

# **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

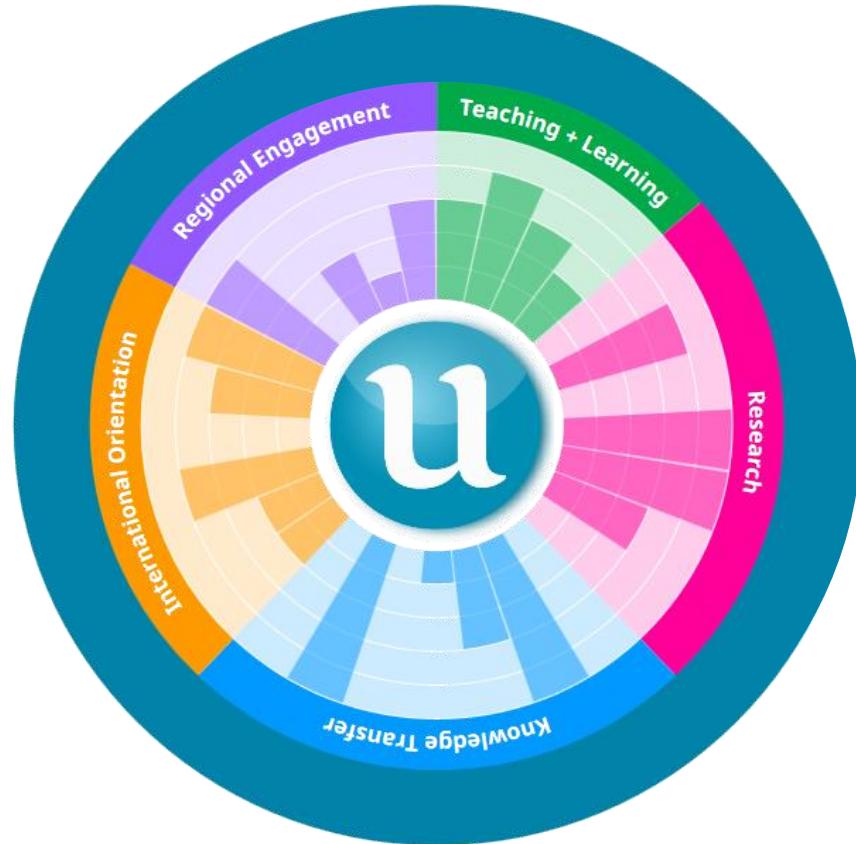
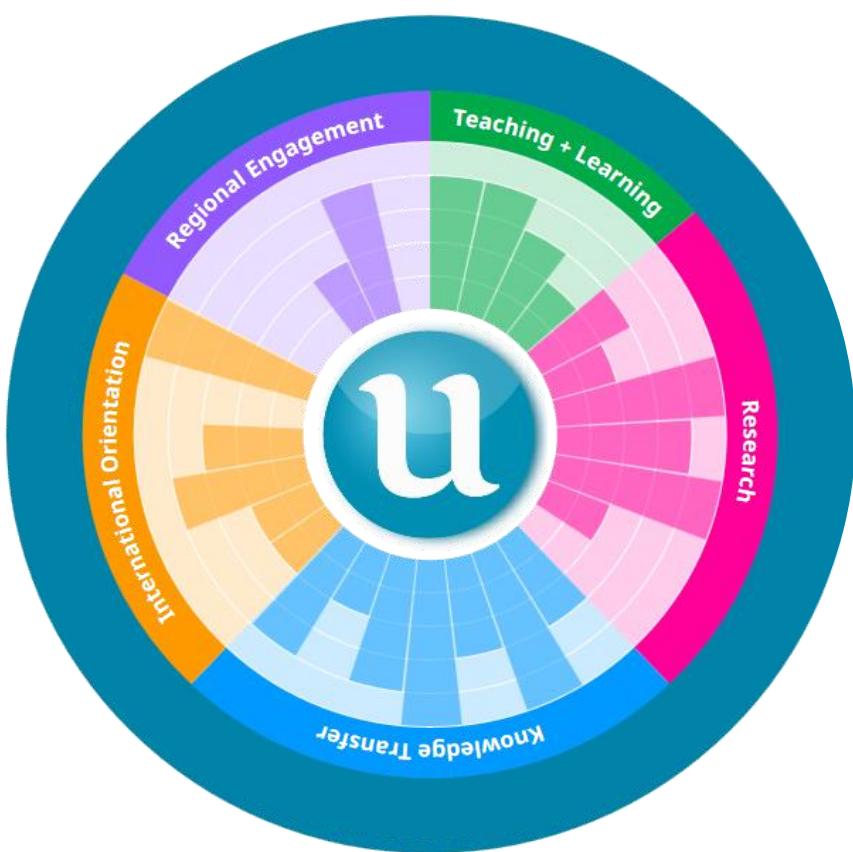
Quelle: Universität Erfurt



