

# Inwieweit erfüllen Hochschulen ihre „Third Mission“?

## Sichtweisen der regionalen Bevölkerung auf Hochschulen und ihre Angebote

JUDITH PRANTL

SUSANNE FREUND

LAURA POLLACK

ZAHRA SAMIEE ZAFARGHANDI

ELISABETH KALS

### Abstract

*Hochschulen sind derzeit mit hohen politischen Erwartungen an ihren Beitrag zu regionalen Transformationsprozessen konfrontiert, oft als „Third Mission“ bezeichnet. Doch wie nimmt die regionale Bevölkerung, die ein zentraler Adressat der Third Mission ist, diese neue Mission der Hochschulen wahr? Dazu wurden Bürger\*innen der Region Ingolstadt befragt (N = 512). Diese sehen hohes Potential in der Third Mission von Hochschulen und sind bereit, an entsprechenden Angeboten teilzunehmen. Allerdings hat nur ein sehr geringer Anteil der Personen das bereits getan. Diese Kluft kann durch die stärkere Adressierung der Bedarfe der Bevölkerung und der konkreten regionalen Lebenswelten überwunden werden. Denn unter anderem die Orientierung der Hochschulen an den zentralen Themen der Region trägt dazu bei, die wahrgenommene Bedeutung der Hochschulen für die Region aus Sicht der Bevölkerung zu steigern. Zusammenfassend weist dieser Beitrag auf das Potential hin, das die Third Mission aus Sicht der Bürger\*innen hat, und macht deutlich, wie dieses gehoben werden kann.*

### 1. Einleitung

Das Verhältnis zwischen Hochschulen und Region erfährt in den letzten Jahren gesteigertes politisches Interesse, oft im Zusammenhang mit der *Third Mission* der Hochschulen. Nach diesem Konzept werden die beiden Kernaufgaben der Hochschulen (Forschung und Lehre) um eine dritte Aufgabe erweitert, die die Öffnung der Hochschulen hin zur nicht-akademischen Umwelt beschreibt (Molas-Gallart, Salter, Patel, Scott & Duran, 2002). Darunter werden Aktivitäten der Hochschulen an ihren Standorten, in ihrer sozialen und räumlichen Umgebung gefasst. Die sehr vielfältigen möglichen Aktivitäten eint ihre Zielrichtung, regionale Transformationsprozesse zu unterstützen (Jaeger & Kopper, 2014). Dazu soll im Zuge der *Third Mission* der Austausch zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft in der

Region gestärkt werden. Gerade die Gesellschaft, die sowohl zivilgesellschaftliche Akteure als auch die Bürger\*innen der Region umfasst, wurde in der bisherigen Forschung zur *Third Mission* erst wenig in den Blick genommen (Dornbusch, 2014; Gronostay & Lenz, 2017; Kroll, 2014; Warnecke, 2016). Das Wissen über die Haltungen und Einstellungen sowie Wünsche und Bedarfe der Bürger\*innen ist aber fundamental dafür, Angebote von Seiten der Hochschulen zielgruppengerecht und damit wirksam zu gestalten. Deshalb geht dieser Beitrag anhand empirischer Erhebungen den Fragen nach, wie die Bürger\*innen als Adressat\*innen der *Third Mission* die Öffnung der Hochschulen hin zur Gesellschaft bewerten und welche Faktoren diese Bewertung beeinflussen. Dies geschieht in der Region Ingolstadt. Die beiden dort ansässigen Hochschulen haben es sich in einer Kooperationsallianz zum Ziel gesetzt, die *Third Mission* zu stärken, um die Zukunft der Region als Impulsgeberinnen mitzugestalten. Aus den Befragungen sollen Ableitungen für die Implementierung und Stärkung der *Third Mission* gezogen werden.

### 2. Third Mission aus der Perspektive der Bürger\*innen der Region

Bisherige Studien untersuchten die Wahrnehmung von Hochschulen in der jeweiligen Region sowie den Impact und die Wirkung von Hochschulen in die Region (z. B. Hagen, 2006; Kowalski & Schaffer, 2012; Schaffer, Fornahl & Düvelmeyer, 2018). Der vorliegende Beitrag vertieft diese bisherige Forschung hinsichtlich der Frage, wie die Bevölkerung die *Third Mission* als dritte Hochschulaufgabe wahrnimmt und bewertet. Nach Henke, Pasternak und Schmidt (2017) setzt sich die *Third Mission* aus drei Aufgabenbereichen zusammen, Weiterbildung, Transfer und gesellschaftliches Engagement. Der Forschungsstand wird daher nachfolgend hinsichtlich dieser drei Aspekte dargestellt.

*Weiterbildung.* Die wissenschaftliche Weiterbildung als erster Aufgabenbereich der *Third Mission* bringt Nutzen und Er-

träge auf unterschiedlichen Ebenen. Dieser Nutzen betrifft auch die Bürger\*innen der Region (Rohs & Steinmüller, 2020; Timmermann & Hummelshelm, 2020). Frühere Studien machen deutlich, dass die regionale Bevölkerung als potentielle Zielgruppe der Weiterbildungsmaßnahmen diese Angebote als wichtig ansieht. Andererseits nimmt nur ein geringer Anteil daran teil (Blank, Wiest, Sälzle & Bail, 2015). Eine mögliche Erklärung dafür könnte sein, dass sich die Angebote noch zu wenig am Bedarf der Zielgruppen orientieren: Es zeigt sich, dass die individuellen Bedarfe und Interessen von (potentiellen) Teilnehmenden bei Angeboten der wissenschaftlichen Weiterbildung noch stärker adressiert werden sollten (Denninger, 2020; Rohs, Schmidt & Dallmann, 2020; Schwikal, 2020).

*Transfer.* Der Wissens- und Technologietransfer umfasst Aktivitäten, die die Ergebnisse der Forschung für Wirtschaft und Gesellschaft nutzbar machen. Hochschulen werden so zu Wissenslieferantinnen für die Region (Hagen, 2006; Kroll, 2014). Die Effekte der Transferaktivitäten empirisch zu messen, ist eine große Herausforderung. Daher gibt es derzeit nur wenige Studien zur Wirkung des Transfers in die Gesellschaft (Pavel, 2008; Warnecke, 2016). Der Fokus der Forschung liegt hingegen meist auf Wissenschaftler\*innen und Vertreter\*innen der Wirtschaft, die zu ihren Haltungen und Motiven befragt werden (z. B. Hagen, 2006; Lai, 2011). Darüber hinaus wurden die Formen des Wissenstransfers sowie die Unterschiede zwischen Fachhochschulen und Universitäten erläutert (Koglin, 2011; Warnecke, 2016).

