



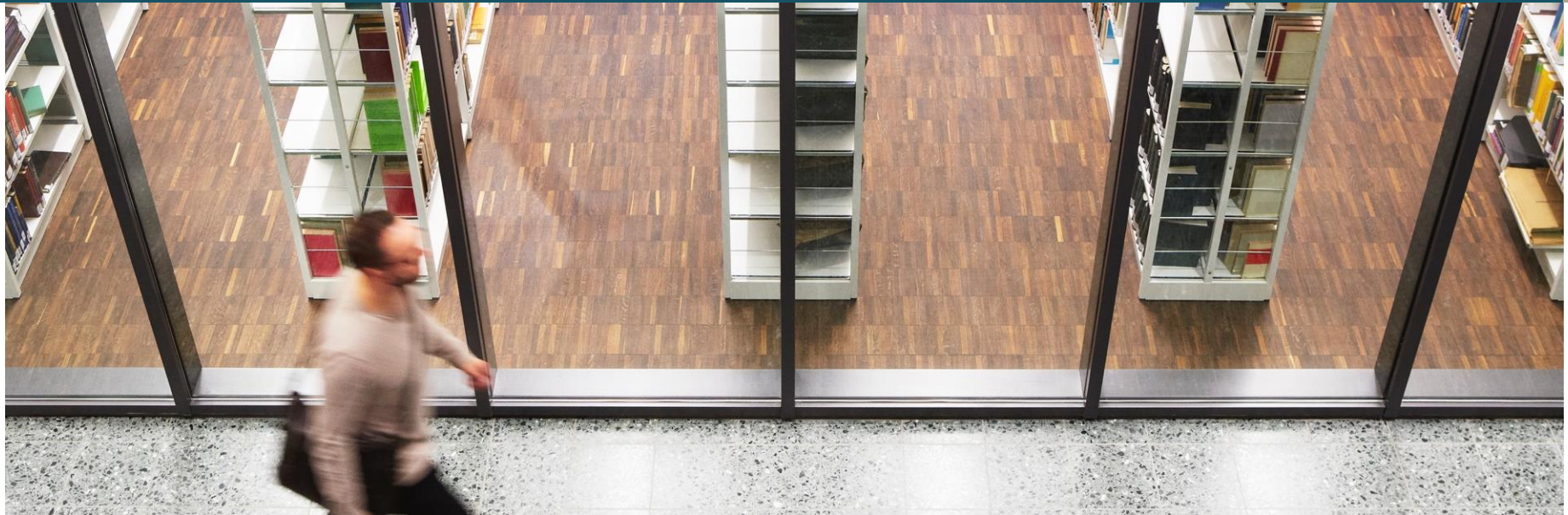
STIFTERVERBAND

Bildung. Wissenschaft. Innovation.

Berlin, 28.9.2016

FIRST, SECOND, THIRD MISSION? ERFAHRUNGEN AUS DEM HOCHSCHUL-BAROMETER

Pascal Hetze





DREI (PROVOKANTE) VERMUTUNGEN WIE HOCHSCHULLEITER DIE DRITTE MISSION SEHEN

- » Reputation und Drittmittel: (Fast) alle Hochschulen streben nach wissenschaftlicher Exzellenz.
- » Kür und Pflicht: Kollaboration erfolgt am liebsten mit anderen Wissenschaftseinrichtungen.
- » Steigende Studierendenzahlen und stagnierende Grundmittel: Hochschulen sehen keine Spielräume für die dritte Mission.





AGENDA

Das Hochschul-Barometer

Lage und Erwartungen der Hochschulen

Profilbildung: Rolle der Dritten Mission

Kooperation mit Wirtschaft und Zivilgesellschaft

Beispiel 1: Transfer in die Wirtschaft

Beispiel 2: Hochschulen als Ort der Integration



DAS HOCHSCHUL- BAROMETER

DIE VERMESSUNG DER THIRD MISSION, 28. SEPTEMBER 2016



ZIELE UND VORGEHEN

- » **Jährliches Stimmungsbarometer deutscher Hochschulleiter (seit 2011):**
Expertenvotum als Ergänzung der Hochschulstatistik, Trendanzeiger,
Analyseinstrument für Hochschulstrategien
- » **Ziele:**
 - die Öffentlichkeit auf die Belange der Hochschulen aufmerksam machen
 - Handlungshinweise für Politik und Wissenschaftsförderer geben
- » **Inhalte**
 - Stifterverband-Index mit aktueller Situation und Erwartungen zu
Rahmenbedingungen, gesellschaftlicher Einbettung und
Wettbewerbsfähigkeit
 - Wechselnde Schwerpunktthemen



REPRÄSENTATIVITÄT

- » **Vollerhebung:** Die Grundgesamtheit umfasst alle staatlichen und staatlich anerkannten deutschen Hochschulen (2015: 395 HS).
- » **Datenqualität und Belastbarkeit:**
 - Hoher Rücklauf von 40 bis 56 Prozent in allen fünf Jahren.
 - Insgesamt wurden rund 75 Prozent aller Hochschulen erreicht. Hohe Akzeptanz und Relevanz.



THEMEN 2011-2015

- » **2011 Profilbildung**
- » 2012 Hochschulfinanzierung
- » **2013 Kooperation mit der Wirtschaft**
- » 2014 Internationalisierung
- » 2015 Forschungsförderung / **Studium für Flüchtlinge / Overheads**

