

Vielfältigkeit sichtbar machen: Profilierung von HAW

Isabel Roessler, Cort-Denis Hachmeister, Christina Scholz
Berlin | Die Vermessung der Third Mission | 28.09.2016

Profile sind notwendig – Unterschiede
sind von außen nicht sichtbar

CHE
Centrum für
Hochschulentwicklung



HAW
Quelle: Raimond Spekking

Universität

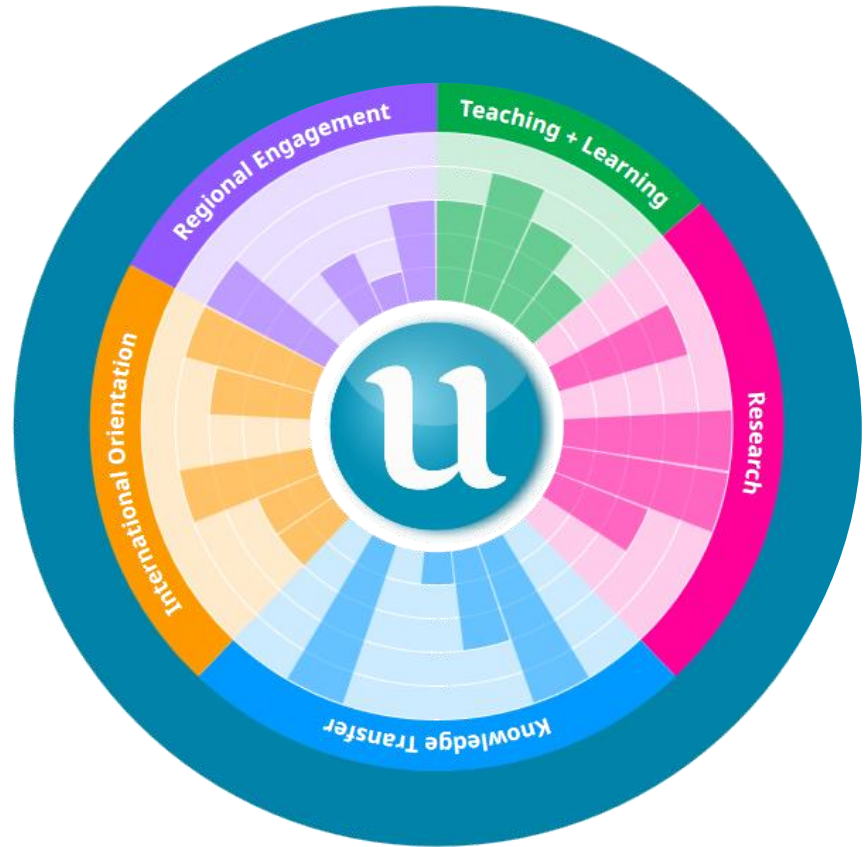
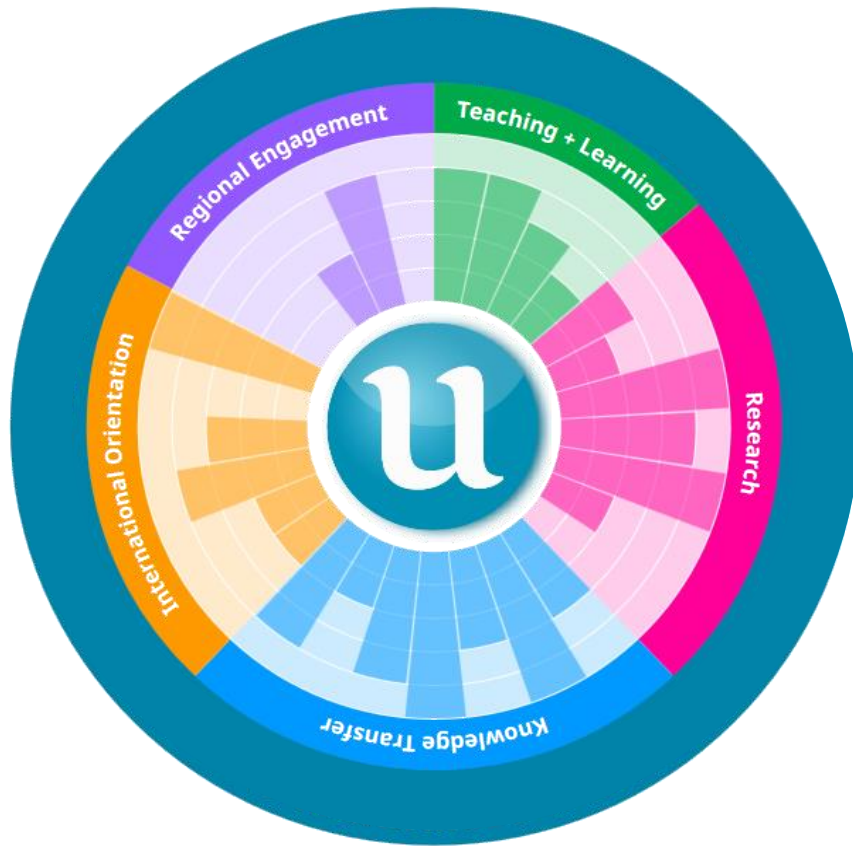
Quelle: Universität Erfurt



