



Universität
Münster



Abschlussbericht 2024

VERANKERUNG DURCH EMOTIONEN

Ein experimentelles Projekt zur nachhaltigen
Förderung überfachlicher Kompetenzen
und beruflicher Orientierung im Studium

wissen.leben



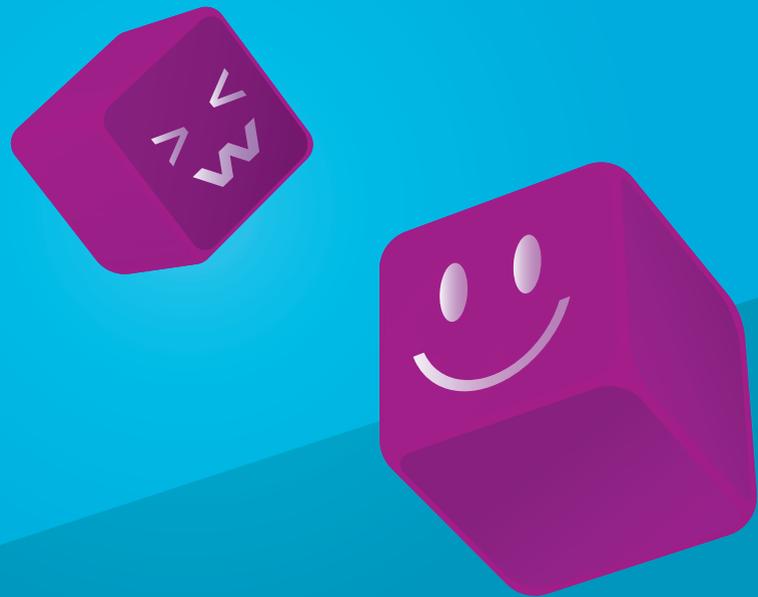
Stiftung
Innovation in der
Hochschullehre



Career Service
Universität Münster

INHALT

Das Projekt „Verankerung durch Emotionen“ (Laufzeit 2022 – 2024) wurde im Programm „Freiraum“ gefördert von der Stiftung Innovation in der Hochschullehre.



1. Prospektiv und präventiv: Wie kann „Careers Education“ langfristig wirkungsvoll sein?	4
2. Theorie der Leistungsemotionen: Wie Gefühle beim Lernen helfen können	6
3. Gefühle aktivieren: Seminare mit emotionsfördernden Interventionen	8
4. Das Projekt: Planung und Realisierung	12
5. Anders als erwartet, aber aufschlussreich: Ergebnisse, Erkenntnisse und Nutzen	14
Verzeichnis zitierter Texte	16
Kurzprofil Universität Münster	17
Kurzprofil Career Service der Universität Münster	17
Impressum	18

1. PROSPEKTIV UND PRÄVENTIV: WIE KANN „CAREERS EDUCATION“ LANGFRISTIG WIRKUNGSVOLL SEIN?

Die studienbegleitende Vorbereitung auf die berufliche Zukunft – im englischsprachigen Raum griffig als Careers Education bezeichnet – steht wie andere präventive oder prospektive Lehr- und Beratungsangebote vor einer besonderen Herausforderung: Meist besteht zwischen dem Besuch von Angeboten und der Anwendung neuer Erkenntnisse (z. B. beim Start in den Beruf) ein Zeitverzug. Neues Wissen, entwickelte Haltungen und Kompetenzen gehen nicht direkt nach einer Veranstaltung in den „Praxistest“. Zudem findet der Einsatz der Kompetenzen später meist in einem anderen Setting statt als deren Vermittlung. Gelehrt und gelernt wird überwiegend im Seminarraum, also in einer berufsfernen Situation. Hier ist später eine Transferleistung bei den Studierenden nötig. Alle diese Rahmenbedingungen machen den Verankerungsprozess zu einer besonderen Herausforderung.

