

3rd Mission Evaluation

Manual

Das Verbundprojekt „TransInno_LSA – Strukturelle Evaluation und Modernisierung der verbundweiten Transfer- und Third-Mission-Aktivitäten“ ist eines von 29 ausgewählten Projekten, welches im Rahmen der BMBF Förderinitiative „Innovative Hochschule“ von 2018 bis 2022 gefördert wurde. Der Verbund, bestehend aus den Hochschulen Merseburg, Magdeburg-Stendal und Harz, stellte sich unter anderem Herausforderungen wie dem demografischen Wandel, den gewachsenen Ansprüchen an die Wirtschaft im Zeitalter der Digitalisierung, den Bedürfnissen von Existenzgründer:innen sowie der Neustrukturierung interner Prozesse.

Das Teilprojekt Transfer-Bewertungs-Toolbox (kurz: TBT) war eines von 14 Teilprojekten des Verbundprojektes TransInno_LSA. Das TBT-Team hat das Tool M³E entwickelt und zur freien Nutzung auf der Website der Hochschule Harz zur Verfügung gestellt. Fokus des Bewertungstools ist die Evaluation und Verbesserung von Third-Mission-Aktivitäten. Die zugrundeliegende Definition von Third Mission finden Sie auf Seite 4.



BE SMART. GET BETTER.
EVALUATE TOGETHER.

Durch die Ermittlung und Zusammenstellung geeigneter Erfolgsfaktoren im Rahmen der Transfer-Bewertungs-Toolbox M³E soll langfristig eine dynamische Bewertungsmethodik geschaffen werden. Diese ermöglicht es Hochschulen nicht nur, sich zu profilieren, sondern schafft auch eine gemeinsame Basis für die Zusammenarbeit unterschiedlicher Hochschulen und kann perspektivisch auch hochschulpolitisch eingesetzt werden.

als auch qualitativ-skalierbare Größen berücksichtigt, die aus Interviews mit Akteursgruppen im Rahmen des TBT-Projektes gewonnen wurden.

Das Tool folgt einem Erfolgsverständnis, das durch Effektivität und Effizienz der zu bewertenden Aktivität gekennzeichnet ist. Dabei werden sowohl quantitative

Grundlage der Bewertung stellen eine Nutzwertanalyse und eine Kosten-Wirksamkeitsanalyse dar. Beide Verfahren systematisieren zur Evaluation jeweils Ihre persönliche Einschätzung des Erfolgs der Aktivität. Jede an einer solchen Evaluation beteiligte Person kann aufgrund abweichender Präferenzen deren Erfolg anders einschätzen. Wir empfehlen daher, die Bewertung von so vielen Beteiligten wie möglich durchführen zu lassen.

Bewerten Sie so viele Aktivitäten, wie Sie mögen. All Ihre Angaben sollten sich jeweils auf den für die zu bewertende Aktivität relevanten Zeitraum beziehen.

Pro Aktivität nutzen Sie dafür bitte den Download einer jeweils neuen M³E-Excel-Tabelle, da pro Datei lediglich die Bewertung einer einzigen Aktivität möglich ist.

Zur Bewertung nehmen Sie sich pro Aktivität idealerweise 25-30 Minuten Zeit.

Inhalt

3rd Mission Evaluation	1
Manual.....	1
Zur Handhabung des Tools.....	3
Nutzung der einzelnen Excel-Tabellenblätter	3
Vorbereitung der Bewertung	4
Eckdaten der Bewertung: Schritt 1+2	4
Definition von Third Mission	4
Einordnung in die Struktur der Third-Mission-Definition: Schritt 2+3	5
Definition der Aspekte der Third-Mission-Definition	6
Definition der Third-Mission-Formate Kooperation und Leistung	7
Definition der Unterkategorien des Third-Mission-Formates Leistung.....	8
Durchführung der Bewertung	9
Gewichtung der Ziele: Schritt 4.....	9
Definition der Third-Mission-Ziele	10
Aufnahme der eingesetzten Inputs/Ressourcen: Schritt 5+6	11
Definition der Inputs/Ressourcen.....	12
Aufnahme und Bewertung des Erfüllungsgrads der Outputs: Schritt 7+8.....	13
Definition der Outputs/Indikatoren	14
Nachgelagerte Schritte und Abschluss	16
Erfassung des erwarteten Outcomes und Impacts: Schritt 9+10	16
Bewertung ausgeben	16

Zur Handhabung des Tools

Nutzung der einzelnen Excel-Tabellenblätter

Fragebogen (grün markiert):

Im Rahmen der zur Verfügung gestellten Excel-Datei „Tool M³E – 3rd Mission Evaluation“ nutzen Sie für Ihre Eingaben lediglich das Tabellenblatt „Fragebogen“. In diesem Tabellenblatt sind die einzelnen Bewertungsschritte aufgeführt, die Sie durchlaufen müssen. Zu diesen Schritten erhalten Sie auf den nächsten Seiten Hilfestellungen.

