



Online-Masterstudiengänge an deutschen Hochschulen

Zum Aufschwung der postgradualen Weiterbildung

15. Jahrestagung der Gesellschaft für Medien in der Wissenschaft

„Digitale Medien für Lehre und Forschung“

Universität Zürich, 13. bis 15. September 2010

Dr. Klaus Wannemacher
Hochschul-Informations-System GmbH

Gliederung

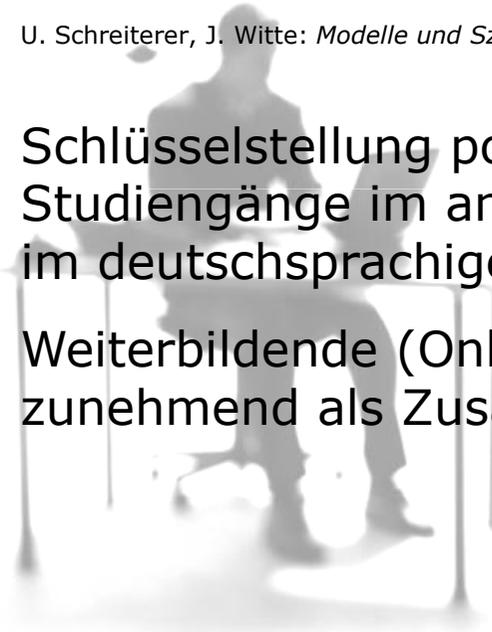
- Verbreitung der Online-Masterstudiengänge
 - Merkmale und Formen von Online-Masterstudiengängen
- Impulse für die Entwicklung postgradualer Studiengänge
 - Förderung aus EU-Mitteln
 - Studiengangentwicklung im Kielwasser der Bundesförderung
 - Auswirkungen von Landesfördermaßnahmen
- Studiengangentwicklung jenseits der Förderprogramme
- Rahmenbedingungen der Studiengangentwicklung
- Fazit

Verbreitung der Online-Masterstudiengänge

- „Das Geschäftsmodell einer Hochschulausbildung, die fast ausschließlich als Fernstudium online angeboten und durchgeführt wird, [stellt] bis heute noch eine bloße Randerscheinung [dar] und fällt quantitativ nicht ins Gewicht.“

U. Schreiterer, J. Witte: *Modelle und Szenarien für den Export deutscher Studienangebote ins Ausland*. Gütersloh 2001.

- Schlüsselstellung postgradualer Online-Weiterbildungs-Studiengänge im anglophonen Raum vs. zögerliche Entwicklung im deutschsprachigen Raum
- Weiterbildende (Online-)Masterstudiengänge etablieren sich zunehmend als Zusatzangebot für spezifische Zielgruppen



Merkmale und Formen von Online-Masterstudiengängen

- postgraduale Online-Masterstudiengänge
 - zielen auf die berufsbegleitende netzgestützte Weiterbildung von Studieninteressenten mit erstem Abschluss ab
 - können ohne Verdienstausschlag teilzeit-studiert werden
 - helfen bei Bewältigung neuer Anforderungen der Arbeitswelt und eröffnen berufliche Veränderungsmöglichkeiten
- Zielgruppe: Studierende in besonderen Lebensphasen
 - Personen im Auslandsaufenthalt oder in Elternzeit
 - Wehr- und Zivildienstleistende
 - Lehrlinge
 - Absolventen von Universität, FH oder BAn / Berufstätige

