

Ein überholtes System

Universitäten hier, Fachhochschulen da - so simpel ist die Hochschullandschaft längst nicht mehr.

- Die Hochschulen werden sich stärker spezialisieren.
- Weniger Forschung heißt günstigere Ausbildung.

Melanie Hofmann
Berlin

Noch vor Jahren war klar: Wer forschungsorientiert studieren will, geht an die Universität, wer mehr Praxis will, schreibt sich an der Fachhochschule ein. Allein die Diskussionen darüber, ob nicht auch Fachhochschulen (FH) den Dokortitel vergeben sollen oder wie Universitäten ihre Absolventen fit für den Beruf machen, zeigt, dass es dieses Schwarz-Weiß so nicht mehr gibt.

„Die Zweiteilung des Hochschulsystems in Universität und Fachhochschule hat sich seit den 80er Jahren in vielerlei Hinsicht überlebt“, sagt Oliver Günther, Präsident der Universität Potsdam. Er erwartet, dass es in Zukunft ein deutlich breiteres Ausbildungsangebot an ganz unterschiedlichen Hochschu-

len in Deutschland geben wird. Diese könnte man grob in vier Gruppen einteilen: angefangen mit einigen wenigen gehobenen Forschungseinrichtungen, die im internationalen Vergleich in allen Fachgebieten mithalten können. Als Beispiele nennt er die Berliner Humboldt- und Freie Universität - ebenjene Einrichtungen, die heute schon mit der Exzellenzinitiative gefördert werden.

Im zweiten „Cluster“, wie Günther es nennt, sind forschungsorientierte Hochschulen, die sich auf bestimmte Fachbereiche spezialisiert haben und auch nur in diesen international auftreten. Die dritte und größte Gruppe stellt ein breites Feld an Hochschulen, die sich hauptsächlich auf die Lehre konzentrieren, während das vierte Cluster noch stärker anwendungsorientiert und berufsnah unterrichtet.

In Klassen oder Hierarchien will Günther dabei aber nicht denken. „Wir müssen weg von dem Denken, dass nur Forschung gut ist - und es schlecht ist, wenn nicht geforscht wird.“ Das ist vor allem gar nicht finanzierbar. Bis zu 20 000 Euro pro

Student und Jahr muss der Staat für eine international anerkannte forschungsstarke Uni in Zukunft investieren, erwartet der Universitätspräsident. Anwendungsbezogene Studiengänge kommen hingegen mit 2 000 bis 3 000 Euro aus.

„Nicht jede Universität kann alles abdecken“, sagt auch Sascha Spoun, Präsident der Leuphana Universität Lüneburg. Auch er weiß, wovon er spricht. Seine Uni ist 2005 aus einem Zusammenschluss der Universität und der Fachhochschule Lüneburg entstanden. Das Ziel: Kompetenzen bündeln, Kosten senken.

Die Lüneburger haben die Chance genutzt. „Wir haben früh mit einem Spezialisierungsprozess begonnen“, sagt Spoun. Die Leuphana hat heute vier Schwerpunkte - einer ist die Kulturwissenschaft. Im Bereich der digitalen Medien etwa hat sich die Uni inzwischen europaweit einen Namen aufgebaut.

Diese Profilierung bedeutet aber auch, dass andere Fachgebiete aufgegeben werden, etwa dass kein Nachfolger gesucht wird, wenn ein Professor geht. Spoun sieht darin die Chance, zumindest in einzelnen

„Wir müssen weg von dem Denken, dass nur Forschung gut ist - und es schlecht ist, wenn nicht geforscht wird.“

Oliver Günther,
Präsident der Universität Potsdam

Fachbereichen in Zukunft den Ton mit anzugeben. Dabei spiele es überhaupt keine Rolle, ob die Professoren ursprünglich von der Fachhochschule oder von der Universität kamen. „Der Hochschultyp ist nicht wichtig. In Zukunft entscheiden Qualität und Inhalte über die Rolle der Einrichtung im Hochschulsystem“, sagt Spoun.

Auch Kooperationen mit und das

Geld aus der Wirtschaft werden für alle wichtiger. Ganz nah dran an den Unternehmen sind schon jetzt die dualen Hochschulen. Das duale Studium erlebte in den vergangenen Jahren einen regelrechten Hype. 2011 gab es laut Bundesinstitut für Berufsbildung rund 930 duale Studiengänge, ein Jahr zuvor waren es noch 20 Prozent weniger. Das Modell verbindet ein klassisches Hochschulstudium mit Praxisstationen im Unternehmen.

