

31. Januar 2016

Die Themen dieser Woche:



Internationales Hochschulmarketing

Die „neue amerikanische Universität“

Fundraising US-amerikanischer Hochschulen: Viel für Wenige

Kurznachrichten

Liebe Leserinnen und Leser,

wir befassen uns in dieser Ausgabe mit einem Beitrag der englischen Zeitschrift „The Economist“ über wichtige Voraussetzungen eines erfolgreichen internationalen Hochschulmarketings und mit den Entwicklungszielen, die der Präsident der Arizona State University (ASU), Michael M. Crow, in seinem jüngsten Buch („Designing the **New** American University“) formuliert. Wir werfen zudem einen Blick auf die jüngsten Ergebnisse der Fundraising-Bemühungen US-amerikanischer Hochschulen und schließlich – wie immer – auf verschiedene Kurznachrichten der Woche.

Ich wünsche Ihnen wie immer eine interessante Lektüre.

Stefan Altevogt

#### Internationales Hochschulmarketing

Unter der Überschrift „Brains without borders“ geht der Economist in seiner jüngsten Ausgabe der wohl nur schwer zu beantwortenden Frage nach, warum England und die USA im Wettbewerb um die weltweit mittlerweile 4,5 Mio. internationalen Studierenden nicht stärker ihre wesentlichen Standortvorteile – Strahlkraft einiger Leuchttürme und Englisch als Landes- und Unterrichtssprache – ausspielen, sondern im Gegenteil Hemmnisse bei der Vermarktung ihrer Angebote aufbauen und dadurch anderen Anbietern – vor allem Australien oder Kanada – Marktanteile überlassen.

Der Beitrag steckt mit einigen Zahlen die Dimensionen internationaler Studierendenmobilität ab, die sich in den kommenden zehn Jahren auf 7-8 Mio. noch einmal deutlich ausweiten werde. Von den mehr als 4 Mio. internationalen Studierenden fanden 2014 knapp 1 Mio. ihren Weg in die USA, 348.000 nach Australien, 312.000 nach Großbritannien und 195.000 nach Kanada. Als absolute Zahl klingt 1 Mio. ebenso beachtlich wie als Anteil an der gesamten Mobilität ausgedrückt (über 20%), doch liegt der Anteil der internationalen Studierenden an der Gesamtzahl der Studierenden in den USA bei nur knapp 5%. Wäre man in den USA so ehrgeizig wie die kanadischen Nachbarn, die es mittlerweile auf 10% Anteil internationaler Studierender an ihren Hochschulen bringen, müssten die US-Konsulate 2 Millionen Studierendenvisa ausstellen. Wollte man Zahlen wie die in Australien erreichen – dort waren 2014 mehr als 25% der Studierenden „Internationale“ – und wäre das Gedankenexperiment ein Nullsummenspiel, dann würde „Down Under“ der nach Rohstoffen zweitwichtigste Exportartikel komplett wegbrechen. Mit internationalen Studierenden verdiente das Land 2015 nämlich US\$15 Mrd. bzw. Austr.\$18 Mrd: „Australia (...) has long seen international students – and their fees – as a national priority.“ Nach Jahren rasanten Wachstums hätte man in Australien zwischen 2009 und 2012 wegen durch Diploma-Mills und fremdenfeindlichen Attacken ausgelösten Imageschäden, wegen verschärfter Visumsbestimmungen und wegen eines ungünstig gewordenen Wechselkurses einen Rückgang hinnehmen müssen, doch mittlerweile erholten sich die Zahlen wieder. Die Lektion daraus: „First, foreign students need clear visa rules and the right to work while they study. Second, the national brand matters.“ Ein nationales „Branding“ sei zudem in jedem Falle wichtig, auch wenn vielleicht weniger offensichtlich in der Heimat von Harvard, Berkeley und Oxbridge.

In Kanada habe man genau auf die in Australien gemachten Erfahrungen geschaut und vor allem hinsichtlich der Zeit nach dem Studienabschluss international vergleichsweise sehr attraktive Regelungen eingeführt. Wer nach Abschluss eine Anstellung finde, bekomme automatisch je nach Länge des Studiums eine Arbeitserlaubnis von bis zu drei Jahren. „That work experience is then taken into account if they apply for permanent residency.“ Dank engerer Zusammenarbeit zwischen den Hochschulen und den Einwanderungsbehörden sei die Ablehnungsrate bei Visa-Anträgen

dramatisch gesunken und mittlerweile würden sich ein Viertel aller internationalen Studierenden in Kanada und die Hälfte der aus China und Indien erfolgreich um ein Einwanderungsvisum bewerben.

