



SPRACHEN BEFLÜGELN

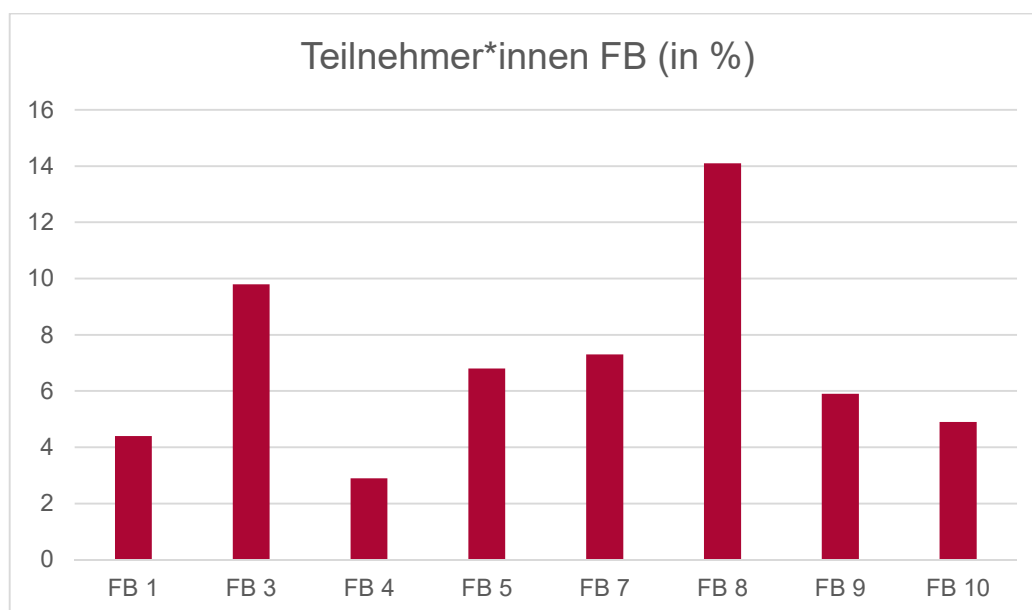


Bedarfsanalyse: Auswertung und Ergebnisse – Mitarbeiter*innen

1. Information zur Beschäftigung

Insgesamt nahmen 206 Personen an der Befragung teil. Von diesen Personen sind rund 42,6% in der Lehre tätig und 57,4% haben keine Lehrverpflichtung. 63,4% der Befragten arbeiten in den Fachbereichen (FB), 16,6% in wissenschaftsunterstützenden Einheiten (WUE), 11,7% in zentralen wissenschaftlichen Einrichtungen (ZWE), und 7,8% in weiteren Einrichtungen.

In Bezug auf die FB verteilen sich die Befragten wie folgt:

