ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Mause, Karsten

Article — Published Version

Zertifizierung als Instrument der Qualitätssicherung im Hochschulwesen

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Mause, Karsten (2002) : Zertifizierung als Instrument der Qualitätssicherung im Hochschulwesen, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Springer, Heidelberg, Vol. 82, Iss. 7, pp. 411-417

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/41205

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Karsten Mause

Zertifizierung als Instrument der Qualitätssicherung im Hochschulwesen

Die Bildungsminister der EU-Mitgliedstaaten haben sich darauf geeinigt, einen europäischen Hochschulraum zu schaffen. Damit soll nicht nur die Wettbewerbsfähigkeit der Studierenden, sondern auch die der europäischen Hochschulausbildung erhöht werden. Wie kann diese Reform umgesetzt werden? Können Ranking-Verfahren von Hochschulen aus dem US-amerikanischen Bildungssystem herangezogen werden? Wie lassen sich diese Ansätze auf Europa übertragen?

In ihrer Erklärung von Bologna vereinbarten die Bildungsminister der EU-Mitgliedstaaten sowie vierzehn mittel- und osteuropäischer Länder im Juni 1999, bis zum Jahre 2010 einen europäischen Hochschulraum zu schaffen[1]. Um die Beschäftigungsfähigkeit und Mobilität der Studierenden und Wissenschaftler zu fördern sowie die internationale Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Hochschulausbildung zu erhöhen, soll der Integrationsprozess auch im Politikfeld Bildung vorangetrieben werden. Im Rahmen des Bologna-Prozesses wird angestrebt, die Vergleichbarkeit und wechselseitige Anerkennung der europäischen Hochschulgrade zu verbessern. Zur Erhöhung der Markttransparenz sollen den nationalen Abschlusszeugnissen „diploma supplements" beigefügt werden, die in standardisierter Form und englischer Sprache über Studieninhalte und Qualifikationen informieren. Ferner soll die flächendeckende Einführung des in den USA seit Ende des 19. Jahrhunderts verwendeten „credit point"-Systems den Transfer der angesammelten Studienleistungen erleichtern.

Die Umsetzung der genannten Reformelemente erfordert im deutschen Hochschulsystem zumeist nur kleinere Modifikationen der bisherigen Studienorganisation. Nach dem Willen der europäischen Bildungsminister bekommen aber die traditionellen Studienabschlüsse - Diplom, Magister und Staatsexamen - zunehmend Konkurrenz durch die in den USA und Großbritannien seit langem gebräuchlichen Bachelor- und Master-Titel. Die im anglo-amerikanischen Raum übliche Zweiteilung in „undergraduate" und „graduate level" soll vor allem den früheren Einstieg in den Arbeitsmarkt ermöglichen. Auf diese Weise kann etwa in Großbritannien nach mindestens drei Jahren Grundlagenstudium und der Erreichung einer bestimmten Anzahl von Leistungspunkten mit dem Bachelor ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss erworben werden; anschließend ist nach ein bis zwei weiteren Studienjahren in der Regel der Erwerb des Master-Grades möglich.

Die in der Erklärung von Bologna geforderte europaweite Einführung gestufter Studiengänge ist in den meisten Unterzeichnerländern bereits umgesetzt worden oder befindet sich in der Planungsphase[2]. Um die internationale Mobilität der inländischen Studierenden zu erhöhen und den Hochschulstandort für ausländische Studierende attraktiver zu machen, besteht in Deutschland seit der 1998 in Kraft getretenen vierten Novelle des Hochschulrahmengesetzes nach § 19 HRG für Universitäten und Fachhochschulen die Möglichkeit, Bachelor- und Masterstudiengänge einzuführen.

Europäischer Hochschulraum

Die Fortschritte auf dem Weg in Richtung eines europäischen Hochschulraumes werden regelmäßig überprüft - zuletzt im Frühjahr 2001 während der Konferenzen in Salamanca und Prag. Trotz nationaler Traditionen, Institutionen und Besonderheiten ist im europäischen Hochschulwesen eine Annäherung der Strukturen nach anglo-amerikanischem Vorbild zu beobachten. Dadurch erhöhen sich nicht nur die Wahlmöglichkeiten für mobile Studienberechtigte und Studierende, potenzielle Studienabbrecher und Fachhochschulabsolventen. Gleichzeitig steigt auf den internationalen Arbeitsmärkten das Angebot an

Karsten Mause, 26, Dipl.-Politologe, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften an der Philipps-Universität Marburg.

[1] Vgl. o.V.: Der Europäische Hochschulraum. Gemeinsame Erklärung der Europäischen Bildungsminister, Bologna, 19. Juni 1999, http://europa.eu.int/comm/education/socrates/erasmus/bologna.pdf.

[2] Vgl. G. Haug, C. Tauch: Trends in Learning Structures in Higher Education (II), in: Beiträge zur Hochschulpolitik, 12/2001, Bonn 2001, S. 37 ff.