Musikhochschule

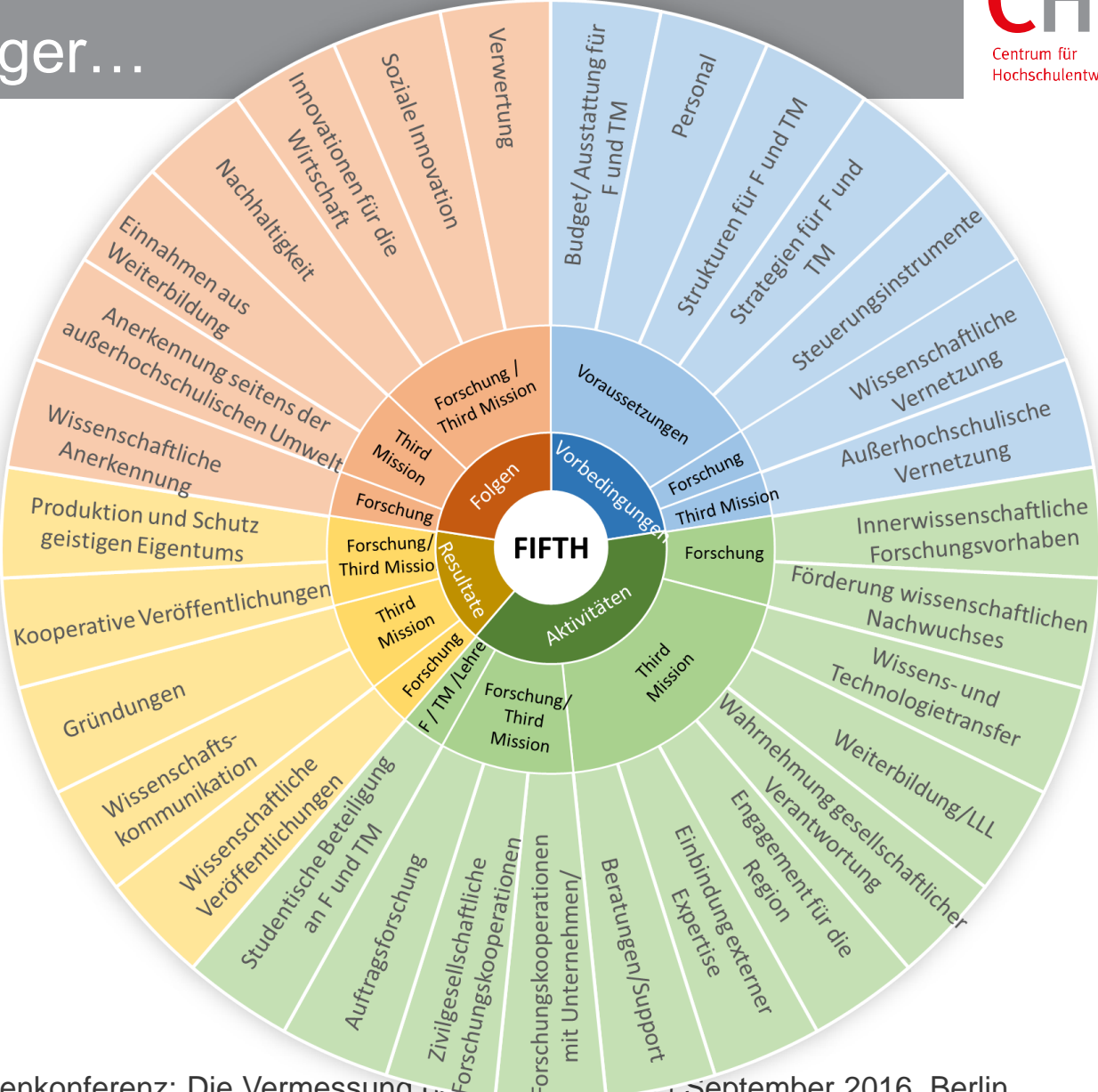
Quelle: Google Streetview

Häufige Ansicht: „Unis forschen und sind international, HAW lehren und sind regional.“



Quelle: umultirank.org

Hochschulen sind aber deutlich vielfältiger...



