

IHF

Bayerisches Staatsinstitut für
Hochschulforschung und Hochschulplanung

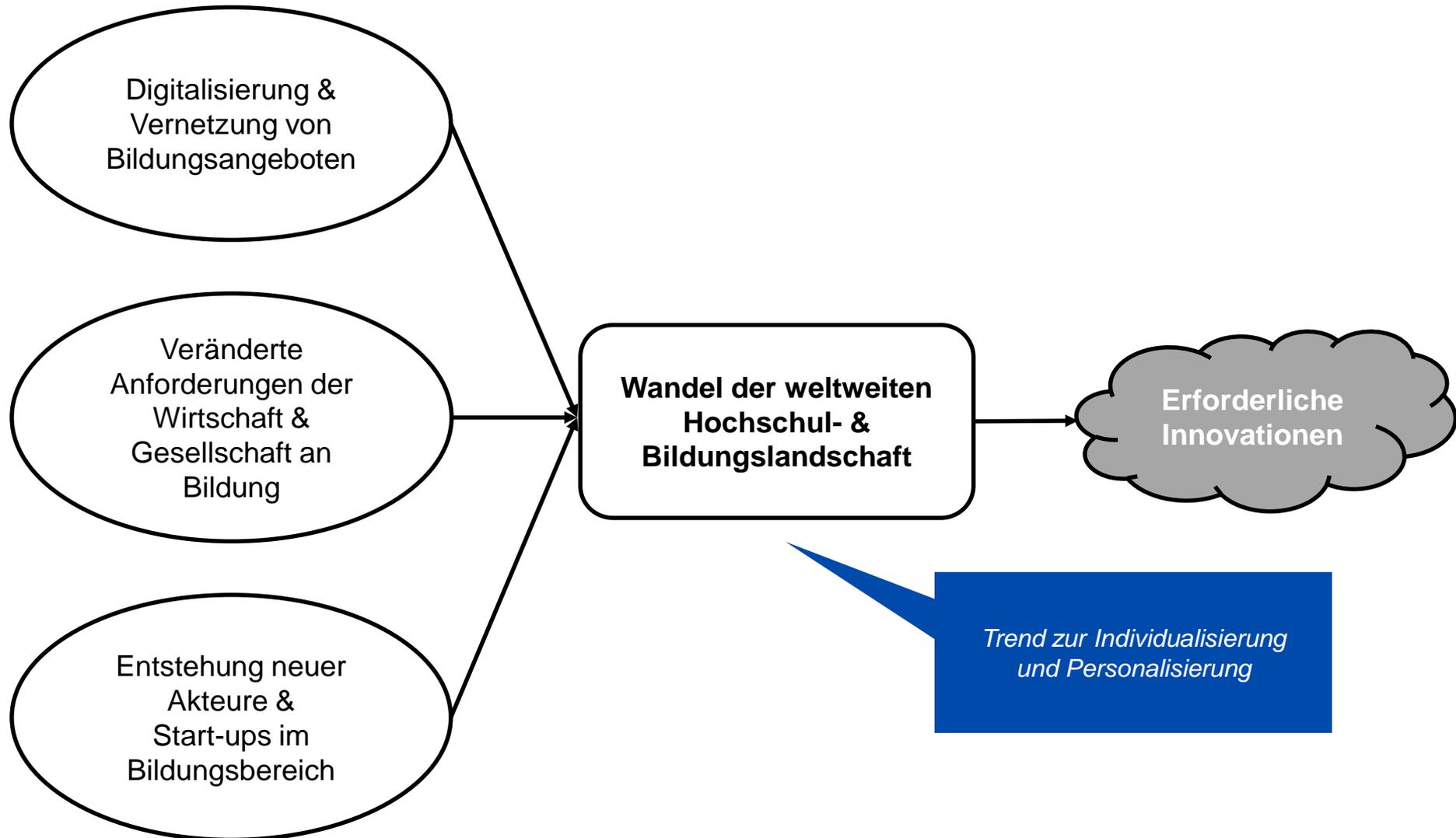
Digitale Transformation der Hochschule

Strategisches Management und Organisationsentwicklung
für digitale Innovation in Forschung, Lehre und Verwaltung

