

DUZ

WISSENSCHAFT & MANAGEMENT

AUSGABE 5.2023 // 9. JUNI



//
digital umgestellt
//

KOMPASS FÜR FORMATE

Die Research Academy Ruhr hat ihre Förderformate für Wissenschaftler neu aufgestellt

NEUE KARRIEREWEGE

Die Uni Bielefeld schafft mit ihrem Academic-Tenure-Konzept Alternativen zur Professur

EUROPA IM BLICK

Das Wissenschaftsmanagement sollte sich europäischer ausrichten – meint DUZ Kolumnist Frank Ziegele



Kompass für Formate zwischen Online und Präsenz

Die **Research Academy Ruhr** hat während der Corona-Pandemie ihre Formate zur Förderung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern auf dem Karriereweg auf digital umgestellt – und begleitend evaluiert. Die Ergebnisse im Überblick
| Von Nicole Sprafke, Sylke Hallmann, Christiane Wüllner und Anna Thelen



Foto: privat

Prof. Dr. Nicole Sprafke

ist Professorin für Psychologie und Training sozialer Kompetenzen an der Hochschule für Polizei und öffentliche Verwaltung (HSPV) Nordrhein-Westfalen und war von 2018 bis 2022 Koordinatorin der Research Academy Ruhr (RAR). | nicole.sprafke@hspv.nrw.de



Foto: privat

Sylke Hallmann

verantwortet in der RUB Research School den Bereich Qualitätssicherung. | Sylke.Hallmann@rs.ruhr-uni-bochum.de

Die Corona-Pandemie hat Hochschulen vor ganz neue Herausforderungen gestellt. In allen Bereichen von Forschung und Lehre mussten Wege gefunden werden, um in Zeiten von Lockdowns und Kontaktbeschränkungen weiterhin kollaborativ arbeiten, lehren und qualifizieren zu können. Auch die Förderung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern auf dem Karriereweg war hiervon unmittelbar betroffen, da Qualifizierungsangebote und Vernetzungsveranstaltungen für Promovierende, Postdocs und Junior Faculty (Habilitierende, Nachwuchsgruppenleitungen, Juniorprofessorinnen und -professoren) bis dahin hauptsächlich in Präsenz angeboten wurden. Die erste Schließung von Hochschulen im Frühjahr 2020 erforderte es, diese Angebote in den digitalen Raum zu transformieren. Binnen kürzester Zeit mussten die technischen Voraussetzungen geschaffen, Konzepte für Angebote angepasst oder gänzlich neu gestaltet und organisatorische Prozesse verändert werden. Programmverantwortliche, Trainerinnen und Trainer sowie Forschende waren gefordert, sich anzupassen – hinsichtlich der Art, wie sie Wissen vermitteln, sich austauschen und sich organisieren.

Die zentralen Einrichtungen zur Förderung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern auf dem Karriereweg in der Universitätsallianz Ruhr (UA Ruhr) haben innerhalb weniger Wochen ihr komplettes Programm sowie ihre gemeinsamen Angebote unter dem Dach der Research Academy Ruhr (RAR – siehe Kasten) auf Online-Formate um-

gestellt. Nach nunmehr zweieinhalb Jahren können aufgrund der begleitenden Evaluation dieser Umstellung fundierte Antworten auf zentrale Fragen gegeben werden: Wie gut ist die digitale Umsetzung aus Sicht aller Beteiligten gelungen? Welche Qualifizierungsanliegen konnten online besonders erfolgreich adressiert werden und mit welchen Methoden? Welche Chancen ergeben sich für die künftige Angebotsgestaltung?

Evaluationskonzept für das Qualifikationsprogramm der RAR

Das Programm der RAR setzt sich aus Workshops sowie halb-, ein- und mehrtägigen Veranstaltungen zusammen und zielt grundlegend darauf ab, junge Forschende in der UA Ruhr standortübergreifend zu fördern und sie auf inner- sowie außeruniversitäre Karrierewege vorzubereiten. Die Ziele der einzelnen Programmbausteine sind ebenso vielfältig wie die eingesetzten Konzepte und Methoden. Diese beinhalten zum Beispiel Informationsvermittlung, Podiumsdiskussionen mit Expertinnen und Experten, Peer-to-Peer-Austausch und interaktives Arbeiten. Im Rahmen der Evaluation aller Angebote kommt ein Set von Standard-Items zur Befragung der Teilnehmenden zum Einsatz, das veranstaltungsspezifisch erweiterbar ist. Im Zuge der vollständigen Umstellung auf Online-Angebote wurden Ende 2020 spezifische Items ergänzt, um die Effekte der Digitalisierung zu erfassen. Ziel dabei war es, während der Pandemie eine bedarfsgerechte und zügige Nachsteuerung auf Angebots-