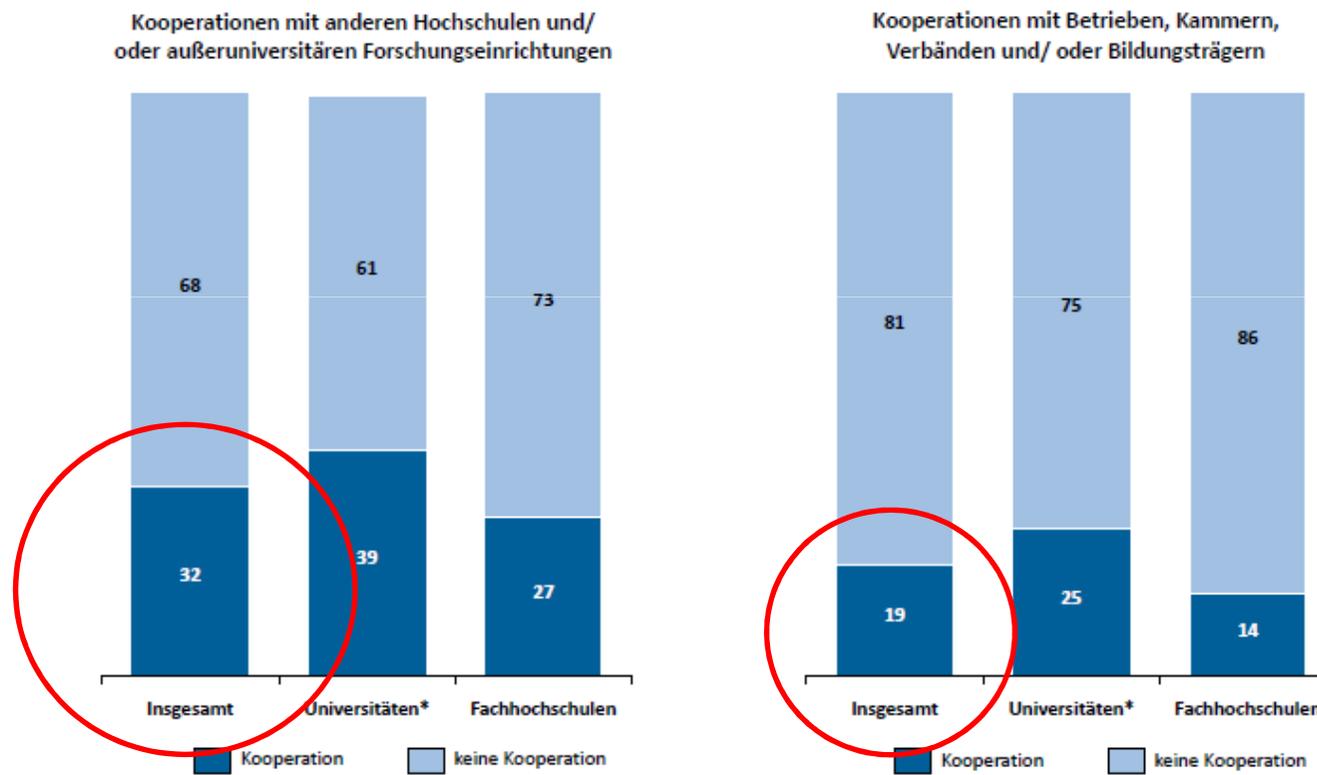
Merkmale und Formen von Online-Masterstudiengängen

- Angebotsstruktur
 - vielfältige Veranstaltungsformen (Summer Schools, Web-Vorlesungen, Online-Seminare etc.)
 - ständiger Zugriff auf Betreuungsnetzwerk (Dozenten, Mentoren, Teilnehmer, Studiengangsberater)
- Varianten
 - Entwicklung eines neuen Studiengangs an einzelner Hochschule
 - Entwicklung eines neuen Studiengangs durch ein Konsortium mehrerer Hochschulen
 - gemeinsame Entwicklung transnationaler Online-Masterstudiengänge

HIS-Erhebung „Weiterbildende Masterstudiengänge in Deutschland“

Externe Kooperationen

Anteil von berufsbegleitenden Masterstudiengängen, in denen Kooperationen stattfinden (nach Art der Kooperation und Hochschulart, in %)



*einschl. Pädagogischer, Theologischer, Kunst- und Musikhochschulen

Quelle: HIS, vorläufige Daten

Daniel Völk,
Nicolai Netz:
Weiterbil-
dende
Masterstu-
diengänge in
Deutschland
(bislang
unveröffent-
licht)