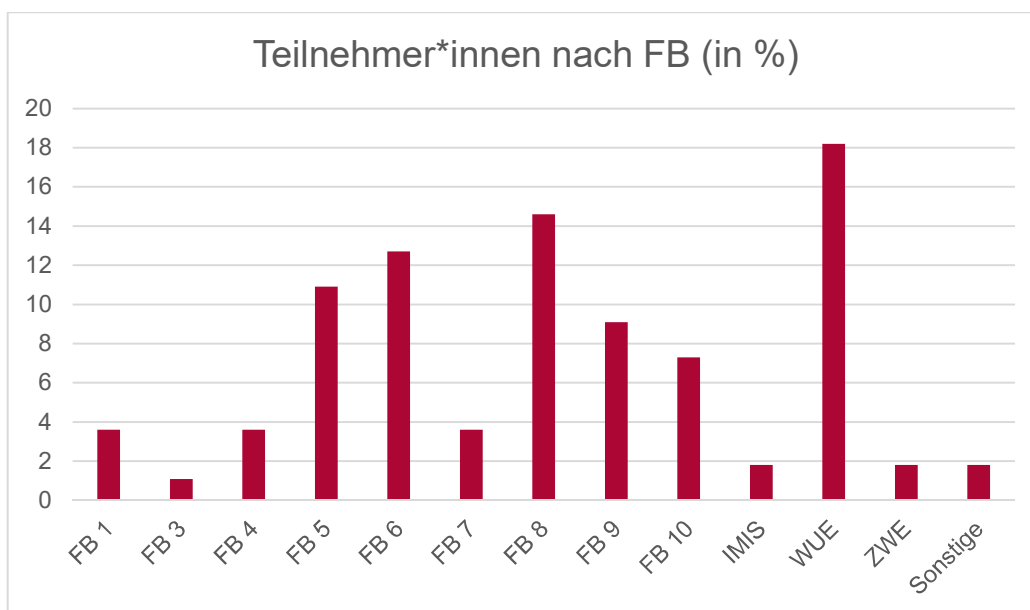


Die drei personalstärksten FB (wissenschaftliches Personal und Verwaltungspersonal) laut der offiziellen Statistik der UOS von 2014 sind: FB 5, FB 8 und FB 3. FB 8 ist somit in der Umfrage etwas über- und FB 5 deutlich unterrepräsentiert.

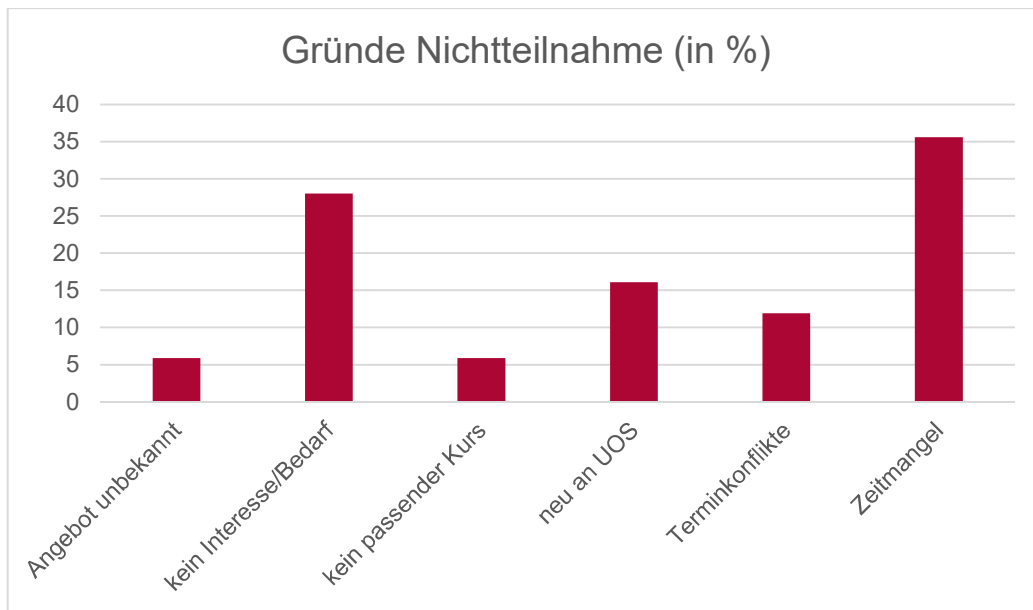
In Bezug auf ihre Sprachkenntnisse geben die Befragten an, dass sie neben der Muttersprache Deutsch, Englisch auf hohem Niveau beherrschen, Französisch auf niedrigerem Niveau und Spanisch auf Anfängerniveau. Ein kleiner Teil hat auch noch das Lateinum, was auf einen deutschen Schulabschluss schließen lässt.

2. Kursteilnahme und Kursformate

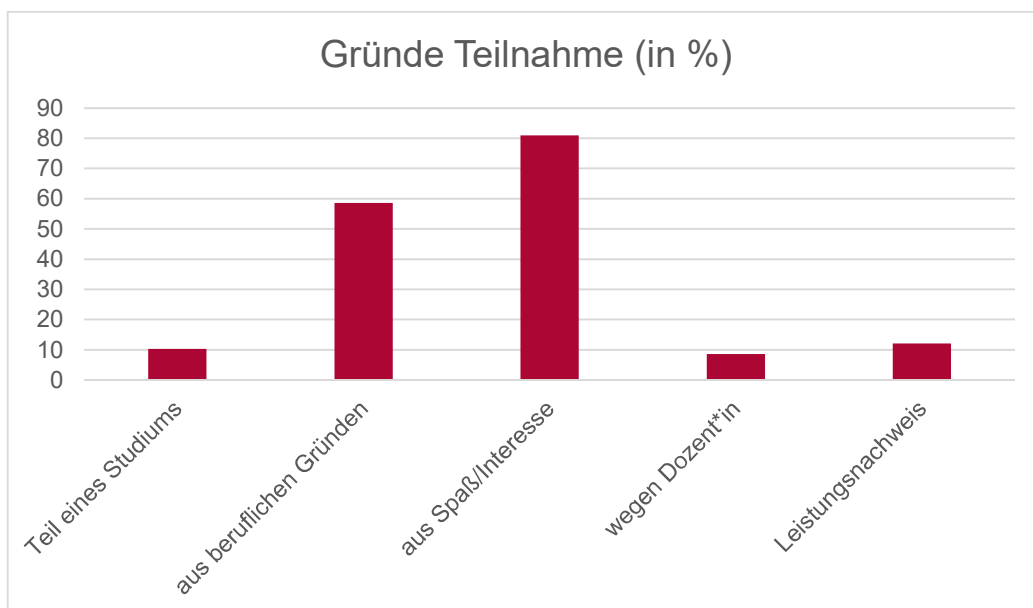
72,9% der Befragten haben noch nie an einem Sprachkurs des Sprachenzentrums (SPZ) teilgenommen und 95,6% nahmen auch während der Befragung nicht an einem Kurs teil. Somit haben von den befragten Mitarbeiter*innen nur 27,1% in der Vergangenheit Kurse am SPZ belegt. Sie verteilen sich wie folgt auf die verschiedenen FB.



