

Medidaprix im Spiegel der Community – „Wir wären nicht hier, wo wir jetzt sind!“

Peter Baumgartner, Annabell Preussler

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

Zusammenfassung

Der folgende Artikel basiert auf Telefoninterviews, die mit AkteurInnen der Medidaprix Community (2000-2003) im März 2004 geführt wurden. Wir wollten eine erste Einschätzung darüber erhalten, wie der Medidaprix von der Community selbst eingeschätzt wird.

Als Ergebnis kann festgehalten werden, dass die Prozessorientierung überwiegend positiv bewertet wird. Die Außenwirkung des Preises wird jedoch differenziert und z.T. auch kritisch gesehen: Während der Medidaprix in der eigenen (eLearning) Community sehr hoch angesehen wird, wünschen sich Teile der Befragten noch eine stärkere Einbindung der einschlägigen Fachdidaktiken. Die Außenwirkung des Preises über die Hochschule hinaus wird als mangelhaft moniert. Bei der Preisvergabe steht aus Sicht der Befragten nicht ausschließlich die (recht hohe) finanzielle Förderung im Mittelpunkt. Auch der Sicherung der Nachhaltigkeit, den motivationalen Aspekten und dem Renommee des Preises wird in der Community großes Gewicht beigemessen.

1 Einführung

Seit seiner ersten Runde im Jahre 2000 werden vorbildliche E-Learning-Projekte durch den Medidaprix gefördert¹. Dabei wird besonderen Wert gelegt auf die nachhaltige Verankerung dieser Konzepte in der Hochschullehre.

¹ Vgl. [<http://www.medidaprix.org>], 24.04.2004

Der Aspekt der Nachhaltigkeit ist demzufolge ein wichtiges Kriterium im Auswahlverfahren und bei der Bewertung der eingereichten Projekte. Dies muss bei der Antragstellung nicht nur bekundet, sondern sogar explizit nachgewiesen werden. Dabei sind sowohl zeitliche als auch quantitative Dimensionen der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen (vgl. Baumgartner/ Frank 2000, S. 14).

Doch wie nachhaltig wird der Preis eingeschätzt? Welche nachhaltige Wirkung hat das Preisverfahren aus der Sicht der Community? Wie angesehen ist der Preis in der E-Learning-Community, aber auch in den Fachdidaktiken und der allgemeinen Öffentlichkeit? Was ist das besondere am Medidaprix?

Um diesen Fragen nachzugehen wurde im Frühjahr 2004 eine qualitative Studie durchgeführt, der folgende Forschungsfragen zu Grunde gelegt wurden:

1. Was sind die wichtigsten Ziele des Medidaprix'?
2. Welches Ansehen hat der Medidaprix in der Wissenschaft?
3. Welchen Einfluss übt der Preis aus, was wäre ohne ihn anders?
4. Wie wird das Auswahlverfahren bewertet?
5. Wohin soll sich der Preis entwickeln?
6. Inwiefern ist der Medidaprix nachhaltig?

Im Folgenden wird das methodische Vorgehen bei der Untersuchung erläutert. Anschließend werden die Ergebnisse dargestellt und diskutiert.

2 Methodisches Vorgehen

Um Aussagen zur Nachhaltigkeit und zum Einfluss des Medidaprix' treffen zu können, wurden Gespräche mit ausgewählten AkteurInnen geführt. Das qualitative Vorgehen schien für diese Fragestellung besonders geeignet.

Dazu wurde zunächst ein Interviewleitfaden entwickelt, der die wesentlichen Aspekte und Kriterien der o.g. Forschungsfragen abdeckt. Dieser wurde in zwei Versionen konzipiert, um die Fragen exakt auf die Zielgruppe abstimmen zu können (beispielsweise wäre es unsinnig, die Ministerien nach der Verwendung des Preisgeldes zu fragen).

Um ein möglichst genaues Abbild der Grundgesamtheit zu gewährleisten, wurde anschließend eine Zufallsstichprobe gezogen, die sich aus PreisträgerInnen des

Medidaprix', FinalistInnen und sonstigen EinreicherInnen zusammensetzt. Dabei wurden die Jahre 2000-2003 berücksichtigt. Außerdem wurden Gespräche mit VertreterInnen der Ministerien, einer Fachgutachterin und Jurymitgliedern geführt². Ursprünglich wollten wir auch noch VertreterInnen des wissenschaftlichen Beirats befragen, dies konnte allerdings aus zeitlichen Gründen nicht realisiert werden. Die interviewten Personen verfügten somit über relevantes Wissen und die nötige Erfahrung in Bezug auf den Medidaprix, wodurch eine hohe Repräsentativität der Stichprobe gegeben war (vgl. Merkens 1997, S. 101 f.).

