

Die Relevanz von Hochschulkooperationen

Dr. Christian Berthold, CHE Consult
Ottobeuren, 26. Februar 2018

Agenda

1. Politische Rahmenbedingungen
2. Allgemeine gesellschaftliche Herausforderungen
3. Mögliche Kooperationsformen im Schwabenbund-Gebiet

Vor allem in Bayern und Baden-Württemberg gibt es viele Hochschulen im ländlichen Raum.

- Die Hochschulen haben die mittelständische Wirtschaft gut versorgt. Viele AbsolventInnen sind in Unternehmen der Region gegangen.
- Die Hochschulen haben jedoch auch ihre Schwierigkeiten:
 - Beschränktes Fächerspektrum (durch Größe und Unternehmensnähe) → Sie können nicht alle Studieninteressierten aus der Region ansprechen.
 - Beschränkte Möglichkeiten z.B. in Hinblick auf internationales Marketing oder den Aufbau von Forschungsrenommee

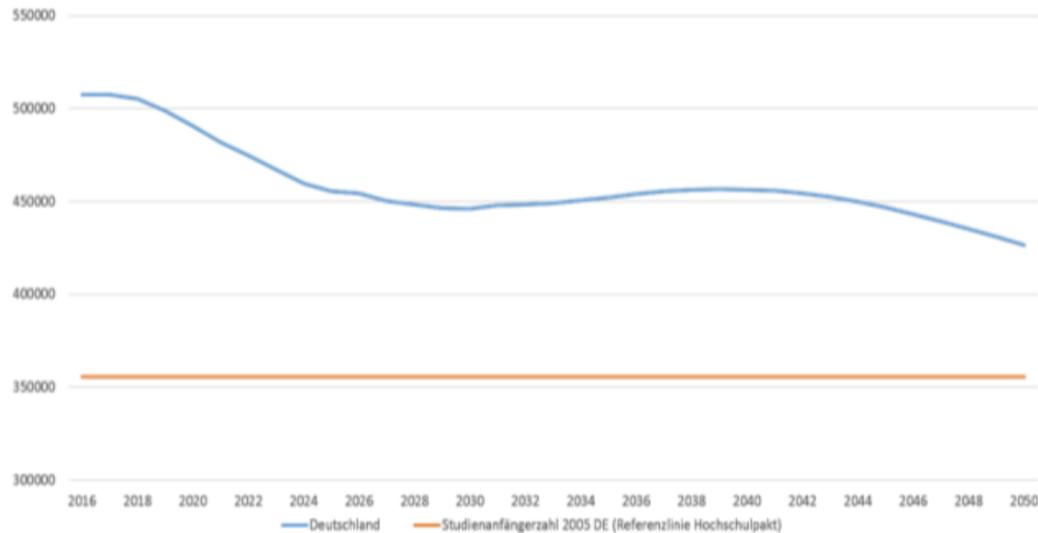
Die Politik erwartet von Hochschulen zunehmend, dass sie auch in der regionalen Wirtschaft aktiv sind.

- Transfer als Dritte Mission der Hochschulen wird immer wichtiger
- Nicht nur Wissens- und Technologietransfer, sondern auch Soziales Engagement
- Zahlreiche politische Förderlinien (z.B. innovative Hochschule)
- Einzelne Hochschulen tun sich schwer, dies zu bedienen
- Kooperationen: z.B. „InnoSÜD“ , Verbund der Hochschulen Biberach, Neu-Ulm, Ulm und der Universität Ulm
 - Mit rund 15 Millionen Euro wird der hochschul- und länderübergreifende Verbund für den Ausbau des Wissens- und Technologietransfers gefördert.
 - Der Fokus in Forschung und Wissenstransfer liegt auf den Zukunftsthemen Biotechnologie, Energie, Mobilität und Transformationsmanagement, die auch der Wirtschaftsstruktur der Region Donau-Iller entsprechen.

Agenda

1. Politische Rahmenbedingungen
2. Allgemeine gesellschaftliche Herausforderungen
3. Mögliche Kooperationsformen im Schwabenbund-Gebiet

Aufgrund steigender Bildungsraten werden trotzdem weiterhin hohe Studierendenzahlen prognostiziert.