Für die Nichtteilnahme werden vielfältige Gründe angegeben. Nach der Kategorisierung der Antworten lässt sich sagen, dass Zeitmangel von jede*r Dritten genannt wird, und jede*r Vierte keinen Bedarf sieht Kurse am SPZ zu belegen. Leider haben nur wenige Personen die Gründe für *Zeitmangel* genauer dargestellt. Die verschiedenen Gründe für die Nichtteilnahme sind in der folgenden Grafik dargestellt.



Die befragten Mitarbeiter*innen, denen es nichtsdestotrotz möglich war Sprachkurse zu besuchen, taten dies besonders in den Sprachen Englisch, Französisch und Spanisch. Die Motivation für ihre Teilnahme liegt hauptsächlich an ihrem Spaß und Interesse eine Fremdsprache zu erlernen oder ihre Kenntnisse zu vertiefen. Wie die nächste Grafik zeigt, geben aber auch etwas mehr als die Hälfte berufliche Gründe an.



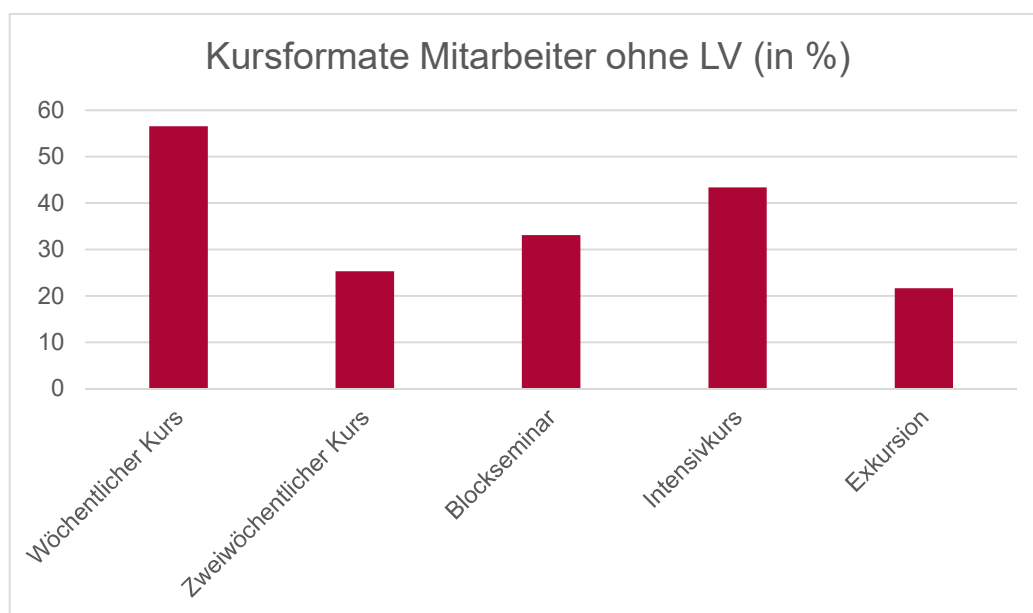
Wie die Studierenden wurden auch die Mitarbeiter*innen gefragt, mit welchen Lehr- und Lernformaten sie vertraut sind und welche davon ihnen beim Spracherwerb am besten gefallen. Die bekannteste Form war der *Frontalunterricht* gefolgt von der *Arbeit in Kleingruppen* und dem *Selbstlernen*. Von den 195 Personen, die Frontalunterricht kennen, mögen 42,5% ihn auch. In dieser Gruppe ist aber die Arbeit in Kleingruppen deutlich beliebter (52,8%). Da auch Mehrfachnennungen erlaubt waren, zeigt sich, dass

