

UNIVERSITÄT
BAYREUTH



Informations- und Anreizsysteme für Dozent/inn/en

Ergebnisbericht Forschungsprojekt Quoro



Hinweis:

Das diesem Bericht zugrundeliegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung unter dem Förderkennzeichen 160H22059 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autor/inn/en.

Impressum:

Autor/inn/en: Stephan Höhle, Annika Rüger, Universität Bayreuth

Herausgegeben im Forschungsprojekt QuoRO, vertreten durch die Projektleiter Prof. Dr.-Ing. Dieter Brüggemann (Lehrstuhl für Technische Thermodynamik und Transportprozesse, Universität Bayreuth) und Prof. Dr. Manfred Miosga (Abteilung Stadt- und Regionalentwicklung, Universität Bayreuth)

Copyright: Vervielfachung oder Nachdruck auch auszugsweise zur Veröffentlichung durch Dritte nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Herausgeber/innen

Stand: 29. Juli 2020

Inhalt

1	Einleitung	1
2	Hochschulinterner Wettbewerb zur Gewinnung von Dozent/inn/en	1
	2.1. Beschreibung des Grundkonzeptes	1
	2.2. Herausforderungen und Hürden	2
	2.3. Alternative Umsetzung	3
3	Ansätze zur Gewinnung von Dozent/inn/en für die wissenschaftliche Weiterbildung	5
	3.1. Aktueller Stand der Forschung und Wissenschaft	5
	3.2. Identifikation sowie Festlegung von Anreizsystemen der Zielgruppe	7
	3.3. Aufbau der Befragung.....	8
	3.4. Zusammenfassung und Ausblick.....	9
4	Literaturverzeichnis.....	10
5	Anhang	11

1 Einleitung

Das übergeordnete Ziel des Forschungsprojektes QuoRO ist dem Fachkräftemangel in der Region Oberfranken entgegenzuwirken. Dies soll durch ein umfassendes Angebot an bedarfsgerechter und regionalspezifischer, berufsbegleitender Weiterbildung realisiert werden. Mit der Mobilisierung von Fachkräften kann eine langfristige und nachhaltige Verbesserung der oberfränkischen Wirtschaftsleistung erreicht werden.

Als wissenschaftliche Weiterbildung ist nach Definition der Kultusministerkonferenz die „Fortsetzung oder Wiederaufnahme organisierten Lernens nach Abschluss einer ersten Bildungsphase und in der Regel nach Aufnahme einer Erwerbstätigkeit [...], wobei das wahrgenommene Weiterbildungsangebot dem fachlichen und didaktischen Niveau der Hochschule entspricht“ (KULTUSMINISTERKONFERENZ 2001), zu verstehen.

In der ersten Förderphase des Forschungsprojekts QuoRO wurde eine Analyse interner sowie externer Umsetzungshemmnisse untersucht. Interne Hindernisse bilden dabei die angebotsseitigen Hürden ab, externe Hemmnisse stellen die Hürden der Nachfrageseite dar. Die gewonnene Erkenntnis dieser Analyse bestand vor allem in dem Aufzeigen fehlender bzw. nicht ausreichender Informations- und Anreizsysteme für Dozent/inn/en. Gerade das für die wissenschaftliche Weiterbildung fachlich besonders gefragte Lehrpersonal ist an Hochschulen zumeist aufgrund der intensiven Einbindung in (Forschungs-)Projekte, grundständiger Lehre sowie zusätzlicher Verantwortlichkeiten stark ausgelastet. Darüber hinaus werden häufig den Verpflichtungen in der Forschung Vorrang eingeräumt. Dies gilt insbesondere für die forschungsintensiven natur- und ingenieurwissenschaftlichen Fachbereiche, die auch gleichzeitig ein unterrepräsentiertes Weiterbildungsangebot aufweisen. Des Weiteren ist vielen Hochschulangehörigen nicht bekannt, dass wissenschaftliche Weiterbildung zum Angebotsportfolio der Hochschule zählt. Daher ist es Ziel des Forschungsprojekts, verstärkt über wissenschaftliche Weiterbildung sowie über die bisherigen bzw. geplanten Weiterbildungsangebote zu informieren und potenzielle Dozent/inn/en für ein Engagement zu sensibilisieren. Das vorliegende Arbeitspapier beschreibt und diskutiert die in der Projektlaufzeit untersuchten Lösungsansätze und Methoden zur Motivation und Gewinnung von Dozent/inn/en.

2 Hochschulinterner Wettbewerb zur Gewinnung von Dozent/inn/en

In diesem Kapitel wird zunächst die angedachte Idee eines hochschulinternen Wettbewerbs zur Gewinnung von Dozent/inn/en beschrieben. Nach der Diskussion der bei diesem Konzept festgestellten Herausforderungen und Hürden wird anschließend die alternative Umsetzung erläutert.

2.1. Beschreibung des Grundkonzeptes

Bereits in der ersten Förderphase des Forschungsprojekts QuoRO wurde ein Konzept erarbeitet, welches die Entwicklung von wissenschaftlichen Weiterbildungsprogrammen unterstützen soll,

potenzielle Dozent/inn/en schon frühzeitig in die Programmentwicklung einbindet und die wissenschaftliche Weiterbildung hochschulintern publik macht. Hierbei handelt es sich um einen hochschulinternen Wettbewerb, dessen Ablaufplan beispielhaft in Abbildung 1 skizziert ist.

