CHE
Centrum für
Hochschulentwicklung

Universität für Weiterbildung Krems
Department für Hochschulforschung

ERGEBNISSE DER EVALUIERUNG DER NATIONALEN STRATEGIE ZUR SOZIALEN DIMENSION

Vernetzungskonferenz, 25 November 2025, Wien

Gero Federkeil, Caroline Friedhoff, Isabel Roessler (CHE)
Corinna Geppert, Attila Pausits, Elke Welp-Park (Uni Krems)

AGENDA

1. Ziele der Evaluierung
2. Evaluierungskonzept und -design
3. (Ausgewählte) Ergebnisse der Evaluierung
4. Empfehlungen für einen Relaunch der Nationalen Strategie

EVALUIERUNGSKONZEPT

DIE ZIELDIMENSIONEN DER STRATEGIE

Zieldimension I: Integrativer Zugang

Aktionslinie 1: Qualität und Zugänglichkeit von Informationsangeboten verbessern

Aktionslinie 2: Outreach Aktivitäten und heterogenitätssensible Studienberatung

Aktionslinie 3: Anerkennung und Validierung Nichtformaler und informeller Kompetenzen

Zieldimension II: Abbruch verhindern, Studienerfolg verbessern

Aktionslinie 4: Einstieg ins Studium erleichtern

Aktionslinie 5: Studienorganisation und Qualität der Lehre

Aktionslinie 6: Vereinbarkeit des Studiums mit anderen Lebensbereichen erhöhen

Zieldimension III: Rahmenbedingungen schaffen und hochschulpolitische Steuerung optimal einsetzen

Aktionslinie 7: Hochschulsystemfragen

Aktionslinie 8: Integration der sozialen Dimension über die Strategie Überlegungen von Hochschulen und Schaffung geeigneter Governance Strukturen