➔ Dritte Mission

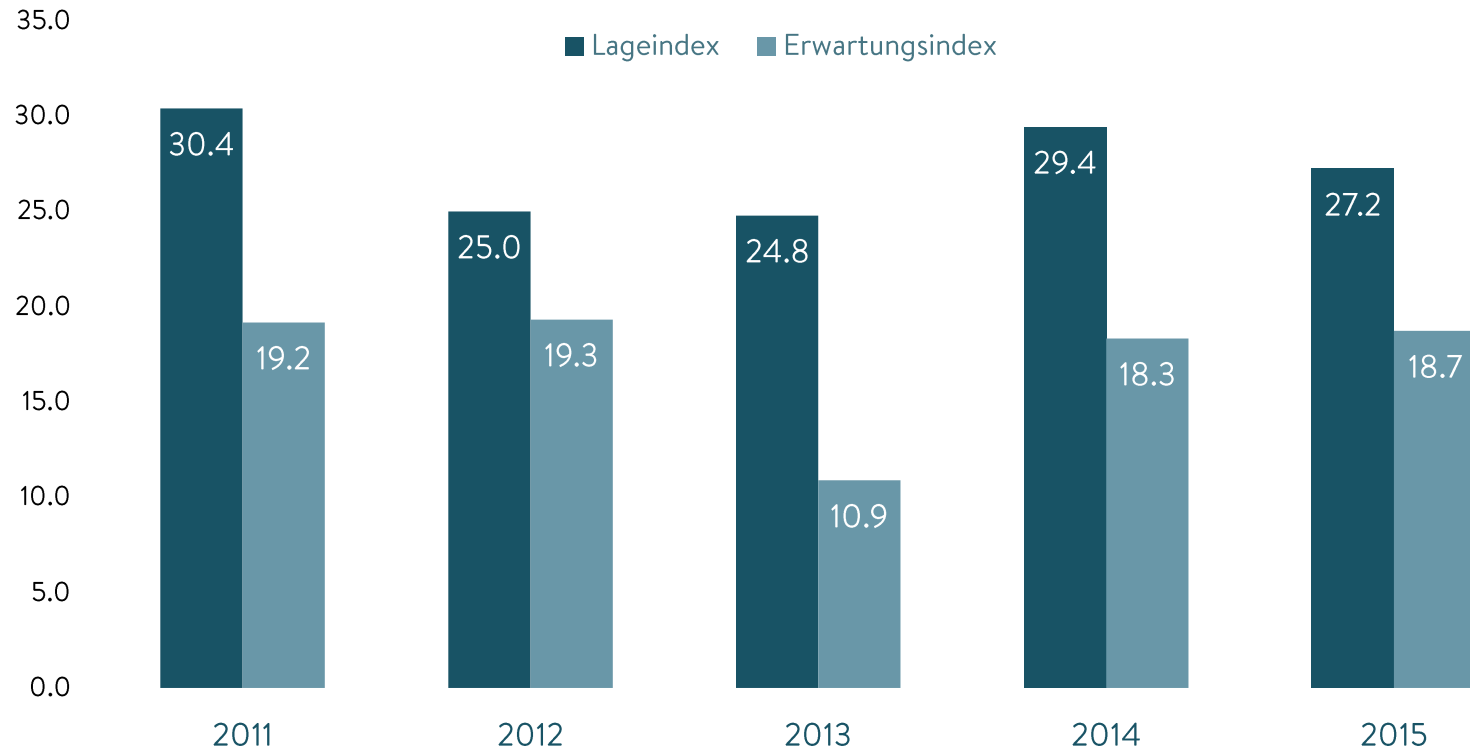


LAGE UND ERWARTUNGEN DER HOCHSCHULEN



ENTWICKLUNG DES STIFTERVERBAND-INDEX

Gesamtstimmung bedingt positiv



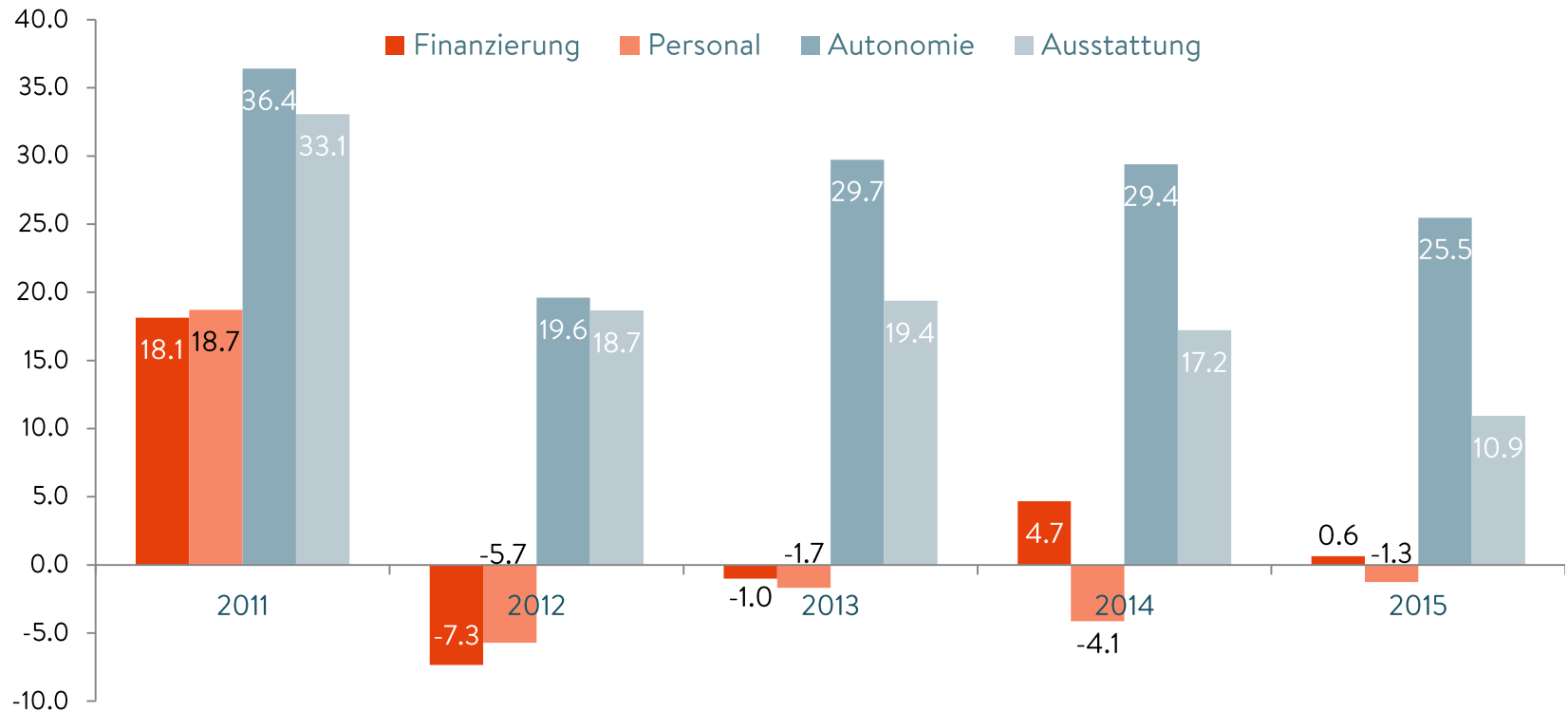
Stifterverbandindex

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2011-2015



DYNAMIK RAHMENBEDINGUNGEN: AKTUELLE LAGE

Herausforderung Finanzierung und Personal



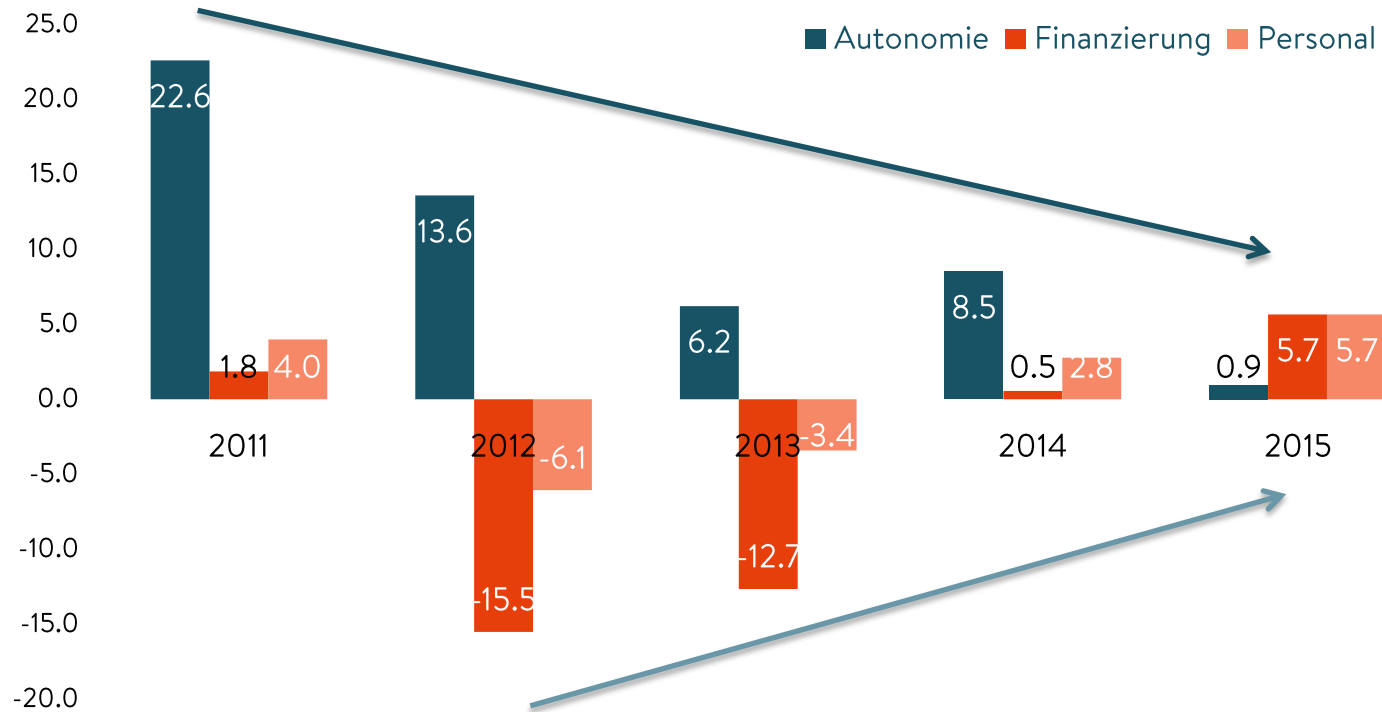
Stifterverbandindex

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2011-2015



DYNAMIK RAHMENBEDINGUNGEN: ERWARTUNGEN

Weniger Autonomie, bessere Finanzen und Personalsituation



Stifterverbandindex

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2011-2015

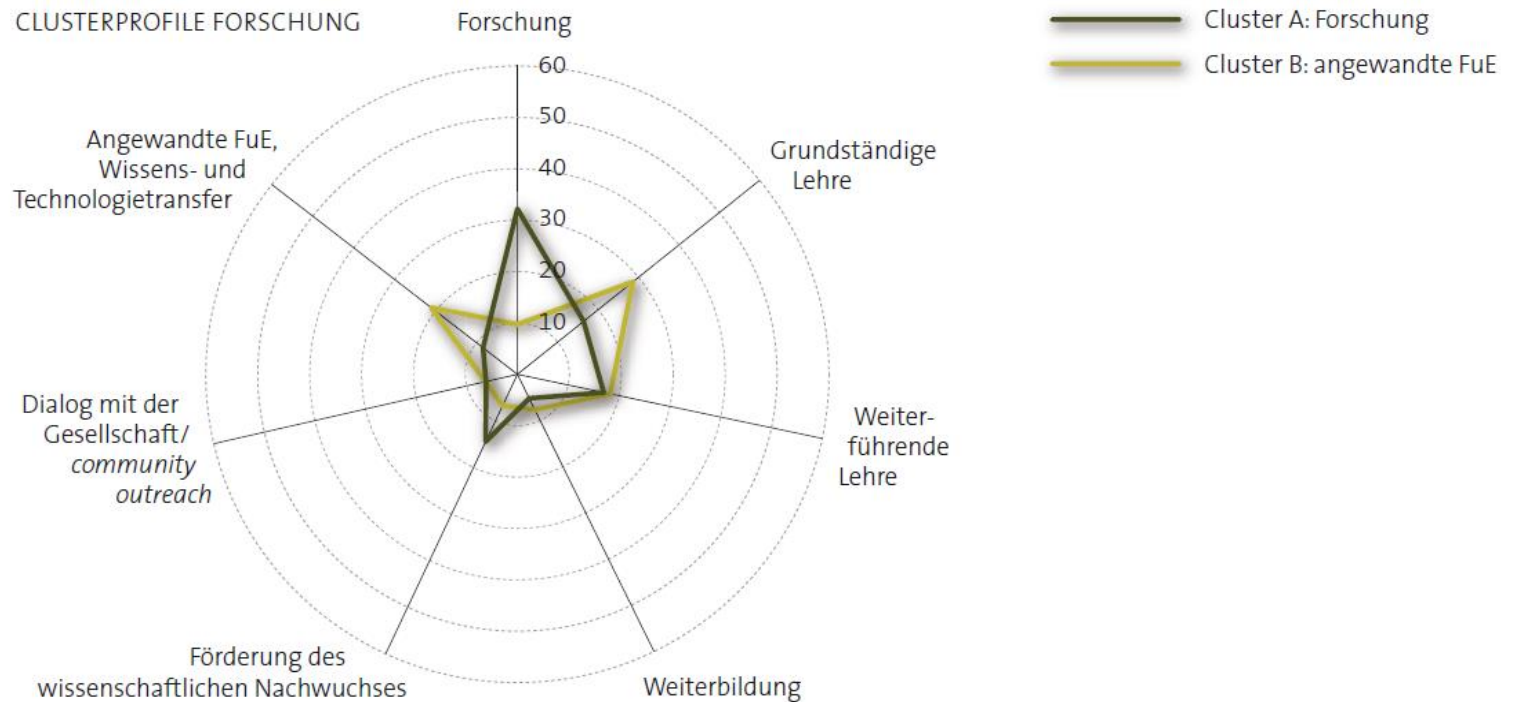


PROFILBILDUNG: ROLLE DER DRITTEN MISSION



PROFILBILDUNG FORSCHUNGSClUSTER

25 % der Hochschulen mit Profil in Transfer und angewandter FuE



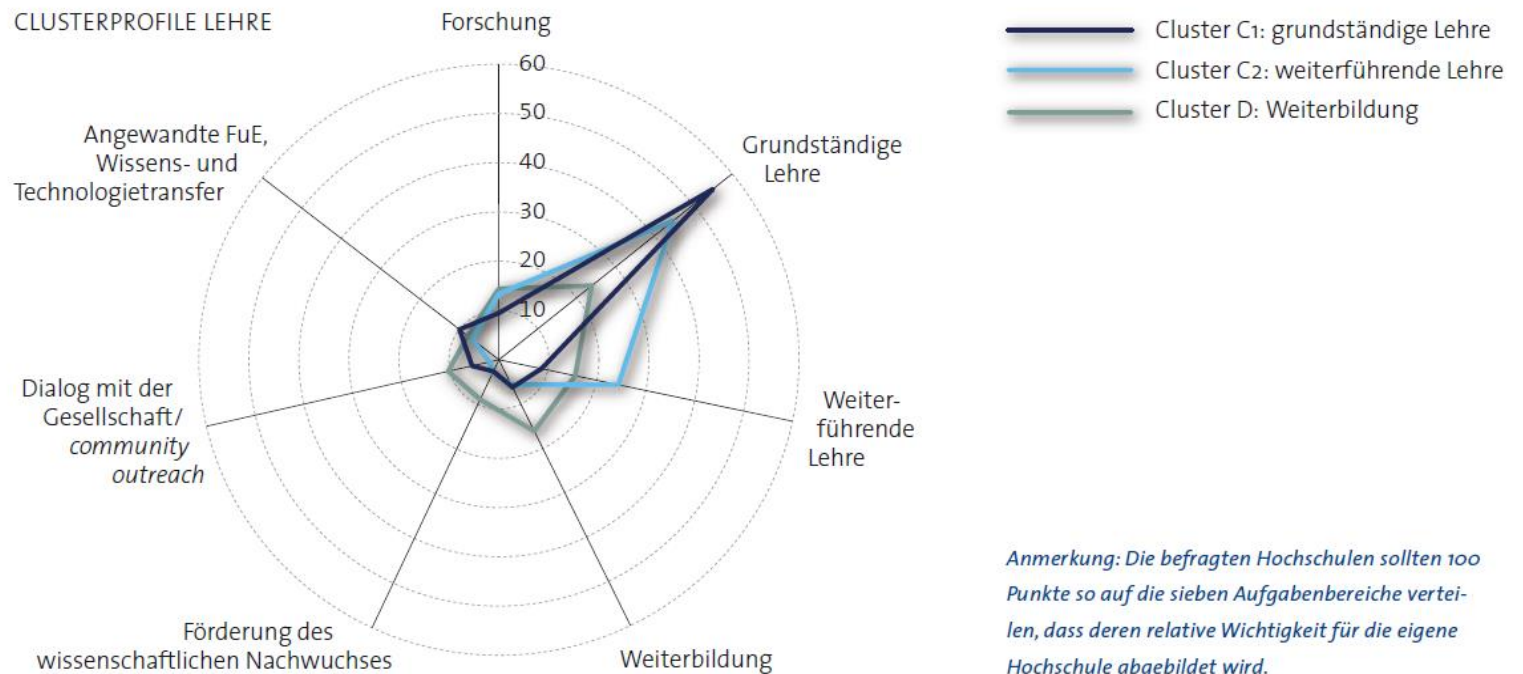
Anteile von 100 Punkten

