

Heinz, Matthias; Fischer, Helge

Gemeinsam mehr erreichen – Strategien für die Kooperation in Weiterbildungsprojekten

Fischer, Helge [Hrsg.]; Köbler, Thomas [Hrsg.]: Postgraduale Bildung mit digitalen Medien. Problemlagen und Handlungsansätze aus Sicht der Beteiligten. Münster ; New York : Waxmann 2018, S. 101-112. - (Medien in der Wissenschaft; 73)



Empfohlene Zitierung/ Suggested Citation:

Heinz, Matthias; Fischer, Helge: Gemeinsam mehr erreichen – Strategien für die Kooperation in Weiterbildungsprojekten - In: Fischer, Helge [Hrsg.]; Köbler, Thomas [Hrsg.]: Postgraduale Bildung mit digitalen Medien. Problemlagen und Handlungsansätze aus Sicht der Beteiligten. Münster ; New York : Waxmann 2018, S. 101-112 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-169019

<http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0111-pedocs-169019>

in Kooperation mit / in cooperation with:



WAXMANN
www.waxmann.com

<http://www.waxmann.com>

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de



Helge Fischer,
Thomas Köhler (Hrsg.)

Postgraduale Bildung mit digitalen Medien

Problemlagen und Handlungsansätze
aus Sicht der Beteiligten

WAXMANN

Helge Fischer
Thomas Köhler (Hrsg.)

Postgraduale Bildung mit digitalen Medien

Problemlagen und Handlungsansätze
aus Sicht der Beteiligten



Waxmann 2018
Münster • New York

Diese Publikation wurde gefördert durch
den Europäischen Sozialfonds und den Freistaat Sachsen



Europäische Union

Europa fördert Sachsen.



Europäischer Sozialfonds



Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Medien in der Wissenschaft, Band 73

Print-ISBN 978-3-8309-3788-3

E-Book-ISBN 978-3-8309-8788-8

© Waxmann Verlag GmbH, 2018
Steinfurter Straße 555, 48159 Münster

www.waxmann.com
info@waxmann.com

Umschlaggestaltung: Pleßmann Kommunikationsdesign, Ascheberg
Titelbild: © Rawpixel.com – fotolia.com
Druck: Hubert & Co., Göttingen
Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier, säurefrei gemäß ISO 9706



Printed in Germany

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, verboten.
Kein Teil dieses Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages
in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer
Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Inhalt

Einführung

| | |
|---|----|
| <i>Thomas Köhler, Helge Fischer</i> Zielstellung und Struktur des Bandes | 11 |
| <i>Helge Fischer, Thomas Köhler</i> Das Projekt Q2P | 17 |
| <i>Helge Fischer</i> Forschungsdesign durchgeführter Studien | 23 |

Kapitel 1: Politische und technologische Rahmungen der digitalen Weiterbildung an (sächsischen) Hochschulen

| | |
|--|----|
| <i>Kathrin Möbius, Helge Fischer</i> Europa fördert Medien in der Weiterbildung – Darstellung geförderter Projekte | 35 |
| <i>Helge Fischer, Oliver B. T. Franken, Matthias Heinz, Thomas Köhler</i> Zum Stand der wissenschaftlichen Weiterbildung in Sachsen – Befunde einer Programmanalyse..... | 45 |
| <i>Frank Richter, Sven Morgner</i> Technologien für die wissenschaftliche Weiterbildung | 59 |
| <i>Martin Ebner</i> Interview: „... mittelfristige Kosteneinsparung funktioniert nicht besonders gut ...“ | 69 |

Eric Schoop

Interview: „Die Unternehmen sind längst noch nicht so reif
und offen für digitales Lernen ...“ 73

Kapitel 2: Formate und Strategien der mediengestützten Weiterbildung

Helge Fischer, Linda Heise

E-Learning-Trends an Hochschulen 79

Oliver B. T. Franken, Helge Fischer

Mit digitaler Bildung Geld verdienen
– Geschäftsmodelle von MOOC-Plattformen 91

Matthias Heinz, Helge Fischer

Gemeinsam mehr erreichen – Strategien für die Kooperation in
Weiterbildungsprojekten 101

