



Deutsches Studentenwerk

**Symposium ‚Exzellenz braucht Freiräume – Leitlinien
für die deregulierte Hochschule‘ – Workshop IV:**

**Auf welche Weise kann eine Hochschule die Studien-
und Lebensbedingungen der Studierenden verbessern?**

18. und 19. Februar 2008

Achim Meyer auf der Heyde
Generalsekretär des DSW





Veränderte hochschulpolitische Ziele (Bologna-Prozess und Lissabon-Strategie)

- Steigerung und Stärkung der internationalen Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit des Studienstandortes Deutschland bzw. des Hochschulraums Europa
- Steigerung der nationalen und internationalen Mobilität von Studierenden
- Ausbau der EU zur führenden wissensbasierenden Region in der Welt





Empfehlungen des Wissenschaftsrats (2006) zum arbeitsmarkt- und demographiegerechten Ausbau des Hochschulsystems

- Ziele
 - Hochschulabsolventenquote: ca. 35 % eines Altersjahrgangs
 - Studienanfängerquote: ca. 40 % eines Altersjahrgangs
 - Studienberechtigtenquote: ca. 50 % eines Altersjahrgangs
 - Übergangsquote: ca. 80 % eines Studienberechtigtenjahrgangs
- Realität
 - von 100 Schulanfängern beginnen 37 und schließen nur 21 ein Studium erfolgreich ab
 - Von 100 Akademikerkindern studieren 83, von 100 Nichtakademikerkindern nur 23
 - erhebliche nicht genutzte Bildungspotenziale bei Nichtakademikerkindern





Hochschulausbildung als öffentliches Gut in öffentlicher Verantwortung (Bologna-Kommunique 2003)

- auch für autonome Hochschulen, die überwiegend staatlich finanziert sind, gelten Verfassungsgebote nach Art. 12 und Art 20 GG
- Hochschulgesetze der Länder: Hochschulen wirken gemeinsam mit Studentenwerken bei der sozialen Förderung der Studierenden mit
- Chancengleichheit beim Hochschulzugang und einem erfolgreichen Studienverlauf
 - unabhängig von der Herkunft oder der Lebenslage oder
 - der Wahl der Hochschule
- Sicherung vergleichbarer Standards an allen Hochschulen





Exkurs: internationale Attraktivität der europäischen Hochschulen

- ACA-Untersuchung 2007
 - Attraktivität des Studienstandortes Europa: Historie und Kultur
 - demgegenüber USA: Beschäftigungsmöglichkeiten, Lehrangebot
- europäische Service- und Betreuungsangebote hinken in ihrer Differenzierung und Tiefe denen amerikanischer und asiatischer weit hinterher
- Service- und Beratungsangebote bilden Garant für erfolgreichen Hochschulzugang, Studienverlauf und Studienabschluss – national (HIS) und international (NASPA)





Was müssen Service- und Beratungsangebote im Spagat Autonomie und sozialem Auftrag leisten?

- die nationale und internationale Profilierung der Hochschule optimal unterstützen
 - dem Vergleich mit USA und Asien standhalten
- den Hochschulzugang einer größeren Anzahl Studienberechtigter ermöglichen
 - Öffnung der Hochschulen
 - Zielgruppengerechte Finanzierungs-, Studienorientierungs- und Beratungssysteme
- den Studienerfolg einer größeren Anzahl Studierender sichern
 - adäquate und professionelle Angebote





Wer sind die Leistungserbringer auf dem Campus, welche Kernkompetenzen bzw. Stärken haben sie?