Daten hinter Input:

Zur Berechnung der Input-Kosten werden pauschal ermittelte Durchschnittswerte der Hochschule Harz genutzt, welche M³E hostet. Diese Werte können Sie im Tabellenblatt "Daten hinter Input" einsehen und optional beliebig an Ihre Institution anpassen.

Auswertung:

Das Tabellenblatt „Auswertung“ ermöglicht Ihnen eine Übersicht über Ihre Eingaben und die vom Tool vorgenommenen Berechnungen, die zur Evaluation hinsichtlich Effektivität und Effizienz notwendig sind.

Ergebnis (grün markiert):

Um Ihre Ergebnisse einzusehen, nutzen Sie im Anschluss das Tabellenblatt „Ergebnis“. Da die eingesetzten Evaluationsverfahren von Vergleichen leben, haben wir im Tabellenblatt „Ergebnis“ ein Ampelsystem integriert, das ihre Aktivität im Vergleich mit anderen bereits bewerteten Aktivitäten, die sich bereits in unserer Datenbank befinden, darstellt.

Datenbank:

Im Tabellenblatt „Datenbank“ werden Ihre Daten hinterlegt, was dem Projektteam von TBT weitere Analysen zur Vergleichbarkeit verschiedener Third-Mission-Aktivitäten erleichtert.

Vorbereitung der Bewertung

Eckdaten der Bewertung: Schritt 1+2

Schritt 1:

Für eine stimmige Dokumentation ist es notwendig, dass Sie den Titel oder die Beschreibung der zu bewertenden Third-Mission-Aktivität kurz notieren.

Achtung: Überlegen Sie als Hilfestellung für sich selbst vorab: Was konzipieren Sie für sich als zu bewertende Third-Mission-Aktivität? Ist es z. B. eine Einzelmaßnahme eines Gesamtprojektes, gar ein Gesamtprojekt als solches oder eine Serie von wiederkehrenden Aktivitäten? All Ihre Angaben sollten sich jeweils auf den für die zu bewertende Aktivität relevanten Zeitraum beziehen.

Definition von Third Mission

Eine Aktivität wird als Third Mission bezeichnet, wenn sie folgende Kriterien erfüllt. Sie...

1. steht im Zusammenhang mit den Kernprozessen oder den strategischen Zielen der Hochschule.
 - Der Forschung im Bereich der Fachbereiche oder Fakultäten
 - Der Lehre im Bereich der Fachbereiche oder Fakultäten
 - Den strategischen Zielen der Hochschule
2. macht Gebrauch von „Ressourcen der Hochschule“.
 - Ausstattung oder Ausrüstung (Equipment)
 - Finanzielle Mittel
 - Personal
 - Räumlichkeiten oder Gelände
 - Studierende
3. gestaltet die „nicht-akademische Umwelt aktiv mit“.
 - Zusammenarbeit mit Akteur:innen der nicht-akademischen Umwelt
 - Bereitstellen von Leistungen für Akteur:innen der nicht-akademischen Umwelt
 - Aufbereiten und Bereitstellen von Informationen für Akteure der nicht-akademischen Umwelt

Beispiel einer Third Mission-Aktivität gemäß der Definition:

Die Hochschule für angewandte Wissenschaft mit dem strategischen Ziel, das ökologische Bewusstsein in der Region zu fördern (1), bietet quartalsmäßig Seminare in ihren Räumlichkeiten (2) an, in denen die Anwohner (3) lernen, wie sie selbst zum Schutz der Umwelt beitragen und Abfall vermeiden können.

Einordnung in die Struktur der Third-Mission-Definition: Schritt 2+3

Achtung: Hier kann je Dimension nur eine einfache Auswahl durch ein Drop-Down-Menü getroffen werden. Es gilt zu beachten, dass dies nicht Teil der Bewertung ist, sondern nur der Strukturierung und Übersicht der Aktivitäten dient. Keine der Kategorien ist besser als die andere.