die Kombination *Frontalunterricht/Arbeit in Kleingruppen* beim Bekanntheitsgrad am häufigsten genannt wird. Die drittbekannteste Lernform (45,6%) war das *Selbstlernen*. Die Zustimmungsrate beim Selbstlernen war jedoch deutlich geringer (26,5%). Am beliebtesten bei denen, die Selbstlernen als bekannte Unterrichtsform angekreuzt hatten, war ebenfalls die Arbeit in Kleingruppen (54,3%). Die Ergebnisse zeigen somit, dass unter Mitarbeiter*innen die Arbeit in Kleingruppen sehr positiv bewertet wird, wobei das Selbstlernen zwar bekannt aber deutlich weniger beliebt ist.

3. Bedarf für Mitarbeiter*innen

Der größte Bedarf besteht laut den Mitarbeiter*innen bei Englisch auf fortgeschrittenem Niveau, gefolgt von Spanisch und Französisch auf den verschiedenen Kompetenzstufen. Italienisch wird größtenteils auf Grund- und Aufbaukursniveau nachgefragt und Interesse an Grundkursen besteht laut den Teilnehmer*innen besonders bei Arabisch und Türkisch.

Von 126 befragten Mitarbeiter*innen ohne Lehrverpflichtung möchten 68,3% weiterhin Sprachkurse besuchen bzw. haben die Absicht an ihrem Spracherwerb zu arbeiten. In Bezug auf die Kursformate interessiert sie besonders ein wöchentlicher Kurs (56,6%), aber auch Intensivkurse und Blockseminare sind von Interesse. Exkursionen finden hingegen weniger Anklang, wie die Grafik zeigt.



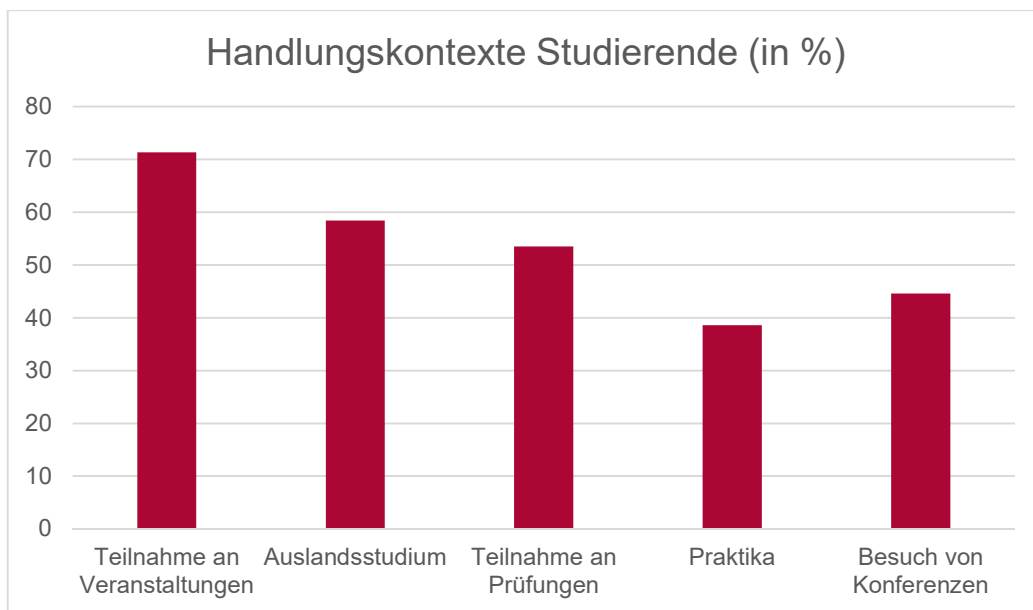
Sehr ähnlich denken Mitarbeiter in der Lehre über die Kursformate. Auch bei ihnen sind wöchentliche Kurse und Intensivkurse die beliebtesten Unterrichtsformen und die Exkursionen werden deutlich weniger nachgefragt.

