

Soziale Innovationen aus Hochschulen

Verbreitung, Hemmnisse,
Fördermöglichkeiten

Eine Studie von Isabel Roessler, Cort-Denis
Hachmeister, Saskia Ulrich und Bianca
Brinkmann



Kurz gesagt

Soziale Innovationen sind intentionale Änderungen im Umgang von Menschen miteinander, z.B. neue Organisationsformen, neue Regulierungen und neue Lebensstile.

Hochschulen wären prinzipiell geeignete Orte, um solche Änderungen zu initiieren. Gleichwohl entstehen Soziale Innovationen bislang selten aus dem Hochschulkontext heraus. Die Rolle von Hochschulen bei der Entstehung sozialer Innovationen ist bislang noch weitestgehend unklar.

Im Rahmen des BMBF-geförderten Projektes WISIH – Wege und Indikatoren Sozialer Innovationen aus Hochschulen wurde eine Befragung unter den Professorinnen und Professoren der Pflegewissenschaft und der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie durchgeführt, an der sich 113 Personen beteiligten.

Die Ergebnisse zeigen, dass insbesondere die Pflegewissenschaftler(innen) schon häufig an Sozialen Innovationen beteiligt waren. Die Befragten waren dabei an verschiedenen Phasen des Innovationsprozesses – von der ersten Analyse des Problems bis zur systemischen Veränderung – beteiligt, durchliefen aber in ihren eigenen Arbeiten meist nicht den vollständigen Prozess.

Diverse Faktoren scheinen einer stärkeren Beteiligung von Hochschulen an Sozialen Innovationen entgegenzustehen. Aus Sicht der Professorinnen und Professoren könnten verschiedene Maßnahmen wie z.B. Deputatsermäßigungen an Hochschulen für angewandte Wissenschaften (HAW) das Ausmaß der Arbeit an Sozialen Innovationen jedoch erhöhen.

Neben personellen Faktoren wie z.B. Expertise im Feld, Kontakten zu relevanten Netzwerken/Gruppen oder Managementwissen scheinen auch Persönlichkeitsmerkmale eine Rolle bei der Beteiligung bzw. Nichtbeteiligung von Professorinnen und Professoren an Sozialen Innovationen zu spielen.

Inhalt

Methodensteckbrief	1
Soziale Innovationen - Eine Einführung	2
Soziale Innovationen aus Hochschulen	5
Modellierung Sozialer Innovationen als Prozess	8
6-Phasen-Modell nach Murray	9
Integration von Innovations- und Arbeitsprozessen an Hochschulen zu einem Gesamtmodell	12
Untersuchung: Soziale Innovationen aus Sicht von Professorinnen und Professoren	16
Die untersuchten Fächer	16
Methodik: Befragte und Fragebogen	20
Ergebnisse: Einschätzungen Sozialer Innovationen	23
Fazit und Ausblick	44
Das Projekt WSIH: Wege und Indikatoren Sozialer Innovationen aus Hochschulen	46
Abbildungsverzeichnis	49
Tabellenverzeichnis	49
Literaturverzeichnis	50
Autor(inn)en	53
Impressum	54

Methodensteckbrief

Grundgesamtheit

Vollerhebung unter den Professorinnen und Professoren der Fächer Pflegewissenschaft sowie der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie (AOW-Psychologie) und weiterer Mitglieder der Sektion AOW-Psychologie der Deutschen Gesellschaft für Psychologie. Insgesamt wurden 452 Lehrende an deutschen Hochschulen angeschrieben.

Erhebungsmethode

Onlinefragebogen zu den folgenden Themenblöcken: Beteiligung an Sozialen Innovationen und wie weit die Soziale Innovation voran gebracht wurde, Hemmnisse und Unterstützung bei der Arbeit an Sozialen Innovationen, Kenntnis des Begriffs Soziale Innovation und Bedeutung für die eigene Arbeit, Persönlichkeitsfaktoren der Professorinnen und Professoren, biografische Angaben. Die Befragung wurde mit der Befragungssoftware Questback durchgeführt.

Teilnehmende und Befragungszeitraum

An der Umfrage beteiligten sich insgesamt 113 Professorinnen und Professoren. Das entspricht einer Rücklaufquote von 25 Prozent. Der Befragungszeitraum lag zwischen dem 11. Februar 2020 und dem 31. März 2020.

Soziale Innovationen - Eine Einführung

So unterschiedlich Soziale Innovationen sind, so unterschiedlich sind auch die Definitionen. Gemein ist allen, dass es sich um eine Neuheit handelt, die eine positive Wirkung zum Ziel hat und bei der es zu einem Mindestmaß an sozialer Interaktion kommt (Rameder, et al., 2016, S. 3).

Soziale Innovationen können als neue Wege, Ziele zu erreichen, verstanden werden. Sie zeigen sich vor allem durch neue Organisationsformen, neue Regulierungen und neue Lebensstile. Diese verändern die Richtung des sozialen Wandels und lösen Probleme besser als frühere Praktiken. Darum sind sie es wert, nachgeahmt und institutionalisiert zu werden (Zapf, 1994, S. 33). Sie gehen dabei von bestimmten Personen, Gruppen oder Organisationen aus (Howaldt, Kopp, Schröder, Kopf, & Müller, 2014, S. 3). Soziale Innovationen sind daher „gesell-

schaftlich folgenreiche, vom vorher gewohnten Schema abweichende Regelungen von Tätigkeiten und Vorgehensweisen“, die überall in gesellschaftlichen Systemen möglich sind (Gillwald, 2000).

Wie neu muss eine Soziale Innovation sein?

Eine Soziale Innovation muss nicht zwingend etwas absolut Neues, etwas noch nie Dagewesenes darstellen. Entscheidend ist, dass die Innovation in dem Kontext neu ist und etwas anders als bisher stattfindet. (Müller & Kopf, 2015) | (Gillwald, 2000).

Das gesellschaftliche System bietet den Rahmen, in dem Soziale Innovationen stattfinden. Eingebettet in die Gesellschaft beeinflussen verschiedene Rahmenbedingungen die Entstehung und Verbreitung sozialer Innovationen. Die Rahmenbedingungen von Politik, Institutionen, Ressourcen und des sozialen Klimas sind entscheidend für die Innovationen (Krlev, Bund, & Mildenerger, 2014). Dahinter steht das Verständnis, dass sich komplexe Probleme nicht rein technisch lösen lassen. Viel-

mehr müssen Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft zusammenarbeiten. Nur durch das wechselseitige Interagieren in dieser so genannten Quadruple Helix (Carayannis & Campbell, 2012) kann ein erfolgreicher Beitrag zur Lösung der großen gesellschaftlichen Herausforderungen geleistet werden.

Was bedeutet „sozial“ in Soziale Innovationen?

Was genau mit dem Begriff „sozial“ in Soziale Innovationen gemeint ist, ist nicht unumstritten. Was durch die oben bereits vorgestellten Definitionen deutlich wird: Soziale Innovationen müssen, je nach Definition, nicht etwas ausschließlich Soziales im Sinne von „gut für den Menschen“ oder „gut für sozial Schwache“ zur Folge haben. Vielmehr geht

es zunächst um eine gesellschaftliche Veränderung bzw. Veränderung im Verhalten der Menschen untereinander (Sozialverhalten). Dies kann, je nach Standpunkt, positive oder negative Auswirkungen haben. Diese Differenzierung muss bei der Beschäftigung mit und der Kommunikation über Soziale Innovationen berücksichtigt werden. Der englische Begriff „Social Innovation“ hilft hier deutlich besser, denn obwohl „social“ sowohl auch mit „sozial“ übersetzt werden kann, liefert er auch die Bedeutung „gesellschaftlich“ - diese Option fehlt im Deutschen leider und erschwert die Diskussion über Soziale Innovationen.

In einer umfangreichen Literaturanalyse konnten Müller & Kopf (2015, S. 10-11) insgesamt sieben verschiedene Kategorien des Verständnisses von Sozialen Innovationen identifizieren, wobei zwei Kategorien dominierten: Ein „normativer“, am Gemeinwohl orientierter Ansatz und ein „soziologisches Verständnis“, der Soziale Innovationen als Wandel gesellschaftlicher Praktiken und / oder Strukturen versteht.

Ein Hauptaspekt des „am Gemeinwohl orientierten Ansatzes“ „besteht darin, dass gesellschaftliche Herausforderungen adressiert werden und speziell benachteiligte Mitglieder der Gesellschaft bessergestellt werden. Ein passender Ansatzpunkt dieser Kategorie ist die Frage: *„Welche Innovationen braucht es für eine bessere Gesellschaft?“* Beispielhaft hierfür ist die folgende Definition: Soziale Innovation ist „eine neue Lösung für ein gesellschaftliches Problem, welche effektiver, effizienter, nachhaltiger oder gerechter ist als bestehende Lösungen und die eher gesellschaftlichen als privat verwertbaren Wert schafft.“ (Phills et al., 2008: 36)“

Das „Sozial“ in sozialen Innovationen bezieht sich hingegen in diesem Ansatz auf Verbesserung der Lebensqualität auf einer individuellen Mikroebene (Arbeitsplätze) oder einer höheren Makroebene (mehr politische Stabilität).

Die zweite Kategorie – „Soziale Innovationen als Wandel gesellschaftlicher Praktiken und / oder Strukturen“ entspricht dem Ansatz von Howaldt und Schwartz (2010): „Der Hauptaspekt dieser Kategorie ist die Änderung sozialer Praktiken. Ein passender Ansatzpunkt der Kategorie ist die Frage: *„Was kann man über Veränderungen in der Interaktion von Menschen sagen?“*

Im Rahmen des TEPsIE Projekts werden fünf zentrale Bezugspunkte für den Begriff Soziale Innovation identifiziert:

- „social value“ im Sinne eines gesellschaftlichen Mehrwerts im Gegensatz zu individuellem Nutzen
- „well-being“ als Verbesserung des Wohlbefindens von Individuen ebenso wie der Allgemeinheit
- „needs“ in Bezug auf (unerfüllte) soziale Bedürfnisse bzw. vulnerable Zielgruppen; soziale Beziehungen und Zusammenarbeit
- „social impact“ als Verbesserung bzw. effizientere Gestaltung sozialer Dienste
- „social mission“ im Sinne einer intendierten sozialen Wirkung

Diese Differenzierung verdeutlicht, dass unterschiedliche Perspektiven auf Soziale Innovation legitim sind und eine Vielzahl von Phänomenen, von gesellschaftlichem Wandel über Social Entrepreneurship bis hin zu konkreten Projekten, Produkten oder Dienstleistungen, mit dem Begriff beschrieben werden kann (The Young Foundation 2012; TEPSIE 2014).

Wie bei allen Innovationen und unabhängig von der jeweiligen Perspektive gilt:

„Es handelt sich erst dann um eine Soziale Innovation, wenn diese auch Akzeptanz und Verbreitung gefunden hat.“

(Müller & Kopf, 2015)

Für die Arbeit im CHE-Projekt WISIH -Wege und Indikatoren Sozialer Innovationen aus Hochschulen legten wir uns auf eine Definition von Sozialen Innovationen festlegen, die wir auf der Grundlage der verschiedenen Definitionen und Erläuterungen zu Sozialen Innovationen erarbeitet und auf den Hochschulkontext ausgerichtet haben:

Soziale Innovationen sind neue gesellschaftliche oder soziale Praktiken (Handlungsweisen, Organisationsformen, Haltungen, Werte),

- **die von bestimmten Personen, Gruppen oder Organisationen ausgehen,**
- **die auf die Lösung von Problemen zielen,**
- **die direkt oder indirekt gesellschaftliche oder soziale Bedarfe decken,**
- **die häufig aus informellen oder kollaborativen Kontexten heraus entstehen,**
- **die auch partizipativ umgesetzt werden können,**
- **die in Wechselwirkung mit technischen Innovationen stehen können**
- **und in den entsprechenden Handlungsfeldern angenommen werden.**

Soziale Innovationen aus Hochschulen

Hochschulen sind bisher nur in geringem Umfang an Sozialen Innovationen beteiligt, eine Untersuchung geht von knapp 15 Prozent der Fälle aus. Dabei liegt für viele Hochschulen eine große Chance in Sozialen Innovationen. Sie müssen sie jedoch besser verstehen, um sie steuern und fördern zu können.

Laut einer Studie anhand von über 1.000 Beispielen sind Hochschulen nur an knapp 15 Prozent der Sozialen Innovationen beteiligt. Mit Abstand am häufigsten seien NGO/ Non-Profit-Organisation (NPO) (80%) und private Firmen (67,2%) in Soziale Innovationen eingebunden (Majewski Anderson, Domanski, & Howaldt, 2018).

Dabei haben gerade die Hochschulen hohes Potenzial für Soziale Innovationen: Ihre Erfolge im technischen Bereich zeigen seit Jahren, dass sie schon heute zu den wichtigen Innovatoren gehören. Der Technologietransfer ist seit Jahrzehnten von hoher Bedeutung. Dabei ist Technologietransfer nur eine der an Hochschulen vorkommenden Transferformen. Die zweite wichtige Transferform ist der Wissenstransfer. Technologie- und Wissenstransfer gehören neben gesellschaftlichem Engagement und wissenschaftlicher Weiterbildung zu den Hauptbestandteilen der Third Mission der Hochschulen (E3M-Project, 2012b). Transfer findet dabei wechselseitig zwischen Hochschulen auf der einen und der Wirtschaft, aber auch der Zivilgesellschaft und der Politik auf der anderen Seite statt.

Third Mission gewinnt an deutschen Hochschulen an Bedeutung

Seit einigen Jahren gewinnt Third Mission an deutschen Hochschulen an Bedeutung (Vgl. u.a. Hachmeister, Henke, Roessler, & Schmid, 2016; Roessler, Duong, & Hachmeister, 2015). Da Soziale Innovationen als eine Folge von Third Mission-Aktivitäten angesehen werden können (Hachmeister, Möllenkamp, Roessler, & Scholz, 2016), ist davon auszugehen, dass die Bedeutung sozialer Innovationen in Zukunft weiter steigen wird und für Hochschulen eine höhere Relevanz erhält.

Derzeit findet das Thema vor allem durch entsprechende Studienangebote Verbreitung¹, die Soziale Innovationen zum Inhalt haben oder durch die Etablierung von Zentren, die sich mit Sozialen Innovationen, bzw. Social Entrepreneurship beschäftigen.

¹ Beispielsweise an der KU Eichstätt-Ingolstadt mit dem Masterstudiengang Entrepreneurship and Social Innovation oder der Hochschule München mit den Bachelorstudiengang Management Sozialer Innovationen

Hochschulen sind geeignete Orte zur Entwicklung Sozialer Innovationen

Laut Courtney Hills McBeth verzeichneten solche Initiativen in den USA in den letzten zehn Jahren ein „explosionsartiges Wachstum“. Als Beispiele führt McBeth Zentren, Initiativen und Programme auf, die – teilweise unter Verankerung im Curriculum – Studierende und Lehrende in das Streben nach der Lösung dringender sozialer Probleme auf innovative Weise einbinden (McBeth, 2018).

Diese Entwicklung lässt darauf schließen, dass Hochschulen geeignete Orte für die Entstehung sozialer Innovationen sind. Eine Einschätzung, der auch Kim Matheson folgt. Ihrer Einschätzung nach verfügen Hochschulen über eine Vielzahl benötigter Ressourcen, um zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen beizutragen und damit ggf. auch Soziale Innovationen zu generieren. Forscher(innen) verfügen demnach über die Fachkenntnisse, um zur Entwicklung von Lösungen beizutragen und potenzielle Schwierigkeiten im Umsetzungsprozess rechtzeitig zu identifizieren.

Zudem besitzen sie die technischen Fähigkeiten, um empirische Daten über die Durchführbarkeit der Innovation zu sammeln und auszuwerten und ihre Auswirkungen zu messen. Die Hochschulen selbst können Informationen sektorübergreifend durch die Ausbildung von Studierenden und durch Partnerschaften mit Unternehmen, Verwaltung und Politik vermitteln (Matheson, 2008).

Damit Hochschulmitarbeiter(innen) Soziale Innovationen auf den Weg bringen, muss die Hochschule die intrinsische Motivation der Wissenschaftler(innen) als wertvoll ansehen und unterstützen, damit das Engagement nicht durch institutionelle Prozesse, die ihnen entgegenwirken, erstickt wird (Matheson, 2008). Matheson macht fünf Ansatzpunkte aus, die für die Unterstützung Sozialer Innovationen in Hochschulen relevant sind:

Punkt 1: Strategisches Gesamtkonzept

Disziplinäre Begrenzungen sind ein Hemmnis für Soziale Innovationen, da die gesellschaftlichen Probleme nicht durch restriktive disziplinäre Kanäle gelöst werden können. Es ist ein Paradigmenwechsel hin zu interdisziplinären Arbeiten notwendig, den die Hochschulen entscheidend beeinflussen können, indem sie sich dazu verpflichten, innovative Aktivitäten zu fördern, Verbindungen zur Gesellschaft zu erleichtern, interdisziplinäre Initiativen zu ermutigen und Wissenschaftler(innen) für die Beteiligung an solchen Aktivitäten zu belohnen. Dafür müssen die Hochschulen bestehende interne Prozesse und Belohnungssysteme überarbeiten, damit ein solcher kultureller Wandel stattfindet (Matheson, 2008).

Punkt 2: Institutionalisierte Prozess

Die Hochschulen müssen den strategischen Wert der Förderung Sozialer Innovationen erkennen. Denkbar wäre beispielsweise, sich strategisch für die Lösung spezifischer sozialer Fragen zu engagieren. Die Festlegung von Prioritäten schafft eine Grundlage für Partnerschaften zwischen Hochschulen und externen Organisationen und

weckt die Aufmerksamkeit und das Interesse der Studierenden (Matheson, 2008).

Punkt 3: Ansatz für gemeinschaftliches Engagement

Hochschulen können unter anderem durch die Ausbildung von Studierenden zu einer nachhaltigen Veränderung der Gesellschaft beitragen. Das alleine reicht jedoch nicht aus. Wichtig ist, dass die Hochschulen sich für die Gesellschaft öffnen und Verbindungen mit außerhochschulischen Partnern eingehen. Matheson führt aus: „Je größer die Fähigkeit der Universität ist, Verbindungen zu lokalen Gemeinden, Profit- und Non-Profit-Organisationen und öffentlichen Einrichtungen herzustellen, desto größer ist ihre Fähigkeit, etwas zu bewirken.“ (Matheson, 2008)

Alle Maßnahmen, die zu wechselseitigem Transfer führen, wie Praktika, öffentliche Vorträge oder gemeinsame Projekte, befördern den Dialog zwischen den verschiedenen Sektoren und erweitern die Aktivitätsmöglichkeiten der Studierenden und der Wissenschaftler(innen).

Punkt 4: Verständigung auf Open Source

Open Source ermöglicht es Hochschulmitgliedern und Externen frühzeitig zusammenzuarbeiten und dadurch ein innovationsfreundliches Klima zu schaffen. Hochschulen können dies fördern, in dem sie Open Source Technologien konsequent einsetzen oder selber entwickeln.

Punkt 5: Mobilisierung von Ressourcen

Matheson verweist darauf, dass entscheidend für den Erfolg jeder innovativen Lösung der Wille sei, neue Ansätze zu unterstützen und die personellen Ressourcen und Zeit für die Entwicklung und Umsetzung einer Lösung bereitzustellen. Hochschulen müssten daher die Forschenden dazu befähigen, externe Finanzmittel für relevante Projekte zu akquirieren, indem sie Partnerschaften mit Externen ermöglichen. Außerdem sollten Möglichkeiten für Studierende geschaffen werden, sich in den Prozess - von der Entwicklung der Ideen bis zur Umsetzung und Bewertung der Lösungen - einzubringen. Unterstützt würde dies beispielsweise durch Kooperationsbüros, die geeignete Möglichkeiten für Praktika identifizieren, Forschungsabteilungen, die pro-aktiv Finanzierungsmöglichkeiten mit Forschungsinitiativen abstimmen, und die personelle und finanzielle Unterstützung von Outreach-Aktivitäten, die das Bewusstsein verschiedener potenzieller Interessenvertreter(innen) und Investor(inn)en schärfen (Matheson, 2008).