Immigration bzw. Visumsbestimmungen seien die Achillesferse des internationalen Hochschulmarketings in Großbritannien, denn die Regierung sei 2010 mit dem Versprechen angetreten, die Immigration auf 100.000 pro Jahr zu begrenzen. Als eine der wenigen verfügbaren Stellschrauben wären internationale Studierende von außerhalb der EU identifiziert worden und man habe Immigrations- und Visumsbestimmungen auf Abschreckung gebürstet. Das Ergebnis: „In 2014-15 the number of new students from outside the EU fell by 3%, even as the number of foreign students worldwide rose strongly. Britain's three big English-speaking competitors all saw strong growth.“

Fazit: In den vergangenen Jahren hätten vor allem englischsprachige Länder (und in geringerem Umfang auch Länder, die qualitativ hochwertige Studienangebote in Englisch machten) enorm von der wachsenden internationalen Studierendenmobilität profitiert: „Those students have subsidised locals, kept courses in the hard sciences viable, acted as informal ambassadors on their return – and eased skills shortages when they have stayed.“ Länder wie Kanada und Australien hätten die Chancen erkannt, während Großbritannien und die USA ihre internationale Ausstrahlung bereits sehr lange als selbstverständlich ansehen würden und diesbezüglich als „complacent“ gelten müssten.

Sie finden den Beitrag [hier](#).

### ... Die „neue amerikanische Universität“

In der vergangenen Woche berichteten wir über die mittlerweile vielfach kopierte Zusammenarbeit der Arizona State University (ASU) mit der Firma Starbucks, die, 2014 als „Starbucks College Achievement Plan“ eingeführt, ASU einmal mehr erhöhtes Medieninteresse bescherte. Die Kooperation wie auch die drastische Ausweitung des Fernstudienangebots der ASU lassen sich dabei als sichtbare Profilierungsbemühungen der Hochschule auffassen, für die der seit 2002 amtierende Hochschulpräsident Michael M. Crow mit verantwortlich zeichnet. Crow war zuvor Executive Vice Provost der Columbia University, wo er auch einen Lehrstuhl für Science and Technology Policy innehatte, und er hat im vergangenen Jahr gemeinsam mit William B. Dabars ein Buch mit dem Titel „Designing the **New** American University“ (Johns Hopkins University Press) vorgelegt.

Wie die viele andere Fachpublikationen zum Thema Hochschulen auch, beschwört das Buch eine historische Umbruchssituation, erläutert aus der Entwicklung der Vergangenheit, wie man in eine als Weggablung aufgefasste gegenwärtige Situation gekommen ist und entwickelt die eigene Vision von einer Hochschule als Konzept der Zukunft. Dazu muss man in den USA allerdings erst einmal verdeutlichen, was denn an der gegenwärtigen Situation, was also an Harvard, Yale, Princeton, Stanford, mit Blick auf die Zukunft das Problem sein könnte, zumal – wie im Beitrag unten verdeutlicht – dort die finanziellen Bedingungen äußerst gut sind und in absehbarer Zeit auch wenigstens zufriedenstellend bleiben werden. Die knappstmögliche Antwort auf diese Frage und gleichzeitig Movers der Bemühungen an ASU: Scalability.

