

# Wirksamkeit wissenschaftlicher Weiterbildung aus Sicht von Stakeholdern

## Kriterien zur Erfolgsbestimmung und den wahrgenommenen Bedingungsfaktoren

MICHAEL HELLWIG

IRMGARD SCHROLL-DECKER

### *Kurz zusammengefasst ...*

*Die Weiterbildung an Hochschulen ist an evidenzbasierten Daten interessiert, um Aussagen über die Wirksamkeit von eigenen Angeboten treffen zu können. Oftmals unklar ist, was unter Wirksamkeit verstanden werden kann und welche Voraussetzungen gegeben sein müssen, damit die Weiterbildungen Wirkung entfalten. Der Beitrag stellt eine Studie vor, die beide Aspekte adressiert und Aussagen unterschiedlicher Beteiligter am Weiterbildungsgeschehen wiedergibt. Angebotsseitig wurden Weiterbildungsverantwortliche sowie Lehrpersonen der Hochschule befragt. Nachfrageseitig wurden Teilnehmende berufsbegleitender Studiengänge und Unternehmensvertreter\_innen aus ausgewählten Branchen einbezogen. Die erhobenen qualitativen Daten wurden inhaltsanalytisch analysiert und induktiv zu Kategorien zusammengefasst. Die Ergebnisse zeigen insgesamt fünf Oberkategorien auf, die die Wirksamkeit abbilden: (1) Erfolgreicher Praxistransfer; (2) Erwerb von Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen; (3) Strategischer Nutzen; (4) Sozialer/kultureller Nutzen und (5) Resonanz der Teilnehmenden auf die wissenschaftliche Weiterbildung. Die Voraussetzungen lassen sich ebenfalls in fünf Kategorien abbilden: (a) teilnehmenden-, (b) unternehmens-, (c) angebots-, (d) hochschul- und (e) markt-/umfeldbezogene Faktoren. Im Beitrag werden nach der Darstellung der Studienergebnisse Schlussfolgerungen für die Weiterbildungspraxis in Hinblick auf die Themen Evaluation, Theorie-Praxis-Transfer und Marketing/Zielgruppenspezifische Kommunikation diskutiert.*

### **1 Einleitung**

Für die Weiterbildung an deutschen Hochschulen wird zunehmend eine wirkungs- und transferorientierte Ausrichtung eingefordert (Hörr & Jütte, 2017; Shkonda, 2018).

Deutlich wird dies innerhalb der fachlichen Community der wissenschaftlichen Weiterbildung, in der vermehrt Fragen nach der Theorie-Praxis-Verschärfung (Mörth & Cendon, 2019) oder dem Transfer von Forschungsergebnissen in die Praxis (Lermen, Rübél & Schiefner-Rohs, 2017) aufgegriffen werden. Gründe hierfür liegen unter anderem im Legitimierungsdruck durch Akkreditierungen und Qualitätsmanagementprozesse, in der Öffnung von Hochschulen für beruflich Qualifizierte (Elsholz, 2015), in Veränderungen von Lehrformaten oder der Nachfrage nach maßgeschneiderten Angeboten. Auch Interessierte und Unternehmen müssen vom Nutzen wissenschaftlicher Weiterbildung für die berufliche Praxis überzeugt werden (Egger, 2016), damit Hochschulen am Weiterbildungsmarkt bestehen und einen wirksamen Beitrag für Wirtschaft und Gesellschaft leisten können (Stichwort „Third Mission“; Roessler, Duong & Hachmeister, 2015; vhb, 2018). Die Wirkung von wissenschaftlicher Weiterbildung an Hochschulen bezeichnet die absichtsvollen sowie unbewussten Veränderungen für verschiedene Beteiligte (Schober & Rauscher, 2014). Wird von Wirksamkeit gesprochen, so ist eine absichtsvolle und als positiv bewertete Wirkung gemeint. Doch anhand welcher Kriterien lässt sich Wirksamkeit von wissenschaftlicher Weiterbildung festmachen? Und welche Voraussetzungen müssen gegeben sein, damit wissenschaftliche Weiterbildung wirksam werden kann? Dass diese Fragen nicht einfach zu beantworten sind, zeigt sich an der Vielzahl an Wirksamkeits- und Transferkonzeptionen, wie sie in der hochschulischen Weiterbildungspraxis existieren und 2018 auf der DGWF-Jahrestagung vorgestellt wurden.

Die Begleitforschung im Projekt OTH mind (Verbundprojekt an den Ostbayerischen Technischen Hochschulen (OTH) Regensburg und Amberg-Weiden) hat sich dem Ziel verschrieben, die Praxiswirksamkeit von wissenschaftlichen Weiterbildungsangeboten zu untersuchen<sup>1</sup>. Um die Wirksamkeitskriterien zu bestimmen, wurden die Perspektiven von unterschiedlichen Beteiligten (Stakeholdern) auf Angebots- und Nachfrageseite mit einbezogen (Kahl, Leng-

ler, Präßler & Lutzman, 2015; Seitter, 2017). Für diesen Ansatz sprechen mehrere Gründe: Erstens unterscheidet sich die Wirksamkeit von wissenschaftlicher Weiterbildung für verschiedene Stakeholder. Zweitens kann eine empirische Studie zu Stakeholderperspektiven die Legitimität und Evidenz von Entscheidungen innerhalb der Weiterbildungslandschaft an Hochschulen vergrößern, etwa im Zuge der Professionalisierung, von Flexibilisierungsbestrebungen oder Kooperationsmodellen. Drittens gibt es trotz der etablierten Multiperspektivität in der wissenschaftlichen Weiterbildung (Jütte & Lobe, 2017) erst vereinzelte empirische Ansätze, die diese für die Wirksamkeits- und Erfolgsbestimmung weiterverfolgen (Koroknay & Iberer, 2014). In Summe existiert ein Defizit an Informationen für Weiterbildungseinrichtungen an Hochschulen, was unterschiedliche Stakeholder unter Wirksamkeit verstehen.

Zwei Forschungsfragen standen demnach in der vorliegenden Studie im Vordergrund: 1. „Wie kann Wirksamkeit von wissenschaftlicher Weiterbildung unter Einbezug von Stakeholderperspektiven bestimmt werden?“ und 2. „Welche Bedingungsfaktoren für Angebote von wissenschaftlicher Weiterbildung sehen Stakeholder als erfolgsrelevant an?“ Die erste Frage zielt darauf, Wirksamkeitskriterien durch den Vergleich von Gemeinsamkeiten und Unterschieden der Stakeholderperspektiven zu identifizieren. Die Erkenntnisse aus der zweiten Fragestellung dienen der Innenperspektive auf Voraussetzungen unterschiedlicher Stakeholder. Nachfolgend werden das Vorgehen und die Ergebnisse der Befragung genauer vorgestellt.

## 2 Untersuchungsdesign

### 2.1 Sample

Die Interviewstudie fokussiert auf drei berufsbegleitende MINT-Studiengänge an der OTH Regensburg (Abbildung 1): „Systemtechnik (B. Eng.)“, „Automotive Electronics (M. Eng.)“ und „Informationstechnologie (M. Eng.)“. Das Sample besteht aus Personen, die angebotsseitig lehren oder Weiterbildung organisieren. Nachfrageseitig werden Teilnehmende und Vertreter\_innen von Unternehmen als Zielgruppe wissenschaftlicher Weiterbildung unterschieden.