## Musikhochschule

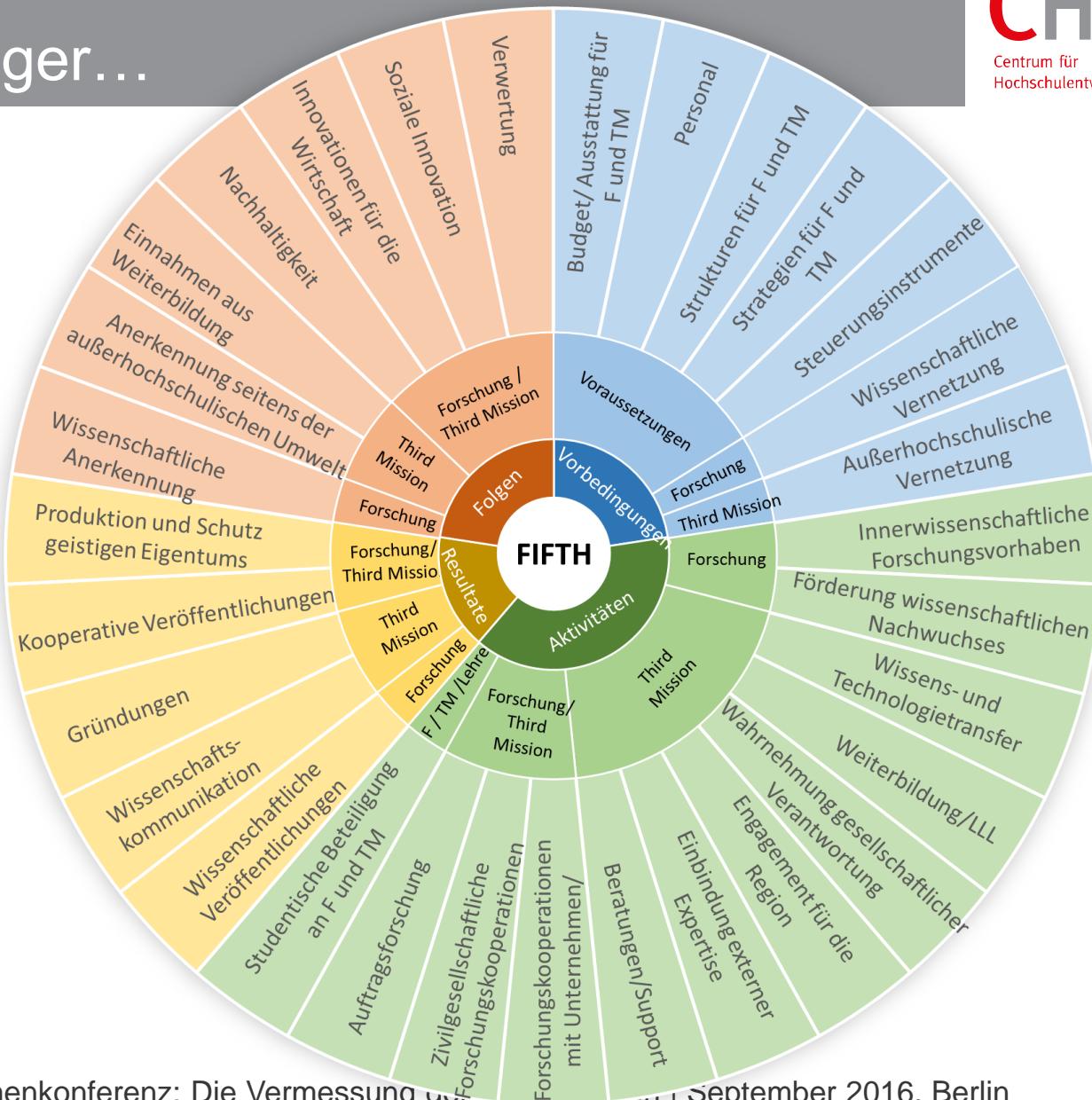
Quelle: Google Streetview

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



Quelle: [umultirank.org](http://umultirank.org)

# Hochschulen sind aber deutlich vielfältiger...



... und diese Ausdifferenzierung wird auch gefordert.

