

AG 3 | Internationalisierung der Hochschulverwaltung

- ein paar Beispiele -

Was wir uns überlegt haben...

- Raum für Austausch
- Anne Gellert | top down
- Marina Glaser | bottom up
- InHoPe | Kernaussagen
- Stephan Karsch | Erasmus+ SP

»admINT«

- Qualifizierungs- und Unterstützungsmaßnahmen für administratives und technisches Personal im Internationalisierungsprozess
- DAAD-gefördert: „STIBET II – Modellprojekte zur Verbesserung der Wilkommenskultur“

INTERNATIONALISIERUNGSSTRATEGIE DER BAUHAUS-UNIVERSITÄT WEIMAR
2016 - 2020

Die Bauhaus-Universität Weimar versteht sich als vielfältig internationale Universität. Am historischen Standort Weimar prägten seit Anbeginn Persönlichkeiten aus verschiedenen Kulturen die Universität und ihre Vorgängereinstitutionen. Hier wurden und werden weltweit beachtete Ideen entwickelt. Diesem Anspruch verpflichtet findet heute, eingebettet in ein internationales Selbstverständnis, disziplinenübergreifende fachliche Zusammenarbeit zwischen Akteurinnen und Akteuren in Architektur, Gestaltung, Ingenieurwissenschaft, Kunst, Medienwissenschaft und Stadtplanung statt. Damit zeigt die Bauhaus-Universität Weimar übertragbare Lösungen für die Gestaltung der gegenwärtigen und zukünftigen Lebensräume auf.

FOLGENDE ZIELE WERDEN MIT DIESER STRATEGIE VERFOLGT:

- I das universitäre Profil und die Qualität in Lehre, Forschung und Entwicklung zu stärken,
- II die Absolventinnen und Absolventen auf Herausforderungen des globalen Arbeitsmarktes vorzubereiten und zu Persönlichkeiten heranzubilden, deren Denken und Handeln nicht durch nationale und wirtschaftliche Interessen begrenzt sind, sowie
- III ein wertschätzendes internationales Milieu für alle Universitätsangehörigen, fachlich Interessierten und Gäste zu sichern.

Die Internationalisierung der Bauhaus-Universität Weimar ergibt sich aus der Tradition des Bauhaus, den Aufgaben einer Universität (§5 ThürHG), den Ziel- und Leistungsvereinbarungen mit dem Thüringer Ministerium (2016-2019) sowie dem Anspruch höchster wissenschaftlicher, technischer, künstlerischer und gestalterischer Qualität unter sinnvollem Einsatz der universitären Ressourcen.

LEITLINIEN DER INTERNATIONALISIERUNGSSTRATEGIE SIND:

1. INTERNATIONALE AKTIVITÄTEN

Internationalität entsteht aus der inneren Überzeugung aller Universitätsangehörigen und ist eine Geisteshaltung. Internationale Akteure zeichnen sich durch Offenheit aus und erkennen in Verschiedenheit ein Potenzial. Dafür braucht es Fremdsprachenkenntnisse, weltweite Vernetzung und interkulturelle Sensibilität. Diese Kompetenzen werden an der Universität gestärkt. Aktuelle und ehemalige Universitätsangehörige werden als Mitglieder eines weltweiten Netzwerks verstanden.

2. INTERNATIONALE PARTNERSCHAFTEN IN LEHRE UND FORSCHUNG

Die Bauhaus-Universität Weimar stärkt ihr internationales Netzwerk mit fachlich geeigneten Partnern. Dabei sollen sich Lehre und Forschung gegenseitig beeinflussen und dadurch neue Impulse entstehen.

3. INTERNATIONALE FORSCHUNG

Die Forschung der Bauhaus-Universität Weimar richtet sich an internationalen Maßstäben aus. Internationale Forschungsk Kooperationen werden durch die Universität forciert und unterstützt, da sie eine treibende Kraft für anschlussfähige, exzellente und innovative Forschung darstellen.

4. INTERNATIONALES STUDIUM & INTERNATIONALE PROMOTION

Alle Studien- und Promotionsangebote werden unter Berücksichtigung der jeweiligen Fächerkultur international ausgerichtet. Die internationale Perspektive ist gelebte Praxis.

5. INTERNATIONALE MOBILITÄT


Die Bauhaus-Universität Weimar fördert die internationale Mobilität aller Universitätsangehörigen und stärkt Weimar als Knotenpunkt internationaler Netzwerke.

6. INTERNATIONALE STRUKTUR

Die Bauhaus-Universität Weimar stützt auf allen Ebenen die institutionellen Strukturen und Prozesse zur Internationalisierung und fördert gezielt die Finwerbung von zusätzlichen Mitteln.

Diese Strategie wird durch Maßnahmen konkretisiert. Das Dezernat Internationale Beziehungen koordiniert deren Umsetzung in Abstimmung mit den zuständigen Bereichen. Für den Zeitraum ab 2020 wird dann auf Basis des bisher Erreichten und den Impulsen des Jubiläums „100 Jahre Bauhaus“ die strategische Internationalisierung der Bauhaus-Universität Weimar fortgeschrieben.

Weimar, 09. Dezember 2015


Prof. Dr.-Ing. Karl E. Seucke, Rektor



Internationalisierungsstrategie 2016-2020

1. INTERNATIONALE AKTEURE

Internationalität entsteht aus der inneren Überzeugung aller Universitätsangehörigen und ist eine Geisteshaltung. Internationale Akteure zeichnen sich durch Offenheit aus und erkennen in Verschiedenheit ein Potenzial. Dafür braucht es Fremdsprachenkenntnisse, weltweite Vernetzung und interkulturelle Sensibilität. Diese Kompetenzen werden an der Universität gestärkt. Aktuelle und ehemalige Universitätsangehörige werden als Mitglieder eines weltweiten Netzwerks verstanden.

6. INTERNATIONALE STRUKTUR

Die Bauhaus-Universität Weimar stützt auf allen Ebenen die institutionellen Strukturen und Prozesse zur Internationalisierung und fördert gezielt die Einwerbung von zusätzlichen Mitteln.

admINT | Ziele

- Stärkung von Kompetenzen
- Erhöhung der Akzeptanz von „Internationalisierung“
 - Möglichkeit der Mitgestaltung
 - Übernahme von Verantwortung
- Ausbau von Netzwerken
 - intern/lokal/weltweit

admINT | Maßnahmenkategorien

- I. Sprachkompetenz
- II. Interkulturelle Kompetenz
- III. Mobilitätserfahrung

admINT | „harte“ Bausteine

- „Kulturen im Fokus“ [Informationen]
- „Administratorenreisen“ (international)
- Sprachkurse (national/international)
- Interkulturelle Trainings (national)
-
- Newsletter (Veranstaltungen, Sprachkurse, Staff Exchange Weeks)
- Beratung [zu passenden Maßnahmen]
- „brown bag lunch“
- Zertifikat

admINT | „weiche“ Bausteine

- Lenkungsgruppe [Dezernat Internationale Beziehungen, Sprachenzentrum, Dezernat Personal]
- Projektteam [Vertreter aller Fakultäten & zentraler Einrichtungen]
- Erhebungen [Umfragen, Hospitationen]

admINT | „Erfolgsfaktoren“

- (1) unterhalb des Radars
- (2) Teilhabe [Erfolgsgefühle verteilen]
- (3) foot-in-the-door [Internationalisierungsstrategie]
- (4) Legitimation [auf verschiedenen Ebenen]
- (5) Einbeziehung [ja, Sie dürfen]
- (6) intrinsische Motivation
- (7) Katalysatorfunktion