

*Rolf Gerhard*

### **AUE/DUZ-Workshop-Reihe "Hochschule im Blickpunkt: Methoden und Formen der Öffentlichkeitsarbeit" positiv gestartet**

Das Thema "Öffentlichkeitsarbeit" ist in der Arbeitsgruppe "Zentralstellen wissenschaftlicher Weiterbildung" im AUE seit ca. drei Jahren virulent. Bei einer Befragung von Weiterbildungseinrichtungen und Transferstellen auf der AUE-Jahrestagung in Braunschweig 1993 durch eine Redakteurin der DUZ erhärtete sich der Bedarf nach Fortbildung für dieses Thema. Gleichgerichtete Bedarfsartikulation weckte das Interesse an Realisierung von Fortbildungsinteressen. Was lag für AUE und DUZ näher, als für diese Weiterbildungsbedürfnisse ein Weiterbildungsangebot zu entwickeln. Das Konzept der Workshop-Reihe wurde Experten verschiedener Bereiche der Hochschule präsentiert, die Realisierungschancen ausgelotet. Verlauf und Ergebnisse des ersten Workshops am 24./25. November 1994 gaben den Veranstaltern mit ihrem Experiment recht.

Wie im Konzept der Workshop-Reihe angelegt, waren bei der ersten Veranstaltung MitarbeiterInnen aus Pressereferaten, Transfereinrichtungen, Weiterbildungseinrichtungen, Verwaltungsstellen und Hochschullehrer vertreten. Das Thema des ersten Workshops "Vermarktung von Hochschule und Wissenschaft" war dabei für viele der Teilnehmer reizvoll. Es forderte heraus, die eigene Praxis zu überdenken, über den eigenen Zaun zu schauen, die Perspektiven der anderen "Öffentlichkeits"-Anbieter der Hochschule kennenzulernen, gemeinsame Interessen und Handlungsmöglichkeiten zu diskutieren und neue praktische Ansätze stimmiger PR zu entwickeln.

Der Pressereferent der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule, Toni Wimmer, stimmte den Workshop ein mit den Themenschwerpunkten

- ▶ "Die alte Leier": Konventionelle Öffentlichkeitsarbeit an Hochschulen versus Erfordernisse einer hochschulspezifischen Corporate Identity,
- ▶ Neue Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit der Hochschulen,
- ▶ Zukunftsmusik in Sachen PR: Visionen der Wissenschaftsvermittlung.

Wimmer berichtete von konzeptionellen Vorüberlegungen, methodischen Ansätzen und praktischen Erfahrungen der RWTH Aachen, die sich als Organisation mit einer spezifischen "Corporate Identity" begreift und präsentiert.

Die innerhalb des Workshops erarbeiteten praktischen Ansätze werden weiterentwickelt und in die kommenden Workshops eingebracht. Dieser findet vom 23. bis 24. Februar 1995 zum Thema "Pfleger von Regionalen Beziehungen" statt. Referent wird Dr. Michel Kochs sein, der seine langjährigen Erfahrungen zu diesem Thema aus der praktischen Arbeit des Kontaktstudiums Management der Universität Augsburg einbringen wird.

Die Referenten der nachfolgenden Workshops sind:

Prof. Dr. Klaus Hurrelmann, Fakultät für Gesundheitswissenschaft der Universität Bielefeld; er betreibt seit vielen Jahren als Hochschullehrer eine systematische Öffentlichkeitsarbeit. Wolfram Huncke, Abteilungsleiter für Öffentlichkeitsarbeit des Wissenschaftszentrums Nordrhein-Westfalen, Wuppertaler Institut für Klima, Umwelt, Energie; er war davor langjähriger Chefredakteur von "Bild der Wissenschaft".

Einige Plätze sind in den Workshops noch frei. Informationen und Anmeldungen über

AUE, Postfach 10 01 31, 33501 Bielefeld,  
☎ 0521/4473 o. 4564, fax 0511/106-2985  
oder  
ComConsult, Dr. Rolf Gerhard, Gieseckeweg 16, 39659 Hannover, ☎ und fax  
0511/6477735

*Gernot Graebner*

### **Bestandsaufnahme Weiterbildung für WeiterbildnerInnen: Angebote der Hochschulen**

Im Auftrage der Konzentrierten Aktion Weiterbildung (KAW) führt der AUE gegenwärtig eine Erhebung über die Weiterführenden Studienangebote der Hochschulen zur Weiterbildung von WeiterbildnerInnen durch. Das Ziel der Bestandsaufnahme ist es, einen Überblick über die derzeitigen Angebote der Hochschulen zu Weiterführenden Studien, Programmen und

Veranstaltungen zur Weiterbildung für diese Zielgruppe zu bieten. Ein besonderes Augenmerk wird auf die Angebote in den neuen Bundesländern gelegt. Die Bestandsaufnahme erhebt Art, Träger, Ziele, Zielgruppen, Inhalte, Umfang, Veranstaltungsformen, Gebühren und Entgelte sowie, soweit dies erkennbar ist, die Organisation (Hochschulen, Institute, Vereine etc.) der Angebote. Die Erhebung versucht zudem den Zusammenhang der weiterführenden Angebote zu den Studiengängen der akademischen Erstausbildung zu ermitteln. Die Bestandsaufnahme wurde Ende Oktober bis Mitte November 1994 durchgeführt, wird gegenwärtig ausgewertet und in Nachbefragungen ergänzt. Diese sind notwendig, da der Rücklauf zwar hoch und ergiebig war, die erhobenen Daten aber an einzelnen Stellen lückenhaft blieben.

