

IM BLICKPUNKT

**Erfolgsgeheimnisse privater
Hochschulen**

**Wie Hochschulen atypische Studierende gewinnen
und neue Zielgruppen erschließen können**

Jens Engelke
Ulrich Müller
Ronny Röwert

CHE gemeinnütziges Centrum für Hochschulentwicklung
Verler Straße 6
D-33332 Gütersloh

Telefon: ++49 (0) 5241 97 61 0

Telefax: ++49 (0) 5241 9761 40

E-Mail: info@che.de

Internet: www.che.de

ISSN 1862-7188

ISBN 978-3-941927-79-7

Erfolgsgeheimnisse privater Hochschulen

**Wie Hochschulen atypische Studierende gewinnen
und neue Zielgruppen erschließen können**

Jens Engelke
Ulrich Müller
Ronny Röwert

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung.....	7
2	Einleitung	8
3	Überblick über die private Hochschullandschaft	10
	3.1 Rolle im Hochschulsystem – Entwicklungen der letzten Jahre.....	10
	3.2 Typen und Konzepte privater Hochschulen	13
	3.3 Altersstruktur der Studierenden privater Hochschulen	17
	3.4 Zwischenfazit.....	18
4	Vorgehensweise und Methodik	20
5	Erfolgsfaktoren aus Perspektive der privaten Hochschulen.....	24
6	Fazit: Aggregierte „Erfolgsgeheimnisse“ privater Hochschulen bei der Gewinnung neuer Zielgruppen	31
7	Literaturverzeichnis	35
	 Anhang 1: Leitfragenkatalog.....	 38
	Anhang 2: Portraits ausgewählter privater Hochschulen sowie Interviewpartnerinnen und -partner	 41

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Wachstum der Studienanfänger(innen) an privaten Hochschulen im Vergleich zu staatlichen Hochschulen in den Studienjahren 2005 bis 2015 (2005=100%).....	11
Abbildung 2: Anzahl der Studierenden an privaten Hochschulen und Anteil an allen Studierenden im Jahr 2014 nach Bundesländern	12
Abbildung 3: Anzahl der Studienanfänger(innen) an privaten Hochschulen von 2005 bis 2014 nach Hochschulart	13
Abbildung 4: Studierende nach Fächergruppen an privaten Hochschulen im Jahr 2005 und 2014	14
Abbildung 5: Anteil der an privaten Hochschulen vergebenen Abschlüsse von den an allen Hochschulen vergebenen Abschlüssen im Jahr 2014	15
Abbildung 6: Anteil der Altersgruppen an der Gesamtzahl der Studierenden nach Hochschulträgerschaft im Jahr 2014.....	18

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Typen von privaten Hochschulen gemäß Wissenschaftsrat sowie Anzahl an entsprechenden Hochschulen im Mai 2012 (in Klammern)	14
Tabelle 2: Übersicht der für die geführten Interviews ausgewählten Hochschulen.....	22

1 Zusammenfassung

Private Hochschulen boomen: Innerhalb von zehn Jahren weisen sie bezogen auf die Studierendenzahlen eine Wachstumsrate von rund 233 Prozent auf. Mittlerweile (Wintersemester 2014/15) studieren 6,7 Prozent der Studierenden an einer Hochschule in privater Trägerschaft. Ein Grund für dieses Wachstum: Private Hochschulen, insbesondere die Fachhochschulen, sind überdurchschnittlich erfolgreich darin, neue Zielgruppen und nichttraditionelle, bislang wenig hochschulaffine Herkunftsgruppen für ein Studium zu gewinnen.

Worin liegt das Erfolgsgeheimnis privater Hochschulen bei der Gewinnung atypischer Studierender, d.h. von Studierenden, die nicht dem klassischen Typus (zwischen 19 und 24 Jahre alt, Abitur, kinderlos, aus Deutschland kommend und in einem Präsenzstudium in Vollzeit studierend) entsprechen?

Das Ergebnis einer qualitativen Befragung von fünf ausgewählten privaten Hochschulen, denen die Gewinnung atypischer Studierender nachweislich hervorragend gelingt, legt den Schluss nahe, dass sich dieser Erfolg in einer studierendenbezogenen Kombination von fünf Erfolgsfaktoren begründet. Private Hochschulen, die einen hohen Anteil bislang atypischer Studierender aufweisen können, setzen konsequent und stringent folgende Grundprinzipien um:

- *Marktorientierung*: Es werden klar definierte Zielgruppen adressiert. Die klar profilierten Angebote besetzen häufig gezielt Nischen, die andere und vor allem staatliche Hochschulen nicht ausreichend besetzen.
- *Praxisorientierung*: Der Arbeitsmarktrelevanz des Studiums wird hohe Bedeutung beigemessen. Das Studium soll gezielt auf das Berufsleben vorbereiten, im Regelfall für sehr klar beschriebene Berufsbilder.
- *Zielorientierung*: Der Mehrwert des Studiums als Investition in die eigene Berufsbiografie wird klar benannt. Der Studienerfolg – entsprechende Leistungen der Studierenden vorausgesetzt – und die sich daraus ergebenden Vorteile werden hochschulseitig als belastbare „Erfolgsversprechen“ kommuniziert.
- *Studierendenorientierung*: Die zumeist geringere institutionelle Größe privater Hochschulen gegenüber staatlichen ermöglicht ihnen eine engere Betreuung, Serviceorientierung und Verantwortungsübernahme für Studierende.
- *Bedarfsorientierung*: Technische Studienformate und die Organisation des Studiums richten sich flexibel nach den individuellen Bedürfnissen der Studierenden. Teilzeitstudium, berufsbegleitendes Studium und unübliche Veranstaltungszeiten können regelhaft in Anspruch genommen werden.

Die fünf genannten Erfolgsfaktoren zeichnen sich dadurch aus, dass sie besonders in ihrem konzertierten Zusammenspiel eine attrahierende Kraft für die Gewinnung atypischer Studierender entfalten. Es bedarf folglich der Berücksichtigung aller fünf Faktoren sowie einer studierendenadäquaten Abstimmung der vielfältigen Faktorausprägungen untereinander, wenn eine Hochschule plant, den Anteil atypischer Studierende auszubauen und neue Zielgruppen zu erschließen.

2 Einleitung

Der Sektor der privaten Hochschulen wächst deutlich. Einige private Hochschulen sind sehr erfolgreich darin, bislang weniger hochschulaffine Herkunftsgruppen für ein Studium zu gewinnen. Auch der Wissenschaftsrat „hält die privaten und kirchlichen Hochschulen aufgrund verschiedener Faktoren für besonders geeignet, sog. nichttraditionellen Studierenden ein Studium zu ermöglichen.“¹ Welche Erfolgsgeheimnisse stecken dahinter? Welche spezifischen Faktoren sind ursächlich für die vergleichsweise überdurchschnittlich ausgeprägte Gewinnung von „atypischen“ Studierenden für ein Hochschulstudium durch private Hochschulen?

Zwei maßgebliche gesellschaftliche wie hochschulbezogene, jeweils seit Dekaden andauernde Entwicklungen prägen das deutsche Hochschulsystem. Im Rahmen der zunehmenden Akademisierung weiter Teile der Bevölkerung wurde und wird Hochschulbildung sukzessive ansteigend zum Normalfall.² So ist der Anteil der studienberechtigten Personen an der altersspezifischen Bevölkerung von 37,2 Prozent im Jahr 2000 auf 52,8 Prozent im Jahr 2014 gestiegen.³ Der Anteil der Studienanfänger(innen) an der altersspezifischen Bevölkerung ist im gleichen Zeitraum von 33,5 Prozent auf 58,3 Prozent deutlich angestiegen.⁴ Immer mehr Personen nehmen ein Studium auf. Angebot und Nachfrage im Markt „Hochschulbildung“ haben sich nachhaltig verändert.

Diese Massifizierung stellt die Hochschullandschaft vor eine Vielzahl von Herausforderungen. Die wesentlichste dürfte die Diversifizierung sein: Während der vergangenen rund 15 Jahre nahmen Anzahl, Anteil und somit Bedeutung „atypischer“ Studierender zu. Ein wachsender Anteil der Studierenden entspricht nicht dem bislang vorherrschenden klassischen Studierendentypus (zwischen 19 und 24 Jahre alt, Abitur, kinderlos, aus Deutschland kommend und in einem Präsenzstudium in Vollzeit studierend⁵). Allerdings kommt es nicht zu einem neuen Standard-Typus von Studierenden, sondern vielmehr zu zahlreichen unterschiedlich sich ausdifferenzierenden Typen. So hatten 2012 bereits 22,0 Prozent aller Studierenden in Deutschland eine abgeschlossene Berufsausbildung, 6,4 Prozent studierten in einem berufsbegleitenden oder dualen Studiengang, 5,7 Prozent studierten in einem Fernstudiengang und 5,0 Prozent haben mindestens ein Kind. Die Studierendenschaft wurde zunehmend heterogener: Nicht allein der Ur-Typus eines z.B. 19-jährigen Abiturienten geht heute zur Hochschule, sondern auch der Handwerksmeister, die alleinerziehende Mutter oder die Managerin. Die Vielfalt der Bildungsbiografien hat den „typischen“ Studierenden-Typus eindrucksvoll um zahlreiche Varianten erweitert.

Neben dieser ersten Entwicklung auf persönlichen, bildungsbiographischen Ebenen hat sich parallel zunehmend der Hochschulmarkt ausdifferenziert. Private Hochschulen haben im Vergleich zu staatlichen Hochschulen bei der Schaffung von zielgruppenspezifischen Studienan-

¹ Vgl. Wissenschaftsrat (2012), S. 98.

² Vgl. Dräger / Ziegele (2014): Hochschulbildung wird zum Normalfall – Ein gesellschaftlicher Wandel und seine Folgen, CHE. Online unter: http://www.che.de/downloads/Hochschulbildung_wird_zum_Normalfall_2014.pdf.

³ Vgl. Statistisches Bundesamt (2016a): Fachserie 11 Reihe 4.3, Fachserie 11 Reihe 4.3.1. Verfügbar unter: <http://www.datenportal.bmbf.de/portal/de/Tabelle-2.5.85.html> [Stand: 22.12.2016].

⁴ Vgl. Statistisches Bundesamt (2016b): Tabelle 1.9.6 Grunddaten zum Bildungswesen (Bildungsbeteiligung), <http://www.datenportal.bmbf.de/portal/de/Tabelle-1.9.6.html>.

⁵ Vgl. Dräger / Ziegele (2014), S. 6.

geboten besondere Flexibilität und Innovationskraft bewiesen und können eine beeindruckende Expansion des Marktsektors „Private Hochschulen“ vorweisen. Es ist ihnen gelungen, existierende, jedoch ungedeckte Nachfrage auf dem Bildungsmarkt zu erkennen und adäquate Studienangebote auf den Markt zu bringen. Es lassen sich somit zwei Entwicklungen identifizieren, eine nachfrage- und eine angebotsbezogene, welche interdependent stattfanden und auch weiterhin stattfinden.

Im Folgenden werden Faktoren identifiziert, die in ausgeprägtem Maße dazu beitragen, die erstgenannte – nachfragebezogene – Entwicklung mit der zweitgenannten, einer angebotsbezogenen, in einem kontinuierlich wachsenden Hochschulmarktsegment zu vereinen.

3 Überblick über die private Hochschullandschaft

In diesem Abschnitt wird ein Überblick gegeben über die Entwicklungen der privaten Hochschulen und deren Expansion vor dem Hintergrund der Massifizierungstendenzen im deutschen Hochschulsystem im Allgemeinen sowie in den vergangenen Jahren im Speziellen. Dazu gilt es, zunächst das Untersuchungsobjekt zu definieren.

Ein in diesem Kontext einschlägiges Identifizierungskriterium von Hochschulen stellt die Trägerschaft der Hochschule dar. So lassen sich die nichtstaatlichen Hochschulen anhand ihrer Träger – wenn auch nicht vollends trennscharf – in drei Gruppen einteilen. Zum einen sind dies die kirchlich getragenen Hochschulen, des Weiteren Hochschulen in Trägerschaft der öffentlichen Hand, die nicht zugleich Hochschulen eines Landes sind (beispielsweise Polizei- oder Verwaltungshochschulen). Die dritte Gruppe, allein sie ist Gegenstand der vorliegenden Darstellung, sind die Hochschulen in privater Trägerschaft.⁶

3.1 Rolle im Hochschulsystem – Entwicklungen der letzten Jahre

Während in zahlreichen anderen Staaten private Hochschulen die Hochschullandschaft seit jeher prägen bzw. einen prägenden Beitrag leisten, sind sie in Deutschland eine noch recht junge Erscheinung. Erst 1980 wurde die erste private Hochschule gegründet.⁷ Seitdem hat der private Hochschulsektor allerdings deutlich an Bedeutung gewonnen. Insbesondere die Entwicklungen der letzten Dekade im Rahmen der allgemein steigenden Studierendenzahlen⁸ führen dazu, dass private Hochschulen nicht mehr als Randerscheinung angesehen werden können.

Im Wintersemester 2014/15 waren mehr als 180.000 Studierende an privaten Hochschulen eingeschrieben.⁹ Das sind 6,7 Prozent aller eingeschriebenen Studierenden. Bei einer Gesamtanzahl von 121 privaten Hochschulen¹⁰ sind dies durchschnittlich 1.492 Studierende pro private Hochschule. Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass die größte private Hochschule, die FOM, aktuell bereits nahezu 39.000 Studierende auf sich vereint.

Der Aufwuchs von insgesamt 54.000 Studierenden an privaten Hochschulen im Jahr 2005 auf mehr als 180.000 Studierende im Wintersemester 2014/15 entspricht einer bemerkenswerten Wachstumsrate von rund 233 Prozent innerhalb von zehn Jahren. Und auch relativ haben die privaten Hochschulen deutlich hinzugewonnen. So lag der Anteil privathochschulisch Studierender 2010 noch bei 4,9 Prozent; er erfuhr bis zum Wintersemester 2014/15 folglich eine

⁶ Vgl. Wissenschaftsrat (2012): Private und kirchliche Hochschulen aus Sicht der institutionellen Akkreditierung. Drs. 2264/12. Bremen. WR. S. 5.

⁷ Die damalige AKAD Hochschule Rendsburg (heute Pinneberg) erhält 1980 als erste Hochschule die staatliche Anerkennung vom Land Schleswig-Holstein, vgl. Wissenschaftsrat (2006): Stellungnahme zur Akkreditierung der AKAD-Fachhochschulen Stuttgart, Pinneberg und Leipzig. Drs. 7344/06. Mainz. WR. S. 7.

⁸ Vgl. Berthold, Christian; Lah, Wencke; Röwert, Ronny (2015): „Und wo studieren die jetzt alle?“ - Analysen zum Verbleib der zusätzlichen Studienanfänger(innen) in den Jahren 2006 bis 2013, Gütersloh, CHE.