... und diese Ausdifferenzierung wird auch gefordert.

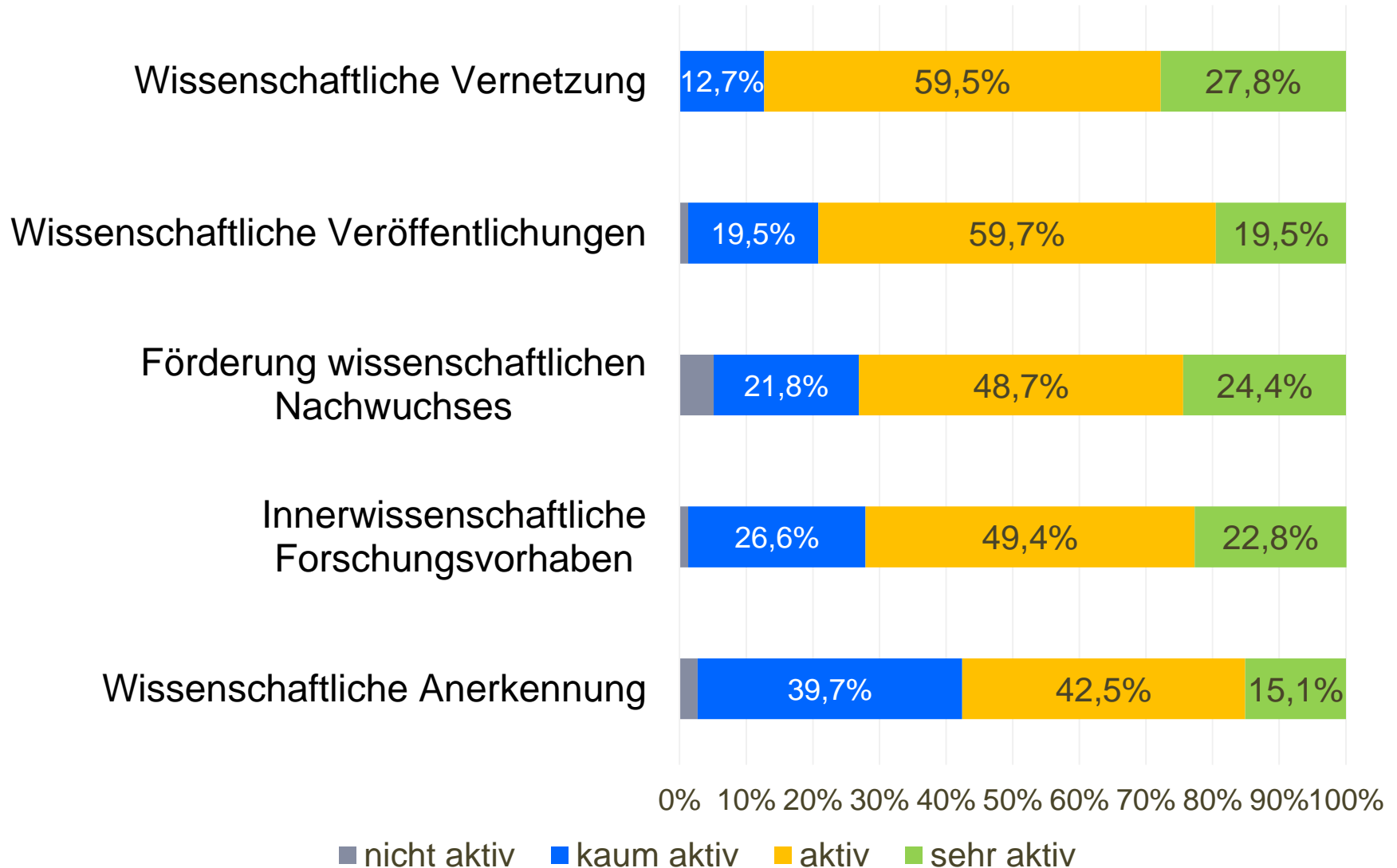
*Vor dem Hintergrund eines Wandels gesellschaftlicher und individueller Belange ist aber zu erwarten, dass zwei Hochschultypen diese Vielfalt nicht vollständig abbilden werden. Daher sollte dem Fachhochschul-sektor eine **funktionsadäquate und bedarfsorientierte Ausdifferenzierung** ermöglicht [...] werden.*