#### Weiterbildungsverantwortliche (WB):

Interviewt wurden Leitungspersonen sowie Referent\_innen, die am Zentrum für Weiterbildung und Wissensmanagement (ZWW) für das operative Geschäft der Weiterbildung an der OTH Regensburg zuständig sind. Insgesamt wurden n=7 Weiterbildungsverantwortliche in N=2 Gruppen interviewt.

#### Lehrpersonen (LP):

Die inhaltliche Konzeption der berufsbegleitenden Studi-

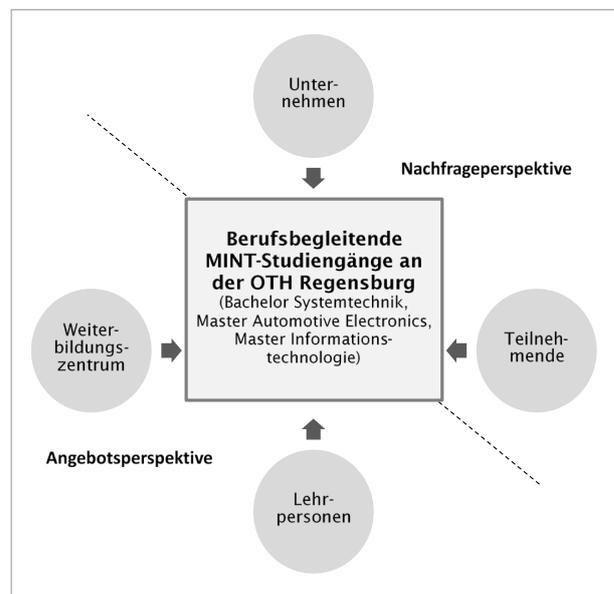


Abb. 1: Stakeholder und Studiengänge der OTH mind-Befragung.

engänge verantworten die Fakultäten. Interviewt wurden deshalb die Studiengangleitungen sowie je eine weitere Lehrperson. Die Befragung fand in N=3 Gruppen statt (je ein befragtes Duo für jeden Studiengang n=3x2).

#### Teilnehmende (TN):

n=65 Teilnehmende aus den drei MINT-Studiengängen wurden interviewt (entspricht 98% der Gesamtkohorte). Die N=12 Gruppen wurden zu je 3 bis 6 Personen befragt. Etwa drei Viertel der Personen stammen aus Großunternehmen ( $\geq 500$  Mitarbeitende). 40% sind in Forschung und Entwicklung (FuE) beschäftigt, sind durchschnittlich sechs Jahre im Unternehmen tätig und gehören mehrheitlich zur Branche „Industrie und verarbeitendes Gewerbe“.

#### Unternehmen (UN):

Insgesamt wurden 40 Unternehmen aus dem Einzugsgebiet der Hochschule angeschrieben. n=15 Personen aus N=10 Unternehmen (davon 5 Großunternehmen und 5 KMU) erklärten sich für ein Interview bereit. Aus acht Unternehmen nahm je eine bzw. ein Vertreter\_in teil, in zwei Unternehmen gab es eine Gruppenbefragung. Die Interviewten setzen sich aus drei Geschäftsführer\_innen, zwei technischen Leiter\_innen, zwei leitenden Angestellten und drei Mitarbeiter\_innen aus der Personalentwicklung, einer Projektleitung sowie vier weiteren Mitarbeitenden zusammen. Die Unternehmen repräsentieren die Bereiche Elektrotechnik, Maschinen-, Automobil- und Anlagenbau, Softwareentwicklung und IT-Beratung/-Dienstleistung. Die Auswahl kann als repräsentativ für die Arbeitgeber und als potenzielle Nachfragegruppe betrachtet werden.

<sup>1</sup> Die Studie wurde durch finanzielle Mittel des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) im Rahmen der Förderinitiative „Aufstieg durch Bildung: Offene Hochschulen“ finanziert. Ein herzlicher Dank geht an die weiteren Mitarbeiter\_innen im Projekt OTH mind am Standort Regensburg für ihre tatkräftige Unterstützung.

## 2.2 Instrumente

In der qualitativen Erhebung wurden bei allen Stakeholdern Leitfragen eingesetzt. Folgende Fragestellungen wurden formuliert: „1. Wann war aus Ihrer Sicht die Weiterbildungsmaßnahme [die Teilnahme an der Weiterbildungsmaßnahme] erfolgreich? (kurz-/mittel-/langfristig)“ und „2. Aus Ihrer bisherigen Erfahrung – wovon hängt der Erfolg der genannten Weiterbildungsmaßnahme [der Teilnahme an der genannten Weiterbildungsmaßnahme] ab?“.

Bei den Lehrpersonen wurden die Fragen 3. „Wozu sollen die Teilnehmenden nach dem Besuch der Weiterbildungsmaßnahme in der Lage sein?“ und 4. „Mit Blick auf die berufliche Praxis – was soll in Hinblick eines Theorie-Praxis-Transfers erreicht werden?“ ergänzt. Damit sollten Erfolgskriterien für angestrebte Lernergebnisse spezifiziert werden. Die letzte Frage richtete sich auch an Unternehmensvertreter\_innen. Die Teilnehmenden füllten ergänzend einen Fragebogen zur bisherigen Bildungs- und Erwerbsbiographie, zur aktuellen Tätigkeit und zum Unternehmen aus.

## 2.3 Durchführung

Die Interviews fanden im Zeitraum von Juni 2018 bis Februar 2019 vor Ort statt (mit Ausnahme von zwei Telefoninterviews mit Unternehmen) (Lamnek & Krell, 2016). Zur Datensammlung dienten Moderationskarten, Gesprächsverlaufsprotokolle und Audioaufnahmen. Bei den Teilnehmendeninterviews bildeten die Moderationskarten die Grundlage für die anschließenden Gruppendiskussionen (Flick, 2017), die als Audiodateien gesichert wurden. Alle Personen erhielten im Vorfeld der Interviews schriftliche Informationen zu den Zielen und zum Ablauf. Zu Beginn des Interviews wurden sie erneut mündlich informiert.

## 2.4 Auswertung

Das Datenmaterial wurde in drei Schritten mittels qualitativer Inhaltsanalyse analysiert (Mayring, 2002, 2010). Die unterschiedlichen Datenquellen wurden verschriftlicht, systematisch verglichen und zusammengefasst (1. Schritt). Daraus wurden stakeholderbezogene Kategoriensysteme entwickelt (2. Schritt). Widersprüchliche Zuordnungen wurden diskutiert und ein Konsens erarbeitet. Das reduzierte Datenmaterial wurde schließlich erneut gruppenübergreifend verglichen (3. Schritt). So ergaben sich Oberkategorien, die einen übergreifenden Vergleich der Stakeholderperspektiven ermöglichen. Alle Schritte wurden in einem Inter-Rater-Verfahren durchlaufen, um eine zuverlässige Auswertung zu gewährleisten (Lamnek & Krell, 2016).