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2011



PROFILBILDUNG LEHRCLUSTER

12 % der Hochschulen mit Profil in Dialog und Weiterbildung



Anmerkung: Die befragten Hochschulen sollten 100 Punkte so auf die sieben Aufgabenbereiche verteilen, dass deren relative Wichtigkeit für die eigene Hochschule abgebildet wird.

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer 2011

Anteile von 100 Punkten

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2011



STECKBRIEFE PROFILCLUSTER

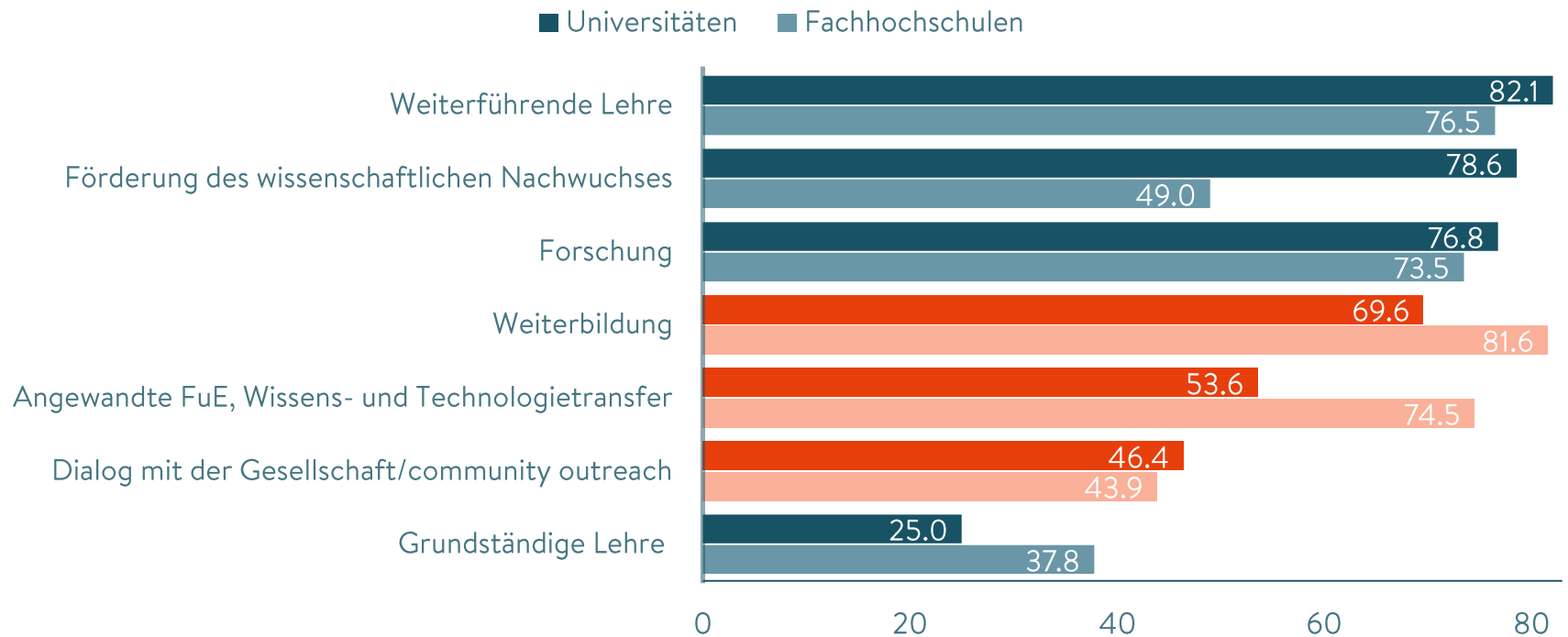
Cluster Transfer und angewandte FuE	Cluster Dialog und Weiterbildung
» 25% aller Hochschulen, 35 % aller Fachhochschulen	» 12% aller Hochschulen
» 18% aller Studierenden	» 5% aller Studierenden
» Mittelgroße Hochschulen	» Kleinere Hochschulen
» 90% Fachhochschulen	» 66% Fachhochschulen
» 95% staatliche Hochschulen	» 50% staatliche Hochschulen
» 70% technisch ausgerichtete Hochschulen	» 28% technisch ausgerichtete Hochschulen