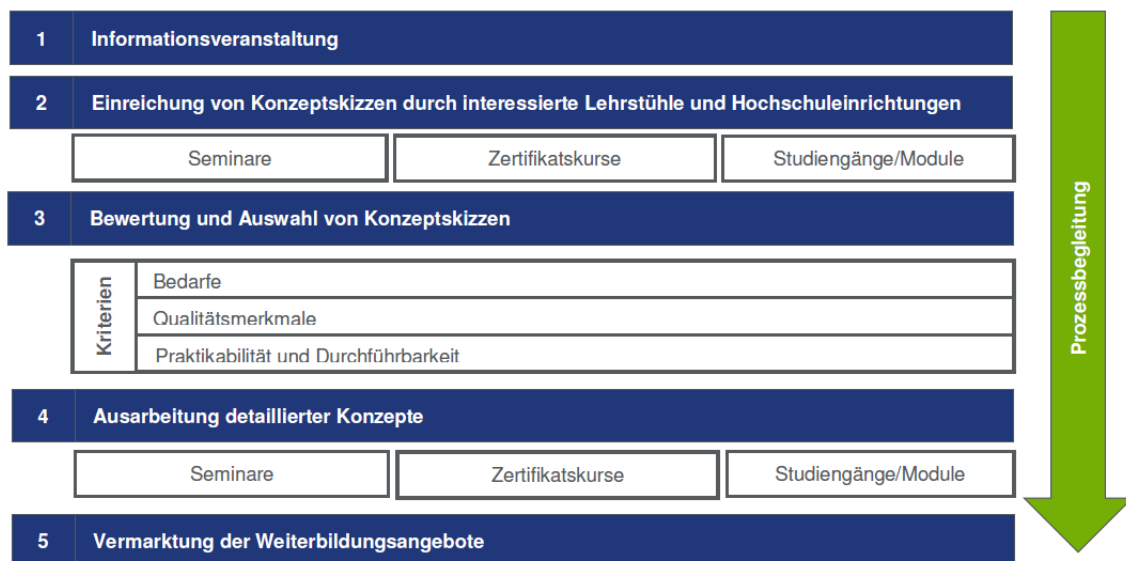


Abbildung 1: Hochschulinterner Wettbewerb zur Gewinnung von Dozent/inn/en

Ausgangspunkt des hochschulinternen Wettbewerbes ist eine hochschulübergreifende Informationsveranstaltung, welche zentral und offiziell über die Hochschulleitung angekündigt wird. Ziel dieser Informationsveranstaltung ist zunächst die Vorstellung der existierenden Weiterbildungsstrukturen der Hochschule, das Aufzeigen der verschiedenen Weiterbildungsformate, die Möglichkeiten zur aktiven Beteiligung sowie die Vorstellung bereits erfolgreich umgesetzter wissenschaftlicher Weiterbildungsprogramme. Weiterhin können individuelle Fragen zur Organisation und Umsetzung diskutiert werden. In der Informationsveranstaltung erfolgt auch der Aufruf zur Einreichung von Konzeptskizzen. Die Skizzen werden dabei von interessierten Dozent/inn/en bzw. dessen Hochschuleinheit selbst angefertigt, wodurch diese bereits frühzeitig in der Konzeptionsphase der Programmentwicklung eingebunden werden. Die Bewertung der eingereichten Konzeptskizzen erfolgt durch eine Jury, welche die Programmideen anhand unterschiedlicher Kriterien beurteilt. Im Fokus steht dabei vor allem der Abgleich mit den in der Region festgestellten Weiterbildungsbedarfen. Die aussichtsreichsten Konzepte werden mit einem Preis ausgezeichnet, wodurch ein zusätzlicher Anreiz geschaffen werden soll. Diese Konzepte werden anschließend detailliert ausgearbeitet und zu marktreifen Weiterbildungsangeboten weiterentwickelt.

2.2. Herausforderungen und Hürden

Bei der konkreten Umsetzung des in der ersten Projektphase und im Kapitel 2.1. beschriebenen Ansatzes eines hochschulinternen Wettbewerbs treten bei genauerer Betrachtung vielfältige Herausforderungen und Hürden auf, welche im Folgenden detailliert erläutert und diskutiert werden.

Bereits mit der vorgelagerten Informationsveranstaltung zum Auftakt des Wettbewerbes sind einige unerwünschte Nebeneffekte verbunden. Durch diese einmalig angesetzte Veranstaltung wird selbstverständlich nur der tatsächlich teilnehmende Personenkreis adäquat über die wissenschaftliche Weiterbildung an der Hochschule informiert. Am Veranstaltungstermin verhindertes oder nach dem Termin neu hinzukommendes Lehrpersonal bzw. zeitlich ohnehin stark ausgelastete Hochschullehrer/innen wären durch diese Form der Informationsveranstaltung somit weiterhin nicht für die wissenschaftliche Weiterbildung zu gewinnen. Die durchdringende Vermittlung von relevanten Informationen zu aussichtsreichen Themenfeldern und Formaten sowie Finanzierung und Organisation von Weiterbildungsmaßnahmen wäre damit nur durch regelmäßig wiederkehrende Veranstaltungen möglich, womit ein sehr hoher organisatorischer und personeller Aufwand verbunden ist.

Ein völlig offen gestalteter Wettbewerb bietet die Möglichkeit, Konzeptskizzen zu beliebigen Themengebieten einzureichen. Dabei besteht zwar die Chance, sehr innovative Ideen zu wissenschaftlichen Weiterbildungsprogrammen vorgelegt zu bekommen, aber auch das große Risiko, dass die Einreichungen fernab der regional festgestellten Weiterbildungsbedarfe liegen. Eine Einschränkung potenzieller und aussichtsreicher Themengebiete bereits in der Informationsveranstaltung wäre zwar denkbar und möglich, könnte aber zu Unmut und dem Gefühl von Geringschätzung der Arbeit bei Dozent/inn/en im Bereich nicht genannter Themenschwerpunkte führen.

