*Einreichung*

*Vortrag auf der 18. Jahrestagung der Gesellschaft für Hochschulforschung*

## Soziale Innovationen aus Hochschulen durch Indikatoren befördern

*Autor\*innen: Dr. Isabel Roessler, Cort-Denis Hachmeister, Saskia Ulrich, Bianca Brinkmann, Melanie Rischke*

*CHE Centrum für Hochschulentwicklung gGmbH, Verler Str. 6, 33332 Gütersloh*

*Kontakt: Dr. Isabel Roessler,* [*isabel.roessler@che.de*](mailto:isabel.roessler@che.de)

Forschung und Lehre reichen nicht mehr aus, um den von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft an die Hochschulen gestellten Erwartungen und Ansprüchen gerecht zu werden. Die Third Mission an den Hochschulen gewinnt daher seit einigen Jahren zunehmend an Bedeutung (Roessler, Duong, & Hachmeister, 2015). Teilweise betrachten die Hochschulen Third Mission ganzheitlich, teilweise legen sie Schwerpunkte. Klassischerweise auf Wissens- oder Technologietransfer, auf gesellschaftliches Engagement oder Weiterbildung (Roessler, Hachmeister, & Scholz, 2016). Seit kurzem rückt ein weiteres Thema in den Fokus: Soziale Innovationen. Dabei handelt es sich um Praktiken, Handlungsweisen oder Werte, die Lösungen für gesellschaftliche Herausforderungen mit sich bringen.

Allerdings stammen nur 15 Prozent der Sozialen Innovationen aktuell aus Hochschulen (Majewski Anderson, Domanski, & Howaldt, 2018). Wie also können Soziale Innovationen aus Hochschulen gefördert werden?

Dieser Forschungsfrage gingen wir im Forschungsprojekt WISIH, Wege und Indikatoren Sozialer Innovationen aus Hochschulen, nach. Auf Basis von Literaturrecherchen, quantitativen und qualitativen Befragungen unter Professor\*innen aus der Pflegewissenschaft sowie der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie und Stakeholdern, zeigten Wege auf, wie mehr Soziale Innovationen in Hochschulen entstehen können.

Wir konnten nachweisen, dass 68 Prozent der Befragten den Begriff „Soziale Innovation“ kannten, stellen zugleich jedoch deutliche Fächerunterschiede fest. Ebenso konnten wir feststellen, dass ein mit 64 Prozent hoher Anteil an Wissenschaftler\*innen de facto an Sozialen Innovationen arbeitete, jedoch nicht zwingend wusste, dass es sich dabei um potentielle Sozialen Innovationen handelt. Besondere Aufmerksamkeit muss dem Fakt gewidmet werden, dass zwar 72 Prozent eine Idee entwickelten, die zu einer Sozialen Innovation führen könnte, jedoch nur 39 Prozent der Befragten angaben, dass ihre Idee in einem begrenzten Rahmen in die Praxis übertragen wurde, bspw. in ein einzelnes Unternehmen (Hachmeister & Roessler, 2020).

Die Ergebnisse zeigen, dass an Hochschulen das Potential besteht, mehr Soziale Innovationen zu generieren: ihre Mitglieder forschen zu Themen, die zu Soziale Innovationen führen können, können die Idee jedoch nicht in ausreichendem Maße in die Praxis überführen.

Ein Aufwuchs Sozialer Innovationen kann auch durch ein unterstützendes Hochschulmanagement erreicht werden. Dafür müssen jedoch Rahmenbedingungen ggf. optimiert, Weichen gestellt und benötigte Netzwerke etabliert werden.

Indikatoren kommt hierbei eine besondere Bedeutung zu. In unserem Indikatorenportal (Hachmeister & Roessler, 2020) sind Indikatoren enthalten, mit denen sowohl der Status Quo Sozialer Innovationen an Hochschulen erhoben als auch die Generierung Sozialer Innovationen gezielt gefördert werden kann (https://indikatorenportal.che.de).

Die Indikatorik umfasst den Gesamtprozess Sozialer Innovationen, um jeden Schritt zu unterstützen und letztlich zu einer Wirkungsmessung zu führen.

Im Vortrag werden die Kernergebnisse des Projekts beleuchtet, die Indikatoren vorgestellt; und erläutert, wie das Indikatorenportal von unterschiedlichen Stakeholdern und zu verschiedenen Zwecken genutzt werden kann.

## Literaturverzeichnis

Hachmeister, C.-D., & Roessler, I. (Oktober 2020). Soziale Innovationen aus Hochschulen - Prozesse, Phasen und Wege. Gütersloh. Abgerufen am 30. 08 2021 von https://www.che.de/download/wege-sozialer-innovationen-aus-hochschulen/

Majewski Anderson, M., Domanski, D., & Howaldt, J. (2018). Social Innovation as a chance and a challenge for higher education institutions. In J. Howald, C. Kaletka, A. Schröder, & M. Zirngiebl (Hrsg.), *Atlas of Social Innovation* (S. 50-54). Dortmund.

Roessler, I., Duong, S., & Hachmeister, C.-D. (Februar 2015). Welche Missionen haben Hochschulen? Third Mission als Leistung der Fachhochschulen für die und mit der Gesellschaft. Gütersloh. Abgerufen am 01. 03 2017 von http://www.che.de/downloads/CHE\_AP\_191\_Profilierung\_durch\_Third\_Mission.pdf

Roessler, I., Hachmeister, C.-D., & Scholz, C. (2016). Positionierung durch Profilierung - Stärkung der Third Mission an HAW. Gütersloh. Abgerufen am 5. Dezember 2016 von http://www.che.de/downloads/CHE\_AP\_191\_Profilierung\_durch\_Third\_Mission.pdf