ebene zu ermöglichen sowie auf übergeordneter Ebene Perspektiven für die Angebotsgestaltung nach der Pandemie zu ermitteln. In die Auswertungen sind auch die Perspektiven der Trainerinnen und Trainer sowie der Programmverantwortlichen aus den drei Universitäten eingeflossen.

Research Academy Ruhr (RAR)

Die RAR wurde 2017 als Plattform zur Förderung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern auf dem Karriereweg innerhalb der Universitätsallianz Ruhr (UA Ruhr) gegründet. Unter dem gemeinsamen Dach bündeln die Research School der Ruhr-Universität Bochum, das Graduiertenzentrum der Technischen Universität Dortmund und das Graduate Center Plus der Universität Duisburg-Essen ausgewählte Angebote zur überfachlichen Qualifizierung, Karriereentwicklung und Vernetzung. Das gemeinsame Workshop- und Veranstaltungsprogramm richtet sich in erster Linie an Promovierte, aber auch die Promovierenden in der UA Ruhr werden gezielt auf ihrem Karriereweg unterstützt. Die unterschiedlichen Formate werden von den zentralen Graduierteneinrichtungen der drei Universitäten in enger Zusammenarbeit entwickelt, angeboten und evaluiert.

Perspektive der Teilnehmenden

Zur Einschätzung der Angebote durch die Teilnehmenden liegen 707 Datensätze der Veranstaltungsevaluation aus der Zeit vom Wintersemester (WS) 2019/20 bis zum WS 2021/22 vor (29 Prozent Promovierende, 58 Prozent Postdocs, 13 Prozent Junior Faculty). Die gemeinsamen Evaluationsstandards in der RAR wurden zum WS 2019/20 eingeführt.

20 Prozent der Evaluationen beziehen sich auf Präsenzveranstaltungen vor der Pandemie. Von den 80 Prozent Online-Veranstaltungen wurde in 67 Prozent der Fälle explizit die digitale Umsetzung evaluiert. Die Evaluationsergebnisse setzen sich aus Bewertungen der Teilnehmenden anhand geschlossener Items sowie aus Antworten auf offene Fragen zusammen, die inhaltsanalytisch aufbereitet wurden. 41 Prozent der Evaluationen beziehen sich auf Veranstaltungen für Promovierende, Postdocs und Junior Faculty wie Akademien oder Austausch- und Netzwerkveranstaltungen. Die weiteren 59 Prozent betreffen Workshopformate für Postdocs und Junior Faculty.

Ein grundlegender Vergleich der Daten zeigt, dass Online-Angebote in der Pandemie in zentralen Aspekten signifikant schlechter bewertet werden als Angebote in Präsenz vor der Pandemie (Abbildung 1). Zwar wird die Qualität der digitalen Umsetzung von 90 Prozent der Teilnehmenden positiv bewertet, doch weitere Analysen deuten darauf hin, dass die Inhalte der einzelnen Angebote teilweise darunter leiden.



Foto: privat

Dr. Christiane Wüllner

ist Geschäftsführerin der RUB Research School der Ruhr-Universität Bochum. | Christiane.Wuellner@rs.ruhr-uni-bochum.de