Wie auch bei den Studierenden scheint es jedoch widersprüchlich, dass Intensivkurse gewünscht werden, sich diese Nachfrage aber nicht in Anfragen nach oder in Anmeldungen für Intensivkurse (z.B. dem regelmäßig angebotenen Intensivkurs Spanisch) niederschlägt. In Bezug auf die Kursplanung könnte es aus Sicht des SPZ daher geboten sein, verstärkt Intensivkurse auch in anderen Sprachen anzubieten, obwohl es schwierig ist, die tatsächliche Zahl der Interessent*innen abzuschätzen, da gerade die Ferienzeit und

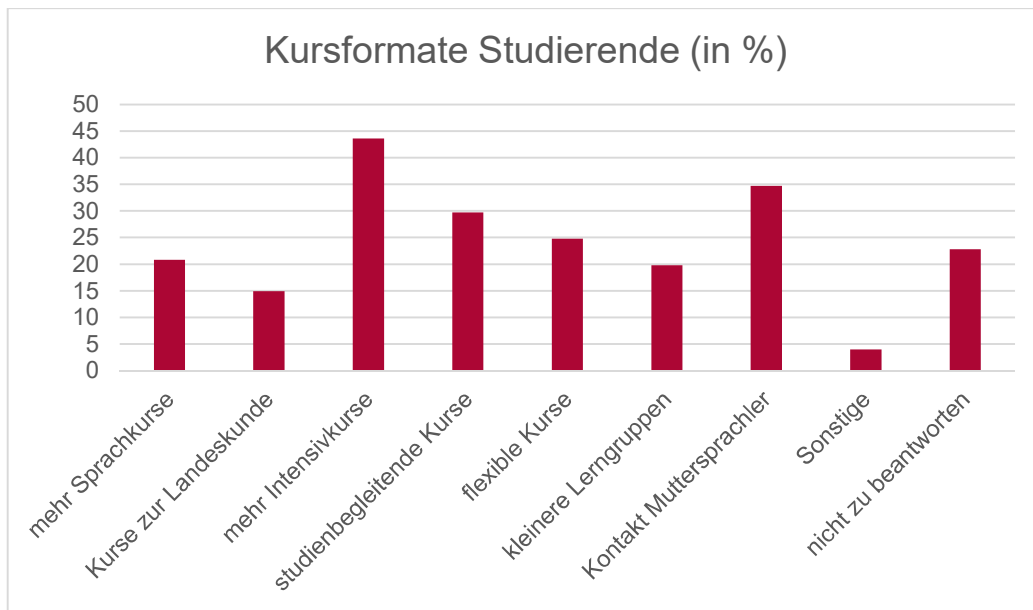
vorlesungsfreie Zeit nicht bei allen Mitarbeiter*innen für die persönliche Weiterbildung zur Verfügung steht.

4. Bedarfe für Studierende aus Sicht der Mitarbeiter*innen mit Lehrverpflichtung

Danach wurden die Mitarbeiter*innen in der Lehre zu den Sprachkenntnissen gefragt, die sie als studienrelevant für die Teilnehmer*innen an ihren Kursen betrachten. Kenntnisse in Deutsch und Englisch werden hier als besonders relevant angesehen. In Bezug auf die Handlungskontexte nennen die Befragten in erster Linie die erfolgreiche Teilnahme an Veranstaltungen, das Auslandsstudium und die Teilnahme an Prüfungen.