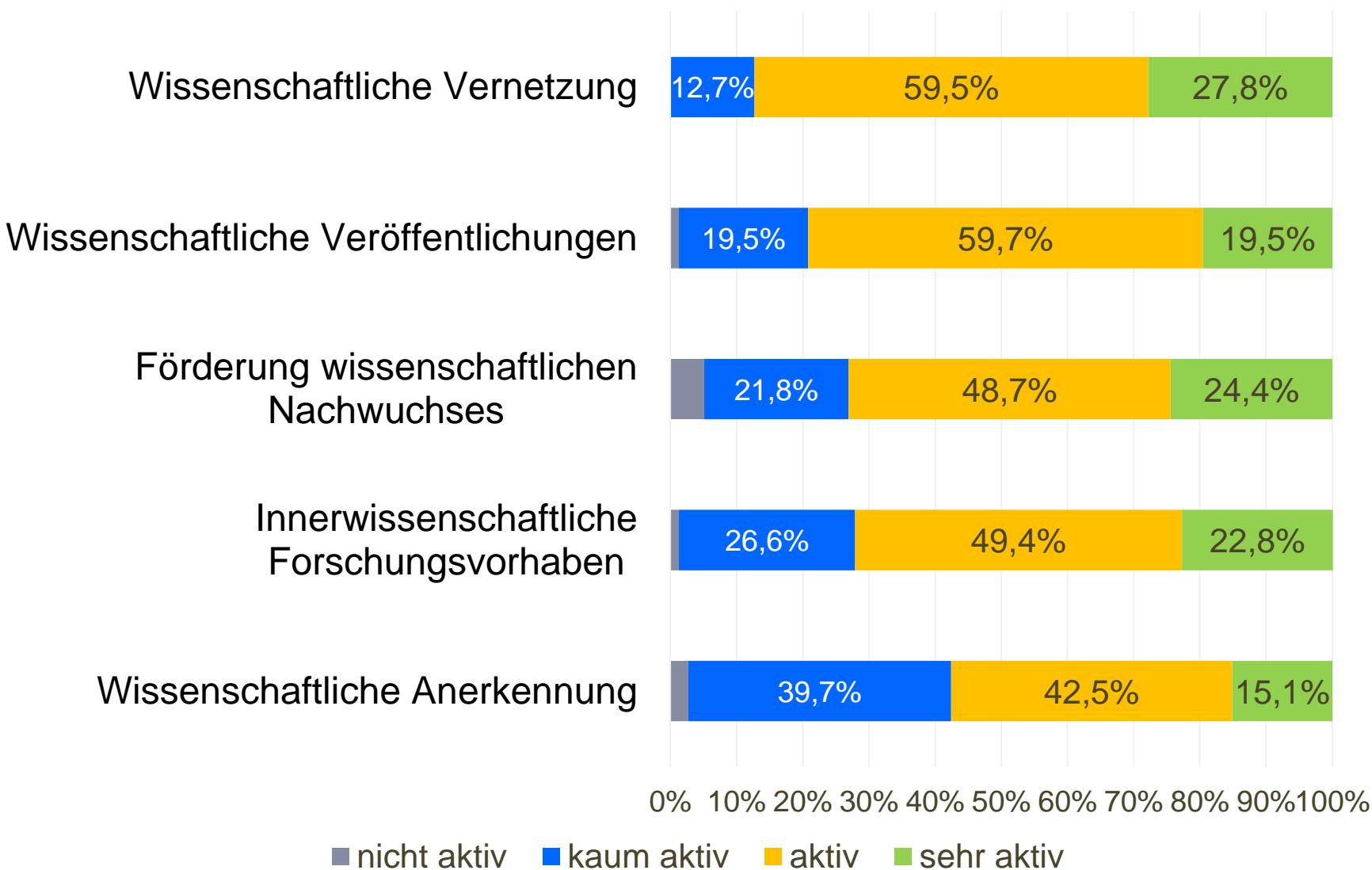
*Vor dem Hintergrund eines Wandels gesellschaftlicher und individueller Belange ist aber zu erwarten, dass zwei Hochschultypen diese Vielfalt nicht vollständig abbilden werden. Daher sollte dem Fachhochschul-sektor eine **funktionsadäquate und bedarfsoorientierte Ausdifferenzierung** ermöglicht [...]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