Studienabschlüssen ähnlichen Namens aber verschiedenen Inhalts: Arbeitgeber sammeln Erfahrungen mit amerikanischen, britischen oder deutschen Graden und testen, welche Berufsqualifikationen sich hinter den neuartigen Produktivitätssignalen eines „Bachelor of Arts“ (B.A.), „Master of Science“ (M.Sc.) oder „Master of Business Administration“ (MBA) verbergen.

Des Weiteren muss bei den angebotenen Produkten zwischen grundständigen Studiengängen und eher praxisorientierten Aufbau-, Zusatz- oder Ergänzungsstudiengängen unterschieden werden. Aufbauend auf einem ersten Studienabschluss dienen beispielsweise die an staatlichen und privaten Hochschulen angebotenen MBA-Programme der beruflichen Weiterbildung, insbesondere der Vermittlung und Vertiefung betriebswirtschaftlicher Kenntnisse[3]. Vor dem Hintergrund der skizzierten Produktvielfalt analysiert der vorliegende Beitrag anhand von Ansätzen aus der Theorie des Marktversagens, wie im deutschen Hochschulwesen mit der neuen Unübersichtlichkeit des Studienangebots umgegangen wird.

Informationsasymmetrie und Qualitätserosion

Bildungsinvestitionen sind ein ebenso chancen- wie risikoreiches „Geschäft“. Der zukünftige Bedarf an unterschiedlich qualifizierten Arbeitskräften oder die Verwertbarkeit des erworbenen Wissens sind angesichts der permanenten Unsicherheit hinsichtlich der wirtschaftlichen und politischen Entwicklung schwer zu prognostizieren. Außerdem ist aus humankapitaltheoretischer Perspektive zu erwarten, dass einige Bildungsnachfrager den Nutzen des immateriellen Zukunftsgutes Bildung systematisch unter- oder überschätzen und aufgrund dieser Nutzen-Unkenntnis - langfristig betrachtet - zu wenig oder zu viel in ihre Ausbildung investieren[4].

Aufgrund der eingangs beschriebenen Ausweitung der Angebotspalette wird im Bereich der Hochschulbildung die Funktionsfähigkeit des Marktes derzeit zudem durch das Phänomen der Qualitäts-Unkenntnis beeinträchtigt. Auch wenn Studieninteressierte vor der Humankapitalinvestition mittels Produktvergleich via Internet, in Gesprächen mit Studienberatern und Absolventen oder der „Inspektion“ vor Ort zu relativ geringen Kosten Informationen über die zu erwartenden Qualitätseigenschaften der angebotenen Dienstleistungen sammeln können (search-qualities), ist eine vollständige Qualitätsbeurteilung ex ante nicht möglich (experience-qualities); und auch nach dem Bildungskonsum werden einige Aspekte der Produktqualität nicht selten unbeobachtet bleiben (credence-qualities).

Da das Gut Hochschulbildung in der Wahrnehmung der Akteure im Zeitablauf Such-, Erfahrungs- und Vertrauensguteigenschaften aufweisen kann, besitzt die an Nelson und Darby/Karni anknüpfende Güterunterscheidung nur analytischen Charakter[5]. Angesichts der Heterogenität und Mehrdimensionalität von Hochschulprodukten tritt je nach Studienrichtung, Studienphase, Abschlussart und Hochschultyp ein unterschiedlich hohes Ausmaß an Qualitäts-Unkenntnis auf.

Trotz Unschärfen bei der Güterklassifikation kann aber davon ausgegangen werden, dass die ausbildenden Fakultäten besser über die Qualität ihres Angebots informiert sind als potenzielle Kunden. Es liegt somit eine asymmetrische Informationsverteilung vor. Im Unterschied zum klassischen Beispiel des Gebrauchtwagen-Marktes[6] kann im deutschen Hochschulwesen jedoch der theoretisch zu erwartende Prozess der adversen Selektion nicht auftreten, da die „Käufer“ staatlicher Hochschulprodukte ihre Zahlungsbereitschaft nicht offenbaren müssen und in einigen Fachrichtungen wie Betriebswirtschaftslehre, Medizin oder Psychologie durch eine zentrale Behörde, die Zentralstelle für die Vergabe von Studienplätzen (ZVS), zugeteilt werden. Ferner wird akademische Bildung aufgrund ihres anzuzweifelnden meritorischen Charakters - sieht man von Verwaltungsgebühren und individuellen Transaktionskosten ab - zumeist unentgeltlich angeboten[7]. Das monetäre Risiko seiner Ausbildungsinvestitionen trägt der Student, abgesehen von Opportunitäts-, Mobilitäts- und versunkenen Kosten, also nicht selbst: Je nach individueller Vermögensposition kann er sich „falsche“ Entscheidungen bis zu einem gewissen Grade leisten.