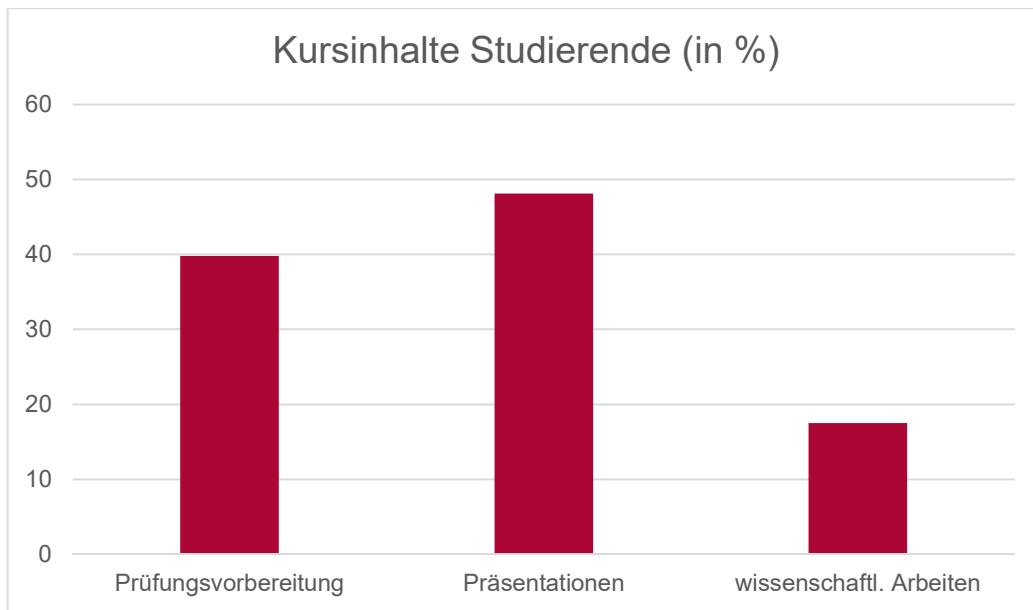


Danach wurde nach der Rolle des SPZ bei der Unterstützung dieser Sprachkompetenzen gefragt und somit nach den Kursinhalten und Kursformaten, die aus der Sicht der Mitarbeiter*innen mit Lehrverpflichtungen Studierende auf diese Handlungskontexte am besten vorbereiten. In Bezug auf die Kursformate werden Kurse in den Semesterferien und das Unterstützen von informellen Lernsituationen als wichtig angesehen.



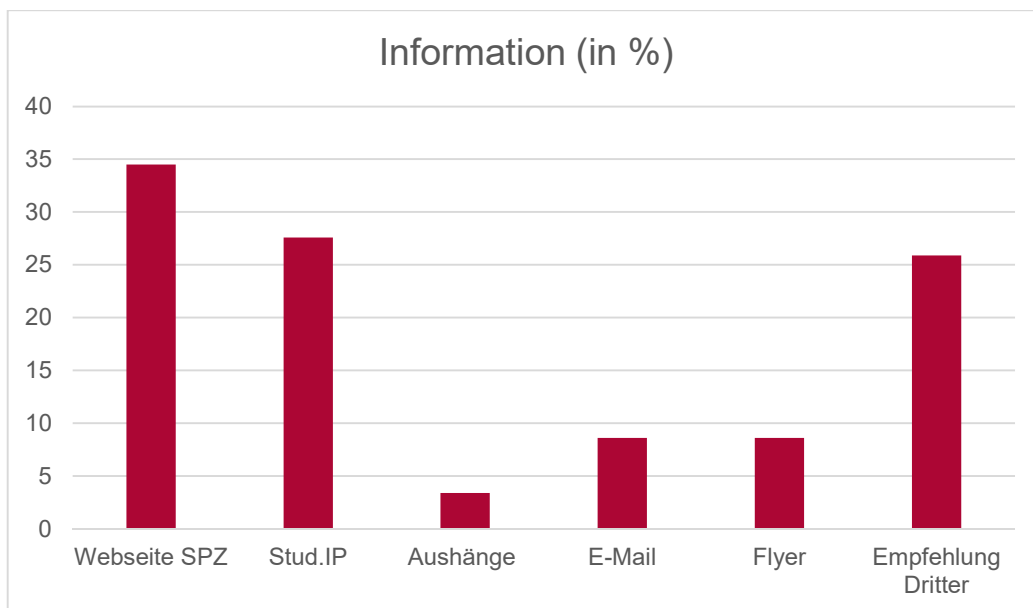
Wie die Grafik zeigt werden *mehr Intensivkurse*, *mehr Kontakt mit Muttersprachlern* und *mehr studienbegleitende Sprachkurse* am häufigsten genannt. *Mehr Intensivkurse* wünschen sich vor allem FB 8 und FB 6. *Mehr Kontakt mit Muttersprachlern* steht hingegen für FB 7 im Vordergrund. Bei den studienbegleitenden Sprachkursen kamen die meisten Nennungen von FB 6 und FB 8. Da auch hier Mehrfachnennungen möglich waren, sind auch die Kombinationen von Interesse. In Kombination wurden am häufigsten *mehr Intensivkurse* und *mehr Kontakt mit Muttersprachlern* genannt, gefolgt von *mehr Intensivkurse* und *studienbegleitende Kurse* sowie *flexiblere Kurse*. Zum Vergleich wurde eine der weniger genannten Optionen, *Kurse zur Landeskunde* am häufigsten kombiniert mit *mehr Intensivkurse* und *mehr Kontakt mit Muttersprachlern*.

