

Anhang

Übersicht der analysierten Hochschuldokumente

Die hier angegebenen Daten zeigen an, zu welchem Datum die Dokumente für die weitere Analysearbeit abgespeichert wurden. Im Literaturverzeichnis sind die entsprechenden Dokumente immer dann mit einem neueren Datum versehen, wenn sie weiter unverändert über den angegebenen Link zur Verfügung stehen.

Übersicht der analysierten Hochschuldokumente

Dokument	Fundort (Link)	Verwendete Version
Katholische Hochschule Nordrhein-Westfalen		
Grundordnung in der Fassung vom 20.09.2013	https://www.katho-nrw.de/katho-nrw/hochschule/leitsaetze/	26.06.2017
Leitsätze	https://www.katho-nrw.de/katho-nrw/hochschule/leitsaetze/	26.06.2017
Statut in der Fassung vom 20.01.2015	https://www.katho-nrw.de/katho-nrw/hochschule/leitsaetze/	26.06.2017
Modulhandbuch Soziale Arbeit Bachelor WS18/19	https://www.katho-nrw.de/koeln/studium-lehre/fachbereich-sozialwesen/modulhandbuecher/	30.10.2019

Dokument	Fundort (Link)	Verwendete Version
Katholische Hochschule Freiburg		
Verfassung in der Fassung vom 11.12.2015	https://www.kh-freiburg.de/kh-freiburg/pdf-de/studium/rechtsgrundlagen	26.06.2017
Selbstverständnis	https://www.kh-freiburg.de/hochschule/wir-ueber-uns/selbstverstaendnis	26.06.2017
Mission	https://www.kh-freiburg.de/hochschule/wir-ueber-uns/mission/	26.06.2017
Vision	https://www.kh-freiburg.de/hochschule/wir-ueber-uns/unsere-vision/	26.06.2017
Modulhandbuch Soziale Arbeit Bachelor vom 05.07.2017	https://www.kh-freiburg.de/kh-freiburg/pdf-de/studium/studiengaenge/bachelor/modulhandbuch_ba_soziale-arbeit_2017_07_05_-2-.pdf	30.10.2019
Katholische Hochschule Mainz		
Satzung	https://www.kh-mz.de/services/downloads/SatzungKH_2011	26.06.2017
Geschäftsordnung des Senats	https://www.kh-mz.de/services/downloads/Ordnung_Senat_1989	26.06.2017
Leitbild	https://www.kh-mz.de/hochschule/wir-ueber-uns/leitbild	26.06.2017
Rektoratsbericht 2017	https://www.kh-mz.de/services/downloads/rektoratsberichte/	11.12.2017
Modulhandbuch Soziale Arbeit Bachelor gültig ab WS 14/15	https://www.kh-mz.de/studium-und-lehre/fachbereich-soziale-arbeit-und-sozialwissenschaften/bachelor-studiengang-soziale-arbeit/modulhandbuch/	30.10.2019

Dokument	Fundort (Link)	Verwendete Version
Katholische Hochschule für Sozialwesen Berlin		
Verfassung	https://www.khsb-berlin.de/sites/default/files/Verfassung_Amtsblatt_201204.pdf	26.06.2017
Wir über uns	www.khsb-berlin.de/hochschule/wir-ueber-uns/	26.06.2017
Transferstrategie	https://www.khsb-berlin.de/system/files/Transferstrategie_webversion_2017-17-03.pdf	26.06.2017
Modulhandbuch Soziale Arbeit Bachelor vom 07.10.2019	https://www.khsb-berlin.de/sites/default/files/SozA-B.A._Modulhandbuch_-_07.10.2019.pdf	30.10.2019
Katholische Stiftungshochschule München		
Leitbild	www.ksfh.de/wir-ueber-uns/portraet/leitbild	26.06.2017
Verfassung, Stand 01.10.1999	https://www.ksh-muenchen.de/fileadmin/user_upload/Verfassung	26.06.2017
Modernisierungs- und Internationalisierungsstrategie	www.ksfh.de/wir-ueber-uns/portraet/leitbild-international	26.06.2017
Modulbeschreibungen Soziale Arbeit Bachelor, Stand Juli 2017	https://www.ksh-muenchen.de/fileadmin/user_upload/2017-Modulbeschreibungen_ba_sa.pdf	30.10.2019