Auch die Bewertung und Auswahl der eingereichten Konzeptskizzen durch die Jury birgt vielfältige Herausforderungen. Zunächst stellt sich hier die Frage der personellen Zusammenstellung eines solchen Gremiums. Die Teilnehmer/innen müssten zur objektiven Bewertung der Konzeptskizzen sowohl das Fachwissen zur qualitativen Bewertung der eingereichten Inhalte besitzen als auch mit den Besonderheiten bezüglich Praktikabilität und Durchführbarkeit der Programme sowie den Bedarfen im Bereich der wissenschaftlichen Weiterbildung vertraut sein. Weiterhin stellt sich die Frage, durch welche Anreize Hochschulangehörige zu einer solchen zusätzlichen Jury-Tätigkeit motiviert werden können.

Aufgrund der geschilderten Herausforderungen wurde daher frühzeitig die ursprünglich geplante Umsetzung eines hochschulinternen Wettbewerbs aufgegeben, weil damit keine nachhaltige Informationspolitik und positive Öffentlichkeitsarbeit für die wissenschaftliche Weiterbildung an der Hochschule zu erwarten ist.

2.3. Alternative Umsetzung

Als sinnvollere und nachhaltigere Vorgehensweise wurde der Ansatz verfolgt, durch fortlaufend verteilbare Informationsmaterialien Dozent/inn/en über die wissenschaftliche Weiterbildung an der Hochschule zu informieren. Diese Informationsmaterialien können im Gegensatz zu einer einmaligen Informationsveranstaltung mit geringem Personalaufwand und regelmäßig wiederkehrend zur Öffentlichkeitsarbeit und zu Informationszwecken eingesetzt werden. Somit erreicht man bei zyklischer zentraler Verteilung über die Hochschulleitung zumindest alle aktiven Dozent/inn/en, und nicht nur die Teilnehmer/innen der Informationsveranstaltung. Neben der

hochschulweiten Verteilung können die Informationsmaterialien zudem zur gezielten Ansprache von Dozent/inn/en oder Forschungseinrichtungen eingesetzt werden, um die Entwicklung von bedarfsorientierten Weiterbildungsprogrammen voranzutreiben. Grundsätzlich können diese Informationsmaterialien auch als Ersatz für eine Informationsveranstaltung dienen, womit das in Abbildung 1 skizzierte Konzept eines hochschulinternen Wettbewerbs in leicht abgeänderter Form durchführbar wäre.

Die dafür erstellte Informationsbroschüre soll den Dozent/inn/en eine kompakte und übersichtliche Zusammenstellung der häufigsten Fragen und Antworten zu Themen der wissenschaftlichen Weiterbildung an der Hochschule liefern. Relevante Fragen sind beispielsweise:

- Was ist die Campus-Akademie für Weiterbildung der Universität Bayreuth?
- Was sind die Voraussetzungen für Dozent/inn/en in der wissenschaftlichen Weiterbildung?
- Wer ist die richtige Ansprechperson für meine Idee?
- Woher weiß ich, ob meine Idee von Interesse ist bzw. ob es eine passende Zielgruppe gibt?
- Ist der inhaltliche Umfang meiner Idee ausreichend?
- Welches Veranstaltungsformat passt zu meiner Idee?
- Welchen Nutzen haben Dozent/inn/en von der Tätigkeit?
- Wer organisiert und vermarktet meine Veranstaltung?
- Mit welchem Zeithorizont ist für die Planung und Umsetzung zu rechnen?

Die Antworten auf diese Fragestellungen wurden durch Interviews mit drei Mitarbeiter/inne/n der Campus-Akademie für Weiterbildung der Universität Bayreuth herausgearbeitet. Daraus wurden die offensichtlich vorhandenen Informationsbedarfe für potenzielle Dozent/inn/en abgeleitet. Die daraus erstellte Informationsbroschüre „Lehren in der wissenschaftlichen Weiterbildung – Informationen für Professor/inn/en“ (siehe Anhang) informiert dabei über die folgenden Themenblöcke:

- Die Campus-Akademie für Weiterbildung: Es wird über das generelle Vorhandensein einer Weiterbildungseinrichtung an der Universität Bayreuth und deren Dienstleistungsangebot informiert.
- Wissenschaftliche Weiterbildung an der Universität Bayreuth: Die Bedeutung der wissenschaftlichen Weiterbildung als Aufgabe der Universität Bayreuth wird verdeutlicht.
- Veranstaltungsformate der wissenschaftlichen Weiterbildung: Es werden bereits erfolgreich etablierte Weiterbildungsformate vorgestellt und beispielhafte Veranstaltungsdauern, Teilnahmegebühren und die erreichbaren Abschlüsse gezeigt.
- Mitwirkung an Weiterbildungsprogrammen: Hier werden den potenziellen Dozent/inn/en die Möglichkeiten zur Mitwirkung an bestehenden oder geplanten Weiterbildungsprogrammen erörtert sowie die damit verbundenen Aufgaben vermittelt.
- Umsetzung Ihrer eigenen Idee/Veranstaltung: Den Dozent/inn/en werden die Möglichkeiten zur Konzeption einer eigenständigen Veranstaltung mit wissenschaftlicher Programmleitung erläutert sowie die damit verbundenen Aufgaben vermittelt.

- Vorteile einer Beteiligung in der wissenschaftlichen Weiterbildung: Der Zusatznutzen der Dozent/inn/en bei der Beteiligung in der wissenschaftlichen Weiterbildung wird in den Vordergrund gestellt.

Für diese Broschüre ist nun eine regelmäßige Verteilung an der Universität Bayreuth über die Hochschulleitung vorgesehen.

3 Ansätze zur Gewinnung von Dozent/inn/en für die wissenschaftliche Weiterbildung

Durch den aktuellen Mangel an Dozent/inn/en gestaltet es sich schwierig, (weitere) wissenschaftliche Weiterbildungsangebote zu realisieren. Deshalb ist – neben ausreichenden Informationssystemen – die Entwicklung von innovativen sowie attraktiven Anreizsystemen unabdingbar, um künftig neue Dozent/inn/en für ein Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung zu gewinnen oder bereits in der wissenschaftlichen Weiterbildung aktive Dozent/inn/en zu überzeugen, sich auch in Zukunft in der Weiterbildung zu beteiligen. Während die Erstellung einer Informationsbroschüre am Problem der Informationsgabe ansetzen soll, wurden parallel im Forschungsprojekt verschiedene, bereits existierende Anreizsysteme analysiert, auf die Dozent/inn/en der wissenschaftlichen Weiterbildung übertragen, für diese besondere Zielgruppe angepasst sowie weiterentwickelt.