Diese fünf Punkte unterstreichen noch einmal deutlich, wie eng Soziale Innovationen mit der Third Mission der Hochschule verbunden sind.

Modellierung Sozialer Innovationen als Prozess

Innovationsprozesse umfassen drei Phasen: Erfindung, Entwicklung und Umsetzung. Die Prozesse sind aber nicht immer linear: Manche Schritte werden übersprungen, geraten ins Stocken und müssen erneut begonnen werden. Für Soziale Innovationen aus Hochschulen ist es sinnvoll, den Dreischritt der klassischen Innovationsprozesse genauer auszdifferenzieren, um eine detaillierte Analyse zu ermöglichen. Dabei sollten auch Vorbedingungen, Aktivitäten, Resultate und deren Folgen betrachtet werden.

Innovationen sind als Prozess zu verstehen. Das gilt auch für Soziale Innovationen. Im Prozess kommen verschiedene Variablen zum Tragen, was dazu führt, dass das Ergebnis nicht vorhergesagt werden kann.

(Oeij, van der Torre, Vaas, & Dhondt, 2019, S. 244)

Innovationsprozesse umfassen drei Phasen: Erfindung, Entwicklung, Umsetzung

Grundsätzlich umfasst ein Innovationsprozess drei aufeinander folgende Phasen: Erfindung (Initial period), Entwicklung (Development period) und Umsetzung (Implementation/termination period) (Garud et al., 2013).

Unabhängig davon, ob es sich um technische oder Soziale Innovationen handelt, kann festgestellt werden, dass sich Innovationsprozesse hinsichtlich ihres Ablaufs ähneln. Außerdem verlaufen Innovationsprozesse nur selten linear. Stattdessen können an verschiedenen Stellen Rückwärtsbewegungen festgestellt werden, ein Prozess kann ins Stocken geraten oder einzelne Schritte können übersprungen werden.

Am meisten passiert in der Entwicklungsperiode. Was genau, kann nach Aussage von Oeij, van der Torre, Vaas & Dhondt (2019, S. 245) kaum gesteuert werden: "much is happening with ups and downs in an iterative way, without really being able to control what is happening".

Im Hinblick auf Soziale Innovationen lassen sich vor allem drei Prozessmodelle identifizieren, die weitere Verbreitung gefunden haben. Erstens das 6-Phasen-Modell von Murray (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010), zweitens das 12-Punkte-Modell von Van de Ven (Oeij, van der Torre, Vaas, & Dhondt, 2019) und drittens das 4i-Modell (Scopetta, 2014), in dem zu den drei bereits benannten Prozessen noch der „Impact“, also die Wirkung sozialer Innovationen hinzugekommen wird.

6-Phasen-Modell nach Murray

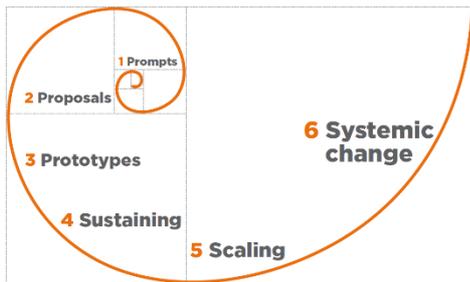


Abbildung 1: 6-Phasen Modell nach Murray

Das 6-Phasen-Modell von Murray (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010) erscheint für die Beschreibung Sozialer Innovationen, die aus Hochschulen heraus entstehen, besonders geeignet. Murray betont, dass es sich um keinen linearen Prozess handele, sondern Feedbackschleifen eintreten könnten und dass die sechs Prozesse nicht überschneidungsfrei seien.

Die sechs Phasen bieten einen theoretischen Rahmen, der dabei hilft, die notwendige Unterstützung für Soziale Innovationen zu definieren. Neben der Beschreibung der Phasen wird im Folgenden auch darauf eingegangen, was in diesen

Phasen konkret auf Seiten der Hochschulen stattfindet, bzw. stattfinden sollte. Damit versuchen wir, das Modell auf die Prozesse im Hochschulsystem anzupassen.

Phase 1: Prompts, inspiration and diagnoses (Anlässe)

Die erste Phase umfasst alle Faktoren, die eine Soziale Innovation notwendig machen. Denkbar für eine solche Notwendigkeit sind zum Beispiel Krisen, schlechte Leistungen oder strategische Entscheidungen. Wichtig ist dabei, dass nicht allein das Symptom angegangen, sondern die Ursache des Problems betrachtet wird. Dafür muss die Ursache des Problems identifiziert werden (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010).

Bedeutung für Hochschulen: Bezogen auf Soziale Innovationen aus Hochschulen kann der Anlass entweder eine Forderung seitens der Gesellschaft, ein von der Wissenschaft wahrgenommenes Problem oder eine politische Forderung sein.

Mit Blick auf die Hochschulen ist diese Phase abgeschlossen, wenn das Problem diagnostiziert und eine Forschungsfrage bzw. eine Entwicklungsaufgabe formuliert wurde - bis hin zu Antragsstellung für eine Projektförderung.

Phase 2: Proposals and ideas (Vorschläge und Ideengenerierung)

In der zweiten Phase sollen möglichst viele Ideen generiert werden, um auf viele verschiedene Lösungsoptionen zurückgreifen zu können. Möglichst viele Quellen sollten in die Ideengenerierung einbezogen werden (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010). Rameder verweist an dieser Stelle auf den „Open innovation“ Ansatz, der es ermöglichen würde, eine Vielzahl unterschiedlicher Personen in die Ideenfindung mit einzubeziehen (Rameder, et al., 2016).

Bedeutung für Hochschulen: An Hochschulen könnten an dieser Stelle beispielsweise auch Citizen Science Aktivitäten oder Austauschformate mit der Zivilgesellschaft eingesetzt werden, um auch nicht-akademische Quellen mit einzubeziehen. Die Hochschule kann an dieser Stelle

unterstützend tätig werden und beispielsweise Hilfestellungen zu Maßnahmen der Wissenschaftskommunikation liefern.

Im Hinblick auf Hochschulen wäre diese Phase abgeschlossen, wenn konkrete Ideen / Lösungen, wie das Problem bearbeitet werden könnte, generiert und theoretisch ausgearbeitet wurden (z.B. durchgeführtes Forschungsprojekt inkl. Publikationen).

Phase 3: Prototypes and pilots (Testphase)

In der dritten Phase kommt es bereits zu einem Praxistest. Je nach Lösungsansatz kommen verschiedene Testvarianten zum Einsatz. Durch die frühere Einbindung von Anwendenden oder Personen aus der Praxis kann an dieser Stelle der Lösungsansatz deutlich an Stärke gewinnen (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010).

Bedeutung für Hochschulen: Eine solche Testphase ist im hochschulischen Bereich häufig nicht im Design von Forschungsprojekten vorgesehen. Häufig beschränkt sich die Rolle der Hochschulen selbst in der angewandten Forschung auf die Problemanalyse und ggf. noch das Formulieren von Handlungsmöglichkeiten. In anderen Fällen übernehmen Forschende an Hochschulen die Rolle, eine Umsetzung von Ideen wissenschaftlich zu begleiten. Sollen die Hochschulen eine größere Rolle bei der Umsetzung dieser Ideen selbst haben, ist ein Umdenken notwendig.

Die dritte Phase kann als abgeschlossen angesehen werden, wenn Ideen und Lösungen in der Praxis getestet wurden.

Phase 4: Sustaining (Verstetigen)

In dieser Phase zieht die ursprüngliche Idee in die alltägliche Praxis ein. Dadurch werden die Ideen oft weiter geschärft und auch rationalisiert. Es wird geprüft, wie die Ideen nachhaltig umgesetzt werden können. Das bezieht Finanzierungsmöglichkeiten, Projektteams und auch die Gesetzgebung mit ein (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010).

Bedeutung für Hochschulen: Die vierte Phase ist in der Regel nicht in hochschulischen Forschungsprojekten vorgesehen. Die Wissenschaftler(innen) müssten daher an dieser Stelle entweder Vorschläge unterbreiten, wie ihre Idee von externen Akteuren außerhalb der Hochschule umgesetzt werden könnte, oder sich aktiv um die Fortführung im öffentlichen Sektor bemühen.

Im Hochschulkontext kann die vierte Phase als abgeschlossen angesehen werden, wenn Ideen in einem begrenzten Rahmen zu einer alltäglichen Praxis geworden sind. Die Ideen / Lösungen wurden weiter ausgearbeitet. Bspw. wurden Finanzierungsmöglichkeiten identifiziert und Budget, Team und weitere Ressourcen aufgebaut.

Phase 5: Scaling and diffusion (Skalieren)

In der fünften Phase geht es um die weite Verbreitung der Idee. Verschiedene Strategien sind hier denkbar: organisatorisches Wachstum, Lizenzierungen, freie Verbreitung, z.B. durch einfache Nachahmung (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010). Rameder weist darauf hin, dass gerade soziale Organisationen häufig ein Interesse daran hätten,

die Idee bzw. die Innovation so weit wie möglich zu verbreiten und niederschwellig zugänglich zu machen. So seien Informationskampagnen zur Bewusstseinsbildung daher ebenso ein Mittel zur Skalierung wie organisationale Strategien. Der öffentliche Sektor könne Ideen aufgreifen und skalieren, indem er sie in reguläre Programme oder öffentliche Budgets aufnimmt und sie dadurch einer breiten Zielgruppe zugänglich mache (Rameder, et al., 2016).

Soziale Innovationen können sich durch ein scale out oder ein scale up verbreiten

Hinsichtlich der Skalierung muss zudem noch zwischen scale out und scale up Prozessen unterschieden werden: Bei einem scale out verbreitet sich die Soziale Innovation unter einer Gruppe Menschen, ohne gleich das ganze System zu verändern. Es ist eine Soziale Innovation für bestimmte Zielgruppen, unter denen sich die Innovation verbreitet. Ein scale up hätte zur Folge, dass sich die Soziale Innovation im gesamten System institutionalisiert (Oeij, van der Torre, Vaas, & Dhondt, 2019).

Bedeutung für Hochschulen: Die Hochschule kann an dieser Stelle nur noch sehr wenig beitragen. Denkbar sind Beratungsangebote, wie eine Innovation verbreitet werden kann, bzw. eigene Maßnahmen, um über die Soziale Innovation breit zu informieren.

Wurden Strategien für weiteres Wachstum und Ausbreitung entwickelt und die Ideen / Lösungen entweder in die Breite getragen (z.B. organisatorisches Wachstum) oder haben andere (z.B. politische) Ebenen erreicht, ist die fünfte Phase abgeschlossen.

Phase 6: Systemic Change (Wandel)

Das Erreichen der sechsten Phase ist das ultimative Ziel Sozialer Innovationen. Ein sozialer Wandel ist in der Regel von vielen unterschiedlichen Faktoren beeinflusst. Rechtliche Regelungen zeigen oft Grenzen auf, althergebrachte Verhaltensweisen stellen häufig Barrieren dar, die erst überwunden werden müssen, bevor sich etwas Neues durchsetzen kann (Murray, Caulier-Grice, & Mulgan, 2010). Spätestens in dieser Phase ist es daher notwendig, dass die Akteure der Quadruple Helix – Wissenschaft, Zivilgesellschaft, Politik, Wirtschaft (Carayannis & Campbell, 2012) – zusammenarbeiten und gemeinsam nach Wegen suchen, die Soziale Innovation breit zu implementieren.

Die Phase ist dann abgeschlossen, wenn Ideen / Lösungen zu einer systemischen Veränderung geführt haben und ein Wandel innerhalb einer bestimmten Gruppe, Region, Organisation, oder Gesellschaft stattgefunden hat. Das können z.B. neue institutionelle Formen, rechtliche Rahmenbedingungen oder Arbeitsweisen sein.

Integration von Innovations- und Arbeitsprozessen an Hochschulen zu einem Gesamtmodell

Im Rahmen von WISIH soll die Entstehung von Innovationen aus Hochschulen heraus bzw. unter deren Beteiligung detailliert analysiert und modelliert werden. Es soll untersucht werden, wie Soziale Innovationen aus Hochschulen entstehen, wodurch sie unterstützt werden und was ihre Entstehung in Hochschulen hemmt.

Dazu ist es hilfreich, ergänzend zu den Phasen des Innovationsprozesses auch die Prozessschritte angewandter Forschung und Entwicklung bzw. Third Mission an Hochschulen ins Modell zu integrieren.

FIFTH-Modell als Ausgangspunkt

In dem 2013-2016 im CHE Centrum für Hochschulentwicklung durchgeführten Projekt FIFTH: Facetten von und Indikatoren für angewandte Forschung und Third Mission an Hochschulen für angewandte Wissenschaften wurde bereits ein solches Prozessmodell sowie eine entsprechende Indikatorik entwickelt (Hachmeister, Möllenkamp, Roessler, & Scholz, 2016). Angewandte Forschung und Third Mission wurden dabei als Prozesskette mit den Prozessschritten Vorbedingungen, Aktivitäten, Resultate und Folgen modelliert.

Zu den **Vorbedingungen** zählen beispielsweise geeignete Strukturen, Personal und entsprechende Ausstattung, um Third Mission-Aktivitäten überhaupt durchführen zu können.

Der Prozessschritt **Aktivitäten** beinhaltet u.a. die Durchführung innerwissenschaftlicher oder auch kooperativer Forschungsvorhaben mit externen Partnern aus Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Auch der implizite und explizite Wissenstransfer über diverse Austauschformate ist diesem Prozessschritt zugeordnet worden.

Zu den **Resultaten** zählt dann der sich unter anderem in Publikationen oder in verschiedenen Formen „geistigen Eigentums“ (Produkten, Konzepten, Theorien) manifestierende „Output“ der vorangegangenen Aktivitäten.

Soziale Innovationen stellen in dem Modell eine mittelfristig mögliche **Folge** dieses „Outputs“ dar, der innerhalb des Modells dem Bereich „Third Mission“ zugeordnet wurde.

Im Rahmen von FIFTH wurden auch erste Überlegungen zu Indikatoren für Soziale Innovationen angestellt, allerdings wurde der Prozess der Entstehung Sozialer Innovationen nicht in den Blick genommen. Insofern baut WISIH auf dem FIFTH-Modell auf und erweitert und spezifiziert es für Soziale Innovationen aus Hochschulen.

Wege Sozialer Innovationen

Um verstehen zu können, wie sich Soziale Innovationen und deren Vorläufer in Hochschulen und aus Hochschulen heraus entwickeln, müssen auch die Wege zwischen den vier Punkten Vorbedingungen, Aktivitäten, Resultate und Folgen in Betracht gezogen werden.

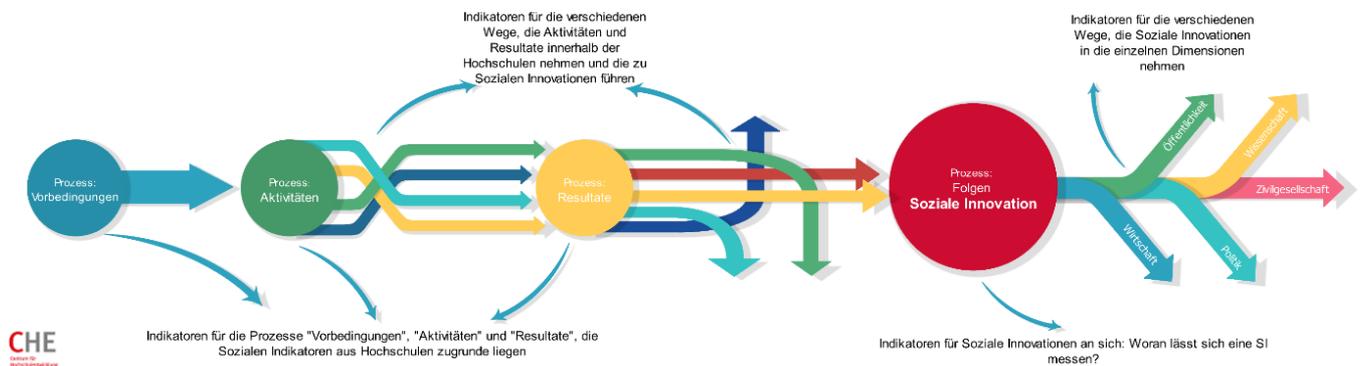


Abbildung 2: WISIH - Projektdesign

Als **Prozesse** (dargestellt als Punkte) werden Vorbedingungen (z.B. Steuerungsinstrumente oder Budget), Aktivitäten (z.B. Kooperationsprojekte mit zivilgesellschaftlichen Partnern), Resultate (z.B. Publikationen in Kooperation mit Unternehmen) und als Folge Soziale Innovation verstanden (Hachmeister, Möllenkamp, Roessler, & Scholz, 2016). Diese Prozesse bauen sequenziell aufeinander auf.

Zwischen den Prozessen können jedoch verschiedene **Wege** (dargestellt als Pfeile) eingeschlagen werden, die zum nächsten Prozess führen. Beispielsweise kann es von Fall zu Fall unterschiedlich sein, zu welchem Zeitpunkt und in welcher Form ein zivilgesellschaftlicher Partner in ein Kooperationsprojekt eingebunden wird.

Die Abbildung zeigt neben denkbaren linearen Wegen, auch Schleifen und Abzweigungen, insbesondere von Resultaten, die nicht zu Innovationen werden. Es ist notwendig, sowohl die Prozesse als auch die Wege Sozialer Innovationen zu berücksichtigen und eine geeigneten Indikatorik dafür, sowie für die Sozialen Innovationen an sich, zu entwickeln.

Fragestellungen, denen in WISIH nachgegangen wird, lauten insofern:

- Wie und unter welchen Umständen münden Aktivitäten in Resultate, die eine Soziale Innovation initiieren können?
- Was kann und muss passieren oder getan werden, damit in Hochschulen entwickelte Konzepte und Ideen später in den entsprechenden Handlungsfeldern aufgenommen werden?

Integration der Modelle von Murray und FIFTH

Für die weitere Analyse Sozialer Innovationen aus Hochschulen wird daher eine Kombination des sechststufigen Prozessmodells von Murray und das Prozessmodell aus FIFTH herangezogen. Das Modell stellt – um in der Begrifflichkeit von Innovationen zu bleiben – einen ersten Prototypen dar, der im Projektverlauf auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse aus den Untersuchungen weiter ausgearbeitet werden soll. In dieses integrierte Modell können sowohl Projekte aus Hochschulen bezüglich ihres Projektfortschritts als auch die Ideen / potenziellen Sozialen Innovationen einsortiert werden.