Dafür kommen aber nicht alle Fächer infrage. Forschungsintensive Studiengänge aus den Naturwissenschaften wie Mathematik, Physik, Chemie, Biologie werden von dualen Hochschulen gar nicht angeboten. Stattdessen decken sie Fächer wie Ingenieurwissenschaften, Betriebswirtschaft oder das Sozialwesen ab. In Zukunft werden sie zudem stärker im Gesundheitsbereich ausbilden.

„Es wird eine noch stärkere Entwicklung geben, bestehende Angebote um eine Praxisorientierung zu erweitern“, sagt Reinhold Geilsdörfer, Präsident der Dualen Hochschule Baden-Württemberg. „Das heißt aber nicht, dass wir nicht auch wissenschaftliche Studiengänge brauchen“, betont er. Er sieht das bisherige System nicht als komplett überholt an, aber auch er erwartet, dass es sich verändern wird.

„Die Gleichwertigkeitsdiskussion zwischen den Hochschultypen ist völlig falsch“, sagt er. Wer einen Bachelor mache, egal an welcher Hochschule, habe einen gleichwertigen Abschluss - aber eben keinen gleichartigen. „Und das muss noch wahrgenommen werden hier im Land“, sagt Geilsdörfer. Er ist zusehends vorsichtiger, immerhin wurden die dualen Hochschulen, die einst Berufsakademien hießen, auch jahrelang abgelehnt. Erst seit einigen Jahren gelten sie als Hochschulen.

Auch Universitätspräsident Günther sieht Bewegung im System. „Die Rolle der Wissenschaft und der Doktorgrade wird im Moment diskutiert, da ist eindeutig Dynamik erkennbar“, sagt er. In Deutschland machen noch etliche allein wegen des Renommées den Doktor, nicht aus Interesse an der Forschung. „Wo das hinführt, sieht man an der aktuellen Debatte.“

STUDIERN IM UNTERNEHMEN

Zahlen Die duale Ausbildung ist ein Exportschlager, das duale Studium knüpft daran an. Drei Monate an der Hochschule, drei Monate im Unternehmen - so oder ähnlich sieht das Modell aus, für das Unternehmen mittlerweile mehr als 40 000 Studienplätze anbieten. Die Zahl steigt seit Jahren. Wie bei der Ausbildung auch erhalten die Studenten ein Gehalt. Die früheren Berufsakademien haben noch nicht so lange den Hochschulstatus.

Anbieter Drei Prozent aller dualen Studiengänge bieten Universitäten an, jeder fünfte läuft an den dualen Hochschulen Baden-Württembergs, 15 Prozent an Berufsakademien, 60 Prozent an FHs.



Oliver Günther: Der Präsident der Universität Potsdam ist überzeugt, dass es künftig Cluster von Unis gibt.

Handelsblatt

DEUTSCHLANDS WIRTSCHAFTS- UND FINANZZEITUNG

Verleger: Dieter von Holtzbrinck
Herausgeber: Gabor Steingart

Redaktion

Chefredakteur: Hans-Jürgen Jakobs
Stv. Chefredakteur: Sven Affhüppe, Dr. Michael Inacker (Berlin)

Textchef: Rüdiger Schmitz-Normann

Ressortleiter und verantwortliche Redakteure:

Nicole Bastian (Finanzzeitung), Claus Baumann (Aktuelles), Dirk Hinrich Heilmann (Chefökonom), Dr. Michael Inacker (Wirtschaft & Politik), Tanja Kewes (Chefsportredaktion), Florian Kolf (Newsroom), Dr. Jens Münchirath (Konjunktur & Geldpolitik), Sven Prange (Chefredaktion), Wolfgang Reuter (Unternehmen & Märkte), Torsten Riecke und Markus Ziener (Kommentare/ Essay), Katrin Eiger (Handelsblatt Live)

Verantwortlich im Sinne des Presserechts sind die jeweiligen Leiter für ihren Bereich. Im Übrigen die Chefredaktion.

Handelsblatt online

Chefredakteur: Oliver Stock

Stv. Chefredakteur: Stefan Menzel, Marc Renner (Chef vom Dienst)

Ressortleiter: Georg Watzlawek (Politik), Jessica Schwarzer (Finanzen), Martin Doidewitz (Unternehmen), Thorsten Giersch (Programmdirektor)

Handelsblatt Research Institute

Tel.: 0211/887-1100, Telefax: 0211/887-971100,
E-Mail: info@handelsblatt-research.com
Bert Rürup (Präsident), Dirk Heilmann (Geschäftsführer/
der Direktor und Chefökonom)

Verlag

Handelsblatt GmbH (Verleger im Sinne des Presserechts)

Geschäftsführung: Gabor Steingart (Vorsitzender),
Jörg Mertens, Claudia Michalski

Anzeigenleitung: Christof Schirmmayer

Verantwortlich für Anzeigen: Peter Diesner

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Düsseldorf.