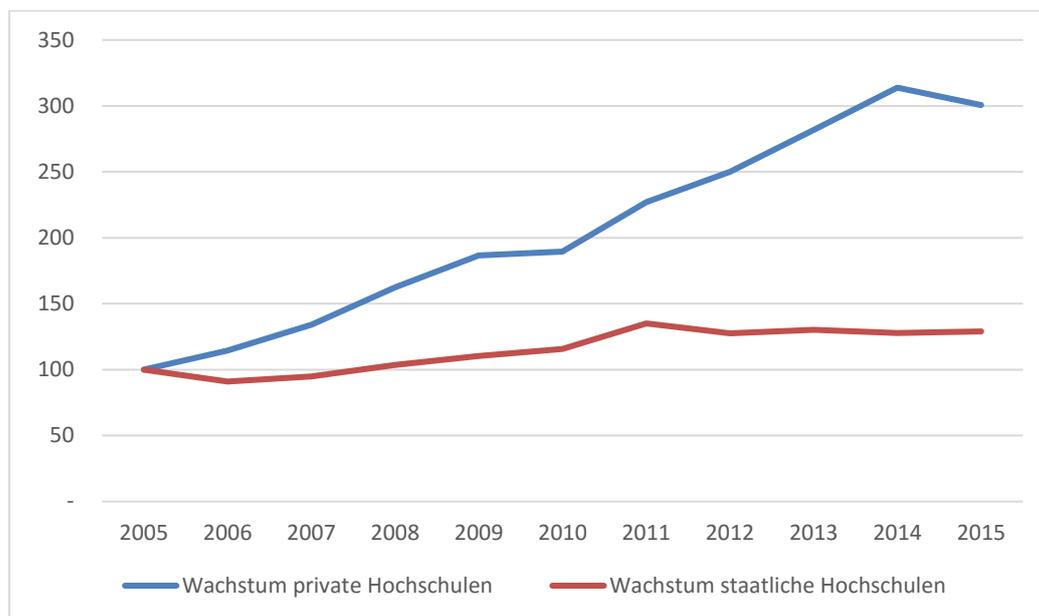
⁹ Vgl. Statistisches Bundesamt (2016c): Bildung und Kultur - Private Hochschulen 2014 [digitale Version]. Wiesbaden. Statistisches Bundesamt.

¹⁰ Vgl. HRK (2016): Hochschulkompass. Verfügbar unter: <http://www.hochschulkompass.de/hochschulen/download.html> [Stand 10.06.2016].

Steigerung von 1,6 Prozentpunkten.¹¹ Die privaten Hochschulen konnten somit von dem Nachfrageanstieg seit 2010 besonders profitieren. Die Studierendenzahl wächst an privaten Hochschulen ungebremst, demgegenüber gilt der Höhepunkt der Studierendenzahl an staatlichen Hochschulen als bereits erreicht.¹²

Das spiegelt sich auch in den Studienanfänger(innen)zahlen wider. Wie aus Abbildung 1 ersichtlich, ist hier ebenfalls im Vergleich zur Expansion an staatlichen Hochschulen ein überproportionaler Anstieg bei privaten Hochschulen zu verzeichnen. So waren es 2005 noch nahezu 14.000 Studienanfänger(innen) an privaten Hochschulen, 2010 bereits 26.400 und 2014 über 43.000. Dies stellt seit 2005 eine Verdreifachung der Studienanfänger(innen)zahlen an privaten Hochschulen dar.¹³

Abbildung 1: Wachstum der Studienanfänger(innen) an privaten Hochschulen im Vergleich zu staatlichen Hochschulen in den Studienjahren¹⁴ 2005 bis 2015 (2005=100%)¹⁵



¹¹ Vgl. Statistisches Bundesamt (2016c): Bildung und Kultur - Private Hochschulen 2014 [digitale Version]. Wiesbaden. Statistisches Bundesamt (2015): Bildung und Kultur - Fachserie 11 Reihe 4.1 Studierende an Hochschulen Wintersemester 2014/2015 [digitale Version]. Wiesbaden.

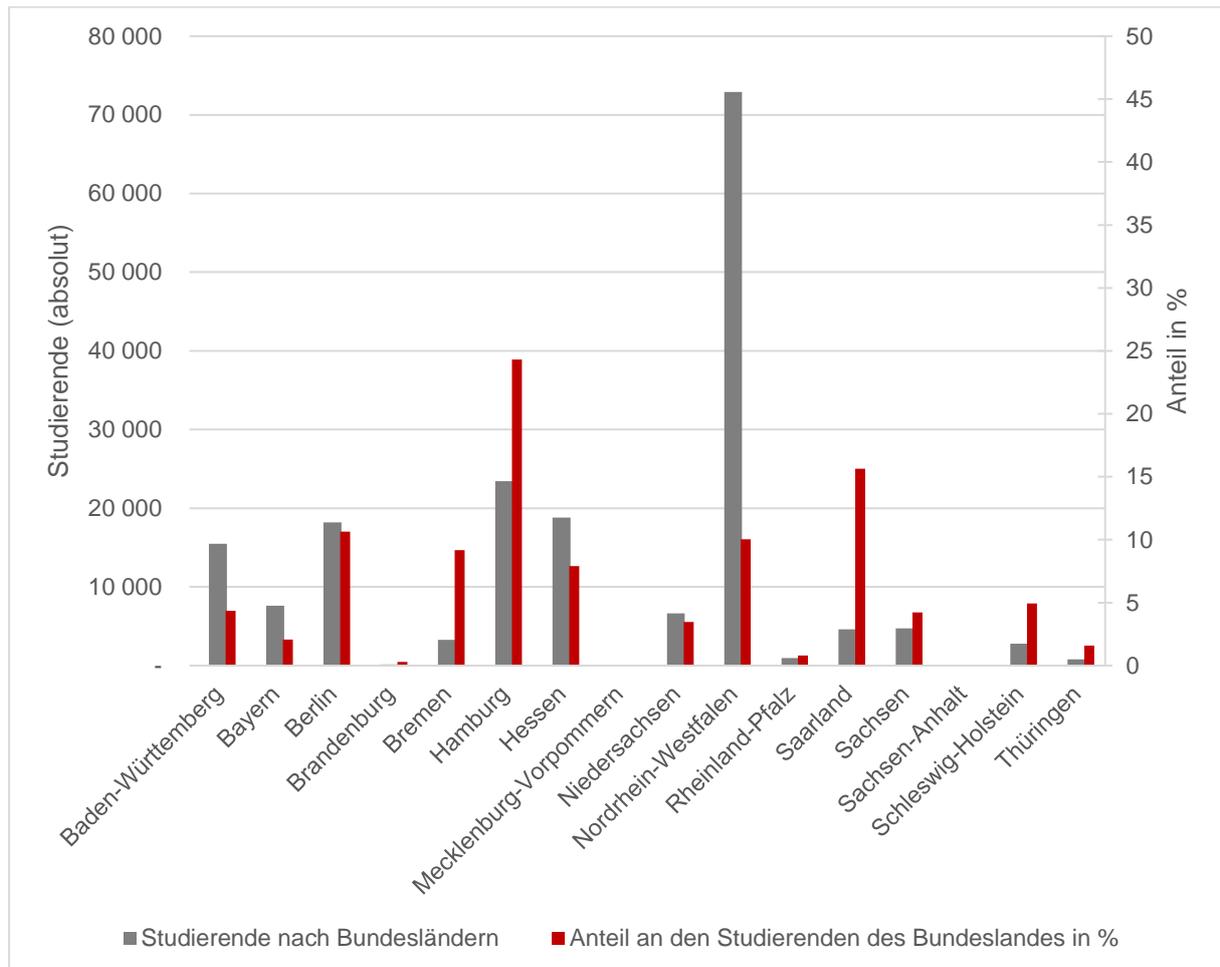
¹² Vgl. Berthold, Christian; Lah, Wencke; Röwert, Ronny (2015): „Und wo studieren die jetzt alle?“ - Analysen zum Verbleib der zusätzlichen Studienanfänger(innen) in den Jahren 2006 bis 2013, Gütersloh, CHE.

¹³ Vgl. Statistisches Bundesamt (2016c): Bildung und Kultur - Private Hochschulen 2014 [digitale Version]. Wiesbaden. Statistisches Bundesamt (2015): Bildung und Kultur - Fachserie 11 Reihe 4.1 Studierende an Hochschulen Wintersemester 2014/2015 [digitale Version]. Wiesbaden.

¹⁴ Ein Studienjahr bezeichnet ein Sommersemester plus das im selben Jahr beginnende Wintersemester.

¹⁵ Vgl. Statistisches Bundesamt (2016d): Studienanfänger im 1. HS nach Land und Trägerschaft im Studienjahr - gesonderte Datenlieferung des Statistischen [digitale Version]. Wiesbaden.

Abbildung 2: Anzahl der Studierenden an privaten Hochschulen und Anteil an allen Studierenden im Jahr 2014 nach Bundesländern¹⁶



Wie sich die Studierenden auf die Bundesländer verteilen, kann in Abbildung 2 nachvollzogen werden. So studiert ein Großteil der Studierenden an privaten Hochschulen im bevölkerungsreichsten Bundesland Nordrhein-Westfalen. Dieses Bundesland vereint insgesamt in absoluten Zahlen die meisten Studierenden an privaten Hochschulen auf sich. Auch relativ studiert mit 10 Prozent – im Vergleich zum bundesweiten Durchschnittswert von 6,7 Prozent – aller immatrikulierten Studierenden ein bedeutender Anteil Studierender in Nordrhein-Westfalen an einer privaten Hochschule. In Hamburg studieren mit 24,3 Prozent relativ die meisten Studierenden an privaten Hochschulen. Hier gilt es zu berücksichtigen, dass in Hamburg mit der Hamburger Fernhochschule und der Europäischen Fernhochschule Hamburg mit insgesamt mehr als 16.000 Studierenden zwei große Fernhochschulen ihren Sitz haben. Berlin und Hessen sind – in absoluten Zahlen gemessen – zwei weitere Bundesländer, in denen zahlreiche Studierende an privaten Hochschulen eingeschrieben sind. Berlin ist mit 10,6 Prozent Anteil an Studierenden an privaten Hochschulen auch in relativen Maßstäben ein beliebter Standort, wohingegen Hessen mit 7,9 Prozent, relativ betrachtet, nur geringfügig überdurchschnittlich abschneidet. Ein relativ hoher Anteil an Studierenden an privaten Hochschulen findet sich mit

¹⁶ Vgl. Statistisches Bundesamt (2016c): Bildung und Kultur - Private Hochschulen 2014 [digitale Version]. Wiesbaden.

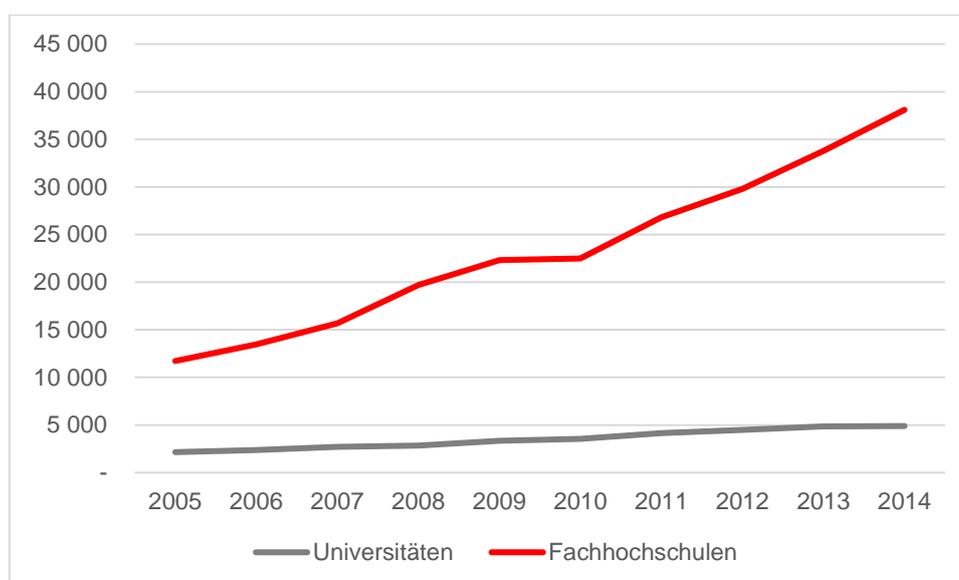
15,6 Prozent im Saarland, das aufgrund seiner geringen Zahl an Studierenden an allen Hochschulen in den absoluten Zahlen jedoch ein geringes Gewicht aufweist.

Am unteren Ende des Spektrums sind in absoluten wie auch relativen Zahlen ostdeutsche Bundesländer wiederzufinden. So werden für Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt überhaupt keine Studierenden an privaten Hochschulen ausgewiesen und in den drei weiteren ostdeutschen Bundesländern (ohne Berlin) sind die Zahlen absolut wie auch relativ deutlich unterdurchschnittlich.

3.2 Typen und Konzepte privater Hochschulen

Die Verteilung der Studienanfänger(innen) auf die verschiedenen Hochschultypen „Universität“ und „Fachhochschule“ wird in Abbildung 3 dargestellt.¹⁷ Die Zahl der Studienanfänger(innen) an privaten Universitäten stieg von 2.152 im Jahr 2005 auf 4.891 im Jahr 2014. Demgegenüber war das absolute wie auch relative Wachstum an privaten Fachhochschulen in ausgeprägter Weise höher. Beispielsweise nahmen im Jahr 2014 38.099 Studienanfänger(innen) ihr Studium an einer privaten Fachhochschule auf.

Abbildung 3: Anzahl der Studienanfänger(innen) an privaten Hochschulen von 2005 bis 2014 nach Hochschulart¹⁸



Der Wissenschaftsrat¹⁹ gliedert die privaten Universitäten und Fachhochschulen noch differenzierter in die Kategorien gemäß Tabelle 1. Die jeweilige Anzahl der Hochschulen im Jahr 2012 befindet sich als Zahlenangabe in Klammern.

¹⁷ Die privaten Kunst- und Musikhochschulen werden nicht abgebildet, da mit der Alanus Hochschule für Kunst & Gesellschaft diesbezüglich allein eine Hochschule existiert. Sie zählte 2014 insgesamt 461 Studienanfänger.

¹⁸ Vgl. Statistisches Bundesamt (2016c): Bildung und Kultur - Private Hochschulen 2014 [digitale Version]. Wiesbaden.

¹⁹ Vgl. Wissenschaftsrat (2012): Private und kirchliche Hochschulen aus Sicht der institutionellen Akkreditierung. Drs. 2264/12. Bremen. S. 16.