*Gesellschaftliches Engagement.* Es ist unbestritten, dass Hochschulen in ihrer Region gesellschaftliche Effekte bewirken (Fritsch, 2015; Gronostay & Lenz, 2017; Hagen, 2006). Im Fokus stehen hier das gesellschaftliche Engagement der Hochschulen und die Auswirkungen von Kooperationsbeziehungen zwischen Hochschulen und gesellschaftlichen, kulturellen, politischen und sozialen Akteuren (Kroll, 2014; Uyarra, 2010). Gesellschaftliches Engagement und gesellschaftliche Wirkung von Hochschulen sind nicht eindeutig definiert und damit schwer abgrenzbar (Hart, Northmore & Gerthardt, 2009; Gronostay & Lenz, 2017). Zudem entfalten sie sich vor allem über einen längeren Zeitraum (Fritsch, 2015). Beides erschwert die Messung der Wirksamkeit auf dieser Ebene. Studien haben aus Sicht der Hochschulen bereits die Art und Weise des gesellschaftlichen Engagements sowie die dafür bestehenden Anreize analysiert (Dornbusch, 2014; Gronostay & Lenz, 2017; Kroll, 2014). Positive Effekte für die Bevölkerung werden in diesem Bereich vor allem in der Infrastruktur der Hochschulen gesehen, die Bürger\*innen mitbenutzen können. Dies umfasst zum Beispiel die Bibliotheken, Sportanlagen und Hörsäle der Hochschulen (Hachmeister, Henke, Roessler & Schmid, 2016).

Insgesamt zeigt die bisherige Literatur und Forschung zum Austausch zwischen Hochschulen und Bürger\*innen der Region wertvolle Erkenntnisse bezüglich der drei Aufgabenbereiche der Third Mission auf. Sie ist dabei jedoch

deutlich von der Perspektive von Hochschulen geprägt und offenbart, dass es noch ein Erkenntnisinteresse hinsichtlich der Sichtweisen der regionalen Bevölkerung gibt. Die vorliegende Studie erkundet, inwieweit die (hochschul-) politischen Ziele einer Öffnung der Hochschulen, der Wissenstransfer in die Region und regionales gesellschaftliches Engagement von Hochschulen von der Bevölkerung als erstrebenswert oder unnützlich wahrgenommen werden bzw. was diese Vorhaben aus Sicht der Bevölkerung lohnend erscheinen lässt.

### 3. Forschungskontext und Fragestellungen

Die Studie wird im Rahmen eines Verbundprojekts zweier Hochschulen in der Region Ingolstadt durchgeführt. Das Projekt wird im Zuge der Initiative „Innovative Hochschulen“ vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert. Das übergreifende Ziel ist es, die Zukunft der Region Ingolstadt durch Transfer und Third Mission mitzugestalten (Schober & Gien, 2017). Die Hochschulen sollen in der gemeinsamen Allianz und in der Zusammenarbeit mit regionalen Partner\*innen Impulsgeberinnen für die Entwicklung der Region werden. Die Region ist von der Automobilwirtschaft geprägt, so dass die Entwicklung innovativer Mobilitätskonzepte ein zentrales Thema des Projekts ist. Darüber hinaus werden weitere gesellschaftliche Herausforderungen mit Blick auf die Region thematisiert, nämlich nachhaltige Entwicklung, digitale Transformation und bürgerschaftliches Engagement. Bezogen auf die Bürger\*innen der Region Ingolstadt ist es das Ziel des Projekts eine stärkere Beteiligung und Teilhabe zu ermöglichen, um lokale Lösungen für diese globalen Herausforderungen zu finden. Neue Konzepte sollen so der breiten Bevölkerung zugänglich gemacht werden.

Im Rahmen einer wissenschaftlichen Begleitung des Projekts werden die unterschiedlichen Stakeholder innerhalb und außerhalb der Hochschulen befragt, um die Wirkung des Projekts zu erfassen. Vor dem Hintergrund des Forschungsstands gliedert sich die Untersuchung in der regionalen Bevölkerung in folgende Fragestellungen:

- *Fragestellung 1:* Wie nehmen die Bürger\*innen der Region die Hochschulen wahr und wie bewerten sie die Third Mission der Hochschulen? Welche Unterschiede bestehen zwischen Bürger\*innen mit und ohne Aktivitäten im Bereich der Third Mission?
- *Fragestellung 2:* Inwieweit schreiben die Bürger\*innen den Hochschulen eine wichtige Bedeutung zur Lösung aktueller gesellschaftlicher Herausforderungen zu? Welche Faktoren erhöhen oder verringern die wahrgenommene Wichtigkeit von Hochschulen für die Region?
- *Fragestellung 3:* Welche Aktivitäten im Bereich der Third Mission wünscht sich die regionale Bevölkerung von den Hochschulen?

## 4. Methodisches Vorgehen

### 4.1 Stichprobe

An der Studie, die von 2018 bis 2021 durchgeführt wurde, nahmen 512 Personen per Online- oder Papier-Fragebogen teil. Die Rekrutierung der Stichprobe erfolgte sowohl über allgemeine Aufrufe und Veröffentlichungen in der Region (z. B. über die Zeitung und über verschiedene Organisationen in der Region) als auch bei Veranstaltungen der Hochschulen, die sich an die lokale Bevölkerung richteten. Die Stichprobe umfasst Personen im Alter von 13 bis 84 Jahren, wobei der Durchschnitt bei 43,9 Jahren liegt ( $SD = 16,0$ ). 54% der Befragten waren weiblich, 44% männlich (Rest: keine Angabe).

Zur Beantwortung der ersten Fragestellung wurden Antworten zwischen Personen verglichen, die bereits an Angeboten der Hochschulen im Bereich der Third Mission teilgenommen haben, und denjenigen, die das noch nicht getan haben. Hierzu wurde eine hinsichtlich Geschlecht und Alter parallelisierte Stichprobe herangezogen, um mögliche alters- und geschlechtsbedingte Verzerrungen auszuschließen (in beiden Gruppen  $N = 157$ ).