(Quelle Wissenschaftsrat, Empfehlungen zur Rolle der Fachhochschulen im Hochschulsystem, 2010)

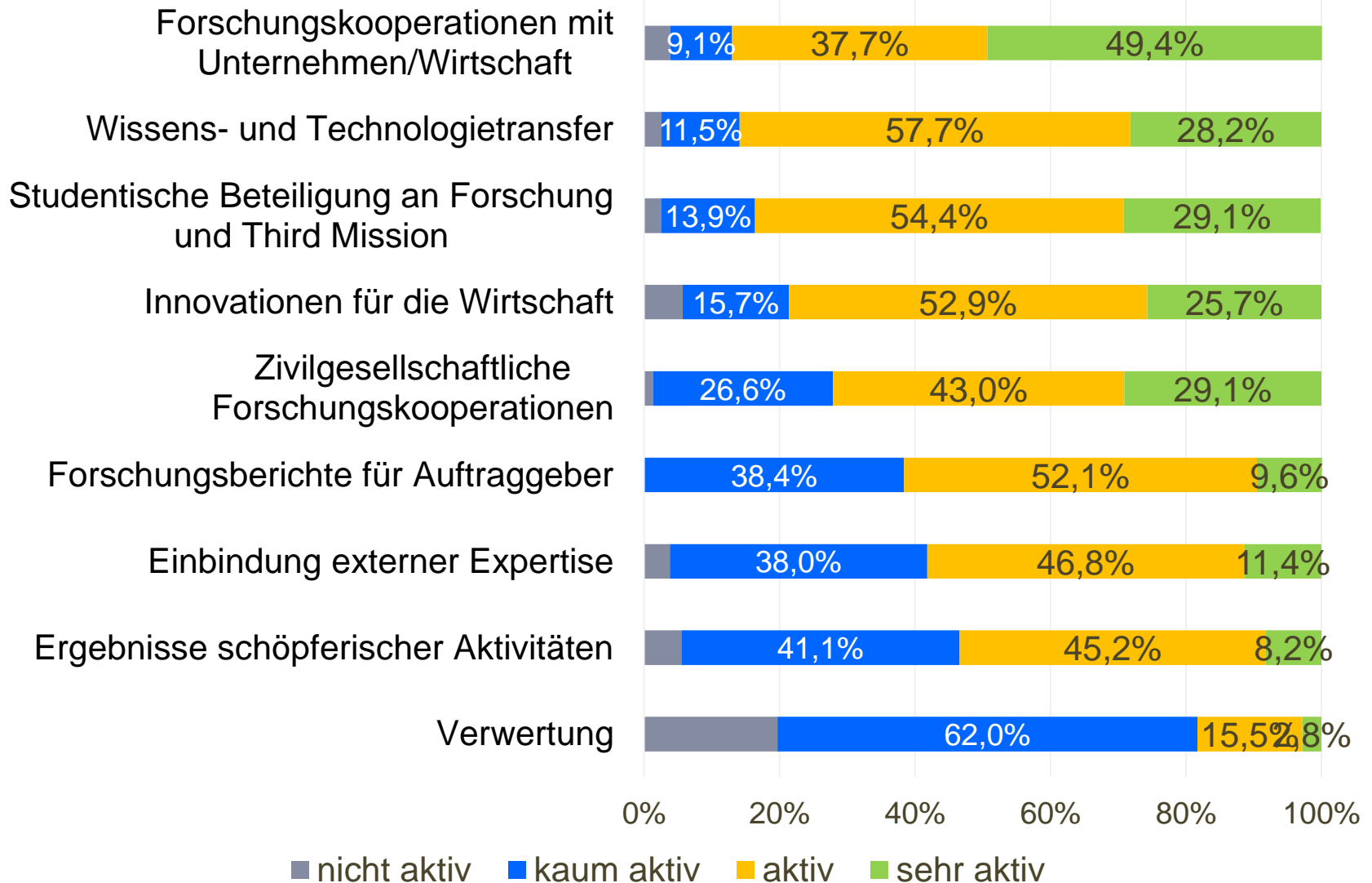
Wenn eine Ausdifferenzierung gewünscht ist, muss die Hochschulsteuerung und auch die Politik vielfältige Profile zulassen!