Sabine Seufert

Interview: „Oftmals überwiegt der ‚Convenience Faktor‘ ...“ 113

Volker Saupe

Interview: „... Medienkompetenz ‚by doing‘ erwerben.“ 117

Kapitel 3: Unterstützungsangebote und -strukturen

Linda Heise, Claudia Albrecht

Strategien zur Förderung von E-Learning-Kompetenz 123

Matthias Heinz, Kathrin Möbius, Helge Fischer

Motive und Hemmnisse des Medieneinsatzes in der Weiterbildung 135

| | |
|---|-----|
| <i>Sylvia Schulze-Achatz, Norbert Pengel, Katrin Pachtmann, Oliver Franken, Thomas Köhler, Lars Schlenker, Heinz-Werner Wollersheim</i> | |
| TASKtrain – Kompetenzorientierte Qualifizierung von Hochschullehrenden zur Konzeption und Erstellung von E-Prüfungsaufgaben | 145 |
| <i>Linda Heise, Helge Fischer</i> | |
| Und was bleibt? Analyse von Nachhaltigkeitsfaktoren | 161 |
| <i>Thomas Hofsäss</i> | |
| Interview: „... mehr Lehrende für eine mediengestützte Lehre qualifizieren.“ | 171 |
| <i>Dagmar Israel</i> | |
| Interview: „... alle Beteiligten auf dem Weg in die digitale Weiterbildung mitnehmen ...“ | 173 |
| Fazit und Ausblick: Thesen zum Status Quo der postgradualen Bildung mit digitalen Medien | 179 |
| Autorinnen und Autoren | 183 |

Gemeinsam mehr erreichen – Strategien für die Kooperation in Weiterbildungsprojekten

Abstract

Schwerpunkt des vorliegenden Beitrages ist die Darstellung von Kooperationsbeziehungen in der wissenschaftlichen Weiterbildung an sächsischen Hochschulen. Im Vordergrund stehen die Fragen nach Gründen und Ausgestaltung der Zusammenarbeit zwischen Projekten zur Erschaffung von Weiterbildungsangeboten und deren Kooperationspartnern. Anhand empirischer Befunde werden Zusammenhänge zwischen erfolgreicher Projektarbeit und der Kooperation mit hochschulinternen und -externen Beteiligten aufgezeigt.

1 Kooperationen in der Weiterbildung

Träger wissenschaftlicher Weiterbildung sind Hochschulen (Weber, 2005). Wolter hebt deren Stärke dabei hervor: „Als besondere Stärke von Hochschulweiterbildung gelten neben den Zertifikaten, die die Hochschule ausstellt (insbesondere im Rahmen weiterbildender Studiengänge), der enge Forschungsbezug und die allgemein anerkannte Rolle der Hochschulen als gesellschaftliche Kompetenzzentren“ (2005, S. 26). Die Hochschulen bringen Kompetenzen mit, die es ermöglichen, wissenschaftliche Weiterbildungsangebote zu konzipieren, anzubieten und durchzuführen. Diese notwendigen Kompetenzen sind jedoch nicht zentral gebündelt, sondern verteilen sich auf verschiedenste Einrichtungen und Institute in und außerhalb der Hochschule. Diesem Gedanken folgend weisen Faulstich und Zeuner auf die Notwendigkeit verstärkter Zusammenarbeit zwischen Weiterbildungsanbietern sowie hochschulinternen und -externen Beteiligten hin: „Angesichts der Knappheit der Ressourcen ist eine stärkere Abstimmung zwischen den verschiedenen Institutionen notwendig“ (2010, S. 178). Diese Situation beschreibt Zink ähnlich: „Die aktuellen Entwicklungen und insbesondere die immer knapper werdenden öffentlichen Mittel für Lehre, Studium und Weiterbildung stellen eine neue Herausforderung für Hochschulen dar, die sie in den allermeisten Fällen nicht im Alleingang bewältigen können. Deshalb reagieren bereits einige Hochschulen mit zunehmender Kooperations- und Vernetzungsbereitschaft (auch) mit außeruniversitären Organisationen“ (2013, S. 134).

Im Nachfolgenden wird der Blick auf die Ausgestaltung dieser Kooperationen in der wissenschaftlichen Weiterbildung gerichtet.

2 Zum Stand der Forschung

Der Forschungsstand zur Frage der Kooperationen in der wissenschaftlichen Weiterbildung ist defizitär und mannigfaltig, was nicht zuletzt an dem komplizierten Gebilde der Hochschule mit ihren verschiedenen Einrichtungen und Institutionen liegt und sich auch auf die vielfältigen Organisationsformen wissenschaftlicher Weiterbildung auswirkt (Jütte, Kellermann, Kuhlenkamp, Prokop & Schilling, 2005). Nachfolgend werden zentrale Ergebnisse von empirischen und konzeptionellen Vorarbeiten aus dem Bereich der Weiterbildungsforschung, aus denen sich Rückschlüsse auf Kooperationsbeziehungen und -strategien ziehen lassen, skizziert. Eine fundierte organisationstheoretische Analyse der hochschulischen Weiterbildung, wie sie in Soziologie, Organisationspsychologie oder Betriebswirtschaftslehre üblich wäre, wird meist zugunsten einer eher institutionstheoretisch begründeten Herangehensweise vernachlässigt, die wiederum für die Bildungswissenschaften typisch ist.