Im Career Service der Universität Münster melden Teilnehmerinnen und Teilnehmer seit Jahren zurück, wie hilfreich die Seminarinhalte sind und wie motiviert und energetisiert sie sich direkt nach der Veranstaltung fühlen. Aus den Prüfungsleistungen, die für diese Seminare in Form einer schriftlichen Reflexion über Erfahrungen und Erkenntnisse wenige Wochen bis ein paar Monate nach Seminarbesuch erfolgen, wird aber eben deutlich, dass die neuen Kompetenzen häufig nicht direkt angewendet werden können und die positiven Wirkungen dadurch allmählich wieder abflachen. An diesem Punkt entwickelte sich die



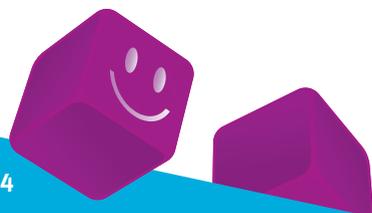
Frage, wie es gelingen kann, Kompetenzen längerfristig verfügbar und neu Erlerntes abrufbar zu halten. Wie kann der „Impact“ der Veranstaltungen stärker und damit – hoffentlich – überdauernder sein?

Ausgangspunkt des hier beschriebenen Projektes war die Frage, ob Verstärkung von Emotionen bzw. grundsätzlich die persönliche, emotionale Involviertheit in den Lernprozess die Lerneffekte verstärken und dauerhafter machen kann.

Freude oder Hoffnung, Wut oder Langeweile sind Emotionen, die auch in Career-Service-Seminaren auftauchen können. Denn die Beschäftigung mit dem eigenen beruflichen Werdegang, mit Interessen, Wünschen und Werten ist für das Individuum mit ganz unterschiedlichen Emotionen verknüpft. Angst vor der falschen Berufsentscheidung, Vorfreude auf die Praxis, Scham wegen (möglicherweise) fehlender Kompetenzen oder Hoffnung auf einen erfüllenden Beruf begleiten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in den Seminaren zur Berufsorientierung, Berufsfelderkundung oder Kompetenzermittlung. Können diese Emotionen für den Lernprozess nutzbar gemacht werden? Wird diese Involviertheit in den Veranstaltungen überhaupt gefördert, auch in stark informationszentrierten Angeboten wie Berufsfeldpräsentationen oder Bewerbungstrainings? Das war der Startpunkt für das hier skizzierte Projekt.

„(...) der Austausch mit der Referentin und ihr Feedback [...] haben mir viele inspirierende Denkanstöße mit auf den Weg gegeben.“

(Kurs Biografiearbeit, Intervention „Leistungsrückmeldungen & -konsequenzen“)



2. THEORIE DER LEISTUNGSE- MOTIONEN: WIE GEFÜHLE BEIM LERNEN HELFEN KÖNNEN

Der Psychologe Reinhard Pekrun hat sich wissenschaftlich mit Emotionen im Lernkontext beschäftigt. Er bezeichnet Emotionen in Lernprozessen als „Leistungsemotionen“, da er zeigen konnte, dass sich Emotionen sowohl förderlich als auch hinderlich auf Lernprozesse und Lerneffekte auswirken können. Dargestellt hat Pekrun seine Erkenntnisse in der Kontroll-Wert-Theorie für Leistungsemotionen, in der er definiert: „Achievement emotions are defined as emotions tied directly to achievement activities or achievement outcomes.“ (Pekrun, 2006, S. 317)

Die nachfolgende Grafik gibt einen Überblick über die Wirkungslogik des theoretischen Modells:

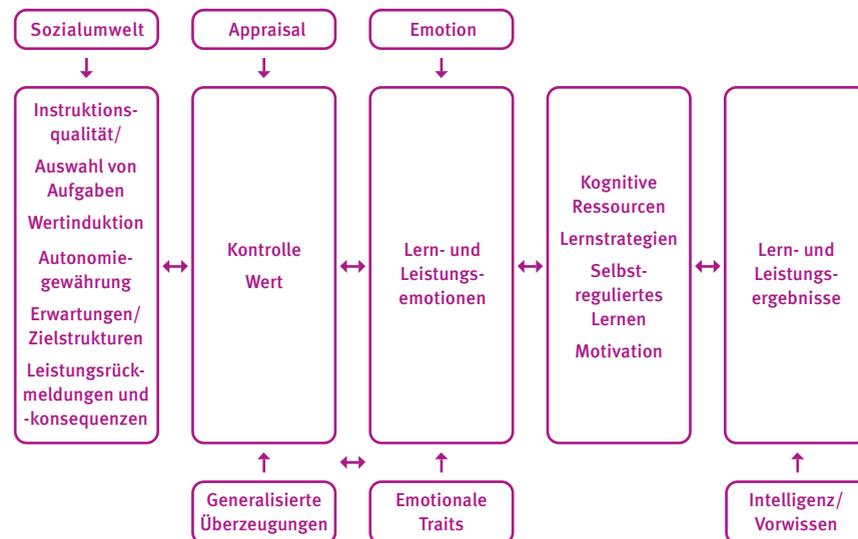


Abbildung: Ursachen und Wirkungen von Leistungsemotionen (eigene Darstellung angelehnt an Frenzel & Stephens, 2017, S. 46, 51)

