



# **Die Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Studentenwerken**

**Ergebnisse einer Umfrage auf Leitungsebene**

Ulrich Müller  
Christin Bönsch  
Sonja Berghoff

CHE gemeinnütziges Centrum für Hochschulentwicklung

Verler Straße 6

D-33332 Gütersloh

Telefon: 05241 97 61 0

Telefax: 05241 9761 40

E-Mail: [info@che.de](mailto:info@che.de)

Internet: [www.che.de](http://www.che.de)

# Inhaltsverzeichnis

|                 |   |                  |
|-----------------|---|------------------|
| <b><u>1</u></b> | <b><u>Hintergrund und Umfragedesign.....</u></b>  | <b><u>3</u></b>  |
| 1.1             | Zielstellung.....   | 3                |
| 1.2             | Zielgruppe und Konzept.....   | 3                |
| 1.3             | Ablauf der Befragung .....  | 4                |
| 1.4             | Stichprobe.....   | 4                |
| <b><u>2</u></b> | <b><u>Ergebnisse der Umfrage .....</u></b>  | <b><u>5</u></b>  |
| 2.1             | <b>Bedeutung von Student Services für das Profil und die Attraktivität der Hochschule .....</b> | <b>5</b>         |
| 2.1.1           | Studentisches Wohnen .....  | 6                |
| 2.1.2           | Hochschulgastronomie.....   | 7                |
| 2.1.3           | Studienfinanzierung (BAföG-Amt).....  | 7                |
| 2.1.4           | Beratung und soziale Dienste .....  | 8                |
| 2.1.5           | Kulturarbeit.....   | 8                |
| 2.1.6           | Kinderbetreuung.....  | 9                |
| 2.2             | <b>Unterstützung der Hochschulprofilierung .....</b>  | <b>9</b>         |
| 2.2.1           | Umgang mit vielfältigen Hochschulprofilen.....  | 9                |
| 2.2.2           | Unterstützung konkreter Profilelemente.....   | 10               |
| 2.3             | <b>Zusammenarbeit und strategische Abstimmung .....</b>   | <b>11</b>        |
| 2.3.1           | Generelle Einschätzung der Zusammenarbeit .....   | 11               |
| 2.3.2           | Wünsche bezüglich der weiteren Zusammenarbeit.....  | 12               |
| 2.3.3           | Strategische Abstimmung und Koordination.....   | 13               |
| 2.3.4           | Erfolgsfaktoren für eine gemeinsame strategische Planung .....                                  | 15               |
| 2.4             | <b>Rollen der Studentenwerke.....</b>   | <b>16</b>        |
| 2.5             | <b>Besondere Zielgruppen.....</b>   | <b>17</b>        |
| 2.5.1           | Weiterbildungsstudierende .....   | 17               |
| 2.5.2           | Studierende ohne Abitur .....   | 18               |
| <b><u>3</u></b> | <b><u>Schlussfolgerungen .....</u></b>  | <b><u>19</u></b> |
| <b><u>4</u></b> | <b><u>Anlage: Fragebögen .....</u></b>  | <b><u>22</u></b> |
| 4.1             | <b>Fragebogen für die Studentenwerks-Geschäftsführungen .....</b>                               | <b>22</b>        |
| 4.2             | <b>Fragebogen für die Hochschulleitungen.....</b>   | <b>27</b>        |

# 1 Hintergrund und Umfragedesign

## 1.1 Zielstellung

Das Deutsche Studentenwerk (DSW) und das Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) führten am 29./30. November 2011 gemeinsam ein Symposium durch. Unter dem Titel „Hochschulprofilierung und Studentenwerke“ beleuchtete es eingehend die Zusammenarbeit von Hochschulen und Studentenwerken und arbeitete gute Beispiele sowie Erfolgsfaktoren der Kooperation heraus. Die Leitfragen des Symposiums lauteten: „Welche Rolle spielen Service- und Beratungsangebote für Studierende in den strategischen Überlegungen der Hochschulen?“ und: „Wie können die Studentenwerke die Hochschulen in ihren Strategien und ihrer Profilbildung unterstützen?“

Im Vorfeld der Tagung wurde eine Befragung unter Hochschulleitungen und Studentenwerksgeschäftsführungen durchgeführt, die empirische Hinweise auf die derzeitige Zusammenarbeit und eventuelle Verbesserungsmöglichkeiten gibt. Neben den inhaltlichen Impulsen der Referentinnen und Referenten lieferten die Ergebnisse der Umfrage weitere Anregungen für die Diskussion in den einzelnen Themenblöcken.

Das vorliegende Papier stellt die Konzeption und Durchführung dieser Befragung dar und fasst die Kernpunkte der Auswertung zusammen. Das inhaltliche Konzept und Vorgehen wurde gemeinsam von DSW und CHE erarbeitet, die Durchführung und Auswertung der Online-Umfrage lag in Händen des CHE Centrum für Hochschulentwicklung.

## 1.2 Zielgruppe und Konzept

Die Fragen orientierten sich an den thematischen Schwerpunkten der Themenblöcke des Symposiums. Die Umfrage konzentrierte sich dabei auf Aspekte, zu denen bislang wenige empirische Informationen vorliegen.

Hochschulleitungen und Studentenwerksgeschäftsführer(innen) wurden getrennt befragt, jedoch mit analogen Fragen, damit in der Auswertung Gegenüberstellungen und Vergleiche möglich sind.

Als Zielgruppe der Befragung wurden hochschulseitig die Kanzler(innen) bzw. Vizepräsident(inn)en für Verwaltung definiert – dieser Personenkreis koordiniert in der Regel die Abstimmungen mit dem Studentenwerk und bringt die strategische Sichtweise der Hochschule in die entsprechenden Prozesse ein. So konnte davon ausgegangen werden, dass die Beantwortung durch die zuständigen und mit der Materie vertrauten Personen stattfindet.

Es wurde bewusst darauf verzichtet, Hochschulen und Studentenwerke in direkter Beziehung zueinander auszuwerten. Auf diese Weise hätte man zwar die gegenseitigen Bezüge nachvollziehen und direkte Vergleiche der Aussagen und Einschätzungen erstellen können, die Umfrage hätte aber den Charakter einer wertenden Evaluation einzelner Organisationen bekommen. Beabsichtigt ist jedoch eine Ermittlung von generellen Trends und der Situation insgesamt. Daher wurden alle Daten anonym und aggregiert ausgewertet; dabei wurde darauf geachtet, dass eine aussagekräftige Abbildung übergreifender Stimmungsbilder sichergestellt ist.

Während auf Seiten der Hochschulen der jeweilige gedankliche Bezug durch die existierende klare Zuordnung eines betreuenden Studentenwerks nicht weiter erklärungsbedürftig war, wurde für Studentenwerke, die mehrere Hochschulen betreuen, aus diesem Kreis per Zufallsauswahl eine einzelne Hochschule bestimmt. Die Geschäftsführungen wurden gebeten, die gestellten Fragen nur in Bezug auf diese eine Hochschule zu beantworten. Auf eine angemessene Repräsentanz der verschiedenen Hochschultypen wurde dabei geachtet.

### **1.3 Ablauf der Befragung**

Zum Online-Fragebogen wurde per Einzelansprache über Mail eingeladen, die entsprechenden Zugangsdaten waren beigefügt. Am 11. Oktober 2011 wurden die Kanzler(innen)/Vizepräsident(inn)en für Verwaltung aller in der HRK vertretenen Hochschulen durch das CHE kontaktiert mit der Bitte, an der Umfrage teilzunehmen (Dokumentation des Fragebogens im Anhang). Am 17. Oktober erfolgte die analoge Ansprache aller 58 Studentenwerksgeschäftsführungen durch das DSW.

Der Befragungszeitraum erstreckte sich vom 11.10.2011 bis 28.10.2011 (Hochschulleitungen) bzw. vom 17.10.2011 bis zum 08.11.2011 (Studentenwerksgeschäftsführungen).

### **1.4 Stichprobe**

Insgesamt sind 41 gültige Teilnahmen seitens der Studentenwerke und 95 gültige Rückmeldungen seitens der Hochschulen zu verzeichnen. Dieser Rücklauf ist bei insgesamt angeschriebenen 58 Studentenwerken (Ausschöpfungsquote 70,7 %) und 298 Hochschulen (Ausschöpfungsquote 31,9 %) als sehr zufriedenstellen anzusehen.

Die verschiedenen Hochschultypen sind angemessen repräsentiert:

- 47,4 % der befragten Hochschulen sind kleine und mittlere Fachhochschulen / universities of applied sciences / Hochschulen für angewandte Wissenschaften mit weniger als 10.000 Studierenden, 4,2 % größere Fachhochschulen (mit mehr als 10.000 Studierenden).
- 18,9 % der Hochschulen sind kleine und mittlere Universitäten oder Technische Universitäten mit weniger als 20.000 Studierenden, 10,5 % größere mit mehr als 20.000 Studierenden.
- Bei 18,9 % der befragten Hochschulen handelt es sich um Kunsthochschulen, Musikhochschulen, Duale Hochschulen oder Sporthochschulen.

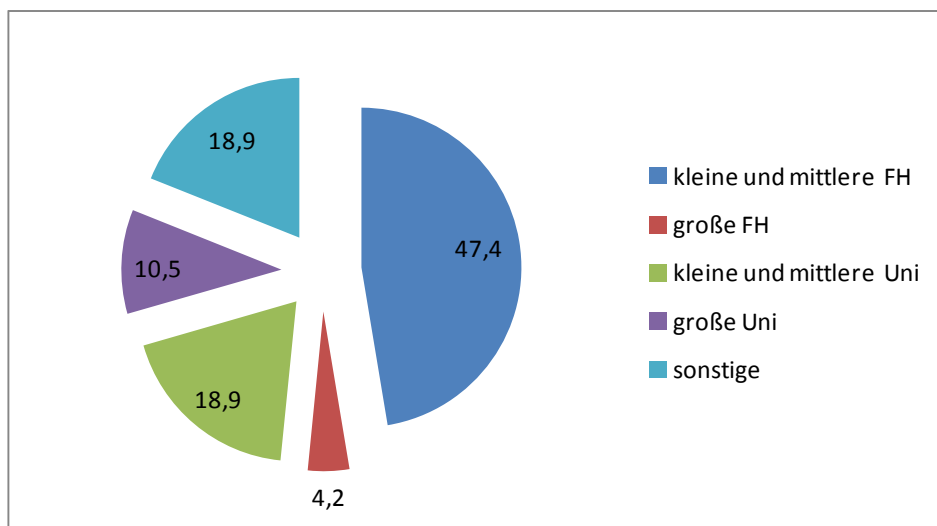


Abbildung 1: Zuordnung der gültigen Rückmeldungen seitens der Hochschulen zu den Hochschultypen (Anteil in %, n = 95 HS).

## 2 Ergebnisse der Umfrage

### 2.1 Bedeutung von Student Services für das Profil und die Attraktivität der Hochschule

Die befragten Hochschulen und Studentenwerke wurden um eine Einschätzung gebeten, wie bedeutsam aus ihrer Sicht die von den Studentenwerken erbrachten Student Services für das Profil und die Attraktivität der Hochschule sind. In den folgenden Grafiken sind die jeweiligen Angaben für die einzelnen Bereiche aufgeschlüsselt.