## 3 Ergebnisse

### 3.1 Forschungsfrage 1: „Wie kann Wirksamkeit von wissenschaftlicher Weiterbildung unter Einbezug von Stakeholderperspektiven bestimmt werden?“

Die Aussagen der befragten Stakeholder ließen sich fünf Oberkategorien zuordnen, die induktiv aus den stakeholder-spezifischen Antworten gewonnen wurden und gruppenübergreifend Erfolgskriterien für die Weiterbildung an Hochschulen darstellen (Tabelle 1): Das Kriterium (1) *Erfolgreicher Praxistransfer* bezieht sich auf den Nutzen der Weiterbildung für die berufliche Praxis. Der (2) *Erwerb von Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen* bezeichnet das erworbene Wissen, die erlernten Fähigkeiten und die Kompetenzentwicklung durch die Weiterbildung. (3) *Strategischer Nutzen* geht über den Lernerfolg hinaus und impliziert längerfristige Ziele für unterschiedliche Beteiligte am Weiterbildungs-geschehen. Unter einem (4) *sozialen und kulturellen Nutzen* wird der Erfolg der Weiterbildung verstanden, der infolge der sozialen Kontakte und der akademischen Hochschulkultur entsteht. Die (5) *Resonanz der Teilnehmenden / Mitarbeitenden auf die Weiterbildung* beschreibt die unmittelbare Reaktion der Teilnehmenden / Mitarbeitenden auf die Weiterbildung.

Die generalisierten Kategorien ergänzen für sich betrachtet die Antwort auf die Frage nach der stakeholder-spezifischen Bestimmung von Wirksamkeit wissenschaftlicher Weiterbildung.

*Weiterbildungsverantwortliche:*  
Die Sicht der Weiterbildungsverantwortlichen ist hochschulstrategisch und durch den Dienstleistungsanspruch als Weiterbildungsanbieter geprägt, was sich in sämtlichen Antworten widerspiegelt. So wurden als Formen *erfolgreichen Praxistransfers* neben der erfolgreichen Umsetzung in der beruflichen Praxis der Teilnehmenden (1/2 WB) auch die positive Resonanz bei Unternehmen bzw. aus der Wirtschaft (1/2 WB) sowie der Thementransfer von der Hochschule in die Region (1/2 WB) genannt. Die Nennungen zu *strategischem Nutzen* umfassen die erfolgreiche Durchführung des Angebots (2/2 WB) und geringe Abbrecherquoten (1/2). Zudem wurden die Schaffung von langfristig förderlichen Rahmenbedingungen für die Weiterbildung (2/2 WB) und der Beitrag zur Hochschulstrategie und Profilbildung (1/1 WB) erwähnt. Schließlich zeigen die Ausprägungen in den Kategorien *Sozialer und kultureller Nutzen* und *Resonanz der Teilnehmenden auf die wissenschaftliche Weiterbildung* die teilnehmendenorientierte Haltung der Weiterbildungsverantwortlichen. So werden die Vernetzung (1/2 WB), eine positive Gruppendynamik, die Steuerung der Kursgruppen (1/2 WB), die überfachliche Entwicklung (1/2 WB) und die Zufriedenheit der Teilnehmenden (2/2 WB) als Erfolgskriterien genannt. Insgesamt ist damit auch das Ziel einer langfristigen Bindung der Teilnehmenden an die Hochschule (2/2 WB) verbunden.

### *Lehrpersonen:*

In der Perspektive der Lehrpersonen zeigt sich ihre Rolle als Verantwortliche im Lehr-Lern-Geschehen und erweitert angebotsseitig die Sicht der Weiterbildungsverantwortlichen. Im Mittelpunkt stehen die intendierten Lernziele, die als zentraler Nutzen der wissenschaftlichen Weiterbildungsmaßnahme definiert werden. Auffällig ist eine kompetenzorientierte Sichtweise: So nennen die Lehrpersonen Problemlösekompetenz (3/3 LP), konzeptionelles Denken / Abstraktionsfähigkeit (3/3 LP) sowie Kreativitätspotential

	WB (N=2)	LP (N=3)	TN (N=12)	UN (N=10)
ERFOLGREICHER PRAXISTRANSFER	TN: Erfolgreiche Umsetzung in der Praxis (1)	Nutzen für UN-Erfolg (2)	Individuelle Verhaltensänderung (1)	Theorie-Praxis-Transfer durch unternehmensnahe Projekt-/Masterarbeit (8)
	UN-/Wirtschaft: Positive Resonanz (1)	Allgemeiner Theorie-Praxis-Transfer (2)		Nutzen für den Arbeitsprozess (7)
	Region: Transfer zentraler Themen (1)	Individuelle Verhaltensänderung (1)		Beitrag zur Entwicklung/Realisierung von Innovationen (5)
ERWERB VON KENNNTNISSEN, FÄHIGKEITEN U. KOMPETENZEN		Problemlösekompetenz (3)	Grundlegende Fachkenntnisse (3)	Methodenkompetenzen (8)
		Konzeptionelles Denken/Abstraktionsfähigkeit (3)		Sozial-kommunikative Kompetenzen (7)
		Kreativitätspotential (2)	Aktuelles Wissen (Stand der Forschung) (3)	Fachkompetenzen (4)
		Breite Wissensgrundlage (2)		Personale Kompetenzen (3)
		Persönliche Entwicklung/Überfachliche Kompetenzen (1)	Überfachliche Kenntnisse und Fähigkeiten/ Persönlichkeitsentwicklung (3)	K/F/K im Rahmen strategischer Qualifizierungsziele für zukünftige Entwicklungen (2)
		Perspektivenvielfalt (1)		K/F/K im Rahmen aktuelle WB-Bedarfe (2)
STRATEGISCHER NUTZEN	Erfolgreiche Durchführung (2)	Hohe Erfolgsquote (2)	Erfolgreicher Abschluss (12)	Erreichen von UN-Kennzahlen (3)
	Schaffung von langfristig förderlichen Rahmenbedingungen für WB an der Hochschule (2)		Erweiterung der beruflichen Optionen (12)	
	Geringe Abbrecherquote (1)	Sicherung der akademischen Qualität (1)	Finanzieller Nutzen/Wirtschaftliche Absicherung (9)	
	Beitrag zur HS-Strategie/ zum HS-Profil (1)		Erwerb von Zulassungsvoraussetzungen (2)	
SOZIALER U. KULTURELLER NUTZEN	Vernetzung unter den TN (1)	TN-orientierter Lehr-Lern-Prozess (3)	Abwechslung in der Lebensgestaltung (3)	Aufbau von Kontakten zu anderen Experten/UN/ Hochschulen (3)
	Positive Gruppendynamik/ Steuerung der Gruppen (1)	Erweiterung des persönlichen Netzwerks der TN (1)	Erweiterung des persönlichen Netzwerks (2)	
	Überfachliche Entwicklung der TN (1)			
RESONANZ DER TN / MA AUF WB	TN-Zufriedenheit (2)	Subjektiv wahrgenommener Lernerfolg durch TN (1)		Verbesserung der MA-Bindung an das UN (4)
	Institutionelle Bindung der TN an Hochschule (2)			Subjektiv wahrgenommener WB-Erfolg durch MA (2)

**Tab. 1:** Wirksamkeitskriterien für wissenschaftliche Weiterbildung aus Stakeholdersicht (links: induktiv ermittelte Oberkategorien; Spalten: Nennungen der jeweiligen Stakeholder; in Klammern ist die Anzahl der Gruppen / Gruppennennungen gelistet; Abk: WB=Weiterbildungsverantwortliche; LP=Lehrpersonen; TN=Teilnehmende; UN=Unternehmen)