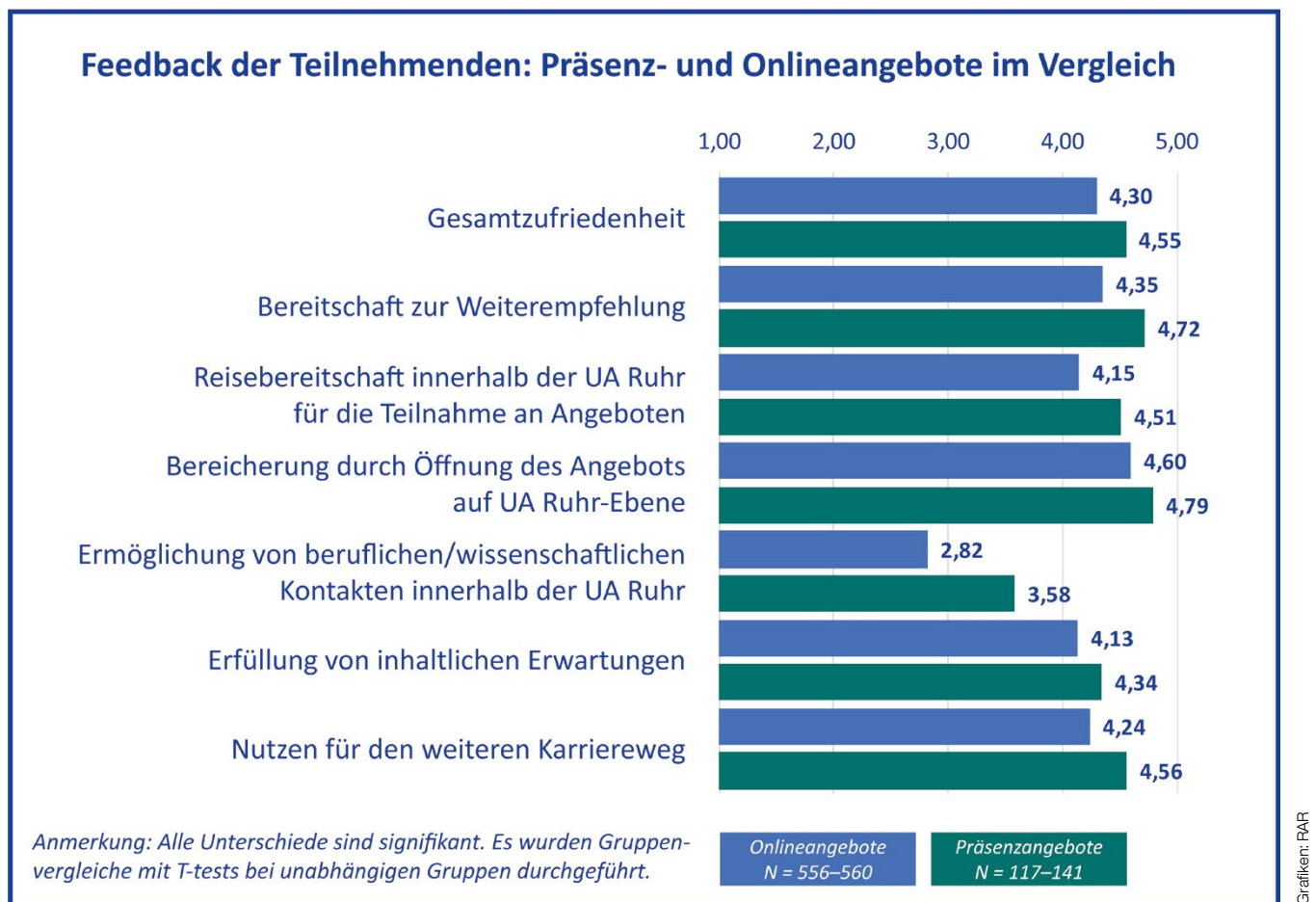


Foto: privat

Anna Thelen

verantwortet die Öffentlichkeitsarbeit der Research Academy Ruhr (RAR). | rar-marketing@uaruhr.de

Abbildung 1: Mittelwertvergleiche von Präsenzangeboten vor der Pandemie und Onlineangeboten während der Pandemie