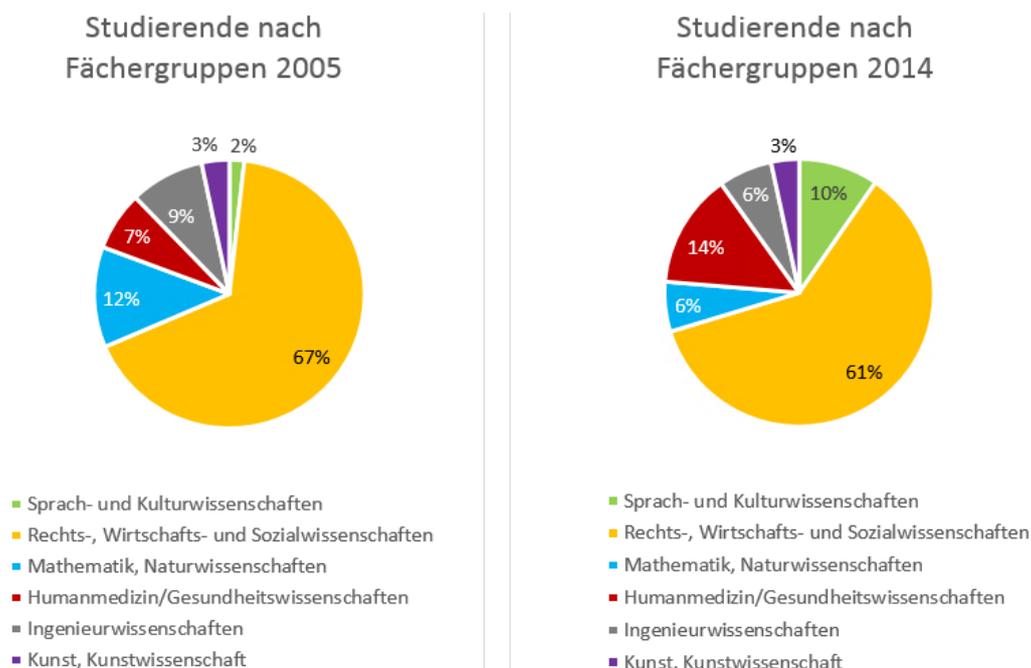
Tabelle 1: Typen von privaten Hochschulen gemäß Wissenschaftsrat²⁰ sowie Anzahl an entsprechenden Hochschulen im Mai 2012 (in Klammern)

Hochschulen mit Promotionsrecht		
Universitäten ohne Schwerpunkt (1)	Universitäten mit Schwerpunkten (6)	„Schools“ (5)
Hochschulen ohne Promotionsrecht		
Fachhochschulen ohne Schwerpunkt (3)	Fachhochschulen mit Schwerpunkten (84)	Sonstige Hochschulen (9)
Kunst- und Musikhochschulen		
Kunsthochschulen (1)		

Es fällt auf, dass unter den privaten Hochschulen die Gruppe der Fachhochschulen mit klarer Schwerpunktsetzung die zahlenmäßig bedeutendste darstellt – dieser Sachverhalt dürfte sich seit 2012 eher noch verstärkt haben.

In diesem Rahmen ist es auch lohnenswert, die Fächer- und Abschlussverteilung der Studierenden an privaten Hochschulen näher zu betrachten. Abbildung 4 schlüsselt die relative Fächerverteilung auf.

Abbildung 4: Studierende nach Fächergruppen an privaten Hochschulen im Jahr 2005 und 2014²¹



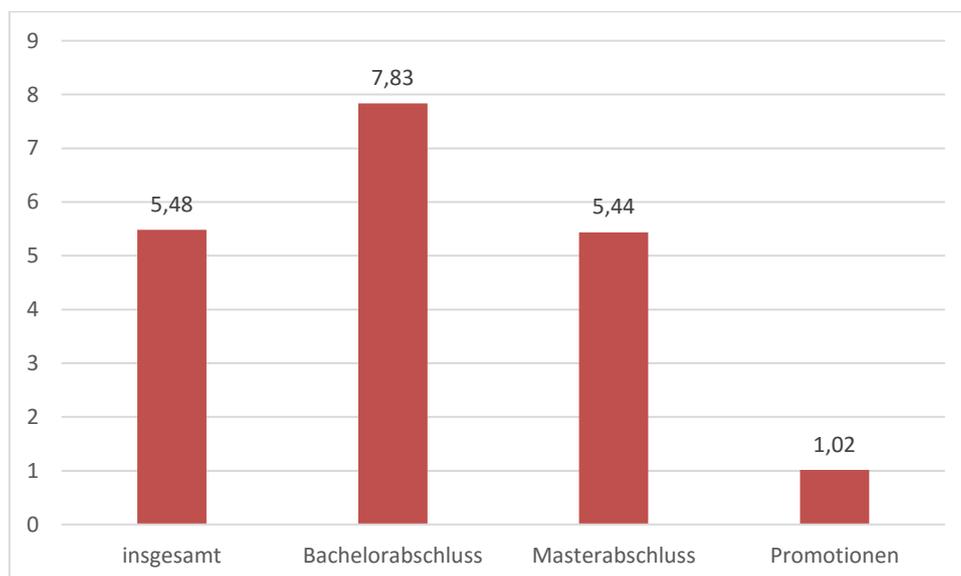
²⁰ Vgl. Wissenschaftsrat (2012): Private und kirchliche Hochschulen aus Sicht der institutionellen Akkreditierung. Drs. 2264/12. Bremen. S. 16.

²¹ Vgl. Statistisches Bundesamt (2016c): Bildung und Kultur - Private Hochschulen 2014 [digitale Version]. Wiesbaden.

Die Gruppe der Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften ist besonders stark vertreten. Hierbei handelt es sich in der Praxis primär um den Bereich der Wirtschaftswissenschaften. 87.588 der im Jahr 2014 109.145 Studierenden in den Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften haben sich für ein wirtschaftswissenschaftliches Studium entschieden. Die zweitgrößte Fächergruppe im Jahr 2014 ist die der Humanmedizin und Gesundheitswissenschaften. Diese Fächergruppe ist zwischen 2005 und 2014 relativ am zweitstärksten gewachsen. Hier handelt es sich deutlich überwiegend um Studierende der Gesundheitswissenschaften, konkret um 23.777 von insgesamt 24.882 in dieser Fächergruppe Studierende. Die Universität Witten/Herdecke ist unverändert die einzige private Universität, welche Medizin als Studienfach anbietet.

Die drittgrößte Fächergruppe und die von 2005 bis 2014 relativ am stärksten gewachsene Fächergruppe ist mit 17.236 Studierenden die der Sprach- und Kulturwissenschaften. Die Mehrheit dieser Gruppe von Studierenden (13.070) ist im Fach Psychologie immatrikuliert. In den Ingenieurwissenschaften studieren 11.613 Personen, davon 4.042 Studierende Maschinenbau. Die Gruppe der Mathematik und Naturwissenschaften umfasst 10.838 Studierende, wovon die Mehrheit (9.916 Studierende) im Fach Informatik eingeschrieben ist. Die Gruppe der Kunst/Kunstwissenschaften setzt sich maßgeblich aus Studierenden der Gestaltung zusammen. So sind 4.007 der 6.057 Studierenden in einem Fach der Gestaltung eingeschrieben. Weiterhin vertreten sind die Fächer Sport (496 Studierende), Agrar-, Forst und Ernährungswissenschaften (182 Studierende) sowie weitere Fächer mit geringer Studierendenzahl.

Abbildung 5: Anteil der an privaten Hochschulen vergebenen Abschlüsse von den an allen Hochschulen vergebenen Abschlüssen im Jahr 2014 (Angabe in Prozent)



Die in Abbildung 5 dargestellten relativen Anteile an Abschlüssen ergänzen dieses Bild. Bachelorabschlüsse werden in deutlichem Umfang an privaten Hochschulen erworben. Rund 7,8 Prozent der insgesamt 229.282 Bachelorabschlüsse fallen auf die privaten Hochschulen zurück. Damit liegen sie um etwas mehr als 2 Prozentpunkte über dem durchschnittlichen Anteil an allen Abschlüssen in Höhe von ca. 5,5 Prozent.

Im Rahmen dieser Größenordnung zeigen sich mit rund 5,4 Prozent auch die Masterabschlüsse. Deutlich unterproportional werden Promotionstitel an privaten Hochschulen erworben.

ben. Im Jahr 2014 wurden insgesamt 286 an privaten Hochschulen abgeschlossene Promotionen vergeben, der Anteil an der Gesamtzahl der Promotionen fällt mit ca. 1,0 Prozent relativ gering aus. Allein 96 dieser Titel wurden an der Universität Witten/Herdecke erworben.

In Tabelle 1 (s.o.) erfolgt anhand der Kategorisierung der Hochschultypen und Anzahl der Hochschulen bereits eine grundlegende Differenzierung von privaten Hochschulen. Anhand des Fächerspektrums und der Art von Abschlüssen können ebenfalls Aussagen über die Ausrichtung der privaten Hochschullandschaft getroffen werden. Frank et.al.²² haben 2010 unter Einbeziehung des Selbstverständnisses der Hochschulen eine überzeugende Typisierung von privaten Hochschulen vorgenommen. Darin wird zwischen den folgenden fünf Typen von privaten Hochschulen unterschieden:

- *Aufwerter* sind Fachhochschulen mit ausgewählten Fächern, welche sich der Akademisierung früherer Ausbildungsberufe überwiegend auf grundständigem akademischen Niveau verschrieben haben.
- *Flexible* sind Hochschulen mit berufsbegleitenden bzw. -integrierten Studienformaten, welche überwiegend auf grundständigem akademischen Niveau angesiedelt sind.
- *Berufsorientierte* sind Fachhochschulen, die ihre Angebote ausdrücklich an den Anforderungen des Arbeitsmarktes orientieren.
- *Spezialisten* sind auf einen Fachbereich spezialisierte Hochschulen mit Promotionsrecht oder angestrebtem Promotionsrecht, die Anspruch auf Forschung und Lehre auf universitärem Niveau erheben.
- *Humboldtianer* sind ebenfalls Hochschulen auf universitärem Niveau, jedoch erheben sie dabei Anspruch auf Multi- und Interdisziplinarität, was sich in einem breiten Fächerangebot widerspiegelt.

Diese Typen sind nicht vollends trennscharf zu verstehen. So kann eine Hochschule zum Beispiel flexible Studienangebote anbieten, die sich gleichzeitig auf den Bereich der nicht-akademischen Berufsausbildung beziehen. Dennoch ermöglicht diese Typisierung, Verständnis dafür zu erzielen, aus welchen Gründen private Hochschulen bei der Gewinnung von atypischen Studierenden eine besondere Rolle spielen. Vor diesem Hintergrund dürften, wie sich später zeigt, für die Fragestellung des vorliegenden Papiers vor allem die Hochschultypen „Aufwerter“, „Flexible“ und „Berufsorientierte“ von Belang sein.

Die Aufwerter zeichnen sich vor allem dadurch aus, dass ihr Angebot primär Personen anspricht, die mit hoher Wahrscheinlichkeit ansonsten kein Hochschulstudium, sondern eine Berufsausbildung in einem Unternehmen oder an einer Fachschule des entsprechenden Berufsfelds aufgenommen hätten. Daneben adressieren sie Menschen, die bereits eine Berufsausbildung abgeschlossen haben und sich in ihrem Berufsfeld weiterqualifizieren wollen bzw. die einen Bachelorstudiengang absolvieren wollen, der Berufsausbildung und Studium miteinander kombiniert. So bieten private Hochschulen beispielsweise im Bereich der Gesundheitswissenschaften wie auch im Tourismus- und Immobilienmanagement besondere Studienangebote an, die sich an beruflichen Ausbildungsangeboten orientieren, auf ihnen aufbauen oder eine berufliche mit einer akademischen Ausbildung kombinieren (duales Studium).

²² Vgl. Frank, Andrea; Hieronimus, Solveigh; Killius, Nelson & Meyer-Guckel, Volker (2010): Rolle und Zukunft privater Hochschulen in Deutschland. Essen: Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft. S. 6-7.

Die Flexiblen richten sich an zahlreiche atypische Studierende, weil sie durch Fernstudienangebote, berufsbegleitende und berufsorientierte Studienangebote ein Hochschulstudium für viele ihrer Studierenden, die aufgrund einer Berufsausübung oder anderer Verpflichtungen zeitlich weniger variabel sind, überhaupt erst ermöglichen.

Die Berufsorientierten zeichnen sich durch eine gezielte Ausrichtung der Studienangebote auf den Arbeitsmarkt aus. Durch Kooperationen und gezielte Vorbereitung auf ein späteres Berufsfeld versprechen sie eine hohe Bildungsrendite, somit einen Mehrwert, der sich nach Studienabschluss in Berufsaussichten und Einkommen widerspiegeln soll. Hierbei stellen die guten beruflichen Perspektiven nach Studienabschluss ein gewichtiges Argument für die Berufsorientierten dar. Es werden überdurchschnittlich viele risikoaverse Studieninteressierte mit niedrigem sozioökonomischem Status angesprochen. Für diese Zielgruppe hat die berufliche Perspektive – aufgrund der häufig materiell unsicheren Lebenssituation – eine herausgehobene Bedeutung für die Studienentscheidung.²³

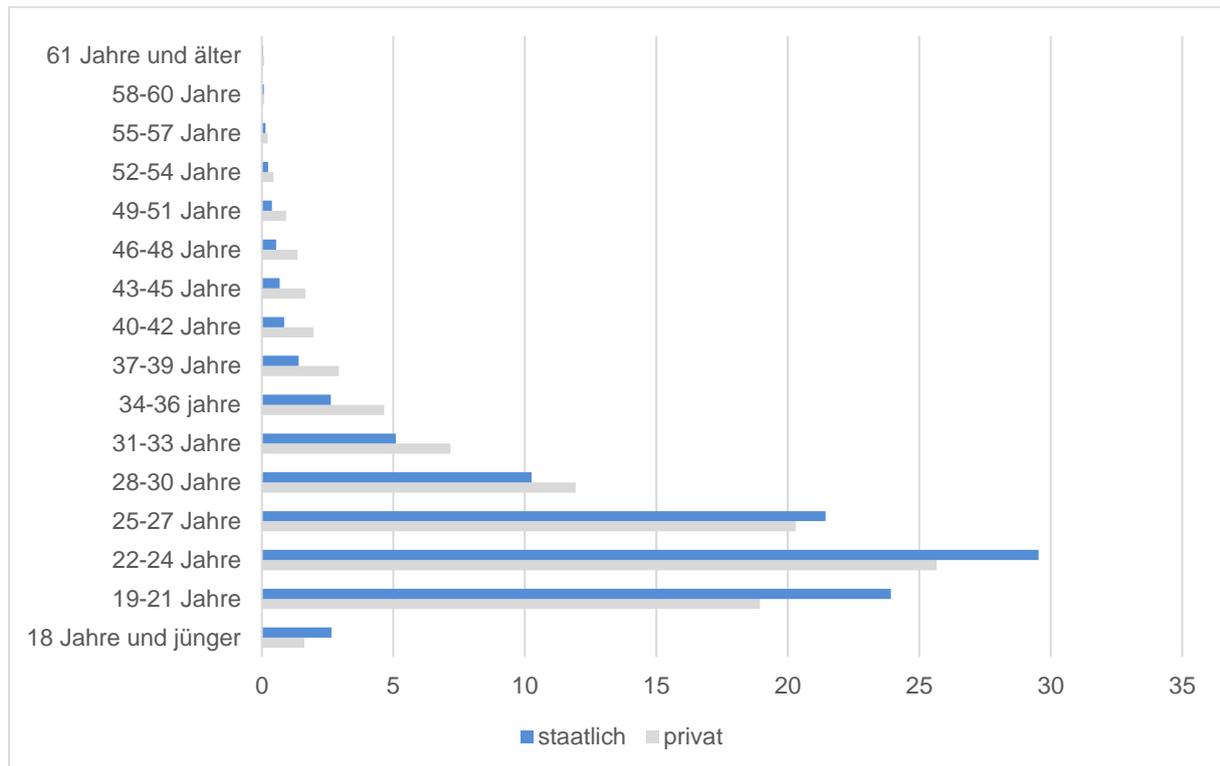
3.3 Altersstruktur der Studierenden privater Hochschulen

Ein weiteres Indiz bekräftigt die These, wonach private Hochschulen atypische Studierende in überdurchschnittlichem Maße für ein Studium gewinnen. Beim Anteil der Altersgruppen an der Gesamtzahl der Studierenden gemäß Abbildung 6 zeigt sich, dass die Studierenden an staatlichen Hochschulen durchschnittlich deutlich jünger sind als Studierende an privaten Hochschulen.