Nach Pekrun gibt es zwei Faktoren, die Stimulierung und Ausprägung der Leistungsemotionen bestimmen: „(1) subjective control over achievement activities and their outcomes (...) and (2) the subjective values of these activities and outcomes“ (Pekrun, 2006, S. 317). Diese beiden Aspekte bestimmen, welche Leistungsemotionen Lernende entwickeln und wie stark sie diese Emotionen empfinden. Das Schaubild zeigt, dass nach Pekrun insgesamt fünf Facetten der Sozialumwelt (in diesem Fall also fünf Facetten der Lernsituation) auf dieses Kontrollerleben und auf das Wertempfinden einwirken: Instruktionsqualität, Wertinduktion, Autonomiegewährung, Erwartung/Zielstrukturen sowie Leistungsrückmeldungen und -konsequenzen. Kontroll- und Wertempfinden, die durch die Facetten der Sozialumwelt determiniert werden, stimulieren die Leistungsemotionen, bei denen es sich u. a. um Freude, Hoffnung, Stolz, Wut, Ängstlichkeit, Scham, Hoffnungslosigkeit und Langeweile handelt. Diese Emotionen haben in unterschiedlicher Weise Einfluss auf das Lernverhalten, die Lernhaltung und die kognitive Verarbeitung, was wiederum Lern- und Leistungsergebnisse (mit) steuert. Dabei beeinflussen positive Leistungsemotionen die Lern- und Leistungsergebnisse in den meisten Fällen positiv, negative Leistungsemotionen in den meisten Fällen negativ. Die Frage des Projektes war entsprechend: An welchen „emotionalen Stellschrauben“ kann man drehen, um Lernergebnisse zu verbessern?

**FREUDE HOFFNUNG STOLZ
WUT ÄNGSTLICHKEIT SCHAM
HOFFNUNGSLOSIGKEIT LANGEWEILE**

3. GEFÜHLE AKTIVIEREN: SEMINARE MIT EMOTIONS- FÖRDERNDEN INTERVENTIONEN

Ziel des Projektes war herauszufinden, ob über die Stimulierung positiver Emotionen Lernverhalten, Lernhaltung und kognitive Verarbeitung beeinflusst und damit Lern- und Leistungsergebnisse verbessert werden können. Dazu wurden spezifische Interventionen für die untersuchten Career-Service-Seminare entwickelt. Diese Interventionen waren konkret darauf ausgerichtet, das emotionale Erleben der Sozialumwelt (hier also: Lernumwelt) bei den Studierenden entlang der relevanten Dimensionen Instruktionsqualität, Wertinduktion, Autonomiegewährung, Erwartungen/Zielstrukturen sowie Leistungsrückmeldungen und -konsequenzen zu beeinflussen.

Intervention 1: Instruktionsqualität und Auswahl von Aufgaben Lernziele verdeutlichen | neue Formate würdigen

Die Vorstellung des inhaltlichen und organisatorischen Ablaufs am Anfang von Seminaren gehört seit langem zum didaktischen Standard in der Erwachsenenbildung. Diese bekannte Vorgehensweise wird hier intensiviert: Die Seminarstruktur wird nicht nur zu Beginn dargestellt. Vielmehr wird jede größere Seminarphase immer wieder in die Gesamtstruktur „zurückverortet“ und einzelne Teil-Lernziele regelmäßig in das übergreifende Lernziel des Gesamtseminars eingeordnet. Es wird gleichzeitig auf einen Wechsel zwischen aus dem Fachstudium vertrauten Lehr-Lern-Formaten (wie etwa dozierendengeleitete Informationsvermittlung) und vermutlich für viele ungewohnte Arbeitsweisen

(wie z. B. Selbstreflexion und Austausch individueller Erfahrungen) geachtet, um das Kontrollempfinden aufrechtzuerhalten. Zusätzlich wird darauf hingewiesen, dass einzelne Arbeitsformen überfachlicher und selbstreflexiver Seminare vielen vermutlich ungewohnt erscheinen, sie dieses Empfinden wahrscheinlich aber mit vielen anderen in der Gruppe teilen. Damit soll einem Gefühl von Verunsicherung und Deplatziertheit vorgebeugt werden.