Impulse für die Entwicklung postgradualer Studiengänge

- zunächst teilweise von Förderinitiativen abhängig
- finanzielle Förderung hat auf verschiedenen Ebenen stattgefunden
 - Europäische Union (ehemaliges Sokrates-Programm u.a.)
 - Bundesministerium für Bildung und Forschung (D)
 - einzelne Länder (D)
- Etablierung neuer Online-Masterstudiengänge zunehmend auch ohne umfangreiche staatliche Zusatzfinanzierung

Förderung von Online-Masterstudiengängen aus EU-Mitteln

- begrenzte Bedeutung von EU-Fördermaßnahmen für die Entwicklung postgradualer Online-Masterstudiengänge
 - Online-Master „Transregional Management“ (FH Lübeck und Universität Lund; Baltic Sea Virtual Campus), gefördert im Rahmen des Baltic Sea Region-Interreg-III B-Programms
 - Online-Master „Early Childhood Education and Care“ (Universität Halle-Wittenberg und 6 weitere Hochschulen), gefördert aus dem Sokrates-/Erasmus-Programm
- fehlende systematische EU-Förderinstrumente für die Entwicklung transnationaler Online-Masterstudiengänge

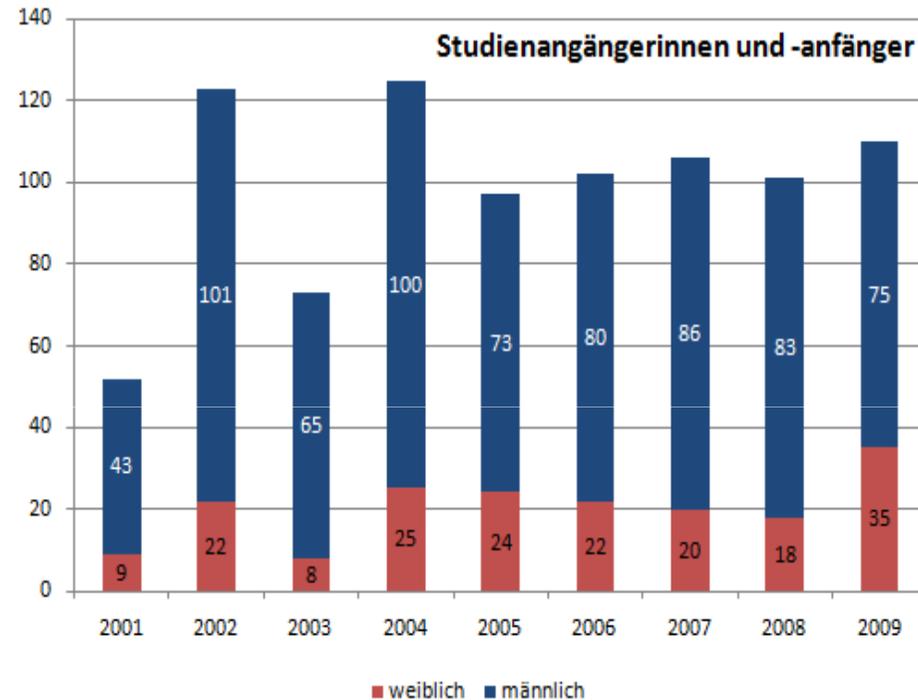
Studiengangentwicklung im Kielwasser der deutschen Bundesförderung (BMBF)

- Bundesleitprojekte: VFH mit Studiengängen zur Medieninformatik (seit 1998, Fördervolumen: 21,6 Mio. Euro)
- Förderprogramm „Neue Medien in der Bildung“ (2 Mio. Euro/Projekt):
 - WINFOLine (M. Sc. in Inform. Systems, U Göttingen und weitere)
 - VAWi (M. Sc. in Wirtschaftsinformatik, U Duisburg-E. und Bamberg, über 450 berufstätige Studierende)
 - MBI (International Master of Business Informatics der Virtual Global University, U Viadrina und weitere)
 - Master of Arts in Educational Media (U Duisburg-Essen)
- Nachhaltigkeit gerade bei (Groß-)Projekten mit Vermarktungsprofil



Studienanfänger/-innen VAWi in den Jahren 2001 bis 2009

- Als Studienjahr wird das Wintersemester und das folgende Sommersemester verstanden (2009 = WS 2009/2010 + SS 2010)
- In den ersten 6 Jahren lag der Nachfragefokus auf den WSn. Seitdem haben sich WS und SS angeglichen.



