

UNIVERSITÄT HOHENHEIM

PRESSE UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Telefon: +49(0)711 459-22001/22003
Fax: +49(0)711 459-23289
E-Mail: presse@uni-hohenheim.de
Internet: <http://www.uni-hohenheim.de>



27.06.2007

PRESSEMITTEILUNG

Studiengebühren: Universität Hohenheim erhöht Transparenz

Hochschulleitung reagiert auf Studie des Lehrstuhls für Marketing

Künftig Kennzeichnung aller Maßnahmen und Überblick im Web

Ein Aufkleber „finanziert aus Studiengebühren“ soll künftig alle Bücher, PCs, Beamer oder Laborgeräte kennzeichnen, die dank der neuen Studiengebühren angeschafft wurden. Mit dieser Maßnahme will die Hochschulleitung der Universität Hohenheim noch transparenter machen, wie die rund 2,2 Mio. Euro pro Semester für verbesserte Studien- und Lehrbedingungen eingesetzt wurden. Im aktuellen Sommersemester flossen die höchsten zentralen Investitionen für eine verbesserte Technik in den Hörsälen und Computerräumen sowie den Lehrbuchetat der Bibliothek.

Bei allen Entscheidungen hatte das Rektorat Studierendenvertreter aus allen Fakultäten eingebunden und alle Protokolle der Kommission Studiengebühren im Internet veröffentlicht. Mit der jüngsten Maßnahme reagierte die Hochschulleitung auch auf eine Studie des Hohenheimer Lehrstuhls für Marketing, wonach Transparenz eines der wichtigsten Zufriedenheitskriterien von Gebührenzahlern sei.

Der runde Kreis ist dem offiziellen Universitäts-Siegel nachempfunden: Umlaufend trägt er die Inschrift „Universität Hohenheim“, im Zentrum die Aufschrift „aus Studiengebühren finanziert“. Ein Zeichen, dem Hohenheimer Studierende bald öfter begegnen werden. „Künftig soll jedes Gerät und jedes Lehrbuch, das wir dank Studiengebühren zusätzlich anschaffen konnten, dieses Signet als Aufkleber oder Ex-Libris tragen und sichtbar machen, wo wir die Lehre mit dem Geld der Studierenden verbessern konnten“, verdeutlicht der Rektor der Universität Hohenheim, Prof. Dr. Hans-Peter Liebig. Prinzipiell sei es auch möglich, Tutorien, die nur dank der Gebühren eingerichtet wurden, durch einen Zusatz im Vorlesungsverzeichnis zu kennzeichnen.

Dabei waren Transparenz und Mitbestimmung von Anfang an wesentliche Bestandteile der Entscheidung um die Verwendung von Studiengebühren. „Für uns gehört die Beteiligung der Studierenden zum grundlegenden Selbstverständnis“, sagt Liebig. Die war im Hohenheimer Modell bereits fest vorgesehen, bevor das Landeshochschulgebührengesetz das Benehmen mit den Studierenden vorschrieb. Als Hilfestellung hatte das Rektorat den vier gewählten Studierendenvertretern eine Kommission mit einem Vertreter der Zentralen Studienbetreuung, drei Fachstudienberatern, drei Studiendekanen und der Prorektorin für Lehre beratend zur Seite

gestellt, um Vorschläge für die Verwendung der Studiengebühren zu erarbeiten.

Demnach verteilen sich die größten Posten aus den rund 600.000 Euro der zentralen Mittel des laufenden Sommersemesters vor allem auf die technische Ausstattung der Hörsäle, neue Lehrbücher für die Unibibliothek und die Verbesserung der EDV-Ausstattung. Darüber hinaus wurden 240.000 Euro verwendet, um eine schnelle Verbesserung der Studienbedingungen an der Universität Hohenheim zu erzielen. Schwerpunkt war hier insbesondere die Verbesserung der zentralen Studienbetreuung. Alle Fakultäten investieren in die Optimierung der Studien- und Lehrbedingungen für ihre Studierenden. Die Fakultät Naturwissenschaften nutzt die größten Posten der ihr zur Verfügung stehenden 338.000 Euro vorrangig für Laborausstattungen und die Verbesserung der Praktika. Die Fakultät Agrarwissenschaften verbessert insbesondere die Betreuung der Studierenden sowie die technische Ausstattung, insgesamt erhält sie 382.000 Euro. Die Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften setzt ihre Gelder (643.000 Euro) vorrangig für die Optimierung der Betreuung der Studierenden und ihre Fakultätsbibliothek ein.

Für hochschulinterne Diskussion hatte dabei der Verteilungsschlüssel gesorgt. Demnach werden 30 Prozent der Gebühren für zentrale Bereiche verwendet und 70 Prozent an die drei Fakultäten weitergegeben: 50 Prozent der Gesamtsumme verteilen sich dabei gemäß der Studierendenzahl, wovon vor allem die Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften mit rund der Hälfte aller Studierenden profitiert. 15 Prozent der Gesamtsumme verteilt sich im Verhältnis 2:2:1 auf die Studiengänge der Fakultäten Naturwissenschaften, Agrarwissenschaften sowie Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, was den höheren Ausbildungskosten der ersten beiden Rechnung trägt. Die übrigen fünf Prozent stehen allen Fakultäten in gleichen Teilen als freie Manövriermasse zur Verbesserung der Studien- und Lehrbedingungen zur Verfügung.

„Mit diesem differenzierten Schlüssel haben wir bewusst einen Ansatz gewählt, der dem Gedanken als Voll-Universität Rechnung trägt, bei der jede Fakultät von der verbesserten Lehre aller Universitätsteile profitiert – ähnlich, wie wir auch in der Forschung vor allem mit unseren fakultätsübergreifenden Konzepten erfolgreich sind“, begründet Rektor Prof. Dr. Liebig. Anfang des Monats wurde der Verteilungsschlüssel durch den Universitätsrat einstimmig bestätigt. Er legte zudem fest, dass Anfang 2008 eine Evaluation der Mittelverwendung erfolgt. Die Laufzeit des Verteilungsschlüssels beträgt derzeit ein Jahr, danach sollen die Erfahrungen ausgewertet und mit anderen Universitäten verglichen werden. Je nach Ergebnis wird der Schlüssel dann gegebenenfalls geändert werden.

Zwischenzeitlich hatte der Lehrstuhl für Marketing der Universität Hohenheim als Teil einer neuen Langzeitstudie zur Kundenzufriedenheit von Gebührenzahlern auch in Hohenheim Interviews durchgeführt und Ergebnisse präsentiert, wonach Mitbestimmung und Transparenz ganz oben auf der Wunschliste der Studierenden stand. „Für uns wurde dabei auch deutlich, dass der Kenntnisstand über das, was mit den eigenen Gebührengeldern passiert, auch in Hohenheim noch verbesserungsfähig ist“, sagt Rektor Prof. Dr. Liebig. „Mit dem neuen Signet und der weiterhin gepflegten Internetseite www.uni-hohenheim.de/studiengebuehren verfolgen wir deshalb auch das Ziel, zu einem besseren Kenntnisstand und größerer Zufriedenheit unserer Studierenden beizutragen.

Kontaktadresse (nicht zur Veröffentlichung):

Johanna Lembens-Schiel, stellvertretende Pressesprecherin, Zentrales Marketing, Universität Hohenheim
Tel.: 0711 459-24231, E-Mail: presse@uni-hohenheim.de