

HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft

Fachhochschule Ostschweiz
University of Applied Sciences

Strategisches Management an Fachhochschulen

oder der Spagat zwischen Unternehmertum, Vorgaben, Bedürfnissen
der Anspruchsgruppen, Freiheit der Lehre und ...

Prof. Jürg Kessler, dipl. Ing. ETH & lic. oec. publ.

16. November 2005



Agenda

1. Die noch nicht überall bekannte Hochschule
2. Basis der Strategie-Entwicklung
3. Umweltsphären
4. Anspruchsgruppen
5. Interaktionsthemen
6. Strategie
7. Umsetzungs-Voraussetzungen
8. Konklusionen

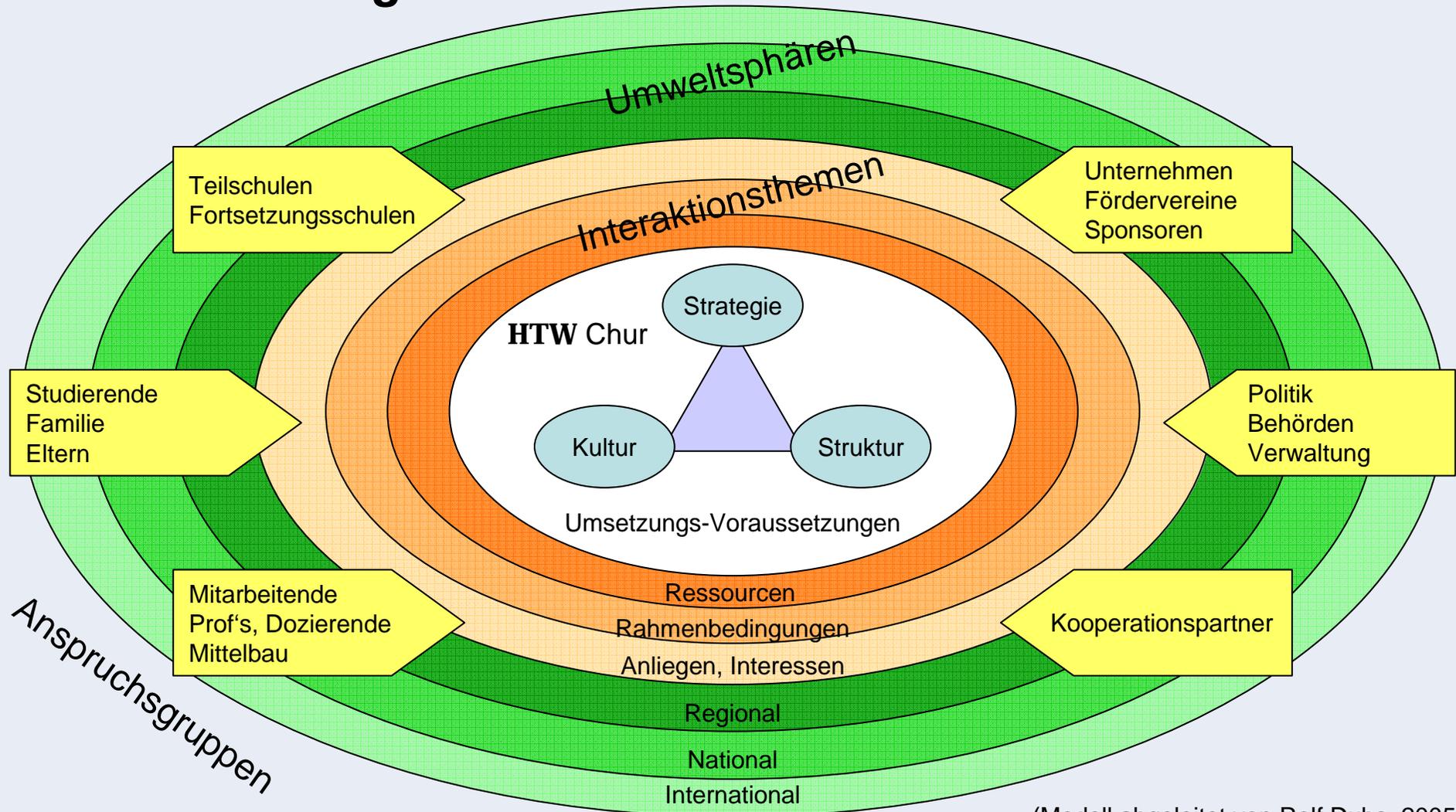


1. Die noch nicht überall bekannte HS: *Die HTW Chur in Zahlen*

1	Träger = Kanton Graubünden
2	mal mehr Studierende in vier Jahren
3	weitere autonome Teilschulen in der FHO
8	Institute an der HTW Chur
17	Nationen sind oder waren Kunden des ITF
42	Jahre Erfahrung
235	Mitarbeitende wovon 111 Festangestellte
790	Bachelor-Studenten WS 05/06
1450	Gesamtanzahl Studierende WS 05/06
13'731	Kosten für einen dipl. Betriebsökonom Teilzeit
18'111	Kosten für eine dipl. Betriebsökonomin Vollzeit