Quelle: VAWi, Frank Körner,
Universität Duisburg-Essen

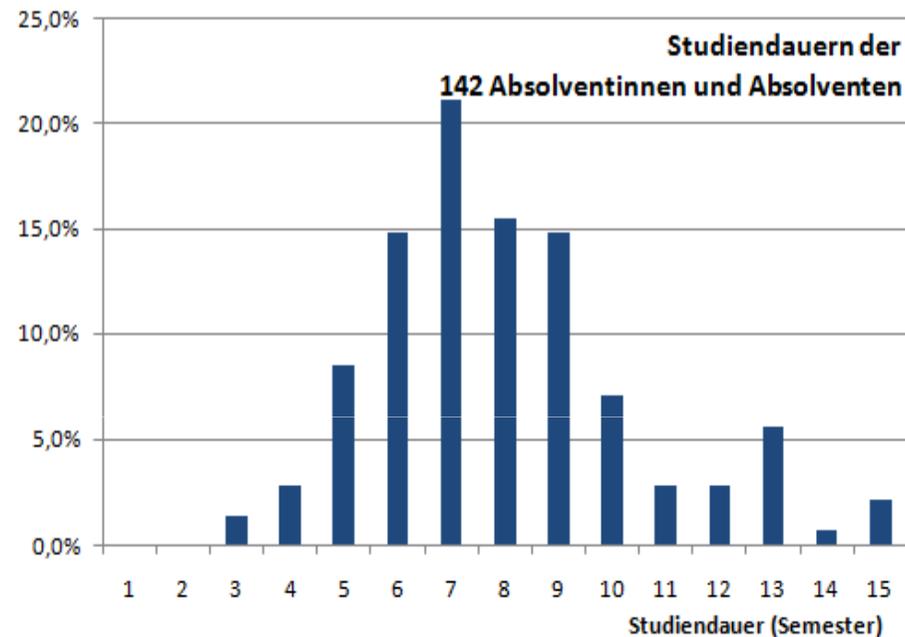
VAWi-Absolventen/-innen (2001–2009)

VAWi wird überwiegend neben Vollzeitarbeitsverhältnis studiert. Trotzdem haben 50% der bisherigen Absolventen/-innen das Studium bis zum 7. Semester abgeschlossen.

In der berufsbegleitenden Weiterbildung spielen die Lebensumstände eine besondere Rollen...

Eine reale Vita hinter einer Studiendauer von 13 Semestern:

- Studienbeginn mit 35 Jahren
- Auswanderung
- Geburt zweier Kinder
- Unternehmensgründung
- Studienabschluss mit 41 Jahren