(2/3 LP) als zentrale Lernergebnisse. Darauf bauen die Kriterien persönliche Entwicklung (1/3 LP) und Perspektivenvielfalt (1/3 LP) auf. Die Basis dafür liegt in einer akademisch geprägten breiten Wissensgrundlage (2/3 LP), die ein Alleinstellungsmerkmal der Hochschule als Weiterbildungsakteur darstellt. Auch ein subjektiv erkennbarer Lernerfolg bei den Teilnehmenden (1/3 LP) wird als Erfolgskriterium benannt. Als ebenso relevant begreifen Dozent\_innen den *erfolgreichen Praxistransfer* als gewünschtes Ziel. Transfer sehen sie unter anderem als individuelle Verhaltensänderung (1/3 LP) sowie als Befähigung des Einzelnen bzw. der Einzelnen, am Unternehmenserfolg Anteil zu haben (2/3 LP). Strategisch betrachtet sehen Lehrpersonen Wirksamkeit in der Sicherstellung der akademischen Qualität (1/3 LP) und einer hohen Erfolgsquote (2/3 LP). Letzteres bedingt ein adäquates Notenspektrum, das den Leistungsstand realistisch abbildet. Auch der Blick auf den *sozialen und kulturellen Nutzen* einer wissenschaftlichen Weiterbildungsveranstaltung ist durch die Lehrperspektive geprägt: Neben den Vernetzungsaktivitäten (1/3 LP) begreifen die Lehrenden die aktive Einbindung der Teilnehmenden in den Lehr-Lern-Prozess (3/3 LP) als weiteren Nutzen, der durch wissenschaftliche Weiterbildung entstehen kann.

#### *Teilnehmende:*

Bei den Teilnehmenden spiegelt sich Wirksamkeit vorrangig im persönlichen *strategischen Nutzen* für die berufliche Entwicklung wider. Kurzfristig sind sie am erfolgreichen Abschluss (12/12 TN) oder dem Erwerb von Zulassungsvoraussetzungen für ein Anschlussstudium (2/12 TN) interessiert. Langfristig sollen daraus finanzielle Vorteile (9/12 TN) und gesteigerte berufliche Optionen (12/12 TN) entstehen. Ein Großteil (8/12 TN) nennt des Weiteren einen *erfolgreichen Praxistransfer* als Wirksamkeitskriterium und geht damit konform zu den übrigen Stakeholdern. Die Kategorie *Erwerb von Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen* ist bei den Teilnehmenden eher an Inhalten ausgerichtet und weniger durch eine kompetenzorientierte Haltung geprägt: Je drei Gruppen erwähnen den Erwerb von grundlegenden Fachkenntnissen (3/3 TN), aktuellem Wissen (3/3 TN) sowie überfachlichen Fähigkeiten (3/3 TN). Einzelne Gruppen ergänzen als *sozialen und kulturellen Nutzen* die Abwechslung in der Lebensgestaltung (3/12 TN) sowie die Erweiterung des persönlichen Netzwerks (2/12 TN). Dieser stellt laut den Interviewten kein vorrangiges Studienmotiv dar, wurde jedoch als indirekter Mehrwert betont.

#### *Unternehmen:*

Die Unternehmensperspektive orientiert sich übergeordnet an den Organisationszielen. Genauer differenziert umfasst diese Ausrichtung den *erfolgreichen Praxistransfer* und kurz- und mittelfristig den Nutzen im aktuellen Arbeitsprozess (7/10 UN). Als langfristiger Nutzen wird ein Beitrag zur Entwicklung und Realisierung von Innovationen durch die Teilnahme an wissenschaftlicher Weiterbildung (5/10 UN) genannt, was die Antworten der anderen Stakeholder substanziell erweitert. Der Großteil der Unternehmens-

vertreter\_innen sieht zudem die studentische Projekt- bzw. Abschlussarbeit als geeigneten Rahmen für erfolgreichen Praxistransfer (8/10 UN). Wie die Lehrpersonenperspektive ist die Unternehmensperspektive in der Bestimmung von Wirksamkeit maßgeblich durch eine kompetenzorientierte Sichtweise geprägt. Demnach sind sämtliche Kompetenzen aus den Bereichen Fach- (4/10 UN), Methoden- (8/10 UN), sozial-kommunikative (7/10 UN) und personale Kompetenzen (3/10 UN) bedeutsam. Zudem gilt es, Kompetenzbedarfe möglichst passgenau abzudecken (2/10 UN) oder Mitarbeitende für zukünftige Aufgaben zu qualifizieren (2/10 UN). Ferner erwähnen Unternehmen weitere Wirksamkeitskriterien: äquivalent zu den anderen Stakeholdern den Aufbau von Kontakten zu anderen Unternehmen und Hochschulen (3/10 UN), die Bindung der Mitarbeitenden (4) und in einzelnen Fällen auch den subjektiv wahrgenommenen Erfolg des Mitarbeitenden (2/10 UN). Weitere *strategisch* orientierte Unternehmenskennzahlen (z.B. Qualitätsmanagement-Audits, Durchlaufzeiten, Produktivitätszahlen; 3/10 UN) spielen eine untergeordnete Rolle.

### **3.2 Forschungsfrage 2: „Welche Bedingungsfaktoren für Angebote von wissenschaftlicher Weiterbildung sehen Stakeholder als erfolgsrelevant an?“**

Die von den Stakeholdern artikulierten Bedingungsfaktoren für den Weiterbildungserfolg (Tabelle 2) lassen sich in fünf Kategorien gliedern: (1) *teilnehmendenbezogene*, (2) *unternehmensbezogene*, (3) *hochschulbezogene*, (4) *angebotsbezogene* und (5) *markt-/umfeldbezogene* Faktoren.

Die nachfolgende stakeholderspezifische Betrachtung gibt Einblick in die Charakteristika der Bedingungsfaktoren.

#### *Weiterbildungsverantwortliche:*

In der Wahrnehmung der Weiterbildungsverantwortlichen von erfolgsrelevanten Faktoren spiegelt sich erneut die Dienstleistungs- und die hochschulstrategische Perspektive wider. *Hochschulintern* sind es die Rahmenbedingungen für einen reibungslosen Ablauf (2/2 WB): die interne Kooperation der Abteilungen, die Lehrinfrastruktur sowie das Engagement aller Beteiligten. Bezüglich der Schnittstelle zwischen Hochschule und Teilnehmenden werden die Angebotstransparenz sowie ein funktionierendes Erwartungsmanagement im Vorfeld (2/2 WB) genannt. Auch eine professionelle kundenorientierte Kommunikation und Grundhaltung (2/2 WB) sowie ein zielgruppenspezifisches Marketing (2/2 WB) gelten als erfolgsrelevant. Aufgrund der profunden Erfahrungen der Weiterbildungsexpert\_innen in der Organisation und Betreuung der Angebote erhalten die *angebotsbezogenen* Faktoren zur Beurteilung für Weiterbildungserfolg besonderes Gewicht: Die Kosten der Angebote (1/2 WB), die Studiendauer (1/2 WB), die frühzeitige und verlässliche Planung (1/2 WB) sowie die besondere Rücksichtnahme auf die zeitlichen Einschränkungen für die Veranstaltungsformate (1/2 WB). *Markt- und umfeldbezogene Aspekte* betreffen die Passung zwischen Angeboten und Bedarfen (1/2 WB) sowie deren Marktrelevanz (1/2 WB). Beide Aspekte werden in Abhängigkeit von konjunkturellen Schwankungen gesehen (1/2 WB), die

