlverfahren für einen profilierten internationalen Studiengang:
  - Electrical Communication Engineering (ECE)
- ermöglicht die Suche nach interessierten, informierten und studienprofil-angepaßten Bewerbern
- sorgt für Transparenz des Studienprogramms (Termine, Struktur, Lehre und Forschung, Kosten)
- eröffnet potentiellen Bewerbern eine rasche Einschätzung ihrer grundsätzlichen Eignung für das ECE Studienprogramm
  - Vermeidung von arbeitsintensiven aussichtslosen Bewerbungsverfahren
  - vermeiden von überzogenen Hoffnungen und vorbeugen von Enttäuschungen, Ersparnis von Kosten und Zeitaufwand für die Zusendung beglaubigter Zertifikate
  - Ungeeignete Bewerber erhalten die Chance, sich rechtzeitig umzuorientieren (faïres Auswahlverfahren)
- Ziel des Online-Tests:
- Gewinnung qualifizierter Bewerber mit einer klaren Entscheidung für das Studienprofil des ECE Studiengangs

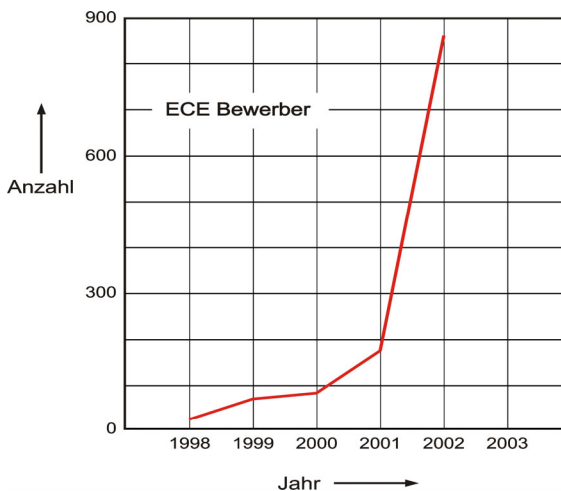
## ECE – Studiengang



## Entwicklung der E-Mail-Anfragen zum ECE Studiengang



## Entwicklung der Bewerber im ECE Studiengang bis 2002



## **Schiefelage von Aufwand und Nutzen**

- Bewerberzahl im ECE Studiengang im Jahr 2002 (ca.): 900
- Zulassungszahl im Vorbereitungssemester (maximal): 30
  - Studierende im dreisemestrigen Masterkurs (ca.): 20
- Schwachstellen des bisherigen Auswahl- und Zulassungsverfahrens:
  - zeitintensive Beratung über das ECE-Studienprogramm per E-Mail
  - Durchsicht und Bewertung *aller* Bewerbungsunterlagen durch den Programmverantwortlichen (wissenschaftlich-inhaltliche Programmbetreuung)
  - Erstellung von Zulassungslisten: individueller Eintrag persönlicher Daten in eine Datenbank (Excel, Access)
  - Versendung der Zulassungsschreiben durch den zentralen Studienservice: Übertragungsfehler (Schreibfehler in der Adressierung) führen zu erheblichen Verzögerungen in der Visumbeantragung und Visumerteilung
- Begrenzte Personalkapazität:
  - 1/2 Fremdsprachensekretärin
  - Programmkoordinator zur eigenverantwortlichen Wahrnehmung organisatorischer und verwaltungstechnischer Aufgaben (Tagesgeschäft) nicht vorhanden

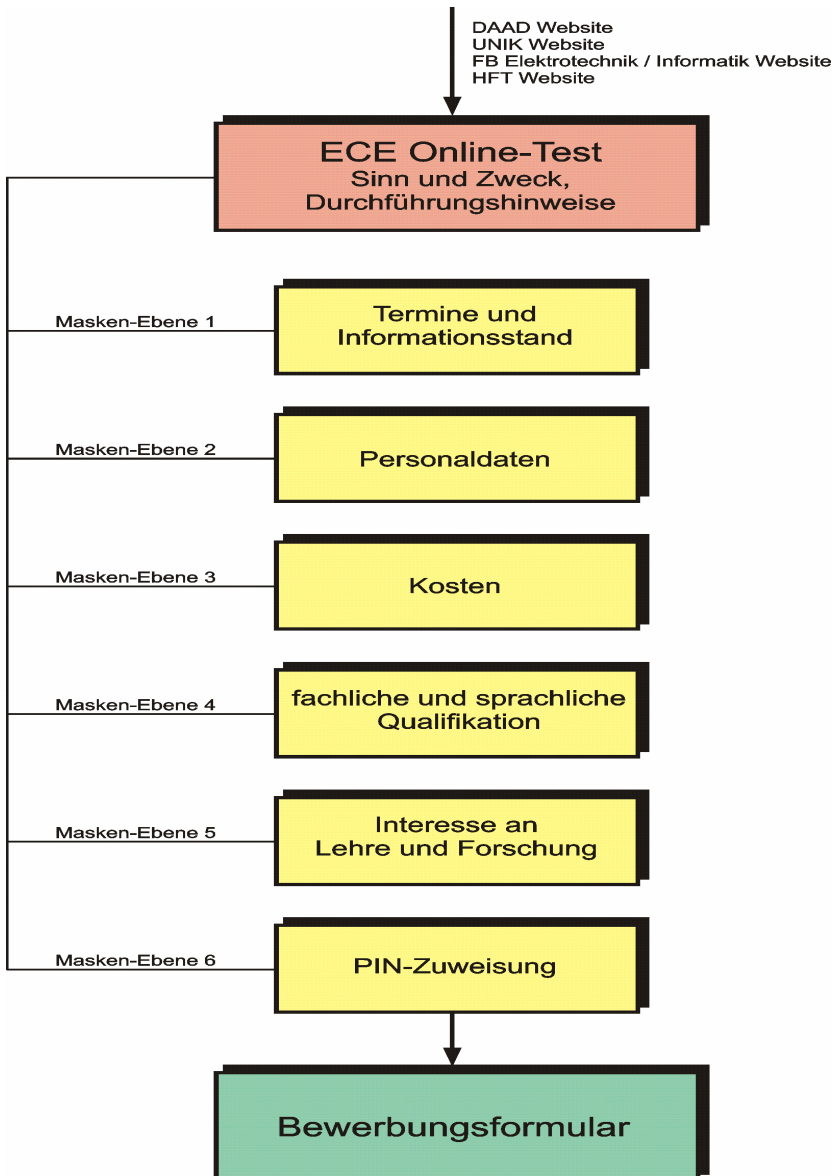
## **ECE Pro, § 4, Abs. 1:**

### **Besondere Zulassungsvoraussetzungen zum Masterstudium**

- Zum Studium zugelassen werden kann, wer das Online-Testverfahren (ECE Applicant Online Test) erfolgreich durchgeführt hat.
- Der Online-Test stellt ein Internet-Vorauswahlverfahren dar, dass die grundsätzliche Eignung einer Bewerberin/eines Bewerbers für den Studiengang Electrical Communication Engineering feststellt.
- Dazu gehört u.a.:
  - dass die Bewerberin/der Bewerber für den nachrichtentechnischen Studiengang großes Interesse zeigt und dass sie/er über die Studieninhalte sehr gut informiert ist,
  - dass die Bestreitung des Lebensunterhalts am Studienort sowie die Finanzierung der Sprachausbildung gesichert ist,
  - dass die bisherige Fach- und Sprachausbildung die Zulassungsvoraussetzungen erfüllt und

- die Studien- und Forschungsinteressen weitgehend übereinstimmen mit dem Studienprofil des Studiengangs: Electrical Communication Engineering.
- Die endgültige Auswahl der Bewerberin/des Bewerbers erfolgt auf den Grundlagen der schriftlich eingereichten und mit der persönlichen Codenummer versehenen Bewerbungsunterlagen.
- Auswahlkriterien sind u.a.:
  - Qualifikation der Hochschulausbildung
  - berufliche Erfahrungen
  - Übereinstimmung von Studienwünschen und -erwartungen (Statement of Purpose) mit dem Studienprofil
  - soziale Kompetenz
  - Empfehlungsschreiben
- **Übergeordnete Auswahlkriterien sind u.a.:**
  - kulturelle Vielfalt bei der Zusammensetzung eines Studienjahrgangs zu gewährleisten sowie
  - ausgewogene Betreuung der zugelassenen Studenten durch die am Studiengang beteiligten Fachgebiete sicherzustellen.

## ECE Online-Test: Struktur und Maskenebenen



## **Einstiegsmaske in den ECE Online-Test: Zieldefinition und Durchführungshinweise**

### **- Sinn und Zweck**

- Der Bewerber soll prüfen können, ob er grundsätzlich für das ECE Programm qualifiziert ist und ob seine Interessen mit den Zielen des ECE Programms übereinstimmen.
- Vergabe einer Personal Identity Number (PIN) nach erfolgreichem Testdurchlauf

### **- Hinweise**

- Ausschluss vom Zulassungsverfahren bei falschen Angaben
- Aufforderung an den Bewerber, eine Rückmeldung zu geben, falls Fragen auftreten
- Hinweis auf mögliche Programmänderungen als rechtliche Absicherung

### **- Optionen**

- Starten des ECE-Online-Tests
- Abrufen des Bewerbungsbogens
- Absetzen einer Information

## Welcome to the ECE Applicant Online Test

The test aims at finding out whether your academic qualifications and interests satisfy the prerequisites and aims of the ECE programme. Having passed the online test successfully, you are provided with a personal identity number (PIN) for the following application procedure to the Electrical Communication Engineering course. Use your ECE-PIN to download the application form.

### Important:

- A. Answer all the questions accurately. If any data provided by you in this online test differs from the submitted certified papers, the application will not be further processed.**
- B. The application and admission deadlines are still under discussion in the faculty, final decision will be published as soon as possible.**
- C. Please use the 'Suggestions /Information Request', if you have any suggestions or comments to improve the online test or if you have encountered any difficulties in entering your personal data. We will make the necessary improvements.**

Notice: Because of our continuous effort concerning optimization of the ECE program, revision of the rules and regulations are possible at any time.

	Options:
I.	ECE online test
II.	Application form. (Note: This can only be downloaded with your PIN number after you have passed the test.)
III.	'Suggestions / Information Request' (Formmailer) - if needed you can send a message to the ECE Secretary Office
	Please select: <input type="text" value="Enter the Test"/>
	<input type="button" value="Next Step"/>

**You are visitor number: since 28th of November 2002 (was interrupted during 01.05. - 31.08.2003)**



## **Termine und Informationsstand**

### **- Termine**

- Bewerbungsfrist
- Zulassungstermin
- Beginn des Deutschkurses (Grundstufe I)
- Beginn des Vorbereitungssemesters
- Geplanter Studienbeginn

### **- Interessengebiete**

- Nachrichtentechnik, Mess- und Regelungstechnik und/oder Energietechnik, sonstige

### **- Nachfrage über Ziele und Inhalte**

- Informationsquellen:  
HFT Website, DAAD Website, DAAD Bildungsmessen, immatr. ECE Studenten, ECE Absolventen, sonstige
- bedeutsamste Informationsquelle

### **- ECE Programmstruktur**

- 1 Vorbereitungssemester
- 3 Mastersemester
- ECE Aptitude Test (ECE-AT) am Ende des Vorbereitungssemesters
- ECE-AT Zertifikat als Einstiegsvoraussetzung in den Masterkurs

## 1. ECE Applicant Online Test

<b>1.1</b>	<b>Deadlines for the ECE course 2004</b>	
1.1.1	Application deadline:	January 15, 2004
1.1.2	Admission deadline:	May 24, 2004
<b>1.2</b>	<b>Other dates</b>	
1.2.1	German language course Grundstufe I (for beginners):	August 1, 2004
1.2.2		
1.2.3	ECE preparatory semester:	October 20, 2004
1.2.4		
<b>1.3</b>	<b>I apply for the year:</b>	<input type="text"/>
<b>1.4</b>	<b>Identify your main interest in the following fields (please answer all):</b>	
1.4.1	Electrical Communications:	<input type="text"/>
1.4.2	Measurement and Control:	<input type="text"/>
1.4.3	Power Electronics:	<input type="text"/>
1.4.4	If others, please specify:	<input type="text"/>
<b>1.5</b>	<b>Are you informed about the aims and contents of the ECE programme?</b>	<input type="text"/>
1.5.1	If YES, please, identify your information source(s) (tick all that apply):	
	1 <a href="#">HET website</a>	<input type="checkbox"/>
	2 <a href="#">DAAD website</a>	<input type="checkbox"/>
	3 DAAD education fair	<input type="checkbox"/>
	4 Enrolled ECE students	<input type="checkbox"/>
	5 ECE graduates	<input type="checkbox"/>
	6 others, please specify:	<input type="text"/>
1.5.2	What was the most important information source?	<input type="text"/>
<b>1.6</b>	<b>1.6 The ECE course structure comprises of one preparatory semester and three master semesters.</b> <b>The preparatory semester takes care of German language and specifically basic undergraduate lectures (in English).</b> <b>An aptitude test for the ECE master's course (ECE-AT) is conducted at the end of the preparatory semester.</b> <b>The ECE-AT certificate is needed to enter the ECE master course.</b>	
1.6.1	Do you need more information ?	<input type="text"/>
		<input type="button" value="Next Step"/>

## **Persönliche Daten**

### **- Angaben zur Person**

- Familienname, Vorname, Geburtsdatum, Geschlecht, Nationalität, Muttersprache <sup>\*)</sup>
- Gültige Anschrift (Straße, Postleitzahl, Stadt, Land) <sup>\*)</sup>
- Datum einer voraussichtlichen Änderung der gültigen Anschrift

<sup>\*)</sup> Angabe erforderlich

### **- Telefon**

- Email
- persönliche Website
- Dauernder Aufenthaltsort (permanent address – if different)

## **Kosten**

### **- Kostenübersicht**

- Lebenshaltungskosten
- Krankenversicherung
- Semesterbeitrag
- keine Erhebung von Studiengebühren
- Sprachausbildungskosten

### **- Deutsche Sprachausbildung**

- ECE als englischsprachiger Studiengang
- Deutschkenntnisse und Interesse an der deutschen Sprache und Kultur
- Abschluss des Vorbereitungssemesters mit Grundstufe III
- Hinweis auf Goethe-Institute im Ausland (Max-Mueller-Institute in Indien)
- Hinweis auf Anerkennung von bereits erworbenen Sprachzertifikaten
- Hinweis auf das Lern- und Betreuungsprogramm der Universität (KUSS = Kultur-Sprache-Soziales)
- Hinweis auf möglicherweise entstehende Prüfungsgebühren für Sprachzertifikate
- Kosten des KUSS-Programms
- Sicherstellung der Finanzierung

## 2. Personal Data

2.1	Family name:*	<input type="text"/>	* = required
2.2	First names: *	<input type="text"/>	
2.3	Date of birth (day / month / year):*	<input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>	
2.4	Gender:*	<input type="text"/>	
2.5	Nationality:*	<input type="text"/>	
2.6	Mother tongue:*	<input type="text"/>	
2.7	Current address		
2.7.1	Street:*	<input type="text"/>	
2.7.2	Postal code:*	<input type="text"/>	
2.7.3	City:*	<input type="text"/>	
2.7.4	Country:*	<input type="text"/>	
2.7.5	Valid until (day / month / year):	<input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>	
2.8	Phone:		
2.8.1	Country code: * (Enter digit(s) without preceding with zeros / example: 49 for Germany)	<input type="text"/>	
2.8.2	Area code:	<input type="text"/>	
2.8.3	Phone number:	<input type="text"/>	
2.9	Email:	<input type="text"/>	
2.10	Homepage:	<input type="text" value="http://"/>	
2.11	Permanent address (if different):		
2.11.1	Street:	<input type="text"/>	
2.11.2	Postal code:	<input type="text"/>	
2.11.3	City:	<input type="text"/>	
2.11.4	Country:	<input type="text"/>	
			<input type="button" value="Next Step"/>

### 3. Cost

3.1	Cost of living in Kassel (at least):	~ 550 EURO per month
3.2	Health insurance:	~ 70 EURO per month
3.3	Semester fee	~ 110 EURO per semester
3.4		
3.5		
3.6	Tours to industrial companies:	cost sharing
	Tuition fees are not demanded.	
3.7	German language course:	
	<p>Though the language of instruction is English (occasionally bilingual), knowledge and interest in German language and culture is appreciated. Therefore he/she is motivated to learn German language. Basic German language knowledge must be completed with the 'Grundstufe III' certificate during the Preparatory Course. 'Grundstufe' certificates are also offered abroad by the Goethe Institutes (or Max Mueller Institutes in India). The student can be exempted from language courses by submission of recognized certificates.</p> <p>The university offers special German language courses (Grundstufe I, II, III) for ECE students; and additionally a convenient ECE Student Service Package. Costs are still under discussion. Upper cost's limit is:</p>	
3.7.1	Total Language and Service Package	~ 2100 EURO
3.7.2		
3.7.3		
	Note: Language examination fees are charged as the need arises.	
3.8	Can you cover all listed costs: living costs, health and social insurance and German language course?	<input type="checkbox"/>
	<a href="#">Next Step</a>	

## **Wissenschaftliche Qualifikation**

### **- Zertifikate**

- Hinweis auf Zulassungsvoraussetzung: Bachelor Degree in Electrical Communication Engineering (or its equivalent)

### **- Bezeichnung des erworbenen Zertifikats**

- Bachelor of Science, Degree of Electrical Engineering,
- Bachelor of (Applied) Physics, Higher National Diploma (HND)

### **- Regelstudienzeit**

- mindestens 8 Studiensemester (?)

### **- Industrietätigkeit**

- Jahr des Bachelor Abschlusses
- Jahr der Arbeitsaufnahme
- Name und Sitz des Unternehmens

### **- Gesamtnote**

- 1<sup>st</sup> class (division) with distinction, 1<sup>st</sup> class (division), upper
- 2<sup>st</sup> class (division) lower than upper 2<sup>st</sup> class (division)

### **- Land der Zertifikatsverleihung**

- Auswahl des entsprechenden Landes

## **Englischsprachkenntnisse**

### **- Hinweis**

- Zulassung zum ECE Programm erfordert solide englische Sprachkenntnisse

### **- Sprachniveau**

- Englisch als Muttersprache
- Nachweise
  - a) durch Zertifikate: Paper based TOEFL, computer based TOEFL
  - b) englischsprachiges Undergraduate-Studium

### **- Persönliche Einschätzung der englischen Sprachkenntnisse**

- Lesen
- Schreiben
- Sprechen

#### 4. Certificates

4.1	<b>The admission to the ECE course needs a Bachelor degree in Electrical Communication Engineering or its equivalent</b>	
	<b>What is the name of your degree?</b> (Note: Mark only highest degree attained)	
4.1.1	Bachelor of Science	<input type="radio"/>
4.1.2	Bachelor of (Applied) Physics	<input type="radio"/>
4.1.3	Degree of Electrical Engineering	<input type="radio"/>
4.1.4	Higher National Diploma (HND)	<input type="radio"/>
4.2	<b>What is the regular study duration in semesters. Does it take more than 7 semesters?</b>	<input type="text"/>
4.3	<b>If you were conferred the Bachelor degree, and you are now working at industry:</b>	
4.3.1	The year in which the BSC degree was conferred:	<input type="text"/>
4.3.2	The year in which the industrial work began:	<input type="text"/>
4.3.3	Name of company:	<input type="text"/>
4.3.4	City:	<input type="text"/>
4.3.5	Country:	<input type="text"/>
4.3.6	Position:	<input type="text"/>
4.4	<b>Transcript of the credits you have completed at your home university.</b>	
	<b>What overall marks have you attained ?</b>	
4.4.1	First class (division) with distinction	<input type="radio"/>
4.4.2	First class (division)	<input type="radio"/>
4.4.3	Upper second class (division)	<input type="radio"/>
4.4.4	Lower than upper second class (division)	<input type="radio"/>
4.5	<b>In which country were you conferred the Bachelors' degree in Electrical Engineering?</b>	<input type="text"/>
	<input type="button" value="Next Step"/>	

#### 4. Certificates (Fortsetzung)

<b>4.5</b>	<b>My home university is in Iran</b>	
<b>4.5.16</b>	Name of my university:	<input type="text"/>
<b>4.5.16.1</b>	If other, please enter the name:	<input type="text"/>
<b>4.5.16.2</b>	My grading system is on a scale of:	<input type="text"/>
<b>4.5.16.3</b>	My average mark obtained is:	<input type="text"/>
<b>4.5.16.4</b>	Did you qualify the Undergraduate Entrance Examination?	<input type="text"/>
<b>4.5.16.4.1</b>	If yes, please enter your ranking number:	<input type="text"/>
<b>4.5.16.4.2</b>	This ranking number is among how many students?	<input type="text"/>
<b>4.5.16.5</b>	Have you passed the MSEE entrance Examination?	<input type="text"/>
<b>4.5.16.5.1</b>	If yes, please enter your ranking number:	<input type="text"/>
<b>4.5.16.5.2</b>	This ranking number is among how many students?	<input type="text"/>
		<input type="button" value="Next Step"/>

<b>4.5</b>	<b>My home university is in Bangladesh</b>	
<b>4.5.12</b>	Name of my home university:	<input type="text"/>
<b>4.5.12.1</b>	If other, please enter the name:	<input type="text"/>
<b>4.5.12.2</b>	My grading system is on a scale of:	<input type="text"/>
<b>4.5.12.3</b>	My average mark obtained is:	<input type="text"/>
		<input type="button" value="Next Step"/>



#### 4. Certificates (Fortsetzung)

<b>4.5</b>	<b>My home university is in India</b>	
<b>4.5.3</b>	Name of my home university:	<input type="text"/>
<b>4.5.3.1</b>	If other, please enter the name:	<input type="text"/>
<b>4.5.3.2</b>	My grading system is on a scale of 100 %	<input type="text"/>
<b>4.5.3.2.1</b>	If needed, specify other:	<input type="text"/>
<b>4.5.3.3</b>	My obtained percentage is	<input type="text"/>
<b>4.5.3.4</b>	If other, please enter your average marks	<input type="text"/>
<b>4.5.3.5</b>	Have you passed the Graduate Aptitude Test in Engineering (GATE)?	<input type="text"/>
<b>4.5.3.5.1</b>	Score card No.:	<input type="text"/>
<b>4.5.3.5.2</b>	Category:	<input type="text"/>
<b>4.5.3.5.3</b>	Score valid up to (day/month/year):	<input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>
<b>4.5.3.5.4</b>	Registration No.:	<input type="text"/>
<b>4.5.3.5.5</b>	Percentage score:	<input type="text"/>
<b>4.5.3.5.6</b>	Number of examinees appeared:	<input type="text"/>
<b>4.5.3.5.7</b>	Number qualified:	<input type="text"/>
<b>4.5.3.5.8</b>	All India rank:	<input type="text"/>
		<input type="button" value="Next Step"/>

## 5. ECE-Applicant-Online-Test

4.6	Knowledge of English language	
	Sound knowledge of English language is necessary to enter the ECE programme. My English language skills have been proved as follows:	
4.6.1	English is my mother tongue (if 'Yes' then 'Next Step')	<input type="text"/>
	English is <b>not</b> my mother tongue. However, my proficiency in English has been proved by:	
4.6.2	Paper based TOEFL with the result:	<input type="text"/>
4.6.3	Computer based TOEFL with the result:	<input type="text"/>
4.6.4	My undergraduate study was given totally in English	<input type="text"/>
4.6.5		
4.6.6	How do you estimate your English language level?	<input type="text"/>
4.6.7	Your reading ?	<input type="text"/>
4.6.8	Your writing ?	<input type="text"/>
4.6.9	Your speaking ?	<input type="text"/>
		<input type="button" value="Next Step"/>

## **Universitäts- und Zertifikatsbewertung**

### **Bewertungsgrundlage**

- **Auswahlliste der Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen**
  - Ausländische Bachelor-Grade und entsprechende  
1. Hochschulabschlüsse als Zugangsvoraussetzung für  
ingenieurwissenschaftliche Postgraduierten-Studiengänge  
deutscher Technischer Hochschulen.
- **DAAD-Siemens Scholarship Program Asia 21st Century**
  - Incorporated Asian Universities
- **DAAD-Jahresstipendiaten (Doktoranden)**
- **Ausländische Gastwissenschaftler**
- **Ausländische Mitarbeiter**
- **ECE Studierende**
- **eigene Erfahrungen**
- **Bewertungsliste**
  - Liste hat vorläufigen Charakter und ist nicht abschließend
  - Optimierung der Zulassungskriterien erfolgt auf der –  
Grundlage von Erfahrungen
  - Universitäts- und Notengewichtung als adaptives Filter zur
  - Kontrolle begrenzter Zulassungszahl und Qualitätssteigerung

## **DAAD – Siemens - Program**

### **Incorporated Universities in Asia**

#### **CHINA**

1. Beijing University of Post & Telecommunications, Beijing
2. Fudan University, Shanghai
3. Shanghai Jiaotong University, Shanghai
4. South China University of Technology, Guangzhou
5. Southeast University, Nanjing
6. Tsinghua University, Beijing
7. University of Science & Technology of China, Hefei (Anhui Province)
8. Xi'an Jiaotong University
9. Zhejiang University, Hangzhou

#### **HONGKONG**

1. City University of Hongkong
2. Hong Kong Polytechnic University
3. Hong Kong University of Science and Technology

#### **INDIA**

1. Birla Institute of Technology and Science, Pilane
2. Delhi College of Engineering, Delhi
3. Indian Institute of Technology, Madras Chennai
4. Indian Institute of Technology, Hauz Khas, New Delhi
5. Indian Institute of Technology, Kanpur
6. Indian Institute of Technology, Kharagpur
7. Indian Institute of Technology, Powai, Mumbai
8. Regional Engineering College, Surathkal
9. Regional Engineering College, Tiruchirapalli
10. R.V. College of Engineering, Bangalore
11. Sardar Patel College of Engineering, Mumbai
10. University of Rourkee, Rourkee
11. Victoria Jubilee College of Engineering, Mumbai

#### **KOREA**

1. Hanyang University, Seoul
2. Sogang University, Seoul
3. Seoul National University, Seoul
4. Pohang University of Science and Technology, Pohang

## **TAIWAN**

1. National Cheng Kung University, Tainan
2. National Chiao Tung University, Hsinchu
3. National Sun Yatsen University, Kaohsiung
4. National Taiwan University, Taipei
5. National Taipei University of Technology, Taipei
6. National Taiwan University of Science and Technology, Taipei

## **THAILAND**

1. Chiang Mai University, Chiang Mai
2. Chulalongkorn University, Bangkok
3. Kasetsart University, Bangkok
4. Khon Kaen University, Khon Kaen
5. King Mongkut's Institute of Technology, Bangkok
6. Mahidol University, Bangkok
7. Prince of Songkla University, Songkla
8. Silpakorn University, Nakorn Pathorn
9. Tammasat University, Bangkok

## **VIETNAM**

1. Hanoi University of Technology, Hanoi
2. University of Technology, Ly Thuong Kiet

## **Bewertungsliste\***

### **Cumulative Grade Point Average (CGPA) Termination Conditions**

	<i>Grade Point / Admission Limit</i>
	Mark in % (not shown)
<b>BANGLAD ESH</b>	
Bangladesh Institute of Technology (BIT)	4.00
Bangladesh University of Engineering and Technology (BUET)	4.00
Islamic University of Technology (IUT, formerly IIT)	5.00
Others	4.00
<b>CHINA</b>	100 %
<b>EGYPT</b>	100 %
<b>GERMANY</b>	5.00
<b>INDIA</b>	
Selected Universities (list not given here)	100 %
Others	100 %
<b>INDONESIA</b>	
Selected Universities (list not given here)	4.00
Others	100 %
<b>IRAN</b>	
Selected Universities (list not given here)	20
<b>SINGAPORE</b>	
National University of Singapore (NUS)	4.00
Nanyang Technological University (NTU)	4.00
Others	100 %
<b>THAILAND</b>	
Selected Universities (list not given here)	4.00
Others	4.00
<b>TURKEY</b>	100 %
<b>VIETNAM</b>	
Selected Universities (list not given here)	10.0
Others	10.0

\*Anmerkung: Die Bewertungsliste ist exemplarisch; sie ist daher keine vollständige Länderliste

## **Lehre und Forschung**

### **- Lehre und Forschung**

- Bestätigung darüber, dass Lehr- und Forschungsgebiete bekannt sind
- Interessenbekundung für ein bestimmtes Department:  
Digitaltechnik, Mikrowellentechnik, Technische Elektronik, Kommunikationssysteme, Theoretische Elektrotechnik,  
keine spezielle Präferenz
- Ausdrückliche Interessenverneinung des Lehr- und Forschungsangebots führt zum Abbruch

### **- B. Sc. Kenntnisse**

- Angabe absolvierter Lehrveranstaltungen im Undergraduate-Bereich aus einer Liste relevanter Lehrinhalte des ECE Programms:  
Vector algebra, vector analysis, Maxwell theory, transmission line theory, microwaves, antenna theory, RF optoelectronics, communication theory, networking, device physics, digital signal processing, none of all (,none of all' führt zum Abbruch)

## **Erfolgreicher Test und Aufforderung zur Bewerbung**

Der erfolgreich durchgeführte Test wird mit einem „**Congratulation**“ honoriert.

### **- Bestätigung, dass der ECE Online Test bestanden ist**

### **- Weitere Hinweise**

- Empfehlung, sich zu bewerben
- Mitteilung der Personal-Identity-Number (PIN)
- Bewerbungsformular über PIN-Nummer abrufbar

## 6. ECE-Applicant-Online-Test

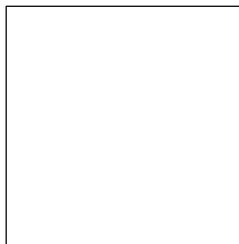
<b>5</b>	Are you well informed about the lectures offered by the participating ECE Departments and their research focus?	<input type="text"/>
<b>5.1</b>	<p>Although all Departments will be involved in the ECE Course, do you have deep interest in one Department?</p> <p>Please tick the Department that best represents your study and research interest!</p>	
	Digital Technology	<input type="checkbox"/>
	Microwave Technology	<input type="checkbox"/>
	Technical Electronics	<input type="checkbox"/>
	Communication Systems	<input type="checkbox"/>
	Theoretical Electrical Engineering	<input type="checkbox"/>
	No special preference	<input type="checkbox"/>
<b>5.2</b>	The ECE Departments do not reflect my interests (click only if it really holds).	<input type="checkbox"/>
<b>5.3</b>	Which of the subjects did you follow in your undergraduate study (tick all that apply):	
	Vector Algebra	<input type="checkbox"/>
	Vector Analysis	<input type="checkbox"/>
	Maxwell (Field) Theory	<input type="checkbox"/>
	Transmission Line Theory	<input type="checkbox"/>
	Microwaves	<input type="checkbox"/>
	Antenna Theory	<input type="checkbox"/>
	RF Optoelectronics	<input type="checkbox"/>
	Communication Theory	<input type="checkbox"/>
	Networking	<input type="checkbox"/>
	Device Physics	<input type="checkbox"/>
	Digital Signal Processing	<input type="checkbox"/>
	None of all	<input type="checkbox"/>
	<input type="button" value="Next Step"/>	



## 7. Your ECE personal identity number (ECE-PIN)

	<b>Congratulation!</b>	
	<b>You have passed the ECE Online Test!</b> <b>We recommend you to apply for the ECE course.</b> <b>You will get now your ECE-PIN code.</b> <b>You can download the application form using your ECE-PIN code.</b>	
	You are registered under the following ECE-PIN code:	
	Please, remember your ECE-PIN code!	
		<input type="button" value="End"/>

ECE Admission Office  
Faculty of Electrical Engineering &  
Computer Science  
University of Kassel  
Wilhelmshöher Allee 73  
D-34121 Kassel, Germany  
Email: Petra.Castillo@uni-kassel.de  
Phone: +49-561-804-6318  
Fax: +49-561-804-6537



### **ECE Application Form 2004**

Please, fill the application form for the next course of Electrical Communication Engineering (ECE) starting in 2004 completely. Your application file must have reached the ECE Admission Office **as soon as possible**.

You must include officially authenticated copies (unsigned photocopies are not accepted) of your certificates, and if the certificates are not in German, English or French, an officially authenticated translation must be included. You are advised to contact the nearest embassy or consulate of the Federal Republic of Germany on this matter.

#### **1. Information about yourself**

Your ECE-PIN number: \_\_\_\_\_

(Note: The ECE-PIN number is needed for any further processing.)

Family name: \_\_\_\_\_

Other Names: \_\_\_\_\_

Country: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

Date of Birth: Day \_\_\_\_ Month \_\_\_\_ Year \_\_\_\_

#### **2. Letters of Recommendation**

It is recommended to enclose at least two letters of recommendation in separately sealed envelopes, with your application package.

#### **3. Statement of Objectives**

Please state in your own words on a separate sheet why you chose to apply to the MScProgramme, and how you hope to benefit from it.

#### **4. Statement of Understanding**

"I certify that I have provided complete and accurate responses to the items on this application. If any of the information changes, I will notify the admission office of the ECE Programme at the University of Kassel in a timely manner. I authorize release of any information submitted by me with this application to any person, firm, corporation, association, or government agency, but only to verify or explain information.

The ECE Programme includes one Preparatory Semester (Preparatory Course) and three Master Semesters (Master Course). The Preparatory Course must be passed (ECE Aptitude Test) to enter the Master Course. Therefore admittance into the Preparatory Course can in no way be considered a guarantee to enter the Master Course or for obtaining the Master Degree.

I also understand that acceptance into the programme does not obligate the University of Kassel to provide me with any form of financial support.

I agree that this application and the accompanying supporting documentation will remain with the University of Kassel, even if I am not accepted into the programme. The information provided above will be stored in electronic form for the sole purpose of the application and admissions procedure at the University of Kassel, and will be deleted after the admission processing.

Signature: \_\_\_\_\_

Name of applicant: \_\_\_\_\_

Date and place: \_\_\_\_\_

Applicants with disabilities: If you have a physical or learning disability and need information on accommodation and service available, please contact us as soon as possible.

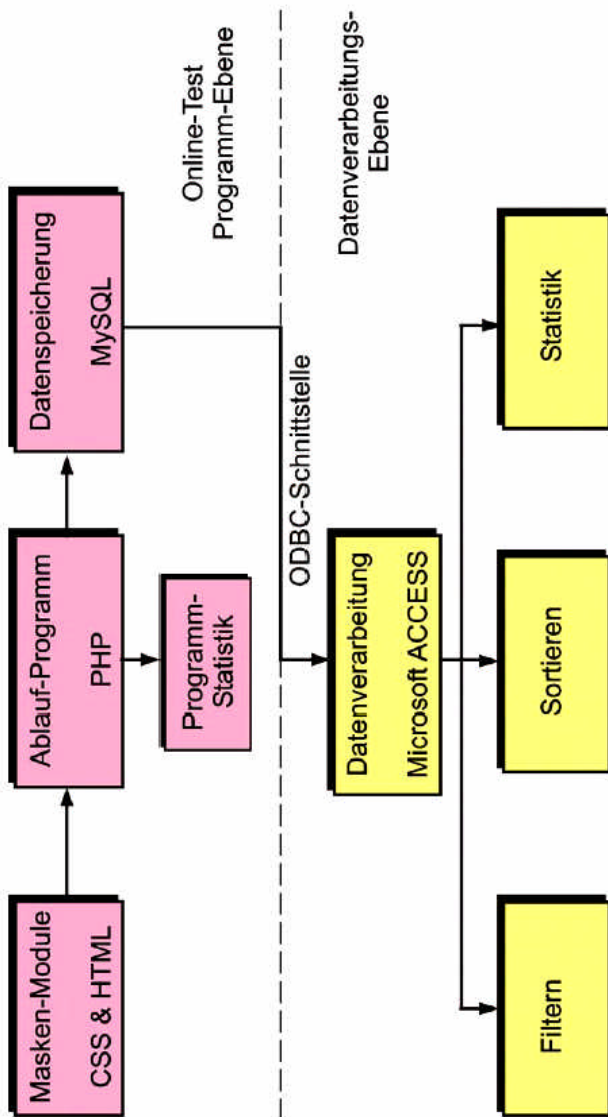
## **5. Necessary Documentation**

Please make sure your application contains the following:

1. Certified photocopies of all official transcripts
2. Letters of at least 2 references, each in a separate envelope
3. Copy of your TOEFL (Test of English as a Foreign Language) score if needed to prove your English proficiency.
4. Copy of your German language exam if possible
5. A completed Statement of Objectives

Please type the answers to all questions, or write legibly in capital letters!

In case of your acceptance into the programme, please inform us about your intention to accept the offered study place. You should send an e-mail to the Admission Office (Petra.Castillo@uni-kassel.de) with the following confirmation: "I accept the admission for the ECE course 2004". Please make sure that the notification of acceptance can be delivered to the address given in the ECE Applicant Online Test.