Insgesamt wurden 18 Gespräche geführt. Die Interviews erfolgten per Telefon, wurden jedoch aufgezeichnet und anschließend mit Hilfe inhaltsanalytischer Verfahren ausgewertet.

3. Darstellung des Meinungsbildes

Im Folgenden werden die Ergebnisse unserer Untersuchung dargestellt. Die Darstellung orientiert sich an den o.g. Forschungsfragen.

3.1. Was sind die wichtigsten Ziele des Medidaprix'?

In den Interviews wurden die GesprächspartnerInnen nach den Zielen des Medidaprix' befragt – zum einen sollte herausgestellt werden, welche Ziele sie ganz allgemein mit dem Medidaprix in Verbindung bringen, zum anderen war die Gruppe der EinreicherInnen aufgefordert, auch die persönlichen Ziele zu benennen.

Es wird deutlich, dass sich die genannten allgemeinen Ziele im Wesentlichen mit denen decken, die auf der Website des Medidaprix'³ angeführt sind.

An erster Stelle steht die Förderung innovativer Projekte – besonders die Förderung von „Newcomern“ wurde mehrfach von den Befragten betont. Ebenso wird auch die Nachhaltigkeit als wichtiges Ziel des Preises angegeben.

Der Medidaprix verfolgt also drei wichtige Ziele:

² Befragt wurden insgesamt 18 Personen, davon 3 VertreterInnen der Ministerien, 5 PreisträgerInnen (2000-2003, auch Publikumspreis), 4 FinalistInnen, 4 andere EinreicherInnen, 1 Fachgutachterin, 1 Jurymitglied. Hierbei handelt es sich um 5 Frauen und 13 Männer.

³ Vgl. [<http://www.medidaprix.org>], 24.04.2004

„Er will herausstellen, was herausragend und exemplarisch ist, also ein Maßstab für gutes E-Learning. Die Frage der Qualität ist ja beim E-Learning sehr offen und der Medidaprix versucht da, eine Marke zu setzen. Das zweite ist, in die Breite zu gehen, es gibt eine Spannbreite über alle Fachbereiche [...] auf der Ebene der Nominierten. Drittes ist die Frage der Nachhaltigkeit, also auch zu zeigen, dass sich dauerhaft das Lehren und Lernen durch E-Learning verändern wird“ (Fachgutachterin).

Diese Einschätzung wird im Wesentlichen durch alle getroffenen Aussagen der Befragten unterstützt.

Welche Ziele mit dem Medidaprix verbunden werden, wird darüber hinaus bei der Frage nach den persönlichen Zielen bzw. den Gründen der Teilnahme⁴ deutlich. Die persönlichen Ziele, die mit der Bewerbung verbunden waren, decken sich häufig auch mit den allgemeinen Zielen des Medidaprix’.

Es kann festgehalten werden, dass zwar die Höhe der Dotierung einen nicht zu unterschätzenden Anreiz für die Teilnahme darstellt, dass jedoch andere Gründe wesentlich häufiger genannt wurden.

Über die Hälfte der Befragten gab beispielsweise an, dass die Begutachtung des eingereichten Projekts durch fachkundige ExpertInnen einen wesentlichen Einfluss auf die Entscheidung zur Teilnahme ausübte. Feedback als Bewerbungsgrund wurde insbesondere dann prominent in den Interviews erwähnt, wenn eine Evaluation an der eigenen Hochschule nicht durchgeführt werden konnte oder eine andere Form der „Außensicht“ nicht möglich war.

Das folgende Zitat bringt diesen Sachverhalt exemplarisch auf den Punkt:

„Wir möchten uns mal vergleichen mit anderen. Die Kollegen aus unserem Umfeld verstehen von E-Learning eigentlich nichts. Da wollten wir mal schauen, wie kommt das, was wir machen bei den anderen an“ (Einreicher, 2003).

⁴ Befragt wurden nur Personen, die am Medidaprix teilgenommen haben (PreisträgerInnen, FinalistInnen, andere EinreicherInnen).