Fehlende Preissignale

Bislang werden für das - je nach Studienfach - freie oder knappe Gut Hochschulbildung keine Preissignale ausgetauscht, welche Qualitätsverbesserungen oder

[3] Für einen Überblick hierzu siehe z.B. die Studie von H.-J. Brackmann, D. Kran: Praxisnah und international - der MBA in Deutschland, Bonn 2001.

[4] Vgl. zu diesem Aspekt M. Fritsch, T. Wein, H.-J. Ewers: Marktversagen und Wirtschaftspolitik. Mikroökonomische Grundlagen staatlichen Handelns, 4. Aufl., München 2001, S. 294 ff.

[5] Vgl. P. Nelson: Information and Consumer Behavior, in: Journal of Political Economy, Vol. 78 (1970), Nr. 2, S. 311-329; M.R. Darby, E. Karni: Free Competition and the Optimal Amount of Fraud, in: Journal of Law and Economics, Vol. 16 (1973), Nr. 1, S. 67-88.

[6] Vgl. G.A. Akerlof: The Market for ”Lemons“: Quality Uncertainty and the Market Mechanism, in: Quarterly Journal of Economics, Vol. 84 (1970), Nr. 3, S. 488-500.

[7] Vgl. A. Rosigkeit: Ist „Hochschulbildung“ ein öffentliches Gut?, in: Das Wirtschaftsstudium, 25. Jg. (1996), H. 10, S. 856-860.

eine Differenzierung der angebotenen Qualitäten bewirken könnten. Die „Verkäufer“ können weitgehend risikolos und unbemerkt an der unteren Qualitätsgrenze operieren, da Hochschulbildung teilweise Vertrauensgutcharakter besitzt und Hochschulen - anders als privatwirtschaftliche Unternehmen - nicht auf Gewinn-Verlust-Rückkopplungen reagieren müssen. Komplexer wird die Situation dadurch, dass auch die vermeintlich schwächere Marktseite, die Studenten als Nachfrager von Bildungsdienstleistungen, einen Informationsvorsprung hinsichtlich der qualitativen Beurteilung ihres bisher erworbenen Humankapitals und Leistungsvermögens besitzen. Hinzu kommt, dass die Hochschulkunden als Input-Faktoren selbst in den Produktionsprozess des Bildungsgutes eingebunden sind und zudem Nachfrage-Interdependenzen die Qualität der angebotenen Dienstleistungen und des Bildungsergebnisses positiv oder negativ beeinflussen können[8].

Auch wenn das Akerlofsche Zitronenproblem nicht in Reinform auf das deutsche Hochschulwesen übertragen werden kann, bleibt das Problem der Qualitätssicherung auf dem Markt für Hochschulbildung bestehen. So könnten einzelne Fakultäten im internationalen Wettbewerb um Studierende im Namen der Konsumentenzufriedenheit daran interessiert sein, die internen Leistungsanforderungen zu senken, um möglichst viele Kunden zu attrahieren[9]. Eine unmerkliche, „schleichende Qualitätserosion“ infolge des zunehmenden Konkurrenzdrucks befürchten auch Tietzel u.a., da andere Aktionsparameter im hochregulierten deutschen Hochschulsektor nicht zur Verfügung stehen[10]. Die Folge dieser „beggar my neighbour“-Politik einzelner Fachbereiche oder Hochschulen wäre möglicherweise ein gesamtgesellschaftlich ineffizientes „race to the bottom“.

Akkreditierung als quasi-staatliche Lösung

Im Falle der herkömmlichen Diplom- und Magisterstudiengänge wurde und wird das Qualitätsproblem in Deutschland traditionell durch eine Kombination aus Staats- und Marktlösung reguliert. In Rahmenprüfungsordnungen haben die Kultusministerkonferenz (KMK) und die Hochschulrektorenkonferenz (HRK) gemäß §§ 9 und 16 HRG für jeden Diplom- und Magister-Studiengang bestimmte Mindestanforderungen formuliert und damit bundesweit die Angebote der Hochschulen inhaltlich reglementiert und homogenisiert. Aufgrund der besonderen Eigenschaften von Bildungsprodukten können die von Diplom-, Magister- und Staatsexamens-Titeln ausgehenden Signale indes nicht garantieren, dass deren Träger bundesweit ein relativ ähnliches Kompetenzniveau aufweisen. Das aus den USA importierte Instrument der Hochschul-Rankings, bei denen die Studienangebote regelmäßig miteinander verglichen und bewertet werden, trägt ebenfalls zur Reduktion der Informationsasymmetrie bei. Außerdem haben einzelne Fakultäten inzwischen in Reputation - den guten Ruf - investieren können und profitieren vom Bekanntheitsgrad ihrer Marke.

Qualitätssicherung

Zur Qualitätssicherung im Bereich der neuen Bachelor-/Master-Studiengänge sind darüber hinaus „marktergänzende Institutionen“[11] entstanden, die zur Abschwächung der Informationsasymmetrie und Erhöhung der Markttransparenz beitragen sollen: Der von KMK und HRK eingerichtete, länderübergreifende Akkreditierungsrat begutachtet seit Juli 1999 neue Akkreditierungsagenturen.