Welche Student Services werden insgesamt als wesentlich für das Hochschulprofil und die Attraktivität der Hochschule erachtet? Seitens der Hochschulen werden vor Allem folgende zwei Service- und Beratungsangebote als „entscheidend“ oder hilfreich angesehen: die Hochschulgastronomie (89,5 %) sowie das studentische Wohnen (85,3 %). Mit etwas Abstand folgen die Services Studienfinanzierung/BAföG-Beratung (immerhin noch von etwa drei Viertel der Hochschulen als entscheidend oder hilfreich für das Profil und die Attraktivität der Hochschule angesehen) sowie Beratung und soziale Dienste (69,1 %). Die Kinderbetreuung wird in diesem Zusammenhang von 57,4 % und die Kulturarbeit sogar nur von etwa einem Drittel der Hochschulen (34,7 %) als entscheidender oder zumindest hilfreicher Faktor für das Hochschulprofil und die Attraktivität der Hochschule angesehen.

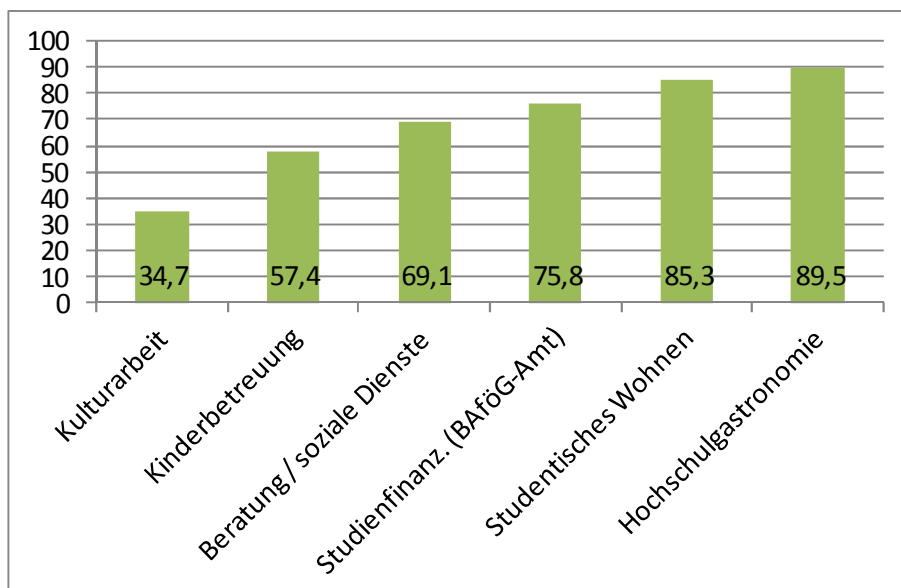


Abbildung 2: Anteil der Hochschulen, die verschiedenen Student Services „entscheidende“ oder „hilfreiche“ Bedeutung für das Profil und die Attraktivität der Hochschule zuweisen (Zusammenstellung der jeweiligen Einzelergebnisse, siehe Abbildungen 3 bis 8; Anteil in %, n = 95 HS)

Nimmt man umgekehrt in den Blick, welche Services nach Auffassung der Hochschulen für ihre Attraktivität und ihr Profil „keine“ oder eine „eher untergeordnete Rolle“ spielen, bestätigt sich die aus Hochschulsicht geringe Bedeutung der Kulturarbeit (51,5 %). Immerhin 26,6 % der Hochschulen halten auch die Kinderbetreuung für eher unwichtig oder nicht wesentlich für das Profil und die Attraktivität der Hochschule. 23,4 % der Hochschulen messen der Beratung und den sozialen Diensten keine oder nur geringe Bedeutung in diesem Zusammenhang bei.

### 2.1.1 Studentisches Wohnen

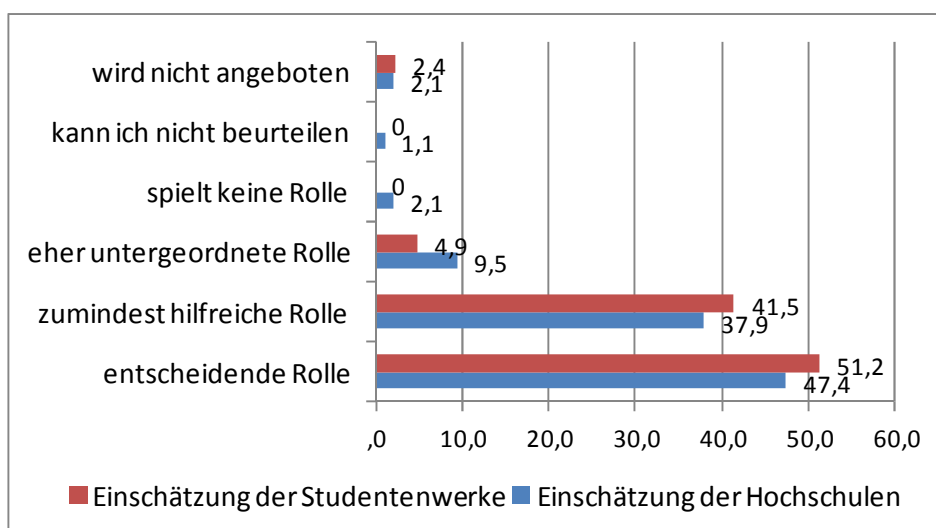


Abbildung 3: Bedeutung des studentischen Wohnens für das Profil und die Attraktivität der Hochschule (Anteil in %, n = 41 Stw, 95 HS).

## 2.1.2 Hochschulgastronomie

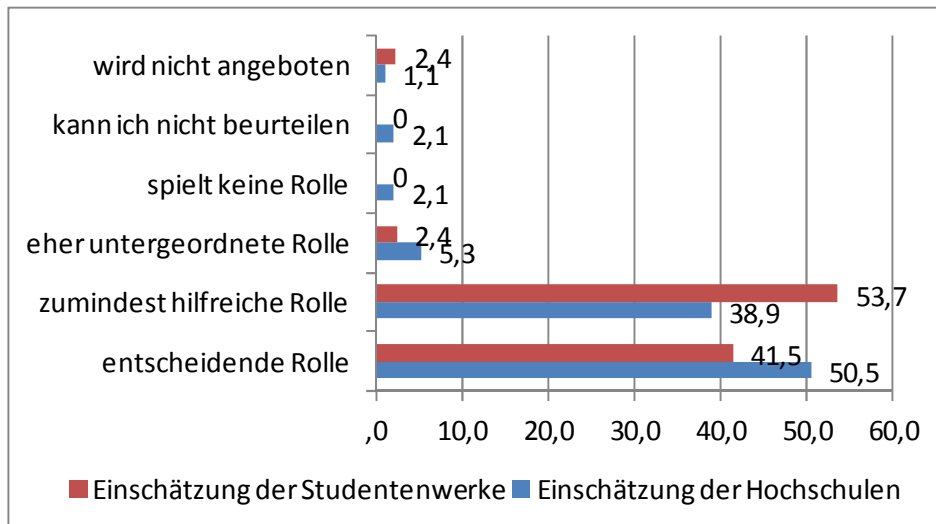


Abbildung 4: Bedeutung der Hochschulgastronomie für das Profil und die Attraktivität der Hochschule (Anteil in %, n = 41 Stw, 95 HS).

## 2.1.3 Studienfinanzierung (BAföG-Amt)

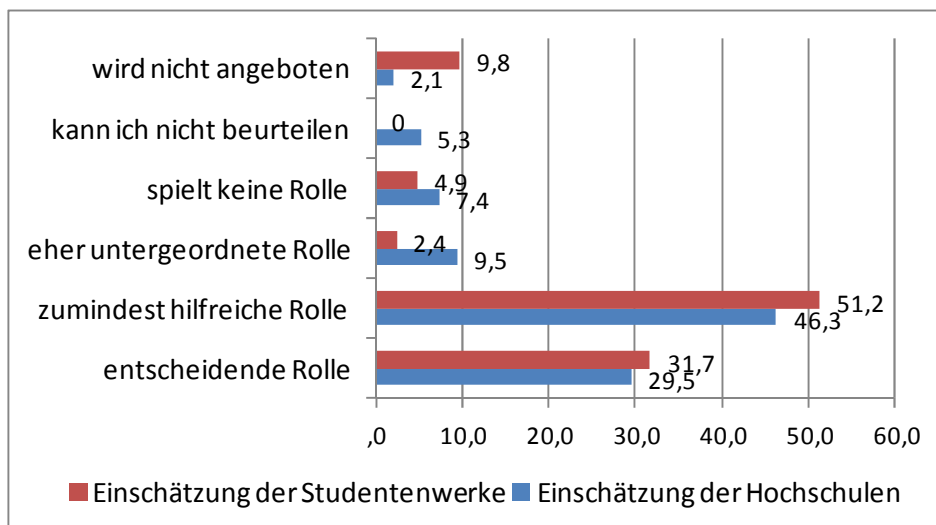


Abbildung 5: Bedeutung der Studienfinanzierung (BAföG-Amt) für das Profil und die Attraktivität der Hochschule (Anteil in %, n = 41 Stw, 95 HS).



### 2.1.4 Beratung und soziale Dienste

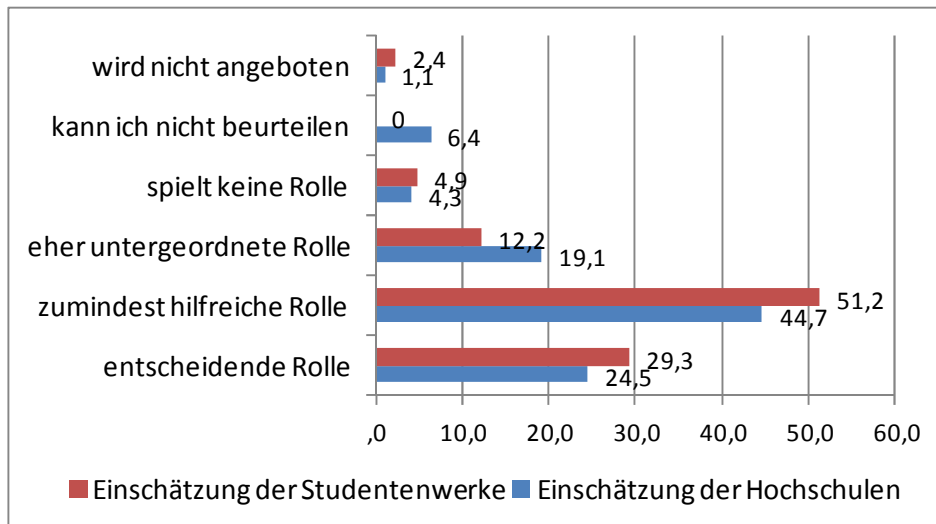


Abbildung 6: Bedeutung der Beratung und sozialen Dienste für das Profil und die Attraktivität der Hochschule (Anteil in %, n = 41 Stw, 95 HS).

### 2.1.5 Kulturarbeit

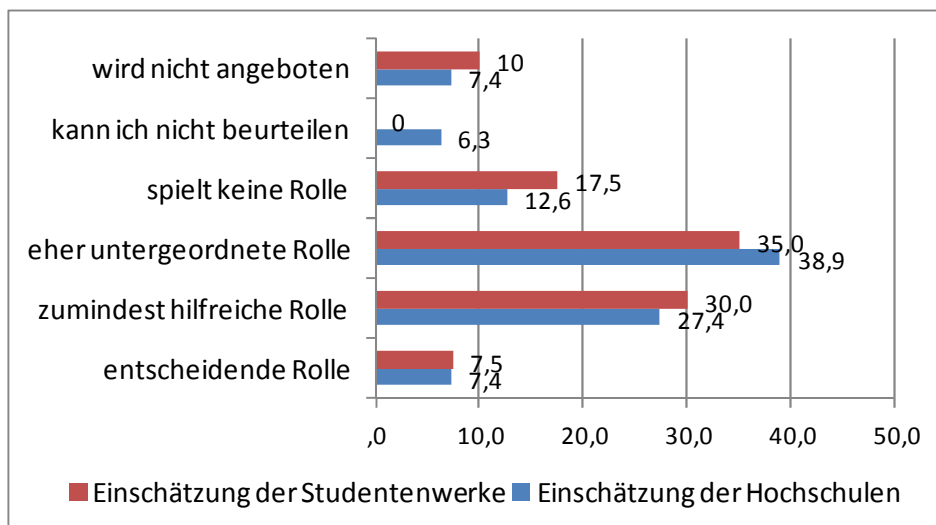


Abbildung 7: Bedeutung der Kulturarbeit für das Profil und die Attraktivität der Hochschule (Anteil in %, n = 41 Stw, 95 HS).