Viele EinreicherInnen verbanden mit der Teilnahme die Chance, das eigene Projekt einer externen Bewertung zu unterziehen und auf diese Weise die Entwicklung zu überprüfen:

„Wir wollten wissen, ob der eingeschlagene Weg der richtige ist“ (Einreicher, 2002).

In den Gesprächen, in welchen die hohe Dotierung des Medidaprix' als Bewerbungsgrund angegeben wurde, nannten die Befragten vor allem den Wunsch nach der Fortführung bzw. Weiterentwicklung des eingereichten Projektes, so dass das Preisgeld eine mögliche Finanzquelle darstellte. Als genauso wichtig wurde von den Befragten jedoch auch das hohe Ansehen des Medidaprix' und somit auch die Reputation bei einem möglichen Preisgewinn eingeschätzt.

Ein weiteres Bewerbungsmotiv ist darin zu sehen, dass die EinreicherInnen den Medidaprix als eine Herausforderung ansehen. Es war wichtig, das eingereichte Projekt publik zu machen und den eigenen Bekanntheitsgrad zu steigern. Die Gelegenheit, sich in der Öffentlichkeit zu präsentieren, stellte hierbei einen Anreiz dar. Dies war nicht zuletzt mit dem bereits erwähnten hohen Renommee des Preises verbunden. Auf diesen Aspekt werden wir jetzt noch näher eingehen.

3.2. Welches Ansehen hat der Medidaprix in der Wissenschaft?

Insgesamt kann davon ausgegangen werden, dass der Preis ein sehr hohes Renommee hat und den PreisträgerInnen eine gewisse Reputation verschafft:

„Wir haben dadurch natürlich Aufmerksamkeit erreicht“ (Preisträger 2002).

Darüber hinaus stimmen alle interviewten Personen darin überein, dass der Preis in der E-Learning-Community ein sehr hohes Ansehen genießt. Besonders durch die Höhe der Dotierung zählt der Medidaprix zu den wichtigsten Wettbewerben überhaupt.

Innerhalb der einzelnen Fachdidaktiken ist die Außenwahrnehmung des Medidaprix' bereits deutlich geringer, nur etwa die Hälfte der Befragten sahen auch hier einen hohen Bekanntheitsgrad.

Außerhalb der Fachdidaktiken wird der Medidaprix nach Einschätzung der Befragten kaum wahrgenommen. Dieser Einschätzung wurde durchgängig zugestimmt und war nicht etwa auf einzelne Fachbereiche beschränkt.

Zusammenfassend lässt sich das Meinungsbild der Befragten zum Bekanntheitsgrad vielleicht in drei Schichten unterteilen und mit folgendem Schaubild schematisch veranschaulichen:

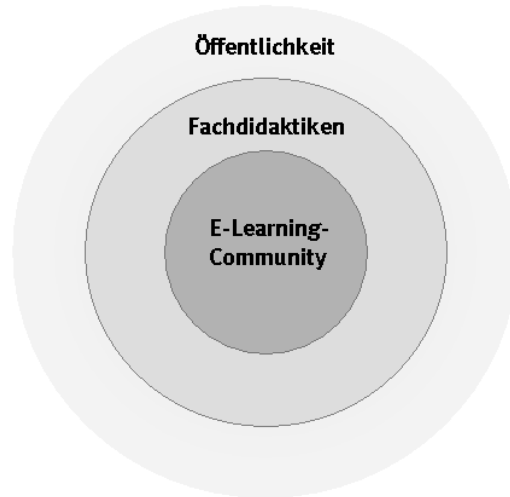


Abbildung 1: Bekanntheitsgrad des Medidaprix⁷

Es wurde angeregt, den Medidaprix noch stärker publik zu machen, so dass sich seine Bekanntheit über das Fachpublikum hinaus etabliert. Insbesondere bei den PreisträgerInnen und FinalistInnen, die vom Medidaprix profitieren sollten, wurde die Öffentlichkeitswahrnehmung oft nicht in erhofftem Ausmaß erreicht.