**Name:****ECE-PIN:** 20038803403xxxxxx**Step 1 – General**

a1_3	(Applied year):	2003
a1_4_1	(Interested in Electrical Communications):	yes
a1_4_2	(Interested in Measurement and Control):	yes
a1_4_3	(Interested in Power Electronics):	yes
a1_4_4	(Interested in others):	
a1_5	(Informed about the aims):	yes
a1_5_1	(Information sources):	DAAD website
a1_5_2	(Most important information source):	DAAD website
a1_6_1	(Needs more information):	no

**Step 2 – Personal Data**

a2_1	(Family name):	xxxx
a2_2	(First name(s)):	xxxx
a2_3	(Date of birth):	xxxx
a2_4	(Gender):	male
a2_5	(Nationality):	Bangladesh
a2_6	(Mother tongue):	Bangla
a2_7_1	(Street):	xxxx
a2_7_2	(Postal code):	xxxx
a2_7_3	(City):	xxxx
a2_7_4	(Country):	Bangladesh
a2_7_5	(Valid until):	30.12.2004
a2_8_1	(Country code):	880
a2_8_2	(Area code):	2
a2_8_3	(Phone number):	
a2_9	(Email):	
a2_10	(Homepage):	http://
a2_11_1	(Street):	
a2_11_2	(Postal code):	
a2_11_3	(City):	
a2_11_4	(Country):	

### **Step 3**

a3\_8 (Can cover costs): yes

### **Step 4 – Certificates**

a4_1	(Name of degree):	Bachelor of Science
a4_2	(More than 7 semesters):	Yes
a4_3_1	(Year BSc):	2003
a4_3_2	(Year industrial work began):	2002
a4_3_3	(Company):	xxxx
a4_3_4	(City):	Dhaka
a4_3_5	(Country):	Bangladesh
a4_3_6	(Position):	xxxx
a4_4	(Overall mark):	First class
a4_5	(Country):	Bangladesh
a4_5_1	(University name):	Bangladesh University of Engineering and Technology (BUET)
a4_5_1_1	(Other university name):	
a4_5_1_2	(Grading system or 100%):	4
a4_5_1_2_1	(Other grading system):	
a4_5_1_3	(Percentage or average mark):	3.50
a4_5_1_4	(Average mark):	
a4_5_3_5	(GATE test (india))/UEE test (iran)):	
a4_5_3_5_1	(Score card no. (india)/ranking number UEE (iran)):	
a4_5_3_5_2	(Category (india)/number of students UEE (iran)):	
a4_5_3_5_3	(Score valid up to (india)/MSEE Test (iran)):	
a4_5_3_5_4	(Registration no. (india)/ranking number MSEE (iran)):	
a4_5_3_5_5	(Percentage score (india)/number of students MSEE (iran)):	
a4_5_3_5_6	(Number of examinees):	
a4_5_3_5_7	(Number qualified):	
a4_5_3_5_8	(All india rank):	
a4_6_1	(English is mother tongue):	no
a4_6_2	(Paper-based TOEFL):	
a4_6_3	(Computer-based TOEFL):	233
a4_6_4	(Study was in English):	Yes
a4_6_6	(Language level):	Advanced
a4_6_7	(Reading):	Good
a4_6_8	(Writing):	Good
a4_6_9	(Speaking):	Good

### **Step 5 – Departments/Subjects**

a5	(Informed about lectures):	yes
a5_1	(Study and research interest):	Theoretical Electrical

### **Engineering**

a5_2	(ECE does not reflect my interest):
a5_3	(Subjects undergraduate study): Vector Algebra, Vector Analysis, Maxwell (Field) Theory, Transmission Line Theory, Micro-waves, RF Optoelectronics, Communication Theory, Device Physics, Digital Signal Process

## Programm-Statistik

Tabelle 1: Gründe für den Abbruch des ECE-Online-Tests

Gründe für den Abbruch des ECE-Online-Tests	Number	Percent
Needs more information (1.6.1)	771	38,9
Average mark not sufficient (4.5)	423	21,4
Only upper 2nd class or less (4.4.3/4.4.4)	201	10,2
Study duration less than 8 semesters (4.2)	177	8,9
Not informed about aims and contents (1.5)	160	8,1
Not interested in Electrical Communications (1.4.1)	69	3,5
Cannot cover costs (3.8)	53	2,7
HND Diplom (4.1.4)	37	1,9
Formmailer-Angebot wegen nicht erfasstem Notensystem (4.5)	30	1,5
English knowledge not sufficient (4.6)	26	1,3
Not informed about the offered lectures (5)	21	1,1
ECE departments do not reflect my interest (5.2)	7	0,4
Did follow none of the possible subjects (5.3)	5	0,3
<b>Total</b>	<b>1980</b>	<b>100,0</b>

U. Lanzendorf, A. Schelewsky: ECE Online Bewerbungstest – Datenauswertung November 2002 – Juli 2003, Wissenschaftliches Zentrum für Berufs- und Hochschulforschung der UNIK im Rahmen eines Kooperationsprojekts „Marketing-Controlling ECE-Studiengang“ gemeinsam mit dem Zentrum für Hochschulentwicklung (CHE), 2003.



## Bewerber-Statistik

Tabelle 2: Staatsbürgerschaft der ECE-Interessenten, die den Online-Test erfolgreich absolviert haben

<b>2.5 Nationality</b>		
	<b>Number</b>	<b>Percent</b>
India	70	26,5
Pakistan	47	17,8
Bangladesh	26	9,8
P.R.China	25	9,5
Indonesia	20	7,6
Turkey	14	5,3
Ethiopia	7	2,7
Jordania	7	2,7
Egypt	6	2,3
Thailand	5	1,9
Palestina	4	1,5
Canada	3	1,1
Iran	3	1,1
Lebanon	3	1,1
Mexico	3	1,1
Algeria	2	0,8
USA	2	0,8
Vietnam	2	0,8
Yemen	2	0,8
Azerbaidshan	1	0,4
Brazil	1	0,4
Bulgaria	1	0,4
Cameroon	1	0,4
Columbia	1	0,4
Germany	1	0,4
Ghana	1	0,4
Japan	1	0,4
Russia	1	0,4
Sri Lanka	1	0,4
Sudan	1	0,4
Syria	1	0,4
Tunisia	1	0,4
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100,0</b>

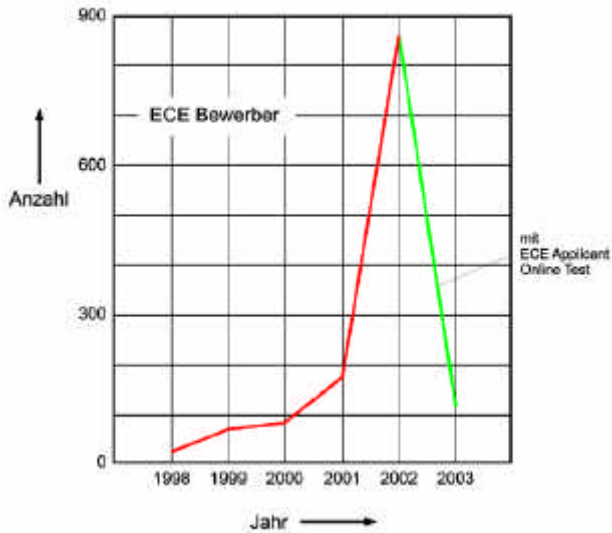
<b>1.5 Most Important Information Source</b>		
	<b>Number</b>	<b>Percent</b>
DAAD website	135	47,9
HFT website	103	36,5
Enrolled ECE students	15	5,3
DAAD exhibition	12	12
ECE graduates	11	3,9
Others	6	2,1
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100,0</b>

<b>1.4 Main interest (multiple reply possible)</b>		
	<b>Number</b>	<b>Percent</b>
Electrical Communications	282	100,0%
Measurement and Control	122	43,3%
Power Electronics	103	36,5%
Other Field of Interest	67	23,8%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100,0%</b>

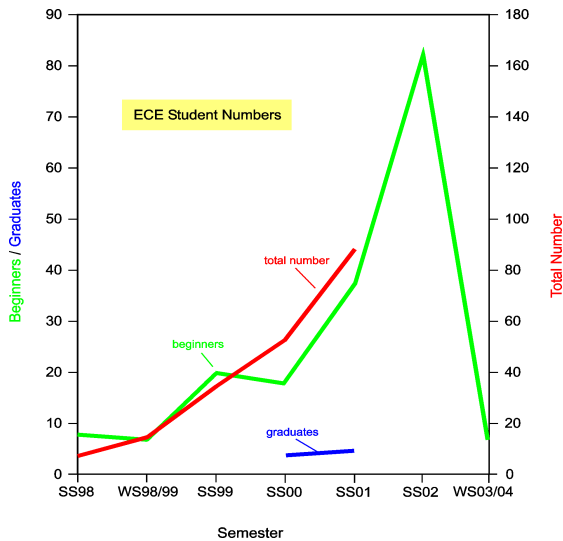
<b>2.4 Gender</b>		
	<b>Number</b>	<b>Percent</b>
male	245	87,5
female	35	12,5
<b>Total</b>	<b>280</b>	<b>100,0</b>

<b>4.6 Mother Tongue: English</b>		
	<b>Number</b>	<b>Percent</b>
yes	23	8,6
no	244	91,4
<b>Total</b>	<b>267</b>	<b>100,0</b>

## Bewerberzahl Entwicklung



## ECE-Studienanfänger Entwicklung



### 3.2 Der ECE-Online-Applicant-Test 2003:

#### **Auswertung, Erfahrungen, Ergebnisse**

*Ute Lanzendorf, André Schelewsky*

Seit November 2002 soll der ECE-Online-Applicant-Test ungenügend qualifizierte Interessenten von vornherein vom schriftlichen Bewerbungsverfahren ausschließen und auf diese Weise die in den letzten Jahren drastisch gestiegene Zahl an Bewerbungen für die begrenzte Zahl der im ECE-Studiengang zur Verfügung stehenden Studienplätze wieder reduzieren.

Alle Interessenten für den ECE-Studiengang werden heute über die Homepage des Fachgebiets Hochfrequenztechnik (HFT) im Fachbereich 16

(<http://www.uni-kassel.de/fb16/hft/msc.html>)

auf einen Fragebogen verwiesen

(<http://www.uni-kassel.de/hrz/db4/extern/hftmast7/ece/>)

Nur wenn sie diesen Online-Applicant-Test erfolgreich absolvieren, erhalten sie Zugang zu den für die Bewerbung notwendigen Formularen.

Der Fragebogen für die Bewerber-Vorauswahl erhebt nicht nur Daten von den Studieninteressenten, sondern vermittelt ihnen auch grundlegende Informationen zum ECE-Studiengang und zu den Rahmenbedingungen eines Studiums an der Universität Kassel. Er umfasst fünf Abschnitte, in denen folgende Informationen von den Studieninteressenten erfragt werden:

1. Grobe Interessensgebiete eines Interessenten, bereits vorhandene Informationen über den ECE-Studiengang und Informationsquellen;
2. Persönliche Daten eines Interessenten;
3. Studienkosten, für den ECE-Studiengang notwendige deutsche Sprachkenntnisse und Kosten für einen speziellen Deutsch-Sprachkurs;
4. Vorhandener Studienabschluss eines Interessenten, seine Abschlussnote und seine englischen Sprachkenntnisse;
5. Spezielle fachliche Interessensgebiete eines Studieninteressenten.

Um zu vermeiden, dass sich Personen mit unzureichenden akademischen, finanziellen oder sprachlichen Voraussetzungen bzw. vom Schwerpunkt des Studiengangs abweichenden fachlichen Interessen für den ECE-Studiengang bewerben, fungieren einige „kritische“ Fragen in dem Online-Fragebogen als Filterfragen. Werden sie in einer Art beantwortet, die den Interessenten als ungeeignet identifiziert, wird der Test abgebrochen und der Interessent vom Bewerbungsverfahren ausgeschlossen. Insgesamt gibt es 13 derartige Filterfragen im ECE-Online-Test, bei denen, die in Tabelle 1 aufgelisteten Antwortvarianten zum Abbruch führen. Der Fragebogen ist zudem in acht Blöcke

aus jeweils mehreren Fragen unterteilt, die jeder in sich abgeschlossen werden müssen. Nach Abschluss eines Frageblocks ist es dann nicht mehr möglich, zu den entsprechenden Fragen zurückzukehren und dort gegebenenfalls eine Antwort zu korrigieren. Es ist allerdings nicht auszuschließen, dass ein Bewerber zu einem späteren Zeitpunkt den Test ein zweites Mal beginnt.

Über seine zentrale Funktion hinaus, ungeeignete Interessenten vom Bewerbungsverfahren auszuschließen, macht der Online-Fragebogen umfangreiche Informationen über den Interessentenkreis für den Studiengang verfügbar. Zum einen informieren die abgebrochenen Tests darüber, welche Defizite bei den Interessenten verbreitet sind. Zum anderen können Informationen über die Bewerber, die den Test komplett durchlaufen haben, Anhaltspunkte für Marketingstrategien bieten. Zum Beispiel kann dargestellt werden, aus welchen Schwerpunktländern die meisten geeigneten Bewerber kommen und welche Quellen sie für Informationen über den ECE-Studiengang genutzt haben. Bei der Interpretation der im Weiteren vorgestellten Daten aus dem ersten Jahr der Internetbasierten Bewerbervorauswahl ist allerdings zu berücksichtigen, dass sie während der Pilotphase des Online-Tools erfasst wurden.

Dem vorliegenden Bericht liegen die bis März 2003 über die Online-Bewerbervorauswahl erfassten Daten zugrunde. Es wurden damit alle Bewerbungen für den Studienbeginn im SS 2003 erfasst.

### **Abgebrochene Tests – Defizite von ECE-Interessenten**

Von den zwischen November 2002 und Ende März 2003 insgesamt 2262 gestarteten Online-Tests sind rund drei Viertel (1980) wegen der Auswahl unerwünschter Antwortvarianten vom System abgebrochen worden. Mit über einem Drittel der Abbrüche wichtigster Ausschlussgrund war die Angabe eines Interessenten, mehr Information über den Studiengang zu benötigen (vgl. Tabelle 1). Knapp ein weiteres Drittel der Abbrüche war des Weiteren auf unzureichende Vornoten der Interessenten zurückzuführen. Alle anderen Abbruchstellen waren von nur geringer Bedeutung.

Tabelle 1: Antwortvarianten, die zum Abbruch des Online-Tests führen, nach Häufigkeit ihres Auftretens zwischen November 2002 und März 2003

<b>Antwortvarianten</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Needs more information (Frage 1.6.1)	771	38,9 %
Average mark not sufficient (Frage 4.5)	423	21,4 %
Only upper 2nd class or less (Frage 4.4.3/4.4.4)	201	10,2 %
Study duration less than 8 semesters (Frage 4.2)	177	8,9 %

<b>Antwortvarianten</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Not informed about aims and contents (Frage 1.5)	160	8,1 %
Not interested in Electrical Communications (Frage 1.4.1)	69	3,5 %
Cannot cover costs (Frage 3.8)	53	2,7 %
HND Diplom (Frage 4.1.4)	37	1,9 %
Unknown grading system (Frage 4.5)	30	1,5 %
English knowledge not sufficient (Frage 4.6)	26	1,3 %
Not informed about the offered lectures (Frage 5)	21	1,1 %
ECE departments do not reflect interests (Frage 5.2)	7	0,4 %
Did follow none of the possible subjects (Frage 5.3)	5	0,3 %
<b><i>Gesamt</i></b>	<b><i>1.980</i></b>	<b><i>100 %</i></b>

### **Erfolgreich absolvierte Tests – Merkmale geeigneter Interessenten**

Der vorliegende Datensatz vom März 2003 enthält die Ergebnisse von 282 erfolgreich absolvierten Online-Tests. Es handelt sich ausschließlich um Fälle, die als geeignet ausgewählt wurden, d.h. alle Fragen beantwortet haben, ohne einen automatischen Abbruch zu bewirken. Im Weiteren werden die aus diesen 282 Fällen verfügbaren Daten für ausgewählte Fragen des Tests ausgewertet.

Die meisten Interessenten für den ECE-Studiengang, die den Online-Test erfolgreich durchlaufen haben, stammen aus Asien (vgl. Tabelle 3 auf der folgenden Seite). Mehr als ein Viertel von ihnen besitzt die indische Staatsbürgerschaft, gefolgt von Pakistan (18 %), Bangladesh (knapp 10 %), China und Indonesien. Die Ergebnisse zur Frage 2.7 nach dem momentanen Aufenthaltsort zur Zeit der Bewerbung legen die Vermutung nahe, dass sich der überwiegende Teil der Interessenten in seinem Heimatland aufhielt. Lediglich 14 Interessenten hielten sich bereits in Deutschland auf, als sie den Online-Test absolvierten, eine davon ist eine Deutsche. Insgesamt haben Bewerber aus 32 verschiedenen Ländern den Online-Bewerbungstest erfolgreich durchlaufen, was die auslandorientierte, internationale Ausrichtung des Studiengangs unterstreicht.

Der Anteil der Frauen in der Gruppe geeigneter Interessenten ist mit 12,5 Prozent vergleichsweise hoch (vgl. Tabelle 2). Der Anteil weiblicher Studierender im Fach Elektrotechnik an deutschen Fachhochschulen (Deutsche und Ausländer) liegt lediglich bei etwa drei Prozent (BMBF, Grund- und Struk-

turdaten 2001/2002: S. 174-178; für Universitäten keine Angabe, da nur die 15 am stärksten besetzten Bereiche ausgewiesen werden).

Tabelle 2: Geschlecht der ECE-Interessenten, die den Online-Test 2002/03 erfolgreich absolviert haben

<b>Geschlecht</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
male	245	87,5 %
female	35	12,5 %
<b><i>Gesamt</i></b>	<b><i>280</i></b>	<b><i>100,0 %</i></b>

Question 2.4: Gender

Tabelle 3: Staatsbürgerschaft der ECE-Interessenten, die den Online-Test 2002/03 erfolgreich absolviert haben

<b>Land der Staatsbürgerschaft</b>	<b>Absolut</b>	<b>Prozent</b>
India	70	26,5 %
Pakistan	47	17,8 %
Bangladesh	26	9,8 %
P.R.China	25	9,5 %
Indonesia	20	7,6 %
Turkey	14	5,3 %
Ethiopia	7	2,7 %
Jordania	7	2,7 %
Egypt	6	2,3 %
Thailand	5	1,9 %
Palestina	4	1,5 %
Canada	3	1,1 %
Iran	3	1,1 %
Lebanon	3	1,1 %
Mexico	3	1,1 %
Algeria	2	0,8 %
USA	2	0,8 %
Vietnam	2	0,8 %
Yemen	2	0,8 %
Azerbaidshan	1	0,4 %
Brazil	1	0,4 %
Bulgaria	1	0,4 %
Cameroon	1	0,4 %
Columbia	1	0,4 %

<b>Land der Staatsbürgerschaft</b>	<b>Absolut</b>	<b>Prozent</b>
Germany	1	0,4 %
Ghana	1	0,4 %
Japan	1	0,4 %
Russia	1	0,4 %
Sri Lanka	1	0,4 %
Sudan	1	0,4 %
Syria	1	0,4 %
Tunisia	1	0,4 %
<b>Gesamt</b>	<b>264</b>	<b>100 %</b>

Question 2.5: Nationality

Das Alter der ECE-Interessenten, die den Online-Test erfolgreich absolviert haben, beträgt durchschnittlich 24,6 Jahre; der jüngste Teilnehmer ist 19 Jahre alt, der älteste 35 Jahre. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass einige der erfolgreichen Interessenten bei der entsprechenden Frage 2.3 (Date of Birth) offensichtlich falsche Angaben machten und somit in dieser Auswertung nicht berücksichtigt werden konnten. Es wäre außerdem zu prüfen, ob mit 19 Jahren die Zulassungsvoraussetzungen für ein Postgraduiertenstudium erreicht werden können.

Für den Zugang zum ECE-Studiengang ist ein Bachelor oder ein vergleichbarer Abschluss obligatorisch, deshalb fungiert die Frage nach dem vorhandenen Studienabschluss als Filterfrage, wobei die Antwortoption „Higher National Diploma (HND)“ zum Abbruch führt. Alle 282 Interessenten, die den Test komplett durchlaufen haben, besitzen folglich einen adäquaten Abschluss, 83 Prozent von ihnen einen Bachelor of Science (vgl. Tab. 4).

Tabelle 4: Höchster erreichter Abschluss der ECE-Interessenten, die den Online-Test 2002/03 erfolgreich absolviert haben

<b>Höchster Abschluss</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Bachelor of Science	235	83,3 %
Diploma of Electrical Engineering	42	14,9 %
Bachelor of (Applied) Physics	5	1,8 %
<b>Gesamt</b>	<b>282</b>	<b>100,0 %</b>

Question 4.1: What is the name of your degree?

(Note: Mark only the highest degree attained)

Die Länder, in denen die Bewerber ihren Bachelor-Abschluss erworben haben, entsprechen im wesentlichen den Ländern ihrer Nationalität (vgl. Tab. 3),



so dass davon ausgegangen werden kann, dass der überwiegende Teil der Bewerber vor der Bewerbung für den ECE-Studiengang in seinem Heimatland studiert hat. Die Auswertung beider Fragen im Vergleich lässt siebzehn Ausnahmen erkennen, die in der folgenden Tabelle 5 dargestellt sind.

Tabelle 5: Studieninteressenten, die den Online-Test 2002/03 erfolgreich durchlaufen und ihren Bachelor nicht in dem Land erworben haben, dessen Staatsbürgerschaft sie besitzen

<b>Staatsbürgerschaft</b>	<b>Land, in dem der Bachelor erworben wurde</b>	<b>Anzahl</b>
Cameroon	Bangladesh	1
Ethiopia	Bangladesh	1
Iran	China	1
Iran	Turkey	1
Japan	China	1
China	Brazil	1
China	Singapore	1
Pakistan	Bangladesh	2
Pakistan	Romania	1
Palestina	Bangladesh	1
Palestina	Israel	2
Palestina	Jordan	1
Syria	Lebanon	1
USA	Libya	1
USA	Taiwan	1
<b><i>Gesamt</i></b>		<b><i>17</i></b>

Question 4.5: My home university is in ... ?

Für eine Bewerbung zum ECE- Studiengang sind ausreichende Englischkenntnisse erforderlich. Bei der entsprechenden Frage wurden diejenigen Kandidaten herausgefiltert, die den Anforderungen bezüglich ihrer Englischkenntnisse nicht genügen, so dass im vorliegenden Datensatz nur Interessenten mit ausreichenden Kenntnissen vertreten sind. Sie stufen ihre Kenntnisse in den drei Bereichen Lesen, Schreiben und Sprechen überwiegend als „excellent“ ein (vgl. Tab. 6).

Tabelle 6: Selbsteinstufung ihrer Englischkenntnisse durch die ECE-Interessenten, die den Online-Test 2002/03 erfolgreich absolviert haben.

<b>Englischkenntnisse</b>		<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
<i>Engl. reading</i>	Excellent	217	77,0 %
	Good	41	14,5 %
	Mother Tongue Engl.	21	7,4 %
	Fair	3	1,1 %
<i>Engl. writing</i>	Excellent	166	58,9 %
	Good	90	31,9 %
	Mother Tongue Engl.	21	7,4 %
	Fair	5	1,8 %
<i>Engl. speaking</i>	Excellent	136	48,2 %
	Good	118	41,8 %
	Mother Tongue Engl.	21	7,4 %
	Fair	7	2,5 %
<b><i>Gesamt</i></b>		<b>282</b>	<b>100,0 %</b>

Tabelle 7: Im Online-Test 2002/03 erfolgreiche ECE-Interessenten, die ihr grundständiges Studium komplett in englischer Sprache absolviert haben

	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Yes	196	69,5 %
No	58	20,6 %
<b><i>Gesamt</i></b>	<b>254</b>	<b>90,1 %</b>

Question 4.6.4: My undergraduate study was given totally in English.

Eine Übersicht über die insgesamt 29 verschiedenen Sprachen, die von den Bewerbern als Muttersprachen angegeben wurden, bietet Tabelle 8.

Tabelle 8: Muttersprache der ECE-Absolventen, die den Online-Test 2002/03 erfolgreich absolviert haben

<b>Muttersprache</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Urdu	43	16,4 %
Chinese	27	10,3 %
Arabic	27	10,3 %
Telugu	24	9,2 %
Hindi	22	8,4 %

<b>Muttersprache</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Indonesian	20	7,6 %
Bengali	19	7,3 %
Turkish	14	5,3 %
Tamil	11	4,2 %
English	9	3,4 %
Bangla	8	3,1 %
Amharic	6	2,3 %
Thai	5	1,9 %
Spanish	4	1,5 %
Pushto	3	1,15 %
Malayalam	3	1,15 %
Vietnamese	2	0,8 %
Punjabi	2	0,8 %
Persian	2	0,8 %
Gujarati	2	0,8 %
Somali	1	0,4 %
Sinhala	1	0,4 %
Portuguese	1	0,45 %
Jordan	1	0,4 %
Japanese	1	0,4 %
German	1	0,4 %
Bulgarian	1	0,4 %
Bamoun	1	0,4 %
Azerbaijani	1	0,4 %
<b><i>Gesamt</i></b>	<b><i>262</i></b>	<b><i>100,0 %</i></b>

Question 2.6: Mother Tongue

Der Fragenkomplex 4.3 bezieht sich auf Interessenten mit einem Bachelor-Abschluss, die derzeit im industriellen Sektor beschäftigt sind. Dies trifft auf rund die Hälfte der Interessenten zu (142 von insgesamt 282). Frage 4.3.1 (Jahr, in dem der Bachelor-Abschluss erworben wurde) und Frage 4.3.2 (Jahr, in dem die Beschäftigung in der Industrie aufgenommen wurde) geben im Vergleich einen Anhaltspunkt, wie zeitnah der Berufseintritt auf den Studienabschluss folgte (Tabelle 9 stellt absolute Zahlen und Tabelle 10 stellt Prozentwerte dar).

Die grau unterlegten Felder in beiden Tabellen kennzeichnen die Befragten, die bereits im Jahr des Studienabschlusses ihr Beschäftigungsverhältnis begonnen haben

Tabelle 9: Im Online-Test 2002/03 erfolgreiche ECE-Interessenten nach Jahr ihres grundständigen Studienabschlusses und Jahr der Aufnahme einer industriellen Beschäftigung (absolute Zahlen, n = 142)

(Absolute Zahlen)	Year when a job in industry was taken up											
	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	1993	1990	Total
2003	1	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	4
2002	-	33	4	-	-	-	-	-	-	-	-	37
2001	-	14	27	3	-	-	-	-	-	-	-	44
2000	-	-	4	18	-	-	-	-	-	-	-	22
Year of	1999	-	1	13	6	-	-	-	-	-	-	20
BSC	1998	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	2
degree	1997	-	-	-	-	-	4	-	-	-	-	4
1996	-	-	-	-	-	-	2	1	-	-	-	6
1995	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
1993	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1
1990	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1
Total	1	49	36	38	6	1	6	2	1	1	1	142

Question 4.3.1: If you were conferred the Bachelor degree, and you are now working at industry:

The year in which the BSC degree was conferred:

Question 4.3.1: If you were conferred the Bachelor degree, and you are now working at industry:

The year in which industrial work began

Tabelle 10: Im Online-Test 2002/03 erfolgreiche ECE-Interessenten nach Jahr ihres grundständigen Studienabschlusses und Jahr der Aufnahme einer industriellen Beschäftigung (in Prozent, n = 142)

(in %)	Year when a job in industry was taken up											
	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996	1995	1993	1990	Total
<i>Year of BSC degree</i>	2003	0,7	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	2,8
	2002	0,0	23,2	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	26,1
	2001	0,0	9,9	19,0	2,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	31,0
	2000	0,0	0,0	2,8	12,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	15,5
	1999	0,0	0,7	0,0	9,2	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	14,1
	1998	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4
	1997	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	2,8
	1996	0,0	0,0	0,0	2,1	0,0	1,4	0,7	0,0	0,0	0,0	4,2
	1995	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,7
	1993	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,7
	1990	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,7	0,7
<i>Total</i>		0,7	34,5	25,4	26,8	4,2	0,7	4,2	1,4	0,7	0,7	100,0

Question 4.3.1: If you were conferred the Bachelor degree, and you are now working at industry:

The year in which the BSC degree was conferred:

Question 4.3.1: If you were conferred the Bachelor degree, and you are now working at industry:

The year in which industrial work began

In jedem Jahrgang haben die meisten Befragten direkt nach ihrem ersten Studienabschluss eine Berufstätigkeit begonnen; insgesamt konnten 94 der 142 Interessenten (das entspricht 62 %) noch im Abschlussjahr ihre Tätigkeit aufnehmen. Neun der Befragten (7 %) geben an, dass sie bereits vorher in der Industrie beschäftigt waren, und 35 (knapp 25 %) nahmen ihre Tätigkeit in einem der folgenden Jahre auf, die meisten im Jahr direkt nach Erwerb des Bachelor. Die längste Übergangszeit beträgt vier Jahre, betrifft aber nur zwei Fälle (2 %).

Die Studieninteressen der Online-Test-Teilnehmer wurden in zwei Fragen erhoben: Zum einen fragt Frage 1.4 für jeden von drei großen Themenbereichen ab, ob ein Studieninteressent ein besonderes Interesse in diesem Bereich aufweist oder nicht (vgl. Tabelle 11). Die meisten Studieninteressenten gaben Interesse im Bereich der Kommunikationstechnologie an (282 Befragte, 100 %). An zweiter Stelle der allgemeinen Studieninteressen folgen „Measurement and Control“ (122/43 %) und „Power Electronics (103/37 %). 69 Interessenten, die nicht „Electrical Communications“ als Gegenstand ihres Interesses angaben, wurden an dieser Stelle der Bewerbervorauswahl herausgefiltert und vom Bewerbungsverfahren ausgeschlossen (siehe Tabelle 1).

Tabelle 11: Allgemeines Studieninteresse der ECE-Interessenten, die den Online-Test 2002/03 erfolgreich abgeschlossen haben (Mehrfachnennung möglich)

<b>Allgemeines Studieninteresse</b>	<b>Nennungen absolut</b>	<b>in % aller Nennungen</b>
Electrical Communications	282	100,0%
Measurement and Control	122	43,3%
Power Electronics	103	36,5%
Other Field of Interest	67	23,8%
<b>Total</b>	<b>282</b>	<b>100,0%</b>

Question 1.4: Identify your main interest in the following fields (please answer all).

67 der Befragte haben in Frage 1.4 ein weiteres Interessengebiet angegeben. Die entsprechenden Informationen sind vielfältig und umfassen u.a. die Bereiche Microelectronics, Power Systems, Digital Signal Processing, Microwave Engineering und Information Technology.

Die Frage 5.1 sollte eigentlich unter den verschiedenen Fachgebieten des Studienschwerpunkts Nachrichtentechnik (Informationstechnik) das Hauptinteresse der Testteilnehmer ermitteln, was nicht in diesem Sinne geschehen ist, weil (offenbar versehentlich) Mehrfachnennung möglich war. Es war möglich, nur ein Fachgebiet des Fachbereichs anzugeben, aber auch, alle fünf

Fachgebiete auszuwählen. Deshalb kann in der folgenden Tabelle 12 nur eine Rangfolge der am häufigsten genannten Antwortvorgaben dargestellt werden. Bei den meisten Testteilnehmern ruft wiederum der Bereich „Communication Systems“ besonderes Interesse hervor; diese Antwortvorgabe wurde 215-mal gewählt (vgl. Tabelle 12). Dies entspricht 38,7 % aller 555 Antworten auf diese Frage, gefolgt vom Bereich Digitaltechnik mit 27,4 % und Mikrowellentechnik mit 14,6 %. Die hohe Gesamtzahl der Antworten zeigt, dass die Bewerber ausgiebig von der Möglichkeit Gebrauch gemacht haben, mehrere Antworten anzukreuzen. 14 Bewerber haben alle Vorgaben gewählt, weitere 20 Bewerber gaben vier Fachgebiete an, 50 Bewerber drei Fachgebiete. Dies bedeutet, dass fast ein Drittel der 282 erfolgreichen Interessenten mindestens drei Interessengebiete angegeben hat.

Tabelle 12: (Haupt)Studieninteresse der ECE-Interessenten, die den Online-Test 2002/03 erfolgreich abgeschlossen haben (Mehrfachnennung möglich)

<b>(Haupt-)Studieninteresse</b>	<b>Anzahl</b>	<b>in % aller Antworten</b>	<b>in % aller Fälle</b>
Communication Systems	215	38,7 %	76,2 %
Digital Technology	152	27,4 %	53,9 %
Microwave Technology	81	14,6 %	28,7 %
Technical Electronics	60	10,8 %	21,3 %
Theoretical Electrical Engineering	47	8,5 %	16,7 %
<b><i>Antworten gesamt</i></b>	<b><i>555</i></b>	<b><i>100,0 %</i></b>	<b><i>196,8 %</i></b>

Question 5.1: Please tick the Department that best represents your study and research interest

### **Informationsquellen der Studieninteressenten über den ECE-Studiengang**

Alle 282 Interessenten gaben bei Frage 1.5 an, über den ECE-Studiengang informiert zu sein (eine andere Antwort führte bei 160 Interessenten zum Abbruch, s. Tabelle 1). Die am häufigsten genannte Informationsquelle ist mit 209 Nennungen die DAAD-Webseite, was einen Anteil von 42,1 % an den 497 gültigen Antworten ausmacht, gefolgt von der HFT-Webseite mit 150 Nennungen (30,2 %, vgl. Tabelle 13). Somit dürften diese beiden Angebote die wichtigsten Informationsquellen der ECE-Interessenten sein, was diese in der Frage nach der wichtigsten Informationsquelle auch bestätigen. Ausstellungen des DAAD werden zwar häufiger als Informationsquelle genannt als eingeschriebene ECE-Studenten, letztere werden aber als wichtigere Informationsquelle erachtet.

Tabelle 13: Informationsquellen über den ECE-Studiengang, die die im Online-Test 2002/03 erfolgreichen ECE-Interessenten genutzt haben (Mehrfachnennung möglich)

<b>Informationsquelle</b>	<b>Anzahl</b>	<b>in % aller Antworten</b>	<b>in % aller Fälle</b>
DAAD website	209	42,1	74,4
HFT website	150	30,2	53,4
DAAD exhibition	48	9,7	17,1
Enrolled ECE students	43	8,7	15,3
ECE graduates	29	5,8	10,3
Others	18	3,6	6,4
<b>Antworten gesamt</b> (Valid N =	<b>497</b> 281)	<b>100,0</b>	<b>176,9</b>

Question 1.5.1: Are you informed about the aims and contents of the ECE programme? If yes, please identify your information source(s) (tick all that apply).

Als wichtigste Informationsquelle diente 135 der Studieninteressenten das Internetangebot des DAAD (das entspricht 48 %, vgl. die folgende Tabelle 14); 103 nannten die HFT-Webseite als wichtigste Informationsquelle über das ECE-Studienangebot (37 %). Die restlichen 44 Fälle erhielten ihre Informationen hauptsächlich durch bereits eingeschriebene ECE-Studierende (5%), auf DAAD-Ausstellungen (4,3 %), durch ECE-Absolventen (3,9 %) oder weitere Quellen (2,1 %).

Die Internetseiten des DAAD (<http://www.daad.de>) bieten die Möglichkeit einer Datenbankrecherche nach internationalen Studiengängen. Hier können alle relevanten Informationen über das ECE-Studiengang in Kassel abgerufen werden, eingeschlossen die notwendigen Informationen zur Kontaktaufnahme und ein Link zur Internetseite des Studiengangs, von der aus auch der Bewerbungstest absolviert werden kann.



Tabelle 14: Wichtigste Informationsquellen über den ECE-Studiengang, die von den, im Online-Test 2002/03, erfolgreichen ECE-Interessenten genutzt wurden

<b>Informationsquelle</b>	<b>Anzahl</b>	<b>in %</b>
DAAD Website	135	47,9 %
HFT Website	103	36,5 %
Enrolled ECE students	15	5,3 %
DAAD exhibition	12	4,3 %
ECE graduates	11	3,9 %
Others	6	2,1 %
<b>Gesamt</b>	<b>282</b>	<b>100,0 %</b>

Question 1.5.2: What was the most important information source?

Das Informationsangebot wird von den Befragten insgesamt als ausreichend empfunden. Lediglich zwei der Interessenten geben an, mehr Informationen zu benötigen. Diese beiden Fälle nannten die HFT-Webseite als ihre Hauptinformationsquelle. 771 Interessenten, die angeben, mehr Informationen zu benötigen, wurden an dieser Stelle herausgefiltert (siehe Tabelle 1). Warum es bei den zwei Interessenten, die mehr Informationen benötigten, nicht zu einem Abbruch des Online-Tests gekommen ist, ist unklar.

### **Bewertung der ECE-Online-Bewerbervorauswahl**

Für das Studienjahr 2003 gingen schließlich 73 Bewerbungen ein, von denen 41 eine Zulassung erhielten. Von den 282 Kandidaten, die den Test erfolgreich durchlaufen haben, hat sich also etwa ein Viertel wirklich beworben, und über die Hälfte der Bewerbergruppe erhielt letztendlich eine Zulassung zum ECE-Studiengang. Die zugelassenen Bewerber stammen überwiegend aus dem südostasiatischen Raum (vgl. Tabelle 15); insgesamt zeigt sich bei der Länderherkunft eine ähnliche Verteilung wie bei den 282 Bewerbern, die den Online-Test erfolgreich durchlaufen haben. 14 der zugelassenen Bewerber haben sich schließlich im SS 2003 für den ECE-Studiengang eingeschrieben.