3.1. Aktueller Stand der Forschung und Wissenschaft

Nach heutigem Stand kann nur auf wenige themenspezifische Vorarbeiten im Forschungsbereich „Anreize in der wissenschaftlichen Weiterbildung“ zurückgegriffen werden. Um eine grobe theoretische Einordnung sowie einen ersten Überblick über mögliche Anreizsysteme zu erhalten, wurde im ersten Schritt eine Literaturrecherche zum Forschungsproblem „Kunden- und Mitarbeiterbindung“ durchgeführt (LOFFING & LOFFING 2010, BECKER & KRAMARSCH 2006). Grund für dieses Zurückgreifen ist die Ähnlichkeit des Untersuchungsgegenstandes sowie das Ziel, also die Gewinnung bzw. Bindung einer bestimmten Zielgruppe. Ausgehend von typischen Instrumenten der Kunden- und Mitarbeiterbindung muss, in Anlehnung an die vorliegenden empirischen Beiträge, zwischen monetären und nicht-monetären Anreizsystemen sowie der Art des Nutzens differenziert werden (RUDOLPH & NAGENGAST 2013, PUCHNER & HENNIG-THURAU 2011, ROEHM et al. 2002). Basierend auf diesen Ergebnissen wurde eine Tabelle mit einer Auswahl möglicher Anreizinstrumente, die auf Dozent/inn/en in der wissenschaftlichen Weiterbildung übertragen werden können, erstellt (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Auswahl möglicher Anreizinstrumente für Dozent/inn/en in der wissenschaftlichen Weiterbildung

	Instrumente der Mitarbeiterbindung	Instrumente der Kundenbindung
Monetäre Anreizsysteme	<ul style="list-style-type: none"> • Attraktive Zusatzvergütung • Altersvorsorge • Verpflegung • Gutscheine & Geschenke 	<ul style="list-style-type: none"> • Preisdifferenzierung, z.B. Vergütung in Abhängigkeit von: <ul style="list-style-type: none"> – Dienstjahren – Zufriedenheit – Anzahl der Veranstaltungen • Rabatte/Kundenkarten (z.B. für Teilnahme an Weiterbildungen)
Nicht-monetäre Anreizsysteme	<ul style="list-style-type: none"> • Aufgabengestaltung • Maßnahmen zur Gesundheitsförderung • Verbesserung der Karriereperspektiven • Beschäftigungssicherheit • Personalentwicklung & Weiterbildung • Gutes Betriebsklima • Flexible Arbeitszeiten • Kinderbetreuung • Job-Angebote für Ehe-/Lebenspartner/in • Anerkennung von Leistungen (z. B. Dozent/in des Monats, Presse) • Teilnahme an Events (z. B. Feiern, Family Day) • Wohlfühl-Angebote (z. B. Massagen, Freizeitangebote) 	<ul style="list-style-type: none"> • Branding der Weiterbildung • Emotionale Markenbindung • Newsletter • Gewinnspiele • Bonusprogramme • Kundenclub (sog. Dozierenden-Club) • Zeitschrift • Events • Servicenummer • Beschwerdemanagement • Besuche • Standortwahl/Ubiquität • Garantien (z.B. Vertragsdauer)

Im nächsten Schritt wurden die Ergebnisse einer der wenigen Online-Befragungen zum Thema „Warum und unter welchen Bedingungen lehren Dozierende in der wissenschaftlichen Weiterbildung?“, die auch im Rahmen des Bund-Länder-Wettbewerbs „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“ durchgeführt wurde, näher untersucht (siehe SCHMID & WILKESMANN 2018). Die Teilnehmer/innen dieser umfangreichen Befragung von Christian J. Schmid und Uwe Wilkesmann (2018) waren ausschließlich Dozent/inn/en in bereits laufenden Projekten bzw. Studienangeboten des Bund-Länder-Wettbewerbs „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“ aus ganz Deutschland. Die Befragungsteilnehmer/innen sind ein sehr entscheidender Faktor, welcher nicht nur die Beteiligung bzw. Rücklaufquote, auf die im weiteren Verlauf dieses Arbeitspapiers noch ausführlicher eingegangen wird, sondern auch auf die Antworten der Fragen einen bedeutsamen Einfluss haben. Im Fokus der Online-Befragung von Schmid und Wilkesmann standen Fragen zu den „Beweggründen“, das heißt die Motivationen sowie Hemmnisse von Dozent/inn/en, sich in der wissenschaftlichen Weiterbildung zu engagieren.

Grundsätzlich werden in der wissenschaftlichen Weiterbildung zwei Arten der Beteiligung unterschieden. Neben einem Engagement als Dozent/in sind auch eine Beteiligung an der Konzeption und/oder die Leitung eines wissenschaftlichen Weiterbildungsprogramms möglich. In dieser vorliegenden Online-Befragung wurde nicht zwischen den verschiedenen Beteiligungsmög-

lichkeiten für Dozent/inn/en unterschieden. Neben den zuvor genannten Beweggründen wurden organisationale Bedingungen abgefragt sowie der Weiterbildungsauftrag deutscher Hochschulen kritisch hinterfragt. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass sich die befragten Dozent/inn/en vor allem aufgrund der Lehrtätigkeit selbst in der wissenschaftlichen Weiterbildung engagieren. Dazu zählen Faktoren wie Spaß, Freude oder ein großes Interesse am Lehren allgemein. Ein weiteres Motiv sind die sogenannten Erlebniszustände. Hier können beispielsweise das Leisten eines Beitrags zur beruflichen Verbesserung der Weiterbildungsteilnehmer/innen oder zur gesellschaftlichen Weiterbildung, aber auch das Sammeln von wertvollen Erfahrungen mit neuen Lehr-Lern-Methoden, genannt werden.