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2011



ERWARTETER BEDEUTUNGSZUWACHS DER PROFILBEREICHE

2011: Universitäten erwarteten Potentiale eher in Forschung und Lehre



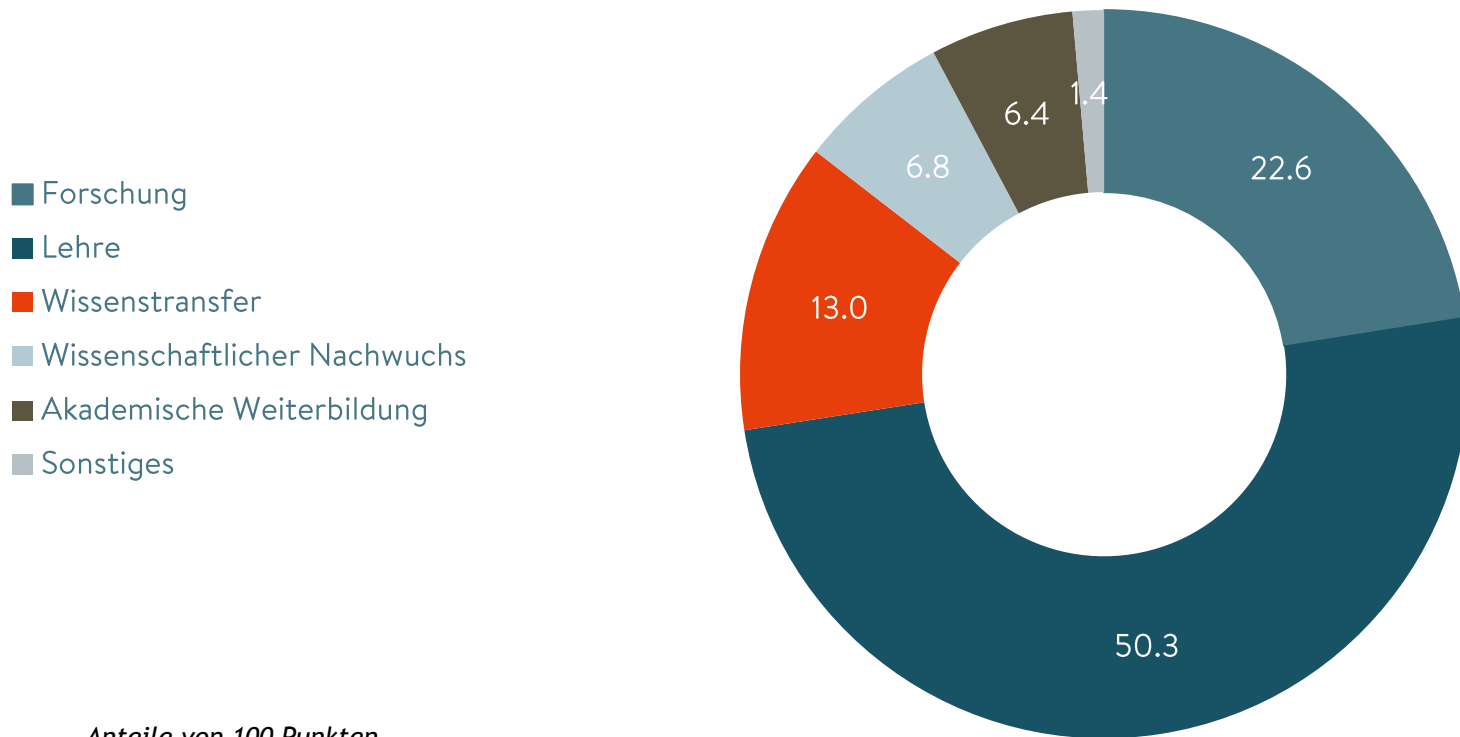
Anteile „Wird (eher) wichtiger“ in %

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2015



AUFGABEN DER HOCHSCHULEN 2015 (I)

Dritte Mission noch an dritter Stelle



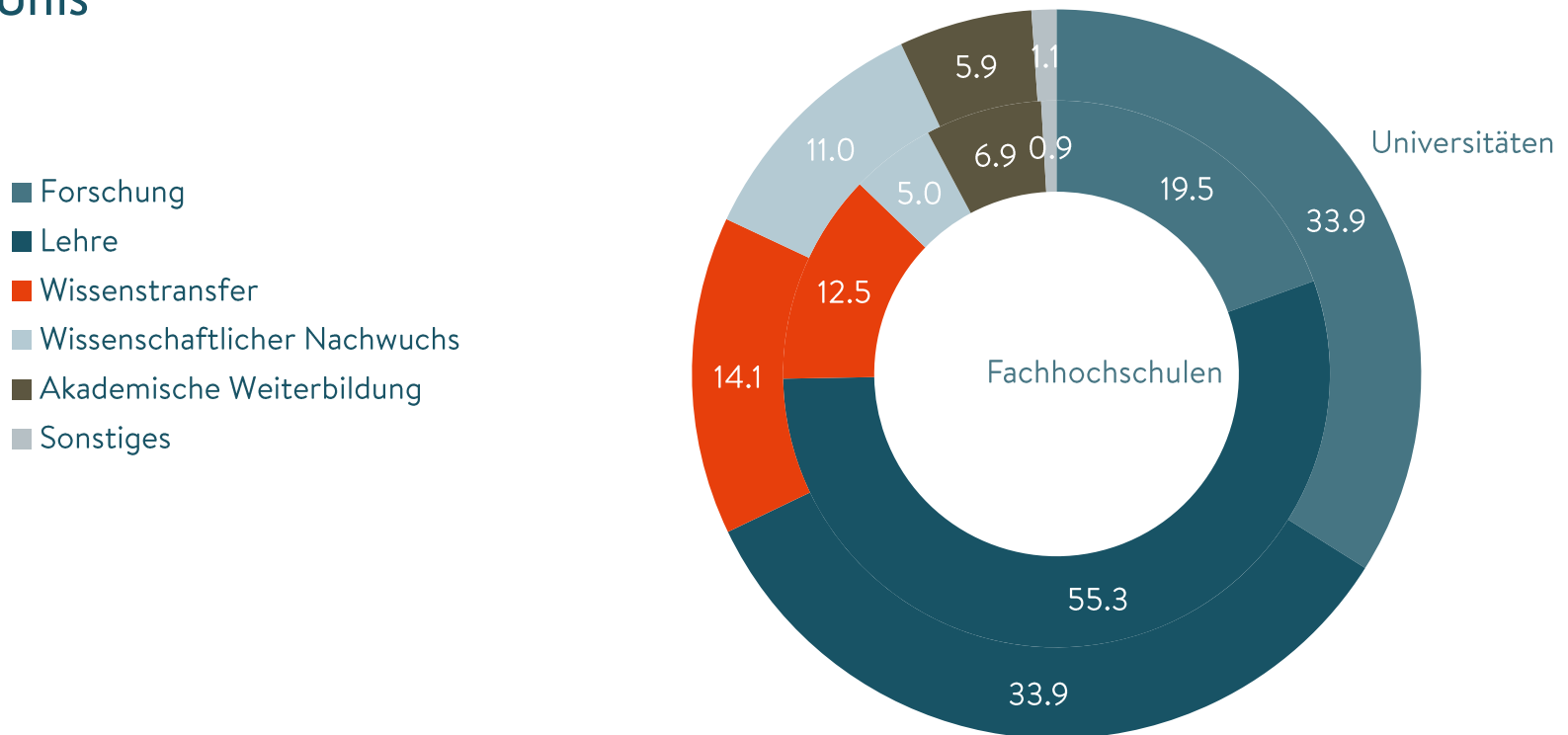
Anteile von 100 Punkten

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2015



AUFGABEN DER HOCHSCHULEN 2015 (II)