Da unsere Methode lediglich für Third-Mission-Aktivitäten erprobt und entwickelt wurde, soll sichergestellt werden, dass es nur dafür Anwendung findet. Sie werden daher gebeten, Ihre Aktivität einer der oben genannten grundlegenden Gruppen der Definition von Third-Mission-Aktivitäten zuzuordnen, sofern Transfer ein strategisches Ziel oder Leitbild Ihrer Hochschule darstellt und sich weder der Hochschullehre noch der Hochschulforschung unterordnen lässt.

Schritt 2:

Entscheidend für die Einordnung ist folgendes: Wo liegt der Fokus der Aktivität?

Achtung: An dieser Stelle weisen wir darauf hin, dass Third Mission die Zusammenarbeit im Gegensatz zum bidirektionalen Transferverständnis (also sowohl unter Berücksichtigung der Hochschulsicht als auch der Praxispartner:innensicht) immer unidirektional (also in diesem Falle nur aus Hochschulsicht) betrachtet. Möchten Sie eine bidirektionale Transferaktivität bewerten, so ordnen Sie diese bspw. unter „strategische Ziele/Leitbild der Hochschule“ ein, sofern Transfer ein strategisches Ziel oder Leitbild Ihrer Hochschule darstellt und sich weder der Hochschullehre noch der Hochschulforschung unterordnen lässt.

Schritt 3:

Anschließend erfolgt die Kategorisierung der Third-Mission-Aktivität hinsichtlich der Art der aktiven Gestaltung der Gesellschaft/Welt durch ein Drop-Down-Menü.

Achtung: Eine Kooperation setzt intensiveren Kontakt zu Partner:innen und eine beidseitige Beteiligung voraus. Eine Leistung setzt nur einseitiges Arbeiten und geringeren Kontakt voraus.

Definition der Aspekte der Third-Mission-Definition

Mission Forschung

Fragen Sie sich: Ist es ein Forschungsvorhaben? Dann dürfen aktiv mitarbeitende Studierende - sofern Sie nicht inhaltliche Zielgruppe bzw. Nutzer:in/Tester:in für das Vorhaben sind - ausschließlich als entlohnte Kräfte beteiligt sein und die Beteiligung darf für diese nicht Teil ihres Curriculums sein.

Beispiel: Professor:innen arbeiten im Rahmen eines Drittmittelprojekts gemeinsam mit oder für ein Unternehmen an einer Problemstellung.

Mission Lehre

Fragen Sie sich: Ist es Teil eines grundständigen Studiengangs und es ist mindestens eine lehrende/anleitende Person beteiligt?

Beispiel: Studierende arbeiten im Rahmen ihres Studiengangs gemeinsam mit oder für eine soziale Einrichtung an der Erarbeitung eines Konzepts.

Erfüllung strategischer Ziele bzw. des Leitbildes

Fragen Sie sich: Ist die Aktivität keiner der beiden Optionen zuzuordnen, deckt sich aber mit den im Leitbild oder den strategischen Zielen der Hochschule zu findenden Aspekten?

Beispiel: Das Dezernat für Kommunikation und Marketing einer Hochschule, die nach kultureller Vielfalt und der Förderung der Künste strebt, organisiert eine Vernissage, die in den Räumlichkeiten der Hochschule für alle Bürger:innen zugänglich ist.

Strategische Ziele

Dies sind Ziele, die langfristigen Charakter haben und eher grundsätzlicher Natur sind. Sie sind von der leitenden Ebene einer Organisation vorgegeben und nach innen gerichtet und werden i. d. R. nicht nach außen kommuniziert. Ziehen Sie hierfür die strategischen Ziele Ihrer Hochschule zu Rate.

Leitbild

Ein Leitbild ist eine Selbstbeschreibung einer Organisation durch deren Beschäftigte, die ein eigenes Selbstverständnis umfasst und Aussagen über die allgemeinen Ziele enthält. Das Leitbild wird nach innen und nach außen kommuniziert und findet sich i. d. R. entsprechend auf der jeweiligen Website der Organisation.

