



LEUCOREA
Sitzung des öffentlichen Rechts an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

Institut für Hochschulforschung (HoF)
an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

Justus Henke

Generative KI in der Hochschulkommunikation

Ergebnisse der 2. Welle – 2024

126

HoF-ARBEITSBERICHTE

Justus Henke: Generative KI in der Hochschulkommunikation. Ergebnisse der 2. Welle – 2024 (HoF-Arbeitsbericht 126), Institut für Hochschulforschung (HoF) an der Martin-Luther-Universität, Halle-Wittenberg 2024, 42 S. ISSN 1436-3550. ISBN 978-3-937573-95-3. Online unter https://www.hof.uni-halle.de/web/dateien/pdf/ab_126_WEB.pdf

Diese Studie untersucht erneut die Anwendung und Wahrnehmung generativer KI-Tools in der Hochschulkommunikation im Jahr 2024 und vergleicht die Ergebnisse mit 2023. Hochschulkommunikation umfasst die interne und externe organisationale Kommunikation der Hochschulen. Die Befragung unter deutschen Hochschulen fragte nach Nutzungsmustern, Herausforderungen und Potenzialen dieser Technologien. Die Ergebnisse zeigen, dass die Nutzung von Textgenerierungstools wie ChatGPT deutlich zugenommen hat, während Übersetzungstools wie DeepL weiterhin am häufigsten verwendet werden. Private Hochschulen integrieren generative KI-Tools häufiger und vielfältiger als öffentliche Einrichtungen. Die Zufriedenheit mit diesen Tools hat sich leicht verbessert, bleibt jedoch moderat. Im Vergleich zu 2023 zeigen sich spürbare Effizienzgewinne und eine erhöhte Anpassungsfähigkeit an verschiedene Kommunikationskanäle. Herausforderungen wie Faktentreue und Datenschutz bleiben zentrale Themen. Ein offener Dialog, die Etablierung hochschulspezifischer Umgangsweisen und Weiterbildung im Umgang mit generativen KI-Tools sind notwendig, um deren Potenziale und Risiken besser zu verstehen und produktiv für die Hochschulkommunikation zu nutzen. Die Studie betont die Notwendigkeit einer umfassenden Herangehensweise, die technologische Fähigkeiten, operative Bedürfnisse und das sozio-technische Umfeld berücksichtigt, um eine erfolgreiche Integration dieser Tools zu gewährleisten. Die Veränderungen zur Vorjahresstudie zeigen zunehmend positive Auswirkungen auf Arbeitsprozesse, während zentrale Herausforderungen weiterhin bestehen.

This study re-examines the application and perception of generative AI tools in university communication in 2024, comparing the results with 2023. University communication encompasses internal and external organizational communication within universities. The survey among German universities explored usage patterns, challenges, and potentials of these technologies. The results show a significant increase in the use of text generation tools like ChatGPT, while translation tools like DeepL remain the most frequently used. Private universities integrate generative AI tools more frequently and diversely than public institutions. Satisfaction with these tools has slightly improved but remains moderate. Compared to 2023, there are noticeable efficiency gains and increased adaptability to various communication channels. Challenges such as factual accuracy and data protection remain central issues. An open dialogue, the establishment of university-specific practices, and further education on generative AI tools are necessary to better understand their potentials and risks and to use them productively for university communication. The study emphasizes the need for a comprehensive approach that considers technological capabilities, operational needs, and the socio-technical environment to ensure the successful integration of these tools. The changes compared to last year's study show increasingly positive impacts on work processes, while central challenges persist.

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis	2
Zentrale Ergebnisse	3
1. Einleitung	5
2. Vorgehen	7
2.1. Sensibilisierende Konzepte.....	7
2.1.1. Künstliche Intelligenz in der Wissenschaftskommunikation	7
2.1.2. Relevante theoretische Konzepte.....	8
2.1.3. Ableitung von Ausgangsvermutungen.....	9
2.2. Stichprobe und Erhebungsmethoden	9
2.3. Antwortquote und Repräsentativität der erhobenen Daten	11
3. Ergebnisse	14
3.1. Erfahrungen mit generativen KI-Tools.....	14
3.1.1. Nutzung von KI-Tools in der Hochschulkommunikation.....	14
3.1.2. Konkrete Anwendungsfälle für die KI-Tools	16
3.1.3. Zufriedenheit mit der Nutzung von AI-Tools	17
3.1.4. Herausforderungen oder Schwierigkeiten.....	18
3.1.5. Bedürfnisse und Ziele beim Einsatz von KI-Tools.....	19
3.2. Budget für die Nutzung von KI-Tools.....	20
3.3. Ausblick zur Rolle generativer KI	20
3.3.1. Auswirkungen auf Kommunikationsstrategie oder -praktiken.....	20
3.3.2. Generative KI in hochschulinternen Debatten	22
3.3.3. Einschätzungen zu Chancen und Risiken und Erwartungen für die nächsten Jahre	23
4. Diskussion und Fazit	25
4.1. Zusammenfassung der wichtigsten Befunde	25
4.2. Vergleich zu den Ergebnissen des Vorjahres.....	25
4.3. Ausblick.....	26
Literatur.....	29
Anhang	
Ergänzende Tabellen	32
Fragebogen der Erhebung.....	38
Verzeichnis der Übersichten	42

Abkürzungsverzeichnis

AI	Artificial Intelligence
DALL-E	Kofferwort aus „Salvador Dalí“ und „WALL-E“
DeepL	angelehnt an „Deep Learning“
EU	Europäische Union
FH	Fachhochschule
GPT	Generative Pretrained Transformer
HAW	Hochschule für Angewandte Wissenschaften
KI	Künstliche Intelligenz
LLM	Large Language Model
PDF	Portable Data Format
STS	Socio-Technical Systems
TAM	Technology Acceptance Model
UTAUT	Unified Theory of Acceptance and Use of Technology

Zentrale Ergebnisse

Die steigende Verbreitung generativer KI-Tools wie ChatGPT beeinflusst auch die Hochschullandschaft, nicht zuletzt auch die Kommunikation und Organisationsentwicklung. Diese Tools können assistierend genutzt werden, um Texte, Bilder und andere Inhalte generieren, um neue Potenziale für effizientere und personalisierte Hochschulkommunikation zu erschließen.

Zugleich sind damit neue Herausforderungen verbunden, die sich z.B. mit den Stichworten „Unterscheidung von Fakten und Fiktion“, „Datenschutz“ und „Professionsethik“ markieren lassen. Diese Studie untersucht nach 2023 nun zum zweiten Mal die Nutzung generativer **KI-Tools in der Hochschulkommunikation** und ihre Auswirkungen auf Kommunikationsstrategien und -praktiken.

Wie im Vorjahr wurde eine teilstandardisierte Online-Umfrage unter den Kommunikationsabteilungen deutscher Hochschulen durchgeführt. Ziel war es, die Nutzung, Erwartungen und Bedürfnisse bezüglich generativer KI-Tools zu erfassen:

- 318 Hochschulen unterschiedlichen Typs, Trägerschaft und Größe wurden kontaktiert, von denen 82 den Fragebogen beantworteten (25 % Netto-Rücklaufquote).

- Die Repräsentativität der Umfrage wurde anhand der Merkmale Hochschultyp, Trägerschaft und Größe bewertet. Das erreichte Sample unterscheidet sich nur minimal von der Grundgesamtheit.

Zunächst wurde nach **konkreten Erfahrungen mit generativen KI-Tools** gefragt:

- **Nutzung:** Übersetzungstools wie DeepL werden am häufigsten genutzt (80 %), gefolgt von Textgenerierungstools wie ChatGPT (59 %). Private Hochschulen nutzen diese Werkzeuge häufiger regelmäßig (75 %) als öffentliche (60 %). Bildgenerierungstools (27 %) und Videogenerierungstools weisen indes eine deutlich geringere Nutzung auf.

- **Zufriedenheit:** Die Zufriedenheit mit den Tools ist moderat (Durchschnittswert 3,2 auf einer Skala von 1 bis 5). Für Übersetzung und Transkription ist die Zufriedenheit am höchsten, Generieren von Video und Audio erzielte die geringste Zufriedenheit. Die moderate Zufriedenheit mit den genutzten Tools deutet darauf hin, dass zwar Potenziale erkannt werden, jedoch noch Optimierungsbedarf besteht, um die volle Akzeptanz und Zufriedenheit zu erreichen.

- **Herausforderungen:** Hauptsächliche Bedenken betreffen Faktentreue (Mittelwert 4,0) und Datenschutz

(3,9). Technische Probleme sind weniger bedeutsam (2,3). Diese Bedenken spiegeln sich auch in den allgemeinen Diskussionen über KI wider, bei denen die Verlässlichkeit der generierten Inhalte und die Sicherstellung des Datenschutzes zentrale Themen sind.

- **Bedürfnisse und Ziele:** Zeiteinsparung (4,5) und Effizienzsteigerung (4,3) sind die wichtigsten Ziele der Kommunikationsabteilungen bei der Nutzung der Tools. Diese Bedürfnisse werden durch die vielseitig wahrgenommenen Anwendungsmöglichkeiten der Tools unterstrichen, die von der automatisierten Textgenerierung über die Analyse großer Datenmengen bis hin zur Erstellung ansprechender visueller Inhalte reichen. Qualitative Verbesserungen verspricht sich nur eine Minderheit der Hochschulen.

- **Budget:** Das Budget für KI-Dienste liegt überwiegend bei bis zu 50 Euro (40 %) und 50 bis 150 Euro (37 %). Die Bereitschaft, in diese Werkzeuge zu investieren, ist folglich noch nicht sehr ausgeprägt.

Ferner wurden ein **Einschätzungen zu den Auswirkungen und dem weiteren Ausblick für generative KI-Tools** in der Hochschulkommunikation eingeholt:

- **Auswirkungen:** 36 Prozent berichten von erheblicher Effizienzsteigerung, 33 Prozent sehen erhöhte Anpassungsfähigkeit an Kommunikationskanäle, etwa zur Veränderung des Textumfangs, der Textsorte oder Schwerpunktsetzungen. Es besteht zudem ein erhöhter Bedarf an technischem Know-how und Weiterbildung (38 %).

- **Interne Diskussionen und Implementierung:** 53 Prozent der Hochschulen thematisieren KI-Tools regelmäßig in Gremien. 36 Prozent haben Arbeitsgruppen eingerichtet, und 37 Prozent bieten Schulungen an. Nur 14 Prozent haben indes bereits eigene KI-Chatbots eingerichtet oder formelle Richtlinien erlassen. Solche Maßnahmen sind wichtig, um Erfahrungen mit den Möglichkeiten und Grenzen der Tools zu entwickeln und eine effektive Implementierung zu gewährleisten. Hochschulen, die bereits eigene KI-Chatbots entwickelt oder formelle Richtlinien eingeführt haben, sind insofern Vorreiter und könnten Best Practices für andere Institutionen bereitstellen.

Die Daten zeigen auch, dass Zeiteinsparung und Effizienzsteigerung die Hauptmotive für die Nutzung generativer KI-Tools sind. Diese Bedürfnisse werden durch die vielseitigen Anwendungsmöglichkeiten der Tools unterstrichen, die von der KI-gestützten Textgenerierung über die Analyse großer Datenmengen bis hin zur Erstellung ansprechender visueller Inhalte reichen.

Der **Vergleich zu den Ergebnissen der Studie von 2023** zeigt, dass die Nutzung generativer KI-Tools deutlich zugenommen hat. Besonders bemerkenswert ist der Anstieg der regelmäßigen Nutzung von Textgenerierungstools, was auf eine wachsende Akzeptanz und Vertrautheit mit diesen Technologien hinweist:

- Im Vergleich zu 2023 hat sich die *Nutzung* von Textgenerierungstools wie ChatGPT (Anstieg um 37 Prozentpunkte auf 59 %) und Übersetzungstools wie DeepL (Anstieg um 7 Prozentpunkte auf 80 %) deutlich erhöht.

- Die *Nutzung von Bildgenerierungstools* hat zugenommen (27 %), während Videogenerierungstools weiterhin kaum genutzt werden.

- Die *Zufriedenheit* mit den KI-Tools ist leicht gestiegen, bleibt aber moderat.

- *Herausforderungen* wie Faktentreue und Datenschutz bleiben bestehen, technische Probleme sind jedoch weniger bedeutsam geworden.

Diese Entwicklung deutet darauf hin, dass die Hochschulen zunehmend in der Lage sind, technische Hürden zu überwinden, aber weiterhin an den inhaltlichen und ethischen Aspekten arbeiten müssen.

Zusammenfassend ergibt die Untersuchung, dass generative KI-Tools in Hochschulen unterschiedlich genutzt werden, wobei private Institutionen diese häufiger und vielfältiger einsetzen. Zufriedenheit und Akzeptanz hängen stark von Leistung und Aufwand ab, wobei ethische Bedenken und technische Schwierigkeiten zentrale Herausforderungen darstellen. Effizienzsteigerungen und Anpassungsfähigkeit an Kommunikationskanäle, z.B. Textumfang, Textsorte oder Schwerpunktsetzungen, wurden als Hauptvorteile identifiziert, während Datenschutzbedenken und Qualitätsverluste weiterhin bedeutsame Themen sind. Interne Debatten, Arbeitsgruppen und Schulungen verdeutlichen die Bedeutung der sozio-technischen Einbettung und organisatorischen Unterstützung für die erfolgreiche Nutzung dieser Technologien.

Hieraus lassen sich einige **Thesen** für die weitere Entwicklung ableiten:

- *Effizienzsteigerung und Arbeitserleichterung*: KI-Tools werden zunehmend die Effizienz und Arbeitserleichterung in Hochschulkommunikationsabteilungen vorantreiben.

- *Qualitätsbedenken und Datenschutz*: Qualitäts- und Datenschutzbedenken bleiben zentrale Herausforderungen, denen mit klaren Richtlinien und Maßnahmen begegnet werden muss.

- *Personalisierung und zielgruppenspezifische Ansprache*: Die steigenden Erwartungen an Personalisie-

rung der Kommunikation könnten durch die Integration von KI in Kommunikationsstrategien bedient werden.

- *Technisches Know-how und Weiterbildung*: Der Bedarf an technischem Know-how und Weiterbildung wird zunehmen. Dies erfordert verstärkte Schulungsangebote.

- *Strategische Planung und Richtlinien*: Es besteht großer Bedarf für die Entwicklung strategischer Ziele und formeller Richtlinien zur Optimierung des KI-Einsatzes.

Die fortschreitende Integration generativer KI-Tools wird voraussichtlich zu erheblichen **Veränderungen in der Hochschulkommunikation** führen. Hochschulen sollten die Chancen nutzen, die diese Technologien bieten, um ihre Kommunikationsstrategien zu optimieren und effizienter zu gestalten. Gleichzeitig müssen sie sich den ethischen und datenschutzrechtlichen Herausforderungen stellen, um das Vertrauen in die Verlässlichkeit der KI-Tools zu stärken. Die Einrichtung eigener Chatbots und KI-Werkzeuge auf Basis frei verfügbarer KI-Sprachmodelle wäre hier ein beträchtlicher Fortschritt und wird teilweise auch schon unternommen.

Es erscheint als weiterer **Ausblick** vor diesem Hintergrund unerlässlich, dass Hochschulen klare Richtlinien und Schulungen zur Nutzung generativer KI-Tools entwickeln und umsetzen. Diese Maßnahmen sollten darauf abzielen, die technische Kompetenz der Mitarbeiter:innen zu stärken und gleichzeitig ein Bewusstsein für die ethischen und datenschutzrechtlichen Implikationen zu schaffen. Nur durch eine sorgfältige Planung und Implementierung dürften die Hochschulen die Vorteile dieser innovativen Technologien maximieren und gleichzeitig die damit verbundenen Risiken kontrollieren können. Zugleich scheint eine Reflexion nötig, wie eine authentische Kommunikation unter den Bedingungen generativer KI bewahrt werden kann, die nicht nur die Kommunikation betrifft, sondern auch die Produktion wissenschaftlichen Wissens.

Zukünftige Studien sollten sich darauf konzentrieren, die langfristigen Auswirkungen der Nutzung generativer KI-Tools auf die Hochschulkommunikation zu untersuchen und Best Practices für deren Einsatz zu entwickeln. Insbesondere die Personalisierung und zielgruppenspezifische Ansprache bieten großes Potenzial, das es ebenso zu erforschen wie zu nutzen gilt. Für eine glaubwürdige Hochschulkommunikation dürfte indes weiterhin eine menschliche Kontrolle und Federführung unverzichtbar sein.

1. Einleitung

Die rasante Entwicklung und Verbreitung von künstlicher Intelligenz (KI) und maschinellem Lernen hat in den letzten Jahren zahlreiche Lebens- und Arbeitsbereiche maßgeblich verändert. Im Mittelpunkt stehen hierbei insbesondere generative KI-Tools wie ChatGPT, die seit ihrer Einführung im November 2022 erhebliche Aufmerksamkeit erlangt haben (OpenAI 2023; Touvron et al. 2023; Wolfram 2023). Diese Tools sind in der Lage, menschenähnliche Gespräche zu führen, Texte, Bilder oder Videos zu generieren und komplexe Anfragen zu bearbeiten (Gozalo-Brizuela/Garrido-Merchán 2023; Ray 2023). Dieser Wandel ist auch im Hochschulwesen deutlich spürbar. Hochschulkommunikation umfasst, grob gefasst, die interne wie externe organisationale Kommunikation der Hochschulen. Sie spielt eine zentrale Rolle in der Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse, der Förderung von Dialogen mit der Öffentlichkeit und der Unterstützung administrativer Prozesse. Die Potenziale zur Anwendung generativer KI sind insofern mannigfaltig und reichen von der Unterstützung organisationaler Prozesse hin zur Unterstützung bei der Erstellung professioneller Kommunikationsinhalte in zahlreichen Formen und Formaten. Allerdings sind mit der Nutzung generativer KI auch Risiken verbunden, etwa hinsichtlich Faktentreue und Authentizität KI-generierter Kommunikation.

Im letzten Jahr wurde erstmals eine empirische Untersuchung zur Anwendung und Wahrnehmung von generativen KI-Tools in der Hochschulkommunikation durchgeführt (Henke 2023; 2024). Diese Umfrage richtete sich an die Kommunikationsabteilungen deutscher Hochschulen und untersuchte Nutzungsmuster, Herausforderungen und Potenziale dieser neuen Technologien. Die Ergebnisse zeigten, dass KI-gestützte Übersetzungs- und Sprachkorrekturwerkzeuge am häufigsten verwendet wurden, während die Nutzung anderer Tools, wie z.B. ChatGPT, noch gering war. Zudem wurde eine gemischte Zufriedenheit mit diesen Tools festgestellt. Technische Schwierigkeiten, ethische wie Datenschutzbedenken und mangelndes Wissen über die vielseitigen Anwendungsmöglichkeiten generativer KI-Tools, wie etwa ChatGPT oder Copilot, hemmten eine breitere Implementierung. Diese Befunde reihen sich ein in weitere Studien zu generativer KI, die ähnliche Probleme mit generativer KI diagnostizieren (Rawte et al. 2023; Zhang et al. 2023; Athaluri et al. 2023; Bhattacharyya et al. 2023; McGowan et al. 2023). Zugleich war in den Ergebnissen der Befragung auffällig, dass private Hochschulen generative KI-Tools schneller als staatliche Einrichtungen integrierten. Trotz der identifizierten Herausforderungen wurden Möglichkeiten zur Verbesserung der Integration von KI in der Hochschulkommunikation aufgezeigt. Dazu gehörten eine intensivere Interaktion zwischen KI-Tools und den professionellen Kommunikator:innen sowie die Etablierung hochschulspezifischer Umgangsweisen und Weiterbildung. Auch hier bestehen Anschlüsse aus verwandten Studien zu KI im Wissenschaftskontext (De Silva et al. 2023; Lopezosa et al. 2023; Ray 2023). Hierin liegt die besondere Herausforderung, denn nicht nur die Kommunikation von Wissenschaft, sondern auch die Produktion wissenschaftlichen Wissens selbst wird zunehmend durch KI unterstützt (Royal Society 2024; Elbadawi et al. 2024; Stone 2023; Prillaman 2024; Tate et al. 2023). Hochschulkommunikation muss mithin nicht nur die eigenen Umgangsweisen mit KI prüfen, sondern auch wie sie über eine durch KI veränderte Wissenschaft kommunizieren will.

Seit dieser ersten Umfrage im Jahr 2023 hat sich die Nutzung und Integration generativer KI-Tools an deutschen Hochschulen weiterentwickelt. Gründe hierfür sind unter anderem die zunehmende Bekanntheit und Zugänglichkeit dieser Technologien sowie kontinuierliche Verbesserungen, die zu einer höheren Genauigkeit und erweiterten Funktionalitäten geführt haben. Darüber hinaus haben neue regulatorische Rahmenbedingungen und Richtlinien die Nutzung

von KI in Bildungseinrichtungen beeinflusst, etwa das EU-Gesetz zur künstlichen Intelligenz¹ oder der BMBF-Aktionsplan „Künstliche Intelligenz“².

In der hier vorgestellten Studie zur zweiten Welle der Befragung, die im Mai 2024 durchgeführt wurde, möchten wir erneut Einblicke in die aktuellen Anwendungen und die Wahrnehmung generativer KI-Tools in der Hochschulkommunikation gewinnen sowie Veränderungen zum Vorjahr nachzeichnen.³ Angesichts der Ergebnisse der letztjährigen Umfrage und der technologischen Fortschritte konzentrieren wir uns auf folgende Forschungsfragen:

1. Wie hat sich die Akzeptanz und Nutzung generativer KI-Tools seit der ersten Umfrage entwickelt?
2. Welche Auswirkungen haben diese Entwicklungen auf die Kommunikationsstrategien und -ziele der Universitäten?
3. Haben ethische und datenschutzrechtliche Herausforderungen weiterhin hohe Relevanz?
4. Sind neue Herausforderungen und Einschätzungen zur Rolle generativer KI hinzugekommen?

Die Methodik der Befragung blieb grundsätzlich unverändert, wurde jedoch um einige Verbesserungen und Anpassungen erweitert, basierend auf den Rückmeldungen und Erkenntnissen aus der ersten Umfrage. Die Studie zielt darauf ab, ein umfassendes Bild der Integration generativer KI-Tools in die Kommunikationsprozesse deutscher Universitäten zu zeichnen und dabei sowohl die Potenziale als auch die Herausforderungen zu beleuchten.

Im weiteren Verlauf dieser Arbeit werden wir zunächst zentrale Konzepte und Entwicklungen im Bereich der Hochschulkommunikation vorstellen, gefolgt von einer detaillierten Beschreibung der methodischen Vorgehensweise und der Charakteristika der durchgeführten Umfrage. Anschließend präsentieren wir die Ergebnisse und diskutieren diese im Kontext aktueller Trends und zukünftiger Perspektiven.

¹ <https://artificialintelligenceact.eu/de/> (4.6.2024)

² <https://www.bmbf.de/bmbf/de/forschung/digitale-wirtschaft-und-gesellschaft/kuenstliche-intelligenz/ki-aktionsplan.html> (4.6.2024)

³ Weitere Informationen zum Projekt und Zugriff auf die Datensätze unter <https://www.hof.uni-halle.de/projekte/hochki/>

2. Vorgehen

2.1. Sensibilisierende Konzepte

Um die Breite und Tiefe der Befragung inhaltlich einzugrenzen und damit ein fokussiertes Frageprogramm sicherzustellen, wurden aus der Literatur theoretische Ansätze entnommen, die für das hiesige Thema anwendbar und bei der Interpretation der Daten hilfreich sind.

2.1.1. *Künstliche Intelligenz in der Wissenschaftskommunikation*

Hochschulkommunikation, die eine spezifische Form der Wissenschaftskommunikation darstellt, weist einige besondere Merkmale und Herausforderungen auf. Anders als die allgemeine Wissenschaftskommunikation, die insbesondere darauf abzielt, wissenschaftliche Erkenntnisse einem breiten Publikum zu vermitteln, richtet sich die Hochschulkommunikation auch an die akademische Community, einschließlich Studierender, Lehrkräfte und Forscher, sowie an externe Interessengruppen wie Politik, Wirtschaft und Gesellschaft (Elken et al. 2018; Fürst et al. 2022; Peters 2022). Fähnrich et al. (2019) definieren Hochschulkommunikation als „alle Formen der Kommunikation in, von und über Hochschulen, einschließlich ihrer Produktion, Inhalte, Nutzung und Wirkung, die von Akteuren innerhalb und außerhalb der Hochschulorganisation betrieben werden“ (S. 8). Diese Studie konzentriert sich auf die praktische Arbeit der zentralen und dezentralen Kommunikationsteams an Hochschulen. Diese Abteilungen übernehmen vier allgemeine Kommunikationsfunktionen: Öffentlichkeitsarbeit, Marketing, Public Affairs und Wissenschaftskommunikation, die ein breites Spektrum spezifischer Kommunikationsaktivitäten abdecken (Entradas et al. 2024).