Transfer + Weiterbildung: Kaum Unterschiede zwischen FHs und Unis



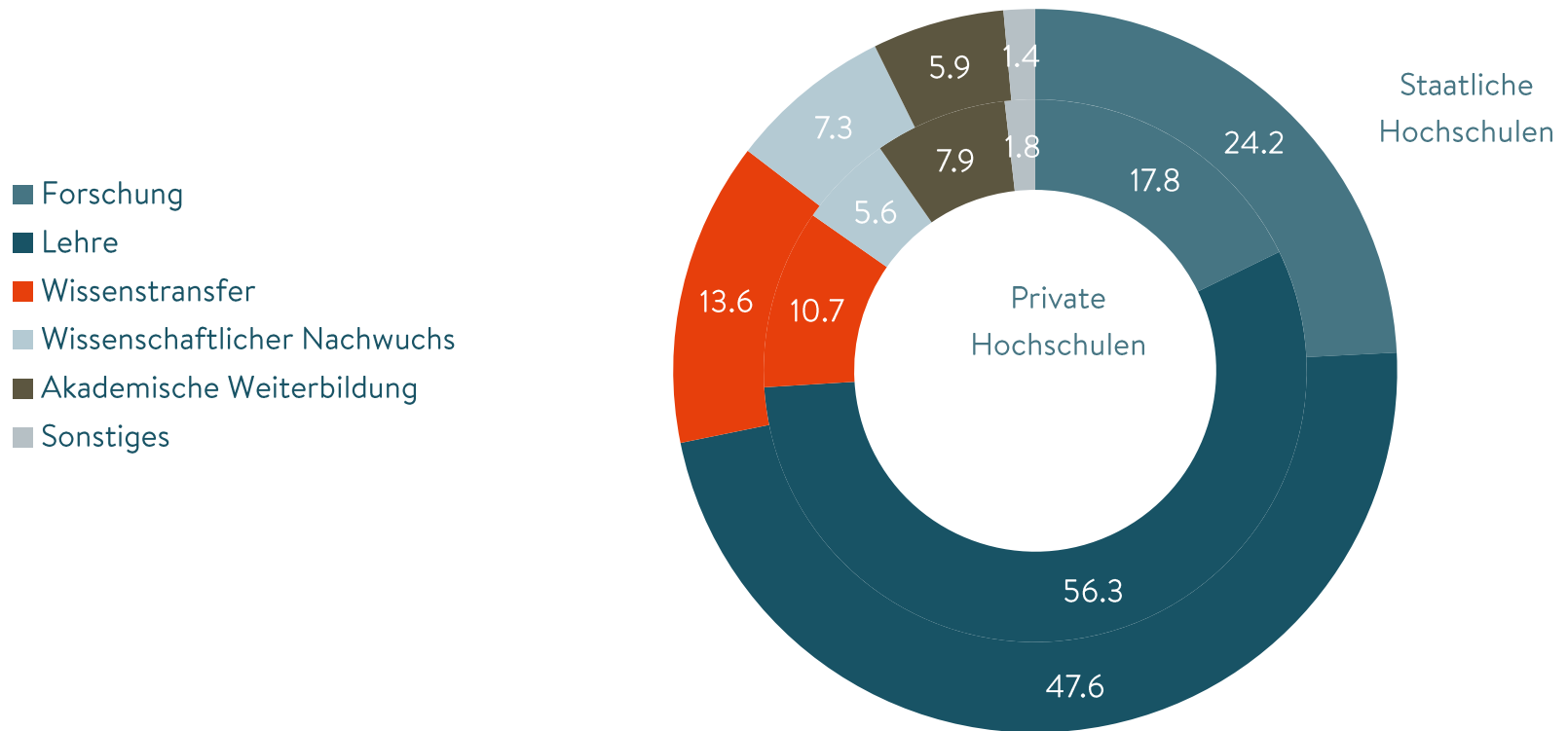
Anteile von 100 Punkten

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2015



AUFGABEN DER HOCHSCHULEN 2015 (III)

Private Hochschulen: Dritte Mission vor Forschung



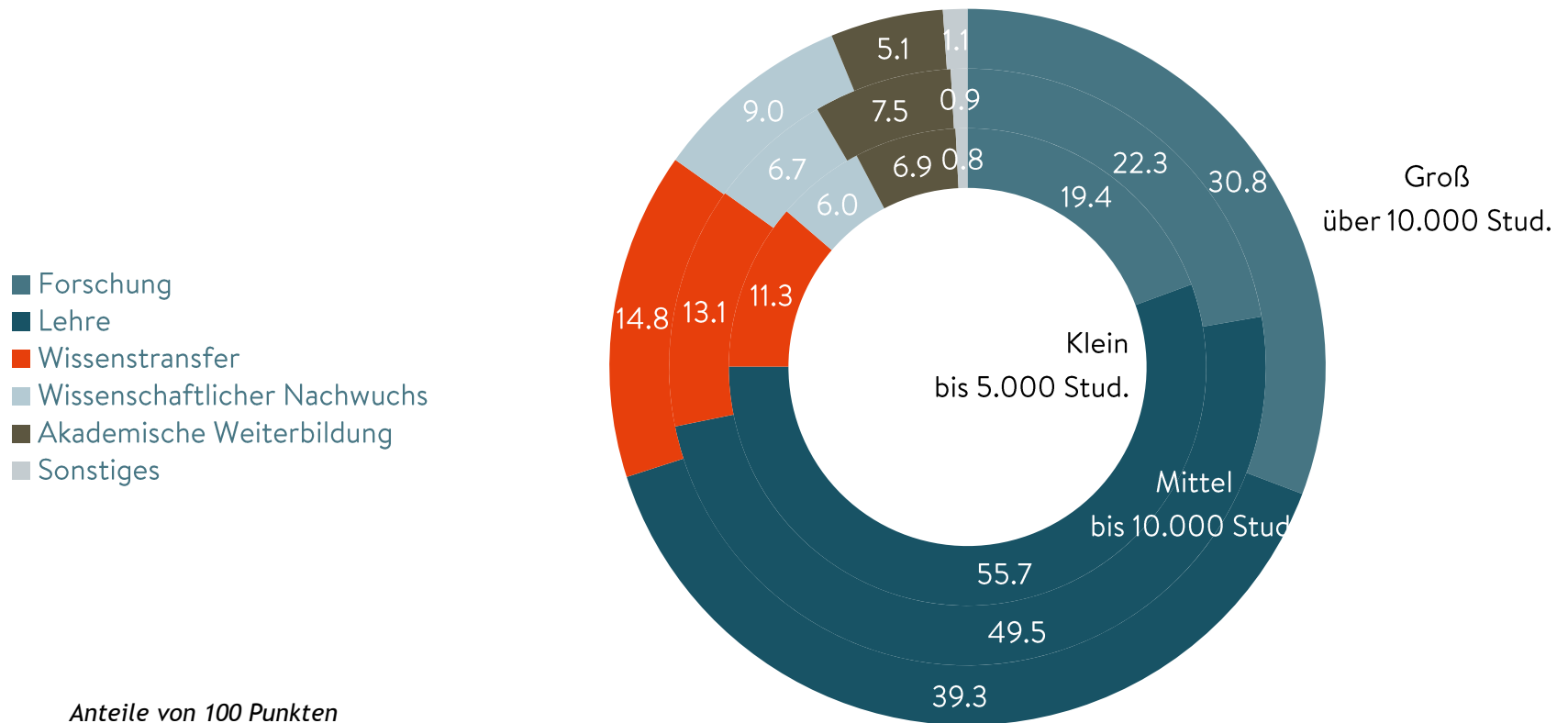
Anteile von 100 Punkten

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2015



AUFGABEN DER HOCHSCHULEN 2015 (IV)