Kurzfragebogen Interviewpartner*innen

Geschlecht: männlich weiblich keine Zuordnung

Wie viele Jahre sind Sie bereits an dieser Hochschule tätig? _____Jahre

Wie viele Jahre sind Sie in Ihrer heutigen Position tätig? _____Jahre

Seit insgesamt wie vielen Jahren sind Sie berufstätig?

bis zu 5 Jahre

5 – 10 Jahre

11 – 20 Jahre

mehr als 20 Jahre

Stellenumfang in Prozent _____ %

Was haben Sie studiert, bzw. welche Ausbildung haben Sie?

Bei Gruppeninterviews:

Welchem Bereich sind Sie zuzuordnen?

Dekan*in/Prodekan*in

Studiengangsleitung

Lehre

Hochschulkommunikation o.ä.

Verwaltung

Interviewart

Einzelinterview

Gruppeninterview

Adaptiertes Bewertungsschema entlang der EFQM-Kriterien

Adaptiertes Bewertungsschema entlang der EFQM-Kriterien nach Kieffer und Rutishauser 2013 sowie European Foundation for Quality Management 2012b

Krit. 1: Führung	Konkretisierende Stichworte
Die Führungskräfte der Hochschule entwickeln die Vision, Mission, Werte und ethische Grundsätze und sind Vorbilder.	Persönliche Kommunikation von V/M/W, Zweck der Hochschule definieren, Beobachtung politischer Entwicklungen, Wahrnehmung der Einflussmöglichkeiten auf politischer Ebene, Vorleben eines Partnerschaftlichen Umgangs; Vorleben von Werten; Strategiearbeit; Definition gemeinsamer Führungskultur, Bewertungsinstrumente (Beurteilungen, MABs) Fortbildungen zum Führungsverhalten.
Die Führungskräfte definieren, überprüfen und verbessern das Managementsystem und die Leistungen der Hochschule	Nutzung von Kennzahlen, PDCAs, AKVs?/Arbeitsplatzbeschreibungen, Sicherstellen und Steuern von Ressourcen, Rahmenbedingungen für Prozessmanagement herstellen, Regelmäßige Selbstbewertungen, Externe Überprüfungen, Risikomanagement, Kommunikationskonzept für intern und extern.
Die Führungskräfte befassen sich persönlich mit externen Interessensgruppen	Interessensgruppen sind definiert, Die Bedürfnisse der Interessensgruppen werden erhoben, Kooperationen werden aufgebaut und gepflegt, Rückmeldungen systematisch erfasst und für Veränderungen genutzt, Kontakte werden gepflegt. Aktivitäten mit Partnern finden statt. Quartals- und Jahresberichte durch FKs, Verhaltensgrundsätze, Unterstützen bei Aktivitäten wie Tagungen usw.
Die Führungskräfte stärken zusammen mit den Mitarbeiter*innen der Hochschule eine Kultur der Excellence («Besserwerden-Wollens»)	Regelmäßige Mitarbeitendengespräche, Motivation durch Vorbild, Informellen Austausch fördern, Insgesamt geeignete Rahmenbedingungen schaffen und Ressourcen bereitstellen. Innovations- und Lernmöglichkeiten für die Hochschule schaffen, Erfahrungen mit anderen austauschen, Partner mit in Verbesserungen einbeziehen. Fort- und Weiterbildungen ermöglichen. Lob und Anerkennung gewähren. QE delegieren, MA in Prozessmanagement etc. schulen, Kultur der Wertschätzung fördern, Maßnahmen zur Chancengleichheit
Die Führungskräfte gewährleisten, dass die Hochschule flexibel ist und Veränderungen effektiv gemanagt werden	Überwachungssystem für Veränderungsbedarfe und dessen Auswertung, Definition von Zielen und Einforderung von Zielen bei Veränderungsprojekten, Veränderungsprozesse werden durch FK begleitet und bei Schwierigkeiten findet Unterstützung statt. Interessensgruppen werden einbezogen. Transparenz bei Veränderungsprozessen. Nutzung von Projektmanagementmethoden, Priorisierungen, Ideenworkshops usw. PDCA bei Projekten, Unterstützung mit notwendigen Ressourcen und durch leitende Gremien.