Breit gestreutes Aktivitätsniveau

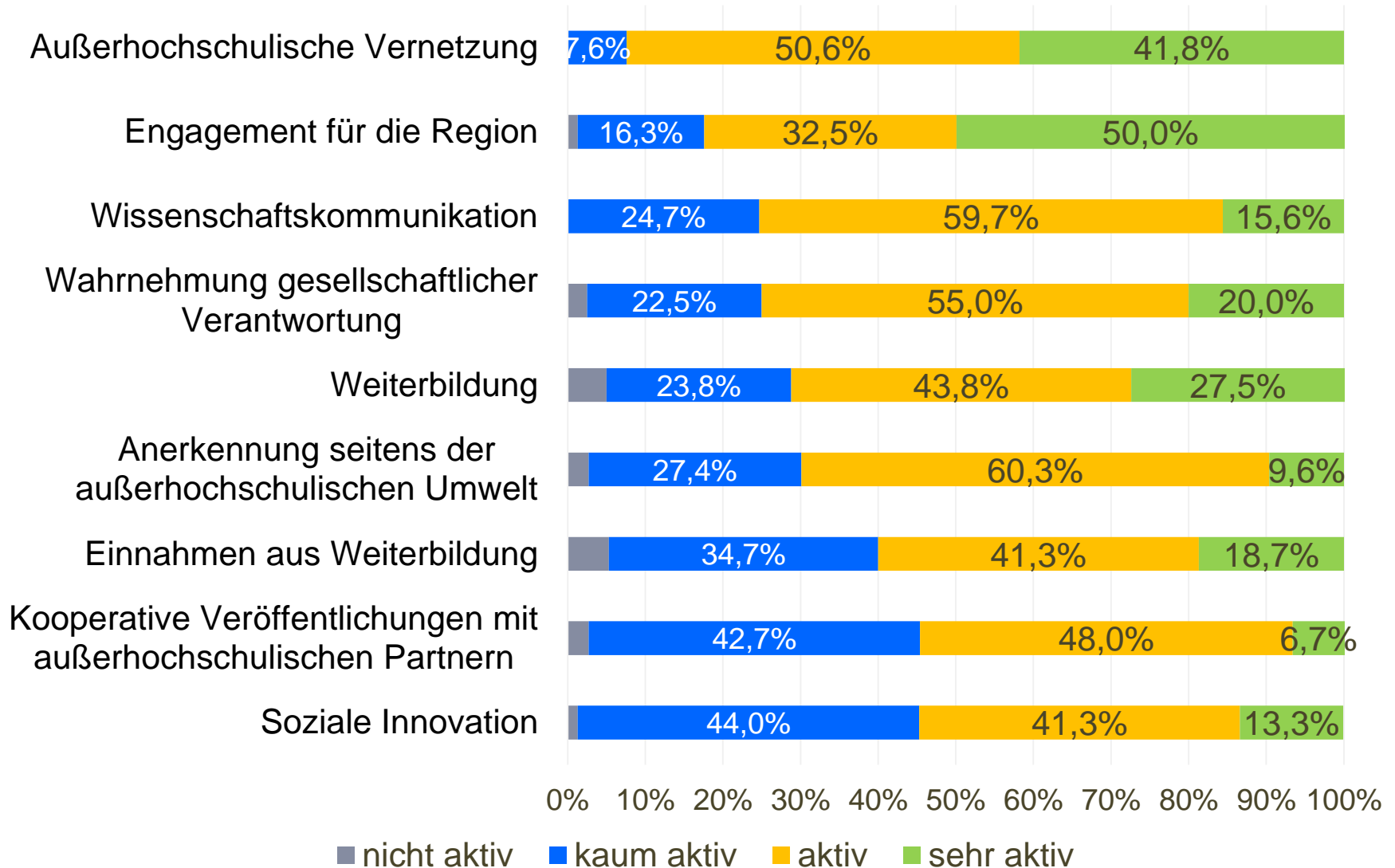
Aktivitätsniveau von HAW in Facetten von angewandter Forschung



Aktivitätsniveau von HAW in Mischfacetten von angewandter Forschung/Third Mission



Aktivitätsniveau von HAW in Facetten von Third Mission



Profile lassen sich an den HAW
bereits erkennen

Verschiedene Kategorien können herausgearbeitet werden

17,7 Prozent der HAW
sind in praktisch allen
Facetten aktiv

10,1 Prozent der HAW
machen von allem ein
bisschen

18,9 Prozent der HAW
legen keinen Fokus
auf Forschung oder
Third Mission!