In der Tendenz zeigte sich bislang, daß die Angebote den "klassischen" Studienstrukturen (Aufbaustudium, Zusatz- und Ergänzungsstudium, Weiterbildendes Studium bzw. Kontaktstudium) in ihrer Orientierung an der Wissenschaftssystematik der Erwachsenenbildung/Weiterbildung folgen und punktuelle bzw. modulare Angebote in nur geringem Umfang vorhanden sind bzw. ausgewiesen werden. Die meisten der Angebote sind als Präsenzangebote konzipiert, wenige Programme nutzen die Möglichkeiten des Fernstudiums und den damit verbundenen neuen Technologien. Als Zielgruppen werden Wirtschaft und Unternehmen gesehen (dann geraten die Programme in die Nähe betriebspädagogischer Angebote) oder sie richten sich an Absolventen/innen erwachsenenpädagogischer Studiengänge (dann sprechen sie haupt- und nebenberufliches Personal in der Weiterbildung/Erwachsenenbildung an und müssen sich in das Verhältnis zu internen Weiterbildungsangeboten der EB/WB-Verbände setzen). Offenkundig zeigt sich ein wachsender Bedarf an Weiterbildungsangeboten der Hochschulen, da höchst unterschiedliche Gruppen von Interessenten/innen sowohl auf systematisch angelegte Programme als auch auf bestimmte Problembereiche angelegte Angebote (z.B. Managementfragen, Methoden des Lehrens und Lernens, Qualitätssicherung und Controlling) reagieren. In diesen zeitgebundenen und aus aktuellem Bedarf resultierenden Fragen finden sich die Hochschulangebote in Konkurrenz zu anderen Weiterbildungsanbietern, können aber ihr wis-

senschaftliche Profil, z.T. ergänzt durch Kompetenzen aus der Praxis zur Geltung bringen. In der Zertifizierung zeigen sich eine Reihe ungeklärter Fragen, die Finanzierung weist eine Breite von Gebühren-/Entgeltfreiheit bis zu Teilnahmekosten von 17.000,00 DM (zuzüglich Unterbringung und Verpflegung) auf. Weiterführende Studienangebote der Hochschulen für WeiterbildnerInnen stehen - wie prinzipiell alle Weiterbildungsangebote der Hochschulen in einem Spannungsfeld: Zum einen müssen sie dem Profil der Wissenschaftlichkeit entsprechen und dies bedeutet, daß sie innerhalb der Hochschule den dort geltenden Regeln der Dignität genügen müssen, den Standards wissenschaftlicher Lehre entsprechen sollen, mit den Angeboten der akademischen Erstausbildung auszutariieren sind und die Kompetenzen der HochschullehrerInnen zur Geltung bringen müssen. Auf der anderen Seite sind sie Teil des Weiterbildungsmarktes, müssen TeilnehmerInnen-Orientierung auf deren biographischem und beruflichem Hintergrund aufweisen, Praxis- und Anwendungsorientierung ausweisen und die Regeln der Pluralität (dies heißt auch Konkurrenz als Mitanbieter) des quartären Sektors des Bildungssystems beachten. Letzteres bedeutet auch, daß sie die Qualitätsanforderungen, die heute in der beruflichen wie der allgemeinen Weiterbildung gelten, berücksichtigen müssen, wenn sie dauerhafte Durchsetzungschancen sichern wollen. Die Untersuchung wird noch fortgesetzt - die Ergebnisse werden im nächsten Info-Dienst zusammenfassend referiert. Für zwischenzeitliche Rückfragen und Anregungen steht Ihnen der Autor der Untersuchung unter der Telefonnummer 0521/106-4564 gerne zur Verfügung.

*Rolf Gerhard/Gernot Graebner*  
**Kooperation AUE und Weiterbildungsdatenbank WIS**

Über 1.000 weiterführende Studienangebote verzeichnet derzeit die einschlägige HRK-Dokumentation. Dabei sind aktuelle Kurzzeitveranstaltungen wissenschaftlicher Weiterbildung, wie Wochenendseminare, Sommerhochschul-Veranstaltungen, Kooperationsveranstaltungen mit anderen Trägern, Transferseminare, Tagungen und Konferenzen nicht berücksichtigt. Was liegt also näher, als sich moderner Kommunikationsmedien zu bedienen, um die Angebote wissenschaftlicher Weiterbildung für