Krit. 2: Strategie	Konkretisierende Stichworte
Die Strategie der Hochschule beruht auf dem Verständnis der Bedürfnisse und Erwartungen der Interessensgruppen und des externen Umfelds	Bedürfnisse werden systematisch erfasst und systematisch ausgewertet. Instrumente dazu weiterentwickelt, relevante Umweltfaktoren sind definiert worden, auf diese wird gezielt eingewirkt, Demographische Entwicklung wird beobachtet, Ansprüche der Arbeitswelt sind im Blick, Blick nach außen (Hochschulmarkt) ist im Blick, rechtliche Rahmenbedingungen werden analysiert, es werden Chancen und Risiken aus den genannten Bereichen abgeleitet und beurteilt.
Die Strategie der Hochschule beruht auf dem Verständnis der eigenen Leistungen und Fähigkeiten	Es werden Ergebnisse und Trends zu StudiZuf, Mitarbeitenden-Zuf, ArbeitnehmerZuf, Prüfungserfolgen, Bewerbungen, Studienplatzannahmen, Abbrüchen, Wechseln, Veranstaltungsteilnahme, Forschungsprojekten usw. analysiert, Die Fähigkeiten und Kompetenzen von Partnern evaluiert, Einfluss und Möglichkeiten neuer Technologien analysiert (systematisch!) und aus den gewonnenen Daten Chancen und Risiken abgeleitet und bewertet
Die Strategie und unterstützende Leitlinien der Hochschule werden entwickelt, überprüft und aktualisiert.	Strategieprozess? SWOT-Analyse? PDCA? Gesellschaftliche und ökologische Nachhaltigkeit? Kennzahlen definiert? Kritische Erfolgsfaktoren definiert? Strukturiertes Risikomanagement implementiert, Eigene Kernkompetenzen definiert und daraus Kernprozesse abgeleitet? BSC? Cockpit?
Die Strategie und unterstützende Leitlinien der Hochschule werden kommuniziert, umgesetzt und überwacht?	Definition von Zielen und dem Weg der Zielerreichung. Überprüfung des Grades der Zielerreichung. Planung und Bereitstellung der dafür notwendigen Ressourcen. Strategische Projekte? Mit Projektkoordination? Innovationsstrategien? Kommunikation von Zielen? Kommunikation der Strategie? Regelmäßige Kommunikation definiert?

Krit. 3: Mitarbeitende	Konkretisierende Stichworte
Personalpläne unterstützen die Strategie der Hochschule	Es ist eine Personalpolitik formuliert. Es gibt Stellenbeschreibungen und Anforderungsprofile. Es besteht eine Personalplanung. Die Ablauf- und Aufbaustruktur wird überprüft und ggf. angepasst. Einbezug der Mitarbeitenden über Gremien, Austausch zwischen Gremien und Leitung, Berufungsverfahren und Bewerbungsverfahren sind festgelegt, Chancengleichheit ist im Blick, Maßnahmen zur Karriereentwicklung, Mitarbeitendenumfragen. Kommunikation der Personalpolitik.
Das Wissen und die Fähigkeiten der Mitarbeiter*innen werden entwickelt	Mitarbeitende werden mit Blick auf die Ziele der Hochschule eingestellt und weiterentwickelt. Personalbedarf wird strategiebezogen geplant (bis langfristig). Maßnahmen zur Personalgewinnung werden geplant und umgesetzt. Beurteilungen zur Leistungs- und Engagementsteigerung werden eingesetzt? Schulungs- und Entwicklungspläne existieren? Nutzen von Fortbildungsmaßnahmen wird evaluiert. Fortbildungsinhalte werden strukturiert in die Hochschule getragen? Möglichkeiten für Erfahrungen außerhalb der Hochschule werden geboten.
Mitarbeiter*innen handeln abgestimmt, werden eingebunden und zu selbständigem Handeln ermächtigt.	Ableitung Individualziele aus übergeordneten Zielen, Zielvereinbarungen werden getroffen, Überprüfung von Zielerreichungen, Maßnahmen zur Teamförderung, alle relevanten Bereiche werden auf mögliche Veränderungen untersucht und Innovationen abgeleitet. Kreative Arbeitsformen werden ermöglicht. Ermutigung zum Ergreifen von Initiativen. Jobrotation möglich? Eigenverantwortung wird gefördert. Beteiligung in relevanten Projekten ist möglich. freiwilliges Engagement außerhalb der Hochschule wird unterstützt und ermöglicht.
Mitarbeiter*innen kommunizieren wirkungsvoll in die gesamte Hochschule	Kommunikationsbedürfnisse werden ermittelt und genutzt. Es gibt ein Kommunikationskonzept. Werte und Ziele werden kommuniziert. Kommunikationskanäle werden geschaffen. Wissensweitergabe ist systematisiert. Neue Inputs werden genutzt. Erfahrungsaustausch ist möglich. Verbesserungsmanagement mit Anreizsystem und regelmäßigem Erinnern an das System.
Mitarbeiter*innen werden belohnt, anerkannt und betreut	Formen der Anerkennung (Zusatzversicherung, freie Tage, Betriebsausflüge usw.) Beteiligung durch umgesetzte Verbesserungsvorschläge, Förderung Work-Life-Balance (Hanse-Fit u.ä.). Interne und externe Informationsveranstaltungen zur gegenseitigen Anerkennung. Transparentes Belohnungssystem, Anerkennung in Mitarbeitendengesprächen, gemeinsame Aktivitäten → Zusammengehörigkeitsgefühl