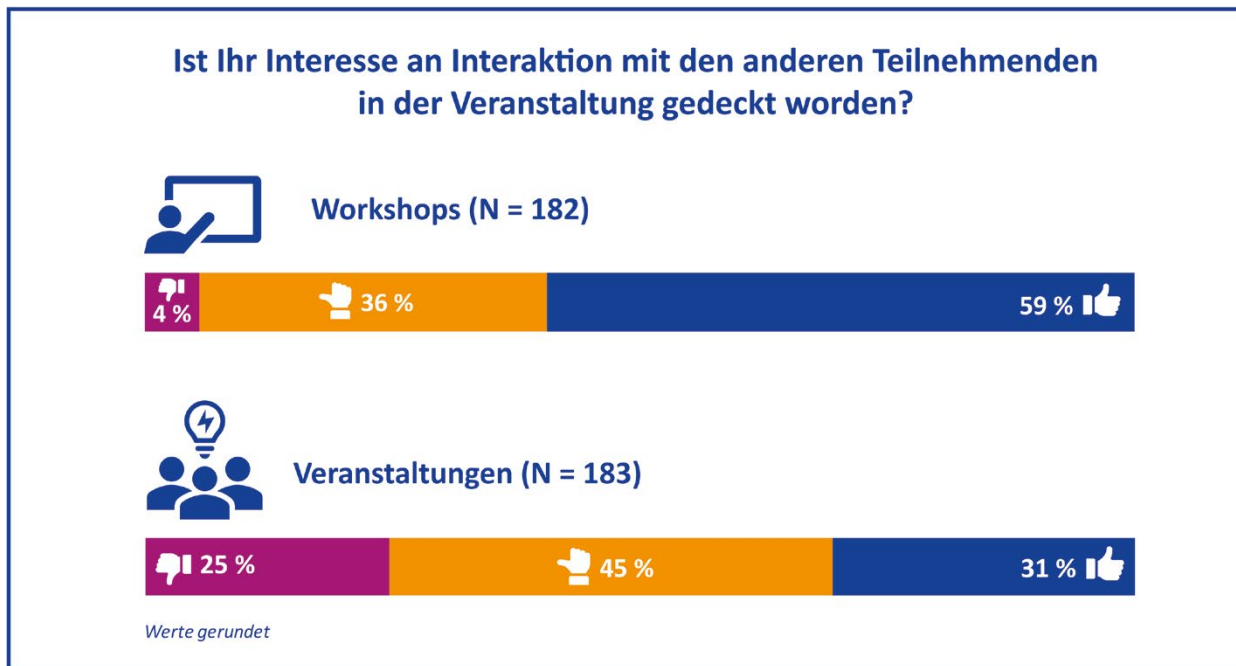
Besonders sichtbar wird dies am Netzwerkaspekt: Die Möglichkeit, berufliche beziehungsweise wissenschaftliche Kontakte zu knüpfen, wird schlechter bewertet und das Interesse an Interaktion mit anderen Teilnehmenden wird in Online-Angeboten in hohem Maße nicht oder nur in Teilen gedeckt (Abbildung 2). Dies gewinnt umso mehr an Gewicht, als der Austausch den Teilnehmenden grundsätzlich sehr wichtig ist und angebotsübergreifend in hohem Maße als Bereicherung empfunden wird. In der differenzierten Betrachtung des Netzwerkaspektes in Online-Angeboten zeigen sich dabei hochsignifikante Unterschiede zwischen Veranstaltungen und Workshops. In Workshopformaten gelingt es online deutlich besser, Kontakte zu knüpfen beziehungsweise zu vertiefen als in Veranstaltungsformaten. Dies liegt unter anderem darin begründet, dass Workshops auch im digitalen Raum mehr Interaktionsfläche bieten, da die

Ziele mit weniger Teilnehmenden im engeren inhaltlichen Austausch über einen längeren Zeitraum verfolgt werden.

Weitere genannte Nachteile von Online-Angeboten sind, dass die Teilnahme über einen längeren Zeitraum deutlich anstrengender ist, mehr Konzentration erfordert und Diskussionen weniger natürlich zustande kommen. Insbesondere die Möglichkeit einer Teilnahme unabhängig vom aktuellen Aufenthalts- beziehungsweise Arbeitsort und eine bessere Integration in den Alltag wird von den Teilnehmenden hingegen vorteilhaft bewertet.

Heißt das nun, dass die Teilnehmenden eher zu Präsenzangeboten zurück möchten oder überwiegen für sie die Vorteile der Online-Formate? Abbildung 3 verdeutlicht, dass es aufseiten der befragten Teilneh-

Abbildung 2: Ausmaß, in dem das Interesse an Interaktion der Teilnehmenden in Onlineangeboten gedeckt ist



menden keine klare Präferenz gibt. Die Auswertungen haben jedoch gezeigt, dass Online-Angebote besonders dann als gleichwertig empfunden werden, wenn sie strukturell und methodisch an den digitalen Raum angepasst sind, also beispielsweise kleinere Zeitslots für die einzelnen Bausteine, auch ein häufigerer, sichtbarer Methodenwechsel und die verstärkte Arbeit in kleineren Gruppen vorgesehen sind.