Aktionslinie 9: Weiterentwicklung der Studienförderung

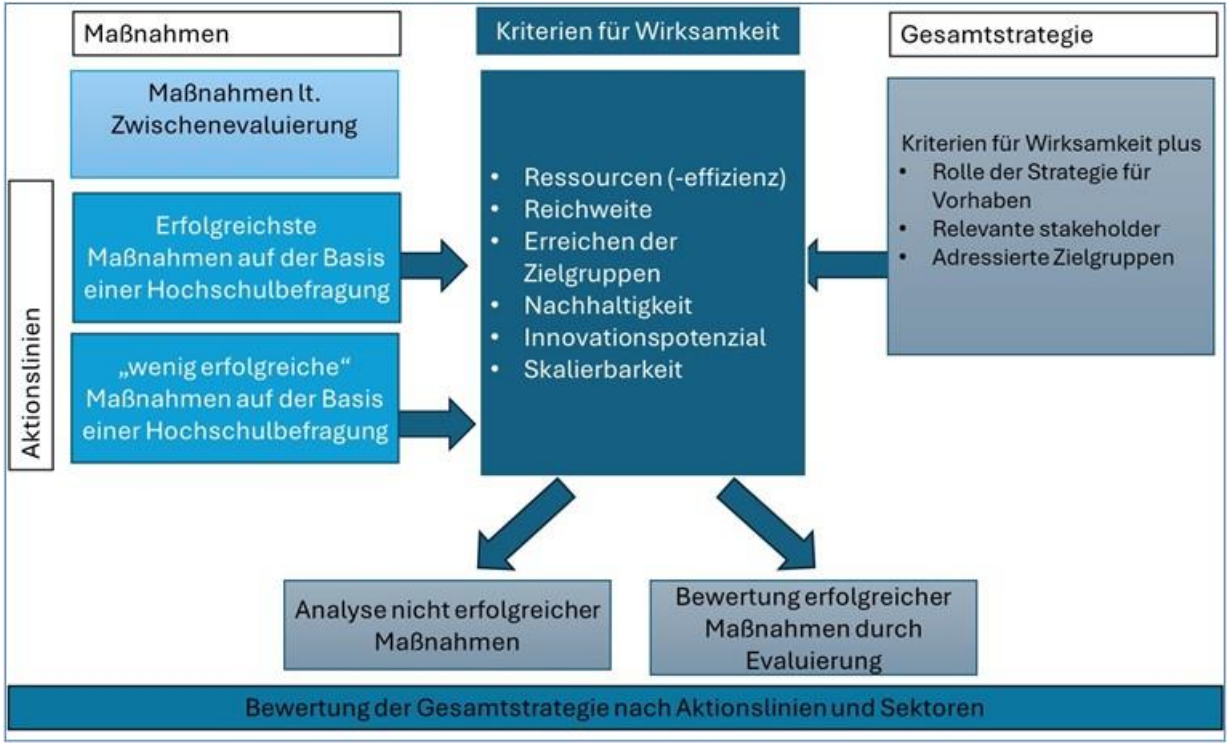
EVALUIERUNGSKONZEPT: MODULE

A. Evaluierung der Strategie (Modul A)

1. *Evaluierung der Erreichung der neun quantitativen Ziele*
2. *Evaluierung der Zielerreichung der drei Zieldimensionen*
3. Evaluierung/Bewertung der Zielerreichung, sowohl quantitativ und qualitativ
4. Zusammenfassende Bewertung der Zielerreichung

B. Empfehlungen und Szenarien für einen möglichen Relaunch (Modul B)

WIRKSAMKEITSANALYSE



Quelle: Eigene Darstellung

STAKEHOLDERFEEDBACK UND DATENGRUNDLAGE

1. **Beirat mit relevanten Stakeholdern: 3 Sitzungen (Hochschulsektoren, Hochschüler*innenschaft, nicht-hochschulische Stakeholder)**
2. **Analyse der quantitativen Ziele**
3. **Befragung der Hochschulen**
    1. **zur Gesamtstrategie**
    2. **zu einzelnen (erfolgreichen) Vorhaben**
4. **Gespräche mit Stakeholdern, die keinen Hochschulsektor repräsentieren**

EVALUIERUNG DER QUANTITATIVEN ZIELE

NEUN QUANTITATIVE ZIELE

1. Abbau der Unterrepräsentanz von Studierenden mit Eltern ohne Matura
2. Steigerung der Anzahl der Studienanfänger/innen mit nicht-traditionellem Hochschulzugang
3. Ausgewogeneres Geschlechterverhältnis in allen Studienfeldern
4. Erhöhung der Hochschulzugangsquote von Bildungsinländer/innen mit Migrationshintergrund
5. Abbau regionaler Unterschiede im Hochschulzugang
6. Steigerung der Teilnahme an Mobilitätsprogrammen von Studierenden aus „bildungsfernen“ Schichten
7. Erhöhung der berufsbegleitenden/berufsermöglichenden Studienplätze an den Fachhochschulen
8. Steigerung der Anzahl von geförderten Selbsterhalter/innen in der Studienförderung
9. Erhöhung des Anteils von Studienanfänger/innen aus nicht-akademischem Elternhaus in Human- und Zahnmedizinstudien

EVALUIERUNG QUANTITATIVER ZIELE

Die quantitativen Ziele setzen insbesondere

(1) auf der Systemebene sowie

(2) am Studieneingang an.

Die selbst gesteckten Ziele sind im untersuchten Zeitraum

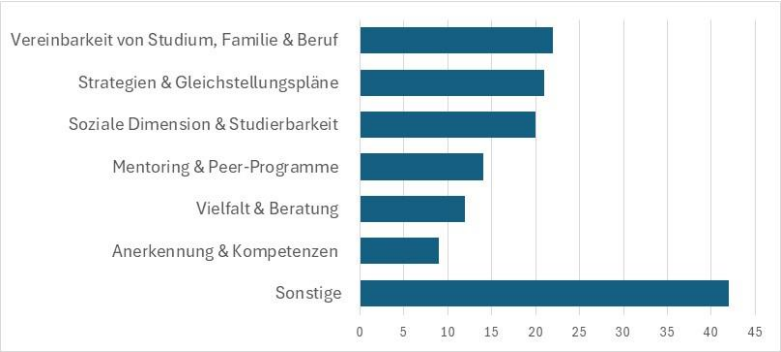
- bei positiven Entwicklungen in einzelnen Sektoren und bei einzelnen Zielen
- insgesamt nicht erreicht worden.