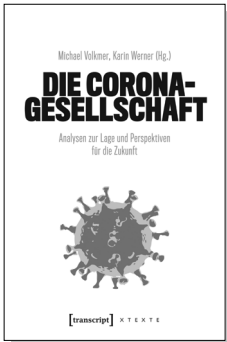
Krit. 4: Partnerschaften und Ressourcen	Konkretisierende Stichworte
Partner und Lieferanten werden zu nachhaltigem Nutzen gemanagt.	Partner- und Lieferantenportfolio. Verantwortlichkeiten festgelegt. Beurteilung der Leistung der Partner. Informationsaustausch sicherstellen. Wissens- und Erfahrungsaustausch mit Partnern. Gemeinsame Projekte (auch in der Lehre) Kontakte zu Fachgesellschaften und Gremien steuern.
Finanzen werden zum nachhaltigen Erfolg gemanagt.	Budgets werden aus Strategie abgeleitet und segmentiert. Finanzplanung erfolgt. Finanzielles Risikomanagement. Finanzielle Kennzahlen werden durch Gremien überprüft. Finanzcontrolling ist eingeführt. Finanzielle Kompetenzen von Mitarbeitern sind festgelegt. Kostenbelastung ist transparent. Investitionen werden priorisiert.
Gebäude, Sachmittel und Material werden nachhaltig zur Unterstützung der Strategie gemanagt.	Bedarf an Räumen und Sachmitteln wird aus der Strategie abgeleitet und definiert. Wirtschaftliche Nutzung wird sichergestellt. Erneuerungszyklen sind festgelegt. Lagerbewirtschaftung. Sicherheitsbeauftragte*er. Umweltbeauftragte*er, Erreichbarkeit mit ÖPNV, Anreize ÖPNV, Abfallvermeidungskonzept – kommuniziert?, Gefährdungsanalyse. Kommunikation zum ökologischen Nutzen.
Technologie wird gemanagt, um die Realisierung der Strategie zu unterstützen.	Technologiekonzept, Effizienz überprüft und bewertet, Nutzen Austausch im Vergleich zum Aufwand, Technologieportfolio. Nutzung Technologien wird erhoben. Austausch von Geräten mit hohem Ressourcenverbrauch, Entwicklungen im Technologiebereich verfolgen und sinnvoll einsetzen. Intranet? Technisches Wissensmanagement. Ausstattung Lehrräume. Schulung auf Technologien.
Informationen und Wissen werden gemanagt um eine effektive Entscheidungsfindung zu unterstützen und um die Fähigkeiten der Hochschule aufzubauen.	Führungskräfte werden mit Informationen rechtzeitig und hinreichend versorgt. Daten werden sinnvoll zur Verfügung gestellt → Informationen. Wissensplattformen werden genutzt und weiterentwickelt. Vernetzung mit z.B. Unibibliotheken. Datensicherheitskonzept besteht. Wissensaustauschmöglichkeiten. Innovations- und Verbesserungsprojekte.

