

» Forschung in Wildau – innovativ und praxisnah «

Mit HAYDİ! an die TH Wildau

HAYDİ!



İsteyen herkes okuyabilir

HAYDİ! Projektvorhaben

Unter Anwendung eines Ethnomarketingansatzes beabsichtigt die TH Wildau, eine spezielle und für die Hochschule neuartige Zielgruppe - Bildungsinländer_innen mit türkischem Migrationshintergrund aus Berlin - zu erschließen und die soziale Mobilität dieser Gruppe zu verbessern.

Die Rekrutierung soll auf der Basis kultursensibler, innovativer und teils digitaler Unterstützungsangebote erfolgen und sich an einem systemischen Zugang orientieren (Integration von Eltern, Peers, türkeistämmigen Unternehmen und Migrationsverbänden).

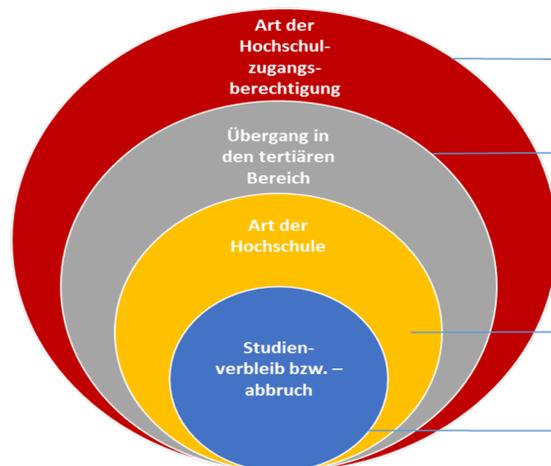


Abbildung: Zusammenfassende Darstellung bisheriger Erkenntnisse zur Zielgruppe und Abgleich mit der THWi

Erkenntnis
<ul style="list-style-type: none"> • Präferenz für berufliche Schulen & Zugang über Fachhochschulreife • Hohe Bildungsmotivation und Bildungswertschätzung unabhängig von schulischen Vorleistungen • Studierende mit Migrationshintergrund kommen häufig aus Familien mit niedrigem sozioökonomischem Kapital. Zudem beeinflusst das familiäre Bildungskapital massiv Studienentscheidung • Aufstiegstypisch: „eher vorsichtiges, schrittweises Vorgehen [...] eine Orientierung an Fragen der Finanzierung des Lebensunterhalts, der konkreten Berufspraxis und am Kriterium der Verwertbarkeit von Ausbildung und Studium“ (IMIS, S. 104).
<ul style="list-style-type: none"> • Präferenz für beruflich orientiertes Studium im Bereich Ingenieurwissenschaften sowie die Wirtschafts- / Rechtswissenschaften • „Wenn Abi, dann Uni“ • Hochschulen in der Nähe des Wohnorts bevorzugt
<ul style="list-style-type: none"> • Höhere Studienabbruchsrate im Vergleich zu Studierenden ohne Migrationshintergrund „weil folgende vorhochschulische Merkmale für sie in überdurchschnittlichem Maße bezeichnend sind: nicht-akademische Bildungsherkunft, keine allgemeine Hochschulreife und schlechtere Schulabschlussnote“ (Ebert & Heublein 2017, S. IV) • Weitere Risikofaktoren: schlechtere Studienleistungen, stark durch extrinsische Motive und den Rat anderer geprägte Studienfachwahl, Studienfach, finanzielle Engpässe während des Studiums

Ziele des Projektes HAYDİ!

- Zielgruppenfokus: Die Maßnahmen zur Rekrutierung richten sich an türkeistämmige Berliner_innen. Dementsprechend gilt es zielgruppenspezifische Angebote in der Studienorientierung, -vorbereitung und -begleitung zu entwickeln.
- Kultur im Fokus: Die Strategien und Maßnahmen zur Zielgruppenerschließung berücksichtigen den kulturellen Bezugspunkt der türkeistämmigen Bildungsinländer_innen.
- Systemischer Ansatz: Bedingt durch das kulturelle Profil der Zielgruppe, den in Studien nachgewiesenen Einfluss der Eltern auf Berufs-/Studienwahl & Studienerfolg (Hachmeister et al. 2007; IMIS 2016; Ebert & Heublein 2017; ZfTI 2017) sowie Erfahrungen ähnlicher Projekte*, **verfolgt HAYDİ!** einen systemischen Ansatz. Hierbei werden die potenziellen Studierenden in ihren Systemzusammenhängen, d.h. unter Berücksichtigung des sozialen Umfeldes gesehen.
- Aktives Werben und Rekrutierung durch Beziehungsaufbau:
 - a) Aufbau des Bekanntheitsgrads der THWi innerhalb der relevanten Zielgruppen
 - b) Aufbau und Positionierung der THWi als relevanter Studienort der Hauptstadtregion bei türkeistämmigen Schüler_innen
 - c) Betonung bestehender oder geschaffener Ressourcen im Hinblick auf Diversity
- Integrierter und ganzheitlicher Beratungsansatz: Verknüpfung von neuen Rekrutierungsmaßnahmen mit bereits bestehenden (Schnupperstudium, Schülerlabore, ViNN:Lab) sowie individuelle Berufs- und Studienberatung mit allgemeiner Beratung. Zur Sicherstellung des Studienerfolgs werden die Übergänge zum Studium (existierende Maßnahmen zur Studienorientierung und -vorbereitung des TH-College) berücksichtigt.

*So zum Beispiel das Projekt „Warum denn nicht? Migration und Bildung“ der Universität Oldenburg (BAMF 2011b) sowie „Technik braucht Vielfalt – Technik braucht Dich!“ von Femtec.GmbH und LIFE e.V. Zu Empfehlungen s. BAMF 2014, S. 26.