Hochschulbildung, so die Argumentation des Buchs, habe 1636 an Harvard College mit neun Studierenden begonnen. Die Hochschullandschaft sei ebenso gewachsen, wie die Zahl der Studierenden, die der Gesamtbevölkerung und der Bedarf der Volkswirtschaft an Menschen mit forschungsbezogener Hochschulbildung auf international wettbewerbsfähigem Niveau. Von den tausenden Hochschulen in den USA könnten dies bei weitem nicht alle leisten. Würde man einen kleinen Focus nutzen, den der Mitgliedshochschulen der Association of American Universities (AAU), käme man auf knapp 60, beim etwas weiteren Focus der Carnegie-Klassifikation von Forschungshochschulen mit hoher Forschungsintensität (RVH) auf 108. Demgegenüber stünden derzeit mehr als 21 Millionen Studierende in den USA: „With projections for shortfalls in the number of educated workers coupled with estimates that population growth will likely exceed 100 million by mid-century, limitation in the scalability of American higher education is not an issue to be relegated to the back burner.“ Vor allem nicht in dem für das Wachstum einer wissensbasierten Erwerbsgesellschaft maßgeblich verantwortlichen Bereich, dem der Forschungshochschulen, und nicht unter Fortsetzung der in diesem Bereich gegenwärtigen Praxis sehr hoher Selektivität bei der Auswahl der Studierenden. Als Beispiel führen die Autoren die Entwicklung des University of California System an, dem Musterbeispiel der Kombination von drastischer Ausweitung des Bildungsangebots für „Landeskinder“ mit höchstem akademischem Niveau (vor allem an den Flaggschiff-Campi Berkeley und Los Angeles). In Kalifornien wandle sich das Bild schon seit längerem: „Constraints in admissions to University of California system campuses attributable to the economic downturn have made headlines during the past several years, but the progressive exclusion of more and more applicants from UC Berkeley and UCLA has been ongoing for decades.“ Im Falle Berkeley sei der Anteil der zum Studium zugelassenen „Landeskinder“ zwischen 1975 und 1995 von 77% auf 39% gesunken und habe 2013 bei 17,6% gelegen. Die Autoren formulieren die Ziele der ASU demgegenüber als eine Kombination aus akademischer Exzellenz, Inklusion und Massentauglichkeit. Die Graduation Rate solle in den

kommenden Jahren auf 75% bis 80% gesteigert werden (derzeit liegt man noch bei unter 65%) und die Zahl der Abschlüsse solle zeitnah auf 25.000 pro Jahr steigen (in 2014 zählte man knapp 7.000 Undergraduate Abschlüsse). Gleichzeitig wolle man als öffentlich finanzierte „State University“ beim Studierendenmix den sozioökonomischen Gegebenheiten in Arizona Rechnung tragen. Zu leisten sei dies nur auf folgendem Weg: „Enhance quality, while reducing the cost of a degree.“ Der Anteil der Fernstudierenden solle dazu auf 100.000 ausgebaut und eine engere Zusammenarbeit mit Community Colleges angestrebt werden. Das Ziel hier: „Expand baccalaureate degree production to national leadership levels.“ Die nationale Spitze ist zur Zeit das California State University System (CSU), das zuletzt rund 100.000 Abschlüsse vergeben hat, darunter 85.000 Bachelor's.

Bei der Formulierung des „Ziels in einem Satz“ wagt man im Hinblick auf Forschungsintensität und akademisches Niveau schließlich sogar eine Zeitangabe: „Establish ASU as a global center for interdisciplinary research, discovery, and development by 2020.“ Die nationale Wettbewerbsfähigkeit solle dann Ausdruck in Forschungsausgaben von wenigsten \$700 Mio. pro Jahr gefunden haben, erhebliche Teile davon kompetitiv eingeworbene Drittmittel. 2014 lagen die Forschungsausgaben der ASU bei \$427 Mio.

### ...> Fundraising US-amerikanischer Hochschulen: Viel für Wenige

Der Chronicle of Philanthropy hat seine einmal im Jahr erscheinenden Zahlen zum Erfolg US-amerikanischer Hochschulen beim Einsammeln von Spenden veröffentlicht. Danach ist die Summe der Spenden im vergangenen Jahr um 7,6% auf nun insgesamt \$40,3 Mrd. gestiegen. Die Zahlen der mit \$1,63 Mrd. bzw. \$1,05 Mrd. im vergangenen Jahr erfolgreichsten Fundraiser – Stanford und Harvard – deuten auf eine sehr ungleiche Verteilung der Spenden und ihre Konzentration auf eine kleine Spitzengruppe hin. Es heißt zu dieser Entwicklung: „The proportion of donations going to the top fund-raising colleges has slowly increased over the past decade, said Ann E. Kaplan, survey director for CAE [Council for Aid to Education]. She attributes that trend to the fact that those colleges have an array of prestigious programs that attract donors.“

Sie finden den Beitrag [hier](#).