### 4.2 Pretests

Für die quantitative Befragung konnten keine bestehenden Skalen verwendet werden, daher wurde für die Erstellung des Fragebogens auf empirische Befunde und theoretische Überlegungen aus der Literatur und Forschung zurückgegriffen (z. B. Hagen, 2006; Koglin, 2011; Mildahn & Schiller, 2006). Die Skalen des Fragebogens wurden in einem umfänglichen Pretest erprobt und angepasst. Es wurden sowohl ein klassischer Pretest mit einer Stichprobe von  $N = 16$  durchgeführt als auch aufwändige kognitive Interviews ( $N = 3$ ). Bei Letzteren wird der befragten Person jedes Item einzeln präsentiert und es werden dazu verschiedene Fragen gestellt, um den Gedankengang bei der Beantwortung nachzuvollziehen und mögliche Schwierigkeiten oder Missverständnisse aufzudecken. Für alle Skalen wurde zudem eine umfassende Item- und Skalenanalyse durchgeführt.

### 4.3 Skalen des Fragebogens

Der Fragebogen umfasst folgende Skalen:

- *Aktivitäten im Bereich der Third Mission*: Anhand von drei Items werden die Bürger\*innen befragt, inwiefern sie bereits an Formaten der Hochschulen im Bereich der Third Mission teilgenommen haben. Die interne Konsistenz der Skala liegt bei  $\alpha = .75$  und ist damit akzeptabel.
- *Bereitschaft zur Mitwirkung an Third-Mission-Aktivitäten*: Diese Skala umfasst 4 Items und misst, inwiefern Bürger\*innen grundsätzlich bereit wären, sich im Bereich der Third Mission, also bei Aktivitäten der Hochschulen in Weiterbildung, Transfer und Engagement einzubringen. Es besteht eine exzellente interne Konsistenz ( $\alpha = .96$ ).

- *Wichtigkeit der Hochschulen für die Region*: Diese Skala misst mit drei Items, inwiefern die Hochschulen von Seiten der Bevölkerung als wichtig für die Region und für die Lösung deren Transformationsherausforderungen wahrgenommen werden ( $\alpha = .77$ ).
- *Chancen und Barrieren für den Austausch zwischen Hochschulen und Bevölkerung*: Auf Basis der Ergebnisse früherer Studien (z. B. vgl. Hagen, 2006; Koglin, 2011; Mildahn & Schiller, 2006) wurden Items formuliert, die erfassen, inwieweit Chancen und Barrieren der Third Mission von Seiten der Bürger\*innen gesehen werden (Beispielitem Chancen: Die Hochschulen fördert die wirtschaftliche Entwicklung in der Region. Beispielitem Barrieren: Angebote der Hochschulen sind letztlich für die Bevölkerung uninteressant.). Beide Skalen umfassen drei Items und haben eine hohe interne Konsistenz (Chancen  $\alpha = .84$ ; Barrieren  $\alpha = .86$ ).

Im Zuge des Projekts werden vier Themenbereiche besonders fokussiert, die relevant für die Region sind und daher von den Hochschulen verstärkt adressiert werden. Für jeden Themenbereich wird anhand einer Skala erfasst, inwiefern die Hochschulen als Impulsgeberinnen für dieses Thema wahrgenommen werden.

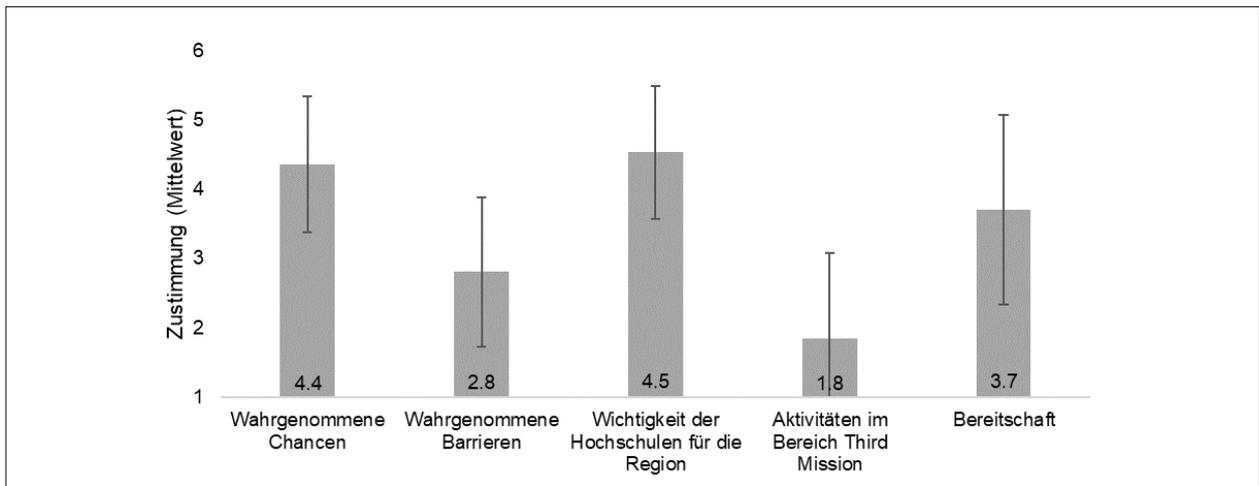
- *Beitrag der Hochschulen zur Mobilität*: Mit drei Items wird gemessen, ob die Hochschulen aus Sicht der Bevölkerung einen Beitrag zur Förderung innovativer Mobilitätskonzepte leisten ( $\alpha = .85$ ).
- *Beitrag der Hochschulen zur Digitalisierung*: Der Beitrag der Hochschulen zur digitalen Transformation in der Region wird mit drei Items erfasst ( $\alpha = .87$ ).
- *Beitrag der Hochschulen zur Nachhaltigkeit*: Inwiefern die Hochschulen einen Betrag zur nachhaltigen und umweltgerechten Entwicklung der Region leisten, wird mit drei Items untersucht ( $\alpha = .92$ ).
- *Beitrag der Hochschulen zum bürgerschaftlichen Engagement*: Der Beitrag der Hochschulen zu bürgerschaftlichem Engagement in der Region wird mit vier Items gemessen ( $\alpha = .95$ ).

Anhand einer offenen Frage wurden die Teilnehmenden gefragt, welche Angebote sie sich persönlich von den Hochschulen wünschen. Die Antworten darauf wurden mithilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2015) kategorisiert.

## 5. Ergebnisse

### 5.1 Wahrnehmung der Hochschulen und ihrer Angebote im Bereich der Third Mission (Fragestellung 1)

Wie werden die Hochschulen mit ihrer Third Mission nun von der Bevölkerung wahrgenommen? Die Mittelwerte und Standardabweichungen der Einschätzung der Bürger\*innen sind in Abbildung 1 dargestellt.



