

«Das FH-Profil.»

Aus der Praxis, für die Praxis.

Dokumentation zum nationalen Bildungsanlass vom
Freitag, 26. März 2010 im Pfalz Keller, St. Gallen

Management Summary

«Das FH-Profil.»

Wer sich über die FH-Ausbildung informieren möchte, kann sich mittels FH-Profil rasch einen Überblick über die Grundaspekte dieses Ausbildungswegs verschaffen. Das FH-Profil bietet Orientierung. Es beschreibt Kernkompetenzen von Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen. Ausserdem betont es die breite Arbeitswelterfahrung, welche die FH-Absolvierenden aufweisen. Das FH-Profil unterstreicht die Berufsqualifizierung der FH-Abschlüsse und arbeitet die hohe Beschäftigungsbefähigung (Employability) von FH-Absolventinnen und -Absolventen heraus. Diese hohe Employability bietet besten Schutz gegen Erwerbslosigkeit. Das FH-Profil bringt die Vorzüge des berufsbildenden Ausbildungsweges über Berufslehre, Berufsmaturität und Fachhochschulstudium auf den Punkt (klassische Studienrichtungen wie Technik, Wirtschaft, Architektur u.a). Es bringt Arbeits- und Bildungswelt zusammen.

Hauptmassnahmen zur Stärkung des FH-Profiles

Im Rahmen der Tagung «Das FH-Profil. Aus der Praxis, für die Praxis.», die am 26. März 2010 in St. Gallen stattgefunden hat, wurden von rund 250 FH-Absolventinnen und -Absolventen – im Beisein von Vertretenden aus Politik, Bund, Kantonen und Fachhochschulen – konkrete Massnahmen erarbeitet, um dieses FH-Profil zu sichern.

Die Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen erwarten von den Verantwortlichen in Politik, bei Bund und Kantonen als Hauptmassnahmen, dass

- die Zulassungsbedingungen zur Fachhochschule zwei Jahre Arbeitswelterfahrung im Berufsumfeld des betreffenden Studienbereichs vorsehen,
- der Begriff «Fachhochschule» fester Bestandteil der Namensgebung von Fachhochschulen ist und
- dass jeder Studienbereich einer Fachhochschule eine Arbeitsgruppe, bestehend aus Vertretenden von Fachhochschule und Arbeitswelt, einsetzt, um den Transfer von Bedürfnissen und Zielsetzungen zu garantieren.

Wie weiter mit dem FH-Profil?

Die erarbeiteten Massnahmen werden nun durch die FH SCHWEIZ bei Bund, Kantonen und Fachhochschulen deponiert und mit den entsprechenden Gremien diskutiert. Das heisst: Der Dialog zwischen FH SCHWEIZ und Gremien von Bund, Fachhochschulen und Kantonen wird verstärkt. Nur so kann das Umsetzen der Massnahmen vorangetrieben werden.

Zudem muss das FH-Profil die Bedürfnisse und Merkmale der neuen Studienbereiche wie Kunst, Gesundheit, Soziale Arbeit und weitere abdecken. An dieser Integration wird jetzt gearbeitet und das FH-Profil entsprechend erweitert.

Die kommende Ausgabe des Magazins INLINE wird nochmals ausführlich über den Bildungsevent «Das FH-Profil. Aus der Praxis, für die Praxis» informieren und gewisse Aspekte vertiefen. INLINE wird Mitte Mai 2010 erscheinen. Auch finden sich auf der Website www.fhprofil.ch weiterführende Informationen rund um das Profil sowie Bilder zum Anlass.

«Das FH-Profil. Aus der Praxis für die Praxis»: nationaler Bildungsanlass, 26. März 2010

Ziel des Anlasses

Ziel des Anlasses war, in das FH-Profil einzuführen sowie Massnahmen zu bestimmen, die das FH-Profil stärken und sichern sollen.