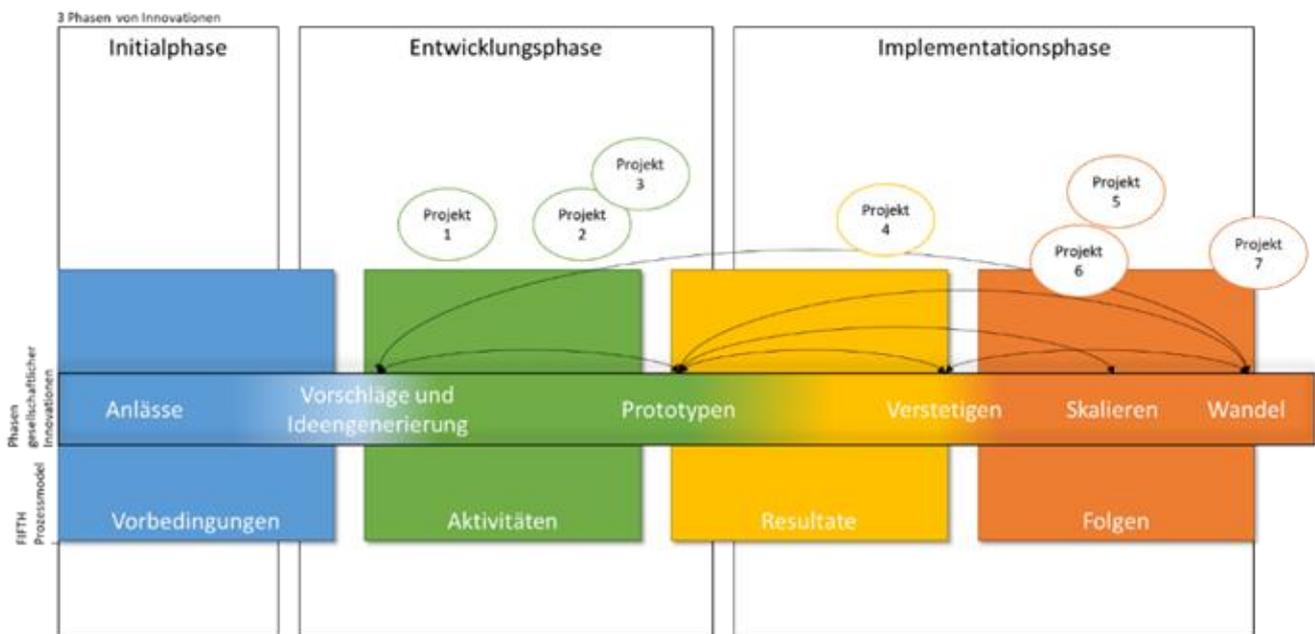


Abbildung 3: Zugrundeliegendes Prozessmodell von WISIH

Die sechs Phasen gesellschaftlicher / Sozialer Innovationen (Anlässe, Vorschläge und Ideengenerierung, Prototypen, Verstetigen, Skalieren und Wandel) werden über den vier FIFTH-Prozessschritten Vorbedingungen, Aktivitäten, Resultate und Folgen abgebildet.

Die beiden Prozesslogiken stimmen auf den ersten Blick inhaltlich nicht zwangsläufig überein: So gibt es z.B. Resultate von Forschung und Entwicklung bzw. Third-Mission-Aktivitäten, die eben keine Prototypen darstellen, sondern allgemeine wissenschaftliche Erkenntnis. Damit entsprechen sie jedoch vielfach der an den Hochschulen vorherrschenden Realität, dass keine Prototypen entwickelt werden, oder es zu keinem Praxistest kommt.

Von daher ergeben die beiden Logiken in der Kombination ein für dieses Projekt besonders nutzbares Gesamtkonzept: Ein an einer Hochschule entwickelter Prototyp stellt im Sinne des FIFTH-Modells ein Resultat dar. Eine verstetigte oder schon bis hin zu einem sozialen Wandel skalierte Soziale Innovation wäre ggf. eine „Folge“ von hochschulischen Aktivitäten bzw. Resultaten. Es bedarf oftmals eines Anlasses, sich mit einem Thema zu beschäftigen. Damit wäre der

Anlass eine notwendige Vorbedingung, um sich mit der Thematik auseinanderzusetzen.

Folglich lassen sich die sechs Phasen Sozialer Innovationen durchaus in Teilen auf die Prozesslogik Vorbedingungen – Aktivitäten – Resultate – Folgen kombinieren – und in der Folge auch mit einer auf Hochschulen Darstellung der Abläufe und passenden Indikatorik verbinden.

Die Pfeile zwischen den sechs Innovationsphasen deuten darauf hin, dass es auch Sprünge (in beide Richtungen) geben kann und der Prozess wie oben dargelegt nicht immer linear verläuft. Selbstredend müssen Projekte an Hochschulen auch nicht jeweils die gesamten sechs Phasen durchlaufen, sondern können sich auf einzelne Phasen beschränken, z.B. nur auf „Anlässe“ (Problemanalyse) oder den Test eines bereits entwickelten Prototypen.

Ebenso ist es möglich, dass einzelne Phasen übersprungen werden, da sie für das Projektdesign nicht relevant sind oder nicht notwendig waren, um eine Soziale Innovation hervorzubringen. Diese Möglichkeit ist insbesondere im Hochschulkontext relevant.

Untersuchung: Soziale Innovationen aus Sicht von Professorinnen und Professoren

113 Professorinnen und Professoren der Pflegewissenschaft sowie der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie lieferten Angaben zu ihren Erfahrungen mit Sozialen Innovationen, zu Hemmnissen und Fördermöglichkeiten und zu ihrer Persönlichkeit. 80 Prozent der Pflegewissenschaftler(innen) und etwa die Hälfte der AOW-Professor(inn)en haben schon an Sozialen Innovationen gearbeitet.

Das erste Ziel des Projektes WISIH ist es, die Wege, die Soziale Innovationen – von der Problemanalyse bis zum sozialen Wandel – innerhalb von Hochschulen und aus ihnen herausnehmen, zu beschreiben. Die Wissensbasis, auf die dazu zurückgegriffen werden könnte ist aber noch sehr schmal. Eine erste Befragung von Professorinnen und Professoren zum Thema sollte daher zunächst das Feld erschließen. Dazu gehörte auch, mögliche Interviewpartner(innen) für die nachfolgende, vertiefende qualitative Befragung zu gewinnen.

Im Rahmen des WISIH-Projekts wurden zwei Fächer ausgewählt. Zum einen, um möglichst umfassende Informationen, beispielsweise durch die Möglichkeit einer Vollerhebung, generieren zu können. Zum anderen vermuten wir in diesen Fächern einen hohen Anteil von Professor(inn)en, die bereits an Sozialen Innovationen beteiligt waren. Aus diesen Gründen entschieden wir, uns auf die **Pflegewissenschaft** und **Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie** zu fokussieren.

Die untersuchten Fächer

An dieser Stelle sollen die beiden Fächer eingehender betrachtet werden. Neben Informationen aus der Literatur werden auch Ergebnisse einer Analyse der Forschungsfelder dargestellt, die im Rahmen der Recherche der Professorinnen und Professoren der Fächer ermittelt wurden.

Arbeits- Organisations- und Wirtschaftspsychologie

Psychologie ist die Wissenschaft vom Verhalten und Erleben von Menschen. Dabei steht bei der Psychologie das Individuum im Fokus, während es z.B. in der Soziologie um das Handeln von *Gruppen*, Organisationen und Logiken gesellschaftlicher Systeme geht.

Das Fach Psychologie gliedert sich in verschiedene Teilfächer, entlang derer beispielsweise auch die Fachgruppen der Deutschen Gesellschaft für Psychologie² als wissenschaftliche Fachgesellschaft gegliedert ist. Darunter gibt es Grundlagenfächer wie z.B. die Allgemeine Psychologie (Denken, Lernen, Wahrnehmung, Emotionen), die Biologische Psychologie und Neuropsychologie (biologische Grundlagen des Erlebens und Verhaltens), Differentielle Psychologie, Persönlichkeitspsychologie und Diagnostik (Unterschiede zwischen Menschen hinsichtlich ihres Verhaltens und Erlebens und deren Messung) oder die Entwicklungspsychologie (Veränderung des Erlebens und Verhaltens über die Lebensspanne) und die Sozialpsychologie (Erleben und Verhalten in Interaktion mit anderen Menschen). Auch „Methoden und Evaluation“ ist eine solche Teildisziplin.

Auf der anderen Seite stehen die sogenannten Anwendungsfächer, die sich mit dem Verhalten und Erleben in verschiedenen Kontexten bzw. die Wechselwirkungen mit diesen Kontexten befassen, wobei die Grundlagenfächer weiterhin die Grundlage bzw. die „Brille“ für die Betrachtung des Verhaltens und Erlebens in diesen Situationen bilden.

AOW-Psychologie ist ein Anwendungsfach der Psychologie

Im Rahmen des WISIH-Projektes werden Soziale Innovationen im Anwendungsfach Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie untersucht. Laut Selbstausskunft der entsprechenden Fachgruppe erforschen und gestalten Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologen

„[...] Wechselbeziehungen zwischen Arbeits-, Organisations- und Marktbedingungen einerseits und menschlichem Erleben und Verhalten in Organisationen andererseits. Ziel ist es, mit Blick auf Gesundheit, Leistung und Effizienz, die Passung zwischen Individuum und Arbeitskontext zu erhöhen. Wirtschaftspsychologische Fragestellungen betreffen hierbei das Verhalten und Erleben der Menschen in breiteren wirtschaftlichen Zusammenhängen (z.B. als Konsument, Steuerzahler, Bewerber) und umfassende wirtschaftliche Prozesse (z.B. Wirtschaftsentwicklung, Internationalisierung).“ (Fachgruppe Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie, 2019)

Abbildung 4 zeigt die Forschungsthemen, mit denen sich Professorinnen und Professoren der AOW-Psychologie laut ihrer Webseiten schwerpunktmäßig beschäftigen als Tag-Cloud. Arbeit, Management, Führung und Gesundheit, aber auch Organisationen, Personalauswahl, Coaching und Lernen sind als wichtige Schlagwörter sichtbar.

² Website der DGPs: <http://www.dgps.de>



Abbildung 4: Forschungsthemen der AOW-Psychologie laut Websites der Professorinnen und Professoren

Bei der Wirtschaftspsychologie ist zwischen der wissenschaftlichen Teildisziplin und gleichnamigen Studiengängen zu unterscheiden. Wirtschaftspsychologie als Studiengang wurde erstmalig 1998 an der Hochschule Harz angeboten und etabliert sich seitdem an Fachhochschulen / HAW als eigenständiges Fach (Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Harz, 2019).

Wirtschaftspsychologie wurde 1998 als Studiengang eingeführt

Das Wirtschaftspsychologie-Studium kombiniert psychologische Inhalte zu Grundlagen-, Methoden- und wirtschaftspsychologische Anwendungsfächern mit Inhalten aus der Betriebswirtschaftslehre. Die Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie als Fachverband zur Förderung der Wirtschaftspsychologie insbesondere an Fachhochschulen empfiehlt für entsprechende Bachelorstudiengänge ein Mindestmaß an psychologischen Inhalten von 50 % (Gesellschaft für angewandte Wirtschaftspsychologie e.V. (GWPs), 2019). Dies wiederum bedeutet, dass die Lehrenden der Wirtschaftspsychologie-Studiengänge nicht alle Wirtschaftspsychologie-Professor(inn)en sind und auch nur zum Teil Psycholog(inn)en.

Pflegewissenschaft

Nach Brandenburg & Dorschner (2015) beschäftigt sich die Pflegewissenschaft sowohl mit der „(Weiter)Entwicklung eines begrifflich-theoretischen und methodischen Fundamentes der Pflegewissenschaft im interdisziplinären Diskurs als auch in der angewandten Forschung hinsichtlich einer Weiterentwicklung der Pflegepraxis im weitesten Sinne, insbesondere der Lösung von (komplexen) Pflegeproblemen durch geeignete, empirisch bestätigte, pflegerische Interventionen“ (Brandenburg & Dorschner, 2015, S. 57)

Laut Eichhorn (2019), die dabei auf Grove, Gray & Burns (2015) verweist, erzeugt „die Pflegewissenschaft bzw. Pflegeforschung hierbei nicht nur neues Wissen, welches direkt oder indirekt die Pflegepraxis

beeinflusst, sondern validiert und präzisiert bzw. evaluiert gleichermaßen vorhandenes Wissen und stellt damit den Schlüssel für eine evidenzbasierte Praxis in der Pflege dar“.

Pflegewissenschaft ist ein themenzentriertes Fach, das von der Pflegesituation als Anwendungsfall ausgeht.

Hier wird also eine **starke gegenseitige Austauschbeziehung zwischen Wissenschaft und Praxis** deutlich.

Im Hinblick auf Innovationen lässt sich also erwarten, dass diese nicht nur in der Pflegewissenschaft initiiert werden, sondern auch in der Berufspraxis – und dann seitens der Pflegewissenschaft evaluiert und begleitet werden.

Ein weiteres wichtiges Merkmal ist der oben genannte „interdisziplinäre“ Diskurs. Während es sich bei der Arbeits- Organisations- und Wirtschaftspsychologie um die Anwendung eines einzelnen Wissenschaftsbereiches (der Wissenschaft vom Verhalten und Erleben vom Menschen) auf einen Anwendungsbereich wie Arbeit, Organisationen oder Wirtschaftsleben handelt, ist der Ausgangspunkt der Pflegewissenschaft der Anwendungsfall, also die Pflegesituation. Zur Betrachtung und Optimierung dieses Anwendungsfalles werden Aspekte, Inhalte und Methoden verschiedener Disziplinen herangezogen. Zu den Disziplinen gehören unter anderem Medizin, Psychologie, Soziologie, Statistik und Ethik.

Im Gegensatz zu den USA war Pflegewissenschaft zum Ende der 1980er Jahre in Deutschland noch keine akademische Disziplin. Ab 1987 lehrte Ruth Schröck an der Hochschule Osnabrück als erste Professorin für Pflege und Sozialwissenschaften in Deutschland. Heutzutage wird Pflegewissenschaft bzw. Pflegemanagement oder Pflegepädagogik an über 50 Hochschulen in Deutschland überwiegend an Fachhochschulen / HAW angeboten. Laut HRK Hochschulkompass gibt es mittlerweile knapp 150 grundständige Studiengänge.³

Der Interdisziplinarität des Faches und auch der Tatsache geschuldet, dass Pflege-Studiengänge häufig an Fachbereichen gemeinsam mit anderen Fächern wie z.B. Sozialer Arbeit, Hebammenwissenschaft oder Gesundheitswissenschaften angeboten werden, sind die im Studiengang bzw. am Fachbereich Lehrenden von den „Kern-Pflegewissenschaftler(innen)“ nicht immer leicht abzugrenzen.

Die Recherche nach Professorinnen und Professoren der Pflegewissenschaft ergab jedoch, dass sie sich meist zwischen einem und fünf Kernprofessuren identifizieren ließen. Vereinzelt finden sich aber bis zu neun entsprechende Professuren an einem Fachbereich.

Meist gibt es zumindest eine Kernprofessur „Pflegewissenschaft“, oft auch „Pflegemanagement“. Größere Einrichtungen, wie z.B. die Pflege am Fachbereich 4 der UAS Frankfurt, haben ausdifferenziertere Professuren, beispielsweise „Klinische Pflege – Schwerpunkt Psychiatrie“ oder „Pflege und Rehabilitation für Menschen mit Behinderung“. ⁴ Sehr

³ <https://www.hochschulkompass.de/studium/studiengangsuche/erweiterte-studiengangsuche.html> , Abfrage am 13.12.2019

⁴ Siehe <https://www.frankfurt-university.de/de/hochschule/fachbereich-4-soziale-arbeit-gesundheit/kontakt/professor-innen/>

häufig verfügen die auf diese Kernprofessuren berufenen Personen über eine Pflegeausbildung.

Abbildung 5 zeigt die Forschungsthemen, denen sich Professorinnen



Abbildung 5: Forschungsthemen in der Pflegewissenschaft laut Websites der Professorinnen und Professoren

und Professoren der Pflegewissenschaft laut den Angaben auf ihren Websites derzeit widmen als Tag-Cloud. Die Begriffe „Pflege“, „Menschen“, „Versorgung“ und „Entwicklung“ stehen im Vordergrund.

Methodik: Befragte und Fragebogen

Befragte

Die Befragung richtete sich ausschließlich an Professorinnen und Professoren an Universitäten und Hochschulen für angewandte Wissenschaften. Professor(inn)en stellen an Universitäten den Kern des hauptamtlichen wissenschaftlichen Personals und an Fachhochschulen / HAW wegen des weitgehend fehlenden Mittelbaus auch fast das gesamte wissenschaftliche Personal dar.

Auch in dem Fall, dass Forschungs- und Entwicklungsprojekte operativ weitgehend von wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern durchgeführt werden, sind die Professorinnen und Professoren die Projektverantwortlichen und zu den Vorgängen an ihrem Lehrstuhl auskunftsfähig. Zudem überblicken Sie durch ihre Berufung auf Lebenszeit in der Regel einen längeren Zeitraum der Aktivitäten an der jeweiligen Hochschule.

Die in die Befragung einzubeziehenden Professorinnen und Professoren der AOW-Psychologie und der Pflegewissenschaft an deutschen Hochschulen wurden über eine Online-Recherche ermittelt.

Ausgangspunkt für die Recherche bildete eine Liste der Hochschulen bzw. Fachbereiche, die diese Fächer anbieten, aus dem CHE Hochschulranking für Pflegewissenschaft, Wirtschaftspsychologie an Fachhochschulen / HAW und Psychologie an Universitäten. Diese Liste

basiert wiederum auf den im HRK-Hochschulkompass verzeichneten Studienangeboten sowie auf Ergänzungen durch die Hochschulen im Rahmen der Erhebungen zum CHE Ranking.

Auf den Websites der Fachbereiche wurde dann nach Professorinnen und Professoren der entsprechenden Fächer gesucht.

Befragte wurden nach der Denomination ihrer Arbeitsbereiche ausgewählt

Die Professor(inn)enschaft dieser Fakultäten und Fachbereiche besteht in der Regel nicht ausschließlich aus Vertreter(inne)n der einbezogenen Fächer. Insbesondere HAW sind eher entlang von Studiengängen oder Studienbereichen organisiert als entlang wissenschaftlicher Disziplinen. An Fachbereichen, die Pflegewissenschaft anbieten, finden sich auch Professuren, z.B. für (Krankenhaus-)Betriebswirtschaftslehre oder Soziale Arbeit. In Studiengängen der Wirtschaftspsychologie lehren nicht nur Wirtschaftspsycholog(inn)en sondern u.a. auch Betriebswirtinnen und Betriebswirte.

Die Psychologie-Fachbereiche an Universitäten sind zwar stärker disziplinar aufgestellt, was sich daran zeigt, dass fast alle Psycholog(inn)en sind, hier sollten allerdings nur der Teildisziplin Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie zugeordnete Personen einbezogen werden.

Insofern mussten die Einzelfälle betrachtet werden und die zu Befragenden anhand ihrer Denomination, ihrer Forschungsgebiete und zum Teil ihres wissenschaftlichen Werdegangs (Studien-/Promotionsfach) ausgewählt werden.

- Im Fach **Pflegewissenschaft** wurden **Kernprofessuren der Pflegewissenschaft** sowie des **Pflegemanagements** und der **Pflegedidaktik** aufgenommen
- Im Fach **Wirtschaftspsychologie** wurden Professorinnen und Professoren mit der **Denomination Wirtschaftspsychologie** oder etwas eng verwandtes (z.B. Markt- und Konsumentenpsychologie) berücksichtigt
- Von der **universitären Psychologie** wurden Professuren der **Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie** oder eng verwandter Teilfächer (z.B. Ingenieurpsychologie) einbezogen. Letztere wurden ergänzt durch einige fachfremde Professor(inn)en, die jedoch Mitglied der Sektion AOW-Psychologie der Deutschen Gesellschaft für Psychologie sind.

Erhoben wurden die Namen und – sofern vorhanden – Angaben zu Forschungsschwerpunkten sowie die E-Mail-Adresse. In den Fällen, wo keine E-Mail-Adresse oder nur ein Kontaktformular zu finden war, konnte die Person nicht in die Befragung aufgenommen werden. Dies war insbesondere an einigen privaten Hochschulen der Fall.