Tabelle 15: Herkunftsländer der 2003 für den ECE-Studiengang zugelassenen Bewerber

<b>Herkunftsland</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
Bangladesh	7	17 %
Indien	7	17 %
Pakistan	6	15 %
Indonesien	4	10 %

<b>Herkunftsland</b>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
China	3	7 %
Ägypten	2	5 %
Äthiopien	2	5 %
Palästina	2	5 %
Algerine	1	2 %
Brasilien	1	2 %
Jordanien	1	2 %
Kolumbien	1	2 %
Mexiko	1	2 %
Russland	1	2 %
Türkei	1	2 %
USA (Ägypten)	1	2 %
<b>Gesamt</b>	<b>41</b>	<b>100 %</b>

Wie auch die Ergebnisse einer Befragung eingeschriebener Studierender und Absolventen des ECE-Studiengangs nahe legen, erfüllen die ausgewählten Studierenden die notwendigen Voraussetzungen für ein erfolgreiches Studium, was darauf schließen lässt, dass das Auswahlverfahren gut funktioniert. Es ist geeignet, aus einer sehr hohen Zahl an potentiellen Bewerbern eine qualifizierte Vorauswahl zu treffen, die sonst nur durch ein Vielfaches an Aufwand zu leisten wäre. Das Online-Test-Verfahren ist für diesen Zweck unbedingt zu empfehlen.

Ein weiterer Nutzen der Bewerbervorauswahl ist der Zugang zu Daten über geeignete Studieninteressenten. Informationen über Merkmale geeigneter Bewerber, über die Quellen, aus denen sie Informationen beziehen, über Schwerpunktregionen, aus denen die Bewerber stammen etc. lassen sich mithilfe der Online-Bewerbervorauswahl relativ einfach gewinnen und können bei der Entwicklung von Marketingstrategien hilfreich sein.

### **Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Online-Tools zur Bewerber-Vorauswahl**

Der Online-Test sollte vor allem bezüglich der Auswertungsroutine verbessert werden. Da die Daten in Form von Textstring-Variablen erhoben werden, ist ein vergleichsweise großer Aufwand an Kodierungen und Umkodierungen notwendig, um eine Darstellung der verfügbaren Daten in Form von Häufigkeitstabellen zu ermöglichen. Die für einige Fragen mit Mehrfach-Antwortmöglichkeiten erfassten Daten sind nicht ohne weiteres auswertbar, weil alle

Antwortmöglichkeiten in Form eines einzelnen Textblocks zusammengefasst und einem einzigen Feld zugeordnet wurden (z.B. Frage 1.5.1 „Informationsquellen“). Eine Umstellung des bestehenden Verfahrens ohne bereits kodierte Daten nicht zu verlieren, ist technisch sicherlich möglich.

Zusätzlich erscheint es sinnvoll, zukünftig auch die Daten aus abgebrochenen Tests zu speichern. So könnte zum Beispiel festgestellt werden, ob für bestimmte Länder ein Abbruch besonders häufig dadurch zustande kommt, dass die Interessenten angeben, nicht über ausreichende finanzielle Mittel zu verfügen. Die Erhebung derartiger Informationen würde Hinweise dahingehend erbringen, welche besonderen Probleme eine erfolgreiche Bewerbung möglicherweise akademisch qualifizierter Bewerber verhindern, und welche Maßnahmen dem entgegenwirken könnten.

Schließlich sollte darauf geachtet werden, dass innerhalb des ständig wachsenden Datensatzes eine Unterscheidung der Daten aus unterschiedlichen Bewerberjahrgängen möglich ist.



#### **4. Controlling im Produkt-Marketing: Klientenorientierte Qualitätssicherung**

*Eine wesentliche Funktion des Strategischen Marketings, wie es hier verstanden wird, besteht in der Überwindung von Selbstreferenzen, für die auch Hochschulen anfällig sind, und in der produktiven Aufnahme von Optimierungsmöglichkeiten der eigenen Produkte, die sich vor allem aus dem Feedback der Klienten aber auch aus anderen Quellen der Außenorientierung und der Rückkoppelung ergeben. Die klientenorientierte Qualitätssicherung der eigenen Angebote als systematisches Element ihrer Weiterentwicklung wird so zu einer wichtigen Controlling-Aufgabe im Produkt-Marketing und zu einer unabdingbaren Voraussetzung langfristiger, nachhaltig angelegter Markterfolge.*

*Am Beispiel des ECE-Studiengangs wird gezeigt, dass sich eine kontinuierliche Klientenorientierung in der Qualitätssicherung eines Studienangebots generell vor allem durch systematische Befragungen erreichen lässt, sofern eine kompetente Auswertung der so erhobenen empirischen Befunde sichergestellt werden kann und die ermittelten Befunde tatsächlich zu Konsequenzen für die Optimierung des Studiengangs genutzt werden. Ute Lanzendorf und André Schelewski stellen im ersten Abschnitt dieses Kapitels die Ergiebigkeit der im Projektverlauf erfolgten Befragung von Teilnehmern und Absolventen des ECE-Studiengangs vor, schälen ihre Hinweise auf Schwächen des Programms heraus, ermitteln aber auch die wahrgenommenen Stärken der verschiedenen Aspekte dieses Studienangebots: von der Information und Entscheidungsfindung der Teilnehmer sowie ihren Erwartungen, über ihr Studium und ihr Leben an der UNIK bis hin zum Übergang in den Beruf. Die Befragung im Projekt erfolgte mit einem Online-Pilot-Fragebogen für Studierende und Absolventen gemeinsam. Es empfiehlt sich jedoch für die Befragung der Studierenden wie der Alumni je eigene, deutlich kleinere Fragebögen einzusetzen. Entwürfe dafür werden ebenfalls vorgestellt. Um zu einem kontinuierlichen Marketing-Controlling zu kommen ist eine regelmäßige Datenerhebung erforderlich. Für den ECE-Studiengang wird die kontinuierliche Befragung durch die Teilnehmer in mindestens drei Schritten empfohlen: erstens die jährliche Datenauswertung des ECE-Online-Tests der Studienbewerber, zweitens die Befragung aller ECE-Studierenden kurz vor Studienabschluss und drittens die Befragung der ECE-Absolventen zwei Jahre nach Studienabschluss. Optimal wäre auch eine Befragung unmittelbar zu Studienbeginn.*

*Auf der Basis einer so gesicherten Klientenorientierung ist es möglich, an der Weiterentwicklung des Produkts selbst zu arbeiten, um es so weit wie möglich*

*zu optimieren oder gelegentlich auch innovativ umzuorientieren oder je nach Lage auch einzustellen. Am Beispiel des ECE-Studiengangs wurden im Projektverlauf auf drei Ebenen an der Weiterentwicklung des Programms gearbeitet:*

*Erstens: Auf der inhaltlich-curricularen Ebene wurde das Studienangebot selbst in einem Akkreditierungsverfahren einer intensiven externen Evaluierung unterzogen, die zu einer gründlichen Überarbeitung und einigen Modifikationen führte und schließlich mit der erfolgreichen Akkreditierung abgeschlossen wurde. Diese Weiterentwicklung am Produkt stellen Günter Kompa und Marion Schomburg im zweiten Abschnitt dieses Kapitels vor.*

*Zweitens: Die Studienvorbereitung und die Studienbegleitung sowie die Sprachvermittlung für das Programm wurden grundlegend neu konzipiert. Dabei wurden auch die spezifischen Erfahrungen und Probleme der Teilnehmer aufgenommen, die für ein rein englischsprachiges Studienprogramm in einem deutschsprachigen Umfeld an die UNIK gekommen waren. Es stellte sich sehr bald die Notwendigkeit heraus, darauf mit einem Lern- und Betreuungsangebot zu reagieren, das im Projektverlauf vom Sprachenzentrum der UNIK unter dem Titel „KUSS 2003: Kultur-Sprache-Soziales“ für internationale Studierende entwickelt wurde und ein Betreuungsprogramm von der Abholung am Flughafen über die Wohnungsvermittlung bis zu Hilfen in der Alltagsbewältigung verbindet mit studienvorbereitenden und studienbegleitenden Stufen von Deutschkursen und einem Kulturprogramm, das Beziehungen zu Geschichte, Gesellschaft und Kunst in Deutschland aufbaut. Susanna Slivensky dokumentiert dieses Programm im dritten Abschnitt.*

*Drittens: Auf der organisatorischen Ebene wurden die hochschulinternen Abläufe, Arbeitsteilungen, Verantwortlichkeiten und das Zusammenspiel aller Beteiligten im ECE-Studiengang unter dem Aspekt der Klientenorientierung geklärt und aufeinander abgestimmt. Da Klienten solcher Studienangebote auf klare Abläufe angewiesen sind, hochschulintern aber selbst bei einem so kleinen Programm wie dem ECE-Studiengang 14 Kooperationspartner am reibungslosen Ablauf und an der Weiterentwicklung des Programms beteiligt sind, lohnt es sich, dafür als Controlling-Instrument eine Prozesskette zu entwickeln, die die Ablauforganisation optimiert. Bernt Armbruster und Lothar Flöther stellen sie im letzten Abschnitt dieses Kapitels vor.*

## **4.1. Klientenorientierung durch Befragungen**

*Ute Lanzendorf, André Schelewski*

### **4.1.1. Befragung von ECE-Studierenden und ECE-Absolventen, Auswertung und Empfehlungen**

#### **Zielsetzung der Befragung**

Zur Sammlung von Informationen über Erfahrungen der bisherigen Teilnehmer am ECE-Studiengang wurden im Sommer 2003 alle gegenwärtigen und ehemaligen ECE-Studierenden befragt. Für diese Befragung wurde ein Pilot-Fragebogen eingesetzt, der anschließend als Grundlage für die Entwicklung von zwei Fragebogen zur regelmäßigen getrennten Befragung der ECE-Studierenden und -Absolventen diente.

Im Weiteren werden die durch die Pilot-Befragung gewonnenen Informationen zusammengefasst, Empfehlungen für die Durchführung einer kontinuierlichen Studiengangsevaluation formuliert und Entwürfe für 2 Fragebogen zur regelmäßigen Befragung von ECE-Studierenden und -Absolventen vorgestellt.

#### **Die ECE-Studierenden**

Die Zahl der Studienanfänger ist von sieben im ersten Jahr des Studienangebots auf 87 im Jahr 2002 angestiegen. Dies war das Resultat von sprunghaft angestiegenen Bewerberzahlen, die zum erstenmal eine Beschränkung der Zulassungen erforderte. Da noch keine Erfahrung mit dem Annahmeverhalten von Zulassungen vorlag, wurde die Zahl der Zulassungen hoch angesetzt. Überraschend schrieben sich dann 87 Studierende für ein Angebot von Studienplätzen ein. Im vergangenen Jahr 2003 - nach Einführung des ECE-Applicant-Online-Test - ist die Zahl der Studienanfänger dann, gegenüber 2002 mit nur 14 Personen, wieder drastisch zurückgegangen (vgl. Tabelle 1).

Insgesamt haben sich zwischen dem SS 1998 und dem SS 2003 rund 170 Studierende in den ECE-Studiengang eingeschrieben. 6 Studienanfänger kamen bislang aus Deutschland, und rund 5 % unter ihnen waren Frauen. Die Angaben des zentralen Studienservices (Tabelle 2) und dem ECE-Akkreditierungsantrag/ der ECE-Studiengangsverwaltung (Tabelle 1) zur Zahl der bisherigen ECE-Studierenden divergieren um ungefähr 10 Personen.

Tabelle 1: Studienanfänger im ECE-Studiengang nach Studienjahren und Geschlecht

	1998/99	1999/00	2000/01	2001	2002	2003
Gesamt	13	6	14	33	87	14
darunter Frauen	1	0	0	1	4	2

Quelle: Bis 2002: Universität Kassel, FB Elektrotechnik/Informatik 2002: Akkreditierungsantrag für den Master-Studiengang Electrical Communication Engineering (ECE). Für 1998/99 wurden die Angaben des Akkreditierungsantrags um 6 Studienanfänger des WS 1998/99 ergänzt. Für 2003: Daten der ECE-Studiengangsverwaltung.

Die Mehrzahl der bisherigen ECE-Studierenden kam aus Indien (70 Studierende bzw. rund 40 % aller Studienanfänger, vgl. Tabelle 2). Daneben sind unter den Herkunftsländern der Studierenden China, Bangladesh, Pakistan, Indonesien und Thailand (in absteigender Reihenfolge) vergleichsweise stark vertreten.

Tabelle 2: Herkunftsländer der ECE-Studienanfänger nach Studienjahren

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Gesamt
<b>Afrika</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>20</b>
Ägypten	-	-	-	1	2	3	6
Äthiopien	-	-	-	1	1	-	2
Kamerun	-	1	-	1	1	-	3
Kenia	1	-	-	-	-	-	1
Libyen	-	1	-	2	2	-	5
Senegal	-	-	-	-	1	-	1
Somalia	-	-	-	1	-	-	1
Armenien	1	-	-	-	-	-	1
<b>Asien</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>27</b>	<b>67</b>	<b>9</b>	<b>139</b>
Bangladesch	1	1	-	1	9	1	13
China (VR)	3	1	5	8	4	1	22
Indien	3	6	8	8	42	3	70
Indonesien	-	1	1	-	4	3	9
Malaysia	-	-	-	1	-	-	1
Nepal	-	1	-	1	-	-	2
Pakistan	-	1	1	5	4	1	12
Thailand	1	1	1	3	4	-	10



	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Gesamt
<b>Europa</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>14</b>
Deutschland	-	-	-	1	5	-	6
Frankreich	-	-	-	-	1	-	1
Italien	-	-	-	-	1	-	1
Türkei	1	-	1	1	2	1	6
<b>Lateinamerika</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
Honduras	-	-	1	-	-	-	1
<b>Nahost</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>3</b>
Iran	-	1	-	-	-	-	1
Jordanien	-	-	-	1	1	-	2
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>84</b>	<b>14*</b>	<b>178/177</b>

\*Das Herkunftsland eines Studienanfängers konnte nicht ermittelt werden.

Quelle: Bis 2002 Daten des zentralen Studienservice der Universität Kassel.

Für 2003: Daten aus dem ECE- Studienservice.

Den Daten des zentralen Studienservice zufolge gab es 80 ECE-Studienanfänger bis zum SS 2001. Davon haben lediglich 5 ihr Studium abgebrochen. 3 weitere sind in den Studiengang Elektrotechnik gewechselt. Von den verbleibenden 84 Studienanfängern des Jahres 2002 hatten allerdings 38 ihr Studium bis Ende 2003 vorzeitig wieder aufgegeben, ein Umstand, der wohl auf die einmalige Überbelegung in diesem Jahrgang zurückzuführen ist. Bislang haben 36 Studierende den ECE-Studiengang erfolgreich abgeschlossen.

### Der Pilot-Fragebogen und das Erhebungsverfahren

Als Verfahren für die Befragung der (ehemaligen) ECE-Studierenden wurde der Online-Fragebogen gewählt, da der Kontakt zwischen dem Fachbereich und den Studierenden zu einem großen Teil elektronisch erfolgt und die Auswertung online erhobener Daten vergleichsweise wenig aufwändig ist. Der Pilot-Fragebogen umfasste die folgenden vier Themenbereiche:

- persönlicher Hintergrund der (ehemaligen) ECE-Studierenden (Hochschul- und Berufsbiografien, Sprachkenntnisse, berufliche Pläne);
- Erfahrungen der (ehemaligen) Studierenden im Rahmen des Vorbereitungs- und Bewerbungsverfahrens für die Teilnahme am ECE-Studiengang und Angemessenheit von verfügbaren Informationen und Unterstützungsdienstleistungen durch die Universität Kassel;
- Erfahrungen der (ehemaligen) ECE-Studierenden während der Teilnahme am ECE-Studiengang;
- Relevanz des ECE-Studiengangs für den Arbeitsmarkt.

In Bezug auf die Softwareplattform für die Befragung fiel die Wahl auf das Programm QTAFI, ein im Wissenschaftlichen Zentrum für Berufs- und Hochschulforschung der Universität Kassel für Online-Befragungen und Datenauswertungen entwickeltes Tool, das in MS Word erstellte Fragebogen-Vorlagen direkt einlesen kann. Diese müssen lediglich in ein tabellenbasiertes Format („Codebuch-Format“) übertragen werden. Das Programm erlaubt außerdem eine einfache tabellarische Datenausgabe für Mittelwerte und Häufigkeiten. Für weiterführende analytische Auswertungen ist ein Export von Daten als SPSS-Datensatz (.sav) allerdings ebenso möglich wie das automatische Generieren einer SPSS-Syntax-Datei, die bereits Variabeldefinition, Variablen- und Wertelabels sowie die Definition der fehlenden Werte enthält.

Aus einer Papier-Version des vom ECE-Projekt-Team entwickelten Pilot-Fragebogens wurde mittels des QTAFI-Tools ein Online-Fragebogen erstellt. Der Zugang zu diesem Fragebogen wurde durch eine Login-Routine mit PIN-Nummern beschränkt, so dass kein unbefugter Internetnutzer zufällig an der Befragung teilnehmen konnte. Die PIN-Nummern wurden zusammen mit der URL des Online-Fragebogens Ende Juli 2003 via E-Mail an alle rund 150 bisherigen Studierenden und Absolventen des ECE-Studiengangs versandt, von denen Email-Adressen verfügbar waren. Dies geschah im Namen der Fachbereichsbeauftragten für die Betreuung der Studierenden, die kontinuierlich in engem Kontakt mit allen ECE-Studierenden steht. Als Anreiz für die Beteiligung an der Fragebogenerhebung wurde die Verlosung von drei Preisen in Aussicht gestellt. Zwölf der versandten Emails erreichten ihre Empfänger nicht, weil deren E-Mail-Adressen nicht mehr aktuell waren.

Bis Ende August 2003 nahmen zunächst lediglich 28 der angeschriebenen (ehemaligen) Studierenden an der Befragung teil, so dass eine Nachfassaktion notwendig wurde. Im September wurde daher an alle vorhandenen E-Mail-Adressen ein Erinnerungsschreiben mit neuen PIN-Nummern verschickt. Daraufhin erhöhte sich anschließend bis Anfang Oktober 2003 die Zahl der Rückläufe auf insgesamt 46. Damit hatte knapp ein Drittel der angeschriebenen Studierenden reagiert. Acht Befragte machten allerdings, mit Ausnahme weniger Fragen, durchgängig keine gültigen Angaben, und zwei weitere antworteten im Wesentlichen lediglich bis Frage 1.7.

Ein Grund für die vergleichsweise niedrige Rücklaufquote und die geringe Antwortbereitschaft könnte neben dem ungünstigen Erhebungszeitraum (zu Beginn der Befragung waren bereits Semesterferien, und die Erinnerungsaktion fand in einer Prüfungswoche statt) auch darin liegen, dass der Server des Hochschulrechenzentrums der Universität Kassel, auf dem das Befragungstool installiert war, sehr langsam arbeitete. Dies führte zu einem hohen Zeitaufwand für ein vollständiges Ausfüllen des Fragebogens.

Für die Datenauswertung standen somit zu den meisten Fragen 38 Antworten (bzw. 36 Antworten ab Frage 1.7) zur Verfügung. Für den vierten Teil des Fragebogens, der sich an bereits graduierte ehemalige ECE-Studenten richtete, liegen sogar nur sechs Antworten bzw. nach der Filterfrage 4.1 „Do you have a current occupation?“ nur noch vier Antworten vor. Aufgrund dieser absolut geringen Zahl von Antworten und der zudem geringen Rücklaufquote sind die Erhebungsergebnisse unter statistischen Kriterien nicht aussagekräftig. Das heißt, dass nicht ohne weiteres generalisiert, für das ECE-Programm repräsentativen Aussagen aus der Befragung abgeleitet werden können. Die Erhebungsergebnisse sind vielmehr als erste Hinweise auf Handlungsbedarf in Bezug auf eine Weiterentwicklung des Studiengangmarketings zu verstehen. Sie geben Anlass, sich mit den jeweiligen Aspekten eingehender zu befassen und geäußerte Kritik auf ihre Validität hin zu überprüfen. Dazu können Recherchen unter aktuellen Studierenden ebenso dienen wie Gespräch mit Experten und am Studiengang unmittelbar beteiligten Personen. Damit wird auch der Tatsache Rechnung getragen, dass der ECE-Studiengang sich noch in der Entwicklungsphase befindet und eine Reihe von Aussagen aufgrund mittlerweile veränderter Studiengangsstrukturen ihre Bedeutung verloren haben.

Die folgende Datenauswertung folgt im Wesentlichen der thematischen Gliederung des Pilot-Fragebogens.

## **Die Gruppe der Befragungsteilnehmer**

Persönlicher, akademisch-fachlicher und sprachlicher Hintergrund

Im ersten Teil der Befragung wurden zunächst neben Alter, Geschlecht und Herkunftsland auch Daten zur Berufs- und Hochschulbiografie der (ehemaligen) ECE-Studierenden erhoben. Darüber hinaus wurden englische und deutsche Sprachkenntnisse abgefragt.

Übersicht 1: Fragen des Pilot-Fragebogens zum persönlichen, akademisch-fachlichen und sprachlichen Hintergrund (ehemaliger) ECE-Studierender

1.1	Which country do you come from?
1.2	Please indicate your gender:
1.3	Which age group do you belong to?
1.4	Which degree did you have before you enrolled for the ECE programme?
1.4.1	Which other degree did you have?
1.5	In which year did you enrol for the ECE programme?
1.6	Which semester are you currently in?
1.7	In which year did you graduate from the ECE programme?

1.8	Did you have practical work experience (apart from internships) before you enrolled for the ECE programme?
1.9	Please specify the kind of practical work experience you have:
1.10	Which is your proficiency in English?
1.10.1	If you passed the TOEFL, please, specify your result:
1.11	Which is your proficiency in German?
1.11.1	If you passed the TestDaF, please, specify your result:
1.11.2	If you attended German lessons, please, specify the number of hours:

Fast alle Teilnehmer an der Befragung hatten sich in den Studienjahren 2001 oder 2002 in den ECE-Studiengang eingeschrieben (vgl. Tab. 5). Mit rund 45% befand sich die Mehrzahl der Befragungsteilnehmer zum Erhebungszeitpunkt im letzten ECE-Mastersemester – dem Prüfungssemester. Ein Studierender, der sich dem Prüfungssemester zuordnet, gibt an, sich im Jahr 2003 immatrikuliert zu haben. Hier liegt vermutlich eine falsche Angabe vor. Fast ein Drittel der Befragungsteilnehmer befand sich des Weiteren im 2. Mastersemester, und sechs Personen (16 %) hatten das Studium bereits erfolgreich abgeschlossen.

Tabelle 5: Gegenwärtiges Studiensemester der Befragungsteilnehmer nach Jahr der Immatrikulation

Studienabschnitt	Anteil gesamt	Jahr der Immatrikulation					
		1998	1999	2000	2001	2002	2003
Preparatory course ("Test Term")	<b>2,6%</b>	-	-	-	-	2,6	-
1st study semester	<b>7,9%</b>	-	-	-	-	7,9	-
2nd study semester	<b>28,9%</b>	-	-	-	2,6	26,3	-
examination semester	<b>44,7%</b>	-	-	-	31,6	10,5	2,6
I graduated from the ECE programme	<b>15,8%</b>	5,3	5,3	5,3	-	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>100,0%</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>	<b>5,3</b>	<b>34,2</b>	<b>47,4</b>	<b>2,6</b>
(Valid N =	38	2	2	2	13	18	1)

Question 1.3: In which year did you enrol for the ECE programme?

Question 1.6: Which semester are you currently in?

Unter den Herkunftsländern der Befragungsteilnehmer sind, wie bei allen ECE-Studierenden Indien und China mit Abstand am stärksten vertreten. (vgl. Tab 6).

Tabelle 6: Herkunftsländer der Befragungsteilnehmer

<b>Herkunftsland</b>	<b>Anteil</b>
Indien	39,5 %
China	18,4 %
Thailand	7,9 %
Türkei	7,9 %
Äthiopien	5,3 %
Indonesien	5,3 %
Pakistan	5,3 %
Bangladesh	2,6 %
Jordanien	2,6 %
Nepal	2,6 %
Saudi Arabien	2,6 %
<b>Gesamt</b>	<b>100,0 %</b>
(Valid N =	38)

Question 1.1: Which country do you come from?

Frauen sind unter den Befragungsteilnehmern mit 13 Prozent deutlich überrepräsentiert; unter allen ECE-Studierenden haben sie einen Anteil von lediglich rund fünf Prozent.

Die Altersstruktur der Befragungsteilnehmer verdeutlicht, dass es sich um einen Postgraduierten-Studiengang handelt (vgl. Tabelle 7): Mehr als die Hälfte der Teilnehmer an der Befragung sind älter als 25 Jahre, und nur ein Befragter (das entspricht knapp 3 %) ist jünger als 22 Jahre.

Tabelle 7: Alter der Befragungsteilnehmer

<b>Alter</b>	<b>Anteil</b>
Over 25 years	52,6 %
22 to 25 years	44,7 %
Up to 22 years	2,6 %
<b>Gesamt</b>	<b>100,0 %</b>
(Valid N =	38)

Question 1.3: Which age group do you belong to?

Der ganz überwiegende Teil der Befragungsteilnehmer verfügt über einen Bachelor-Abschluss; etwa je die Hälfte der Befragungsteilnehmer hatte vor der Einschreibung in den ECE-Studiengang einen BSc oder einen Bachelor of Engineering erworben.

Tabelle 8: Höchster Studienabschluss der Befragungsteilnehmer vor der Einschreibung für den ECE-Studiengang

<b>Studienabschluss</b>	<b>Anteil</b>
Bachelor of Science	42,1 %
Bachelor of Engineering	42,1 %
Other	13,2 %
Diploma of Electrical Engineering	2,6 %
<b>Gesamt</b>	<b>100,0 %</b>
(Valid N =	38)

Question 1.3: Which degree did you have before you enrolled for the ECE programme?

Ausreichende Sprachkenntnisse in Englisch und Deutsch (vermittelt über den Sprachvorkurs) zählen heute zu den Zugangsvoraussetzungen zum ECE-Studiengang. In Paragraph vier der Studienordnung ist festgelegt, dass als Nachweis der Englischkenntnisse ein TOEFL (Test of English as a Foreign Language) mit mindestens 550 Punkten (paper based) und für die deutsche Sprache der TEST-DaF (Test Deutsch als Fremdsprache) oder ein Sprachzertifikat „Grundstufe III“ vorgelegt werden müssen. Ein computerbasierter TOEFL wird ebenfalls anerkannt, ist zum Zeitpunkt der Datenerhebung gültigen Prüfungs- und Studienordnung aber nicht explizit erwähnt.

Die Auswertung der Fragen zu den englischen Sprachkenntnissen der (ehemaligen) ECE-Studierenden ergab, dass mehr als die Hälfte der Befragungsteilnehmer ihr Bachelor-Studium komplett in englischer Sprache absolviert hat (vgl. Tab. 9). Ein gutes Drittel der Befragungsteilnehmer hat einen TOEFL in der Papierversion bestanden, die übrigen einen Computer-basierten.

Tabelle 9: Englische Sprachkenntnisse der Befragungsteilnehmer

<b>Vorkenntnisse in Englisch</b>	<b>Anteil</b>
My undergraduate programme was given completely in English	54,5 %
I passed the TOEFL	36,4 %
I passed the computer based TOEFL	9,1 %
<b>Gesamt</b>	<b>100,0 %</b>
(Valid N =	33)

Question 1.10: Which is your proficiency in English?

Nur zwei Studierende (6 %) haben ihre Deutschkenntnisse durch einen TestDaF nachgewiesen; alle übrigen geben an, am Deutschunterricht teilgenommen zu haben (vgl. Tabelle 10). Es geht aus der Erhebung nicht hervor, inwieweit dies im Rahmen des Vorbereitungssemesters für den ECE-

Studiengang geschehen ist, in dem unter anderem auch Sprachunterricht angeboten wird.

Tabelle 10: Deutsche Sprachkenntnisse der Befragungsteilnehmer

<b>Vorkenntnisse in Deutsch</b>	<b>Anteil</b>
I attended German lessons	94,4 %
I passed the TestDaF	5,6 %
<b><i>Gesamt</i></b>	<b><i>100,0 %</i></b>
<i>(Valid N =</i>	<i>36)</i>

Question 1.11: Which is your proficiency in German?

Mehr als die Hälfte der Befragungsteilnehmer gibt an, über praktische Berufserfahrung zu verfügen (58 %), und 16 von ihnen spezifizieren diese Information. Die entsprechenden Angaben sind unterschiedlich präzise und beziehen sich auf das Unternehmen, in dem gearbeitet wurde, auf die Art der ausgeübten Tätigkeit und auf ihre Dauer (siehe Tabelle 11).

Tabelle 11: Freie Angaben der Befragungsteilnehmer zu ihrer praktischen Berufserfahrung vor Studienbeginn

- Worked as a consultant to Alcatel in the area of telecom software development for 2 years
- TelecomAsia, Thailand. Digitron AG, Aarau, Switzerland. Katherain Werke AG, Rosenheim, Germany
- Six years' teaching life in Beijing Broadcasting Institute
- Sales engineer
- Job Training
- Internship: Mercedes-Benz-Istanbul 1 year working experience as a project engineer: General Systems Design-Ist 11 months working experience at IBM-International as a network engineer
- In CVRDE, a defence organisation in India, I worked as a software engineer for 4 months
- In a computer company  
In an airlines company  
In an aviation electronics company
- I'm an engineer and have worked in Shanghai with an research institute for about ten years
- Graduate assistant in College (1 year),  
Assistant lecturer (5 years),  
And electronic engineer in a company (3 years)
- As programmer in India

- As a trainee engineer in my country
- As a software programmer at SDG software technologies, India
- As a computer hardware and troubleshooter.
- 5 years professional experience in telecommunications
- 3 years

Question 1.8.1: Please specify the kind of practical work experience you have

## **Entscheidungsfindung, Bewerbungs- und Einschreibeverfahren und Studienfinanzierung**

Der Pilot-Fragebogen thematisierte – wie in Übersicht zwei dargestellt – die Motivation der Befragungsteilnehmer für eine Einschreibung in den ECE-Studiengang, ihre Erfahrungen im Bewerbungs- und Einschreibeprozess und auch das Thema der Studienfinanzierung.

Übersicht 2: Fragen des Pilot-Fragebogens zur Entscheidungsfindung, Bewerbungs- und Einschreibeverfahren und Studienfinanzierung

- |             |   |
|-------------|---|
| <b>2.3</b>  | Had you ever thought about studying in Germany before applying for the ECE-programme?   |
| <b>2.4</b>  | Apart from applying for the ECE programme, did you seriously apply for any other postgraduate programme in Germany or in another country? |
| <b>2.5</b>  | If yes, please specify the country and the institution  |
| <b>2.6</b>  | To what extend did the following reasons influence your decision to enrol for the ECE programme?  |
| <b>2.7</b>  | Do you agree to the following statements concerning the application and registration process for the ECE programme?                       |
| <b>2.9</b>  | Did you apply for a scholarship?  |
| <b>2.10</b> | If yes, please specify where you applied  |

Knapp 44 % der Befragungsteilnehmer geben an, vor der Bewerbung für den ECE-Studiengang grundsätzlichlich vorgehabt zu haben, in Deutschland zu studieren. Gründe für das allgemeine Interesse an einem Studium in Deutschland wurden nicht erhoben.

56 % der Befragungsteilnehmer haben sich außer für den ECE-Studiengang für ein weiteres Postgraduiertenstudium beworben, die meisten von ihnen in Deutschland, gefolgt von den USA und Australien (vgl. Tabelle 12). Diese beiden Länder zählen neben Großbritannien zu den größten Anbietern internationaler Studienprogramme.



Tabelle 12: Länder, in denen sich die Befragungsteilnehmer für ein Postgraduiertenstudium beworben haben (Mehrfachnennung möglich)

<b>Land</b>	<b>Absolut</b>	<b>Anteil</b>
Germany	28	65,1 %
USA	6	14,0 %
Australia	5	11,6 %
England	2	4,7 %
Norway	1	2,3 %
Canada	1	2,3 %
<b>Antworten gesamt</b>	<b>43</b>	<b>100,0 %</b>
(Valid N=	19)	

Question 2.5: If yes, please specify the country and the institution. (Question 2.4: Apart from applying for the ECE programme, did you seriously apply for any other postgraduate programme in Germany or in another country?)

Unter den Hochschulen, an denen sich die ECE-Studieninteressenten ebenfalls beworben haben, waren folgende am beliebtesten (vgl. Tabelle 13):

- in Deutschland die Universitäten Duisburg, Ulm, Bremen und Stuttgart;
- in Australien die Monash University in Melbourne und die Universität von Sydney

Auf amerikanische Hochschulen entfielen jeweils nur Einzelnennungen.

Tabelle 13: Hochschulen, an denen sich die Befragungsteilnehmer außer in Kassel ebenfalls beworben haben (Mehrfachnennung möglich)

<b>Hochschule</b>	<b>Absolut</b>	<b>Anteil</b>
Uni Duisburg	9	21,4 %*
Uni Ulm	4	9,5 %
Monash Uni Melbourne	3	7,1 %
Uni Bremen	2	4,8 %
Uni Stuttgart	2	4,8 %
Uni Sydney	2	4,8 %
Uni Arizona State	1	2,4 %
Uni Birmingham	1	2,4 %
TU Dresden	1	2,4 %
Uni Erlangen	1	2,4 %
Uni Freiburg	1	2,4 %
Uni Greenwich	1	2,4 %

<b>Hochschule</b>	<b>Absolut</b>	<b>Anteil</b>
Uni Hamburg	1	2,4 %
FH Hamburg-Harburg	1	2,4 %
Uni Hannover	1	2,4 %
Uni Hawaii	1	2,4 %
Uni Kaiserslautern	1	2,4 %
Uni Montreal	1	2,4 %
Uni New Jersey	1	2,4 %
Uni North Carolina State	1	2,4 %
Norwegian Institute of Technology Trondheim	1	2,4 %
FH Offenburg	1	2,4 %
Uni Paderborn	1	2,4 %
Uni San Antonio	1	2,4 %
Uni Wright State	1	2,4 %
RWTH Aachen	1	2,4 %
<b>Antworten gesamt</b>	<b>42</b>	<b>100,0 %</b>
(Valid N=	19)	-

Question 2.5: If yes, please specify the country and the institution.

(Question 2.4: Apart from applying for the ECE programme, did you seriously apply for any other postgraduate programme in Germany or in another country?)

*\*Anmerkung: dieser ungewöhnliche Wert hängt offenbar mit der zeitgleichen Markteinführung eines ähnlichen Programms der Uni Duisburg zusammen.*

Die Hälfte der Befragungsteilnehmer gibt an, im Jahr ihrer Einschreibung in den ECE-Studiengang eine Zulassung zu einem weiteren Postgraduiertenstudium gehabt zu haben. Als wichtigste Gründe zugunsten einer Entscheidung, sich für den ECE-Studiengang einzuschreiben, nennen die Befragungsteilnehmer die Möglichkeit der eigenen Weiterentwicklung und dass keine Studiengebühren erhoben werden (jeweils Durchschnittsnote 1,5 auf der Fünferskala, vgl. Tab. 14). Gute Karriereaussichten im Heimatland und auf internationaler Ebene sind weitere wichtige Entscheidungskriterien für eine Immatrikulation in Kassel. Dabei differenzieren nur wenige Befragte zwischen Heimatland oder Ausland, was getrennt erhoben wurde. Dreizehn Befragte gaben jedem der beiden Aspekte die Note eins (sehr großer Einfluss auf die Entscheidung für den ECE-Studiengang), das entspricht etwa 43 % aller gültigen Antworten. Von den 34 Studierenden, die das Kriterium „Erlernen einer Fremdsprache/interkulturelle Erfahrung“ in seiner Bedeutung bewertet haben, maßen ihm 18 Personen mehr als die Hälfte einen sehr großen Einfluss zu. Interessanterweise war sieben von ihnen die Tatsache ebenso wichtig, dass die für das Studium notwendigen Deutschkenntnisse im Rahmen des Vorsemesters erworben werden können und bei der Zulassung zunächst keine Rolle

spielen. Weniger relevante Entscheidungskriterien waren die gute Reputation des Programms, die Transparenz des Aufbaus des Studiums („programme structure“) sowie der Rat von Bekannten.

Tabelle 14: Relevanz unterschiedlicher Charakteristika des ECE-Studiengangs für die Einschreibung der Befragungsteilnehmer (Mittelwerte)

<b>Charakteristika des ECE-Studiengangs</b>	<b>Bewertung der Relevanz</b>	<b>Gültige Antworten</b>
No tuition fees	1,5	(n = 32)
Opportunity for selfdevelopment	1,5	(n = 34)
Desire to improve career prospects in your home country	1,6	(n = 30)
Desire to improve prospects for an international career	1,7	(n = 30)
The possibility to learn a foreign language and to gain intercultural experience	1,9	(n = 34)
German language plays no role to become admitted to the study programme	2,1	(n = 32)
Desire to learn a subject that was not offered at your home institution	2,2	(n = 33)
Desire to have access to specific laboratories and equipment	2,3	(n = 31)
Other	2,6	(n = 10)
The positive reputation of the programme	2,7	(n = 29)
Transparency of the programme structure	2,8	(n = 29)
Personal advice of a person whom you know well	2,8	(n = 29)

Question 2.6: To what extend did the following reasons influence your decision to enrol for the ECE programme? Scale: 1 = "to a very high extent" to 5 = "not at all"

Die Befragungsteilnehmer wurden auch gebeten, drei vorgegebene Aussagen zum Bewerbungs- und Einschreibeprozess zu bewerten (vgl. Tabelle 15). Die insgesamt guten Bewertungen aller drei Aspekte zeigen, dass das Bewerbungsverfahren für den ECE-Studiengang als unproblematisch empfunden wird. Die Bewerbungen wurden in einem angemessenen Zeitrahmen bearbeitet, und der Zeitraum zwischen Studienplatzzusage und Studienbeginn wurde als ausreichend zur Beschaffung eines Visums empfunden. Lediglich die Aussage, dass die Bewerbungsbedingungen eindeutig seien, erfuhr etwas weniger Zustimmung.