Um die Mobilisierung von Fachkräften sicher zu stellen und somit gleichzeitig dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, müssen (neue) Dozent/inn/en für ein Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung überzeugt und gewonnen werden. Deshalb soll ein Fragebogen konzipiert werden, bei dem der Fokus auf der Kompaktheit liegt. Ein kompakter Fragebogen, also ein Fragebogen, der so kurz wie möglich, aber so lang wie nötig gehalten ist, hat den Vorteil, dass die Rücklaufquote hoch ist, bei gleichzeitig gewissenhaft getroffener Antworten. Eine Vielzahl an ausgefüllten Fragebogen hat zudem den Vorteil, dass die Ergebnisse repräsentativ sind. Inhaltlich beschäftigt sich die Befragung mit der Fragestellung, welche Anreize Auswirkungen auf die Gewinnung von Dozent/inn/en für ein Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung haben.

3.2. Identifikation sowie Festlegung von Anreizsystemen der Zielgruppe

Durch die Kombination aus Literaturrecherchen, die unter anderem zum Thema Kunden- und Mitarbeiterbindung durchgeführt wurden, einer Analyse der Ergebnisse der Online-Befragung „Warum und unter welchen Bedingungen lehren Dozierende in der wissenschaftlichen Weiterbildung?“, Brainstorming, Meetings sowie Fachgesprächen mit in der wissenschaftlichen Weiterbildung Engagierten konnten bereits vorhandene sowie mögliche innovative Anreizsysteme identifiziert werden. Nach einer Vielzahl an Gesprächen innerhalb des Projektteams sowie mit einigen bereits in der wissenschaftlichen Weiterbildung aktiven Dozent/inn/en, konnten hieraus konkrete Fragen, inklusive der dazugehörigen Frageitems, abgeleitet werden. Anschließend wurden diese gefiltert und schlussendlich nur Items berücksichtigt, die auch mit hoher Wahrscheinlichkeit ohne zu große Einschränkungen realisierbar sind. Beispiele für ausgeschlossene Items sind ein Firmenwagen, ein Mitarbeiter-Kredit¹ oder das sog. „Mitarbeiter-Leasing“², da diese rechtlich an einer Hochschule nicht umsetzbar sind. An dieser Stelle ist anzumerken, dass zum jetzigen Zeitpunkt die identifizierten Items noch nicht auf ihre jeweilige rechtliche Komponente geprüft wurden. Grund hierfür ist die Komplexität und das fehlende Know-how in diesem Fachbereich.

¹ Ein Mitarbeiter-Kredit ist ein Kredit mit speziellen Konditionen.

² Mit dem sog. „Mitarbeiter-Leasing“ können teure Produkte steuerfrei über die Gehaltsabrechnung geleast werden.

Die Befragung richtet sich neben bereits in der Weiterbildung engagierten auch an potenzielle Dozent/inn/en und damit an alle Wissenschaftler/innen sowie Hochschulangehörigen, die für eine Lehrtätigkeit in der wissenschaftlichen Weiterbildung in Frage kommen oder diese bereits ausüben. Bei dieser Umfrage müssen die Befragungsteilnehmer/innen nicht zwingend an einer Hochschule tätig sein und/oder bereits (Lehr-)Erfahrung in der wissenschaftlichen Weiterbildung besitzen. Mit dieser Erweiterung der Zielgruppe soll herausgefunden werden, aus welchen Gründen sich Dozent/inn/en bisher in der wissenschaftlichen Weiterbildung engagieren. Darüber hinaus sollen durch die Befragung Informationen über die Bedingungen, unter denen potenzielle Dozent/inn/en bereit wären, sich in der wissenschaftlichen Weiterbildung zu engagieren, ermittelt werden. Um eine hohe Beteiligung, also eine hohe Rücklaufquote bei gleichzeitig geringer Abbruchquote, zu erreichen, wurde bei der Erstellung der Online-Befragung und den anschließend durchgeführten Pre-Tests genau darauf geachtet, dass die gewissenhafte Beantwortung aller Fragen zusammen nicht mehr als 5-10 Minuten in Anspruch nimmt. Dabei sind die meisten Frageitems anhand einer 5er-Likert-Skala³ sowie der Ausweichoption „kann ich nicht beurteilen“ zu bewerten. Diese Vorgehensweise hat einerseits den Vorteil, dass die Befragungsteilnehmer/innen nur wenig Zeit für die Beantwortung der Fragen benötigen. Andererseits ist die Auswertung der Ergebnisse schnell, einfach und eindeutig.

3.3. Aufbau der Befragung

In diesem Abschnitt soll auf die Besonderheiten der Befragung, die sich im Anhang dieses Arbeitspapiers befindet, eingegangen werden. Zu Beginn des Fragebogens sollen die Befragungsteilnehmer/innen die zwei folgenden Aussagen, „Ich habe Interesse, mich als Dozent/in in der wissenschaftlichen Weiterbildung zu engagieren.“ und „Ich habe Interesse, ein neues wissenschaftliches Weiterbildungsprogramm zu konzeptionieren und gegebenenfalls dieses auch zu leiten.“, anhand einer 5er-Likert-Skala bewerten. Hiermit soll herausgefunden werden, ob – abhängig von der Beteiligungsart – ein Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung grundsätzlich in Frage kommt. Mit den sich anschließenden Fragen „Wie wichtig sind Ihnen folgende Faktoren für ein (mögliches) persönliches Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung?“ und „Welche der folgenden Hemmnisse stehen Ihrer möglichen Beteiligung oder einem stärkeren Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung entgegen?“ sollen die Motivationen und Hemmnisse (potenzieller) Dozent/inn/en abgefragt werden. Dieser Themenbereich wird in der Online-Befragung nur kurz angeschnitten, sodass die Befragungsteilnehmer/innen hier lediglich 16 Items bewerten sollen. Das hat den Grund, dass der Fragebogen so kurz wie möglich gehalten werden soll. Für die Auswahl der Frageitems wurden, neben den Fachgesprächen mit aktiven Dozent/inn/en, die Ergebnisse der bereits durchgeführten Online-Befragung berücksichtigt (SCHMID & WILKESMANN 2018). Darüber hinaus besteht nach den zwei Fragen die