Rückblick: Werdegang FH-Profil

Die FH SCHWEIZ hat die Entwicklung eines Profils von Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen (FH) im Jahr 2008 lanciert. Dazu wurden verschiedene Akteure im Umfeld der FH-Ausbildung eingeladen, einen Fragebogen zu grundlegenden Aspekten des FH-Profiles zu beantworten. Überdies sammelte die FH SCHWEIZ bestehende Definitionen sowie mögliche Hinweise zu Definitionen des FH-Profiles und wertete diese aus. Auch schriftliche Dokumente (Gesetze, Unterlagen von Fachhochschulen, Berichte und Kommentare von Kommissionen, Gremien usw.) wurden durchgesehen und analysiert.

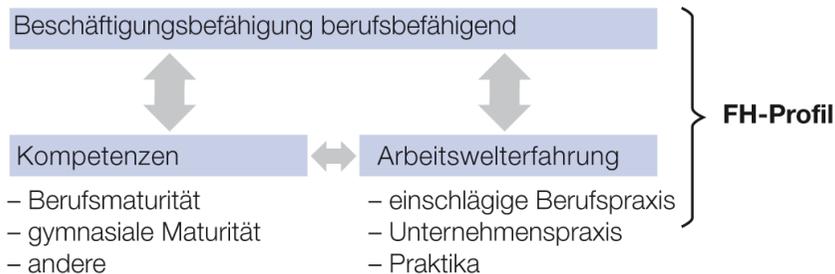
Welches sind die gemeinsamen Grundlagen von FH-Absolventen/innen? Welche Kompetenzen und Erfahrungen zeichnen sie aus? Eine Arbeitsgruppe der FH SCHWEIZ sichtet im Laufe des Jahres 2009 die Ergebnisse der Situationsanalyse und ging an eine Definition des FH-Profiles. Das Ziel war es, mit dem FH-Profil Orientierung zu bieten und eine Grundlage zu schaffen. Eltern, Lehrende, Lernende oder allgemein an Bildungsthemen Interessierte können sich heute dank dem FH-Profil rasch über Grundzüge, Zielsetzungen sowie Perspektiven der FH-Ausbildung ins Bild setzen lassen. Auch für Unternehmen soll das FH-Profil ein Gewinn sein. Es umschreibt prägnant das Profil einer bewerbenden Person mit FH-Ausbildung.

Das FH-Profil am nationalen Bildungsanlass

Rund 250 Personen fanden den Weg in die imposanten Räumlichkeiten in St. Gallen. Ein unterhaltsames Gespräch zwischen Anton Schmutz, Direktor von GastroSuisse, sowie Sopranistin Noëmi Nadelmann – beide haben ein FH-Studium absolviert – führte ins Thema ein. Die zwei FH-Diplomierten boten einen unterhaltsamen Einblick in ihren Werdegang beziehungsweise in ihre persönlichen FH-Profileigenheiten. Das von Andrea Abbühl moderierte Gespräch leitete im Anschluss daran direkt über zur Präsentation von Christian Wasserfallen. Nationalrat Christian Wasserfallen, selbst FH-Absolvent und Mitglied des Beirats FH SCHWEIZ, stellte das FH-Profil vor und hob mit verschiedenen Beispielen die Vorzüge der FH-Ausbildung heraus.

