



SERVICEZENTRUM
DEUTSCHLAND
STIPENDIUM®



STIFTERVERBAND
Bildung. Wissenschaft. Innovation.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Bielefeld, 6. September 2019

RÜCKENWIND FÜR HÜRDENLÄUFER: FÖRDERUNG VON DIVERSITÄT UNTER DEN DEUTSCHLANDSTIPENDIATEN

Dr. Alexander Tiefenbacher





PROFIL SERVICEZENTRUM DEUTSCHLANDSTIPENDIUM

- » Individuelle **Beratung** für Förderer und Hochschulen bei strategischen und operativen Fragen
- » Angebot kostenloser telefonischer **Infohotline** und Mailservice
- » Durchführung von **Workshops** und Roundtable-Gesprächen
- » Konzeption und Ausschreibung von **Wettbewerben** (bislang vier Runden)
- » Durchführung von **Befragungen**, z.B. Deutschlandstipendium und Lehramt
- » **Evaluation**, z.B. durch Veröffentlichung von „Länderchecks“ zu den Vergabezahlen auf Ebene der Bundesländer
- » Konzeption und Durchführung von **Sommerakademien** für 70 Stipendiatinnen und Stipendiaten des Deutschlandstipendiums
- » **Kommunikation** in Medien und auf Veranstaltungen



ZIEL WETTBEWERB „RÜCKENWIND FÜR HÜRDENLÄUFER“

- » Diversity-Programme des **Stiferverbandes**: z.B. Diversity Audit „Vielfalt gestalten“ und Wettbewerb „Studienpioniere“
- » Berücksichtigung besonderer **sozialer, familiärer oder persönlicher** Umstände der Studierenden (3. Förderkriterium StipG)
- » Geförderte **Zielgruppen** z.B.:
 - Studierende mit Migrations- oder Fluchthintergrund,
 - aus bildungsfernen Elternhäusern (Studienpioniere),
 - mit (körperlicher) Beeinträchtigung,
 - mit Kindern und/oder pflege- bzw. betreuungsbedürftigen Angehörigen
- » Betonung des **ganzheitlichen Leistungsbegriff** des Stipendiums
- » Wettbewerb möchte **individuelle Geschichten** und Persönlichkeiten der Stipendiatinnen und Stipendiaten in den Vordergrund rücken

Gibt es weitere?
Schwerpunkte?



THEMEN- UND ARBEITSSCHWERPUNKTE BEI DER FÖRDERUNG VON DIVERSITÄT (1/2)

1. Stellenwert: Förderstrategie und Kommunikation

- » Übergeordnete Bedeutung des Themas Diversität/Vielfalt für das Hochschulprofil/-leitbild und konkreter Umgang, z.B. in Kommunikation und Fördereransprache

2. Bewerbungsphase: Identifikation der Zielgruppen

- » Maßnahmen, um Zielgruppen **ausfindig** zu machen und zur Bewerbung zu ermuntern (z.B. bei der Bewerbung abgefragte Informationen, Form und Sprache der Bewerbungsprozesse). Kooperation z.B. mit International Office, Diversity Management, Studienberatung



THEMEN- UND ARBEITSSCHWERPUNKTE BEI DER FÖRDERUNG VON DIVERSITÄT (2/2)

3. Auswahlphase: Aufnahme in die Förderung

- » Auswahlprozesse ausgewogen und differenziert gestalten, um neben Leistungskriterien auch bildungsbiografische Merkmale zu berücksichtigen

4. Förderphase: Unterstützende Maßnahmen

- » Ideelle Fördermaßnahmen, z.B. Spracherwerb, Mentorings/Buddy-Programme und weitere Integrations-, Bildungs- oder Betreuungsprogramme

5. Erfolgsbeispiele: Darstellung starker Persönlichkeiten als Vorbilder

- » Maßnahmen zum Einsatz von Vorbildern: Ansporn für andere Studierende, z.B. auf der Website, bei Veranstaltungen, in eigenen Workshops

Weitere Themen? Vertiefung in Gruppenarbeiten!



1. STELLENWERT: FÖRDERSTRATEGIE UND KOMMUNIKATION (1/2)

Stellenwert von **Diversität** für die **Hochschule** insgesamt:

- » Diversity im **Selbstverständnis** und Leitbild der Hochschule verankert: Berücksichtigung von Unterschieden/Vielfalt in Studierendenschaft, Schaffung von Chancengleichheit und Bildungsgerechtigkeit
- » Schaffung **Diversity-Kultur**: Sensibilisierung und Verabschiedung Diversity-Strategie bzw. Schaffung von Rahmenbedingungen. Wichtig: Wertschätzung und Stärkenorientierung!
- » Behandlung des Themas in **Diversity-Formaten** wie Service- und Beratungsangeboten, Forschungs- und Arbeitsgruppen, (wissenschaftlichen) Veröffentlichungen sowie weiteren Initiativen
- » Deutschlandstipendium als **exemplarischer** Teil dieser Aktivitäten (Satzung)



1. STELLENWERT: FÖRDERSTRATEGIE UND KOMMUNIKATION (2/2)

Einsatz des Themas Diversität bei der Ansprache von **Förderern**:

- » Wichtigkeit von Diversität in **Kommunikationsmittel** (Website!, Flyer, Testimonials etc.) aufnehmen, nicht nur für die Fördereransprache
- » Auf individuelle Situationen aufmerksam machen → **Fördererwünsche**
- » Identifikation von **Unternehmen**, die sich für dieses Thema interessieren (z.B. Google, SAP, Adidas, ThoughtWorks) sowie **Stiftungen** und **Vereine/Service Clubs** (z.B. Frauenförderung: Soroptimisten, Zonta etc.)
- » Unternehmensinitiative „**Charta der Vielfalt**“, z.B. Konzerne aber auch KMUs. Selbstverpflichtung, die sich für Diversity in Unternehmen einsetzt
- » *Interessanter Fall*: Einbindung der **Freunde und Förderer** zur Vergabe von (Diversitäts-)Stipendien. Förderverein vergibt „subventionierte Stipendien“



2. BEWERBUNGSPHASE: IDENTIFIKATION DER ZIELGRUPPEN (1/2)

In der **Ansprache** bzw. „Ermutigungsphase“

- » **Klarstellung:** DStip nicht nur für Studierende mit deutschem Pass!
- » Betonung von Diversität als eigenem **Auswahlkriterium** (stärkenorientiert!)
- » **Mix** aus flächendeckenden Infos für alle Studierende und Fokus auf besondere Kanäle, auch Social Media. Wichtig: Ansprache möglichst früh!
- » Besondere Ansprache und Ermunterung unter Einbindung themenspezifischer **Multiplikatoren** in Beratungsgesprächen, z.B.:
 - Studienberatung/-finanzierung, Diversitystelle und International Office
 - Frauen-/Gleichstellungs-/Familienbeauftragte und Studieren mit Kind
 - Beratung für beeinträchtigte Studierende/Inklusions- und Sozialberatung
 - ggf. Zusammenarbeit mit Schulen, Initiativen wie „Arbeiterkind“ etc.



2. BEWERBUNGSPHASE: IDENTIFIKATION DER ZIELGRUPPEN (2/2)

Bei der **Bewerbung**

- » (Online) Bewerbungsunterlagen übersichtlich und leicht verständlich, ggf. (individuelle) Begleitung beim Ausfüllen der Bewerbungsunterlagen
- » Möglichkeit zur Darlegung persönlicher Hintergründe in einem **Motivations-schreiben**, in dem auch auf mögliche Hürden eingegangen werden kann (ggf. persönliche Begleitung beim Verfassen des Motivationsschreibens)
- » **Gezielte Abfrage** der besonderen persönlichen/familiären Umstände wie:
 - Herkunft und Erziehung von Kindern
 - gesundheitliche Beeinträchtigungen und (Bildungs-)Hintergrund der Eltern
 - BAföG und Pflege von Angehörigen etc.
- » Bewerbungsportal und Informationsmaterialien in **englischer Sprache**



3. AUSWAHLPHASE: AUFNAHME IN DIE FÖRDERUNG

Leistung wird **nicht nur** in Noten gemessen!

- » Bewerbungen sollten **individuell** behandelt werden, idealerweise auch in persönlichen Auswahlgesprächen (ca. 20 Minuten); mehrstufiges Verfahren
- » Differenziertes **Punktesystem**, das den drei Vergabekriterien Leistung, Engagement und Bildungsbiografie Rechnung trägt (Gewichtung nach einem festen Muster, z.B. 50%/25%/25% oder 50%/20%/30%).
- » Divers besetzte **Auswahlgremien**, z.B. mit Gleichstellungsbeauftragte/r, Beauftragte/r für inklusives Studieren, Studierendenvertreter/in
- » *Ideal*: **keine Vorselektion** anhand von Noten, um Profile ganzheitlich erfassen zu können (wenn auch sehr aufwändig...) und gezielte Berücksichtigung sämtlicher **Diversity-Zielgruppen**



4. FÖRDERPHASE: UNTERSTÜTZENDE MAßNAHMEN

- » Bei der Bewilligung wird auch über **ideelle Förderung** informiert (auch Aufnahme in bestehende Programme für alle Studierende), z.B.
 - durch Mentorings/Buddy-Programme, z.B. zu Fragen zu Studium und Orientierung in neuem Umfeld, am besten durch andere „Hürdenläufer“
 - beim Spracherwerb, z.B. durch Tandemprogramme
 - Weitere Integrations- und Bildungsprogramme, z.B. Bewerbungs-/Präsentationstrainings, Exkursionen, Stammtische
- » **Förderer und Alumni** einbeziehen, z.B. Werksbesichtigungen, Vorträge
- » „**Community building**“ und (online) Netzwerkarbeit als zentrale Erfolgsfaktoren: Stipendiaten untereinander aber auch mit Förderern, z.B. auf Vernetzungsveranstaltungen wie Sommerfest, Science Slams
- » *Insgesamt wichtig:* „fehlerfreundliche“ und wertschätzende **Atmosphäre**



5. ERFOLGSBEISPIELE: DARSTELLUNG STARKER PERSÖNLICHKEITEN ALS VORBILDER

- » **Darstellung** von Erfolgsgeschichten als Motivation zur Nachahmung, z.B. in Website, Newsletter, Jahresbericht, Flyer, Social Media, Videos etc.
- » Benennung von Stipendiaten als **Themenbotschaftern**, die informieren, zur Bewerbung ermuntern und bei Rückfragen zur Verfügung stehen
- » Durchführung von **Workshops** „Von Hürdenläufern für Hürdenläufer“: Ermutigung, als Vorbilder für andere Studierende zu dienen
- » **Ansporn** für andere Studierende, z.B.
 - auf der Website als Testimonials
 - bei Veranstaltungen, z.B. als Redner auf der Stipendienvergabefeier
 - in eigenen Workshops
 - in einem eigenen Video



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Und nun einen spannenden
gemeinsamen **Austausch!!!**