- **Hochschulen**
 - Forschung
 - Lehre
 - Studienberatung
 - Akademische Auslandsämter
 - Z. T. Career Services
- **Studierendenschaften**
 - Beratungsangebote für Studierende
 - Kultur
- **Hochschulsport**





Leistungserbringer für die Lebensbedingungen der Studierenden

- **Studentenwerke**

- Wirtschaftliche und soziale Infrastruktur rund ums Studium
- Wohnen, Essen, Studienfinanzierung, Psychologische und soziale Beratung, Kinderbetreuung, Kultur, Jobvermittlung und -angebote, Integration international Studierender
- langjährige wirtschaftliche und kaufmännische Kompetenz, da Finanzierung zum größten Teil über erwirtschaftete Umsatzerlöse
- nahezu singuläre Kompetenz in der sozialen und wirtschaftlichen Förderung der Studierenden





Wie müssen sich Service- und Beratungsangebote der Studentenwerke künftig ausrichten?

- Konsequente Dienstleistungsorientierung gegenüber
 - Studierenden
 - Hochschulen
- Orientierung an internationalen Benchmarks (USA, Asien)
- Permanente Anpassung und Differenzierung ihres Leistungsangebotes
 - Produktdiversifizierung, Entwicklung neuer Produkte
 - Servicezeiten
 - individuelle Serviceangebote für Profilbildung der Hochschulen
- wettbewerbsfähiges Preis-Leistungs-Verhältnis sichern
- Soziale und wirtschaftliche Förderung der Studierenden garantieren





Wie kann die Implementierung wettbewerbsfähiger Service- und Beratungsangebote gelingen?

- Systematische Intensivierung der Beziehungen und Kooperationen zwischen Hochschulen und Studentenwerken
- Systematische Abstimmung der Leistungsbedarfe und –angebote zwischen Hochschulen und Studentenwerken
- Durchführung systematischer Bedarfs- und Zufriedenheitsanalysen
- frühzeitige und kontinuierliche Einbindung der Hochschulen in die Strategieprozesse der Studentenwerke
- Umgekehrt frühzeitige und kontinuierliche Einbindung der Studentenwerke in Strategie- und Planungsprozesse der Hochschulen





Wie kann die Implementierung wettbewerbsfähiger Service- und Beratungsangebote gelingen? – Forts.

- Nutzung des Know-how der Hochschulen für Weiterentwicklung der Projekte der Studentenwerke
- Nutzung der wirtschaftlichen Erfahrungen der Studentenwerke für den Autonomieprozess der Hochschulen (z.B. Campusmanagement)





Wie sollte die Organisationsstruktur von Service- und Beratungsangeboten gestaltet sein?

- Konsequente Konzentration auf die jeweiligen Kernkompetenzen der Beteiligten
 - Hochschulen haben zu viele Baustellen: Studienstrukturreform, Autonomieprozess, internationale Profilierung
 - Diskussion über ‚Prozessketten‘ und freie Vergabe der Service- und Beratungsangebote obsolet
- daher Nutzung der jeweiligen Stärken der Partner und Aufgaben eindeutig zuordnen
 - Zuordnung der sozialen Förderung auf den kompetenten Partner Studentenwerk
 - Nutzung der wirtschaftlichen Kompetenz – Einbeziehung beim Campusmanagement





Arbeitsteilung unabdingbare Voraussetzung für Hochschulprofilierung und Studienerfolg I

“Wir haben uns früh gefragt, welche Bereiche für das Studentenwerk interessant sind“, erinnert sich der Rektor (Prof. Dr. Gerhart von Graevenitz, Uni Konstanz). Die Idee, die Universität könnte dies selbst besser machen, ist ihm dabei nicht gekommen. „Das wäre kein modernes Wirtschaften“, sagte er, „das hielte ich für unprofessionell.“

(duzMagazin 1/2008)





Arbeitsteilung unabdingbare Voraussetzung für Hochschulprofilierung und Studienerfolg II

„Die private Bucerius Law School in Hamburg vergab ... Den Betrieb ihrer Mensa nicht mehr an einen Privaten, sondern das Hamburger Studentenwerk. Der Geschäftsführer der Bucerius Law School, Dr. Hariol Wenzler sagt; niemand kenne die Bedürfnisse der Studierenden besser, kein anderer Anbieter habe ein günstigeres Preis-Leistungs-Verhältnis geboten.“

(duzMagazin 1/2008)





Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