Ein wichtiges Kriterium der Öffentlichkeitswahrnehmung liegt in der Einschätzung der Befragten bezüglich der Unterschiede zu anderen Preisen. Obwohl der Medidaprix im Verhältnis zu anderen Preisen extrem gut dotiert ist, gelingt es anderen Preisverfahren oft besser, in die allgemeine Öffentlichkeit und Wahrnehmung zu kommen. Hier wünschen sich viele der Befragten eine „Nachbesserung“. Innerhalb der E-Learning-Community selbst ist der Medidaprix konkurrenzlos: Kein anderer Award scheint innerhalb dieser Szene ein höheres Renommee zu genießen.

Des Weiteren wurde die spezielle Art der Förderung beispielhafter Projekte durch den Medidaprix als einzigartig angesehen. Dies liegt zum einen an der Höhe des Preisgeldes, zum anderen jedoch am Auswahlverfahren – nach Einschätzung der Befragten ist die Prozessorientierung ein wesentliches Merkmal des Medidaprix', welches in anderen Wettbewerben zu kurz kommt. Dem entspricht, dass die Nachhaltigkeit der eingereichten Projekte ein wichtiges Kriterium im Auswahlprozess darstellt. Im Gegensatz zu anderen Preisen sind die Anforderungen beim Medidaprix darüber hinaus so gewählt, dass auch kleinere Projekte sich mit angemessenem Aufwand beteiligen können.

Der Preis wird auch als ein Anreiz für eine gute Lehre angesehen, dies kam in einigen Interviews zur Sprache.

„Lehre ist nicht gleichgestellt mit Forschung. Es gibt keine Belohnung für Lehre. Außer eben so ein Medidaprix. [...] Neue Medien sollten zur Qualitätsverbesserung eingesetzt werden und nicht mit dem Ziel, die Lehre zu verbilligen und sie effizienter zu machen. Lehre ist fast nirgends so gut, dass man sie nur noch billiger machen muss. Medidaprix geht in diese Richtung: „gebt der Lehre Geld, dann wird sie auch bessere Ansätze finden.““ (Preisträger).

Ferner ist der Medidaprix insofern von anderen Preisen zu unterscheiden, als er zum einen hochschulorientiert ist und zum anderen unter Beteiligung von drei Ländern ausgerichtet wird – hinter dem Wettbewerb stehen also renommierte Institutionen – insbesondere die Schirmherrschaft der Ministerien, was einen hohen Anteil an der guten Reputation des Preises haben dürfte.

3.3. Welchen Einfluss übt der Preis aus, was wäre ohne ihn anders?

Für die PreisträgerInnen selbst bringt die finanziell gut dotierte Auszeichnung erwartungsgemäß einen großen Motivationsschub mit sich:

*„Das Projekt würde nicht mehr mit dieser Intensität gemacht. Riesige Motivation, die man ohne Preis nicht in diesem Ausmaß hätte. [...] Die Motivation und die Ehre haben das Preisgeld fast verdoppelt“
(Preisträger)*

Hohe Motivation ist allerdings auch in der Gruppe der anderen EinreicherInnen zu finden. In einem Fall wurde davon berichtet, dass die Empfehlungen der Jury dazu geführt haben, das Projekt gemäß den Empfehlungen abzuändern.

Der Medidaprix gilt als eine Art Qualitätssiegel für das eingereichte Projekt – dies ist zum Beispiel bei Drittmittelanträgen hilfreich. Die interviewten PreisträgerInnen berichten auch von einer besseren Wahrnehmung innerhalb der eigenen Hochschule.

„Die Leute in den Fachbereichen werden sehr gestärkt und es ist dann einfach leichter, weitere Aktivitäten in dieser Richtung zu machen“

(Fachgutachterin).

„Wir werden nicht mehr als "die machen auch noch etwas E-Learning" wahrgenommen, sondern es wird auch anerkannt, dass wir auch was vorweisen können“

(Preisträger)

Darüber hinaus konnten die Projekte mit Hilfe des Preisgeldes verbessert und weiterentwickelt werden. Es hat geholfen, einige Dinge schneller voranzutreiben. In einem Interview wurde davon berichtet, dass das Projekt durch die finanzielle Förderung derart optimiert werden konnte, dass weitere Auszeichnungen folgten.

Ohne den Medidaprix gäbe es folglich keinen vergleichbaren Wettbewerb. Eine breite Diskussion über die nachhaltige Implementation von E-Learning an den Hochschulen könnte nicht in diesem Ausmaße - wie es der Medidaprix angestoßen hat - sichergestellt werden. Sehr positiv eingeschätzt wurde auch, dass der Medidaprix gute Möglichkeiten bietet, sich über die Fachgrenzen hinweg auszutauschen. Ohne den Preis gäbe es nach Meinung der Befragten kein vergleichbares Forum.