Weiterhin bietet ein Artikel von Mike Schäfer (2023) eine aktuelle Bewertung von generativer KI im Kontext der Wissenschaftskommunikation. Schäfer betont die Bedeutung generativer KI und ihre potenziellen Auswirkungen auf die Wissenschaftskommunikation, wobei er auf die Notwendigkeit weiterer Forschung hinweist. Seine bibliometrischen Analysen zeigen, dass das Thema KI in der Literatur zur Wissenschaftskommunikation nahezu nicht existiert, wenn gleich seit letztem Jahr viel Dynamik diesbezüglich zu beobachten ist. Er identifiziert vier relevante Forschungsrichtungen: (1) Analysen der öffentlichen Kommunikation über KI, (2) Untersuchung von Nutzerinteraktionen mit ChatGPT und ähnlichen Tools, (3) die Auswirkungen generativer KI auf die Grundlagen der Wissenschaftskommunikation und (4) konzeptionelle Arbeiten zur Mensch-Maschine-Kommunikation. Schäfer betont, dass die Wissenschaftskommunikationsgemeinschaft sich schnell an diese neuen Fragestellungen anpassen muss, da KI viele lebensrelevante Aspekte der Wissenschaftskommunikation transformieren könnte. Ferner hebt Carsten Könniker (2024) in einem Meinungsartikel hervor, dass KI-basierte Werkzeuge die wissenschaftliche Kommunikation durch Produktivitätssteigerungen, größere Bildungsgerechtigkeit und neue Verbreitungswege wie partizipative Praktiken transformieren. Gleichzeitig bringen sie Herausforderungen wie Fehlinformationen und Missbrauchspotenzial mit sich, was die unverzichtbare Rolle unabhängiger Medien und von Qualitätsjournalismus unterstreicht. Auch die Kontextsicherheit KI-generierter Kommunikation („Wer, Warum, Wo, Wann und Wie“) ist gefährdet, da die KI selbst nur den Inhalt der Kommunikation („Was“) verarbeitet (Jain et al. 2024). Um die Authentizität von Hochschulkommunikation, die zentral für deren Vertrauenswürdigkeit ist, zu gewährleisten, wird mithin eine menschliche Kontrolle und Mitwirkung weiterhin unverzichtbar sein.

Studien zu benachbarten Feldern der Kommunikationswissenschaft, wie im Journalismus, bieten ebenfalls Hinweise für die Wissenschaftskommunikation mit generativer KI. Yang et al. (2023) zeigen, dass höheres Vertrauen in Institutionen mit größerer Unterstützung für KI korreliert, beeinflusst durch Risikowahrnehmungen. Pavlik (2023) betont Effizienzgewinne im

Journalismus durch ChatGPT, weist jedoch auf die Notwendigkeit von Medienbildung zur ethischen Reflexion hin. Henestrosa, Greving und Kimmerle (2023) fanden heraus, dass die Glaubwürdigkeit von AI- und menschlich geschriebenen Texten bei neutralen Inhalten ähnlich ist, bei wertenden Texten jedoch variiert. Jakesch et al. (2019) identifizierten den „Replicant Effect“, der das Misstrauen durch die Präsenz von AI-Texten steigern kann. Longoni et al. (2022) zeigten, dass AI-geschriebene Schlagzeilen als weniger genau wahrgenommen werden. Glikson und Asscher (2023) fanden heraus, dass AI in emotionaler Kommunikation die wahrgenommene Authentizität und Vergebung mindert, was in der Krisenkommunikation wichtig ist. Karinshak et al. (2023) zeigten die Wirksamkeit von AI in der Erstellung pro-Impfnachrichten unter menschlicher Aufsicht, doch öffentliche Gesundheitskommunikation wird weiterhin bevorzugt von menschlichen Quellen.

Neben den Auswirkungen von AI-vermittelter Kommunikation spielen strukturelle Aspekte ihrer Implementierung eine Rolle. Sorgen über Arbeitsplatzverluste, Qualität und Ethik im Zusammenhang mit Automatisierung und KI sind im Journalismus aufgetreten (Munoriyarwa et al. 2023; Noain-Sánchez 2022; Peña-Fernández et al. 2023). Zerfass et al. (2020) zeigten vor einigen Jahren, dass Kommunikationsprofis ein begrenztes Verständnis und individuelle Kompetenzen in Bezug auf KI haben. Institutionelle Zwänge, von Datenschutzgesetzen bis hin zu ethischen Normen, prägen die Nutzung von Analytik in der digitalen Kommunikation (Economou et al. 2023). Diese Studien verdeutlichen, dass sich die Natur der Kommunikation durch die zunehmende Einbindung von KI-Systemen in Entscheidungsprozesse und Inhaltserstellung verändert.

2.1.2. *Relevante theoretische Konzepte*

Die Einführung und Integration generativer KI innerhalb akademischer Einrichtungen, insbesondere im Kontext der Hochschulkommunikation, lässt sich besonders gut durch die Linse etablierter Theorien wie das Technology Acceptance Model (TAM) und die Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) analysieren. TAM, eingeführt von Davis (1986; 1989), konzentriert sich auf die wahrgenommene Nützlichkeit und Benutzerfreundlichkeit als primäre Faktoren, die die Akzeptanz von Technologien vorantreiben. Dieses Modell ist instrumental, um die Motivation hinter der Nutzung von KI-Tools durch Hochschulkommunikatoren zu verstehen, indem es die funktionalen Vorteile gegen die Benutzeranforderungen nach Einfachheit und Effizienz abwägt. Ferner erweitert UTAUT, vorgeschlagen von Venkatesh et al. (2003), diese Perspektive, indem es Leistungserwartung, Aufwandserwartung, sozialen Einfluss und unterstützende Bedingungen als Determinanten der Technologieanwendung einbezieht.

Diese theoretischen Rahmungen bieten zusammen ein umfassendes Verständnis der Faktoren, die die Einführung generativer KI in Hochschulsettings beeinflussen, da sie einen Erklärungsansatz für die Nutzungsabsichten („intent to use“) von technologischen Innovationen liefern, das auch für generative KI anwendbar ist. Zum Beispiel ist im TAM der Fokus auf die wahrgenommene Benutzerfreundlichkeit und Nützlichkeit geeignet, um zu bewerten, ob KI-Tools die spezifischen Bedürfnisse der Hochschulkommunikation erfüllen, wie die Verbesserung der Qualität und Effizienz bei der Erstellung und Verbreitung von Informationen. Gleichzeitig beleuchtet UTAUTs Einbeziehung von sozialem Einfluss und unterstützenden Bedingungen die breiteren Umwelt- und organisatorischen Unterstützungen, die für die erfolgreiche Integration von KI-Technologien notwendig sind.

Ähnlich betrachtet die Theorie sozio-technischer Systeme (STS), die das Zusammenspiel zwischen technologischen Innovationen und organisatorischen Strukturen in den Mittelpunkt rückt, Technologien als eingebettet in soziale Kontexte (Bijker et al. 2012; Orlikowski 1992). Aus diesem Blickwinkel kann die Integration generativer KI-Tools wie ChatGPT in bestehende Universitätspraktiken analysiert werden, die potenziell neue Formen der Kommunikation und

organisatorischen Dynamik katalysieren können (Leonardi 2011). Die sozio-technische Perspektive entfaltet sich in drei Hauptrichtungen: der sozialkonstruktivistische Ansatz betrachtet technologische und wissenschaftliche Entwicklungen als durch soziale Kontexte geprägt; die interpretative Flexibilität erlaubt multiple Bedeutungen technologischer Artefakte basierend auf ihren sozialen Umgebungen; und Schließungsmechanismen etablieren eine vorherrschende Interpretation von Technologie, marginalisieren alternative Ansichten, um soziale Kohäsion zu gewährleisten (Leonardi/Barley 2008; Pinch/Bijker 1984).

Im Kontext dieser Studie umfassen die Implikationen von KI-Tools auf die Hochschulkommunikation deren Einfluss auf die sozialen Dynamiken innerhalb der akademischen und administrativen Strukturen, die Wahrnehmung ihrer optimalen Anwendungen und den sich entwickelnden Konsens bezüglich ihrer beabsichtigten Zwecke und Nützlichkeit. Diese Untersuchung bietet Einblicke, wie generative KI die Kommunikationsstrategien und -praktiken in Hochschulsettings verändert.

2.1.3. *Ableitung von Ausgangsvermutungen*

Um generative KI-Tools effektiv in die Kommunikationsstrategien von Universitäten zu integrieren, müssen sie als nützlich und benutzerfreundlich wahrgenommen werden. Dies erfordert ein organisatorisches Umfeld, das technologische Innovationen fördert und die soziale und organisatorische Struktur der Institution berücksichtigt. Eine ganzheitliche Herangehensweise ist ferner notwendig, die nicht nur die technologischen Fähigkeiten und operativen Bedürfnisse, sondern auch das sozio-technische Umfeld einbezieht, um sicherzustellen, dass KI-Tools in einer Weise eingebettet werden, die bestehende Kommunikationspraktiken und organisatorische Dynamiken respektiert und verbessert. Vier Vermutungen lassen sich aus den bisherigen Erörterungen ableiten:

1. Angesichts der Unterschiede in den Ressourcen oder der Tatsache, dass private Universitäten eher zu digitalen Kommunikationsmodi neigen, kann man annehmen, dass es unterschiedliche Muster in der Universitätslandschaft gibt.
2. Hohe Leistung und angemessener Aufwand (UTAUT) werden als relevante Faktoren für die Einführung und Nutzung dieser Tools angenommen. Angesichts der oben diskutierten ethischen Bedenken kann man erwarten, dass es zahlreiche Barrieren gibt, um diese Erwartungen zu erfüllen.
3. Diese Frage berührt die Themen wahrgenommene Effizienz und Qualität der Kommunikation (wie in TAM diskutiert). Dies spiegelt sich in den Bedürfnissen und den wichtigen Funktionen der Tools wider. Man könnte annehmen, dass Effizienzgewinne die Erwartungen an die Nützlichkeit generativer KI in dieser immer noch frühen Phase der Einführung dominieren.
4. Ausgehend von der sozio-technischen Perspektive kann man erwarten, dass Bedenken, interne Debatten und Strategien eine Rolle bei der Nutzung und Akzeptanz neuer KI-Tools spielen.

Diese Vermutungen und Fragen bieten einen Rahmen für die Untersuchung, wie generative KI die Kommunikationsstrategien und -praktiken in Hochschulen verändert.

2.2. **Stichprobe und Erhebungsmethoden**

Untersuchungseinheit dieser Studie sind die Pressestellen von Hochschulen, da sie für die Implementierung generativer KI in der Hochschulkommunikation verantwortlich sind. Die Daten wurden durch eine Umfrage unter den Kommunikationsleitern deutscher Hochschulen erhoben. Die Umfrage wurde im Mai 2024, also etwa anderthalb Jahre nach der Einführung der

genannten KI-Tools, durchgeführt, wobei die Entwicklungen in diesem Bereich weiterhin äußerst dynamisch sind.

Die vorliegende Studie wurde als teilweise standardisierte Online-Umfrage unter deutschen Universitäten, einschließlich Fachhochschulen (HAW), künstlerischen Hochschulen und dualen Hochschulen, durchgeführt. Alle staatlichen oder staatlich anerkannten deutschen Hochschulen, einschließlich privater, künstlerischer und theologischer Hochschulen, mit mindestens 200 Studierenden wurden in die Stichprobe einbezogen (n=318). Die Kontaktdaten (Namen, E-Mail-Adressen) wurden von der Website hochschulkompass.de (Stand Mai 2024) bezogen, die alle Hochschulen in Deutschland mit wesentlichen Merkmalen und Kontaktdaten auflistet. Die Ansprechpartner waren immer die Leiter der Pressestellen und Kommunikationsabteilungen, da sie am besten in der Lage sind, Kommunikationsstrategien und -praktiken zu bewerten. Sie wurden als alleinige Antwortperson jeder Universität ausgewählt.

Generative KI-Anwendungen umfassen verschiedene Formen der Text-, Bild-, Code-, Audio- oder Videoerstellung (Gozalo-Brizuela/Garrido-Merchán 2023). Die Auswahl spezifischer generativer KI-Tools als Beispiele war unkompliziert. Für jede Anwendung, wie Text- oder Bildgenerierung, wurden die gängigsten Tools im Mai 2023 durch eine Google-Suche ermittelt. Die Beispiele sollten spezifische Tools veranschaulichen, die den Befragten bekannt sein könnten. Tabelle 1 zeigt die Funktionen und Beispiel-Tools.

Übersicht 1: Anwendungen und Beispiel-KI-Tools in der Umfrage

Anwendung	Beispiel-Tools
Texte generieren	ChatGPT / Gemini
Code generieren	Microsoft Copilot / Perplexity.ai / ChatGPT Pro
Dokumente auswerten	ChatPDF / Microsoft Copilot / ChatGPT Pro
Bilder generieren	Midjourney / Dall-E3 / Bing Image Creator
Audios generieren	Narakeet / Audyo / Descript
Videos generieren	Synthesia / Runway / HeyGen
Automatische Transkription	Otter.ai / Fireflies / Audiopen
Präsentationsfolien generieren	Slides.ai / Microsoft Designer / STORYD
Designs und Mockups generieren	Designs.ai / Microsoft Designer / Canva AI
KI-gestützte Übersetzung und Sprachkorrektur	DeepL / DeepL Write / Grammarly

Der Fragebogen (siehe Anhang) wurde in LimeSurvey als geschlossene Online-Umfrage mit einer festen Teilnehmergruppe programmiert. Vor Beginn der Umfrage gaben zwei Praktiker:innen aus verschiedenen Hochschulen Feedback zur Verbesserung des Fragebogens. Zudem wurden einzelne Items der Erhebung des Vorjahres angepasst bzw. ergänzt. Nach Beginn der Umfrage wurden Anpassungen an der Teilnehmergruppe vorgenommen, da gelegentlich ungültige E-Mail-Adressen vorlagen oder die jeweilige Person nicht mehr an der Universität beschäftigt war. Die Umfrage fragte explizit nach der Nutzung, den Erwartungen und Bedürfnissen in Bezug auf generative KI-Tools. Nur die Frage zur Nutzung spezifischer KI-Tools war obligatorisch, alle anderen Fragen konnten übersprungen werden, und es wurden keine Filter angewendet. Der Fragebogen enthielt mehrere zusätzliche Fragen zur Relevanz, Zufriedenheit, Budget, spezifischen Funktionen und Herausforderungen KI-gestützter Tools. Er erkundigte sich auch nach der Rolle von Tools wie ChatGPT in internen Diskussionen an den Universitäten und wie die Befragten die zukünftige Entwicklung der Hochschulkommunikation durch solche Tools einschätzen. Die Umfrage begann am 29. April 2024 und endete am 5. Juni 2024. Die Hochschulen wurden per E-Mail eingeladen und erhielten während des Befragungszeitraums zwei Erinnerungen. Die Datenanalyse wurde mit den Programmiersprachen R und Python sowie der Software RStudio durchgeführt.

2.3. Antwortquote und Repräsentativität der erhobenen Daten

Insgesamt umfasst die Grundgesamtheit dieser Erhebung 318 Hochschulen, von denen 82 an der Umfrage teilgenommen und Antworten abgegeben haben. Damit ergibt sich eine Rücklaufquote von 25 Prozent, was im Vergleich zu früheren Erhebungen an Hochschulen und der allgemein hohen Anzahl an Umfragen an Hochschulen ein zufriedenstellender Wert ist. Diese Rücklaufquote ermöglicht den Vergleich einzelner Teilgruppen, wie etwa nach Hochschultyp. Allerdings bleibt die Frage der Repräsentativität des erzielten Samples zu klären. Dazu wird die Grundgesamtheit anhand von drei Merkmalen mit dem Sample verglichen: Art der Hochschule, Träger der Hochschule und Größe der Hochschule. Diese Merkmale sind grundlegende Einordnungen in der Hochschullandschaft. Eine hohe Übereinstimmung beider Datenquellen kann daher als Hinweis auf Repräsentativität gelten. Im Folgenden werden die Verteilungen dieser Merkmale verglichen und die Ergebnisse diskutiert.

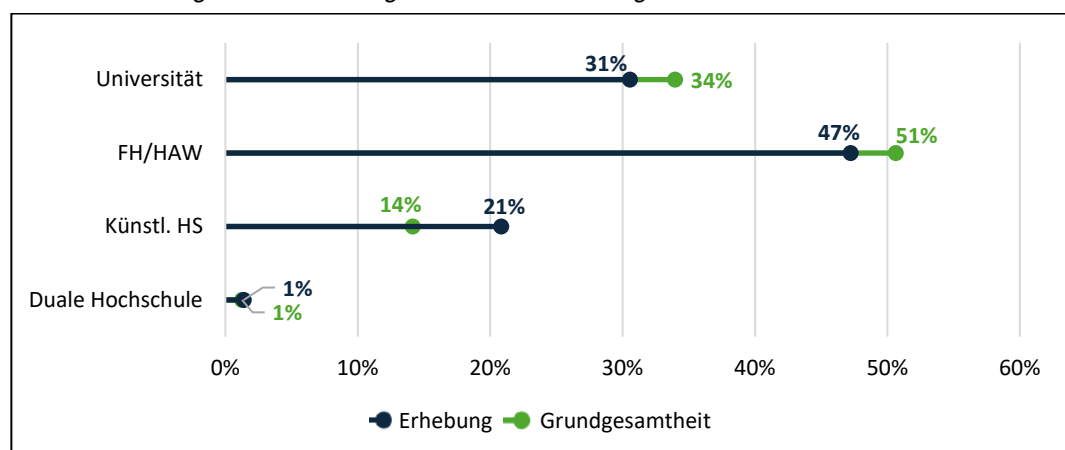
Hochschultyp

Um die Repräsentativität der Umfrage zu überprüfen, wird zunächst Verteilung der Hochschultypen in der Grundgesamtheit mit den Umfrageergebnissen verglichen:

- **Universitäten:** Universitäten repräsentieren 34 Prozent der Grundgesamtheit und sind in der Umfrage mit 31 Prozent vertreten. Diese Gruppe ist somit leicht unterrepräsentiert, jedoch nahe an der tatsächlichen Verteilung.
- **Fachhochschulen/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (FH/HAW):** Diese Hochschulen machen 51 Prozent der Grundgesamtheit aus und sind in den Umfragedaten mit 47 Prozent vertreten. Dies stellt eine leichte Unterrepräsentation dar, bleibt jedoch nahe an der tatsächlichen Verteilung.
- **Künstlerische Hochschulen („Künstl. HS“):** Künstlerische Hochschulen stellen 14 Prozent der Grundgesamtheit dar und sind in der Umfrage mit 21 Prozent vertreten. Hier zeigt sich eine Überrepräsentation dieser Gruppe in den Umfragedaten.
- **Duale Hochschule:** Duale Hochschulen repräsentieren ein Prozent der Grundgesamtheit und sind in der Umfrage ebenfalls mit ein Prozent vertreten. Dies zeigt somit eine sehr gute Repräsentativität für diesen Hochschultyp.

Die Umfrageergebnisse weisen somit eine hohe Repräsentativität in Bezug auf die verschiedenen Hochschultypen auf. Die Verteilungen in der Erhebung stimmen größtenteils mit den Anteilen in der Grundgesamtheit überein, wobei nur geringe Abweichungen in der Repräsentation von Fachhochschulen/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften und künstlerischen Hochschulen festgestellt werden können.

Übersicht 2: Vergleich von Grundgesamtheit und Umfrage nach Hochschulart



Quelle: Erhebung unter Pressestellen deutscher Hochschulen (Mai 2024). N(Umfrage)=82, N(Grundgesamtheit)=318

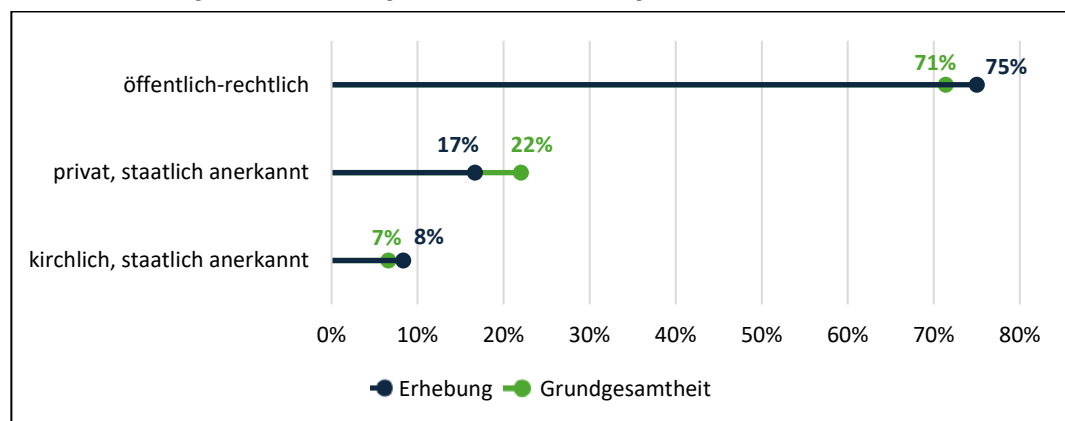
Trägerschaft der Hochschule

Eine weitere Unterscheidung der Fälle in der Erhebung ist die nach dem Träger der Hochschulen. Hier ergibt sich folgende Verteilung:

- *Öffentlich-rechtliche Hochschulen* machen den größten Anteil aus. In der Grundgesamtheit repräsentieren sie 71 Prozent, während sie in den Umfragedaten 75 Prozent ausmachen.
- *Privat, staatlich anerkannte Hochschulen* stellen 22 Prozent der Grundgesamtheit dar, aber nur 17 Prozent in den Umfragedaten.
- *Kirchlich, staatlich anerkannte Hochschulen* stellen 7 Prozent der Grundgesamtheit dar, während sie in den Umfragedaten 8 Prozent ausmachen.

Öffentlich-rechtliche Hochschulen sind in den Umfragedaten leicht überrepräsentiert. Kirchlich, staatlich anerkannte Hochschulen sind ebenfalls leicht überrepräsentiert, während private Hochschulen leicht unterrepräsentiert sind. Dennoch bleibt die Verteilung der Trägerschaft in der Erhebung nahe an der Grundgesamtheit, was eine zufriedenstellende Repräsentativität der Umfrage nahelegt.

Übersicht 3: Vergleich von Grundgesamtheit und Umfrage nach Hochschulart



Quelle: Erhebung unter Pressestellen deutscher Hochschulen (Mai 2024). N(Umfrage)=82, N(Grundgesamtheit)=318

Größe der Hochschule

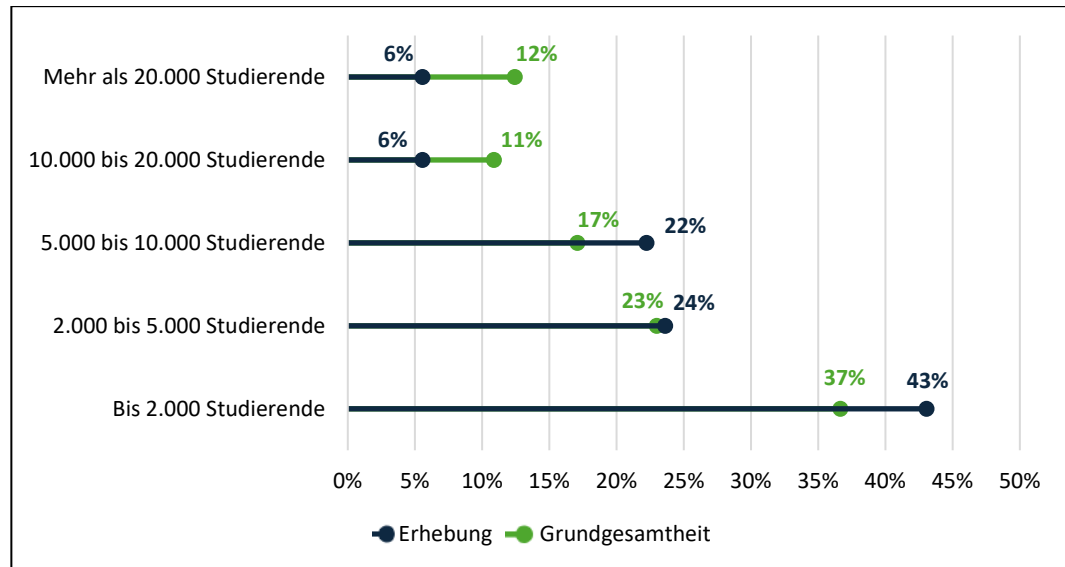
Zuletzt wird anhand der Größe der Hochschulen, gemessen an der Anzahl der Studierenden, überprüft. Die Verteilung der Daten wird mit der Grundgesamtheit verglichen.