Neben seiner Rolle als Schiedsrichter beim Wettbewerb der Agenturen, kann dieser auf Antrag eines Bundeslandes in begründeten Ausnahmefällen auch selbst Studiengänge an Universitäten und Fachhochschulen akkreditieren. Bachelor- und Masterstudiengänge oder Akkreditierungseinrichtungen, die das Zertifizierungsverfahren erfolgreich durchlaufen haben, sind berechtigt, das Qualitätssiegel des Akkreditierungsrates zu tragen bzw. zu vergeben. Die Kosten der Zertifizierung - pro Studiengang etwa 13 000 Euro - trägt die Antrag stellende Hochschule; es besteht jedoch die Möglichkeit der zeit- und kostensparenden Block-Akkreditierung mehrerer Studiengänge.

Um eine dauerhafte Qualitätssicherung der angebotenen Dienstleistungen zu garantieren und die Gefahr des Moral hazard einzudämmen, wird das Gütesiegel zeitlich befristet verliehen - nach Ablauf des jeweiligen „Verfallsdatums“ müssen sich die Studiengänge und Agenturen einer kostenpflichtigen Re-Akkreditierung unterziehen. Die Zertifizierung von Agenturen und Studiengängen muss nach den vom Akkreditierungsrat formulierten Kriterien und Mindeststandards erfolgen. Gefordert werden unter anderem die internationale Ausrichtung und Modularisierung des Studienange-

[8] Vgl. dazu M. Rothschild, L.J. White: The Analytics of the Pricing of Higher Education and Other Services in Which the Customers are Inputs, in: Journal of Political Economy, Vol. 103 (1995), Nr. 3, S. 573-586.

[9] Vgl. R.A. Orwig, L.R. Jauch: The Quality Revolution in Academe: A Rejoinder to Mullin and Wilson, in: Journal of Quality Management, Vol. 4 (1999), Nr. 2, S. 270.

[10] Vgl. M. Tietzel, K. van der Beek, Ch. Müller: Was ist eigentlich an den Hochschulen los? Eine ökonomische Analyse, in: WIRTSCHAFTSDIENST, 78. Jg. (1998), H. 3, S. 148.

[11] H. Hauser: Qualitätsinformationen und Marktstrukturen, in: Kyklos, Vol. 32 (1979), Nr. 4, S. 756 ff.

bots, die Einführung eines Leistungspunktesystems mit studienbegleitenden Prüfungen sowie hochschulinterne Evaluationsverfahren. Neben der Qualität des Curriculums wird zudem das personelle Potenzial und die materielle Ausstattung begutachtet. Von der beschriebenen Akkreditierung durch spezialisierte Agenturen, die über die Einrichtung von Studiengängen entscheiden, sind die verschiedenen Formen der internen und externen Evaluation zu unterscheiden, die der kontinuierlichen Qualitätssicherung in Lehre und Forschung dienen sollen[12].

Akkreditierungsagenturen

Zur Zeit existieren sieben Akkreditierungsagenturen, die vom Akkreditierungsrat staatlich beaufsichtigt werden und diesem jährlich einen Tätigkeitsbericht vorlegen müssen. Fachübergreifend arbeiten die Zentrale Evaluations- und Akkreditierungsagentur Hannover (ZEvA), das Akkreditierungs-, Certifizierungs- und Qualitätssicherungs-Institut (ACQUIN) und die Agentur für Qualitätssicherung durch Akkreditierung von Studiengängen (AQAS). Fachlich spezialisiert haben sich die Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA), die Akkreditierungsagentur für Studiengänge der Ingenieurwissenschaften und Informatik (ASII), die Akkreditierungsagentur für die Studiengänge Chemie, Biochemie und Chemieingenieurwesen an Universitäten und Fachhochschulen (A-CBC) sowie die Akkreditierungsagentur für Studiengänge im Bereich Heilpädagogik, Pflege, Gesundheit und Soziale Arbeit (AHPGS).

Im Unterschied zum privatwirtschaftlich organisierten US-amerikanischen Akkreditierungssystem wird im deutschen Hochschulwesen derzeit eine quasi-staatliche Lösung präferiert. Während die fachlich-inhaltliche Begutachtung durch eine der oben genannten Agenturen per Hochschulrahmengesetz nicht verbindlich vorgeschrieben ist, bleibt das oftmals langwierige staatliche Genehmigungsverfahren durch das jeweils zuständige Landesministerium weiterhin obligatorisch. Entsprechend empfehlen KMK und HRK eine „funktionale Trennung zwischen staatlicher Genehmigung und Akkreditierung“[13]. Allerdings ist de facto die Akkreditierung in den meisten Bundesländern Voraussetzung für die Genehmigung eines neuen Studiengangs. Legitimiert durch die staatliche Aufsichts- und Rechenschaftspflicht soll so an den steuerfinanzierten Hochschulen bundesweit die Einhaltung bestimmter Mindestanforderungen garantiert werden.