Perspektive der Programmverantwortlichen und der Trainerinnen und Trainer

Die Rückmeldungen der Trainerinnen und Trainer sowie der Programmverantwortlichen innerhalb der RAR ähneln den Einschätzungen und Wahrnehmungen der Teilnehmenden in weiten Teilen und beinhalten gleichzeitig weitere wesentliche Aspekte. Die Trainerinnen und Trainer sehen sich beispielsweise in der Durchführung von Online-Angeboten in einer veränderten Rolle. Sie erleben die Teilnehmenden passiver und müssen daher aktiver zwischen Input und organisierter Interaktion steuern und viel präsenter sein. Hinzu kommt die Erkenntnis, dass nicht alle in den Angeboten angewandten Methoden gleichermaßen gut im Online-Format umgesetzt werden können. Die Trainerinnen und Trainer sind sich einig, dass rei-

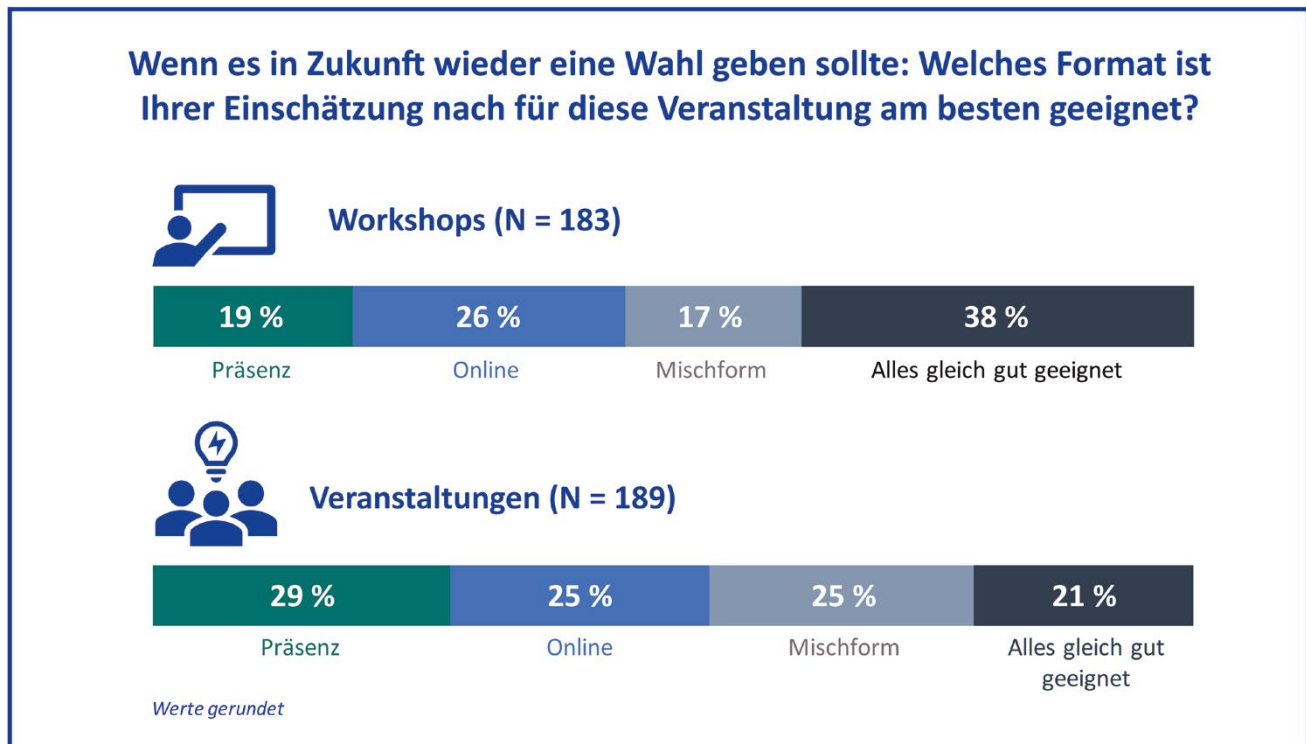
ne Wissensvermittlung online recht gut gelingt, während Anliegen wie das Erarbeiten von Kompetenzen, Haltungen und Lösungen im unmittelbaren Austausch für zum Beispiel Karrierefragestellungen klar an Grenzen stoßen.