In Bezug auf die Kursinhalte sehen die Lehrenden besonders das Vorbereiten auf Präsentationen und Prüfungen sowie das Schreiben von Hausarbeiten in den Wissenschaftssprachen als relevant für ihre Studierenden an, wie die folgende Grafik verdeutlicht.

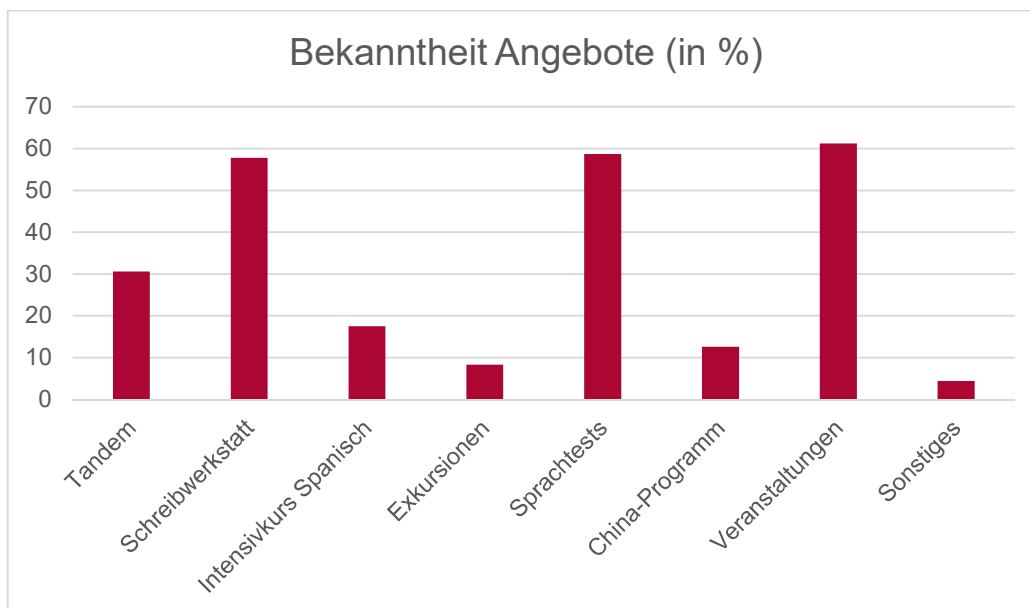


4. Image, Marketing und Empfehlung für Studierende

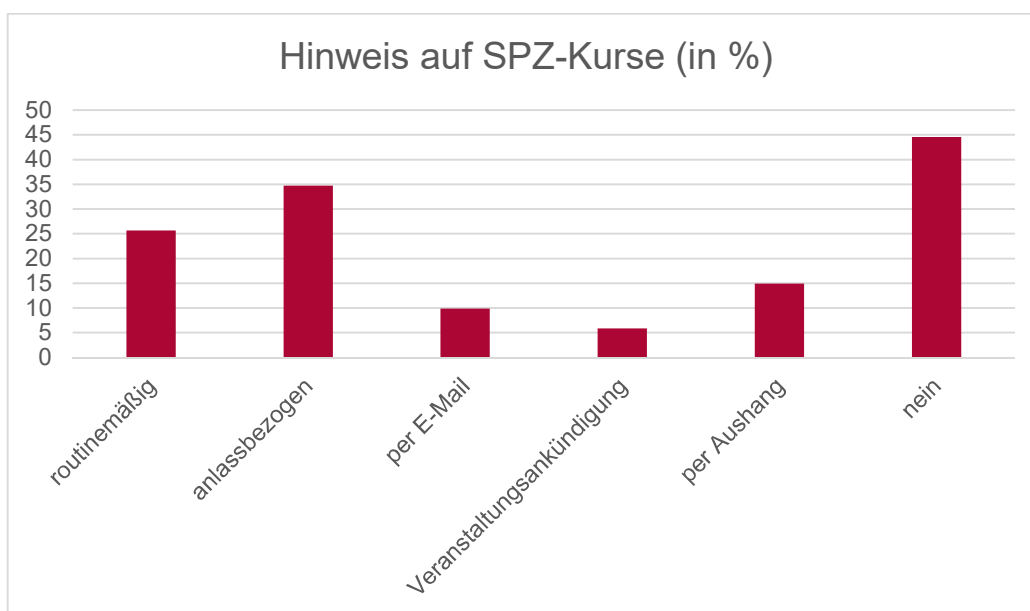
Die bisherigen Kursteilnehmer*innen unter den befragten Mitarbeiter*innen haben vom Angebot des SPZ hauptsächlich durch die Webseite, über Stud.IP und/oder durch Empfehlungen von anderen erfahren.