## 2.1.6 Kinderbetreuung

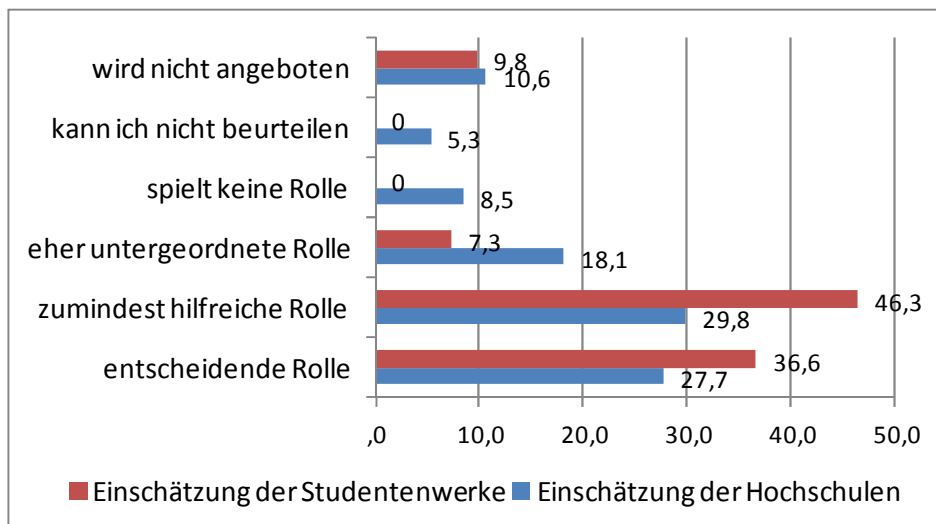


Abbildung 8: Bedeutung der Kinderbetreuung für das Profil und die Attraktivität der Hochschule (Anteil in %, n = 41 Stw, 95 HS).

## 2.2 Unterstützung der Hochschulprofilierung

### 2.2.1 Umgang mit vielfältigen Hochschulprofilen

Gefragt nach der Einschätzung, ob „ein hochschulübergreifend tätiges Studentenwerk vielfältige Hochschulprofile mit ihren jeweils unterschiedlichen Implikationen individuell unterstützen“ kann, antwortet die Mehrheit der Hochschulen (64,7 %) und der Studentenwerke (56,1 %), hochschulspezifische Angebote seien „gut machbar, sofern es klare (Zusatz-)Vereinbarungen mit der jeweiligen Hochschule gibt, die auch ggf. nötige Finanzierungsfragen regeln.“

22,4 % der Hochschulen und 36,6 % der Studentenwerke geben an, das Studentenwerk biete bereits jetzt für die Hochschulen individuell abgestimmte Leistungen an.

Nur 4,7 % der Hochschulen (0 % der Studentenwerke) betonen, hochschulindividuelle Angebote seien „kaum oder nur schwer umsetzbar“. Eine Auswertung der offenen Kommentarmöglichkeit an diesem Punkt zeigt, dass als Begründung v.a. auf finanzielle Gründe verwiesen wird, die zusätzliche oder hochschulspezifische Angebote unmöglich machen (3 von 4 Nennungen). Eine Fachhochschule verweist darauf, dass an ihrem Standort eine „starke Universität“ dominiere und die Interessen der kleineren Hochschulen nur bedingt berücksichtigt würden.

Nur ein verschwindend geringer Anteil der Studentenwerke (2,4 %) ist der Auffassung, „Studentenwerke können und sollten hochschulübergreifend nur einheitliche Angebote sicherstellen“ – Hochschulen vertreten diese Auffassung auch nur zu 5,9 %.

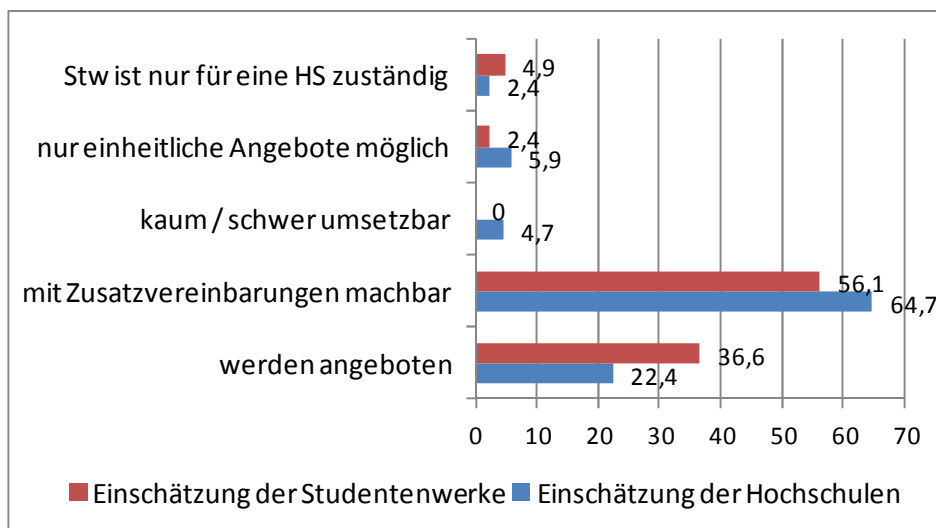


Abbildung 9: Möglichkeit der Unterstützung vielfältiger Hochschulprofile durch hochschulspezifische Angebote des Studentenwerks (Anteil in %, n = 41 Stw, 85 HS).

Zweifach wird im Kommentarfeld zur Fragestellung seitens der Hochschulen die Einschätzung geäußert, „ein Studentenwerk nur für meine Hochschule“ sei sinnvoller, denn ein Studentenwerk müsse sich „mit der Hochschule identifizieren und umgekehrt“. Ebenfalls zweifach wird der Hinweis vermerkt, Zielvereinbarungen seien keine zwingende Voraussetzung für individuelle Angebote, diese ließen sich auch in Einzelabsprachen realisieren.

In ergänzenden offenen Kommentaren der Studentenwerke wird v.a. auf die Notwendigkeit einer verbindlichen Verteilung von Kostenlasten für besondere Wünsche verwiesen (3 von 10 Nennungen). Zwei Studentenwerke betonen, hochschuleitig müssten zunächst sehr klar die Ziele und die sich daraus ergebenden Anforderungen und Erwartungen an das Studentenwerk definiert und kommuniziert werden, am besten über institutionalisierte verbindliche Strukturen. Ein Studentenwerk weist darauf hin, größeren Hochschulen in manchen Gebieten entgegen kommen zu können, in manchen Arbeitsfeldern (etwa Sonderaufnahmen in Wohnheimen) jedoch auf einheitlichen Regelungen zu beharren.

## 2.2.2 Unterstützung konkreter Profilelemente

Die Hochschulen wurden in der Befragung gebeten, konkrete Profilelemente zu benennen, zu denen korrespondierende Angebote des Studentenwerks beitragen.

- 47 Hochschulen verweisen auf ihr Profilelement als familiengerechte / familienorientierte Hochschule. Als korrespondierender Beitrag des Studentenwerks werden erwartungsgemäß verschiedene Arten der Kinderbetreuung genannt, aber auch etwa die Möglichkeit der kostenfreien Mitversorgung von Kindern.
- 16 Hochschulen geben an, durch das Studentenwerk beim Werben um ausländische Studierende und dem Ausbau der Internationalität unterstützt zu werden, etwa durch feste Plätze für internationale Studierende im Studentenwohnheim.
- 12 Hochschulen heben die Bedeutung der sozialen Unterstützung und der Betreuung von Studierenden in Not (ganzheitliches Beratungsangebot, Sozialfonds für Härtefälle...) für ihr Profil hervor.

- 8 Hochschulen betonen, auch durch die Unterstützung des Studentenwerks die „konzentrierte Atmosphäre einer Campushochschule“ umsetzen zu können. Hintergrund ist jeweils die als positiv empfundene räumliche Nähe von Wohnen, Essen und Studieren.
- 3 Hochschulen erwähnen, beim Umgang mit der Verschiedenartigkeit der Studierendentypen, also bei der Öffnung der Hochschule für breite gesellschaftliche Gruppen, durch das Studentenwerk unterstützt zu werden, etwa durch Finanzierungsberatung und den psychosozialen Beratungsdienst.
- Ebenfalls 3 Hochschulen nennen ihren „kulturellen Anspruch“ und die Förderung studentischer Initiativen als Profilelement, das etwa durch die Förderung des Studentenkabarets seitens des Studentenwerks möglich sei.
- Eine Hochschule erwähnt die hohe Bedeutung des begleiteten Selbststudiums, welches durch die Möglichkeit, in Mensen, Cafeterien etc. selbständig und in Kleingruppen zu arbeiten, unterstützt werde.

## 2.3 Zusammenarbeit und strategische Abstimmung

### 2.3.1 Generelle Einschätzung der Zusammenarbeit

Die Fragestellung, wie sie generell die derzeitige Zusammenarbeit mit dem Studentenwerk bzw. mit der Hochschule am ehesten beschreiben würden, gibt die Mehrheit der Hochschulen (64,3 %) und Studentenwerke (56,1 %) an, es handele sich um ein „partnerschaftliches Zusammenspiel: Studentenwerk und Hochschule bilden ein Team“. Immerhin 34,1 % der Studentenwerke und 31 % der Hochschulen konstatieren aber eine „Unabhängigkeit: Hochschule und Studentenwerk arbeiten ohne große Berührungspunkte in ihren jeweiligen Aufgabenbereichen.“ Von einer „Konkurrenz: die Zusammenarbeit ist eher von einem ‚Gegeneinander‘ als einem ‚Miteinander‘ geprägt“ sprechen lediglich 2,4 % der Studentenwerke und 1,2 % der Hochschulen.

Frappierend ist allerdings, dass 39 % der Studentenwerke von einer „Dienstleistungsbeziehung“ sprechen („Die Hochschule ist Auftraggeber, das Studentenwerk Auftragnehmer“), allerdings nur 16,7 % der befragten Hochschulen diese Einschätzung aus ihrer Sicht teilen.