Für die Programmverantwortlichen hat besonders bei der Planung von Veranstaltungen die Frage, in welchem Format ein Angebot konzipiert wird, immer mehr an Bedeutung gewonnen. Gegenüber Präsenzangeboten bieten Online-Formate aus ihrer Sicht leichte Vorteile in Bezug auf die Kostenfrage (es entfallen Reisekosten, Kosten für die Raummiete, Catering) und den Organisationsaspekt (beispielsweise Raumsuche). Zudem hat eine Analyse der Anmeldedaten ergeben, dass durch die Online-Angebote mehr und vor allem andere Teilnehmende erreicht werden konnten.

Zukünftige Ausgestaltung von Angeboten

Der Digitalisierungsschub infolge der Corona-Pandemie und das hierdurch entstandene Online-Angebot haben gezeigt, dass im digitalen Raum vieles technisch machbar und sowohl konzeptionell als auch strukturell und organisatorisch umsetzbar ist. Alle Beteiligten haben mittlerweile eine hohe Professionalität

Abbildung 3: Präferenz der Teilnehmenden zu Angebotsformaten



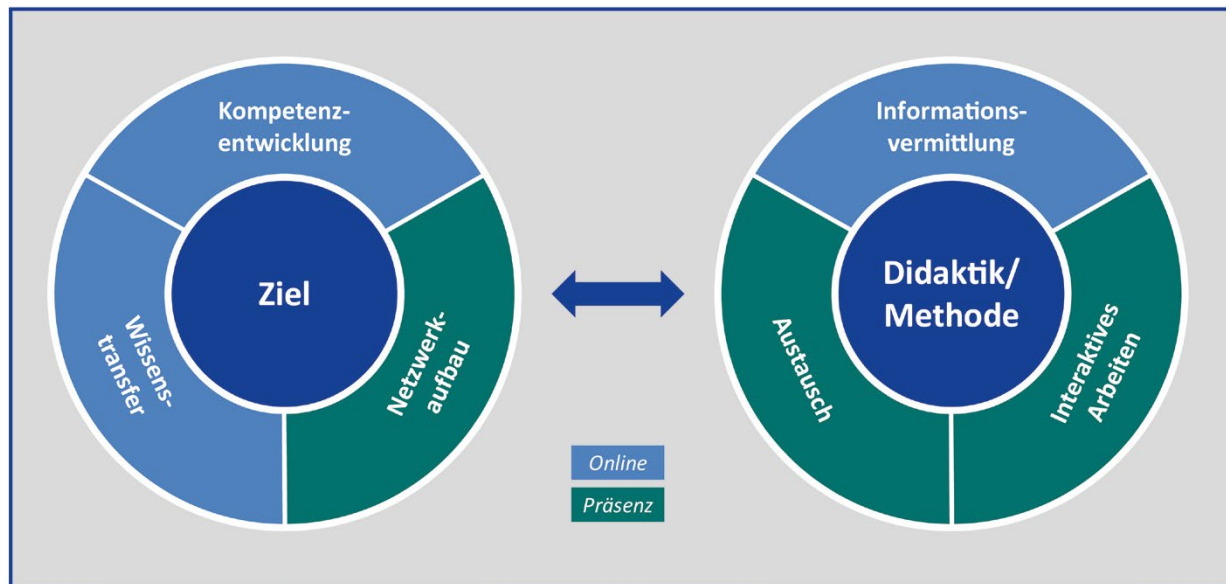
sierung in der Nutzung digitaler Tools erreicht. Sowohl seitens der Teilnehmenden als auch seitens der Programmverantwortlichen und Trainerinnen und Trainer sollte es angesichts der sich bietenden Vorteile kein gänzlich zurück zu Präsenzformaten geben. Die Auswertungen zeigen aber auch zum Teil ambivalente Erfahrungen mit der Umstellung auf Online-Formate und dass es für die Programmverantwortlichen herausfordernd sein kann zu entscheiden, welches Angebot in welcher Form durchgeführt werden sollte. Im Mittelpunkt steht dabei die Frage, welche Ziele besser mit Präsenzformaten erreicht werden können und an welchen Stellen Online-Angebote oder auch Mischformen die passende Wahl sind.