➡ Aufgegriffen in Empfehlungen

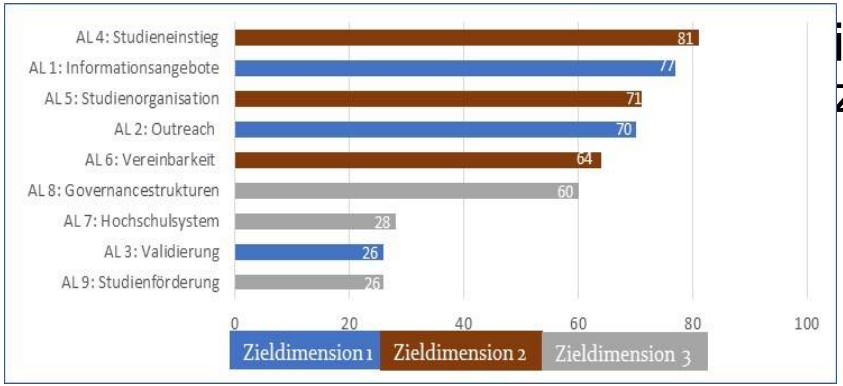
EVALUIERUNG DER STRATEGIE AUF DER BASIS DER HOCHSCHULBEFRAGUNG

1. EVALUIERUNG DER MAßNAHMEN

Die von den Hochschulen genannten erfolgreichen Vorhaben sind sehr vielfältig



thematisch



in der Zuordnung zu Aktionslinien

Quelle: BMBWF

1. EVALUIERUNG DER MAßNAHMEN

Wichtigste Faktoren für Erfolg und Misserfolg von Vorhaben

Erfolgreiche Vorhaben zeichnen sich aus durch

1	Erreichen der Zielgruppe
2	Nachhaltigkeit
3	Innovationspotenzial
4	Reichweite
5	Skalierbarkeit
6	Ressourceneffizienz

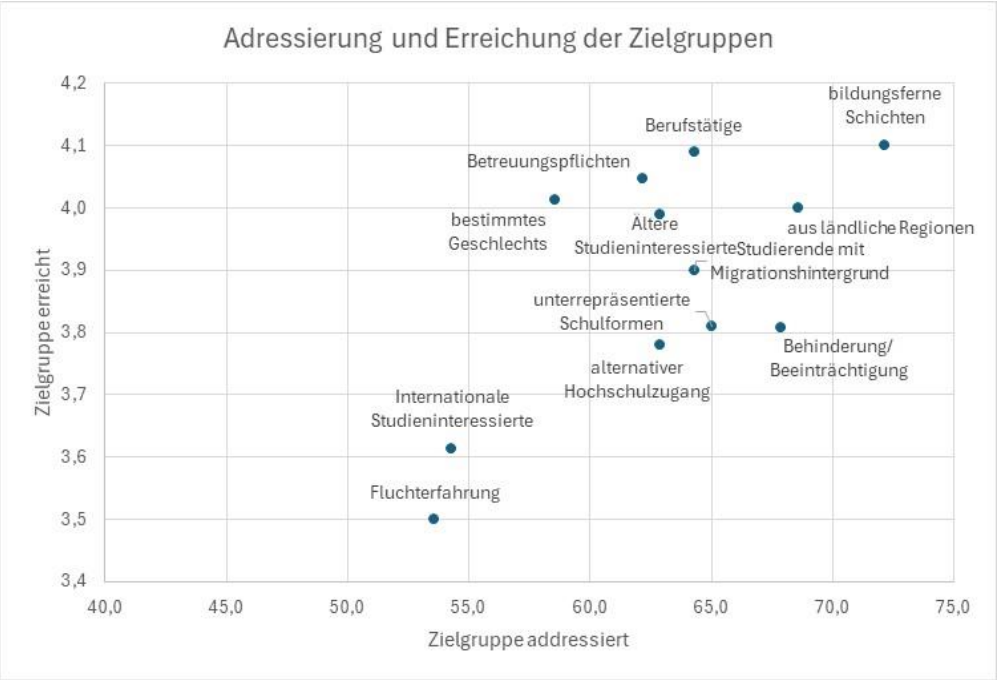
Nicht erfolgreiche Vorhaben scheitern durch Mangel an