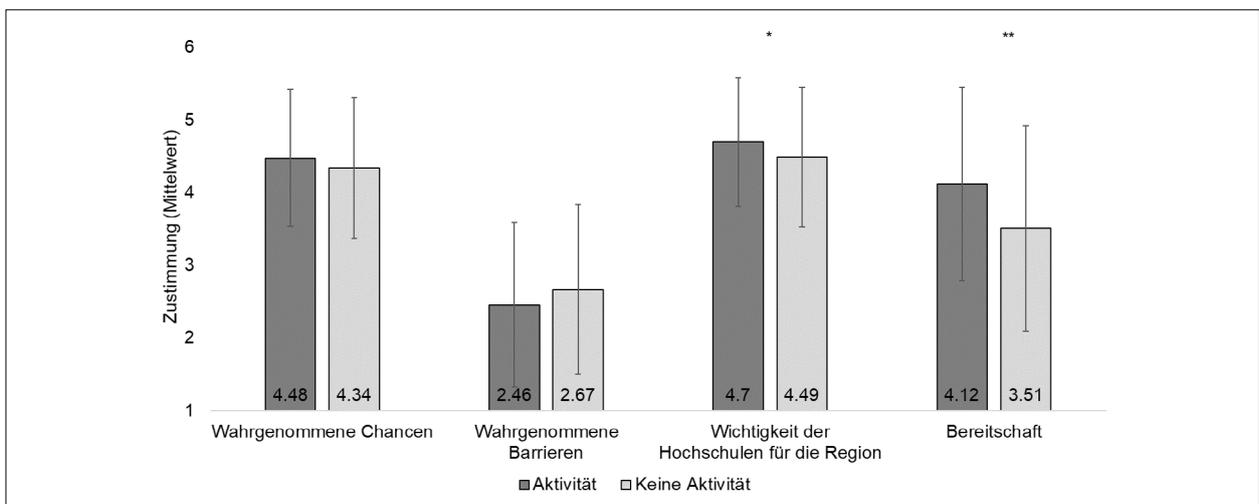
**Abb. 1:** Deskriptive Ausprägung der zentralen Untersuchungsvariablen; Wertebereich der Variablen jeweils 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 6 (trifft völlig zu).

Die Bürger\*innen sehen im Ausbau der Third Mission Vorteile und Chancen, wohingegen die präsentierten Barrieren und Nachteile eher abgelehnt werden. Zudem beurteilen sie Hochschulen als eher wichtig, um aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen in der Region zu begegnen. Wenig Zustimmung gibt es bezüglich der Frage, ob die Bürger\*innen bereits an Transferaktivitäten teilgenommen haben. Dies scheint zum Zeitpunkt der Befragung demnach kaum der Fall gewesen zu sein. Dagegen ist die Bereitschaft, sich bei Third-Mission-Aktivitäten einzubringen, grundsätzlich sehr hoch.

Insgesamt sprechen diese Daten für eine positive Grundeinstellung gegenüber der Third Mission in der Bevölkerung, allerdings gibt es hinsichtlich der konkreten Aktivitäten im Bereich der Third Mission noch ein großes Verbesserungspotential.

Wenn Bürger\*innen jedoch bereits an Angeboten der Hochschulen im Bereich der Third Mission teilgenommen haben, unterscheidet sich ihre Sicht auf diese dann von Perso-

nen, die damit noch keine direkte Erfahrung haben? Dazu werden die Teilnehmenden anhand der Antworten zu den Third-Mission-Aktivitäten in zwei Gruppen eingeteilt. Mögliche Aktivitäten waren Vorträge, Workshops oder Veranstaltungen wie Zukunftsforen. Die Ergebnisse in Abbildung 2 offenbaren keine signifikanten Unterschiede bei der Einschätzung der Chancen und Barrieren der Third Mission. Bei der Bewertung der Third Mission im Allgemeinen scheint es demnach keine Rolle zu spielen, ob eine Person sich bereits an Aktivitäten in diesem Bereich beteiligt hat. Allerdings gibt es signifikante Unterschiede hinsichtlich der Wahrnehmung der Wichtigkeit der Hochschulen für die Region: Personen, die bereits an Aktivitäten im Bereich der Third Mission teilgenommen haben, schätzen die Hochschulen wichtiger ein als Personen, die im Bereich Third Mission noch nicht aktiv waren (Signifikanzniveau 5%). Darüber hinaus sind Personen, die sich bereits an Aktivitäten beteiligt haben, eher bereit, sich auch weiterhin im Bereich der Third Mission zu engagieren.



**Abb. 2:** Mittelwertvergleich zwischen Personen mit und ohne Aktivitäten im Bereich der Third Mission; Wertebereich der Variablen jeweils 1 (trifft überhaupt nicht zu) bis 6 (trifft völlig zu); \*\*  $p < .01$ , \*  $p < .05$ .

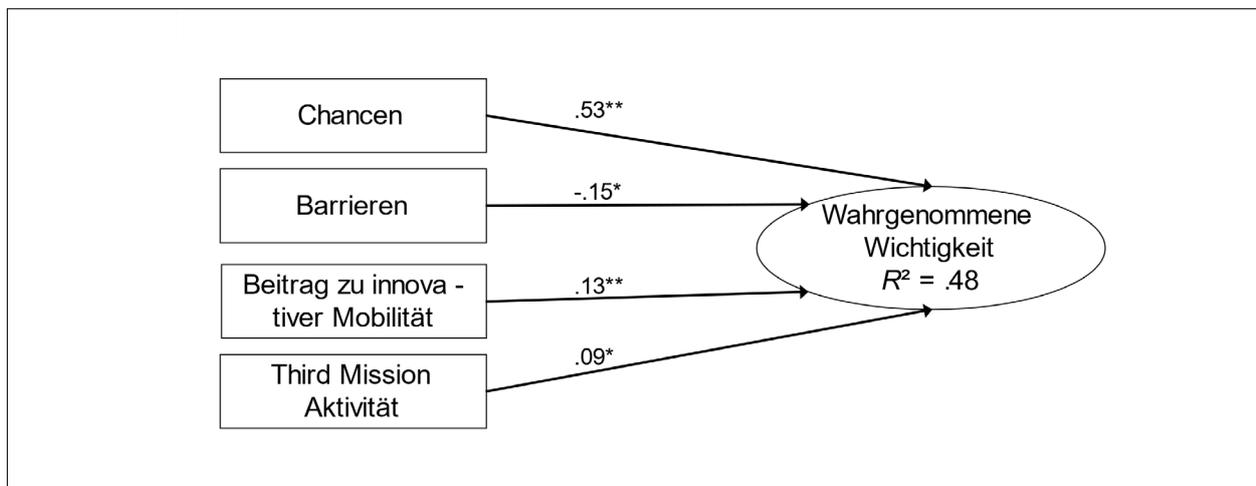


Abb. 3: Ergebnisse der schrittweisen linearen Regression zur Erklärung der wahrgenommenen Wichtigkeit der Hochschulen für die Region. Nur signifikante Einflussfaktoren abgebildet. Die Pfeile zeigen die Beta-Gewichte. \*\*  $p < .01$ , \*  $p < .05$ .