Tabelle 15: Aussagen zum Bewerbungs- und Einschreibeverfahren  
(Mehrfachnennung möglich)

Aspekte des Bewerbungs- und Einschreibeverfahrens	Bewertung	Gültige Antworten
After having been admitted, I had sufficient time for obtaining the necessary visa	1,7	(N = 29)
My application was dealt with within an adequate time span	1,9	(N = 34)
The modalities of application were unambiguous	2,2	(N = 34)
Question 2.7: Do you agree to the following statements concerning the application and registration process for the ECE programme? (Scale: 1 = "completely" to 5 = "not at all")		

Eine finanzielle Unterstützung über ein Stipendium haben 20 % der Befragungsteilnehmer erhalten. Die Stipendien wurden von der Universität Kassel, dem Land Hessen, dem DAAD, der Siemens AG, Rhein Stahl Stiftung oder staatlichen Institutionen in Thailand vergeben. Zwei Studierende erhielten nach Auslaufen des ersten auch ein zweites Stipendium.

### Studienschwerpunkte und Karriereplanung

Der erste Teil des Pilot-Fragebogens thematisierte überdies die Studienschwerpunkte der (ehemaligen) ECE-Studierenden und ihre beruflichen Pläne.

Übersicht 3: Fragen des Pilot-Fragebogens zu Studienschwerpunkten und Karriereplanung (ehemaliger) ECE-Studierender

- 1.9** What strand of the ECE programme are you planning to specialize in/did you specialize in?
- 1.12** What kind of career would you like to choose after completing the ECE programme? (Multiple reply possible)
- 1.12.9** Please, specify your other intention:
- 1.13** If you intend to follow up with a PhD study at a German university, where do you want to do that?
- 1.13.1** If you intend to visit another German university, please, specify:
- 1.14** If you intend to leave Germany, where do you want to go?

Mehr als 3/4 der an der Befragung beteiligten ECE-Studierenden und -Absolventen haben während ihres Studiums die Vertiefungsbereiche „Networking“ oder „Microwave technology, microwave communications“ gewählt (keine

Mehrfachnennung möglich). Zwei der bereits Graduierten hatten sich zudem auf das Gebiet „Application of electromagnetic field theory, numerical methods“ spezialisiert.

Tabelle 16: Innerhalb des ECE-Studiengangs gewählte Vertiefungsbereiche

<b>Vertiefungsbereich</b>	<b>Anteil</b>
Networking	44,4 %
Microwave technology, microwave communications	33,3 %
Signal processing	8,3 %
Optical communications	5,6 %
Application of electromagnetic field theory, Numerical methods	5,6 %
Material technology, MEMS, optical devices	2,8 %
<b>Gesamt</b> (Valid N =	<b>100,0 %</b> 36)

Question 1.9: What strand of the ECE programme are you planning to specialize in/did you specialize in?

Ein weiterer Fragekomplex widmete sich der Karriereplanung der ECE-Studierenden nach Abschluss des ECE-Studiengangs. Es wurden sieben mögliche Antworten vorgegeben, die Aussagen zum Sektor (Hochschule oder Industrie) und Ort (Deutschland oder Heimatland) der zukünftig geplanten Tätigkeit kombinierten. In Tabelle 17 wird der Anteil der Befragungsteilnehmer dargestellt, die einem der abgefragten Items zustimmen. Es ist anzunehmen, dass sich die Vorstellungen der Studierenden über ihren zukünftigen Berufsweg im Laufe des Studiums konkretisieren. Aus diesem Grund werden die Antworten nach dem gegenwärtigen Studiensemester der Befragungsteilnehmer differenziert dargestellt.

Tabelle 17: Karriereplanung nach Abschluss des ECE-Studiengangs (Mehrfachnennung möglich)

<b>Karriereplanung</b>	<b>Total</b>
I will stay in Germany for some years to complete my higher education with industrial experience and then return to my home country	61,1 %
I intend to follow up with a PhD study	38,9 %
I am looking for a research position in German industry	27,8 %
I will join the academic staff of my home-university or another university in my home country	22,2 %
I will search for an industrial position in my home country	13,9 %

<b>Karriereplanung</b>	<b>Total</b>
I want to find a job in Germany with a permanent residence permission	13,9 %
I intend to leave Germany	5,6 %
Other intention	0,0 %
<b>Antworten gesamt</b>	<b>66</b>
(Valid N =	36
Question 1.12: What kind of career would you like to choose after completing the ECE programme? (Multiple reply possible)	

Beinahe 2/3 der Befragungsteilnehmer (das entspricht 22 Personen) planen, ihre Hochschulausbildung durch Erfahrungen in der Industrie in Deutschland zu komplettieren und zu diesem Zweck nach Studienabschluss noch einige Jahre in Deutschland zu bleiben. Sechs dieser Personen möchten zudem auch promovieren. Insgesamt streben 14 der 36 Befragungsteilnehmer (39 %) eine Promotion an, die auf diese Frage eine gültige Antwort gegeben haben. Zehn Studierende (28 %) geben an, eine Forschungsstelle in der deutschen Industrie zu suchen, die Hälfte von ihnen mit der gleichzeitigen Absicht zu promovieren. Nur knapp sechs Prozent der Befragungsteilnehmer geben an, Deutschland nach der Graduierung verlassen zu wollen. Es kann davon ausgegangen werden, dass es sich bei allen Angaben um relativ konkrete Planungen handelt, da sich der überwiegende Teil der Studierenden, die diesen Fragenkomplex beantwortet haben, im 2. Semester oder im Examssemester befand. Mehr als 3/4 der Promotionswilligen möchten in Kassel promovieren, die übrigen an einer anderen deutschen Universität (vgl. Tabelle 18).

Tabelle 18: Universität, an der ein Promotionsstudium geplant ist

<b>Promotionsstudium geplant</b>	<b>Anteil</b>
at Kassel University	78,6 %
at another German university	21,4 %
<b>Gesamt</b>	<b>100,0 %</b>
(Valid N =	14)

Question 1.13 If you intend to follow up with a PhD study at a German university, where do you want to do that?

## Das Informations- und Beratungsangebot für ECE-Studieninteressenten

Der zweite Teil des Online-Fragebogens befasste sich mit den Informationsquellen und Beratungsangeboten zum Studium und zum Leben in Kassel, die Interessenten an einer Teilnahme am ECE-Studiengang zugänglich sind:

Übersicht 4: Fragen des Pilot-Fragebogens zu Informationsquellen und Beratungsangeboten für ECE-Studieninteressenten

<b>2.1</b>	How did you learn about the existence of the ECE programme?
<b>2.2</b>	From which of the following sources did you draw detailed information on the ECE programme and how do you assess the information provided by the different sources?
<b>2.8</b>	To what extent are you satisfied with the information available before you came to Kassel?
<b>3.1</b>	To what extent were you provided with assistance/ guidance / advice by the University of Kassel?

### Informationen über den ECE-Studiengang

Die Frage nach der wichtigsten Informationsquelle über die Existenz des ECE-Studiengangs wurde von allen 46 Befragungsteilnehmern beantwortet. Fast 35 % der Befragungsteilnehmer nennen die Homepage des DAAD als wichtigste Informationsquelle, gefolgt von „Other Education Fair“ mit 22 % und der Broschüre des DAAD mit 13 % (keine Mehrfachnennung möglich). Das Internetangebot der Universität Kassel bzw. des ECE-Studiengangs dienten lediglich 11 % der Befragungsteilnehmer als Hauptinformationsquelle, und Informationen von bereits eingeschriebenen oder graduierten ECE-Studierenden zusammen weiteren 10 % der Befragungsteilnehmer. Die Antwortvorgabe „Andere Informationsquellen“ wurde von 3 Befragungsteilnehmern gewählt (7 %) und folgendermaßen präzisiert: „from friends“, „direct mail from Prof. Kompa to my university in Thailand“ und „from a friend who also studies in another master program in Cottbus“. Der Aufforderung, die Antwortvorgabe „Other Education Fair“ zu präzisieren, wurde nicht nachgekommen.

Tabelle 19: Wichtigste Informationsquelle über die Existenz des ECE-Studiengangs

Informationsquelle	Anteil
DAAD homepage	34,8 %
Other education fair	21,7 %
DAAD flyer	13,0 %
Uni Kassel/ECE homepage	10,9 %

<b>Informationsquelle</b>	<b>Anteil</b>
Enrolled ECE student	6,5 %
Other	6,5 %
ECE graduate	4,3 %
Professional contact	2,2 %
<b>Gesamt</b>	<b>100,0 %</b>
(Valid N =	46)

Question 2.1: How did you learn about the existence of the ECE programme (please choose only the most important option)?

Die Antwortvorgaben „ECE brochure“, „DAAD education fair“, „Parents“, „Scholarship programme“ und „Hobsons International Education Case Book“ wurden von keinem der Befragungsteilnehmer ausgewählt.

Anschließend sollten diejenigen Informationsquellen auf einer fünfstufigen Skala (1 = „sehr nützlich“ bis 5 = „völlig unnützlich“) bewertet werden, aus denen die ECE-Studierenden/-Absolventen detaillierte Informationen über den ECE-Studiengang bezogen hatten. Die Mittelwerte der Bewertungen ergeben sich teilweise aus nur sehr geringen Fallzahlen (vgl. Tabelle 20).

Tabelle 20: Nützlichkeit von Informationsquellen, die genutzt wurden, um Details über den ECE-Studiengang in Erfahrung zu bringen (Mittelwerte)

<b>Informationsquelle</b>	<b>Bewertung</b>	<b>Gültige Antworten</b>
DAAD homepage	1,9	(n = 29)
DAAD flyer	2,2	(n = 24)
University of Kassel homepage/ ECE Homepage	2,3	(n = 30)
ECE brochure	2,9	(n = 24)
DAAD education fair	3,3	(n = 16)
Scholarship programme	4,4	(n = 16)
Other	4,5	(n = 16)
Other education fair	4,6	(n = 13)

Question 2.2: From which of the following sources did you draw detailed Information on the ECE programme and how do you assess the information provided by the different sources (Scale: 1 = "very useful" to 5 = "not useful at all")

Die insgesamt beste durchschnittliche Bewertung durch die Befragungsteilnehmer erhielt die DAAD Homepage, die damit nicht nur als wichtigste, sondern mit einem durchschnittlichen Skalenwert von 1,9 auf der Fünferskala (bei 29 gültigen Antworten) auch als nützlichste Informationsquelle angesehen wird. Der DAAD-Flyer wurde zwar nur von sechs Befragungsteilnehmer

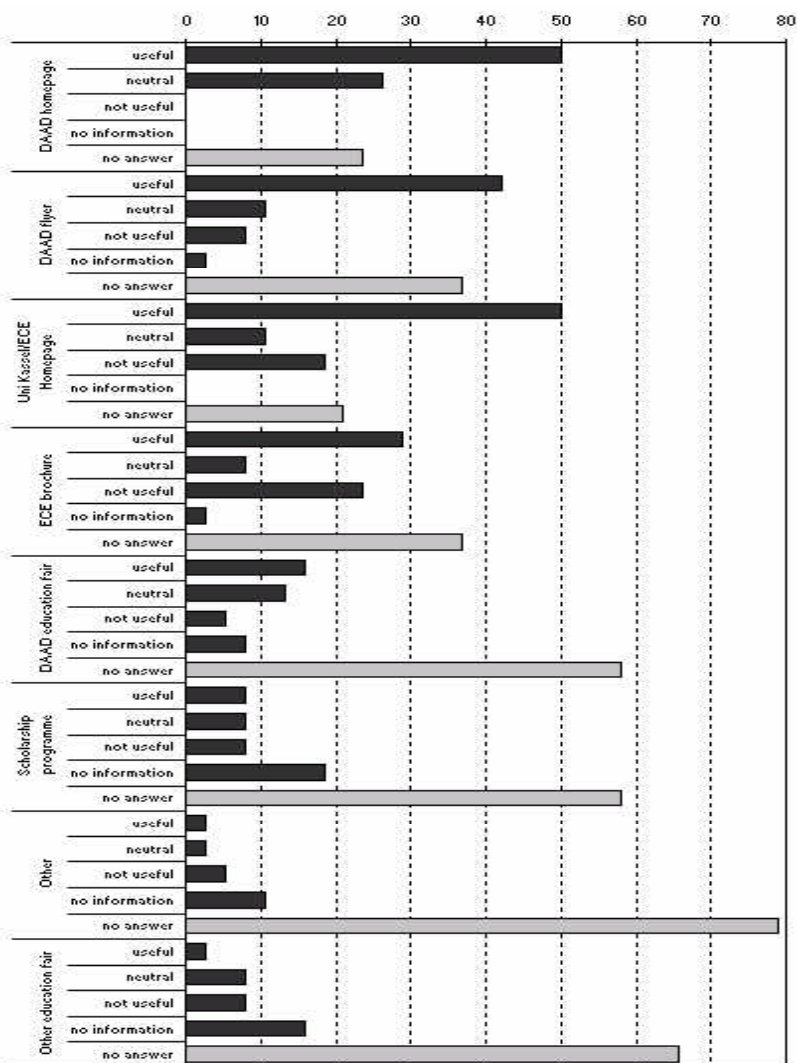


als wichtigste Quelle angegeben, erhielt aber bei 24 gültigen Bewertungen eine Durchschnittsnote von 2,2 und belegt damit den zweiten Rang, gefolgt von der Homepage der Universität Kassel bzw. des ECE-Studienprogramms (Skalenwert 2,3/30 gültige Antworten). Die ECE-Broschüre erreicht im Durchschnitt von 24 Bewertungen den Skalenwert 2,9 und liegt damit auf dem vierten Platz der nützlichen Informationsquellen. Die Angabe „other education fair“ erhielt bei dreizehn Bewertungen eine Durchschnittsnote von 4,6. Dieses Urteil kam allerdings nur durch Bewertungen von Personen zustande, die diese Informationsquelle nicht als ihre wichtigste angegeben hatten: Keiner der zehn Befragungsteilnehmer, die in Frage 2.1 „other education fair“ als ihre wichtigste Informationsquelle angegeben haben, hat anschließend eine Bewertung vorgenommen.

Über die Mittelwerte der Bewertungen hinaus gibt die Verteilung der Einzelbewertungen wichtige Hinweise über die Relevanz der unterschiedlichen Informationsquellen. Da eine Darstellung der prozentualen Verteilung aller sechs möglichen Antwortvorgaben zu unübersichtlich wäre, wurden die Skalenpunkte eins und zwei sowie vier und fünf zusammengefasst. Die daraufhin verbleibenden drei Skalenwerte wurden mit „nützlich“ (Skalenwerte eins und zwei), „neutral“ (Skalenwert drei) und „nicht nützlich“ (Skalenwerte vier und fünf) bezeichnet. In der folgenden Abbildung wird außerdem für jede Informationsquelle der Anteil der Befragungsteilnehmer ausgewiesen, die diese Informationsquelle nicht genutzt haben („no information“) und sie deshalb nicht bewerten konnten sowie auch derjenigen Befragungsteilnehmer, die keine Bewertung abgegeben haben („no answer“).

Auf die websites des DAAD und der Universität Kassel entfallen die meisten gültigen Bewertungen. Andere Quellen, wie z.B. „DAAD education fair“, wurden nur von einem Drittel der Befragungsteilnehmer bewertet. Aus Abbildung eins wird deutlich, dass die DAAD-Homepage und die Uni Kassel/ECE-Homepage jeweils in der Hälfte der für sie abgegebenen Beurteilungen als „useful“ eingestuft wurden, dicht gefolgt vom DAAD-flyer, der in über 40 % der vorgenommenen Bewertungen eine Beurteilung als „useful“ erhielt. Die ECE-Broschüre wurde des Weiteren noch in knapp einem Drittel der für sie abgegebenen Bewertungen als „useful“ eingestuft. Während die DAAD-Homepage aber in keinem Fall als „not useful“ beurteilt wurde, erhielten der DAAD-flyer, die Uni Kassel/ECE-Homepage und die ECE-Broschüre (in aufsteigender Reihenfolge) in zwischen ca. 8 und über 20 % der auf sie jeweils entfallenen Antworten eine Bewertung als „not useful“.

Abbildung 1: Nützlichkeit unterschiedlicher Informationsquellen über den ECE-Studiengang (in Prozent aller Bewertungen einer Informationsquelle)



Question 2.2: From which of the following sources did you draw detailed information on the ECE programme and how do you assess the information provided by the different sources? (Scale: 1 and 2 = useful; 3 = neutral; 4 and 5 = not useful)

## Informationen zu Leben und Studium in Kassel

Die Befragungsteilnehmer wurden aufgefordert, ihrer Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit mit Informationsangeboten zu verschiedenen Aspekten des Lebens und Studiums in Kassel, die ihnen vor ihrer Ankunft zur Verfügung standen, Ausdruck zu verleihen. Sie konnten verschiedene Informationsangebote auf einer fünfstufigen Skala (1 = „sehr zufrieden“ bis 5 = „sehr unzufrieden“) bewerten. Falls eine bestimmte Information nicht benötigt wurde, konnte die Option „I did not need such information“ ausgewählt werden.

Die Spannweite der Bewertungen ist gering (2,0 bis 2,6), so dass zunächst eine allgemeine Zufriedenheit mit dem Informationsangebot konstatiert werden kann. Am günstigsten wurden Informationen über das Leben in Deutschland im Allgemeinen (Skalenwert 2,0) und am unteren Ende der Bewertungsskala liegen Informationen über die Lehr-/Lernmethoden im ECE-Studiengang (Skalenwert 2,6) (vgl. die folgende Tabelle).

Tabelle 21: Zufriedenheit mit Informationsangeboten zu Leben und Studium in Kassel, die vor der Ankunft in Kassel verfügbar waren (Mittelwerte)

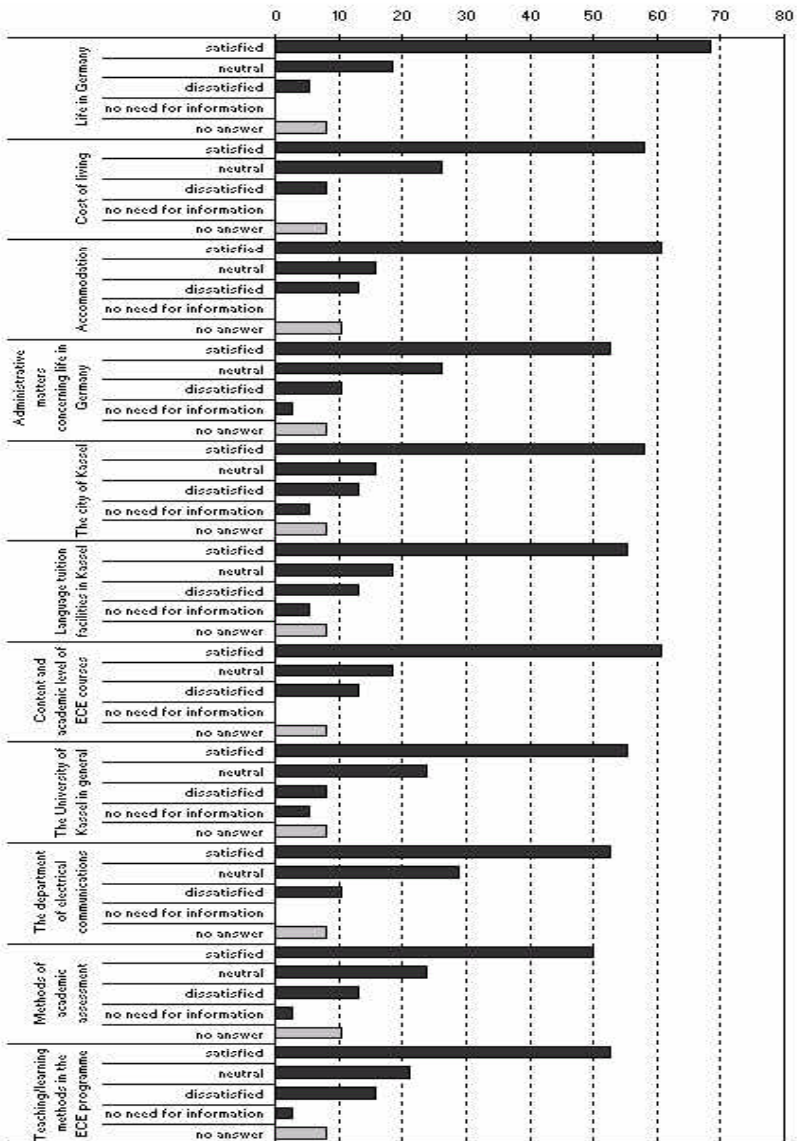
Informationsangebote zu	Bewertung	Gültige Antworten
Life in Germany	2,0	(n = 35)
Cost of living	2,1	(n = 35)
Accommodation	2,1	(n = 34)
Administrative matters concerning life in Germany (such as insurance, registration with civil authorities, etc.)	2,2	(n = 34)
The city of Kassel	2,2	(n = 33)
Language tuition facilities in Kassel	2,2	(n = 33)
Content and academic level of ECE courses	2,3	(n = 35)
The University of Kassel in general	2,4	(n = 33)
The department of electrical communications	2,4	(n = 35)
Methods of academic assessment	2,5	(n = 33)
Teaching/learning methods in the ECE programme	2,6	(n = 34)

Question 2.8: To what extent are you satisfied with the information available before you came to Kassel? (Scale: 1 = "very satisfied" to 5 = "very dissatisfied")

Die Zahl der gültigen Antworten ist für die unterschiedlichen Arten von Informationen relativ konstant, so dass die einzelnen abgefragten Aspekte gut miteinander verglichen werden können. Bei genauer Betrachtung fällt auf, dass allgemeine Themen (Leben in Deutschland, Lebensunterhalt etc.) durchgängig

etwas bessere Bewertungen erhalten als speziellere, auf den Studiengang bezogenen Themen. Weiteren Aufschluss erhält man, wenn man die einzelnen Antwortmöglichkeiten getrennt betrachtet (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Zufriedenheit mit Informationsangeboten zu Leben und Studium in Kassel, die vor der Ankunft in Kassel verfügbar waren (in Prozent aller gültigen Bewertungen zu einem Informationsangebot)



Question 2.8: To what extent are you satisfied with the information available before you came to Kassel? (Scale: 1 + 2 = satisfied; 3 = neutral; 4 + 5 = dissatisfied)

Es zeigt sich, dass die Befragungsteilnehmer in über 50 % der für die einzelnen Aspekte jeweils abgegebenen Bewertungen mit dem Informationsangebot zu allen abgefragten Aspekten des Lebens und Studiums in Kassel zufrieden waren. Die meisten Angaben als „unzufrieden“ entfielen mit ca. 15 % der für diesen Aspekt vorgenommenen Bewertungen auf Informationen zu „teaching/learning methods in the ECE programme“. Sechs Befragte, das entspricht 13 % aller Befragungsteilnehmer, gaben eine solche Bewertung ab, fünf von ihnen vergaben die schlechteste Note „Fünf“. Aber auch mit den verfügbaren Informationen zu „methods of academic assessment“, „content and academic level of ECE courses“, „language tuition facilities in Kassel“, „the city of Kassel“ und „accommodation“ waren die Befragungsteilnehmer in über 10 % der für diese Aspekte vorgenommenen Bewertungen unzufrieden. Betrachtet man die durchschnittliche Bewertung jeder Befragungsperson über alle elf abgefragten Aspekte der Frage 2.8, so lassen sich sieben Befragte identifizieren, die im Schnitt schlechtere Noten als drei (3 = „neutral“) abgegeben haben. Diese sieben Personen gaben bei Frage 2.1 nach der Hauptinformationsquelle über den ECE-Studiengang unterschiedliche Antworten, und sie weisen auch sonst keine Gemeinsamkeiten auf, die auf einen Hinweis darauf geben könnten, warum diese Personen das Informationsangebot als insgesamt nicht zufriedenstellend bewertet haben.

### **Beratung und Unterstützung durch die Universität Kassel**

Die Befragungsteilnehmer wurden um Auskunft darüber gebeten, ob und in welchem Ausmaß sie als Studienanfänger Hilfestellungen durch die Universität erhalten haben (1 = „sehr viel“ bis 5 = „überhaupt nicht“). Anschließend sollte die Qualität der erhaltenen Hilfestellungen dann wiederum auf einer fünfstufigen Skala bewertet werden. Es ist anzumerken, dass der Aspekt „Accommodation“ aufgrund eines technischen Fehlers bei Frage 3.1 keine Daten enthält und dementsprechend nicht ausgewertet werden kann.

Die Universität schneidet in Bezug auf das Sprachtraining bzw. die darauf bezogene Beratung/Unterstützung gut ab. In der Wahrnehmung der ECE-Studierenden wurde ihnen in diesen Bereichen am meisten geholfen (vgl. Tabelle 22). Auch der Bereich „Anderes“ wurde, was das Ausmaß der Unterstützung angeht, überdurchschnittlich gut bewertet. Demgegenüber liegen die Aspekte „Social contacts with Germans“ und „Matters regarding financial support“ unterhalb der neutralen Wertung „Drei“. Die Möglichkeit, nicht aufgelistete Unterstützungsbereiche zu bewerten, wurde lediglich von drei Befragungsteilnehmern genutzt. Zwei von ihnen gaben hier zwar schlechte Bewertungen ab, spezifizierten aber den Gegenstand nicht.

Tabelle 22: Ausmaß an Unterstützung/Beratung durch die Universität Kassel (Mittelwerte)

<b>Art der Unterstützung/Beratung</b>	<b>Ausmaß</b>	<b>Gültige Antworten</b>
Language training	1,7	(n = 34)
Other	2,2	(n = 6)
Other practical matters (e.g. insurance, registration with civil authorities)	2,3	(n = 35)
Life in Germany in general	2,3	(n = 35)
The local community in which the University of Kassel is situated	2,6	(n = 34)
Personal matters	2,7	(n = 34)
Cultural, sports, recreational activities	2,7	(n = 34)
Social contacts with Germans	3,3	(n = 35)
Matters regarding financial support	3,4	(n = 34)

Question 3.1: To what extent were you provided with assistance/guidance/advice by the University of Kassel? (Scale: 1 = "very much" to 5 = "none at all")

Wie Tabelle 23 zeigt, sind die Befragungsteilnehmer überwiegend zufrieden mit der Beratung und Unterstützung, die sie erhalten haben. Besonders die Bereiche Unterkunft und Sprachtraining erhalten gute Noten. Unzufrieden zeigen sie sich mit den Bereichen, in denen sie wenig Unterstützung erhalten haben (siehe oben), insbesondere „Beratung in finanziellen Angelegenheiten“ und „soziale Kontakte zu Deutschen“.

Tabelle 23: Zufriedenheit mit der Unterstützung/Beratung durch die Universität Kassel (Mittelwerte)

<b>Gegenstand der Unterstützung/Beratung</b>	<b>Bewertung</b>	<b>Gültige Antworten</b>
Accommodation	1,9	(n = 34)
Language training	1,9	(n = 33)
Other practical matters (e.g. insurance, registration with civil authorities)	2,1	(n = 32)
Life in Germany in general	2,2	(n = 33)
Cultural, sports, recreational activities	2,4	(n = 31)
The local community in which the University of Kassel is situated	2,6	(n = 31)
Personal matters	2,6	(n = 31)
Matters regarding financial support	3,1	(n = 32)

Gegenstand der Unterstützung/Beratung	Bewertung	Gültige Antworten
Social contacts with Germans	3,3	(n = 32)
Other	3,3	(n = 3)

Question 3.2: To what extent were you satisfied with the assistance/guidance/advice provided? (Scale: 1 = "very satisfied" to 5 = "very dissatisfied")

### **Erfahrungen mit dem ECE-Studiengang und seine Weiterempfehlung**

Der Pilot-Fragebogen enthielt vier Fragen zu den Erfahrungen der ECE-Studierenden während ihrer Studienzeit in Kassel: Erstens sollten ausgewählte Aspekte des Studiums auf einer fünfstufigen Schulnotenskala bewertet werden, zweitens sollte eine Bewertung des ECE-Studiengangs als Ganzes vorgenommen werden, und drittens wurden die Studierenden gefragt, ob sie den ECE-Studiengang schon einmal jemandem weiterempfohlen hatten. Zudem konnten die Befragungsteilnehmer in einer offenen Frage Verbesserungsvorschläge für den ECE-Studiengang machen.

Bei der Bewertung einzelner Aspekte des ECE-Studiengangs wurden ganz unterschiedliche Noten vergeben (vgl. Tabelle 24); die Spannweite der Bewertungen reicht von der Durchschnittsnote 1,9 für den am besten bewerteten Aspekt bis zu einem Durchschnittswert 3,8 als schlechteste Note (abgesehen von der Note 5 für das Item „Other“). Während akademische Aspekte des ECE-Studiengangs tendenziell gute Bewertungen erhalten, werden einzelne soziale und organisatorische Aspekte – insbesondere der Kontakte zu deutschen Studierenden (Durchschnittsnote 3,4) oder die Verfügbarkeit englischsprachiger Literatur (Durchschnittsnote 3,1) – eher zurückhaltend bewertet.

Als Gesamtbewertung für den ECE-Studiengang ergibt sich aus der entsprechenden Frage des Pilot-Fragebogens die Durchschnittsnote 2,3.

16 Befragungsteilnehmer machten zum Teil ausführlich davon Gebrauch, in einer offenen Frage (Frage 3.4) Verbesserungsvorschläge für den ECE-Studiengang zu äußern. Ihre Vorschläge beziehen sich vor allem auf organisatorische Aspekte: Am häufigsten wurden eine verbesserte Ausstattung der Labors, die Anschaffung zusätzlicher Computer und eine verbesserte Unterstützung bei der Suche einer Praktikumsstelle oder die Abschaffung des bis vor kurzem obligatorischen Praktikums angeregt. Ein Studierender schlug vor, eine Möglichkeit zu schaffen, kontinuierlich während des Studiengangs praktische Arbeiten durchzuführen. Gewünscht wurden zudem in einer Reihe von Fällen mehr englischsprachige Lehrmaterialien, eine verbesserte Beratung durch die ECE-Dozenten und geringere Kursgrößen. Darüber hinaus waren einzelnen Studierenden die Studienanforderungen unklar, und es wurde vorgeschlagen, das Anspruchsniveau des Vorbereitungssemesters zu erhöhen.



Außerdem regte ein Befragungsteilnehmer an, Studienmaterialien online zugänglich zu machen.

Tabelle 24: Bewertung ausgewählter Aspekte des ECE-Studiengangs (Mittelwerte)

<b>Aspekte des ECE-Studiengangs</b>	<b>Bewertung</b>	
The academic qualification of the lecturers	1,9	Valid N = 32
The degree of English language proficiency required	2,0	Valid N = 33
The academic level of the courses	2,0	Valid N = 33
Library access	2,0	Valid N = 33
The intensity of the programme (number of classes per week)	2,0	Valid N = 32
The processes for obtaining academic credits	2,1	Valid N = 31
The degree of German language proficiency required	2,1	Valid N = 32
ECE study profile, teaching and research offered by the departments	2,2	Valid N = 33
The English proficiency of the lecturers	2,2	Valid N = 33
Project work for deepening lecture material	2,2	Valid N = 32
Access to computers	2,2	Valid N = 33
Access to laboratories	2,3	Valid N = 31
Teaching/learning methods applied	2,3	Valid N = 33
Visit of the laboratories during the prep semester	2,4	Valid N = 34
Class sizes	2,4	Valid N = 33
Places to concentrate on studies outside the classroom	2,5	Valid N = 32
Readiness on the part of the teaching staff to meet and/or help foreign students	2,5	Valid N = 32
Group sizes in laboratory practice	2,5	Valid N = 31
Academic guidance concerning the ECE programme	2,5	Valid N = 31
The organisation of the courses in general	2,8	Valid N = 33
The existence of a preparatory semester	2,9	Valid N = 34
ECE tutoring and counselling during prep semester ("Friday Meetings")	2,9	Valid N = 33

Aspekte des ECE-Studiengangs	Bewertung	
Availability of scientific literature in English	3,1	Valid N = 33
Interaction with German students	3,4	Valid N = 32
Assistance to find a place for the mandatory internship	3,8	Valid N = 31
Other*	5,0	Valid N = 32

Question 3.3: How do you rate the following aspects of the ECE programme?  
 (Scale: 1 = "very good" to 5 = "very poor") \*Other: "The availability of computers for students (15 computers for all 82 ECE students, extremely bad)  
 Also "one computer for 4 students in Lab" und "keine Angabe".

In Bezug auf die Weiterempfehlung des ECE-Studiengangs wird ein hoher Wert erreicht: 70 % der 38 Befragungsteilnehmer, die diese Frage beantwortet haben, gaben an, den ECE-Studiengang schon einmal weiterempfohlen zu haben. Diese hohe Aktivität in Bezug auf Weiterempfehlungen läßt sich möglicherweise auf die gute Bewertung der akademischen Qualität von Lehre und Lehrenden zurückzuführen, wie sie aus Tabelle 26 hervorgeht. Dass der ECE-Studiengang trotz der nur verhalten guten Gesamtbeurteilung (Durchschnittsnote 2,3) offenbar als sehr empfehlenswert empfunden wird, könnte auf eine unterschiedliche Gewichtung der zuvor zu beurteilenden Einzelaspekte des Studiengangs zurückzuführen sein. Offenbar sind die gut bewerteten, direkt studienbezogenen Aspekte den Befragungsteilnehmern besonders wichtig, was zwar nicht in der Gesamtnote Ausdruck findet, wohl aber ausschlaggebend zu sein scheint für eine Weiterempfehlung.

## Der Übergang von ECE-Absolventen in den Beruf

Der vorletzte Teil des Fragebogens umfasste 21 Fragen zu den ersten beruflichen Erfahrungen der ECE-Absolventen und die Relevanz des ECE-Studiengangs für den Arbeitsmarkt.

Übersicht 5: Fragen des Pilot-Fragebogens zu beruflichen Erfahrungen der ECE-Absolventen und zur Relevanz des ECE-Studiengangs für den Arbeitsmarkt

- |     |  |
|-----|--|
| 4.1 | Do you have a current occupation?  |
| 4.2 | What is your current occupation?   |
| 4.3 | Which branch of industry or services are you working in (e.g. mobile communication)? |
| 4.4 | Which sector are you working in?   |
| 4.5 | When did you start your current occupation?  |
| 4.6 | What is the contractual basis of your occupation?                                    |

<b>4.7</b>	Please, specify the other kind of contract you have:
<b>4.8</b>	Is it a full-time or a part-time job?
<b>4.9</b>	How many staff does the company you are working for have?
<b>4.10</b>	Which hierarchical level in your company/institution do you belong to?
<b>4.10.1</b>	Please, specify the other hierarchical level you have:
<b>4.11</b>	Which main functions do you perform in your job? (Multiple reply possible)
<b>4.11.1</b>	Please, specify the other main function you have:
<b>4.12</b>	What annual salary do you receive before tax (including bonuses and fringe benefits)?
<b>4.13</b>	Was the ECE Master degree decisive for you getting your current job?
<b>4.13.1</b>	Which other Master degree would also allow you to work in your current job?
<b>4.14</b>	To what extent do you use the knowledge /skills gained in the ECE programme in your work?
<b>4.15</b>	Does your daily work have an international dimension? (Multiple reply possible)
<b>4.15.1</b>	Please, specify the other international dimension of your daily work:
<b>4.16</b>	To what extent does your current employment situation correspond to your expectations at the time when you started the ECE Master programme?
<b>4.17</b>	To what extent did you have the skills listed below when you graduated?
<b>4.18</b>	To what extent are they required in your current work?
<b>4.19</b>	Have you undertaken any short courses, seminars etc. to enhance your professional qualification since you graduated from the ECE programme?
<b>4.19.1</b>	Please, specify the subject of the course/seminar:
<b>4.20</b>	By whom was the course/seminar paid?
<b>4.20.1</b>	Please, specify the other donor/grant:
<b>4.21</b>	How often have you read subject-related professional/ scientific journals during the last 12 months?

Die Befragung erfasste sechs ECE-Absolventen. Zusätzlich gaben fünf weitere Befragungsteilnehmer, die sich 2001 eingeschrieben hatten, an, im Jahr 2003 graduiert zu sein. Sie befanden sich zum Zeitpunkt der Erhebung offenbar in der Prüfungsphase und waren sich sicher, diese erfolgreich abzuschließen. Sieben ihrer weiteren Kommilitonen haben sich ebenfalls 2001 immatri-

kuliert und befinden sich im Examenssemester, machen aber keine Angabe über das Jahr ihres Studienabschlusses.

Die Tabelle 25 zeigt, dass die über den Pilot-Fragebogen erfassten (fast) Absolventen jeweils zwei Jahre von der Immatrikulation bis zum Studienabschluss benötigten und ihre Studiendauer damit der Regelstudienzeit entsprach.

