

# Zeitschrift für Beratung und Studium

## Call for Papers

### Mehr Studierende um jeden Preis? – Zwischen Hochschulinteressen und Beratungsethik

**S**inkende Studienanfängerzahlen, demografische Veränderungen und ein zunehmender Wettbewerb um Studierende stellen Hochschulen vor neue Herausforderungen. Studienorientierung und Studienberatung geraten dabei verstärkt in ein Spannungsfeld: Einerseits haben Hochschulen ein Interesse daran, Studieninteressierte zu gewinnen, Studierende zu binden und Studienabbrüche zu vermeiden. Andererseits gehört Ergebnisoffenheit zu den zentralen Grundsätzen professioneller Beratung.

Was bedeutet dies für die Beratungspraxis? Wie unabhängig kann und muss Studienberatung innerhalb einer Organisation sein, die zugleich eigene strategische Interessen verfolgt? Wie lassen sich Beratung, Information, Studienorientierung, Hochschulmarketing und Recruiting voneinander abgrenzen – und wo sind Überschneidungen sinnvoll oder unvermeidbar?

Besonders sichtbar wird dieses Spannungsfeld dort, wo Hochschulen aktiv auf Studieninteressierte zugehen. Welche Funktion haben Bildungsmessen heute – sind sie Orte der Orientierung und Beratung oder vor allem Instrumente des Hochschulmarketings? Wen erreichen Hochschulen dort überhaupt? Und welchen Beitrag können Schulbesuche, Workshops zur Studienorientierung oder andere Outreach-Formate zu einer fundierten Studienentscheidung leisten? Wo verlaufen dabei die Grenzen zwischen neutraler Orientierung, der Präsentation der eigenen Studienangebote und gezielter Gewinnung von Studierenden?

#### Mögliche thematische Schwerpunkte und Beiträge können beispielsweise sein:

- **Beratungsethik und Ergebnisoffenheit** im Kontext institutioneller Interessen: Wie unabhängig kann die Beratung zwischen individuellen Interessen Studieninteressierter einerseits und institutionellen Zielsetzungen sowie strategischen Interessen der Hochschulen andererseits sein?
- **Neue Wege der Ansprache und Gewinnung** von Studieninteressierten: Wie kann eine neutrale Orientierung, Präsentation der eigenen Studienangebote und gezielte Gewinnung von Studierenden realisiert werden?

weiter auf Seite 2

# Zeitschrift für Beratung und Studium

## ZBS

- **Aktive Ansprache von Studieninteressierten** und Outreach: Was können Bildungsmessen leisten, welche Reichweite, Zielgruppen, Nutzen und Wirkung haben sie? Welche Marketinginstrumente sind sinnvoll und welche Erfahrungen und Evaluationen gibt es hierzu (Schulbesuche, Kooperationen, usw.)?
- **Was bedeutet es für die Hochschulen** mit Blick auf Studierfähigkeit bei der Anwerbung von Studierenden um jeden Preis? Welche formalen und kulturellen Herausforderungen bringt eine Anwerbung internationaler Studierender mit sich?
- Welche **Bedeutung hat Beratung** für die Studierendenbindung bei Studienzweifeln und (drohendem) Studienabbruch?
- **Qualitätskriterien und Erfolgsmessung** von Studienorientierungsangeboten: Welche Kriterien spielen eine Rolle und welche Erfahrungen gibt es dazu?
- **Rollenverständnis und professionelle Identität** von Studienberatern im Spannungsfeld unterschiedlicher Erwartungen zwischen Beratungsprofession, Hochschule und Studierenden

Für die kommende Ausgabe der *Zeitschrift für Beratung und Studium (ZBS)* suchen wir Beiträge, die diese Aspekte aus wissenschaftlicher, theoretischer oder praktischer Perspektive beleuchten. Willkommen sind empirische Untersuchungen und konzeptionelle sowie professionsethische Überlegungen ebenso wie reflektierte Praxisberichte.

Gesucht werden Beiträge, die das Verhältnis zwischen institutionellen Interessen und den Interessen der Ratsuchenden kritisch reflektieren und Impulse für eine professionelle, zeitgemäße Studienberatung und Studienorientierung geben.

## Hinweise zur Einreichung

Bitte reichen Sie Ihren **finalen** Beitrag für das Themenheft bis zum **30.11.2026** ein an [zbs@universitaetsverlagwebler.de](mailto:zbs@universitaetsverlagwebler.de), mit allen **Heft-Herausgeber\*innen** im CC:

Sophie Bartholome ([sophie.bartholome@uni-jena.de](mailto:sophie.bartholome@uni-jena.de))

Dr. Frank-Hagen Hofmann ([Frank-Hagen.Hofmann@stw.uni-heidelberg.de](mailto:Frank-Hagen.Hofmann@stw.uni-heidelberg.de))

Dr. Anne Martin ([mail@anne-martin.de](mailto:mail@anne-martin.de))

Fragen bezüglich möglicher Einreichungen richten Sie gerne direkt an die Heft-Herausgeberinnen.

Geplanter Erscheinungstermin ist das 1. Quartal 2027 (Ausgabe ZBS 1/2027).

Weitere Informationen zu Einreichungen finden Sie unter

<https://www.universitaetsverlagwebler.de/autorenhinweise>