Definition der Third-Mission-Formate Kooperation und Leistung

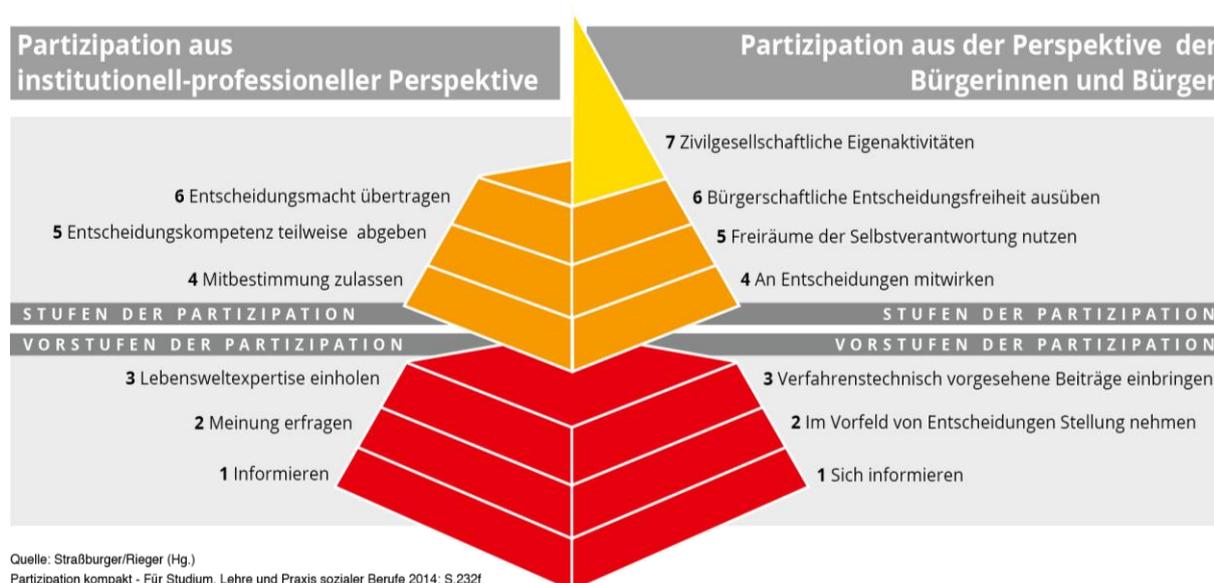
Kooperation

Innerhalb der kooperativen Aktivität wird mit außerakademischen Externen zusammengearbeitet, die von den Ergebnissen einen Nutzen haben sollen. Diese außerakademischen Externen unterstützen das Team über das Bereitstellen von Informationen hinaus. Das heißt, sie arbeiten an der Problemlösung mit und stellen Ressourcen für die Problemlösung bereit.

Leistung

Eine Leistung ist eine Aktivität, innerhalb derer die Teilnehmer:innen der Lehrveranstaltung mittels Bereitstellung von Leistungen einen Nutzen für außerakademische Externe erzeugen. Diese außerakademischen Externen unterstützen das Team durch das Bereitstellen von Informationen oder ähnliche Tätigkeiten, die unterhalb der Grenzen einer tatsächlichen Zusammenarbeit erfolgen. Auch Projekte, Publikationen, Vorträge und Weiterbildungen zählen hierunter, sofern diese eindeutig als Leistung für den nutznießenden Externen anzusehen sind.

Hilfestellung für die Einordnung:



Quelle: Straßburger/Rieger (Hg.)
Partizipation kompakt - Für Studium, Lehre und Praxis sozialer Berufe 2014: S.232f

Hilfe bei der Unterscheidung zwischen Kooperation und Leistung bietet die Partizipationspyramide nach Straßburg und Rieger (siehe Abbildung). Die Stufen 1 bis 4 können als Hilfestellung zur Einordnung als Leistung betrachtet werden. Die Stufen 5 und 6 als Hilfestellung für die Einordnung einer Aktivität als Kooperation.

Definition der Unterkategorien des Third-Mission-Formates Leistung

Publikation

Zielgruppe der Publikation sind außerakademische Externe. Der oder die Publizierende ist somit dazu verpflichtet, sich mit seinem Thema neu zu befassen und es auf eine andere Zielgruppe zuzuschneiden.

Vortrag

Zielgruppe des Vortrags sind außerakademische Externe. Der oder die Vortragende ist somit dazu verpflichtet, sich mit seinem Thema neu zu befassen und es auf eine andere Zielgruppe zuzuschneiden.

Weiterbildung

Eine Weiterbildung ist eine Aktivität, die im Rahmen von Lehre stattfindet, aber nicht Teil der grundbildenden Lehrangebote einer HS ist. D. h. sie lässt sich in eine der folgenden Gruppen eingliedern:

- Berufsbegleitender Studiengang
- Dualer Studiengang
- Modul- oder Zertifikatsangebot
- Seminar oder Vortrag

Durchführung der Bewertung

Gewichtung der Ziele: Schritt 4

Schritt 4:

Basierend auf Studienergebnissen der TBT-Forscher:innengruppe wurden sechs Oberziele für Third-Mission-Aktivitäten hergeleitet. Die Oberziele, die durch die Third-Mission-Aktivität erreicht werden sollen, wurden aus Wirkungen, Erfolgsfaktoren und Zielen hergeleitet.