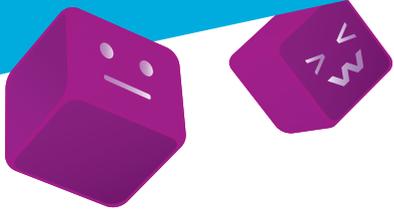
Intervention 2: Wertinduktion Bedeutung des Lehrgegenstandes betonen | in den Lern- & Praxiskontext setzen

Ziel dieser Intervention ist es, dass die Studierenden dem Seminarinhalt einen für sie relevanten Wert beimessen. Dazu ziehen die Referentinnen und Referenten immerwieder eine Verbindung zwischen den Seminarinhalten und den konkreten aktuellen und möglichen zukünftigen Lebenssituationen und -aufgaben der Teilnehmer*innen. Insbesondere wird die Relevanz und Nützlichkeit für die berufliche Orientierung und/oder für den aktuellen oder späteren Arbeitsalltag betont. Video-(Peer)-Statements sollen die Wahrnehmung des Wertes und der Relevanz unterstützen. So werden Absolvent*innen früherer Seminare mit bestärkenden Statements als auch Interviews mit Expert*innen eingespielt, die die Relevanz des Seminarthemas aus externer fachlicher Sicht kommentieren.

*„Wir haben am Anfang unsere Ziele
aufgeschrieben und am Ende abgeglichen,
mit dem, was wir gemacht haben. (...)
Das hat sehr gut geholfen.“*

(Kurs Bewerbungstraining Deutschland, Intervention „Erwartungen und Zielstrukturen“)





Intervention 3: Autonomiegewährung Wahlmöglichkeiten zwischen Aufgaben fördern | Kontrolle erhöhen

Kern dieser Intervention ist, dass die Studierenden in zentralen Phasen der Seminare Wahlmöglichkeiten erhalten: So können die Teilnehmer*innen zum einen wählen, welche Aspekte des Seminarthemas für sie besonders relevant sind und sie sie deshalb vertiefen wollen, zum Beispiel in Selbsterarbeitungsphasen. Außerdem können die Studierenden zwischen verschiedenen Darstellungsmethoden für ihre Arbeitsergebnisse wählen, indem sie beispielsweise eine Aufzählung in Excel erstellen oder assoziativ mit einer Mindmap arbeiten. Intervention 3 verfolgt das Ziel, bei den Teilnehmer*innen das Gefühl der Autonomie und der Kontrolle über die Lernsituation zu stärken.

Intervention 4: Erwartungen und Zielstrukturen Ziele setzen | verschriftlichen | evtl. besprechen

Die individuelle Motivations- und Zielabfrage am Anfang eines Seminars ist kein neues didaktisches Element. Dieses Element wird in dieser Intervention allerdings variiert: So nennen die Teilnehmer*innen zu Beginn des Seminars zwar auch ihre Teilnahmemotivation und ihre Seminarzielsetzung. Beides wird durch die Seminarleitung wertschätzend angenommen. Anschließend notieren die Studierenden ihre Zielsetzung dann noch einmal, frei von sozialer Erwünschtheit und/oder Gruppendruck, nur für sich selbst auf einen Zettel. Am Ende des Seminars schauen sie sich individuell diese Zielsetzung noch einmal an und können dann beurteilen, inwiefern sie ihre Ziele erreicht oder verfehlt haben oder ob sich die Zielsetzung im Verlauf der Veranstaltung möglicherweise verändert hat. Die Teilnehmer*innen können diese Erkenntnisse mit der Gruppe teilen, müssen es aber nicht. Hoffnung ist, dass diese individuelle „Selbstbefassung“ das Gefühl der Ownership für die im Seminar verbrachte Zeit erhöht und die Empfindung der Selbstverantwortung verstärkt: Ich bin hier für mich und nicht für andere.