Bei den Alterskohorten von 18 bis 27 Lebensjahren – und in diesem Altersspektrum befinden sich die (bislang) typischen Studierenden – ist der Anteil an staatlichen Hochschulen größer als an privaten. Ab dem 28 Lebensjahr verkehrt sich diese Relation. Das belegt auch der um rund ein Jahr höhere Median von 24,5 Jahren bei privaten Hochschulen im Vergleich zu 23,4 Jahren bei staatlichen Hochschulen. Der Anteil atypischer Studierender an privaten Hochschulen ist bereits auf Grund des Lebensalters nachweislich und signifikant höher. Offenkundig sind private Hochschulen deutlich stärker als staatliche in der Weiterbildung und im lebenslangen Lernen aktiv. Auch hier erreichen sie tendenziell eher als staatliche Hochschulen neue Zielgruppen.

²³ Vgl. Götz, Wolfgang (2014): Gestaltungsmöglichkeiten von Studienbeitragssystemen und deren Auswirkungen auf die universitäre Hochschulbildung. Studien zur Hochschulforschung, Band 85, S. 106.

Abbildung 6: Anteil der Altersgruppen an der Gesamtzahl der Studierenden nach Hochschulträgerschaft im Jahr 2014²⁴



3.4 Zwischenfazit

Wie verdeutlicht, verzeichnet der private Hochschulsektor in den letzten zehn Jahren ein erhebliches Wachstum. Trotz der allgemein deutlichen Expansion der Studienanfänger(innen)zahlen an deutschen Hochschulen insgesamt sind es insbesondere die privaten Hochschulen, die im überproportionalen Maße ihre Kapazitäten ausgeweitet haben. So lässt sich seit 2005 eine Verdreifachung der Anzahl der Studienanfänger(innen) an privaten Hochschulen feststellen.²⁵ Dieses Wachstum ist in erster Linie auf die privaten *Fachhochschulen* zurückzuführen.²⁶ Die schon außerordentlich hohen Wachstumsraten der staatlichen Fachhochschulen werden von privaten Fachhochschulen noch einmal deutlich übertroffen.

Es ist plausibel, anzunehmen, dass unter diesen vielen zusätzlichen Studienanfänger(innen) insbesondere (bislang) atypische Studierende vertreten sind. Den privaten Hochschulen und insbesondere den privaten Fachhochschulen ist es also gelungen, Zielgruppen zu erschließen, die bislang grundsätzlich einem Hochschulstudium gegenüber weniger affin eingestellt waren.

Dieser Erfolg des privaten Hochschulsektors bei der Gewinnung zusätzlicher Studierender lässt berechtigterweise die Aussage zu, dass die privaten Fachhochschulen in besonderem Maße für die Heranführung neuer Zielgruppen an Hochschulbildung verantwortlich sind und

²⁴ Vgl. Statistisches Bundesamt (2016e): Studierende an Hochschulen - Fachserie 11 Reihe 4.1 - Wintersemester 2015/2016; Statistisches Bundesamt (2016c): Bildung und Kultur - Private Hochschulen 2014 [digitale Version]. Wiesbaden.

²⁵ Vgl. Abbildung 1 dieses Arbeitspapiers: Wachstum der Studienanfänger(innen) an privaten Hochschulen im Vergleich zu staatlichen Hochschulen von 2005 bis 2015.

²⁶ Vgl. Berthold, Christian; Lah, Wencke; Röwert, Ronny (2015): „Und wo studieren die jetzt alle?“ - Analysen zum Verbleib der zusätzlichen Studienanfänger(innen) in den Jahren 2006 bis 2013, Gütersloh, CHE.

dass offenbar die Mehrheit der privaten Hochschulen erfolgreich danach strebt, neue, atypische Studierende für die Aufnahme eines Studiums zu gewinnen.

Private Hochschulen – zumindest die erfolgreichen unter ihnen – verfahren mit den marktterminierenden Faktoren „Hochschulisches Angebot“ und „Nachfrage nach hochschulischen Leistungen“ in einer Weise, welche von denen staatlicher Hochschulen abweicht. Es ist Gegenstand der vorliegenden Studie, die bedeutsamsten dieser Faktoren zu ermitteln. Sie nimmt dabei aus der „neuen Vielfalt“ der Studierenden insbesondere Studieninteressierte in fortgeschrittenem Alter, Studieninteressierte ohne klassische Hochschulzugangsberechtigung und berufsbegleitend Studierende in den Blick.

4 Vorgehensweise und Methodik

Für die Ermittlung übertragbarer Erfolgsfaktoren privater Hochschulen ist es zielführend, jene privaten Hochschulen zu identifizieren, die die Gewinnung von Zielgruppen atypischer Studierender – abgebildet in entsprechenden Studierendenzahlen – in geradezu vorbildhafter Weise umsetzen.

Damit private Hochschulen neue Zielgruppen und (bislang) atypische Studierende für sich gewinnen können, ist ein Zusammenspiel von Push- und Pull-Faktoren notwendig; die spezifische Nachfrage von Studieninteressierten (etwa Studienwunsch ohne Abitur, Wunsch nach Berücksichtigung weiterer Verpflichtungen wie Beruf und Familie, Interesse an neuartigen, akademisierten Ausbildungsmöglichkeiten oder das Ziel, die eigene Qualifikation aufzustocken / aufzuwerten) muss auf passende Angebote treffen.

Ohne entsprechende „maßgeschneiderte“ und attraktive Angebote von Seiten der Hochschulen würden diese Zielgruppen kaum oder zumindest nur in geringem Maße ein Studium aufnehmen. Die Gewinnung atypischer Studierender durch private Hochschulen setzt also attraktive Angebote der Hochschulen als sogenannte Pull-Faktoren voraus. Will eine Hochschule erfolgreich neue Zielgruppen adressieren, muss sie Antworten finden auf Bedürfnisse, Wünsche und Anforderungen, denen im Hochschulsystem insgesamt bislang eine eher randständige Bedeutung zukam.

Die vorliegende Untersuchung nimmt in den Blick, welche Ansätze in dieser Hinsicht besonders erfolgreiche private Hochschulen hier umsetzen. Um datenbasiert jene Hochschulen identifizieren zu können, welche in der Gewinnung atypischer Studierender besonders erfolgreich sind, ist die allgemeine Datengrundlage allerdings leider grundsätzlich mangelhaft bis unzureichend. Daten bezüglich der atypischen Studierenden (eben nicht zwischen 19 und 24 Jahre alt, kinderlos, aus Deutschland kommend und in einem Präsenzstudium in Vollzeit studierend) liegen nur punktuell vor. Systemweite und hochschulbezogene Daten liegen nur für den Anteil der Studierenden/Studienanfänger(innen) ohne Abitur²⁷ sowie den Anteil der Teilzeitstudierenden an allen Studierenden²⁸ vor. Weitere Datenquellen, wie etwa Stellungnahmen des Wissenschaftsrates zur Akkreditierung privater Hochschulen sowie Hochschul-Websites, bieten vereinzelt Hinweise, jedoch kein systematisches Gesamtbild.

Für die Identifizierung von bei der Attrahierung neuer Zielgruppen von atypischen Studierender besonders erfolgreichen privaten Hochschulen wurde daher behelfsweise wie folgt vorgegangen: Zunächst wurden die Studienfachgebiete identifiziert, die in den vergangenen Jahren am stärksten von der Expansion betroffen waren. Wie Abbildung 4 im Abschnitt 3 deutlich offenbart, sind es die folgenden zwei Fächergruppen²⁹, die in den letzten zehn Jahren am stärksten an privaten Hochschulen gewachsen sind:

²⁷ Vgl. Statistisches Bundesamt (2016f): Studierende nach Hochschulen – Auswertungen zu Studierende ohne Abitur auf Anfrage. Wiesbaden.

²⁸ Vgl. Statistisches Bundesamt (2016g): Studierende nach Hochschulen – Auswertungen nach Studienformen auf Anfrage. Wiesbaden.

²⁹ Für eine vollständige Liste der Studienfächer entsprechend der Fächergruppensystematik vgl. https://www.destatis.de/DE/Methoden/Klassifikationen/BildungKultur/StudentenPruefungsstatistik.pdf?__blob=publicationFile.

- Die Fächergruppe Sprach- und Kulturwissenschaften ist die mit dem stärksten relativen Wachstum (von 2 Prozent Studierendenanteil an privaten Hochschulen in 2005 zu 10 Prozent in 2014). Stellvertretend für dieses wachsende Studiensegment sollte daher eine Hochschule ausgewählt werden, die in ihrem Hochschulprofil einen expliziten Bezug zu den Sprach- und Kulturwissenschaften aufweist. Innerhalb der Sprach- und Kulturwissenschaften zeigt sich der Bereich „Design/Medien“ als am stärksten expandierend. Daher sollte eine Hochschule aus diesem Bereich als repräsentativ befragt werden.
- Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften sind in absoluten Studierendenzahlen durchgängig das größte Studiensegment bei privaten Hochschulen und weisen zugleich in absoluten Studierendenzahlen das größte Wachstum auf. Innerhalb der Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften stellt der Bereich der „Business“-Studiengänge den größten Anteil dar. Und innerhalb der angebotenen „Business“-Studiengänge wiederum sollte eine repräsentative private Hochschule befragt werden.

Nachdem somit die Identifikationskriterien für zwei der Untersuchungsfelder definiert wurden, erfolgte weiterhin eine Differenzierung nach Hochschultypus. Die Mehrheit der privaten Hochschulen ist dem Typ „Fachhochschule ohne Promotionsrecht“ zugehörig, dennoch sollte zur Abrundung des Bildes und um der Typenvielfalt im Bereich privater Hochschulen gerecht zu werden, ebenso eine private Hochschule mit Promotionsrecht in die Untersuchung einbezogen werden.

Darüber hinaus wurden, stellvertretend für das stark wachsende Lehr-/Lernformat des Fernstudiums, explizit auf diese Angebotsformen ausgerichtete private Hochschulen näher – mit Blick auf verfügbare quantitative Informationen – betrachtet. Im Untersuchungsfeld „Fernstudium“ ist die Anzahl an Studierenden ohne Abitur sowie an Studierenden im Teilzeitstudium mit deutlichem Abstand am höchsten. Auf Grund der offensichtlich herausgehobenen Bedeutung des Untersuchungsfeldes „Fernstudium“ für die Gewinnung atypischer Studierender sollten aus diesem zwei weitere private Hochschulen in die Studie einbezogen werden.

Dieser Definitionsmodus für die Auswahl der fünf Ziel-Hochschulen für die anschließende Befragung fasst sich wie folgt zusammen:

- Eine private Hochschule aus dem Untersuchungsfeld „Stärkstes relatives Wachstum an Studierenden“
- Eine private Hochschule aus dem Untersuchungsfeld „Stärkstes absolutes Wachstum an Studierenden“
- Eine private Hochschule aus dem Untersuchungsfeld „Hochschultyp Hochschule mit Promotionsrecht / Universität“
- Zwei private Hochschulen aus dem Untersuchungsfeld „Fernstudium“

Innerhalb dieser vier soeben genannten Untersuchungsfelder wurden dann die Daten von privaten Hochschulen zum Anteil der Studierenden ohne Abitur, des Anteils der Teilzeitstudierenden sowie Kernergebnisse der Stellungnahmen des Wissenschaftsrates zur Akkreditierung der Hochschulen sowie Hochschul-Websites verglichen.

Zur Bestimmung der zu befragenden privaten Hochschulen wurden die Faktoren „Anteil Studierender ohne Abitur“ sowie der Anteil an Studierenden, die in Teilzeit eingeschrieben sind, betrachtet. Auf Basis der datenbasierten vergleichenden Analyse innerhalb der definierten Untersuchungsfelder wurden anschließend folgende Hochschulen ausgewählt:

Tabelle 2: Übersicht der für die geführten Interviews ausgewählten Hochschulen

Identifizierte Hochschulen	Untersuchungsfeld³⁰	Ort³¹	Entscheidungskriterien für diese Hochschule
Mediadesign Hochschule	Design / Medien	Berlin	Höchster Anteil des Indikators „Studierende ohne Abitur“ im Untersuchungsfeld, höchster Anteil des Indikators „Teilzeit-Quote“ im Untersuchungsfeld
FOM Hochschule	Business	Essen	Größte deutsche private Hochschule bezüglich der Studierendenzahl
Steinbeis-Hochschule	Universität	Berlin	Höchster Anteil des Indikators „Studierende ohne Abitur“ im Untersuchungsfeld
DIPLOMA Hochschule	Fernstudium	Bad Sooden-Allendorf	Höchster Anteil des Indikators „Studierende ohne Abitur“ im Untersuchungsfeld, dritthöchster Anteil des Indikators „Teilzeit-Quote“ im Untersuchungsfeld
Europäische Fernhochschule	Fernstudium	Hamburg	Dritthöchster Anteil des Indikators „Studierende ohne Abitur“ im Untersuchungsfeld, zweithöchster Anteil des Indikators „Teilzeit-Quote“ im Untersuchungsfeld

Kurzportraits der fünf ausgewählten privaten Hochschulen sowie die jeweiligen Interviewpartner(inn)en werden in Anhang 2 aufgeführt.

Methode der Interviewführung und Ergebnissicherung

Die fünf identifizierten privaten Hochschulen wurden zunächst telefonisch kontaktiert, um sie für eine Mitwirkung in diesem Projekt zu gewinnen. Hierbei wurde darauf Wert gelegt, Gesprächspartner(innen) aus der Hochschulleitung bzw. aus der Geschäftsführung des Hochschulträgers anzusprechen, um befragungsrelevante Angaben von Entscheidungsträger(inne)n bzw. Expert(inn)en der Hochschulen zu erhalten. Die Expert(inn)en bieten Gewähr dafür, über einen hochschulweiten und somit gesamthochschulischen Überblick zu verfügen.