23'543'551	Totalertrag im Jahre 2004



2. Basis der Strategie-Entwicklung: *Umsetzung an der HTW Chur*

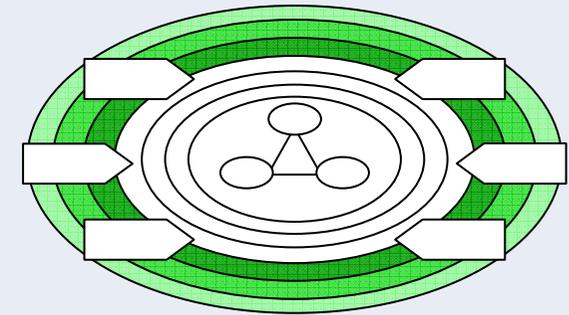


(Modell abgeleitet von Rolf Dubs, 2005)



3. Umweltsphären: *Manna fällt nicht auf die HTW Chur*

- International
 - Bildungsgüter = ideale Voraussetzungen
➡ *gezielte Internationalität*
- National
 - Konkurrenzdruck
➡ *aktive Akquisition*
 - ... von Konsolidierung keine Spur
➡ *nicht jammern, sondern mit Konsequenz Chancen packen*
- Regional
 - Standortfaktor für anzusiedelnde Unternehmungen
➡ *regionale Bedürfnisse optimal abdecken*
 - Bildungsauftrag
➡ *weitentwickelte, spezifische, bedürfnisorientierte Angebote*



4. Anspruchsgruppen: *einige Beispiele*

Studierende (Kunde)

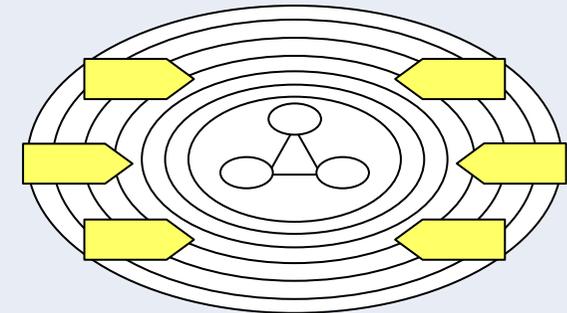
- auf Bedürfnisse der Wirtschaft ausgerichtete Ausbildung
- persönlicher Erfolg im Beruf
- persönliche Atmosphäre, Qualität, Reputation

Unternehmen (End-Kunde)

- Praxisnahe Ausbildung
- Qualitativ hochstehende DL- und Forschungsprojekte
- Termin-, Kostentreue und Innovation