Neben den Sprachkursen sind den Befragten besonders die kulturellen Veranstaltungen, die Sprachtests und die Angebote der Schreibwerkstatt bekannt. Wie die nächste Grafik verdeutlicht, sind das Tandem-Programm, der Intensivkurs Spanisch und das Jahresprogramm China nur wenigen Mitarbeiter*innen geläufig. Interessant erscheint daher, dass durch die Tests und Veranstaltungen das SPZ seinen Bekanntheitsgrad ebenso erlangt, wie durch das Angebot der Schreibberatung.

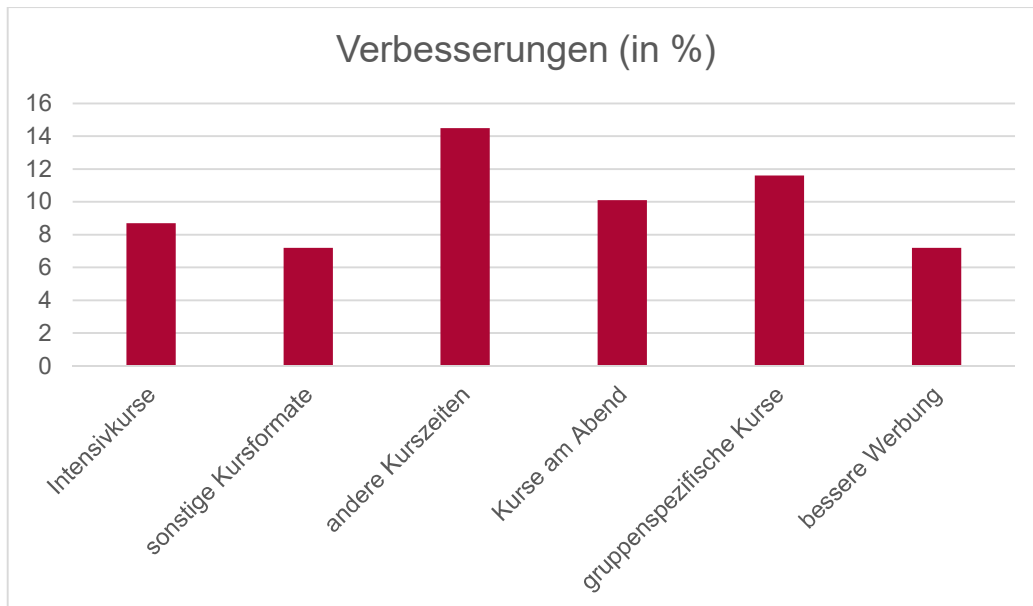


Die Frage, ob Mitarbeiter*innen Studierende auf Kurse des SPZ hinweisen, verneint die Mehrheit der Befragten. Die meisten *Neins* kamen aus FB 8, FB 9 sowie FB 6 und FB 7. *Routinemäßig* und auch *anlassbezogen* wiesen hauptsächlich Mitarbeiter*innen der ZWE auf die Veranstaltungen hin, gefolgt von FB 3 und FB 7. E-Mail nutzt zum Zwecke der Bekanntmachung der Kurse des SPZ unter Studierenden nur eine geringe Anzahl von Mitarbeiter*innen. Um das Angebot des SPZ bekannter zu machen, schlägt ein Fünftel der Befragten aber vor, E-Mails an Lehrende und Studierende zu schicken und weitere Aushänge und Handzettel zu verteilen.



Ein Drittel derer, die noch nie einen Kurs im SPZ belegt hatten, machten Vorschläge, das Angebot des SPZ für sie attraktiver zu gestalten. Aus der Vielzahl an Antworten wurden folgenden Punkte mehrfach

genannt: andere Kurszeiten (allgemein), mehr gruppenspezifische Kurse, Kurse am Abend, Intensivkurse, sonstige Kursformate (z.B. Pausenkurse) und bessere Werbung.



Bei den abschließenden freien Kommentaren ist interessant, dass viele Befragte die Zusammenarbeit mit dem SPZ intensivieren möchten und sich deshalb eine Informationsveranstaltung zum SPZ wünschen.