Tabelle 25: Jahr des Studienabschlusses von ECE-Absolventen nach Jahr der Immatrikulation (in Prozent)

<b>Jahr des Studienabschlusses</b>	<b>Jahr der Immatrikulation</b>			
	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>
2000	18,2 %			
2001		18,2 %		
2002			18,2 %	
2003				45,5 %
<b>Gesamt</b>	<b>18,2 %</b>	<b>18,2 %</b>	<b>18,2 %</b>	<b>45,5 %</b>
(Valid N =	2	2	2	5)

Question 1.5: In which year did you enrol for the ECE programme?

Question 1.7: In which year did you graduate from the ECE programme?

Die auf die gegenwärtige Berufstätigkeit von ECE-Absolventen bezogenen Fragen 4.1 bis 4.16 wurden insgesamt von 4 ehemaligen ECE-Studierenden beantwortet. Von den insgesamt sechs erfassten ECE-Absolventen hat ein Befragter bereits ab Frage 2.10 keine gültigen Antworten mehr gegeben und ein weiterer ist nicht berufstätig. Auch die zwei Befragten, die sich zum Befragungszeitpunkt noch in der Examensphase befanden, sich in Frage 1.6 aber als Absolventen bezeichnen, konnten die auf eine Berufstätigkeit bezogenen Fragen nicht beantworten.

Drei der vier Absolventen, die derzeit einer beruflichen Tätigkeit nachgehen, haben diese bereits im Jahr ihres Studienabschlusses aufgenommen. Einer hatte seine aktuelle Stelle bereits vor Studienbeginn inne. Seine Teilnahme am ECE-Studiengang wurde von seinem Arbeitgeber finanziert. Eine solche Unterstützung erhielten auch zwei der drei anderen Absolventen. Der verbleibende Absolvent gab nicht an, wie er sein Studium in Kassel finanzierte.

Die Berufsbezeichnung und die Branche, in denen die Absolventen tätig sind, wurden offen abgefragt. Tabelle 26 stellt den Übergang der vier erfassten ECE-Absolventen in den Beruf dar. Zwei von ihnen gehen Tätigkeiten im wissenschaftlichen Bereich nach, und die anderen beiden sind IT-Ingenieure in der Telekommunikationsbranche.

Tabelle 26: Jahr des Studienabschlusses, Beginn und Art der Berufstätigkeit von vier ECE-Absolventen

<b>Jahr des Studienabschlusses</b>	<b>Beginn der aktuellen Berufstätigkeit</b>	<b>Gegenwärtige Beschäftigung</b>	<b>Branche der gegenwärtigen Berufstätigkeit</b>
2002	1996	University lecturer	Government service
2001	2001	Wissenschaftlicher Mitarbeiter	Electromagnetic Theory
2000	2000	IT engineer	Telecommunication
2000	2000	IT engineer	Telecommunication

Question 4.2: What is your current occupation?

Question 4.3: Which branch of industry or services are you working in?

Question 4.5: When did you start your current occupation?

Alle vier in der Erhebung erfassten Absolventen arbeiten Vollzeit. Drei von ihnen haben dauerhafte Beschäftigungsverhältnisse im öffentlichen Sektor. Der wissenschaftliche Mitarbeiter gibt an, auf Basis eines Zeitvertrags im privaten Sektor beschäftigt zu sein. Drei der Arbeitgeber der Befragungsteilnehmer beschäftigen mehr als 100 Mitarbeiter, einer bis zu 25.

Die hierarchische Position im Betrieb, die die ECE-Absolventen erreicht haben, werden in drei Fällen als „middle-level specialized staff“ bezeichnet, in einem als „company/institutional leadership“. Für ihre Tätigkeit erachten alle vier erfassten Absolventen den ECE-Master-Grad als absolut notwendig (Frage 4.13), allerdings gibt nur einer an, die im ECE-Studiengang erworbenen Fähigkeiten anzuwenden, und zwar in großem Ausmaß. Die anderen Drei haben die entsprechende Frage nicht beantwortet.

Um Aussagen über die funktionalen Aspekte der Tätigkeit machen zu können, wurden den Befragungsteilnehmern die Antwortmöglichkeiten „Forschung“, „Entwicklung“, „Service“ und „Andere“ (mit der Bitte um Spezifizierung) vorgegeben (Frage 4.11). Alle 4 Befragten sind in der Forschung tätig, zwei geben zusätzlich den Bereich Entwicklung an, ein anderer den Bereich Services.

In Bezug auf die internationale Dimension ihrer Tätigkeit geben drei der ECE-Absolventen an, mit Ausländern zusammen zu arbeiten und manchmal ins Ausland zu reisen. Keiner gibt an, im Ausland beschäftigt zu sein. Die Frage, ob Fremdsprachen benutzt werden, blieb komplett unbeantwortet.

Die Fragen 4.17 und 4.18 des Pilot-Fragebogens erbaten Auskunft darüber, über welche Fähigkeiten die ECE-Absolventen nach eigener Einschätzung verfügten und inwieweit sie diese in ihrem derzeitigen Beruf benötigten. Die entsprechende Frage benannte elf Aspekte, die von den Befragungsteilnehmern auf einer Skala von eins „to a great extend“ bis fünf „not at all“ bezüglich des Vorhandenseins bei Studienabschluss und beruflicher Relevanz bewertet werden sollten. Zum Vorhandensein von Kompetenzen nahmen sechs ECE-Absolventen eine Einschätzung vor, und bezüglich der beruflichen Relevanz der erworbenen Kompetenzen wurden ausschließlich die Angaben der vier bereits berufstätigen ECE-Absolventen ausgewertet (vgl. Tabelle 27).

Tabelle 27: Vorhandensein unterschiedlicher Kompetenzen bei ECE-Absolventen zum Zeitpunkt ihres Studienabschlusses und berufliche Relevanz der einzelnen Kompetenzen (Mittelwerte)

Kompetenz	Vorhandensein bei Studienabschluss	Berufliche Relevanz
Field-specific theoretical knowledge	1,3	1,0
Working independently	1,3	1,3
Communication skills (oral and written)	1,3	1,0
Field-specific knowledge of empirical/practical methods	1,5	1,3
Cross-disciplinary thinking/knowledge	1,5	1,3
Problem-solving ability	1,5	1,3
Creativity	1,5	1,3
Documenting ideas and information	1,7	1,5
Reflective thinking, assessing one's own work	1,7	1,3
Planning, coordinating and organising	1,8	1,5
German language proficiency	2,2	2,3
	(n = 6)	(n = 4)

Question 4.17: To what extent did you have the skills listed below when you graduated? Question 4.18: To what extent are they required in your current work? (Scale: 1 = “to a great extent” to 5 = “not at all”)

Die obige Tabelle 27 verdeutlicht, dass im ECE-Studiengang im Urteil, der an der Befragung beteiligten Absolventen, in hohem Maße sowohl fachspezifische Fähigkeiten als auch kommunikative und persönliche Fähigkeiten erworben wurden und diese Kompetenzen auch für den gegenwärtigen Beruf benötigt werden. Die gesamte Liste der Kompetenzen, die im Fragebogen vorge-

geben war, ist den Aussagen der Befragungsteilnehmer zufolge im ECE-Studium vermittelt worden und hat sich anschließend als berufsrelevant erwiesen. Lediglich das Beherrschen der deutschen Sprache wurde von einem der sechs Befragten, die diese Frage beantwortet haben, als irrelevant (Note fünf) bewertet. Dieser ECE-Absolvent hat eine akademische Laufbahn in seinem Heimatland Thailand begonnen, bei der deutsche Sprachkenntnisse nicht erforderlich sind. Die bei den ECE-Absolventen zu Studierende am stärksten vorhandenen Kompetenzen wurden in der Regel auch als beruflich am wichtigsten angesehen. Alle Kompetenzen waren allerdings nach Einschätzung der Absolventen am Studierende etwas weniger ausgeprägt vorhanden als sie für den Beruf benötigt wurden.

Drei der vier berufstätigen ECE-Absolventen geben an, seit ihrem Studienabschluss an fachbezogenen Kursen oder Seminaren teilgenommen zu haben (Frage 4.19) und spezifizieren diese als internationale Konferenzen oder lokale Konferenzen oder andere Fachveranstaltungen oder – Kurse (IPV6, WATM, WCDMA Air Interface, Cello System, Boundary Scan Tools, Mentor Graphics (Board Station), Radio School, RF Measurement Technology, Agilent VEE, Clearcase, MS Excel, Matlab, PSpice, SAP\_PDM, ECDM, CAN). Finanziert wurden diese Fortbildungsmaßnahmen in allen Fällen durch den Arbeitgeber (Frage 4.20).

Auf die Frage nach der Häufigkeit wissenschaftlicher Lektüre (Frage 4.21) in den letzten zwölf Monaten antworteten vier ECE-Absolventen, dass sie monatlich Fachzeitschriften lesen.

### **Alumni-Kontakte**

Abschließend wurden den Absolventen in Abschnitt 5 des Pilot-Fragebogens zwei Fragen gestellt, die sich auf ihre Kontakte zur Universität und dem ECE-Studiengang im Anschluss an ihren Studienabschluss beziehen.

Alle fünf ECE-Absolventen, die Frage 5.1 zum Bestehen von Kontakten nach Studienabschluss beantworteten, berichteten, weiterhin Kontakt zu (ehemaligen) ECE-Studierenden zu haben. Drei von ihnen haben des Weiteren noch Kontakt zu Studierenden in anderen Studiengängen der Universität Kassel, zwei pflegen weiterhin Kontakte zu Lehrenden des ECE-Studiengangs und drei zur Universität Kassel im Allgemeinen.

Auf die Frage nach der Art des noch bestehenden Kontakts (Frage 5.2) antworteten jeweils drei der fünf Absolventen, dass sie über Newsletter und Alumni-Meetings Kontakt hielten und den Aufbau einer Alumni-Vereinigung unterstützen würden. Bei zwei Absolventen hatte der noch bestehende Kontakt zur Hochschule die Funktion, Unterstützung bei beruflichen Problemen

zu erhalten. Ein Absolvent wünschte sich eine Adressliste und ein Alumni-Buch zum ECE-Studiengang.

### **Zusammenfassung der Ergebnisse**

Die Auswertung der über den Pilot-Fragebogen erhobenen Daten zeigt, dass die überwiegend aus fernöstlichen Ländern stammenden Studierenden ihre Erfahrungen im Rahmen des ECE-Studiengangs insgesamt positiv bewerten.

Im Zeitraum der Vorbereitung und Bewerbung konnten die Befragungsteilnehmer auf ein ausreichendes Informationsangebot zurückgreifen, von dem insbesondere das des DAAD genutzt und als hilfreich bewertet wurde. Der DAAD ist offensichtlich die erste Anlaufstelle für Studierende aus dem Ausland, die ein Studium in Deutschland planen. Trotzdem kann das eigene Informationsmaterial des Studiengangs bzw. Fachbereichs möglicherweise dahingehend verbessert werden, dass Informationen zu den Bewerbungsvoraussetzungen und dem Aufbau des Studienprogramms noch klarer dargestellt werden.

Das Bewerbungs- und Einschreibeverfahren in Kassel wurde als unproblematisch empfunden. Die Angebote der Hochschule zur Beratung, Betreuung und Unterstützung der Studierenden werden differenziert beurteilt: Besonders zufrieden zeigten sich die Studierenden mit dem Sprachtraining, das im Rahmen ihres Studiums angeboten wurde. Als unzureichend hingegen wurde die Beratung hinsichtlich finanzieller Angelegenheiten bewertet.

Die Erwartungen der Programmteilnehmer an das Studium beziehen sich vor allem auf bessere Karriereaussichten, wobei vorwiegend an eine Laufbahn im akademischen Bereich oder in der industriellen Forschung gedacht wird. Aus dieser Tatsache lässt sich schließen, dass die akademische Qualität des Lehrpersonals und des Programms die wichtigsten Beurteilungsmaßstäbe darstellen, auch wenn sie nicht explizit in der Frage nach Entscheidungskriterien für das ECE-Studiengang erhoben wurden. Beide Aspekte schneiden im Urteil der Befragungsteilnehmer ausgesprochen gut ab. Die hohe berufliche Relevanz, die den im Studium vermittelten Fertigkeiten und Inhalten beigemessen wird, verstärkt diesen Eindruck.

Möglichkeiten zur Verbesserung des Studienangebots sehen die Befragten vor allem auf Ebene der Organisation und bei den verfügbaren Infrastrukturen (Labore, Computer, Räume für Stillarbeit). Eine besondere Rolle messen die (ehemaligen) Studierenden der studienbezogenen Beratung und der Unterstützung bei der bisher obligatorischen Suche nach einer Praktikumsstelle bei. Außerdem wünschen sich die Studierenden mehr englischsprachige Lehrmaterialien und mehr Kontakt zu deutschen Studierenden.



Insgesamt weisen auch die stark schwankenden Studierendenzahlen und der in jüngster Zeit zu beobachtende deutliche Anstieg der Abbrecherraten darauf hin, dass sich die Organisation des ECE-Studiengangs noch in der Entwicklungsphase befindet. Einerseits ist ein hohes internationales Interesse an dem offensichtlich fachlich ansprechenden ECE-Studienangebot zu beobachten, andererseits scheint aber den Erwartungen der Studierenden in Bezug auf die organisatorischen Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches Studium noch nicht ganz entsprochen zu werden.

### **Empfehlungen im Hinblick auf ein kontinuierliches Marketing-Controlling**

Für ein optimales, kontinuierliches Marketing-Controlling sollten im Prinzip, über die bereits jährlich durchgeführte Datenerhebung im Rahmen des Online-Tests zur Vorauswahl von Studienbewerbern hinaus, zu drei weiteren Zeitpunkten Befragungen durchgeführt werden:

- Erstens sollten alle Studienanfänger zu ihrem Entscheidungsverhalten,
- zweitens alle ECE-Studierenden kurz vor Studienabschluss zu den Studien- und Lebensbedingungen sowie Serviceleistungen und
- zum anderen die ECE-Absolventen zwei Jahre nach Studienabschluss zu ihrer Ergebnisbeurteilung und ihren derzeitigen Tätigkeiten befragt werden.

Auf Grund der Projekterfahrungen und auch unter pragmatischen Gesichtspunkten erscheint jedoch folgendes Verfahren sinnvoll:

Von den ECE-Studierenden, die das Studium nahezu abgeschlossen haben, können zeitnahe Bewertungen der Organisation und Durchführung des ECE-Studiengangs eingeholt werden. Aufgrund der relativ kurzen Studiendauer erscheint eine Befragung zu einem früheren Zeitpunkt nicht zwingend notwendig. Auch gegen Studienende sollten sich die ECE-Studierenden beispielsweise noch an ihre Beweggründe für eine Bewerbung und den Ablauf des Bewerbungs- und Einschreibeverfahrens erinnern. Eine Befragung der ECE-Studierenden erst kurz vor Studienende schließt Studienabbrecher und Fachwechsler von der Befragung weitgehend aus bzw. macht keine Daten über kritische Studienverläufe zugänglich. Solange es aber nur geringe Zahlen von Abbrechern gibt, können persönliche Gründe als ausschlaggebend für den Studienabbruch angenommen werden, die für die Weiterentwicklung des Studiengangs nicht bedeutend sind. Ergänzend zu den Angaben der Studierenden kurz vor Studienende lässt sich aus Aussagen der Absolventen zwei Jahre nach Studienabschluss in Erfahrung bringen, inwieweit die im Studiengang vermittelten Fähigkeiten arbeitsmarktrelevant sind.

Für jede der beiden genannten Zielgruppen zukünftiger Befragungen sollten eigene Fragebogen entwickelt werden mit einem deutlich geringeren Umfang als der Pilot-Fragebogen. Die beiden Entwürfe für einen Studierenden- und einen Absolventen-Fragebogen im Anhang berücksichtigen, dass bestimmte Informationen über den akademisch-fachlichen Hintergrund der ECE-Studienanfänger bereits in der Online-Bewerbervorauswahl erhoben werden. Um die Teilnahmequote an den Befragungen zu maximieren wäre es sinnvoll, die Studierenden und Absolventen jährlich zu festen Terminen zu befragen und ihnen dadurch das Gefühl zu vermitteln, eine Teilnahme an der Evaluierung des Studiengangs sei Bestandteil des Studienablaufs und zumindest üblich, wenn nicht sogar obligatorisch. Für eine Befragung der Studierenden kurz vor Studienabschluss bietet sich beispielsweise eine Verknüpfung der Befragung mit der Zeugnisvergabe an. Es wäre zu überlegen, ob eine elektronische oder eine papierbasierte Befragung organisatorisch leichter zu handhaben wäre.

Unabdingbare Voraussetzung für die Durchführung von Absolventenbefragungen ist der Aufbau und die Pflege einer Alumni-Datenbank, die vor allem die aktuellen Emailadressen der ehemaligen ECE-Studierenden enthalten sollte.

#### 4.1.2. Fragebogenentwürfe für eine kontinuierlich Befragung von Studierenden und Absolventen

##### Fragebogenentwurf für die regelmäßige Befragung von ECE-Studierenden kurz vor Studienabschluss

###### 1. Personal background

1.1 Which country do you come from?

(Liste)

1.2 Please indicate your gender:

☐ female

☐ male

1.3 Which age group do you belong to?

☐ Up to 22 years

☐ 22 to 25 years

☐ Over 25 years

1.4 Which degree did you have before you enrolled for the ECE programme?

☐ Bachelor of Science

☐ Higher National Diploma (HNA)

☐ Diploma of Electrical Engineering

☐ Bachelor of ( Applied) Physics

☐ other, please specify: \_\_\_\_\_

1.5 In which year did you enrol for the ECE Programme?

☐ 1998 ☐ 1999

☐ 2000

☐ 2001

☐ 2002

☐ 2003

**1.6 Which semester are you currently in?**

- ☐ Preparatory course ("Test Term")
- ☐ 1st study semester
- ☐ 2nd study semester
- ☐ 3rd study semester (or above)
- ☐ examination semester
- ☐ I graduated from the ECE programme in the
- ☐ summer semester of the year 20 \_\_\_\_\_
- ☐ winter semester of the year 20 \_\_\_\_\_

**1.7 What strand of the ECE Programme did you specialize in?**

- ☐ Microwave technology, microwave communications
- ☐ Optical communications
- ☐ Networking
- ☐ Signal processing
- ☐ Application of electromagnetic field theory, numerical methods
- ☐ Material technology, MEMS, optical devices

**1.8 What kind of career would you like to choose after completing the ECE programme? (Multiple reply possible)**

- ☐ I will join the academic staff of my home-university or another university
- ☐ I intend to follow up with a PhD study
- ☐ I will search for an industrial position in my home country
- ☐ I will stay in Germany for some years to gain industrial experience and then return to my home country
- ☐ I want to find a job in Germany with a permanent residence permission
- ☐ I am looking for a research position in German industry
- ☐ Other, please specify: \_\_\_\_\_

**1.9 If you intend to follow up with a PhD study at a German university, where do you want to do that?**

- ☐ at Kassel University  
☐ at another German university. Please specify: \_\_\_\_\_

**1.10 If you intend to leave Germany, where do you want to go?**

- ☐ to my home country  
☐ to the USA  
☐ to another country. Please specify: \_\_\_\_\_

**2. Preparation / Application for the ECE Programme**

**2.1 Had you ever thought about studying in Germany before applying for the ECE programme?**

- ☐ Yes  
☐ No

**2.2 Apart from applying for the ECE programme, did you seriously apply for any other postgraduate programme in Germany or in another country?**

- ☐ Yes  
☐ No → please continue with question 2.5

**2.3 If yes, please specify the country and the institution:**

Country	Institution

**2.4 Were you admitted not only to the ECE programme but also to another postgraduate programme in the year when you enrolled at the University of Kassel?**

- ☐ Yes  
☐ No

**2.5 To what extent did the following reasons influence your decision to enrol for the ECE programme?**

	To a very high extent					Not at all
	1	2	3	4	5	
Personal advice of a person whom you know well.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Desire to learn a subject that was not offered at your home institution .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Desire to have access to specific laboratories and equipment.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Transparency of the programme structure .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
The positive reputation of the programme.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Desire to improve career prospects in your home country.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Desire to improve prospects for an international career .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
No tuition fees.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
German language plays no role to become admitted to the study programme .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Opportunity for self-development .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
The possibility to learn a foreign language and to gain intercultural experience.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Other, please specify.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

2.6 Do you agree to the following statements concerning the application and registration process for the ECE programme?

	Completely			Not at all	
	1	2	3	4	5
The modalities of application were unambiguous	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
My application was dealt with within an adequate time span	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The modalities of registration were unambiguous	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
After having been admitted, I had sufficient time for obtaining the necessary visa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.7 To what extent are you satisfied with the information available before you came to Kassel?

	Very satisfied			Very dissatisfied	
	1	2	3	4	5
The University of Kassel in general	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The city of Kassel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The department of electrical communications	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Administrative matters concerning life in Germany (such as insurance, registration with civil authorities, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Language tuition facilities in Kassel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Accommodation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Content and academic level of ECE courses	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teaching/learning methods in the ECE programme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Methods of academic assessment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cost of living	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Life in Germany	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 2.8 Did you receive a scholarship?

☐ Yes

□ No

**2.9 If yes, please specify the awarding institution(s)/organisation(s):**

I applied for scholarship(s) at \_\_\_\_\_ and \_\_\_\_\_

### 3. Experiences while Attending the ECE Programme

### 3.1 To what extent were you provided with assistance / guidance / advice by the University of Kassel?

Amount of assistance/guidance/advice provided

Very much  
None at all

1

2

3

4

5

Accommodation ..... ☐

Other practical matters (e.g. insurance,

registration with civil authorities)..... ☐

Language training..... ☐

Life in Germany in general.....

The local community in which the

University of Kassel is situated ..... ☐Personal matters..... ☐☐ Social contacts with Germans.....

Cultural, sports, recreational activities..... ☐

Matters regarding financial support ..... ☐



### 3.2 To what extent were you satisfied with the assistance / guidance / advice provided?

	Degree of satisfaction with assistance/guidance/advice provided				
	Very satisfied		Very dissatisfied		
	1	2	3	4	5
Accommodation .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other practical matters (e.g. insurance, registration with civil authorities).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Language training.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Life in Germany in general.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The local community in which the University of Kassel is situated .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personal matters.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social contacts with Germans.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cultural, sports, recreational activities.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Matters regarding financial support.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other, please specify: .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 3.3 How do you rate the following aspects of the ECE programme?

	Very good					Very poor				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
The existence of a preparatory semester.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ECE tutoring and counselling during prep semester ("Friday Meetings") .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visit of the laboratories during the prep semester .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The degree of English language proficiency required .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The degree of German language proficiency required .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

The organisation of the courses in general .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ECE study profile, teaching and research offered by the departments .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The academic level of the courses .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The intensity of the programme (number of classes per week) .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The academic qualification of the lecturers .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The English proficiency of the lecturers .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teaching/learning methods applied .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Project work for deepening lecture material .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Class sizes .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Group sizes in laboratory practice .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The processes for obtaining academic credits .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Academic guidance concerning the ECE programme .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Assistance to find a place for the mandatory internship .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Readiness on the part of the teaching staff to meet and/or help foreign students .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Library access .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Availability of scientific literature in English .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Places to concentrate on studies outside the classroom .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Access to computers .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Access to laboratories .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interaction with German students .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other, please specify: .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 3.4 Do you have proposals for improvement?

---



---

3.5 Altogether, how satisfied are you with the ECE programme?

Very satisfied					Very dissatisfied
1	2	3	4	5	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.6 Have you already recommended the ECE Programme to anyone?

☐ Yes, to one person

☐ Yes, to several persons

☐ No

4. Alumni Networking

4.1 Which kind of contact to the University of Kassel / the ECE programme would you like to have/keep?

Type of contact currently exists	I would like to have/keep this kind of contact
<input type="checkbox"/> Newsletter	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Alumni meetings	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Support of the creation of an alumni association	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Support with professional problems	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Other. Please specify:	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> No contacts anymore	<input type="checkbox"/>

Could you please give us your permanent email address so that we can contact you again later: \_\_\_\_\_@\_\_\_\_\_

# Fragebogenentwurf für die regelmäßige Befragung von ECE-Absolventen zwei Jahre nach Studienabschluss

## 1. Personal background

1.1 Which country do you come from?  
(Liste)

1.2 Please indicate your gender:

- ☐ female  
☐ male

1.3 Which age group do you belong to?

- ☐ Up to 22 years  
☐ 22 to 25 years  
☐ Over 25 years

1.4 In which year did you enrol for the ECE Programme?

- ☐ 1998 ☐ 2001  
☐ 1999 ☐ 2002  
☐ 2000 ☐ 2003

1.5 In which year did you graduate from the ECE-programme?

- ☐ 1999  
☐ 2000  
☐ 2001  
☐ 2002  
☐ 2003

### 1.6 What strand of the ECE Programme did you specialize in?

- ☐ Microwave technology, microwave communications
- ☐ Optical communications
- ☐ Networking
- ☐ Signal processing
- ☐ Application of electromagnetic field theory, numerical methods
- ☐ Material technology, MEMS, optical devices

## 2. Relevance of the ECE Programme for the Labour Market

### 2.1 What kind of career did you have in mind when completing the ECE programme? (Multiple reply possible)

- ☐ I wanted to join the academic staff of my home-university or another university in my home country
- ☐ I was planning to search for an industrial position in my home country
- ☐ I was planning to stay in Germany for some years to complete my higher education with industrial experience and then return to my home country
- ☐ I wanted to find a job in Germany with a permanent residence permission
- ☐ I was looking for a research position in German industry
- ☐ I intended to follow up with a PhD study
- ☐ I intended to leave Germany
- ☐ Other, please specify: \_\_\_\_\_

### 2.2 What did you actually do in the year after graduation? (Multiple reply possible)

- ☐ I joined the academic staff of my home-university or another university in my home country
- ☐ I searched for an industrial position in my home country
- ☐ I stayed in Germany that year to complete my higher education with industrial experience and then return to my home country
- ☐ I tried to find a job in Germany with a permanent residence permission
- ☐ I was looking for a research position in German industry

**2.2 What did you actually do in the year after graduation? (Multiple reply possible)**

- ☐ I started a PhD study
- ☐ I left Germany
- ☐ I was unemployed
- ☐ Other, please specify: \_\_\_\_\_

**2.3 Do you have a current occupation?**

- ☐ Yes
- ☐ No

**2.4 What is your current occupation?** \_\_\_\_\_

**2.5 Which branch of industry or services are you working in (e.g. mobile communication)?** \_\_\_\_\_

**2.6 Which sector are you working in?**

- ☐ in the public sector
- ☐ in the private sector
- ☐ in the charitable sector

**2.7 When did you start your current occupation?** \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
(month/year)

**2.8 What is the contractual basis of your occupation?**

- I have a
- ☐ fixed term contract
  - ☐ permanent contract
  - ☐ I am studying for a doctorate
  - ☐ other, please specify: \_\_\_\_\_

**2.9 Is it a full-time or a part-time job?**

I am working

- ☐ full-time
- ☐ part-time

**2.10 How many staff does the company you are working for have?**

- ☐ Up to 25
- ☐ between 25 and 50
- ☐ more than 50

**2.11 Which hierarchical level in your company / institution do you belong to?**

- ☐ company/institutional leadership
- ☐ middle-level specialized staff
- ☐ assistant level
- ☐ other, please specify: \_\_\_\_\_

**2.12 Which main functions do you perform in your job? (Multiple reply possible)**

- ☐ research
- ☐ development
- ☐ service
- ☐ other, please specify: \_\_\_\_\_

**2.13 What annual salary do you receive before tax (including bonuses and fringe benefits)?** Approx. \_\_\_\_\_Euro

**2.14 Was the ECE Master degree decisive for you getting your current job?**

- ☐ The ECE Master degree was absolutely necessary
- ☐ I would have got my current job also with a *different* Master degree, namely \_\_\_\_\_
- ☐ I would have got my current job also *without any* Master degree

**2.15 To what extent do you use the knowledge / skills gained in the ECE programme in your work?**

To a great extent

1 2 3 4 5

□ □ □ □ □

**2.16 Does your daily work have an international dimension? (Multiple reply possible)**

☐ Yes, I use different languages

☐ Yes, I work with people who live abroad

☐ Yes, I sometimes travel abroad

☐ Yes, other. Please specify:

□ No

**2.17** To what extent does your current employment situation correspond to your expectations at the time when you started the

## ECE Master programme?

My current professional situation is much better than I expected

The question does not  
much worse than I exp

much worse than I expected      apply, I had no expectations

ected app  
expectations

expectations

1 □

2 □

3 ☐

4 □

5 □

9 □

**2.18 To what extent did you have the skills listed below when you graduated?**

To a great extent

Not at all

1

2

3

4

5

Field-specific theoretical knowledge ..... ☐Field-specific knowledge of empirical/practical methods ..... ☐

German language proficiency

## Cross-disciplinary thinking/knowledge

## Planning co-ordinating and organising



Documenting ideas and information.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Problem-solving ability .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reflective thinking, assessing one's own work.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Creativity .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Working independently .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Communication skills (oral and written).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intercultural competence .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2.19 To what extent are they required in your current work?**

	To a great extent				
	1	2	3	4	5
Field-specific theoretical knowledge .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Field-specific knowledge of empirical/ practical methods.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
German language proficiency .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cross-disciplinary thinking/knowledge.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planning, co-ordinating and organising .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Documenting ideas and information.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Problem-solving ability .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reflective thinking, assessing one's own work.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Creativity .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Working independently .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Communication skills (oral and written).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intercultural competence .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2.20 Have you undertaken any short courses, seminars, workshops, self-study, etc. related to your career since you graduated from the ECE programme in order to improve your professional qualification?**

- ☐ Yes, with the following subject \_\_\_\_\_
- ☐ No

**2.21 By whom was it paid?**

- ☐ The course/seminar/workshop was paid by my employer
- ☐ The course/seminar/workshop was paid by myself
- ☐ The course/seminar/workshop was paid by public grants
- ☐ There were no costs
- ☐ I don't know
- ☐ Other, please specify: \_\_\_\_\_

**2.22 How often have you read subject-related professional/scientific journals during the last 12 months?**

- ☐ At least once a week
- ☐ Monthly
- ☐ About every three months
- ☐ Seldom
- ☐ Never

### 3. Alumni Networking

#### 3.1 With whom are you still in contact? (Multiple reply possible)

- ☐ (Former) ECE student(s)
- ☐ other students of the University of Kassel
- ☐ Lecturers of the ECE programme
- ☐ The University of Kassel in general

#### 3.2 Which kind of contact to the University of Kassel / the ECE programme do you still have and which kind of contact would you like to have?

	Type of contact currently exists	I would like to have this kind of contact
Newsletter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alumni meetings	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Support of the creation of an alumni association	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Support with professional problems	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other. Please specify: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No contacts anymore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## **4.2 Klientenorientierte Produktoptimierung**

### **4.2.1 Qualitätssicherung des ECE-Studienprogramms durch Akkreditierung**

*Günter Kompa, Marion Schomburg*

Das Akkreditierungsverfahren für den Masterstudiengang Electrical Communication Engineering wurde am 6. November 2002 bei der Zentralen Evaluations- und Akkreditierungsagentur (ZEvA) in Hannover eingeleitet.

Ziel des Akkreditierungsverfahrens ist es, in einem objektiven und transparenten Verfahren die internationale und nationale Anerkennung des Abschlusses durch die Sicherung der Qualität von Lehre, Studium und Studienabschluss zu gewährleisten. Ihre Aufgabe ist es, die Einhaltung fachlich-inhaltlicher Mindeststandards sowie die Erfüllung der Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz zu sichern. Akkreditierung soll den Hochschulen, Studierenden und Arbeitgebern eine verlässliche Orientierung hinsichtlich der Qualität des Studienprogramms geben.

Grundlage für die Akkreditierung bildet ein Akkreditierungsantrag, der den Fachbereich und das institutionelle Umfeld und die Inhalte und Ausbildungsziele des Studiengangs beschreibt.

Ein aus externen Fachvertretern zusammengesetztes Audit-Team hat den Akkreditierungsantrag für den Masterstudiengang analysiert und am 21. Juli 2003 eine Vor-Ort-Begehung im Fachbereich Elektrotechnik durchgeführt. Das Studienprogramm wurde mit dem Dekanat, der Hochschulleitung, den Lehrenden und Studierenden des Studiengangs besprochen.

Nach der Analyse des Antrages und der Vor-Ort-Begehung hat das Audit-Team in einem Schreiben v. 4.8.2003 die Universität gebeten – insbesondere hinsichtlich der Zulassungsvoraussetzungen, der Studienstruktur und der Modularisierung –, den Antrag zu überarbeiten und zu ergänzen. Klärungsbedarf zeigte sich hinsichtlich der gewählten Regelstudienzeit von nur 3 Semestern (ohne Vorbereitungssemester), der Wahl des Studienabschlusses „Master of Science“, der Gleichbehandlung der unterschiedlichen Bewerbergruppen (Kenntnisprüfung bei internationalen Bachelor- und deutschen FH-Absolventen, nicht aber bei Bachelor-Absolventen deutscher Universitäten einschließlich der eigenen), der Bedeutung des Vorbereitungssemesters, der Verzahnung des internationalen Studiengangs mit dem Diplomstudiengang

sowie der Einbettung des Berufspraktikums in das Curriculum. Insbesondere sollte auf die Qualitätssicherung ausführlicher und konkreter eingegangen werden.

Die Überarbeitung des Akkreditierungsantrags erfolgte auf der Grundlage des von der ZEvA bereitgestellten Informationsmaterials, und zwar: Leitfaden zur Akkreditierung (Akkreditierung neuer Studiengänge mit dem Abschluss Bachelor und Master, 3. Auflage v. 2002), Allgemeine Standards für die Akkreditierung neuer Studiengänge an Universitäten und Fachhochschulen mit den Abschlüssen Bachelor und Master in der Fassung vom 2. Juni 2003 und Positionspapier: Schlüsselkompetenzen in den Curricula der Hochschulen.

Die Überarbeitung des Antrags hatte insbesondere zur Folge, dass sich der Programmverantwortliche kurzfristig mit intensiver Unterstützung der Präsidialverwaltung in das bisher kaum beachtete Thema der Modularisierung von Studiengängen einarbeiten musste. Aus der heutigen Sicht – nach erfolgreicher Modularisierung des Studiengangs – werden die Vorteile insbesondere für die Studierenden deutlich. Ihr Studium ist in einzelne überschaubare Abschnitte (Einheiten, Module) unterteilt. Für jeden Abschnitt sind die fachlichen Eingangsvoraussetzungen definiert. Die Zielbeschreibung eines Moduls gibt den Studierenden eine fachliche Orientierung. Einzelne Module bestehen aus mehreren Lehrveranstaltungen. In einer beigefügten Anlage werden diese ausnahmslos hinsichtlich ihrer Inhalte, ihrer Eingangsvoraussetzungen und Ziele beschrieben. Beispielsweise wird das für alle Studienmodelle verankerte „Seminar“, das in der Diplomprüfungsordnung lediglich als Begriff auftaucht, in der ECE Prüfungsordnung ausführlich beschrieben. Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Modularisierung für die Studierenden außerordentlich hilfreich sein wird, ihr Studium zu planen, sich der Ziele ihres Studiums bewusst zu werden und damit mit einer höheren Motivation das Studium zu absolvieren.

Die Diskussion um die Modularisierung hat auch unter den ECE Hochschullehrern eine intensive Diskussion ausgelöst und dazu geführt, die Lehrveranstaltungen eng aufeinander abzustimmen und einheitliche Module für die verschiedenen Studienmodelle zu entwickeln.

Im (überarbeiteten) ECE Curriculum können die Studierenden zwischen den folgenden Studienmodellen wählen:

- ECE 1:            Microwave Technology (Mikrowellentechnologie)
- ECE 2:            Mobile and Internet Communication (Mobilfunk- und Internetanwendungen)
- ECE 3:            Optoelectronics and Optical Communication (Optoelektronik und optische Kommunikationstechnik)
- ECE 4:            Electromagnetic Field Theory (Elektromagnetische Feldtheorie)

Das Masterstudium ist studienmodellspezifisch modularisiert. Die Lehrmodule sind modellspezifisch definiert, um eine in sich stimmige Abfolge von Lehrinhalten für eine Forschungsrichtung zu gewährleisten. Einzelne Lehrmodule finden sich studienmodellübergreifend wieder. Beispielhaft werden im folgenden die Lehrmodule für das Studienmodell ECE 1 (Microwave Technology) dargestellt.