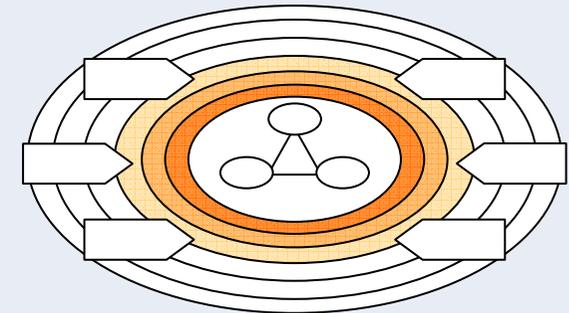
Politik, Behörden

- anerkannte Studiengänge
- straffes Kostenmanagement
- Reputation





5. Interaktionsthemen: *Cocktail von Anliegen und Interessen oder die Quadratur des Kreises*



Anliegen und Interessen

- *Outputorientierung*
- *„Lineare Optimierung“*

Rahmenbedingungen

- *attraktives, überregionales Angebot*
- *Wachstum aus regionaler Stärke*

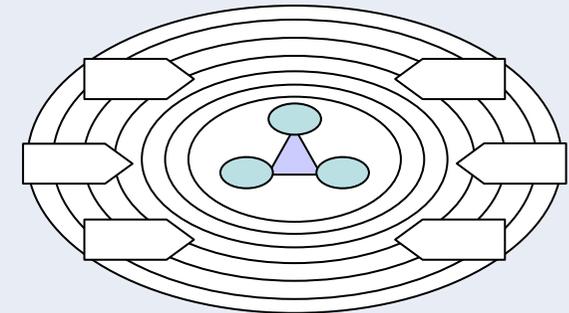
Ressourcen

- *Kompetenzbereiche auch zu Gunsten regionaler Entwicklung*
- *Förderung der Dozierenden*



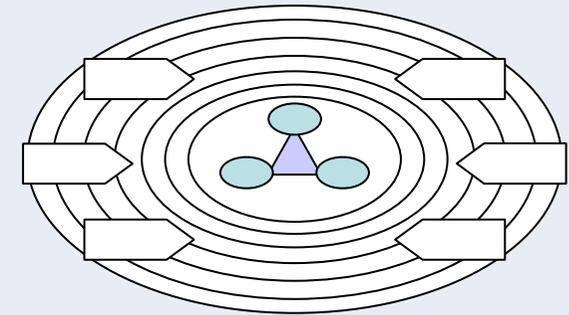
6. Strategie: *Werte als Fundament der Strategie*

- **Unternehmertum**
- Persönliche Atmosphäre
- Fach- und Sozialkompetenz
- **Handlungsorientierung**
- **Technik und Wirtschaft werden interdisziplinär genutzt**
- Forschung, Dienstleistung und Lehre sind abgestimmt
- „Neues Wissen“ schaffen
- Vertrauensbildendes Klima
- Mehrwert für die Volkswirtschaft der Südostschweiz bieten