Entwicklung der StudienanfängerInnenzahlen in Deutschland 2016 bis 2050 im Vergleich zur Zahl der StudienanfängerInnen im Jahr 2005.

Die Studierendenschaft wird immer heterogener.

- Unterschiede hinsichtlich:
 - Bildungsbiografien
 - Erwartungshaltungen
 - Motivation
 - Lernverhalten
- Nicht-traditionelle Studierende werden immer häufiger.
- Hochschulen fällt es schwer, sich den veränderten Bedingungen anzupassen.
- Die Digitalisierung ist ebenfalls eine Herausforderungen, aber auch eine Chance für die Hochschulen, auf die zunehmende Heterogenität zu reagieren.

Darüber hinaus gibt es weitere Herausforderungen für bzw. Anforderungen an die Hochschulen.

- Diversity Management
- Gender Fragen
- Offene Hochschule
- Internationalisierung
- Englischsprachige Studiengänge
- Drittmittelforschung
- Wachstum
- Rankings (internationale Wettbewerbsfähigkeit)
- ...

→ In diesem Kontext macht es großen Sinn zu kooperieren.

Agenda

1. Politische Rahmenbedingungen
2. Allgemeine gesellschaftliche Herausforderungen
3. Mögliche Kooperationsformen im Schwabenbund-Gebiet

SüdKurs

- Hochschulmarketing für die Region
- 13 Unis und Hochschulen in der Region Bodensee, Allgäu, Schw. Alb
- Erfolgreiches Netzwerk-Projekt des Schwabenbundes



- Aufbau eines gemeinsamen E-Learning-Netzwerks zum Austausch und Aufbau von Supportstrukturen (technisch und didaktisch)
- Eine gemeinsame Plattform für die Online-Lehre
 - technische Lösung denkbar, bei der jede Hochschule ihren eigenen Bereich für ihr Online- und Blended-Learning- Angebote auf einer gemeinsamen, übergeordneten Plattform erhält
- Gemeinsame Angebote
 - beispielsweise ein Mathematik-Vorbereitungskurs für die MINT-Fächer, den die Hochschulen zusammen entwickeln und allen StudienanfängerInnen online zur Verfügung stellen

- Zentrale Weiterbildungsstelle
- Anknüpfung an bereits bestehende Angebote der einzelnen Hochschulen
- Umorientierung bzw. thematische Erweiterung der bestehenden Angebotsportfolios durch die Einbeziehung der Handwerkskammern denkbar
- systematischen Verknüpfung von Weiterbildung und E-Learning

Third Mission – regionale soziale Verantwortung

- Die „Netzknoten“ an den Verbundhochschulen sollten dann nicht nur als Transferstellen zu den anderen Hochschulen, sondern auch zu sozialen Trägern sowie externen AkteurInnen und Einrichtungen ausgestaltet werden.
- Denkbar sind auch Erweiterungen um systematische Transferunterstützungen – bspw. durch die Organisation von Transfer-Tagen oder die Etablierung eines Portals für Wissenschafts-Praxis-Partnerschaften, die möglicherweise auch Abschlussarbeiten oder Forschungsprojekte gezielt vermitteln.
- Perspektivisch könnte solche Verzahnungen auch curricular verstetigt werden, um den Bindungsgrad zu erhöhen.
- Schnittpunkte zum Schwabenbund-Projekt „Wissenstransfer-Netzwerk“

- Systematische Steuerung der relevanten Strukturen und Prozesse.
- Schaffung neuer Organisationsstrukturen & öffentliches Marketing vor Ort
- Die Hochschulen des Schwabenbundes kooperieren bereits im Bereich Marketing mit dem Hochschulführer SüdKurs.
- Die Bereitstellung einer englischsprachigen Webseite ließe sich kurzfristig und pragmatisch umsetzen. Gegebenenfalls könnte diese durch eine englischsprachige Social-Media-Präsenz ergänzt werden.
- Für Marketingaktivitäten, bei denen eine Vor-Ort-Präsenz erforderlich ist, bietet es sich an, die Aufgaben nach Ländern bzw. Regionen zu verteilen.

*Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit!*