- *Hochschulen mit bis zu 2.000 Studierenden* machen 37 Prozent der Grundgesamtheit aus und 43 Prozent der Umfragedaten. Diese Gruppe ist somit leicht überrepräsentiert.
- *Hochschulen mit 2.000 bis 5.000 Studierenden* repräsentieren 23 Prozent der Grundgesamtheit und 24 Prozent der Umfragedaten. Diese Verteilung ist nahezu repräsentativ.
- *Hochschulen mit 5.000 bis 10.000 Studierenden* haben einen Anteil von 17 Prozent in der Grundgesamtheit und 22 Prozent in den Umfragedaten. Diese Gruppe ist etwas überrepräsentiert.
- *Hochschulen mit 10.000 bis 20.000 Studierenden* stellen 11 Prozent der Grundgesamtheit, sind aber nur mit 6 Prozent in den Umfragedaten vertreten. Diese Gruppe ist somit etwas unterrepräsentiert.
- *Hochschulen mit mehr als 20.000 Studierenden* machen 12 Prozent der Grundgesamtheit aus, sind jedoch ebenfalls nur mit 6 Prozent in den Umfragedaten vertreten. Auch diese Gruppe ist etwas unterrepräsentiert.

Die Verteilung der Umfragedaten nach Hochschulgröße spiegelt die Grundgesamtheit gut wider, mit leichten Abweichungen. Insbesondere sind kleinere Hochschulen (bis 2.000 Studierende) und mittlere Hochschulen (5.000 bis 10.000 Studierende) etwas überrepräsentiert,

während größere Hochschulen (10.000 bis 20.000 Studierende und mehr als 20.000 Studierende) unterrepräsentiert sind. Diese leichten Verzerrungen sollten bei der Interpretation der Umfrageergebnisse berücksichtigt werden.

Übersicht 4: Vergleich von Grundgesamtheit und Umfrage nach Hochschulart



Quelle: Erhebung unter Pressestellen deutscher Hochschulen (Mai 2024). N(Umfrage)=82, N(Grundgesamtheit)=318

Bewertung der Repräsentativität der Umfrage

Bei der Beurteilung der Repräsentativität des erzielten Samples wurden die Grundgesamtheit und das Sample entlang von drei Merkmalen verglichen, konkret nach Art der Hochschule, Trägerschaft der Hochschule sowie Größe der Hochschule. Wir können zusammenfassen:

- **Hochschultyp:** Die Verteilung der Hochschultypen zeigt eine hohe Repräsentativität. Universitäten sind im Vergleich zur Grundgesamtheit leicht unterrepräsentiert, während Fachhochschulen/Hochschulen für Angewandte Wissenschaften (FH/HAW) ebenfalls leicht unterrepräsentiert sind. Künstlerische Hochschulen sind hingegen überrepräsentiert, und duale Hochschulen sind perfekt repräsentiert. Diese Verteilung zeigt, dass die unterschiedlichen Hochschultypen insgesamt gut abgebildet sind.
- **Trägerschaft der Hochschule:** Bei der Verteilung nach Trägerschaft sind öffentlich-rechtliche Hochschulen in der Umfrage leicht überrepräsentiert, privat, staatlich anerkannte Hochschulen unterrepräsentiert, und kirchlich, staatlich anerkannte Hochschulen sind nahezu gleichmäßig in der Umfrage vertreten. Diese kleinen Abweichungen deuten darauf hin, dass die Repräsentativität in Bezug auf die Trägerschaft zufriedenstellend ist.
- **Größe der Hochschule:** Die Verteilung nach Hochschulgröße zeigt, dass kleinere Hochschulen (bis 2.000 Studierende) und mittlere Hochschulen (5.000 bis 10.000 Studierende) im Vergleich zur Grundgesamtheit etwas überrepräsentiert sind. Hochschulen mit 2.000 bis 5.000 Studierenden sind nahezu repräsentativ vertreten. Hochschulen mit 10.000 bis 20.000 Studierenden sowie solche mit mehr als 20.000 Studierenden sind unterrepräsentiert. Diese leichten Verzerrungen sollten bei der Interpretation berücksichtigt werden, beeinflussen jedoch nicht wesentlich die allgemeinen Schlussfolgerungen der Studie.

Die Erhebung, so lässt sich konstatieren, weist eine insgesamt mehr als zufriedenstellende Repräsentativität auf. Obwohl bei der Vertretung der verschiedenen Hochschultypen, Trägerschaften und Hochschulgrößen leichte Abweichungen zu beobachten sind, dürften diese die allgemeinen Schlussfolgerungen der Studie nicht signifikant beeinflussen.

3. Ergebnisse

3.1. Erfahrungen mit generativen KI-Tools

Im ersten Teil des Fragebogens wurde nach konkreten Erfahrungen mit den generativen KI-Tools gefragt. Interessiert hat hier vor allem, welche Tools bereits zum Einsatz kommen, wofür sie genutzt werden und wie zufriedenstellend die Ergebnisse bislang sind.

3.1.1. *Nutzung von KI-Tools in der Hochschulkommunikation*

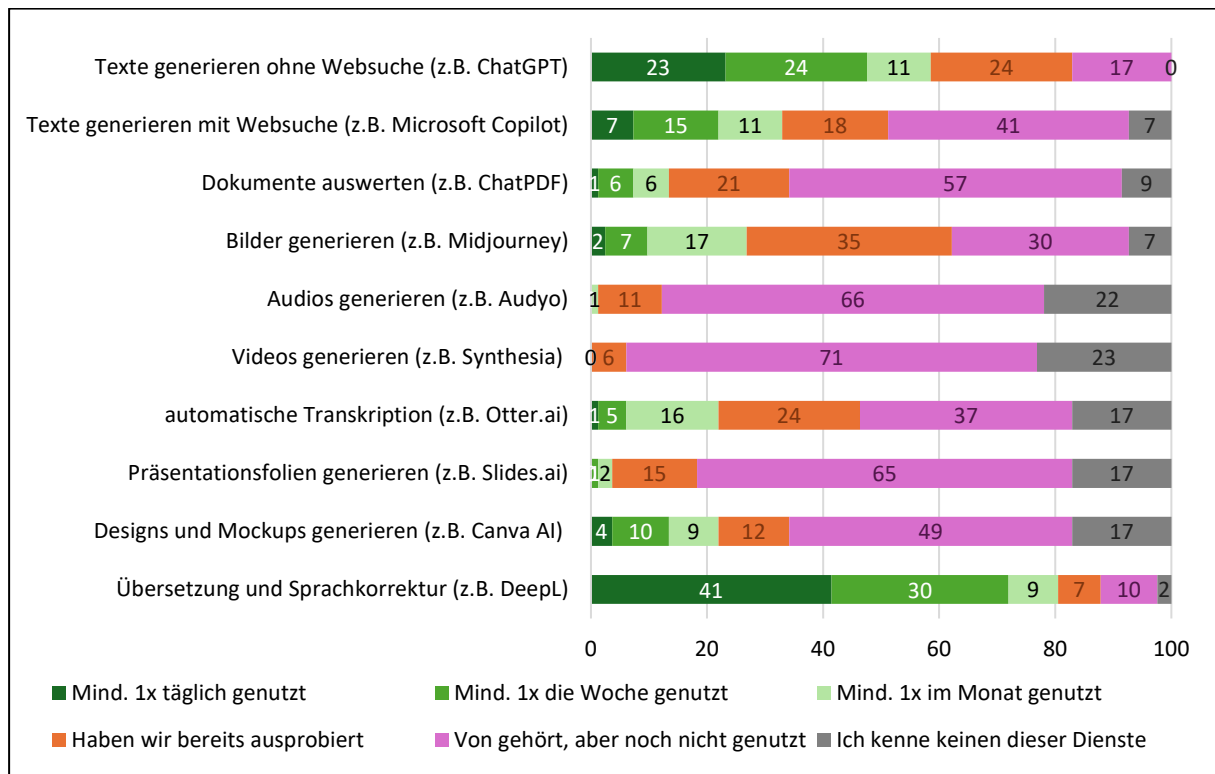
Die Umfrageergebnisse zur Nutzung KI-gestützter Werkzeuge in den Kommunikations- und Öffentlichkeitsabteilungen deutscher Hochschulen zeigen deutliche Unterschiede in der Verbreitung und Regelmäßigkeit der Nutzung verschiedener Dienste (Übersicht 5). Regelmäßige Nutzung ist hier definiert als die Summe aus den Antworten für mindestens tägliche, wöchentliche oder monatliche Nutzung. Besonders prägnant ist die regelmäßige Nutzung von Übersetzungs- und Sprachkorrekturtools wie DeepL, die mit 80 Prozent den höchsten Anteil unter allen abgefragten KI-Tools aufweist, wobei 41 Prozent der Befragten diese Tools sogar mindestens einmal täglich nutzen. Dies deutet auf einen hohen Bedarf an effizienter und präziser Sprachbearbeitung hin.

Im Bereich der Textgenerierung ohne Websuche, wie beispielsweise durch ChatGPT, liegt die regelmäßige Nutzung bei 59 Prozent. Dabei nutzen 23 Prozent der Befragten diesen Dienst täglich und weitere 24 Prozent wöchentlich. Auch hier kann eine hohe Relevanz dieser Tools für die Erstellung von Inhalten angenommen werden. Weniger häufig werden Tools zur Textgenerierung mit Websuche, wie Microsoft Copilot, verwendet, mit einer regelmäßigen Nutzung von 33 Prozent. Dokumentenauswertungstools wie ChatPDF und Präsentationsfolien-Generatoren wie Slides.ai werden nur von 13 Prozent bzw. vier Prozent der Befragten regelmäßig genutzt, was auf einen geringeren Bedarf in diesen Bereichen hinweist.

Tools zur automatischen Transkription (22 %) und zur Erstellung von Designs und Mockups (22 %) zeigen eine moderate Nutzung, während Dienste zur Bild- und Audiogenerierung mit 27 Prozent bzw. ein Prozent deutlich weniger genutzt werden. Bemerkenswert ist, dass Videogenerierungstools wie Synthesia gar nicht regelmäßig genutzt werden. Diese Ergebnisse spiegeln die unterschiedlichen Anforderungen und Prioritäten in der Kommunikationsarbeit an Hochschulen wider, in der Übersetzungs- und Textgenerierungstools besonders hohe Nutzungsraten zeigen.

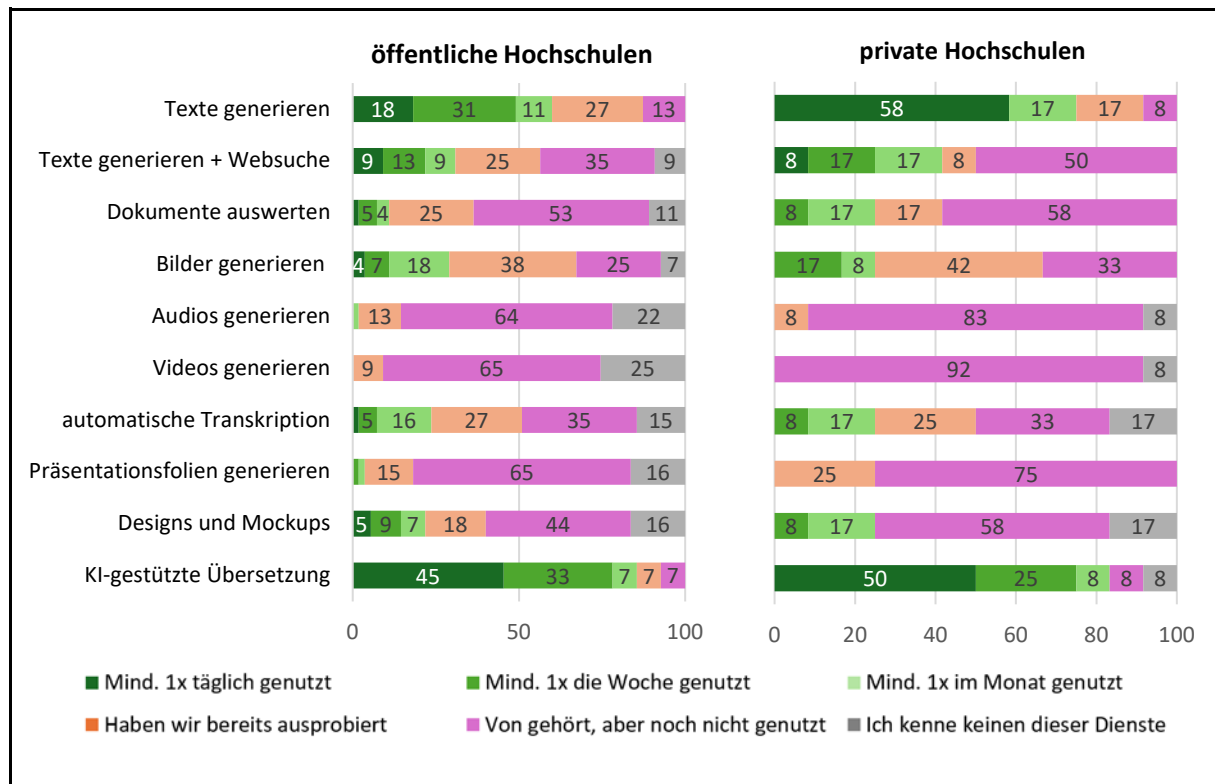
Die Auswertung der regelmäßigen Nutzung von Tools zur Textgenerierung ohne integrierte Websuche (z.B. ChatGPT) in verschiedenen Gruppenmerkmalen der Hochschulen zeigt deutliche Unterschiede (detaillierte Tabellen für alle untersuchten KI-Tools im Anhang). An Fachhochschulen/HAWs nutzen 68 Prozent der Befragten diese Tools regelmäßig, was die höchste Nutzungsrate unter allen Hochschultypen darstellt. Künstlerische Hochschulen folgen mit 60 Prozent, wobei ebenfalls eine hohe regelmäßige Nutzung zu verzeichnen ist. Universitäten weisen dagegen eine regelmäßige Nutzung von 48 Prozent auf.

Übersicht 5: Nutzung generativer KI-Tools



Quelle: Erhebung unter Pressestellen deutscher Hochschulen (Mai 2024). N=82.

Übersicht 6: Nutzung generativer KI-Tools nach Trägerschaft der Hochschule



Quelle: Erhebung unter Pressestellen deutscher Hochschulen (Mai 2024). N=55 für öffentliche Hochschulen und N=12 für private Hochschulen.

Besonders auffällig ist die Nutzung an privaten, staatlich anerkannten Hochschulen, wo 75 Prozent der Befragten die Tools zur Textgenerierung regelmäßig verwenden, darunter ein bemerkenswerter Anteil von 58 Prozent täglicher Nutzung (Übersicht 6). Öffentlich-rechtliche Hochschulen haben eine Nutzungsrate von 60 Prozent. Im Vergleich dazu liegt die regelmäßige Nutzung an kirchlichen, staatlich anerkannten Hochschulen bei 33 Prozent. Nach Hochschulgröße differenziert zeigt sich, dass Hochschulen mit 10.000 bis 20.000 Studierenden eine hohe regelmäßige Nutzung von 75 Prozent aufweisen. Hochschulen mit bis zu 2.000 Studierenden folgen mit 58 Prozent, während Hochschulen mit mehr als 20.000 Studierenden eine regelmäßige Nutzung von 60 Prozent verzeichnen. In Bezug auf Fächerprofile nutzen 79 Prozent der Hochschulen mit gleich großen Fächerprofilen diese Tools regelmäßig, gefolgt von Hochschulen mit technischem und naturwissenschaftlichem Schwerpunkt (55 %) sowie geistes- und sozialwissenschaftlichem Schwerpunkt (33 %).

Insgesamt zeigen die Daten, dass die Nutzung von Textgenerierungstools wie ChatGPT stark von der Art der Hochschule und deren Größe abhängt, wobei kleinere und spezialisierte Hochschulen tendenziell häufiger auf diese Technologien zurückgreifen. Statistisch signifikant sind bezüglich Textgenerierung ohne Websuche indes nur die Unterschiede zwischen öffentlichen und privaten Hochschulen (Chi-Quadrat=24,9 mit $p=0,001$) und den Fächerschwerpunkten der Hochschule (Chi-Quadrat=23,9 mit $p=0,02$). Detaillierte Tabellen für Gruppenmerkmale können im Anhang nachgesehen werden.

3.1.2. Konkrete Anwendungsfälle für die KI-Tools

Die Analyse der offenen Antworten ($N=64$) zeigt, dass generative KI-gestützte Tools hauptsächlich in vier Anwendungsbereichen verwendet werden (Übersicht 7): Textgenerierung, Übersetzung, Bildbearbeitung und spezielle Funktionen wie Untertitelung oder Transkription. Zu den am häufigsten genannten Tools gehören ChatGPT, DeepL, und verschiedene Bildbearbeitungstools wie Adobe Express und Midjourney. Im Einzelnen:

- *Textgenerierung und -bearbeitung:* ChatGPT wird häufig für die Erstellung und Bearbeitung von Texten genutzt. Dazu zählen die Erstellung von Social-Media-Beiträgen, redaktionelle Arbeiten, das Formulieren von Einladungen, Newslettern und Pressemitteilungen. Einige Nutzer setzen auch spezialisierte Tools wie Neuroflash und Perplexity.ai für die erste Entwurfsphase oder für wissenschaftliche Referenzen ein.
- *Übersetzung:* DeepL ist das dominierende Tool im Bereich der Übersetzungen. Es wird für die Übersetzung von Social-Media-Posts, redaktionellen Beiträgen, Websites, Pressemitteilungen und internen Kommunikationstexten genutzt. Auch DeepL Write wird zur Verbesserung von Texten verwendet.
- *Bildbearbeitung:* In der Bildbearbeitung kommen Tools wie Adobe Express, Midjourney, Canva AI und DALL-E zum Einsatz. Diese Tools werden genutzt, um Bilder zu erstellen, unerwünschte Objekte zu entfernen, Stock Images zu generieren oder Fotos zu erweitern und anzupassen.
- *Spezielle Funktionen:* Einige Antworten erwähnen spezialisierte Tools für bestimmte Aufgaben wie die Untertitelung von Videos (Fluen.ai), die Audioverbesserung (ai-coustics.com), und die Transkription von Texten (Otter.ai, Fireflies). Grammarly und Language Tool werden zur Korrektur und Optimierung von Texten eingesetzt.

Ein Vergleich der Gruppenmerkmale zeigt, dass es Unterschiede in der Nutzung von generativen KI-Tools zwischen verschiedenen Hochschultypen und Fächergruppen gibt. Universitäten mit einem breiten Fächerprofil und größeren Studierendenzahlen tendieren dazu, eine größere Vielfalt an Tools zu nutzen, darunter spezialisierte Anwendungen wie Perplexity.ai oder Canva AI. Fachhochschulen hingegen konzentrieren sich häufiger auf einige wenige zentrale Tools wie ChatGPT und DeepL.

Besonders auffällig ist der Einsatz von Bildbearbeitungstools und speziellen Funktionen bei künstlerischen Hochschulen und privaten Institutionen. Diese Gruppen scheinen mehr Wert auf kreative Anwendungen zu legen und nutzen vermehrt Tools wie Midjourney, Adobe Firefly oder dessen Integration in Adobe Photoshop. Die Anwendungsfälle von generativen KI-Tools hängen somit stark von den institutionellen und fächerbezogenen Kontexten ab. Universitäten mit umfangreicher Forschungsarbeit und öffentlicher Kommunikation verwenden eine breitere Palette an Tools, während Fachhochschulen und künstlerische Hochschulen spezifischere Anwendungen für ihre spezialisierten Bedürfnisse bevorzugen.

Übersicht 7: Anwendungsfälle für generative KI-Tools



Quelle: Erhebung unter Pressestellen deutscher Hochschulen (Mai 2024).

3.1.3. Zufriedenheit mit der Nutzung von AI-Tools

Die Auswertung der Zufriedenheit mit generativen KI-Tools in der Öffentlichkeitsarbeit an deutschen Hochschulen zeigt eine insgesamt moderate Zufriedenheit (Übersicht 8). Die durchschnittliche Zufriedenheit mit den Erfahrungen bei der Nutzung generativer KI-Tools liegt bei 3,2 (auf einer Skala von 1 „sehr unzufrieden“ bis 5 „sehr zufrieden“), wobei der Anteil der Nutzer, die die Tools mit Werten über drei bewerten, bei 40 Prozent liegt.

Die Zufriedenheit variiert je nach spezifischem Anwendungsbereich. Für die *Textgenerierung* beträgt der Mittelwert 3,1, wobei 34 Prozent der Befragten Werte über drei angeben. *Dokumentenauswertung* weist einen geringeren Zufriedenheitswert von 2,9 auf, und nur 31 Prozent der Nutzer bewerten die Tools in diesem Bereich positiv. Ähnlich verhält es sich bei der *Bildgenerierung* mit einem Mittelwert von 3,1 und 41 Prozent positiver Bewertungen. Niedrigere Zufriedenheitswerte finden sich bei der *Generierung von Audios und Videos*, mit Mittelwerten von jeweils 2,4 und nur 11 Prozent positiven Bewertungen. Dies deutet auf Herausforderungen oder geringere Erwartungen in diesen Bereichen hin.

Die *Transkription von Audioinhalten* zeigt eine etwas höhere Zufriedenheit mit einem Mittelwert von 3,3 und 43 Prozent positiver Bewertungen. *Präsentationsfolien* erstellen erzielt ebenfalls einen Mittelwert von 3,2, wobei 45 Prozent der Nutzer positive Erfahrungen berichten. Für die *Designgenerierung* liegt die Zufriedenheit bei 3,1 mit 38 Prozent positiven Bewertungen. Der höchste Zufriedenheitswert findet sich im Bereich *Übersetzen und Sprachkorrekturen* mit einem Mittelwert von 3,4 und 58 Prozent positiven Bewertungen. Nutzererwartungen scheinen in diesem Bereich demnach stärker erfüllt zu werden.

Die Zufriedenheit mit generativen KI-Tools variiert insgesamt beträchtlich und ist stark vom spezifischen Anwendungsbereich abhängig. Während einige Bereiche wie Übersetzung und Texttranskription höhere Zufriedenheitswerte erzielen, bestehen in der Audio- und Videogenerierung deutliche Verbesserungspotenziale.

Übersicht 8: Zufriedenheit mit dem Einsatz generativer KI-Tools

Merkmal	Mittelwert	Standard-Abw.	Anteil Werte >3	Gültige N
Erfahrungen mit generativen KI-Tools insgesamt	3,2	0,88	40	57
Texte generieren	3,1	0,96	34	64
Dokumente auswerten	2,9	1,09	31	26
Bilder generieren	3,1	1,03	41	41
Audios generieren	2,4	1,01	11	9
Videos generieren	2,4	0,88	11	9
Transkription von Audioinhalten	3,3	1,12	43	30
Präsentationsfolien erstellen	3,2	0,98	45	11
Designs generieren	3,1	1,11	38	21
Übersetzen und Sprachkorrekturen	3,4	1,53	58	67

Quelle: Erhebung unter Pressestellen deutscher Hochschulen (Mai 2024). Antwortoptionen entlang einer Likert-Skala von 1 „sehr unzufrieden“ bis 5 „sehr zufrieden“.

3.1.4. Herausforderungen oder Schwierigkeiten

Die Auswertung der Umfrageergebnisse zu den Herausforderungen bei der Nutzung von generativen KI-Tools zeigt, dass bestimmte Schwierigkeiten als besonders bedeutsam empfunden werden, während andere weniger relevant sind (auf einer Skala von 1 „gar nicht bedeutsam“ bis 5 „sehr bedeutsam“). *Faktentreue und Verlässlichkeit* stellen die größte Herausforderung dar, mit einem hohen Mittelwert von 4,0. Insgesamt 72 Prozent der Befragten bewerten diese Herausforderung als bedeutsam (Werte größer drei). Ähnlich bedeutsam sind *Datenschutzbedenken*, die mit einem Mittelwert von 3,9 und 68 Prozent positiven Bewertungen ebenfalls hohe Priorität haben. Diese Bereiche erfordern besondere Aufmerksamkeit und Maßnahmen zur Verbesserung der Zuverlässigkeit und zum Schutz sensibler Daten.

Ethische Bedenken folgen mit einem Mittelwert von 3,4, wobei 51 Prozent der Befragten diese als bedeutsam erachten. Diese Werte deuten darauf hin, dass ethische Aspekte, wie etwa die faire Nutzung und potenzielle Verzerrungen in den generierten Inhalten, wichtige Überlegungen sind. *Schwierigkeiten bei der optimalen Nutzung der Tools* werden mit einem Mittelwert von 3,2 und 47 Prozent positiven Bewertungen ebenfalls als signifikante Herausforderung angesehen. Hier könnte ein Faktor sein, dass Anwender:innen Schwierigkeiten haben, das volle Potenzial der Tools auszuschöpfen, möglicherweise aufgrund von Bedienungskomplexität oder unzureichender Unterstützung.