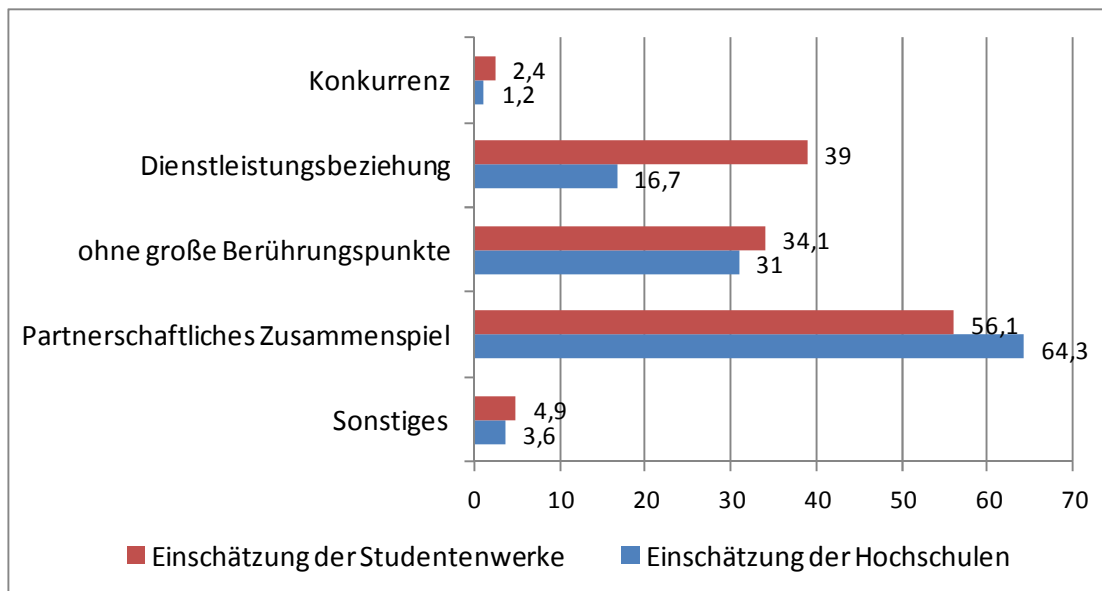


Abbildung 10: Beschreibung der generellen Zusammenarbeit zwischen Studentenwerk und Hochschule (Anteil in %, maximal zwei Antworten möglich, n = 41 Stw, 84 HS).

### 2.3.2 Wünsche bezüglich der weiteren Zusammenarbeit

Gefragt danach, was sie sich für eine (noch) bessere Zusammenarbeit zwischen Hochschule und Studentenwerk wünschen würden (offenes Eintragsfeld), antworteten vier Hochschulen mit Wünschen nach einer besseren Betreuung ausländischer Studierender, v.a. im Wohnheimbereich, etwa durch englischsprachige Formulare und durch eine optimierte Rückmeldung auf englischsprachige Nachfragen per Mail. Ebenfalls vier Hochschulen wünschen mehr Landesmittel für die Arbeit des Studentenwerks. Drei Hochschulen äußern den Wunsch, das Studentenwerk solle sich noch stärker als Dienstleister für die Hochschulen profilieren, Flexibilität in Bezug auf die Umsetzung gemeinsamer Maßnahmen zeigen und weniger „Eigendünkel“ pflegen.

Die Wunschliste der Studentenwerke spiegelt die große Bedeutung eines regelmäßigen Informationsaustauschs wider (14 Nennungen), zwei Studentenwerke wären aus diesem Grund gerne fest in den Gremien der Hochschule vertreten. Fünf Studentenwerke verweisen auf die Notwendigkeit einer auskömmlichen Finanzierung (durch Landes- oder Hochschulmittel) und darauf, dass die Hochschulen den Zusammenhang zwischen Anforderungen und Kosten stärker berücksichtigen sollten. Drei Studentenwerke hegen den Wunsch, Absprachen verlässlich in Ziel- und Leistungsvereinbarungen zu fixieren. Ebenfalls drei wünschen sich schlicht größere Wertschätzung seitens der Hochschule.

Der variantenreiche Umgang mit der Dienstleistungsrolle zeigt sich beispielhaft in konträr zu verstehenden Wünschen zweier Studentenwerke: Während ein Studentenwerk den Wunsch äußert, die Hochschule möge „mehr von selbst Anforderungen und Profilierungswünsche an das Studentenwerk stellen“, betont ein anderes, das Studentenwerk als „natürlicher und umfassender Partner der Hochschulen“ solle „nicht jede seiner Leistungen mit Konkurrenzangeboten messen lassen“ müssen. Ein weiteres Studentenwerk wünscht sich von der Hochschule „die Beendigung der Versuche, Leistungen des Studentenwerks als Leistungen der Hochschule zu vermarkten.“

## 2.3.3 Strategische Abstimmung und Koordination

### 2.3.3.1 Einbindung in Strategieprozesse

Auf die Frage, ob es ihr gelinge, die Geschäftsführung des Studentenwerks angemessen und rechtzeitig in hochschulische Strategieprozesse einzubinden (koordinierender Austausch, abgestimmtes Vorgehen, wenn Strategieprozesse auch Arbeitsbereiche des Studentenwerks betreffen), antworteten 58,8 % der Hochschulen mit „ja, immer“ oder „meistens“, 41,2 % mit „selten“ oder „nein, nie“.

Aus Perspektive der Studentenwerke unterscheiden sich die so zusammengeführten Angaben kaum (58,5 % „ja, immer“ oder „meistens“, 41,5 % „selten“ oder „nein, nie“). Die Einschätzungen differieren allerdings deutlich in der Bereitschaft, die „Bestnote“ zu vergeben: nur 7,3 % der Studentenwerke können bestätigen, „immer“ seitens der Hochschulleitung in hochschulische Strategieprozesse, die auch Arbeitsbereiche des Studentenwerks betreffen, angemessen und rechtzeitig eingebunden zu werden. Der Anteil der Hochschulen, die diese optimistische Einschätzung vertreten, ist dagegen dreimal so hoch.

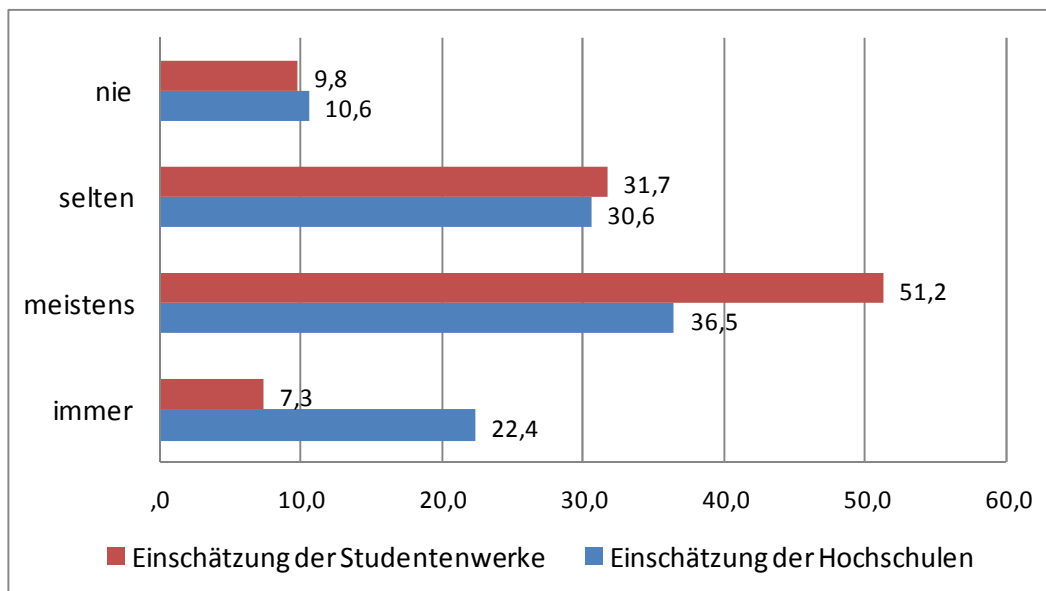


Abbildung 11: Einbindung der Studentenwerke in hochschulische Strategieprozesse (Anteil in %, n = 41 Stw, 85 HS).

Die offenen Eintragungen im Kommentarfeld illustrieren Schwierigkeiten in der Praxis. Ein Studentenwerk bemängelt, manchmal kämen „überfallartige Anforderungen, deren finanzielle Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation des Studentenwerks durch die Hochschule nicht gesehen werden“. Ein anderes Studentenwerk kritisiert, „zum eigenen Schaden der Hochschule“ werde „das Studentenwerk oft zu spät oder gar nicht einbezogen. Die Ansprüche sind aber gleichwohl hoch. Wir haben uns mit dieser offenkundigen Unfähigkeit der Hochschule zur angemessenen Kommunikation arrangiert und sind im hohen Maße improvisationsfähig.“ Ein drittes Studentenwerk beschreibt, man müsse sich immer wieder selbst „in's Spiel bringen“ und konkret nachfragen.

### 2.3.3.2 Gründe für gute Einbindung

Fragt man diejenigen Hochschulen und Studentenwerke, die nach eigenen Angaben von einer guten Einbindung des Studentenwerks ausgehen („immer“ oder „meistens“

eingebunden bei Strategieprozessen, die auch Arbeitsbereiche des Studentenwerks betreffen), werden folgende Erfolgsfaktoren genannt:

Die Hochschulen verweisen v.a. auf die „klare Verankerung der Hochschulleitung in Leitungsorganen des Studentenwerks“ (60%) und auf „regelmäßige Treffen auf Leitungsebene (Hochschulleitung mit Geschäftsführung)“ (ebenfalls 60 %), erwähnen aber auch das „persönliche Engagement der Ansprechpartner(innen)“ (58 %) und „regelmäßige Treffen auf Arbeitsebene (z.B. Berater aus der Hochschule mit Beratern aus dem Studentenwerk)“ (40 %). Nur 10 % der Hochschulen, die von einer gelingenden Einbeziehung des Studentenwerks ausgehen, führen dies auf die „Beteiligung des Studentenwerks an Gremiensitzung der Hochschulen“ zurück.

Aus Perspektive der Studentenwerke sind dagegen Treffen auf Arbeitsebene der wichtigste Erfolgsfaktor für die gelingende Einbindung in strategische Entscheidungen (70,8 %), gefolgt von dem persönlichen Engagement der Beteiligten (66,7 %). Treffen auf Leitungsebene sowie die Vertretung der Hochschulleitung in dem Leitungsorgan des Studentenwerks werden mit je 54,2 % ebenfalls als wichtig angesehen. Mit immerhin 20,8 % führt ein doppelt so hoher Anteil der Studentenwerke wie der der Hochschulen die gelingende Einbindung auf die Präsenz des Studentenwerks in den Gremiensitzungen der Hochschule zurück.

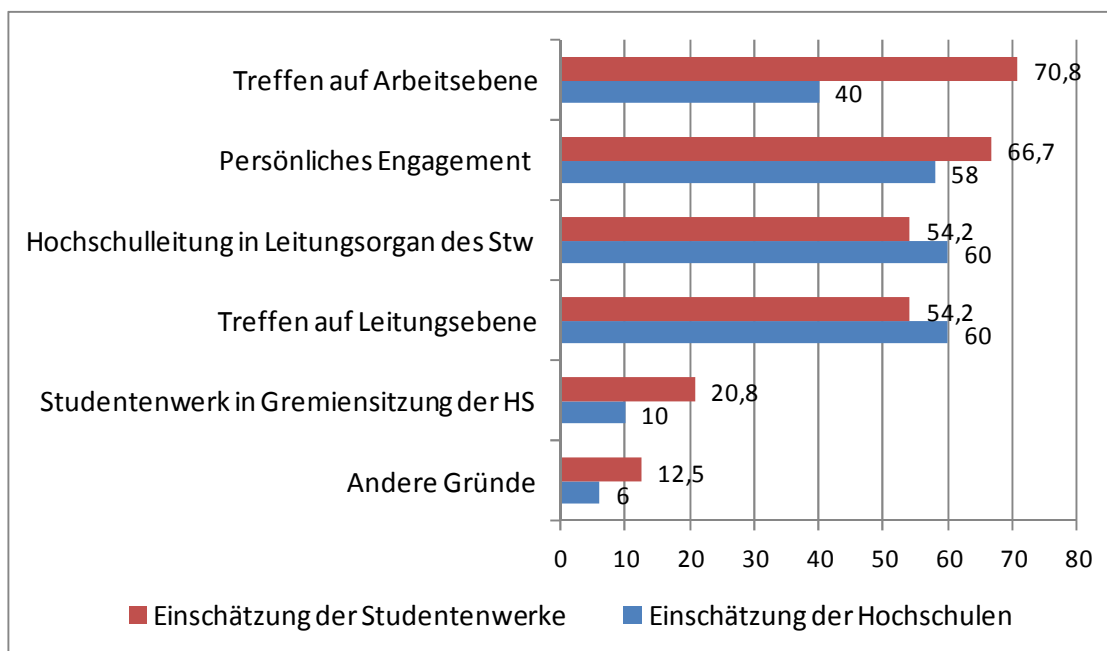


Abbildung 12: Gründe für gelingende Einbindung der Studentenwerke in hochschulische Strategieprozesse (Anteil in %, n = 24 Stw, 50 HS, Mehrfachantwort möglich).