Definition FH-Profil

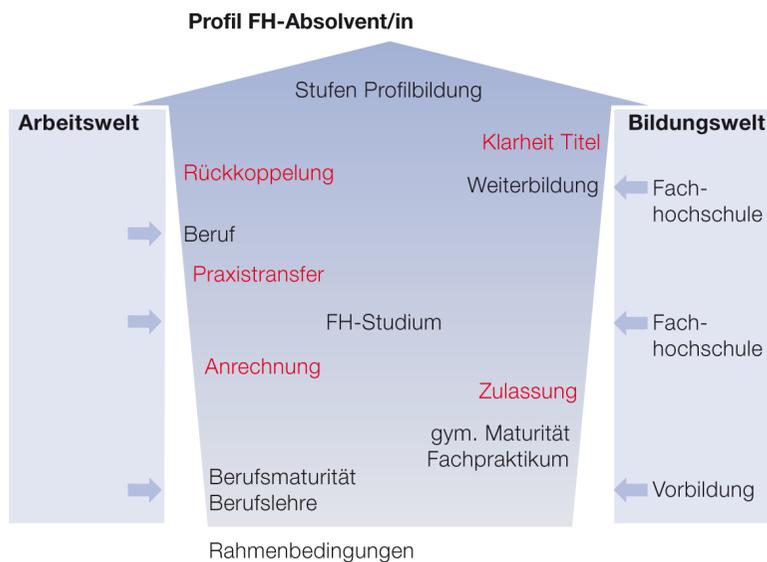
Vier Kernkompetenzen und die breite Arbeitswelterfahrung von Absolventinnen und Absolventen von Fachhochschulen sind die Hauptmerkmale des FH-Profiles. Das heisst: FH-Absolventen/innen weisen eine hohe **Beschäftigungsfähigkeit (Employability)** auf. Diese hohe Beschäftigungsfähigkeit führt dazu, dass die FH-Abgehenden unmittelbar nach Studienabschluss eine passende Arbeitsstelle finden. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die Arbeitsstelle zu halten und sich sehr flexibel auf dem Arbeitsmarkt zu bewegen. Folglich: Diese Beschäftigungsbefähigung bietet exzellenten Schutz gegen Erwerbslosigkeit und eröffnet hervorragende Karrieremöglichkeiten.



Die vier **Kernkompetenzen**:

- **Fachkompetenz** Know-how, Umsetzungsstärke mit berufsbefähigende Ausrichtung
- **Methodenkompetenz** Ausarbeitung von Lösungsansätzen, Umgang mit Komplexität, Methoden der angewandten Forschung
- **Selbstkompetenz** Selbstständigkeit, Ziel- und Ergebnisorientierung, verantwortliches Handeln, Lern- und Kritikbereitschaft
- **Sozialkompetenz** Teamarbeit, Kommunikation, interdisziplinäres Handeln

Die **Arbeitswelterfahrung** verbindet bestehende Berufs-, Arbeits-, und Unternehmenspraxis.



Weitere **Aspekte beeinflussen das FH-Profil**:

- **Rahmenbedingungen** Finanzen, internationaler Einfluss, Mobilität, Globalisierung, Austauschbarkeit von Wissen
- **Zulassung zum FH-Studium** Erwartungen an Berufsmaturanden/innen und gymnasiale Maturanden/innen
- **Anrechnung** Anrechnung bereits erbrachter Leistungen; Übereinstimmung mit dem Profil
- **Rückkoppelung** Transfer der Erwartungen Praxis an Lehre, Forschung
- **Praxistransfer** Transfer von Wissen und Informationen in die Praxis
- **Klarheit Titel** Verständliche Abschlüsse; Information über Berufsfeld/-orientierung

Diskussionsforen

Im Anschluss an die Präsentation von Christian Wasserfallen wurden in 18 Diskussionsforen mit grossem Interesse und viel Elan Massnahmen zur Sicherung und Stärkung des FH-Profiles diskutiert und bewertet. Adressaten von je 8 Gruppen waren die Fachhochschulen sowie der Bund. Eine weitere Gruppe mit Personen aus der Politik sowie eine Gruppe mit Personen aus Fachhochschulen eruierten weitere Massnahmen und priorisierten diese. Die wichtigsten Massnahmen wurden anschliessend im Plenum vorgestellt und im Rahmen einer symbolischen Übergabe den jeweiligen Adressaten überreicht.

8 Gruppen aus FH-Absolventen/innen bewerteten Massnahmen zuhanden Bund; folgend die Gruppenmoderatoren

Roger Abt	FH SCHWEIZ, Vorstand; zusätzlich Präsentator der Gruppenresultate
Guido Furrer	Löwenfels Partner AG, Geschäftsführender Partner
Martin Geissmann	ABB Schweiz AG, Head Recruiting Center; Beirat FH SCHWEIZ
Peter Gugger	apraXis GmbH, Geschäftsleiter und Inhaber
Daniel Hinder	Solveras network for solutions, Managing Partner
Christoph Meier	Bühler Management AG, Head of Financial Services
Jon Andrea Schocher	FH SCHWEIZ, Vorstand
Xander Seiler	Sportbahnen Melchsee-Frutt, Geschäftsführer