Andere Herausforderungen, wie *mangelnde Personalisierung oder Anpassungsfähigkeit* (Mittelwert 2,9) und *fehlende Weiterbildungsmöglichkeiten* (Mittelwert 2,8), zeigen mittlere Bedeutsamkeitswerte mit 35 Prozent bzw. 36 Prozent Bewertungen im Bereich bedeutsam oder sehr bedeutsam. Diese Bereiche könnten durch gezielte Schulungen und verbesserte Anpassungsmöglichkeiten adressiert werden. *Technische Probleme* (Mittelwert 2,3) und *Akzeptanz innerhalb der Hochschule* (Mittelwert 2,6) werden als weniger bedeutsam angesehen, mit nur 12 Prozent bzw. 24 Prozent positiven Bewertungen. Insofern kann konstatiert werden, dass die meisten Nutzer keine gravierenden technischen Schwierigkeiten erleben und die Akzeptanz der Tools innerhalb der Hochschulen relativ hoch ist. (Übersicht 9)

Übersicht 9: Bedeutsamkeit spezifischer Herausforderungen bei der Nutzung generativer KI-Tools

Merkmal	Mittelwert	Standard-Abw.	Anteil Werte >3	Gültige N
Technische Probleme	2,3	1,05	12	58
Schwierigkeiten bei der optimalen Nutzung der Tools	3,2	1,08	47	60
Mangelnde Personalisierung oder Anpassungsfähigkeit	2,9	1,23	35	60
Faktentreue und Verlässlichkeit	4,0	1,15	72	64
Datenschutzbedenken	3,9	1,24	68	66
Ethische Bedenken	3,4	1,24	51	59
Fehlende Weiterbildungsmöglichkeiten	2,8	1,34	36	61
Akzeptanz innerhalb der Hochschule	2,6	1,27	24	59

Quelle: Erhebung unter Pressestellen deutscher Hochschulen (Mai 2024). Antwortoptionen entlang einer Likert-Skala von 1 „völlig unbedeutend“ bis 5 „sehr bedeutend“.

3.1.5. Bedürfnisse und Ziele beim Einsatz von KI-Tools

Die Auswertung der Umfrageergebnisse zu den Bedürfnissen und Zielen zeigt deutliche Präferenzen für bestimmte Aspekte der Nutzung generativer KI-Tools (Übersicht 10). *Zeiteinsparung bei der Erstellung* von Inhalten ist das wichtigste Ziel, mit einem Mittelwert von 4,5. Insgesamt 88 Prozent der Befragten bewerten diesen Aspekt als sehr wichtig (Werte >3). Dies unterstreicht die Bedeutung der Effizienz in der täglichen Kommunikationsarbeit. Ähnlich hoch ist die *Effizienzsteigerung in der Kommunikation*, die mit einem Mittelwert von 4,3 bewertet wird. Ebenfalls hohe 82 Prozent der Teilnehmer sehen dies als wichtigen Nutzen der KI-Tools an, was auf den Wunsch nach optimierten und beschleunigten Kommunikationsprozessen hinweist.

Auch die *Vereinfachung von Arbeitsprozessen* ist ein zentrales Bedürfnis, mit einem Mittelwert von 4,2 und 80 Prozent positiven Bewertungen. Dies zeigt, dass die Nutzer erwarten, dass KI-Tools dazu beitragen, Arbeitsabläufe zu vereinfachen und den administrativen Aufwand zu reduzieren. Die *Verbesserung der Kommunikationsqualität* wird als moderat wichtig eingeschätzt, mit einem Mittelwert von 3,2 und 44 Prozent positiven Bewertungen. Dies deutet darauf hin, dass die Qualität der Kommunikation zwar wichtig ist, jedoch nicht so stark priorisiert wird wie die Effizienz- und Zeitaspekte. Weniger wichtig sind die *Erweiterung der Reichweite der Kommunikation* (Mittelwert 2,8) und die *Personalisierung der Kommunikation* (Mittelwert 2,4), die nur von 27 bzw. 18 Prozent der Befragten als wichtig bzw. sehr wichtig angesehen werden. Diese Bereiche scheinen für die derzeitige Nutzung der KI-Tools eine geringere Rolle zu spielen.

Übersicht 10: Bedürfnisse und Ziele der Nutzung generativer KI-Tools

Merkmal	Mittelwert	Standard-Abw.	Anteil Werte >3	Gültige N
Effizienzsteigerung in der Kommunikation	4,3	0,93	82	73
Verbesserung der Kommunikationsqualität	3,2	1,17	44	71
Erweiterung der Reichweite der Kommunikation	2,8	1,22	26	68
Zeiteinsparung bei der Erstellung	4,5	0,86	88	74
Personalisierung der Kommunikation	2,4	1,11	18	67
Vereinfachung von Arbeitsprozessen	4,2	1,01	80	75

Quelle: Erhebung unter Pressestellen deutscher Hochschulen (Mai 2024). Antwortoptionen entlang einer Likert-Skala von 1 „sehr unwichtig“ bis 5 „sehr wichtig“.

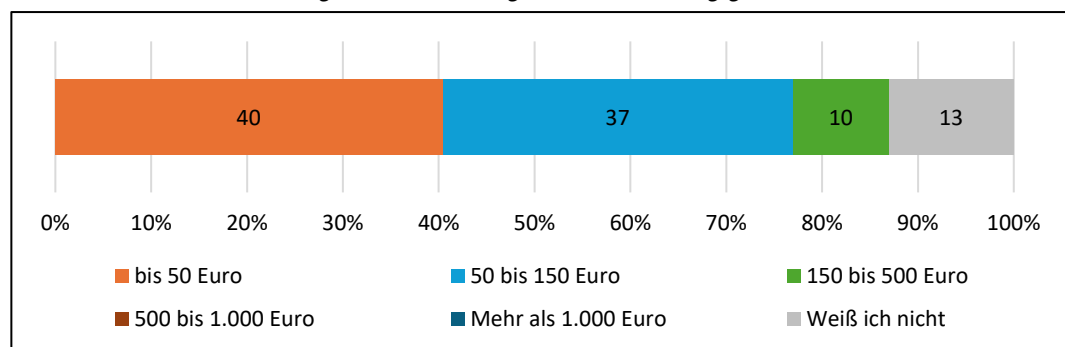
Die Zahlen zeigen insofern, dass die Hauptbedürfnisse bei der Nutzung von KI-Tools in der Öffentlichkeitsarbeit in der Zeiteinsparung, Effizienzsteigerung und Vereinfachung von Arbeitsprozessen liegen. Verbesserungen der Kommunikationsqualität werden ebenfalls geschätzt, während die Erweiterung der Reichweite und Personalisierung der Kommunikation derzeit weniger im Fokus stehen.

3.2. Budget für die Nutzung von KI-Tools

Die Auswertung zu den monatlichen Budgets der Kommunikationsabteilungen an deutschen Hochschulen für die Nutzung generativer KI-Dienste zeigt eine starke Konzentration auf niedrigere Budgetkategorien. Hierzu gaben 54 der befragten Hochschulkommunikationsabteilungen Antworten.

Die Mehrheit der Hochschulen (40 %) gibt an, ein monatliches Budget von „bis zu 50 Euro“ für KI-Dienste zu haben. Dies deutet darauf hin, dass viele Abteilungen entweder kostenfreie Versionen oder kostengünstige Abonnements nutzen. Ein weiteres bedeutsames Segment (37 %) investiert „zwischen 50 und 150 Euro“ monatlich. Diese Gruppe könnte erweiterte Abonnementmodelle oder mehrere spezialisierte Dienste kombinieren, bleibt jedoch weiterhin in einem moderaten Kostenrahmen. Nur 10 % der Hochschulen geben an, „zwischen 150 und 500 Euro“ monatlich für KI-Dienste auszugeben. Keine der befragten Abteilungen verfügt eigenen Angaben zufolge über Budgets in den Kategorien „500 bis 1.000 Euro“ oder „mehr als 1.000 Euro“ pro Monat. Ferner konnten 13 Prozent der Befragten keine genaue Angabe machen und wählten die Option „Weiß ich nicht“.

Übersicht 11: Monatlich aufgewendetes Budget für die Nutzung generativer KI-Tools



Quelle: Erhebung unter Pressestellen deutscher Hochschulen (Mai 2024). N=54.

3.3. Ausblick zur Rolle generativer KI

Im zweiten Teil des Fragebogens ging es um allgemeinere Fragen zu den Bedürfnissen hinsichtlich der KI-Tools sowie Einschätzungen zu Chancen, Risiken und der weiteren Entwicklung in der Hochschulkommunikation.

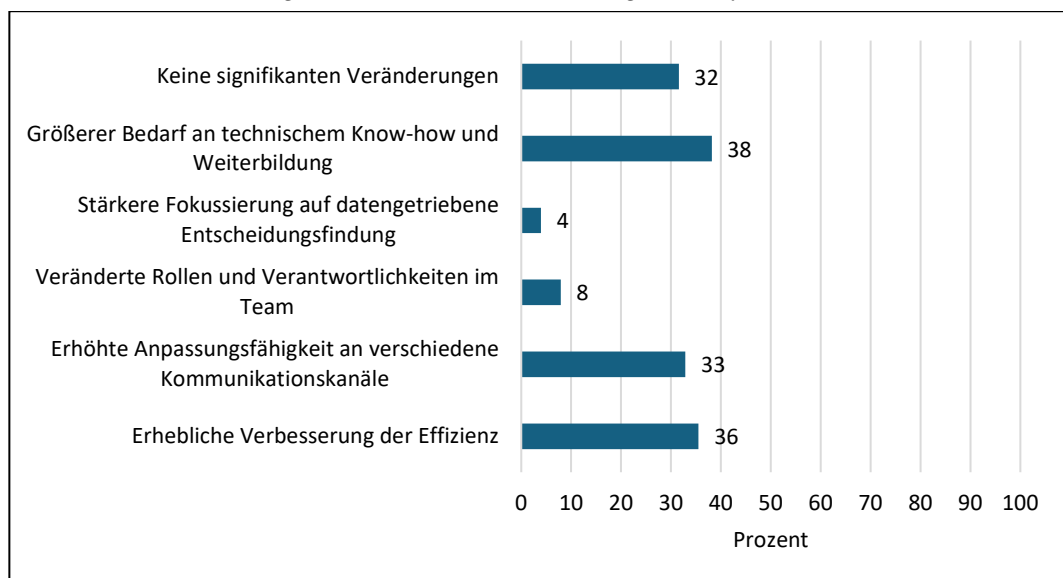
3.3.1. Auswirkungen auf Kommunikationsstrategie oder -praktiken

Die Auswertung der Umfrageergebnisse zeigt, dass die Nutzung von KI-Tools signifikante Auswirkungen auf die Kommunikationsstrategien und -praktiken deutscher Hochschulkommunikationsabteilungen hat, wobei die Veränderungen unterschiedlich stark wahrgenommen werden (Übersicht 12):

- **Erhebliche Verbesserung der Effizienz:** 36 Prozent der Befragten geben an, dass KI-Tools eine erhebliche Verbesserung der Effizienz in ihrer täglichen Arbeit bewirkt haben. Der Einsatz von KI-Tools hat zumindest bei einem Drittel der Hochschulen zu effizienteren Arbeitsabläufen geführt.
- **Erhöhte Anpassungsfähigkeit an verschiedene Kommunikationskanäle:** Ein Drittel der Befragten (33 %) stimmen zu, dass KI-Tools ihre Anpassungsfähigkeit an verschiedene Kommunikationskanäle erhöht haben. Typischerweise umfassen solche Anpassungen Textlänge und -sorte, Tonalität, Medieneinsatz und zielgruppenspezifische Umformulierungen. Dies zeigt, dass fast ein Drittel der Abteilungen von einer größeren Flexibilität und Vielseitigkeit in der Nutzung verschiedener Medien profitiert.
- **Veränderte Rollen und Verantwortlichkeiten im Team:** Nur acht Prozent der Teilnehmenden berichten von veränderten Rollen und Verantwortlichkeiten im Team, was darauf hinweist, dass die strukturellen Veränderungen innerhalb der Teams durch KI-Tools bisher sehr punktuell ausfallen.
- **Stärkere Fokussierung auf datengetriebene Entscheidungsfindung:** Lediglich vier Prozent der Befragten haben eine stärkere Fokussierung auf datengetriebene Entscheidungsfindung festgestellt. Dies zeigt, dass der Einsatz von KI-Tools bisher nur einen geringen Einfluss auf die Entscheidungsprozesse in den Abteilungen hat.
- **Größerer Bedarf an technischem Know-how und Weiterbildung:** 38 Prozent der Befragten geben an, dass der Einsatz von KI-Tools einen größeren Bedarf an technischem Know-how und Weiterbildung erfordert. Es wird also bei vielen die Notwendigkeit erkannt, die Kompetenzen und Fähigkeiten der Mitarbeitenden kontinuierlich zu erweitern.
- **Keine signifikanten Veränderungen:** Etwa ein Drittel der Teilnehmenden (32 %) berichten, dass die Nutzung von KI-Tools keine signifikanten Veränderungen in ihrer Kommunikationsstrategie oder ihren Praktiken bewirkt hat. Bei einem beträchtlichen Teil der Abteilungen hatte die Einführung von KI-Tools also noch keine größeren Auswirkungen.

Effizienz und Anpassungsfähigkeit wurden den Befunden nach durch KI-Tools in vielen Abteilungen verbessert, während größere strukturelle und datengetriebene Veränderungen noch begrenzt sind. Der Bedarf an technischem Know-how und Weiterbildung ist zudem deutlich gestiegen. Ebenso hatten generative KI-Tools für einen beträchtlichen Anteil der Kommunikationsabteilungen noch keine großen Auswirkungen.

Übersicht 12: Auswirkungen auf Kommunikationsstrategie oder -praktiken



Quelle: Erhebung unter Pressestellen deutscher Hochschulen (Mai 2024). Mehrfachnennungen möglich. N=76.

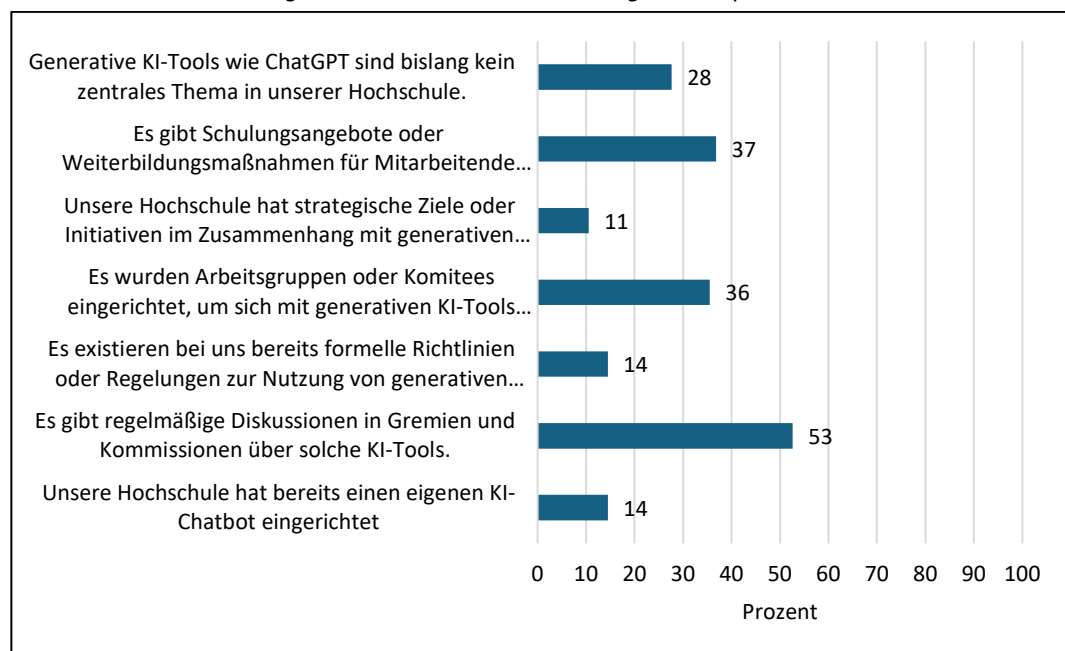
3.3.2. Generative KI in hochschulinternen Debatten

Die Umfrageergebnisse zur Rolle generativer KI-Tools wie ChatGPT in den internen Diskussionen an deutschen Hochschulen zeigen ein differenziertes Bild über die Auseinandersetzung mit diesen Technologien (Übersicht 13):

- **Regelmäßige Diskussionen in Gremien und Kommissionen:** 53 Prozent der Hochschulen geben an, dass es regelmäßige Diskussionen über KI-Tools in Gremien und Kommissionen gibt. In mehr als der Hälfte der Hochschulen wird das Thema also aktiv diskutiert und wahrscheinlich strategisch geplant.
- **Einrichtung von Arbeitsgruppen oder Komitees:** 36 Prozent der Hochschulen haben spezielle Arbeitsgruppen oder Komitees eingerichtet, um sich mit generativen KI-Tools zu befassen.
- **Schulungsangebote oder Weiterbildungsmaßnahmen:** 37 Prozent der Hochschulen bieten Schulungs- oder Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeitende und/oder Studierende an. Dies zeigt, dass viele Hochschulen die Notwendigkeit erkannt haben, die Kompetenzen ihrer Mitglieder im Umgang mit KI-Tools zu verbessern.
- **Eigener KI-Chatbot und formelle Richtlinien:** 14 Prozent der Hochschulen haben bereits einen eigenen KI-Chatbot eingerichtet und ebenso 14 Prozent haben formelle Richtlinien oder Regelungen zur Nutzung von generativen KI-Tools eingeführt.
- **Strategische Ziele oder Initiativen:** Elf Prozent der Hochschulen haben strategische Ziele oder Initiativen im Zusammenhang mit generativen KI-Tools definiert. Dies deutet darauf hin, dass nur wenige Hochschulen langfristige Pläne oder strategische Visionen in Bezug auf diese Technologien entwickelt haben.
- **Generative KI-Tools kein zentrales Thema:** 28 Prozent der Hochschulen berichten, dass generative KI-Tools bislang kein zentrales Thema der internen Diskussionen sind.

Generative KI-Tools wie ChatGPT werden demnach in vielen Hochschulen bereits diskutiert und teilweise integriert. Es gibt jedoch auch einen beträchtlichen Anteil an Hochschulen, bei denen diese Technologien noch nicht im Mittelpunkt stehen oder wo strukturelle und strategische Maßnahmen erst am Anfang stehen.

Übersicht 13: Auswirkungen auf Kommunikationsstrategie oder -praktiken



Quelle: Erhebung unter Pressestellen deutscher Hochschulen (Mai 2024). Mehrfachnennungen möglich. N=76.

3.3.3. *Einschätzungen zu Chancen und Risiken und Erwartungen für die nächsten Jahre*

In einer offenen Frage wurden die Teilnehmer:innen der Erhebung gefragt, welche *bedeutsamen Veränderungen in der Hochschulkommunikation* durch generative KI-Tools sie in den nächsten Jahren erwarten. Hierzu gab es 34 Antworten, inhaltlich analysiert und zusammengefasst wurden.

Die am häufigsten geäußerte Erwartung an generative KI-Tools in der Hochschulkommunikation ist eine *Effizienzsteigerung und Arbeitserleichterung* (14 Nennungen). „Ich erhoffe mir eine Erleichterung bei ‘Fleißaufgaben’, die durch KI übernommen werden können und dadurch mehr Fokussierung der Mitarbeitenden auf Faktenprüfung“, erläutert eine öffentlich-rechtliche HAW mit 10.000 bis 20.000 Studierenden. Gleichzeitig gibt es jedoch auch *Qualitätsbedenken und Skepsis* (6 Nennungen), wie dieses Zitat einer Kunsthochschule illustriert: „Sofern sich die KI-Tools – speziell die Textgenerierprogramme – dahingehend verbessern, dass sie weniger Plattitüden und Füllwörter in Texten verwenden, sondern auch inhaltlich besser werden, sehe ich eine positive Veränderung“.

Mehrere Befragte (5 Nennungen) erwarten *Verbesserungen bei der mehrsprachigen Kommunikation und Internationalisierung*. Die *Personalisierung und zielgruppenspezifische Ansprache* durch KI-Tools wird ebenfalls von einigen (4 Nennungen) erwartet. *Veränderungen in Arbeitsabläufen und Rollen*, hin zu einer stärkeren Kuratierung von Inhalten, werden von vier Teilnehmer:innen gesehen, wie dieses Zitat andeutet: „Dass Kommunikator:innen, sobald die Technik ausgereift genug ist, stärker zu Kurator:innen von Informationen werden denn zu Ersteller:innen.“ (Öffentlich-rechtliche Kunsthochschule)

Einige sehen KI-Tools als Unterstützung bei *Visualisierung und Content-Erstellung* (3 Nennungen). Zwei Teilnehmende gehen davon aus, dass KI-Themen selbst stärker in *Lehre und PR der Hochschulen* vorkommen werden. *Ressourcenprobleme und mangelnde Kapazitäten* für die Beschäftigung mit KI werden von zwei Befragten angemerkt.

Hinsichtlich der unterschiedlichen Hochschultypen und Fächerprofile zeigen sich nur geringfügige Unterschiede. Universitäten mit technischem Schwerpunkt sowie öffentlich-rechtliche Hochschulen mit vielen Studierenden scheinen generativen KI-Tools insgesamt etwas aufgeschlossener gegenüberzustehen als kleinere Kunst- und Fachhochschulen. Insgesamt zeigt sich, dass die Befragten zwar die Effizienzpotenziale erkennen, jedoch noch größere Bedenken hinsichtlich Qualität, Individualität und Vertrauenswürdigkeit äußern.

Abschließend wurden die Teilnehmer:innen der Erhebung gefragt, welche *bedeutsamen Chancen und Risiken durch generative KI-Tools* für die Hochschulkommunikation sie in den nächsten Jahren erwarten. Hierzu gab es ebenfalls 34 Antworten. Die mit Abstand am häufigsten genannte Chance ist die *Effizienzsteigerung und Arbeitserleichterung* durch den KI-Einsatz (14 Nennungen), wie diese Zitate zeigen: „Wir sehen Chancen darin, ansonsten zeitfressende Standardaufgaben zügiger abzuwickeln.“ (HAW, 5.000–10.000 Studierende) und „Chancen, Prozesse zu vereinfachen“ (Künstlerische Hochschule). Als große Risiken werden der mögliche *Qualitätsverlust, Falschinformationen und der erhöhte Aufwand für Faktenchecks* gesehen (10 Nennungen), z.B. „Ein großes Risiko sehe ich in Falschinformationen, die KI zu unseren Forschenden bereits heute anbietet.“ (HAW, Technik- und Naturwissenschaften) und „Trotz zahlreicher Prompts weisen KI-erzeugte oder modifizierte Texte Fehler auf“ (HAW, Technik- und Naturwissenschaften).

Daneben werden *Datenschutz und Privatsphäre* (7 Nennungen) als wichtige Risiken eingeschätzt. Der *Verlust an Individualität, Persönlichkeit und Kreativität* wird von einigen als Risiko gesehen (5 Nennungen), z.B. „die Gefahr, dass Universitäten ihre Individualität verlieren, weil eine KI keine eigene Persönlichkeit hat“ oder „KI-generierte Texte, die an jeder Hochschule und Universität gleich klingen, weil der menschliche Aspekt nicht mehr einfließt.“ (HAW, privat). Weitere Aspekte wie *Verzerrung/Manipulation, Personalisierung/Zielgruppenansprache*

(„KI kann helfen, die Kommunikationsstrategien zu personalisieren und gezielter auf die Bedürfnisse und Interessen verschiedener Zielgruppen einzugehen.“), *Personaleinsparungen* und *ethische Bedenken* werden jeweils von einigen wenigen Befragten genannt.

Auffällige Unterschiede zwischen den Gruppen lassen sich aus den Daten nicht klar ableiten. Möglicherweise sehen Universitäten den Aspekt Qualitätsverlust/Falschinformationen kritischer, da in zwei längeren Antworten von Universitäten ausführlich darauf eingegangen wird. Insgesamt zeigt sich aber ein relativ ausgewogenes Bild über die verschiedenen Hochschultypen und Fächergruppen hinweg.

4. Diskussion und Fazit

4.1. Zusammenfassung der wichtigsten Befunde

Die Umfrageergebnisse zur Nutzung generativer KI-Tools in deutschen Hochschulkommunikationsabteilungen zeigen eine breite Palette an Erfahrungen und Anwendungsfällen. Übersetzungstools wie DeepL werden am häufigsten genutzt (80 %), gefolgt von Textgenerierungstools wie ChatGPT (59 %). Private Hochschulen nutzen Textgenerierungswerkzeuge signifikant öfter regelmäßig (75 %) als öffentliche (60 %). Die Zufriedenheit mit diesen Tools ist moderat, mit einem durchschnittlichen Wert von 3,2 auf einer Skala von 1 bis 5. Tools zur Bildgenerierung werden weniger häufig verwendet (27 %), und Videogenerierungstools wie Synthesia finden kaum Anwendung. Universitäten tendieren dazu, eine größere Vielfalt an Tools zu verwenden, während Fachhochschulen sich auf zentrale Tools konzentrieren. Künstlerische Hochschulen legen mehr Wert auf kreative Anwendungen wie Midjourney und Adobe Firefly.