## 5.2 Wahrgenommene Bedeutung von Hochschulen für die Region (Fragestellung 2)

Bei Beantwortung der ersten Fragestellung wurde offensichtlich, dass die Befragten den Hochschulen eine wichtige Bedeutung zuschreiben, beispielsweise, um Lösungen für aktuelle gesellschaftliche Herausforderungen zu finden. Doch wie kommt es zu dieser Einschätzung? Hierüber kann eine Regressionsanalyse Aufschluss geben (s. Ergebnisse in Abbildung 3). Dabei wird untersucht, welche Untersuchungsvariablen zur Erklärung der wahrgenommenen Wichtigkeit der Hochschulen beitragen.

Wie in Abbildung 3 dargestellt ist, leisten vier Variablen einen signifikanten Erklärungsbeitrag zur wahrgenommenen Wichtigkeit: Die Bedeutung der Hochschulen für die Region wird demnach umso höher eingeschätzt,

- je mehr Chancen die Bürger\*innen der Third Mission zuschreiben,
- je weniger Barrieren sie im Zusammenhang mit den Third Mission-Angeboten der Hochschulen sehen,
- je mehr die Hochschulen einen Beitrag zu innovativer Mobilität in der Region leisten und
- je eher die Bürger\*innen bereits an Third Mission-Aktivitäten teilgenommen haben.

Diese vier Faktoren können 48% der Varianz der Beurteilung der Wichtigkeit von Hochschulen erklären.

Das größte Gewicht haben die wahrgenommenen Chancen. Konkret sind die Third-Mission-Angebote der Hochschulen aus Sicht der Bevölkerung eine Chance für die wirtschaftliche und wissenschaftliche Entwicklung der Region und sie bereichern das gesellschaftliche und kulturelle Leben in der Region. Die Ergebnisse zu Fragestellung 1 zeigen, dass die Chancen als groß beurteilt werden ( $M = 4.4$ ). Diese Wahrnehmung von Chancen geht damit einher, dass auch die Wichtig-

keit der Hochschulen für die Region hoch eingeschätzt wird ( $M = 4.5$ ). Dies betont das Potential, das in den Chancen von Third Mission nicht nur von hochschulpolitischer, sondern auch von gesellschaftlicher Seite gesehen wird.

Die wahrgenommenen Barrieren betreffen hauptsächlich die fehlende Passung der hochschulischen Angebote zu Interessen, Bedarf und Nutzen in der Region. Auch die Möglichkeit bzw. Schwierigkeit für die Bevölkerung, Themen mitzubestimmen, spielt hier eine Rolle. Somit sehen Bürger\*innen die Rolle der Hochschulen für ihre Region dann als wichtig an, wenn sie das Potential von Third Mission sowie die konkreten Angebote als passend und am regionalen Bedarf orientiert wahrnehmen. Insgesamt bestehen aus Sicht der Befragten keine großen Barrieren für den Austausch zwischen Hochschulen und Bevölkerung ( $M = 2.8$ , s. Fragestellung 1). Die Bürger\*innen würden die Bedeutung der Hochschulen möglicherweise umso höher einschätzen, je relevanter die Angebote für die Region sind und je mehr die Bevölkerung die Möglichkeit zur Mitbestimmung der Themen hat.

In Übereinstimmung damit wird die wahrgenommene Bedeutung der Hochschulen für die Region auch dadurch beeinflusst, inwieweit die Bürger\*innen den Hochschulen eine wichtige Rolle bei der Transformation der Mobilität zuschreiben. Damit bestärkt insbesondere die Arbeit der Hochschulen an einem Thema, das ein Kernthema der Region ist, ihre von der Bevölkerung wahrgenommene Wichtigkeit. So sind innovative Mobilitätskonzepte für eine Region mit einem großen Standort der Automobilindustrie von entscheidender Bedeutung für deren zukünftige Entwicklung. Angebote der Hochschulen im Bereich innovativer Mobilität sind beispielsweise ein Zukunftsforum zu innovativer Mobilität oder eine Ausstellung dazu in der Wissenschaftsgalerie in Ingolstadt. Diese können das Interesse der Bürger\*innen z.B. an selbstfahrenden Autos, Flugtaxis oder verbesserten Fahrradrouten wecken. Dabei geht ein Teil der Befragten davon aus, dass die Arbeit der Hochschulen die Mobilität in der Region verändern

kann. Je mehr Wissen und Interesse diese Angebote bei den Bürger\*innen generieren, desto wichtiger werden die Hochschulen für die Region eingeschätzt.

Als vierter signifikanter Erklärungsfaktor für die Wichtigkeit der Hochschulen qualifiziert sich in der Analyse die Third-Mission-Aktivität, also die Teilnahme an entsprechenden Angeboten. Bereits eine Teilnahme am Third-Mission-Angebot der Hochschulen geht mit einer größeren Einschätzung der Wichtigkeit dieser einher. Dabei ist dieser Einfluss jedoch vergleichsweise schwach, der wichtigste Prädiktor sind die wahrgenommenen Chancen des Austausches zwischen Hochschulen und Bevölkerung, vor den als gering eingeschätzten Barrieren.