	WB (N=2)	LP (N=3)	TN (N=12)	UN (N=10)
TN/MA-BEZOGENE FAKTOREN		Individuelle Voraussetzungen (3)	Unterstützung/ Akzeptanz durch soziales/ berufliches Umfeld (10)	Motivation der MA (3)
			Persönliche Voraussetzungen (9)	
		Persönliche Rahmenbedingungen der TN (privat/beruf) (1)	Zeitliche Ressourcen (7) Finanzielle Mittel für Studium (4)	MA-Initiative für WB (1)
UNTERNEHMENSBEZOGENE FAKTOREN		Erkennbarer Mehrwert von wWB für UN (1)		Strukturelle Verankerung von WB im UN/ Ideelle Unterstützung von WB-Teilnahme (8)
				Zeitl./ Finanz. Unterstützungsmöglichkeiten für WB-Teilnahme (8)
		wWB als WB-Standard im UN (1)		Transferförderliche Faktoren (7)
		Transfermöglichkeiten (1)		Sicherstellung von Arbeitsressourcen (6) Innovationsförderliches Klima (1)
HOCHSCHULBEZOGENE FAKTOREN	HS-interne Rahmenbedingungen (2)	Stimmungsbild zu wWB an Hochschule/ Fakultät (1)	Organisatorische Rahmenbedingungen des Angebots (2)	Beratungs- und Angebotsqualität der Hochschule (4)
	Transparenz und Erwartungsmanagement (2)			
	Marketing (2)	Interne Rahmenbedingungen für wWB (1)		
	TN-orientierte Kommunikation und Grundhaltung (2)			
ANGEBOTSBEZOGENE FAKTOREN	Kosten der Angebote (1)	Curriculare u. didaktische Qualität (3)	Didaktische Qualität (10)	Flexibilität der Angebote (1)
	Studiendauer (1)	Umfang der WB (Modul vs. Studiengang) (3)	Lernmaterialien (Zugänglichkeit, Qualität) (9)	
	Frühzeitige und verlässliche Planung (Stundenplan) (1)	Organisatorische Qualität des Angebots (3)	Positive Gruppendynamik (Lerngruppen, Seminargruppe) (4)	
	Organisationsform/ Veranstaltungszeiten (1)	Aktualität (1)	Organisationsform/ Veranstaltungszeiten (4)	Qualitätssicherndes Lehrpersonal (1)
			Zusammenhang zwischen Studieninhalten und Berufspraxis (3)	
MARKT- / UMFELD-BEZOGENE FAKTOREN	Bedarfe am Markt (1)	Marktbezogene Faktoren (3) Hochschul- und bildungspolitische Rahmenbedingungen (1)		Innovationsförderliche Rahmenbedingungen (1)
	Marktrelevanz und Inhalte des Angebots (1)			
	Konjunkturelle wirtschaftliche Rahmenbedingungen (1)			

**Tab. 2:** Wahrgenommene Voraussetzungen für Wirksamkeit wissenschaftlicher Weiterbildung aus Stakeholdersicht (links: induktiv ermittelte Oberkategorien; Spalten: Nennungen der jeweiligen Stakeholder; in Klammern ist die Anzahl der Gruppen / Gruppennennungen gelistet; Abk: WB=Weiterbildungsverantwortliche; LP=Lehrpersonen; TN=Teilnehmende; UN=Unternehmen).

den Spielraum zwischen zeitlichen und finanziellen Kapazitäten der Unternehmen bestimmen.

#### *Lehrpersonen:*

Die Lehrpersonenperspektive erweitert die angebotsseitige Sichtweise und umfasst sämtliche Kategorien der Erfolgsvoraussetzungen. Die *teilnehmendenbezogenen* Voraussetzungen (Motivation, Durchhaltevermögen, Vorwissen, fachliche Eignung, Studienmotive, Heterogenität, Erwartungen; 3/3 LP) sowie deren Rahmenbedingungen (1/3 LP) werden genauso einbezogen wie *unternehmensbezogene* Faktoren. Letztere umspannen Transfermöglichkeiten im Unternehmen (1/3 LP) und die Erkenntnis, dass aus den wissenschaftlichen Weiterbildungsangeboten ein organisationaler Mehrwert entstehen kann (1/3 LP). Zudem nennen Lehrpersonen die Etablierung von wissenschaftlichen Weiterbildungsmaßnahmen als Weiterbildungsstandard (1/3 LP) als wichtigen Schritt für die Nachfrage nach wissenschaftlicher Weiterbildung. *Hochschulinterne* Abläufe sind auch für Dozierende (1/3 LP) erfolgsrelevant, zudem verweisen sie auf das positive oder negative hochschulinterne Stimmungsbild (1/3 LP) zur wissenschaftlichen Weiterbildung. Als einflussreiche Faktoren werden schließlich *veranstaltungsbezogene* Voraussetzungen genannt: Die curriculare und didaktische sowie organisatorische Qualität (3/3 LP), der Umfang der Weiterbildung (3/3 LP) und die Aktualität der Angebote (1/3 LP). Auch Lehrpersonen betonen marktbezogene Faktoren (3/3 LP) sowie Aspekte, die den rechtlichen und hochschulpolitischen Rahmen für wissenschaftliche Weiterbildung (1/3 LP) betreffen, als Voraussetzung für die erfolgreiche Durchführung der Angebote.

#### *Teilnehmende:*

Die Teilnehmenden legen ihre Erfahrungen für die Bestimmung von erfolgsrelevanten Faktoren zugrunde. Bezüglich den eigenen (d.h. *teilnehmendenbezogenen*) Voraussetzungen sind dies die Unterstützung des beruflichen bzw. privaten Umfelds (10/12), persönliche Voraussetzungen (Durchhaltevermögen, Vorkenntnisse, Lernkompetenzen, Gesundheit; 9/12 TN) sowie die zeitlichen (7/12 TN) und finanziellen Ressourcen (4/12 TN). Diese Aussagen decken sich mit den Einschätzungen der Lehrpersonen. Einzelne Gruppen sehen die organisatorischen Rahmenbedingungen (2/12 TN) als bedeutsame Voraussetzung an. Damit sind die ausreichende Information und Beratung im Vorfeld sowie eine verlässliche Organisation gemeint. Beides deckt sich mit den genannten Wirksamkeitskriterien der Weiterbildungsverantwortlichen. Bezüglich der *veranstaltungsbezogenen* Merkmale sehen die Teilnehmenden analog zu den Lehrpersonen vor allem die didaktische Qualität (10/12 TN) und die organisatorische Ausgestaltung (4/12 TN) als relevant an. Zudem ergänzen sie die Option, einen Zusammenhang zwischen Veranstaltung und Angebot herstellen zu können (3/12 TN), die Qualität und Zugänglichkeit der Lernmaterialien (9/12 TN) sowie die positive Gruppendynamik unter den Teilnehmenden (4/12 TN) als Erfolgsbedingungen.