1	Innovationspotenzial
2	Skalierbarkeit
3	Reichweite
4	Ressourceneffizienz
5	Nachhaltigkeit
6	Erreichen der Zielgruppe

Quelle: BMBWF

1. EVALUIERUNG DER MAßNAHMEN

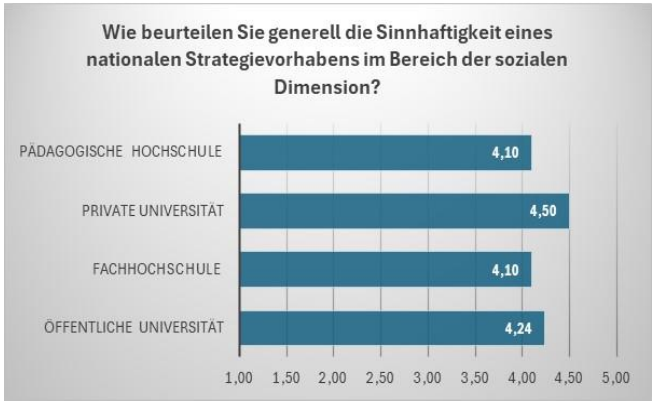
ERREICHUNG VON ZIELGRUPPEN

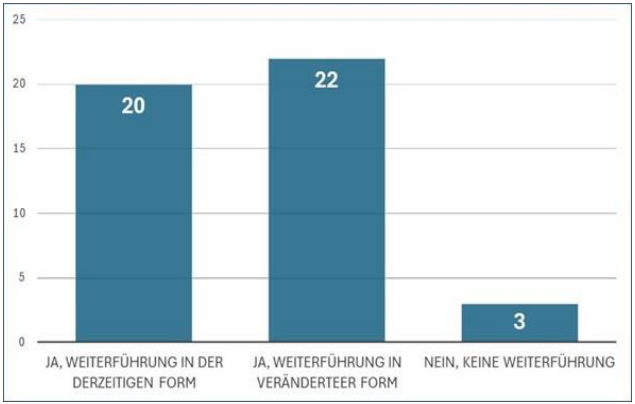


Das Erreichen der Zielgruppen wurde nur bewertet, wenn sie adressiert worden sind !

2. BEWERTUNG DER GESAMTSTRATEGIE

Hohe Zustimmungsraten zu Sinnhaftigkeit und Weiterführung der Strategie seitens der befragten Hochschulen und Stakeholder

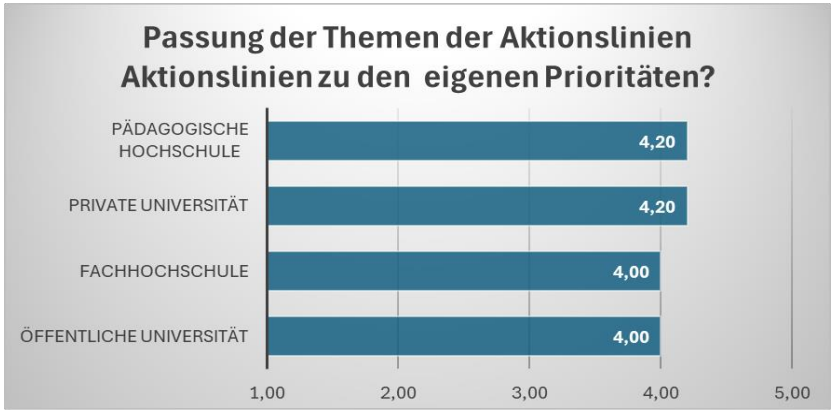




- Ebenfalls hohe Zufriedenheit mit den begleitenden Maßnahmen des BMFWF (insbes. Vernetzungskonferenzen)
- **Legitimationsfunktion** der Nationalen Strategie in der hausinternen Umsetzung von Maßnahmen: Awareness

2. BEWERTUNG DER GESAMTSTRATEGIE

Die Aktionslinien passen zu den eigenen Prioritäten der Hochschulen



Und haben (nur) moderat die Gestaltung von Vorhaben an den Hochschulen angeregt

EMPFEHLUNGEN ZUR WEITERFÜHRUNG EINER NATIONALEN STRATEGIE

LEITFRAGEN

1. Wie sollte eine Folgestrategie inhaltlich strukturiert werden?
2. Welche Themen sind in einer Neuauflage der Strategie zusätzlich zu berücksichtigen, ohne den Prozess zu überfordern?
3. Welche Themen könnten gestrafft bzw. weggelassen werden?
4. Welche aussagekräftigen quantitativen Indikatoren - auf der Basis vorhandener Administrativdaten - sollten aufgenommen werden und mit welchen Maßnahmen wäre diese Indikatoren zu adressieren?
5. Welcher Zeit- und Umsetzungshorizont wäre vorzusehen?

WEITERFÜHRUNG / RELAUNCH EINER NATIONALEN STRATEGIE ZUR SOZIALEN DIMENSION

Die Nationale Strategie zur sozialen Dimension in der Hochschulbildung sollte grundsätzlich weitergeführt beziehungsweise neu aufgelegt werden, da sie sowohl unter den Hochschulen als auch den anderen Stakeholder Gruppen eine hohe Akzeptanz genießt.