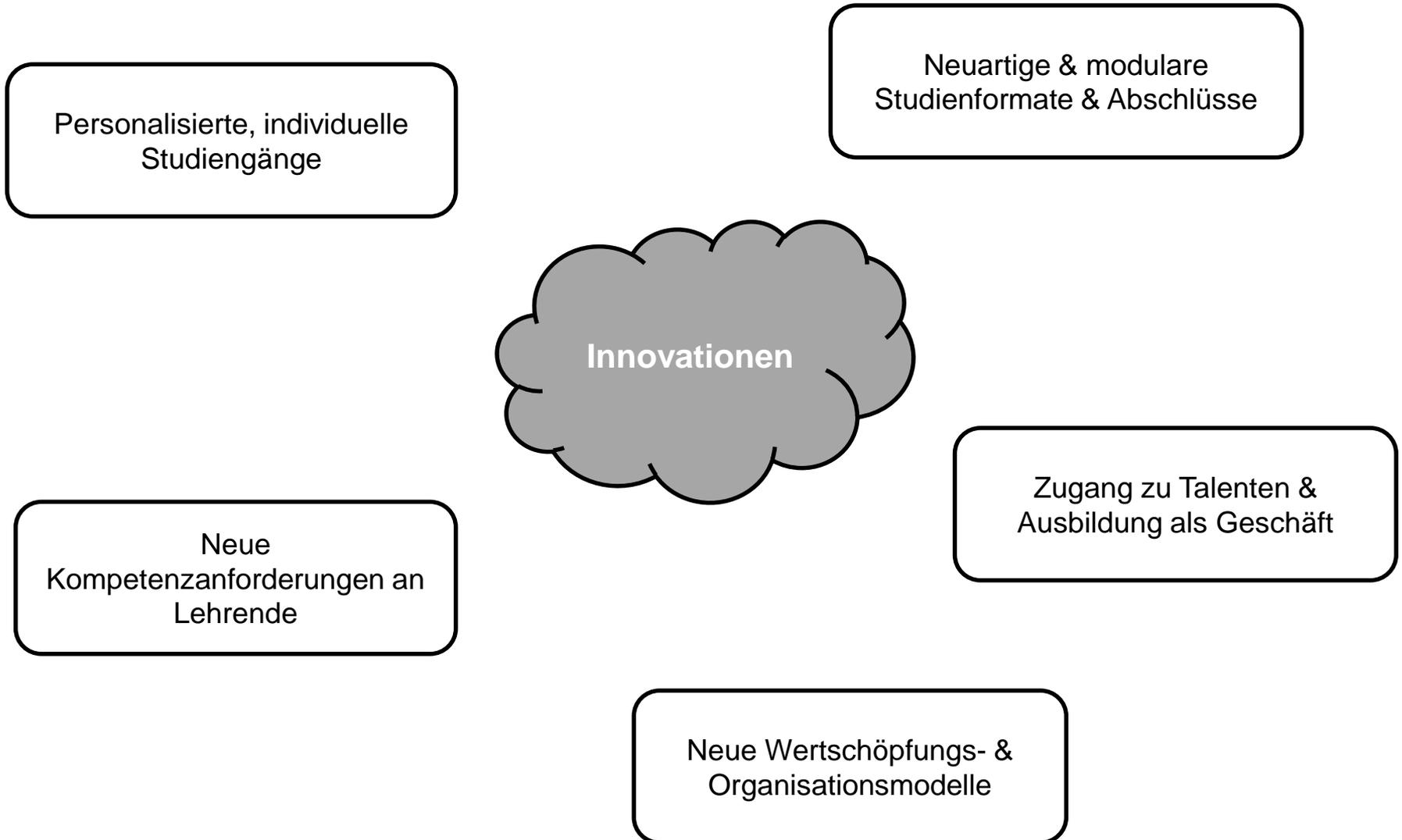
Dr. Maria Strobel, Prof. Dr. Isabell M. Welp