**5.3 Erwünschte Aktivitäten im Bereich der Third Mission (Fragestellung 3)**

Die tatsächliche Teilnahme der Befragten am Angebot der Hochschulen und ihre Bereitschaft zur Teilnahme und Beteiligung unterscheiden sich stark. Daher stellt sich die Frage, welches Angebot sie sich im Bereich der Third Mission noch von den Hochschulen wünschen würden. Denn auf Grundlage dieser Kenntnis lassen sich die Angebote bedarfsgerecht und adressatenorientiert zuschneiden. Zu ihren Interessen und Wünschen konnten die Befragten im Rahmen eines offenen Antwortfeldes Angaben machen. Wie in Tabelle 1 zu sehen ist, sind die drei Aufgabenbereiche der Third Mission hier in unterschiedlichem Ausmaß genannt:

Die Anliegen, *gesellschaftliches Engagement* zu fördern und an *Weiterbildungen* teilzunehmen, sind vergleichsweise stark ausgeprägt. Erwünschte Angebote zu diesen beiden Aufgabenbereichen wurden 50-mal bzw. 42-mal genannt. Der Wunsch nach Angeboten im Bereich des *Technologie- und Wissenstransfers* scheint mit 17 Nennungen geringer ausgeprägt zu sein. Im Bereich des gesellschaftlichen Engagements werden von den befragten Personen Angebote zur Förderung von Demokratie, Inklusion und kultureller Vielfalt genannt. So wünscht sich beispielsweise eine Person Angebote zur „Inklusion und Teilhabe von Menschen mit Behinderung“. Gewünschte Weiterbildungsbereiche umfassen berufsbegleitende Studiengänge, aber auch Angebote für Nichtstudierende, beispielsweise für bestimmte Zielgruppen wie Schüler\*innen oder Senior\*innen und die weiterbildungsbezogene Zusammenarbeit mit Firmen oder (berufsbildenden) Schulen. Das seltener erwähnte Aufgabengebiet des Transfers wird hinsichtlich des Wunsches nach Vernetzung und Kooperationen genannt. So schreibt eine Person: „Dozenten sollten mehr Austausch mit Wirtschaft, Schulen und Pfarreien pflegen“.

Darüber hinaus besteht auch der Wunsch, spezifische Themen und Angebote von den Hochschulen zu erhalten, die sich nicht eindeutig in die drei Aufgabenbereiche der Third Mission eingliedern lassen (43 Nennungen). Häufig thematisiert (34 Nennungen) wurde auch, dass sich die Bürger\*innen eine Informationsweitergabe und Präsenz der Hochschulen in der Region wünschen.

Kategorie	Definition	Anzahl der Nennungen
Gesellschaftliches Engagement	Freiwillige, gemeinnützige Aktivitäten unter Beachtung gesellschaftspolitischer und sozialer Interessen	50
Spezifische Themen und Angebote	Spezifische Angebote und Veranstaltungen zu spezifischen Themen	43
Weiterbildung	Durchführung und Entwicklung von Weiterbildungsangeboten zur Wissensvermittlung	42
Information und Präsenz	Vermehrte Informationen über Angebote	34
Technologie- und Wissenstransfer	Transfer von Forschungsressourcen, Ideen und Wissen in nichtakademische Kontexte	17

Tab. 1: Erwünschte Angebote im Bereich der Third Mission von Seiten der Bevölkerung

**6. Diskussion**

Third Mission ist in Deutschland derzeit en vogue: Von Seiten der Politik hat die Third Mission mittlerweile Einzug in die Landeshochschulgesetze erhalten (Berghaeuser, 2017). Auch an den Hochschulen gibt es für die Stärkung der Third Mission überwiegend Zustimmung und insgesamt eine positive Haltung der Hochschulangehörigen (Prantl, Freund & Kals, 2022). Doch wie kommt diese „Mission“ bei der regionalen Bevölkerung als Adressatin derselben an? Ist der Wunsch von Hochschulen und Politik in der Bevölkerung anschlussfähig, und was erwartet sich die Bevölkerung von einer Third Mission „ihrer“ Hochschulen?

Die Ergebnisse zur ersten Fragestellung der Studie zeigen das enorme Potential von Third Mission aus Sicht der Bevölkerung: Auch die befragten Bürger\*innen sehen umfassende Chancen, die die Third Mission mit sich bringt. Demnach sind die Angebote der Hochschulen aus Sicht der Bevölkerung ein Vorteil für die wirtschaftliche und wissenschaftliche Entwicklung der Region und sie bereichern das dortige gesellschaftliche und kulturelle Leben. Entsprechend groß wird auch die Wichtigkeit der Hochschulen für die Region eingeschätzt. Geringere Zustimmung finden die verschiedenen Fragen nach Nachteilen und Barrieren im Austausch zwischen Hochschulen und Bevölkerung: Die Angebote der Hochschulen werden überwiegend als notwendig, interessant und bedarfsorientiert wahrgenommen. Allerdings sieht die Bevölkerung die Angebote eher als vorgegeben an, ohne sich wirklich an der Themensetzung beteiligen zu können. Dies ist die einzige Barriere, für die eine Zustimmungstendenz besteht. Zugleich zeigt sich aber auch, dass das Potential von Third Mission in großen Teilen noch brachliegt und aktuell nur sehr wenige Personen an den Angeboten der Hochschulen im Bereich der Third Mission teilnehmen. Ein Schlüssel

zur Hebung dieses Potentials kann im Empowerment der regionalen Bevölkerung durch eine stärkere Einbeziehung in die Angebotserstellung liegen.

Zugleich wird in Analysen zwischen Personen mit und ohne Veranstaltungsteilnahme offenbar, dass ein weiterer Schlüssel dazu der erste Kontakt mit den Hochschulen sein kann. Ist durch eine erste Teilnahme einmal „das Eis gebrochen“, sind die Befragten eher bereit, sich zukünftig im Bereich der Third Mission zu engagieren. Zudem schätzen diese Personen die Bedeutung der Hochschulen für die Region höher ein. Die Chancen von Third Mission werden hingegen von beiden Gruppen, unabhängig von den konkreten Erfahrungen mit dem Angebot, ähnlich wahrgenommen – die Barrieren aber auch. Somit stimmen Personen mit und ohne konkrete persönliche Erfahrung mit dem Angebot darin überein, dass dieses Angebot einseitig von Hochschuleseite entwickelt wurde und keine gemeinsam mit der Bevölkerung entwickelten Themen sind. Damit sich die positive Haltung der Bevölkerung auf das Interesse niederschlägt, an Veranstaltungen teilzunehmen, braucht es den konkreten Kontakt mit der Hochschule im Sinne von „foot-in-the-door“. Wenn der Rubikon überschritten wurde und eine Teilnahme an den Veranstaltungen stattfand, haben die Bürger\*innen ein positiveres Bild der regionalen Hochschulen und ihrer Angebote. Andererseits wird in der vorliegenden Studie ebenso deutlich, dass auch ohne hohe Beteiligung der Bürger\*innen – gerade zu Beginn eines Third Mission Projekts – ein Angebot entwickelt werden kann, das die regionalen Bedarfe und Interessen dennoch gut trifft. Im vorliegenden Fall scheint dies insbesondere mit Themen im Bereich innovativer Mobilität gut gelungen zu sein.

