



organ für akkreditierung und qualitätssicherung
der schweizerischen hochschulen

Kommunikation auf Wirkung und Effizienz hin beurteilen – SUPRIO Herbst-Workshop Beobachtungen zum Tag

Petra Lauk

Organ für Akkreditierung und Qualitätssicherung (OAQ)

Bern, 23. Oktober 2014

OAQ – Organ für Akkreditierung und Qualitätssicherung

Auftrag

- Das OAQ sichert und fördert die Qualität von Lehre und Forschung an den Hochschulen in der Schweiz (Universitätsförderungsgesetz UFG)
- **per 1.1.2015: Hochschulförderungs- und Koordinationsgesetz HFKG)**

Petra Lauk, Projektverantwortliche
petra.lauk@oaq.ch

OAQ – Organ für Akkreditierung und Qualitätssicherung

Mehrsprachig und multikulturell

- Deutsch
- Französisch
- Italienisch
- Englisch

Multidisziplinär

- Ingenieurwissenschaften
- Rechtswissenschaften
- Wirtschaftswissenschaften
- Geistes- und Sozialwissenschaften

9,5 Vollzeitäquivalente verteilt auf:

- 1 Direktor
- 9 Wissenschaftliche Mitarbeitende (Projektverantwortliche)
- 3 Administrative Mitarbeitende



Beobachtungen zum Tag

- Zielorientierung
 - > „Goal Setting“ Principal 1 (Barcelona Principles)
 - > Ohne Ziele keine Messbarkeit
 - > Kommunikationsziele orientieren sich an Gesamtstrategie
 - > Kommunikationsziele für die externe wie die interne Kommunikation

Beobachtungen zum Tag

- Vorbehalte gegenüber Messung/ Messbarkeit in der Kommunikationsarbeit
 - > Kosten
 - > Zeit
 - > Ressourcen
 - > Expertise
 - > Wert/ Sinnhaftigkeit
 - > Entsprechen in etwa den Vorbehalten gegenüber Controlling im Qualitätsmanagement
- Transparenz, Stakeholder-Orientierung, Selbstkritik

Beobachtungen zum Tag

Daten, Messgrößen, Tools

- „Measuring is easy... (in it's basics)
 - > Balanced Scorecard
 - > Media evaluation tools
 - > Dashboards etc.

... aber doch komplex:
- Wirkungsstufenmodell: Input, Output, **Outcome**, **Outflow**

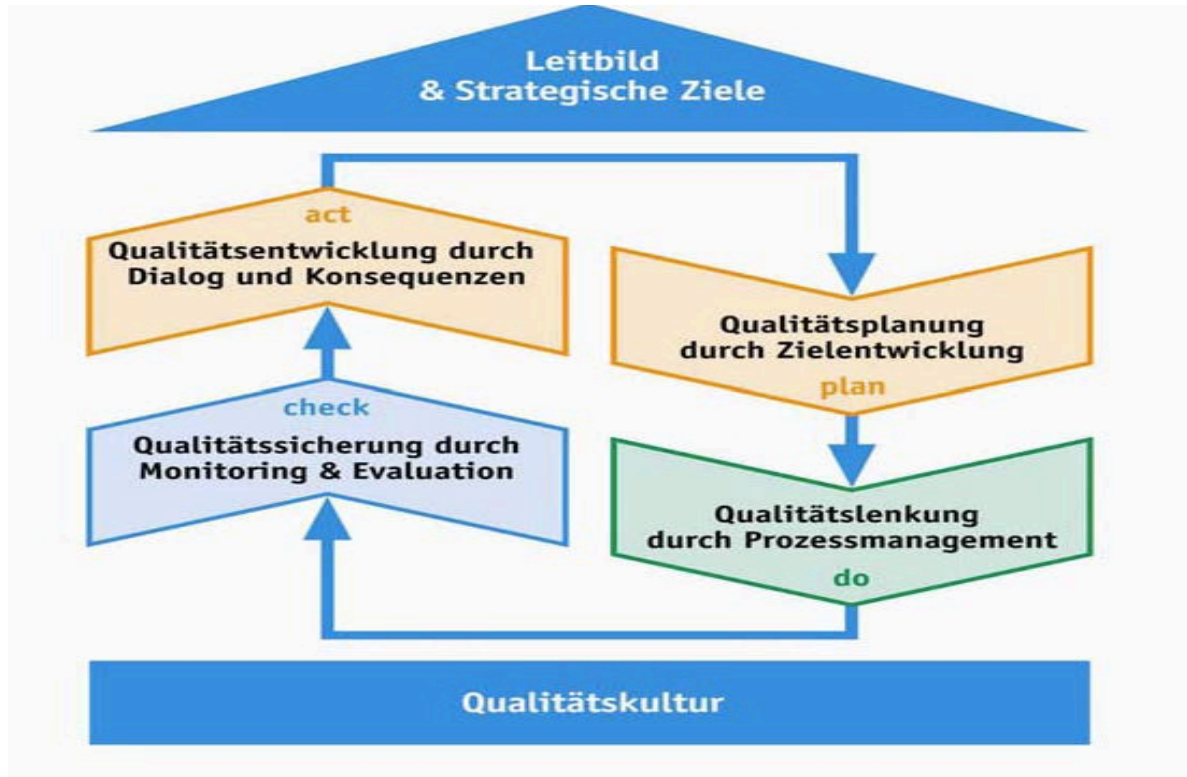
... und in der internen Kommunikation noch schwieriger

Beobachtungen zum Tag

Wo beginnen?

- Bottom-up (Graf)
- Ansatz im „Input“ wie auch im „Outflow“ möglich (Jäggi)
- Qualitätsmanagement: Kreislaufmodelle

Qualitätssicherung: Ziele definieren und messen



Modell: Universität Konstanz

Beobachtungen zum Tag

Hard facts – soft facts / Quantitativ – Qualitativ

- Es braucht nicht nur quantitative, sondern auch qualitative Erhebungen
- Interpretation der Daten
> muss durch Fachpersonen geleistet werden

Beobachtungen zum Tag

- Externe Agentur – Hochschulinterne Communications (und andere Stellen: HR)
- Herausforderungen für die externe wie die interne Kommunikation
- Hochschulinterne Stakeholder noch stärker einbinden
 - > Potential der MA entfalten
 - > Nutzen für die Externe Kommunikation

In eigener Sache

Verzahnung Corporate Communications und Qualitätsmanagement

- Identifikation gemeinsamer Ziele und Themen
Beispiele: Internationalisierung, Infrastrukturen, Profilierung der Hochschule, Exzellente Lehre; Issues Management
- Nutzung einer gemeinsamen Datenbasis und interner Controllingmechanismen
Beispiel: Studierendenstatistiken
- Ausblick: Institutionelle Akkreditierung nach HFKG:

Vielen Dank.