Insgesamt wurden **452 Professorinnen und Professoren** der beiden Fächer Pflegewissenschaft sowie der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie an Hochschulen für angewandte Wissenschaften sowie Universitäten per E-Mail zu der Onlineumfrage eingeladen.

An der Befragung beteiligten sich insgesamt 113 Personen (25,0 % Rücklauf). Davon waren 49 Befragte im Bereich Pflegewissenschaft angesiedelt (43,4 %) und 64 Befragte entfallen auf den Bereich AOW-Psychologie. Unter den Befragten waren 52,9 Prozent weiblich, entsprechend 47,1 Prozent männlich. In der AOW-Psychologie überwiegt der Anteil männlicher Professoren mit 54,5 Prozent gegenüber den Professorinnen. Aus der Pflegewissenschaft haben sich hingegen mehr Professorinnen an der Befragung beteiligt (56,8 %). So verwundert es auch nicht, dass der Großteil der Professorinnen an Hochschulen für angewandte Wissenschaften beschäftigt ist (55,6 %), da Pflegewissenschaft so gut wie ausschließlich dort angeboten wird.

Der Anteil der HAW-Professorinnen und Professoren überwiegt deutlich. 79,6 Prozent der Teilnehmenden lehren an einer HAW und dementsprechend 20,4 Prozent an einer Universität.

Aufbau des Fragebogens

In der Umfrage wurde zunächst unsere Definition Sozialer Innovationen vorgestellt, bevor nach der **Bekanntheit des Begriffs**, der **Beschäftigung mit dem Thema** Soziale Innovationen und ihrer generellen **Bedeutung für die eigene Arbeit** gefragt wurde. Ggf. sollten von den Befragten dann Beispiele für Innovationen, an denen sie gearbeitet haben, genannt werden und es wurde die Frage gestellt, wann zuletzt an einer Sozialen Innovation gearbeitet wurde.

Dem schloss sich die Frage danach an, welche **Phase** (im Sinne des Modells von Murray) dabei erreicht wurde. Da nach dem Modell von Murray der Begriff Soziale Innovation nicht als bekannt vorausgesetzt werden konnte, wurde das Modell durch konkrete Items operationalisiert, z.B. ob man konkrete Ideen / Lösungen für ein Problem ausgearbeitet hat (Phase 2).

Weiterhin wurde nach **Hemmnissen** und **Unterstützung** bei der Arbeit an Sozialen Innovationen gefragt. Der Fragenkatalog lehnte sich an einen im Rahmen des oben beschriebenen FIFTH-Projektes entwickelten Item-Katalog für Hemmnisse und Fördermöglichkeiten für Forschung und Third Mission an (Hachmeister, Duong, & Roessler, 2015), wurde aber um einige weitere Fragen ergänzt.

Persönlichkeitsdimensionen könnten mit der Beteiligung an Sozialen Innovationen zusammenhängen

In der Befragung sollte auch untersucht werden, inwieweit (selbst eingeschätzte) **Persönlichkeitsmerkmale der Professorinnen und Professoren** mit der Beteiligung an Sozialen Innovationen zusammenhängen. Hier wurde etwa erhoben, ob Professorinnen und Professoren, die sich für besonders kooperationsbereit halten, häufiger an Sozialen Innovationen beteiligt sind. Ein Teil der Persönlichkeitsdimensionen stammt aus dem in der Persönlichkeitspsychologie prominenten Fünf-Faktoren-Modell der Persönlichkeit („Big Five“). Darin werden als zentrale Persönlichkeitsfaktoren Offenheit für Erfahrungen, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit (u.a. Kooperationsbereitschaft) und Neurotizismus (emotionale Instabilität) beschrieben (Borkenau & Ostendorf, 2008). Die Dimension Neurotizismus wurde nicht untersucht, die anderen Dimensionen wurden durch

entsprechende Items (z.B. „ich halte mich für offen für neue Erfahrungen“) operationalisiert.

Darüber hinaus wurden weitere Eigenschaften ergänzt, die nach „Augenscheinvalidität“ mit der Beteiligung an und Durchsetzung Sozialer Innovationen zusammenhängen könnten, z.B. „innovativ“ oder „an gesellschaftlichen Fragen interessiert“.

Selbst berichtete Persönlichkeitseigenschaften unterliegen in der Regel dem Effekt der sozialen Erwünschtheit: Man stellt sich selbst eher im Sinne des sozial Erwünschten positiv dar, etwa eher als neugierig statt interessenlos. Um diesen Effekt zu vermeiden und tatsächliche Profile herausarbeiten zu können, wurden zwei Maßnahmen ergriffen: Zum einen wurden nur positiv konnotierte Items verwendet, zum anderen wurden die Befragten zu einer Auswahl der fünf zutreffendsten Eigenschaften aus der Gesamtliste von 18 Eigenschaften gezwungen (sog. forced choice). Diese Methode geht mit einem gewissen Informationsverlust bezüglich der übrigen 13 Eigenschaften einher, der bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen ist.

Zuletzt wurde in der Befragung nach einigen biografischen Angaben wie dem **Geschlecht** und dem **Zeitpunkt der Erstberufung** gefragt. Auf die Abfrage des Alters wurde dafür verzichtet.

Der Frage nach dem Zeitpunkt der Erstberufung lag die Vermutung zugrunde, dass die Wahrscheinlichkeit, im Rahmen der Tätigkeit an der Hochschulen schon einmal an einer Sozialen Innovation beteiligt gewesen zu sein, mit der Dauer der professoralen Tätigkeit an der Hochschule steigt. Der Berufszeitpunkt stellt insofern eine wichtige Kontrollvariable dar.

Ergebnisse: Einschätzungen Sozialer Innovationen

Erfahrung mit und Beteiligung an Sozialen Innovationen

Zwei Dritteln (67,6 %) der Befragten war der Begriff der Sozialen Innovation bereits vor der Umfrage bekannt. Die Bekanntheit des Begriffs ist unter den Professorinnen (50,8 %) und Professoren (49,2 %) praktisch gleich. Deutliche Unterschiede finden sich aber zwischen den Fächern: Acht von zehn (80,9 %) Pflegewissenschaftler(inne)n war der Begriff Soziale Innovation bereits vor der Befragung bekannt. Unter den Psycholog(inn)en gaben dies nur knapp über die Hälfte (56,1 %) an.

90,9 Prozent der vor 2001 Berufenen war der Begriff Soziale Innovation bekannt. Unter den seit 2016 Berufenen gaben dies nur 38,9 Prozent an.

Besonders hervorzuheben ist, dass der Begriff der Sozialen Innovation den Professorinnen und Professoren umso bekannter war, je länger ihre Erstberufung zurücklag.

Im Rahmen ihrer hochschulischen Tätigkeit, sei es in der Lehre, der Forschung oder im Kontext von Third Mission Aktivitäten, beteiligten

sich 64 Prozent auch schon aktiv an der Entwicklung einer solchen neuen sozialen Praktik.

Bemerkenswert ist, dass sich unter den Befragten auch Professorinnen und Professoren fanden, die zwar angaben, bereits aktiv an einer Sozialen Innovation beteiligt gewesen zu sein, den Begriff Soziale Innovation jedoch bis dato nicht kannten.

Der Begriff Soziale Innovation ist nicht allen bekannt, die bereits aktiv an einer Sozialen Innovation beteiligt waren

Damit wiederholt sich hier eine Erfahrung, die bereits vor wenigen Jahren im Zusammenhang mit dem Begriff der Third Mission gesammelt wurden: Professorinnen und Professoren sind in einer Sache (Third Mission, Soziale Innovationen) engagiert, es fehlt ihnen aber bislang ein aussagekräftiger Begriff, um dieses Engagement zu beschreiben.

Auch hinsichtlich der aktiven Beteiligung an Sozialen Innovationen finden sich Unterschiede zwischen den Fächern und unterschiedlichen Berufungszeitpunkten. Doch auch für die Beteiligung an Sozialen Innovationen gilt: Je länger die Erstberufung her ist, desto eher waren die Professor(inn)en schon einmal in Soziale Innovationen eingebunden (vor 2001: 81,8 %, seit 2016: 44,4 %). Und: 80,9 Prozent der Professorinnen und Professoren aus der Pflegewissenschaft waren bereits in Soziale Innovationen eingebunden, jedoch nur 49,1 Prozent der befragten Psychologieprofessor(inn)en. Geschlechterunterschiede sind hier dagegen zu vernachlässigen.

Die insgesamt betrachtete hohe Anzahl derer, die bereits aktiv an einer Sozialen Innovation beteiligt waren, korrespondiert mit einem hohen Anteil der Befragten, die angaben, Soziale Innovationen seien von großer Bedeutung oder eher von Bedeutung. Tabelle 1 zeigt diesen Zusammenhang noch einmal im Detail auf.

Tabelle 1: Zusammenhang zwischen eigenen Erfahrungen mit Sozialen Innovationen und Bedeutung Sozialer Innovationen für die eigene Arbeit

	Soziale Innovationen haben für meine eigene Arbeit (Lehrprojekte, Forschungsarbeiten, Beratungsleistungen)				Kann ich nicht einschätzen
	keine Bedeutung	eher keine Bedeutung	eher Bedeutung	große Bedeutung	
Ich war bereits aktiv an einer Sozialen Innovation beteiligt	0,0%	6,3%	32,8%	60,9%	0,0%
Ich war noch nicht aktiv an einer Sozialen Innovation beteiligt	10,5%	34,2%	26,3%	18,4%	10,5%

Alle Befragten, die bereits über eigene Erfahrungen im Rahmen ihrer hochschulischen Tätigkeit mit Sozialen Innovationen verfügen, konnten auch die Bedeutung von Sozialen Innovationen für ihre eigene Arbeit einschätzen. Mit deutlicher Mehrheit (60,9 %) gaben diese Personen an, dass Soziale Innovationen für ihre Arbeit große Bedeutung hätten.

Diejenigen ohne eigene Erfahrung mit Sozialen Innovationen schätzten auch die Bedeutung Sozialer Innovationen für ihre eigene Arbeit im Durchschnitt als geringer ein bzw. konnten deren Bedeutung nicht einschätzen. Gleichwohl gab auch von diesen Befragten fast die Hälfte an, dass Soziale Innovationen für ihre Arbeit „eher Bedeutung“ oder sogar „große Bedeutung“ habe.

Ob die Wahrnehmung der Bedeutsamkeit von der Beteiligung abhängt oder umgekehrt die Beteiligung an einer Sozialen Innovation von der Wahrnehmung der Bedeutsamkeit für die eigene Arbeit, ist unklar.

Durchlaufene Phasen auf dem Weg zur Sozialen Innovation

Die meisten Befragten beschäftigen sich aktuell mit einer Arbeit (Lehrprojekt, Forschungsarbeit, Beratungsleistung), die im Kontext Sozialer Innovationen steht. Rund 86 Prozent gaben an, dass es sich um eine laufende Tätigkeit handle.

Beschäftigung mit Sozialen Innovationen erfolgt in der Regel während der aktuellen Tätigkeit

Die Bandbreite der von den Befragten als Beispiele aufgeführten Sozialen Innovationen ist vielfältig: Von der Konzeption eines innovativen Führungskräfte Trainings, über Forschung im Nachhaltigkeitskontext, hin zu Konzepten, wie Angehörige in die Pflege eingebunden werden können. Wie bei beiden ausgewählten Fächern zu erwarten war, finden sich besonders häufig Beispiele für spezifische Trainings, Arbeitsgestaltung und Personalentwicklung sowie konkrete Pflege- und Versorgungsforschungsaspekte. Vermutlich der Aktualität der Themen geschuldet sind Projekte, die sich mit Digitalisierung oder der Nutzung digitaler Medien für bestimmte Zusammenhänge und Themen im Nachhaltigkeitskontext auseinandersetzen.

64 Befragte machten genaue Angaben dazu, welche Phasen des Innovationsprozesses sie im Rahmen der Arbeit durchliefen. Um möglichst exakte Angaben über den Fortschritt der Arbeit zu erhalten, wurden die sechs Phasen Sozialer Innovationen nach Murray zur Auswahl vorgegeben:

1. Problem wurde diagnostiziert und eine Forschungsfrage formuliert (bis hin zu Antragsstellung für eine Projektförderung)
2. Konkrete Ideen / Lösungen, wie das Problem bearbeitet werden könnte, wurden generiert und theoretisch ausgearbeitet (z.B. durchgeführtes Forschungsprojekt inkl. Publikationen)
3. Ideen / Lösungen wurden in der Praxis getestet
4. Ideen wurden in einem begrenzten Rahmen zu einer alltäglichen Praxis. Die Ideen / Lösungen wurden weiter ausgearbeitet, bspw. wurden Finanzierungsmöglichkeiten identifiziert und Budget, Team und weitere Ressourcen aufgebaut

5. Strategien für weiteres Wachstum und Ausbreitung wurden entwickelt. Ideen/Lösungen wurden entweder in die Breite getragen (z.B. organisatorisches Wachstum) oder erreichten andere (z.B. politische) Ebenen
6. Ideen/Lösungen führten zu einer systemischen Veränderung. Es hat ein Wandel innerhalb einer bestimmten Gruppe, Region, Organisation, Gesellschaft stattgefunden (z.B. neue institutionelle Formen, rechtliche Rahmenbedingungen oder Arbeitsweisen)

Die Auswertung der Angaben zeigt, dass längst nicht jede Arbeit auch alle sechs Phasen durchlaufen muss, um zu einer systemischen Veränderung zu führen.

In 27 Prozent der Fälle kam es letztendlich zu einem Wandel. Doch nur 35 Prozent davondurchliefen alle sechs Phasen. Die nachfolgende Grafik gibt an, wie viele Befragte die jeweilige Phase erreichten.

Soziale Innovation erreichte die Phase...

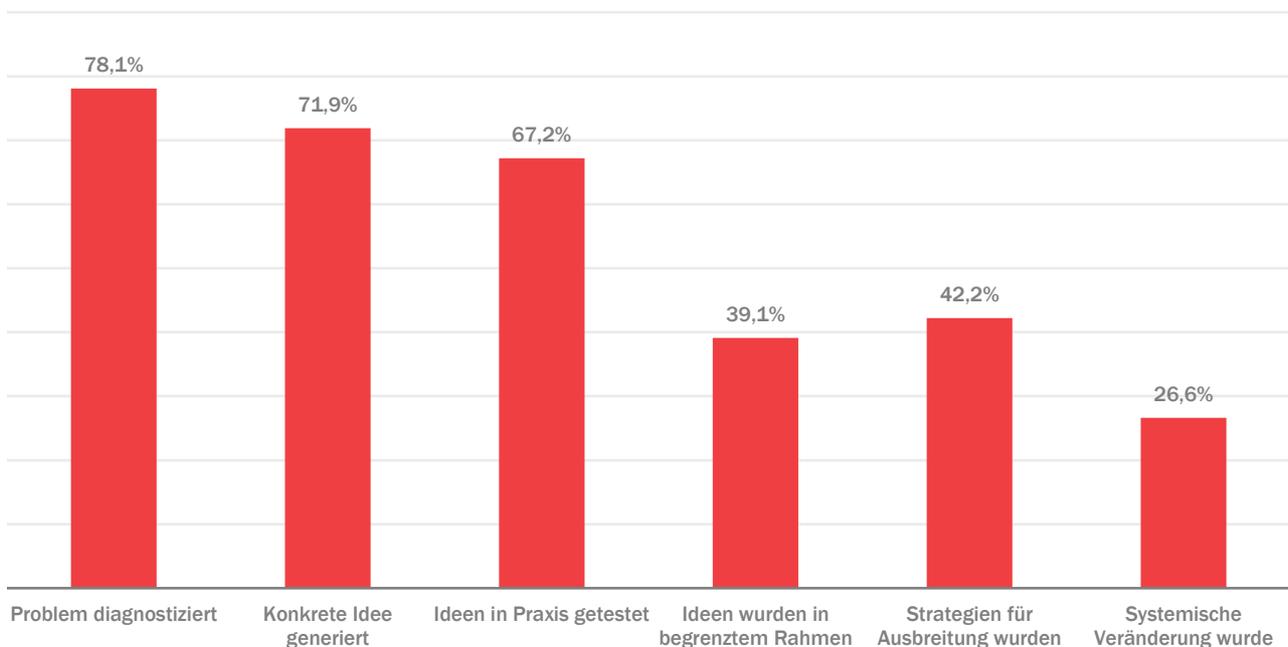


Abbildung 6: Erreichte Phasen Sozialer Innovationen

Unter den übersprungenen Phasen findet sich besonders häufig der Praxistest sowie die Adaption der Idee in einem begrenzten Rahmen. Es kam somit durchaus vor, dass eine entwickelte Idee zu einer systemischen Veränderung führte, ohne dass sie im Rahmen der eigenen Tätigkeit der Befragten zuvor im kleinen Umfang getestet wurde.

Das Entfallen dieser beiden Stufen ist aus hochschulischer Sicht nachvollziehbar, da sowohl der Praxistest als auch die Änderung in einem begrenztem Rahmen entsprechend oft nicht in einer hochschulischen Projektkonzeption vorgesehen sind. Fragen der weiteren

Verwertung sind hingegen durchaus Bestandteil von Projektanträgen, weshalb Strategien zur weiteren Verbreitung des entwickelten Konzeptes / der entwickelten Praktik durchaus Gegenstand von Anträgen sind. Dass tatsächlich ein systemischer Wandel im Anschluss an ein Projekt stattfindet, kann hingegen zwar intendiert sein, ist jedoch nicht planbar.

Die vorherrschende Antragslogik im Hochschulsektor steht einer möglichen Sozialen Innovation als Folge der hochschulischen Tätigkeit somit nicht im Wege. Im Gegenteil wird durch die Integration des Verwertungsaspektes sogar der Weg für eine weitere Verbreitung des entwickelten Ansatzes geebnet.

Faktoren, die sich unterstützend auf Soziale Innovationen auswirken

Wie bereits oben gezeigt, sind Hochschulen grundsätzlich geeignete Orte für Soziale Innovationen. Insbesondere, wenn Soziale Innovationen hochschulseitig unterstützt werden. Neben organisatorischen Faktoren sind auch personelle und externe Faktoren von Bedeutung.

17 unterstützende Faktoren für Soziale Innovationen wurden beurteilt

Die Befragten, die angaben bereits aktiv an der Entwicklung einer Sozialen Innovation beteiligt gewesen zu sein, wurden gebeten, insgesamt 17 Faktoren danach einzuschätzen, ob sie nicht unterstützend, eher unterstützend, unterstützend oder sehr unterstützend in der Arbeit im Kontext Sozialer Innovationen waren. Zudem war es möglich, keine Einschätzung abzugeben. Die Frage lautete: „Bitte geben Sie die Faktoren an, die Sie in Ihrer Arbeit im Kontext Sozialer Innovationen insgesamt unterstützt haben.“

Personelle Faktoren

Vier personelle Faktoren, die Soziale Innovationen aus Hochschulen potenziell unterstützen, wurden abgefragt:

1. Persönliche Faktoren von Mitarbeiter(inne)n oder eigene persönliche Faktoren (z.B. Expertise im Feld, Kontakte zu relevanten Netzwerken/Gruppen, Managementwissen)
2. Personelle Kontinuität unter den Mitarbeiter(inne)n
3. Nicht-monetäre Wertschätzung und soziale Anerkennung für Tätigkeit durch die Hochschulleitung
4. Teamgeist in der eigenen Arbeitsgruppe

Die vier Faktoren wurden sehr unterschiedlich von den Befragten eingeschätzt. Hervorzuheben ist, dass vor allem die **persönlichen Faktoren** sowie der **Teamgeist in der Arbeitsgruppe** als unterstützend wahrgenommen werden, nicht-monetäre Wertschätzung und soziale Anerkennung durch die Hochschulleitung – ein Faktor, der sich in der Regel positiv auf die intrinsische Motivation auswirkt –, jedoch von 18,5 Prozent der Befragten als nicht unterstützend eingeschätzt wird.