8 Gruppen aus FH-Absolventen/innen bewerteten Massnahmen zuhanden Fachhochschulen; folgend die Gruppenmoderatoren/innen

Andreas Rüfenacht	Nestlé Professional, Head Human Resources; Beirat FH SCHWEIZ; zusätzlich Präsentator der Gruppenresultate
Daniel Bärtschi	FH SCHWEIZ, Vorstand
Karin Cafilisch Widler	KPMG AG, Head HR-Marketing & Recruiting
Hanspeter Egli	Olma Messen St. Gallen, Direktor
Fabian Etter	Swisscom AG, Head of Corporate Responsibility
Roman Probst	TRANSLATION-PROBST, Geschäftsführer und Inhaber
Mario Theus	ÖKK, Stv. Vorsitzender der Geschäftsleitung
Marc Ziegler	Sage Schweiz AG, Managing Director Small Business

Eine Gruppe aus Vertreter/innen von Fachhochschulen diskutierten und bewerteten Massnahmen; folgend der Gruppenmoderator

Richard Bühler	Direktionspräsident FHNW; Vizepräsident KFH
----------------	---

Eine Gruppe aus Vertreter/innen von Politik/Verwaltung diskutierten und bewerteten Massnahmen; folgend die Gruppenmoderatorin

Brigitte Häberli	Nationalrätin; Beirat FH SCHWEIZ
------------------	----------------------------------

Die fünf von den FH-Absolventen/innen meist gewählten Massnahmen zuhanden «Fachhochschulen»:

<i>Massnahme</i>	<i>Inhalt</i>	<i>Zielsetzung</i>
Arbeitswelt, Rückkoppelung	Jeder Fachbereich einer FH setzt eine Arbeitsgruppe ein; darin sind Fachbereich und Arbeitswelt vertreten.	Transfer von Bedürfnissen, Zielsetzungen u.a. zwischen FH und Arbeitswelt.
Dachmarke, Begriff FH	Der Begriff «Fachhochschule» ist fester Bestandteil der Namensgebung einer Fachhochschule. Er wird in der Kommunikation eingesetzt.	Stärkung der Marke «Fachhochschule».
Lehrkörper: mind. drei Jahre Praxis	FH-Lehrpersonen weisen mindestens drei Jahre Praxiserfahrung im spezifischen Fachgebiet vor.	Bezug zu Praxis in Lehre, Forschung und Dienstleistung ist gewährleistet.
Gremien: Mehr FH-Leute	Fachhochschulen schlagen Personen mit FH-Hintergrund für die Besetzung von FH-relevanten Positionen vor.	Stärkung des FH-Profiles auf institutioneller Ebene.
Zulassung: zwei Jahre AE	Zulassungsvoraussetzung für klassische FH-Studienbereiche (Technik, Wirtschaft usw.): Zwei Jahre Arbeitswelterfahrung (AE) im Berufsfeld des gewählten Studienbereichs.	Direkte Stärkung des Profils der zukünftigen FH-Studierenden. Betonung Praxisorientierung.

Die fünf von FH-Absolventen/innen meist gewählten Massnahmen zuhanden «Bund, Verwaltung, Politik»:

<i>Massnahme</i>	<i>Inhalt</i>	<i>Zielsetzung</i>
Zulassung: zwei Jahre AE	Zulassungsvoraussetzung für klassische FH-Studienbereiche (Technik, Wirtschaft usw.): Zwei Jahre Arbeitswelterfahrung (AE) im Berufsfeld des gewählten Studienbereichs	Direkte Stärkung des Profils der zukünftigen FH-Studierenden. Betonung Praxisorientierung.
Lehrpersonen: mit herausragenden Praxisleistungen	Der Bund erlässt Vorschriften, damit Personen mit herausragendem Leistungsausweis im entsprechenden Arbeitsfeld als Lehrperson zugelassen werden.	Personen aus der Praxis garantieren Praxisrelevanz der FH-Ausbildung.
Masterstufe: Gleichbehandlung FH-UH	Der Besuch der Masterstufe muss für alle FH-Bachelor-Studierenden möglich sein. Entsprechende Schritte sind einzuleiten.	Gleichbehandlung von Studierenden FH und UH (universitärer Hochschule). An UH ist Übertritt in Masterstufe die Regel und grösstenteils ohne Auflagen möglich.
Arbeitswelt, Rückkoppelung	Jeder Fachbereich einer FH setzt eine Arbeitsgruppe ein; darin sind Fachbereich und Arbeitswelt vertreten.	Transfer von Bedürfnissen, Zielsetzungen u.a. zwischen FH und Arbeitswelt
Dachmarke, Begriff FH	Der Begriff «Fachhochschule» ist fester Bestandteil der Namensgebung einer Fachhochschule. Er wird in der Kommunikation eingesetzt.	Stärkung der Marke «Fachhochschule»

