

„Den Trend durchschauen“

Hochschulen wie Politik sind in beträchtlicher Aufregung: Die Studienanfängerzahlen in Deutschland sind seit 2019 spürbar gesunken. Der Trend ist für Hochschulen kein guter Ausgangspunkt im Verteilungskampf um staatliche Mittel. Ganz zu schweigen von der drohenden Verschärfung des Fachkräftemangels

Foto: Sirko Junge



Erstsemesterschwund, Azubi- und Fachkräftemangel: Manchmal fühlt es sich so an, als seien wir umgeben von Trends, deren Trendlinie steil nach oben oder unten zeigt. Dabei weiß jeder, der sich beispielsweise mit Aktien beschäftigt hat, dass Trends mit Vorsicht zu genießen sind und meist mehrere, manchmal ganz gegensätzliche Entwicklungen dahinterstecken. Wenn man diese nicht versteht, kann man mit dem Trend nicht gut umgehen. Die Entwicklung der Studienanfängerzahlen sind ein gutes Beispiel dafür, wie eine aktuelle Auswertung des CHE Centrums für Hochschulentwicklung zeigt.

Vergleicht man die Studienanfängerzahlen der Wintersemester der vergangenen drei Jahre mit denen der acht vorangegangenen Boomjahre, dann verliert zum Beispiel Dortmund elf Prozent der Studienanfänger, genauso viel gewinnt Düsseldorf als Hochschulstandort. Liegt das an lokaler Demografie oder an besonderen Studienangeboten, die überregional ziehen? Im Maschinenbau ist der Rückgang um ein Drittel bundesweit dramatisch, im Sozialwesen scheint sich hingegen angesichts eines Zuwachses von 30 Prozent ein sektoraler Fachkräftemangel etwas aufzulösen. Wie ist das in diesem Fach gelungen? Besonders bemerkenswert: Während die staatlichen Universitäten deutlich verlieren, konnten die privaten Hochschulen ihre Studienanfängerzahlen entgegen dem allgemeinen Trend sogar erheblich steigern. Meine These dazu: Private Anbieter haben offenbar die attraktiveren Studienkonzepte für besondere Zielgruppen wie Berufstätige und sie sind sehr flexibel im Aufbau von Studienkapazitäten in Fächern mit hohem Numerus Clausus.

Evidenzbasiertes Hochschulmanagement darf eben nicht nur auf die Gesamtzahlen schauen, sondern

muss sich mit den Daten hinter dem Trend differenziert auseinandersetzen, die richtigen Fragen stellen und die richtigen Schlüsse ziehen. Beim Trend zu Audio-Formaten wurde einerseits das Austausch-Universum Clubhouse gegründet, andererseits haben Radiosender Podcasts aufgelegt. Von Ersterem redet keiner mehr, Letztere verhalten vielen Sendern zu neuer Hörerschaft. Genauso müssen Hochschulen sehr sorgfältig überlegen, wie sie neue Studierende erreichen. Denn auch viele Hochschulen können sich nicht mehr darauf verlassen, dass ihre derzeitigen Zielgruppen, Einzugsregionen, Fächerzuschnitte oder Studienformate weiterhin unverändert tragen.

Zuletzt haben mich Verantwortliche aus Hochschulen vermehrt kontaktiert und gefragt: Wie sehen diese Entwicklungen in unserer Region aus? Wie sind unsere Daten im Vergleich zu Wettbewerbern? Aber auch: Was sind die Trends in den nächsten zehn Jahren, die bestimmen, wo unsere Chancen auf mehr Studienanfänger stecken? – Es ist gut, dass Hochschulen verstärkt diese Fragen stellen und evidenzbasiert interne Diskussionen anstoßen, um daraus tragfähige Strategien abzuleiten. Denn wie bei allen Trends geht es auch bei Hochschulen darum, nicht zu kopieren oder gar zu kapitulieren, sondern zu kapieren, was gerade passiert.

Mehr zur zitierten CHE-Analyse:

www.che.de/download/check-studienanfaenger/
www.hochschuldaten.de

PROF. DR. FRANK ZIEGELE

ist Geschäftsführer des CHE – Gemeinnütziges Zentrum für Hochschulentwicklung und hat seit 2004 eine Professur für Hochschul- und Wissenschaftsmanagement an der Hochschule Osnabrück inne.
frank.ziegele@che.de, www.che.de