Krit. 5: Prozesse, Produkte und Dienstleistungen	Konkretisierende Stichworte
Prozesse werden gestaltet, gelenkt und verbessert um den Nutzen für die Interessensgruppen zu optimieren.	Prozesslandkarte, Prozessmanagement. PDCA von Prozessen. Benchmark einsetzen. Prozessverantwortliche sind definiert. Steuerung der Prozesse durch übergeordnetes Gremium. Prozesskennzahlen. Zielerreichung bei Prozessen systematisch ermitteln und zum KVP einsetzen.
Produkte und Dienstleistungen werden entwickelt um optimale Werte für Kunden (Studierende, Arbeitgeber und Träger) zu schaffen.	Systematische Studiengangsentwicklung, Weiterentwicklung. Einbindung von »Kunden«. Einbezug von Rückmeldungen, Marktforschungsergebnissen usw., Anpassung der Angebote (Studiengänge, Weiterbildungen, Services) auch unter Einbezug der »Kunden«, Produkte auf gesellschaftlichen Nutzen hin überprüft. Einsatz neuer Technologien?
Produkte und Dienstleistungen werden effektiv beworben und vermarktet	Kundenbegriff ist geklärt, Erwartungen und Bedürfnisse werden ermittelt. Leistungsangebot der Hochschule wird evaluiert und verbessert. Nutzung eines Beschwerdemanagements. KVP. Alleinstellungsmerkmale werden genutzt. Marketingstrategie wird genutzt. Werbematerialien?
Produkte werden erstellt, geliefert und gemanagt um den Erfolg der Hochschule zu sichern.	Umsetzung gesetzlicher und interner Vorgaben. Kundenzufriedenheit ist im Blick. Entwicklung der Angebote. Weiterentwicklung aller Angebote. Rahmenbedingungen und Inhalt. Verbesserungen des Arbeitsumfelds. Kontakt mit Interessengruppen, Absolventen und Studierenden für KVPs nutzen. Benchmark mit anderen (vergleichbaren) Hochschulen durchführen. Diesen zum KVP nutzen.
Kundenbeziehungen werden gemanagt und vertieft.	"Kunden« sind segmentiert und ein Beziehungsmanagement ist eingeführt. (Kontakt mit Praxisstellen, Studierenden nach Studiengang etc.) Verbesserungsvorschläge werden gezielt mit Kunden entwickelt. Kunden in KVPs mit einbezogen. Regelmäßige Kontakte mit unterschiedlichen Rahmungen. Absolventenbefragungen. Nutzen des Erlernten evaluieren.

Krit. 6: Kundenbezogene Ergebnisse	Konkretisierende Stichworte
Die Hochschule erhält von ihren »Kunden« direkte Rückmeldungen zu ihren Leistungen, z.B. durch Befragungen, Bewertungen, Lob und Beschwerden	<p><i>Wahrnehmungen:</i></p> <p>Erhebungen, Rankingsysteme, Befragungen, Jahresberichte, Arbeitgeberbefragungen</p>
Die Hochschule verfügt über Messergebnisse, um die Effizienz der Leistungen gegenüber den Kunden zu beurteilen.	<p><i>Leistungsindikatoren:</i></p> <p>Amtliche Statistik, Statistiken über Service, Beschwerden, Entwicklung von Prozessen mit »Kunden« usw.</p>
Krit. 7: Mitarbeiterbezogene Ergebnisse	Konkretisierende Stichworte
Die Hochschule erhält von ihren Mitarbeitenden direkte Rückmeldungen zu ihren Leistungen, z.B. durch Befragungen, Bewertungen, Lob oder Beschwerden.	<p><i>Wahrnehmungen:</i></p> <p>Zufriedenheit, Engagement, Einbezug bei der Mitentwicklung, Rückmeldungen zu Zusatzleistungen. Existiert eine Mitarbeitendenbefragung?</p>
Die Hochschule verfügt über interne Messergebnisse um zu beurteilen, wie effizient sie die Leistungen für ihre Mitarbeitenden erbringt.	<p><i>Leistungsindikatoren:</i></p> <p>Vorschlagswesen, Rücklaufquote MABs, Anzahl Beschwerden von Mas, Anerkennungen, Fehlzeiten und Fluktuationsrate, Zielerreichung in Mitarbeitendengesprächen.</p>