Quelle: VAWi, Frank Körner, Universität Duisburg-Essen

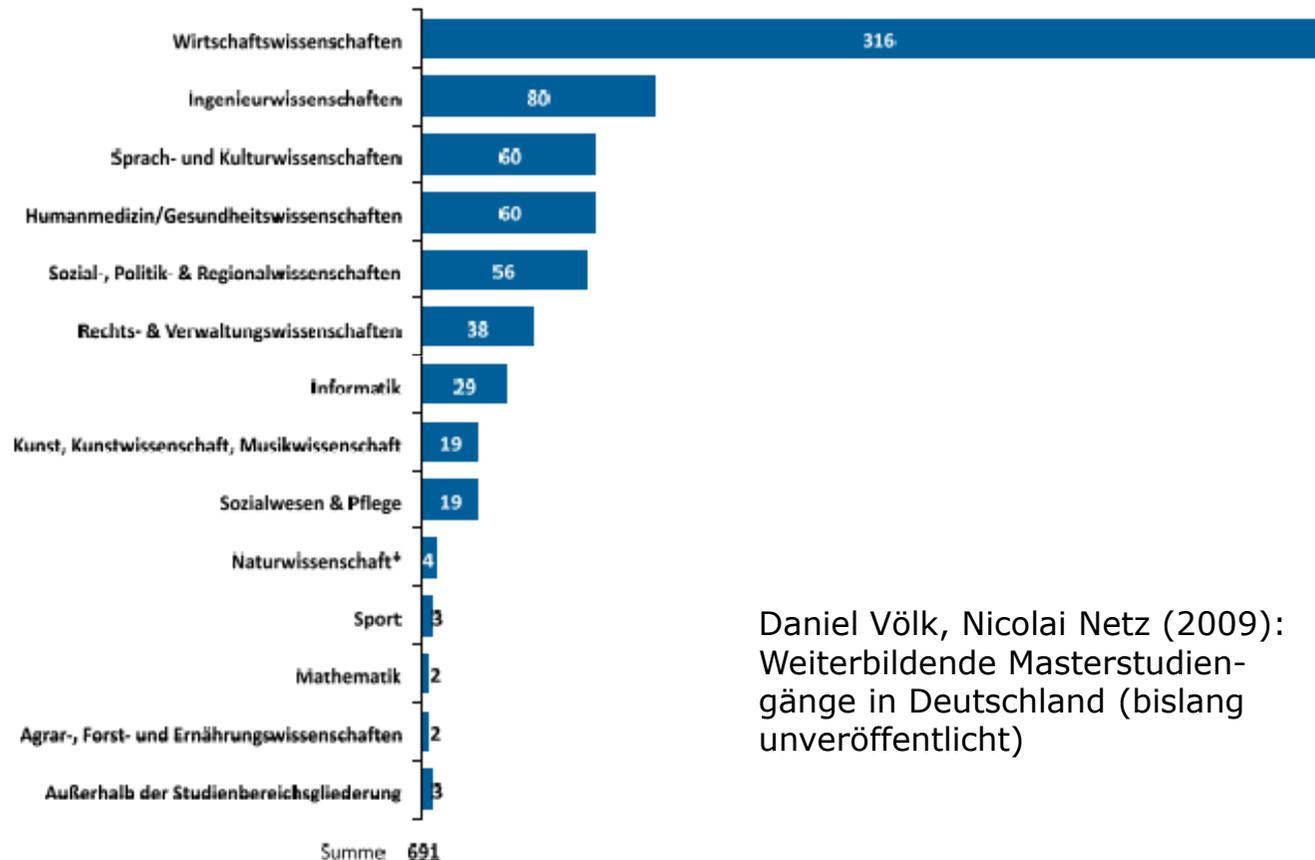
Die Auswirkungen einzelner Landesfördermaßnahmen

- MWFK **Baden-Württemberg**: Programm „Master-Online“ für Entwicklung gebührenpflichtiger Online-Aufbaustudiengänge (Fördersumme ca. 12,8 Mio. Euro)
 - erste Antragsrunde 2006: 5 Studiengänge der Universitäten Freiburg und Stuttgart gefördert (Projektstart: Okt. 2006, 3-jährige Laufzeit, WS 2008/09: 106 Studierende).
 - zweite Runde: 10 weitere Projekte (Projektbeginn meist im Mai/Juni 2009); Aufnahme des Studienbetriebs zum WS 2010/11 geplant
- Kultusministerium **Sachsen-Anhalt** schrieb 2009 eine Förderung für Konzepte zur Entwicklung, Einrichtung und Durchführung weiterbildender Online-Masterstudiengänge aus (Fördersumme ca. 1,2 Mio. Euro)
 - 3 Projekte (Förderzeitraum: November 2009 bis Dezember 2013)

HIS-Erhebung „Weiterbildende Masterstudiengänge in Deutschland“

Fächergruppen

Berufsbegleitende Masterstudiengänge nach Fächergruppen (absolute Anzahl)



