



HWM-Update 2024

Neueste Trends und Entwicklungen im Hochschul- und Wissenschaftsmanagement

am Donnerstag, 16. Mai 2024

Tagungsort: SL-Gebäude, Campus Westerberg, Barbarastr. 21, 49076 Osnabrück

Wir wollen wieder die neuesten Trends und Entwicklungen im Feld Hochschul- und Wissenschaftsmanagement thematisieren - praxisorientiert und theoretisch fundiert. D.h. wir wollen Ihnen ein Update geben, was in unserem Arbeitsfeld passiert, welche neuen Ideen diskutiert und erprobt werden. „HWM update“ ist daher bewusst als Fortbildungsveranstaltung konzipiert. Eine entsprechende Bescheinigung bestätigt Ihr Engagement.

Nach Begrüßung und Plenarvortrag wird der Hauptbestandteil wieder aus parallelen Workshops bestehen, die aktiv von allen Wissenschaftsmanager*innen gestaltet werden.

Im Folgenden finden Sie einen Überblick über das Programm.

Donnerstag, 16. Mai 2024

- | | |
|-----------|---|
| 09:30 Uhr | Begrüßung |
| 09:45 Uhr | Strategic Foresight at Universities
Katarina Bertschi, Strategic Foresight Hub ETH Zürich |
| 10:30 Uhr | Kaffeepause |
| 11:00 Uhr | Parallele Workshops: <ol style="list-style-type: none">1. Hochschulinterne Qualifizierung im Wissenschaftsmanagement2. Demonstrating the Impact of Applied Research (Englisch)3. Marketing für weiterbildende Programme an Hochschulen – Praxiseinblicke in Flops und Tops!4. Meta-Evaluation und Reflexion von Qualitätsmanagement-Systemen |
| 13:00 Uhr | Mittagspause/„Gallery“ – Messe der Workshopergebnisse |

- 14:00 Uhr Parallele Workshops
5. Die E-Akte zwischen Verwaltungshandeln und digitalem Change
 6. Gemeinsam Veränderungen an Hochschulen gestalten: Diskutiert ihr noch, oder macht ihr schon?
 7. Employer Branding von Hochschulen
 8. Promoting a culture of quality - not an impossible task (English)
- 16:00 Uhr Kaffeepause / "Gallery" - Messe der Workshopergebnisse
- 16:30 Uhr Abschluss

Moderation: Dr. Kai Handel, Prof. Dr. Hans Vossensteyn, Prof. Dr. Frank Ziegele

ICE Richtung Hannover um 17.53 Uhr
ICE Richtung Hamburg um 17.23
Uhr ICE Richtung Köln um 17.37 Uhr
ICE Richtung Berlin um 17.53

...in 20-25 Minuten zum Hauptbahnhof Osnabrück mit den Buslinien M2, 11, 16, 17



HWM-Update 2024

Neueste Trends und Entwicklungen im Hochschul- und Wissenschaftsmanagement

Workshop 1 (Raum tbc)

Hochschulinterne Qualifizierung im Wissenschaftsmanagement

Etliche Hochschulen in Deutschland betreiben Inhouse-Weiterbildungen im Wissenschaftsmanagement, sei es zur Schaffung neuer Karriereoptionen für Postdocs oder für Mitarbeiter*innen, die bereits Wissenschaftsmanagementaufgaben haben. An den Universitäten in Potsdam und Gießen gibt es Beispiele für solche Inhouse-Programme, die im Workshop vorgestellt und auf deren Basis Erfolgsfaktoren für Inhouse Qualifikation diskutiert werden. Auch die Erfahrungen der Teilnehmenden sollen eingesammelt werden. Eine vertiefende Diskussion in Gruppen wirft den Blick auf ausgewählte Aspekte: Was sind nötige Kompetenzen für das Wissenschaftsmanagement und welche können durch Inhouse Trainings erworben werden? Welche Rolle können Ansätze des Mentoring für die Qualifikation im Wissenschaftsmanagement spielen? Wie integrieren sich die Qualifizierungsprogramme in umfassendere Maßnahmen zur Positionierung der Personalkategorie Wissenschaftsmanager*in der Hochschule?