Die sechs Oberziele werden von Ihnen individuell gewichtet, indem 100 Prozentpunkte, infolge der subjektiven Wahrnehmung der Wichtigkeit der Ziele, verteilt werden.

Achtung: Die Summe über alle Ziele gerechnet muss 100 sein. Sie können ein Ziel auch mit null Prozentpunkten bewerten.

Definition der Third-Mission-Ziele

Bereicherung der Hochschulforschung

Dieses Ziel besteht z. B. darin, dass Professoren einer Hochschule basierend auf der Third Mission-Aktivität ein wissenschaftliches Paper veröffentlichen oder durch ein Projekt neue Impulse für zukünftige Forschung erhalten.

Bereicherung der Hochschullehre

Dieses Ziel kann beispielsweise in der Anzahl neuer Themen bestehen, die ein/e Dozent:in im Anschluss an die durchgeführte Third-Mission-Aktivität neu in seine/ihre Lehre einbindet. Auch Studierendenprojekte wie Abschlussarbeiten oder Praktika, die aus der Third-Mission-Aktivität resultieren, sind Beispiele für dieses Ziel.

Impulssetzung für die regionale Entwicklung

Beispiele sind Third-Mission-Aktivitäten, die in der Region zu neuen Ansiedelungen oder Unternehmen führen, sowie Attraktionen, die Besucher:innen anziehen oder dazu beitragen, dass die Region in den Medien entsprechende Beachtung findet.

Lösung von Praxisproblemen

Dieses Ziel umfasst beispielsweise die durch die Third-Mission-Aktivität gelösten Unternehmens- und Gesellschaftsprobleme der beteiligten oder nutznießenden Externen. Diese sind beispielsweise Unternehmen, öffentliche Einrichtungen, soziale Einrichtungen, Politik, Privatpersonen, etc.

Reputationssteigerung der Hochschule

Das Image der Hochschule steht hier im Fokus. Technische oder soziale Innovationen, neue Zusammenarbeiten, Projekte und Anfragen, die Reichweite der Aktivität oder Publikationen trägt dazu bei.

Übernahme sozialer Verantwortung

Dieses Ziel umfasst beispielsweise die regelmäßige Pflege und Aufrechterhaltung von Kontakten zu außerakademischen Externen. Ein weiteres Beispiel für dieses Ziel wäre, dass sich die Hochschule als Resultat der Third-Mission-Aktivität als Mitglied in einem Verein engagiert.

Aufnahme der eingesetzten Inputs/Ressourcen: Schritt 5+6

Inputs umfassen alle eingesetzten Ressourcen und sind ein weiterer Aspekt der Definition von Third Mission. Ihre Nutzung ist im Tool in zwei Bereiche unterteilt.

Achtung: Zur Berechnung der Input-Kosten werden pauschal ermittelte Durchschnittswerte der Hochschule Harz genutzt, welche M³E hostet. Diese Werte können Sie im Tabellenblatt "Daten hinter Input" einsehen und optional beliebig an Ihre Institution anpassen.

Achtung: Es sind für die Berechnung Ihres Ergebnisses nur Daten relevant, die sich auf die Hochschulmittel - nicht zwingend auf die Projektmittel (wenn Drittmittel) – beziehen, da im Sinne der Third-Mission-Definition lediglich Hochschulressourcen betrachtet werden.

Schritt 5:

Welche Arten von Ressourcen wurden beansprucht und wer hat diese bereitgestellt/finanziert?

Achtung: Bitte entscheiden Sie, welche Mittel überwiegend bzgl. der jeweiligen Ressource eingesetzt wurden/werden – wenngleich es möglich ist, dass eine Ressource sowohl durch Eigen- und Drittmittel finanziert wurde/wird.

Schritt 6:

Welche Mengen welcher Ressourcen haben Sie genau eingesetzt?

Achtung: Wir unterscheiden Ressourcen in Equipment, Finanzen, Personal, Räume und Studierende.