3.4. Wie wird das Auswahlverfahren bewertet?

Das Auswahlverfahren wird unterschiedlich bewertet. Verschiedene Meinungen unter den Befragten gibt es in Bezug auf das Verfahren, sowie auf die Prozessorientierung des Medidaprix’.

Der Wettbewerb selbst wurde dabei nicht in Frage gestellt. In einem Fall wurde vorgeschlagen, den Preis nicht auf mehrere Projekte aufzuteilen, sondern nur ein einziges Projekt fördern, da es andernfalls immer wieder zu Diskussionen über die Fächerproportionen käme.

Das Auswahlverfahren wird im Allgemeinen als fair beurteilt, hier spielt auch der hohe Grad an Kompetenz bei den Jurymitgliedern und der betriebene Aufwand eine Rolle. Insbesondere die klaren Kriterien machen das Verfahren nachvollziehbar und valide. In einem Fall ist die Auswahl im Nachhinein in einem Doktorandenseminar mit dem gleichen Ergebnis noch einmal nachvollzogen worden.

Einigen EinreicherInnen erschien das Auswahlverfahren dennoch zu wenig transparent.

„Man bekommt zwar die Endbewerber mit, es fehlt aber eine Rückmeldung, warum das eigene Projekt nicht so angenommen wurde.“ (Teilnehmer 2002)

Unter den FinalistInnen gab es einige kritische Stimmen, die politische Intentionen bei der Preisvergabe vermuteten – es seien insbesondere etablierte Projekte gefördert worden. Allerdings gibt es auch die genau gegensätzliche Meinung. So vertritt beispielsweise ein Finalist die Auffassung, ein bedürftigeres Projekt wäre seinem eigenen vorgezogen worden. Dem prozessorientierten Verfahren wurde von den meisten Befragten zugestimmt. Auf der einen Seite wird der kommunikative Aspekt gestärkt, zum anderen wird die Nachhaltigkeit insbesondere durch den Prozess etabliert. Denn das Produkt selbst – so wurde betont – sei ja noch kein Lernprozess, es muss dazu auch in einen Lernzusammenhang eingebettet sein. Produkte seien oft nur als Hilfsmittel in diesem Lernprozess zu betrachten.

„Wenn jemand sagt, mein Produkt ist gut, dann steckt häufig technischer Aufwand, zum Beispiel grafischer Detailierungsgrad dahinter. Aber aus meiner Sicht ist das nicht das Entscheidende, sondern nur der Randaspekt. Der eigentliche Kern ist das, was man wirklich damit macht“ (Preisträger).

Dennoch gab es auch andere Befragte, die mit der hohen Prozessorientierung des Mediaprix' nicht zufrieden waren:

„Einen Prozess zu bewerten ist viel schwieriger, als konkrete Produkte. Man redet nur noch über den Fluss und nicht über die konkreten Dinge. Ich bin nicht sehr glücklich darüber“ (Finalist).

Es lässt sich also festhalten, dass die Diskussion nach dem Verhältnis von Prozess- versus Produktorientierung nach wie vor noch kontroversiell geführt

wird. Es hat sich jedoch gezeigt, dass eben durch die hohe Wertigkeit des Prozesses die Nachhaltigkeit der Projekte gewinnbringender realisiert werden kann (siehe Abschnitt 3.6).

3.5. Wohin soll sich der Preis entwickeln?

Der Medidaprix zählt – wie bereits erwähnt – zu den renommiertesten Wissenschaftspreisen überhaupt. Aus diesem Grund war in den Interviews bei der Frage nach den Entwicklungsperspektiven des Medidaprix’ des Öfteren zu hören, dass eine Weiterentwicklung nicht mehr nötig sei, der Preis sei bereits genau das, was man sich vorstelle. Ideen zur Entwicklung des Preises – die es dennoch gab – wurden von den Befragten daher weniger als Kritik, sondern als wünschenswerte Zukunftsperspektiven genannt.