Bloch (2006) schreibt den zentralen Einrichtungen für Weiterbildung eine entscheidende Rolle für das Kooperationsmanagement zu, da diese Partnerschaften aktiv werben und vorhandene Beziehungen verstetigen. Er ermittelt in einer Untersuchung, dass alle zentralen Einrichtungen mit externen Beteiligten kooperieren (Bloch, 2006). Als mögliche Partner in Kooperationsverbänden nennt er dabei insbesondere Berufsverbände und -akademien, regionale Netzwerke und Verbundprojekte, Unternehmen, Banken, Krankenversicherungen, Medienunternehmen, Kommunen, andere Hochschulen im In- und Ausland, Fernstudienanbieter, Ausgründungen, private Bildungseinrichtungen, Schulen, Volkshochschulen, Gewerkschaften sowie Vereine im Bildungsbereich (Bloch, 2006).

In der Länderstudie Deutschland wurden Kooperationsbeziehungen in der wissenschaftlichen Weiterbildung via Fragebogen und Internetrecherche quantitativ erfasst (Faulstich, Graeßner, Bade-Becker & Gorys, 2007). Die Befunde machen deutlich, dass es „[...] im Rahmen des Angebots wissenschaftlicher Weiterbildung zu Kooperationen mit den Fakultäten/Fachbereichen (55,91%) und mit den Hochschullehrenden (47,31%) [kommt]. Alle anderen Kooperationsformen, wie mit anderen Weiterbildungsanbietern/-innen, mit Unternehmen, Verbänden, Corporate Universities etc., müssen als marginal eingestuft werden [...]“ (Faulstich et al., 2007, S. 145). Diese Ergebnisse bestätigen die Resultate der Internetrecherche der Länderstudie. Sie zeigen „[...]“, dass Hochschulen in erster Linie mit Hochschulen kooperieren (56,67%). Gut ein Fünftel (22,37%) der Angebote wird in Kooperation mit anderen Einrichtungen angeboten, 11,09 Prozent in internationaler Kooperation (hauptsächlich mit

Hochschulen im Ausland), während Kooperationen mit Unternehmen (5,56%) und Verbänden (4,31%) lediglich einen Rest darstellen“ (Faulstich et al., 2007, S. 146).

Kooperationsbeziehungen zwischen Universitäten und Unternehmen sind in Deutschland keineswegs neu. Kloke und Krücken (2010) weisen jedoch darauf hin, dass Kooperationsprojekte vor allem dann zustande kommen, wenn es von Beteiligten aus den Projekten initiiert wird, ohne die intermediäre Stelle einzubinden – so zeigen es zumindest empirische Untersuchungen (Kloke & Krücken, 2010). Fritsch hebt in seiner Arbeit die hohe Relevanz von individuellen Netzwerken und Kontakten einzelner Weiterbildungsakteure bei der Ausgestaltung von Kooperationsbeziehungen hervor. Hat eine Hochschullehrkraft bereits in der Wirtschaft gearbeitet, so beeinflusst dies auch mögliche Kooperation von Hochschulen und Unternehmen, was in den Fachhochschulen besonders ausgeprägt ist (Fritsch, Hennig, Slavtchev & Steigenberger, 2008).