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

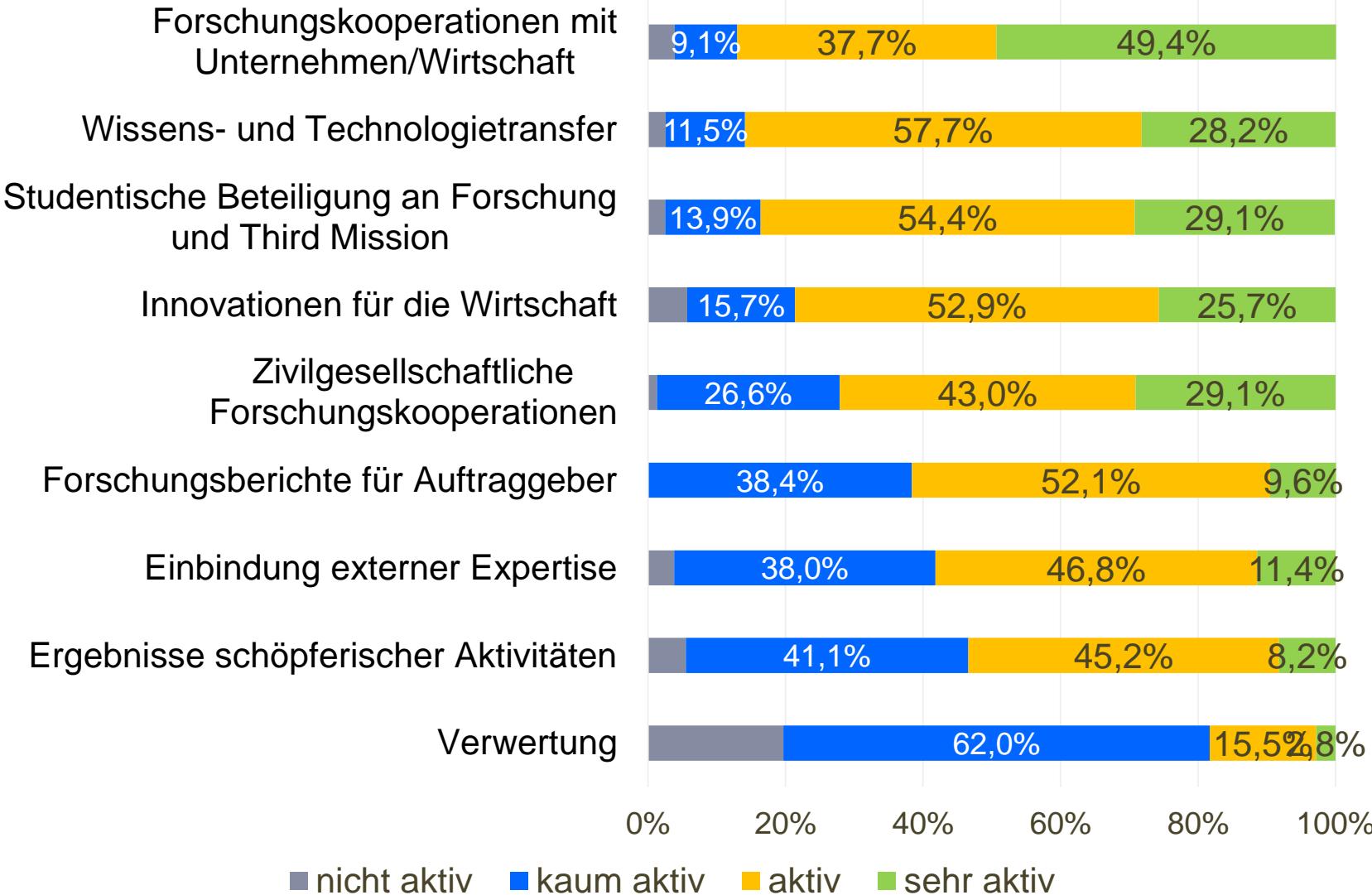
Wenn eine Ausdifferenzierung gewünscht ist, muss die Hochschulsteuerung und auch die Politik vielfältige Profile zulassen!