#### *Unternehmen:*

Die Unternehmen sprechen wie die Lehrpersonen Aspekte aus allen Kategorien der Bedingungsfaktoren an. Besonders hoch bewertet sind die *unternehmensbezogenen* Faktoren. Sie umfassen die strukturelle Verankerung von Weiterbildung im Unternehmen bzw. die ideelle Förderung (8/10 UN), die Möglichkeiten zur zeitlichen und finanziellen Unterstützung der Weiterbildung (8/10 UN), transferförderliche Faktoren (Anwendungsfelder, Freiräume fürs Experimentieren, hierarchiefreie und schnelle Austauschmöglichkeiten; 7/10 UN), die Sicherstellung von Arbeitsressourcen (6/10 UN) sowie ein innovationsfreundliches Klima (Veränderungsbereitschaft, Nutzenerfahrungen, Strukturmerkmale der Belegschaft; 1/10 UN). Was die Mitarbeitenden anbetrifft (*teilnehmendenbezogene* Faktoren), so erwähnen die Interviewten vor allem motivationale Voraussetzungen (Motivation (3/10 UN) und Eigeninitiative für Weiterbildung und Transfer (1/10 UN)). Die Unternehmen sehen die *Hochschulen* in der Verantwortung, wenn es um Kooperationsmöglichkeiten und die Beratungsqualität (4/10 UN) geht. Die *Angebote* müssen ein Mindestmaß an Flexibilität bei der Durchführung (1/10 UN) bieten und von Personal erbracht werden, das die Qualität garantiert (1/10 UN). Ein Unternehmen erwähnt zudem *markt- und umfeldbezogene* Faktoren. Hierbei geht es um Expansions- und Wachstumsmöglichkeiten, die bestimmte Qualifikationen verlangen und damit überhaupt die Möglichkeit zur wWB der Mitarbeitenden bedingen (innovationsförderliche Rahmenbedingungen, 1/10 UN).

## 4 Diskussion und Implikationen für die Weiterbildungspraxis

Die Ergebnisse geben Impulse für unterschiedliche Bereiche der Weiterbildungspraxis an Hochschulen. Nachfolgend wird auf drei Felder genauer eingegangen: Evaluierung, Theorie-Praxis-Transfer und Marketing / Zielgruppenspezifische Kommunikation.

### 4.1 Evaluierung von wissenschaftlicher Weiterbildung

Für die Evaluierung von wissenschaftlicher Weiterbildung lassen sich einige Empfehlungen ableiten. So können die ermittelten Kategorien als Kriterienkatalog für die Operationalisierung von Wirksamkeit von wissenschaftlichen Weiterbildungsangeboten dienen und für die Entwicklung von Evaluationsinstrumenten herangezogen werden. Die Ergebnisse zeigen teilweise deutliche Unterschiede zwischen den Sichtweisen der Stakeholder auf. Dies deckt sich mit Erkenntnissen aus anderen Studien zu Zielgruppenperspektiven in der wissenschaftlichen Weiterbildung (Seitter, Schemmann & Vossebein, 2015). Die Auswahl und Gewichtung der Kriterien ist letztlich eine Frage von Evaluationsziel, -gegenstand und -reichweite (Gutknecht-Gmeiner, 2009). Die fünf dargestellten Oberkategorien als „gemeinsamer Nenner“ der Stakeholder bieten eine gute Basis für eine multiperspektivisch ausgerichtete Evaluierung.

Mit Blick auf die inhaltlichen Aspekte der Kriterien wird deutlich, dass der Nutzen von wissenschaftlicher Weiterbildung

über den reinen individuellen Lernerfolg hinausgeht. Die Kategorie *Erwerb von Kenntnissen, Fähigkeiten und Kompetenzen* zeigt zwar die Bedeutung von Wissenserwerb, die ihm von Lehrpersonen und Unternehmen attribuiert wird; er ist aber eingeordnet in die Ausbildung übergeordneter Kompetenzen. Ebenso verdeutlicht die Kategorie *Erfolgreicher Praxistransfer*, dass die Wirksamkeit auf der Verhaltens- bzw. Ergebnisebene zu verorten ist (*Mikroebene* nach Kirkpatrick & Kirkpatrick, 2006). Für die Evaluation kann sich daraus ein Dilemma ergeben, da in der Weiterbildungspraxis meist nur Befragungen auf Selbsteinschätzung von Personen stattfinden und diese keine Verhaltensbeobachtungen darstellen. Die Studienergebnisse legen nahe Alumni-Befragungen zu ergänzen, da diese Zielgruppe in der Lage ist, den persönlichen und beruflichen Nutzen einzuschätzen. Ferner ergeben sich Hinweise, die Evaluation nicht allein auf die Mikroebene des Lehr-Lern-Geschehens zu beschränken, sondern auf die Institution bzw. die Unternehmen auszudehnen (Wetzel & Dobmann, 2014). Zudem helfen für die Gewinnung von wertvollen Rückmeldungen item-basierte Messungen, die auf das Ergebnis zielen (z.B. „Durch die Weiterbildung bin ich besser in der Lage, praktische Probleme in der beruflichen Praxis aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten“) (Braun, Gusy, Leidner & Hannover, 2008).

Für die Teilnehmenden ist Weiterbildung als soziales Event zwar kein intendiertes Studienmotiv, jedoch auch eine explizit geäußerte persönliche Bereicherung (z.B. positive Gruppendynamik, Abwechslung zum Berufsalltag). Diese subjektiv erlebte Wirkung (*Impact*) ist eine substanzielle Erweiterung einer reinen *Output*-Perspektive, wie sie etwa durch Prüfungsleistungen, Teilnehmerzahl oder Finanzbudget abgebildet wird (Gutknecht-Gmeiner, 2009; Wagner & Halfar, 2011). Es bietet sich an, solche Kriterien bei Evaluierungen in der wWB ebenfalls zu berücksichtigen, zumal sie sich unkompliziert in Evaluierungen umsetzen lassen und über die Nützlichkeitsstandards hinausgehen (Gutknecht-Gmeiner, 2009).

#### 4.2 Theorie-Praxis-Transfer

Der erfolgreiche Praxistransfer als von den Stakeholdern unisono genanntes Wirksamkeitskriterium widerspricht dem Stereotyp einer Hochschule als praxisfernem Lernort. Wie andere Studien im Bereich der wissenschaftlichen Weiterbildung darlegen, ist diese Skepsis gegenüber den Hochschulen als transfertaugliche Lernorte auf der Nachfrageseite nach wie vor groß (Seitter et al., 2015). Für die Hochschulen stellt dies einen Auftrag dar, Optionen zu schaffen, die einen Theorie-Praxis-Transfer begünstigen. Die Unternehmensrepräsentant\_innen geben Impulse für die Bewerbstellung: Mehrheitlich sehen sie in studentischen Projekt- und Abschlussarbeiten die beste Option für einen Theorie-Praxistransfer. Sie gehen davon aus, dass damit Innovationen initiiert oder mitentwickelt werden können. Zudem bieten studentische Arbeiten wegen des begrenzten Ressourcenverbrauchs ein gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis. Die Studierenden können sich mit wissenschaftlichen Abschlussarbeiten im Unternehmen in mannigfaltiger Weise sichtbar machen und abteilungsübergreifend einbringen. Ein weiterer Nutzen besteht im alltäglichen Arbeitsprozess, z.B. in

Form neuer Kenntnisse, die auch personenübergreifend zum Aufbau aktuellen Wissens führen können.