Die Kooperation zwischen Bildungsinstitutionen ist Bedingung für eine ausdifferenzierte Weiterbildungsstruktur (Tippelt, 2011). Im Sinne von lernenden Regionen sollten die Potentiale aller Akteure und Akteurinnen in einem Gebiet gebündelt werden (Tippelt, 2011). Dabei ist das Interdependenz-Theorem zu beachten: Organisationales Lernen muss durch interorganisationale(s) Kooperation/Kompetenzmanagement ergänzt werden (Tippelt, 2011). „In der Situation der Neu- und teilweise Entstrukturierung des Weiterbildungsmarkts wird es zunehmend wichtig, die mikro- und makrodidaktischen Erfahrungen der sich teilweise ergänzenden aber auch konkurrierenden Akteure [...] zu koordinieren und interdependent aufeinander zu beziehen“ (Tippelt, 2011, S. 458). Kooperationen ermöglichen Innovationen durch Synergieeffekte, womit positive Wirkungen aus Zusammenschluss oder interdependenter Zusammenarbeit von Institutionen im Weiterbildungskontext in allen Bereichen gemeint sind (Tippelt, 2011). Der Stiftverband für die Deutsche Wirtschaft und McKinsey & Company beschreiben die Kooperationsmodelle für mediengestützte wissenschaftliche Weiterbildungsangebote als eine Zusammenarbeit von Hochschulen, Bildungsplattformen und Unternehmen: „Hochschulen sind dabei für die Erstellung der Lehrinhalte, die Zertifizierung der Studienleistungen und -abschlüsse, die Erhebung von Gebühren und die Nutzerakquise über etablierte Kanäle des Hochschulmarketings verantwortlich. Unternehmen beteiligen sich mit eigenem Knowhow an der Erstellung der Lehrinhalte, übernehmen teilweise die Finanzierung und garantieren die Anerkennung der Abschlüsse und Zertifikate. Sie entsenden Beschäftigte als Nutzer und Nutzerinnen der Weiterbildungsangebote und stellen Online-Graduierten der Programme zum Teil sogar eine Anstellung in Aussicht. Als dritter Partner fungieren Online-Bildungsplattformen, die Lehrinhalte digital aufbereiten, Gebühren für Online-Lehrinhalte erheben und Nutzer akquirieren“ (2014, S. 51). Auch Germ und Mandl weisen darauf hin, dass „[...] Kooperationen zum gegenseitigen Austausch und zur Nutzung von Expertise innerhalb aber auch zwischen

Hochschulen einen zentralen Stellenwert in der nachhaltigen Implementation von E-Learning ein[nehmen]“ (2009, S. 277).

3 Kooperationspartner in Sachsen

Wie gestalten sich nun Kooperationsbeziehungen innerhalb der wissenschaftlichen Weiterbildung am Hochschulstandort Sachsen? Welche Kooperationspartnerschaften kommen insbesondere für die Entwicklung von digitalen Weiterbildungsangeboten in Frage? Fischer und Köhler (2014, S.33f.) charakterisieren folgende Servicestrukturen und -anbieter an den sächsischen Hochschulen:

- Medien- und E-Learning-Zentren unterstützen Weiterbildungsakteure und -akteurinnen bei der Erstellung und beim Einsatz digitaler Medien in Weiterbildungsmaßnahmen. Sie sind jedoch i.d.R. auf die Anforderungen des grundständigen Studiums spezialisiert und weniger auf die akademische Weiterbildung.
- Weiterbildungszentren können bei der Verbreitung von Angeboten sowie der Teilnehmerakquise unterstützen.
- Marketing- und Pressestellen verantworten die Außendarstellung der Hochschulen und ihrer (Studien-)Angebote. Sie können daher für die Bekanntmachung neuer, akademischer Weiterbildungsangebote hilfreich sein.
- Einige Fakultäten oder Fachbereiche verfügen über eigene Alumni- oder Weiterbildungsverantwortliche.
- Hochschulspezifische Weiterbildungs- und Transfergesellschaften sind Institutionen, die u.a. die Vermarktung von Weiterbildungsangeboten (insbesondere von Weiterbildungsstudiengängen) verantworten.
- Hochschulübergreifende Dienstleister bieten hoch spezialisierte Dienstleistungen an (z.B. IT-Dienste, Hochschuldidaktik).
- Hochschulexterne Verwertungs-, Fach- oder Weiterbildungsgesellschaften sind geeignete Ansprechpersonen hinsichtlich Vermarktung von Weiterbildungsangeboten und der Akquise von Teilnehmern.

Die Aufzählung macht deutlich, dass es bereits vielfältige Unterstützungsangebote gibt. Fraglich ist nur, inwieweit deren Dienste für die Entwicklung und Etablierung von Weiterbildungsangeboten tatsächlich in Anspruch genommen werden. Zudem ist von Interesse, wie die Kooperationsbeziehungen zu hochschulexternen Einrichtungen (z.B. Unternehmen, Kammern, private Bildungsanbieter) ausgestaltet sind.

4 Befunde zu Kooperationsbeziehungen in Sachsen

Die Ergebnisse der Q2P-Online-Studie (siehe Beitrag zum Forschungsdesign durchgeführter Studien im Kapitel „Einführung“) werden hier für den Ausschnitt der Kooperationen beleuchtet. Damit sollen folgende Frage beantwortet werden:

- 1) Welche Rolle spielen Kooperationen bei der Entwicklung von wirtschaftlich tragfähigen Weiterbildungsangeboten?
- 2) Welche Kooperationen werden für die dauerhafte Bereitstellung oder Distribution von Weiterbildungsangeboten eingegangen?

