

Gastbeitrag

Fruchtbare Nischen

Die Vielfalt bei den Studienangeboten ist kein Fluch, sondern ein Segen.

Von Ulrich Müller

„Wildwuchs“, „Schmalspurstudiengänge“, die „Fachidioten“ heranzüchten: Wenig zimperlich kritisieren manche Bildungsexperten die Zunahme und Ausdifferenzierung der Studienangebote in Deutschland. Selbst der ansonsten recht unerschütterliche Wissenschaftsrat konstatiert angesichts von aktuell mehr als 18.000 Angeboten besorgt, er sehe „die hohe Ausdifferenzierung und Spezialisierung der Studiengänge im Bachelorbereich sehr kritisch.“ Hat die Angebotsvielfalt mit Nischenstudiengängen wie einem B.A. in Kreuzfahrttourismus mittlerweile jedes gesunde Maß überschritten?

Wer die Diskussion um die Vielfalt des Studienangebots verfolgt, fühlt sich eventuell in die Diskussion um die Fernsehlandschaft des späten 20. Jahrhunderts zurückversetzt. Natürlich kann man ein akademisches Ausbildungsangebot nicht mit einem Medienangebot vergleichen, dennoch gibt es bei näherer Betrachtung erstaunliche Parallelen bezüglich der Marktentwicklung.

Der Fächerkanon an deutschen Universitäten war im Mittelalter noch sehr überschaubar. Damals standen den Studierenden lediglich drei höhere Fakultäten zur Auswahl: Theologie, Jura oder Medizin. Das Mittelalter des TV-Zeitalters dauerte etwas länger, bis 1984 hatte man nur die Wahl zwischen drei öffentlich-rechtlichen Vollprogrammen: ARD, ZDF und dem jeweiligen regionalen Dritten.

Seitdem sorgten vor allem Privatsender für frischen Wind. Es entstanden neue Spartenkanäle, die sich auf spezielle Zielgruppen konzentrieren, etwa Musik-, Sport- oder Nachrichtensender. Nicht alle erreichten genügend Zuschauer, nicht alle konnten sich im Markt behaupten. Aber das Angebot wurde breiter und breiter.

Natürlich: Diese Vielfalt an Fernsehangeboten, zu der noch ausländische Sender hinzukommen, stellt den Zuschauer heute vor die Qual der Wahl. Er muss mit der Fernbedienung in der Hand unter Hunderten, ja Tausenden von Sendern eine Auswahl treffen. Aber trotz der Unüberschaubarkeit der Senderliste wird sich wohl kaum jemand ernsthaft die Zeiten beschränkter Auswahl zurückwünschen. Alle existierenden Sender haben (in unterschiedlichen Größenordnungen) ihre Nutzer und Fans. Kaum einer hält alle Sender für elementar – aber jeder sieht den von ihm genutzten als unentbehrlich an. Die Nachfrage ist dabei so differenziert wie das Angebot.

Mit der Vielfalt der Studienangebote ist es nicht anders. Dass die Anzahl aller Studienangebote in Deutschland sich in den letzten 10 bis 15 Jahren verdoppelt hat, lässt sich zu großen Teilen rein rechnerisch mit der Umstellung auf das zweistufige Bachelor-/Master-System erklären. Zusätzlich hat aber zeitgleich eine massive Differenzierung des Studienangebotes stattgefunden, besonders durch private Anbieter. Auch hier ist ein Trend vom Vollprogramm zu Spartenangeboten zu beobachten: Innerhalb bestimmter Fächer, etwa BWL, Maschinenbau oder Elektrotechnik, erfolgt mittlerweile häufig eine Spezialisierung und Schwerpunktsetzung. So sollen unterschiedliche Profilierungen deutlich werden.

Daneben – und das lassen Kritiker meist außer Acht – gibt es aber weitere Faktoren, die für eine wachsende Vielfalt an Studiengängen sorgen: Hybridfächer wie Mechatronik reagieren über Fächergrenzen hinweg auf veränderte Anforderungen des Arbeitsmarktes. Da gesellschaftliche Fragestellungen sich nicht an Disziplinengrenzen halten, entstehen vermehrt themenfokussierte Studiengänge, die jeweils relevante Inhalte aus verschiedenen Disziplinen vermitteln. Manche Berufsfelder, etwa Gesundheit, Pflege und frühkindliche Erziehung, reagieren auf steigende Anforderungen mit einem Professionalisierungs- und Akademisierungsschub, also mit ganz neuen Studienangeboten.

Mit der Ausdifferenzierung des Studienangebots verhält es sich also wie mit der Entwicklung der Senderlandschaft: Es gibt es gute und rationale Gründe für innovative neue Angebote. Einzelne werden früher oder später wieder vom Markt verschwinden, da letztlich auch die Nachfrage und der Wettbewerb über den Erfolg entscheiden. Die Angebotsvielfalt aber ist entgegen der oft sehr pauschalen und meist unberechtigten Kritik kein Fluch, sondern ein Segen.

Woran es allerdings noch hapert, ist die Transparenz in Richtung Studieninteressierter. Recherche- und Orientierungsmöglichkeiten für Studieninteressierte sollten ausgebaut und zeitgemäß gestaltet werden. Wenn man bei der TV-Analogie bleibt, könnte man sagen: Der Sendersuchlauf für die Studienwahl muss noch erfunden werden.

Diese Herausforderung dürfte in Zukunft nicht kleiner werden, denn manchen Bildungsexperten geht selbst die aktuelle Differenzierung der Studienangebote noch nicht weit genug. So wie die traditionelle Fernsehlandschaft zunehmend unter Druck gerät, da sich Nutzer über Netflix, YouTube & Co. mittlerweile ihr individualisiertes Programm zusammenstellen können, arbeiten ganz Wagemutige auch im Hochschulbereich an einem Paradigmenwechsel. Das Angebot soll sich künftig nach dem Nutzer richten, nicht umgekehrt. Es sollen individualisierte Studienabschlüsse entstehen, nach eigenen Zielsetzungen zusammengestellt. Eine solche Orientierung am einzelnen Nutzer wäre wirklich radikal.

Ob dieser Ansatz, der die Ausdifferenzierung auf die Spitze treibt, zu weit geht oder einfach nur konsequent ist – darüber lässt sich streiten. Aber dass Hochschulen sich mit ihrem differenzierteren Angebot derzeit zunehmend am Bedarf und an Entwicklungen in der Wissenschaft und der Praxis orientieren, ist unbestreitbar ein großer Erfolg und vor allem aus Studierendensicht positiv zu bewerten.

Ulrich Müller leitet beim gemeinnützigen Centrum für Hochschulentwicklung in Gütersloh den Bereich politische Analysen.