Intervention 5: Leistungsrückmeldungen & -konsequenzen Persönliches Feedback während des Seminars | 1:1-Situation

Ein weiteres Novum ist die Nutzung der in allen Seminaren integrierten Selbstlernphase der Studierenden für ein individuelles Feedback durch die Lehrenden. Egal, wie weit eine Person mit der Aufgabe in der vorgegebenen Zeit gekommen ist, die positiven Aspekte werden im Einzelgespräch herausgestellt und ggf. weitere mögliche Schritte für die Fertigstellung genannt. Das Element bekommt durch eine „Seminarsprechstunde“ mit individuell vereinbarten Feedbackterminen eine strukturelle Rahmung. So erhält jede*r Studierende*r sein konkretes individuelles Feedback, kann sich „gesehen“ und mit den individuellen Anliegen und Möglichkeiten respektiert fühlen.

„Das Feedback der Referentin führte zu einer intensiven Auseinandersetzung mit meinen vergangenen Stationen und der Identifizierung von Schlüsselkompetenzen.“

(Kurs Orientierung auf dem Arbeitsmarkt, Intervention „Leistungsrückmeldungen & -konsequenzen“)

„Ich habe mich direkt für das Bewerbungsschreiben entschieden, da ich die Aufgabe für den Lebenslauf nicht so interessant fand und nicht der große Fokus für mich hier war.“

(Kurs Bewerbungstraining Deutschland, Intervention „Autonomiegewährung“)

4. DAS PROJEKT: PLANUNG UND REALISIERUNG

Ziel des Projektes war es zu untersuchen, ob die oben skizzierten Interventionen zu einer Stärkung der Leistungsemotionen führen und ob dann gestärkte Leistungsemotionen einen Einfluss auf die längerfristigen Lern- und Leistungsergebnisse haben. Dazu wurden über zwei Semester im Career Service der Universität Münster jeweils zwölf Seminare zu sechs unterschiedlichen Themen angeboten. Themen waren „Berufsorientierung und Profilbildung“, „Bewerbungstraining Deutschland“, „Konfliktsituationen in Alltag und Beruf meistern“, „Veränderungen angehen und Entscheidungen treffen“, „Biografiearbeit als Instrument der Berufsorientierung“ und „Orientierung auf dem Arbeitsmarkt“. Jedes Thema wurde pro Semester zwei Mal angeboten: einmal mit einer Interventionsgruppe mit Einsatz der emotionsfördernden Interventionen, einmal mit einer Kontrollgruppe ohne diese Interventionen. Insgesamt nahmen 348 Studierende aus dem breiten universitären Fächerspektrum der Geistes-, Sozial- und Naturwissenschaften teil.

Durchgeführt wurde sowohl eine quantitative als auch eine qualitative Untersuchung. Für die quantitative Analyse wurden die Teilnehmenden sowohl der Interventions- als auch der Kontrollgruppe zu drei Zeitpunkten befragt, und zwar:

T1: vor Beginn des Seminars zur Feststellung der Ausgangswerte;

T2: direkt nach Beendigung des Seminars, um festzustellen, ob die Interventionen zu einer stärkeren Ausprägung der Leistungsemotionen geführt haben („Manipulation check“) und ob sich eine mögliche Veränderung der Ausprägung der Leistungsemotionen signifikant zwischen Interventions- und Kontrollgruppe

unterscheidet. Dafür wurde ein bereits vorhandener validierter Fragebogen in angepasster Form eingesetzt. Zudem wurde erfasst, wie stark das Merkmal ausgeprägt war, dessen Förderung als jeweiliges Seminarziel bestimmt wurde. Dafür wurden für die insgesamt sechs unterschiedlichen Seminarthemen erfassbare Lernziele definiert, und zwar für das Thema „Berufsorientierung und Profilbildung“ Stärkung der Career Decision Self-Efficacy, für das Thema „Konfliktsituationen in Alltag und Beruf meistern“ Stärkung der Konfliktlösungskompetenz, für das Thema „Veränderungen angehen und Entscheidungen treffen“ Stärkung der Career Adaptability, für das Thema „Biografiearbeit als Instrument der Berufsorientierung“ Stärkung der Career Identity, für das Thema „Orientierung auf dem Arbeitsmarkt“ Stärkung der Career Exploration und für das Thema „Bewerbungstraining Deutschland“ Stärkung des Wissens über Bewerbungstechniken. Für die ersten fünf Konstrukte wurden zur Befragung vorhandene validierte Fragebögen eingesetzt. Für die Erfassung des Wissens über Bewerbungstechniken wurde ein selbst entwickeltes Multiple-Choice-Verfahren genutzt.