Definition der Inputs/Ressourcen

Ressourcen sind Bestände und Mittel (Inputs), die bestimmten Zielen und Zwecken dienen, wie der Erstellung und Bereitstellung von Leistungen und Produkten. Diese fließen in die Third-Mission-Aktivität ein oder werden ausschließlich durch sie bestimmt. Die Ressourcen werden unterschieden in:

- **Eigenmittel der Hochschule**
Eigenmittel sind Inputs, die die Hochschule aus ihren eigenen Ressourcen bereitstellt.
- **Drittmittel**
Drittmittel sind Inputs, die nicht den Hochschulressourcen angehören, sondern anderweitig, z. B. durch Drittmittel oder Mittel des/der außerakademischen Praxispartner:in, zur Verfügung gestellt werden.

Equipment

Beispiele für Equipment sind technische Gerätschaften, Maschinen, Software, Lizenzen, Präsentationsmaterial und Utensilien. Ausgenommen sind Räume, da diese eine eigene Kategorie besitzen.

Finanzielle Mittel

Beispiele sind sowohl die Fördersumme selbst als auch darüber hinaus gehende Kosten wie z. B. Standgebühren, Kosten für Equipment, Tickets und Stipendien.

Personal

Beispiele sind entlohnte Arbeitskräfte, z. B. Professor:innen, Dozierende, wissenschaftliche Mitarbeitende, Mitarbeitende in der Hochschulverwaltung und hochschulexternes Personal. Nicht dazu gehören studentische Hilfskräfte/Hiwis oder Studierende, die curricular eingebunden oder freiwillig engagiert teilnehmen. Es zählt Personal dazu, dass sowohl vorbereitend, als auch durchführend und/oder nachbereitend eingebunden war/ist – auch solches, dessen Tätigkeit nicht direkt im Rahmen der Förderung der Aktivität finanziert wird.

Räume

Beispiele sind Räumlichkeiten der Hochschule wie z. B. Foyer, Seminarraum, Hörsaal, Lagerraum, Labor und Campus oder auch externe Räumlichkeiten.

Studierende

Beispiele sind curricular eingebundene, im Rahmen einer Hiwi-Anstellung mitarbeitende und freiwillig engagierte Studierende. Es zählen Studierende dazu, die sowohl vorbereitend, als auch durchführend und/oder nachbereitend eingebunden waren/sind.

Aufnahme und Bewertung des Erfüllungsgrads der Outputs: Schritt 7+8

Outputs umfassen alle Resultate und Arbeitsergebnisse, basierend auf den zugehörigen Inputs und Aktivitäten. Die Outputs setzen sich demnach aus den für Sie relevanten Teilzielen und deren Erfüllung zusammen und werden anhand der vorgegebenen Indikatoren gemessen. Grundlegend für die Bewertung ist der Nutzwert der Aktivität. Neben der Gewichtung der Ziele werden Sie daher gebeten, die Erfüllung der zugehörigen Outputs/Indikatoren anzugeben. Die Auswahl der Outputs/Indikatoren soll dabei dahingehend erfolgen, ob dieser Faktor wichtig für den Erfolg der Aktivität ist/war nicht nur danach, ob der Output auch geschaffen wurde!

Schritt 7:

In der zweiten Ansicht soll der Erfüllungsgrad, respektive der Erfolg der Third-Mission-Aktivität im Hinblick auf diesen Output/Indikator bewertet werden. Es werden Ihnen diejenigen Indikatoren zur Bewertung vorgelegt, die Sie im vorherigen Schritt ausgewählt haben. Die Skalen der jeweiligen Outputs/Indikatoren finden Sie jeweils unterhalb der Titel.

Schritt 8:

Die Liste der Indikatoren resultiert aus fünf Jahren Forschung und zahlreichen Studien. Dennoch steht es Ihnen selbstverständlich frei, an dieser Stelle optional neue Indikatoren und Outputs zu ergänzen. Bereits aufgenommene Ergänzungen sind bspw.:

- Einfluss auf die Forschungsfreiemester
- Steigerung der Innovationskraft der Hochschule
- Vertiefung des Einblicks in das Berufsleben für eingebundene Studierende
- Portfolioerweiterung für eingebundene Studierende
- Erhöhung der Employability eingebundener Studierender
- Beitrag für Kooperationen mit Landesregierung und Bund
- Erhöhung des vereinsinternen Commitments
- Öffnung des Campus für Interessierte
- Gesellschaftlicher Beitrag für kulturelle und interkulturelle Kompetenz
- Zusammenschweißen des Hochschulteams durch gemeinsames Wirken
- Vernetzung mit zentralen und dezentralen Bereichen der Hochschule
- Vernetzung von hochschulexternen Akteur*innen
- positiver Einfluss auf die LOM eines Fachbereichs
- positiver Einfluss auf das Hochschulequipment
- positiver Einfluss auf die Resonanz des Studiengangs (Studiengangsmarketing)
- Erstellung von Marketingprodukten wie Videos
- Erhöhung der Projektsichtbarkeit
- Ergebnisse, die aus einer Kooperation entstanden sind

Definition der Outputs/Indikatoren

Spaß eingebundener Studierender an der Third-Mission-Aktivität (TMA)

Anhand dieses Indikators bewerten Sie ausschließlich Ihrer eigenen Einschätzung nach, wie viel Spaß die beteiligten Studierenden an der TMA haben hatten/haben werden. Eine individuelle Abfrage aus der Sicht der Studierenden ist nicht notwendig.