Wie unterstützend sind personelle Faktoren? (N=60)

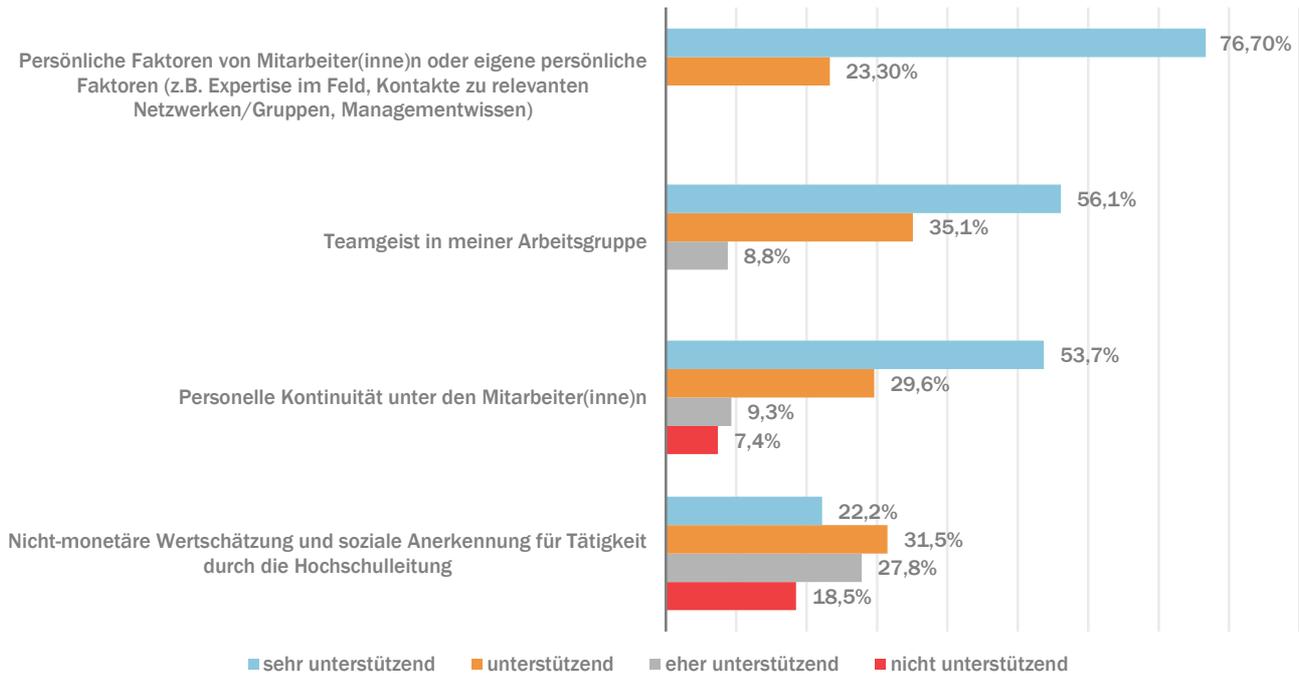


Abbildung 7: Wie unterstützend sich personelle Faktoren auf die Tätigkeit im Kontext Sozialer Innovationen auswirken

Beachtenswert sind die bestehenden Unterschiede zwischen Professorinnen und Professoren von Universitäten und Fachhochschulen. Die persönlichen Faktoren sind für die Lehrenden beider **Hochschultypen** sehr unterstützend.

Die Professor(inn)en an HAW sehen die **personelle Kontinuität der Mitarbeiter(innen)** jedoch deutlich häufiger als sehr unterstützend an als ihre Universitätskolleg(inn)en. Für 58,1 Prozent der HAW-Lehrenden ist dieser Faktor sehr unterstützend. Dieselbe Einschätzung treffen nur 36,4 Prozent der Lehrenden an Universitäten. Ein Grund dafür könnte sein, dass (fehlende) personelle Kontinuität von Mitarbeiter(innen) an HAW ein größeres Problem darstellt als an Universitäten.

Im Gegensatz dazu ist der **Teamgeist in der Arbeitsgruppe** für drei Viertel der Teilnehmer(innen) von Universitäten sehr unterstützend – im Gegensatz zu 51,1 Prozent unter den HAW Teilnehmer(inne)n.

Die **Fachzugehörigkeit** wirkt sich ebenfalls auf die Einschätzung der Faktoren aus. Bei der Zuordnung zur Psychologie wurden diejenigen Befragten außen vorgelassen, die Mitglieder der AOW-Sektion der DGPs sind, jedoch nicht originär an einem AOW-Psychologie Lehrstuhl angesiedelt sind.

Die Faktoren Teamgeist, Kontinuität und persönliche Faktoren werden von den Psycholog(inn)en durchgängig häufiger als sehr unterstützend eingeschätzt als von den Professor(inn)en in der Pflegewissenschaft. Möglicherweise messen die Psycholog(inn)en den „Human Factors“ auch deswegen größere Bedeutung zu, da diese in ihrem Fach

Teil des Forschungsinteresses sind. Eventuell resultierten daraus unter den Befragten eine andere Bewertung bzw. Einordnung des Zusammenhangs von personellen Faktoren und der Entstehung Sozialer Innovationen.

Am deutlichsten fällt der Unterschied im Faktor „persönliche Faktoren von Mitarbeiter(inne)n oder eigene persönliche Faktoren“ aus. Während 67,7 Prozent der Pflegewissenschaftler(innen) angeben, dieser Faktor sei sehr unterstützend, sind es unter den Psycholog(inn)en 92,0 Prozent.

Vergleichbar sind die Unterschiede bei der Einschätzung des Teamgeistes: Dieser wirkt sich aus Sicht von 48,3 Prozent der Pflegewissenschaftler(innen) und von 70,8 Prozent der Psycholog(inn)en sehr unterstützend aus.

Personelle Faktoren werden von Professorinnen und Professoren unterschiedlich bewertet. Der deutlichste **Geschlechterunterschied** ist beim Faktor personelle Kontinuität unter den Mitarbeitenden. 42,3 Prozent der Professorinnen, aber 64,0 Prozent der Professoren sehen eine solche Kontinuität als sehr unterstützend an.

Besonders ins Auge fallen jedoch die Einschätzungen der personellen Faktoren, wenn das Jahr der **Erstberufung** mitberücksichtigt wird.

**Je früher berufen,
desto wichtiger werden
die personellen Faktoren eingeschätzt**

Die Einschätzung, ob sich der Faktor sehr unterstützend auswirke, nimmt ab, je kürzer die Erstberufung zurückliegt. Die vor 2001 Erstberufenen schätzen alle Faktoren außer den nicht-monetären Anreizen zu 100 Prozent als sehr unterstützend ein. Auch bei den nicht-monetären Anreizen sagten 37,5 Prozent, der Faktor sei sehr unterstützend. Die Anteile nehmen bei allen Faktoren von Kohorte zu Kohorte stetig ab.

Die Professorinnen und Professoren wurden zudem gebeten, ergänzende Faktoren aufzuführen, die sich unterstützend auswirkten. Häufig wurde an dieser Stelle auf die intrinsische Motivation verwiesen. Ein/Teilnehmer(in) stellte es besonders deutlich heraus:

*„Persönliche Überzeugung, etwas Wichtiges voranzutreiben;
Identifikation mit dem Thema; Herzensangelegenheit“*

Organisatorische Faktoren

Organisatorische Rahmenbedingungen haben nach Angabe der Befragten deutlich geringere Auswirkungen auf Soziale Innovationen, als angenommen werden könnte. Gefragt wurde nach den folgenden Faktoren:

1. Leitbild bzw. eine hochschulweite Strategie der Hochschule, in der die Bearbeitung gesellschaftlicher Probleme festgehalten ist
2. An der Hochschule existierende Nachhaltigkeits- und Transferkonzepte
3. "Kultur des Ermöglichens" herrscht an Hochschule vor
4. Deputatsermächtigungen

5. Zentrale Services (z.B. Transferstelle, Prorektorat für Forschung)
6. Strukturen zur Förderung von Interdisziplinarität
7. Strategische Kooperationen mit anderen Hochschulen, außerhochschulischen Forschungseinrichtungen, Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Partnern
8. Bereitstellung von Räumen / Laboren / Ausstattung
9. Zentrale (interne) Mittel für die (Anschub-)Finanzierung dieser Tätigkeit(en)

Deputatsermäßigung würde sich unterstützend auswirken

Von den neun abgefragten Faktoren wurden lediglich Deputatsermäßigungen als Faktor benannt, der sich in den meisten Fällen (40,4 %) sehr unterstützend auswirken würde.

Dabei handelt es sich um einen Faktor, der offenbar nur aus Sicht der Lehrenden an Hochschulen für angewandte Wissenschaften relevant ist. Die deutliche Mehrheit der Professor(inn)en an Universitäten, die ohnehin ein deutlich niedrigeres Lehrdeputat haben, hält eine (weitere) Deputatsermäßigung für nicht unterstützend.

Als sehr relevant werden auch **strategische Kooperationen** eingeschätzt. Diese können mit anderen Hochschulen oder außeruniversitären

Wie unterstützend sind organisatorische Faktoren? (N=54)

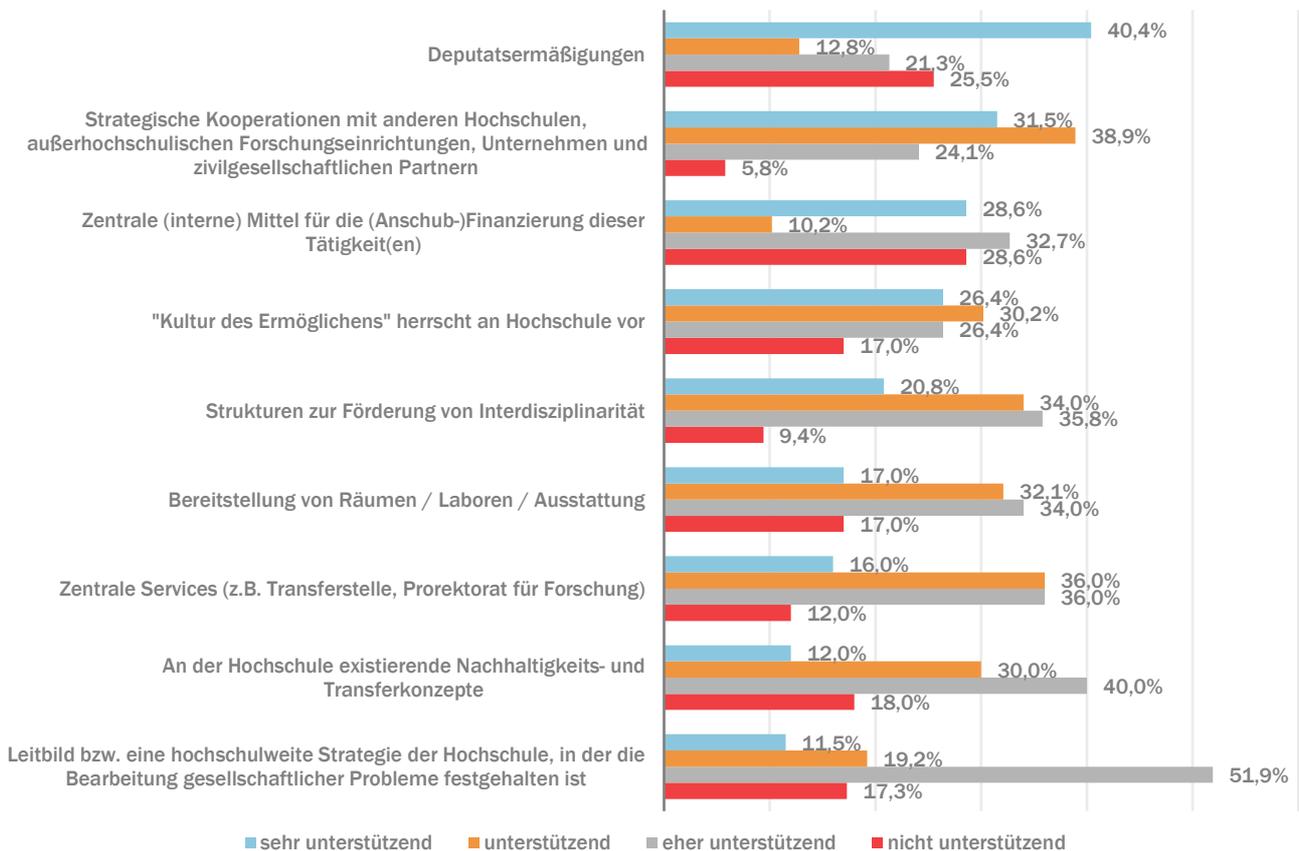


Abbildung 8: Wie unterstützend sich organisatorische Faktoren auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen auswirken

Forschungseinrichtungen oder auch mit Unternehmen und zivilgesellschaftlichen Partnern geschlossen sein.

Zentrale Unterstützung wird an Universitäten als weniger wichtig beurteilt als an HAW

Weitere hervorzuhebende Unterschiede zwischen den Antworten je nach **Hochschultyp** sind beim Faktor **Zentrale Services** zu finden. 25,0 Prozent der Universitätsprofessor(inn)en gaben an, diese seien nicht unterstützend. Die HAW-Professor(inn)en schätzen dies anders ein. Lediglich 9,5 Prozent sehen sie als nicht unterstützend an, 19,0 Prozent hingegen als sehr unterstützend (Universitäten: 0%). Möglicherweise sind Professorinnen und Professoren an HAW mehr auf zentrale Unterstützungsleistungen angewiesen, weil die einzelnen Lehrstühle und Fachbereiche weniger mit eigenem unterstützendem Personal ausgestattet sind.

Ähnlich verhält es sich mit dem Faktor **Strukturen zur Förderung von Interdisziplinarität**. Während 22,2 Prozent der Teilnehmer(innen) von Universitäten diese als nicht unterstützend einschätzen und keiner als sehr unterstützend, liegen die Werte unter den HAW-Teilnehmer(innen) bei lediglich 6,8 Prozent (nicht unterstützend) und 25,0 Prozent (sehr unterstützend).

Der Faktor **Zentrale Mittel für die (Anschub)Finanzierung** der Tätigkeit werden ebenfalls unterschiedlich bewertet. 34,1 Prozent der HAW-Professor(inn)en sind davon überzeugt, dass dieser Faktor sehr unterstützend sei (0,0% Universitäten). Lediglich ein Viertel (24,4 %) sieht eine solche Finanzierung als nicht unterstützend, wohingegen die Hälfte (50,0 %) der an Universitäten Befragten zentrale Mittel als nicht unterstützend einschätzen.

Auch unter den organisatorischen Faktoren zeigen sich wieder **Fachunterschiede**. Besonders deutlich ist der Unterschied im Faktor strategische Kooperationen. Dieser ist nach Einschätzung von 18,2 Prozent der Psychologieprofessor(inn)en sehr unterstützend. Wohingegen 44,8 der Professor(inn)en der Pflegewissenschaft diesem Faktor beimessen, sehr unterstützend zu sein.

Möglicherweise ist die **Art der Kooperationspartner** zwischen den Fächern unterschiedlich. Für die AOW-Psychologie sind kleinere Kooperationspartner (KMU) denkbar, bei denen für die Zusammenarbeit nicht unbedingt eine strategische Kooperation geschlossen werden muss. Pflegewissenschaftler(innen) kooperieren dagegen möglicherweise häufiger mit großen Organisationen wie Krankenhäusern oder deren Trägern bzw. Sozialverbänden, bei denen eine Kooperation über den „kleinen Dienstweg“ möglicherweise schwieriger ist.

Erneut zeigt sich, dass insbesondere Professorinnen und Professoren, die vor 2001 **erstberufen** wurden, auch die organisatorischen Faktoren besonders häufig als sehr unterstützend für die eigenen Tätigkeiten im Bereich Sozialer Innovationen wahrnehmen. Besonders deutlich wird dies anhand der Bewertung der Befragten einer an der Hochschule existierenden „Kultur des Ermöglichens“. Über die Hälfte (55,6 %) der vor

2001 Berufenen sieht dies als sehr unterstützend an. Unter den übrigen Kohorten bewegen sich die Werte hier zwischen 8,3 Prozent und 33,3 Prozent. Ähnlich verhält es sich bei der Einschätzung strategischer Kooperationen. Auch hier ist die Hälfte dieser Kohorte sicher, strategische Kooperationen seien sehr unterstützend für die eigenen Tätigkeiten.

Allerdings gibt es einige Ausnahmen. Der Faktor existierender Nachhaltigkeits- oder Transferkonzepte wird beispielsweise von allen Kohorten ähnlich (gering) eingeschätzt. Die Existenz zentraler Services wie Transferstellen, sieht sogar keiner der vor 2001 Erstberufenen als sehr unterstützend an.

Externe Faktoren

Externe Faktoren können die Beschäftigung mit Feldern fördern, in denen Soziale Innovationen entstehen. In der Untersuchung sollte der Einfluss folgender Faktoren beurteilt werden:

- Geeignete Fördermittel/Förderlinien
- Kontakte zu außerhochschulischen Partnern (Netzwerke, Austausch auf Tagungen etc.)
- Politisch formulierter Bedarf
- Gesellschaftlicher Bedarf

Abbildung 9 zeigt, wie unterstützend sich diese externen Faktoren aus Sicht der Befragten auf ihre Tätigkeiten auswirken.

Wie unterstützend sind externe Faktoren? (N=58)

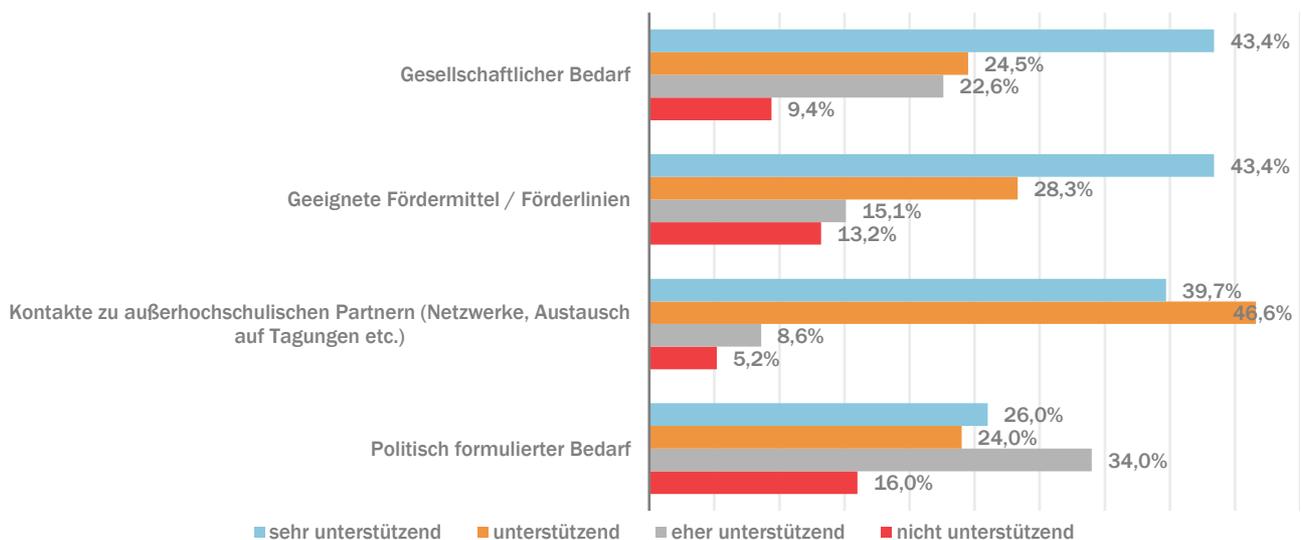


Abbildung 9: Wie unterstützend sich externe Faktoren auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen auswirken

Den Faktor „politisch formulierter Bedarf“ bewerten die Professorinnen und Professoren am wenigsten als unterstützend. Nur ein gutes Viertel (26,0%) halten ihn für sehr unterstützend. Alle anderen Faktoren erreichen durchgängig höhere Werte und werden mit deutlicher Mehrheit als sehr unterstützend oder unterstützend eingeschätzt.

