



Studium mit Gewinn: Hochschulen sollen die Anziehungskraft akademischer Bildung in der Tradition Wilhelm von Humbolts im Ausland mehr nutzen. Foto DAVIDS/Volker Hohlfeld

Humboldt als Verkaufsschlager

Deutschland soll Exportweltmeister von Bildungsangeboten werden. So steht es im Koalitionsvertrag. Doch den meisten Hochschulen fehlt das Talent zum Geldverdienen.

Von Sebastian Balzter

BERLIN, 28. Juni
Ashraf Mansour kann zum Hoffnungsträger werden. Stets dezent gekleidet, freundlich, eloquent und mit einem Funkeln der Begeisterung in den Augen, macht der Physiker aus Ägypten Werbung für ein Bildungsprojekt der besonderen Art: Er ist Aufsichtsratsvorsitzender der Deutschen Universität in Kairo. Vor sieben Jahren mit tatkräftiger Hilfe ihrer Partnerhochschulen in Stuttgart und Ulm gegründet, hat die private Universität inzwischen 7400 Studenten, die vor allem in natur- und ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen eingeschrieben sind.

Mansour, der selbst in Ulm promoviert und habilitiert wurde, schwärmt geradezu von der Anziehungskraft akademischer Bildung in der Tradition Wilhelm von Humboldts. „Deutsch ist in Ägypten ein Turboerfolg“, sagt er – fast so, als liege eines der vielen hehren Ziele aus dem Koali-

tionsvertrag der schwarz-gelben Bundesregierung schon in Reichweite. Darin heißt es in schöner Unbescheidenheit: „Wir wollen Deutschland zum Exportweltmeister von Bildungsangeboten machen.“

In dem Anspruch schwingt der verlockende Gedanke mit, dass Bildung ihre Betreiber – in den meisten Fällen also den Staat, der über die Bundesländer allein für Hochschulen rund 17 Milliarden Euro im Jahr ausgibt – nicht immer nur Geld kosten muss, sondern profitabel sein könnte. Als Vorbild gilt Australien: „Education Services“ stehen dort in der Exportstatistik mit einem Wert von umgerechnet 7 Milliarden Euro hinter Kohle und Eisenerz auf dem dritten Rang.

Hierzulande haben Bildungs- und Außenministerium vor 15 Jahren ihr erstes gemeinsames Papier zur Vermarktung deutscher Bildungsangebote im Ausland verfasst. Seit 2001 fördert der Deutsche Akademische Austauschdienst (DAAD) Projekte wie das von Ashraf Mansour in Kairo. Vier Millionen Euro stehen für die Anschubfinanzierung in diesem Jahr insgesamt zur Verfügung.

Ein Erfolg in klingender Münze ist daraus bisher noch nicht erwachsen, so zahlreich die Initiativen auch sind. 25 Projekte verzeichnet der DAAD, von der German University of Technology in Oman, deren deutsche Partnerhochschule die RWTH Aachen ist, bis zur Kirgisischen Staatsuniversität für Bauwesen, Transportwesen und Architektur, mit der die Hochschule Zwickau kooperiert. Viele von ihnen haben sich kürzlich mit Flugblättern und Vorträgen auf einer Tagung in Berlin präsentiert.

Durch den Raum schwirren Zahlen und Prognosen. Die Nachfrage werde sich bis 2025 mehr als verdreifachen; gut 7 Millionen Studenten seien dann laut British Council rund um die Welt auf der Suche nach einer internationalen Bildungserfahrung. Auf 13 Milliarden Euro veranschlagt eine Studie des F.A.Z.-Instituts den Exportwert kommerzieller deutscher Anbieter von Aus- und Weiterbildung. An den Auslandsniederlassungen britischer, australischer und amerikanischer Universitäten sind schon jetzt mehr als 250 000 Studenten eingeschrieben – die deutschen Projekte haben dagegen erst knapp 12 000 Studenten.

„Gewinn zu machen, das steht einfach nicht in der DNA deutscher Hochschulen“, räumt Udo Steffens, Rektor der privaten Frankfurt School of Finance and Management, ein. So herrscht Skepsis gegenüber der von einigen englischsprachigen Universitäten als besonders einträgliche Form des Bildungsexports entwickelten Gründung regelrechter Filialen im Ausland. Sie führen ihre studierende Kundschaft gegen Gebühr bis zum Examen – auf dem Zeugnis prangt dann der Stempel der möglichst renommierten Mutterinstitution. „Die Gefahr ist, dass daraus Titelmühlen werden und die Qualität der Ausbildung leidet“, sagt Hermann Schumacher von der Universität Ulm.

Die Studiengebühren, an denen sich im Inland die Geister scheiden, sind im Ausland durchaus alltäglich. Die Deutsche Universität in Kairo nimmt, je nach dem Abschneiden im Aufnahmetest, zwischen 2500 und 4350 Euro je Semester. Und für drei Semester an der Fachhochschule Lübeck, die seit sechs Jahren zwei Studiengänge in Zusammenarbeit mit der Techni-

schen Universität von Schanghai anbietet, müssen chinesische Teilnehmer rund 10 000 Euro überweisen. Dazu seien die Gaststudenten ohne Murren bereit, betont der Koordinator des Programms.

Zwischen 1500 und 2000 Euro je Semester hält DAAD-Generalsekretär Christian Bode ganz allgemein für eine angemessene Studiengebühr für Gaststudenten: „Es wäre fair, von ihnen mehr zu verlangen als von Deutschen – schließlich tragen sie ja auch nicht mit ihren Steuern zur Finanzierung der Infrastruktur bei.“ Auch in Australien, dem gelobten Land aller Bildungsexporteure, müssen ausländische Studenten in den meisten Fällen deutlich mehr zahlen als Einheimische. Kostendeckend wäre allerdings auch Bodes Vorschlag nicht. Zumal er fordert, mindestens ein Drittel der Summe gleich wieder als Stipendium auszuschütten: „Denn den wirklich guten Studenten müssen wir Geld geben, damit sie zu uns kommen. Nicht die Aussicht auf zählbaren Gewinn, sondern die Personalgewinnung für Wirtschaft und Wissenschaft sei deshalb der beste Grund, internationale Hochschulprojekte zu unterstützen. „Aber da fehlt den deutschen Unternehmen die gemeinsame Strategie“, kritisiert Bode. „Wir stehen ihnen immer nur als Bittsteller gegenüber.“

Wie sich das ändern lässt, weiß Ashraf Mansour aus Kairo zu berichten. Die deutschen Partnerunternehmen nutzten den vertieften Kontakt nach Ägypten nicht nur zur Personalrekrutierung, sondern auch zur Auftragsakquise. Erst im Frühjahr habe etwa der Werkzeugmaschinenhersteller Gildemeister an der Hochschule über einen Großauftrag von ägyptischen Kunden berichtet.