Wissenszuwachs eingebundener Studierender durch die TMA

Anhand dieses Indikators bewerten Sie ausschließlich Ihrer eigenen Einschätzung nach, wie hoch der Wissenszuwachs der beteiligten Studierenden durch die TMA war/sein wird. Eine individuelle Abfrage aus der Sicht der Studierenden ist nicht notwendig.

Entwicklung von Soft Skills eingebundener Studierender durch die TMA

Anhand dieses Indikators bewerten Sie ausschließlich Ihrer eigenen Einschätzung nach, wie stark die Entwicklung von Soft Skills der beteiligten Studierenden durch die TMA war/sein wird. Eine individuelle Abfrage aus der Sicht der Studierenden ist nicht notwendig.

Erreichen von mit der TMA verbundenen inhaltlichen (Projekt-)Zielen

Anhand dieses Indikators bewerten Sie ausschließlich Ihrer eigenen Einschätzung nach, wie sehr die TMA dazu verholfen hat/dazu verhelfen wird, die mit dem Projekt verbundenen inhaltlichen Ziele zu erreichen. Als Anhaltspunkt zur Definition der inhaltlichen Projektziele kann Ihnen z. B. der zugehörige Projektantrag dienen, in welchem diese festgelegt sind.

Intensität der Kontaktpflege mit Externen im Rahmen der TMA

Anhand dieses Indikators bewerten Sie ausschließlich Ihrer eigenen Einschätzung nach, wie intensiv der Kontakt mit den externen Praxispartner:innen gepflegt wurde/wird.

Intensität der Anwendung von für Sie neuen Forschungsmethoden

Anhand dieses Indikators bewerten Sie ausschließlich Ihrer eigenen Einschätzung nach, wie intensiv Sie neue wissenschaftliche Forschungsmethoden, mit denen Sie niemals zuvor selbst gearbeitet haben, angewendet haben bzw. anwenden werden.

Erreichter Aktionsradius der TMA

Anhand dieses Indikators bewerten Sie ausschließlich Ihrer eigenen Einschätzung nach, in welchem territorialen Radius Ihre TMA gewirkt hat/wirken wird.

Neukontakte (Institutionen)

Anhand dieses Indikators bewerten Sie quantitativ, mit wie vielen Institutionen Sie im Zuge der TMA neue Kontakte geschlossen haben/schließen werden. Hierzu zählen alle diejenigen Kontakte, aber auch Kooperationen, die vor, während als auch nach der TMA geschlossen wurden/werden. Sie können ebenso eine Anzahl an Weiterempfehlungen, die Externe bzgl. Ihrer TMA ausgesprochen haben (laufend oder ex post), mit einberechnen.

Zählbare Teilnahme außerakademischer Externer im Rahmen der TMA

Anhand dieses Indikators bewerten Sie quantitativ, wie viele außerakademische, hochschulexterne Akteur*innen an der TMA tatsächlich teilgenommen haben bzw. teilnehmen werden. Hierzu zählen alle diejenigen externen Akteur*innen, die während oder nach der TMA erreicht wurden/werden. Beispiele für außerakademische Externe sind Bürger*innen, die an einer Veranstaltung teilnehmen, Leser:innen einer Publikation, wirtschaftliche/politische/zivilbürgerliche Gasthörer:innen eines Vortrags, etc. Hierzu zählen nicht die bloßen Anmeldungen, sondern die tatsächlichen Teilnahmen.

Nachfolgeaktivitäten/-projekte, die sich durch die TMA ergeben haben

Anhand dieses Indikators bewerten Sie quantitativ, wie viele neue Aktivitäten oder Projekte nachfolgend, also nach Abschluss der TMA, entstanden sind/entstehen werden. Dazu zählt einmalig jedwede Form von Aktivitäten bzw. Projekten, bspw. eine (Poster-)Präsentation, eine Publikation, eine Third-Mission- oder Transferaktivität, ein Kooperationsprojekt, ein neu entstandenes Gesamtprojekt, etc.