³ Eine Likert-Skala ist eine Ratingskala, mit der die persönliche Einstellung gemessen wird. Dabei können die Befragten durch Ankreuzen auf einer mehrstufigen Antwortskala unterschiedlichen Inhalten von Fragen und Aussagen mehr oder weniger stark zustimmen bzw. diese ablehnen. Aufgrund einer kompakten Darstellung der Fragen als Item-Matrix zählen Likert-Skalen zu den wichtigsten und am häufigsten benutzten Instrumenten zur sozialwissenschaftlichen Datenerhebung. (MENOLD & BOGNER 2015)

Möglichkeit, nicht aufgeführte, aber für den/die Befragungsteilnehmer/in wichtige Motive bzw. Hemmnisse durch Eingabe in ein offenes Feld anzugeben. Der Schwerpunkt des neu konzipierten Fragebogens liegt auf der Frage „Wie wichtig sind Ihnen folgende Anreize für eine mögliche Beteiligung oder ein stärkeres Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung?“, also welche Anreizsysteme für (potenzielle) Dozent/inn/en interessant sind. Diese Antworten sind folgenden drei Bereichen zugeordnet: monetär, nicht-monetär und Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen. Im monetären Teil, der gleichzeitig im Mittelpunkt der Befragung steht, sollen sowohl eine „feste Vergütung“ als auch eine „Vergütung nach Anzahl der Teilnehmenden“ mittels einer 5er-Likert-Skala bewertet werden. Im nicht-monetären Bereich gibt es drei Frageitems: „Anrechnung auf das Lehrdeputat“, „Sonderkonditionen für die persönliche Teilnahme an wissenschaftlichen Weiterbildungsprogrammen der Universität Bayreuth“ und „Darstellung in der Öffentlichkeit“. Hier ist besonders das Item „Anrechnung auf das Lehrdeputat“ hervorzuheben, da aktuell hiervon in der Praxis nur in Ausnahmefällen Gebrauch gemacht wird. Im dritten Teil, Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen, wird das Item „Individuelle Kinderbetreuung während des Engagements in der wissenschaftlichen Weiterbildung“ abgefragt. Anschließend können auch an dieser Stelle wieder in ein offenes Feld weitere relevante Anreize eingetragen werden. Besonders hervorzuheben ist, dass, nach Wissen der Autor/inn/en, erstmalig im Forschungsbereich „Anreize in der wissenschaftlichen Weiterbildung“ in einer Umfrage konkret abgefragt wird, welche Vergütung (potenzielle) Dozent/inn/en für ein Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung als angemessen erachten. Daher wird explizit die Frage „Welche Vergütung erachten Sie für Ihr (mögliches) Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung als angemessen?“ gestellt. Durch die Eingabe eines geschätzten Brutto-Betrags in ein freies Eingabefeld soll diese Frage konkret beantwortet werden, auch wenn gleichzeitig die Frage einer angemessenen Vergütung ein hochsensibles Thema darstellt. Nach heutigem Stand sind den Autor/inn/en zu dieser Thematik noch keine (Forschungs-)Ergebnisse bekannt. Deshalb kann aktuell über die Höhe einer angemessenen Vergütung nur spekuliert werden.

3.4. Zusammenfassung und Ausblick

Mithilfe der neugewonnenen Ergebnissen soll einerseits dem Mangel an Dozent/inn/en entgegen gewirkt und (neue) Dozent/inn/en für ein Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung gewonnen werden. Andererseits soll auf die wissenschaftliche Weiterbildung aufmerksam und für dieses Thema sensibilisiert werden.

Die Durchführung der Online-Befragung mit mindestens 50 Hochschulangehörigen sowie eine anschließende Veröffentlichung ist für Ende des Jahres 2020 geplant.

4 Literaturverzeichnis

- BECKER, F.G. & KRAMARSCH, M.H. (2006): Leistungs- und erfolgsorientierte Vergütung für Führungskräfte. Praxis der Personalpsychologie 11. Göttingen: Hogrefe.
- KULTUSMINISTERKONFERENZ (2001). Sachstands- und Problemlbericht zur „Wahrnehmung wissenschaftlicher Weiterbildung an Hochschulen“ (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 21.09.2001). http://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/veroeffentlichungen_beschluesse/2001/2001_09_21-Problemlbericht-wiss-Weiterbildung-HS.pdf (Zugriff: 2020-07-24).
- LOFFING, D. & LOFFING, C. (2010): Mitarbeiterbindung ist lernbar: Praxiswissen für Führungskräfte in Gesundheitsfachberufen. Berlin: Springer.
- MENOLD, N. & BOGNER, K. (2015). Gestaltung von Ratingskalen in Fragebögen. Mannheim, GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften (SDM Survey Guidelines). https://www.gesis.org/fileadmin/upload/SDMwiki/Archiv/Ratingskalen_MenoldBogner_012015_1.0.pdf (Zugriff: 2020-07-24).
- PUCHNER, G. & HENNIG-THURAU, T. (2011): Kundenbindung durch Relationship-Marketing-Instrumente. Reihe 3. Lohmar: Eul.
- ROEHM, M.L., PULLINS, E.B. & ROEHM, H.A. (2002): Designing Loyalty-Building Programs for Packaged Goods Brands. – Journal of Marketing Research 39, 2, 202–213.
- RUDOLPH, T. & NAGENGAST, L. (2013): Kundenbindung in Handels- und Serviceunternehmen – Die Wirkung von Kundenbindungsinstrumenten auf Einstellungen und Kaufverhalten. – Journal für Betriebswirtschaft 63, 1, 3–44.
- SCHMID, C.J. & WILKESMANN, U. (2018): Warum und unter welchen Bedingungen lehren Dozierende in der wissenschaftlichen Weiterbildung? Ergebnisse einer Online-Befragung. Thematischer Bericht der wissenschaftlichen Begleitung des Bund-Länder-Wettbewerbs "Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen". Frankfurt.