In einem nächsten Schritt wurden Interviewtermine vereinbart, in drei Fällen für persönliche Vor-Ort-Interviews an der Hochschule und in zwei Fällen für ein telefonisches Interview. Anschließend erhielten die Interviewpartner(innen) einen Interviewleitfaden gemäß Anlage „Leitfragenkatalog“ per E-Mail zwecks persönlicher Vorbereitung auf das Interview.

Sämtliche fünf Expert(inn)eninterviews fanden im Verlauf des Monats Oktober 2016 statt. Während der Interviews wurden die Antworten der – stets sehr gut vorbereiteten – Expert(inn)en detailliert notiert.

³⁰ Die Untersuchungsfelder orientieren sich einerseits nach Hochschultypen, zum Weiteren nach Format des Studienangebotes sowie nach fachlicher Ausrichtung.

³¹ Der jeweils aufgeführte Hochschulort entspricht dem Impressum gemäß Hochschul-Website.

Die Antworten aus den fünf Expert(inn)eninterviews wurden schließlich in einem internen, vertraulichen Auswertungsdokument zusammengeführt, um in übersichtlicher Form Schwerpunkte sowie Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Antworten zu ermitteln und auf dieser Basis eine fundierte Auswertung vornehmen zu können.

5 Erfolgsfaktoren aus Perspektive der privaten Hochschulen

Für die Ermittlung, welche Erfolgsfaktoren für die privaten Hochschulen von Bedeutung sind, wurde ein Fragebogen mit 17 Fragen erstellt, siehe Anhang 1. Zur Beantwortung der Fragen wurden fünf Interviews an den genannten fünf privaten Hochschulen durchgeführt. Die Interviewpartner(innen) waren jeweils Kanzler(in) bzw. Rektor der Hochschulen bzw. Geschäftsführer des Hochschulträgers.

Um die aus Perspektive der befragten Hochschulen wichtigsten Erfolgsfaktoren bestimmen zu können, wurden mögliche Erfolgsfaktoren vorgegeben, die durch die Interviewpartner ergänzt werden konnten und in ihrer Bedeutung von den Interviewpartnern gewichtet wurden. Die Faktoren konnten jeweils auf einer Skala von 1 („keine Bedeutung“) bis 6 („sehr hohe Bedeutung“) bewertet werden. Anschließend wurden im Interview die zehn als am wichtigsten bewerteten Faktoren näher analysiert. Die in der folgenden Übersicht aufgeführten Erfolgsfaktoren sind in der Reihenfolge ihrer – abnehmenden – Bedeutsamkeit dargestellt. Es handelt sich im Einzelnen um die Erfolgsfaktoren:

- Erfolgsfaktor 1: Sehr ausgeprägter Praxis- und Arbeitsmarktbezug
- Erfolgsfaktor 2: Angebot bestimmter Studiengangsformate: Berufsbegleitende, duale, Teilzeit-, Fern-Studiengänge
- Erfolgsfaktor 3: Zeitliche Lage der Lehrveranstaltungen
- Erfolgsfaktor 4: Service und Betreuungsangebote für Studierende
- Erfolgsfaktor 5: Studiengangzulassung für beruflich besonders Qualifizierte (auch ohne Abitur)
- Erfolgsfaktor 6: Realistisch auf die Zielgruppe zugeschnittene Studiendauer
- Erfolgsfaktor 7: Enge Kooperationen mit Arbeitgebern (Wirtschaft bzw. Industrie)
- Erfolgsfaktor 8: Eindeutiges, klar definiertes Hochschulprofil
- Erfolgsfaktor 9: Eindeutige Kommunikation des Profils gegenüber Studieninteressierten
- Erfolgsfaktor 10: Erreichbarkeit des Studienortes

Im Folgenden werden nun die jeweiligen Erfolgsfaktoren, ebenfalls in der Reihenfolge der identifizierten Bedeutsamkeit aus Sicht der privaten Hochschulen, im Einzelnen dargestellt.

Erfolgsfaktor 1: Sehr ausgeprägter Praxis- und Arbeitsmarktbezug

Der Faktor „sehr ausgeprägter Praxis- und Arbeitsmarktbezug“ wurde als einziger von drei der fünf Hochschulen mit maximaler Bedeutung bewertet und nimmt zugleich bei allen befragten Hochschulen einen hohen bis sehr hohen Stellenwert ein. Dies lässt sich auf mehrere Aspekte zurückführen. Gemein haben drei Hochschulen, dass Kuratorien und teils branchenbezogene Gremien, welche sich ganz oder überwiegend aus Praxisvertreter(inne)n zusammensetzen, die Hochschulen bezüglich der Fortentwicklung von Studiengangs-Curricula beraten. Dieser institutionalisierte Praxisbezug trägt zu einem ausgeprägten Praxis- und Arbeitsmarktbezug bei.

Der Arbeitsmarktbezug ist für die Mehrheit der befragten Hochschulen äußerst relevant, da sie speziell Berufstätigen die Möglichkeit zu einem Studium bieten. Somit können die Studierenden ihr Fachwissen noch stärker spezialisieren, parallel geben sie Input an die Hochschule zurück.

Darüber hinaus ist der „Kontakt“ zur Praxis von zentraler Bedeutung. Sämtliche der befragten Hochschulen unterstützen ihre Studierenden bei der Planung des weiteren beruflichen Weges durch einen von der Hochschule angebotenen Career Service. Im Bereich der Lehre stellen die Hochschulen den Bezug zur Praxis her, indem sie Dozent(inn)en, die neben ihrem akademischen Background zusätzlich über konkrete und aktuelle Praxiserfahrungen verfügen, einsetzen.

Die befragten Hochschulen pflegen zudem zahlreiche direkte Kontakte zu Unternehmen. So führt eine Hochschule regelmäßige Befragungen potentieller Arbeitgeber durch, eine andere führt Gespräche mit Unternehmensvertreter(inne)n und kooperiert bei der Durchführung von Transferprojekten direkt mit Unternehmen.

Erfolgsfaktor 2: Angebot bestimmter Studiengangsformate: Berufsbegleitende, duale, Teilzeit-, Fern-Studiengänge

Für alle befragten Hochschulen ist das Angebot an bestimmten Studiengangsformaten – wie berufsbegleitenden, dualen, Teilzeit- und Fern-Studiengänge – ebenfalls von hoher bis sehr hoher Bedeutung. Die zeitliche Vereinbarkeit von Beruf/Ausbildung und Studium sowie Privatleben für die Studierenden gewährleisten zu können, steht für alle Hochschulen weit oben auf ihrer Prioritätenliste.

Bei einer der befragten Hochschulen haben die Studierenden die Wahl zwischen einem Fernstudium mit Präsenzveranstaltungen, die bspw. am Samstag stattfinden, und Online-Veranstaltungen. Beides ermöglicht den Studierenden grundsätzlich die Vereinbarkeit von Beruf, Studium und Privatleben. Eine andere Hochschule bietet sowohl die Möglichkeit des flexiblen Fernstudiums als auch ein Abendstudium an. Bei beiden Möglichkeiten werden die berufstätigen Studierenden flexibel, umfassend und individuell von der Hochschule betreut.

Für einige der befragten Hochschulen gilt die hochgradig kundenadäquate³² Variation von Studiengangsformaten als selbstverständlich. Sie gehört somit zum Kernprofil der jeweiligen Hochschule. Die Hochschulen stellen kundenorientierten Studiengangsformate in aller Regel in den Mittelpunkt von bisherigen und zukünftigen Studiengangsentwicklungen. Bei der Entwicklung neuer Studiengangsangebote identifizieren die Hochschulen zunächst so präzise wie möglich die Zielgruppe des geplanten Studienganges. Hieraus leiten sich Erforderlichkeiten für ein zielgruppenadäquates Studiengangsformat ab.

Die entsprechend bestmögliche Vereinbarkeit von Beruf, Studium und Privatleben ist folgerichtig auch Gegenstand von Prozessen der Programm- oder Systemakkreditierung.

³² Die Begrifflichkeit des „Kunden“ wird hier und im Folgenden aus den Expert(inn)eninterviews übernommen, da sie – hochschulspezifisch definiert – eine große Rolle im Selbstverständnis privater Hochschulen spielt. Dass der Beitrag der Studierenden zu einem erfolgreichen Studium über einen rein finanziellen weit hinausgeht, ist unbestritten.

Erfolgsfaktor 3: Zeitliche Lage der Lehrveranstaltungen

Die zeitliche Lage der Lehrveranstaltungen wurde von den befragten Hochschulen überwiegend mit einer hohen bis sehr hohen Bedeutung gewichtet. Zwei Hochschulen räumen diesem Faktor jedoch allein mittlere Bedeutung ein, da online-basierte Studiengänge mit einer von den Studierenden frei wählbaren zeitlichen Lage nur wenige zeitliche Lehrveranstaltungs-Restriktionen für die Studierenden aufweisen.

Sofern ein Studium an einer der befragten Hochschulen als Präsenzstudium absolviert wird, so ist die Terminvielfalt bei der Auswahl von geeigneten Lehrveranstaltungen sehr groß. Lehrveranstaltungen werden an verschiedenen Tagen bzw. zu unterschiedlichen Uhrzeiten angeboten. Somit wird den Studierenden größtmögliche zeitliche Flexibilität offeriert.

Drei der Hochschulen führen ihre Lehrveranstaltungen – zumindest in bestimmten Studiengangsformaten – in Blockphasen durch. Diese finden am Abend und am Wochenende statt. An einer Hochschule können die Studierenden wählen zwischen einem Wochenend- und einem Abendmodell. Eine weitere der befragten Hochschulen sieht ausnahmslos den Samstag als Studientag für virtuelle Lehrveranstaltungen vor. Hierdurch konzentrieren sich synchrone Studienphasen auf einen festen Wochentag, der im Regelfall am besten bei einem nebenberuflichen Studium geeignet ist.

Erfolgsfaktor 4: Service und Betreuungsangebote für Studierende

Als Erfolgsfaktor zur Attrahierung neuer Zielgruppen werden von den befragten Hochschulen der Service und die Betreuungsangebote für Studierende überdurchschnittlich hoch bis sehr hoch gewichtet. Eine der Hochschulen bietet eine sehr umfassende Betreuung ihrer Studierenden an. Diese beginnt bereits vor Aufnahme des Studiums: So ist es Interessenten hier möglich, ein Schnupperstudium zu absolvieren. Darüber hinaus erhalten sie Beratung zu finanziellen und individuell studiumsbezogenen Fragen. Während des Studiums werden Studierende weiterhin sehr intensiv betreut. Beispielsweise werden in Lehrveranstaltungen fehlende Studierende von der Hochschule wie auch von den Dozent(inn)en angeschrieben. In der Endphase ihres Studiums steht Studierenden die Unterstützung des Karriere-Services zur Verfügung. Dies beinhaltet ein Beratungsgespräch, konkrete Hinweise zu Bewerbungsunterlagen und Kontaktvermittlung zu Unternehmen.

Eine weitere Hochschule konzentriert sich auf die Studienphase und bietet v.a. Transferprojekte an, bei denen die Studierenden durch Lehrende betreut werden. Der Service und die Betreuungsangebote einer anderen Hochschule richten sich auf die Studieneingangsphase und das Studium an sich. Bei bestehenden Defiziten in Mathematik, Englisch oder anderen Fächern werden Einführungsseminare und Brückenkurse angeboten. Zudem wird unterstützendes Material bereitgestellt. Individuelle Empfehlungen werden von Lehrenden, in der Funktion als Tutor(inn)en, ausgesprochen. Der/dem Studienbetreuer(in) kommt allgemein eine große Bedeutung zu. Ein weiterer Service der Hochschule ist die Standardisierung vieler Prozesse. Dies gibt den Studierenden Klarheit und Orientierung bezüglich ihrer Ansprechpartner(innen) für Fragen und Unterstützung.

Erfolgsfaktor 5: Studiengangszulassung für beruflich besonders Qualifizierte (auch ohne Abitur)

Die Studiengangszulassung für beruflich besonders Qualifizierte ist für vier der fünf Hochschulen ebenfalls von besonderem Belang, für eine der Hochschulen jedoch von untergeordneter Bedeutung.

Gemäß verschiedener Landeshochschulgesetze können Personen, die in einem dem angestrebten Studiengang fachlich ähnlichen Beruf eine durch Bundes- oder Landesrecht geregelte mindestens zweijährige Berufsausbildung abgeschlossen haben, an einer Hochschule in einem gewählten grundständigen Studiengang ein Studium aufnehmen. Dies ist für eine der befragten Hochschulen ein zentraler Aspekt für die Gewinnung von atypischen Studierenden. Dementsprechend ist dies auch so in der Zulassungsordnung der Hochschule festgeschrieben. Zudem sind die angebotenen Studiengänge nicht NC-beschränkt.

Für eine weitere der befragten Hochschulen hat dieser Aspekt eine derart essentielle Bedeutung, dass sie die Zulassungsbedingungen für beruflich besonders Qualifizierte ausdrücklich und transparent in allen relevanten Medienkanälen kommuniziert.

Für zwei weitere Hochschulen stehen bei der Studiengangszulassung für beruflich besonders Qualifizierte zudem der Aspekt der Kooperationen mit Unternehmen, Berufsverbänden und weiteren Arbeitsmarkt-Akteuren im Vordergrund. Hierdurch werden beruflich besonders Qualifizierte zusätzlich motiviert, auf Grund der gestärkten Arbeitsmarktperspektiven nach Studienabschluss ein Studium aufzunehmen.

Erfolgsfaktor 6: Realistisch auf die Zielgruppe zugeschnittene Studiendauer

Als weiterer Erfolgsfaktor wurde die realistisch auf die Zielgruppe zugeschnittene Studiendauer bestimmt. Insgesamt weisen die Hochschulen diesem Aspekt eine hohe Bedeutung zu. Betrachtet man die Hochschulen einzeln, so ist zu erkennen, dass zwei der Hochschulen diesem Faktor eine sehr hohe Bedeutung beimessen; zwei weitere eine überdurchschnittliche Bedeutung. Für eine der Hochschulen ist dieser Faktor von untergeordneter Relevanz.

Eine weitere der befragten Hochschulen hat das Studium zum Zwecke einer adäquaten Studierbarkeit in hohem Maße modular aufgebaut. So sind die Lehrveranstaltungsblöcke innerhalb der Studienmodule abgestimmt auf übliche zeitliche Präferenzen von berufsbegleitend Studierenden. Die Wirksamkeit dieses Erfolgsfaktors wird bekräftigt durch eine geringe Abbruchquote.