Hochschulpolitischer Paternalismus

Ähnlich wie beim Meisterzwang im Handwerk oder den Mindestanforderungen für die Ausbildung von Juristen, Medizinern oder Apothekern, gelangen bei der quasi-staatlichen Gütesiegelvergabe niedrige Qualitäten nicht auf den Hochschulmarkt. Zum Zwecke des präventiven Verbraucherschutzes filtern Agenturen ex ante diejenigen Anbieter heraus, die nicht den formulierten Mindestanforderungen genügen. Auf den ersten Blick profitieren davon die Konsumenten, weil die Methode der Lizenzierung die Informationssuche seitens der Nachfrager quasi überflüssig macht[14]. Da aber im vorliegenden Fall Zertifizierung und Lizenzierung praktisch zusammenfallen, wird die Konsumentensouveränität eingeschränkt: „Certification leaves choices to consumers and the market process, rather than imposing an a priori judgement that some products or services are not worth buying.“[15]

Damit das verliehene Qualitätssiegel der Sicherung akademischer Standards dient, und nicht gleichzeitig als Marktzutrittsschranke wirkt, sollten mindestens zwei Voraussetzungen erfüllt sein: Erstens muss die Unabhängigkeit der Testinstitute von staatlichen Einflüssen gewährleistet sein. Derzeit sind dagegen zwei Ländervertreter im Akkreditierungsrat vertreten; außerdem werden drei Agenturen aus Landesmitteln subventioniert, so dass Beamte der jeweiligen Wissenschaftsministerien die Begutachtungsprozesse beobachtend oder beratend begleiten. Zweitens wäre es entgegen der gegenwärtigen Praxis wünschenswert, dass freier Wettbewerb zwischen verschiedenen Qualitätslabels und Beurteilungssystemen herrscht.

Aus innovationsökonomischer Perspektive ist nämlich zu kritisieren, dass neue Produkte, die nicht den „objektiven“ Kriterien des Akkreditierungsrates genügen, systematisch vom Markt ferngehalten werden. Wie die anfänglichen Widerstände in Ministerien und Hochschulen beim Übergang von den traditionellen Diplom- und Magisterstudiengängen zur gestuften Bachelor-/Masterstruktur belegen, könnte dadurch langfristig die Anpassungsgeschwindigkeit an veränderte Ausbildungswünsche der Studierenden und den sich wandelnden Qualifikationsbedarf der Unternehmen vermindert werden.

[12] Siehe dazu W.-D. Webler: Qualitätssicherung in gestuften Studiengängen, in: U. Welbers (Hrsg.): Studienreform mit Bachelor und Master. Gestufte Studiengänge im Blick des Lehrens und Lernens an Hochschulen, Neuwied 2001, S. 242 ff.

[13] Kultusministerkonferenz, Hochschulrektorenkonferenz (Hrsg.): Neue Studiengänge und Akkreditierung. Beschlüsse und Empfehlungen von KMK und HRK, Bonn 1999, S. 60.

[14] Vgl. hierzu bereits G.A. Akerlof, a.a.O., S. 500.

[15] J.H. Beales: Licensing and Certification Systems, in: P. Newman (Hrsg.): The New Palgrave Dictionary of Economics and the Law, Bd. 2, London 1998, S. 581.

Inzwischen zeichnet sich aber ein Trend in Richtung anglo-amerikanisches, zweigliedriges Studiensystem ab: Mit Ausnahme der Fachgebiete Medizin und Theologie wurden im Sommersemester 2002 an deutschen Universitäten und Fachhochschulen mehr als 900 verschiedene Bachelor- und Master-Programme angeboten, von denen allerdings erst 10% das Qualitätssiegel des Akkreditierungsrates tragen[16]. Die scheinbare Inkonsequenz in der Genehmigungspraxis ist darauf zurückzuführen, dass die Einführung gestufter Studiengänge und der Aufbau des Akkreditierungssystems Ende 1998 fast zeitgleich beschlossen wurden. Daher gilt in den meisten Bundesländern eine Übergangsregelung, wonach sich die zunächst befristet genehmigten Studienangebote innerhalb eines bestimmten Zeitraums nachträglich akkreditieren lassen müssen.

Im Übrigen besteht die Möglichkeit, den deutschen Zertifizierungsmarkt zu verlassen und sich durch eine international renommierte ausländische Agentur akkreditieren zu lassen. So darf die betriebswirtschaftliche Fakultät der Universität Mannheim seit Frühjahr 2000 für ihre Diplom-Studiengänge Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftsinformatik mit dem Logo der bereits 1916 gegründeten amerikanischen Association to Advance Collegiate Schools of Business werben.