6. Strategie: *Vision als Treiber der Umsetzung*



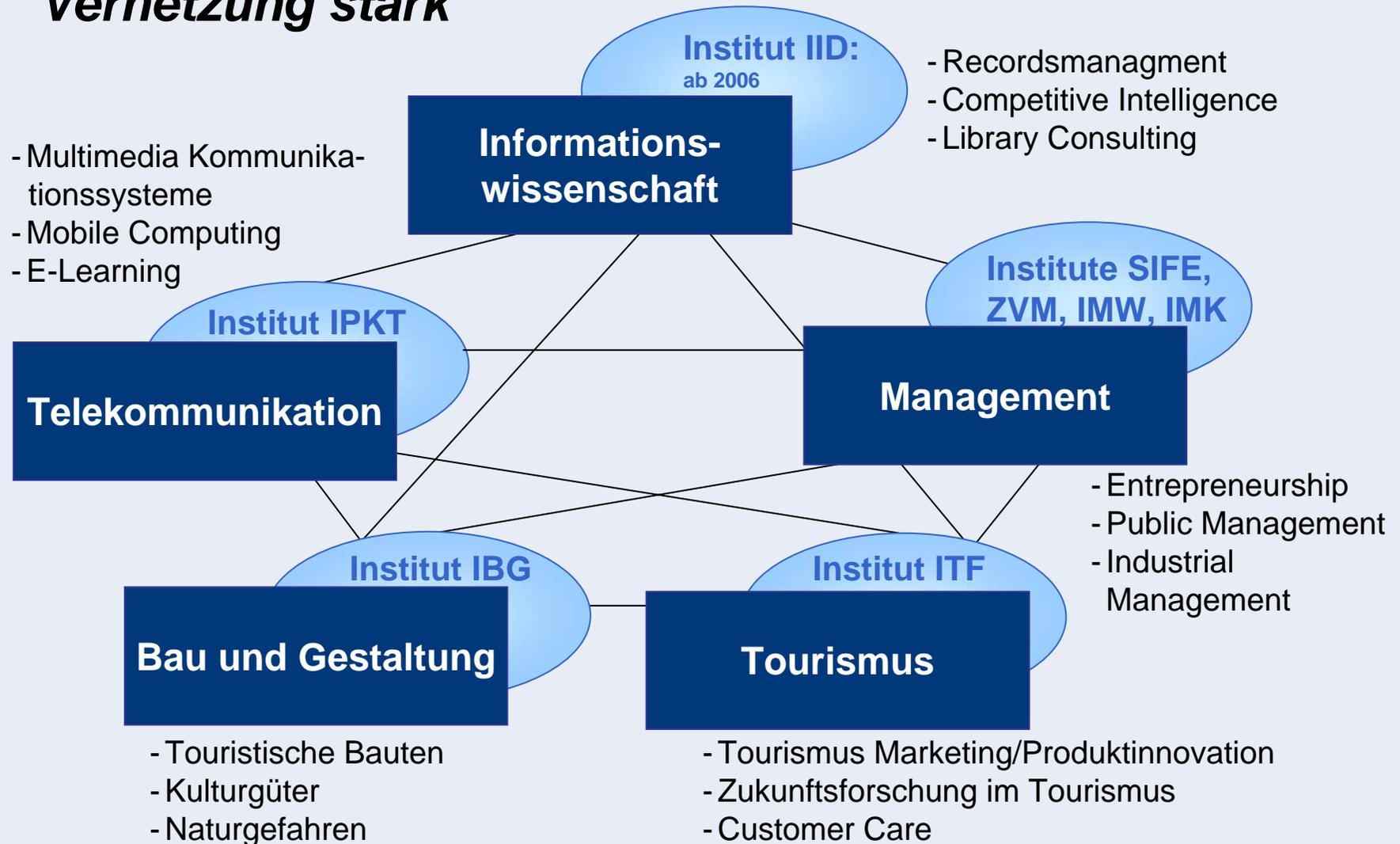
Wir sind eine Fachhochschule für Spezialisten und Führungskräfte aus Wirtschaft und Technik mit nationaler Reputation.

In definierten Schwerpunkten profilieren wir uns auch international.

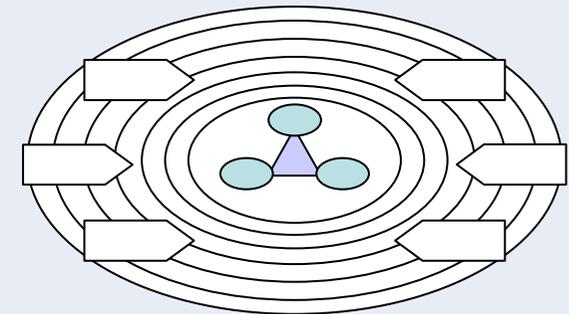
*Wir wollen die **Nummer 1 im Bereich Tourismus und Entrepreneurship** in den definierten Forschungsbereichen werden.*



6. Strategie: *Kompetenzbereiche in der Vernetzung stark*



6. Strategie: *Bachelor-Studiengänge: regional, innovativ, differenziert, international*



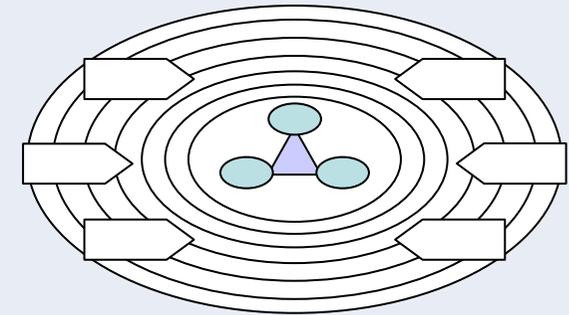
Kompetenzbereich	Studiengangname	Spezialität
Management	Betriebsökonomie	8 Vertiefungen u.a. Sportmanagement
Informationswissen- schaft	Information und Dokumentation	einmalig in deutsch- sprachiger CH
Tourismus	Tourismus	einmalig in der CH, internat. ausgerichtet
Telekommunikation	Telekommunikation	regionale Bedürfnisse abgedeckt
Bau und Gestaltung	Bauingenieurwesen	Interdisziplinarität im Bau, Innovation