Zählbare sonstige positive Folgen

Anhand dieses Indikators bewerten Sie quantitativ, wie viele zählbare positive Folgen im Zuge der TMA entstanden sind/entstehen werden. Beispiele können Patente, Gründungen, Ehrenämter, Mitgliedschaften, Stipendien, Jobangebote, Praktika, Abschlussarbeiten, Neuimmatrikulationen, Messebeteiligungen (Fachmessen-Bildungsmessen), etc. sein.

Veröffentlichung von wissenschaftlichen Publikationen im Rahmen der TMA

Anhand dieses Indikators bewerten Sie quantitativ, wie viele wissenschaftliche Publikationen im Zuge der TMA entstanden sind/entstehen werden. Hierzu zählen keine fachspezifisch-populären Publikationen, da diese eigenständige TMA darstellen.

Abhalten von wissenschaftlichen (Poster-)Präsentationen im Rahmen der TMA

Anhand dieses Indikators bewerten Sie quantitativ, wie viele wissenschaftliche Vorträge oder Posterpräsentationen im Zuge der TMA abgehalten wurden/werden. Hierzu zählen keine fachspezifisch-populären Präsentationen, da diese eigenständige TMA darstellen.

Veröffentlichung journalistischer Beiträge im Rahmen der TMA

Anhand dieses Indikators bewerten Sie quantitativ, wie viele journalistische Beiträge im Zuge der TMA veröffentlicht wurden/werden. Hierzu zählen bspw. auch Beiträge über gegebene Interviews und Berichte auf der eigenen Homepage.

Einnahmen

Anhand dieses Indikators bewerten Sie in Geldwert (Kosten in Euro), wie hoch monetäre Einnahmen waren/sein werden, die Sie mit der TMA erzielt haben. Hierzu zählen bspw. Einnahmen über Spenden, Sponsoring oder Entgelte, die Personal oder Studierende von Externen in Verbindung mit der TMA erhalten haben/werden. Hierzu zählt auch das Fördervolumen aus Drittmitteln, welches bspw. über Drittmittel eingeworben wurde. Nicht dazu zählt jegliches Projektbudget, das im Rahmen der eigenen Hochschulmittel für die TMA zur Verfügung stand/steht.

Nachgelagerte Schritte und Abschluss

Erfassung des erwarteten Outcomes und Impacts: Schritt 9+10

Nach Abschluss der Bewertung haben Sie die Möglichkeit, den erwarteten Outcome und Impact ihrer Aktivität aufzunehmen. Diese Faktoren werden lediglich für Ihre persönliche Dokumentation aufgenommen, sind aber nicht Teil des ausgegebenen Nutzwerts oder der Kosten-Wirksamkeit.

Nutzen Sie diese Option dennoch gern, um ihren angezielten langfristigen Erfolg zu dokumentieren und ggf. überprüfbar zu machen.

Schritt 9:

In diesem Schritt können Sie einschätzen, ob Sie mit Ihrer TMA einen langfristigen Mehrwert für Ihre Zielgruppe generiert haben/generieren werden (Outcome). Falls Sie diese Frage mit „ja“ beantworten, können Sie in den beiden nächsten Schritten notieren, wie dieser zielgruppenspezifische Mehrwert ursprünglich geplant war und inwiefern Sie diesen tatsächlich erreicht haben.

Schritt 10:

In diesem Schritt können Sie einschätzen, ob Sie mit Ihrer TMA einen langfristigen Mehrwert in der regionalen, überregionalen, nationalen oder internationalen Gesellschaft generiert haben/generieren werden (Impact). Falls Sie diese Frage mit „ja“ beantworten, können Sie in den beiden nächsten Schritten notieren, wie dieser gesamtgesellschaftliche Mehrwert ursprünglich geplant war und inwiefern Sie diesen tatsächlich erreicht haben.

Bewertung ausgeben

Die Bewertung der Aktivität ist nun abgeschlossen und Sie erhalten die Ergebnisse im Tabellenblatt „Ergebnis“. Neben dem Nutzwert und ggf. der Kosten-Wirksamkeit, erhalten Sie zudem einen Überblick Ihrer Ergebnisse im Vergleich mit bereits erhobenen Third-Mission-Aktivitäten per Ampelsystem.

Um einen detaillierten Einblick in Ihre Auswertung zu nehmen, können Sie Ihre berechneten Werte im Tabellenblatt „Auswertung“ einsehen.

Vielen Dank für das Vertrauen in unser Tool!