*inkl. Geowissenschaften & Geographie

Quelle: HIS, vorläufige Daten

Daniel Völk, Nicolai Netz (2009):
Weiterbildende Masterstudien-
gänge in Deutschland (bislang
unveröffentlicht)

Studiengangentwicklung jenseits der Förderprogramme

- postgraduale Online-Masterstudiengänge versprechen jährliche Einnahmen in fünf- bis sechsstelliger Höhe
- breites Spektrum wissenschaftlicher Disziplinen
 - Jura (LL.M. „Wirtschaftsrecht“, HS Wismar)
 - Pädagogik (M. A. „Medien & Bildung“, U Rostock)
 - Politikwissenschaft (M. A. „East European Studies Online“, FU Berlin)
 - Medizin (European M. Sc. in „Midwifery“, MHH/Partnerhochschulen)
 - Wirtschaftswissensch. (M. Sc. „Wissenschaftsmarketing“, TU Berlin)
- zunehmend unabhängige Anschubfinanzierung (Contententwicklung und Lehre durch Vertreter unterschiedlicher Hochschulen; Ausrichtung auf internationales Publikum etc.)

Schwierigkeiten der Studiengangentwicklung

- Entwickler stehen vor ähnlichen konzeptionellen und strukturellen Herausforderungen
- Anreizstruktur: Hochschulen verfügen im Rahmen globaler Haushaltsführung nach eigenem Ermessen über erwirtschaftete Einnahmen
- Probleme der Studiengangsplanung:
 - umfassende Bedarfserhebung und Analyse der Angebotsstrukturen
 - geeignetes Geschäftsmodell (Produktpolitik, Leistungspolitik, klare Abgrenzung und Ansprache der intendierten Zielgruppe, Preispolitik)
 - Contententwicklung: genaue Koordination des Workflows, präzise Meilensteinplanung, Bereitstellung von Autorenhandreichungen etc.

Schwierigkeiten des Studiengangsbetriebs

- Koordinationsstelle als zentrale Anlaufstelle für alle studiengangbezogenen Fragen
- Bildung eines Programmbeirates (Evaluations- und Beratungsfunktion)
- Erfolgsfaktoren:
 - gleichbleibend hoher Qualitätsstandard in Bezug auf das wissenschaftliche Niveau und die Studierbarkeit
 - adäquate Betreuung der Studierenden durch feste Ansprechpersonen
 - zielgruppengerechte Studienorganisation
- Nachhaltigkeit: Investitionen in die Aktualisierung der Module
- Weiterentwicklung sollte studentische Rückmeldungen berücksichtigen



Fazit

- Weiterbildende (Online-)Masterstudiengänge entspringen selten der Gesamtstrategie einer Hochschule oder einer Strategie für die wissenschaftliche Weiterbildung.
- Trotz Ungleichverteilung des Angebots auf einzelne Fächer existiert in wachsender Anzahl von Fächern ein erstes Angebot.
- Online-Masterstudiengänge machen weitreichenden Wandel erforderlich, der sich bis in die internen Strukturen einer Hochschule auswirken kann.
- Kooperationen zwischen Hochschulen kommt eine relativ große Bedeutung für Entwicklung und Betrieb dieser Angebote zu.

Fazit



- Aufwändige Studiengangsplanung (nachfrage- und zielgruppenorientierte Gestaltung, studiengangbezogenes Finanzmanagement, Koordination der Entwicklungsprozesse etc.)
- Bislang liegen berufsbegleitende Master überwiegend in der Verantwortung dezentraler hochschulischer Einrichtungen.
- Stattdessen sinnvoll: zentrale Vermarktung des Angebots, nachfragegemäße Ausdifferenzierung des Produktangebots
- Entwicklung von Hochschulstrategien zur (Online-) Weiterbildung



Vielen Dank für Ihr Interesse

Dr. Klaus Wannemacher
HIS Hochschul-Informationen-System GmbH
E-Mail: wannemacher@his.de