Trotz der insgesamt hohen Werte unterscheiden sich jedoch auch hier die Einschätzungen von Professorinnen und Professoren an den

Hochschulen für angewandte Wissenschaften von denen an Universitäten. Dies trifft jedoch eher auf die Einschätzung zu, ob ein Faktor nicht unterstützend ist, als auf die Einschätzung, ob er sich sehr unterstützend auswirkt. Lediglich beim Faktor „gesellschaftlicher Bedarf“ lassen sich Unterschiede bei der Einschätzung feststellen, ob dieser Faktor sehr unterstützend ist. Geben 40 Prozent der HAW-Professor(inn)en an, der Faktor sei sehr unterstützend, sind es 62,5 Prozent der Universitätsprofessor(inn)en.

Im Gegensatz zu personellen und organisatorischen Faktoren, unter denen sich teils deutliche **Fachunterschiede** zeigen, herrscht bei den externen Faktoren weitestgehend Einigkeit in den Einschätzungen vor. Lediglich ein politisch formulierter Bedarf wird unterschiedlich eingeschätzt. Rund ein Drittel der Pflegewissenschaftlerinnen und Pflegewissenschaftler (35,7 %) gibt an, dieser Faktor wirke sich sehr unterstützend aus, während es in der AOW-Psychologie 10,0 Prozent sind.

Ein deutlicher Unterschied zwischen den **Geschlechtern** zeigt sich in der Frage, ob sich der Faktor „gesellschaftlicher Bedarf“ auf die eigenen Tätigkeiten als sehr unterstützend auswirkt: 56,5 Prozent der Männer sehen diesen Faktor als sehr unterstützend an, jedoch nur 29,6 Prozent der Frauen.

Auch die als externe Faktoren definierten Einflussgrößen werden von den vor 2001 **Erstberufenen** durchweg am häufigsten als sehr unterstützend bewertet. Besonders hervorgehoben wird der Faktor „geeignete Fördermittel“, der von 87,5 Prozent der vor 2001 berufenen Professorinnen und Professoren als sehr unterstützend bewertet wird. Ebenso der Faktor „Kontakte zu außerhochschulischen Partnern“. 88,9 Prozent dieser Kohorte geben an, es handle sich hierbei um einen sehr unterstützenden Faktor. Von den übrigen Kohorten schätzen diesen Faktor jeweils etwa ein Drittel als sehr unterstützend ein.

Professorinnen und Professoren von Hochschulen für angewandte Wissenschaften sehen den Faktor Deputatsermäßigung als sehr unterstützend an - ein Faktor, den keiner der Universitätsprofessorinnen und -professoren als sehr unterstützend bewertete.

Ebenso sind zentrale (interne) Mittel für die (Anschub-)Finanzierung der Tätigkeiten für 34,1 Prozent der HAW-Professor(inn)en, jedoch für keinen der Universitätsprofessor(inn)en sehr unterstützend.

Fachunterschiede zwischen AOW-Psychologie und Pflegewissenschaft zeigen sich am deutlichsten in den personellen Faktoren. Der Teamgeist in der Arbeitsgruppe ist nach Angabe von 70,8 Prozent der Professorinnen und Professoren aus der AOW-Psychologie, aber nur von 48,3 Prozent derer aus der Pflegewissenschaft sehr unterstützend.

Vor allem die Kohorte der vor 2001 Erstberufenen schätzt die aufgeführten Faktoren am häufigsten als sehr unterstützend ein.

Faktoren, die sich hemmend auf Soziale Innovationen auswirken

Alle Befragungsteilnehmer(innen) wurden gebeten, einzuschätzen, wie hemmend sich verschiedene Faktoren auf die Tätigkeit im Kontext Sozialer Innovationen auswirkten: „Bitte geben Sie an, welche Hemmnisse Ihrer Tätigkeit/Arbeit im Kontext Sozialer Innovationen insgesamt entgegenstehen oder entgegenstanden.“

Auch hier wurden erneut drei Kategorien gebildet: Personelle Faktoren, organisatorische Faktoren und externe Faktoren. Einige Faktoren, die zuvor als möglicherweise unterstützend abgefragt wurden, wurden hier erneut aufgegriffen. Beispielsweise können personelle Faktoren sich sowohl unterstützend auswirken als auch der Arbeit entgegenstehen.

Die Einzelitems konnten auf einer Skala von nicht hemmend – eher hemmend – hemmend – sehr hemmend eingeschätzt werden. Eine fünfte Kategorie war „keine Angabe möglich“.

Personelle Faktoren

Als personelle Faktoren, die sich hemmend auf die Tätigkeit auswirken, wurden vorgegeben:

1. Kein entsprechendes Personal vorhanden
2. Fehlende zeitliche Ressourcen potenzieller Mitarbeiter(innen) oder von mir selbst
3. Persönliche Faktoren potenzieller Mitarbeiter(innen) (z.B. geringes Interesse, fehlende Qualifikation)
4. Persönliche Faktoren von mir selbst (z.B. geringes Interesse, fehlende Qualifikation)

Fehlende zeitliche Ressourcen werden als größtes Problem für die Entwicklung Sozialer Innovationen eingeschätzt

Abbildung 10 zeigt die Einschätzung der personellen Faktoren, die Soziale Innovationen laut den Befragten hemmen. Der Aspekt **fehlende zeitliche Ressourcen** – entweder eigene oder die von potenziellen Mitarbeiter(innen) – ist aus Sicht der Professorinnen und Professoren der mit Abstand am stärksten hemmende Faktor, unabhängig davon, ob bereits persönliche Erfahrungen mit Sozialen Innovationen vorlagen oder nicht.

Wie hemmend sind personelle Faktoren? (N=84)

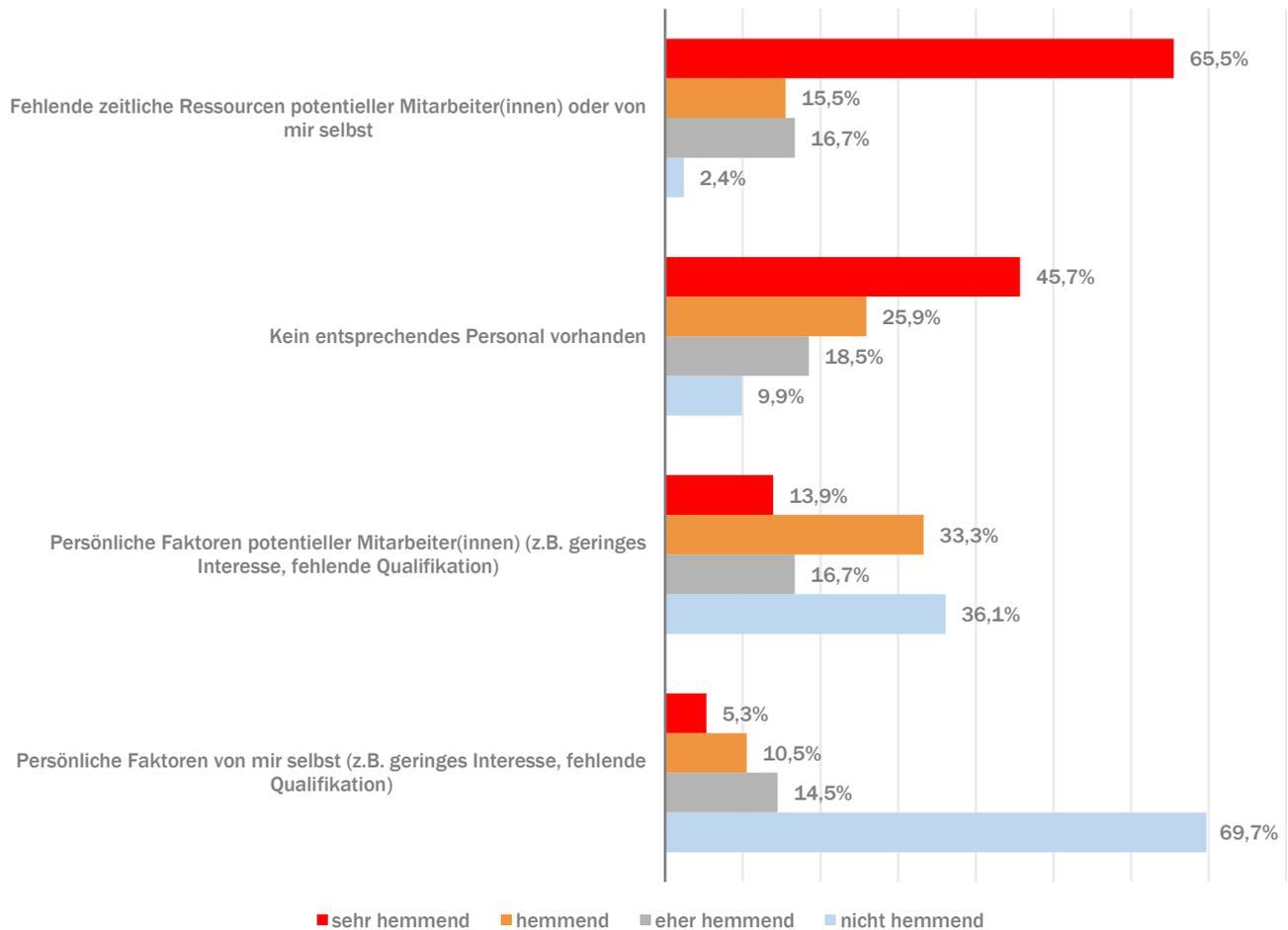


Abbildung 10: Wie hemmend sich personelle Faktoren auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen auswirken

Ein bemerkenswerter Unterschied zeigt sich bei den personellen Faktoren allerdings zwischen den **Geschlechtern**: Eigene persönliche Faktoren, wie z.B. geringes Interesse oder fehlende Qualifikationen, sieht keine einzige Teilnehmerin als sehr hemmend an. Unter den Teilnehmern gaben hingegen 11,1 Prozent an, dass dies ein sehr hemmender Faktor sei.

Der Punkt eigene persönliche Faktoren fällt auch beim Vergleich der **Hochschultypen** auf. Kein/e Universitätsprofessor(in) sieht ihn als sehr hemmend an, jedoch 30 Prozent als hemmend. Unter den Professor(inn)en der Hochschulen für angewandte Wissenschaften geben hingegen 6,1 Prozent an, dass der Faktor sehr hemmend sei, aber nur 7,6 Prozent, dass er hemmend sei.

Organisatorische Faktoren

Auch organisatorische Faktoren können sich hemmend auf ein Engagement der Professorinnen und Professoren im Bereich Sozialer Innovationen auswirken. Insgesamt wurden die folgenden sieben Faktoren abgefragt:

1. Mangelnde Ausstattung (z.B. fehlende Räume, Labore, Geräte)
2. Fehlende oder unzureichende Anreizstrukturen in der Hochschule
3. Nicht optimal aufgestellte Hochschulverwaltung (z.B. fehlende Unterstützung bei Projektakquise und -abwicklung)
4. Gehört nicht zur Aufgabe meiner Hochschule
5. Nicht förderlich für meine akademische Karriere
6. keine Lehrentlastung für (Forschungs)Projekte
7. Engagement wird aktiv von Einzelnen verhindert

Die Ergebnisse der Befragung sind in Abbildung 11 dokumentiert.

Wie hemmend sind organisatorische Faktoren? (N=79)

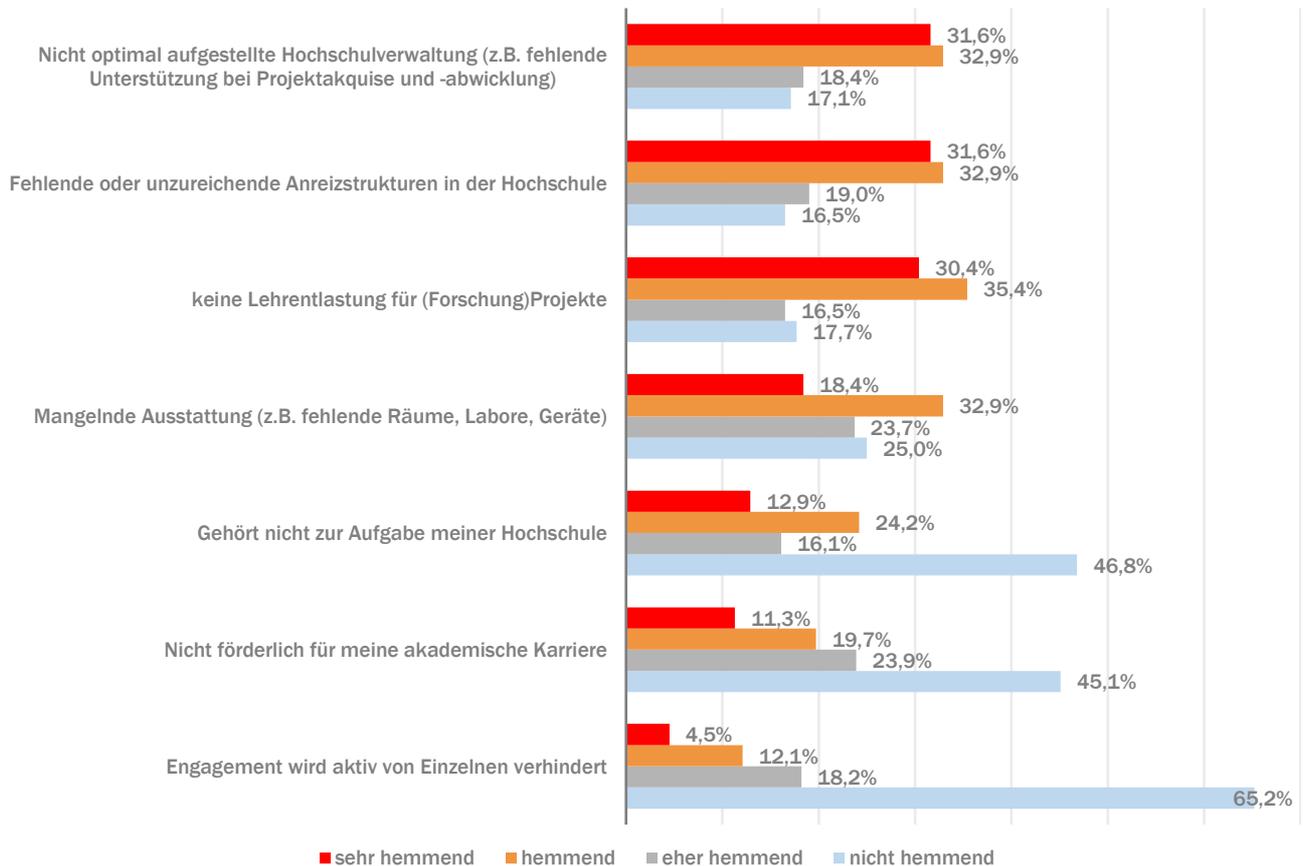


Abbildung 11: Wie hemmend sich organisatorische Faktoren auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen auswirken

Unter den organisatorischen Faktoren lassen sich insbesondere drei Bereiche festmachen, die von den Professorinnen und Professoren als besonders hemmend wahrgenommen werden:

- Eine nicht optimal aufgestellte Hochschulverwaltung
- Fehlende oder unzureichende Anreizstrukturen in der Hochschule und,
- dass keine Lehrentlastung für (Forschungs-)Projekte gegeben wird.

Die Ergebnisse zeigen zudem deutliche Unterschiede zwischen verschiedenen Personengruppen bei der Einschätzung dieser Faktoren auf. So bemängeln im Vergleich der **Hochschultypen** die Universitätsangehörigen häufiger fehlende oder unzureichende Anreizstrukturen (41,7 %). Unter den HAW-Mitgliedern sind es hingegen gerade einmal 3 von 10 (29,9 %). Jede/r fünfte (20,0%) Universitätsprofessor(in) sieht Tätigkeiten im Kontext sozialer Innovationen zudem als nicht förderlich für die eigene akademische Karriere. Eine Ansicht, die nur 9,8 Prozent ihrer Fachhochschulkolleg(inn)en teilen.

Die Frage, ob das Thema ggf. nicht förderlich für die eigene akademische Karriere sei und sich dadurch hemmend auswirke, wird auch zwischen den **Geschlechtern** sehr unterschiedlich bewertet. Während nur 3,0 Prozent der Professorinnen diesen Faktor als sehr hemmend und 63,6 Prozent ihn als nicht hemmend einschätzen, sehen die Professoren dies anders. 18,9 Prozent von ihnen geben an, dies sei ein sehr hemmender Faktor und nur 29,7 Prozent schätzen ihn als nicht hemmend ein.

Die Bewertung organisatorischer Hemmnisse und die Beteiligung an Sozialen Innovationen hängen zusammen

Die mit Abstand deutlichsten Unterschiede, die auch viel Interpretationsspielraum eröffnen, zeigen sich beim Vergleich derer, die bereits **eigene Erfahrungen mit Sozialen Innovationen** gesammelt haben und denjenigen, die bislang nicht in solche Tätigkeiten eingebunden waren (siehe Tabelle 2).

Professor(inn)en, die bereits selbst Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen durchgeführt haben, berichten deutlich seltener, dass organisatorische Faktoren sich sehr hemmend auf ihre Tätigkeiten auswirkten, als Professor(inn)en, die bislang keine eigenen Erfahrungen gesammelt haben.

Beispielsweise geben nur 7,7 Prozent derer mit vorangegangenen Tätigkeiten im Zusammenhang mit Sozialen Innovationen an, diese gehörten nicht zu den Aufgaben der Hochschule. Unter denen ohne Erfahrung gaben hingegen rund 22 Prozent an, dies sei ein sehr hemmender Faktor.

Tabelle 2: Hemmende Faktoren für Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen unter Berücksichtigung eigener Erfahrungen im Zusammenhang mit Sozialen Innovationen

Beteiligung an Entwicklung einer Sozialen Innovation	ja		nein	
	Faktor ist sehr hemmend	nicht hemmend	sehr hemmend	nicht hemmend
Mangelnde Ausstattung	15,4%	26,9%	25,0%	20,8%
Fehlende oder unzureichende Anreizstrukturen	25,0%	21,2%	44,4%	7,4%
Nicht optimal aufgestellte Hochschulverwaltung	25,5%	23,5%	44,0%	4,0%
Gehört nicht zu den Aufgaben meiner Hochschule	7,7%	48,7%	21,7%	43,5%
Nicht förderlich für meine akademische Karriere	8,5%	51,1%	16,7%	33,3%
Keine Lehrentlastung für Forschungsprojekte	25,5%	23,5%	39,3%	7,1%
Engagement wird aktiv von Einzelnen verhindert	7,1%	61,9%	0,0%	70,8%

Externe Faktoren

In der Befragung wurden schließlich auch sieben externe Faktoren dahingehend untersucht, ob sie sich negativ auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen auswirkten:

1. Fehlende Fördermöglichkeiten (z.B. fehlende Förderlinien, zu geringe Bewilligungsquoten, potenzielle Auftraggeber haben kein Geld)
2. Probleme mit Drittmittelgebern (z.B. zu hoher Aufwand, zu große Vorlaufzeit von Projekten)
3. Geringes oder kein Interesse an meinen Ideen / Lösungen (auch z.B. fehlende Akzeleratoren in den Organisationen und / oder im Sektor)
4. Zu enger rechtlicher Rahmen
5. Fehlende politische Unterstützung
6. Unrealistische Planungen der Auftraggeber (z.B. sehr enge Taktung, Restriktionen bei der Personaleinstellung)
7. Fehlende oder unzureichende Anreizstrukturen im Sektor, in dem die Soziale Innovation wirken müsste.