Workshopmoderator*innen:

Dr. Bettina Buchholz, Universität Potsdam, Potsdam Graduate School,
Silke Rapp, Justus-Liebig-Universität Gießen, PCMO Postdoc Career and Mentoring Office



HWM-Update 2024

Neueste Trends und Entwicklungen im Hochschul- und Wissenschaftsmanagement

Workshop 2 (Raum tbc)

Demonstrating the Impact of Applied Research (Englisch)

The Impact of research is a contested concept, particularly if one considers impact to be the final stage of the spectrum of input – process – output – outcome – and impact. That implies that the impact of a research project (on people, a company or society at large) becomes only visible after quite some time and with many potential factors that disturb the direct relationship between the research project and the final impact. However, external stakeholders, annual reports and research assessment exercises require us to demonstrate the impact of research in a much earlier stage. For instance, involving actors from professional practice in articulating the research questions may already generate substantial impact on how a company or a hospital looks at its own organization, products or processes. Where the impact of academic research often focused on knowledge development (visible by publications, innovations and dissemination activities), the impact of applied research stronger focuses on the valorization in society (spin-off activities, licenses, societal benefits/costs, improvements in companies, professional products, prototypes, demonstrators, etc.) as well as its contributions to teaching & learning (improved education, practical skills, human capital development, etc.).

In this workshop we will provide the example of how Saxion UAS in the Netherlands, like other Dutch UAS institutions, uses practical tools to stimulate and demonstrate applied research impact in a variety of ways (e.g. indicator sets, a regional engagement, educational development, etc.). Next, by means of a Gallery Walk / World Café, the participants together will collect and develop a “menu” of impact activities, demonstrators and indicators that can help the participants to further inform and stimulate the impact instruments of their own institutions.

Workshopmoderator*innen:

Prof. Dr. Hans Vossensteyn, Hochschule Osnabrück/Director Saxion Research & Graduate School, Saxion University of Applied Sciences

André Roos, Saxion University of Applied Sciences, Director of the Saxion Centre for Entrepreneurship



HWM-Update 2024

Neueste Trends und Entwicklungen im Hochschul- und Wissenschaftsmanagement

Workshop 3 (Raum tbc)

Marketing für weiterbildende Programme an Hochschulen – Praxiseinblicke in Flops und Tops!

Nach Höchstständen vor mehr als zehn Jahren sinken die Zahlen der Erstsemester an deutschen Hochschulen deutlich, wenn auch mit fachbezogenen wie regionalen Unterschieden. Die Entwicklungen wären vermutlich noch gravierender, wenn nur die staatlichen Hochschulen betrachtet würden. Die Studierendenrekrutierung gewinnt damit auch im grundständigen Bereich an Bedeutung. Die aktive Studierendengewinnung ist in weiterbildenden Programmen nicht neu: Zielgerichtete Marketingaktivitäten zählen seit jeher zu den zentralen Aufgaben im Feld der zumeist kostenpflichtigen weiterbildenden Programme an Hochschulen.

Der Workshop bietet eine ideale Gelegenheit, Kenntnisse im Bereich des Studierendenmarketings zu vertiefen und speziell auf die Bedürfnisse berufsbegleitend Studierender zugeschnittene Strategien zu entwickeln. Strategien, die sich auch auf den grundständigen Bereich transferieren lassen.

Workshop-Highlights:

- **Lernt eure Kunden kennen:** Identifikation und Ansprache passender Gruppen
- **Erzählt Geschichten:** Erfahrt, wie ihr komplexe Inhalte in überzeugende Botschaften für eure Zielgruppe umwandelt.
- **Nutzt Digitale Tools und Plattformen:** Setzt innovative digitale Marketinginstrumente ein, um eure Einrichtung und wissenschaftlichen Weiterbildungsprogramme optimal zu präsentieren.

Lernt aus bewährten Praxisbeispielen und entdeckt, wie andere Weiterbildungseinrichtungen an Hochschulen erfolgreiches Marketing umsetzen. Entwickelt in diesem Workshop gemeinsam kreative Lösungen und tauscht euch mit Professionals aus verschiedenen Fachrichtungen aus.

Workshopmoderatorinnen:

Anja Bothe-Neues, Universität Oldenburg, C3L – Center für lebenslanges Lernen, Marketing-Koordination
Bianca Prang, Universität Oldenburg, C3L – Center für lebenslanges Lernen, Bildungsmanagement MBA-Programme



HWM-Update 2024

Neueste Trends und Entwicklungen im Hochschul- und Wissenschaftsmanagement

Workshop 4 (Raum tbc)

Meta-Evaluation und Reflexion von Qualitätsmanagement-Systemen

Großprojekte wie der Aufbau und die Etablierung von QM-Systemen neigen trotz bester Absichten zu Bürokratieaufbau, komplexen Prozessen und unnötigen Aufwänden. Wurde eine aufwändige Zertifizierung gemeistert, sollen die Konzeptpapiere zur Seite gelegt und am besten nicht weiter über das System nachgedacht werden. Ein solches Vorgehen kann zu Frust und schließlich zu einer Nicht-Akzeptanz der gesamten QM-Prozesse führen. Eine offene Haltung, Fehler im System zu korrigieren und Verbesserungen anzustoßen, kann ein QM-System lebendig halten und den Frust aller Beteiligten abbauen.