Zunächst einmal wurde vorgeschlagen, den Medidaprix auf das europäische Ausland zu erweitern und ihn nicht nur deutschsprachig zu halten. Möglicherweise hätte dies zwar einen Konflikt mit dem „European Academic Software Award“⁵ zur Folge, dennoch wurde die Idee, das Umfeld des Medidaprix’ zu erweitern, von einigen Befragten angesprochen.

Eine weitere Entwicklungsrichtung könnte darin bestehen, den Preis auch für Prozesse der Organisationsentwicklung an den Hochschulen zu öffnen:

„Von den Kriterien her ist der Medidaprix schon noch sehr produktorientiert. Es muss ein abgeschlossenes, lauffähiges Produkt sein, was die Studierenden nutzen können. Aber Prozesse der Organisationsentwicklung an Hochschulen haben im Formular keinen Platz. Es muss immer ein Produkt sein, was man in ein CD-Laufwerk schieben kann. Aber bei institutionellen Veränderungen haben Sie so ein Produkt nicht. In diese Richtung sollte sich der Medidaprix auch entwickeln“ (Fachgutachterin)

Zusammenfassung: Obwohl in unseren Interviews zwei mögliche Aspekte der Weiterentwicklung des Medidaprix’ angesprochen werden, besteht nach der Meinung der Befragten kein grundlegender inhaltlicher Entwicklungsbedarf –

⁵ Vgl. [<http://www.easa-award.net/>], 24.04.2004

hinter alle Anregungen steht bereits eine prinzipielle Zufriedenheit mit der derzeitigen Konzeption des Medidaprix’.

3.6. Inwiefern ist der Medidaprix nachhaltig?

Zunächst kann festgehalten werden, dass die meisten von den befragten EinreicherInnen eingereichten Projekte noch bestehen und in der Regel in den Hochschulbetrieb implementiert sind.

Die Tatsache, dass die Nachhaltigkeit ein wichtiges Kriterium im Wettbewerb des Medidaprix’ darstellt wird überwiegend positiv bewertet.

Zu zeigen, dass sich Lehren und Lernen durch E-Learning dauerhaft verändern wird, wird als wichtiges Ziel der Nachhaltigkeit angesehen.

In dieser Hinsicht wurde auch häufig betont, dass es äußerst wichtig sei, dass E-Learning im Curriculum implementiert ist. Als weniger bedeutend wird angesehen, ob die Projekte technisch auf dem neuesten Stand sind. Durch die Verankerung im Curriculum werden technische Updates oder Relaunches ohnehin erforderlich. Der Medidaprix wird insgesamt eher als eine Auszeichnung für gute Lehrunterstützung, denn als Preis für ein technisches Produkt wahrgenommen.

Als wichtige Besonderheit – um nicht zu sagen als „Alleinstellungsmerkmal“ – wurde mehrfach auf die Beziehung von Nachhaltigkeit und Technik hingewiesen. Der Medidaprix ist in der Sicht der Befragten auf Projekte ausgerichtet, die im Prinzip an jeder Hochschule ohne technischen Aufwand implementiert werden könnten. Dieser relativ geringe Technisierungsgrad wird als bedeutsam für die Verankerung und Nachhaltigkeit angesehen:

„Manchmal hängt man mit der Technik nach, der Blick auf die Nachhaltigkeit sollte mehr inhaltlich sein, nicht auf die Technik bezogen. Man will viele Studierende erreichen, aber man muss berücksichtigen, dass dieser erweiterte Benutzerkreis diese Technik eventuell noch gar nicht zur Verfügung hat, auf die ich meine Technik ausrichte. Dann ist die Nachhaltigkeit in dem Bereich nicht gegeben. Das heißt, ich muss auf ein technisches Niveau kommen, bei dem ich sicher gehen kann, dass die Leute das

noch 2 oder 3 Jahre benutzen können“ (Vertreterin eines Ministeriums)

Bei den nicht-geförderten Projekten ist die gewünschte Nachhaltigkeit natürlich weitaus schwerer als bei den PreisträgerInnen zu realisieren:

„Die Nachhaltigkeit ist schon ein wichtiger Punkt, aber das ist auch unser größtes Problem. Ich kann nach Projektende nicht mehr sicherstellen, dass das Projekt weiterentwickelt wird. Nachhaltigkeit ist schwer zu erreichen“ (Finalist 2003).