Abbildung 12 zeigt: Was sich bereits bei den unterstützenden Faktoren gezeigt hat, wird durch die Ergebnisse zu den hemmenden Faktoren weiter unterstrichen.

Wie hemmend sind externe Faktoren? (N=78)

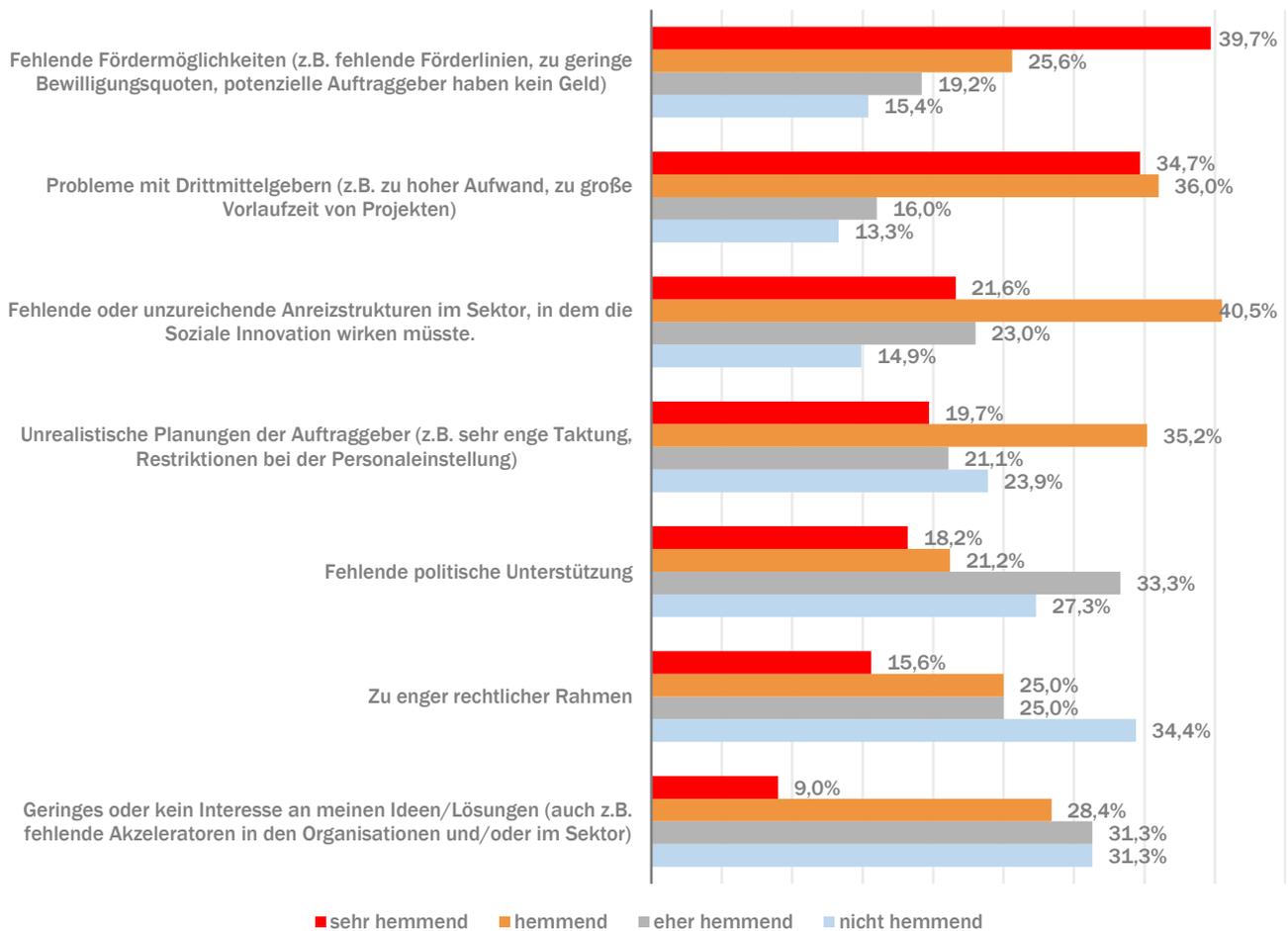


Abbildung 12: Wie hemmend sich externe Faktoren auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen auswirken

Fehlende Fördermöglichkeiten und Probleme mit Drittmittelgebern sind die mit Abstand größten externen Hemmnisse, wenn es um Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen geht.

Detailanalysen unter Berücksichtigung verschiedener Unterscheidungsmerkmale bringen erneut teilweise unterschiedliche Einschätzungen ans Tageslicht. Während beispielsweise 71,4 Prozent der **Universtitätsangehörigen** kein mangelndes Interesse von Externen an ihren eigenen Ideen sehen, geben nur 26,7 Prozent der **HAW-Vertreter(innen)** an, dass dies kein hemmender Aspekt sei. Probleme mit Drittmittelgebern sehen hingegen rund 40 Prozent (39,1 %) der HAW-Angehörigen als sehr hemmend, allerdings teilen nur 9,1 Prozent der Universitätsprofessor(inn)en diese Einschätzung.

Erklären lässt sich dies unter anderem durch die Fachverteilung zwischen den beiden Hochschultypen. Zwischen den **Fächern** zeigen sich hinsichtlich der hemmenden externen Faktoren deutliche Unterschiede, die im Detail aufgeführt werden sollen (siehe Tabelle 3).

Tabelle 3: Anteil Einschätzungen nach Fach: Externer Faktor wirkt sich „sehr hemmend“ auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen aus

Faktoren, die sich sehr hemmend auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen auswirken	Einschätzung Pflegewissenschaft	Einschätzung AOW-Psychologie
Fehlende Fördermöglichkeiten	50,0%	34,2%
Probleme mit Drittmittelgebern	48,5%	25,0%
Geringes oder kein Interesse an meinen Ideen/Lösungen	16,7%	3,2%
Zu enger rechtlicher Rahmen	26,7%	7,1%
Fehlende politische Unterstützung	29,0%	10,3%
Unrealistische Planungen der Auftraggeber	36,4%	6,3%
Fehlende oder unzureichende Anreizstrukturen im Sektor, in dem die Soziale Innovation wirken müsste	36,4%	11,4%

Ob Professorinnen und Professoren bereits eigene Erfahrungen im Kontext Sozialer Innovationen gesammelt hatten oder nicht, hat interessanterweise kaum einen Einfluss auf deren Einschätzungen. Die Unterschiede zwischen der Pflegewissenschaft auf der einen und der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie auf der anderen Seite bleiben weiterhin bestehen.

Auffällig ist vor allem, dass ein gutes Drittel der Pflegewissenschaftler(innen) angibt, dass sich **fehlende Anreizstrukturen in dem Sektor, in dem die Soziale Innovationen wirken müssten**, als sehr hemmend darstellen. Zwar mag ein Bedarf bestehen, es gibt jedoch anscheinend nur unzureichende externe Anreize, sich als Professor(in) an der Entwicklung neuer Lösungen und Konzepte zu versuchen.

Fehlende Zeit, eine nicht optimal aufgestellte Verwaltungsstruktur und fehlende Fördermöglichkeiten wirken sich sehr hemmend auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen aus. Gerade unter den externen Faktoren lassen sich zudem deutliche Unterschiede zwischen den Fächern feststellen. Bei der Bewertung möglicher Hemmnisse ist es daher notwendig, weitere Parameter zu berücksichtigen.

Professor(inn)en, die Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen betreiben, sind...

Den Teilnehmer(inne)n wurden insgesamt 18 Persönlichkeitseigenschaften zur Auswahl gestellt, aus denen sie fünf Merkmale auswählen sollten, die sie am ehesten kennzeichnen. Die zugrundeliegende Vermutung war, dass sich Personen, die bereits in die Entwicklung Sozialer Innovationen involviert waren, hinsichtlich bestimmter Persönlichkeitsmerkmale von denjenigen unterscheiden, die bislang noch keine eigenen Erfahrungen mit Sozialen Innovationen gesammelt haben.

Abbildung 13 zeigt die Ergebnisse. Abgebildet ist der Prozentsatz derjenigen Professorinnen und Professoren, die die jeweilige **Eigenschaft** als **eine ihrer fünf wichtigsten** genannt haben.

Die fünf wichtigsten Eigenschaften der Professor(inn)en mit und ohne Erfahrung mit Sozialen Innovationen (N=91)

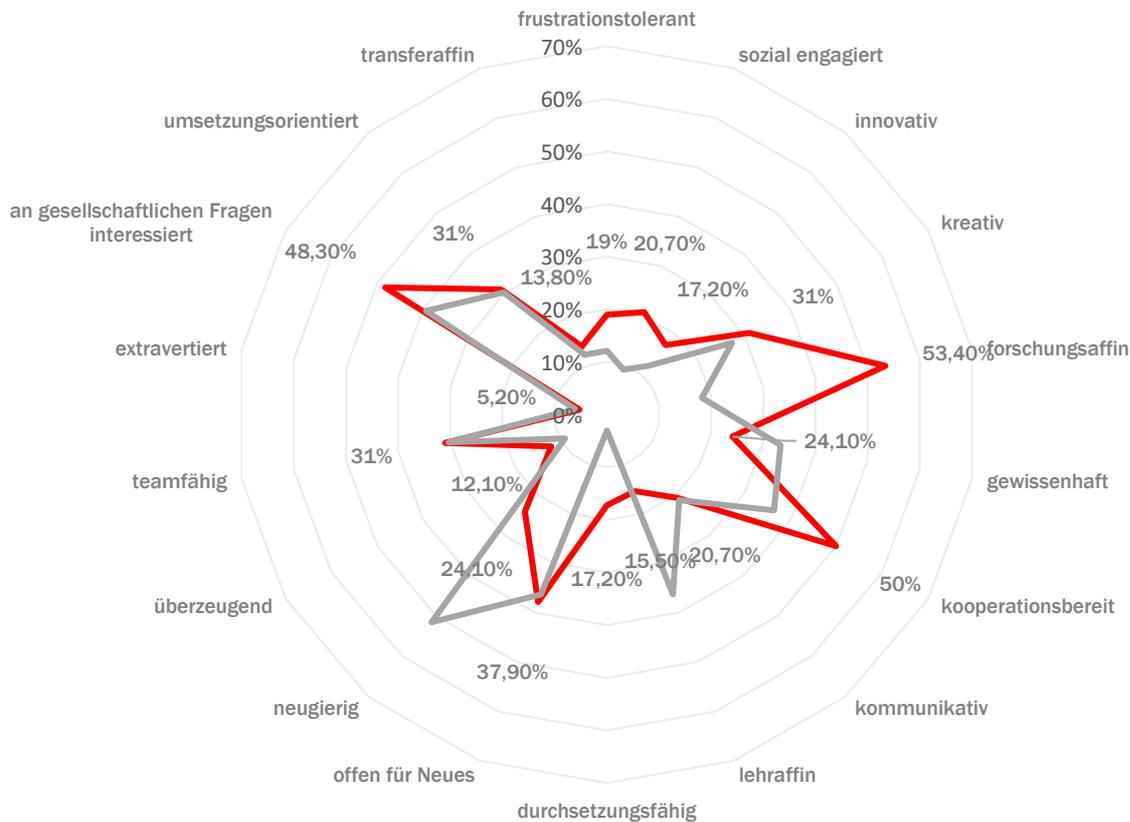


Abbildung 13: Persönlichkeitsprofile von an Sozialen Innovationen beteiligten / nicht beteiligten Professorinnen und Professoren

Tatsächlich halten sich Angehörige beider Gruppen für „an gesellschaftlichen Fragen“ interessiert, die an Sozialen Innovationen Beteiligten noch etwas häufiger. Diejenigen, die noch an keiner Sozialen Innovation beteiligt waren, nannten an Eigenschaften häufiger „neugierig“

An Sozialen Innovationen Beteiligte: forschungsaffin und kooperationsbereit

und „lehraffin“, darüber hinaus häufiger auch „gewissenhaft“ als die an Sozialen Innovationen Beteiligten.

Dafür nannten die bereits an Sozialen Innovationen beteiligten Professorinnen und Professoren deutlich häufiger „kooperationsbereit“ und insbesondere „forschungsaffin“ sowie ebenfalls häufiger als die Vergleichsgruppe die Attribute „frustrationstolerant“, „sozial engagiert“ sowie „innovativ“, „kreativ“ und „durchsetzungsfähig“.

Als Rangliste dargestellt beschreiben sich Professorinnen und Professoren, die bereits an einer Sozialen Innovation beteiligt waren, mit diesen 5 wichtigsten Attributen:

1. Forschungsaffin (53%)
2. Kooperationsbereit (50%)
3. An gesellschaftlichen Fragen interessiert (48%)
4. Offen für Neues (36%)
5. Kreativ (31%)

Professorinnen und Professoren ohne bisherige Beteiligung an Sozialen Innovationen beschreiben sich dagegen primär als:

Neugierig (52%)

1. An gesellschaftlichen Fragen interessiert (39%)
2. Lehraffin (36%)
3. Kooperationsbereit (36%)
4. Gewissenhaft (33%)

Interessant ist außerdem, dass Merkmale wie „extravertiert“, „überzeugend“, „durchsetzungsfähig“ und auch „transferaffin“ (im Gegensatz zu „forschungsaffin“), von den Professor(inn)en nur sehr selten als eine ihrer 5 zentralen Persönlichkeitseigenschaften genannt wurden. Auf den ersten Blick würde es naheliegend erscheinen, dass Extraversion, Durchsetzungsfähigkeit und Transferaffinität wichtig für die „Durchsetzung“ Sozialer Innovationen wären. Dies lässt sich durch die vorgenommene Einschätzung jedoch nicht bestätigen.

Die **Ergebnisse sind aber nur vorsichtig zu interpretieren**, da nur fünf Eigenschaften von 18 zur Auswahl stehenden genannt werden durften. Es kann eher eine Aussage über die genannten Eigenschaften getroffen werden als über die nicht genannten.

Bezogen auf das oben erwähnte **Fünf-Faktoren-Modell** der Persönlichkeit deuten die Ergebnisse aber darauf hin, dass am ehesten die Faktoren *Offenheit für Erfahrungen* und *Verträglichkeit* (u.a. Kooperationsbereitschaft) eine Rolle bei der Beteiligung von Professorinnen und Professoren an Sozialen Innovationen spielen. *Extraversion* scheint wie oben beschrieben keine Rolle zu spielen, während *Gewissenhaftigkeit* eher einen negativen Zusammenhang zur Beteiligung an Sozialen Innovationen zu haben scheint.

Die Ergebnisse bestätigen sich, wenn noch weitere Faktoren hinzugezogen werden. Beispielsweise lässt sich feststellen, dass sich einerseits innerhalb eines Geschlechts die Werte unterscheiden, wenn der Professor/die Professorin bereits Erfahrung mit Sozialen Innovationen

sammelte. Andererseits entsprechen sich die Werte weitestgehend, wenn bereits Erfahrungen mit Sozialen Innovationen gemacht wurden – und zwar über die Geschlechter hinweg.

Werden fachliche Unterschiede betrachtet, wird das Ergebnis weiterhin bestätigt. Offensichtlich sind für diejenigen, die bereits aktiv an Sozialen Innovationen beteiligt waren, die aufgeführten Eigenschaften deutlich relevanter, als für ihre Kolleg(inn)en ohne diese Erfahrung.

Zudem ist es unerheblich, ob die Befragten Psycholog(inn)en oder Pflegewissenschaftler(innen) sind.

Fazit und Ausblick

Was sind die gesellschaftlichen Herausforderungen von morgen und wie können wir auf sie reagieren?

Die aktuelle Corona-Pandemie zeigt uns, wie sehr wir nicht nur auf technologische Innovationen, sondern auch auf Soziale Innovationen

Covid-19 offenbart die Bedeutung Sozialer Innovationen

angewiesen sind, um gesamtgesellschaftlichen Problemen auf unterschiedlichen Ebenen begegnen zu können. Der Einstieg in das Thema Soziale Innovationen aus Hochschulen und die Untersuchungsergebnisse der Befragung von Professorinnen und Professoren der Pflegewissenschaft und der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie zeigen, wie hoch das Potenzial der Hochschulen ist, hierbei eine zentrale Rolle einzunehmen. Umso überraschender ist vor dem Hintergrund die bisherige Feststellung, dass Hochschulen nur in einem geringen Umfang an Sozialen Innovationen beteiligt sind. Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass bereits sehr viele Professorinnen und Professoren an Sozialen Innovationen beteiligt sind. Es scheint jedoch schwierig zu sein, dies nach außen zu vermitteln, weshalb Hochschulen als Quelle Sozialer Innovationen nicht unbedingt sichtbar sind.

Eine genauere Sicht auf (gesellschaftlich relevante) Forschungsprojekte an Hochschulen und eine Analyse mit Messgrößen jenseits der klassischen Outputmessung anhand von Drittmitteln und Publikationen, sondern stattdessen eine Betrachtung der einzelnen Prozessschritte auf dem Weg zu einer Sozialen Innovation scheint also gewinnbringend. Dazu scheint die Integration unterschiedlicher Modelle am geeignetsten: zum einen die Anwendung des Phasenmodells von Murray zur Analyse der Logik Sozialer Innovationen und zum anderen das Prozessmodell von FIFTH zur Beschreibung des Entwicklungsverlaufs von Innovationen aus Hochschulen heraus. Dass eine solche Integration gelingt, verdeutlichen die vorliegenden Befragungsergebnisse, die Anhaltspunkte zur Entstehung von Sozialen Innovationen liefern und auch hochschulspezifische Förder- und Hemmnisse aufzeigen.

So zeigen die Ergebnisse, dass vor allem die befragten Pflegewissenschaftler(innen) schon häufig an Sozialen Innovationen beteiligt waren. Allerdings stehen diverse Faktoren einer stärkeren Beteiligung entgegen. Andere Faktoren könnten hingegen das Ausmaß der Arbeit an Sozialen Innovationen erhöhen.

Die bestehende hohe Lehrverpflichtung von bis zu 18 Semesterwochenstunden (SWS) an HAW, die die für die Forschung verfügbare Zeit von HAW-Professor(inn)en beschränkt, hat auch Einfluss auf die Entstehung von Sozialen Innovationen. Daher ist es naheliegend, dass die Befragten, die dem Hochschultyp HAW angehören, den Faktor Deputatsermäßigung als sehr unterstützend für die Entstehung Sozialer Innovationen ansehen und ihm mehr Bedeutung beimessen als ihre

Kolleg(inn)en an Universitäten, deren Lehrverpflichtung zum Teil bei weniger als der Hälfte von 18 SWS liegt.

Damit einher geht auch die zwischen den Hochschultypen unterschiedliche Bewertung Zentraler Services, deren Existenz im Zusammenhang mit Sozialen Innovationen von HAW-Angehörigen mehr Bedeutung beigemessen wird als von Universitätsangehörigen. Aufgrund der hohen Lehrverpflichtung an HAW ist es hier wiederum wichtiger, dass Zentrale Services im Prozess der Entstehung Sozialer Innovationen mit unterstützen können.