Inwiefern sehen auch die Bürger\*innen der Region die Third Mission von Hochschulen als bedeutsam und gewinnbringend an? An den Ergebnissen der zweiten Fragestellung ist ersichtlich, dass dies dann der Fall ist, wenn die Hochschulen sich mit Themen beschäftigen und Angebote unterbreiten, die für die Region und auch im Leben der Menschen eine ganz konkrete Rolle spielen, z. B. innovative Mobilität am Standort eines großen Automobilherstellers. Daneben fließt in die Bewertung der Wichtigkeit auch die generelle Abwägung möglicher Vorteile und Hindernisse ein. Die Bedeutung der Hochschulen für die Region würde höher angesehen, wenn die Angebote für die Bevölkerung noch relevanter wären und wenn die Bevölkerung die Möglichkeit zur Mitbestimmung der Themen hätte. Diese Ergebnisse stehen im Einklang mit den Befunden früherer Studien zur akademischen Weiterbildung: Auch hier zeigt sich eine Kluft zwischen dem Interesse der Bürger\*innen und der tatsächlichen Teilnahme, weil die Bedarfe der Bevölkerung teils noch nicht ausreichend adressiert werden (Blank et al., 2015; Denninger, 2020; Rohs et al., 2020; Schwikal, 2020). Die vorliegende Studie legt nahe, dass diese Befunde auf die weiteren Aufgabenbereiche der Third Mission übertragbar sind. Darüber hinaus lässt die nachgewiesene Bedeutung der Arbeit der Hochschulen im Bereich innovativer Mobilität Schlüsse zu, wie die Entwicklung passge-

nauer Angebote unterstützt werden kann. So scheint es zwingend notwendig, die Bedarfe der Individuen in der Region zu ermitteln – ein oft sehr aufwändiges Verfahren. Ein sehr guter Ausgangspunkt zur Einwicklung eines passenden Angebots stellen die in der Region dominanten Themen und Herausforderungen dar. Dabei ist die Orientierung an solchen für die spezifische Region bedeutsamen Themen, hier Mobilität, noch einflussreicher als allgemein in der Gesellschaft ortsunabhängige Faktoren wie Digitalisierung. Eine Bedarfsanalyse ist damit nicht zwingend auf individueller Ebene notwendig, sondern kann übergreifend für die Region erfolgen.

Die dritte Fragestellung befasst sich mit den erwünschten Angeboten im Bereich der Third Mission. Der Hintergrund dieser Fragestellung ist hier, das Potential der hohen Beteiligungsbereitschaft der Bevölkerung zu nutzen, so dass daraus ein konkretes Verhalten entsteht. Es ist beachtenswert, dass die Erwartungen der Bürger\*innen der Region an die Hochschulen über Aus- und Weiterbildung hinausgehen und alle Facetten von Third Mission, auch Engagement und Transfer, einschließen. Damit ist das vor allem in bildungs- und hochschulwissenschaftlichen Diskursen prominente Bild von Third Mission auch in weiten Teilen der Bevölkerung anschlussfähig. Die meisten Aussagen der Befragten beziehen sich sogar auf das gesellschaftliche Engagement, noch vor dem Bereich der Weiterbildung. Im Rahmen des gesellschaftlichen Engagements wünschen sich die befragten Personen beispielsweise Angebote, die demokratische Werte fördern und die kulturelle Vielfalt auch unter Einschluss unterrepräsentierter Gruppen stärken. Im Bereich der Weiterbildung werden Angebote für Nicht-Studierende gewünscht wie Fortbildungen und Online-Angebote, aber auch berufsbegleitende Studiengänge sollten aus Sicht der Bevölkerung ausgebaut werden. Seltener genannt wird der Wunsch nach Kooperation im Sinne des Aufgabengebiets des Transfers. Damit wird von den drei Kernbereichen von Third Mission – Weiterbildung, Engagement und Transfer – letzterer von den befragten Bürger\*innen am seltensten genannt. Hingegen wird der Begriff „Transfer“ in der Literatur häufig mit dem Begriff Third Mission gleichgesetzt (Kanning & Richter-Harm, 2018) und steht damit offenbar im Zentrum der dritten Hochschulaufgabe. Hier offenbart sich eine Divergenz zur Sicht der Bevölkerung. Für die Adressat\*innen der Third Mission sind Weiterbildung und Engagement von größerer Relevanz. Bei den weiteren Themen, die von den Bürger\*innen in der offenen Frage 45-mal genannt wurden, wird vor allem auf Angebote zum Schutz der Umwelt Bezug genommen. Aber auch die weiteren Themen des Verbundprojekts – Digitalisierung, Gesellschaft und Mobilität – werden gewünscht.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse für die Praxis der Third Mission ein großes Potential auf: Damit es genutzt werden kann, braucht es eine Orientierung an den zentralen Themen der Region und damit am Interesse der Bürger\*innen. So werden die Bürger\*innen erreicht und dazu ermutigt, an Angeboten im Bereich der Third Mission teilzunehmen. Durch diesen Schritt der Teilnahme ändert sich scheinbar die Sicht auf die

Hochschulen und ihre Angebote bereits und die Bereitschaft steigt, noch an weiteren Aktivitäten teilzunehmen. So kann etwas von dem Potential, das die Third Mission aus Sicht aller beteiligter Gruppen bietet, gehoben werden.