### 2.3.3.3 Gründe für schlechte Einbindung

Fragt man diejenigen Hochschulen und Studentenwerke, die nach eigenen Angaben von einer schlechten Einbindung des Studentenwerks ausgehen („selten“ oder „nie“ eingebunden bei Strategieprozessen, die auch Arbeitsbereiche des Studentenwerks betreffen), werden folgende Gründe genannt:

Die betreffenden Hochschulen verweisen im Wesentlichen auf zu seltene / unregelmäßige Kontakte mit dem Studentenwerk (47,2 %), deutlich seltener auf mangelndes Interesse der Hochschulleitung (22,3 %) und nur zu 5,6 % auf unklare Ansprechpartner auf der

Gegenseite. Mangelndes Interesse des Studentenwerks machen nur 5,6 % der Hochschulen als Grund für scheiternde Einbindung aus.

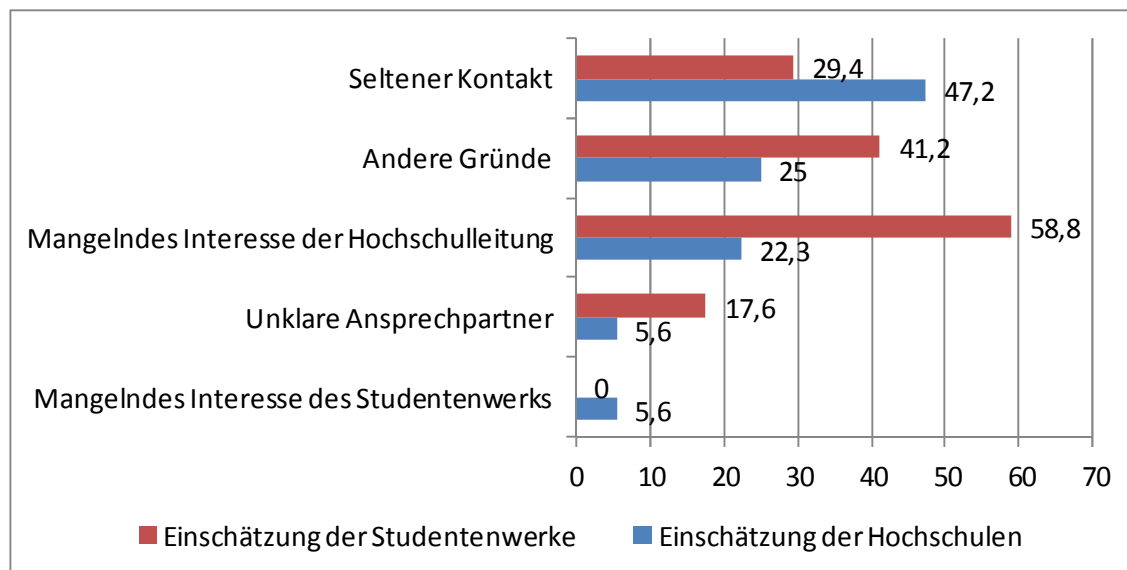


Abbildung 13: Gründe für schlechte Einbindung der Studentenwerke in hochschulische Strategieprozesse (Anteil in %, n = 17 Stw, 36 HS, Mehrfachantwort möglich).

Die Studentenwerke, die die Einbindung durch die Hochschule als schlecht ansehen, verweisen zu fast 60 % auf mangelndes Interesse der Hochschulleitung und sehen zu 0 % mangelndes Interesse bei sich. 29,4 % der betreffenden Studentenwerke verweisen auf zu seltene Kontakte und 17,6 % auf unklare Ansprechpartner auf der Gegenseite – dieser Wert ist mehr als dreimal so hoch wie der Wert aus umgekehrter Hochschulperspektive. Offenkundig ist die Geschäftsführung eines Studentenwerks die „natürliche“ Ansprechperson, während hochschulseitig mindestens Kanzler(in), Rektor(in) und Fakultätsleitungen in Frage kommen.

Einzelne Studentenwerke finden im Kommentarfeld teilweise deutliche Worte für die Hintergründe schlechter Einbeziehung des Studentenwerks in hochschulische Strategieprozesse. Bemängelt wird etwa „Ignoranz und Selbstverliebtheit“ der Hochschulen sowie „persönliche Abneigung gegen Studentenwerke“; es fehle Kooperationsbereitschaft, die Hochschule sei „sich selbst genug“. Andere Rückmeldungen verweisen darauf, dass die Auswirkungen auf das Studentenwerk schlicht vergessen würden und der Strategieprozess sogar hochschulintern wenig transparent sei.

#### 2.3.4 Erfolgsfaktoren für eine gemeinsame strategische Planung

Die Hochschulen und Studentenwerke wurden gebeten, in offenen Eintragsfeldern aus ihrer Sicht stichpunktartig „die drei wichtigsten Erfolgsfaktoren für eine koordinierte und abgestimmte strategische Planung zwischen Hochschule und Studentenwerk“ zu benennen.

Die Studentenwerke heben dabei, clustert man die Eintragungen im Kommentarfeld, folgende Erfolgsfaktoren hervor:

- Regelmäßige Kommunikation, regelhafter und rechtzeitiger wechselseitiger Informationsaustausch, v.a. auf Leitungsebene: 36 Nennungen.
- Partnerschaftliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit, gegenseitige Akzeptanz der jeweiligen Kompetenzen: 24 Nennungen.



- Klare Bedürfnisanalyse, Zieldefinition und Aufgabenstellung, fixiert etwa durch Zielvereinbarungen: 8 Nennungen.
- Ressourcenplanung, geklärte Kostenübernahme und Suche nach kooperativen Finanzierungsmodellen für neue Projekte: 6 Nennungen.
- Vertretung der Hochschulleitung im Leitungsgremium des Studentenwerkes: 2 Nennungen.
- Verständnis des Studentenwerks als aufgeschlossener und flexibler Dienstleister: 2 Nennungen.

Die Hochschulen nennen aus ihrer Sicht, mit geringfügig abweichenden Gewichtungen, die gleichen Erfolgsfaktoren:

- Regelmäßige Kommunikation, regelhafter und rechtzeitiger wechselseitiger Informationsaustausch, auf Arbeits- und Leitungsebene: 57 Nennungen.
- Klare Bedürfnisanalyse, Zieldefinition und Aufgabenstellung, fixiert etwa durch Zielvereinbarungen: 19 Nennungen.
- Partnerschaftliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit, gegenseitige Akzeptanz der jeweiligen Kompetenzen: 15 Nennungen.
- Vertretung der Hochschulleitung im Leitungsgremium des Studentenwerkes: 9 Nennungen.
- Ressourcenplanung, geklärte Kostenübernahme und Suche nach kooperativen Finanzierungsmodellen für neue Projekte: 5 Nennungen.
- Verständnis des Studentenwerks als aufgeschlossener und flexibler Dienstleister: 2 Nennungen.

Drei Hochschulen legen zusätzlich Wert auf die Feststellung, die gemeinsame Zusammenarbeit sei leichter, wenn der Sitz des Studentenwerks in räumlicher Nähe, möglichst in der gleichen Stadt wie die Hochschule sei.

Vier Hochschulen verweisen ebenfalls darauf, dass eine koordinierte und abgestimmte strategische Planung zwischen Hochschule und Studentenwerk dann erfolgreich umgesetzt werden kann, wenn das persönliche Verhältnis zwischen Hochschulleitung und Studentenwerksgeschäftsführung nicht durch Antipathien getrübt sei.

## 2.4 Rollen der Studentenwerke

Während die Hochschulen gefragt wurden, welche Rollen das für sie zuständige Studentenwerk faktisch wahrnimmt, wurden die Studentenwerke befragt, welches Selbstverständnis ihrer Arbeit zugrundeliegt und welche Rollenverständnisse derzeit faktisch dominieren. Es waren maximal zwei Antworten möglich.

- Bei Studentenwerken und Hochschulen dominiert die Einschätzung, die Rolle als „sozialstaatliche Institution, die möglichst alle Studierende durch geeignete Rahmenbedingungen und Service unterstützt“, sei die eine wesentliche Funktion eines Studentenwerks – dieser Einschätzung stimmen 79,3 % der Hochschulen zu und sogar 87,8 % der Studentenwerke.
- 51,2 % der Geschäftsführungen der Studentenwerke betonen die Rolle ihres Studentenwerks (auch) als „Dienstleister für die Hochschulen, der eng an die strategischen Planungen der Hochschulen gekoppelt agiert“. Auffälligerweise deutlich

geringer ist der Anteil der Hochschulen, die diese Rollenwahrnehmung aus ihrer Perspektive bestätigen, nämlich 28 %. Hier bestätigt sich die geteilte Wahrnehmung in Bezug auf die Dienstleisterrolle des Studentenwerks, die bereits in Abschnitt 2.3.1 zu Tage trat.

- 29,3 % der Hochschulen nehmen die Rolle einer „sozialstaatlichen Institution, die selektiv Benachteiligte und spezielle Zielgruppen (z.B. internationale Studierende, Studierende mit Kindern, Studierende mit Behinderung, Studierende mit finanziellen Problemen, Studierende mit gesundheitlichen Problemen, Studierende in psychosozialen Notlagen ...) durch zielgerichtete Maßnahmen unterstützt“ als Hauptaufgabe des Studentenwerks wahr. Die Studentenwerke selber stellen zu 24,4 % diese Rolle in den Vordergrund.
- Immerhin fast 10 % der Studentenwerke sehen ihre Institution (auch) als „Selbsthilfeorganisation der Studierenden“, nur 7,3 % der Hochschulen teilen diese Einschätzung.