Vertreter/innen aus Politik/Verwaltung stellen die folgenden fünf Massnahmen in den Vordergrund:

<i>Massnahme</i>	<i>Bemerkungen</i>	<i>Zusammenfassend</i>
Arbeitswelt, Rückkoppelung	<ul style="list-style-type: none"> - Bezug zur Praxis garantieren - Vertretende Wirtschaft, Arbeitswelt in Gremien - Fachhochschulen verkaufen sich besser - Forschungsarbeit verstärkt nach aussen tragen 	Am Praxisbezug festhalten. Andersartigkeit garantieren und nach aussen tragen. Starkes Profil der FH-Ausbildung.
Finanzen, Forschung	<ul style="list-style-type: none"> - Bei Vergabe von Forschungsgeldern (bezeichnenderweise Nationalfonds) müssen Fachhochschulen stärker berücksichtigt werden. 	Fachhochschulen können sich im Bereich der angewandten Forschung positionieren. Dies bedingt eine stärkere, direktere Unterstützung in diesem Bereich.
Zulassung: zwei Jahre AE	<ul style="list-style-type: none"> - Genügt ein Jahr Praktikum für Maturanden/innen? - Arbeitswelterfahrung (AE), Sozialkompetenz mit Bezug zu FH-Studium muss viel stärker gewichtet werden bei Zulassung 	Zulassung auf praktische Kompetenzen ausweiten/ergänzen
Dachmarke, Begriff FH	<ul style="list-style-type: none"> - Fachhochschulen treten einheitlich auf - Der Begriff «Fachhochschule» ist fester Bestandteil der Namensgebung 	Stärkung der Marke «Fachhochschule»
Lehrkörper	<ul style="list-style-type: none"> - Lehrkörper stärkt Praxisorientierung - Praxiserfahrung ist Voraussetzung 	Stärkung des Profils dank Lehrenden aus Praxis

Vertreter/innen von Fachhochschulen stellen die folgenden fünf Massnahmen in den Vordergrund:

<i>Massnahme</i>	<i>Bemerkungen</i>	<i>Zusammenfassend</i>
Austausch nach aussen	<ul style="list-style-type: none"> - Austausch mit Industrie, Kultur und Wirtschaft stärkt das Profil der FH-Ausbildung - und ist Basis dieses Profils 	Zusammenarbeit und Austausch nach aussen.
Anwendungsorientierung	<ul style="list-style-type: none"> - Die FH-Ausbildung stellt die wissenschaftlich fundierte Anwendungsorientierung ins Zentrum - 	Zusammengehen von Theorie und Praxis. Fokus auf spätere Anwendungen.
Lehrpersonen: drei Jahre Praxiserfahrung	<ul style="list-style-type: none"> - Die Praxiserfahrung von Lehrpersonen ist schon heute Realität - Daran wird weiterhin festgehalten 	
Bezeichnung Studiengänge	<ul style="list-style-type: none"> - Bezeichnung von Studiengängen muss verständlich sein. Ob in allen Landessprachen ist fraglich - Internationalität und Vergleichbarkeit müssen berücksichtigt werden. 	Verständlichkeit mit Blick auf internationale Ebene.
Dachmarke, Begriff FH	<ul style="list-style-type: none"> - Schwierig umzusetzen, da Eingriff in Autonomie - Aber wünschenswert 	Stärkung der Marke «Fachhochschule»