Zu Frage 1:

Für die Entwicklung von wirtschaftlich tragfähigen Bildungsangeboten und insbesondere dann, wenn innerhalb dieser Angebote digitale Medien zum Einsatz kommen, sind weitreichende didaktisch-pädagogische, fachliche, betriebswirtschaftliche und technologische Kompetenzen notwendig, wie beispielsweise hinsichtlich:

- Projektmanagement, z.B. Planung und Koordination der Projektarbeit
- Fachdidaktik, z.B. didaktische Gestaltung der Fachinhalte
- Mediendidaktik, z.B. Didaktische Gestaltung von digitalen Elementen
- Marketing, z.B. zielgruppenspezifische Konzeption und Vermarktung der Angebote
- Qualitätsmanagement, z.B. Einsatz von Instrumenten zur Qualitätssicherung
- Technische Umsetzung, z.B. Beherrschung von Technologien zur Inhaltserstellung
- Rechtliche Aspekte, z.B. Kenntnisse in Medien-, Urheberrecht und Datenschutz
- Fachexpertise, z.B. fundiertes Fachwissen hinsichtlich der Fachinhalte
- Existenzgründung, z.B. Ausgründungen zur Nachhaltigkeitssicherung

Da für Hochschulangehörige in ihrer täglichen Arbeit (in Lehre und Forschung) kaum Gelegenheiten bestehen, alle diese Kompetenzen auf- und auszubauen, können Kooperationen als mögliche Strategie zur Kompetenzerweiterung betrachtet werden. Daher war von Interesse, inwieweit innerhalb von Weiterbildungsprojekten die o.g. genannten Kompetenzen vorhanden waren, wie mit Kompetenzdefiziten umgegangen wurde und ob Kooperationen zur Gewinnung von Kompetenzen eingegangen wurden.

Zu Frage 2:

Der langfristige Betrieb von Weiterbildungsangeboten erfordert stabile Geschäftsstrukturen, gute Kontakte zu potenziellen Zielgruppen und vor allem Erfahrungen im

Weiterbildungs-betrieb. Da Hochschulen nur selten über diese Voraussetzungen verfügen – sich aber dessen offenbar nur ungenügend bewusst sind (Kapitel 2), sollte die Untersuchung zeigen, inwieweit und mit wem Weiterbildungsverantwortliche Kooperationen eingehen, um den langfristigen Betrieb der Angebote zu gewährleisten.

4.1 Methodisches Vorgehen

Das methodische Vorgehen der Studie im Allgemeinen ist im Kapitel „Einführung“ dieses Buches detailliert beschrieben. Im Folgenden wird der Blick auf die Erhebungsmatrix und die darin enthaltenen Items gerichtet, welche die notwendigen Kompetenzen für die Konzeption, Erstellung und Durchführung eines Weiterbildungsangebotes aufweisen. Diese sind in der nachstehenden Tabelle 1 ersichtlich.

Tabelle 1: Items zur Erhebung der Kompetenzursprünge

| Item [evtl. Kurzform] | Erklärung |
|---|---|
| Kenntnisse waren bereits vorhanden [Kenntnisse vorhanden] | Verschiedene Akteure und Akteurinnen bringen unterschiedliche Kompetenzen mit. Mit diesem Item ist beabsichtigt, die bereits vorhandenen Kompetenzen durch die Selbsteinschätzung der Akteure zu erfassen. Zu beachten ist, dass Kompetenzen auch teilweise vorhanden sein können und zum Ausbau dieser weitere Maßnahmen im Sinne von bspw. Weiterbildung oder Kooperationen getätigt werden. Diese Einschätzungen wurden durch Mehrfachantworten möglich gemacht. |
| Weiterbildung/Selbststudium | Ist den Akteuren bekannt, dass weitere Kompetenzen für die Konzeption, Erstellung und Durchführung des wissenschaftlichen Weiterbildungsangebotes vonnöten sind, dann ist die Weiterbildungsteilnahme respektive das Selbstoneignen der fehlenden Kenntnisse eine Möglichkeit, diese Kompetenzlücken zu schließen. |
| Hochschul-interne Kooperation (z.B. Medienzentrum) | Eine andere Möglichkeit ist es, die Kompetenzen über hochschul-interne Kooperationen zu erhalten. Eine Hochschule ist ein Gebilde vielfältiger Einrichtungen. So bietet das Medienzentrum/E-Learning-Zentrum einer Hochschule bspw. vor allem für digitale Vorhaben entsprechende Kompetenzen, während das Zentrum für Weiterbildung/ Weiterbildungszentrum einer Hochschule bei Vermarktungsstrategien oder im didaktischen Bereich weiterhelfen kann. |