Anschrift von Redaktion, Verlag und Anzeigenleitung:

Kasernenstr. 67, D-40213 Düsseldorf, Tel. 0211/887-0

Der Verlag haftet nicht für unverlangt eingesandte

Manuskripte, Unterlagen und Fotos.

Die ISSN-Nummer für das Handelsblatt lautet: 0017-7296

Axel Springer AG, Offsetsdruckerei Kettwig,

Im Teelbruch 100, 45219 Essen

Axel Springer AG, Druckhaus Spandau,

Brunsbüttler Damm 156-172, 13581 Berlin

Süddeutscher Verlag Zeitungsdruck GmbH,

Zamdorfer Strasse 40, 81677 München

Vertrieb Einzelverkauf:

Axel Springer Vertriebsservice GmbH,
Sünderstr. 77, 20097 Hamburg

Abonnentenservice:

Kundenservice Handelsblatt:

Postfach 9244, 97092 Würzburg

Telefon: 0180 5990010*, Telefax: 0211/887-3605

E-Mail: hb.aboservice@vhb.de

*0,14 € pro Minute aus dem deutschen Festnetz,

Mobilfunkhöchstpreis 0,42 €/Min.)

Ihre Daten werden zum Zweck der Zeitungszustellung an

Zustellpartner und an die Medienservice GmbH & Co. KG,

Hellerhofstraße 2-4, 60327 Frankfurt am Main, übermittelt

Anzeigen:

Anzeigenverkauf Handelsblatt

Telefon: 02 11 8 87-26 26, Telefax: 02 11 8 87-3359

E-Mail: kundenbetreuung@iqm.de

Internet: www.iqm.de

Anzeigenverkauf Handelsblatt.com

Telefon: 02 11 8 87-26 26, Telefax: 02 11 8 87-20 99

E-Mail: salesupport@iqm.de

Internet: www.iqm.de

Anzeigenverkauf Handelsblatt

Personalanzeigen

Telefon: 0 40 32 80 152, Telefax: 0 40 32 80 472

E-Mail: henke@chancenundkarriere.de

Internet: www.chancenundkarriere.de

Anzeigenposition Handelsblatt

Telefon: 02 11 887 - 26 60

Telefax: 02 11 887 - 97 26 60

E-Mail: dispo@iqm.de

Redaktion:

Telefax: 02 11 8 87-97 12 40

E-Mail: handelsblatt@vhb.de

Wirtschaft und Politik

Telefon: 030 61686222

Telefax: 02 11 8 87-97 80 27

E-Mail: hb.wipo@vhb.de

Unternehmen und Märkte

Telefon: 02 11 8 87-13 65

Telefax: 02 11 8 87-97 12 40

E-Mail: hb.um@vhb.de

Finanzzeitung

Telefon: 02 11 8 87-4151

Telefax: 02 11 8 87-974190

E-Mail: hb.fz@vhb.de

Kunstmarkt

Telefon: 02 11 8 87-1253

Telefax: 02 11 8 87-972760

E-Mail: hb.kunstmarkt@vhb.de

Namen und Karriere

Telefon: 02 11 8 87-2760

Telefax: 02 11 8 87-972760

E-Mail: karriere@vhb.de

Handelsblatt Veranstaltungen

Telefon: 02 11 96 86 30 00

Telefax: 02 11 96 86 40 00

E-Mail: info@euroforum.com

Internet: www.handelsblatt.com/
veranstaltungen

Das Handelsblatt wird ganz oder in Teilen im Print und digital verbreitet.

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Zeitung darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Unter dieses Verbot fällt insbesondere auch die Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken und die Vervielfältigung auf CD-ROM.

Artikelanfragen

Abonnenten erhalten einen Artikel kostenlos

Telefon: 0211 887-1888 (mo-fr: 9-12 Uhr)

Telefax: 0211 887-972820

E-Mail: artikelanfragen@vhb.de

Nutzungsrechte

Telefon: 0211 887-1889 (mo-fr: 9-16 Uhr)

Telefax: 0211 887-972820

E-Mail: nutzungsrechte@vhb.de

Sonderdrucke

Telefon: 0211 887-1569

Telefax: 0211 887-971569

E-Mail: krzath@vhb.de

Für die Übernahme von Artikeln in interne elektronische Pressespiegel erhalten Sie die erforderlichen Rechte über die PMG Presse-Monitor GmbH. Telefon: 030/284930 oder www.presse-monitor.de