



Pressespiegel: Pressemitteilung Universität Hohenheim, 05. Juli 2011

„Startschwierigkeiten der Studiengebühren werden zu ihren Sargnägeln“ [05.07.11]

Ab heute online: Universität Hohenheim veröffentlicht Umfrageergebnisse zum Thema Studiengebühren der einzelnen Universitäten: www.gebuehrenkompass.de

Startfehler hätten die Studiengebühren in ihrer jetzigen Form von Anfang an zum Auslaufmodell degradiert, so die Interpretation des Marketing-Forschers Prof. Dr. Markus Voeth von der Universität Hohenheim. Dabei stützt sich der Leiter der Langzeitstudie Gebührenkompass auf jährlich durchgeführte Umfragen an Universitäten, die sein Lehrstuhl seit Einführung der Studiengebühren bundesweit durchführte. Voraussichtlich zum letzten Mal veröffentlicht der Gebührenkompass heute die Akzeptanz- und Zufriedenheitswerte für jede Universität, die Studiengebühren erhob oder noch erhebt. Details unter www.gebuehrenkompass.de



[Gebührenkompass | weitere Pressefotos in Druckqualität](#)

Von sieben Bundesländern, die einmal Studiengebühren einführen, wollen künftig nur noch zwei daran festhalten. Die anderen fünf Bundesländer haben den Ausstieg bereits beschlossen und zum Teil auch schon vollzogen.

Den Grund dafür sieht Prof. Dr. Voeth vom Lehrstuhl für Marketing I der Universität Hohenheim in Fehlern, die schon bei der Einführung gemacht wurden und seither nicht ausgegült werden konnten: „Ein Grund für das Scheitern ist, dass die Gebühren überhastet eingeführt

und nicht immer in wirklich relevante Bereiche investiert wurden“, so der Fachmann für Marktforschung.

Bei seiner Interpretation stützt sich Prof. Dr. Voeth auf die über vierjährige Langzeitstudie „Gebührenkompass“. Seit Einführung der Studiengebühren erhebt sein Lehrstuhl im Jahresrhythmus die Akzeptanz von Studiengebühren und die Zufriedenheit der Gebührenzahler mit der Gebührenverwendung an allen betroffenen Universitäten.

Überhastete Einführung, verfehlte Investitionen

„Aus den Umfragen wissen wir, dass viele Universitäten am Anfang vor allem stark in Bibliotheksausstattung, Hörsaal-equipment etc. investierten. In unseren Umfragen erhalten diese Bereiche auch die besten Bewertungen in Sachen Zufriedenheit. Wenn wir jedoch nachfragen, welche Dinge den Studierenden wirklich wichtig sind, zeigt sich, dass diese Bereiche kaum Einfluss auf ihr Gesamturteil haben“, erläutert Prof. Dr. Voeth.

Weit oben auf der Liste stünden dagegen Verbesserungen in der Lehre durch mehr Tutorien, kleinere Gruppen oder ähnliches. Außerdem mit an der Spitze: der Wunsch nach maximaler Transparenz, was mit den Gebühren geschieht.

„Der Wunsch nach Transparenz ist den Studierenden über die Jahre sogar immer wichtiger geworden: Von 2008 bis 2011 ist ihre Wichtigkeit um 10 Prozentpunkte gestiegen“, so Prof. Dr. Voeth. Zunehmend wichtig sei den Studierenden im Zeitablauf auch das Thema Qualitätssicherung in der Lehre, z. B. über Evaluationen geworden.

Verbesserungen im Schnecken-tempo

An sich wäre es möglich gewesen, den Wünschen der Studierenden stärker Rechnung zu tragen: „Die Zufriedenheit mit der Verwendung der Gebühren und damit die Akzeptanz von Studiengebühren hätte auf einem ganz anderen Niveau starten können, wenn die Hochschulen die Zeit gehabt hätten, die Studiengebühren in Ruhe einzuführen und die Studierenden richtig einzubinden“, meint Prof. Dr. Voeth. Dann hätte die Möglichkeit bestanden, erst einmal Konzepte für die didaktisch sinnvolle Verwendung der Gebühren zu erarbeiten. „Stattdessen wurden die Gebühren überhastet eingeführt, die Informationspolitik an vielen Universitäten war dürrig und die Investitionen gingen an den Bedürfnissen vorbei.“

Ergebnis sei ein Start mit hoher Unzufriedenheit gewesen – nämlich Schulnote 4,55, wie Prof. Dr. Voeth und seine Mitarbeiter in der ersten Umfrage 2008 ermittelten. „Von so einem Punkt lässt sich die Zufriedenheit nur sehr schwer und nur in kleinen Schritten steigern.“

Was vielen Universitäten aber durchaus gelungen sei: Ab 2008 habe sich die durchschnittliche Zufriedenheit schrittweise von Schulnote 4,55 über 4,22 (2009) und 4,05 (2010) bis auf die Durchschnittsnote von 3,74 gesteigert. „Für die Akzeptanz von Studiengebühren in dieser Form war dieser Schneckengang aber wohl zu langsam.“

Detaillierte Ergebnisse für Ihre Universität vor Ort finden Sie unter: www.gebuehrenkompass.de

Text: Klebs

Kontakt für Medien:

Prof. Dr. Markus Voeth, Universität Hohenheim, Fg. BWL insb. Marketing I, Tel.: 0711/459-22925, E-Mail: voeth@uni-hohenheim.de