Signaling als Marktlösung

Die nun auch im deutschen Hochschulwesen zu beobachtende Entstehung von qualitätssichernden Institutionen kann mit Hilfe von Ansätzen aus der Theorie des Marktversagens erklärt werden[17]. Da die Anbieter qualitativ hochwertiger Hochschulprodukte besser über die Eigenschaften ihrer Studiengänge informiert sein dürften, werden sie sich bemühen, glaubwürdige Informationen über die von ihnen angebotene Qualität an potenzielle Kunden zu übertragen (Signaling). Ein angebotsseitiges Instrument, um relativ hohe Produktqualität zu signalisieren, ist das vom Akkreditierungsrat und den verschiedenen Zertifizierungsagenturen vergebene Gütesiegel. Die Höhe der für die permanente Begutachtung aufgewendeten Kosten und Ressourcen signalisiert Studierenden und Unternehmen, dass die ausgesendeten Qualitätsversprechen glaubhaft sind. Neben dieser langfristigen Investition in Reputationskapital besteht weiterhin die Möglichkeit der Werbung, wobei der Aktionsparameter Hochschulmarketing auch von finanzkräftigen „low quality"-Fakultäten zur Verbreitung verfälschender Informationen über vermeintliche Produktvorzüge eingesetzt werden könnte[18]. Vorausgesetzt der Akkreditierungsmarkt ist funktionsfähig und wird durch kontinuierliche externe Evaluationen (z.B. Rankings) ergänzt, dann sind freilich der Vermarktung ansprechend verpackter „Zitronen" Grenzen gesetzt.

Screening als Marktlösung

Eine weitere Marktlösung für das Problem der Qualitätsunkenntnis im Hochschulbereich stellt das Screening dar. Denn nicht nur die Anbieter von Studiengängen, sondern auch deren potenzielle Kunden versuchen, die Informationsasymmetrie abzubauen. Studieninteressierte können sich mittlerweile via Internet schnell, bequem und relativ kostengünstig einen Überblick über die verschiedenen Studienangebote verschaffen. Lässt man zeitliche Restriktionen außer Acht und berücksichtigt, dass ein Hochschulstudium in Deutschland weitgehend gebührenfrei ist, können mobile Studierende zu Beginn ihrer akademischen Karriere unentgeltlich aus guten wie schlechten Erfahrungen lernen und den Anbieter bei enttäuschten Qualitätserwartungen wechseln.

Da die Informationsnachfrage bei der Qualitätssuche dem individuellen Kosten-Nutzen-Kalkül unterliegt, ist aber zu erwarten, dass der rational ignorante Studienberechtigte einen begrenzten Anreiz hat, exante Suchkosten aufzuwenden, um seinen Informationsstand zu verbessern. Will sich der unerfahrene Hochschulkunde nicht mit der unter den wahrgenommenen Bedingungen optimal erscheinenden Angebotswahl zufrieden geben, so muss er spezialisierte Dritte, etwa Studienberater, Absolventen oder Akkreditierungsagenturen einschalten. Mit dieser indirekten Form des Screening können die (Transaktions-)Kosten der Beschaffung, Auswertung und Bereitstellung von Informationen über die Qualität alternativer Studiengänge größtenteils auf unabhängige Informationsintermediäre übertragen werden.

Da die bereitgestellten Informationen grundsätzlich allen Studieninteressierten zu Verfügung stehen (Nicht-Ausschluss-Prinzip) und technisch beliebig oft reproduzierbar sind (Nicht-Rivalität im Konsum), wird aufgrund der auftretenden positiven technologischen externen Effekte kein privater Anbieter bereit sein, Kosten für die Verbreitung von Informationen über die zertifizierten Produkte bereitzustellen. Vor dem Hintergrund des Kosten-Nutzen-Kalküls und der zu erwartenden Unterinvestition in das Kollektivgut lässt sich daher die besondere Rechtsform der Akkreditie-

[16] Die Daten sind http://www.hochschulkompass.hrk.de/ sowie http://www.akkreditierungsrat.de/ entnommen.

[17] Für einen Überblick siehe die Lehrbuchdarstellung in M. Fritsch, T. Wein, H.-J. Ewers, a.a.O., Kap. 10.

[18] Vgl. R.R. Kerton, R.W. Bodell: Quality, Choice, and the Economics of Concealment: The Marketing of Lemons, in: Journal of Consumer Affairs, Vol. 29 (1995), Nr. 1, S. 1-28.

rungseinrichtungen erklären: gemeinnützige Vereine (ASII, ACQUIN, AHPGS, AQAS), Stiftungen (FIBAA) oder gemeinsame Einrichtungen von Hochschulen (ZEvA) übernehmen - finanziert durch Mitgliedsbeiträge der Hochschulen und Wirtschaftsverbände - den Aufbau des Informationsmarktes über die Qualität der Bachelor- und Masterstudiengänge.

Die neu entstandenen Testinstitute erfüllen somit nicht nur die Funktion der Verhaltenskontrolle der Anbieter und normen zum Zwecke des Verbraucherschutzes die unübersichtliche Angebotspalette. Zudem stellen die Agenturen kostengünstige Informationen über die Qualität der verschiedenen Studienangebote in Form von Gütesiegeln bereit, wodurch künftige Studenten und Arbeitgeber zu rationalen Wahlentscheidungen befähigt werden sollen.