In diesem Workshop werden zwei Praxisbeispiele für eine durchgeführte bzw. Ansatzpunkte für eine Meta-Evaluation vorgestellt. Dabei wird zum einen ein partizipativer und qualitativer Ansatz (Quality Management Analysis Poll) kurz nach erfolgter Systemakkreditierung vorgestellt sowie zum anderen die Nutzung des Moments einer Systemreakkreditierung als Möglichkeit ein QM-System zu reflektieren, ggf. zu evaluieren und anzupassen. Gemeinsam sollen dann folgende Fragen bearbeitet werden:

- Welche Bestandteile/Aspekte von QM-Systemen sind zentrale Gegenstände für die Evaluation und was gilt es dabei zu berücksichtigen?
- Welche Evaluationsmethoden und -instrumenten eignen sich für eine Meta-Evaluation bzw. Reflexion bestehender QM-Systeme?
- Wie können verschiedene Statusgruppen, insb. Studierende partizipieren?
- Wie nähert man sich einer Wirksamkeitsmessung und damit der Frage, ob im QM-Systeme eine echte Verbesserung der Qualität stattfindet?

Workshopmoderator*innen:

Mira Schneider-Damian und Meike Guzy, Universität Bielefeld, Abteilung Qualitätsmanagement Studium und Lehre

Magdalena Lieb und Julia Gnibl, FAU Erlangen-Nürnberg, Zentrales Qualitätsmanagement



HWM-Update 2024

Neueste Trends und Entwicklungen im Hochschul- und Wissenschaftsmanagement

Workshop 5 (Raum tbc)

Die E-Akte zwischen Verwaltungshandeln und digitalem Change

Das Bundesverwaltungsamt definiert eine E-Akte als „nachvollziehbare, strukturierte Ablage [...] die alle aktenrelevanten Dokumente enthält“. Klingt als könnte es maximal weit entfernt sein von einem Wissenschaftsmanagement, das sich mit Begriffen wie „Kultur des Ermöglichens“ und „Managementprozesse mit Augenmaß“ (Kodex für gutes Wissenschaftsmanagement des Vereins „Netzwerk Wissenschaftsmanagement! e.V.“) bewusst von „klassischen“ Verwaltungsprozessen distanziert. Dennoch wird die E-Akte früher oder später auch das Wissenschaftsmanagement „ereilen“ und da die dortigen Prozesse häufig hoch individualisiert sind, ist die Einführung noch nicht einmal trivial.

Wir möchten mit unserem Workshop dreierlei erreichen:

- Ein Bewusstsein für die Begriffe „Aktenrelevanz“ und „Grundsätze der ordnungsgemäßen Aktenführung“ entwickeln und deutlich machen, warum - auch gerade aufgrund des damit verbundenen Potenzials - es sich aus unserer Sicht um Begriffe handelt, die sich das Wissenschaftsmanagement zu eigen machen sollte.
- Deutlich machen, dass die Einführung der E-Akte kein reines Technikthema ist, sondern es sich um ein Changethema handelt, das eng mit den Begriffen „Verwaltungsmodernisierung“ und „Prozessorientierung“ verknüpft ist und auch entsprechend bearbeitet werden sollte. Hierzu werden wir vom Stand unserer Arbeit bei der Einführung der E-Akte im Qualitätsmanagement der Universität Bielefeld berichten.
- Den Teilnehmer*innen eine erste Erkundung des eigenen Arbeitsfeldes ermöglichen: Welche Arbeitsvorgänge fallen an? Welche Wünsche an die Prozessunterstützung durch die E-Akte sollten formuliert werden? Welche Stolperfallen zeichnen sich ab, aber wo könnte man auch daran denken, das Schriftformerfordernis abzuschaffen?

Workshopmoderatorinnen:

Fabian Hartl, Universität Bielefeld, Strukturredakteur für die eAkte

Anna-Gesa Leuthardt, Universität Bielefeld, Entwicklungsplanerin Studium und Lehre

Bastian Simon, Universität Bielefeld, Justitiar für Studium und Lehre



HWM-Update 2024

Neueste Trends und Entwicklungen im Hochschul- und Wissenschaftsmanagement

Workshop 6 (Raum SL tbc)

Gemeinsam Veränderungen an Hochschulen gestalten: Diskutiert ihr noch, oder macht ihr schon?