Herausforderungen werden hauptsächlich in der Faktentreue (4,0) und Datenschutz (3,9) gesehen, während technische Probleme weniger bedeutsam sind (2,3). Bedürfnisse und Ziele bei der Nutzung der KI-Tools konzentrieren sich auf Zeiteinsparung (4,5) und Effizienzsteigerung (4,3). Das monatliche Budget für KI-Dienste liegt überwiegend bei bis zu 50 Euro (40 %) und 50 bis 150 Euro (37 %), was auf ein vorsichtiges Ausgabeverhalten hinweist. Es zeigen sich ferner bereits deutliche Auswirkungen auf Kommunikationsstrategie oder -praktiken. 36 Prozent der Befragten berichten von einer erheblichen Effizienzsteigerung, und 33 Prozent sehen eine erhöhte Anpassungsfähigkeit an verschiedene Kommunikationskanäle. Nur wenige Hochschulen (8 %) erleben veränderte Rollen im Team, und kaum jemand (4 %) fokussiert sich stärker auf datengetriebene Entscheidungen. Jedoch erkennen 38 Prozent der Kommunikationsabteilungen einen höheren Bedarf an technischem Know-how und Weiterbildung.

In internen Diskussionen werden KI-Tools an 53 Prozent der Hochschulen regelmäßig thematisiert, 36 Prozent haben Arbeitsgruppen eingerichtet, und 37 Prozent bieten Schulungen an. Nur 14 Prozent der Hochschulen haben bereits eigene KI-Chatbots oder formelle Richtlinien, und 11 Prozent haben strategische Ziele oder Initiativen definiert. 28 Prozent der Hochschulpressestellen sehen generative KI-Tools bislang nicht als zentrales Thema ihrer Arbeit. Die Erwartungen für die nächsten Jahre umfassen Effizienzsteigerungen und Arbeitserleichterungen, jedoch gibt es Bedenken hinsichtlich Qualitätsverlust, Datenschutz und Individualität. Weitere Aspekte wie Verzerrung/Manipulation, Personalisierung/Zielgruppenansprache, Personaleinsparungen und ethische Bedenken werden ebenfalls genannt. Aus den Befunden ergibt sich zudem, dass Hochschulen die Chancen und Risiken von KI-Tools unterschiedlich bewerten, wobei größere und technische Hochschulen tendenziell aufgeschlossener sind als kleinere und künstlerische Hochschulen.

4.2. Vergleich zu den Ergebnissen des Vorjahres

Im Vergleich zum Vorjahr zeigt die Umfrage im Jahr 2024 deutliche Veränderungen in der Nutzung und Bewertung generativer KI-Tools in deutschen Hochschulkommunikationsabteilungen. Am augenfälligsten: Textgenerierungstools wie ChatGPT werden nun von 59 Prozent der Befragten regelmäßig genutzt, was einen Anstieg um 37 Prozentpunkte im Vergleich zu 2023 darstellt, als noch 22 Prozent diese regelmäßig verwendeten. Ebenfalls zeigt sich bei Übersetzungstools wie DeepL eine Zunahme von sieben Prozentpunkten, von 73 Prozent auf 80 Prozent regelmäßige Nutzung.

Die Zufriedenheit mit den KI-Tools hat sich leicht verbessert, mit einem Durchschnittswert von 3,2 gegenüber 3,0 im Vorjahr. Dies stellt einen moderaten Anstieg dar, obwohl detaillierte

Vergleichswerte für einzelne KI-Tools aus 2023 fehlen. Dennoch zeigen sich zahlreiche Veränderungen in der Bewertung einzelner Anwendungsbereiche: Bildgenerierungstools werden nun von 27 Prozent der Befragten regelmäßig genutzt, was auf eine stärkere Integration dieser Tools hinweist. Videogenerierungstools wie Synthesia finden jedoch nach wie vor kaum Anwendung, was darauf hindeutet, dass diese Technologien noch nicht weit verbreitet sind.

Herausforderungen wie Faktentreue und Datenschutz bleiben die größten Bedenken, wobei die Werte im Vergleich zu 2023 weiterhin hoch sind. Technische Probleme sind indes mittlerweile weniger bedeutsam. In Bezug auf die interne Diskussion und Implementierung von KI-Tools zeigt sich ein positiver Trend. 53 Prozent der Hochschulen thematisieren KI-Tools regelmäßig in Gremien, ein leichter Anstieg im Vergleich zu 52 Prozent im Vorjahr. Arbeitsgruppen wurden von 36 Prozent der Hochschulen eingerichtet, und 37 Prozent bieten Schulungen an, was jeweils eine beachtliche Zunahme um rund 20 Prozentpunkte darstellt.

Ein wesentlicher Aspekt, der an Bedeutung in Kommunikationsstrategie- und -praktiken gewonnen hat, ist die Effizienzsteigerung durch KI-Tools. 36 Prozent der Befragten berichten von einer erheblichen Effizienzsteigerung (gegenüber 23 % im Vorjahr), und 33 Prozent sehen eine erhöhte Anpassungsfähigkeit an verschiedene Kommunikationskanäle (12 % in 2023). Diese Zahlen legen nahe, dass die Nutzung von KI-Tools nicht nur zunimmt, sondern auch zunehmend positive Auswirkungen auf die Arbeitsprozesse hat.

Einschätzungen zu Chancen und Risiken zeigen, dass die Erwartungen an Effizienzsteigerung und Arbeitserleichterung bestehen bleiben. 2023 wurden Effizienzsteigerung, Zeitersparnis und Qualitätssicherung als Chancen gesehen, während Bedenken hinsichtlich Abhängigkeit, Datenschutz, Arbeitsplatzverlust und Verlust der menschlichen Note geäußert wurden. 2024 bestehen ähnliche Bedenken hinsichtlich Qualitätsverlust, Datenschutz und Individualität, wobei die positiven Erwartungen an Effizienz und Arbeitserleichterung fortbestehen.

Im Jahr 2024 hat sich die Nutzung generativer KI-Tools in der Hochschulkommunikation deutlich weiterentwickelt. Die Erwartungen an und die Wahrnehmung von Effizienzsteigerung und Arbeitserleichterung haben gegenüber 2023 zugenommen. Gleichzeitig bleiben Qualitätsbedenken und Skepsis hinsichtlich der Zuverlässigkeit bestehen, was 2024 sogar noch stärker betont wird. Die Erwartungen an die Personalisierung und zielgruppenspezifische Ansprache sind 2024 zudem präsenter als im Vorjahr. Datenschutz und der Verlust von Individualität bleiben indes aus Sicht der Befragten zentrale Risiken, wobei die Diskussionen um Falschinformationen und Faktenchecks intensiver geworden sind. All diese Entwicklungen deuten darauf hin, dass das Bewusstsein für die Chancen und Risiken von KI-Tools seit letztem Jahr gewachsen ist.

4.3. Ausblick

Die Untersuchung der Integration generativer KI-Tools in die Kommunikationsstrategien von Hochschulen hat gezeigt, dass diese als nützlich und benutzerfreundlich wahrgenommen werden müssen. Dies erfordert ein organisatorisches Umfeld, das technologische Innovationen unterstützt und die soziale und organisatorische Struktur der Institution berücksichtigt. Eine umfassende Herangehensweise ist notwendig, die sowohl die technologischen Fähigkeiten und operativen Bedürfnisse als auch das sozio-technische Umfeld einbezieht, um sicherzustellen, dass KI-Tools in einer Weise eingebettet werden, die bestehende Kommunikationspraktiken und organisatorische Dynamiken respektiert und verbessert.

Dies führt zurück zu den konzeptionell hergeleiteten Ausgangsvermutungen (siehe Abschnitt 2.1.3). Diese lassen sich nun auf Basis der Ergebnisse besser einordnen:

1. *Unterschiedliche Muster in der Hochschullandschaft:* Die Ergebnisse bestätigen, dass es unterschiedliche Muster in der Nutzung generativer KI-Tools zwischen verschiedenen Arten von Hochschulen gibt. Private Hochschulen nutzen diese Tools tendenziell häufiger und

vielfältiger als öffentliche Hochschulen. Dies deutet darauf hin, dass Ressourcen und institutionelle Ausrichtungen die Implementierung und Nutzung von KI-Tools maßgeblich beeinflussen.

2. *Hohe Leistung und angemessener Aufwand:* Die Zufriedenheit mit den KI-Tools ist moderat, und es bestehen erhebliche Herausforderungen, insbesondere in Bezug auf Faktentreue und Datenschutz. Diese Barrieren beeinflussen die Erwartungen und bestätigen, dass hohe Leistung und angemessener Aufwand entscheidende Faktoren für die Akzeptanz und Nutzung der Tools sind. Ethische Bedenken und technische Schwierigkeiten spielen immer noch eine Rolle bei der Bewertung der KI-Tools, wenngleich weniger als im letzten Jahr.
3. *Wahrgenommene Effizienz und Qualität der Kommunikation:* Die Nutzung von KI-Tools wird stark durch den Wunsch nach Effizienzsteigerung und Zeiteinsparung getrieben. Die Befragten berichten von spürbaren Effizienzgewinnen und einer verbesserten Anpassungsfähigkeit an verschiedene Kommunikationskanäle, was die Relevanz der wahrgenommenen Nützlichkeit und Qualität der Tools unterstreicht.
4. *Sozio-technische Perspektive:* Interne Debatten, Arbeitsgruppen und Schulungen zu generativen KI-Tools sind an vielen Hochschulen etabliert, was die Bedeutung der sozio-technischen Einbettung und der organisatorischen Unterstützung für die Akzeptanz und Nutzung dieser Technologien hervorhebt. Datenschutzbedenken und Qualitätsverluste bleiben zentrale Themen, was zeigt, dass die Integration von KI-Tools weiterhin sorgfältig gemanagt werden muss, um ihre Akzeptanz zu fördern.

Mit Blick auf die Ergebnisse dieser Befragung lassen sich hieraus thesenhaft fünf Punkte ableiten, die für die weiteren Entwicklungen in der Hochschulkommunikation bedeutsam werden dürften:

1. *Effizienzsteigerung und Arbeitserleichterung:* Generative KI-Tools werden weiterhin die Effizienz und Arbeitserleichterung in Hochschulkommunikationsabteilungen vorantreiben. Die wachsende Nutzung und die berichteten positiven Auswirkungen deuten darauf hin, dass KI-Tools in den nächsten Jahren eine zentrale Rolle in der Optimierung von Arbeitsabläufen spielen werden.
2. *Qualitätsbedenken und Datenschutz:* Trotz der positiven Entwicklungen bleiben Qualitätsbedenken und Datenschutz zentrale Herausforderungen. Hochschulen müssen klare Richtlinien und effektive Maßnahmen entwickeln, um diese Risiken zu minimieren und das Vertrauen in die Nutzung von KI-Tools zu stärken.
3. *Personalisierung und zielgruppenspezifische Ansprache:* Die Erwartungen an die Personalisierung und zielgruppenspezifische Ansprache durch KI-Tools sind gestiegen. Dies könnte zu einer verstärkten Integration von KI in Kommunikationsstrategien führen, die individuellere und effektivere Ansprache von Zielgruppen ermöglichen.
4. *Technisches Know-how und Weiterbildung:* Der Bedarf an technischem Know-how und Weiterbildung wird zunehmen. Hochschulen sollten verstärkt in Schulungsangebote investieren, um die Kompetenz ihrer Mitarbeitenden im Umgang mit KI-Tools zu erhöhen.
5. *Strategische Planung und Richtlinien:* Die geringe Anzahl an Hochschulen mit eigenen KI-Chatbots oder formellen Richtlinien zeigt, dass hier noch viel Potenzial besteht. Es ist zu erwarten, dass mehr Hochschulen in den kommenden Jahren strategische Ziele und formelle Richtlinien zur Nutzung von KI-Tools entwickeln werden, um deren Einsatz zu optimieren und Risiken zu minimieren.

Zukünftige Studien sollten sich darauf konzentrieren, die langfristigen Auswirkungen der Nutzung generativer KI-Tools auf die Hochschulkommunikation zu untersuchen und Best Practices für deren Einsatz zu entwickeln. Dies betrifft Fragen wie: Wie verändert KI die Kommunikation über Wissenschaft? Welche Leitlinien braucht eine verantwortungsvolle Kommunikation? Wie verändern sich die Kommunikationsaufgaben? Was sollte in Zukunft wie kommuniziert werden? Für eine glaubwürdige Hochschulkommunikation dürfte indes weiterhin eine menschliche Kontrolle und Federführung unverzichtbar sein.

Literatur

- Athaluri, Sai Anirudh/Sandeep Varma Manthena/V S R Krishna Manoj Kesapragada/Vineel Yarlagadda/Tirth Dave/Rama Tulasi Siri Duddumpudi (2023): Exploring the Boundaries of Reality: Investigating the Phenomenon of Artificial Intelligence Hallucination in Scientific Writing Through ChatGPT References, in: *Cureus* 15, S. e37432, DOI: 10.7759/cureus.37432.
- Bhattacharyya, Mehul/Valerie M Miller/Debjani Bhattacharyya/Larry E Miller (2023): High Rates of Fabricated and Inaccurate References in ChatGPT-Generated Medical Content, in: *Cureus*, DOI: 10.7759/cureus.39238.
- Bijker, Wiebe E./Thomas Parke Hughes/Trevor Pinch (Hrsg.) (2012): *The social construction of technological systems: new directions in the sociology and history of technology Anniversary ed.*, MIT Press, Cambridge, Mass.
- Davis, Fred D (1986): A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results. phd. Massachusetts Institute of Technology., URL: <http://hdl.handle.net/1721.1/15192>.
- Davis, Fred D. (1989): Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, in: *MIS Quarterly* 13, S. 319, DOI: 10.2307/249008.
- De Silva, Daswin/Nishan Mills/Mona El-Ayoubi/Milos Manic/Daminda Alahakoon (2023): ChatGPT and Generative AI Guidelines for Addressing Academic Integrity and Augmenting Pre-Existing Chatbots, in: *2023 IEEE International Conference on Industrial Technology (ICIT), 2023 IEEE International Conference on Industrial Technology (ICIT)*. IEEE, Orlando, FL, USA, S. 1–6, DOI: 10.1109/ICIT58465.2023.10143123.
- Economou, Emmanuel/Edwina Luck/Jennifer Bartlett (2023): Between rules, norms and shared understandings: how institutional pressures shape the implementation of data-driven communications, in: *Journal of Communication Management* 27, S. 103–119, DOI: 10.1108/JCOM-01-2022-0009.
- Elbadawi, Moe/Hanxiang Li/Abdul W. Basit/Simon Gaisford (2024): The role of artificial intelligence in generating original scientific research, in: *International Journal of Pharmaceutics* 652, S. 123741, DOI: 10.1016/j.ijpharm.2023.123741.
- Elken, Mari/Bjørn Stensaker/Indra Dedze (2018): The painters behind the profile: the rise and functioning of communication departments in universities, in: *Higher Education* 76, S. 1109–1122, DOI: 10.1007/s10734-018-0258-x.
- Entradas, Marta/Martin W. Bauer/Frank Marcinkowski/Giuseppe Pellegrini (2024): The Communication Function of Universities: Is There a Place for Science Communication?, in: *Minerva* 62, S. 25–47, DOI: 10.1007/s11024-023-09499-8.
- Fähnrich, Birte/Julia Metag/Senja Post/Mike S. Schäfer (2019): Hochschulkommunikation aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive, in: Fähnrich, Birte/Julia Metag/Senja Post/Mike S. Schäfer (Hrsg.), *Forschungsfeld Hochschulkommunikation*. Springer VS, Wiesbaden, S. 1–21.
- Fürst, Silke/Daniel Vogler/Isabel Sörensen/Mike S. Schäfer (2022): Communication of higher education institutions: Historical developments and changes over the past decade, in: *Studies in Communication Sciences* 22, DOI: 10.24434/j.scoms.2022.03.4033.
- Glikson, Ella/Omri Asscher (2023): AI-mediated apology in a multilingual work context: Implications for perceived authenticity and willingness to forgive, in: *Computers in Human Behavior* 140, S. 107592, DOI: 10.1016/j.chb.2022.107592.
- Gozalo-Brizuela, Roberto/Eduardo C. Garrido-Merchán (2023): A survey of Generative AI Applications, DOI: 10.48550/ARXIV.2306.02781.
- Henestrosa, Angelica/Hannah Greving/Joachim Kimmerle (2023): Automated journalism: The effects of AI authorship and evaluative information on the perception of a science journalism article, in: *Computers in Human Behavior* 138, S. 107445, DOI: 10.1016/j.chb.2022.107445.
- Henke, Justus (2023): Hochschulkommunikation im Zeitalter der KI: Erste Einblicke in die Nutzung und Perspektiven generativer KI-Tools, Institut für Hochschulforschung (HoF), Halle-Wittenberg, URL: https://www.hof.uni-halle.de/web/dateien/pdf/ab_122.pdf.
- Henke, Justus (2024): Navigating the AI era: university communication strategies and perspectives on generative AI tools, in: *Journal of Science Communication* 23, S. A05, DOI: 10.22323/2.23030205.
- Jakesch, Maurice/Megan French/Xiao Ma/Jeffrey T. Hancock/Mor Naaman (2019): AI-Mediated Communication: How the Perception that Profile Text was Written by AI Affects Trustworthiness, in: *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, CHI '19: CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. ACM, Glasgow Scotland Uk, S. 1–13, DOI: 10.1145/3290605.3300469.
- Karinshak, Elise/Sunny Xun Liu/Joon Sung Park/Jeffrey T. Hancock (2023): Working With AI to Persuade: Examining a Large Language Model's Ability to Generate Pro-Vaccination Messages, in: *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* 7, S. 1–29, DOI: 10.1145/3579592.
- Könneker, Carsten (2024): The Challenge of Science Communication in the Age of AI (SSIR), in: *Stanford Social Innovation Review*, URL: <https://ssir.org/articles/entry/science-communication-artificial-intelligence> (25.3.2024).
- Leonardi, Paul M. (2011): When Flexible Routines Meet Flexible Technologies: Affordance, Constraint, and the Imbrication of Human and Material Agencies, in: *MIS Quarterly* 35, S. 147–167, DOI: 10.2307/23043493.

- Leonardi, Paul M./Stephen R. Barley (2008): Materiality and change: Challenges to building better theory about technology and organizing, in: *Information and Organization* 18, S. 159–176, DOI: 10.1016/j.infoandorg.2008.03.001.
- Longoni, Chiara/Andrey Fradkin/Luca Cian/Gordon Pennycook (2022): News from Generative Artificial Intelligence Is Believed Less, in: *2022 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency, FAccT '22: 2022 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*. ACM, Seoul Republic of Korea, S. 97–106, DOI: 10.1145/3531146.3533077.
- Lopezosa, Carlos/Lluís Codina/Carles Pont-Sorribes/Mari Vázquez (2023): Use of generative artificial intelligence in the training of journalists: challenges, uses and training proposal, in: *El Profesional de la información*, S. e320408, DOI: 10.3145/epi.2023.jul.08.
- McGowan, Alessia/Yunlai Gui/Matthew Dobbs/Sophia Shuster/Matthew Cotter/Alexandria Selloni/Marianne Goodman/Agrima Srivastava et al. (2023): ChatGPT and Bard exhibit spontaneous citation fabrication during psychiatry literature search, in: *Psychiatry Research* 326, S. 115334, DOI: 10.1016/j.psychres.2023.115334.
- Munoriyarwa, Allen/Sarah Chumbu/Gilbert Motsaathebe (2023): Artificial Intelligence Practices in Everyday News Production: The Case of South Africa's Mainstream Newsrooms, in: *Journalism Practice* 17, S. 1374–1392, DOI: 10.1080/17512786.2021.1984976.
- Noain-Sánchez, Amaya (2022): Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics, in: *Communication & Society* 35, S. 105–121, DOI: 10.15581/003.35.3.105-121.
- OpenAI (2023): GPT-4 Technical Report, DOI: 10.48550/ARXIV.2303.08774.
- Orlikowski, Wanda J. (1992): The Duality of Technology: Rethinking the Concept of Technology in Organizations, in: *Organization Science* 3, S. 398–427.
- Pavlik, John V. (2023): Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education, in: *Journalism & Mass Communication Educator* 78, S. 84–93, DOI: 10.1177/10776958221149577.
- Peña-Fernández, Simón/Koldobika Meso-Ayerdi/Ainara Larrondo-Ureta/Javier Díaz-Noci (2023): Without journalists, there is no journalism: the social dimension of generative artificial intelligence in the media, in: *El Profesional de la información*, S. e320227, DOI: 10.3145/epi.2023.mar.27.
- Peters, Hans Peter (2022): The role of organizations in the public communication of science – Early research, recent studies, and open questions, in: *Studies in Communication Sciences* 22, DOI: 10.24434/j.scoms.2022.03.3994.
- Pinch, Trevor J./Wiebe E. Bijker (1984): The Social Construction of Facts and Artefacts: or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology might Benefit Each Other, in: *Social Studies of Science* 14, S. 399–441, DOI: 10.1177/030631284014003004.
- Prillaman, McKenzie (2024): Is ChatGPT making scientists hyper-productive? The highs and lows of using AI, in: *Nature*, DOI: 10.1038/d41586-024-00592-w.
- Rawte, Vipula/Amit Sheth/Amitava Das (2023): A Survey of Hallucination in Large Foundation Models, DOI: 10.48550/ARXIV.2309.05922.
- Ray, Partha Pratim (2023): ChatGPT: A comprehensive review on background, applications, key challenges, bias, ethics, limitations and future scope, in: *Internet of Things and Cyber-Physical Systems* 3, S. 121–154, DOI: 10.1016/j.iotcps.2023.04.003.
- Royal Society (2024): Science in the age of AI How artificial intelligence is changing the nature and method of scientific research, Royal Society, London, URL: <https://royalsociety.org/-/media/policy/projects/science-in-the-age-of-ai/science-in-the-age-of-ai-report.pdf> (29.5.2024).
- Schäfer, Mike S. (2023): The Notorious GPT: science communication in the age of artificial intelligence, in: *Journal of Science Communication* 22, S. Y02, DOI: 10.22323/2.22020402.
- Stone, Jennifer A.M. (2023): Artificial Intelligence–Generated Research in the Literature: Is It Real or Is It Fraud?, in: *Medical Acupuncture* 35, S. 103–104, DOI: 10.1089/acu.2023.29231.editorial.
- Tate, Tamara/Shayan Doroudi/Daniel Ritchie/Ying Xu/Mark Warschauer Uci (2023): Educational Research and AI-Generated Writing: Confronting the Coming Tsunami, DOI: 10.35542/osf.io/4mec3.
- Touvron, Hugo/Thibaut Lavril/Gautier Izacard/Xavier Martinet/Marie-Anne Lachaux/Timothée Lacroix/Baptiste Rozière/Naman Goyal et al. (2023): LLaMA: Open and Efficient Foundation Language Models, DOI: 10.48550/ARXIV.2302.13971.
- Venkatesh/Morris/Davis/Davis (2003): User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View, in: *MIS Quarterly* 27, S. 425–478, DOI: 10.2307/30036540.
- Wolfram, Stephen (2023): What Is ChatGPT Doing ... and Why Does It Work?, URL: <https://writings.stephenwolfram.com/2023/02/what-is-chatgpt-doing-and-why-does-it-work/> (4.6.2023).
- Yang, Shiyu/Nicole M. Krause/Luye Bao/Mikhaila N. Calice/Todd P. Newman/Dietram A. Scheufele/Michael A. Xenos/Dominique Brossard (2023): In AI We Trust: The Interplay of Media Use, Political Ideology, and Trust in Shaping Emerging AI Attitudes, in: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, S. 10776990231190868, DOI: 10.1177/10776990231190868.

Zerfass, Ansgar/Jens Hagelstein/Ralph Tench (2020): Artificial intelligence in communication management: a cross-national study on adoption and knowledge, impact, challenges and risks, in: *Journal of Communication Management* 24, S. 377–389, DOI: 10.1108/JCOM-10-2019-0137.

Zhang, Yue/Yafu Li/Leyang Cui/Deng Cai/Lemao Liu/Tingchen Fu/Xinting Huang/Enbo Zhao et al. (2023): Siren's Song in the AI Ocean: A Survey on Hallucination in Large Language Models, DOI: 10.48550/ARXIV.2309.01219.