Eine andere Hochschule setzt ihre Unterstützungsmaßnahme bereits vor Studienbeginn an. So ist ein halbjähriges Vorbereitungsprogramm vor der Eingangsprüfung für alle Studierenden, welche ohne Abitur, mit Berufsausbildung und mindestens drei Jahren Berufserfahrung studieren wollen, vorgesehen. Hierfür sind monatliche Studiengebühren zu entrichten, was sich dennoch nicht nachfragereduzierend auswirkt. Den Studierenden des Vorbereitungsprogramms werden neben fachlichem Input auch Selbst- und Zeitorganisation vermittelt, um den Anforderungen des geplanten Studiums auch bezüglich individueller Ressourcen und deren realistischer Einschätzung bestmöglich gerecht werden zu können.

Erfolgsfaktor 7: Enge Kooperationen mit Arbeitgebern (Wirtschaft bzw. Industrie)

Der Erfolgsfaktor der engen Kooperation mit Arbeitgebern, d.h. mit der Wirtschaft bzw. mit der Industrie, wurde von drei Hochschulen als bedeutender bzw. sehr bedeutender Faktor bewertet. Zwei der Hochschulen siedeln die Relevanz dieses Faktors im Mittelfeld an. Dieses erklärt sich vor dem Hintergrund der Zielgruppen einer jeden Hochschule. Je stärker sich das Studienangebot einer Hochschule an Berufstätige wendet, desto weniger relevant sind Career Service und entsprechende Kontakte der Hochschule zu potenziellen Arbeitgebern für die Studierenden dieser Hochschule.

Eine der befragten Hochschule bietet durch den Karriere-Service eine enge Kooperation mit der Wirtschaft an. Zudem lehren dort zahlreiche Dozent(inn)en und Professor(inn)en, welche parallel in der Wirtschaft tätig sind. Der Ansatz einer weiteren Hochschule besteht in der Projektdurchführung mit Verbänden und Kammern. So werden u.a. auch Veranstaltungen der Verbände in den Räumlichkeiten der Hochschule durchgeführt. Eine weitere der Hochschulen misst diesem Faktor maximale Bedeutung zu. Diese Hochschule hat ihre Studieninhalte maßgeblich auf die branchenspezifischen Belange von Unternehmen ausgerichtet und stärkt hierdurch die Bande zur Wirtschaft.

Eine enge Kooperation mit Arbeitgebern weist deutliche Parallelen auf zu dem o.g. Erfolgsfaktor 1, einem sehr ausgeprägten Praxis- und Arbeitsmarktbezug.

Erfolgsfaktor 8: Eindeutiges, klar definiertes Hochschulprofil

Der Erfolgsfaktor eines eindeutigen, klar definierten Hochschulprofils wurde von den Hochschulen differenziert bewertet. Insgesamt kommt diesem Faktor eine mittlere bis hohe Bedeutung zu.

Eine der befragten Hochschulen erachtet insbesondere die klare Kommunikation des Profils und der Hochschulzugangsberechtigung für atypische Studierende als essentielles Momentum. Ähnlich geht diesbezüglich eine weitere Hochschule vor, welche ebenfalls sämtliche der üblichen Online- und Print-Medienkanäle einsetzt, um das Hochschulprofil mit Nachdruck zu kommunizieren. Dies erfolgt sowohl extern durch Artikel, Interviews und Social Media wie auch hochschulintern durch das Informieren der Mitarbeiter(innen) durch Meetings, Konferenzen und Wikis.

Eine der Hochschulen misst diesem Aspekt maximale Bedeutung bei. Diese bietet das Projektkompetenz-Studium in Anlehnung an ihr Projektkompetenz-Konzept an. Dabei steht die konsequente und möglichst allumfassende Praxisausrichtung der Studiengangsinhalte im Vordergrund. Die Praxisausrichtung basiert auf einem soliden wissenschaftlichen Fundament, um einen hohen akademischen Standard zu gewährleisten. Dabei spielt neben der Berufstätigkeit das studienbegleitende Projekt als Studiengangsbestandteil eine zentrale Rolle. Das studienbegleitende Projekt findet in Kooperation mit einem Unternehmen statt und wird im Regelfall von den Studierenden vor Ort an ihrem Arbeitsplatz realisiert.

Erfolgsfaktor 9: Eindeutige Kommunikation des Profils gegenüber Studieninteressierten

Bei diesem Erfolgsfaktor ergibt sich ebenfalls – in Analogie der Antworten zum vorangehenden Erfolgsfaktor 8 – ein differenziertes Antwortmuster der befragten Hochschulen. Für eine der befragten Hochschulen hat dieser Faktor sehr hohe Bedeutung, für eine weitere Hochschule hohe und für eine dritte überdurchschnittliche Bedeutung. Für zwei der Hochschulen sind das klar definierte Hochschulprofil und die offensive Kommunikation des Profils sowie der Bedingungen einer Hochschulzugangsberechtigung gegenüber Studierenden wie auch Studieninteressierten eng miteinander verbunden.

Eine der befragten Hochschulen sieht ihren Vorteil darin, kurzfristig auf Nachfragebedarfe und weitere Neuerungen reagieren und diese ebenfalls kurzfristig mittels Website kommunizieren zu können, da die Institute als dezentrale Organisationseinheiten rascher mit Veränderungen umgehen können als ein zentraler Akteur mit hohem Abstimmungsaufwand.

Erfolgsfaktor 10: Erreichbarkeit des Studienortes

Der Erreichbarkeit des Studienortes zählt zu den Erfolgsfaktoren mit relativ geringer Differenz im Antwortverhalten der Hochschulen. Insgesamt gilt dieser Faktor als relevant, jedoch nicht prioritär. Für drei der befragten Hochschulen ist dieser Erfolgsfaktor von hoher Bedeutung, für zwei weitere Hochschulen von mittlerer Bedeutung.

Für Hochschulen mit hohen Online-Anteilen bei den Studienveranstaltungen ist dieser Faktor tendenziell weniger relevant, im Gegenzug für präsenzorientierte Hochschulen tendenziell bedeutsam bis sehr bedeutsam.

Zwei der Hochschulen achten bei ihrer Standortwahl auf eine zentrale Lage der Hochschule sowie auf eine gute verkehrsinfrastrukturelle Anbindung. Zudem bevorzugen die Hochschulen Hochschulstandorte bzw. Studienzentren zumeist in Großstädten, welche neben einem hohen Nachfragepotenzial an Studieninteressierten zudem über ein überdurchschnittliches Angebot an Arbeits- und Freizeitmöglichkeiten verfügen und dadurch als attraktive Studienstandorte gelten.

Neben den dargestellten zehn mit hoch bis sehr hoch bewerteten Erfolgsfaktoren wurden den Hochschulen noch sieben weitere Faktoren zur Bewertung angeboten. Diese wurden von den befragten Hochschulen als weniger bedeutsam bewertet und werden im Folgenden in der Reihenfolge ihrer – abnehmenden – Bedeutsamkeit dargestellt. Es handelt sich im Einzelnen um die Faktoren:

- Enge Kooperationen mit Berufsverbänden und ähnlichen Stakeholdern
- Eindeutige, klar definierte Zielgruppe pro Studiengangsangebot
- Neue Studiengangs-Nischenangebote
- Angebot von besonders nachfragestarken Studiengängen (Nachfrage nach Absolvent(inn)en vonseiten potentieller Arbeitgeber)
- Höhe der Studiengebühren
- Akademisierung von Berufsausbildungen
- Blended-Learning-Angebote

Zudem wurden von zwei Hochschulen auf eine offene Frage hin darüberhinausgehende ergänzende Faktoren genannt. So gab eine Hochschule als wesentlichen Erfolgsfaktor die effiziente Administration für Studierende und Lehrende an. Eine andere Hochschule benannte ihre Flexibilität und ihre Mentor(inn)enprogramme als weitere hochschulspezifische Erfolgsfaktoren.

Die ermittelten Erfolgsfaktoren bzw. die von den Hochschulen zugeschriebene Bedeutsamkeit der einzelnen Faktoren weisen eindeutig auf die sehr hohe Orientierung der Hochschulen auf die Bedürfnisse der atypischen Studierenden hin. In Anlehnung an den Begriff „Kundenorientierung“ setzen die befragten Hochschulen ein hohes Maß an „Studierendenorientierung“ um. Dieses gilt gleichermaßen für atypische Studierende wie auch für typische Studierende.

Die atypischen Studierenden sollen nach Aussagen der befragten Hochschulen bestmöglich gemäß ihren Erwartungen studieren können. Es wird in hohem Maße auf die Vereinbarkeit des Studiums mit dem Berufs- und Privatleben der Studierenden geachtet von Seiten der befragten Hochschulen. Sie bieten insbesondere Berufstätigen größtmögliche Flexibilität und zugleich einen starken Praxisbezug, um ihr zumeist vorhandenes Praxiswissen in Form eines Studiums zu erweitern.

An zwei der befragten Hochschulen lässt sich zudem beobachten, dass ein starker Fokus auf die Studieneingangsphase bzw. deren Vorbereitung gelegt wird. Diese Hochschulen investieren erhebliche Energie in die Heranführung von atypischen Studierenden an studienrelevante, somit erfolgskritische fachliche wie auch überfachliche Kompetenzen.

6 Fazit: Aggregierte „Erfolgsgeheimnisse“ privater Hochschulen bei der Gewinnung neuer Zielgruppen

Welche Erfolgsfaktoren sind ursächlich für die – im Vergleich zu staatlichen Hochschulen – überdurchschnittliche Gewinnung atypischer Studierender durch private Hochschulen? Auf Basis der Literaturrecherche, der quantitativen Datenerhebung sowie der qualitativen Befragung ausgewählter Hochschulleitungen (Selbsteinschätzung bezüglich vielfältiger einzelner Erfolgsfaktoren) ergibt sich ein recht klares und weitgehend homogenes Gesamtbild.

Selbstverständlich wäre es zu weit gegriffen, pauschal zwischen „den“ staatlichen und „den“ privaten Hochschulen zu unterscheiden – eine solche Verallgemeinerung würde den Fakten und der vielfältigen Hochschullandschaft nicht gerecht. Private Hochschulen sind staatlichen systematisch weder unter- noch überlegen.

Wohl aber lässt sich begründet festhalten, dass es privaten Hochschulen tendenziell eher als staatlichen Hochschulen gelingt, neue Zielgruppen zu erschließen. Und werden aus dem Kreis der privaten Hochschulen wiederum jene in den Blick genommen, die besondere Erfolge vorweisen können bei der Attrahierung atypischer Studierender, lassen sich bei ihnen fünf konkrete Erfolgsgeheimnisse identifizieren. Sie spiegeln auf abstrakterer Ebene Grundhaltungen wider, die vorbildhaft für Hochschulen sein können, die sich ebenfalls stärker in Richtung neuer Zielgruppen orientieren wollen oder müssen.

1. Zielorientierung

Private Hochschulen, denen eine Öffnung für neue Zielgruppen besonders gut gelingt, vermitteln Studieninteressierten ein „Erfolgsversprechen“. Sie stehen dafür ein, dass die Studierbarkeit gesichert ist, die Studiendauer verlässlich und somit plan- und belastbar ist sowie der Studienabschluss innerhalb eines realistisch abgrenzbaren Zeithorizontes zu erreichen ist. Sie belegen dies unter anderem mit einer geringen Abbruchquote (im Durchschnitt der privaten Hochschulen 8,1 Prozent im Gegensatz zu ca. 21 Prozent an staatlichen Hochschulen³³).

Es ist deutlich zu betonen, dass dieses „Erfolgsversprechen“ ausdrücklich nicht bedeutet, qualitative Standards des Studiums inkl. der Prüfungsleistungen zu senken – dem steht alleine schon der qualitätssichernde Zwang zur institutionellen Akkreditierung und der Programmakkreditierung entgegen. Die privaten Hochschulen halten die Ausbildungsstandards hoch, begleiten ihre Studierenden jedoch während des Studiums durch eine üblicherweise individuelle – fachliche wie überfachliche – Betreuung. Im Rahmen dieses förderlichen Kontextes (s.u. Studierendenorientierung) sind die Studierenden selbstverständlich individuell gefordert, ihre Studienleistungen auf hochschuladäquatem Niveau zu erbringen.

Nicht zuletzt vermitteln die befragten privaten Hochschulen konkrete Vorstellungen des durch das Studium erzielten Mehrwertes für die Zukunft der Studierenden; über den akademischen Studienerfolg hinaus führen sie den dadurch möglichen Karriereerfolg oder neue Entwicklungsperspektiven als Argument an. Nicht selten wird dieses Versprechen, durch das Studium einen guten Berufseinstieg oder -aufstieg zu erzielen, durch Absolvent(inn)enverbleibsstudien

³³ Vgl. Wissenschaftsrat (2012), S. 104f.

oder Testimonials untermauert. Der (Mehr-)Wert des Studiums wird den Studieninteressierten klar kommuniziert.

Kurz zusammengefasst: Entscheidend ist bei den erfolgreichen privaten Hochschulen nicht, welchen persönlichen oder privaten Hintergrund ein(e) Studierende(r) aufweist, sondern, welche beruflichen Ziele diese(r) hat. Hier spielt natürlich auch eine Rolle, dass das Studium an staatlichen Hochschulen mittlerweile wieder bundesweit gebührenfrei ist. Private Hochschulen stehen entsprechend stark in Begründungszwang, warum ein kostenpflichtiges Studium bei ihnen eine gut angelegte Bildungsinvestition ist.

2. Praxisorientierung

Private Hochschulen, die besonders erfolgreich sind bei der Attrahierung atypischer Studierender, stellen die spezifische Arbeitsmarktrelevanz des Studienfachzuschnitts, der Studieninhalte und der Studiengestaltung sicher. Sie bereiten gezielt auf das Berufsleben vor und verfolgen nicht das Vorhaben, in erster Linie wissenschaftlichen Nachwuchs auszubilden. Stattdessen steht die tatsächliche „Verwertbarkeit“ des Studiums auf dem Arbeitsmarkt im Fokus, die diese Investition in ein Studium lohnend erscheinen lässt. Den Studiengängen entsprechen „häufig klare Berufsbilder, für die die Studierenden gezielt ausgebildet werden“.³⁴ Etwa über Praxiskontakte, Lehrende aus der Berufspraxis und Karriereunterstützungsangebote wird eine Ausrichtung auf aktuelle Bedürfnisse des Arbeitsmarktes und der Berufswelt sichergestellt.

Zudem ist der Anteil berufsbegleitend Studierender an den befragten Hochschulen spürbar höher als im Bundesdurchschnitt der staatlichen wie privaten Hochschulen. Allein dadurch sind die Hochschulen gefordert, in ihren Studienangeboten ein Ausmaß an Praxisorientierung zu gewährleisten, das den Studierenden bereits während des Studiums einen Zusatznutzen bietet, der über eine pure Orientierung auf einen akademischen Abschluss hinausreicht. Während Vollzeitstudierende im Falle eines lebensfern vermittelten Studiums erst nach dem Studium einen „Praxisschock“ erleiden, verfügen berufsbegleitend Studierende bereits während ihres Studiums über einen unmittelbaren Eindruck über die berufspraxisbezogene Relevanz ihres Studiums.