Aber auch weniger auf der Hand liegende Einflussgrößen wie die Fachzugehörigkeit, das Jahr der Erstberufung oder die Tatsache, dass bereits Tätigkeiten im Bereich Sozialer Innovationen erfolgten, zeigen Unterschiede in der Bewertung von Förder- und Hemmnissen Sozialer Innovationen im Hochschulkontext auf.

Und auch die Persönlichkeit der Forscher(innen) sollte, wie die Ergebnisse zeigen, nicht außer Acht gelassen werden: Unabhängig von der Fachzugehörigkeit werden von denjenigen, die bereits an sozialen Innovationen beteiligt waren, Eigenschaften wie z.B. „Forschungsaffinität“ „Kooperationsbereitschaft“ und das „Interesse an gesellschaftlichen Fragestellungen“ häufiger als Selbstbeschreibung genannt.

Stellschrauben für die Beförderung von Sozialen Innovationen aus Hochschulen heraus liegen also zum einen in konkreten organisationalen und personellen Strukturen, aber auch in der Organisationskultur und den Human Resources. Wichtig scheint es, dies zu erkennen und nachhaltig einsetzen zu können, denn nicht immer herrschen äußere Zwänge, wie etwa eine Pandemie, vor, die ein zügiges und grundlegendes Umdenken auf unterschiedlichen Ebenen von jetzt auf gleich einfordern.

Hochschulen müssen Anreizstrukturen für Soziale Innovationen schaffen.

Aufgabe von Hochschulen wird es daher im Bereich von Sozialen Innovationen zunehmend sein, nicht nur monetäre und infrastrukturelle Unterstützungskontexte herzustellen, sondern auch auf ihre Mitglieder abgestimmte Anreizstrukturen und Ermöglichungskulturen zu schaffen.

Die mit diesem Arbeitspapier vorliegende Prozessmodellierung Sozialer Innovationen und die Befragungsergebnisse liefern dazu erste Anhaltspunkte. Um die dafür notwendigen Voraussetzungen noch besser verstehen zu können, werden im Fortlauf des Projekts qualitative Interviews mit an Sozialen Innovationen beteiligten Professorinnen und Professoren geführt.

Das Projekt WISIH: Wege und Indikatoren Sozialer Innovationen aus Hochschulen

Soziale Innovationen werden insgesamt und im Hochschulkontext immer wichtiger. Im Gegensatz zu technischen Innovationen sind sie jedoch bisher weniger bekannt und erforscht. Das Projekt WISIH leistet einen Beitrag zur Erforschung und Messung Sozialer Innovationen, die aus Hochschulen heraus entstehen.

Das vorliegende Papier entstand im Rahmen des BMBF-geförderten Projektes WISIH – Wege und Indikatoren Sozialer Innovationen aus Hochschulen. Im Rahmen des Projektes sollen zunächst die Wege analysiert und beschrieben werden, die Soziale Innovationen durch Hochschulen und aus ihnen heraus, nehmen – von der ersten Problemanalyse bis hin zur Verbreitung eines neuen Konzeptes.

Auf Basis des zu erarbeitenden Prozessmodells soll eine Indikatorik für Soziale Innovationen entwickelt werden, die selbst das Potenzial für eine Soziale Innovation haben soll: Mithilfe der Indikatorik sollen Hochschulen in die Lage versetzt werden, das Innovationsgeschehen besser zu analysieren, zu steuern und zu fördern.

Neben technischen Innovationen sind auch Soziale Innovationen nötig

Themen wie Gesundheit, Demografischer Wandel, Arbeit 4.0, Wissenskultur oder auch Individualisierung beschäftigen die Wissenschaft. Dabei stehen oft Fragen im Mittelpunkt, wie mit diesen Herausforderungen umzugehen ist, was getan werden muss, um negative Folgen abzumildern, oder auch, wie Arbeit gestaltet sein muss, um den

Ansprüchen zu genügen.

Technische Neuerungen bzw. Innovationen helfen hier nur bedingt weiter. Zusätzlich werden neue gesellschaftliche Praktiken bzw. Praktiken des sozialen Miteinanders benötigt, um die Herausforderungen anzugehen. Setzt sich eine solche neue gesellschaftliche Praktik - zum Beispiel eine Handlungsweise, eine Organisationsform, Haltungen oder Werte – durch, handelt es sich um eine Soziale Innovation.

Ein ganz aktuelles und prominentes Beispiel für Soziale Innovationen sind die Verhaltensregeln zur Eindämmung des Coronavirus, wie z.B. das Abstand halten, das Tragen eines Mund-Nase-Schutzes oder auch das Lernen auf Distanz. Hier wurden und haben sich – auf Basis

wissenschaftlicher Erkenntnisse und Empfehlungen - innerhalb kürzester Zeit neue Handlungsweisen durchgesetzt.

Hochschulen sind an Sozialen Innovationen bisher selten beteiligt, bergen aber hohes Innovationspotenzial

Betrachtet man Soziale Innovationen der vergangenen Jahre, stellt man fest, dass nur etwa 20 Prozent ihren Ursprung in Hochschulen hatten. Mit Abstand die meisten Sozialen Innovationen werden von Non-Governmental Organisations (NGO) angestoßen. (Majewski Anderson, Domanski, & Howaldt, 2018) Wir sind uns jedoch sicher, dass sich dies in den kommenden Jahren ändern wird.

Zum einen halten Themen der großen gesellschaftlichen Herausforderungen Einzug in die hochschulische Forschung, nicht zuletzt durch die gezielte Förderung solcher Forschungsthemen durch öffentliche Förderer wie etwa dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF).

Zum anderen werden Soziale Innovationen im Hochschulkontext durch die Stärkung der Third Mission der Hochschulen in den Fokus gerückt. Soziale Innovationen sind, unserer Ansicht nach, eine mögliche Folge von Third Mission Aktivitäten. Neben weiteren der Third Mission zuzuordnenden Aktivitäten, wie akademischer Weiterbildung und sozialem Engagement, kommt vor allem dem wechselseitigen Transfer zwischen Hochschulen auf der einen und der Wirtschaft, aber auch der Zivilgesellschaft und der Politik auf der anderen Seite eine besondere Rolle zu. Transfer umfasst dabei neben Technologietransfer auch Wissens- und Ideentransfer.

Während Technologietransfer zu technischen Innovationen für die Wirtschaft führen kann, z.B. in Form neuer oder verbesserter Produkte oder Produktionsmethoden, ist die Grundlage für Soziale Innovationen eher der Wissenstransfer. Der Transfer wissenschaftlicher Erkenntnisse bzw. neuer Konzepte kann zu einer Veränderung sozialer Praktiken führen – und damit auch zur Lösung großer gesellschaftlicher Herausforderungen. Im oben schon erwähnten Fall des Coronavirus haben z.B. wissenschaftliche Erkenntnisse über die Flugweite der Viren die Grundlage zur Festlegung des Mindestabstands zwischen Personen gebildet.

Erkenntnisse über Wirkungszusammenhänge von hochschulischer Forschung und Lehre und Sozialen Innovationen liegen kaum vor. Lücken bestehen vor allem bei den Sozialen Innovationen zugrundeliegenden Prozessen sowie der Messung dieser Prozesse, der Darstellung von Ergebnissen und Wirkungen Sozialer Innovationen.

Soziale Innovationen können jedoch nur dann gesteuert, unterstützt und honoriert werden, wenn die Prozesse und die Wege, die Soziale Innovationen innerhalb der Hochschulen und aus den Hochschulen heraus in die Gesellschaft nehmen, verstanden werden und sichtbar sind. Genau das möchte WISIH bewirken.

Das Ziel des Projektes ist die Entwicklung einer Indikatorik für Soziale Innovationen aus Hochschulen. Die Indikatoren sollen neben den Sozialen Innovationen an sich auch die verschiedenen Prozesse und Wege berücksichtigen, die zu Sozialen Innovationen führen.

Die **Forschungsfragen**, denen wir in WISIH nachgehen, lauten:

- Durch welche Indikatoren lassen sich die Prozesse, Wege und Wirkungen Sozialer Innovationen aus Hochschulen abbilden?
- Welche Prozesse (Vorbedingungen, Aktivitäten, Resultate) liegen Sozialen Innovationen aus Hochschulen zugrunde und welche Indikatoren können die Prozesse beleuchten?
- Welche Wege nehmen Soziale Innovationen durch die Hochschulen und in die Gesellschaft?

Im Projekt fokussieren wir auf die beiden Fächer Pflegewissenschaft und die Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie. Beide Fächer leisten einen erheblichen Beitrag zur Bewältigung großer gesellschaftlicher Herausforderungen.

Pilotfächer: AOW- Psychologie und Pflegewissenschaft

Die Pflegewissenschaft und diverse Forschungsgebiete der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie adressieren nicht nur verschiedene Megatrends (Zukunftsinstitut, 2018) (insbesondere Gesundheit, Silver Society, Wissenskultur, Konnektivität, Individualisierung und New Work), sondern auch die Zukunftsthemen der Hightech-Strategie 2025 (BMBF, 2019) (hier vor allem Gesundheit und Pflege sowie Wirtschaft und Arbeit 4.0) sowie die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung der UN (United Nations, 2019) (vor allem Ziel 3: Gesundheit und Wohlergehen und Ziel 8: Menschwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum). Damit sind die beiden Fächer als Untersuchungsfelder im Hinblick auf Soziale Innovationen besonders geeignet.

Im Laufe des Projektes sind verschiedene Veröffentlichungen geplant. Neben dieser Publikation bereits erschienen:



Eine **Kurzdarstellung** des Projektes:

- Worum geht es?
- Wie wird das Projekt durchgeführt?
- Wer ist beteiligt?

Das diesem Bericht zugrundeliegende Vorhaben wird mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 16IF112 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autor(inn)en.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: 6-Phasen Modell nach Murray	9
Abbildung 2: WISIH - Projektdesign	13
Abbildung 3: Zugrundeliegendes Prozessmodell von WISIH	14
Abbildung 4: Forschungsthemen der AOW-Psychologie laut Websites der Professorinnen und Professoren	18
Abbildung 5: Forschungsthemen in der Pflegewissenschaft laut Websites der Professorinnen und Professoren	20
Abbildung 6: Erreichte Phasen Sozialer Innovationen	26
Abbildung 7: Wie unterstützend sich personelle Faktoren auf die Tätigkeit im Kontext Sozialer Innovationen auswirken	28
Abbildung 8: Wie unterstützend sich organisatorische Faktoren auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen auswirken	30
Abbildung 9: Wie unterstützend sich externe Faktoren auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen auswirken	32
Abbildung 10: Wie hemmend sich personelle Faktoren auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen auswirken	35
Abbildung 11: Wie hemmend sich organisatorische Faktoren auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen auswirken	36
Abbildung 12: Wie hemmend sich externe Faktoren auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen auswirken	39
Abbildung 13: Persönlichkeitsprofile von an Sozialen Innovationen beteiligten / nicht beteiligten Professorinnen und Professoren	41

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Zusammenhang zwischen eigenen Erfahrungen mit Sozialen Innovationen und Bedeutung Sozialer Innovationen für die eigene UniArbeit	24
Tabelle 2: Hemmende Faktoren für Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen unter Berücksichtigung eigener Erfahrungen im Zusammenhang mit Sozialen Innovationen	38
Tabelle 3: Anteil Einschätzungen nach Fach: Externer Faktor wirkt sich „sehr hemmend“ auf Tätigkeiten im Kontext Sozialer Innovationen aus	40

Literaturverzeichnis

- BMBF. (2019). *Hightech-Strategie*. Abgerufen am 02. 01 2019 von Zukunftsthemen: <https://www.hightech-strategie.de/de/themen-1701.html>
- Carayannis, E., & Campbell, D. (2012). Mode 3 Knowledge Production in Quadruple Helix Innovation Systems. Twenty-first-Century Democracy, Innovation, and Entrepreneurship for Development. *SpringerBriefs in Business* 7.
- E3M-Project. (2012b). *Needs and constraints analysis of the three dimensions of third mission activities*. Abgerufen am 9. November 2012 von <http://www.e3mproject.eu/docs/Three-dim-third-mission-act.pdf>
- Gillwald, K. (2000). *Konzepte sozialer Innovation, WZB Discussion Paper, No. P 00-519*. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB). Von <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/50299/1/319103064.pdf> abgerufen
- Hachmeister, C.-D., Henke, J., Roessler, I., & Schmid, S. (2016). *Die Vermessung der Third Mission. Wege zu einer erweiterten Darstellung von Lehre und Forschung*. Halle Wittenberg: Die Hochschule.
- Hachmeister, C.-D., Möllenkamp, M., Roessler, I., & Scholz, C. (September 2016). Katalog von Facetten von und Indikatoren für Forschung und Third Mission an Hochschulen für angewandte Wissenschaften. Gütersloh. Von http://www.che.de/downloads/CHE_AP_189_Katalog_Forschung_Third_Mission.pdf abgerufen
- Hachmeister, C.-D., Möllenkamp, M., Roessler, I., & Scholz, C. (2016). *Katalog von Facetten von und Indikatoren für Forschung und Third Mission an Hochschulen für angewandte Wissenschaften. CHE Arbeitspapier Nr. 189*. Gütersloh: CHE. Von http://www.che.de/downloads/CHE_AP_189_Katalog_Forschung_Third_Mission.pdf abgerufen
- Howaldt, J., & Schwarz, M. (2010). Soziale Innovation - Konzepte, Forschungsfelder und -perspektiven. In J. Howaldt, & H. Jacobsen (Hrsg.), *Soziale Innovation. Auf dem Weg zu einem postindustriellen Innovationsparadigma* (S. 87-108). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Howaldt, J., Kopp, R., Schröder, A., Kopf, H., & Müller, S. (September 2014). Soziale Innovationen für Deutschland. Berlin. Abgerufen am 08. Januar 2019 von http://www.sfs.tu-dortmund.de/cms/Medienpool/small_publications/Erklaerung_Soziale_Innovationen.pdf
- Krlev, G., Bund, E., & Mildenerger, G. (2014). Measuring What Matters—Indicators of Social Innovativeness on the National

- Level. *Information Systems Management*, S. 200-224.
doi:10.1080/10580530.2014.923265
- Majewski Anderson, M., Domanski, D., & Howaldt, J. (2018). Social Innovation as a chance and a challenge for higher education institutions. In J. Howald, C. Kaletka, A. Schröder, & M. Zirngiebl (Hrsg.), *Atlas of Social Innovation* (S. 50-54). Dortmund.
- Matheson, K. (September 2008). How Universities Can Enable Social Innovation. *Technology Innovation Management Review*. Von <http://timreview.ca/article/188> abgerufen
- McBeth, C. H. (2018). *Social Innovation in Higher Education: The Emergence and Evolution of Social Impact Centers*. Dissertations available from ProQuest. AAI10829090. Abgerufen am 24. 03 2020 von <https://repository.upenn.edu/dissertations/AAI10829090>
- Müller, S., & Kopf, H. (2015). *Schlussbericht Forschungsprojekt: Soziale Innovationen in Deutschland*. Oestrich-Winkel: Center for Social Innovation. Von https://www.h-brs.de/files/bmbf_schlussbericht_finale_version_oz_isi.pdf abgerufen
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (März 2010). The Open Book of Social Innovation. (Social Innovator Series). Abgerufen am 05. 12 2019 von <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/The-Open-Book-of-Social-Innovationg.pdf>
- Oeij, P., van der Torre, W., Vaas, F., & Dhondt, S. (28. April 2019). Understanding social innovation as an innovation process: Applying the innovation journey. *Journal of Business Research*, S. 243-254. doi:10.1016/j.jbusres.2019.04.028
- Rameder, P., Millner, R., Moder, C., Christanell, A., Vandor, P., & Meyer, M. (September 2016). Der soziale Brutkasten: Wie gesellschaftliche Innovationen besser gelingen. Wien. Abgerufen am 28. 11 2019 von https://epub.wu.ac.at/5328/1/Rameder_et_al_2016_Soziale_Innovationen.pdf
- Roessler, I., Duong, S., & Hachmeister, C.-D. (Februar 2015). Welche Missionen haben Hochschulen? Third Mission als Leistung der Fachhochschulen für die und mit der Gesellschaft. Gütersloh. Abgerufen am 01. 03 2017 von http://www.che.de/downloads/CHE_AP_191_Profilierung_durch_Third_Mission.pdf
- Scoppetta, A. (16. Januar 2014). NEWS. Von Wie "funktioniert" Soziale Innovation: <https://www.zsi.at/de/object/news/3055> abgerufen
- United Nations. (2019). *The Global Goals*. Abgerufen am 02. 01 2019 von The 17 Goals: <https://www.globalgoals.org/>
- Zapf, W. (1994). Über soziale Innovationen. In W. Zapf, *Modernisierung, Wohlfahrtsentwicklung und Transformation: soziologische Aufsätze 1987 bis 1994* (S. 23-40). Berlin: Edition Sigma.

Zukunftsinstitut. (12. Dezember 2018). *Megatrends Übersicht*. Von
Megatrends:
<https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>
abgerufen

Autor(inn)en

Bianca Brinkmann

Bianca Brinkmann ist seit 2015 Projektmanagerin beim CHE Centrum für Hochschulentwicklung. Ihr inhaltlicher Arbeitsschwerpunkt liegt im Bereich der Lehrerbildung. Außerdem gehören die qualitative Forschung und Aktivitäten der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu ihren Schwerpunkten.

Cort-Denis Hachmeister

Cort-Denis Hachmeister ist Diplom-Psychologe und Senior Expert Datenanalyse am CHE Centrum für Hochschulentwicklung, für das er seit Ende 1999 tätig ist. Seine Arbeitsschwerpunkte sind das CHE Hochschulranking, Hochschulzugang sowie Forschung und Third Mission insbesondere an Hochschulen für angewandte Wissenschaften. Zwischen 2013-2016 war er am Projekt FIFTH beteiligt.

Isabel Roessler

Dr. Isabel Roessler ist seit 2007 als Senior Projektmanagerin am CHE Centrum für Hochschulentwicklung beschäftigt. Seit 2012 liegt ihr Arbeitsschwerpunkt im Bereich Third Mission, Transfer und Hochschulentwicklung. Unter anderem leitete sie das BMBF geförderte Projekt FIFTH, in dem Indikatoren für angewandte Forschung und Third Mission entwickelt wurden.

Saskia Ulrich

Saskia Ulrich arbeitet seit 2011 als Projektmanagerin beim CHE Centrum für Hochschulentwicklung vor allem im CHE Hochschulranking aber auch in vom BMBF geförderten Forschungsprojekten. Sie ist ausgebildete Soziologin und spezialisiert in Hochschul- und Wissenschaftsforschung. Sie hat Erfahrung in sowohl quantitativer als auch qualitativer Sozialforschung und der Anwendung unterschiedlicher Evaluationsmethoden in Forschung und Lehre.

Impressum

Herausgeber

CHE gemeinnütziges Centrum für Hochschulentwicklung
Verler Straße 6
D-33332 Gütersloh

Kontakt

Telefon: +49 (0) 5241 97 61 0
Telefax: +49 (0) 5241 97 61 40
E-Mail: info@che.de
Internet: www.che.de

Veröffentlichungsdatum: Juni 2020
Arbeitspapiernummer: 228

ISSN 1862-7188
ISBN 978-3-947793-36-5

Heute steht ein Studium nahezu jedem offen.

**Hochschulen und Politik müssen ein erfolgreiches
Studium ermöglichen. Wir bieten ihnen dafür Impulse
und Lösungen.**