<b>Module/ untergeordnete Fächer</b>	<b>Lernziele/Lehrinhalte</b>	<b>Sem</b>	<b>CP</b>
Modul ECE1-1/1	Das Modul hat zum Ziel, die Studierenden in die Schaltungslehre linearer Mikrowellenetze einzuführen, sie mit wichtigen Mikrowellenbauelementen vertraut zu machen und ihre messtechnische Charakterisierung im Praktikum üben zu lassen	1.	8
Microwaves and Millimeter Waves I (MMW I)	Einführung in die Grundlagen der Mikrowellen- und Millimeterwellentechnik; Grundlagen der mathematischen Behandlung linearer Mikrowellenetze		4
Exercises MMW I	Vertiefung des Lehrstoffs zu MMW I		1
Lab Training I	Praktische Vertiefung des Lehrstoffs zur Lehrveranstaltung MMW I		3
Modul ECE1-1/2	Ziel des Moduls ist es, dass die Studierenden mit der drahtgebundenen und drahtlosen Signalübertragung vertraut werden und ihre Modulationsprinzipien kennen zu lernen.	1.	7
Transmission Line Theory TLT	Einführung in die Theorie der Leitungen und Wellenleiter; Anwendungen		3
Exercises TLT	Vertiefung des Lehrstoffs zu TLT		1
Wireless Transmission Techniques (WTT)	Grundlagen der Funkübertragungssysteme mit Schwerpunkt Funkübertragung digitaler Signale		3
Modul ECE1-1/3	Ziel des Moduls ist es, die Entwicklung von Fähigkeiten zu fördern, im Studium erworbenes Wissen auf konkrete technische/wissenschaftliche Probleme anwenden zu können. Ferner soll sie dazu dienen, die selbstständige Problemerkarbeitung, auch im Rahmen von Gruppen, zu üben.	1.	6

<b>Module/ untergeordnete Fächer</b>	<b>Lernziele/Lehrinhalte</b>	<b>Sem</b>	<b>CP</b>
Project Work	Vertiefung und praktische Umsetzung eines aus den Lehrveranstaltungen bekannten theoretischen Sachverhalts		6
Modul ECE1-1/4	Das Modul hat zum Ziel, den Studierenden über die modellspezifischen Pflichtmodule hinaus Wahlmöglichkeiten entsprechend ihren individuellen Neigungen und Vorstellungen aus dem Lehrangebot des Fachbereichs und der Hochschule einzuräumen.	1.	9
Lehrveranstaltungen a. d. Modell-Wahlpflichtbereich ECE1			9
	Das Modul hat zum Ziel, die Studierenden mit wichtigen linearen und nichtlinearen Bauelementen vertraut zu machen, ihre Anwendungen aufzuzeigen und geeignete Charakterisierungsmethoden kennen zu lernen.	2.	8
Microwaves and Millimeter Waves II (MMW II)	Aufbau, Eigenschaften und Anwendungen von Resonatoren; Einführung in die Antennentechnik, Anwendungen; Leistungsverstärker für Breitband-Mobilitätsanwendungen		4
Exercises MMW II	Vertiefung des Lehrstoffs zu MMW II		1
Lab Training II	Praktische Vertiefung des Lehrstoffs zur Lehrveranstaltung MMWII		3
Modul ECE1-2/2	Das Modul hat zum Ziel, die Studierenden an die aktuelle Forschung auf dem Gebiet des nichtlinearen Schaltungsentwurfs heranzuführen und sie zur selbständigen Bearbeitung und Präsentation einer gewählten Fragestellung zu befähigen.	2.	7



<b>Module/ untergeordnete Fächer</b>	<b>Lernziele/Lehrinhalte</b>	<b>Sem</b>	<b>CP</b>
Microwave Integrated Circuits II (MIC II)	Einführung in den rechnergestützten Entwurf von nichtlinearen integrierten Mikrowellenschaltungen		3
Exercises MIC II	Vertiefung des Lehrstoffs zu MIC II		1
Seminar	Aufbereitung und Präsentation eines Themas aus dem Bereich der Mikrowellentechnik		3
Modul ECE1-2/3	Das Modul hat zum Ziel, den Studierenden über die modellspezifischen Pflichtmodule hinaus Wahlmöglichkeiten entsprechend ihren individuellen Neigungen und Vorstellungen aus dem Lehrangebot des Fachbereichs und der Hochschule einzuräumen.	2.	15
Lehrveranstalt. aus dem Modell-Wahlpflichtbereich ECE1			15
Modul ECE1-3/1	Das Modul hat zum Ziel, den Nachweis zu erbringen, dass die Studierenden die Fähigkeit besitzen, innerhalb der Bearbeitungsfrist von 6 Monaten ein Problem der Informationstechnik mit wissenschaftlichen Methoden selbstständig und in fachübergreifender Kooperation zu bearbeiten	3.	30
Abschlussarbeit-Masterthese	Selbstständige wissenschaftliche Bearbeitung eines Problems der Mikrowellentechnik		30
Summe			90

<b>Lehrveranstaltung</b>	<b>SWS</b>	<b>Credits</b>
Physics of Semiconductor Devices (PSD)	2	3
Exercises PSD	1	1
Technology of Electronic and Optoelectronic Devices	2	3
High Frequency Sensors	2	3
Numerical Methods for Field Computation (NMEFT I)	2	3
Exercises NMEFT I	1	1
Lab Training I (NMEFT I)	2	3
Numerical Methods for Field Computation (NMEFT II)	2	3
Exercises NMEFT II	1	1
Lab Training I (NMEFT II)	2	3
Micromachining in Optoelectronics	2	3
Digital Signal Processing and Filtering	2	3
Optoelectronics II (OE II)	2	3
Exercises OE II	1	1
Advanced Signal Processing (ASP)	2	3
Exercises ASP	1	1
Communication Technologies I (CT I)	2	3
Exercises CT I	1	1
Communication Technologies II (CT II)	2	3
Exercises CT II	1	1
Introduction to Communication I (IC I)	2	3
Exercises IC I	1	1
Introduction to Communication II (IC II)	2	3
Exercises IC II	1	1
Electromagnetic Field Theory II (EFT II)	2	3
Exercises EFT II	1	1
Electromagnetic Field Theory III (EFT II)	2	3
Exercises EFT III	1	1
Non-Technical Course I	2	3
Non-Technical Course II	2	3
other course(s) which is (are) beneficial for the preparation of the master's course	3	4

Für das Modul ECE1-1/4 und ECE1-2/2 sind Lehrveranstaltungen im Umfang von 9 und 15 Credits aus dem folgenden Wahlpflichtbereich Studienmodell ECE 1 auszuwählen.

Laut „Allgemeine Standards für die Akkreditierung neuer Studiengänge an Universitäten und Fachhochschulen mit den Abschlüssen Bachelor und Master“ (ZEvA, Stands: 2. Juni 2003) sollte der Umfang der einzelnen Module 6 SWS nicht unterschreiten bzw. 10 SWS nicht überschreiten.

Bei der Modularisierung des Masterstudiums wurde Wert darauf gelegt, dass dem/der Studierenden die Kernkompetenzen in den einzelnen Studienschwerpunkten vermittelt werden (Pflichtmodule). Darüber hinaus enthalten die Studienmodelle auch einige Module, die einen Katalog von Lehrveranstaltungen beinhalten, aus denen der/die Studierende nach seinem/ihrer persönlichen Interesse eine Auswahl treffen kann.

Nach den noch geltenden KMK-Strukturvorgaben (in der Fassung vom 14.12.2001) wird der Abschluss „Master of Science“ bei stärker theorieorientierten Studiengängen vergeben. Die Gutachter hatten darum gebeten, die Wahl dieses Studienabschlusses zu begründen bzw. die Forschungsorientierung des Studiengangs zu erläutern.

Entsprechend den KMK-Strukturvorgaben ist der ECE-Studiengang ein theorieorientierter, forschungsorientierter Studiengang mit dem Ziel, die Studierenden zur Weitequalifikation in Doktoranden-Programmen zu qualifizieren. Um dieses Ziel zu erreichen, müssen die Studierenden bereits in ihrem vorausgegangenen Bachelor-Studium neben dem erforderlichen wissenschaftlichen Grundlagenwissen methodische Fähigkeiten wie Lernstrategien, Informationsgewinnung und Planungsmanagement erworben haben. Aus Gründen der Heterogenität der akademischen Ausbildung müssen ausländische Studierende ein Vorbereitungsstudium absolvieren, das die forschungsbasierte Grundausbildung sicherstellen und die Eignung für das Masterstudium feststellen soll. Bei inländischen Studierenden kann der Prüfungsausschuss bei Feststellung von Kenntnislücken Auflagen erteilen.

Der Masterstudiengang Electrical Communication Engineering konzentriert sich auf einzelne Arbeitsfelder, die sich an dem derzeitigen und zukünftig zu erwartenden Arbeitsumfeld in der Informations- und Kommunikationstechnik ausrichten.

Im Einzelnen können folgende Forschungsrichtungen (Studienmodelle) gewählt werden:

- Microwave Technology (Mikrowellentechnologie)
- Mobile and Internet Communication (Mobilfunk- und Internet-Anwendungen)
- Optoelectronics and Optical Communication (Optoelektronik und optische Kommunikationstechnik)
- Electromagnetic Field Theory (Elektromagnetische Feldtheorie)

Im Masterstudium sollen die Studierenden an aktuelle Forschungsthemen der Informations- und Kommunikationstechnik herangeführt werden; die Studierenden sollen befähigt sein, zur Lösung einzelner Probleme auf dem Gebiet der Informations-/Kommunikationstechnik die geeigneten wissenschaftlichen Methoden auszuwählen und sachgerecht anzuwenden. Die Forschungsorientierung des Masterstudiums ergibt sich aus den Ausbildungszielen und Inhalten der Studienmodelle.

### **Microwave Technology**

Das Studienmodell „Microwave Technology“ hat zum Ziel, die Studierenden mit den Methoden des rechnergestützten Entwurfs nichtlinearer Mikrowellen- und Millimeterwellenschaltkreise vertraut zu machen, einschließlich der Meßmethoden zur Charakterisierung und Modellierung nichtlinearer Bauelemente. Konkret wird sich das Fachgebiet Hochfrequenztechnik/ Mikrowellentechnik in den kommenden Jahren mit der Thematik der Linearisierung von Hochleistungsverstärkern für UMTS Anwendungen sowohl auf Device, Schaltkreis und Systemebene befassen. Die Forschungsaktivitäten werden von der DFG, dem BMBF und der EU gefördert. Es sollen die Studierenden unmittelbar in die Forschungsaktivitäten integriert werden, wodurch sie ihre Forschungskompetenz erweitern und sich die Studierenden darüber hinaus auch Spezialkenntnisse aneignen können.

### **Mobile and Internet Communication**

Das Ziel des Studienmodells „Mobile and Internet Communication“ ist es, den Studierenden die Funktionsweise der mobilen und der internetgestützten Kommunikation näher zu bringen, sowie von Anwendungen für diese Technologien. Dazu gehören die aktuellen und im Aufbau bzw. der Entwicklung befindlichen Technologien und Anwendungen wie IPv6, Mobile IP und UMTS, Personalisierung und Lokalisierung. Die Forschung des Fachgebietes wird von der DFG, dem BMBF sowie der EU unterstützt, wobei die Studierenden in die Forschungsaktivitäten mit eingebunden werden.

## **Optoelectronics and Optical Communication**

Das Studienmodell „Optoelectronics and Optical Communication“ umfasst Leitthemen wie optische Kommunikationstechnik, Optoelektronik, Mikrosystemtechnik und Nanotechnologie, welche Experten, die EU, das BMBF und die DFG für dieses Jahrhundert prognostiziert. Die Studentinnen und Studenten sollen an das Potential dieser Disziplinen durch solide und zukunftsgerichtete Grundlagen- und Methodikvermittlung herangeführt werden, um in den Projekten und der Master Thesis bereits an vorderster Front des Kenntnisstandes arbeiten zu können. Die Arbeiten reichen dabei von ultraweit durch stimbaren optischen Filter und Transmitterbauelemente für die höchstbitratige glasfaseroptische Kommunikationstechnik, über neuartige grüne Mikrokavitätslaser für die polymerfaseroptische Datenkommunikation bis zur Entwicklung neuartigen Herstellungstechnologien in einem state-of-the-art 400m<sup>2</sup> Reinraum (bis Klasse 10) und der nanotechnologischen Herstellung neuartiger optoelektronischer Bauelemente.

## **Electromagnetic Field Theory**

Ziel des Studienmodells "Electromagnetic Field Theory" ist, die Studierenden mit den mathematischen und numerischen Methoden der elektromagnetischen Feldtheorie vertraut zu machen und anzuleiten, wie man die erlernten Werkzeuge auf die verschiedensten realitätsnahen Problemstellungen anwendet. Die Anwendungsgebiete erstrecken sich beispielsweise von dem Design von Antennen, der elektromagnetischen Wellenausbreitung in komplexen Geometrien und Materialien bis hin zu Applikationen von Imaging-Systemen. Die Studierenden werden in den angebotenen Veranstaltungen – Vorlesungen, Seminare und Praktika – in die Computersimulation von elektromagnetischen Wellenausbreitungsvorgängen einschließlich der Anwendung von linearen und nichtlinearen Abbildungsverfahren unterrichtet. Die analytische und numerische Lösung des direkten und inversen Streuproblems bildet den Schwerpunkt des Fachgebiets Theoretische Elektrotechnik. Weiterhin werden die Studierenden in die interdisziplinäre Behandlung von elektromagnetischen, akustischen und elastodynamischen Feldern und Wellen eingeführt und unterrichtet. Dazu gehören beispielsweise die Anwendungsgebiete der Fernerkundung, Medizintechnik, der geophysikalischen Exploration und Zerstörungsfreien Prüfung. Laufende Forschungsprojekte werden von DFG, BMBF, EU und Industrie gefördert. Bei der Mitarbeit in laufenden Projekten und bei der Vorbereitung neuer Forschungsschwerpunkte erlernen die Studierenden die direkte Umsetzung ihrer erworbenen Tools und gewonnenen Kenntnisse der Electromagnetic Field Theory.

Zum Zeitpunkt der Beantragung der Akkreditierung sah die gültige ECE-Prüfungsordnung eine berufspraktische Ausbildung im Umfang von 14 Wochen vor. Die Erfahrungen zeigten, dass eine Integration in den Studienablauf

nicht praktikabel war, da die Unternehmen eine Teilung des erforderlichen Gesamtumfangs nicht akzeptieren. Es war daher nur möglich, das Praktikum am Ende des Studiums abzuleisten; damit wurde dem inständigen Wunsch der Studierenden entsprochen, ein fachbezogenes Praktikum in Deutschland vor ihrer Rückkehr ins Heimatland absolviert zu haben. Weiterhin eröffnete es den Studierenden die Chance, nach bewährter Tätigkeit vom Unternehmen eingestellt zu werden.

Entsprechend des vom DAAD im Juli 2003 veröffentlichten Merkblatts zum Arbeitsgenehmigungsrecht für ausländische Studierende und Wissenschaftler aus Nicht-EU- und EWR-Staaten kann jedoch ein Hochschulabsolvent mit dem Schwerpunkt auf dem Gebiet der Informations- und Kommunikationstechnik für ein fachbezogenes Praktikum eine Aufenthaltserlaubnis und eine Arbeitserlaubnis erhalten, so dass ein „sanfter“ Übergang in die Industrie auch mit dem Wegfall des Pflichtpraktikums in der Prüfungsordnung grundsätzlich möglich sein wird. Das 14-wöchige Berufspraktikum wurde daher aus dem Programm genommen, was in einer späteren Gutachterstellungnahme sehr positiv bewertet wurde. Hinsichtlich der Gewinnung praktischer Erfahrungen im Masterstudium kommen nun der Projektarbeit (Project Work) und dem Seminarvortrag hohe Bedeutung zu.

Im Unterschied zum erst gestellten Antrag ist nach Auffassung der Gutachter die Studienstruktur im überarbeiteten Antrag deutlicher geworden. Insbesondere wird deutlich, dass das Vorbereitungssemester als Vorstufe zum Studium gilt, für ausländische Studierende verpflichtend ist und demnach nicht Bestandteil des Studiengangs ist. Damit soll sichergestellt werden, dass diese Studierenden noch vor Beginn des Studiums auf angepasstes Niveau gebracht werden. Gem. § 5 (Vorbereitungsstudium), der dem akkreditierten Antrag zugrunde liegenden Prüfungsordnung heißt es: Das Vorbereitungsstudium hat zum Ziel, die Studierenden auf das Lehr- und Forschungsprogramm des Masterstudiengangs optimal vorzubereiten, so dass ein erfolgreicher Studienabschluss innerhalb der Regelstudienzeit zu erwarten ist. Das Vorbereitungssemester umfasst studienbegleitende Prüfungen in einem Vorbereitungsmodul im Umfang von 30 Credits.“

Die Dauer des Studiums (drei Semester) findet ihre Begründung insbesondere in der Gesamtstruktur der Universität Kassel. Die Aufteilung der (ingenieurwissenschaftlichen) Studiengänge in Diplom I (sieben Semester) und II (drei Semester) – als Kasseler Modell bekannt – lässt die dreisemestriges Studiendauer für den ECE-Studiengang als sinnvoll erscheinen.

Dem Abschnitt Qualitätssicherung wurde entsprechend der Empfehlung der Gutachter bei der Überarbeitung besondere Beachtung entgegengebracht.

Dazu wurde wie folgt ausgeführt: Die im Masterstudiengang entwickelten Qualitätssicherungsmaßnahmen haben allgemein die Berufsfähigkeit der Studierenden zum Ziel, d.h. die Befähigung der Studierenden zur Weiterqualifikation in Doktoranden-Programmen (siehe ZEvA: Allgemeine Standards für die Akkreditierung neuer Studiengänge). Qualitätssicherungsmaßnahmen sind bereits im Zulassungsverfahren verankert. Die Bewerber ausländischer Hochschulen müssen ein Online-Testverfahren erfolgreich absolvieren, um sich einen Bewerbungsbogen herunterladen zu können. Gem. § 2 der Studienordnung soll der Online-Test die grundsätzliche Eignung einer Bewerberin/eines Bewerbers für den Studiengang Electrical Communication Engineering feststellen. Dazu gehört u.a.:

- dass die Bewerberin/der Bewerber für den nachrichten-technischen Studiengang großes Interesse zeigt und dass sie/er über die Studieninhalte sehr gut informiert ist,
- dass die Bestreitung des Lebensunterhalts am Studienort sowie die Finanzierung der Sprachausbildung gesichert ist,
- dass die bisherige Fach- und Sprachausbildung die Zulassungsvoraussetzungen erfüllt und
- die Studien- und Forschungsinteressen weitgehend übereinstimmen mit dem Studienprofil des Studiengangs Electrical Communication Engineering.

Mit dem Online-Test soll erreicht werden, dass das Leistungsangebot des Studienprogramms für die Bewerber transparent wird und ihnen ausreichend Informationen zur Verfügung stehen, eine fundierte Auswahlentscheidung zu treffen. Eine Evaluierung des Online-Tests erfolgt jährlich durch Befragung der neuimmatrikulierten ausländischen Studierenden. Das Ergebnisprotokoll wird im Fachbereich unter den am ECE-Programm beteiligten Hochschullehrern ausgewertet, und dient als weitere Optimierung des Online-Tests.

Ergänzend zur Entscheidungsfindung der Bewerber werden durch den Studienservice des Fachbereichs Orientierungs- und Beratungsangebote per Internet zur Verfügung gestellt.

Im Vorbereitungssemester werden die Studierenden bei den sogenannten „Friday Meetings“ eingehend über Studienprogramm und Studienbedingungen, über Studienstruktur und Studienablauf informiert, so dass sie befähigt sind, ihren Studienplan zu erstellen. Ein wichtiger Punkt dabei sind die „Visits to the Labs“, die ihnen die Forschungskapazitäten und Forschungsmöglichkeiten in den am Programm beteiligten Fachgebieten transparent machen sollen.

Nach Ablauf eines Vorbereitungssemesters findet ein Erfahrungsaustausch mit den Studierenden statt, um Schwachstellen des Studienprogramms zu erkennen und Abhilfe zu schaffen.

Bei Bedarf werden die Informationsveranstaltungen und Laborbesichtigungen zu Beginn des Masterstudiums erneut angeboten.

Die Gutachter bewerten die Darstellung im überarbeiteten Antrag sehr positiv. Insbesondere betonen sie die hohe Bedeutung der bereits organisierten Beratungsgespräche.

Besonders schwierig stellte sich im Laufe des Akkreditierungsverfahrens die, für die unterschiedlichen Eingangsgruppen, zu formulierenden Zulassungsvoraussetzungen heraus. Vorausgegangene Versionen der Prüfungsordnung des Studiengangs basierten – in Anlehnung an Prüfungsordnungen bisheriger Diplomstudiengänge – auf der Ansprache der unterschiedlichen Bewerbergruppen: Absolventen der Uni Kassel, Absolventen weiterer deutschen (und ausländischen) Universitäten und Fachhochschulabsolventen. Insbesondere wurde für internationalen Bewerber ein Vorbereitungsstudium und für Fachhochschulabsolventen ein Qualifikationsstudium, das bereits im Diplomstudiengang verankert ist, vorgeschrieben. Diese nach Meinung der Gutachter unausgewogene (nicht schlüssige) Regelung führte zu der Auflage:

„Für Absolventen deutscher Hochschulen (ohne Differenzierung des Hochschultyps) muss grundsätzlich ein fachlich geeigneter Bachelor-Abschluss als Zulassungsvoraussetzung festgelegt werden. Absolventen eines nur sechssemestrigen Bachelorstudiums müssen vor Beginn des Masterstudiengangs (oder studienbegleitend) zusätzliche 30 CP nachweisen. Hiermit wird sichergestellt, dass am Ende des Masterstudiums 300 CP erreicht werden. Dies entspricht den internationalen Anforderungen. Bei Erfüllung der formalen Anforderungen und bei nachgewiesener Qualifikation muss auch bei ausländischen Bewerbern auf das Vorbereitungssemester verzichtet werden können.“

In einem Nachtrag am 15. Januar 2004 gingen der ZEvA nach intensiver interner Beratung überarbeitete Zulassungsvoraussetzungen zu, die sich von den Standardformulierungen üblicher Diplomprüfungsordnungen völlig lösten und den Qualitätsbegriff für ein faires Zulassungsverfahren bei den teils sehr heterogenen Bewerbergruppen in den Vordergrund stellte. Der ZEvA gegenüber wurde die Vorgehensweise wie folgt begründet:

Das ECE Programm richtete sich ursprünglich an Bewerber aus dem asiatischen Raum. Mit wenigen Ausnahmen ist hier ein Bachelor-Abschluß nach 8 Semestern in der Regel möglich. Praktische Ausbildungsteile sind in der ge-



nannten Semesterzahl nicht enthalten. In der bisherigen ECE-PO wird in § 7 unter Zulassungsvoraussetzungen ein mindestens 7-semesteriges Bachelorstudium eingefordert. Weiterhin werden bisher alle zugelassenen Studenten über ein 1-semesteriges Vorbereitungsstudium auf das anspruchsvolle Masterstudium vorbereitet. Diese Vorgehensweise hat sich – zumindest für den angesprochenen Personenkreis – exzellent bewährt, was auch in der Stellungnahme der Gutachter gewürdigt wird.

Dennoch ist festzustellen, dass es einen einzigen Fall gegeben hat, der so hoch qualifiziert war, dass er das komplette ECE-Programm innerhalb von nur 3 Semestern (einschließlich Vorbereitungssemester) absolviert hat. Dieser hochqualifizierte Inder vom Birma Institute of Technology and Sciences promoviert z. Zt. am Max-Planck-Institut in Stuttgart. Auf der Grundlage, der dem Akkreditierungsverfahren vorliegenden Prüfungsordnung, hätte der hochqualifizierte Kandidat seinen Abschluss erst nach 4 Semestern machen können. Von daher weisen die Gutachter mit Recht darauf hin, eine Regelung zu schaffen, die hochqualifizierten Bewerbern einen direkten Zugang zum Masterstudium ohne Auflagen ermöglichen. Die besondere Qualifikation zeigt sich durch beständige herausragende Leistungen; sie kann durch Gutachten von anerkannten Wissenschaftlern „vor Ort“ belegt werden.

Die Sicherstellung eines hohen Qualitätsstandards in den Masterstudiengängen wird auch durch die erst kürzlich bekannt gewordenen KMK-Beschlüsse vom 10.10.2003 (Ländergemeinsame Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs. 2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen) eingefordert: „Im Interesse der internationalen Reputation und der Akzeptanz der Masterabschlüsse durch den Arbeitsmarkt ist ein hohes fachliches und wissenschaftliches Niveau, das mindestens dem der eingeführten Diplomabschlüsse entsprechen muss, zu gewährleisten. Deshalb soll das Studium im Master-Studiengang von weiteren besonderen Zugangsvoraussetzungen abhängig gemacht werden.“

Diese besonderen Zugangsvoraussetzungen leiten sich zum einen allgemein aus dem hohen Qualitätsanspruch eines Masterprogramms ab, zum anderen aus den fachlichen Besonderheiten eines profilierten Studiengangs. Ziel muss es sein, nur solche Bewerber zum Masterstudium zuzulassen, die so qualifiziert sind, dass davon auszugehen ist, dass sie innerhalb der Regelstudienzeit von drei Semestern ihren Mastergrad mit gutem Prädikat erwerben.

Ist die Qualifikation des Bewerbers alleiniger Maßstab für die Zulassung, dann sind Zulassungsmodalitäten in der Form zu formulieren, dass sie unabhängig vom Hochschultyp und unabhängig vom Ort des Erwerbs des Bachelor-Zeugnisses (Inland oder Ausland, Europa oder Übersee) sind. Daher wur-

de von der Aufzählung von Hochschultypen in der alten PO-Fassung – entsprechend den Auflagen der Gutachter - Abstand genommen.

Es trifft sicherlich zu, dass die eingeforderte hohe Qualifikation der Bewerber eine Mindestzahl von Studiensemestern – unabhängig davon, ob Praxisanteile zusätzlich integriert sind oder nicht - voraussetzt. Allgemein zeigt sich, dass in Deutschland sowie Europa die Bachelor-Abschlüsse sehr unterschiedliche Studienzeiten beanspruchen. Lt. Aussage einer Studentin aus Malaga wird nach 10 Semestern das „Diplom“ (kein Industriepraktikum enthalten) erreicht. In der Planung ist ein 6+4-Studienmodell (auch ohne Industriepraktikum). Besonders schwierig gestaltet sich die Situation in Deutschland an den Fachhochschulen. Es scheint so zu sein, dass es keine einheitlichen Ausbildungsmodelle gibt. Hier existieren unterschiedliche Modellansätze: 6 Vorlesungssemester +1 Praxissemester, 6+2, 7+1. Die Synchronisation der unterschiedlichen FH-Abschlüsse mit dem ECE-Studienprogramm gestaltet sich daher außerordentlich schwierig. In Kassel haben wir auch ein 14-wöchiges Industriepraktikum in der 1. Studienstufe, welches jedoch nicht zur Regelstudienzeit zählt. D.h. das Bachelorstudium umfasst 7 Semester (6 Vorlesungssemester + 1 Prüfungssemester / Bachelorarbeit). Sind die Bachelorstudienmodelle optimal an die Masterstudienmodelle angepasst (ist noch im Detail zu realisieren), so ist auch davon auszugehen, dass qualifizierte Studierende das anspruchsvolle Masterprogramm erfolgreich – nicht zuletzt aufgrund des optimalen Matching von Bachelor- und Masterstudienstruktur und Studieninhalten innerhalb der Regelstudienzeit erfolgreich absolvieren werden können.

Da aus den Regelstudienzeiten z. Z. keine klaren einheitlichen Aussagen über das erreichte Ausbildungsniveau abgeleitet werden können (welches sicherlich Ziel des Bolognaprozesses ist), muss sich jeder Bewerber einer Einzelprüfung unterziehen, indem sein wissenschaftlich-fachliches Niveau bzw. seine fachliche Eignung im Sinne von Angepaßtsein für das profilierte Studienprogramm festgestellt wird. Es ist dann zu entscheiden, inwieweit eine direkte Zulassung oder eine indirekte Zulassung mit Auflagen erfolgen kann. Ggfs. sind solche Auflagen zu erteilen, die den Studienerfolg im Masterprogramm sicherstellen.

Die Zulassungsvoraussetzungen sind nun für 3 Qualifikationsgruppen, also nicht mehr nach Hochschultyp geordnet, definiert. Dabei gilt die Zielvorstellung, dass die Studenten, die zum Masterstudium zugelassen werden, dieses auch in der Regelstudienzeit von 3 Semestern erfolgreich beenden.

1. Direkter Zugang für hochqualifizierte Bewerber mit einem mindestens 7-semestrigen Bachelorabschluss, unabhängig vom Hochschultyp und Heimatland (Deutschland, Europa, Übersee).

2. Direkter Zugang für qualifizierte Bewerber mit einem mindestens 7-semestrigen Bachelorabschluss, unabhängig vom Hochschultyp und Heimatland (Deutschland, Europa, Übersee), die sehr gut an das Profil und die Lehrinhalte des Masterstudiengangs angepasst sind.
3. Indirekter Zugang (über Vorbereitungsstudium) von Bewerbern mit einem mindestens 7-semestrigen Bachelorabschluss, unabhängig vom Hochschultyp und Heimatland (Deutschland, Europa, Übersee), die grundsätzlich qualifiziert sind, deren wissenschaftliche Vorbildung jedoch nur eingeschränkt an das Profil und die Lehrinhalte des Masterstudiengangs angepasst sind.
4. Indirekter Zugang (mit Studienauflagen von mindestens 30 Credits nach einer eingehenden Fachberatung) von Bewerbern mit einem mindestens 6-semestr. Bachelorabschluss mit erbrachten Studienleistungen, die ein hohes Qualifikationspotential erkennen lassen.

Es ist festzustellen, dass in dem Masterprogramm bisher ausschließlich außer-europäische Studierende eingeschrieben waren, so dass hinsichtlich deutscher und europäischer Studenten keine Erfahrungswerte vorliegen. So bilden die formulierten Zulassungsmodalitäten ein mehr oder weniger theoretisches Modell, das erprobt werden und im Rahmen einer Re-Akkreditierung konkretisiert werden sollte.

In der, der Akkreditierung, zugrundeliegenden Fassung der ECE Prüfungsordnung heißt es unter § 4, Zulassungsvoraussetzungen zum Masterstudium:

- (1) Zum Masterstudium zugelassen werden kann, wer
  - a) einen mindestens 7semestrigen qualifizierten Bachelorabschluss oder vergleichbaren Studienabschluss in der Fachrichtung Elektrotechnik mit Studienschwerpunkt Informations- und Kommunikationstechnik an einer Hochschule nachgewiesen und
  - b) das Online-Testverfahren (ECE Applicant Online Test) erfolgreich durchgeführt hat und
  - c) eine studiengangsbezogene wissenschaftliche Vorbildung nachweisen kann, die einen erfolgreichen Studienabschluss in der Regelstudienzeit erwarten lässt.
- (2) Ein qualifizierter Bachelorabschluss wird durch überdurchschnittliche Studienleistungen im Bachelorstudium und durch eine überdurchschnittliche Abschlussnote nachgewiesen und im Einzelprüfverfahren festgestellt. Bewertungskriterien basieren u.a. auf
  - Auswahlliste der Zentralstelle für ausländisches Bildungswesen
  - DAAD-Empfehlungen
  - eigene Erfahrungen im ECE Studienprogramm.

- (3) Die wissenschaftliche Vorbildung lässt einen erfolgreichen Abschluss in der Regelstudienzeit erwarten, wenn
- die wissenschaftliche Vorbildung auf einer soliden forschungsbasierten Grundausbildung beruht und diese gut auf die Lehrinhalte des forschungsorientierten Masterstudiums abgestimmt ist und/oder
  - außergewöhnliche wissenschaftliche Leistungsmerkmale des Bewerbers/der Bewerberin vorliegen.
- (4) Außergewöhnliche wissenschaftliche Leistungsmerkmale werden dadurch nachgewiesen, dass der Bewerber/die Bewerberin während seines/ihrer Bachelorstudiums beständig weit über dem Durchschnitt liegende Studienleistungen erbracht hat und diese von zwei international anerkannten Wissenschaftlern in aussagekräftigen Gutachten bescheinigt werden.
- (5) Ist die in Abs. (1) c genannte Voraussetzung nicht erfüllt, so kann eine Zulassung zum Masterstudium erfolgen, wenn ein 1-semesteriges Vorbereitungsstudium erfolgreich abgeschlossen wird.
- (6) Bewerber/Bewerberinnen mit einem 6-semesterigen qualifizierten Bachelorabschluss in der Fachrichtung Elektrotechnik mit Studienschwerpunkt Informations- und Kommunikationstechnik an einer Hochschule können nach Einzelprüfung und Fachberatung durch den Prüfungsausschuss mit Studienauflagen von mindestens 30 Credits zugelassen werden.
- (7) Das Online-Testverfahren nach Abs. (1) stellt ein Internet-Vorauswahlverfahren dar, dass die grundsätzliche Eignung einer Bewerberin/eines Bewerbers für den Studiengang Electrical Communication Engineering feststellt. Dazu gehört u.a.,
- dass die Bewerberin/der Bewerber für den nachrichten-technischen Studiengang großes Interesse zeigt und dass sie/er über die Studieninhalte sehr gut informiert ist,
  - dass die Bestreitung des Lebensunterhalts am Studienort sowie die Finanzierung der Sprachausbildung gesichert ist,
  - dass die bisherige Fach- und Sprachausbildung die Zulassungsvoraussetzungen erfüllt und
  - die Studien- und Forschungsinteressen weitgehend übereinstimmen mit dem Studienprofil des Studiengangs Electrical Communication Engineering.

Die endgültige Auswahl der Bewerberin/des Bewerbers erfolgt auf der Grundlage der schriftlich eingereichten mit der persönlichen Code-Nummer versehenen Bewerbungsunterlagen.

Auswahlkriterien sind u.a.

- Qualifikation der Hochschulausbildung
- berufliche Erfahrungen
- Übereinstimmung von Studienwünschen und –erwartungen (Statement of Purpose) mit dem Studienprofil
- soziale Kompetenz
- Empfehlungsschreiben

Übergeordnete Auswahlkriterien sind u.a.,

- kulturelle Vielfalt bei der Zusammensetzung eines Studienjahrgangs zu gewährleisten sowie
- ausgewogene Betreuung der zugelassenen Studenten durch die am Studiengang beteiligten Fachgebiete sicherzustellen.

- (8) Die Zulassung erfordert weiterhin ausreichende Kenntnisse der englischen und deutschen Sprache, die bei Muttersprachlern grundsätzlich gegeben sind.
- (9) Ausreichende Kenntnisse der englischen Sprache werden weiterhin nachgewiesen
  - durch Abschluss eines englischsprachigen Bachelorstudiums und/oder
  - durch den Test of English as a Foreign Language (TOEFL) mit einem Minimalergebnis von 550 Punkten (paper based) oder 220 Punkten (computer based).
- (10) Ausreichende Kenntnisse der deutschen Sprache werden weiterhin nachgewiesen z. B. durch den Nachweis der Sprachprüfung des Zertifikats Deutsch als Fremdsprache.

Die ZEvA hat dem Masterstudiengang Electrical Communication Engineering mit dem Hochschulgrad Master of Science (M.Sc.) als Abschluss akkreditiert.

Die Akkreditierung erfolgte gem. Beschluss der Ständigen Akkreditierungskommission vom 17. Februar 2003 und ist zeitlich befristet bis zum 30. September 2007.

## 4.2.2 Optimierung der Studienvorbereitung und der studienbegleitenden Betreuung durch das Betreuungs- und Sprachprogramm KUSS

*Susanna Slivensky*

Das Sprachenzentrum der Universität Kassel hat für den ECE-Masterstudiengang im Fachbereich Elektrotechnik ein Lern- und Betreuungsangebot für internationale Studierende entwickelt, das nun auch anderen Fachbereichen für analoge Studienangebote zur Verfügung steht. Das Lernangebot besteht aus einem Intensivkurs – Deutsch, das Betreuungsangebot aus einer individuellen und einer sozialen Betreuung, einem Kulturprogramm, einem Tutorenprogramm und einem studienbegleitenden Förderprogramm-Deutsch.

### Das Angebot im Überblick:

Anzahl der TeilnehmerInnen:	30 Studierende
Lernangebot:	Intensivkurs- Deutsch mit integrierten <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Projektkursen zur Landeskunde &amp; zu interkulturellem Lernen</li> <li>▪ Projektkursen Deutsch am Arbeitsplatz sowie thematischen Workshops.</li> </ul>
Anzahl der Niveaustufen und Gruppen:	2 Niveaustufen eingeteilt durch einen Einstufungstest.
Anzahl der Stunden:	600 Unterrichtseinheiten à 45 Minuten je Gruppe: <i>1200 Unterrichtseinheiten insgesamt</i>
Unterrichtsmaterial:	Lehr- und Übungsbücher, Arbeitsblätter zum Wortschatz- und Grammatiktraining, Tests.
Unterrichtsräume:	Sprachenzentrum, 34125 Kassel, Mönchebergstr. 7, Gruppe A: Raum 3310 Gruppe B: Raum 3402

Abschluss des Kurses:	<b>Zertifikat Deutsch</b> verliehen vom Deutschen Volkshochschul-Verband (DVV) und dem Goethe-Institut.
Betreuungsangebot:	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Individuelle Betreuung</li> <li>▪ Soziale Betreuung</li> <li>▪ Kulturprogramm</li> <li>▪ Tutorenprogramm (durchgeführt von Studierenden vom FB 16)</li> <li>▪ ein studienbegleitendes Förderprogramm- Deutsch während des WS 03/04.</li> </ul>
Anzahl der Stunden:	354 Stunden

## 1. Lernangebot

Das Lernangebot besteht aus einem Intensivkurs – Deutsch im Umfang von insgesamt 600 Unterrichtseinheiten á 45 Minuten und wird in drei Niveaustufen eingeteilt:

<b><u>Grundstufe I:</u></b>	<b><u>Grundstufe II:</u></b>	<b><u>Grundstufe III:</u></b>
<b>4. August – 14. September 2003</b>	<b>15. September – 27. Oktober 2003</b>	<b>28. Oktober 2003– 29. Februar 2004</b>
200 Unterrichtseinheiten	200 Unterrichtseinheiten	200 Unterrichtseinheiten

In den Deutschkurs werden Projektkurse zur Landeskunde & zu interkulturellem Lernen und Deutsch am Arbeitsplatz sowie thematische Workshops integriert.