19,0 Prozent der HAW
haben ein **klares
Forschungsprofil**

8,9 Prozent der HAW
haben ein **klares
Third Mission Profil**

Third Mission als profilgebende Merkmale denkbar

Unternehmens- -orientierung

Forschungs-
kooperation
mit Unter-
nehmen

Engagement
für die
Region

Innovationen
für die
Wirtschaft

Veröffent- lichungs- orientierung

Kooperative
Veröffentli-
chungen

Unveröffent-
lichte
Forschungs-
berichte

Produktion
geistigen
Eigentums

Verwertung

Weiterbildungs- -orientierung

Weiter-
bildung

Einnahmen
aus Weiter-
bildung

Gesellschafts- orientierung

Zivilgesell-
schaftliche
Forschungs-
kooperation

Gesell-
schaftliche
Verant-
wortung

Soziale
Innovation

Vernetzungs- orientierung

Außerhoch-
schulische
Vernetzung

Wissens- und
Technologie-
transfer

Anerkennung
seitens
außerhoch-
schulischer
Umwelt

Zukunft geht in Richtung der Third Mission, aber

53,1% künftig verstärkt gesellschaftlichen Herausforderungen begegnen

59,3 % künftig mehr regionales Engagement

87,7% der Hochschulleiter möchten in Zukunft mehr Engagement im Bereich der Forschung

75,3% künftig verstärkt Projekte mit außerhochschulischen Partnern

76,5% künftig mehr Wissens- und Technologietransfer

Entscheidungen über Indikatoren objektivieren.

Das Wissen um den eigenen Schwerpunkt / das eigene Profil ist notwendig, um die richtigen strategischen Entscheidungen zu treffen.

Indikatoren
helfen bei der
Identifizierung
der Stärken (und
Schwächen)

Nur wenn der
Schwerpunkt sichtbar /
belegbar ist, können
Strategien
profilschärfend sein.

Transparenz ist
Teil der
Umsetzungs-
strategie.

Messbarkeit von Third Mission erfordert aber Anstrengungen.

Strukturelle Angaben
leicht machbar
(Existenz von xy)

Einzelne Indikatoren
problemlos, z.B.
Wirtschaftskooperationen,
Alumninetzwerke, Service-
Learning Projekte

Einige Indikatoren bereits
international erprobt (U-
Multirank): Gemeinsame
Publikation mit Partner aus
Unternehmen oder mit Partner
aus Region (regionales
Engagement!)

Messung hilft, realistisches
Bild zu bekommen –
sinnvoller Aspekt der
strukturellen
Voraussetzungen . ABER
Messung ist mit Aufwand
verbunden und nicht alle
Daten liegen aufbereitet vor!

Was bedeutet das nun?

Profilbildung

- Keiner kann alles machen: Profilbildung, Positionierung in den Bereichen, in denen Stärken vorhanden sind. Third Mission ist eine denkbare Möglichkeit der Profilbildung.

Vielfalt

- Vielfalt zeigen und nutzen: Durch die „Innovative Hochschule“ findet Third Mission ihren Platz im Förderspektrum vielfältiger Exzellenz. Es geht nicht (nur) um einseitigen Technologietransfer, sondern um wechselseitige Interaktion mit der Umwelt die einen Mehrwert schaffen.

Aufwand

- Keine Messung geht ohne Aufwand: Es ist aber ein Aufwand der sich lohnt. Hochschulintern als auch für externe Darstellungen. Stichwort Potentialanalyse in „Innovative Hochschule“

Vielfältigkeit sichtbar machen: Profilierung von HAW

Isabel Roessler, Cort-Denis Hachmeister, Christina Scholz
Berlin | Die Vermessung der Third Mission | 28.09.2016

Weiterführende Informationen und Anregungen zu Indikatoren

FIFTH Projekt:

www.fifth-projekt.de

CHE Arbeitspapier 191: Positionierung durch Profilierung

http://www.che.de/downloads/CHE_AP_191_Profilierung_durch_Third_Mission.pdf

CHE Arbeitspapier 182: Welche Missionen haben Hochschulen? Third Mission als Leistung der Fachhochschulen für die und mit der Gesellschaft

http://www.che.de/downloads/CHE_AP_182_Third_Mission_an_Fachhochschulen.pdf

Katalog von Facetten und Indikatoren angewandter Forschung und Third Mission

Ab Ende September unter www.che.de