3. Studierendenorientierung

Private Hochschulen, die in großem Maße weniger hochschulaffine Zielgruppen für ein Studium gewinnen, legen die Verantwortung für den Studienerfolg nicht einseitig oder größtenteils auf die Schulter der Studierenden. Sie achten darauf, Studierenden adäquate Services, Beratung, Begleitung und Betreuung zur Verfügung zu stellen. Ihnen ist es wichtig, dass Studierende nicht in der „Masse“ untergehen, sondern feste Ansprechpartner(innen) und konkrete Bezugspersonen haben, mit denen sie bspw. Fragen zu ihrem Studium, zu geänderten Lebens- und Arbeitsbedingungen sowie zu weiteren studiumsrelevanten Faktoren klären können. Hierbei kommt natürlich auch die im Durchschnitt deutlich geringere Größe privater Hochschulen gegenüber staatlichen zum Tragen; da sie – so der Wissenschaftsrat 2012 – „bessere

³⁴ Vgl. Wissenschaftsrat (2012), S. 86.

Betreuungsverhältnisse und engeren Kontakt zu den Lehrenden als an staatlichen ‚Massenhochschulen‘ in Aussicht stellt.“³⁵

Studierende sind sensibel dafür, ob sie lediglich als Belastung für die Hochschulbeschäftigten empfunden oder mit offenen Armen empfangen werden. Private Hochschulen leben – in jedem Falle finanziell, zumeist auch bezüglich ihres Selbstverständnisses – von den Studierenden und entsprechend auch für sie. Sie übernehmen Verantwortung für „ihre“ Studierenden. Sie wissen die Stärken untypischer Studierender zu schätzen, den Expert(inn)eninterviews zufolge etwa in der Regel – im Vergleich zum klassischen Studierendentypus – höhere intrinsische Motivation, Leistungsbereitschaft und Lebenserfahrung. Die Studierenden ihrerseits identifizieren sich wiederum in starkem Maße mit „ihrer“ Hochschule. Die ausgeprägte Serviceorientierung gegenüber den Studierenden erleichtert eine Integration atypischer Studierender in die Hochschule.³⁶

4. Bedarfsorientierung

Private Hochschulen, die einen hohen Anteil an Studierenden verzeichnen können, die nicht den Charakteristika der „typischen“ Studierenden entsprechen, nehmen die speziellen Bedürfnisse der Studierenden, insbesondere bezüglich der verfügbaren zeitlichen Ressourcen, wahr und gehen so weit wie möglich darauf ein. Vor Beginn eines Studiums bedarf es der Überzeugung einer/eines Studierenden, dass sich das Studium realistisch in das existierende Bedingungsgefüge „Arbeitszeit/Freizeit/Familie/weitere Verpflichtungen“ einfügen lässt.

Staatliche Hochschulen erwarten noch zu häufig, dass sich atypische Studieninteressierte dem tradierten hochschulischen Lern- und Veranstaltungsmuster anpassen. Die erfolgreichen privaten Hochschulen verfolgen einen entgegengesetzten Weg: Sie passen sich auch in Hinblick auf ihr „technisches Studienformat“ und die Studienorganisation den Bedarfen der Studierenden an, indem sie etwa ein Teilzeitstudium ermöglichen. An privaten Hochschulen beträgt der Anteil der Teilzeit-Studierenden 11,7 Prozent, während an staatlichen Hochschulen mit 2,9 Prozent verhältnismäßig wenig Studierende ihr Studium in Teilzeit absolvieren³⁷. Die privaten Hochschulen setzen offenkundig bereits um, was die HRK-Mitgliederversammlung am 8.11.2016³⁸ allen Hochschulen empfahl: ein Teilzeitstudium nicht mehr als „Notlösung“ zu sehen, sondern als zeitgemäße Studienform.

Daneben sehen erfolgreiche private Hochschulen ungewöhnliche, gleichwohl kundenorientierte Veranstaltungszeiten; setzen auf Fernstudium und berufsbegleitendes Studium und ermöglichen u.a. mit digitalen Lernarrangements zusätzliche Flexibilität. Studierende sollen während des Studiums die Lebenswelten Arbeit, Studium und Freizeit bestmöglich an die individuellen Bedürfnisse anpassen können.

³⁵ Vgl. Wissenschaftsrat (2012), S. 98.

³⁶ Vgl. Wissenschaftsrat (2012), S. 98.

³⁷ Lah, Wencke; Röwert, Ronny & Berthold, Christian (2016): Das Teilzeit-Studium an deutschen Hochschulen. Wo stehen wir und was ist möglich? CHE-Arbeitspapier Nr. 188, S. 27.

³⁸ HRK (2016): Studieren in Teilzeit. Empfehlung der HRK-Mitgliederversammlung am 8.11.2016. Online unter https://www.hrk.de/fileadmin/migrated/content_uploads/Empfehlung_Teilzeitstudium_MV_08112016_01.pdf.

Relevant ist in diesem Kontext zudem, dass die befragten Hochschulen ein hohes Maß an Flexibilität bieten, um Lebensweltmodifikationen – bspw. bedingt durch einen Arbeitsplatzwechsel während des Studiums – derart auffangen zu können, dass das Studium fortgesetzt werden kann.

5. Marktorientierung

Private Hochschulen, die deutlich überdurchschnittlich atypische Studierende gewinnen, setzen als Gesamteinstitution auf ein klares und offensiv kommuniziertes Hochschulprofil sowie auf der Studiengangsebene auf Angebote, die gezielt Nischen besetzen und Marktlücken schließen. Diese Nischen bestehen einerseits aus fachlich innovativen Studiengangsangeboten, die ihresgleichen zumindest innerhalb der Region des Hochschulstandortes suchen. Nicht selten akademisieren sie Berufsausbildungen oder bieten interdisziplinäre Fächerkombinationen an. Demgegenüber können Nischen jedoch auch dadurch definiert werden, dass etablierte und nachfragestarke Studiengänge in innovativen, kundenorientierten Formaten angeboten werden.

Die befragten privaten Hochschulen zielen auf klar definierte Zielgruppen und decken gezielt Bedarfe ab, die andere und vor allem staatliche Hochschulen bislang nicht ausreichend und flächendeckend aufgreifen.

Bemerkenswert an den aggregierten fünf „Erfolgsgeheimnissen“ privater Hochschulen ist darüber hinaus, dass sie allein als Gesamtheit sowie in Interdependenz der fünf Grundeinstellungen eine attrahierende Kraft für die Gewinnung atypischer Studierender entfalten. Unbestreitbar setzen auch etliche staatliche Hochschulen, insbesondere Fachhochschulen / Hochschulen für angewandte Wissenschaften, erfolgreich einzelne oder mehrere dieser „Erfolgsgeheimnisse“ um. Aber auch wenn bereits Einzelaspekte der oben identifizierten Erfolgsfaktoren den meisten staatlichen Hochschulen vertraut sein dürften und auch dort pilot- oder regelhaft realisiert werden, existiert ein bedeutsamer Unterschied: Die bei der Attrahierung neuer Zielgruppen erfolgreichen privaten Hochschulen setzen die fünf Erfolgsgeheimnisse deutlich konsequenter und stringenter um. Offenkundig sichert erst das verknüpfte Zusammenspiel aller fünf Erfolgsgeheimnisse, also die **Gestaltung als Gesamtpaket** den gewünschten Erfolg. Eindeutlich findet dieser übergreifende Zusammenhang der Erfolgsgeheimnisse etwa in der Existenz persönlicher Studienbetreuer(innen) Ausdruck, die für die Studierenden als Bezugspersonen und „kontinuierliche Kümmerner“ wesentlich die fünf Grundorientierungen personifizieren und auch in aktiver Ansprache konkret werden lassen.

Trifft diese Annahme zu, dann bedarf es der Berücksichtigung aller fünf Erfolgsgeheimnisse sowie einer koordinierten und verzahnten kundenadäquaten Abstimmung der vielfältigen Faktorausprägungen untereinander, wenn eine Hochschule plant, sich stärker auf atypische Studierende als neue Zielgruppe einzustellen.

7 Literaturverzeichnis

Arnold, Urs V. & Güntzer, Alexandra (2015): Zukunft durch Bildung. Private Hochschulbildung – eine Investition, die sich lohnt. Zürich: Jacobs Foundation.

Berthold, Christian; Lah, Wencke & Röwert, Ronny (2015): Und wo studieren die jetzt alle? – Analysen zum Verbleib der zusätzlichen Studienanfänger(innen) in den Jahren 2006 bis 2013. CHE-Arbeitspapier Nr. 186. Online unter http://www.che.de/downloads/CHE_AP_186_Und_wo_studieren_die_jetzt_alle_2015.pdf [Stand: 22.12.2016].

Biernoth, Dirk (2015): Essener Hochschule FOM. Privates Erfolgsmodell. Deutschlandfunk – Campus & Karriere. Online unter http://www.deutschlandfunk.de/essener-hochschule-fom-privates-erfolgsmodell.680.de.html?dram:article_id=309327 [Stand: 22.01.2015].

Dilger, Alexander (2009): Privathochschulen als Nischenanbieter. Anpassungsstrategien an die Dominanz staatlicher Hochschulen. In: Forschung und Lehre, 10/2009, S. 732-734.

Dräger, Jörg; Ziegele, Frank; Thiemann, Jan; Müller, Ulrich; Rischke, Melanie; Khodaei, Samira (2014): Hochschulbildung wird zum Normalfall – Ein gesellschaftlicher Wandel und seine Folgen, CHE. Online unter: http://www.che.de/downloads/Hochschulbildung_wird_zum_Normalfall_2014.pdf [Stand: 22.12.2016].

Frank, Andrea; Hieronimus, Solveigh; Killius, Nelson & Meyer-Guckel, Volker (2010): Rolle und Zukunft privater Hochschulen in Deutschland. Essen: Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft. Online unter <https://www.stifterverband.org/rolle-und-zukunft-privater-hochschulen-in-deutschland> [Stand: 22.12.2016].

Gillmann, Barbara & Hergert, Stefani (2014): Private Hochschulen boomen. In: Handelsblatt, Nr. 87 vom 07. Mai 2014, S. 13.

Goll, Dietmar (2009): Sprunghaft gewachsen. Privathochschulen in Deutschland: Bestandsaufnahme und Perspektiven. In: Forschung und Lehre, 10/2009, S. 724-726.

Götz, Wolfgang (2014): Gestaltungsmöglichkeiten von Studienbeitragssystemen und deren Auswirkungen auf die universitäre Hochschulbildung. IHF – Bayerisches Staatsinstitut für Hochschulforschung und Hochschulplanung, Studien zur Hochschulforschung 85. Online unter: http://www.ihf.bayern.de/uploads/media/IHF_Studien_zur_Hochschulforschung-85.pdf. [Stand: 22.12.2016].

Hänel, Bernhard (2014): Studieren (fast) mit Jobgarantie. In: Neue Westfälische vom 30. Juni 2014.

Heine, Christoph, Quast, Heiko & Spangenberg, Heike (2008): Studiengebühren aus Sicht von Studienberechtigten. Finanzierung und Auswirkungen auf Studienpläne und -strategien. Hannover: HIS: Forum Hochschule.

Himmelrath, Armin (2015): Das Geheimnis der privaten Hochschulen. In: Magazin des Deutschen Studentenwerks, 02/2015, S. 12-17.

HRK (2016): Studieren in Teilzeit. Empfehlung der HRK-Mitgliederversammlung am 8.11.2016. Online unter https://www.hrk.de/fileadmin/migrated/content/uploads/Empfehlung_Teilzeitstudium_MV_08112016_01.pdf [Stand: 07.02.2017].

HRK (2016): Hochschulkompass. Verfügbar unter <http://www.hochschulkompass.de/hochschulen/download.html> [Stand: 22.12.2016].

HRK Mitgliedergruppe Fachhochschulen (2004): Neue private Hochschulen – Überlegungen zum Wettbewerb staatlicher und privater Hochschulen. Bonn: HRK. Online unter https://www.hrk.de/uploads/tx_szconvention/Empf.priv.HS1.pdf [Stand: 22.12.2016].

Lah, Wencke; Röwert, Ronny & Berthold, Christian (2016): Das Teilzeit-Studium an deutschen Hochschulen. Wo stehen wir und was ist möglich? CHE-Arbeitspapier Nr. 188. Online unter http://www.che.de/downloads/CHE_AP_188_Das_Teilzeit_Studium_an_deutschen_Hochschulen.pdf [Stand: 07.02.2017].

Lah, Wencke; Röwert, Ronny & Thielicke, Alexandra (2015): Voruntersuchung zur Ermittlung des Umfangs und der Methode einer umfassenden Untersuchung zu den Mehrwerten privater Hochschulbildung. Berlin: CHE Consult. [unveröffentlichte Studie].

Lübke, Friederike (2014): Boom des Bezahlstudiums. In: Die Welt vom 17. Mai 2014, S. 21f.

Müller-Böling, Detlef (Hrsg.) & Zürn, Michael (Hrsg.) (2007): Private Hochschulen in Deutschland – Reformmotor oder Randerscheinung? – Symposium der Hertie School of Governance und des CHE Centrum für Hochschulentwicklung, 7./8. November 2005. Online unter http://www.che.de/downloads/HSoG_CHE_Symposium_final.pdf [Stand: 22.12.2016].

Naue, Julia (2016): Spezialisiert, persönlich, teuer. Frankfurter Rundschau vom 9. Februar 2016.

Statistisches Bundesamt (2015): Bildung und Kultur - Fachserie 11 Reihe 4.1 Studierende an Hochschulen Wintersemester 2014/2015 [digitale Version]. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2016a): Fachserie 11 Reihe 4.3, Fachserie 11 Reihe 4.3.1. Verfügbar unter: <http://www.datenportal.bmbf.de/portal/de/Tabelle-2.5.85.html> [Stand: 22.12.2016]

Statistisches Bundesamt (2016b): Tabelle 1.9.6 Grunddaten zum Bildungswesen (Bildungsbeteiligung). Verfügbar unter <http://www.datenportal.bmbf.de/portal/de/Tabelle-1.9.6.html> [Stand: 22.12.2016].

Statistisches Bundesamt (2016c): Bildung und Kultur - Private Hochschulen 2014 [digitale Version]. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2016d): Studienanfänger im 1. HS nach Land und Trägerschaft im Studienjahr - gesonderte Datenlieferung des Statistischen [digitale Version]. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2016e): Studierende an Hochschulen - Fachserie 11 Reihe 4.1 - Wintersemester 2015/2016.

Statistisches Bundesamt (2016f): Studierende nach Hochschulen – Auswertungen zu Studierende ohne Abitur auf Anfrage. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (2016g): Studierende nach Hochschulen – Auswertungen nach Studienformen auf Anfrage. Wiesbaden.