Krit. 8: Gesellschaftsbezogene Ergebnisse	Konkretisierende Stichworte
Die Hochschule erhält von der Gesellschaft direkt Rückmeldungen zu ihren Leistungen, z.B. durch Berichte, Presseartikel, Bewertungen, Lob oder Beschwerden.	<p><i>Wahrnehmungen:</i></p> <p>Umweltauswirkungen, Ansehen, Arbeitsplatzauswirkungen, Auszeichnungen und Medienberichterstattung. Akkreditierungen.</p>
Die Hochschule verfügt über interne Messergebnisse, um die Effizienz ihrer Leistungen gegenüber der Gesellschaft zu beurteilen.	<p><i>Leistungsindikatoren:</i></p> <p>Anzahl Presseartikel, Kooperationsverträge, Anerkennung der Studierenden an anderen Hochschulen (Anzahl Promovenden) Internationale Zusammenarbeit.</p>
Krit. 9: Schlüsselergebnisse	Konkretisierende Stichworte
Die Hochschule hat Schlüsselergebnisse definiert, um die erfolgreiche Umsetzung der Strategie zu ermitteln.	Es handelt sich um die finanziellen und nichtfinanziellen Ergebnisse, welche die erfolgreiche Umsetzung der Strategie der Hochschule zeigen. Das Set an Ergebnissen ist mit den maßgeblichen Interessensgruppen abgestimmt. Finanzielle Ergebnisse (Rücklage), Wahrnehmungen der Interessensgruppen, Budgeteinhaltung, Leistungsmengen.
Die Hochschule hat Messgrößen definiert um die erfolgreiche Umsetzung der Strategie zu ermitteln.	Es handelt sich um finanzielle und nicht finanzielle Leistungsindikatoren, durch welche die operative Leistung der Hochschule gemessen wird. Sie helfen der Hochschule, die Leistungen hinsichtlich der angestrebten Schlüsselergebnisse zu überwachen, zu verstehen, vorauszusehen und zu verbessern.

Soziologie



Michael Volkmer, Karin Werner (Hg.)

Die Corona-Gesellschaft

Analysen zur Lage und Perspektiven für die Zukunft

2020, 432 S., kart., 2 SW-Abbildungen

24,50 € (DE), 978-3-8376-5432-5

E-Book:

PDF: 21,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5432-9

EPUB: 21,99 € (DE), ISBN 978-3-7328-5432-5



Kerstin Jürgens

Mit Soziologie in den Beruf

Eine Handreichung

September 2021, 160 S., kart.

18,00 € (DE), 978-3-8376-5934-4

E-Book:

PDF: 15,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5934-8



Gabriele Winker

Solidarische Care-Ökonomie

Revolutionäre Realpolitik für Care und Klima

März 2021, 216 S., kart.

15,00 € (DE), 978-3-8376-5463-9

E-Book:

PDF: 12,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5463-3

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

Soziologie



Wolfgang Bonß, Oliver Dimbath,
Andrea Maurer, Helga Pelizäus, Michael Schmid
Gesellschaftstheorie
Eine Einführung

Januar 2021, 344 S., kart.
25,00 € (DE), 978-3-8376-4028-1
E-Book:
PDF: 21,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-4028-5



Bernd Kortmann, Günther G. Schulze (Hg.)
Jenseits von Corona
Unsere Welt nach der Pandemie –
Perspektiven aus der Wissenschaft

2020, 320 S., Klappbroschur, 1 SW-Abbildung
22,50 € (DE), 978-3-8376-5517-9
E-Book:
PDF: 19,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5517-3
EPUB: 19,99 € (DE), ISBN 978-3-7328-5517-9



Detlef Pollack
Das unzufriedene Volk
Protest und Ressentiment in Ostdeutschland
von der friedlichen Revolution bis heute

2020, 232 S., Klappbroschur, 6 SW-Abbildungen
20,00 € (DE), 978-3-8376-5238-3
E-Book:
PDF: 17,99 € (DE), ISBN 978-3-8394-5238-7
EPUB: 17,99 € (DE), ISBN 978-3-7328-5238-3

**Leseproben, weitere Informationen und Bestellmöglichkeiten
finden Sie unter www.transcript-verlag.de**