## Grundstufe I & Grundstufe II

Der Wochenplan für Grundstufe I und Grundstufe II besteht aus folgenden Unterrichtsformen, die insgesamt 400 traditionelle Unterrichtseinheiten à 45 Minuten ergeben:

• 750 Minuten:	• 450 Minuten:	• 150 Minuten:	• 150 Minuten:
<i>Sprachkurs</i> Deutsch	<i>Projektkurs</i> Landeskunde & Interkulturel- les Lernen	<i>Projektkurs</i> Deutsch am Arbeitsplatz	<i>Thematischer Workshop</i>

## Grundstufe III

Der Wochenplan für Grundstufe III besteht aus folgenden Unterrichtsformen, die insgesamt 200 traditionelle Unterrichtseinheiten à 45 Minuten ergeben:

• 420 Minuten:	• 120 Minuten:	• 60 Minuten:
<i>Sprachkurs</i> Deutsch	<i>Projektkurs</i> Deutsch am Arbeitsplatz	<i>Projektkurs</i> Landeskunde & Inter- kulturelles Lernen

## Ziel des Sprachkurses

Das Ziel des Sprachkurses ist:

- Vermittlung der allgemeinsprachlichen Kommunikationskompetenz durch Intensivtraining aller Fertigkeiten: Hören, Lesen, Sprechen und Schreiben.
- Erlernen vom Wortschatz und von ausgewählten Grammatikphänomenen.
- Vermittlung der fachsprachlichen Kompetenz im Bereich Deutsch für den Beruf.
- Vermittlung des landeskundlichen Wissens über die deutschsprachigen Länder.
- Training der interkulturellen Kompetenz.
- Vermittlung studienrelevanter Inhalte, z.B. Präsentationstraining, Lernstrategien und Arbeitstechniken zum erfolgreichen Lernen.



## Grundstufe I & Grundstufe II

4. August – 27. Oktober 2003

### DIE WOCHENPLANUNG IM ÜBERBLICK

	MONTAG	DIENSTAG	MITTWOCH	DONNERSTAG	FREITAG	SAMSTAG
<i>Uhrzeit</i>						
9.00 - 10.15	Sprachkurs Deutsch	Sprachkurs Deutsch	Sprachkurs Deutsch	Sprachkurs Deutsch	Sprachkurs Deutsch	Thematischer Workshop
10.45 - 12.00	Sprachkurs Deutsch	Sprachkurs Deutsch	Sprachkurs Deutsch	Sprachkurs Deutsch	Sprachkurs Deutsch	Thematischer Workshop
<i>Mittagspause</i>						
13.00 - 14.30	Projektkurs Landeskunde & Interkulturelles Lernen	Projektkurs Landeskunde & Interkulturelles Lernen	Projektkurs Landeskunde & Interkulturelles Lernen	Projektkurs Landeskunde & Interkulturelles Lernen	Projektkurs Landeskunde & Interkulturelles Lernen	
14.45 - 16.00	Projektkurs Deutsch am Arbeitsplatz	Projektkurs Deutsch am Arbeitsplatz	Projektkurs Deutsch am Arbeitsplatz			

## Grundstufe III

### 28. Oktober 2003- 29. Februar 2004    *DIE WOCHENPLANUNG IM ÜBERBLICK*

	MONTAG	DIENSTAG	MITTWOCH	DONNERSTAG	FREITAG
<i>Uhrzeit*</i>					
16.00- 17.00	Sprachkurs Deutsch	Sprachkurs Deutsch	Sprachkurs Deutsch	Sprachkurs Deutsch	Sprachkurs Deutsch
17.15– 18.15	Sprachkurs Deutsch	Projektkurs Deutsch am Arbeitsplatz	Projektkurs Landeskunde & Interkul- turelles Lernen	Projektkurs Deutsch am Arbeitsplatz	Sprachkurs Deutsch

\* Die zeitliche Planung ist als vorläufig zu verstehen. Bei der endgültigen Planung des Sprachkurses für das Wintersemester 03/04 (28. Oktober 2003 – 27. Februar 2004) wird die Unterrichtszeit dem Stundenplan der Studierenden angepasst.

## **Niveaustufen**

Abhängig von der Sprachkompetenz wird die Zielgruppe in zwei Gruppen eingeteilt:

Gruppe A	Gruppe B
Anfänger	Fortgeschrittene

Das Kriterium für die Einteilung ist das Niveau der Deutschkenntnisse. Die Feststellprüfung wird anhand eines lexikal-grammatischen Einstufungstests und einer Selbsteinschätzung durchgeführt. Der Einstufungstest findet zu Beginn des Kurses statt.

## **Gruppengröße**

15 TeilnehmerInnen pro Gruppe.

## **Arbeitsformen**

Neben den üblichen Sozialformen: Plenum, Gruppenarbeit, Halbgruppenarbeit, Partnerarbeit, Einzelarbeit werden traditionelle, lehrerzentrierte und moderne Lernformen angeboten: Projektarbeit, autonomes Lernen in der Mediothek und im Selbstlernzentrum, Wettbewerbe, Workshop.

## Lernangebot

1. August 2003- 29. Februar 2004

### ARBEITSFORMEN IM ÜBERBLICK

Sprachbezogene Lehrveranstaltungen	Landeskundliche, berufsbezogene, fachsprachliche Lehrveranstaltungen	Thematische Workshops
---------------------------------------	---	-----------------------

Sprachkurs Deutsch	Projektkurs	Thematischer Workshop am Samstag
<b>ART DER VERANSTALTUNG</b> Intensive allgemeinsprachliche Lerneinheiten mit praktischen Übungen	<b>ART DER VERANSTALTUNG</b> Intensive landeskundliche, berufsbezogene oder fachsprachliche Lerneinheiten mit praktischen Übungen.	<b>ART DER VERANSTALTUNG</b> Gezieltes, autonomes Lernen in kleinen Projektgruppen.
<b>ZIEL</b> - Vermittlung der allgemeinsprachlichen Kommunikationskompetenz durch Intensivtraining aller Fertigkeiten: Hören, Lesen, Sprechen und Schreiben. - Erlernen vom Wortschatz und von Grammatikphänomenen.	<b>ZIEL</b> - Vermittlung des landeskundlichen Wissens über die deutschsprachigen Länder. - Vermittlung und Training der Lernstrategien und Arbeitstechniken zum erfolgreichen Lernen. - Vermittlung und Training berufsrelevanter Themen und Fähigkeiten.	<b>ZIEL</b> - Festigung, Wiederholung und Ergänzung der Fertigkeiten und Themen, die während des Kurses erworben wurden. - Selbstständiges Erlernen von neuen Kenntnissen und Fertigkeiten.
<b>THEMENBEISPIELE</b> Kommunikation in alltägliche Situationen, Präsens, Perfekt, Präteritum, Modalverben, Konjunktiv II, Konnektoren, Nebensätze mit <i>dass, weil, ob</i> ; Infinitiv mit <i>zu</i> etc.	<b>THEMENBEISPIELE</b> Telefonieren am Arbeitsplatz, Geschäftskorrespondenz, Bewerbungsstrategien, Studieren in Deutschland, Interkulturelles Training – Deutschland.	<b>THEMENBEISPIELE</b> Präsentieren, Kommunikationsverhalten, Essgewohnheiten in Deutschland, Deutscher Film, Studieren in Deutschland.

In allen drei Blöcken sind Arbeitsphasen im Selbstlernzentrum und in der Mediothek vorgesehen

## **Unterrichtsmaterial**

Während des Kurses wird anhand von folgenden Lehrwerken unterrichtet:

- Grundstufe I: „Eurolingua Deutsch 1,“
- Grundstufe II: „Eurolingua Deutsch 2,“
- Grundstufe III: „Eurolingua Deutsch 3“ bzw. „em- Brückenkurs.“

Darüber hinaus wird der Unterricht mit Lehr- und Lernmaterialien in Form von Kopien aus folgenden Quellen ergänzt:

- andere allgemeinsprachliche DaF- Lehrwerke:
  - „em.“
- Lehrwerke aus dem Bereich Deutsch als Fremdsprache für den Beruf:
  - „Dialog Beruf 1“
  - „Unternehmen Deutsch.“
- authentische Texte aus der Presse.
- Texte aus dem Internet.
- Arbeitsblätter zum Wortschatz- und Grammatiktraining aus ausgewählten Grammatik- und Wortschatzlehrbüchern.

Alle Unterrichtsmaterialien sind im Preis inbegriffen. Die Studierenden erhalten zum Kursbeginn ihre Lehr- und Übungsbücher.

## **Abschluss des Kurses**

Der Sprachkurs wird mit der Prüfung „Zertifikat Deutsch“ abgeschlossen. Das „Zertifikat Deutsch“ wird vom Deutschen Volkshochschul-Verband (DVV) und dem Goethe-Institut vergeben. Darüber hinaus erwerben KursteilnehmerInnen eine Teilnahmebescheinigung des Sprachenzentrums über den absolvierten Intensivkurs- Deutsch als Fremdsprache: Grundstufe I – III im Umfang von 600 Unterrichtsstunden. Detaillierte Informationen erhalten die Studierenden im Laufe des Kurses von den Kursleitern.

## Lernangebot

### 4. August 2003- 29. Februar 2004      *ABSCHLUSS DES KURSES*

#### Stufe

GRUNDSTUFE I	GRUNDSTUFE II	GRUNDSTUFE III
200 Unterrichtseinheiten à 45 Min.	200 Unterrichtseinheiten à 45 Min.	200 Unterrichtseinheiten à 45 Min.

#### Zeitraum

4. August 2003 – 14. September 2003	15. September 2003 – 27. Oktober 2003	28. Oktober 2003 – 27. Februar 2004
--	--	--

#### Prüfungen

25. August (Montag) Zwischentest G I	6. Oktober (Montag) Zwischentest G II	19. Dezember (Freitag) Zwischentest G III
15. September (Montag) Abschlussprüfung Grund- stufe I	27. Oktober (Montag) Abschlussprüfung Grund- stufe II	27. Februar 04 (Freitag) Abschlussprüfung Grund- stufe III

#### Abschluss des Kurses

*Zertifikat Deutsch als Fremdsprache*

## 2. Betreuungsangebot

Das Betreuungsangebot besteht aus einer individuellen und einer sozialen Betreuung, einem Tutorenprogramm und einem studienbegleitenden Förderprogramm Deutsch und wird in zwei Teile eingeteilt:

<b><i>Teil I: Vorlesungsfreie Zeit</i></b> <b>1. August 2003 – 26. Oktober 2003</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Individuelle Betreuung</li><li>• Soziale Betreuung</li><li>• Kulturprogramm</li><li>• Tutorenprogramm</li></ul>	<b><i>Teil II: WS 03/04</i></b> <b>27. Oktober 2003 – 29. Februar 2004</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Individuelle Betreuung</li><li>• Soziale Betreuung</li><li>• Studienbegleitendes Förderprogramm-Deutsch</li></ul>
--	---

Die Betreuung findet in den Sprachen Englisch und Deutsch statt.

### Die individuelle Betreuung umfasst

- Korrespondenz und Information mit Beginn der Auftragserteilung
- Zimmer- und Wohnungsvermittlung
- Abholung vom Bahnhof
- Anmeldung im Rathaus
- Einrichtung des Bankkontos
- Hilfe bei dem Abschluss der Krankenversicherung
- Immatrikulation an der Universität Kassel
- Begleitung beim Gang zur Ausländerbehörde bezüglich der Visumbeantragung und Visumverlängerung.
- Begleitung bei sonstigen Behördengängen.

### Soziale Betreuung und Kulturprogramm umfassen

- Empfang & Kennenlernabend
- Stadtführung (Einkaufsmöglichkeiten, Preise, etc.)
- Vorstellung der Universität Kassel (Aufbau, Fachbereiche, Serviceangebot, Bibliothek, Mensa)
- Einführung in das Studium an der Universität in Kassel
- Kultur- und Unterhaltungsangebot: Kinos, Sport usw.
- Vermittlung sozialer Kontakte: z.B. Erasmus-Initiative in Kassel, Lernen im Tandem.

### Das Tutorenprogramm umfasst

- Einführung in das Studentenleben in Kassel
- Vorstellung des Fachbereichs Elektrotechnik (FB 16)
- Vermittlung von sozialen Kontakten zu anderen Studierenden im FB 16
- Beratung zu studienrelevanten Inhalten: Hausarbeiten, Scheine, Klausuren, Diplomarbeiten, Veranstaltungen.
- Exkursionen bei Interesse.

Das Tutorenprogramm wird von internationalen und muttersprachlichen Studierenden des Fachbereichs 16 durchgeführt.

### Das studienbegleitende Förderprogramm Deutsch umfasst

- Lernberatung Deutsch
- Unterstützung bei Prüfungsvorbereitung
- Training der allgemeinsprachlichen Deutschkompetenz
- Vermittlung studienrelevanter Themen.

### Betreuungsangebot Teil I:

Vorlesungsfreie Zeit (1. August 2003– 26. Oktober)

	Stunden einzeln	Stunden insgesamt
<b>Individuelle Betreuung</b>	5 Stunden pro TeilnehmerIn= 5 Stunden x 30 = 150 Stunden	<b>150</b>
<b>Soziale Betreuung und Kulturprogramm</b>	12 Wochen x 4 Stunden = 48 Stunden	<b>48</b>
<b>Tutorenprogramm</b>	12 Wochen x 2 Stunden = 24 Stunden je Tutor 4 Tutoren = 24 Stunden x 4= 96	<b>96</b>
<b>Gesamt</b>		<b>294</b>



## Betreuungsangebot Teil II:

WS 03/04 (27. Oktober 2003– 29. Februar 2004)

	Stunden einzeln	Stunden insgesamt
<b>Individuelle Betreuung</b>	1 Sprechstunde pro Woche x 15 Wochen = 15 Stunden	<b>15</b>
<b>Soziale Betreuung und Kulturprogramm</b>	1 Sprechstunde pro Woche x 15 Wochen = 15 Stunden	<b>15</b>
<b>Studienbegleitendes Förderprogramm – Deutsch</b>	2 Stunden pro Woche x 15 Wochen = 30 Stunden	<b>30</b>
<b>Gesamt</b>		<b>60</b>

## Leistungsverzeichnis

<b>1. SPRACHKURS</b>		
<b>Nr.</b>	<b>Leistung</b>	<b>Zeitraum</b>
1.	Information und Beratung der Studieninteressierten bzgl. <ul style="list-style-type: none"><li>• formaler Anerkennungsvoraussetzung von Sprachlern-Vorleistungen</li><li>• Sprachstandsanalyse</li><li>• Voraussetzungen, Inhalten, Organisation und Zielen des Sprachkurses</li><li>• individueller Probleme und Anfragen</li></ul>	Ganzjährig (lt. Punkt 4 Prozesskette)
2.	Sprachunterricht Grundstufe I, II, III mit den Lehr- und Lernformen <ul style="list-style-type: none"><li>• Sprachkurs</li><li>• Projektkurs (Themen: Landeskunde, Interkulturelles Lernen, Deutsch am Arbeitsplatz, Fachsprache)</li><li>• Thematische Workshops</li><li>• Zertifikatstraining</li><li>• Vermittlung von Lernstrategien, autonomes Lernen</li><li>• Nutzung des Selbstlernzentrums, der Mediothek und anderen Programmen des Sprachenzentrums</li></ul>	1.8. – ca. 15.2. 2005 (lt. Punkt 16, 18, 25 Prozesskette)

<b>Nr.</b>	<b>Leistung</b>	<b>Zeitraum</b>
3.	Sprachprüfungen Grundstufe I, II, III und zusätzliche Zwischen-Leistungsstandtests	ca. 15.9.2004, ca. 18.10.2004, ca. 31.1.2005 und weitere Termine (lt. Punkt 17,19 Prozesskette)
4.	Sprachprüfung Zertifikat Deutsch	Ca. 15.2.2005 (lt. Punkt 28 Prozesskette)
5.	Kursbegleitendes Förderprogramm: • individuelle Lernberatung • bei Bedarf: Nachhilfe in Gruppen	1.8.2004 – 29.2.2005
6.	Bereitstellung aller Lehr- und Lernmaterialien	1.8.2004 – 29.2.2005

## 2. BETREUUNG

<b>Nr.</b>	<b>Leistung</b>	<b>Zeitraum</b>
1.	Individuelle E-Mail-Betreuung, Information, Beratung zu • Wohnraum • Reisevorbereitungen, Reiseplanung • Alltagsleben in Deutschland • individuelle Probleme und Anfragen	Ab Eintreffen der Anmeldeformulare 15.4.2004 (lt. Punkt 13 Prozesskette)
2.	Anmeldung der Wohnheim-Plätze, ggf. Suche nach Wohnraum auf dem freien Wohnungsmarkt	Ab Eintreffen der Anmeldeformulare (lt. Punkt 13 Prozesskette)
3.	Evaluierung des Betreuungsprogramms	Januar 2005, Meeting zweiter Donnerstag im Februar 2005 (lt. Punkt 29 Prozesskette)
4.	Tutorenprogramm mit TutorInnen des FB 16	1. Oktober 2004 – 29. Februar 2005
5.	Kulturprogramm	1. August 2004- 29. Februar 2005

### 3. FACHWISSENSCHAFTLICHE KONZEPTION, ORGANISATION UND KOOPERATION

Nr.	Leistung	Zeitraum
1.	Wissenschaftliche Begleitung und Optimierung des KUSS-Programms	Ganzjährig (lt. Punkt 2, 3 Prozesskette)
2.	Kooperation mit den beteiligten Einrichtungen der Universität (FB 16, Studienservice, Studentenwerk, Bibliothek, etc.)	Ganzjährig (lt. Prozesskette)
3.	Fortschreibung der Leistungsvereinbarung	November 2003 (normalerweise bis Mitte Juni lt. Punkt 3 Prozesskette)
4.	Mitarbeit an der Weiterentwicklung des Online-Tests	Bis Mitte Juni 2004 (lt. Punkt 5 Prozesskette)
5.	Übersenden eines Informationsblattes (Informationen zu Betreuungspaket, Sprachkurs, Ansprechpartnern im Sprachenzentrum), eines Anmeldeformulars für das KUSS-Programm und eines Anmeldeformulars für einen Wohnheimplatz an Herrn Keim	Bis 25.2.2004
6.	Abwicklung der Anmeldeprozedur für das KUSS-Programm	Bis 15.4.2004 (lt. Punkt 11 Prozesskette)
7.	Haushaltsüberwachung des KUSS-Programms	Ganzjährig (lt. Punkt 11 Prozesskette)
8.	Mitteilungen an Herrn Keim: • Geldeingang der Anmeldungen • Ergebnisse des Sprachtests Grundstufe II	Bis 6.5.2005 (lt. Punkt 11 Prozesskette) Ca. 20.10.2004 (lt. Punkt 20 Prozesskette)
9.	Abstimmung und Evaluierung des Programms	Bis Mitte Juni 2005 (lt. Punkt 3 Prozesskette)

## 4.3 Klientenorientierte Prozessoptimierung

### 4.3.1 Optimierung der Ablauforganisation des ECE-Studiengangs

*Bernt Armbruster*

Auslandsorientierte Studienangebote sind im internationalen Bildungsmarkt der direkten Konkurrenz ausgereifter Programme von Mitbewerbern ausgesetzt, die ihre akademische Attraktivität und ihren kommerziellen Erfolg nicht zuletzt einer klaren und verbindlichen Struktur und Qualität ihres Angebots verdanken. Dazu gehören nicht nur die inhaltliche Aktualität und wissenschaftliche Exzellenz eines Studienprogramms sowie sein potentieller Beitrag zur Förderung einer akademischen oder außerhochschulischen beruflichen Karriere. Für die meisten international orientierten Studieninteressenten ist es auch aus finanziellen Gründen unabdingbar, die Risiken eines aufwendigen Auslandsstudiums zu begrenzen. Studienangebote in diesem Markt müssen deshalb klar und verbindlich strukturiert sowie intensiv betreut sein, um den Studienerfolg im vorgesehen Zeitraum mit höchst möglicher Wahrscheinlichkeit sicherzustellen. Eine Tendenz, die auch in Deutschland dort zu beobachten ist, wo entsprechende Angebote nur gegen Gebühren gemacht werden.

Die wissenschaftliche Qualität eines Studienangebots zu gewährleisten ist in aller Regel an deutschen Hochschulen kein Problem. Problematisch jedoch ist - auch wenn eine qualitätsorientierte Auswahl die ausreichende Befähigung und Leistungsbereitschaft der Studierenden sicherstellt - die Gewährleistung des Studienerfolgs. Dieser Umstand ist mehrfach untersucht und belegt, auch für deutsche Studierende im eigenen Land, zumal für deren ausländische Kommilitonen. Die Ursachen dafür sind weitgehend bekannt: Deutsche Universitäten sind - anders als z.B. angelsächsische Hochschulen - überaus komplexe und heterogene Institutionen, stark dezentral organisiert und selbstgesteuert, mit einer Vielzahl von weitgehend eigenständig arbeitenden Einheiten und Personen, wenig ausgeprägten internen Koordinierungs- und Leitungsstrukturen, vielfach zersplitterten, oft kaum noch feststellbaren Verantwortlichkeiten und nicht sehr intensiv abgestimmten Abläufen. Diese Strukturen machen es nicht eben leicht, klar organisierte und verlässliche Studienprogramme zu etablieren, die den professionellen Wettbewerb mit den Programmen internationaler Konkurrenten bestehen können. Die spezifischen Probleme der internationalen Studierenden kommen noch hinzu: Ihre Orientierungsprobleme in der meist fremden Kultur, ihre Sprachprobleme im alltäglichen Umfeld, insbesondere bei englischsprachigen Programmen, ihre Gefahr, sich gegenüber den Studierenden anderer Studiengänge zu isolieren, die sich bei

einem sehr gedrängten und sehr fordernden Programm und bei knappen Zeitbudgets noch verschärft.

Unter solchen Gesichtspunkten war es klar, dass im Controlling des Studiengangsmarketings auch die hochschulinterne Ablauforganisation des ECE-Studiengangs zu untersuchen sein würde und dass es sich lohnen würde, eine Optimierung der Ablaufprozesse zu erreichen, geht es hierbei doch häufig genau um die beschriebenen erforderlichen Services. Hinzu kam, dass nach Ablauf der Anschubförderung des Studiengangs durch den DAAD als Pilotprojekt ein Übergang in den „Regelbetrieb“ des Fachbereichs und der Universität zu organisieren war. Hinweise auf diese Notwendigkeit hatten sich unübersehbar auch aus Konflikten und Unzulänglichkeiten ergeben, deren Ursachen häufig in Unklarheiten der Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten, aber auch im fehlenden Zusammenspiel der Beteiligten begründet waren. Dabei handelte es sich auch um Probleme der Arbeitsteilung und Verantwortlichkeit im Fachbereich selbst, aber mindestens ebenso zwischen den dezentralen Stellen im Fachbereich und den zentralen Universitätseinrichtungen sowie der zentralen Universitätsverwaltung. Lässt man die externen Kooperationspartner dieses Studiengangs (Studentenwerk, Wissenschaftsministerium, DAAD, Akkreditierungsagentur, Ausländische Universitätspartner, GATE, Industrie) einmal außen vor, so sind allein hochschulintern an einem kleinen Programm wie dem ECE-Studiengang 14 weitgehend selbständige Kooperationspartner beteiligt: im Fachbereich selbst die Gemeinschaft der beteiligten Hochschullehrer, der Programm-Verantwortliche, seine Mitarbeiter/innen, der Studienservice, der Fachbereichsrat, der Dekan und der Studiendekan; und auf Universitätsebene das Sprachenzentrum, die Abteilung Studium und Lehre, hier speziell der zentrale Studienservice, die Abteilung Kommunikation und Internationales, hier speziell das Auslandsmarketing, sowie gelegentlich die zuständigen Referate der Hochschulentwicklungsplanung und die Hochschulleitung. Dies ist sicher von Hochschule zu Hochschule im Einzelnen anders organisiert. Sicher ist aber auch, dass der allgemeine heterogene Charakter solcher Strukturen sich nicht sehr unterscheidet und deshalb immer ein sehr gut durchdachtes, auf die Situation und den Erfolg der Studierenden zugeschnittenes Zusammenspiel der Beteiligten erforderlich macht.

Ausgelöst durch immer wieder auftretende Konflikte und Unklarheiten über Ressourcen und Abläufe während der Implementationsphase des ECE-Studiengangs, die mehrfach nur durch das Eingreifen der Universitätsleitung gelöst werden konnten, sowie durch die Bereitschaft der Beteiligten, sich flexibel auf improvisierte Zwischenlösungen einzustellen, um die Kooperationsprobleme nicht – oder wenigstens so wenig wie möglich – auf dem Rücken der Studieninteressenten und Studierenden auszutragen, ergriff der Leiter des Zentralen Studienservice der Universität erste Initiativen, um auf der

Basis einer Ablaufplanung zu klareren Absprachen und koordinierten Arbeitsweisen zu kommen. Diese Initiative wurde im Projekt-Team aufgegriffen. Da im Projekt-Team die hochschulinternen Kooperationspartner im wesentlichen vertreten waren, bot es eine ausgezeichnete Plattform, um in einen arbeitsintensiven Abstimmungsprozess einzutreten, bei dem bis ins Detail eine Prozesskette für den ECE-Studiengang entwickelt wurde (siehe im einzelnen nächster Abschnitt).

Dabei wurden die Verantwortlichkeiten, Abläufe und Termine für folgende Aspekte geregelt:

- Marketing
- Studierendenauswahl
- Studierendenzulassung und Immatrikulation
- Sprachprogramm
- Betreuungsprogramm
- Studienprogramm
- Alumnibetreuung
- Evaluierung und Qualitätssicherung.

Als Eckdaten für den Terminablauf im Jahresrhythmus wurden abgestimmt:

Bewerbungsfrist	bis 15. Januar
Bedingte Zulassung zum Vorbereitungssemester	bis 10. März
Anmeldefrist für Sprach- und Betreuungsprogramm	bis 15. April
Endgültige Zulassung zum Vorbereitungssemester	bis 15. Mai
Evaluierung und Optimierung des ECE-Studiengangs	für das Folgejahr jeweils Mitte Juni
Start des Sprach- und Betreuungsprogramms	ab 1. August
Sprachtest Grundstufe II	18. Oktober
Immatrikulation für das Vorbereitungssemester	bis 1. November
Start des Vorbereitungssemesters	Mitte Oktober
Sprachtest Grundstufe III	Mitte Februar
Evaluierung und Optimierung des Vorbereitungssemesters	jeweils 2. Donnerstag im Februar
Immatrikulation für das Master-Programm	bis Mitte April
Start Studienmodell ECE 1-4	ab Mitte April

Die im Projekt erarbeitete Prozesskette hatte von den vorhandenen personellen und materiellen Ressourcen auszugehen und konnte von daher nur einen Beitrag dazu leisten, im Rahmen der bestehenden Möglichkeiten die Effizienz der Abläufe im Studiengang zu verbessern und für die Klienten zu optimieren. Sie wurde vom Fachbereich unmittelbar übernommen und ist seither Grundlage für die Ablauforganisation des Studiengangs. Sie wird nun im Fachbereich selbst gemeinsam mit den Beteiligten weiterentwickelt und dient damit auch der weiteren Optimierung des Studiengangs. Seit der Umsetzung der Prozesskette hat sich eine spürbare Entlastung im Zusammenspiel aller Beteiligten, eine deutliche Reduzierung der Konflikte sowie eine klare Ablaufstruktur eingestellt, die zur Wettbewerbsfähigkeit des Programms wesentlich beitragen dürfte.

### 4.3.2 Prozesskette für den ECE-Studiengang

Bernt Arnbruster, Lothar Flöther

Nr.	Beschreibung des Prozesses	Mittel	Zuständigkeit	Zeit
1	<p>Marketing- und Rekrutierungsaktivitäten</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einbeziehung des ECE-Programms in das Auslandsmarketing der UNIK</li> <li>• Beteiligung an DAAD- und GATE- Aktivitäten</li> </ul>	<p>Einbeziehung in die internationale Netzwerk-Kommunikation der UNIK, Multiplikatoren-Information, Beteiligung der Mittler-Organisationen, UNIK-Werbe-Medien, Einbindung in den Internet-Auftritt der UNIK</p> <p>Messen, Multiplikatoren-Veranstaltungen, Medien etc.</p>	<p>Abteilung Kommunikation und Internationales/ Auslandsmarketing (Frau Linke) in Zusammenarbeit mit Studiendekan, FB 16, (Prof. Dr. Werner), Programmverantwortlicher, FB 16 (Prof. Dr. Kompa) und Studienservice FB 16 (Herr Berdelsmann, Frau Castillo) Studiendekan des FB 16 (Prof. Dr. Werner) in Zusammenarbeit mit Programmverantwortlicher, FB 16 (Prof. Dr. Kompa) und Abteilung Kommunikation und Internationales/ Auslandsmarketing (Frau Linke)</p>	<p>Ganzjährig</p>



Nr.	Beschreibung des Prozesses	Mittel	Zuständigkeit	Zeit
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gezielte Marketing- und Sponsoringaktivitäten des ECE-Programms</li> </ul>	<p>Vortrags- und Info-Reisen, Partner-Pflege und Einwerbung von Sponsoren-Mitteln für Stipendien- und Programm-Ressourcen, Fachgespräche, Studien- und Studienfachberatung,</p> <p>Website, Medien, Events etc.</p>	<p>Programm-Verantwortlicher FB 16 (Prof. Dr. Kompa),</p> <p>Studienservice FB 16 (Herr Berdelsmann, Frau Castillo) und am Programm beteiligte Hochschullehrer/innen</p> <p>Studiendekan FB 16 (Prof. Dr. Werner), Geschäftsstelle des Dekanats (Frau Weidemann), Studienservice FB 16 (Herr Berdelsmann, Frau Castillo)</p>	Ganzjährig
2	<p><b>Abstimmung, Evaluierung und Weiterentwicklung des ECE-Studienprogramms</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Standardisierte Jahrgangsbefragung der Programm-Teilnehmer</li> </ul>	Fragebogen (lt. CHE-Projekt), standardisierte Auswertung	Studienservice FB 16 (Herr Berdelsmann, Frau Castillo)	jährlich, jeweils bis Mitte Juni

Nr.	Beschreibung des Prozesses	Mittel	Zuständigkeit	Zeit
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bewertung der Evaluierungsergebnisse (Standardisierte Jahrgangsbefragung und Online-Vorabtest) und Optimierung des Studienangebots für den nächsten Kurs bzw. für die Re-Akkreditierung</li> </ul>	Konferenz, E-Mail	Programm-Verantwortlicher FB 16 (Prof. Dr. Kompa) in Kooperation mit den beteiligten Hochschullehrer/innen, dem Studiendekan des FB 16 (Prof. Dr. Werner), dem Studienservice FB 16 (Herr Berdelsmann) und dem Sprachenzentrum (Dr. Slivensky)	
3	<b>Abstimmung, Evaluierung und Weiterentwicklung des Betreuungsangebots KUSS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Auswertung der Jahrgangsbefragungen und eigener Erhebungen für die Weiterentwicklung des begleitenden Sprachausbildungsprogramms und Betreuungsprogramms „Kultur, Sprache, Soziales (KUSS)“</li> </ul>	Konferenz, E-Mail	Sprachenzentrum (Dr. Slivensky) in Kooperation mit dem Studienservice des FB 16 (Herr Berdelsmann) und dem Programm-Verantwortlichen (Prof. Dr. Kompa)	jährlich, jeweils bis Mitte Juni

Nr.	Beschreibung des Prozesses	Mittel	Zuständigkeit	Zeit
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erneuerung und Fortschreibung der Leistungsvereinbarung zwischen dem Sprachenzentrum und dem FB 16</li> </ul>	Konferenz, Vereinbarung	Sprachenzentrum (Dr. Slivensky), Dekan des FB 16 (Prof. Dr. Leohold) in Abstimmung mit Studiendekan FB 16 (Prof. Dr. Werner), Studienservice FB 16 (Herr Berdelsmann) und Programmverantwortlicher FB 16 (Prof. Dr. Kompa)	jährlich, jeweils bis Mitte Juni für das Folgejahr
4	<b>Beantwortung von Anfragen von ECE-Studieninteressenten</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Beantwortung von Studienanfragen durch Verweis auf Website des FB 16</li> <li>Beantwortung individueller Anfragen zum Online-Test und zum Programm</li> </ul>	Telefon, E-Mail (Standard-E-Mail, FAQ), Post, Link Telefon, e-mail	Zentraler Studienservice, Studienservice FB 16, Akad. Auslandsamt, Professor/innen Je nach Zuständigkeit	Ganzjährig
5	<b>Qualitätssicherung in der Bewerber/innen/auswahl</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorauswahl durch Online-Vorabtest der Interessent/innen</li> <li>Aktualisierung und Pflege der Software</li> </ul>	Website des FB 16 und Online-Vorabtest auf <a href="http://www.uni-kassel.de/fb16/hft/msc.html">http://www.uni-kassel.de/fb16/hft/msc.html</a>	Programm-Verantwortlicher FB 16 (Prof. Dr. Kompa, Herr Weide)	Ganzjährig jeweils Juli

Nr.	Beschreibung des Prozesses	Mittel	Zuständigkeit	Zeit
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Standardisierte Evaluierung der Testergebnisse und Information der weiteren Programm-Beteiligten (Studien-dekan, Programmverantwortlicher, Studienservice FB 16, Abteilung Studium und Lehre/Zentraler Studienservice, Abteilung Kommunikation und Internationales/Auslandsmarketing, Studienzentrum/Sprachenzentrum</li> </ul>	Software lt. CHE-Projekt	Programm-Verantwortlicher FB 16 (Prof. Dr. Kompa, Herr Weide)	jährlich, bis Mitte Juni (siehe Punkt 2 und 3)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entscheidungen zur Weiterentwicklung der Website-Informationen und der Inhalte des Online-Vorabtests</li> </ul>	E-Mail, nach Bedarf Konferenz	Programm-Koordinator FB 16 (Prof. Kompa) im Einvernehmen mit dem Sprachenzentrum (Dr. Slivensky) und dem Studienservice FB 16 (Herr Berdelsmann), im Konfliktfall der Dekan FB 16 (Prof. Dr. Leohold)	jährlich, bis Mitte Juni siehe Punkt 2+ 3
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aktualisierung der ECE Website</li> </ul>		Geschäftsstelle des Dekanats (Frau Weidemann)	Ganzjährig

Nr.	Beschreibung des Prozesses	Mittel	Zuständigkeit	Zeit
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eingang der Anträge auf Zulassung-Ergebnis Online-Test</li> <li>• Ergänzung durch Protokoll des Online-Tests</li> <li>• Weiterleitung der Zulassungsanträge nach Ländern und Notwendigkeiten geordnet an den Programm-Verantwortlichen (Prof. Dr. Kompa)</li> <li>• Eingangsbestätigung an Antragsteller/innen und E-Mail-Kontakt</li> </ul>	<p>Listen, Protokolle</p> <p>E-Mail</p>	Studienservice FB 16	bis 15.01. Bewerbungsfrist Weiterleitung bis spätestens 25.01.
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung einer Zulassungs-Rangliste nach Qualifikation</li> </ul>		Programmverantwortlicher FB 16 (Prof. Dr. Kompa) in Abstimmung mit den beteiligten Professoren/innen	bis 7.2.
8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Benachrichtigung der ersten 25 Personen auf der Rangliste</li> <li>• Als Service nochmalige Detailinformationen über Sprachkurs, Termine, Kosten, Modalitäten der Visa-Beschaffung etc</li> </ul>	E-Mail	Studienservice FB 16	bis 15.02

Nr.	Beschreibung des Prozesses	Mittel	Zuständigkeit	Zeit
8	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufforderung an Bewerber/innen, innerhalb einer Woche zu erklären, ob sie den Studienplatz annehmen oder verzichten</li> </ul>	E-Mail	Studienservice FB 16	bis 15.02
9	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weiterleitung der Zulassungsanträge an die Abteilung Studium und Lehre/Zentraler Studienservice (Herrn Keim)</li> <li>• Übersenden eines Informationsblattes (Informationen zu Sprachkurs, Studienbeginn, Ansprechpartnern im Sprachenzentrum und im FB 16), eines Anmeldeformulars für das KUSS-Programm des Sprachenzentrums und eines Anmeldeformulars für einen Studenten-Wohnheimsplatz an die Abteilung Studium und Lehre/Zentraler Studienservice (Herrn Keim)</li> </ul>	Anträge, Info-Blätter, Anmeldeformulare	Studienservice FB 16 (Frau Castillo), Sprachenzentrum	bis 25.02.

Nr.	Beschreibung des Prozesses	Mittel	Zuständigkeit	Zeit
9	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beantwortung individueller Rückfragen von Antragsteller/innen</li> </ul>	E-Mail	Je nach Zuständigkeit	Bei Nachfrage
10	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Förmliche Prüfung der Zulassungsanträge</li> <li>• Erstellen und Absenden der Zulassungsbescheide mit be dingter Zulassung (Zahlungs vorbehalt), Absenden des In fo-Blattes, des Anmeldefor mulars für das KUSS- Programm des Sprachenzent rums und des Anmeldefor mulars für das Studentenwohn heim</li> <li>• Zulassungsbescheid versen den</li> </ul>	per Kurier, Rechnung an FB 16 (Kostenstelle des Projekts)	Abteilung Studium und Lehre/ Zentraler Studienservice (Herr Keim)	bis 10.03.
11	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anmeldeschluss für das KUSS-Programm des Spra chenzentrums</li> <li>• Anmeldeschluss für den Stu dentenwohnheim-Platz</li> </ul>		Sprachenzentrum	bis 15.04.