6. Strategie: Weiterbildung: regional, zukunfts- gerichtet, bedürfnisorientiert



HTW Chur
Hochschule für Technik und Wirtschaft

Fachhochschule Ostschweiz
University of Applied Sciences

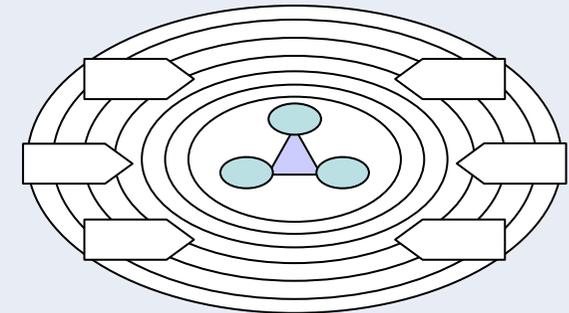


Kompetenzbereich	Studiengangname	Spezialität
Management	NDS/MAS Betriebswirtschaftsingenieur, EMBA	regionale Bedürfnisse, diverse Optionen
Informationswissenschaft	NDS/MAS Information und Dokumentation	für Quereinsteiger, einmalig in CH
Tourismus	EMBA in International Tourism Management	internat. ausgerichtet, Branchenbedürfnis
Telekommunikation	Prüfung eines Angebotes	-
Bau und Gestaltung	NDS/MAS Energie und Nachhaltigkeit im Bau	zukunftsgerichteter Ansatz



6. Strategie: *aFuE, DL: differenziert, auf regionale Stärken aufgebaut, ganzheitlich*

Beispiele



- Schweizerisches Institut für Entrepreneurship SIFE
 - ganzheitliche Betrachtung des Themas Unternehmertum
 - verschiedene Forschungsprojekte wie KMU-Typologie
- Zentrum für Verwaltungsmanagement ZVM
 - regional tätig
 - nationale Ausstrahlung mit KTI-Projekt Leitfaden für Gemeindefusionen
- Institut für Bau und Gestaltung
 - Forschungsprojekt für ganzheitliches und nachhaltiges Bauen: KTI-Projekt Autarkes Wohnen
 - Forschungsschwerpunkt Naturgefahren als regionales Bedürfnis



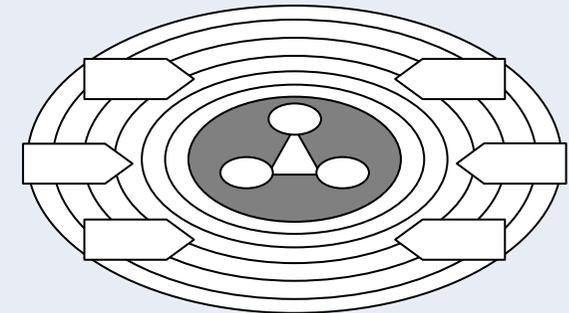
7. Umsetzungs-Voraussetzungen: *Anerkennung der Erfolgsfaktoren*

Angebot

- Kontinuierliche Weiterentwicklung der Qualität
- Bedürfnisorientierung (Marktanalyse)
- Internationalisierung
- Vernetzung der Kompetenzen intern und extern
- Differenzierung

Schulintern

- Freiheit der Lehre im Rahmen der Anerkennungsrichtlinien
- Unternehmerische Freiräume nutzen
- Situativer Führungsstil
- Finanzielle Führung so, wie sie an der Hochschule gelehrt wird
- Kompetenz der Dozierenden (Inhalt, Methodik, Didaktik)





8. Konklusionen: *eine Hochschule führen ist spannend*

Der Spagat zwischen Unternehmertum, Vorgaben, Bedürfnissen der Anspruchsgruppen, Freiheit der Lehre usw. kann bewältigt werden.

Die Hochschulleitung muss Entscheidungen fällen wie eine Unternehmung. Sie hat aber die speziellen Faktoren

- Politik,
- volkswirtschaftlicher Auftrag,
- Freiheit der Lehre,
- Bedürfnisse,
- Fachkulturen,
- Rahmenbedingungen usw.

zu berücksichtigen und zu optimieren.

Folgt die Hochschule der richtigen Strategie konsequent wie einem Leuchtturm, dann wird sie Erfolg haben.