Vor diesem Hintergrund wurde an der RUB Research School ein Kompass entwickelt (Abbildung 4), der unter Berücksichtigung der Vermittlungsziele und -methoden eine Orientierung geben kann, welches Format geeignet sein könnte. Grundannahme des Kompasses ist, dass Workshops und Veranstaltungen thematisch-inhaltliche Module mit jeweils eigenen Zielen zugrunde liegen, die wiederum mit verschiedenen

didaktischen Konzepten und methodischen Ansätzen einhergehen. Qualifikationsangebote sollten also zunächst hinsichtlich ihrer Module mit den jeweiligen Konzepten und Methoden analysiert und nicht ausschließlich als Ganzes betrachtet werden. Je nach Ziel des einzelnen Moduls bietet sich entweder eine Online- oder eine Präsenzversion an (Abbildung 4, links). Auch anhand der angewandten Didaktik beziehungsweise der eingesetzten Methode kann entschieden werden, welches Format angemessener ist (Abbildung 4, rechts). Die differenzierte Betrachtung von Vermittlungsziel und Methode hilft dabei, Angebote neu zu denken und sie aus verschiedenen Modulen – online und in Präsenz – zu gestalten.

Online-Elemente bieten sich dort an, wo der Fokus nicht auf der unmittelbaren Zusammenarbeit im gemeinsamen Interaktionsraum liegt und die fachlich-thematische Befassung in Form einer Wissensvermittlung im Vordergrund steht, zum Beispiel in einem Kommunikationsworkshop, in dem zunächst Grundlagenwissen vermittelt wird. Schließt sich eine vertiefte inhaltliche Befassung oder persönliche Kom-

Abbildung 4: Kompass als Orientierungshilfe für die Ausgestaltung von Angeboten



petenzentwicklung durch die direkte Interaktion aller Beteiligten an, so sollte dieser Teil in Präsenz stattfinden. Bei Veranstaltungen mit Podiumsdiskussion und überall dort, wo der Erfahrungsaustausch und der unmittelbare persönliche Austausch einen hohen Stellenwert einnehmen, entsteht ein deutlich höherer Mehrwert, wenn die Teilnehmenden von Angesicht zu Angesicht interagieren können. Technische Tools, mit denen versucht wird, dieses Erleben in den digitalen Raum zu verlegen, gibt es viele, doch aus Sicht aller Akteure können die direkten Interaktionsbedarfe so nicht hinreichend gedeckt werden. Auch wenn Ergebnisse kollaborativ und kreativ erarbeitet werden oder eine informelle Vernetzung ermöglicht wird, stoßen digitale Formate an Grenzen.

Die Evaluationen haben deutlich gezeigt, dass hinsichtlich des Formats eine hohe Flexibilität bei allen Beteiligten vorhanden ist. Den Erfahrungen der RAR zufolge sollte künftig eine durchdachte Mischung von Online- und Präsenzelementen angeboten werden. Damit kann den Bedürfnissen der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler auf dem Karriereweg entsprochen werden, die Trainerinnen und Trainer können über die gezielte Wahl der Formate wirkungsvoll und effizient arbeiten und für die Programmverantwortlichen reduzieren sich gegebenenfalls

Organisationsaufwand und Kosten. Für die Angebotslandschaft in der RAR ist durch die Entwicklung der Online-Angebote in den vergangenen zwei Jahren ein großer Mehrwert entstanden, der das Qualifikationsprogramm bereichert. //

„**Künftig sollte es eine durchdachte Mischung von Online- und Präsenzelementen geben, um die jeweiligen Vorteile der Formate zu nutzen**“

Herausgeber:

Dr. Wolfgang Heuser, Tel.: 030 212987-29,
w.heuser@duz-medienhaus.de

Beirat:

Andrea Frank, stellvertretende Generalsekretärin, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V.;

Prof. Dr. Hans-Hennig von Grünberg, Professur für Wissens- und Technologietransfer, Universität Potsdam;

Prof. Dr. Monika Jungbauer-Gans, Wissenschaftliche Geschäftsführung, Deutsches Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung GmbH (DZHW);

Roland Koch, Abteilungsleiter Kommunikation und Medien, Alfred-Wegener-Institut Helmholtz-Zentrum für Polar- und Meeresforschung;

Henning Rickelt, Geschäftsführer, Zentrum für Wissenschaftsmanagement e.V. (ZWM);

Dr. Carolin Schuchert, Geschäftsführerin, Promotionskolleg NRW; Vorstandsmitglied, Netzwerk für Forschungs- und Transfermanagement e.V. (FORTRAMA);

Ralf Tegtmeier, Geschäftsführender Vorstand, HIS-Institut für Hochschulentwicklung e.V.;