| | |
|---|---|
| Hochschulexterne Kooperation (z.B. andere Hochschule, Praxispartner) | Weitere Möglichkeiten zum Kompetenzerwerb ergeben sich aus externen Kooperationen. Diese reichen, wie schon im Theorieteil dieses Beitrages aufgezeigt, von Kooperationen mit anderen Hochschulen über Unternehmen bis hin zu weiteren (Weiter-)Bildungsanbietern. |
| Kenntnisse waren nicht erforderlich [Kenntnisse nicht vorhanden] | Eine kritische Frage, die mit dem Problem der sozialen Erwünschtheit einhergeht, ist die Frage danach, ob notwendige Kompetenzen nicht vorhanden sind. Da die Kompetenz-Kooperations-Matrix wesentliche, für die vollständige Nutzbarkeit eines wissenschaftlichen Weiterbildungsangebotes in allen Belangen notwendige Kompetenzen erhält, ist ein Einschätzen dieser als nicht erforderlich von den Akteuren mit einem Nichtvorhandensein dieser Kompetenzen gleichzusetzen. Dadurch ergeben sich kritische Momente in verschiedenen Phasen der Weiterbildungsangebotsproduktion. So können bspw. fehlende Kompetenzen im Bereich des Marketing dazu führen, dass die Nachhaltigkeit des Angebotes gefährdet ist. |
| weiß nicht | Um die Akteure und Akteurinnen zu einer möglichst wahrheitsgemäßen Antwort zu bewegen, soll diese Kategorie bewirken, dass keine Zwangsverantwortung gegeben und somit willkürliche Angaben gemacht werden. |

4.2 Kompetenz-Kooperations-Matrix

Wie erlangen die Akteure und Akteurinnen wissenschaftlicher Weiterbildung ihre Kompetenzen? Die Kompetenz-Kooperations-Matrix zeigt, welche Kompetenzen Akteure und Akteurinnen für ihre wissenschaftlichen Weiterbildungsangebote mitbringen, in welchen Bereichen sie sich selbst weiterbilden, um diese zu erhalten, und in welchem Bereich diese durch Kooperationen erworben werden. Dabei sind diese Kooperationen in hochschulinterne versus -externe Kooperationen zu unterscheiden. Die Abbildung 1 zeigt die notwendigen Kompetenzen und die Einschätzung der Akteure und Akteurinnen, wie sie diese erhalten, auf.

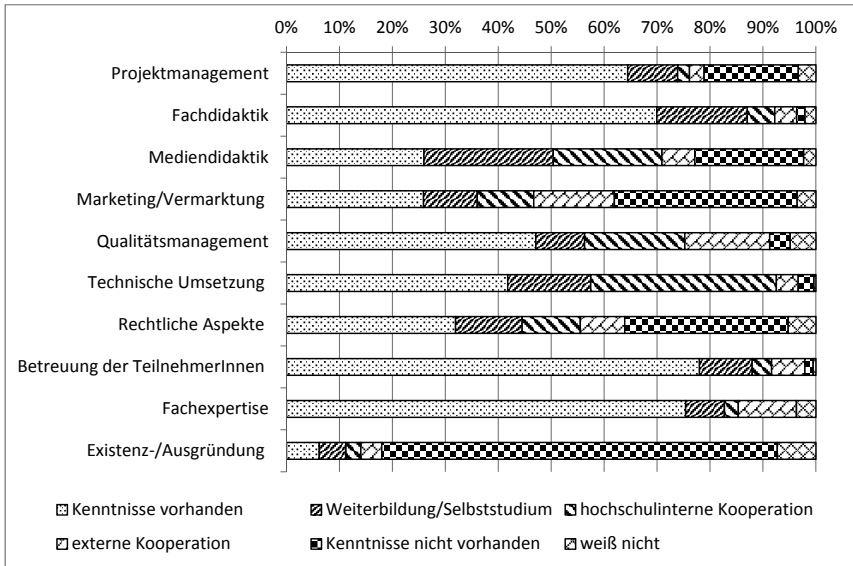


Abbildung 1: Kompetenz-Kooperations-Matrix (n=173)