Sowohl Lehrpersonen als auch Unternehmen erachten Transfermöglichkeiten als Voraussetzung für den Weiterbildungserfolg. Dabei fokussieren die o.g. wissenschaftlichen Abschlussarbeiten nicht nur die unternehmensseitige Wahrnehmung des Transfers. Analysen gelungener sog. Praxis(forschungs)projekte, die insbesondere an Hochschulen für angewandte Wissenschaften angesiedelt sind (Christ, Koscheck, Martin & Widany, 2019), bestätigen den Status eines Bindeglieds zwischen praxisorientierter akademischer Ausbildung und Nutzen für die Unternehmen. Gleichzeitig verweisen mehrere Autor\_innen auf die damit verbundenen Anforderungen an die Lehrenden bzw. die Hochschule, die mit der Relation Hochschule-Unternehmen einhergeht (Alexander, 2018; Bechter, Brönmann, Ivancic & Müller, 2019; Schäffter, 2017). Die Teilnehmenden bewerten u.a. die ideelle Unterstützung durch das berufliche Umfeld als wichtige Bedingung, was sich mit Studien zur Transferforschung deckt. Tonhäuser und Büker (2016) identifizieren in ihrer Metastudie, dass der soziale Support sowie Feedbackprozesse durch Kolleg\_innen und Vorgesetzte sowohl positiv als auch negativ auf den Transfererfolg wirken können. Zudem stellen sich strukturelle Bedingungen als förderlich heraus, die auch hier als unternehmensbezogene Faktoren identifiziert wurden. Bell, Tannenbaum, Ford, Noe und Kraiger (2017) zeigen in ihrer Metastudie zur Transferforschung, wie sich die Unterstützung durch das Arbeitsumfeld im Vorfeld auf die Teilnehmenden auswirkt. So können die Transfermotivation und -ziele beeinflusst werden. Für Hochschulen bedeuten die Ergebnisse neue Kooperationsmodelle (z.B. *Service Learning*; Arend-Steinebach, 2013) zu finden, mit denen auch organisationsbezogene Faktoren gefördert werden. Diese Zusammenarbeit könnte unter anderem individuelle Beratungsleistungen für Unternehmen beinhalten, die den Nutzen einer Weiterbildung an der Hochschule im Vorfeld zu identifizieren helfen und gezielt fördern. Damit können sich Hochschulen langfristig als kompetente Kooperationspartner für externe Stakeholder etablieren.

#### 4.3 Zielgruppenspezifisches Marketing und Kommunikation

Die Studie beinhaltet schließlich Ergebnisse, die für Marketing und Kommunikationsprozesse von Weiterbildungseinheiten an Hochschulen bedeutsam sind. Teilnehmende und Unternehmen zeigen sich hierin als Zielgruppen mit eigenen Intentionen, für die sich Wirksamkeit unterschiedlich abbildet. Für die Hochschulen rückt damit zielgruppenspezifisches Marketing in den Fokus (Seitter, Krähling, Rundnagel & Zink, 2014).

Für die Unternehmensvertreter\_innen ist die Kompetenzentwicklung das Hauptanliegen beruflicher Weiterentwicklung aus organisationaler Sicht. Unterschiede in den Kompetenzdimensionen bilden demnach aktuell benötigte oder zukünftige Funktions- und Rollenanforderungen im Unternehmen ab. Analog dazu sehen die Lehrpersonen in der akademischen Herangehensweise die Grundlage für eine

breite Wissensbasis, die den Aufbau weiterer Kompetenzen ermöglicht (u.a. Perspektivenvielfalt, Kreativitätspotential, Abstraktionsfähigkeit). Trotz der übereinstimmenden Stakeholderantworten zeigt sich in der Finanzierungsstruktur der Weiterbildungsteilnehmenden, dass nur wenige Teilnehmende an wissenschaftlicher Weiterbildung eine finanzielle Unterstützung durch den Arbeitgeber genießen<sup>2</sup>. Demnach müssen die Kompetenzen als intendierter und praxisrelevanter Lernerfolg deutlicher an die Unternehmenvertreter\_innen kommuniziert werden. Weiterhin müssen modulare Angebote den Unternehmen bekannt gemacht werden, da diese das Kosten-Nutzen-Verhältnis positiver abbilden, ohne dass dabei die akademische Qualität leidet (Hanft, Brinkmann, Kretschmer, Machwitz & Stöter, 2016).

Für Teilnehmende ist die Vermittlung des strategischen Nutzens relevant, der sich auf lange Sicht in neuen beruflichen Handlungsoptionen zeigt. Hierbei geht es ihnen nicht nur um eine vertikale berufliche Verbesserung, sondern auch um horizontale Handlungsoptionen (Quereinstiege, Arbeitsplatzbedingungen, Passung zwischen Interessen und Tätigkeit etc.). Zielgruppenorientiert sind die individuellen Voraussetzungen in Beratungsdienstleistungen transparent zu machen und die Erwartungen im Vorfeld der Weiterbildung realistisch zu halten. Insbesondere sind persönliche Voraussetzungen mit zu bedenken, wie z.B. persönliches Vorwissen, Unterstützung durch das soziale und berufliche Umfeld, finanzielle und zeitliche Ressourcen sowie persönliche Motivation.

## 5 Ausblick

Die Erkenntnisse verdeutlichen Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen den Sichtweisen von Stakeholdern. Vergleichend betrachtet bringen sie Einsichten, die aus reiner Hochschulperspektive nicht gewonnen werden können. Die Analyse von Stakeholderperspektiven stellt deshalb einen wichtigen Schritt für die Bestimmung von Wirksamkeit und Erfolg wissenschaftlicher Weiterbildung dar. Hochschulen im deutschsprachigen Raum können Impulse erhalten, die für anstehende Entwicklungen innerhalb deren Weiterbildungsabteilungen genutzt werden können. Zudem lebt die wissenschaftliche Weiterbildung vom Einklang zwischen akademischer Qualität und dem Nutzen für die berufliche Praxis – was zur Berücksichtigung von Ansichten verschiedener Beteiligter und Adressierter des Weiterbildungsgeschehens verpflichtet. Die Resultate wurden auf Basis der MINT-Angebote an der OTH Regensburg erhoben. Im Projekt OTH mind fließen die Ergebnisse in alle drei Entwicklungsbereiche ein (Evaluation, Transfer, Marketing und Kommunikation). Analoge Vorgehensweisen für andere Fachrichtungen und an anderen Hochschulen können dazu beitragen, die Reichweite der Aussagen zu bemessen und die Professionalisierung der wissenschaftlichen Weiterbildung evidenzbasiert zu fördern.