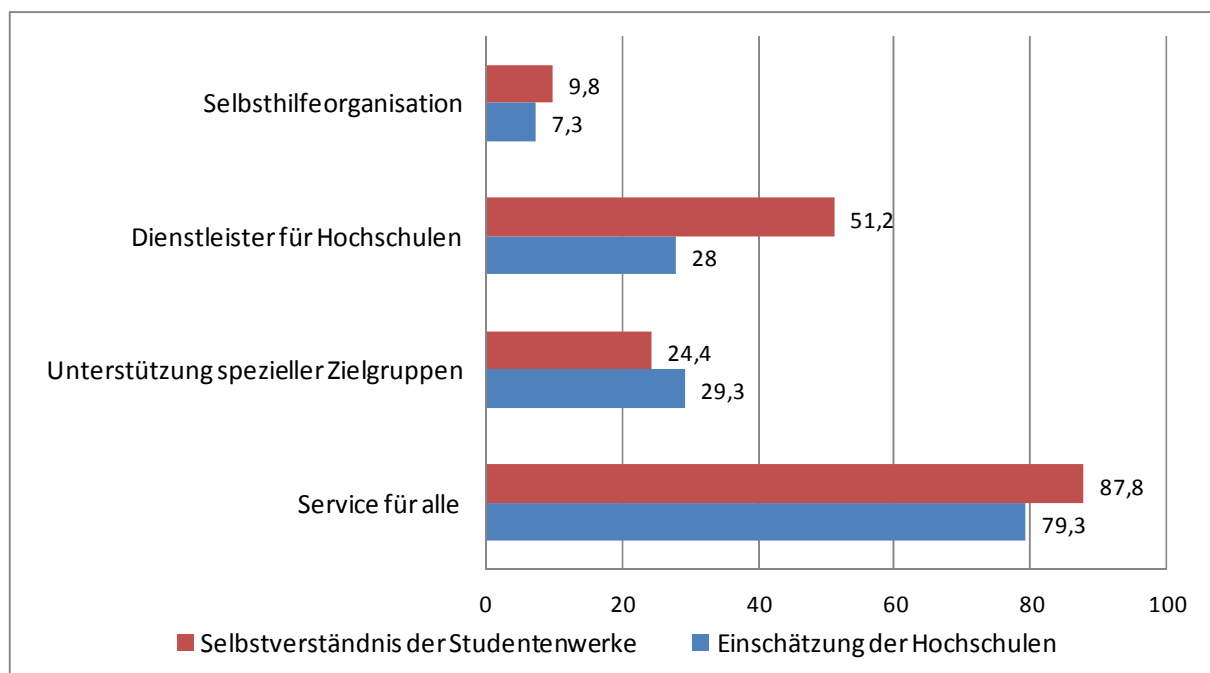


Abbildung 14: Einschätzung der Rollen der Studentenwerke (Anteil in %, maximal zwei Antworten möglich, n = 36 Stw, 82 HS).

## 2.5 Besondere Zielgruppen

### 2.5.1 Weiterbildungsstudierende

Auf die Frage, welche besonderen Student Services / Angebote speziell die Zielgruppe der Weiterbildungsstudierenden (berufsbegleitendes Studium, Blockseminare auch abends und am Wochenende) bräuchte, äußern 12 % der Hochschulen, spezielle Angebote seien nicht nötig, 47 % sind der Meinung, spezielle Angebote seien sinnvoll; 41 % machten keine weitere Angabe (n=83).

Einige der Hochschulen, die der Meinung sind, spezielle Angebote für Weiterbildungsstudierende seien sinnvoll, konkretisieren diese in der offenen Eingabefläche. Genannt werden vor Allem folgende Aspekte:

- Catering / Verpflegung auch Abends und am Wochenende: 29 Nennungen.
- Flexible Übernachtungsmöglichkeiten, modifizierte Kurzzeit-Mietregelungen, v.a. für Wochenende, auch über Vermittlung geeigneter Räumen: 8 Nennungen.
- Kinderbetreuung: 4 Nennungen.

Die offene Frage, welche besonderen Services / Angebote sie speziell für Weiterbildungsstudierende bereit stellen, beantworten die Studentenwerke in ganz ähnlicher Weise wie folgt:

- Veränderte Öffnungszeiten für Verpflegungsangebote, v.a. in den Abendstunden und an Wochenenden: 18 Nennungen.
- Gästewohnplätze, auch Kurzzeitunterkünfte: 6 Nennungen.
- Flexiblere Kinderbetreuung/Kurzzeitkinderbetreuung: 3 Nennungen.

Vereinzelt wird spezielle Online-Beratung im psycho-sozialen Bereich angeboten.

Immerhin 11 Studentenwerke geben aber auch an, besondere Leistungen würden nicht angeboten, seien nicht von Relevanz, noch nicht entwickelt oder Sache der Hochschule.

## 2.5.2 Studierende ohne Abitur

Die Frage, welche besonderen Student Services / Angebote die Zielgruppe der beruflich qualifizierten Studierenden (Studierende ohne Abitur) bräuchte, beantworten 36,7 % der Hochschulen mit der Einschätzung, spezielle Angebote sind nicht nötig. 44,3 % machen keine Angabe und 19 % betonen, spezielle Angebote seien sinnvoll (n=79).

In dem offenen Eingabefeld konkretisieren die Hochschulen die ihrer Ansicht nach nötigen Angebote für Studierende ohne Abitur. Besonders betont wird dabei die Notwendigkeit spezieller Beratungsangebote (8 Nennungen). Das Feld der Beratungsnotwendigkeiten wird breit beschrieben, genannt wird insbesondere soziale/wirtschaftliche Beratung, Beratung zu Fragen der Studienfinanzierung, aber auch Beratung mit dem Schwerpunkt Zeitmanagement, Prüfungsstrategien sowie psychosoziale Betreuung. Vereinzelt werden noch einzelne weitere Maßnahmen genannt, etwa Deutschkurse, Tutorenprogramme, Vorkurse zur Auffrischung bzw. Erweiterung der Fähigkeiten.

Die Studentenwerke wurden gebeten, in einem offenen Eintragsfeld anzugeben, welche besonderen Services / Angebote sie speziell für beruflich qualifizierte Studierende (Studierende ohne Abitur) bereit stellen. Die wesentlichen Angaben:

- Die meistgenannte Antwort ist eine verneinende: 24 Studentenwerke geben an, für diese Zielgruppe (noch) keine speziellen Angebote zu haben. Mehrfach wird auf die Zuständigkeit der Hochschule verwiesen.
- Einige Studentenwerke verweisen auf Beratungsangebote (7 Nennungen, insbesondere psychosoziale Beratung und Sozialberatung, Einführung in das wissenschaftliche Arbeiten als „akademische Nachsozialisation“, Finanzberatung) sowie auf Darlehensangebote, die insbesondere auch dieser Zielgruppe zu Gute kämen.

### 3 Schlussfolgerungen

Die oben dargestellten Kernergebnisse der Befragung können aus Sicht des CHE zu folgenden Schlussfolgerungen gebündelt werden:

1. **Die Hochschulen nehmen nichtakademische Student Services als wichtig für ihre Profilierung und Attraktivität wahr** – auch, wenn sie nicht hochschulseitig, sondern vom Studentenwerk erbracht werden. Der Hochschulgastronomie wird von 89,5 % der befragten Hochschulen eine „entscheidende“ oder „zumindest hilfreiche“ Bedeutung für das Profil und Attraktivität der Hochschule zugebilligt, dem Bereich studentisches Wohnen von 85,3 % und der Studienfinanzierung (BAföG-Amt) von auch noch  $\frac{3}{4}$  der befragten Hochschulen (75,8%). Dem Bereich Beratung und Soziale Dienste wird von 69,1 % der Hochschulen entsprechende Bedeutung zugemessen, der Kinderbetreuung von immerhin 57,4 %. Die Kulturarbeit schätzen nur 34,7 % der Hochschulen als entscheidend oder hilfreich für ihr Profil und ihre Attraktivität ein.
2. **Auch hochschulübergreifend tätige Studentenwerke können vielfältige Hochschulprofile mit ihren jeweils unterschiedlichen Implikationen individuell unterstützen.** Sowohl Hochschulen als auch Studentenwerke bestätigen dies mit überwältigender Mehrheit (87,1 % der Hochschulen und 92,7 % der Studentenwerke geben an, entsprechende Angebote würden bereits umgesetzt oder seien mit einer Zusatzvereinbarung, die auch Finanzierungsfragen regelt, umsetzbar).
3. **Studentenwerke sehen sich zuallererst als „Institution, die möglichst alle Studierende durch geeignete Rahmenbedingungen und Service unterstützt“** (87,8 %). Die selektive Förderung Benachteiligter und spezieller Zielgruppen (z.B. internationale Studierende, Studierende mit Kindern, Studierende mit Behinderung, Studierende mit finanziellen Problemen, Studierende mit gesundheitlichen Problemen, Studierende in psychosozialen Notlagen ...) durch zielgerichtete Maßnahmen steht für nur 24,4 % der Studentenwerke im Fokus.  
Die Frage der Zielgruppe bedürfte eingehender Untersuchungen: so hat sich die Perspektive der Studentenwerke sicherlich von der Fokussierung auf besonders hilfsbedürftige Studierende geweitet auf eine Unterstützung der Studierenden insgesamt durch Maßnahmen, die möglichst allen zu Gute kommen. Andererseits rücken angesichts der steigenden studentischen Vielfalt und heterogenen Bedürfnisse in den letzten Jahren wieder spezielle Zielgruppen besonders in den Blickpunkt.
4. **Studentenwerke sehen sich inzwischen zu großen Teilen als Dienstleister (auch) für die Hochschulen, die Hochschulen bestätigen dies aber eher zurückhaltend.** So beschreiben 51,2 % der Studentenwerke die Rolle eines „Dienstleisters für Hochschulen, der eng an die strategischen Planungen der Hochschulen gekoppelt agiert“ als faktischen Teil des Selbstverständnisses und wichtiges und praktiziertes Rollenverständnis – die Hochschulen teilen diese

Einschätzung auf Basis der faktischen Rollenwahrnehmung aus ihrer Perspektive nur zu 28 %. 39 % der Studentenwerke beschreiben ihr Verhältnis zu den Hochschulen bereits jetzt als Dienstleistungsbeziehung („Die Hochschule ist Auftraggeber, das Studentenwerk Dienstleister“). Nur 16,7 % der Hochschulen bestätigen allerdings, dass die derzeitige Zusammenarbeit mit dem für sie zuständigen Studentenwerk zutreffender Weise als Dienstleistungsbeziehung zu bezeichnen sei.

5. **In einigen Themen hat sich eine besonders enge Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Studentenwerken etabliert.** Besonders häufig verweisen Hochschulen auf die Unterstützung durch Angebote des Studentenwerks in Bezug auf abgestimmte und teilweise sogar gemeinsame Aktivitäten zur besseren Vereinbarkeit von Studium und Familie (v.a. Kinderbetreuung) sowie im Zusammenhang mit der Anwerbung ausländischer Studierender (v.a. durch feste Kontingente in Studentenwohnheimen).
6. **Generell spricht die Mehrheit der Hochschulen (64,3 %) und der Studentenwerke (56,1 %) von einer guten und partnerschaftlichen Zusammenarbeit miteinander und einem Auftreten als „Team“.** 34,1 % der Hochschulen und 31 % der Studentenwerke halten aber fest, man arbeite ohne große Berührungspunkte nebeneinander.
7. **In mehr als der Hälfte der Fälle gelingt die Einbindung der Studentenwerke in Strategieprozesse der Hochschulen, die auch Arbeitsbereiche des Studentenwerks betreffen, „meistens“ oder „immer“** (nach Angaben der Studentenwerke und der Hochschulen: 58,8 %). Als Hauptgründe für diese gelingende Kooperation werden genannt: Treffen auf Arbeitsebene (bei den Studentenwerken als deutlich bedeutsamer eingeschätzt als bei den Hochschulen), persönliches Engagement der Beteiligten, Vertretung der Hochschulleitung im Leitungsorgan des Studentenwerks bzw. Treffen auf Leitungsebene (die beiden letztgenannten Faktoren werden auf Hochschuleseite für bedeutsamer eingeschätzt als auf Seiten der Studentenwerke).
8. **In immerhin 41,2 % (Einschätzung der Hochschulen) bzw. 41,5 % (Einschätzung der Studentenwerke) der Konstellationen gelingt die Einbindung der Studentenwerke in Strategieprozesse der Hochschulen, die auch Arbeitsbereiche des Studentenwerks betreffen, „selten“ oder nie“.** Als Gründe für die nicht gut gelingende Einbindung der Studentenwerke kristallisieren sich – je nach Perspektive – unterschiedliche Faktoren heraus: Studentenwerke verweisen v.a. auf mangelndes Interesse der Hochschulleitungen, die wiederum auf zu seltene Kontakte.
9. **Es lassen sich klare Erfolgsfaktoren für eine gemeinsame strategische Planung von Studentenwerken und Hochschulen identifizieren.** Am bedeutsamsten sind der Umfrage zufolge fünf Faktoren:
  - i. Eine regelmäßige Kommunikation in Form eines regelhaften und rechtzeitigen wechselseitigen Informationsaustauschs.