Diese Ergebnisse offenbaren, dass Kooperationen in allen Bereichen stattfinden, aber vom Ausmaß her differieren. In den Bereichen der technischen Umsetzung (35,1%), der Mediendidaktik (20,5%) und des Qualitätsmanagements (18,9%) wird häufig auf hochschulinterne Partner zurückgegriffen. Hier sind die vorhandenen Serviceangebote am besten ausgebaut. Eigene Weiterqualifizierungen betreffen am häufigsten die Themen: Mediendidaktik (24,4%), Fachdidaktik (17,1%) und technische Umsetzung (15,7%). Dass es auch Kooperationen mit externen Partnerschaften gibt, wird vor allem in den Bereichen Qualitätsmanagement (16%) und Vermarktung (15,2%) sichtbar. Wissensdefizite sind in den Bereichen Marketing (34,5%), Recht (30,9%) und insbesondere Existenzgründung (74,7%) deutlich erkennbar. Diese Wissensdefizite zeigen das Handlungsfeld für weitere Kooperationen und/oder Qualifizierungsmaßnahmen.

4.3 Kooperation für Nachhaltigkeit

Welche Partnerschaften die Projekte für Nachhaltigkeitsbemühungen beabsichtigten, sind aus der Analyse der durch den ESF geförderten Projekte zu entnehmen, welche im Kapitel 1 dieses Buches dargestellt sind. Wie diese Bemühungen während der Pro-

duktionsphase aussehen, zeigt die nachstehende Abbildung 2. Dabei gilt es zu beachten, dass auch mehrere verschiedene Einrichtungen in die dauerhafte Bereitstellung eines Weiterbildungsangebotes einbezogen werden können.

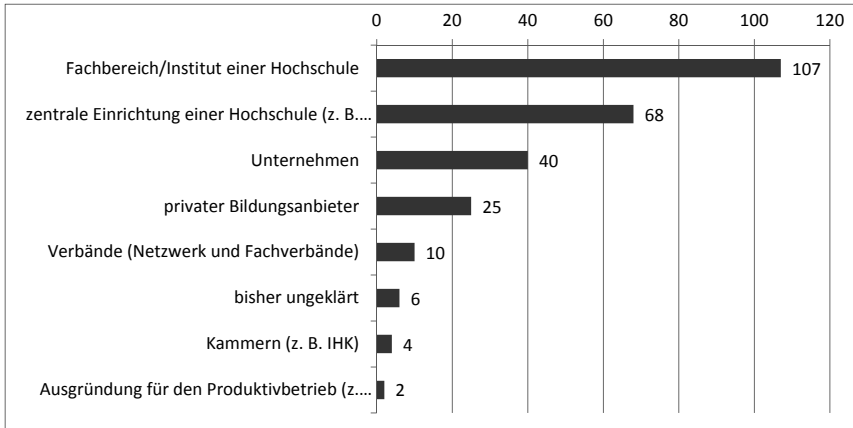


Abbildung 2: Kooperationen für die dauerhafte Bereitstellung (n=173, Mehrfachnennungen möglich)

Weiterbildungsangebote werden durch hochschulinterne Kooperationen verstetigt, d.h. ein Institut bzw. Fachbereich (107) oder eine zentrale Einrichtung (68) betreiben das Angebot dauerhaft. Hingegen sind Ausgründungen für den Produktivbetrieb die absolute Ausnahme (2). Unternehmen treten mit 40 und private Bildungsanbietenden mit 25 Nennungen als externe Kooperationen beim dauerhaften Betrieb durchaus in Erscheinung (wenn auch weniger häufig als erwartet). Verbände (10) und Kammern (4) spielen hingegen keine Rolle bei der dauerhaften Bereitstellung. Dies überrascht, da die gute Vernetzung dieser Institutionen bei der Verbreitung von Angeboten nicht genutzt werden kann. Interessant ist darüber hinaus, dass es mit sechs Nennungen nur wenige bisher ungeklärte Fälle gibt.

5 Zusammenfassung

Kooperationen als Untersuchungsgegenstand in der wissenschaftlichen Weiterbildung sind bisher kaum erforscht, was offenbar im Fokus bisheriger bildungswissenschaftlicher Forschung begründet ist. Durch die Digitalisierung von Bildungsangeboten nehmen die Komplexität von Projekten und damit der Kooperationsbedarf zu. Sächsische Hochschulen verfügen über interne Dienstleistungsinfrastrukturen, deren Angebote in einigen Bereichen gut genutzt werden (z.B. Mediendidaktik, technische Unterstützung). Ausbaufähig sind Dienstleistungen zu marktbezogenen Themenstellungen bzw. solche, die für die Marktetablierung bedeutsam sind. In der Betriebsphase finden überwiegend hochschulinterne Kooperationen statt, wohingegen Kooperationen mit externen Beteiligten (Unternehmen, private Bildungsanbieter) ausbaufähig sind. Potentielle Wissenskooperationspartner existieren, werden aber noch nicht im möglichen Ausmaß genutzt. Dieses Verhalten mündet oftmals darin, dass nicht zuletzt im Bereich der Nachhaltigkeit Abstriche hingenommen werden. Intensivere und vielseitigere Wissenskooperationen und somit ein besseres Wissensmanagement helfen, dem entgegen zu wirken.