Am Beispiel der Umstellung von der Programm- auf die Systemakkreditierung – was einen großen Change in den Verfahrensweisen zur Qualitätsentwicklung und Akkreditierung von Studiengängen bedeutet – wird in einem Werkstattbericht vorgestellt, wie die Hochschulmitglieder über eine sehr facettenreiche Kommunikations- und Beteiligungsstrategie informiert, beteiligt und mitgenommen wurden. Ausgehend von der Beobachtung, dass sich dezentral einige Fachbereichsleitungen schwertun, ihre Fachbereichsmitglieder bspw. bei einer Curriculumentwicklung adäquat mitzunehmen, sollen perspektivisch Good Practice kommuniziert und ergänzende Formate von zentraler Seite bereitgestellt werden. Dieser work in progress soll ebenfalls diskutiert werden.

Der durch die Systemakkreditierung initiierte Change hat viele Facetten; u.a. das Zusammenspiel von zentraler und dezentraler Hochschule, die Abstimmung an den Schnittstellen und die Einbindung und Beteiligung heterogener Stakeholder. Der Workshop bietet somit Anknüpfungspunkte für Teilnehmende aus den unterschiedlichsten Hochschulbereichen, mit größeren oder kleineren Changevorhaben. Die Teilnehmenden haben die Möglichkeit, eigene Beispiele und Herausforderungen vorzustellen und im kollegialen Austausch passgenaue Formate zu erarbeiten.

Workshopmoderator*innen:

Frederike Königs und Dr. Daniela Leitner, Hochschule Niederrhein



HWM-Update 2024

Neueste Trends und Entwicklungen im Hochschul- und Wissenschaftsmanagement

Workshop 7 (Raum tbc)

Employer Branding von Hochschulen

Was ist eigentlich eine Arbeitgebermarke? Kann es überhaupt eine einheitliche Arbeitgebermarke einer Hochschule geben - bei einer Vielzahl von Fakultäten, Fachrichtungen und Fachkulturen? Wenn ja, wie? Und weshalb ist eine hübsche Karriereseite noch kein Employer Brand?

Diesen und weiteren Fragen um, das Thema „Employer Branding von Hochschulen“ wollen wir im Workshop nachgehen.

Als Einstieg wird am Beispiel des Recruitments von Professor:innen an der Hochschule München (HM) ein Spannungsfeld zwischen Wissenschaft und Praxisfeld verdeutlicht. Die HM vermarktet ihre besonderen Stärken – Praxishnähe, Branchenkontakte, interdisziplinäre Ansätze – aggressiv und betont den Wert von angewandtem Wissen und direktem Industriebezug, um eine kontrastierende Marke zu den bekannten Exzellenzuniversitäten am Ort aufzubauen. Gegenüber dem Unternehmensumfeld gilt es, die spezifische, dynamische und innovationsfreudige Atmosphäre einer HAW in den Vordergrund zu rücken – und die Relevanz als Bildungsinstitution und Akteurin der gesellschaftlichen Transformation.

Ergänzt wird das Bild durch das Beispiel der TU Dortmund. Hier wird am Beispiel des Recruitings von nichtwissenschaftlichem Personal die Komplexität beleuchtet, geeignetes nichtwissenschaftliches Personal in einem wissenschaftlichen Umfeld zu finden. Die Personalgewinnung der TU Dortmund befindet sich in einem Prozess mit einem Fokus auf Personalmarketing um die Attraktivität als Arbeitgeberin u. a. auch für nichtwissenschaftliches Personal stärker nach außen zu kommunizieren.

Im weiteren Verlauf des Workshops wird den Teilnehmenden in der Gruppenarbeitsphase die Gelegenheit gegeben sich nach den beiden Inputs mit relevanten Fragestellungen zum Employer Branding von Hochschulen selbstständig auseinanderzusetzen.

Workshopmoderatorinnen:

Dr. Sven Winterhalder, Hochschule München

Katharina Borberg, Hochschule München

Leonie Schneider-Ophaus, TU Dortmund

Dr. Kai Handel, Hochschule Osnabrück, HWM-Kompetenzzentrum



HWM-Update 2024

Neueste Trends und Entwicklungen im Hochschul- und Wissenschaftsmanagement

Workshop 8 (Raum tbc)

Promoting a culture of quality - not an impossible task

The term "quality culture" is on everyone's lips in quality management not only at universities. Like "quality", however, "culture" is not an easy concept to grasp. In this short workshop, we want to get to the bottom of this vague concept and discuss questions such as: Is quality culture a good thing? Is there only one quality culture? What does it have to do with organisational culture? And more importantly, what can we do specifically to promote the development of a culture that supports quality development?

To answer these questions, we draw on organisational theory models and very pragmatic tools from organisational development. The aim is to enter into a very concrete dialogue about the abstract term "quality culture".

Workshopmoderatorin:

Petra Pistor, Wandelwerk – Zentrum für Qualitätsentwicklung, FH Münster