T3: drei Monate nach Seminarende, um festzustellen, ob die Gruppen mit den stärker ausgeprägten Leistungsemotionen auch signifikant bessere Lern- und Leistungsergebnisse aufweisen.

Zusätzlich wurde eine qualitative Untersuchung durchgeführt:

Pro Seminar wurden zwei Studierende direkt nach Seminarende befragt und jeder Person wurden zehn Fragen in der gleichen Reihenfolge gestellt, auf die offen geantwortet wurde. Insgesamt wurden auf diese Weise 17 Studierende qualitativ befragt. Zusätzlich wurden 85 schriftliche Seminarreflexionen hinsichtlich der folgenden zwei Fragestellungen ausgewertet: erstens, ob eine der Interventionen genannt wurde und wenn ja, zweitens, mit welchen Bewertungen diese Interventionen beschrieben werden.



5. ANDERS ALS ERWARTET, ABER AUFSCHLUSSREICH: ERGEBNISSE, ERKENNTNISSE UND NUTZEN

In den beiden Projektsemestern konnten von den geplanten 24 Seminaren 20 Seminare durchgeführt werden (zehn Interventions- und zehn Kontrollseminare). Ebenso konnte alle drei Befragungen (T1, T2, und T3) durchgeführt werden. Vier Seminare fielen wegen Erkrankung einer Referentin bzw. wegen zu geringer Anmeldezahlen aus. Allerdings war trotz aller Kommunikationsbemühungen und Anreizsysteme (z. B. Gutscheinverlosung unter den Befragungsteilnehmenden) der Rücklauf der T3-Befragung nach drei Monaten so gering, dass eine belastbare statistische Analyse für den Zeitpunkt T3 nicht durchgeführt werden konnte. Daher lässt sich, bedauerlicherweise, keine Aussage treffen über mögliche Einflüsse der Leistungsemotionen auf die (längerfristige) Ausprägung der Lern- und Leistungsergebnisse in den untersuchten Career-Service-Veranstaltungen.

„Durch das Feedback der Professorin konnte ich sehr positiv mit dem Thema Veränderungen abschließen und weiß, an welchem Punkt ich stehe.“

Kurs Veränderungen angehen, Intervention „Leistungsrückmeldungen & -konsequenzen“



Zentrale Ergebnisse

Aus der Auswertung der quantitativen Befragungen T1 und T2 sowie aus der qualitativen Analyse der Interviews mit Seminarteilnehmenden sowie der schriftlichen Seminarreflexionen lassen sich jedoch folgende Ergebnisse festhalten:

- Die Leistungsemotionen haben sich in fast allen Gruppen nach der Teilnahme an den Seminaren signifikant in eine für den Lernerfolg günstige Richtung verändert. Positive Leistungsemotionen wurden verstärkt, negative Leistungsemotionen abgeschwächt. Das ist ein erfreulicher Befund und zeigt die grundsätzlich positive Wirkung der Seminare.
- Es gab bei dieser Veränderung der Leistungsemotionen allerdings keine signifikanten Unterschiede zwischen den Interventions- und den Kontrollgruppen.
- Das bedeutet, dass die eigens dafür entwickelten Interventionen keinen Einfluss auf die Ausprägung der Leistungsemotionen hatten. Somit ist die Projekt-Annahme nicht bestätigt worden.
- Abgesehen davon, dass die Interventionen keinen signifikant nachweisbaren Effekt auf die Ausprägung der Leistungsemotionen hatten, sind sie von vielen Studierenden, wie die qualitativen Analysen zeigen, dennoch auf unterschiedlichen Ebenen positiv wahrgenommen worden. Die in dieser Publikation abgedruckten Zitate geben einen Eindruck davon.

Impulse für die Arbeit der hochschulischen Career Services

- Es scheint gerade für die präventive und prospektive Arbeit in der Careers Education aussichtsreich zu sein, mit dem Konzept der Leistungsemotionen zu arbeiten. Pekruns Modell bietet sich dafür als geeignete Grundlage an.



