



Campus-Software

Uni-Verwaltung reloaded

von Carina Kamps (Hamburg)

Der Markt für Campus-Software wächst. Ein kleiner Anbieter aus Hamburg versucht, das Monopol des staatlich finanzierten Hochschul-Informations-Systems zu knacken.

Von seinem Büro aus sieht Stephan Sachse über die ganze Stadt: Alster, Fernsehturm und die Uni Hamburg. Hier hat er Jura studiert und nebenbei in seiner Studentenbude ein Unternehmen gegründet. 15 Jahre später beschäftigt Sachse 92 Mitarbeiter. Seine Firma Datenlotsen gehört zu den wichtigsten Anbietern von Campus-Management-Software. Er versucht, einen Markt zu erobern, an den lange niemand geglaubt hat. Das Unternehmen erwirtschaftet einen zweistelligen Millionenbetrag.

Gerade hat die Uni Mainz bei den Datenlotsen ein Campus-Management-System für rund 2 Mio. Euro gekauft. 500 Prüfungsordnungen, 100.000 Prüfungen pro Semester und 1,5 Millionen Einzeldaten von Studenten müssen verwaltet werden. "Unsere Anforderungen konnte die alte Software nicht bewältigen", sagt Uni-Projektleiterin Anke Kamrath.

Die neuen Bachelor- und Master-Abschlüsse, in denen Studenten fortlaufend Credit Points sammeln, sowie die Einführung von Studiengebühren führen an allen Hochschulen zu zehnmal so vielen Verwaltungsvorgängen wie noch vor fünf Jahren. Nach Einschätzung des Marktforschungsinstituts Gartner wird der deutsche Campus-Softwaremarkt daher in den nächsten vier Jahren um 26 Prozent auf 127 Mio. Euro steigen. Ein Großteil dieses Umsatzes erwirtschaften die Anbieter von Campus-Management-Lösungen. Neben Softwarehäusern wie SAP oder CAS gibt es spezialisierte Anbieter wie die Datenlotsen, die die Bedürfnisse an Hochschulen gut kennen, weil sie an ihnen entstanden sind. Inzwischen ist sogar eine Uni selbst in das Geschäft eingestiegen: Die TU Graz verkauft ihr selbst entwickeltes Campus-Management-System.

Bekanntheit steigern

"Deutschland hinkte lange Zeit dem Rest der westlichen Welt hinterher. Nun dürfen die Hochschulen selbstständig über ihr Budget entscheiden und investieren verstärkt in Software", sagt Jan-Martin Lowendahl, Spezialist für Hochschulstrategien bei Gartner. "Die Hochschulen sind heute durchaus bereit, für gute Software zu bezahlen", bestätigt Carsten Dorgerloh, Programmmanager Digitaler Campus bei Microsoft.

Microsoft hat drei Pilotprojekte an den Unis in Karlsruhe, Aachen und Hamburg gestartet. Große Profite erwartet der Konzern jedoch erst einmal nicht. Microsoft will aus Marketinggründen in die Hochschulen. "Die Studenten sollen frühzeitig in touch mit uns kommen", sagt Dorgerloh. Auch andere große Anbieter wollen auf dem "mäßig lukrativen Hochschulmarkt" vor allem ihre Marke bekannter machen, sagt Experte Lowendahl. Um sich besser auf die speziellen Bedürfnisse von Hochschulen einzustellen, hat sich Microsoft die gut vernetzten Datenlotsen als Partner gesucht.

Es kommt Bewegung in einen Markt, der in Deutschland lange Zeit vom Hochschul-Informations-System (HIS) dominiert war - einer Einrichtung, die vom Bund und den Ländern finanziert wird. Für die HIS-Software müssen die Hochschulen nichts bezahlen, lediglich Schulungen der Mitarbeiter und die Wartung der Systeme werden in Rechnung gestellt. Eine große Uni muss nach Angaben des HIS für ein Campus-Management-System mit etwa 13.000 Euro pro Jahr rechnen. Vertriebsleiter Wilfried Schramm sieht die Konkurrenz von SAP und anderen daher gelassen: "Die Mitbewerber müssen Millionen verlangen, um etwas zu bewegen."

Verspieltes Vertrauen zum HIS

Trotzdem entscheiden sich immer mehr Hochschulen für einen kommerziellen Anbieter. 32 Hochschulen nutzen das Campusnet der Datenlotsen. Nach einer Studie der TU9, eines Zusammenschlusses neun technischer Unis, haben einige Hochschulen in der Vergangenheit schlechte Erfahrungen mit dem HIS gemacht, von "verspieltem Vertrauen" ist die Rede. So habe es Probleme verursacht, als Universitäten eine neuere Version der HIS-Software einsetzen wollten. "Jeder Releasewechsel ist ein Schmerz", sagt Wolfgang Nagel, Professor an der Uni Dresden.

Zudem unterscheiden sich die Kosten von HIS und anderen Anbietern laut der Studie langfristig nicht. Die Datenlotsen etwa schicken Berater an die Hochschule, die die Strukturen analysieren und Prozesse

umstellen, sagt Nagel. Das spare Kosten an anderer Stelle. So konnten an der Uni Mainz durch die neue Software 19 der 22 Prüfungsämter geschlossen werden.

Die Datenlotsen sind deshalb überzeugt, ihren Expansionskurs fortsetzen zu können. "Bis 2011 wollen wir 50 Prozent der Studenten in Deutschland bedienen", sagt Vertriebsleiter Thomas Seidel. Vor ein paar Wochen verkündete Firmengründer Stephan Sachse eine neue Kooperation: IBM wird Campusnet im Ausland vertreiben. Zusammen wolle man den osteuropäischen und arabischen Hochschulmarkt erschließen. Sachse denkt bereits weiter: "Zurzeit ist Campus-Management das große Thema. Aber in drei Jahren werden wir über Forschungsmanagement reden."

FTD.de, 12:57 Uhr

© 2008 Financial Times Deutschland, © Illustration: Marcus Langer/Jutta Fricke

ZUM THEMA

- [Vermarktung von Wissen: Viele Ideen, doch wenig Geschäft](http://www.ftd.de/forschung_bildung/bildung/:Vermarktung-von-Wissen-Viele-Ideen-doch-wenig-Gesch%E4ft/420371.html)
(http://www.ftd.de/forschung_bildung/bildung/:Vermarktung-von-Wissen-Viele-Ideen-doch-wenig-Gesch%E4ft/420371.html)
- [Elektronische Vorlesungen: Youtube schlägt Hörsaal](http://www.ftd.de/forschung_bildung/bildung/:Elektronische-Vorlesungen-Youtube-schl%E4gt-H%C3%B6rsaal/408782.html)
(http://www.ftd.de/forschung_bildung/bildung/:Elektronische-Vorlesungen-Youtube-schl%E4gt-H%C3%B6rsaal/408782.html)
- [€ Campus digital](http://www.ftd.de/forschung_bildung/bildung/:Campus/200313.html)
(http://www.ftd.de/forschung_bildung/bildung/:Campus/200313.html)