Mehr Transfer und weniger Weiterbildung großen Hochschulen



Anteile von 100 Punkten

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2015

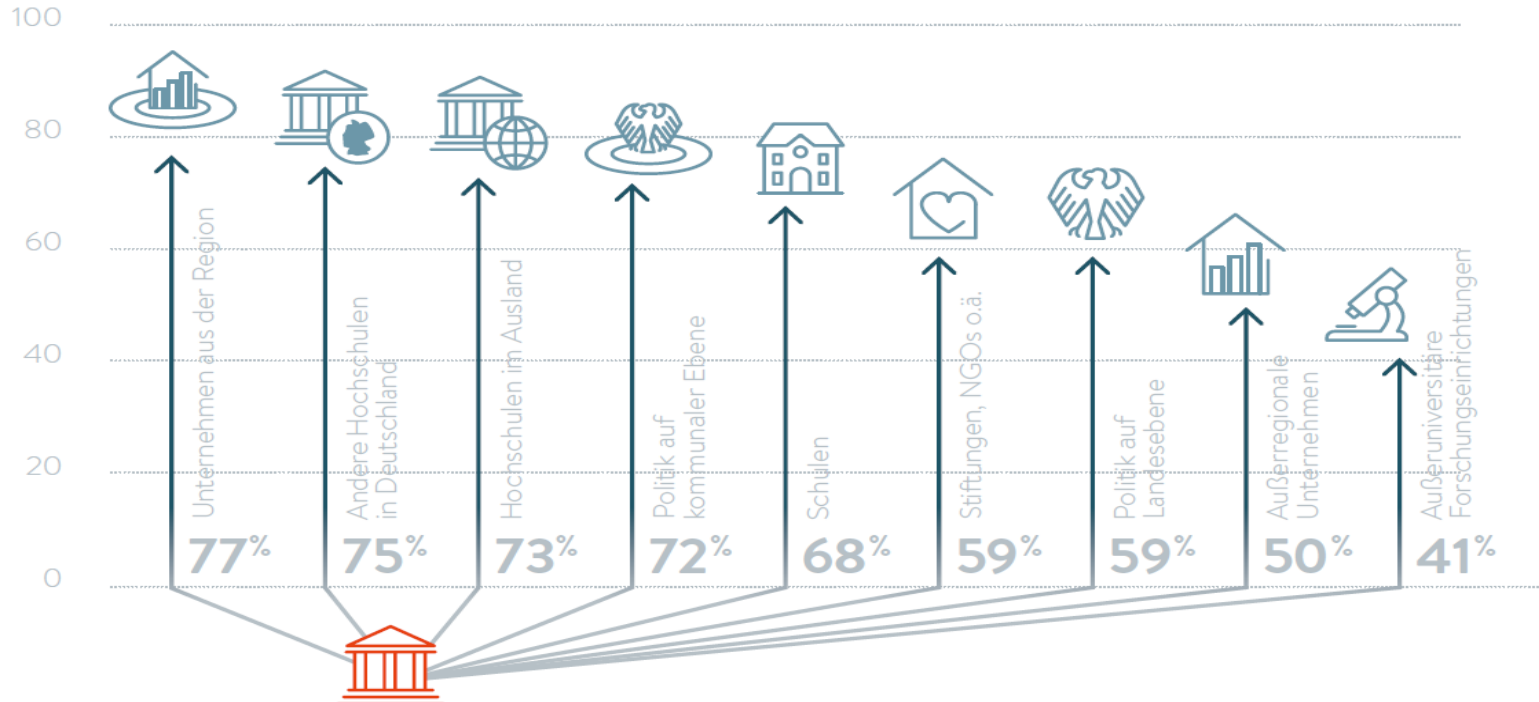


KOOPERATION MIT WIRTSCHAFT UND ZIVILGESELLSCHAFT



ZUSAMMENARBEIT MIT DEN UNTERSCHIEDLICHEN PARTNERN

Regionale Wirtschaft ist Partner Nr. 1



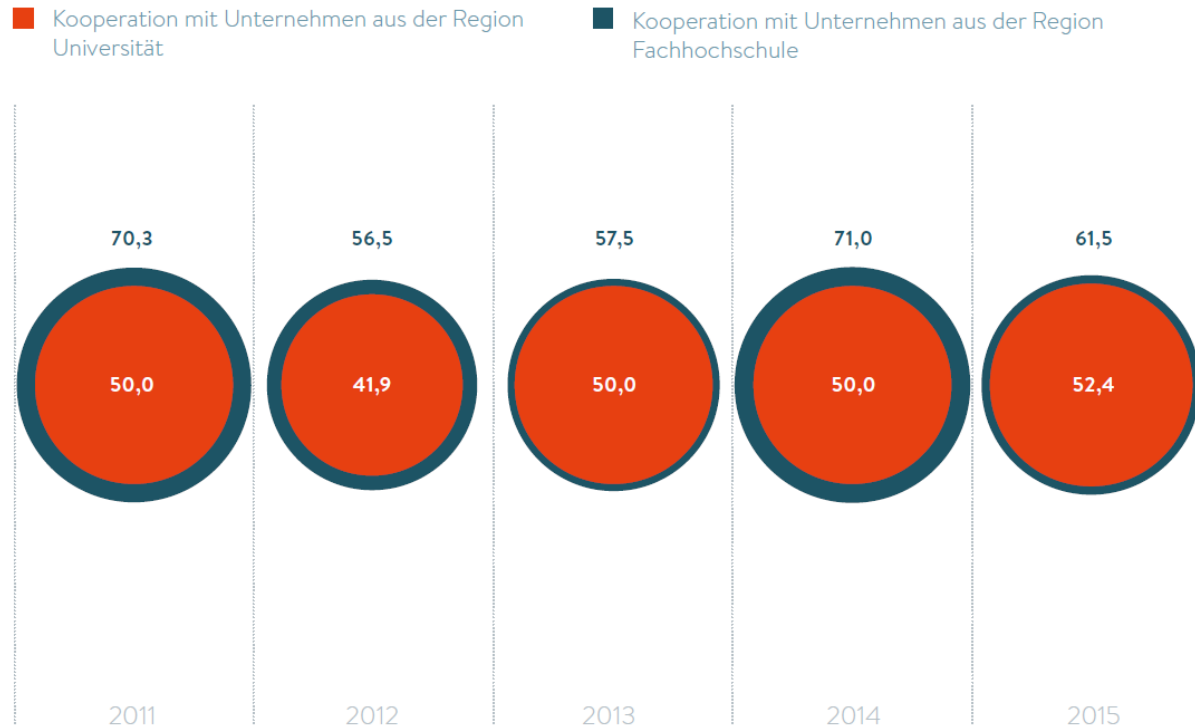
Anteile „Zusammenarbeit (eher) gut“ in %