5 Anhang

Informationsbroschüre

 	
<h1>Lehren in der wissenschaftlichen Weiterbildung</h1> <p><i>Informationen für Professor/inn/en</i></p>	<h2>Die Campus-Akademie für Weiterbildung</h2>
	<p>Die Campus-Akademie ist ein wissenschaftlicher Dienstleistungsanbieter der Universität Bayreuth und organisiert seit 2003 die wissenschaftlichen Weiterbildungsangebote der Universität. Sie unterstützt Dozierende und Programmentwickler bei der Konzeption, Entwicklung und Umsetzung von Weiterbildungsprogrammen, plant und organisiert den Ablauf der Veranstaltungen und führt Programmevaluationen durch. Zudem ist die Campus-Akademie in Forschungsprojekten, wissenschaftlichen Veranstaltungen und bei der Unterstützung regionaler Unternehmensnetzwerke aktiv.</p>
 	<p>weiter LERNEN. weiter KOMMEN.</p>



Wissenschaftliche Weiterbildung an der Universität Bayreuth

Die Campus-Akademie fördert als zentraler Anbieter wissenschaftlicher Weiterbildung den wechselseitigen Austausch von Wissen zwischen der Universität und Akteuren aus Gesellschaft und Wirtschaft durch an aktuelle Bedarfe angepasste Weiterbildungsangebote.

Zu diesen Angeboten zählen neben verschiedenen Seminarformaten und Zertifikatslehrgängen auch berufsbegleitende Studiengänge. In allen Formaten werden die Weiterbildungsinhalte auf universitärem Niveau durch renommierte Dozierende aus Wissenschaft und Praxis vermittelt. Die Weiterbildungsangebote richten sich an berufstätige Einzelpersonen, aber auch an Unternehmen und werden ausschließlich kostenpflichtig angeboten.



Veranstaltungsformate der wissenschaftlichen Weiterbildung

Das Veranstaltungsformat wird in der Regel individuell an die jeweilige Zielgruppe angepasst. Bereits erfolgreich umgesetzte Formate sind beispielsweise:

Seminar: Verhandlungstraining

Dauer: 2 Tage

Preis: 890 €

Abschluss: Teilnahmebestätigung

Zertifikatskurs: CR-Management für Praktiker

Dauer: 5 Tage

Preis: 3.250 €

Abschluss: Zertifikat

Studiengang: MBA Sportmanagement

Dauer: 4 Semester

Preis: 15.600 €

Abschluss: MBA



Ihre Mitwirkung an Weiterbildungsprogrammen ...

Die Campus-Akademie baut ihr Angebot an wissenschaftlicher Weiterbildung beständig aus und lädt Sie gerne dazu ein, im Rahmen einer nebenberuflichen Lehrtätigkeit dabei mitzuwirken. Sie übernehmen beispielsweise Teilmodule in bestehenden oder geplanten Weiterbildungsprogrammen und vermitteln Ihre praxisrelevanten und innovativen Inhalte an eine sehr heterogene, berufserfahrene Zielgruppe.

Die Campus-Akademie nimmt Ideen aus Ihrem Fachbereich gerne entgegen und unterstützt Sie bei der Integration in bestehende oder geplante Weiterbildungsprogramme.



... oder die Umsetzung Ihrer eigenen Idee/Veranstaltung.

Neben der Mitwirkung an Weiterbildungsprogrammen besteht die Möglichkeit, aus Ihrer Idee eine eigenständige Veranstaltung zu konzipieren und zu entwickeln. Sie übernehmen hierbei die wissenschaftliche Programmleitung und definieren die Zielgruppe, die Inhalte sowie das Veranstaltungsformat. Die Lehrinhalte können dabei, je nach Umfang der Veranstaltung, entweder von Ihnen selbst oder gemeinsam mit anderen internen oder externen Partnern vermittelt werden.

Die Campus-Akademie unterstützt Sie bei allen Fragen und beim gesamten Entwicklungsprozess sowie bei der Vermarktung, der Durchführung und der Evaluation Ihres Weiterbildungsprogrammes.



Vorteile einer Beteiligung in der wissenschaftlichen Weiterbildung

- Vernetzung mit Unternehmen und Institutionen aus der Region sowie darüber hinaus
- Wechselseitiger Austausch von Wissen mit Akteuren aus der Praxis
- Verwertung eigener Forschungsergebnisse durch den Transfer in die Praxis
- Zusätzliche Vergütung im Rahmen einer Nebentätigkeit an der Universität Bayreuth
- Persönliche Weiterentwicklung durch Sammeln wertvoller Lehrerfahrungen mit Berufstätigen
- Mitwirkung bei der Umsetzung der Struktur- und Entwicklungsziele der Universität Bayreuth
- Erhöhte Sichtbarkeit über die Hochschule hinaus



Sie haben Interesse, in der wissenschaftlichen Weiterbildung an der Universität Bayreuth mitzuwirken? Dann wenden Sie sich gerne an die Campus-Akademie.