Anhang

Ergänzende Tabellen

Übersicht 14: Nutzung generativer KI-Tools nach Hochschulart

Gruppe	Merkmal	Mind. 1x täglich genutzt	Mind. 1x die Woche genutzt	Mind. 1x im Monat genutzt	Haben wir bereits ausprobiert	Von gehört, aber noch nicht genutzt	Ich kenne keinen dieser Dienste	gültige N	Regelmäßige Nutzung
Fachhochschule / HAW	Texte generieren	35	24	9	21	12	0	34	68
	Texte generieren + Websuche	6	15	6	29	38	6	34	26
	Dokumente auswerten	0	6	6	18	62	9	34	12
	Bilder generieren	0	15	18	35	26	6	34	32
	Audios generieren	0	0	0	9	65	26	34	0
	Videos generieren	0	0	0	0	71	29	34	0
	automatische Transkription	0	6	18	21	35	21	34	24
	Präsentationsfolien generieren	0	0	3	6	79	12	34	3
	Designs und Mockups	3	12	3	18	47	18	34	18
	KI-gestützte Übersetzung	35	38	9	9	6	3	34	82
Universität	Texte generieren	9	22	17	30	22	0	23	48
	Texte generieren + Websuche	9	13	22	13	43	0	23	43
	Dokumente auswerten	0	9	9	35	39	9	23	17
	Bilder generieren	4	4	22	39	26	4	23	30
	Audios generieren	0	0	4	13	74	9	23	4
	Videos generieren	0	0	0	13	83	4	23	0
	automatische Transkription	4	9	17	26	35	9	23	30
	Präsentationsfolien generieren	0	0	4	26	65	4	23	4
	Designs und Mockups	4	0	17	17	57	4	23	22
	KI-gestützte Übersetzung	48	26	4	4	13	4	23	78
Künstlerische Hochschule	Texte generieren	27	27	7	20	20	0	15	60
	Texte generieren + Websuche	7	13	0	13	47	20	15	20
	Dokumente auswerten	7	0	0	13	67	13	15	7
	Bilder generieren	7	0	7	40	33	13	15	13
	Audios generieren	0	0	0	7	60	33	15	0
	Videos generieren	0	0	0	7	53	40	15	0
	automatische Transkription	0	0	7	33	40	20	15	7
	Präsentationsfolien generieren	0	7	0	13	40	40	15	7
	Designs und Mockups	7	20	7	0	33	33	15	33
	KI-gestützte Übersetzung	53	20	13	0	13	0	15	87

Übersicht 15: Nutzung generativer KI-Tools nach Trägerschaft

Gruppe	Merkmal	Mind. 1x täglich genutzt	Mind. 1x die Woche genutzt	Mind. 1x im Monat genutzt	Haben wir bereits ausprobiert	Von gehört, aber noch nicht genutzt	Ich kenne keinen dieser Dienste	gültige N	Regelmäßige Nutzung
öffentlich-rechtlich	Texte generieren	18	31	11	27	13	0	55	60
	Texte generieren + Web-suche	9	13	9	25	35	9	55	31
	Dokumente auswerten	2	5	4	25	53	11	55	11
	Bilder generieren	4	7	18	38	25	7	55	29
	Audios generieren	0	0	2	13	64	22	55	2
	Videos generieren	0	0	0	9	65	25	55	0
	automatische Transkription	2	5	16	27	35	15	55	24
	Präsentationsfolien generieren	0	2	2	15	65	16	55	4
	Designs und Mockups	5	9	7	18	44	16	55	22
KI-gestützte Übersetzung	45	33	7	7	7	0	55	85	
privat, staatlich anerkannt	Texte generieren	58	0	17	17	8	0	12	75
	Texte generieren + Web-suche	8	17	17	8	50	0	12	42
	Dokumente auswerten	0	8	17	17	58	0	12	25
	Bilder generieren	0	17	8	42	33	0	12	25
	Audios generieren	0	0	0	8	83	8	12	0
	Videos generieren	0	0	0	0	92	8	12	0
	automatische Transkription	0	8	17	25	33	17	12	25
	Präsentationsfolien generieren	0	0	0	25	75	0	12	0
	Designs und Mockups	0	8	17	0	58	17	12	25
KI-gestützte Übersetzung	50	25	8	0	8	8	12	83	

Übersicht 16: Nutzung generativer KI-Tools nach Größe

Gruppe	Merkmal	Mind. 1x täglich genutzt	Mind. 1x die Woche genutzt	Mind. 1x im Monat genutzt	Haben wir bereits ausprobiert	Von gehört, aber noch nicht genutzt	Ich kenne keinen dieser Dienste	gültige N	Regelmäßige Nutzung
Bis 2.000 Studierende	Texte generieren	39	13	6	16	26	0	31	58
	Texte generieren + Web-suche	10	16	3	13	48	10	31	29
	Dokumente auswerten	3	10	3	16	58	10	31	16
	Bilder generieren	3	6	16	32	32	10	31	26
	Audios generieren	0	0	0	10	65	26	31	0
	Videos generieren	0	0	0	6	68	26	31	0
	automatische Transkription	0	3	13	23	42	19	31	16
	Präsentationsfolien generieren	0	3	3	19	48	26	31	6
	Designs und Mockups	6	16	10	0	48	19	31	32
	KI-gestützte Übersetzung	45	19	13	3	16	3	31	77
	Texte generieren	12	29	24	24	12	0	17	65

Gruppe	Merkmal	Mind. 1x täglich genutzt	Mind. 1x die Woche genutzt	Mind. 1x im Monat genutzt	Haben wir bereits ausprobiert	Von gehört, aber noch nicht genutzt	Ich kenne keinen dieser Dienste	gültige N	Regelmäßige Nutzung
2.000 bis 5.000 Studierende	Texte generieren + Web-suche	0	12	18	18	47	6	17	29
	Dokumente auswerten	0	6	12	18	47	18	17	18
	Bilder generieren	0	6	18	59	12	6	17	24
	Audios generieren	0	0	0	6	71	24	17	0
	Videos generieren	0	0	0	0	71	29	17	0
	automatische Transkription	0	0	18	29	35	18	17	18
	Präsentationsfolien generieren	0	0	0	6	82	12	17	0
	Designs und Mockups	6	6	0	29	47	12	17	12
	KI-gestützte Übersetzung	47	35	12	6	0	0	17	94
5.000 bis 10.000 Studierende	Texte generieren	25	25	6	44	0	0	16	56
	Texte generieren + Web-suche	6	13	0	38	38	6	16	19
	Dokumente auswerten	0	0	0	25	69	6	16	0
	Bilder generieren	6	13	13	38	25	6	16	31
	Audios generieren	0	0	6	25	44	25	16	6
	Videos generieren	0	0	0	6	69	25	16	0
	automatische Transkription	6	13	25	19	19	19	16	44
	Präsentationsfolien generieren	0	0	6	0	88	6	16	6
	Designs und Mockups	0	6	6	25	38	25	16	13
KI-gestützte Übersetzung	31	44	0	13	6	6	16	75	
10.000 bis 20.000 Studierende	Texte generieren	25	50	0	0	25	0	4	75
	Texte generieren + Web-suche	25	25	0	25	25	0	4	50
	Dokumente auswerten	0	25	0	25	50	0	4	25
	Bilder generieren	0	0	50	0	50	0	4	50
	Audios generieren	0	0	0	0	100	0	4	0
	Videos generieren	0	0	0	25	75	0	4	0
	automatische Transkription	0	25	0	25	50	0	4	25
	Präsentationsfolien generieren	0	0	0	25	75	0	4	0
	Designs und Mockups	0	0	0	25	75	0	4	0
KI-gestützte Übersetzung	50	25	0	0	25	0	4	75	
Mehr als 20.000 Studierende	Texte generieren	0	40	20	20	20	0	5	60
	Texte generieren + Web-suche	20	0	60	20	0	0	5	80
	Dokumente auswerten	0	0	20	60	20	0	5	20
	Bilder generieren	0	20	20	20	40	0	5	40
	Audios generieren	0	0	0	0	100	0	5	0
	Videos generieren	0	0	0	20	80	0	5	0
	automatische Transkription	0	0	20	40	40	0	5	20

Gruppe	Merkmal	Mind. 1x täglich genutzt	Mind. 1x die Woche genutzt	Mind. 1x im Monat genutzt	Haben wir bereits ausprobiert	Von gehört, aber noch nicht genutzt	Ich kenne keinen dieser Dienste	gültige N	Regelmäßige Nutzung
	Präsentationsfolien generieren	0	0	0	60	40	0	5	0
	Designs und Mockups	0	0	40	0	60	0	5	40
	KI-gestützte Übersetzung	60	40	0	0	0	0	5	100

Übersicht 17: Nutzung generativer KI-Tools nach Fächerschwerpunkt

Gruppe	Merkmal	Mind. 1x täglich genutzt	Mind. 1x die Woche genutzt	Mind. 1x im Monat genutzt	Haben wir bereits ausprobiert	Von gehört, aber noch nicht genutzt	Ich kenne keinen dieser Dienste	gültige N	Regelmäßige Nutzung
Geistes- und Sozialwissenschaften	Texte generieren	7	20	7	20	47	0	15	33
	Texte generieren + Web-suche	0	7	7	20	60	7	15	13
	Dokumente auswerten	0	7	0	20	53	20	15	7
	Bilder generieren	0	7	20	33	27	13	15	27
	Audios generieren	0	0	0	7	67	27	15	0
	Videos generieren	0	0	0	0	80	20	15	0
	automatische Transkription	0	7	0	27	53	13	15	7
	Präsentationsfolien generieren	0	0	0	7	73	20	15	0
	Designs und Mockups	7	0	7	13	67	7	15	13
	KI-gestützte Übersetzung	20	33	13	0	27	7	15	67
Technik- und Naturwissenschaften	Texte generieren	15	30	10	40	5	0	20	55
	Texte generieren + Web-suche	0	5	15	35	40	5	20	20
	Dokumente auswerten	0	0	5	25	60	10	20	5
	Bilder generieren	0	10	10	55	20	5	20	20
	Audios generieren	0	0	5	10	60	25	20	5
	Videos generieren	0	0	0	0	70	30	20	0
	automatische Transkription	0	5	20	25	30	20	20	25
	Präsentationsfolien generieren	0	0	5	10	80	5	20	5
	Designs und Mockups	5	5	5	20	45	20	20	15
	KI-gestützte Übersetzung	50	35	5	10	0	0	20	90
Fächerprofile etwa gleich groß	Texte generieren	29	29	21	14	7	0	14	79
	Texte generieren + Web-suche	21	29	7	21	21	0	14	57
	Dokumente auswerten	0	14	14	36	36	0	14	29
	Bilder generieren	7	7	43	14	29	0	14	57
	Audios generieren	0	0	0	29	64	7	14	0
	Videos generieren	0	0	0	29	64	7	14	0
	automatische Transkription	7	14	29	14	36	0	14	50
	Präsentationsfolien generieren	0	0	0	36	64	0	14	0

Gruppe	Merkmal	Mind. 1x täglich genutzt	Mind. 1x die Woche genutzt	Mind. 1x im Monat genutzt	Haben wir bereits ausprobiert	Von gehört, aber noch nicht genutzt	Ich kenne keinen dieser Dienste	gültige N	Regelmäßige Nutzung
Anderer Schwerpunkt	Designs und Mockups	0	7	21	21	50	0	14	29
	KI-gestützte Übersetzung	43	36	7	7	7	0	14	86
	Texte generieren	46	17	8	17	13	0	24	71
	Texte generieren + Web-suche	13	17	8	8	42	13	24	38
	Dokumente auswerten	4	8	4	13	63	8	24	17
	Bilder generieren	4	8	8	38	33	8	24	21
	Audios generieren	0	0	0	4	71	25	24	0
	Videos generieren	0	0	0	4	67	29	24	0
	automatische Transkription	0	0	17	29	29	25	24	17
	Präsentationsfolien generieren	0	4	4	13	50	29	24	8
	Designs und Mockups	4	21	4	4	38	29	24	29
	KI-gestützte Übersetzung	54	21	8	4	8	4	24	83

Übersicht 18: Zufriedenheit mit der Nutzung generativer KI-Tools insgesamt

Gruppe	Merkmal	Mittelwert	Standard-Abw.	Anteil Werte >3	Gültige N
Typ	Fachhochschule / HAW	2,9	0,81	24	25
	Universität	3,4	0,70	47	17
	Künstlerische Hochschule	3,4	1,24	67	9
	Duale Hochschule	X	X	X	1
Trägerschaft	öffentlich-rechtlich	3,1	0,93	39	41
	privat, staatlich anerkannt	3,4	0,73	56	9
	kirchlich, staatlich anerkannt	X	X	X	2
Größe	Bis 2.000 Studierende	3,4	0,96	58	19
	2.000 bis 5.000 Studierende	2,9	0,66	14	14
	5.000 bis 10.000 Studierende	3,2	1,03	50	12
	10.000 bis 20.000 Studierende	3,3	0,58	33	3
	Mehr als 20.000 Studierende	3,0	0,82	25	4
Fächerprofil	Technik- und Naturwissenschaften	2,6	0,83	13	15
	Geistes- und Sozialwissenschaften	3,6	0,73	67	9
	Fächerprofile etwa gleich groß	3,5	0,52	50	12
	Anderer Schwerpunkt	3,3	1,00	44	16

Übersicht 19: Korrelation von Zufriedenheit mit der Nutzung generativer KI-Tools insgesamt mit weiteren Merkmalen der Befragung

Merkmal	Rho	P-Wert
Herausforderungen und Hemmnisse		
Technische Probleme	-0,041	0,782
Schwierigkeiten bei der optimalen Nutzung der Tools	0,148	0,314
Mangelnde Personalisierung oder Anpassungsfähigkeit	-0,057	0,704
Faktentreue und Verlässlichkeit	0,249	0,085
Datenschutzbedenken	0,251	0,086
Ethische Bedenken	0,177	0,244
Fehlende Weiterbildungsmöglichkeiten	-0,351	0,017
Akzeptanz innerhalb der Hochschule	-0,155	0,299
Auswirkungen auf Kommunikationsstrategie oder -praktiken		
Erhebliche Verbesserung der Effizienz	0,171	0,211
Erhöhte Anpassungsfähigkeit an verschiedene Kommunikationskanäle	0,186	0,174
Veränderte Rollen und Verantwortlichkeiten im Team	-0,092	0,506
Stärkere Fokussierung auf datengetriebene Entscheidungsfindung	-0,057	0,682
Größerer Bedarf an technischem Know-how und Weiterbildung	-0,118	0,391
Keine signifikanten Veränderungen	-0,176	0,199
Rolle generativer KI-Tools in den internen Diskussionen		
Unsere Hochschule hat bereits einen eigenen KI-Chatbot eingerichtet	0,049	0,721
Es gibt regelmäßige Diskussionen in Gremien und Kommissionen über solche KI-Tools.	0,090	0,514
Es existieren bei uns bereits formelle Richtlinien oder Regelungen zur Nutzung von generativen KI-Tools.	0,275	0,042
Es wurden Arbeitsgruppen oder Komitees eingerichtet, um sich mit generativen KI-Tools zu befassen.	-0,026	0,850
Unsere Hochschule hat strategische Ziele oder Initiativen im Zusammenhang mit generativen KI-Tools definiert.	0,147	0,284
Es gibt Schulungsangebote oder Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeitende und/oder Studierende zu generativen KI-Tools.	0,094	0,494
Generative KI-Tools wie ChatGPT sind bislang kein zentrales Thema in unserer Hochschule.	-0,045	0,746

Anmerkung: Rho beschreibt die Spearman-Korrelation, P-Wert das Signifikanz-Niveau, Werte kleiner 0,05 gelten als signifikant.

Fragebogen der Erhebung

KI-Tools in der Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen 2024

Willkommen zur Umfrage!

In diesem Projekt untersuchen wir den Einsatz von generativen KI-Tools wie ChatGPT, Gemini, Microsoft Copilot u.a. in der Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen. Generative KI-Tools sind in der Lage, Texte und Medien durch einfache Texteingaben ("Prompts") zu erstellen. Ziel der Umfrage ist es, ein besseres Verständnis über den Einsatz und die Wahrnehmung dieser Technologien in der Hochschulkommunikation zu gewinnen. Dazu werden Kommunikationsabteilungen und Pressestellen deutscher Hochschulen mittels einer kurzen Online-Befragung kontaktiert und gebeten, Fragen zu den eingesetzten KI-Tools sowie zu konkreten Einsatzfeldern und Einschätzungen zu Nutzen und Risiken zu beantworten.

Die Ergebnisse sollen dazu beitragen, Potenziale und Herausforderungen von Künstlicher Intelligenz in der Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen zu identifizieren und Anregungen für den zukünftigen Einsatz dieser Technologien zu geben.

Mehr Informationen zum Projekt finden Sie auf unser Projekthomepage hier.

Die Beantwortung der Fragen nimmt etwa 10 Minuten in Anspruch. Sie können die Beantwortung jederzeit unterbrechen und mit dem zugesandten Link später fortsetzen.

Hinweis zum Datenschutz: Die Erhebung und Nutzung der Daten erfolgt ausschließlich für wissenschaftliche Zwecke. Die Daten werden innerhalb der Auswertung nicht mit einrichtungs- oder personenbezogenen Daten verknüpft. Die Auswertung erfolgt anonymisiert und ausschließlich entlang aggregierter Merkmale wie Hochschultyp, -größe oder Fächerschwerpunkt. Sie können Ihre Einwilligung zur Teilnahme jederzeit widerrufen und die Löschung Ihrer Angaben veranlassen. Richten Sie Ihre Anfrage dafür an Dr. Justus Henke justus.henke@hof.uni-halle.de. Die ausführliche Datenschutzerklärung zu dieser Umfrage können sie hier einsehen.

Mit dem Klick auf "Weiter" bestätigen Sie Ihre Einwilligung zur Teilnahme und die Befragung beginnt.

Erfahrungen mit generativen KI-Tools in der Hochschulkommunikation

Welche dieser KI-gestützten Werkzeuge, die meist auf Basis einfacher Texteingaben (Prompts) Inhalte generieren, nutzen Sie bzw. Ihre Abteilung bereits für die Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit Ihrer Hochschule? Wählen Sie jeweils die Option, die am besten passt. Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	Mind. 1x täglich genutzt	Mind. 1x die Woche genutzt	Mind. 1x im Mo- nat genutzt	Haben wir bereits ausprobiert	Von gehört, aber noch nicht genutzt	Ich kenne keinen dieser Dienste
Texte generieren ohne integrierte Websuche (ChatGPT / Gemini / andere)						
(Microsoft Copilot / Perplexity.ai / ChatGPT Pro / andere)						
Dokumente auswerten, z.B. PDFs (ChatPDF / Microsoft Copilot / ChatGPT Pro / andere)						
Bilder generieren (Midjourney / Dall-E3 / Bing Image Creator / andere)						
Audios generieren (Narakeet / Audyo / Descript andere)						

Videos generieren (Synthesia / Runway / HeyGen / andere)					
automatische Transkription (Otter.ai / Fireflies / Audiopen / andere)					
Präsentationsfolien generieren (Slides.ai / Microsoft Designer / STORYD / andere)					
Designs und Mockups generieren (Designs.ai / Microsoft Designer / Canva AI / andere)					
KI-gestützte Übersetzung und Sprachkorrektur (DeepL / DeepL Write / Grammarly / andere)					

Bitte nennen Sie die generativen KI-gestützten Tools, die Sie für Ihre Arbeit besonders relevant finden. Es dürfen auch bisher nicht erwähnte sein. Idealerweise untereinander und in der Form: Name des Tools: zentrale Funktion für Ihre Arbeit

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Beispielantwort: Perplexity.ai: redaktionelle Texte mit wissenschaftlichen Referenzen schreiben; ChatGPT: Vorbereitung Social-Media-Beiträge, redaktionelle Bearbeitung von Texten; Midjourney: Stock Images generieren

Welche Bedürfnisse und Ziele sind Ihnen bzw. Ihrer Abteilung in der Kommunikations- und Öffentlichkeitsarbeit wichtig, wenn Sie die zuvor genannten KI-Tools verwenden? Treffen Sie bitte für jede Teilfrage eine Einschätzung zur Wichtigkeit (1 „sehr unwichtig bis 5 „sehr wichtig“):

	1	2	3	4	5
Effizienzsteigerung in der Kommunikation					
Verbesserung der Kommunikationsqualität					
Erweiterung der Reichweite der Kommunikation					
Zeiteinsparung bei der Erstellung von Inhalten					
Personalisierung der Kommunikation					
Vereinfachung von Arbeitsprozessen					

Wie zufrieden sind Sie mit den Ergebnissen, die Sie bzw. Ihre Abteilung durch den Einsatz von generativen KI-Tools in Ihrer Öffentlichkeitsarbeit bisher erzielt haben? Beziehen Sie Ihre Antworten nur auf KI-Tools, die sie regelmäßiger (mind. 1x im Monat) nutzen. 1 (sehr unzufrieden) – 5 (sehr zufrieden)

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

	1	2	3	4	5
Erfahrungen mit generativen KI-Tools insgesamt					
Texte generieren					
Dokumente auswerten					
Bilder generieren					
Audios generieren					
Videos generieren					
Transkription von Audioinhalten					
Präsentationsfolien erstellen					
Designs generieren					
Übersetzen und Sprachkorrekturen					

Welche Herausforderungen oder Schwierigkeiten sind Ihnen bzw. Ihrer Abteilung bei der Nutzung von generativen KI-Tools in der Öffentlichkeitsarbeit begegnet? Wählen Sie die Antworten, die Sie wichtig oder sehr wichtig mit Blick auf die Frage einstufen

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Technische Probleme oder Fehler
- Schwierigkeiten bei der optimalen Nutzung der Tools
- Mangelnde Personalisierung oder Anpassungsfähigkeit
- Faktentreue und Verlässlichkeit
- Datenschutzbedenken
- Ethische Bedenken
- Fehlende Weiterbildungsmöglichkeiten
- Akzeptanz innerhalb der Hochschule

Wie hoch ist in etwa das monatliche Budget Ihrer Abteilung für die Nutzung der oben genannten Dienste (Abonnements, Lizenzen, API-Gebühren)? Wählen Sie die Antwort, die am besten passt.

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- bis 50 Euro
- 50 bis 150 Euro
- 150 bis 500 Euro
- 500 bis 1000 Euro
- Mehr als 1.000 Euro
- Weiß ich nicht

Erwartungen und Risikoeinschätzungen

Inwiefern hat die Nutzung von KI-Tools Ihre Kommunikationsstrategie oder -praktiken verändert, und welche Auswirkungen hat dies auf Ihre tägliche Arbeit bzw. die Ihrer Abteilung? Wählen Sie die Optionen, denen sie tendenziell oder ganz zustimmen.

- Erhebliche Verbesserung der Effizienz
- Erhöhte Anpassungsfähigkeit an verschiedene Kommunikationskanäle
- Veränderte Rollen und Verantwortlichkeiten im Team
- Stärkere Fokussierung auf datengetriebene Entscheidungsfindung
- Größerer Bedarf an technischem Know-how und Weiterbildung
- Keine signifikanten Veränderungen
- Sonstiges: _____

Welche Rolle spielen generative KI-Tools wie ChatGPT in den internen Diskussionen Ihrer Hochschule? Wählen Sie die Antwortoptionen aus, die am besten passen.

- Unsere Hochschule hat bereits einen eigenen KI-Chatbot eingerichtet
- Es gibt regelmäßige Diskussionen in Gremien und Kommissionen über solche KI-Tools.
- Es existieren bei uns bereits formelle Richtlinien oder Regelungen zur Nutzung von generativen KI-Tools.
- Es wurden Arbeitsgruppen oder Komitees eingerichtet, um sich mit generativen KI-Tools zu befassen.
- Unsere Hochschule hat strategische Ziele oder Initiativen im Zusammenhang mit generativen KI-Tools definiert.
- Es gibt Schulungsangebote o. Weiterbildungsmaßnahmen f. Mitarbeitende u./o. Studierende zu generativen KI-Tools.
- Generative KI-Tools wie ChatGPT sind bislang kein zentrales Thema in unserer Hochschule.

Können Sie uns bitte nun noch eine kurze Einschätzung abliefern: Welche bedeutsamen Veränderungen in der Hochschulkommunikation durch generative KI-Tools erwarten Sie in den nächsten Jahren?

Können Sie uns bitte abschließend noch eine kurze Einschätzung abliefern: Welche Risiken bzw. Chancen schätzen Sie mit Blick auf KI in der Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen besonders bedeutsam ein?

Merkmale der Hochschule

Welchen Typs ist Ihre Hochschule? Wählen Sie die Antwort, die am besten passt.

* Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Universität
- Fachhochschule / HAW
- Künstlerische Hochschule
- Duale Hochschule

In welcher Trägerschaft ist Ihre Hochschule?

* Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- öffentlich-rechtlich
- privat, staatlich anerkannt
- kirchlich, staatlich anerkannt

Wie viele Studierende hat Ihre Hochschule gegenwärtig?

* Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Bis 2.000 Studierende
- 2.000 bis 5.000 Studierende
- 5.000 bis 10.000 Studierende
- 10.000 bis 20.000 Studierende
- Mehr als 20.000 Studierende

Was ist der fachliche Schwerpunkt Ihrer Hochschule, gemessen an der Zahl der Studierenden? Wählen Sie die Antwort, die am besten passt.

* Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Technik- und Naturwissenschaften
- Geistes- und Sozialwissenschaften
- Anderer Schwerpunkt
- Oben genannte Fächerprofile sind etwa gleich groß

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

Verzeichnis der Übersichten

Übersicht 1:	Anwendungen und Beispiel-KI-Tools in der Umfrage.....	10
Übersicht 2:	Vergleich von Grundgesamtheit und Umfrage nach Hochschulart	11
Übersicht 3:	Vergleich von Grundgesamtheit und Umfrage nach Hochschulart	12
Übersicht 4:	Vergleich von Grundgesamtheit und Umfrage nach Hochschulart	13
Übersicht 5:	Nutzung generativer KI-Tools.....	15
Übersicht 6:	Nutzung generativer KI-Tools nach Trägerschaft der Hochschule.....	15
Übersicht 7:	Anwendungsfälle für generative KI-Tools	17
Übersicht 8:	Zufriedenheit mit dem Einsatz generativer KI-Tools	18
Übersicht 9:	Bedeutsamkeit spezifischer Herausforderungen bei der Nutzung generativer KI-Tools.....	19
Übersicht 10:	Bedürfnisse und Ziele der Nutzung generativer KI-Tools	19
Übersicht 11:	Monatlich aufgewendetes Budget für die Nutzung generativer KI-Tools	20
Übersicht 12:	Auswirkungen auf Kommunikationsstrategie oder -praktiken.....	21
Übersicht 13:	Auswirkungen auf Kommunikationsstrategie oder -praktiken.....	22
Übersicht 14:	Nutzung generativer KI-Tools nach Hochschulart	32
Übersicht 15:	Nutzung generativer KI-Tools nach Trägerschaft	33
Übersicht 16:	Nutzung generativer KI-Tools nach Größe	33
Übersicht 17:	Nutzung generativer KI-Tools nach Fächerschwerpunkt.....	35
Übersicht 18:	Zufriedenheit mit der Nutzung generativer KI-Tools insgesamt	36
Übersicht 19:	Korrelation von Zufriedenheit mit der Nutzung generativer KI-Tools insgesamt mit weiteren Merkmalen der Befragung	37

Institut für Hochschulforschung Halle-Wittenberg (HoF)

Das Institut für Hochschulforschung (HoF) wurde 1996 gegründet. Es knüpfte an die Vorgängereinrichtung „Projektgruppe Hochschulforschung Berlin-Karlsruher“ an, die seit 1991 die ostdeutsche Hochschultransformation begleitet hatte. Als An-Institut ist HoF der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg assoziiert und an der Lehre in verschiedenen Studiengängen beteiligt. Direktor des Instituts ist Prof. Peer Pasternack.

Programm

Das HoF-Tätigkeitsprofil wird durch fünf Aspekte bestimmt:

- HoF betreibt primär Forschung über Hochschulen und ist, damit verknüpft, in Teilbereichen der Wissenschaftsforschung, Zeitgeschichte, Bildungs- und Regionalforschung tätig. Hochschulforschung ist keine Disziplin, sondern ein Forschungsfeld. Dieses wird mit öffentlichen Mitteln unterhalten, weil ein Handlungsfeld – das Hochschulwesen – aktiv zu gestalten ist: Um die Rationalität der entsprechenden Entscheidungsprozesse zu steigern, wird handlungsrelevantes Wissen benötigt. In diesem Sinne ist HoF bewusst im Feld zwischen Forschung und Anwendung tätig. Dabei setzt die Anwendung Forschung voraus – nicht umgekehrt.

- Das Hochschulsystem bildet einerseits den Adapter zwischen Bildungs- und Wissenschaftssystem. Andererseits trägt es zur Kopplung von kultureller und ökonomischer Reproduktion der Gesellschaft bei. Mithin ist die Integration von vier Systemlogiken zu bewerkstelligen: gesellschaftlich unterstützte individuelle Selbstermächtigung (Bildung), wissensgeleitete Erzeugung von Deutungen, Erklärungen und daraus konstruierten Handlungsoptionen (Wissenschaft), sinngebundene Orientierung (Kultur) sowie ressourcen gebundene Bedürfnisbefriedigung (Ökonomie). Die Hochschulforschung muss dies systematisch abbilden.

- Daher ist Hochschulforschung ein fortwährendes interdisziplinäres Kopplungsmanöver. Sie empfängt ihre wesentlichen methodischen und theoretischen Anregungen aus der Soziologie, Politikwissenschaft und Pädagogik/Erziehungswissenschaft. Systematisch ist sie zwischen den z.T. inhaltlich überlappenden Forschungsfeldern Bildungs- und Wissenschaftsforschung angesiedelt. Schnittstellen weist sie insbesondere zur Verwaltungs-, Rechts- und Wirtschaftswissenschaft auf, daneben aber auch zu vergleichbar interdisziplinär angelegten Bereichen wie der Schul- sowie der Arbeitsmarkt- und Berufsforschung.

- Die Interdisziplinarität der Hochschulforschung macht eigene Nachwuchsentwicklung nötig. HoF stellt sich dieser Aufgabe, indem es Promotionsprojekte unterstützt. Alle Promovierenden am Institut sind zugleich in die Bearbeitung von Forschungsprojekten einbezogen, um auf diese Weise einen sukzessiven Einstieg in Methoden, theoretische Ansätze und Themen des Forschungsfeldes zu erlangen.

- HoF ist das einzige Institut, welches in den ostdeutschen Bundesländern systematisch Forschung über Hochschulen betreibt. Daraus ergeben sich besondere Projekt- und Anwendungsbezüge. Sie werden unter dem Titel „Raumbezüge der Hochschulentwicklung im demografischen Wandel“ integriert.

Im Mittelpunkt der Arbeit stehen handlungsfeldnahe Analysen der aktuellen Hochschulentwicklung:

- Eine besondere Aufmerksamkeit gilt Untersuchungen zu Raumbezügen der Hochschulentwicklung („Hochschule in der Region“), Third Mission und Wissenschaftskommunikation.

- Intensiv bearbeitet HoF Fragen der Hochschulgovernance und Hochschulorganisation, des Wissenschaftsmanagements, der Qualitätsentwicklung an Hochschulen, akademischer Personalentwicklung incl. Gleichstellung, der Hochschulbildung, Studienreform und Nachwuchsförderung. Damit wird nahezu komplett das Spektrum der Hochschulentwicklung und -forschung abgedeckt.

- Ein Alleinstellungsmerkmal ist, dass HoF als einzige unter den deutschen Hochschulforschungseinrichtungen kontinuierlich auch (zeit-)historische Themen bearbeitet.

Wissenschaftsinformation

HoF publiziert die Fachzeitschrift „die hochschule“ und gibt beim BWV Berliner Wissenschafts-Verlag die Reihe „Hochschul- und Wissenschaftsforschung Halle-Wittenberg“ heraus. Forschungsreports werden in den „HoF-Arbeitsberichten“ veröffentlicht. Dem Wissenstransfer in die praktische Hochschulentwicklung widmen sich die „HoF-Handreichungen“. Das Erstellen von thematischen Handbüchern und Überblicksdarstellungen ist eine langjährige Spezialität des Instituts.

HoF verfügt über einen Fachinformationsservice mit Spezialbibliothek. Die öffentlich zugängliche Bibliothek verfügt über ca. 60.000 Bände und etwa 180 Zeitschriften. Als Besonderheit existiert eine umfangreiche Sammlung zum DDR-Hochschulwesen und zu den Hochschulsystemen der osteuropäischen Staaten. Alle Titel der Spezialbibliothek sind über Literaturdatenbanken recherchierbar.

Der Fachinformationsservice übernimmt nicht nur Rechercheleistungen für die Forschung des Instituts. Er speist auch überregionale Informationsangebote (FIS Bildung, Deutscher Bildungsserver, FID Erziehungswissenschaft und Bildungsforschung). Davon profitiert wiederum die Forschung am HoF.

Der Print-Newsletter „HoF-Berichterstatte“ informiert zweimal im Jahr und der HoF-eMail-Newsletter dreimal jährlich über die Arbeit des Instituts. Ein Großteil der Informationsangebote steht auf der Website des Instituts zum Download zur Verfügung (<http://www.hof.uni-halle.de>).

Standort

Lutherstadt Wittenberg liegt im Osten Sachsen-Anhalts, zwischen Leipzig, Halle und Berlin. Die Ansiedlung des Instituts in Wittenberg stand im Kontext der Neubelebung des historischen Universitätsstandorts. 1502 war die Wittenberger Universität Leucorea gegründet worden und wurde nach mehr als 300 Jahren, 1817, durch die Vereinigung mit der Universität in Halle aufgegeben. In Anknüpfung an die historische Leucorea ist 1994 eine gleichnamige Stiftung errichtet worden, in deren Räumlichkeiten das Institut ansässig ist. Unter den Wittenberger Instituten ist HoF seit langem das drittmittelstärkste, größte und produktivste. Neben Forschung und Lehre nimmt es auch seine eigene Third Mission sehr ernst: Ausdruck dessen ist insbesondere, dass die lokale und regionale Bildungsgeschichte bearbeitet wird, z.B. mit der Website zur historischen Universität Wittenberg (www.uni-wittenberg.de).

Bislang erschienene HoF-Arbeitsberichte

Online-Fassungen unter

https://www.hof.uni-halle.de/publikationen/hof_arbeitsberichte.htm

- 125: Reinhard Kreckel: *Soziale Integration und nationale Identität. Eine Wiederbegegnung nach drei Jahrzehnten*, 2024, 42 S.
- 124: Christiane Arndt / Anne Mielke: *Vielfalt und Chancengerechtigkeit: Aktivitäten von und in Fachgesellschaften*, unt. Mitarb. v. Peer Pasternack, 2024, 124 S.
- 123: Rocío Ramirez / Olivia Laska / Arne Böker: *Studienvorbereitung für internationale Studieninteressierte in Deutschland. Eine Momentaufnahme eines dynamischen Feldes*, unt. Mitarb. von Ricarda Abendroth, Sophie Korthase, Roxana Schwitalla, 2023, 82 S.
- 122: Justus Henke: *Hochschulkommunikation im Zeitalter der KI: Erste Einblicke in die Nutzung und Perspektiven generativer KI-Tools*, 2023, 53 S.
- 121: Peer Pasternack (Hg.): *Weit verbreitet und kaum erforscht: Wissenschaftliche Beiräte in der Wissenschaft*, 2022, 86 S.
- 120: Peer Pasternack: *Nicht nur Resteverwertung. Die Verwendungen der Wittenberger Universitätsfondation nach 1817*, 2022, 143 S.
- 119: Sebastian Schneider / Sylvi Mauermeister / Robert Aust / Justus Henke: *Paralleluniversen des Wissenschaftsmanagements: Ein Vergleich zwischen Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen*, 2022, 114 S.
- 118: Peer Pasternack / Andreas Beer: *Die externe Kommunikation der Wissenschaft in der bisherigen Corona-Krise (2020/2021). Eine kommentierte Rekonstruktion*, unt. Mitarb. v. Justus Henke, Sophie Korthase und Philipp Rediger, 2022, 79 S.
- 117: Cristina Raffaele / Philipp Rediger: *Die Partizipation Studierender als Kriterium der Qualitätssicherung in Studium und Lehre*, unt. Mitarb. v. Sebastian Schneider, 2021, 51 S.
- 116: Daniel Hechler / Theresa Hykel / Peer Pasternack: *Zum Stand der Disziplinentwicklung der Kindheitspädagogik. Materialband zum WiFF-Report*, 2021, 126 S.
- 115: Peer Pasternack: *Das fünfte Jahrfünft. Forschung, Wissenstransfer und Nachwuchsförderung am Institut für Hochschulforschung Halle-Wittenberg (HoF) 2016–2020*, 2021, 97 S.
- 114: Claudia Göbel / Justus Henke / Sylvi Mauermeister / Verena Plümpe: *Citizen Science jenseits von MINT. Bürgerforschung in den Geistes- und Sozialwissenschaften*, unter Mitarbeit von Nicola Gabriel, 2020, 105 S.
- 113: Sascha Alexander Blasczyk / Peer Pasternack: *Input- und Leistungsdaten der Hochschulen in den ostdeutschen Flächenländern unter besonderer Berücksichtigung der Universitäten*, 2020, 69 S.
- 112: Andreas Beer / Justus Henke / Peer Pasternack: *Kommunikation organisieren. Die koordinierende Begleitung von Forschungsförderprogrammen, verhandelt an Beispielen aus der Bildungs-, Wissenschafts- und Hochschulforschung*, unter Mitarbeit von Jennifer Jacob und Steffen Zierold, 2019, 148 S.
- 111: Peer Pasternack / Sebastian Schneider: *Kooperationsplattformen: Situation und Potenziale in der Wissenschaft Sachsen-Anhalts*, unter Mitarbeit von Carolin Seifert, 2019, 129 S.
- 110: Anke Burkhardt / Florian Harrlandt / Jens-Heinrich Schäfer: *„Wie auf einem Basar“. Berufungsverhandlungen und Gender Pay Gap bei den Leistungsbezügen an Hochschulen in Niedersachsen*, unter Mitarbeit von Judit Anacker, Aaron Philipp, Sven Preußner, Philipp Rediger, 2019, 142 S.
- 109: Justus Henke / Norman Richter / Sebastian Schneider / Susen Seidel: *Disruption oder Evolution? Systemische Rahmenbedingungen der Digitalisierung in der Hochschulbildung*, 2019, 158 S.
- 108: Uwe Grelak / Peer Pasternack: *Lebensbegleitend: Konfessionell gebundene religiöse, politische und kulturelle Allgemeinbildungsaktivitäten incl. Medienarbeit in der DDR. Dokumentation der Einrichtungen, Bildungs- und Kommunikationsformen*, 2018, 143 S.
- 107: Anke Burkhardt / Florian Harrlandt: *Dem Kulturwandel auf der Spur. Gleichstellung an Hochschulen in Sachsen. Im Auftrag des Sächsischen Staatsministeriums für Wissenschaft und Kunst*, unter Mitarbeit von Zozan Dikkat und Charlotte Hansen, 2018, 124 S.
- 106: Uwe Grelak / Peer Pasternack: *Konfessionelle Fort- und Weiterbildungen für Beruf und nebenberufliche Tätigkeiten in der DDR. Dokumentation der Einrichtungen und Bildungsformen*, 2018, 107 S.
- 105: Uwe Grelak / Peer Pasternack: *Das kirchliche Berufsbildungswesen in der DDR*, 2018, 176 S.
- 104: Uwe Grelak / Peer Pasternack: *Konfessionelles Bildungswesen in der DDR: Elementarbereich, schulische und neben schulische Bildung*, 2017, 104 S.
- 103: Peer Pasternack / Sebastian Schneider / Peggy Trautwein / Steffen Zierold: *Ausleuchtung einer Blackbox. Die organisatorischen Kontexte der Lehrqualität an Hochschulen*, 2017, 103 S.
- 102: Anke Burkhardt / Gunter Quaißer / Barbara Schnalzer / Christoph Schubert: *Förderlandschaft und Promotionsformen. Studie im Rahmen des Bundesberichts Wissenschaftlicher Nachwuchs (BuWiN) 2017*, 2016, 103 S.
- 101: Peer Pasternack: *25 Jahre Wissenschaftspolitik in Sachsen-Anhalt: 1990–2015*, 2016, 92 S.
- 100: Justus Henke / Peer Pasternack / Sarah Schmid / Sebastian Schneider: *Third Mission Sachsen-Anhalt. Fallbeispiele OvGU Magdeburg und Hochschule Merseburg*, 2016, 92 S.
- 1'16: Peer Pasternack: *Konsolidierte Neuaufstellung. Forschung, Wissenstransfer und Nachwuchsförderung am Institut für Hochschulforschung Halle-Wittenberg (HoF) 2011–2015*, 124 S.
- 3'15: Peggy Trautwein: *Lehrpersonal und Lehrqualität. Personalstruktur und Weiterbildungschancen an den Hochschulen Sachsen-Anhalts*, unter Mitarbeit von Thomas Berg, Sabine Gabriel, Peer Pasternack, Annika Rathmann und Claudia Wendt, 44 S.
- 2'15: Justus Henke / Peer Pasternack / Sarah Schmid: *Viele Stimmen, kein Kanon. Konzept und Kommunikation der Third Mission von Hochschulen*, 107 S.
- 1'15: Peggy Trautwein: *Heterogenität als Qualitätsherausforderung für Studium und Lehre. Ergebnisse der Studierendenbefragung 2013 an den Hochschulen Sachsen-Anhalts*, unter Mitarbeit von Jens Gillesen, Christoph Schubert, Peer Pasternack und Sebastian Bonk, 116 S.
- 5'13: Christin Fischer / Peer Pasternack / Henning Schulze / Steffen Zierold: *Soziologie an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. Dokumentation zum Zeitraum 1945 – 1991*, 56 S.
- 4'13: Gunter Quaißer / Anke Burkhardt: *Beschäftigungsbedingungen als Gegenstand von Hochschulsteuerung. Studie im Auftrag der Hamburger Behörde für Wissenschaft und Forschung*, 89 S.
- 3'13: Jens Gillesen / Peer Pasternack: *Zweckfrei nützlich: Wie die Geistes- und Sozialwissenschaften regional wirksam werden. Fallstudie Sachsen-Anhalt*, 124 S.
- 2'13: Thomas Erdmenger / Peer Pasternack: *Eingänge und Ausgänge. Die Schnittstellen der Hochschulbildung in Sachsen-Anhalt*, 99 S.
- 1'13: Sarah Schmid / Justus Henke / Peer Pasternack: *Studieren mit und ohne Abschluss. Studienerfolg und Studienabbruch in Sachsen-Anhalt*, 77 S.
- 8'12: Justus Henke / Peer Pasternack: *Die An-Institutslandschaft in Sachsen-Anhalt*, 36 S.
- 7'12: Martin Winter / Annika Rathmann / Doreen Trümpler / Teresa Falkenhagen: *Entwicklungen im deutschen Studiensystem. Analysen zu Studienangebot, Studienplatzvergabe, Studienwerbung und Studienkapazität*, 177 S.

- 6'12: Karin Zimmermann: *Bericht zur Evaluation des „Professorinnenprogramm des Bundes und der Länder“*, 53 S.
- 5'12: Romy Höhne / Peer Pasternack / Steffen Zierold: *Ein Jahrzehnt Hochschule-und-Region-Gutachten für den Aufbau Ost (2000-2010), Erträge einer Meta-Analyse*, 91 S.
- 4'12: Peer Pasternack (Hg.): *Hochschul- und Wissensgeschichte in zeithistorischer Perspektive. 15 Jahre zeitgeschichtliche Forschung am Institut für Hochschulforschung Halle-Wittenberg (HoF)*, 135 S.
- 3'12: Karsten König / Gesa Koglin / Jens Preische / Gunter Quaißer: *Transfer steuern – Eine Analyse wissenschaftspolitischer Instrumente in sechzehn Bundesländern*, 107 S.
- 2'12: Johannes Keil / Peer Pasternack / Nurdin Thielemann: *Männer und Frauen in der Frühpädagogik. Genderbezogene Bestandsaufnahme*, 50 S.
- 1'12: Steffen Zierold: *Stadtentwicklung durch geplante Kreativität? Kreativwirtschaftliche Entwicklung in ostdeutschen Stadtquartieren*, 63 S.
- 7'11: Peer Pasternack / Henning Schulze: *Wissenschaftliche Wissenschaftspolitikberatung. Fallstudie Schweizerischer Wissenschafts- und Technologierat (SWTR)*, 64 S.
- 6'11: Robert D. Reisz / Manfred Stock: *Wandel der Hochschulbildung in Deutschland und Professionalisierung*, 64 S.
- 5'11: Peer Pasternack: *HoF-Report 2006 – 2010. Forschung, Nachwuchsförderung und Wissenstransfer am Institut für Hochschulforschung Halle-Wittenberg*, 90 S.
- 4'11: Anja Franz / Monique Lathan / Robert Schuster: *Skalenhandbuch für Untersuchungen der Lehrpraxis und der Lehrbedingungen an deutschen Hochschulen. Dokumentation des Erhebungsinstrumentes*, 79 S.
- 3'11: Anja Franz / Claudia Kieslich / Robert Schuster / Doreen Trümpler: *Entwicklung der universitären Personalstruktur im Kontext der Föderalismusreform*, 81 S.
- 2'11: Johannes Keil / Peer Pasternack: *Frühpädagogisch kompetent. Kompetenzorientierung in Qualifikationsrahmen und Ausbildungsprogrammen der Frühpädagogik*, 139 S.
- 1'11: Daniel Hechler / Peer Pasternack: *Deutungskompetenz in der Selbstanwendung. Der Umgang der ostdeutschen Hochschulen mit ihrer Zeitgeschichte*, 225 S.
- 4'10: Peer Pasternack: *Wissenschaft und Politik in der DDR. Rekonstruktion und Literaturbericht*, 79 S.
- 3'10: Irene Lischka / Annika Rathmann / Robert D. Reisz: *Studierendenmobilität – ost- und westdeutsche Bundesländer. Studie im Rahmen des Projekts „Föderalismus und Hochschulen“*, 69 S.
- 2'10: Peer Pasternack / Henning Schulze: *Die frühpädagogische Ausbildungslandschaft. Strukturen, Qualifikationsrahmen und Curricula. Gutachten für die Robert Bosch Stiftung*, 76 S.
- 1'10: Martin Winter / Yvonne Anger: *Studiengänge vor und nach der Bologna-Reform. Vergleich von Studienangebot und Studiencurricula in den Fächern Chemie, Maschinenbau und Soziologie*, 310 S.
- 5'09: Robert Schuster: *Gleichstellungsarbeit an den Hochschulen Sachsens, Sachsen-Anhalts und Thüringens*, 70 S.
- 4'09: Manfred Stock unter Mitarbeit von Robert D. Reisz und Karsten König: *Politische Steuerung und Hochschulentwicklung unter föderalen Bedingungen. Stand der Forschung und theoretisch-methodologische Vorüberlegungen für eine empirische Untersuchung*, 41 S.
- 3'09: Enrique Fernández Darráz / Gero Lenhardt / Robert D. Reisz / Manfred Stock: *Private Hochschulen in Chile, Deutschland, Rumänien und den USA – Struktur und Entwicklung*, 116 S.
- 2'09: Viola Herrmann / Martin Winter: *Studienwahl Ost. Befragung von westdeutschen Studierenden an ostdeutschen Hochschulen*, 44 S.
- 1'09: Martin Winter: *Das neue Studieren. Chancen, Risiken, Nebenwirkungen der Studienstrukturreform: Zwischenbilanz zum Bologna-Prozess in Deutschland*, 91 S.
- 5'08: Karsten König / Peer Pasternack: *elementar + professionell. Die Akademisierung der elementarpädagogischen Ausbildung in Deutschland. Mit einer Fallstudie: Studiengang „Erziehung und Bildung im Kindesalter“ an der Alice Salomon Hochschule Berlin*, 159 S.
- 4'08: Peer Pasternack / Roland Bloch / Daniel Hechler / Henning Schulze: *Fachkräfte bilden und binden. Lehre und Studium im Kontakt zur beruflichen Praxis in den ostdeutschen Ländern*, 137 S.
- 3'08: Teresa Falkenhagen: *Stärken und Schwächen der Nachwuchsförderung. Meinungsbild von Promovierenden und Promovierten an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg*, 123 S.
- 2'08: Heike Kahlert / Anke Burkhardt / Ramona Myrrhe: *Gender Mainstreaming im Rahmen der Zielvereinbarungen an den Hochschulen Sachsen-Anhalts: Zwischenbilanz und Perspektiven*, 120 S.
- 1'08: Peer Pasternack / Ursula Rabe-Kleberg: *Bildungsforschung in Sachsen-Anhalt. Eine Bestandsaufnahme*, 81 S.
- 4'07: Uta Schlegel / Anke Burkhardt: *Auftrieb und Nachhaltigkeit für die wissenschaftliche Laufbahn. Akademikerinnen nach ihrer Förderung an Hochschulen in Sachsen-Anhalt*, 46 S.
- 3'07: Michael Hölscher / Peer Pasternack: *Internes Qualitätsmanagement im österreichischen Fachhochschulsektor*, 188 S.
- 2'07: Martin Winter: *PISA, Bologna, Quedlinburg – wohin treibt die Lehrerbildung? Die Debatte um die Struktur des Lehramtsstudiums und das Studienmodell Sachsen-Anhalts*, 58 S.
- 1'07: Karsten König: *Kooperation wagen. 10 Jahre Hochschulsteuerung durch vertragsförmige Vereinbarungen*, 116 S.
- 7'06: Anke Burkhardt / Karsten König / Peer Pasternack: *Fachgutachten zur Neufassung des Sächsischen Hochschulgesetzes (SächsHG) – Gesetzentwurf der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen im Sächsischen Landtag – unter den Aspekten der Autonomieregelung und Weiterentwicklung der partizipativen Binnenorganisation der Hochschule im Vergleich zu den Regelungen des bisherigen SächsHG*, 36 S.
- 6'06: Roland Bloch: *Wissenschaftliche Weiterbildung im neuen Studiensystem – Chancen und Anforderungen. Eine explorative Studie und Bestandsaufnahme*, 64 S.
- 5'06: Rene Krempkow / Karsten König / Lea Ellwardt: *Studienqualität und Studienerfolg an sächsischen Hochschulen. Dokumentation zum „Hochschul-TÜV“ der Sächsischen Zeitung 2006*, 79 S.
- 4'06: Andrea Scheuring / Anke Burkhardt: *Schullaufbahn und Geschlecht. Beschäftigungssituation und Karriereverlauf an allgemeinbildenden Schulen in Deutschland aus gleichstellungspolitischer Sicht*, 93 S.
- 3'06: Irene Lischka: *Entwicklung der Studierwilligkeit*, 116 S.
- 2'06: Irene Lischka: *Zur künftigen Entwicklung der Studierendenzahlen in Sachsen-Anhalt. Prognosen und Handlungsoptionen. Expertise im Auftrag der Landesrektorenkonferenz von Sachsen-Anhalt*, unt. Mitarb. v. Reinhard Kreckel, 52 S.
- 1'06: Anke Burkhardt / Reinhard Kreckel / Peer Pasternack: *HoF Wittenberg 2001 – 2005. Ergebnisreport des Instituts für Hochschulforschung an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg*, 107 S.
- 7'05: Peer Pasternack / Axel Müller: *Wittenberg als Bildungsstandort. Eine exemplarische Untersuchung zur Wissensgesellschaft in geografischen Randlagen. Gutachten zum IBA-„Stadtumbau Sachsen-Anhalt 2010“-Prozess*, 156 S.
- 6'05: Uta Schlegel / Anke Burkhardt: *Frauenkarrieren und –barrieren in der Wissenschaft. Förderprogramme an Hochschulen in Sachsen-Anhalt im gesellschaftlichen und gleichstellungspolitischen Kontext*, 156 S.
- 5'05: Jens Hüttmann / Peer Pasternack: *Studiengebühren nach dem Urteil*, 67 S.
- 4'05: Klaudia Erhardt (Hrsg.): *ids hochschule. Fachinformation für Hochschulforschung und Hochschulpraxis*, 71 S.