Die Nationale Strategie wird von den Hochschulen (laut Befragung) und den anderen Stakeholdern sehr positiv eingeschätzt, um die Themen der sozialen Dimension in den Hochschulen sichtbar zu machen und stärker bei allen Gruppen und Organisationseinheiten der Hochschulen zu verankern; damit wird die „Awareness“ für ihre Relevanz erhöht. Die Existenz einer Nationalen Strategie erhöht die Verbindlichkeit und hilft, Vorhaben in den Hochschulen zu implementieren. Hinzu kommt, *„dass die soziale Dimension im gesamten europäischen Hochschulraum ein bestimmendes Thema ist, bei dem auch Österreich nicht den Fokus verlieren sollte“* (Stakeholder Interview).

ALLGEMEINE AUSRICHTUNG DER NATIONALEN STRATEGIE

Generell wird von den Stakeholdern aber auch vielen Hochschulen eine Ausweitung der Nationalen Strategie zur sozialen Dimension auf den gesamten Bildungsweg beziehungsweise die gesamten Bildungsstufen vorgeschlagen.

D.h. vorgeschlagen wird eine Einbeziehung der Schnittstellen zur vor-hochschulischen Bildung und zum Arbeitsmarkt/lebenslangen Lernen

Die Analyse der aus Sicht der Hochschulen erfolgreichen Maßnahmen legt eine Fokussierung hinsichtlich der Gestaltung der Zieldimensionen als auch der einzelnen Aktionslinien der Nationalen Strategie nahe.

Die Ergebnisse der Evaluierung legen nahe, dass keine grundlegende Veränderung der Struktur der Nationalen Strategie erforderlich ist. Vorgeschlagen werden daher

- eine erweitere Definition der Ziellinien I und II entlang der Bildungskette,
- damit verbunden eine teilweise Umsortierung und Neufokussierung bestehender Aktionslinien,
- die Einbeziehung einer neuen Aktionslinie, die den Übergang von der Hochschule in den Beruf bzw. lebenslanges Lernen in den Blick nimmt, sowie
- die Aufnahme bzw. stärkere Betonung einzelner Themen innerhalb bestehender

NEUSTRUKTURIERUNG DER ZIELDIMENSIONEN UND AKTIONSLINIEN

Auf dieser Basis dieser Überlegungen wird folgende Struktur einer künftigen Nationalen Strategie vorgeschlagen:

- ***Zieldimension I: Übergang Schule – Hochschule und integrativer Zugang***
  - AL 1: Outreach und Kooperation mit nicht-hochschulischen Bildungseinrichtungen
  - AL 2: Informationsangebote und Studienberatung
  - AL 3: Anerkennung und Validierung
  - AL 4: Studieneinstieg *(vorher in Zieldimension II)*
- ***Zieldimension II: Studienerfolg, Übergang Hochschule – Beruf und Lifelong Learning***
  - AL 5: Studienorganisation und Studienerfolg
  - AL 6: Vereinbarkeit und finanzielle Situation
  - AL 7: Hochschule – Beruf – Lifelong-Learning ***(neu)***
- ***Zieldimension III: Rahmenbedingungen und hochschulpolitische Steuerung***
  - AL 8: Hochschulystemfragen
  - AL 9: Governance
  - AL 10: Studienförderung

ZUSÄTZLICHE NEUE THEMEN

Die Gespräche mit den Stakeholdern, insbes. auch der Hochschulschüler*innenschaft, haben zwei Themen ergeben, die stärkere Berücksichtigung - innerhalb bestehender Aktionslinien – finden sollten

(1) **Psychische Gesundheit bzw. psychosozialen Belastungen** der Studierenden
Wenngleich psychologische Beratung zum Regelangebot der Hochschulen für die Studierenden gehören sollte und auch im Rahmen der Psychologischen Studienberatung (PSB) an mehreren Standorten angeboten wird, könnten in der Nationalen Strategie zur sozialen Dimension spezifische Vorhaben und Initiativen mit dezidiertem Bezug zu sozialen Aspekten aufgenommen werden. Diese Thematik kann aus Sicht des Evaluierungsteams unter der Aktionslinie 5 (Studienorganisation und Studienerfolg) subsumiert werden.

(2) **Finanzielle Lage von Studierenden und Erwerbstätigkeit neben dem Studium**. Dieses Thema wird derzeit bereits in zwei Aktionslinien adressiert (AL 6: Vereinbarkeit, AL 9: Studienförderung); eine thematische Bündelung und damit konzentriertere Behandlung dieses Bereichs wäre zielführend.