## Literatur

- Alexander, C. (2018). Wissenschaftliche Weiterbildung als „Transfer“. Erweiterung eines Bedeutungshorizonts. *Zeitschrift Hochschule und Weiterbildung*, (2), 41–47.
- Arend-Steinebach, C. (2013). Kompetenzentwicklung durch Service-Learning in der Hochschullehre? In A. Spiekermann (Hrsg.), *Lehrforschung wird Praxis. Hochschuldidaktische Forschungsergebnisse und ihre Integration in die Praxis* (S. 51–58). Bielefeld: Wbv Verlag.
- Bechter, M., Brönimann, C., Ivancic, R. & Müller, P. (2019). Angewandte Wissenschaften an der Fachhochschule St. Gallen. Praxisprojekte als Bindeglied zwischen akademischer, praxisorientierter Ausbildung und wirtschaftlichem Nutzen. *Magazin erwachsenbildung.at*, 38, 13-1-13-8.
- Bell, B. S., Tannenbaum, S. I., Ford, J. K., Noe, R. A. & Kraiger, K. (2017). 100 years of training and development research: What we know and where we should go. *The Journal of Applied Psychology*, 102(3), 305–323.
- Braun, E., Gusy, B., Leidner, B. & Hannover, B. (2008). Das Berliner Evaluationsinstrument für selbsteingeschätzte, studentische Kompetenzen (BEvaKomp). *Diagnostica*, 54(1), 30–42.
- Christ, J., Koscheck, S., Martin, A. & Widany, S. (2019). *Wissenstransfer – Wie kommt die Wissenschaft in die Praxis? Ergebnisse der wbmonitor Umfrage 2018*. Leverkusen: Verlag Barbara Budrich.
- egger, R. (2016). (Wissenschaftliche) Weiterbildung an Universitäten. Impulse der Erwachsenenbildung für die Hochschulpraxis. *Magazin erwachsenbildung.at*, 27, 05-1-05-7.
- Elsholz, U. (Hrsg.). (2015). *Beruflich Qualifizierte im Studium. Analysen und Konzepte zum Dritten Studienweg*. Bielefeld: Wbv Verlag.
- Flick, U. (2017). Gruppendiskussion und Focus-Group. In U. Flick, *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung* (S. 248–267, 8. Aufl.). Reinbek: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Gutknecht-Gmeiner, M. (2009). Evaluation (in) der Erwachsenenbildung. Eine kritische Würdigung der aktuellen Praxis und Analyse möglicher Handlungsfelder. *Magazin erwachsenbildung.at*, 7/8, 13-1-13-4.
- Hanft, A., Brinkmann, K., Kretschmer, S., Machwitz, A. & Stöter, J. (2016). *Organisation und Management von Weiterbildung und Lebenslangem Lernen an Hochschulen*. Band 2: Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitung des Bund-

<sup>2</sup> In den MINT-Studiengängen an der OTH Regensburg profitieren laut einer aktuellen Umfrage des Projekts OTH mind unter den Teilnehmenden ca. 10% von einer Vollfinanzierung durch den Arbeitgeber. Mehr als 50% der Befragten finanzieren die Weiterbildung ausschließlich selbst.

- Länder-Wettbewerbs Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen. Münster/New York: Waxmann.
- Hörr, B. & Jütte, W. (Hrsg.). (2017). *Weiterbildung an Hochschulen. Der Beitrag der DGWF zur Förderung wissenschaftlicher Weiterbildung*. Bielefeld: Wbv Verlag.
- Jütte, W. & Lobe, C. (2017). Stichwort: Zielgruppenforschung in der wissenschaftlichen Weiterbildung. *Zeitschrift Hochschule und Weiterbildung*, (1), 7-12.
- Kahl, R., Lengler, A., Präßler, S. & Lutzman, F. (2015). Akzeptanzanalyse. Forschungsbericht zur Akzeptanz innerhochschulischer Zielgruppen. Verwaltungspersonal, wissenschaftliches Personal. In W. Seitter, M. Schemmann, U. Vossebein (Hrsg.), *Zielgruppen in der wissenschaftlichen Weiterbildung. Empirische Studien zu Bedarf, Potenzial und Akzeptanz* (S. 291-408). Wiesbaden: Springer VS.
- Kirkpatrick, D. & Kirkpatrick, J. (2006). *Evaluating training programs: The four levels*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Koroknay, S. & Iberer, U. (2014). Lohnt sich ein berufsbegleitendes Masterstudium? Ergebnisse einer empirischen Studie zum beruflichen Erfolg von Masterabsolventen. *Zeitschrift Hochschule und Weiterbildung*, (1), 52-58.
- Lamnek, S. & Krell, C. (2016). *Qualitative Sozialforschung*. Weinheim: Beltz.
- Lermen, M., Rübél, J. & Schiefner-Rohs, M. (2016). Didaktische Referenzpunkte der wissenschaftlichen Weiterbildung. Studentisches Arbeiten zwischen Forschungs- und Praxisorientierung. *Zeitschrift Hochschule und Weiterbildung*, (2), 58-66.
- Mayring, P. (2002). *Einführung in die qualitative Sozialforschung*. Weinheim: Beltz.
- Mayring, P. (2010). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim: Beltz.
- Mörth, A. & Cendon, E. (2019). Theorie-Praxis-Verzahnung als zentrales Element von Formaten wissenschaftlicher Weiterbildung. *Zeitschrift Hochschule und Weiterbildung*, (1), 40-47.
- Roessler, I., Duong, S. & Hachmeister, C.-D. (2015). Welche Missionen haben Hochschulen? Third Mission als Leitung der Fachhochschulen für die und mit der Gesellschaft (CHE AP 182). *CHE Arbeitspapier*. Gütersloh: Centrum für Hochschulentwicklung GmbH.
- Schäffter, O. (2017). Wissenschaftliche Weiterbildung im Medium von Praxisforschung - eine relationstheoretische Deutung. In B. Hörr & W. Jütte (Hrsg.), *Weiterbildung an Hochschulen. Der Beitrag der DGWF zur Förderung wissenschaftlicher Weiterbildung* (S. 221-240). Bielefeld: Wbv Verlag.
- Schober, C. & Rauscher, O. (2014). Alle Macht der Wirkungsmessung? In A. E. Zimmer & R. Simsa (Hrsg.), *Forschung zu Zivilgesellschaft, NPOs und Engagement* (Vol. 12, S. 261-281). Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Seitter, W. (2017). Zielgruppen in der wissenschaftlichen Weiterbildung. In B. Hörr & W. Jütte (Hrsg.), *Weiterbildung an Hochschulen. Der Beitrag der DGWF zur Förderung wissenschaftlicher Weiterbildung* (S. 211-219). Bielefeld: Wbv Verlag.
- Seitter, W., Krähling, S., Rundnagel, H. & Zink, F. (2014). Angebotsentwicklung und Marketing in Kooperationen der wissenschaftlichen Weiterbildung. *Zeitschrift Hochschule und Weiterbildung*, (1), 32-36.
- Seitter, W., Schemmann, M. & Vossebein, U. (Hrsg.). (2015). *Zielgruppen in der wissenschaftlichen Weiterbildung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Shkonda, A. (2018). „Transferorientierung in der wissenschaftlichen Weiterbildung - Wissen gesellschaftlich wirksam machen“: Bericht zur DGWF Jahrestagung 2018. *Zeitschrift Hochschule und Weiterbildung*, (2), 73-76.
- Tonhäuser, C. & Büker, L. (2016). Determinants of transfer of training: A comprehensive literature review. *International journal for research in vocational education and training*, 3(2), 127-165.
- Verband der Hochschullehrerinnen und Hochschullehrer an Fachhochschulen in Bayern e.V. - vhb (Hrsg.). (2018). *Lehre, Forschung, Third Mission. Die Zukunft der Hochschulen für Angewandte Wissenschaften*. Hof: Tagungsdokumentation.
- Wagner, B. & Halfar, B. (2011). Soziales wirkt. Teil 2: Wirkungsorientiertes Controlling. *BFS-Info*, 12-17.
- Wetzel, K. & Dobmann, B. (2014). Mehrwert durch Qualität in der wissenschaftlichen Weiterbildung. *Zeitschrift Hochschule und Weiterbildung*, (1), 26-31.

## Autor\_innen

Michael Hellwig, Dipl.-Päd.  
michael.hellwig@oth-regensburg.de

Prof. Dr. Irmgard Schroll-Decker  
irmgard.schroll-decker@oth-regensburg.de