12. Jahrestagung der Gesellschaft für Hochschulforschung, Hannover, 31. März 2017

Hochschule 4.0 – Zukunft mitgestalten



Hochschule 4.0 – Aktuelle Entwicklungen



01

These

Deutsche Hochschulen **reduzieren** das Thema "**Digitalisierung**" **fälschlicherweise** auf **technologische Veränderungen**.

02

These

Anstelle von „one-size-fits-all“ ist das **beste Studienangebot ein auf jeden individuellen Studierenden persönlich zugeschnittenes inhaltliches Angebot**.

03

These

Deutsche Hochschulen berücksichtigen **neue gesellschaftliche Bedarfe nur langsam und oft unzureichend**.

04

These

Deutsche Hochschulen sind im **internationalen Vergleich wenig innovativ und transformativ**

05

These

Die **Chancen, die Digitalisierung zur Bewältigung aktueller drängender Probleme** an Hochschulen bietet, werden noch **zu wenig genutzt**.

06

These

Auf Lehrende kommen **neue und komplexe Anforderungen** zu.

07

These

Die „**Hochschule der Zukunft**“ muss sich selbst **neu erfinden**, dazu müssen **Hochschulen als Organisationen innovativer und transformativer** werden.

Pipelines versus Plattformen – neue Strategieregeln

Pipelines

- Klassische Wertschöpfungskette - Kontrolle einer linearen Serie von Aktivitäten
- Input (Materialien von Zulieferern) → Transformationsprozesse → wertvollere Output (fertiges Produkt)
- **Beispiel:** Mobiltelefongeschäft von Apple

Plattformen

- Zusammenbringen von Produzenten und Konsumenten in wertschaffenden Austauschbeziehungen
- **Beispiel:** App Store von Apple
→ Durch die Vernetzung von App-Entwicklern und App-Nutzern in two-sided markets wird für beide Akteure Wert geschaffen
- **Hauptgüter:** Informationen und Interaktionen (Quelle der Wertschöpfung und des Wettbewerbsvorteils)
- Flexible Restrukturierung der eigenen Ressourcen und Fähigkeiten in neue Organisationsstrukturen möglich – als Reaktion auf aufkommende Geschäftsmöglichkeiten und Herausforderungen
- Fähigkeiten werden innerhalb der Organisation neu kombiniert und Organisationsroutinen und Transaktionen durch das weite Netzwerk mitgestaltet

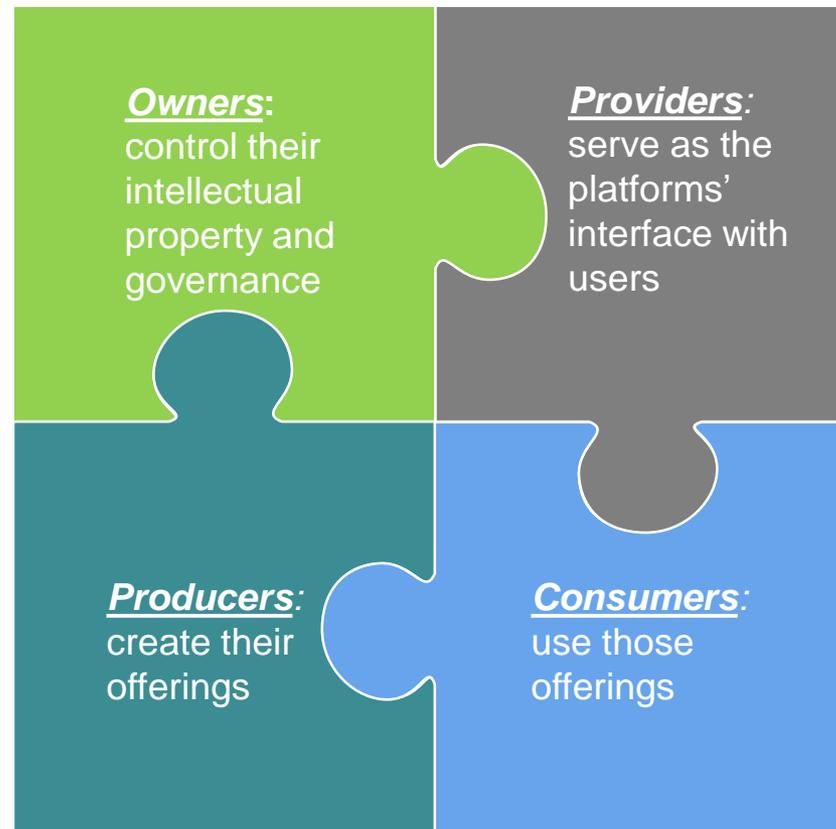
Organisationen können sowohl Pipeline, als auch Plattform sein!