Wettbewerbliche Alternativen

Während die Akteure im US-amerikanischen Hochschulsystem weitgehend mit den marktendogenen Lösungsmöglichkeiten Screening und Signaling arbeiten, wird in Deutschland die staatlich-administrative Regulierung des Hochschulmarktes weiterhin für notwendig erachtet. Bei der Einführung konsekutiver Studiengänge greifen Ministerialbürokraten, legitimiert durch den im Grundgesetz kodifizierten staatlichen Bildungsauftrag, zwar nicht mehr direkt über Rahmenprüfungsordnungen in das Marktgeschehen ein - aber noch entscheiden in den meisten Bundesländern die zuständigen Ministerien letztlich über die Genehmigung eines Studiengangs. Abzuwarten bleibt, ob sich die von KMK und HRK empfohlene Kompetenztrennung zwischen politisch-administrativer Genehmigung und fachlich-inhaltlicher Akkreditierung durchsetzen wird. Angesichts der Entstehung qualitätssichernder Bildungsinstitutionen lässt sich jedenfalls aus ökonomischer Sicht eine über die quantitative Hochschulplanung hinausgehende Kontrolle der Inhaltsstoffe der verschiedenen Angebote schwerlich rechtfertigen.

Das Beispiel USA belegt, dass sich unter Zuhilfenahme einer Reihe von Zertifizierungsagenturen und Rankings im Wettbewerb der vielfältigen Studienangebote auf dem Hochschulmarkt zweckmäßige Qualitätsstandards herausbilden. Neben dieser angebotsseitigen Qualitätssicherung können mobile Studierende bei freier Studienortwahl, freiem Hochschulwechsel sowie vollkommener Transferierbarkeit der bislang erworbenen Leistungen von ihrer Exit-Option Gebrauch machen. Wenn sich die Qualität von Forschung und Lehre beobachtbar verschlechtert, dann können souveräne Bildungsnachfrager die Anbieter durch Abwanderung negativ sanktionieren. Um amerikanische Verhältnisse

Deutschland

Gründungsgeschehen

M. Fritsch, Technische Universität Freiberg; **R. Grotz**, Universität Bonn (Hrsg.)

Das Gründungsgeschehen in Deutschland

Darstellung und Vergleich der Datenquellen

Das Buch stellt verschiedene Datenquellen vor, aus denen sich Informationen zum Gründungsgeschehen in Deutschland ableiten lassen. Insgesamt zeigt sich, dass eine differenzierte und durchaus verlässliche Grundlage für die empirische Gründungsforschung in Deutschland vorhanden ist.

2002. XII, 234 S. 14 Abb., 42 Tab. Geb. **€ 59,95**; sFr 93,- ISBN 3-7908-1495-4

J. Schmude, R. Leiner, Universität Regensburg (Hrsg.)

Unternehmensgründungen

Interdisziplinäre Beiträge zum Entrepreneurship Research

Die aus insgesamt sieben Disziplinen stammenden Autoren widmen sich u.a. der räumlichen Quantifizierung des Gründungsgeschehens, den Einflussfaktoren auf dem Weg in die Selbständigkeit, dem Gründungserfolg und den unterschiedlichen Wirkungen von Unternehmensgründungen.

2002. VIII, 288 S. 15 Abb., 49 Tab. Geb. **€ 64,95**; sFr 100,50 ISBN 3-7908-1503-9

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.springer.de/economics-de

Springer · Kundenservice
Haberstr. 7 · 69126 Heidelberg
Tel.: (0 62 21) 345 - 217/-218
Fax: (0 62 21) 345 - 229
e-mail: orders@springer.de

Springer

Die €-Preise für Bücher sind gültig in Deutschland und enthalten 7% MwSt.
Preisänderungen und Irrtümer vorbehalten. d&p · 008600_12qx_1c

zu vermeiden, werden hingegen im überwiegend planwirtschaftlich organisierten deutschen Hochschulwesen in den am meisten nachgefragten Studiengängen die Aktionsparameter Zugang, Preis und Curriculum staatlich reglementiert[19]. Aber solange für die Hochschulen vor allem im Bereich der ZVS-Studiengänge gleichsam „Abnahmezwang" und „Absatzgarantie" herrschen und sich die Fakultäten in den einzelnen Bundesländern nicht im Wettbewerb um Studierende und Wissenschaftler profilieren müssen, bestehen geringe Anreize, Qualität zu signalisieren[20].

Betrachtet man Hochschulen als Dienstleistungsunternehmen, dann muss neben den Produktionsbedingungen und dem Output auch die Qualität der Faktor-Inputs berücksichtigt werden. Analog zur Verbraucherschutz-Argumentation auf der Nachfrageseite kann umgekehrt gefragt werden, warum deutsche Anbieter im Sinne des Prinzips der Produzentensouveränität nicht das Recht bekommen sollten, sich selbst vor niedriger Qualität zu schützen oder eigenverantwortlich Gebühren für die angebotenen Dienstleistungen zu erheben.