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2015



REGIONALE KOOPERATION MIT UNTERNEHMEN

Hohe Zufriedenheit - seit Jahren



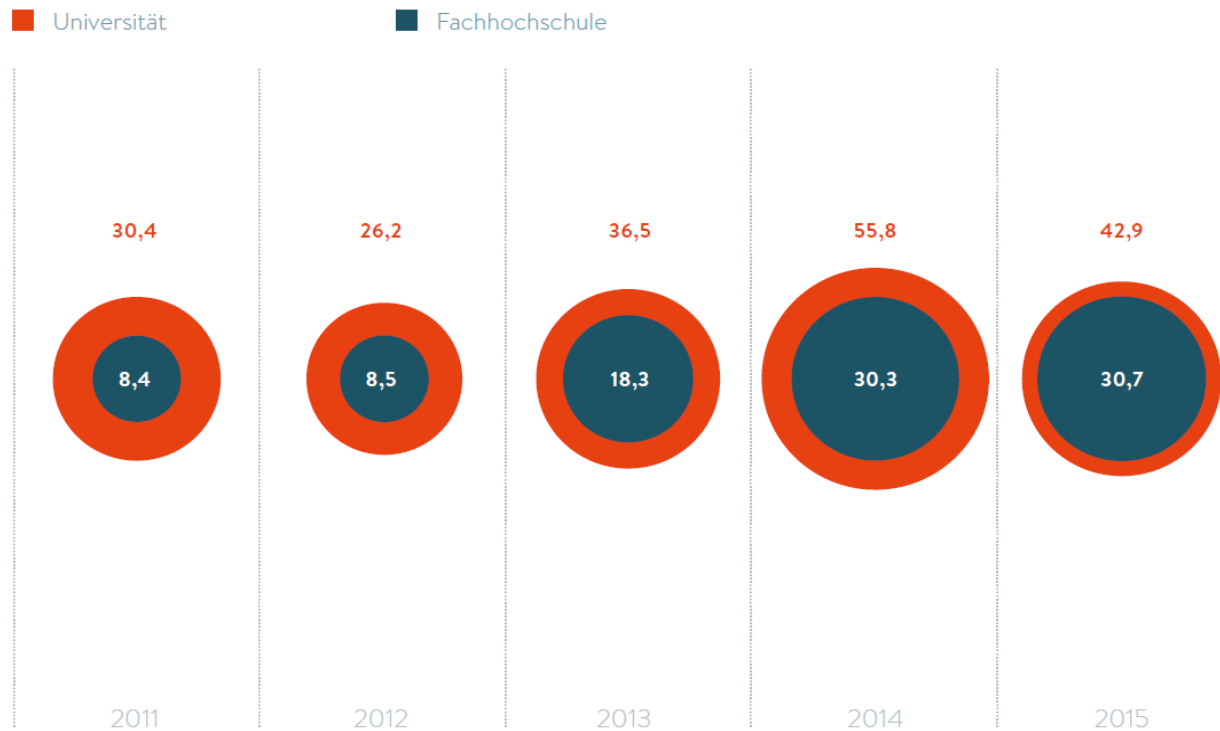
Stifterverbandindex

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2011- 2015



KOOPERATION MIT DER ZIVILGESELLSCHAFT

Starker Anstieg in der Wertschätzung



Stifterverbandindex

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2011 - 2015

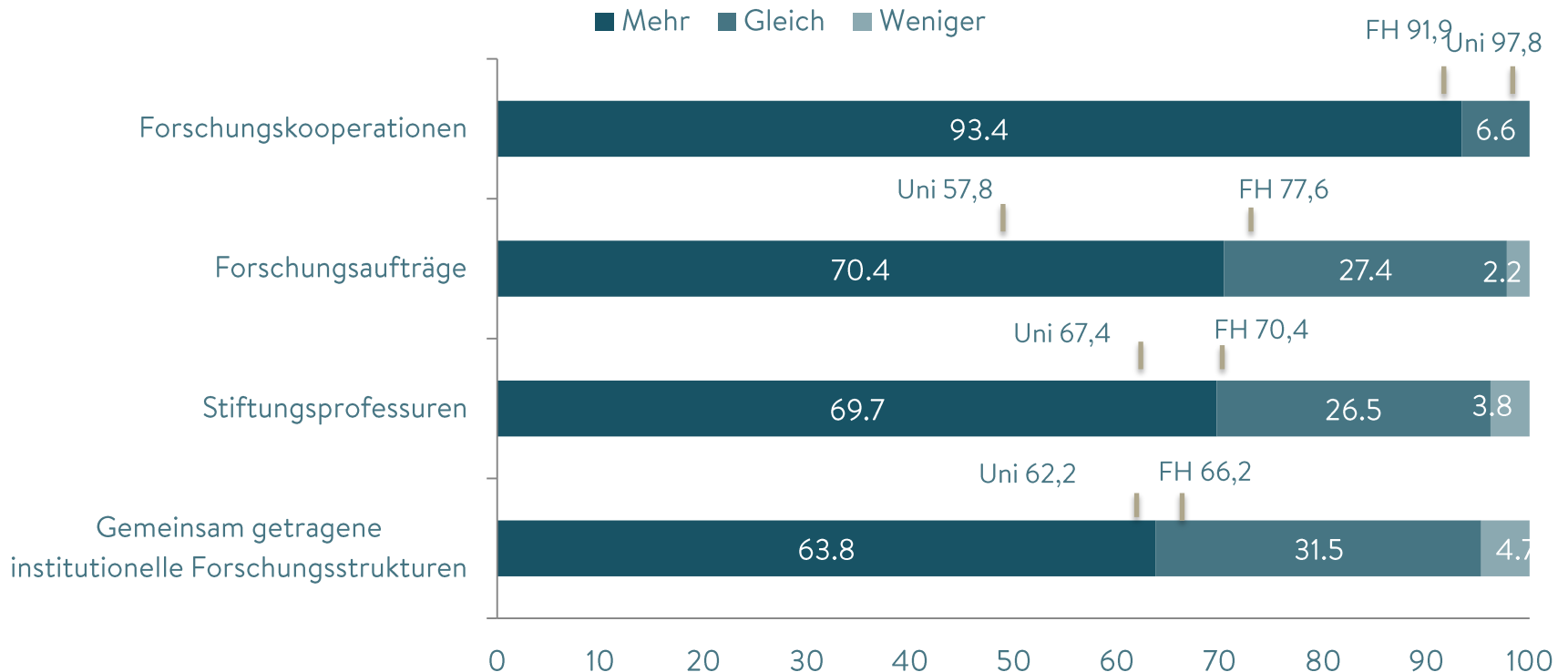


BEISPIEL: TRANSFER IN DIE WIRTSCHAFT



TRENDS FÜR ZUSAMMENARBEIT MIT DER WIRTSCHAFT

Intensivere Zusammenarbeit in allen Bereichen gewollt

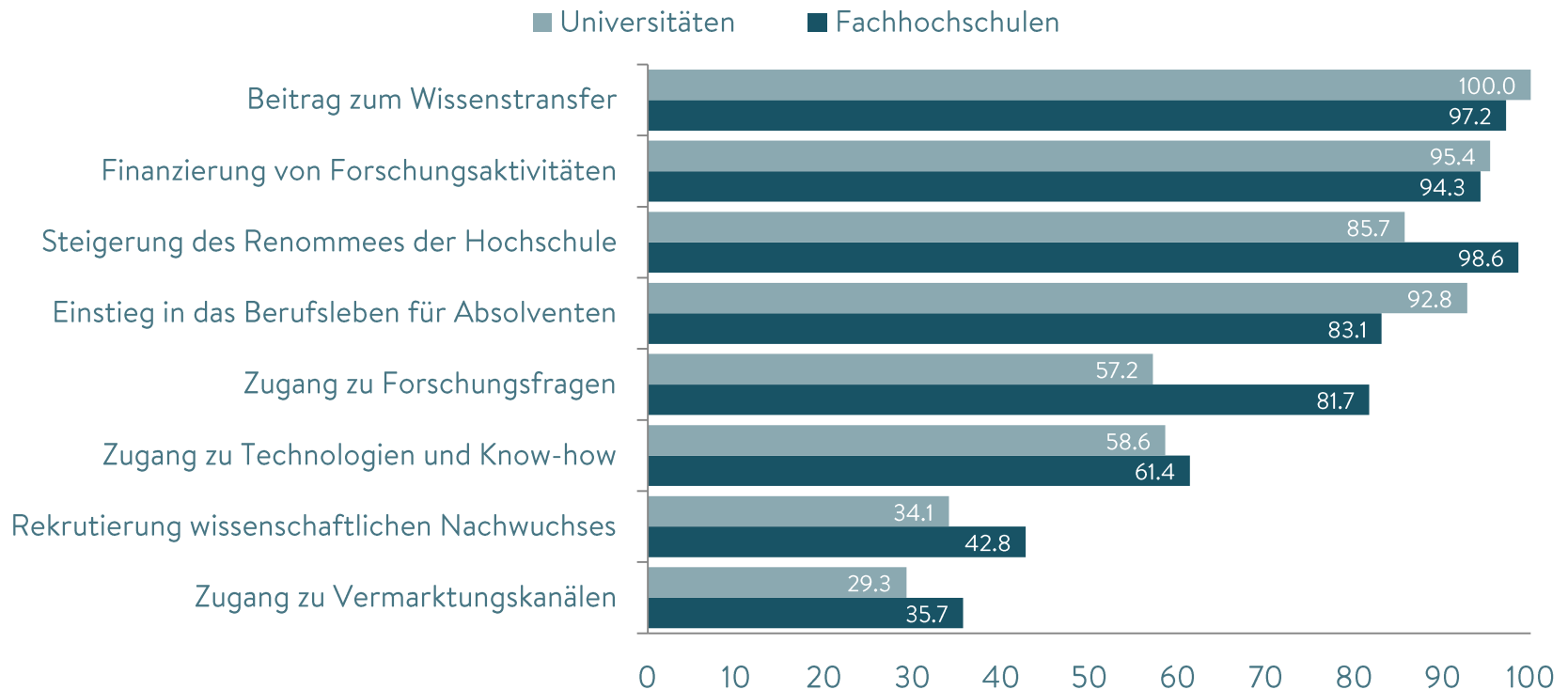


Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2013



ZIELE VON FuE-KOOPERATION MIT UNTERNEHMEN

Wissenstransfer ganz oben



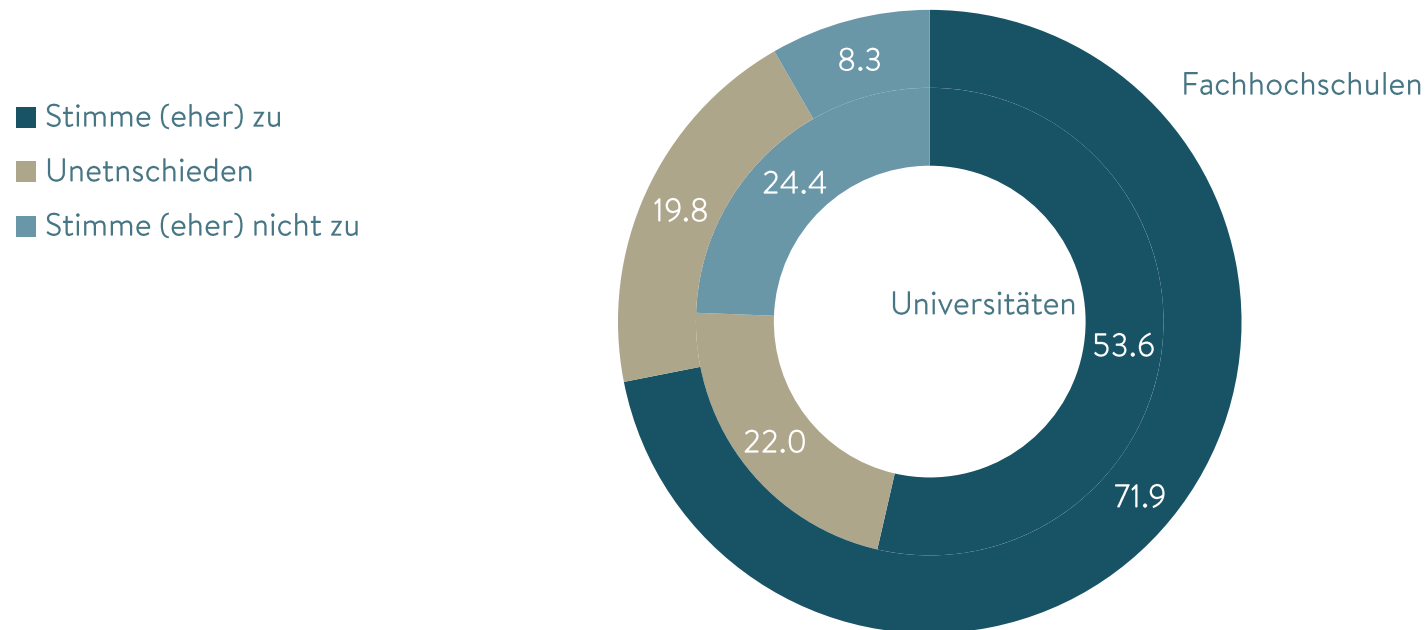
Anteile „(eher) wichtig in %“

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2012



HOCHSCHULEN ALS REGIONALER WISSENSANKER

Hochschulen wollen sich an regionalen Innovationsstrategien beteiligen

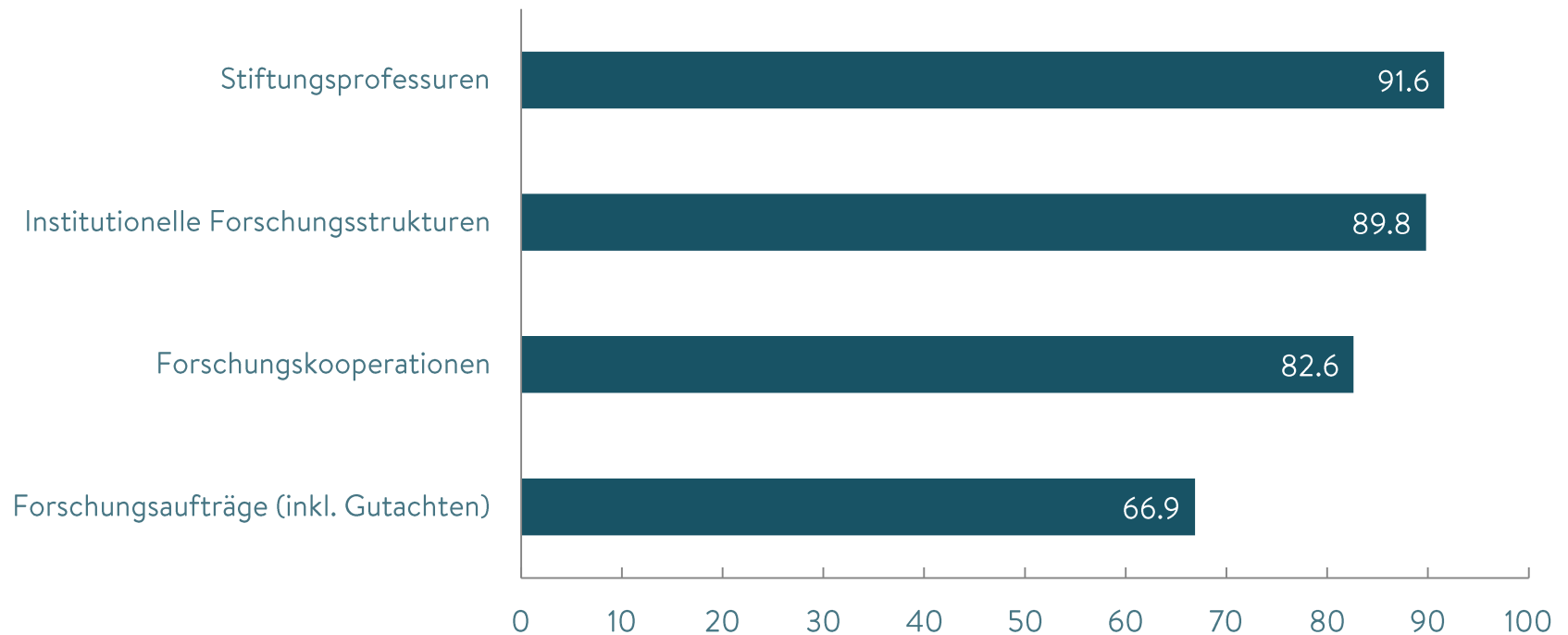


Anteile „Stärkere Beteiligung an smart specialization sinnvoll“ in %
Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 201



SPANNUNGSFELD FORSCHUNGSFREIHEIT

Einflussnahme = Ausnahme



Anteile „wenig oder gar kein Einfluss durch Unternehmen“ in %

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2012



DILEMMA ZWISCHEN MARKTFÄHIGKEIT UND FINANZIERUNG DER GEMEINKOSTEN

- » **39%** der staatlichen Fachhochschulen sagen, Gemeinkostenzuschläge sind für ein marktübliches Angebot zu hoch.
- » **49%** können Gemeinkosten über die erhobenen Zuschläge nur teilweise abdecken.
- » **43%** staatlicher Hochschulen berichten, Gemeinkostenzuschläge führen häufig zu Problemen bei Kooperationsverhandlungen.
- » **27%** der staatlichen Hochschulen berichten von gescheiterten Kooperationsverhandlungen aufgrund unterschiedlicher Vorstellungen zu Gemeinkostenzuschlägen