- 3'05: Juliana Körnert / Arne Schildberg / Manfred Stock: *Hochschulentwicklung in Europa 1950-2000. Ein Datenkompendium*, 166 S.
- 2'05: Peer Pasternack: *Wissenschaft und Hochschule in Osteuropa: Geschichte und Transformation. Bibliografische Dokumentation 1990-2005*, 132 S.
- 1b'05: Uta Schlegel / Anke Burkhardt / Peggy Trautwein: *Positionen Studierender zu Stand und Veränderung der Geschlechtergleichstellung. Sonderauswertung der Befragung an der Fachhochschule Merseburg*, 51 S.
- 1a'05: Uta Schlegel / Anke Burkhardt / Peggy Trautwein: *Positionen Studierender zu Stand und Veränderung der Geschlechtergleichstellung. Sonderauswertung der Befragung an der Hochschule Harz*, 51 S.
- 6'04: Dirk Lewin / Irene Lischka: *Passfähigkeit beim Hochschulzugang als Voraussetzung für Qualität und Effizienz von Hochschulbildung*, 106 S.
- 5'04: Peer Pasternack: *Qualitätsorientierung an Hochschulen. Verfahren und Instrumente*, 138 S.
- 4'04: Jens Hüttmann: *Die „Gelehrte DDR“ und ihre Akteure. Inhalte, Motivationen, Strategien: Die DDR als Gegenstand von Lehre und Forschung an deutschen Universitäten*. Unt. Mitarb. v. Peer Pasternack, 100 S.
- 3'04: Martin Winter: *Ausbildung zum Lehrberuf. Zur Diskussion über bestehende und neue Konzepte der Lehrerbildung für Gymnasium bzw. Sekundarstufe II*, 60 S.
- 2'04: Roland Bloch / Peer Pasternack: *Die Ost-Berliner Wissenschaft im vereinigten Berlin. Eine Transformationsfolgenanalyse*, 124 S.
- 1'04: Christine Teichmann: *Nachfrageorientierte Hochschulfinanzierung in Russland. Ein innovatives Modell zur Modernisierung der Hochschulbildung*, 40 S.
- 5'03: Hansgünter Meyer (Hg.): *Hochschulen in Deutschland: Wissenschaft in Einsamkeit und Freiheit? Kolloquium-Reden am 2. Juli 2003*, 79 S.
- 4'03: Roland Bloch / Jens Hüttmann: *Evaluation des Kompetenzzentrums „Frauen für Naturwissenschaft und Technik“ der Hochschulen Mecklenburg-Vorpommerns*, 48 S.
- 3'03: Irene Lischka: *Studierwilligkeit und die Hintergründe – neue und einzelne alte Bundesländer – Juni 2003*, 148 S.
- 2'03: Robert D. Reisz: *Public Policy for Private Higher Education in Central and Eastern Europe. Conceptual clarifications, statistical evidence, open questions*, 34 S.
- 1'03: Robert D. Reisz: *Hochschulpolitik und Hochschulentwicklung in Rumänien zwischen 1990 und 2000*, 42 S.
- 5'02: Christine Teichmann: *Forschung zur Transformation der Hochschulen in Mittel- und Osteuropa: Innen- und Außenansichten*, 42 S.
- 4'02: Hans Rainer Friedrich: *Neuere Entwicklungen und Perspektiven des Bologna-Prozesses*, 22 S.
- 3'02: Irene Lischka: *Erwartungen an den Übergang in den Beruf und hochschulische Erfahrungen. Studierende der BWL an zwei Fachhochschulen in alten/neuen Bundesländern*, 93 S.
- 2'02: Reinhard Kreckel / Dirk Lewin: *Künftige Entwicklungsmöglichkeiten des Europäischen Fernstudienzentrums Sachsen-Anhalt auf der Grundlage einer Bestandsaufnahme zur wissenschaftlichen Weiterbildung und zu Fernstudienangeboten in Sachsen-Anhalt*, 42 S.
- 1'02: Reinhard Kreckel / Peer Pasternack: *Fünf Jahre HoF Wittenberg – Institut für Hochschulforschung an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. Ergebnisreport 1996-2001*, 79 S.
- 5'01: Peer Pasternack: *Gelehrte DDR. Die DDR als Gegenstand der Lehre an deutschen Universitäten 1990–2000*. Unt. Mitarb. v. Anne Glück, Jens Hüttmann, Dirk Lewin, Simone Schmid und Katja Schulze, 131 S.
- 4'01: Christine Teichmann: *Die Entwicklung der russischen Hochschulen zwischen Krisenmanagement und Reformen. Aktuelle Trends einer Hochschulreform unter den Bedingungen der Transformation*, 51 S.
- 3'01: Heidrun Jahn: *Duale Studiengänge an Fachhochschulen. Abschlussbericht der wissenschaftlichen Begleitung eines Modellversuchs an den Fachhochschulen Magdeburg und Merseburg*, 58 S.
- 2'01: Jan-Hendrik Olbertz / Hans-Uwe Otto (Hg.): *Qualität von Bildung. Vier Perspektiven*, 127 S.
- 1'01: Peer Pasternack: *Wissenschaft und Höhere Bildung in Wittenberg 1945 – 1994*, 45 S.
- 5'00: Irene Lischka: *Lebenslanges Lernen und Hochschulbildung. Zur Situation an ausgewählten Universitäten*, 75 S.
- 4'00: Kultusministerium des Landes Sachsen-Anhalt / HoF Wittenberg (Hg.): *Ingenieurausbildung der Zukunft unter Berücksichtigung der Länderbeziehungen zu den Staaten Mittel- und Osteuropas. Dokumentation eines Workshops am 09./10. Mai 2000 in Lutherstadt Wittenberg*, 83 S.
- 3'00: Dirk Lewin: *Studieren in Stendal. Untersuchung eines innovativen Konzepts. Zweiter Zwischenbericht*, 127 S.
- 2'00: Anke Burkhardt: *Militär- und Polizeihochschulen in der DDR. Wissenschaftliche Dokumentation*, 182 S.
- 1'00: Heidrun Jahn: *Bachelor und Master in der Erprobungsphase. Chancen, Probleme, fachspezifische Lösungen*, 65 S.
- 7'99: Bettina Alesi: *Lebenslanges Lernen und Hochschulen in Deutschland. Literaturbericht und annotierte Bibliographie (1990–1999) zur Entwicklung und aktuellen Situation*. In Kooperation mit Barbara M. Kehm und Irene Lischka, 67 S.
- 6'99: Heidrun Jahn / Reinhard Kreckel: *Bachelor- und Masterstudiengänge in Geschichte, Politikwissenschaft und Soziologie. International vergleichende Studie*, 72 S.
- 5'99: Irene Lischka: *Studierwilligkeit und Arbeitsmarkt. Ergebnisse einer Befragung von Gymnasiasten in Sachsen-Anhalt*, 104 S.
- 4'99: Heidrun Jahn: *Berufsrelevanter Qualifikationserwerb in Hochschule und Betrieb. Zweiter Zwischenbericht aus der wissenschaftlichen Begleitung dualer Studiengangsentwicklung*, 35 S.
- 3'99: Dirk Lewin: *Auswahlgespräche an der Fachhochschule Altmark. Empirische Untersuchung eines innovativen Gestaltungselements*, 61 S.
- 2'99: Peer Pasternack: *Hochschule & Wissenschaft in Osteuropa. Annotierte Bibliographie der deutsch- und englischsprachigen selbständigen Veröffentlichungen 1990-1998*, 81 S.
- 1'99: Gertraude Buck-Bechler: *Hochschule und Region. Königskinder oder Partner?*, 65 S.
- 5'98: Irene Lischka: *Entscheidung für höhere Bildung in Sachsen-Anhalt. Gutachten*, 43 S.
- 4'98: Peer Pasternack: *Effizienz, Effektivität & Legitimität. Die deutsche Hochschulreformdebatte am Ende der 90er Jahre*, 30 S.
- 3'98: Heidrun Jahn: *Zur Einführung von Bachelor- und Masterstudiengängen in Deutschland. Sachstands- und Problemanalyse*, 38 S.
- 2'98: Dirk Lewin: *Die Fachhochschule der anderen Art. Konzeptrealisierung am Standort Stendal. Zustandsanalyse*, 44 S.
- 1'98: Heidrun Jahn: *Dualität curricular umsetzen. Erster Zwischenbericht aus der wissenschaftlichen Begleitung eines Modellversuchs an den Fachhochschulen Magdeburg und Merseburg*, 40 S.
- 5'97: Anke Burkhardt: *Stellen und Personalbestand an ost-deutschen Hochschulen 1995. Datenreport*, 49 S.
- 4'97: Irene Lischka: *Verbesserung der Voraussetzungen für die Studienwahl. Situation in der Bundesrepublik Deutschland*, 15 S.
- 3'97: Gertraude Buck-Bechler: *Zur Arbeit mit Lehrberichten*, 17 S.
- 2'97: Irene Lischka: *Gymnasiasten der neuen Bundesländer. Bildungsabsichten*, 33 S.
- 1'97: Heidrun Jahn: *Duale Fachhochschulstudiengänge. Wissenschaftliche Begleitung eines Modellversuchs*, 22 S.

die hochschule. journal für wissenschaft und bildung

Herausgegeben für das Institut für Hochschulforschung (HoF) von Peer Pasternack.
Redaktion: Daniel Watermann

Themenhefte 2014–2024:

Franziska Bomski (Hg.): *Inventur. Der Personalumbau in den ostdeutschen Wissenschaften nach 1989* (2024, 188 S., € 17,50)

Justus Henke / Annika Felix / Katja Knuth-Herzig (Hg.): *Vermittelnde Expertise. Schnittstellen von Management und Kommunikation im Wissenschaftssystem* (2023, 240 S., 20,-)

Peer Pasternack / Daniel Watermann (Hg.): *Studieren mit und ohne Corona* (2022, 254 S.; € 20,-)

Rocio Ramirez / Andreas Beer / Peer Pasternack: *WiHoTop – Elemente einer Topografie der deutschen Wissenschafts- und Hochschulforschung*, unt. Mitarb. v. Sophie Korthase (2021, 153 S.; € 17,50)

Annemarie Matthies / Bettina Radeiski (Hg.): *Wissenstransfer (in) der Sozialen Arbeit. Zur Produktivität wissenschaftlicher Vermittlungs- und Transfervorstellungen* (2020, 180 S.; € 17,50)

Sandra Beaufäys / Anja Franz / Svea Korff (Hg.): *Ausstieg aus der Wissenschaft* (2020, 175 S.; € 17,50)

Annett Maiwald / Annemarie Matthies / Christoph Schubert (Hg.): *Prozesse der Akademisierung. Zu Gegenständen, Wirkmechanismen und Folgen hochschulischer Bildung* (2019, 189 S.; € 17,50)

Daniel Hechler / Peer Pasternack (Hg.): *Arbeit an den Grenzen. Internes und externes Schnittstellenmanagement an Hochschulen* (2018, 279 S.; € 20,-)

Daniel Hechler / Peer Pasternack (Hg.): *Einszweivierpunktull. Digitalisierung von Hochschule als Organisationsproblem. Folge 2* (2017, 176 S.; € 17,50)

Daniel Hechler / Peer Pasternack (Hg.): *Einszweivierpunktull. Digitalisierung von Hochschule als Organisationsproblem* (2017, 193 S.; € 17,50)

Peter Tremp / Sarah Tresch (Hg.): *Akademische Freiheit. ‚Core Value‘ in Forschung, Lehre und Studium* (2016, 181 S.; € 17,50)

Cort-Denis Hachmeister / Justus Henke / Isabel Roessler / Sarah Schmid (Hg.): *Gestaltende Hochschulen. Beiträge und Entwicklungen der Third Mission* (2016, 170 S.; € 17,50)

Marion Kamphans / Sigrid Metz-Göckel / Margret Bülow-Schramm (Hg.): *Tabus und Tabuverletzungen an Hochschulen* (2015, 214 S.; € 17,50)

Daniel Hechler / Peer Pasternack (Hrsg.): *Ein Vierteljahrhundert später. Zur politischen Geschichte der DDR-Wissenschaft* (2015, 185 S.; € 17,50)

Susen Seidel / Franziska Wielepp (Hg.): *Diverses. Heterogenität an der Hochschule* (2014, 216 S.; € 17,50)

Peer Pasternack (Hg.): *Hochschulforschung von innen und seitwärts. Sichtachsen durch ein Forschungsfeld* (2014, 226 S.; € 17,50)

<http://www.die-hochschule.de> – Bestellungen unter: institut@hof.uni-halle.de

HoF-Handreichungen. Beihefte zu „die hochschule“

Volltexte auch unter <https://www.hof.uni-halle.de/journal/handreichungen.htm>

Handreichungen 2013–2021:

15: Peer Pasternack / Philipp Rediger / Sebastian Schneider: *Instrumente der Entbürokratisierung an Hochschulen*, Halle-Wittenberg 2021, 119 S.

14: Claudia Göbel / Justus Henke / Sylvi Mauermeister: *Kultur und Gesellschaft gemeinsam erforschen. Überblick und Handlungsoptionen zu Citizen Science- und Sozialwissenschaften*, unt. Mitarb. v. Susann Hippler, Nicola Gabriel und Steffen Zierold, Halle-Wittenberg 2020, 128 S.

13: Andreas Beer / Justus Henke / Peer Pasternack: *Integrieren und kommunizieren. Leitfaden und Toolboxen zur koordinativen Begleitung von Forschungsverbänden und Förderprogrammen*, Halle-Wittenberg 2020, 140 S.

12: Peer Pasternack: *Partizipation an Hochschulen. Zwischen Legitimität und Hochschulrecht*, Halle-Wittenberg 2020, 92 S.

11: Sascha Alexander Blasczyk / Peer Pasternack: *Exzellenzstrategie und die Universitäten in den ostdeutschen Flächenländern. Input- und Leistungsdaten – Schlussfolgerungen*, Halle-Wittenberg 2020, 52 S.

10: Peer Pasternack / Sebastian Schneider / Sven Preußner: *Administrationslasten. Die Zunahme organisatorischer Anforderungen an den Hochschulen: Ursachen und Auswege*, Halle-Wittenberg 2019, 146 S.

9: Justus Henke / Peer Pasternack: *Hochschulsystemfinanzierung. Wegweiser durch die Mittelströme*, Halle-Wittenberg 2017, 93 S.

8: Justus Henke / Peer Pasternack / Sarah Schmid: *Third Mission bilanzieren. Die dritte Aufgabe der Hochschulen und ihre öffentliche Kommunikation*, Halle-Wittenberg 2016, 109 S.

7: Martina Dömling / Peer Pasternack: *Studieren und bleiben. Berufseinstieg internationaler HochschulabsolventInnen in Deutschland*, Halle-Wittenberg 2015, 98 S.

6: Justus Henke / Romy Höhne / Peer Pasternack / Sebastian Schneider: *Mission possible. Gesellschaftliche Verantwortung ostdeutscher Hochschulen: Entwicklungschance im demografischen Wandel*, Halle-Wittenberg 2014, 118 S.

5: Jens Gillissen / Isabell Maue (Hg.): *Knowledge Europe. EU-Strukturfondsfinanzierung für wissenschaftliche Einrichtungen*, unt. Mitarb. v. Peer Pasternack und Bernhard von Wendland, Halle-Wittenberg 2014, 127 S.

4: Peer Pasternack / Steffen Zierold: *Überregional basierte Regionalität. Hochschulbeiträge zur Entwicklung demografisch herausgeforderter Regionen. Kommentierte Thesen*, unt. Mitarb. v. Thomas Erdmenger, Jens Gillissen, Daniel Hechler, Justus Henke und Romy Höhne, Halle-Wittenberg 2014, 120 S.

3: Peer Pasternack / Johannes Keil: *Vom ‚mütterlichen‘ Beruf zur differenzierten Professionalisierung. Ausbildungen für die frühkindliche Pädagogik*, Halle-Wittenberg 2013, 107 S.

Bestellungen unter: institut@hof.uni-halle.de

Schriftenreihe „Hochschul- und Wissenschaftsforschung Halle-Wittenberg“ 2016–2023

Andreas Beer / Daniel Hechler / Peer Pasternack / Rocío Ramirez: *Der Wissenschaftliche Beirat. Das letzte bislang unaufgeklärte Qualitätsinstrument in der Wissenschaft*, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2023, 227 S.

Uwe Grelak / Peer Pasternack: *150.000 Seiten konfessionelles Bildungswesen in der DDR. Bibliografische Dokumentation der seit 1990 publizierten Literatur*, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2022, 327 S.

Sylvi Mauermeister: *Eingeschrieben und Geblieben? Herkunftsgruppenspezifische Bedingungen des Studienverbleibs nach der Studieneingangsphase an Universitäten*, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2022, 390 S.

Peer Pasternack: *MINT und Med. in der DDR. Die DDR-Natur-, Ingenieur- und medizinischen Wissenschaften im Spiegel ihrer dreißigjährigen Aufarbeitung und Erforschung seit 1990*, unt. Mitarb. v. Daniel Hechler, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2021, 678 S.

Justus Henke: *Third Mission als Organisationsherausforderung. Neuausrichtung der Machtstrukturen in der Hochschule durch Professionalisierungstendenzen im Wissenschaftsmanagement*, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2019, 296 S.

Peer Pasternack: *Fünf Jahrzehnte, vier Institute, zwei Systeme. Das Zentralinstitut für Hochschulbildung Berlin (ZHB) und seine Kontexte 1964–2014*, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2019, 497 S.

Rui Wu: *Zur Promotion ins Ausland. Erwerb von implizitem Wissen in der Doktorandenausbildung. Am Beispiel der wissenschaftlichen Qualifikationsprozesse chinesischer Doktoranden in Deutschland*, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2019, 383 S.

Daniel Hechler / Peer Pasternack / Steffen Zierold: *Wissenschancen der Nichtmetropolen. Wissenschaft und Stadtentwicklung in mittelgroßen Städten*, unt. Mitw. v. Uwe Grelak und Justus Henke, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2018, 359 S.

Peer Pasternack / Sebastian Schneider / Peggy Trautwein / Steffen Zierold: *Die verwaltete Hochschulwelt. Reformen, Organisation, Digitalisierung und das wissenschaftliche Personal*, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2018, 361 S.

Daniel Hechler / Peer Pasternack: *Hochschulen und Stadtentwicklung in Sachsen-Anhalt*, unt. Mitw. v. Jens Gillissen, Uwe Grelak, Justus Henke, Sebastian Schneider, Peggy Trautwein und Steffen Zierold, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2018, 347 S.

Justus Henke / Peer Pasternack / Sarah Schmid: *Mission, die dritte. Die Vielfalt jenseits hochschulischer Forschung und Lehre: Konzept und Kommunikation der Third Mission*, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2017, 274 S.

Peer Pasternack (Hg.): *Kurz vor der Gegenwart. 20 Jahre zeitgeschichtliche Aktivitäten am Institut für Hochschulforschung Halle-Wittenberg (HoF) 1996–2016*, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2017, 291 S.

Uwe Grelak / Peer Pasternack: *Theologie im Sozialismus. Konfessionell gebundene Institutionen akademischer Bildung und Forschung in der DDR. Eine Gesamtübersicht*, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2016, 341 S.

Peer Pasternack: *20 Jahre HoF. Das Institut für Hochschulforschung Halle-Wittenberg 1996–2016: Vorgeschichte – Entwicklung – Resultate*, BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag, Berlin 2016, 273 S.

Weitere Veröffentlichungen aus dem Institut für Hochschulforschung (HoF) 2021–2024

Peer Pasternack: *Von Campus- bis Industrieliteratur. Eine literarische DDR-Wissenschaftsgeschichte*, Tectum-Verlag, Baden-Baden 2024, 640 S.

Peer Pasternack: *Lose gekoppelt. Die Universität Halle-Wittenberg und die Stadt Wittenberg seit 1817: eine Beziehungsgeschichte*, unt. Mitarb. v. Daniel Watermann, Mitteldeutscher Verlag, Halle (Saale) 2024, 332 S.

Marianne Merkt / Peer Pasternack / Philipp Pohlenz (Hg.): *Verbände deutscher Hochschulen zur Lehrentwicklung. Analyse der Rahmenbedingungen und Gelingensfaktoren*, Verlag Dr. Kovač, Hamburg 2024, 183 + XXXVIII S.

Robert Aust / Sebastian Schneider / Justus Henke / Alexander Hönsch: *Auf der Hinterbühne des Erfolgs. Wirksame Kriterien für Entbürokratisierung im hochschulischen Transfer*, WiKET-Lessons-Learned-Paper Nr. 1, Institut für Hochschulforschung (HoF), Halle-Wittenberg 2023, 18 S.

Peer Pasternack: *Die Spuren der LEUCOREA (1502–1817). Ein universitätshistorischer Stadtrundgang durch das heutige Wittenberg*, Drei Kastanien Verlag, Lutherstadt Wittenberg 2023, 92 S.

Christiane Arndt / Anne Mielke: *Stand und Perspektiven der Implementierung von Hochschuldidaktik in der Governance der öffentlichen Universitäten in Österreich*, Projektbericht,

unt. Mitarb. von Peer Pasternack, Österreichisches Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung/ Institut für Hochschulforschung (HoF), Wien/Halle-Wittenberg 2023, 145 S.

Pasternack, Peer (Hg.): *Wissenschaftskommunikation, neu sortiert*, Springer Fachmedien Wiesbaden, Wiesbaden 2022, 378 S.

Peer Pasternack: *Das Sachsen-Anhalt-Wissen aus Wittenberg. Die HoF-Beiträge des letzten Jahrzehnts (2013–2022)*, Institut für Hochschulforschung (HoF), Halle-Wittenberg 2022, 206 S.

Uwe Grelak / Peer Pasternack: *Toleriert und kontrolliert. Konfessionelles Bildungswesen auf dem Gebiet Sachsen-Anhalts 1945–1989*, Mitteldeutscher Verlag, Halle (Saale) 2021, 364 S.

Daniel Hechler / Theresa Hykel / Peer Pasternack: *Disziplinentwicklung der Kindheitspädagogik. Eine empirische Bestandsaufnahme anderthalb Jahrzehnte nach Einrichtung der neuen Studiengänge*, Deutsches Jugendinstitut (DJI), München 2021, 100 S.

Karsten König: *Macht und Verständigung in der externen Hochschulsteuerung. Verhandlungsmodi in Zielvereinbarungen zwischen Staat und Hochschule*, Universitätsverlag Weber, Bielefeld 2021, 209 S.