- ii. Eine klare Bedürfnisanalyse und Zieldefinition seitens der Hochschule, nach Absprache etwa durch eine Zielvereinbarung fixiert.
- iii. Eine partnerschaftliche und vertrauensvolle Zusammenarbeit bei gegenseitiger Akzeptanz der jeweiligen Kompetenzen.
- iv. Eine Klärung der finanziellen Aspekte (Ressourcenplanung, kooperative Finanzierungsmodelle) für neue Projekte oder Sonderwünsche.
- v. Gerade von Hochschuleseite aus wird mehrfach auch auf den Nutzen einer Vertretung der Hochschulleitung im Leitungsgremium des Studentenwerks hingewiesen.

## 4 Anlage: Fragebögen

### 4.1 Fragebogen für die Studentenwerks-Geschäftsführungen



## Herzlich Willkommen zu einer kurzen Befragung zum Thema "Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Studentenwerken".

In dieser Erhebung bitten wir Sie, Ihre spontanen Eindrücke aus Sicht der Leitung eines Studentenwerks anzugeben. Wir freuen uns sehr über Ihr Mitwirken.

Die Befragung wird **nicht mehr als 10 Minuten** Ihrer Zeit in Anspruch nehmen. Selbstverständlich werten wir alle Daten nur anonym und aggregiert aus.

Die Ergebnisse fließen in die Tagung "Hochschulprofilierung und Studentenwerke" (29./30. November 2011, Berlin) ein. Zentrale Ergebnisse werden anschließend publiziert, etwa in der Tagungsdokumentation.

Wenn Ihr Studentenwerk mehrere Hochschulen betreut, **beziehen Sie bitte alle Ihre Antworten nur auf die im Vorfeld per Zufallsauswahl bestimmte Hochschule, die in unserer Mail namentlich benannt wurde.**

Falls Sie weitere Informationen benötigen, können Sie sich gerne an mich, Ulrich Müller ([Ulrich.Mueller@che-concept.de](mailto:Ulrich.Mueller@che-concept.de)) wenden.

Weiter

**Bitte ordnen Sie die Hochschule, in Bezug auf die Sie den Fragebogen ausfüllen, einer der folgenden Gruppierungen zu:**

- Fachhochschule / university of applied sciences / Hochschule für angewandte Wissenschaften mit weniger als 10.000 Studierenden.
- Fachhochschule / university of applied sciences / Hochschule für angewandte Wissenschaften mit mehr als 10.000 Studierenden.
- Universität oder Technische Universität mit weniger als 20.000 Studierenden.
- Universität oder Technische Universität mit mehr als 20.000 Studierenden.
- sonstiges (z.B. Kunsthochschule, Musikhochschule, Duale Hochschule, Sporthochschule).

**Wie tragen aus Ihrer Sicht die vom Studentenwerk erbrachten Student Services zum Profil und zur Attraktivität der genannten Hochschule bei?**

Die links gelisteten Leistungen spielen für das Profil der Hochschule ...

|                                 | eine entscheidende Rolle | eine zumindest hilfreiche Rolle | eine eher untergeordnete Rolle | keine Rolle           | kann ich nicht beurteilen | wird nicht angeboten  |
|---------------------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------|
| Studentisches Wohnen            | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |
| Hochschulgastronomie            | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |
| Studienfinanzierung (BAföG-Amt) | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |
| Beratung und soziale Dienste    | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |
| Kulturarbeit                    | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |
| Kinderbetreuung                 | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |
| Weitere, nämlich:               | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |

**Aus Ihrer Erfahrung: Kann ein hochschulübergreifend tätiges Studentenwerk vielfältige Hochschulprofile mit ihren jeweils unterschiedlichen Implikationen individuell unterstützen?**

Bitte wählen Sie die aus Ihrer Sicht zutreffendste Aussage aus:

- Ja, unser Studentenwerk bietet für alle Hochschulen individuell abgestimmte Leistungen.
- Ja, hochschulspezifische Angebote sind gut machbar, sofern es klare (Zusatz-) Vereinbarungen mit der jeweiligen Hochschule gibt, die auch ggf. nötige Finanzierungsfragen regeln.
- Hochschulindividuelle Angebote sind kaum oder nur schwer umsetzbar, weil:
- Nein, Studentenwerke können und sollten hochschulübergreifend nur einheitliche Angebote sicherstellen.
- Trifft nicht zu, unser Studentenwerk ist nur für eine Hochschule zuständig.

Haben Sie hierzu Anmerkungen?

**Werden Sie seitens der Leitung der in unserer Mail genannten Hochschule in hochschulische Strategieprozesse angemessen und rechtzeitig eingebunden (koordinierender Austausch, abgestimmtes Vorgehen)?**

- ja, immer
- meistens
- selten
- nein, nie

Haben Sie hierzu Anmerkungen?

[Bei Antwort: „ja, immer“ oder „meistens“:]

**Verraten Sie uns bitte, warum die Einbeziehung des Studentenwerks bei der genannten Hochschule so gut gelingt!**

(Mehrfachantworten möglich)

- Klare Verankerung der Hochschulleitung in Leitungsorganen des Studentenwerks.
- Beteiligung unseres Studentenwerks an Gremiensitzungen der Hochschule.
- Regelmäßige Treffen auf Leitungsebene (mit der Hochschulleitung).
- Regelmäßige Treffen auf Arbeitsebene (z.B. Berater aus unserem Hause mit Beratern der Hochschule).
- Persönliches Engagement der Ansprechpartner/innen.
- Andere Gründe, nämlich:

Haben Sie hierzu Anmerkungen?



[Bei Antwort: „selten oder „nein, nie“:]

**Woran scheitert eine angemessene und rechtzeitige Einbeziehung der Geschäftsführung des Studentenwerks in hochschulische Strategieprozesse?**

(Mehrfachantworten möglich)

- Mangelndes Interesse der Hochschulleitung.
- Mangelndes Interesse unsererseits.
- seltener / unregelmäßiger Kontakt mit dem Hochschule.
- Unklare Ansprechpartner auf der Gegenseite.
- Andere Gründe, nämlich:

Haben Sie hierzu Anmerkungen?

Bitte nennen Sie stichwortartig die aus Ihrer Sicht drei wichtigsten Erfolgsfaktoren für eine koordinierte und abgestimmte strategische Planung zwischen der genannten Hochschule und Ihrem Studentenwerk:

Welche besonderen Services / Angebote stellen Sie speziell für Weiterbildungsstudierende (berufsbegleitendes Studium, Blockseminare auch abends und am Wochenende) bereit? Wo / Wie ergänzen diese die Angebote der Hochschule?

Welche besonderen Services / Angebote stellen Sie speziell für beruflich qualifizierte Studierende (Studierende ohne Abitur) bereit?

**Wie würden Sie die derzeitige Zusammenarbeit mit der genannten Hochschule am ehesten beschreiben?**

Bitte wählen Sie **maximal zwei** mögliche Antworten aus, die Ihnen am treffendsten erscheinen.

- Partnerschaftliches Zusammenspiel: Studentenwerk und Hochschule bilden ein Team.
- Unabhängigkeit: Hochschule und Studentenwerk arbeiten ohne große Berührungspunkte in ihren jeweiligen Aufgabenbereichen.
- Dienstleistungsbeziehung: Die Hochschule ist Auftraggeber, das Studentenwerk Auftragnehmer.
- Konkurrenz: die Zusammenarbeit ist eher von einem „Gegeneinander“ als einem „Miteinander“ geprägt.
- Sonstiges, nämlich:

Haben Sie hierzu Anmerkungen?

**Welches Selbstverständnis liegt der Arbeit des Studentenwerks zugrunde; welche Rollenverständnisse dominieren derzeit faktisch?**

Bitte wählen Sie **maximal zwei** mögliche Antworten aus.

- sozialstaatliche Institution, die möglichst alle Studierende durch geeignete Rahmenbedingungen und Service unterstützt.
- sozialstaatliche Institution, die selektiv Benachteiligte und spezielle Zielgruppen (z.B. internationale Studierende, Studierende mit Kindern, Studierende mit Behinderungen, Studierende mit finanziellen Problemen, Studierende mit gesundheitlichen Problemen, Studierende in psychosozialen Notlagen ...) durch zielgerichtete Maßnahmen unterstützt.
- Dienstleister für die Hochschulen, der eng an die strategischen Planungen der Hochschulen gekoppelt agiert.
- Selbsthilfeorganisation der Studierenden.

**Gibt es Themen, die derzeit besonders in gemeinsamer Verantwortung zwischen Ihrer Hochschule und Studentenwerk wahrgenommen werden und eng abgestimmt bzw. sogar gemeinsam realisiert werden?****Wenn Sie einen Wunsch frei hätten, was würden Sie sich für eine (noch) bessere Zusammenarbeit zwischen Ihrem Studentenwerk und der bzw. den Hochschule/n und wünschen?**



---

## **Herzlichen Dank für Ihre Angaben! Der Fragebogen endet an dieser Stelle.**

Die Ergebnisse fließen anonym und aggregiert in die Tagung „Hochschulprofilierung und Studentenwerke“ (29./30. November 2011, Berlin) ein, [hier](#) finden Sie dazu nähere Angaben. Zentrale Ergebnisse werden anschließend publiziert, etwa in der Tagungsdokumentation.

---

## 4.2 Fragebogen für die Hochschulleitungen



### Herzlich Willkommen zu einer kurzen Befragung zum Thema "Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und Studentenwerken".

In dieser Erhebung bitten wir Sie, Ihre spontanen Eindrücke aus Sicht der Hochschulleitung anzugeben. Wir freuen uns sehr über Ihr Mitwirken.

Die Befragung wird **nicht mehr als 10 Minuten** Ihrer Zeit in Anspruch nehmen. Selbstverständlich werten wir alle Daten nur anonym und aggregiert aus.

Die Ergebnisse fließen in die Tagung "Hochschulprofilierung und Studentenwerke" (29./30. November 2011, Berlin) ein. Zentrale Ergebnisse werden anschließend publiziert, etwa in der Tagungsdokumentation.

Falls Sie weitere Informationen benötigen, können Sie sich gerne an mich, Ulrich Müller ([Ulrich.Mueller@che-concept.de](mailto:Ulrich.Mueller@che-concept.de)) wenden.

Weiter

Bitte ordnen Sie Ihre Hochschule einer der folgenden Gruppierung zu:

- Fachhochschule / university of applied sciences / Hochschule für angewandte Wissenschaften mit weniger als 10.000 Studierenden.
- Fachhochschule / university of applied sciences / Hochschule für angewandte Wissenschaften mit mehr als 10.000 Studierenden.
- Universität oder Technische Universität mit weniger als 20.000 Studierenden.
- Universität oder Technische Universität mit mehr als 20.000 Studierenden.
- sonstiges (z.B. Kunsthochschule, Musikhochschule, Duale Hochschule, Sporthochschule).

