

Peter Baumgartner

Abstract für eine Referat im Rahmen der fnma-Tagung „E-Learning: Strategische Implementierungen und Studieneingang“, 17.-18. November 2006 an der Medizinischen Universität Graz.

Medida-Prix – Quo vadis? Gedanken zur zukünftigen Ausrichtung des mediendidaktischen Hochschulpreises

Bei der konstituierenden Vorstandssitzung der Gesellschaft für Medien in der Wissenschaft e.h. (GMW) in Zürich am 22. September 2006 wurde ich (wieder) mit den Agenden der wissenschaftlichen Leitung des Medida-Prix betraut. Obwohl noch für 2007 (Hamburg) dieses renommierte Preisausschreiben gesichert scheint, ist die inhaltliche wie auch finanzielle Zukunft danach ungewiss.

Das wesentliche Problem besteht paradoxerweise darin, dass der mediendidaktische Hochschulpreis äußerst erfolgreich gewesen ist: Er wurde ursprünglich gegründet um als so genannter „change agent“ eine Trendwende im Bereich der Hochschuldidaktik und Qualitätssicherung der Lehre einzuleiten (vgl. Baumgartner & Frank 2000). Sein Ziel war es vor allem solche Organisationsentwicklungen an und von Hochschulen anzustoßen, die geeignet sind, die Qualität medienunterstützter Lehre nachhaltig zu verbessern.

Der Preis hat sich dabei vor allem an die einschlägige Community gewendet um mit seinen Kriterien, deren Operationalisierung, den daraus entwickelten Einreichungsunterlagen, den Begutachtungen durch Experten, den Jurorenworkshop und Briefings einen Umschwung in der bisherigen Praxis der Handelnden einzuleiten. Während in den ersten 4 Jahren (2000-2003) vor allem die Idee der Nachhaltigkeit im Mittelpunkt stand, gewannen ab 2004 strategische Entwicklungen an Hochschulen an Bedeutung.

Beide Ausrichtungen wurden jedoch in der Zwischenzeit von der Praxis überholt: In allen drei beteiligten Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz haben einschlägige „flächendeckende“ Förderprogramme, die im Konzept des Medidaprix angelegte Veränderungsrolle ad absurdum geführt. Außerdem ist es dem mit 100.000 Euro sehr hoch dotierten Preis bisher immer noch nicht gelungen, seine Wirkung über die (engen) Grenzen seiner eigenen Community auszudehnen. Awards und Auszeichnungen mit weit geringeren Preisgeldern gelingt es häufig viel besser Publicity und Massenmedienpräsenz zu erreichen (Baumgartner & Preussler 2004).

Im Referat wird versucht die bisherige Entwicklung des MedidaPrix zu analysieren. Anschließend werden Ideen für die Ausrichtung des MedidaPrix über das Jahr 2007 zur Diskussion gestellt.

Literatur:

Baumgartner, P. und S. Frank (2000). Der Mediendidaktische Hochschulpreis (MeDiDa-Prix) - Idee und Realisierung. In: Campus 2000 - Lernen in neuen Organisationsformen. F. Scheuermann. Münster, Waxmann: 63-81.

Baumgartner, P. und A. Preussler (2004). Medidaprix im Spiegel der Community - "Wir wären nicht hier, wo wir jetzt sind!" In: Der MEDIDA-PRIX: Nachhaltigkeit durch Wettbewerb. C. Brake, M. Topper und J. Wedekind. Münster, Waxmann. **31**: 165-176.