## Literatur

- Berghaeuser, H. (2017). Die Dritte Mission in der Hochschulgovernance. Eine Analyse der Landeshochschulgesetze. *Hochschulmanagement*, 12, 36–41.
- Blank, J., Wiest, M., Sälzle, S. & Bail, C. (2015). Öffnung der Hochschulen durch wechselseitigen Wissenstransfer im Kontext wissenschaftlicher Weiterbildung. *Zeitschrift für Weiterbildungsforschung-Report*, 38(3), 365–379.
- Denninger, A. (2020). Bedarfstransformationsprozesse als Ursache von Passungsproblemen zwischen Angebot und Nachfrage. *Zeitschrift Hochschule und Weiterbildung (ZHWB)*, (1), 55–62.
- Dornbusch, F. (2014). Das regionale Engagement von Hochschullehrern im Spannungsfeld individueller Anreize und lokaler Möglichkeiten. In K. Koschatzky, F. Dornbusch, M. Hufnagl, H. Kroll & E. Schnabl (Hrsg.), *Regionale Aktivitäten von Hochschulen – Motive, Anreize und politische Steuerung* (S. 45–78). Stuttgart: Fraunhofer Verlag.
- Fritsch, M. (2015). Die Bedeutung von Hochschulen für regionale Innovationsaktivitäten. In M. Fritsch, P. Pasternack & M. Titze (Hrsg.), *Schrumpfende Regionen – dynamisch Hochschulen: Hochschulstrategien im demografischen Wandel* (S. 119–134). Wiesbaden: Springer VS.
- Gronostay, M. & Lenz, T. (2017). *Gesellschaftliche Wirkung von Hochschulen im regionalen Kontext (Projektbericht)*. München: Bayerisches Staatsinstitut für Hochschulforschung und Hochschulplanung.
- Hachmeister, C.-D., Henke, J., Roessler, I. & Schmid, S. (2016). Die Vermessung der Third Mission. Wege zu einer erweiterten Darstellung von Lehre und Forschung. *Die Hochschule*, (1), 7–13.
- Hagen, M. (2006). *Wissenstransfer aus Universitäten als Impulsfaktor regionaler Entwicklung. Ein institutionenökonomischer Ansatz am Beispiel der Universität Bayreuth* (Dissertation). Universität Bayreuth.
- Hart, A., Northmore, S. & Gerhardt, C. (2009). Briefing paper. Auditing, benchmarking and evaluating public engagement. *NCCPE Research Synthesis*, (1), 1–48.
- Henke, J., Pasternack, P. & Schmid, S. (2017). *Mission, die Dritte. Die Vielfalt jenseits hochschulischer Forschung und Lehre: Konzept und Kommunikation der Third Mission*. Berlin: Wissenschafts-Verlag.
- Jaeger, A. & Kopper, J. (2014). Third mission potential in higher education. Measuring the regional focus of different types of HEIs. *Review of Regional Research*, 34(2), 95–118. <https://doi.org/10.1007/s10037-014-0091-3>
- Kanning, H. & Richter-Harm, B. (2018). *Wissenstransfer, Third Mission und Optionen für Nachhaltigkeitstransfer* (Arbeits- und Diskussionspaper). Hannover: Institut für nachhaltige Forschung, Bildung, Innovation.
- Koglin, G. (2011). *Wie neues Wissen in die Wirtschaft kommt. Kooperationen zwischen Hochschulen und Unternehmen in Berlin-Brandenburg*. Berlin: Regioverlag.
- Kowalski, J., & Schaffer, A. (Hrsg.) (2012). *Das Karlsruher Institut für Technologie-Impulsgeber für Karlsruhe und die Technologieregion*. Karlsruhe: KIT Scientific Publishing. <https://doi.org/10.5445/KSP/1000030730>
- Kroll, H. (2014). Möglichkeiten und Formen der Mitgestaltung regionaler Entwicklung. In K. Koschatzky, F. Dornbusch, M. Hufnagl, H. Kroll & E. Schnabl (Hrsg.), *Regionale Aktivitäten von Hochschulen – Motive, Anreize und politische Steuerung* (S. 7–28). Stuttgart: Fraunhofer Verlag.
- Lai, W.-H. (2011). Willingness-to-engage in technology transfer in industry-university collaborations. *Journal of Business Research*, 64(11), 1218–1223.
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim: Beltz.
- Mildahn, B. & Schiller, D. (2006). Barrieren für den Wissenstransfer zwischen Universitäten und Unternehmen in Schwellenländern. Eine Analyse des regionalen Innovationssystems Bangkok. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 50(1), 31–43.
- Molas-Gallart, J., Salter, A., Patel, P., Scott, A. & Duran, X. (2002). *Measuring third stream activities. Final report to the Russell Group of Universities*. Brighton: SPRU, University of Sussex.
- Pavel, F. (2008). *Wirtschaftsfaktor TU Berlin. Welchen Einfluss hat die TU Berlin auf die Berliner Wirtschaft?* Berlin: DIWecon.
- Prantl, J., Freund, S. & Kals, E. (2022). Strengthening social innovation in higher education institutes. An organizational change process involving staff and students. *Social Enterprise Journal*, 18(1), 140–162. <https://doi.org/10.1108/SEJ-10-2020-0094>
- Rohs, M., Schmidt, H.-J. & Dallmann, H.-U. (Hrsg.) (2020). *Aufstieg durch Bildung? Regionale Bedarfe als Grundlage wissenschaftlicher Weiterbildung*. Bielefeld: wbv Media.

- Rohs, M. & Steinmüller, B. (2020). Wissenschaftliche Weiterbildung und Region. In W. Jütte & M. Rohs (Hrsg.), *Handbuch Wissenschaftliche Weiterbildung* (S. 195–213). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Schaffer, A., Fornahl, D. & Düvelmeyer, C. (2018). *Die Universität der Bundeswehr München als Impulsgeber für die Region*. Wiesbaden: Springer Gabler. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-20043-5\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-658-20043-5_3)
- Schwikal, A. (2020). Evaluation des Ansatzes der bedarfsorientierten Angebotsentwicklung. In M. Rohs, H.-J. Schmidt, H.-U. & Dallmann (Hrsg.), *Aufstieg durch Bildung? Regionale Bedarfe als Grundlage wissenschaftlicher Weiterbildung Aufstieg durch Bildung* (S. 207–223). Bielefeld: wbv Media.
- Schober, W. & Gien, G. (2017). *Transferstrategien der Innovationsallianz Mensch in Bewegung für die Region Ingolstadt*. Abgerufen am 14. September 2022 von [http://mensch-in-bewegung.info/wp-content/uploads/2019/06/Transferstrategie\\_Mensch-in-Bewegung.pdf](http://mensch-in-bewegung.info/wp-content/uploads/2019/06/Transferstrategie_Mensch-in-Bewegung.pdf)
- Timmermann, D. & Hummelsheim, S. (2020). Nutzen und Erträge wissenschaftlicher Weiterbildung. In W. Jütte & M. Rohs (Hrsg.), *Handbuch Wissenschaftliche Weiterbildung* (S. 137–151). Wiesbaden: Springer VS.
- Uyarra, E. (2010). Conceptualizing the regional roles of universities, implications and contradictions. *European Planning Studies*, 18(8), 1227–1246. <https://doi.org/10.1080/09654311003791275>
- Warnecke, C. (2016). *Universitäten und Fachhochschulen im regionalen Innovationssystem. Eine deutschlandweite Betrachtung*. Bochum: Universitätsverlag Brockmeyer.

### Autor\*innen

Dr. Judith Prantl  
judith.prantl@ku.de

Dr. Susanne Freund  
susanne.freund@mail.de

Laura Pollack  
laura.pollack@ku.de

Zahra Samiee Zafarghandi  
Zahra.SamieeZafarghandi@stud.ku.de

Prof. Dr. Elisabeth Kals  
elisabeth.kals@ku.de