Campus-Akademie der Universität Bayreuth

Universitätsstraße 30
95447 Bayreuth

Tel.: +49(0)921/55-7308

Fax: +49(0)921 55-7333

E-Mail: weiterbildung@uni-bayreuth.de

Website: www.campus-akademie.de

Folgen Sie uns auf:



Fragebogen

Wissenschaftliche Weiterbildung gilt als Fortsetzung oder Wiederaufnahme organisierten Lernens nach Abschluss einer ersten Bildungsphase und in der Regel nach Aufnahme einer Erwerbs- oder Familientätigkeit. Typische Angebotsformate der wissenschaftlichen Weiterbildung sind berufsbegleitende Studiengänge, Zertifikatslehrgänge oder Weiterbildungsseminare.

Für interessierte Hochschulangehörige ist sowohl ein Engagement als Dozent/in als auch eine Beteiligung an der Konzeption und Leitung eines neuen wissenschaftlichen Weiterbildungsprogramms möglich.

1. Wie beurteilen Sie folgende Aussagen?						
	Stimme voll und ganz zu	Stimme zu	Teils/teils	Stimme nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu	Kann ich nicht beurteilen
Ich habe Interesse, mich als Dozent/in in der wissenschaftlichen Weiterbildung zu engagieren.						
Ich habe Interesse, ein neues wissenschaftliches Weiterbildungsprogramm zu konzeptionieren und gegebenenfalls dieses auch zu leiten.						

2. Wie wichtig sind Ihnen folgende Faktoren für ein (mögliches) persönliches Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme zu	Teils/teils	Stimme nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu	Kann ich nicht beurteilen
Zusätzliche Kontakte						
Gesellschaftlicher Beitrag durch Wissenstransfer in die Praxis						
Verwertung von eigenen Forschungsergebnissen						
Zusätzliches Einkommen						
Zusätzliche Beachtung und Anerkennung innerhalb sowie außerhalb der Hochschule						
Austausch mit berufserfahrenen Teilnehmenden						
Freude am Lehren						
Einsatz neuer Lehr-Lern-Methoden möglich						
Wertschätzung der eigenen Kompetenz						
Persönliche Weiterentwicklung durch neue Herausforderungen						

3. Gibt es noch weitere relevante Motive für Sie? Wenn ja, welche?

--

4. Welche der folgenden Hemmnisse stehen Ihrer möglichen Beteiligung oder einem stärkeren Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung entgegen?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme zu	Teils/teils	Stimme nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu	Kann ich nicht beurteilen
Zu geringe Anerkennung der wissenschaftlichen Weiterbildung im Kollegium						
Verhältnis der zusätzlichen Vergütung zum Zeitaufwand nicht attraktiv						
Keine Freude an der Lehre						
Vorrang anderer beruflicher Tätigkeiten						
Zu wenig Zeit für Privatleben						
Besondere Anforderungen der Zielgruppe (berufstätige und zahlende Teilnehmende)						

5. Gibt es noch weitere relevante Hemmnisse für Sie? Wenn ja, welche?

--

6. Wie wichtig sind Ihnen folgende Anreize für eine mögliche Beteiligung oder ein stärkeres Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung?

	Stimme voll und ganz zu	Stimme zu	Teils/teils	Stimme nicht zu	Stimme überhaupt nicht zu	Kann ich nicht beurteilen
Monetär						
Feste Vergütung						
Vergütung nach Anzahl der Teilnehmenden						
Nicht-Monetär						
Anrechnung auf das Lehrdeputat						
Sonderkonditionen für die persönliche Teilnahme an wissenschaftlichen Weiterbildungsprogrammen der Universität Bayreuth						
Darstellung in der Öffentlichkeit						
Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen						
Individuelle Kinderbetreuung während des Engagements in der wissenschaftlichen Weiterbildung						

7. Gibt es noch weitere relevante Anreize für Sie? Wenn ja, welche?

--

8. Welche Vergütung erachten Sie für Ihr (mögliches) Engagement in der wissenschaftlichen Weiterbildung als angemessen? (Bitte geben Sie einen Schätzbetrag in brutto an.)

	Euro je Unterrichtseinheit (Dauer: 45 min)
	Euro für die Korrektur einer Prüfungsleistung (je 1-stündige Klausur oder Bearbeitung einer Fallstudie eines Teilnehmenden)
	Euro für die Konzeption eines 4-tägigen Zertifikatslehrgangs (ca. 4x 8 Unterrichtseinheiten)
	Euro für die Konzeption eines berufsbegleitenden Weiterbildungsstudiums

9. Welches Geschlecht haben Sie?

<input type="radio"/> Männlich <input type="radio"/> Weiblich <input type="radio"/> Divers
--

10. Wie alt sind Sie?

- Unter 30 Jahre
- 30 bis 34 Jahre
- 35 bis 39 Jahre
- 40 bis 44 Jahre
- 45 bis 49 Jahre
- 50 bis 54 Jahre
- 55 bis 59 Jahre
- 60 Jahre und älter

11. Welcher Gruppe gehören Sie an?

- Akademischer Mittelbau
- Hochschullehrer/in

12. In welcher Fakultät sind Sie tätig?

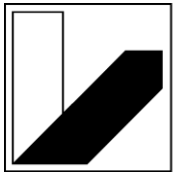
- Fakultät 1: Fakultät für Mathematik, Physik und Informatik
- Fakultät 2: Fakultät für Biologie, Chemie und Geowissenschaften
- Fakultät 3: Rechts- und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
- Fakultät 4: Sprach- und Literaturwissenschaftliche Fakultät
- Fakultät 5: Kulturwissenschaftliche Fakultät
- Fakultät 6: Fakultät für Ingenieurwissenschaften
- Fakultät 7: Fakultät für Lebenswissenschaften: Lebensmittel, Ernährung und Gesundheit

13. Welche Lehrerfahrung haben Sie an einer Hochschule?

- Keine
- Bis zu 4 Jahren
- 5 bis 9 Jahre
- Mehr als 10 Jahre

14. Haben Sie bereits Lehrerfahrung in der wissenschaftlichen Weiterbildung?

- Ja
- Nein



UNIVERSITÄT
BAYREUTH

