

Die Entwicklung eines «Marktplatzes»

Projektbeschreibung

Wie können Forschungsergebnisse der HSLU besser instituts- und departementsübergreifend nutzbar gemacht werden? Am Beispiel des Projektes «Lifestyle Change durch nachhaltige und personalisierte Interventionen» soll ermittelt werden, wie potenziell interessierte Dozierende in der Aus- und Weiterbildung identifiziert werden können und welche zusätzlichen Massnahmen zur Nutzung der Erkenntnisse nötig ist. Die Ergebnisse sollen in einer «Toolbox» zusammengetragen werden.

Ergebnisse/Outcomes

- Es gibt einen Bedarf, Ergebnisse aus HSLU-Forschungsprojekten (Drittmittelprojekte und interne Projekte) stärker in der Aus- und Weiterbildung zu nutzen.
- Am meisten werden Forschungsergebnisse in die Aus- und Weiterbildung eingebracht von Personen, die selbst an den Forschungsprojekten beteiligt waren; eine Ausweitung des Nutzerkreises eine Nutzung instituts- oder departementsübergreifend findet kaum statt.
- Die didaktische Umsetzung von HSLU-Forschungsergebnissen für die Aus- und Weiterbildung wird von den Nutzenden erledigt.

- Adrienne Schäfer, HSLU – W
- Karina von dem Berge, HSLU – W
- 8 Interviewees von der HSLU – W
- 4 Interviewees von der HSLU – T&A und der HSLU – SA

Projektbeteiligte

Lessons learned

- Zentral für die Nutzung ist das Wissen um vorliegende Ergebnisse. Diese Erkenntnis scheint zentral für die Verbreitung von Forschungsergebnissen und sollte daher im Fokus der folgenden Arbeitspakete stehen.
- Es wird kein Marktplatz in Form einer zusätzlichen technischen Lösung gewünscht, sondern offene Gefässe zum persönlichen Austausch.

- Nutzung der Forschungsergebnisse des Innosuisse-Projekts «Lifestyle Change» im Studiengang Business Psychology und am Departement Soziale Arbeit
- Sammlung und Ausarbeitung von Ideen zur instituts- und departementsübergreifenden Verbreitung und Nutzung von HSLU-Forschungsergebnissen in der Aus- und Weiterbildung

Nächste Schritte