Dr. Meike Vogel, stellvertretende Leiterin, Zentrum für Lehren und Lernen (ZLL), Universität Bielefeld;

Dr. Vera Ziegeldorf, Mitglied des Geschäftsführenden Vorstandes, Netzwerk Wissenschaftsmanagement e.V.;

Prof. Dr. Frank Ziegele, Geschäftsführer, CHE Centrum für Hochschulentwicklung gGmbH

Redaktion:

Angelika Fritsche (fri), Redaktionsleitung

Tel.: 030 212987-37, a.fritsche@duz-medienhaus.de

Anne-Katrin Jung (akj), Redaktionsassistentin, Bildredaktion

Tel.: 030 212987-39, a.jung@duz-medienhaus.de

Adresse der Redaktion:

Kaiser-Friedrich-Straße 90, 10585 Berlin

duz-redaktion@duz-medienhaus.de

www.duz.de

Layout: Barbara Colloseus, Tina Bauer

Titelbild: Thananit/vecteezy.com

Ständige Autoren und Mitarbeiter:

Tina Bauer (tb), Benita von Behr (bvb), Johannes Fritsche (jo),

Benjamin Haerdle (hbj), Veronika Renkes (kes), Prof. Dr. Frank

Ziegele

Verantwortlich gemäß Pressegesetz:

Angelika Fritsche, Berlin

(für den redaktionellen Inhalt)

Anzeigen:

Ilonka Opitz, Dr. Markus Verweyst,

Tel.: 030 212987-31, Fax: -2, anzeigen@duz-medienhaus.de

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 61 vom 01.01.2023.

Für Inhalte von Stellenangeboten und Werbeanzeigen sind die jeweiligen Inserenten verantwortlich.

Marketing:

Niklas Heuser, Tel.: 030 212987-21,

n.heuser@duz-medienhaus.de

Corporate Publishing und DUZ Special:

Ilonka Opitz

Tel.: 030 212987-12, Fax: -20

i.opitz@duz-medienhaus.de

Kundenservice:

Simone Ullmann (Leitung), Tel.: 030 212987-51, Fax: -30,

kundenservice@duz-medienhaus.de

Verlag, Unternehmenssitz und Geschäftsführung:

DUZ Verlags- und Medienhaus GmbH

Kaiser-Friedrich-Straße 90, 10585 Berlin

Tel.: 030 212987-0; Fax: 030 212987-20

www.duz-medienhaus.de

Geschäftsführer: Dr. Wolfgang Heuser

Berlin-Charlottenburg HRB 168239

Umsatzsteuer-ID-Nr.: DE301227734

Bezugsbedingungen: Abonnement mit 10 Ausgaben Wissenschaft & Management; Print + E-Journal: 129,80 Euro; E-Journal: 82,80 Euro. Alle Preise pro Jahr inkl. MwSt. und Versandkosten, Inland (Preise Versand Ausland auf Anfrage). Weitere Abonnement-Angebote wie z. B. DUZ plus (DUZ Magazin plus Wissenschaft & Management) oder Kennenlernen-Abos finden Sie unter www.duz.de/abo. Ermäßigte Abonnements für Studierende und Promovenden können nur direkt beim Verlag bestellt werden. Bei Lieferungsausfall durch Streik oder höhere Gewalt erfolgt keine Rückvergütung. Die Abo-Kündigung für alle Abonnement-Varianten muss 6 Wochen vor Ende des Bezugszeitraums beim Verlag eingegangen sein. Ansonsten verlängert sich das Abonnement automatisch um ein weiteres Bezugsjahr.

© Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar. Beiträge, die mit Namen oder Initialen des Verfassers gekennzeichnet sind, stellen nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion oder des Verlages dar. Für unverlangt eingesandte Manuskripte sowie Meinungsbeiträge von Autoren, die nicht der Redaktion angehören, kann keine Haftung übernommen werden. Der Verlag behält sich vor, Beiträge lediglich insoweit zu kürzen, als das Recht zur freien Meinungsäußerung nicht betroffen ist. Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle übernehmen wir keine Haftung für die Inhalte von Links, auf die wir verweisen. Für den Inhalt dieser Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Herausgeber und Redaktion übernehmen keinerlei Haftung für die dort angebotenen Informationen.

ISSN (Print): 2626-1901 // ISSN (Online): 2627-0994



DUZ WISSENSCHAFT & MANAGEMENT