Quelle:

Thomas, L. D., Autio, E., & Gann, D. M. (2014). Architectural leverage: putting platforms in context. *The Academy of Management Perspectives*, 28(2), 198-219.
Van Alstyne, M. W., Parker, G. G., & Choudary, S. P. (2016). Pipelines, platforms, and the new rules of strategy. *Harvard Business Review*, 94(4), 54-62.

Was sind zentrale Merkmale einer Plattform?

- **Ökosystem mit der gleichen Basisstruktur**



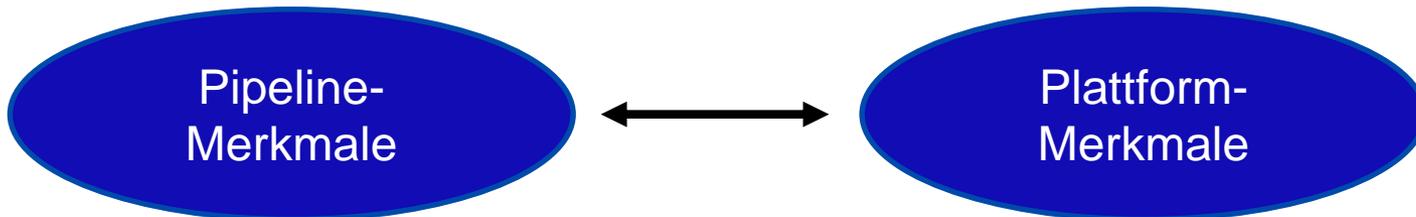
Quelle:

Van Alstyne, M. W., Parker, G. G., & Choudary, S. P. (2016). Pipelines, platforms, and the new rules of strategy. *Harvard Business Review*, 94(4), 54-62.

Beispiele für Plattformmodelle im Hochschulbereich



Entwicklung eines Scoring – Systems zur Einschätzung von Hochschulen im Hinblick auf:



- **Bereiche:** Forschung, Lehre, unterstützende Funktionen, Third Mission
 - **Ebenen:** Strategie (Makro), Organisation (Meso), Verhalten (Mikro) (vgl. Frost et al. 2015)
 - **Funktionen:** Interaktion mit Nutzern, Interaktion mit externen Anbietern, Qualitätssicherung, Innovation,...
 - **Datenquellen:** Governance-Datenbank des IHF, Befragung (geplant)
- Arbeitshypothese: Hochschulen in Deutschland sind aktuell im Bereich Forschung bereits stärker als Plattformen aufgestellt als im Bereich Lehre

Dr. Maria Strobel

Bayerisches Staatsinstitut für Hochschulforschung und Hochschulplanung (IHF)

<http://www.ihf.bayern.de/>

strobel@ihf.bayern.de

Prof. Dr. Isabell M. Welp

Technische Universität München, TUM School of Management

Lehrstuhl für Strategie und Organisation

<http://www.strategie.wi.tum.de>

welpe@tum.de