QUANTITATIVE INDIKATOREN

Die Definition und das Monitoring von quantitativen Zielen für die Nationale Strategie erscheint grundsätzlich sinnvoll, allerdings sollte die Anzahl und das Portfolio der Indikatoren überdacht werden.

Vorgeschlagen wird die Ausweitung auf **Indikatoren, die den Student-Life-Cycle abbilden** (Monitoring durch die Hochschulen), da die bisherigen quantitativen Ziele sich sehr stark auf die Studienaufnahme konzentrieren. Während die Hochschulen beim Hochschulzugang nur begrenzte Einflussmöglichkeiten haben, würde ein Monitoring von Indikatoren durch das Studium hindurch auch den Beitrag der Hochschulen quantitativ abdecken.

Hierfür kommen insbesondere folgende Indikatoren/Dimensionen in Frage bzw. der Stufung von Studienanfänger*innen über Studierende (in einem definierten Semester) zu Absolvent*innen

- mit Eltern ohne Matura (Ziel 1),
- mit nicht-traditionellem Hochschulzugang (Ziel 2),
- bzgl. des Geschlechterverhältnis (Ziel 3),
- mit Migrationshintergrund (Ziel 4) sowie
- bei geförderten Selbsterhalter*innen (Ziel 8)

ZEIT- UND UMSETZUNGSHORIZONT

Eine Fortsetzung der Nationalen Strategie sollte weiterhin längerfristig angelegt werden, z. B. auf eine weitere Periode von 8 Jahren.

Da die Umsetzung von Maßnahmen und ihre Wirkung nicht kurzfristig möglich sind, macht eine kurzfristig angelegte Strategie wenig Sinn.

Eine Weiterführung der Nationalen Strategie sollte kontinuierlich begleitet werden ohne eine Ausweitung der Berichtspflichten für die Hochschulen.

Die Vernetzungskonferenzen sind aus Sicht aller Stakeholder*innen ein wichtiges Element für einen solchen Austausch, haben aber bezüglich der Teilnehmer*innen und der Themen eine begrenzte Reichweite. Alle Stakeholder*innen sprechen sich für eine Weiterführung dieses Instrumentes aus, es sollte aus unserer Sicht jedoch durch weitere Aktivitäten wie kleinere, niederschwellige Vernetzungsmöglichkeiten erweitert werden. Sinnvoll sein könnte in diesem Zusammenhang - unterhalb der großen Vernetzungstreffen - in Kooperation mit anderen Netzwerken, z.B. auch der Hochschulforschung, ein themenzentrierter Austausch für die Nationale Strategie relevanter Aspekte sein. Ein solches Thema könnte z.B. das Innovationspotential von Vorhaben sein, da die Befragung der Hochschulen ja ergeben hat, dass mangelnde Innovationsfähigkeit ein wesentlicher Faktor dafür ist, dass Vorhaben nicht erfolgreich sind.

WEITERE EMPFEHLUNGEN

Wir empfehlen die Entwicklung einer expliziten Kommunikationsstrategie der Nationalen Strategie. Diese sollte sich sowohl an die Hochschulwelt als auch an hochschulexterne Stakeholder und Gruppen und damit auch die Öffentlichkeit insgesamt wenden, um die Anliegen und Themen der Nationalen Strategie breiter zu verankern. Insbesondere mit Blick auf studieninteressierte Studierende als Adressat*innen ist auch eine Kommunikationsstrategie für soziale Medien wichtig.

Dabei wäre die Entwicklung einer Kommunikationsstrategie für die Nationale Strategie sinnvoll, die spezifische Kommunikationswege und Medien

- für die einzelnen Gruppen innerhalb der Hochschulen,
- für die hochschulpolitische Community und
- relevante Stakeholder Gruppen außerhalb des Hochschulsektors, z. B. der vorausgehenden Bildungsebenen

entwickelt. Insbesondere mit Blick auf die Studierenden spielt dabei auch eine Social Media Strategie eine große Rolle.

CHE
Centrum für
Hochschulentwicklung

IHR KONTAKT

CHE
Gemeinnütziges Centrum für Hochschulentwicklung GmbH

Gero Federkeil
gero.federkeil@che.de
+49 5241 9761-30
www.che.de

Universität für Weiterbildung Krems
Corinna Geppert
corinna.geppert@donau-uni.ac.at
+43 2732 893-5327
https://www.donau-uni.ac.at/de.html