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2015



BEISPIEL: HOCHSCHULEN ALS ORT DER INTEGRATION



STUDIUM FÜR FLÜCHTLINGE: INTEGRATION DURCH HOCHSCHULBILDUNG

- » **AKTIVE ROLLE: 70%** sagen die Hochschulen spielen eine wichtige Rolle bei der Integration von Flüchtlingen, als Bildungseinrichtung und durch bürgerschaftliches Engagement.
- » **UNTERSTÜTZUNGSMABNAHMEN: 72%** aller Hochschulen (98 Prozent der Universitäten) haben Unterstützungsmaßnahmen für Flüchtlinge entwickelt.
- » **ZENTRALE KOORDINIERUNG: 74%** verfügen über eine Person, die ausdrücklich für die Entwicklung und Umsetzung der Integrationsmaßnahmen zuständig ist.
- » **LOKALE ZUSAMMENARBEIT: 82%** arbeiten mit regionalen Akteuren, wie anderen Bildungseinrichtungen, Behörden und Hilfsorganisationen, zusammen.

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2015



STUDIUM FÜR FLÜCHTLINGE: CHANCEN UND HERAUSFORDERUNGEN

- » **SCHLECHTER INFORMATIONSTAND:** 40% der Hochschulleiter wissen nicht, wie hoch die Anzahl der Flüchtlinge an ihrer Hochschule aktuell ist.
- » **UNGENÜGEND VORBEREITET:** 48% meinen, dass die Hochschulen etwa aufgrund fehlender Finanzen und Kapazitäten noch nicht gut auf die Integration von Flüchtlingen in Studium und Lehre vorbereitet sind (private HS: 73%).
- » **FLÜCHTLINGE ALS CHANCE:** Nur 37% sagen, die Integration von Flüchtlingen gibt Impulse für Studium und Lehre, bsw. durch mehr digitale Lernformate, stärkere Modularisierung oder engere Kooperation mit anderen Einrichtungen wie Jobcentern.

Quelle: Stifterverband Hochschul-Barometer, 2015



DREI BEOBACHTUNGEN WIE HOCHSCHULLEITER DIE DRITTE MISSION SEHEN

- » Die dritte Mission ist oft schon die zweite.
- » Partner aus Wirtschaft und Gesellschaft sind hoch geschätzt.
- » Rahmenbedingungen schränken Spielräume für die dritte Mission teilweise ein, sind aber auch Treiber.



WWW.HOCHSCHUL-
BAROMETER.DE



STIFTERVERBAND

Bildung. Wissenschaft. Innovation.

Pascal Hetze pascal.hetze@stifterverband.de