Literatur

- Bloch, R. (2006). Wissenschaftliche Weiterbildung im neuen Studiensystem – Chancen und Anforderungen. Eine explorative Studie und Bestandsaufnahme. Wittenberg: Institut für Hochschulforschung Wittenberg.
- Faulstich, P., Graefner, G., Bade-Becker, U. & Gorys, B. (2007). Länderstudie Deutschland. In A. Hanft & M. Knust (Hrsg.), *Weiterbildung und lebenslanges Lernen in Hochschulen. Eine internationale Vergleichsstudie zu Strukturen, Organisation und Angebotsformen* (S. 87–164). Münster: Waxmann.
- Faulstich, P. & Zeuner, C. (2010). *Erwachsenenbildung*. Weinheim/Basel: Beltz.
- Fischer, H. & Köhler, T. (2014). Digitale Weiterbildung an sächsischen Hochschulen. Unterstützungsangebote und -strukturen In H. Fischer & T. Köhler (Hrsg.), *Postgraduale Bildung mit digitalen Medien. Fallbeispiele aus den sächsischen Hochschulen* (S. 4–27). Münster: Waxmann.
- Fritsch, M., Hennig, T., Slavtchev, V. & Steigenberger, N. (2008). *Hochschulen als regionaler Innovationsmotor? Innovationstransfer aus Hochschulen und seine Bedeutung für die regionale Entwicklung*. Düsseldorf: Hans-Böckler-Stiftung.
- Germ, M. & Mandl, H. (2009). Warum scheitert die nachhaltige Implementation von E-Learning in der Hochschule? In U. Dittler, Krameritsch, N. Nistor, C. Schwarz & A. Thillosen (Hrsg.), *E-Learning: Eine Zwischenbilanz. Kritischer Rückblick als Basis eines Aufbruchs* (S. 275–290). Münster: Waxmann.
- Jütte, W., Kellermann, P., Kuhlenkamp, D., Prokop, E. & Schilling, A. (2005). *Kremser Thesen zum Forschungsbedarf in der wissenschaftlichen Weiterbildung*. In W. Jütte (Hrsg.), *Forschungsbedarf in der wissenschaftlichen Weiterbildung* (S. 13–14). Krems: Donau Universität Krems.

- Kloke, K. & Krücken, G. (2010). Grenzstellenmanager zwischen Wissenschaft und Wirtschaft? Eine Studie zu Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Einrichtungen des Technologietransfers und der wissenschaftlichen Weiterbildung. *Beiträge zur Hochschulforschung*, 32(3). 32–52.
- Knust, M. (2006). *Geschäftsmodelle der wissenschaftlichen Weiterbildung. Eine Analyse unter Berücksichtigung empirischer Ergebnisse*. Köln: Eul.
- Stiftungsverband für die Deutsche Wirtschaft & McKinsey & Company (2014). *Hochschulbildungsreport 2020*. Essen: Verwaltungsgesellschaft für Wissenschaftspflege mbH.
- Tippelt, R. (2011). Institutionenforschung in der Erwachsenenbildung/Weiterbildung. In R. Tippelt & A. von Hippel (Hrsg.), *Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung*. 5. Aufl. (S. 453–471). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Weber, K. (2005). Forschungsfeld wissenschaftlicher Weiterbildung. In W. Jütte (Hrsg.), *Forschungsbedarf in der wissenschaftlichen Weiterbildung* (S. 17–20). Krems: Donau Universität Krems.
- Wolter, A. (2005). Universität und Weiterbildung. Entwicklungslinien und Forschungsbedarf. In W. Jütte (Hrsg.), *Forschungsbedarf in der wissenschaftlichen Weiterbildung* (S. 25–28). Krems: Donau Universität Krems.
- Zink, F. (2013). Wissenschaftliche Weiterbildung in der Aushandlung. Die Akteure und ihre Themen in interinstitutionellen Aushandlungsprozessen im Kontext kooperativer Angebotsentwicklung. In K. Dollhausen, T. C. Feld & W. Seitter (Hrsg.), *Erwachsenenpädagogische Kooperations- und Netzwerkforschung* (S. 133–156). Wiesbaden: Springer Fachmedien.