Eine Auswahl der Studierenden nach hochschuleigenen Kriterien könnte, lässt man den Aspekt der Finanzierung akademischer Bildung unberücksichtigt, zudem eine Selbstselektion begabter und leistungswilliger Bewerber bewirken. Darüber hinaus muss das der deutschen Hochschulpolitik zugrunde liegende „Verbraucherleitbild" kritisch hinterfragt werden. Wenn man unterstellt, dass sich der durchschnittliche Bildungskonsument nicht anomal verhält, dann kann dem mündigen Studieninteressierten zugemutet werden, sich selbst oder mit Hilfe kostengünstiger Informationsvermittler vor der richtungsweisenden Ausbildungsentscheidung einen ersten Überblick über alternative Bildungsangebote zu verschaffen.

Marktmacht der Agenturen

Die genannten Argumente für einen funktionsfähigen Wettbewerb auf dem Hochschulmarkt gelten freilich nur so lange, wie auch die Funktionsfähigkeit des Akkreditierungsmarktes gesichert ist. Beispielsweise ist denkbar, dass die beschriebenen Informations-, Vertrauensgut- und Principal-Agent-Probleme auch im Verhältnis zwischen Agenturen und Klienten auftreten[21]. Abgesehen von der Möglichkeit der systematischen Verbreitung verfälschender und irreführender Informationen[22], können die intermediären Zertifizierungsinstitutionen zudem mit dem Hayekschen Wissensproblem konfrontiert sein. Zu überlegen wäre daher, ob nicht vertragliche Bindungen zwischen dezentral entscheidenden Akteuren auf den internationalen Hochschul- und Arbeitsmärkten besseres, fallibles Wissen darüber generieren, welche Bildungsinhalte ein Studiengang vermitteln sollte[23]. Problematisch ist zudem, dass auch die „wohlwollenden" Zertifizierer Marktmacht aufbauen könnten. So existieren in Deutschland zwar mittlerweile sieben teilweise regional arbeitende und untereinander konkurrierende Agenturen, die durch eine länderübergreifende Meta-Institution kontrolliert werden - vergeben wird jedoch nur ein Qualitätslabel, und das nach einheitlichen Beurteilungskriterien.

Neben den angedeuteten Monopolisierungstendenzen ist aber auch das andere Extrem möglich: „There is, however, a danger that Europe may be moving out of a jungle of degrees but into a jungle of quality assurance and accreditation standards, procedures and agencies."[24] Aus evolutorischer Perspektive indes wäre die angesprochene „Gefahr" eines internationalen Wettbewerbs der Agenturen, Verfahren und Zertifikate zu begrüßen. Die damit möglicherweise einhergehende Intransparenz und der kontraproduktive Anstieg der Transaktionskosten könnten etwa über Reputationsmechanismen oder eine Art Wettbewerbsordnung reguliert werden. So befindet sich derzeit das European Network for Quality Assurance in Higher Education (ENQA) im Aufbau. Ähnlich wie der Akkreditierungsrat in Deutschland soll das europaweite, grenzüberschreitende Akkreditierungs- und Qualitätssicherungssystem eine Ordnungsfunktion übernehmen und die Einhaltung von Mindeststandards gewährleisten. Da sich der im vorliegenden Beitrag analysierte Akkreditierungsmarkt gegenwärtig im Übergang von der Experimentierungs- in die Expansionsphase befindet, ist es aber sicherlich noch zu früh, das Ausmaß der erwarteten positiven und negativen Effekte der deutschen oder europäischen Zertifizierungspraxis abschließend zu beurteilen.

[19] Vgl. hierzu ausführlicher Monopolkommission: Wettbewerb als Leitbild für die Hochschulpolitik. Sondergutachten 30, Baden-Baden 2000.

[20] Vgl. zu den zitierten Begriffen U. van Lith: Der Markt als Ordnungsprinzip des Bildungsbereichs. Verfügungsrechte, ökonomische Effizienz und die Finanzierung schulischer und akademischer Bildung, München 1985, S. 79.

[21] Vgl. dazu grundsätzlich S. Grundmann, W. Kerber: Information Intermediaries and Party Autonomy - The Example of Securities and Insurance Markets, in: S. Grundmann, W. Kerber, S. Weatherill (Hrsg.): Party Autonomy and the Role of Information in the Internal Market, Berlin/New York 2001, S. 277 f.

[22] Vgl. A. Lizzeri: Information revelation and certification intermediaries, in: Rand Journal of Economics, Vol. 30 (1999), Nr. 2, S. 214-231.

[23] Vgl. U. van Lith, a.a.O., S. 98 ff.

[24] G. Haug, C. Tauch, a.a.O., S. 59.