Die Preisvergabe selbst hat in diesem Zusammenhang natürlich nur singuläre Wirkung. Trotzdem schätzen die Befragten die Wirkung des Medidaprix' auf die Nachhaltigkeit als bedeutsam ein. Vor allem die Prozessorientierung des Medidaprix' ermöglicht dessen nachhaltige Wirkung:

„Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Merkmal, nur Produkte nützen nichts, wenn sie nicht anerkannt sind oder sich nicht etablieren können“ (Vertreterin eines Ministeriums).

„Unser System wurde auch an anderen Hochschulen etabliert, das war nur möglich durch den Medidaprix“ (Preisträger).

Diese Aussage deckt sich mit anderen Statements aus der Gruppe der PreisträgerInnen. Der Erfolg des Medidaprix' besteht darin, Aspekte der Nachhaltigkeit in die Community einzubringen. Insofern wird er als positiver Baustein für eine nachhaltige Entwicklung angesehen. Dabei ist nicht das Preisgeld entscheidend, sondern das damit intendierte Umdenken der Community selbst in Richtung von nachhaltigen Prozessen. Der Preis wirkt als ein Trendsetter, nicht als ein Förderprogramm.

Darüber hinaus sichert der Gewinn des Preises eine gewisse Bekanntheit – die ProjektmitarbeiterInnen haben dadurch bessere Chancen, wahrgenommen zu werden. Allerdings hätten die Höhe der Dotierung und die Aufmachung des Medidaprix' ein höheres Presseecho erwarten lassen.

4 Fazit

Zusammengefasst lässt sich festhalten, dass der Medidaprix ein sehr hohes Ansehen in der E-Learning-Community genießt. Dies liegt nicht zuletzt an dem Ziel, innovative Projekte zu fördern und durch deren Implementation an den Hochschulen die Nachhaltigkeit sicher zu stellen. Dieses Ziel wurde mit dem Medidaprix aus der Sicht der Befragten erreicht.

Für die EinreicherInnen stellt dies einen gewissen Anreiz für die Bewerbung dar. Der Gewinn des Medidaprix' hat nicht nur einen großen Einfluss auf die Motivation der PreisträgerInnen, er gilt überdies als eine Art Qualitätssiegel für gutes E-Learning.

Das Auswahlverfahren wird in der Regel als fair eingeschätzt. Die Betonung auf Prozesse wird von den Befragten als positiv für die Realisierung von Nachhaltigkeit bewertet, denn nur auf diese Weise gelingt ihrer Meinung nach eine Einbindung in die einzelnen Curricula. Der Medidaprix sichert demzufolge die nachhaltige Implementation von E-Learning an den Hochschulen.

Teile der Community sehen allerdings auch noch inhaltliche Entwicklungsperspektiven: Zum einen könnte sich der Medidaprix über den deutschsprachigen Raum hinaus orientieren, zum anderen ließe sich durch Entwicklung und Integration von Bewertungskriterien zur Organisationsentwicklung der Prozesscharakter noch stärker betonen. Weiters besteht aus Sicht der Community hinsichtlich der Wahrnehmung in der Öffentlichkeit noch Handlungsbedarf. Der Preis ist zwar in der E-Learning-Community sehr renommiert, könnte jedoch in den einzelnen Fachdidaktiken noch bekannter gemacht werden.

Literatur

- Baumgartner, P. und S. Frank (2000). Der Mediendidaktische Hochschulpreis (MeDiDa-Prix) - Idee und Realisierung. In: F. Scheuerman (Hg.) *Campus 2000 - Lernen in neuen Organisationsformen* (pp. 63-81). Münster: Waxmann.
- Baumgartner, P. & S. Payr. (1996). Learning as action: A social science approach to the evaluation of interactive media. In: P. Carslon und F. Makedon, *Proceedings of ED-MEDIA 96 - World Conference on Educational Multimedia and Hypermedia* (pp. 31-37). Charlottesville: AACE.
- Keller, Eva (2003). Der Stern von Multimedia. In: DUZ Nr. 19/2003 (pp. 10-11).

Merkens, Hans (1997). Stichproben bei qualitativen Studien. In: Barbara Friebertshäuser und Annedore Prengel (Hg.) *Handbuch Qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft* (pp. 97-106). Weinheim und München: Juventa.

Web links:

Mediaprix Website [<http://www.mediaprix.org/>], 24.04.2004

European Academic Software Award (EASA) Website [<http://www.easa-award.net/>], 24.04.2004