- Ein neuer Anlauf, (unabhängig von den Interventionen) die Wirkungen von Leistungsemotionen auf die längerfristigen Lern- und Leistungseffekte von Hochschulseminaren und insbesondere von Career-Service-Veranstaltungen zu untersuchen, erscheint lohnend. Dabei wäre es wichtig, weitere Ideen zu entwickeln, um verlässliche Rücklaufquoten der längsschnittlichen Befragung abzusichern.
- Selbst wenn in diesem Projekt durch sie kein Einfluss auf die Ausprägung der Leistungsemotionen festgestellt werden konnte, bieten sich die oben geschilderten Interventionen als didaktische Erweiterung von Career-Service-Veranstaltungen an. Diese Methoden wurden von den Teilnehmenden weit überwiegend als positiv empfunden und tragen damit zumindest zur Teilnehmendenzufriedenheit bei.
- Die Nutzung etablierter Konstrukte, anhand derer Seminarinhalte konzipiert und Lernziele formuliert werden können, hat sich im Projekt als ausgesprochen hilfreich erwiesen. Sie geben einen konzeptuellen Rahmen bei der Seminarplanung und ermöglichen mit den entsprechenden validierten Erhebungsinstrumenten die Erfassung der Lerneffekte.

Verzeichnis zitierter Texte

Pekrun, R. (2006). The Control-Value Theory of Achievement Emotions: Assumptions, Corollaries, and Implications for Educational Research and Practice. *Educational Psychology Review*, 18, 315–341. <https://doi.org/10.1007/S10648-006-9029-9>

Frenzel, A. C. & Stephens, E. J. (2017). Emotionen. In: T. Götz (Hrsg.), *Emotion, Motivation und selbstreguliertes Lernen (StandardWissen Lehramt, 2. Aufl., 16–77)*. <https://doi.org/10.36198/9783838534817>

Nähere Angaben zu den Stichproben, den verwendeten statistischen Methoden, den eingesetzten Fragebögen sowie Einsicht in die Datensätze können Sie gerne beim Career Service der Universität Münster erfragen.



Kurzprofil Universität Münster

Die Universität Münster zählt zu den größten und traditionsreichen Universitäten Deutschlands. Sie genießt als Einrichtung der Wissenschaft national wie international eine hohe Reputation. 15 Fachbereiche mit 120 Studienfächern und rund 30 wissenschaftliche Zentren bilden das institutionelle Gerüst der Hochschule. Rund 43.000 junge Menschen studieren, rund 5.600 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler forschen und lehren an der Universität und prägen damit das Leben in der 320.000 Köpfe zählenden Stadt Münster.



Kurzprofil Career Service der Universität Münster

Der Career Service der Universität Münster hat drei Zielgruppen:

- Studierende, Promovierende sowie Absolventinnen und Absolventen der Universität Münster (bis ein Jahr nach dem Examen),
- die Lehrenden in den Fachbereichen der Universität Münster,
- Arbeitgeber als Kooperationspartner.

Mit einem umfangreichen Seminar-, Informations- und Beratungsangebot hilft der Career Service Studierenden, Promovierenden und Absolventen, ein tragfähiges berufliches Profil zu entwickeln, Praxiserfahrung zu sammeln und zu reflektieren, Kontakte zu Arbeitgebern anzubahnen und schließlich Bewerbungsstrategien und -techniken zu erlernen. Lehrende werden durch den Career Service in der Frage beraten, wie der Transfer von Studienkompetenzen auf die berufliche Anwendung gelingt und wie dieser Prozess Studierenden vermittelt werden kann. Arbeitgeber bringen sich mit ihrer Anwendungserfahrung ein und profitieren vom Wissen und Können der Nachwuchs-Akademiker/innen.

Impressum

Projektleitung:

Dr. Andreas Eimer

Projektkoordination:

Andrea Schröder

Redaktion:

Career Service der Universität Münster | Schlossgarten 3 | 48149 Münster
Telefon: 0251 83-30042 | E-Mail: Andreas.Eimer@uni-muenster.de
Internet: www.uni-muenster.de/CareerService

Bei Fragen wenden Sie sich an:

Andrea Schröder
Telefon: 0251 83-30073 | E-Mail: Andrea.Schroeder@uni-muenster.de

Gestaltungskonzept, Satz und Layout:

goldmarie design

Druck:

UniPrint | Universität Münster

Auflage:

400 Stück | Dezember 2024

In diesem Projekt haben Dr. Lena Kegel für die quantitative Auswertung und Hanna Reisch für die qualitative Auswertung mitgewirkt. Dafür an dieser Stelle ein herzliches Dankeschön!