Auf Inside Higher Education wird der ungleich verteilte Erfolg beim Fundraising noch weiter quantifiziert. Es heißt: „The top 17 colleges and universities – less than 1 percent of the total universe of about 3,900 institutions – accounted for more than a quarter of the contributions, \$10.42 billion. And 60 colleges and universities, under 2 percent of all institutions, received \$20.15 billion, half of the total.“ Es gibt zudem eine Grafik zur Herkunft der Spenden und mit ihr die Einsicht, dass nicht nur die Alumni mit zuletzt knapp 27% wesentlich zum Gesamtaufkommen beitragen, sondern auch individuelle Spender, die nicht Ehemalige der bedachten Hochschulen sind. Diese Gruppe steuerte in 2015 knapp 20% bei, Stiftungen darüber hinaus knapp 29% und Firmen gut 14%.

Sie finden diesen Beitrag [hier](#).

Von einer gewissen „Spenderermüdung“ beim Fundraising von US Hochschulen für ihre Sportprogramme berichtet der Chronicle of Higher Education in einem weiteren Beitrag und schreibt: „Donations (...) helped major-college athletic departments raise more than \$1 billion in 2015 (...) but there are signs that donors may be reaching their limits, as overall athletics donations to the reporting institutions dipped slightly in 2015 from the year before.“

Sie finden diesen Beitrag [hier](#).

### ...> Kurznachrichten

Die kanadische Globe and Mail zitiert eine Untersuchung, derzufolge deutlich mehr Promovierte in Kanada ihre mit der Promotion angestrebten akademischen Laufbahnen erfolgreich verfolgen könnten, als in einer früheren Untersuchungen nahegelegt worden sei. Es heißt: „A third of graduates with doctoral degrees from Ontario universities are in tenure-track positions somewhere in the world, with half of them working as professors in Canada, the study from the Higher Education Quality Council of Ontario found.“ Eine im vergangenen Jahr vom Conference Board of Canada veröffentlichte Untersuchung hätte dagegen die Zahl der kanadischen PhDs, die auf entfristeten bzw. auf Entfristung zielenden Stellen in Kanada landeten, bei 20% verortet. Der Unterschied beider Zahlen liege offensichtlich in den beachtlichen Chancen, die sich im Ausland ergäben: „The new study found more positive outcomes by also looking at graduates who are working around the world.“

Sie finden den Beitrag [hier](#).

Die New York Times widmet sich in einem Beitrag den Unternehmen, die US-amerikanischen

Hochschulen bei Rekrutierung und Auswahl internationaler Studierender aus China helfen, deren Zahl sich in den vergangenen fünf Jahren auf derzeit 300.000 verdreifacht habe. Habe man früher noch auf Einladungen zu Interviews oder Hilfe von Alumni zurückgreifen können, würde man angesichts der großen Zahlen nun verstärkt Service-Unternehmen mit Interviews zu einer Vorauswahl beauftragen: „To sift through the flood of applicants, more American institutions have sought third-party interviews with prospective students. This helps determine whether students who score high on paper can also engage in class discussions. It also provides a check against fraud, such as forged transcripts or application essays ghostwritten by hired agents, by testing their English-language abilities.“

Sie finden diesen Beitrag [hier](#).

Inside Higher Education befasst sich in einem Beitrag mit den bürokratischen Hürden an der überwiegenden Mehrzahl US-amerikanischer Hochschulen, die Verwendung von Gutscheinen des aus Bundesmitteln bezahlten Supplemental Nutrition Assistance Program (SNAP) für Angehörige einkommensschwacher Familien an den Campi zu ermöglichen. Es heißt: „Earlier this month, Oregon State University and California's Humboldt State University became two rare institutions that can accept SNAP benefits. At Oregon State, the effort took nearly half a decade.“

Sie finden diesen Beitrag [hier](#).

Um die Anteile der öffentlichen Finanzierung der City University of New York (CUNY, nach der State University of New York (SUNY) und der University of California das drittgrößte Hochschulsystem der USA) ist einer Meldung der New York Times zufolge jetzt ein Streit zwischen Bundesstaat und der Stadt ausgebrochen. Der zur Zeit noch von Albany getragene Anteil von \$500 Mio. am gesamten CUNY-Haushalt von etwa \$3 Mrd. solle nach Vorstellungen des Gouverneurs Andrew Cuomo künftig aus der Kasse der Stadt bezahlt werden. Es heißt: „At a news conference on Thursday, Mr. de Blasio [der Bürgermeister von NYC] did not hesitate to make his displeasure known.“

Sie finden diesen Beitrag [hier](#).

[www.daad.org](http://www.daad.org)

[daadny@daad.org](mailto:daadny@daad.org)