Wie tragen aus Ihrer Sicht die vom Studentenwerk erbrachten Student Services zum Profil und zur Attraktivität Ihrer Hochschule bei?

Die links gelisteten Leistungen spielen für unser Hochschulprofil ...

|                                 | eine entscheidende Rolle | eine zumindest hilfreiche Rolle | eine eher untergeordnete Rolle | keine Rolle           | kann ich nicht beurteilen | wird nicht angeboten  |
|---------------------------------|--------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------|
| Studentisches Wohnen            | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |
| Hochschulgastronomie            | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |
| Studienfinanzierung (BAföG-Amt) | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |
| Beratung und soziale Dienste    | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |
| Kulturarbeit                    | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |
| Kinderbetreuung                 | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |
| Weitere, nämlich:               | <input type="radio"/>    | <input type="radio"/>           | <input type="radio"/>          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>     | <input type="radio"/> |

**Für die Tagung sind wir an konkreten Beispielen interessiert. Bitte nennen Sie uns aus Ihrer Erfahrung stichwortartig zwei bis drei konkrete Profilelemente Ihrer Hochschule, zu denen korrespondierende Angebote des Studentenwerks beitragen.**

Beispiel: Familienorientierung als hochschulisches Profilelement; dazu beitragendes Angebot des Studentenwerk: Vorhalten von Kindertagesstätten.

| Profilelement der Hochschule                            | dazu beitragendes Angebot des Studentenwerks            |
|---|---|
| <input style="width: 100%; height: 15px;" type="text"/> | <input style="width: 100%; height: 15px;" type="text"/> |
| <input style="width: 100%; height: 15px;" type="text"/> | <input style="width: 100%; height: 15px;" type="text"/> |
| <input style="width: 100%; height: 15px;" type="text"/> | <input style="width: 100%; height: 15px;" type="text"/> |

**Aus Ihrer Erfahrung: kann ein hochschulübergreifend tätiges Studentenwerk vielfältige Hochschulprofile mit ihren jeweils unterschiedlichen Implikationen individuell unterstützen?**

Bitte wählen Sie die aus Ihrer Sicht zutreffendste Aussage aus:

- Ja, nach meiner Kenntnis bietet das Studentenwerk für alle Hochschulen individuell abgestimmte Leistungen.
- Ja, hochschulspezifische Angebote sind gut machbar, sofern es klare (Zusatz-) Vereinbarungen mit der jeweiligen Hochschule gibt, die auch ggf. nötige Finanzierungsfragen regeln.
- Hochschulindividuelle Angebote sind kaum oder nur schwer umsetzbar, weil:
- Nein, Studentenwerke können und sollten hochschulübergreifend nur einheitliche Angebote sicherstellen.
- Trifft nicht zu, das Studentenwerk ist nur für unsere Hochschule zuständig.

Kommentar:

**Binden Sie die Geschäftsführung des Studentenwerks angemessen und rechtzeitig in hochschulische Strategieprozesse ein (koordinierender Austausch, abgestimmtes Vorgehen, wenn Strategieprozesse auch Arbeitsbereiche des Studentenwerks betreffen)?**

- ja, immer
- meistens
- selten
- nein, nie

Haben Sie hierzu Anmerkungen?

[Bei Antwort: „ja, immer“ und „meistens“:]

**Verraten Sie uns bitte, warum die Einbeziehung des Studentenwerks so gut gelingt!**

(Mehrfachantworten möglich)

- Klare Verankerung der Hochschulleitung in Leitungsorganen des Studentenwerks.
- Beteiligung des Studentenwerks an Gremiensitzungen unserer Hochschule.
- Regelmäßige Treffen auf Leitungsebene (mit der Geschäftsführung des Studentenwerks).
- Regelmäßige Treffen auf Arbeitsebene (z.B. Berater aus unserem Hause mit Beratern des Studentenwerks).
- Persönliches Engagement der Ansprechpartner/innen.
- Andere Gründe, nämlich:

Haben Sie hierzu Anmerkungen?

[Bei Antwort: „selten“ und „nein, nie“:]

**Was sind die Gründe für eine unzureichende angemessene und rechtzeitige Einbeziehung der Geschäftsführung des Studentenwerks in hochschulische Strategieprozesse?**

(Mehrfachantworten möglich)

- Mangelndes Interesse unsererseits.
- Mangelndes Interesse des Studentenwerks.
- seltener / unregelmäßiger Kontakt mit dem Studentenwerk.
- Unklare Ansprechpartner auf der Gegenseite.
- Andere Gründe, nämlich:

Haben Sie hierzu Anmerkungen?

**Bitte nennen Sie stichwortartig die aus Ihrer Sicht drei wichtigsten Erfolgsfaktoren für eine koordinierte und abgestimmte strategische Planung zwischen Hochschule und Studentenwerk:**

**Welche besonderen Student Services / Angebote bräuchte speziell die Zielgruppe der Weiterbildungsstudierenden (berufsbegleitendes Studium, Blockseminare auch abends und am Wochenende)?**

- spezielle Angebote sind nicht nötig
- spezielle Angebote sind sinnvoll, nämlich:
- keine Angabe

**Welche besonderen Student Services / Angebote bräuchte die Zielgruppe der beruflich qualifizierten Studierenden (Studierende ohne Abitur)?**

- spezielle Angebote sind nicht nötig
- spezielle Angebote sind sinnvoll, nämlich:
- keine Angabe

**Wie würden Sie die derzeitige Zusammenarbeit mit dem für Sie zuständigen Studentenwerk am ehesten beschreiben?**

Bitte wählen Sie **maximal zwei** mögliche Antworten aus, die Ihnen am treffendsten erscheinen.

- Partnerschaftliches Zusammenspiel: Studentenwerk und Hochschule bilden ein Team.
- Unabhängigkeit: Hochschule und Studentenwerk arbeiten ohne große Berührungspunkte in ihren jeweiligen Aufgabenbereichen.
- Dienstleistungsbeziehung: Die Hochschule ist Auftraggeber, das Studentenwerk Auftragnehmer.
- Konkurrenz: die Zusammenarbeit ist eher von einem „Gegeneinander“ als einem „Miteinander“ geprägt.
- Sonstiges, nämlich:

Haben Sie hierzu Anmerkungen?

**Welche Rollen nimmt derzeit das für Sie zuständige Studentenwerk faktisch wahr?**

Bitte wählen Sie **maximal zwei** mögliche Antworten aus.

- sozialstaatliche Institution, die möglichst alle Studierende durch geeignete Rahmenbedingungen und Service unterstützt.
- sozialstaatliche Institution, die selektiv Benachteiligte und spezielle Zielgruppen (z.B. internationale Studierende, Studierende mit Kindern, Studierende mit Behinderung, Studierende mit finanziellen Problemen, Studierende mit gesundheitlichen Problemen, Studierende in psychosozialen Notlagen ...) durch zielgerichtete Maßnahmen unterstützt.
- Dienstleister für die Hochschulen, der eng an die strategischen Planungen der Hochschulen gekoppelt agiert.
- Selbsthilfeorganisation der Studierenden.

**Gibt es Themen, die derzeit besonders in gemeinsamer Verantwortung zwischen Ihrer Hochschule und Studentenwerk wahrgenommen werden und eng abgestimmt bzw. sogar gemeinsam realisiert werden?****Wenn Sie einen Wunsch frei hätten, was würden Sie sich für eine (noch) bessere Zusammenarbeit zwischen Ihrer Hochschule und dem Studentenwerk wünschen?**

Deutsches Studentenwerk



100%

**Herzlichen Dank für Ihre Angaben!  
Der Fragebogen endet an dieser Stelle.**

Die Ergebnisse fließen anonym und aggregiert in die Tagung „Hochschulprofilierung und Studentenwerke“ (29./30. November 2011, Berlin) ein, [hier](#) finden Sie dazu nähere Angaben. Zentrale Ergebnisse werden anschließend publiziert, etwa in der Tagungsdokumentation.

### Weitere Veröffentlichungen des CHE zum Thema Studentenwerke / Student Services:

Ziegele, Frank: *Strategischer Schulterschluss zwischen Hochschulen und Studentenwerken*. Interview in: CHEckup 2 | 2011, S. 9.

► Download: [http://www.che.de/downloads/checkup/checkup\\_51.pdf](http://www.che.de/downloads/checkup/checkup_51.pdf)

Müller, Ulrich: *CHE-Stellungnahme zu Zielvereinbarungen mit den Studentenwerken in Sachsen*, Gütersloh, CHE, 2011

► Download: [http://www.che.de/downloads/CHE Stellungnahme Studentenwerke Sachsen.pdf](http://www.che.de/downloads/CHE_Stellungnahme_Studentenwerke_Sachsen.pdf)

Müller, Ulrich: *Neun Thesen zur Zukunft der sächsischen Studentenwerke*, in: Bündnis90/Die Grünen (Fraktion im sächsischen Landtag) (Hrsg.): Dokumentation der Fachtagung „zukunft\_sozial\_studieren“ vom 26. Juni 2008, Dresden, 2008, S. 37-41

► Download: [http://hochschulreform-sachsen.de/fileadmin/user\\_upload/Hochschulreform/Studentenwerkstagung\\_26.06.2008\\_Dokumentation.pdf](http://hochschulreform-sachsen.de/fileadmin/user_upload/Hochschulreform/Studentenwerkstagung_26.06.2008_Dokumentation.pdf)

Müller, Ulrich, Ziegele, Frank; Hüning, Lars: *Grundlagen eines ziel- und wirkungsorientierten Controllings am Beispiel der finanziellen Leistungen des Landes an das Studentenwerk Berlin*. Arbeitspapier Nr. 74, Gütersloh, Centrum für Hochschulentwicklung, 2006

► Download: [http://www.che.de/downloads/Studentenwerk Berlin AP 74.pdf](http://www.che.de/downloads/Studentenwerk_Berlin_AP_74.pdf)

Müller, Ulrich: *Aktueller Begriff: Student Services*, in: *Wissenschaftsmanagement - Zeitschrift für Innovation* (4/04), 10 (2004), S. 39-42

► Download: [http://www.che.de/downloads/Student\\_services WM 2004.pdf](http://www.che.de/downloads/Student_services_WM_2004.pdf)

Ziegele, Frank; Müller, Ulrich; Hener, Yorck; Hüning, Lars; Palandt, Klaus; Ebcinoglu, Fatma; Lenecke, Kerstin: *Autonomie und Zukunftssicherung für das Studentenwerk Hamburg*. CHE Arbeitspapier Nr. 56, Gütersloh, 2004

► Download: <http://www.che.de/downloads/AP56.pdf> (Bericht und Empfehlungen);  
[http://www.che.de/downloads/AP56\\_b.pdf](http://www.che.de/downloads/AP56_b.pdf) (Anhänge)

Müller-Böling, Detlef; Rinkens, Hans-Dieter: *... damit Studieren gelingt! - Perspektiven für das Zusammenwirken von Hochschule und Studentenwerk* (Dokumentation des gemeinsamen Symposium des Deutschen Studentenwerks und des Centrums für Hochschulentwicklung vom 8./9. Juli 2004 in Berlin), Berlin / Gütersloh, DSW / CHE, 2004

► Download: [http://www.che.de/downloads/DSW CHE Dokumentation.pdf](http://www.che.de/downloads/DSW_CHE_Dokumentation.pdf)