



Presseecho

Innovations Report, 25. Juni 2008

GEBUEHRENKOMPASS.de

Langzeitstudie "Gebührenkompass" der Universität Hohenheim zeigt: Skepsis in Hamburg besonders groß / Bayern und Baden-Württemberg verhalten optimistisch

Ab Mittwoch, 27. Juni 2007, auch für Ihre Universität vor Ort: Einzelergebnisse und Hochschulvergleiche unter www.gebuehrenkompass.de

Sie sollen die Lehre verbessern und den Studenten zum König Kunden aufwerten: In fünf Bundesländern (Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg, Bayern) sind Studiengebühren inzwischen Praxis. Doch statt Kundenzufriedenheit ernten die Gebührenländer bislang vor allem Skepsis bei ihren Studierenden: 71,2 Prozent der Gebührenzahler gehen davon aus, dass es trotz Geldbeiträgen zu keiner Verbesserung kommt. 60 Prozent der zahlenden Studierenden lehnen die Gebühren weiterhin ab und nur 14,8 Prozent konnten bereits spürbare Verbesserungen im Sommersemester feststellen. Zu diesen Ergebnissen kommt die erste unabhängige und wissenschaftlich fundierte Langzeitstudie zur Zufriedenheit von Studierenden mit Studiengebühren, deren

Detailergebnisse der Lehrstuhl für Marketing der Universität Hohenheim am kommenden Mittwoch, 27. Juni 2007, in seinem Gebührenkompass unter www.gebuehrenkompass.de präsentiert.

Als eine Ursache für dieses aus Sicht der Universitäten unerfreuliche Ergebnis macht Marktforschungsexperte Prof. Dr. Markus Voeth, Inhaber des Lehrstuhls für Marketing der Universität Hohenheim, mangelnde Erfahrung der Universitäten mit kundenorientiertem Management aus. "Unsere Vorstudien zeigten, dass Kontrolle, Mitbestimmung und Transparenz bei den vertrauensbildenden Maßnahmen ganz oben auf der Liste stehen. Doch rund 5.000 Interviews an 48 Universitäten zeigen, dass dieser Grundsatz an vielen Hochschulen noch nicht genügend berücksichtigt wird". So hätten bundesweit nur 33,6 Prozent der Befragten angegeben, über die Verwendung ihrer Studiengebühren durch ihre Universität informiert worden zu sein.

Die Detailergebnisse ihrer Studie werden Prof. Dr. Voeth und sein Team am kommenden Mittwoch, dem 27. Juni 2007, unter <http://www.gebuehrenkompass.de> veröffentlichen. Erstmals bieten die Marktforscher dabei einen Vergleich über die Zufriedenheit zwischen verschiedenen Studienfächern, Universitäten und statistisch abgesicherte Hintergründe zu Erwartungen und Zufriedenheit der Gebührenzahler.

"Interessante Trends zeichnen sich aber jetzt schon ab", verrät Joachim Pelz, einer der Projektleiter der Studie. So würde bei Studiengebühren ein eindeutiges Nord-Süd-Gefälle bestehen. Während Hamburger Studierende Studiengebühren überaus kritisch gegenüber stehen würden, sei die Zustimmung im Süden Deutschlands (Baden-Württemberg und Bayern) signifikant größer.

Hintergrund

Bei der Langzeitstudie zur Kunden-Zufriedenheit von Gebührenzahlern handelt es sich um die bislang einzige Erhebung mit wissenschaftlich fundierter Methodik: Alle Ergebnisse basieren ausschließlich auf insgesamt 4.950 Vor-Ort-Interviews, die 68 geschulte Mitarbeiter des Lehrstuhls für Marketing der Universität Hohenheim an allen 48 Universitäten mit Studiengebühren in Deutschland persönlich durchführten. Die Untersuchung stützt sich auf Vorstudien mit 40 detaillierten Tiefeninterviews und mehreren Testläufen mit Hunderten von Studierenden. Möglich wird diese kostenintensive Erhebung durch die finanzielle Unterstützung des Projektes durch die GfK, Nürnberg und MLP. Details zur Methodik ebenfalls unter <http://www.gebuehrenkompass.de>

Quelle: innovations-report.de

© Universität Hohenheim, Lehrstuhl für Marketing, Prof. Dr. Markus Voeth (2008). <http://www.marketing.uni-hohenheim.de>