Nr.	Beschreibung des Prozesses	Mittel	Zuständigkeit	Zeit
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prüfung des Geldeingangs und Meldung an Abteilung Studium und Lehre/Zentraler Studienservice (Herrn Keim)</li> </ul>			bis 6.5.
12	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Endgültiger, zur Einreise berechtigender Zulassungsbescheid</li> </ul>		Abteilung Studium und Lehre/ Zentraler Studienservice (Herr Keim)	bis 15.05.
13	<b>Individuelle E-Mail-Betreuung im Rahmen des Programms „KUSS“; Informationen und Beratung zu</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wohnraum</li> <li>• Sprachkurs</li> <li>• Reisevorbereitungen, Anreiseplanung</li> <li>• Alltagsleben in Deutschland</li> <li>• Indiv. Probleme/Anfragen</li> </ul>		Sprachenzentrum	Ab Eintreffen der Anmeldeformulare (15.04)
14	Falls weniger als 20 Bewerber/innen den Studienplatz annehmen bzw. kein Geld eingeht, werden Schritte 8-10 für die nächsten Personen auf der Rangliste durchgeführt	(wie oben)	(wie oben)	



Nr.	Beschreibung des Prozesses	Mittel	Zuständigkeit	Zeit
15	<b>KUSS-Programm vor Ort:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Individuelle Abholung am Bahnhof, Begleitung zur Unterkunft</li> <li>• Erledigung von Verwaltungsgängen</li> <li>• Soziale Betreuung</li> <li>• Kulturprogramm</li> <li>• Begrüßung im KUSS-Programm und Vorstellung der Studierenden</li> </ul>		Sprachenzentrum	ab 1.08.
16	<b>Im Rahmen von KUSS:</b> Sprachkurs Grundstufe I		Sprachenzentrum	01.08. – 15.09.
17	Sprachtest Deutsch auf Niveau Grundstufe I			15.09.
18	Sprachkurs Grundstufe II		Sprachenzentrum	16.09. – 18.10.
19	Sprachtest Deutsch auf Niveau Grundstufe II		Sprachenzentrum	18.10.
20	Mitteilung der Ergebnisse des Sprachtests an Herrn Keim		Sprachenzentrum	20.10.

Nr.	Beschreibung des Prozesses	Mittel	Zuständigkeit	Zeit
21	Immatrikulation der Bewerber(innen), die den Sprachtest bestanden haben, in das Vorbereitungssemester		Zentraler Studienservice	bis spätestens 01.11.
22	Offizielle Begrüßung der ECE-Studierenden	Im Rahmen der Orientierungs-Woche des FB 16	Dekan FB 16 (Prof. Dr. Leohold), Programmverantwortlicher (Prof. Dr. Kompa)	Mitte Oktober
23	Offizielle Welcome Ceremony im Fachbereich 16 im Rahmen der Diplomanden-Feier des Fachbereich 16	Event mit kleinem Kultur-Programm von ECE-Studierenden	Geschäftsstelle des Dekanats Fachbereich 16 (Frau Weidemann) in Zusammenarbeit mit Senior ECE Students	jeweils 1. Freitag im November
24	Beginn des ECE-Programms: Vorbereitungssemester/ Preparatory Study	Lehrveranstaltungen	Studienmodelle: Programm-Koordinator FB 16 (Prof. Kompa) und beteiligte Hochschullehrer/innen. Für die Einhaltung der Studien- und Prüfungsordnung und die Studienorganisation: Vorsitzender des ECE-Prüfungsausschusses (Prof. Dr. Kompa), Studienservice FB 16.	Ab Mitte Oktober Studienbegleitende Prüfungsleistungen
25	Sprachkurs Grundstufe III		Sprachenzentrum	2. Lehrveranstaltungswoche im WS

Nr.	Beschreibung des Prozesses	Mittel	Zuständigkeit	Zeit
26	Studienbegleitende Informationsveranstaltungen	Bedarfsorientierte Infoveranstaltung während des Vorbereitungssemesters zur intensiven Einführung in den Studienablauf und in die Studienmodelle und in die Studien- und Prüfungsordnung	Studienservice FB 16 in Verbindung mit den jeweils Verantwortlichen (siehe 24)	20.10. bis 14.02
27	„Visit to the Labs“	Präsentation und Erläuterung der Studienmodell des ECE-Programms in den Laboren der Fachgebiete	Beteiligte Leiter/innen der Fachgebiete im FB 16	in der Orientierungswoche des FBs
28	Sprachtest: Zertifikat Deutsch als Fremdsprache (Abschluss Grundstufe III) und Mitteilung der Testergebnisse an die Abt.II		Das die Prüfung abnehmende Sprachinstitut	bis 10.03.
29	Antrag		Abt.II	bis 20.03.
30	Evaluierung des Vorbereitungssemesters (Studieninhalte, Sprachausbildung, Studienorganisation, Betreuungsprogramm)	Meeting	Studienservice FB 16 (Herr Berdelsmann, Frau Castillo) mit Beteiligung Studiendekan (Prof. Dr. Werner), beteiligte Hochschullehrer/-innen und Sprachenzentrum	jeweils zweiter Donners-tag im Februar

Nr.	Beschreibung des Prozesses	Mittel	Zuständigkeit	Zeit
<b>31</b>	ECE-Master-Studienprogramm Studienmodelle ECE 1, ECE 2, ECE 3, ECE 4 1. und 2. Semester	Lehrveranstaltungen	(siehe 24)	15.04.- 14.02. Studienbe- gleitende Prüfungs- leistungen
<b>32</b>	ECE-Master-Studienprogramm und Master-Thesis 3. Semester	Lehrveranstaltungen	(siehe 24)	ab 15. 04.
<b>33</b>	Abschlussfeier und Übergabe der M.Sc Urkunden	Im Rahmen der Abschluss- feier FB 16	Dekan FB 16 (Prof. Dr. Leohold), Stu- diendekan (Prof. Dr. Werner) und Stu- dienservice FB 16 (Herr Berdelsmann, Frau Castillo)	jeweils 1. Freitag im November
<b>34</b>	Aufbau und Pflege der ECE- Alumni-Kontakte	Datenbank, Internet, E- Mail, Einladung zu Veran- staltungen, Kontinuier- licher Informationsfluss, Netzwerk	Studiendekan (Prof. Dr. Werner), Stu- dienservice FB 16 (Herr Berdelsmann, Frau Castillo), Fachgebiete und Uni- Kassel-Transfer/Alumni & Career Ser- vice (Dr. Sachs)	ganzjährig

## **5. Controlling im Bindungs-Marketing: Alumni Aktivitäten**

*Markus F. Langer*

*Die Ehemaligen einer Hochschule sind deren Kapital für die Zukunft; dies ist unterdessen weitgehend unbestritten. Für ein derart exklusives Programm wie den ECE-Studiengang gilt dies in besonderem Maße. Sich der andauernden Loyalität der (ehemaligen) Studierenden zu versichern, ist daher wichtige Aufgabe des Studiengangsmanagements. Die durchweg internationale Zusammensetzung der Alumni erfordert dabei besondere konzeptionelle Anstrengungen. Dass diese Anstrengungen schon relativ kurzfristig durch Mund-zu-Mund-Werbung belohnt werden, haben die Expertengespräche im Rahmen des Projektes gezeigt.*

*Die Bedingungen für das Alumnimarketing des ECE-Studiengangs sind an der Uni Kassel als gut zu bezeichnen. Unterdessen existiert eine umfassende zentrale Unterstützung (u.a. Portal, Newsletter) für das Alumnimarketing der dezentralen Einheiten. Dies enthebt aber insbesondere die Fachbereiche nicht der Verantwortung, hier mit eigenen Konzepten „anzudocken“ und in diese Konzepte den zentralen Support in sinnvoller Weise zu integrieren. Die Verantwortung im engeren Sinne für das Alumnimarketing des ECE-Studiengangs liegt aber noch eine Ebene tiefer bei den für den Studiengang Zuständigen, das heißt insbesondere in den Fachgebieten. Hier sind noch erhebliche Spielräume zu verzeichnen, die – soll das Alumnimarketing gelingen – bald genutzt werden müssen.*

### **Zielsetzung und Grobkonzept**

Alumni des ECE-Studiengangs sind für diesen

- Botschafter und Werbeträger,
- Qualitätsindikator und Aushängeschild sowie
- Informationsquelle für Image- und Erfolgsanalysen.

Es liegt damit im ureigensten Interesse der für den Studiengang Verantwortlichen, die Kontakte zu **k e i n e m** der ehemaligen Studierenden zu verlieren, also auch dort einen Kontakt über die Alumniarbeit aufzubauen, wo er auf „natürlichem“ Wege nicht zustande kommt.

Um der beschriebenen Funktion gerecht zu werden, bedarf das Alumnimarketing für den ECE-Studiengang zwingend einer stringenten Konzeption.

Dies erscheint momentan nicht leistbar. Was allerdings zunächst und jetzt unbedingt zu tun wäre, lässt sich in etwa wie folgt umreißen:

1. *Aktualisierung der vorhandenen Adressdatenbank des Fachbereichs Elektrotechnik/Informatik* und verstärkte Werbung für die Alumni-Datenbank der Universität Kassel unter den Absolventen des ECE-Studiengangs.
2. *Kontaktaufnahme und Vorstellung Alumni-Netzwerk sowie Response:* Unmittelbar nach Fertigstellung der Adressdatenbank sollte ein erster Kontakt zu den Alumni aufgenommen werden. Durch ein motivierendes Anschreiben sowie ein Give-Away (Anstecknadel?) sollte dazu angeregt werden, sich online in die Alumni-Datenbank einzutragen.
3. *Kontakterhaltung:* Zunächst gilt es dann den Mitgliedern des Netzwerkes zu signalisieren, dass dieses „lebt“. Dazu kann zunächst der bereits in der Nummer 5 erscheinende elektronische Newsletter AlumNews der Universität Kassel genutzt werden, der vom Alumni & Career Service zweimal im Semester herausgegeben wird.
4. *Zusammengehörigkeitsgefühl stärken:* Im nächsten Schritt wäre dann zu prüfen, wie durch die Gründung von Regionalgruppen oder ein Home-Coming-Event das Zusammengehörigkeitsgefühl noch weiter gestärkt werden kann.
5. *Nutzung der Alumni-Kontakte:* Regelmäßige Information der Alumni über laufende Aktivitäten der Uni Kassel, über neue Studienprogramme, natürlich über das laufende Programm, ggf. Instrumentalisierung der Alumni als Vortragsredner auf Messen, als Testimonials, Befragung unter Alumni,
6. *Mitgliedsbeitrag und Spenden:* Erst wenn diese ersten Schritte durchlaufen sind, die Bindung hergestellt wurde, erscheint es zweckmäßig und statthaft darüber nachzudenken, wie zum einen ein kostendeckender Beitrag erhoben werden kann und ob es möglich ist, darüber hinaus finanzielle Unterstützung durch die Alumni zu erhalten.

Die beschriebenen Schritte sind in einen sinnvollen zeitlichen Zusammenhang zu bringen. Die Schritte eins und zwei drängen und können vom Studiengang sofort angegangen werden, für Schritt drei kann zunächst der hochschulübergreifende AlumniNewsletter genutzt werden, bis spezielle Kommunikationsorgane des Studiengangs entwickelt sind. – die Schritte 4 und 5 sind sinnvollerweise für 2005 auf die Tagesordnung zu setzen. Weitergehendes wie z.B. unter Punkt 6 beschrieben wäre im Anschluss weiter zu betreiben.

## **Stand im ECE-Studiengang**

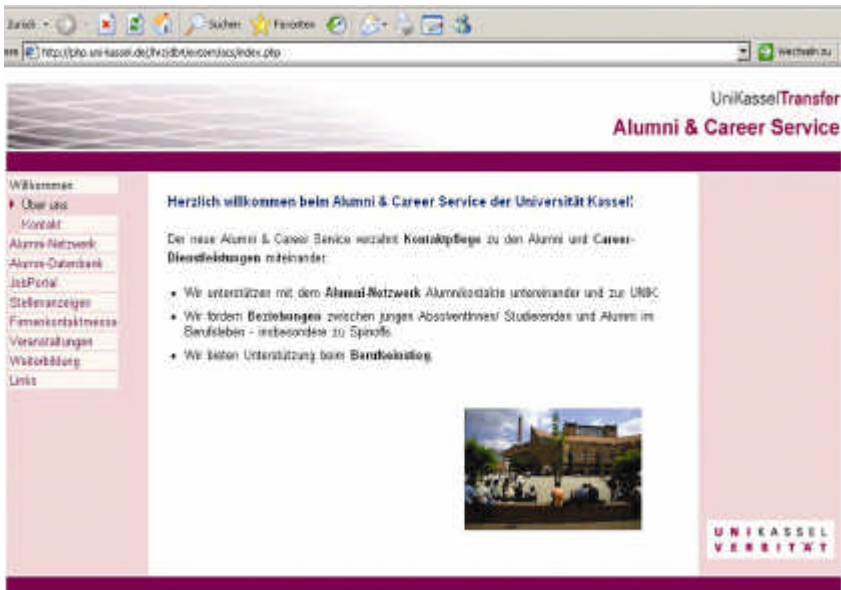
Gegenüber diesem erstrebenswerten Vorgehen und Zielzustand stellt sich die Alumniarbeit auf den verschiedenen Ebenen der Universität Kassel derzeit wie folgt dar:

### **Hochschulweite Alumniarbeit**

Die Pflege der Kontakte zu den Alumni der Universität Kassel wird auf unterschiedlichen Ebenen und zu spezifischen Thematiken an der Hochschule geleistet. Es wird eine – von der Hochschulleitung getragene und mit den Fachbereichen jeweils abgestimmte - Strategie der verteilten Aufgaben auf dezentraler und zentraler Ebene verfolgt. Elemente der Kontaktpflege zu den Alumni sind z.B.: Elektronischer Newsletter AlumNews (zwei Ausgaben pro Semester) mit Nachrichten aus den Fachbereichen an Alumni, die sich in der Online-Alumni-Datenbank eintragen. Hinzu kommen regelmäßige Alumni-Porträts im Internetauftritt der Universität Kassel, Unterstützung bei der Personalrekrutierung speziell für Spinoffs, TOP-Alumni-Dinner bei Hochschul-events etc.

Dadurch werden die Fachbereiche von dem zentralen Alumni & Career Service der Universität Kassel bei der Kontaktpflege zu den Absolventen unterstützt. Als wichtige Plattform für die Kontaktpflege zu den Alumni ist eine Online-Alumni-Datenbank entwickelt worden. Diese Online-Alumni-Datenbank wird im Alumni & Career Service zentral betreut und steht den Fachbereichen der Universität Kassel dezentral für ihre eigene Absolventenarbeit zur Verfügung. Die Fachbereiche haben über die Datenbank Zugang zu den eingetragenen Alumni ihres Fachbereiches und können stabile Kommunikationswege aufbauen und pflegen. Die Alumni-Datenbank ist keine bloße Adressdatenbank, sondern sie ermöglicht es den Alumni auch, untereinander Kontakt zu halten, nach anderen Ehemaligen zu suchen sowie nach beruflichen Kompetenzen von Absolventen anderer Fachbereiche zu recherchieren. Der Hochschule resp. dem betreffenden Fachbereich vermittelt die Alumni-Datenbank wichtige Informationen, die für die Verbesserung von Lehre, Studium und Weiterbildung genutzt werden können.

Die Online-Alumni-Datenbank wird zentral sowie dezentral in den Fachbereichen beworben: Dazu werden die Absolventenfeiern zur Bewerbung bei den jungen Absolventen genutzt; allen Abschlusszeugnissen wird seit kurzem zudem ein entsprechender Werbeflyer beigelegt.



<http://www.uni-kassel.de/aww>

Die Absolventenarbeit der Universität wird auch unterstützt durch den Kasseler Hochschulbund (KHB), die Gesellschaft für den kaufmännischen Fach- und Führungsnachwuchs (GFF), sowie von einschlägigen Fachorganisationen.

### Fachbereichsweite Absolventenarbeit

Am Fachbereich Elektrotechnik/Informatik werden Aktivitäten zur Bindung von Absolventen seit längerem auf Leitungsebene in verschiedener Form unterstützt. Um die Zielgruppe der Absolventen mit wissenschaftlichem Abschluss und die Doktoranden kümmert sich ein Nachwuchsbeauftragter des Fachbereichs. Aktuell hat diese Funktion Herr Prof. Dr. Hillmer inne.

Ein Event besonderer Art sind die Absolventenfeiern mit den Familienangehörigen und Freunden, die jeden 1. Freitag im Juni und November für die Absolventen aller Studiengänge stattfinden. Hier wird jeweils auch durch den Dekan auf die Alumni-Datenbank der Universität Kassel hingewiesen und entsprechende Flyer werden ausgelegt.

Angesichts der vorliegenden Erfahrungen kann davon ausgegangen werden, dass den Fachgebieten, mehr als dem organisatorischen Zusammenschluss, eine originäre Bedeutung im Alumnimarketing zukommt. Es geht dort um die Nutzung nicht nur des Fachs sondern auch um fach- und berufsspezifische Aspekte.



## Die Absolventenbetreuung durch die Fachgebiete

Für die Absolventen sind die Fachgebiete, insbesondere in denen sie ihre wissenschaftlichen Arbeiten geschrieben haben, sehr häufig eine so etwas wie eine "Heimat" an der Hochschule. Sie verbrachten dort einen Großteil der Zeit für die Studienabschlussarbeit und bauten persönliche Bindungen auf. Nähere Informationen sind zu finden auf den Seiten der Fachgebiete. Beispielhaft sei die Seite der Kommunikationstechnik genannt: <http://www.comtec.e-technik.uni-kassel.de/> (Information-Events-Alumnitreffen). Es ist davon auszugehen, dass auf der Ebene der Fachgebiete die tragfähigen Kontakte entstehen, die zu einer langfristigen Bindung der Absolventen an das Fachgebiet und damit an die Hochschule führen. In letzter Konsequenz bedeutet dies, dass insbesondere diese dritte Ebene mit Blick auf das Alumnimarketing „in der Pflicht“ ist.

## Fazit

Obwohl klar ist, was getan werden muss und auf den verschiedensten Ebenen der Universität bereits grundlegende Schritte unternommen werden, gibt es noch kein überzeugendes und ganzheitliches Konzept für das Alumnimarketing des Studiengangs ECE. Dies ist insofern unbefriedigend als aus den diversen Befragungen und Recherchen deutlich wurde, dass gerade Alumni das beste „Kommunikationsinstrument“ sind. In der Folge muss dem Alumnimarketing daher besondere Aufmerksamkeit zuteil werden. Die auf zentraler Ebene eingeleiteten Maßnahmen (Datenbank, Portal, Newsletter etc.) bieten dafür eine gute Basis, die der Fachbereich nutzen sollte. Darüber hinaus ist die Frage offen, wer Verantwortung und Arbeit auf der für das Alumnimarketing so wichtigen dritten Ebene, also der der Fachgebiete jeweils übernehmen soll. Auch die Verantwortlichkeit für die Alumni des ECE-Studiengangs muss schnellstens geregelt werden.



## **6. Erfolgsfaktoren für auslandsorientierte Studiengänge: Der ECE-Studiengang in der Gesamtbewertung**

*Markus F. Langer, Ute Lanzendorf*

Die Zielsetzung auslandsorientierter Studienangebote wie des ECE Programms ist es, qualifizierten, internationalen akademischen Nachwuchs zu gewinnen und zugleich einen Beitrag zur weltweiten wissenschaftlichen Zusammenarbeit zu leisten. Studienangebote sind dann erfolgreich, wenn sie diese Zielsetzung erreichen, d.h. wenn es ihnen gelingt, für Studienplätze entsprechend qualifizierte Studierende zu rekrutieren.

In der Literatur werden eine Reihe von Erfolgsfaktoren benannt, die sich nach der Ebene der Verantwortung zuordnen lassen:

### *a) Erfolgsfaktoren auf Ebene der Fachbereiche:*

- sämtliche den Kern des Studiengangs betreffenden Angelegenheiten, so insbesondere das fachliche Profil, die Unterrichtssprache sowie die Marktrelevanz der vermittelten Inhalte,
- die Betreuung der Studierenden, und zwar vor allem in fachlicher Perspektive sowie
- ein akkumulierendes Prüfungssystem und eine Dokumentation der Lehrinhalte auf Modulebene in einer Weise, dass diese auch im jeweiligen Heimatland der Studierenden und auf internationalen Märkten im Allgemeinen nachvollziehbar sind.

### *b) Erfolgsfaktoren auf Ebene von Fachbereichen und Hochschulverwaltung:*

- Das Bewerbungsverfahren muss unbürokratisch gestaltet und auf Bedürfnisse und Möglichkeiten der internationalen Studierenden abgestimmt sein. Dazu gehört auch die weitgehende Englischsprachigkeit aller Unterlagen, Informationen und Formulare.
- Das Bewerbungsverfahren muss auf Basis einer sicheren Bewertung ausländischer Hochschuleleistungen erfolgen, eine sorgfältige und treffsichere Auswahl geeigneter Studierender sicher gestellt sein.
- Die soziokulturelle Integration der ausländischen Studierenden muss sicher gestellt sein. Dazu gehört die Einführung in Hochschule und Kultur in Deutschland ebenso wie Serviceleistungen bei Wohnungssuche etc. und die Vermittlung von zumindest Grundkenntnissen der deutschen Sprache. Eine regionale Streuung der Herkunftsländer der Studierenden unterstützt dieses Ziel.
- Auslandsmarketing ist für den Erfolg eines derartigen Studienprogramms unabdingbar. Neben englischsprachigen Informationen

und aussagekräftigen Informationen im Internet gehört dazu auch die abgestimmte internationale Präsentation des Angebotes auf Tagungen, Kongressen und Bildungsmessen.

*c) Erfolgsfaktoren auf Ebene der Hochschulverwaltung:*

- Es muss insbesondere dafür Sorge getragen werden, dass auch alle bisher nicht erfassten Informationen der Hochschule mehrsprachig, in aller Regel Deutsch und Englisch, abgefasst werden.
- Es sollte weiterhin in der mittleren Frist eine Abstimmung aller Einrichtungen, Infrastrukturen und Services der Hochschule auf die Bedürfnisse ausländischer Studierender erfolgen.

Die nachstehende Tabelle gibt einen Überblick über diese Erfolgsfaktoren. Die im vorliegenden Bericht vorgestellten Analysen, Befragungen und Expertengespräche ermöglichen zudem eine Einschätzung, inwieweit diese Erfolgsfaktoren durch das ECE-Programm erfüllt werden. Auch diese Einschätzung ist in der Tabelle in der letzten Spalte vermerkt.

Tabelle: Erfolgsfaktoren auslandsorientierter Studiengänge und Erfüllungsgrad durch ECE-Studiengang

<b>Verantwortung</b>	<b>Erfolgsfaktor</b>	<b>Spezifizierung</b>	<b>Erfüllung ECE-Studiengang</b>
<b>Fachbereich</b>	Englischsprachigkeit	- Sprachkenntnisse der verantwortlichen Hochschullehrer und Sprachkenntnisse der weiteren Hochschulverwaltung	++
	Marktrelevanz der vermittelten Qualifikationen	•	+
	Fachliche Profilbildung des Studienangebots	•	+
	Zielgruppendefinition	•	+
	Akademische Betreuung/Beratung	•	+
	Nivellierung der fachlichen Vorkenntnisse der Teilnehmer	•	++

Verantwortung	Erfolgsfaktor	Spezifizierung	Erfüllung ECE- Studiengang
	Akkumulierendes Prüfungssystem	•	+
	Nachvollziehbarkeit von Prüfungsleistungen im Heimatland der Studierenden	- Beschreibung von Lehrinhalten auf Modulebene	0
Fachbereich und Hochschulverwaltung	Auslandsmarketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Englischsprachige Informationen über das zu erwerbende Qualifikationsprofil, dessen Marktrelevanz, Studieninhalte, Studienorganisation, Studiendauer</li> <li>- Zugänglichkeit dieser Informationen im Internet</li> </ul>	 +  +
	Verständliches, unbürokratisches Bewerbungsverfahren	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Englische Formulare, in denen Zulassungsvoraussetzungen (fachliche und andere individuelle Vorbedingungen) sowie Verwaltungsverfahren für internationale Studienbewerber verständlich erklärt werden</li> <li>- Möglichkeit der Online-Bewerbung</li> <li>- Berücksichtigung der notwendigen Visafristen bei der Festsetzung von Bewerbungs- und Zulassungsfristen</li> </ul>	 -  +  +
	Sichere Bewertung ausländischer Hochschulzertifikate	•	+

Verantwortung	Erfolgsfaktor	Spezifizierung	Erfüllung ECE- Studiengang
	Selektion geeigneter Bewerber	•	++
	Regionale Streuung der Herkunftsländer der Teilnehmer?	•	0
	Sozialkulturelle Integration	- Strukturierte Einführung in Studienstrukturen in Deutschland, das Hochschulleben und hochschulische Angebote - Unterstützung bei der Wohnungssuche	+
	Vermittlung von Grundkenntnissen in Deutsch	•	++
	Stipendien	•	+
Hochschulverwaltung	Umfassendes englischsprachiges Informationsmaterial über Hochschule/ Verwaltungsvorgänge	•	0
	Anpassung hochschulischer Infrastrukturen (Bibliothek, Mensa, ...)	•	-

Quelle: Erfolgsfaktoren in Anlehnung an: Schwarz-Röhr, Bernhard 2001: Modelle der Curriculumentwicklung: Das unilaterale Modell (auslandsorientierter Studiengang (AS)). In: DAAD (Hg.): Entwicklung von Curricula mit Auslandsbezug. Beiträge einer Fachtagung in Würzburg am 10. und 11. September 2001. Bonn: DAAD, S. 43-50 und Maiworm, Friedhelm/Wächter, Bernd 2002: English-Language-Taught Degree Programmes in European Higher Education. Trends and Success Factors. Bonn: Lemmens

Ein Abgleich mit den in der Literatur angeführten Erfolgsfaktoren auslandsorientierter Studienprogramme verdeutlicht die besonderen Stärken des ECE-Studiengangs. Eine weitgehende Erfüllung nahezu aller Kriterien spricht beinahe für sich. Als *besondere Stärken* können die folgenden Aspekte hervorgehoben werden:

- Eine *obligatorische Nivellierung differierender Vorkenntnisse im Rahmen des so genannten Vorbereitungssemesters* stellt für alle Stu-

dierenden weitgehend gleiche Vorbedingungen zum offiziellen Start des Programms im jeweiligen Wintersemester her.

- Die *durchgängige Englischsprachigkeit des Programms* samt sämtlicher begleitender Betreuungsleistungen ist ein kaum zu unterschätzender Wettbewerbsvorteil gegenüber anderen Angeboten auf den internationalen Märkten bzw. stellt gegenüber bestimmten Wettbewerbern (insb. aus den USA, aus UK oder Australien) eine Wettbewerbsfähigkeit erst her.
- In diesem Zusammenhang kann als „Erfolgsfaktor zweiter Ordnung“ *der obligatorische Deutschkurs* angesehen werden, der eine Integration der ausländischen Studierenden und eine Teilhabe dieser Gruppe am sozialen und kulturellen Leben in Deutschland überhaupt erst ermöglicht.
- Eine vergleichsweise einfach handhabbare Auswahl geeigneter Studieninteressenten durch den ECE-Applicant-Online-Test.

Wo Licht ist, ist für gewöhnlich aber auch Schatten. Insofern soll nicht verschwiegen werden, dass nach wie vor die nachfolgend angeführten *Defizitbereiche* existieren:

- Bis dato sind die *Prüfungsordnung* und andere Formulare für den Studiengang *nicht durchgängig ins Englische übersetzt* worden. Ein Manko, das bisher im Wesentlichen durch andere Informationsquellen begrenzt wurde. Dazu zählt insbesondere die recht umfangreiche und individuelle Beratung durch den Studienservice.
- *Die Finanzierungsmöglichkeiten für ausländische Studierende sind nach wie vor schwierig*, Die Masse der Studierenden muss das Studium komplett aus eigenen Mitteln finanzieren. Zwar verfügt der ECE-Studiengang dank der Initiative des Programmverantwortlichen über ein vergleichsweise entwickeltes Stipendien-Programm. Auf internationaler Ebene werden Stipendien jedoch in erheblich stärkeren Ausmaß als Instrument im Wettbewerb eingesetzt. Auch die Gebührenfreiheit des Studienangebots kann dieses Wettbewerbsproblem nicht vollständig aufheben.
- Trotz der strategischen Verankerung der Internationalisierung in der Universität Kassel sind die *Infrastrukturen* in Bibliothek, Mensa etc. *noch nicht vollständig den Bedürfnissen internationaler Studierender angepasst*. Hier kann allerdings davon ausgegangen werden, dass nach und nach Abhilfe geschaffen wird.

Neben diesen aus der Literatur entnommenen Kriterien, lassen sich aber aus den Erfahrungen des Projektes heraus noch weitere Erfolgsfaktoren identifizieren, die nicht minder bedeutsam erscheinen. Teilweise drängt sich sogar

der Eindruck auf, dass diese die entscheidenden Faktoren waren. Nicht nur, weil der Studiengang ohne diese überhaupt nicht möglich gewesen wäre, sondern auch, weil viele „Feinjustierungen“ und Verbesserungen, die bereits stattgefunden haben, ohne diese nicht erfolgt wären:

1. *Commitment aller Beteiligten in der Hochschule:* Ohne das Engagement und den Einsatz der auf Studiengangebene unmittelbar am Projekt beteiligten Personen, Lehrende und Verwaltungspersonal gleichermaßen, kann ein neuer Studiengang – noch dazu ein derart besonderer wie der hier betrachtete ECE-Studiengang – nicht erfolgreich konzipiert und betrieben werden. Dies erscheint trivial, ist allerdings nicht immer und allerorten selbstverständlich. Im hier vorliegenden Beispiel des ECE-Studiengangs wurde die Gültigkeit dieser vermeintlichen Binsenweisheit noch einmal eindrucksvoll unter Beweis gestellt. Der Teufel steckt auch bei einem solchen Studienprogramm immer im Detail. Planungsfehler und -mängel können dann nur durch persönlichen Einsatz der Beteiligten ausgeglichen werden. Geschieht dies nicht, so bestraft über kurz oder lang der Markt. Wesentlich für den Erfolg ist auch das andauernde commitment der Alumni, die in einer hohen Weiterempfehlungsquote zum Ausdruck kommt. Mit der Höhe dieser Quote steht und fällt auch der Rekrutierungserfolg im internationalen Hochschulmarketing, wie Gespräche mit Studierenden des ECE-Studiengangs belegen.
2. *Internationales Hochschulmarketing als „Institution“:* „Marketing kommt von Markt“ heißt es häufig so schön. In der Tat, mit einem auslandsorientierten Studiengang bewegt man sich auf internationalen und kompetitiven Märkten. Sich dabei der Instrumente des Marketing zu bedienen, um sich in diesem Wettbewerb gegenüber anderen Ländern und Hochschulen durchzusetzen, scheint nahe liegend. Der ECE-Studiengang dürfte zu den ersten Studiengängen gehören, bei denen diese Überlegung auch tatsächlich in Handeln umgesetzt wurden. Zunächst noch als „Einzelkämpfer“ auf Vortragsreisen und mit der Präsenz in einschlägigen Publikationen, später als Gründungs- und Konsortialmitglied von GATE Germany hat die Universität Kassel auch hier Vorbildliches geleistet. Bemerkenswert dabei ist auch die offensichtlich intensive und weitgehend reibungslose Zusammenarbeit zwischen den zentralen Marketing-Services und der dezentralen Studiengangebene.
3. *Unterstützung durch die Hochschulleitung:* Nicht alleine dieses einzelne Programm, sondern internationale Aktivitäten der Hochschulangehörigen im allgemeinen genießen die besondere Unterstützung der Kasseler Universitätsleitung. Die strategische Ausrichtung der gesamten Universität auf internationale Märkte ist nicht nur ein Lip-



penbekenntnis, diese Internationalisierungsstrategie wird auch gelebt. Deutlich wird dies zum einen an den für internationale Marketingaktivitäten vorhandenen Ressourcen. Es spiegelt sich zudem in der Übereinstimmung mit hochschulinternen Mittelverteilungsmodellen wider. Und vor allem war die Unterstützung für das ECE-Programm durch die Hochschulleitung offenbar immer dann da, wenn sie dringend benötigt wurde, also beispielsweise bei den bereits angesprochenen hochschulinternen Konfliktfällen über Zuständigkeiten, Finanzierung etc. im ECE-Programm.

4. *Internationalität als Leitidee der Universität:* Alles Vorgenannte war nur möglich, weil man rechtzeitig dafür Sorge getragen hat, sich universitätsweit darüber zu verständigen, welche Rolle die Internationalität im Selbstverständnis und in der Strategie der Hochschule spielen soll. In der Strategie der Hochschule für das internationale Hochschulmarketing sind die diesbezüglichen Weichenstellungen dargestellt. Diese Strategie ist letztlich die Stütze für alle auf internationale Märkte zielenden Maßnahmen, wie dies auch aus den vorstehenden Ausführungen bereits deutlich geworden sein müsste.

Damit dürfte das Set der für den Erfolg des ECE-Studiengangs relevanten Faktoren weitgehend vollständig beschrieben sein. Dieses Set ist dem Grunde nach auf andere Studienprogramme mit einer internationalen Ausrichtung übertragbar, also nicht für den ECE-Studiengang spezifisch. Was am Beispiel des ECE-Studiengangs auch gut zu beobachten war, ist die Tatsache, dass in aller Regel nicht einzelne Faktoren als unmittelbar für den Erfolg ursächlich identifiziert werden können, es vielmehr darauf ankommt hinsichtlich des gesamten beschriebenen breiten Sets von Erfolgsfaktoren, den Nachfragebedürfnissen weitgehend zu entsprechen. Es scheint lediglich ein Merkmal zu geben, dass als zwingend gelten kann, will man dauerhaft auf internationalen Märkten erfolgreich sein und dies ist die Englischsprachigkeit des Programms. Ohne Englisch als Unterrichts- und Umgangssprache im Studiengang wäre der Wettbewerb gegen sämtliche Länder des englischen Sprachraumes, insbesondere mit den USA, UK und Australien, von vornherein schon verloren.

## **Autorenverzeichnis:**

Universität Kassel  
Abteilung Kommunikation und Internationales  
Dr. Bernt Armbruster  
Mönchebergstrasse 19  
34109 Kassel  
Telefon: 0561-804-2217  
Fax: 0561-804-7216  
email: armbruster@uni-kassel.de

Universität Kassel  
Abteilung Kommunikation und Internationales  
Akademisches Auslandsamt  
Katharina Linke  
Telefon: 0561-804-3544  
Fax: 0561-804-3513  
email: linke@uni-kassel.de

Universität Kassel  
Abteilung Studium und Lehre  
Marion Schomburg  
Mönchebergstrasse 19  
34109 Kassel  
Telefon: 0561-804-2212  
Fax: 0561-804-7202  
email: mschom@uni-kassel.de

Universität Kassel  
Abteilung Studium und Lehre  
Studienservice  
Lothar Flöther  
Mönchebergstrasse 19  
34109 Kassel  
Telefon: 0561-804-2133  
Fax: 0561-804-7202  
email: floether@uni-kassel.de

Universität Kassel  
Fachbereich Elektrotechnik/Informatik  
Prof. Dr.-Ing. Günter Kompa  
Wilhelmshöher Allee 73  
34121 Kassel  
Telefon: 0561-804-6534/6366  
Fax: 0561-804-6529  
email: kompa@hfm.e-technik.uni-kassel.de

Universität Kassel  
Fachbereich Elektrotechnik/Informatik  
Fachbereichs- Studienservice  
Dipl.-Ing. Hans-Dieter Berdelsmann  
Wilhelmshöher Allee 73  
34121 Kassel  
Telefon: 0561-804-6423  
Fax: 0561-804-6537  
email: db@uni-kassel.de

Universität Kassel  
Wissenschaftliches Zentrum für Berufs- und Hochschulforschung  
Dr. Ute Lanzendorf  
Mönchebergstrasse 17  
34119 Kassel  
Telefon: 0561-804-2491  
Fax: 0561-804-7415  
email: lanzendorf@hochschulforschung.uni-kassel.de

Universität Kassel  
Wissenschaftliches Zentrum für Berufs- und Hochschulforschung  
André Schelewsky  
Mönchebergstrasse 17  
34119 Kassel  
Telefon: 0561-804-2491  
Fax: 0561-804-7415

Universität Kassel  
Internationales Studienzentrum/Sprachenzentrum  
Dr. Susanna Slivensky  
Mönchebergstrasse 7  
34125 Kassel  
Telefon: 0561-804-3797  
Fax: 0561-8014-3999  
email: [slivensky@uni-kassel.de](mailto:slivensky@uni-kassel.de)

CHE Centrum für Hochschulentwicklung  
Markus F. Langer  
Verler Str. 6,  
D-33332 Gütersloh  
Telefon: 05241-97 61 31  
Fax: 05241-976140  
email: [markus.langer@che.de](mailto:markus.langer@che.de)