# Breit gestreutes Aktivitätsniveau

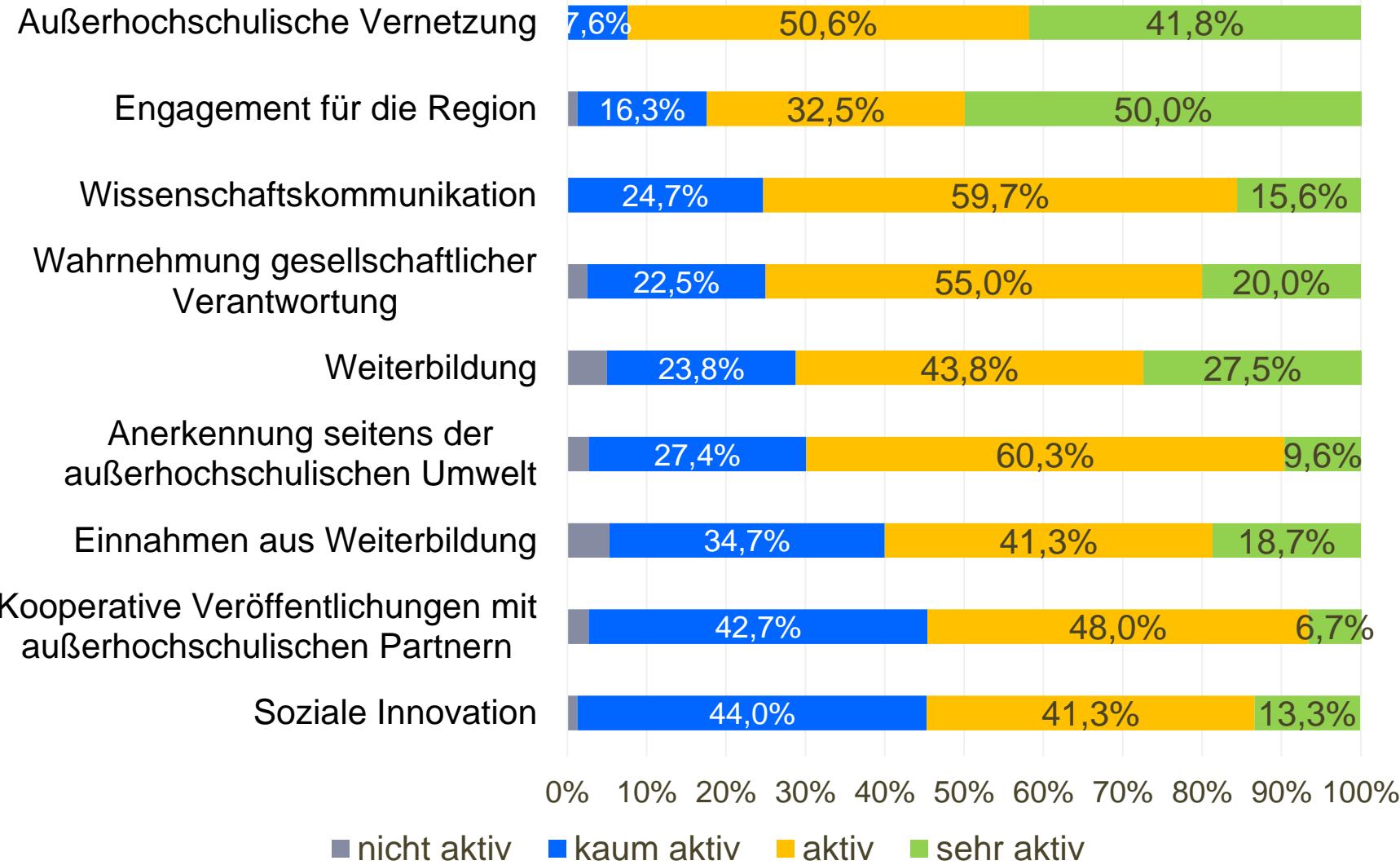
# Aktivitätsniveau von HAW in Facetten von angewandter Forschung



# 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 Unternehmen

Engagement für die Region

Innovationen für die Wirtschaft

Veröffentlichungs-orientierung

Kooperative Veröffentlichungen

Unveröffentlichte Forschungsberichte

Produktion geistigen Eigentums

Verwertung

Weiterbildungs-orientierung

Weiterbildung

Einnahmen aus Weiterbildung

Gesellschafts-orientierung

Zivilgesellschaftliche Forschungs-kooperation

Gesellschaftliche Verantwortung

Soziale Innovation

Vernetzungs-orientierung

Außerhochschulische Vernetzung

Wissens- und Technologie-transfer

Anerkennung seitens außerhochschulischer 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 Umsetzungsstrategie.

# 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!

## 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](http://www.fifth-projekt.de)

CHE Arbeitspapier 191: Positionierung durch Profilierung

[http://www.che.de/downloads/CHE\\_AP\\_191\\_Profilierung\\_durch\\_Third\\_Mission.pdf](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](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](http://www.che.de)