Verband privater Hochschulen (o.J.): Studieren an privaten Hochschulen. Verfügbar unter: http://www.private-hochschulen.net/fileadmin/user_upload/Flyer_Studieren_an_privaten_HochschulenInteraktiv.pdf [Stand: 10.06.2016].

Verband privater Hochschulen e.V. (2016): Zahlen, Daten, Fakten über private Hochschulen. Verfügbar unter <http://www.private-hochschulen.net/ueber-uns.html> [Stand: 22.12.2016].

Vollmers, Florian (2014): Hoch spezialisiert, gut betreut, teuer bezahlt. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 26. April 2014.

Wiarda, Jan-Martin (2016): Sind private Hochschulen die offeneren Unis? In: Die Zeit vom 20.10.2016.

Wissenschaftsrat (2006): Stellungnahme zur Akkreditierung der AKAD-Fachhochschulen Stuttgart, Pinneberg und Leipzig. Drs. 7344/06. Mainz. S. 7

Wissenschaftsrat (2012): Private und kirchliche Hochschulen aus Sicht der Institutionellen Akkreditierung. Köln: Wissenschaftsrat. Online unter: <http://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/2264-12.pdf> [Stand: 22.12.2016].

Wissenschaftsrat (2015): Leitfaden der Institutionellen Akkreditierung nichtstaatlicher Hochschulen. Köln: Wissenschaftsrat. Online unter <http://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/4395-15.pdf> [Stand: 22.12.2016].

Wissenschaftsrat (2016): Stellungnahme zur Reakkreditierung der FOM Hochschule für Oekonomie & Management, Essen. Köln: Wissenschaftsrat. Online unter <http://www.wissenschaftsrat.de/download/archiv/5419-16.pdf> [Stand: 22.12.2016].

Anhang 1: Leitfragenkatalog

Leitfaden für Expert(inn)eninterviews mit Leitungen privater Hochschulen

(1) Mit welchen Begriffen bzw. Attributen beschreiben Sie selbst das Profil Ihrer Hochschule?

(2) Welches Alleinstellungsmerkmal (Unique Selling Proposition) Ihrer Hochschule ist Ihrer Meinung nach von herausragender Bedeutung?

(3) In welchem Maße fokussiert sich Ihre Hochschule auf die Gewinnung „atypischer“ Studierender?

(4) Welche Bedeutung haben die folgenden Erfolgsfaktoren zur Gewinnung „atypischer“ Studierender an Ihrer Hochschule?

Bitte vergeben Sie eine Ziffer von 1 (keine Bedeutung) bis 6 (sehr hohe Bedeutung).

„k.A.“ = keine Angaben

Erfolgsfaktoren	1	2	3	4	5	6	k.A.
a) Eindeutiges, klar definiertes Hochschulprofil							
b) Eindeutige Kommunikation des Profils gegenüber Studieninteressierten							
c) Eindeutige, klar definierte Zielgruppe pro Studiengangsangebot							
d) Angebot bestimmter Studiengangsformate: Berufsbegleitende, duale, Teilzeit-, Fern-Studiengänge							
e) Neue Studiengangs-Nischenangebote							
f) Angebot von besonders nachfragestarken Studiengängen (Nachfrage nach Absolvent(inn)en vonseiten potentieller Arbeitgeber)							
g) Sehr ausgeprägter Praxis- und Arbeitsmarktbezug							
h) Enge Kooperationen mit Arbeitgebern, also der Wirtschaft bzw. mit der Industrie							
i) Enge Kooperationen mit Berufsverbänden und ähnlichen Stakeholdern							
j) Akademisierung von Berufsausbildungen							

Erfolgsfaktoren	1	2	3	4	5	6	k.A.
k) Studiengangzulassung für beruflich besonders Qualifizierte (auch ohne Abitur)							
l) Service und Betreuungsangebote für Studierende							
m) Blended-Learning-Angebote							
n) Realistisch auf die Zielgruppe zugeschnittene Studiendauer							
o) Zeitliche Lage der Lehrveranstaltungen							
p) Erreichbarkeit des Studienortes							
q) Höhe der Studiengebühren							
r) Weiterer Faktor:							

(5) Welche Maßnahmen genau initiieren Sie bei den soeben von Ihnen mit 5 oder 6 bewerteten Faktoren, damit diese als Erfolgsfaktoren für Ihre Hochschule nachdrücklich wirksam werden?

(6) Welche der o.g. Erfolgsfaktoren sind aus Sicht von „atypischen“ Studierenden an Ihrer Hochschule von zentraler Bedeutung?

(7) In welcher Weise erhalten Sie valide, verlässliche Angaben zur Bedeutung der unter (6) genannten Erfolgsfaktoren?

(8) Welche Eigenschaften bzw. Merkmale haben „atypische“ Studierende den typischen Studierenden voraus? (Fokus: Schwerpunktgruppen „atypischer“ Studierender an Ihrer Hochschule)

(9) Welche Eigenschaften bzw. Merkmale haben typische Studierende den „atypischen“ Studierenden voraus?

(10) Welche Leistungen genau bietet Ihre Hochschule „atypischen“ Studierenden, um mögliche Handicaps gegenüber typischen Studierenden auszugleichen?

(11) Welche Empfehlungen können Sie „atypischen“ Studierenden geben, damit diese ein Studium mit gutem Erfolg abschließen?

(12) *Welcher der fünf folgenden Hochschultypen³⁹ rechnen Sie selbst Ihre Hochschule zu?*

Innerhalb der privaten Hochschullandschaft wird zwischen fünf sehr ausdifferenzierten Typen von Hochschulen unterscheiden, die sich teils auf unterschiedliche Zielgruppen von Studierenden fokussieren:

- (1) Aufwerter: Hochschulen mit ausgewählten Fächern, welche sich der Akademisierung früherer Ausbildungsberufe überwiegend auf grundständigem akademischen Niveau verschrieben haben*
- (2) Flexible: Hochschulen mit berufsbegleitenden bzw. -integrierten Studienformaten, überwiegend auf grundständigem akademischen Niveau*
- (3) Berufsorientierte: Arbeitsmarktorientierte Hochschulen mit oft enger Partnerschaft zu ortsansässigen Unternehmen*
- (4) Spezialisten: Hochschulen mit akademischem Anspruch auf universitärem Niveau*
- (5) Humboldtianer: Vergleichbar den Spezialisten, jedoch zusätzlich mit Fokus auf Multi- und Interdisziplinarität in Forschung und Lehre*

(13) *In welchem Maße verfügt Ihre Hochschule über eine formalisierte Anrechnungssystematik für außerhochschulisch erworbene Vorleistungen Ihrer Studierenden?*

(14) *Hintergrund: Insbesondere Studieninteressierte mit bildungsfernerem Hintergrund legen Wert auf Risikominimierung bezügl. ihres Studiums/Studienabschlusses. Gibt Ihre Hochschule Studieninteressierten bzw. Studierenden gegenüber explizit oder implizit ein „Erfolgsversprechen“ ab, bspw. hinsichtlich eines erfolgreichen Abschlusses oder eines erfolgreichen Berufseinstiegs? Falls dieses zutrifft: Wie stellen Sie sicher, dass dieses Erfolgsversprechen gehalten werden kann? (z.B. Service, Betreuungsintensität)*

(15) *In welchem Maße werden staatliche Hochschulen „atypische“ Studierende in Zukunft stärker gewinnen wollen?*

(16) *Welche Erfolgsfaktoren für die Gewinnung von „atypischen“ Studierenden werden zukünftig Ihrer Einschätzung nach an Bedeutung zunehmen?*

(17) *Und welche Erfolgsfaktoren für die Gewinnung von „atypischen“ Studierenden werden zukünftig an Bedeutung verlieren?*

³⁹ Vergl. Frank, Andrea et.al. (2010): Rolle und Zukunft privater Hochschulen in Deutschland. Essen, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft.

Anhang 2: Portraits ausgewählter privater Hochschulen sowie Interviewpartnerinnen und -partner

Im Folgenden werden die fünf ausgewählten privaten Hochschulen kurz porträtiert, ergänzt um die Nennung der jeweiligen Interviewpartner(inn)en der befragten Hochschulen.

Die **Mediadesign Hochschule für Design und Informatik** wurde 2004 in Berlin gegründet. Im Wintersemester 2015/2016 studierten 1.312 Studierende an der Hochschule. Einzuordnen ist sie als Hochschule ohne Promotionsrecht. An der Mediadesign Hochschule kann der Bachelorabschluss in den Studiengängen Media Design, Medien- und Kommunikationsmanagement, Game Design, Digital Film Design – Animation/VFX, Modedesign und Modemanagement im Vollzeitstudium erworben werden. Es ist zugleich möglich, Media Design, Medien- und Kommunikationsmanagement sowie Modemanagement berufsbegleitend zu studieren. Ein Masterabschluss kann im Studiengang Medien- und Kommunikationsmanagement erworben werden, berufsbegleitend ist dies ebenso möglich.⁴⁰ Für die Mediadesign Hochschule für Design und Informatik wurde ein Gespräch geführt mit dem Rektor, Herrn Hartmut Bode.

Die **FOM Hochschule für Oekonomie & Management - University of Applied Sciences** wurde 1993 in Essen gegründet. Gemessen an der Studierendenzahl (Wintersemester 2015/2016: 38.420 Studenten) ist sie die größte private staatlich anerkannte Hochschule in Deutschland. Sie hat weder das Promotions- noch das Habilitationsrecht. Die FOM bietet 33 Studiengänge (18 Bachelor- und 15 Masterstudiengänge) in den Fachbereichen Wirtschaft & Management, Wirtschaft & Psychologie, Wirtschaft & Recht, IT Management, Ingenieurwesen, Gesundheit & Soziales. Darüber hinaus werden elf betriebswissenschaftliche Studiengänge und fünf ingenieurwissenschaftliche Studiengänge als duales Studium angeboten.^{41,42} Für die FOM Hochschule für Oekonomie & Management – University of Applied Sciences wurde ein Gespräch geführt mit dem Kanzler, Herrn Dr. Harald Beschoner.

Die **Steinbeis-Hochschule** wurde 1998 gegründet. Im Wintersemester 2015/2016 waren 6.592 Studierende eingeschrieben. Sie hat ihren Sitz in Berlin und ist dem Hochschultyp der Universitäten und Hochschulen mit Promotionsrecht zuzuordnen. Sie besitzt jedoch nicht das Habilitationsrecht. Die Hochschule bietet 45 Bachelor- und Masterstudiengänge in zehn Disziplinen an: Betriebswirtschaft, Business, Engineering, Management, Informatik, Technologie, Allied Health and Health Management, Bildungsmanagement, Dentaltechnologie und -management, Laws und Psychologie.⁴³ Für die Steinbeis-Hochschule Berlin wurde ein Gespräch geführt mit Herrn Prof. Dr. Jürgen Abendschein, Geschäftsführer.

Im Jahr 1997 wurde die **DIPLOMA Hochschule – Private Fachhochschule Nordhessen** gegründet. Im Wintersemester 2015/2016 betrug die Studierendenzahl 4.249. Sie gilt als Hochschule ohne Promotionsrecht. Sie ist in Bad Sooden-Allendorf ansässig. Insgesamt bietet

⁴⁰ Vgl. Mediadesign Hochschule. Verfügbar unter <http://www.mediadesign.de/studium/bachelor> [Stand: 12.10.2016].

⁴¹ Vgl. FOM Hochschule für Oekonomie & Management. Verfügbar unter: <https://www.fom.de/studiengaenge.html> [Stand: 12.10.2016].

⁴² Vgl. HRK (2016): Hochschulkompass. Verfügbar unter: [https://www.hochschulkompass.de/hochschulen/die-hochschulsuche.html?tx_szhrksearch_pi1%5Bname%5D=mediadesign%20hochschule%20berlin&tx_szhrksearch_pi1\[keep\]=1&tx_szhrksearch_pi1\[search\]=0](https://www.hochschulkompass.de/hochschulen/die-hochschulsuche.html?tx_szhrksearch_pi1%5Bname%5D=mediadesign%20hochschule%20berlin&tx_szhrksearch_pi1[keep]=1&tx_szhrksearch_pi1[search]=0) [Stand 11.10.2016].

⁴³ Vgl. Steinbeis Hochschule. Verfügbar unter: <http://www.steinbeis.de/de/experten/steinbeis-hochschule-berlin/lehre/studiengaenge.html> [Stand 12.10.2016].

die DIPLOMA Hochschule 26 Studiengänge in den Fachrichtungen Wirtschaft, Recht, Gestaltung, Technik, Gesundheit und Soziales an. Dabei werden Bachelorstudiengänge in Betriebswirtschaftslehre, Medienwirtschaft und Medienmanagement, Wirtschaftsrecht, Frühpädagogik, Medizinalfachberufen, Mechatronik, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsingenieurwesen angeboten. Der Masterabschluss kann in den Fernstudiengängen Medizinalfachberufe, General Management, Wirtschaft und Recht mit unterschiedlicher Schwerpunktsetzung (Management, Wirtschaftsrecht und Wirtschaftsrecht mit internationalen Aspekten) erworben werden.⁴⁴ Für die DIPLOMA Hochschule – Private Fachhochschule Nordhessen wurde ein Gespräch geführt mit dem Geschäftsführer, Herrn Prof. Dr. Andreas Blindow.

Die **Europäische Fernhochschule** wurde 2003 in Hamburg gegründet. Im Wintersemester 2015/2016 studierten 6.939 Studierende an der Hochschule. Sie ist dem Hochschultyp der Hochschulen ohne Promotionsrecht zuzuordnen.⁴⁵ Das Bachelorstudium kann in den Disziplinen Betriebswirtschaftslehre, International Business Administration, Betriebswirtschaft & Wirtschaftspsychologie, Finance & Management, Sales & Management, IT-Management, Logistikmanagement, Wirtschaftsrecht und Betriebswirtschaftliches Bildungs- und Kulturmanagement absolviert werden. Neuerdings wird zusätzlich ein Bachelorstudium im Fach Psychologie angeboten. Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, ein Bachelorstudium als Abendstudium zu absolvieren. Der Masterabschluss wird in den Studiengängen General Management MBA, Marketing MBA, Business Coaching & Change Management, Wirtschaftspsychologie, Taxation, Accounting, Finance und als Master-Einstiegsprogramm angeboten.⁴⁶ Für die Europäische Fernhochschule wurde ein Gespräch geführt mit der Kanzlerin, Frau Catherine Möhring.

⁴⁴ Vgl. DIPLOMA Hochschule. Verfügbar unter <http://diploma.de/kassel-diploma> [Stand: 12.10.2016].

⁴⁵ Vgl. HRK (2016): Hochschulkompass. Verfügbar unter: https://www.hochschulkompass.de/studium/suche/search/1/studtyp/3/hslauf/350.html?tx_szhrksearch_pi1%5Bpointer%5D=0&tx_szhrksearch_pi1%5Bresults_at_a_time%5D=25 [Stand 24.11.2016].

⁴⁶ Vgl. Europäische Fernhochschule. Verfügbar unter: <http://www.euro-fh.de/> [Stand: 24.11.2016].