

Externe Qualitätssicherung als Instrument für Verbraucherschutz, Produktsicherheit, Strategieentwicklung und Marketing



Monika Schröder
Henning Dettleff

Qualitätsmanagement und (externe) Qualitätssicherung haben insbesondere in der Industrie eine lange Tradition. Das Streben nach Qualität ist auch den Hochschulen ein wichtiges Anliegen. Externe Qualitätssicherung wird in Deutschland jedoch vielfach mit Akkreditierung im Sinne einer formalen Prüfung anhand externer Vorgaben gleichgesetzt. Dieser Beitrag stellt Bezüge zur (externen) Qualitätssicherung in der Unternehmenswelt wie auch im beruflichen Bildungswesen her, um den Blick auf weitere Funktionen und Nutzungsmöglichkeiten zu lenken. Dazu wird diskutiert, welche Instrumente eher dem Verbraucherschutz, der Produktsicherheit, der Strategieentwicklung oder dem Marketing dienen können. Die Autoren reflektieren dazu ihre langjährigen Erfahrungen im Hochschul- und Unternehmensbereich. Für den Hochschulbereich werden verschiedene Instrumente verpflichtender und freiwilliger Qualitätssicherung unterschieden und im Hinblick darauf untersucht, für welche Zwecke Qualitätsprüfungen nützlich sind und wo sie innerhalb oder außerhalb der Hochschulen eingesetzt werden.

Gliederung	Seite
1. Grundlagen: Elementare Zwecke externer Qualitätssicherung	2
2. Externe Qualitätssicherung in Unternehmen	3
3. Externe Qualitätssicherung in der beruflichen Bildung	7
4. Verpflichtende Instrumente der externen Qualitätssicherung in der Hochschulbildung	11
5. Freiwillige Instrumente der externen Qualitätssicherung in der Hochschulbildung	19
6. Fazit	24

Einordnung des Beitrags auf der Webseite und für die weitere Nutzung des Loseblattwerks

Signatur: A 2.8

Hauptkapitel A: Einforderung von Qualität: Politische Rahmenbedingungen und Ziele / **Unterkapitel A 2:** Politische Ziele und grundlegende rechtliche Instrumente

Die PDF-Fassung des Beitrags finden Sie mit Hilfe dieser Angaben unter www.hqsl-bibliothek.de im Ordner *Inhalte* unter *Details*, *Abstracts*, *Downloads*. Kunden, die das Handbuch weiterhin in den zugehörigen Ordnern pflegen, entnehmen bitte den kompletten Beitrag und fügen ihn wie gewohnt unter obengenannten Angaben ein.

1. Grundlagen: Elementare Zwecke externer Qualitätssicherung

Unter externer Qualitätssicherung im Hochschulbereich wird vielfach allein die Akkreditierung verstanden, die in Deutschland erst auf eine relativ kurze Geschichte zurückblickt. Daneben bestehen noch weitere obligatorische Formen der Prüfung, ob Qualitätsstandards verschiedener Art an Hochschulen eingehalten werden. Private Hochschulen unterziehen sich regelmäßig der institutionellen Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat, Fernstudiengänge werden vorab durch eine staatliche Stelle geprüft. Schließlich lassen viele Hochschulen sich auch freiwillig extern prüfen und ggf. zertifizieren, insbesondere in Form zusätzlicher Akkreditierungen, Evaluationen oder im Rahmen der Teilnahme an einem Ranking oder Rating.

Externe Qualitätssicherung gleichermaßen im Interesse von Kunden und Anbieter

Externe Qualitätssicherung blickt außerhalb des Bildungsbereichs bereits auf eine wesentlich längere Geschichte zurück. Auch im Wirtschaftsleben gibt es obligatorische und freiwillige Formen der Prüfung und ggf. Zertifizierung. Die Etablierung von Qualitätssicherung erfolgt

- zum einen im vorrangigen Interesse der Kunden: Sie benötigen Gewissheit über die Qualität eines Produkts, um auf verlässliche Information gestützt rationale Auswahlentscheidungen treffen zu können, bzw. haben ein großes Interesse an der Erfüllung definierter Mindeststandards, um sicher zu sein, dass ein bestimmter erwarteter Erfolg auch eintritt und Risiken ausgeschlossen sind (Verbraucherschutz und Produktsicherheit);
- zum anderen im vorrangigen Interesse des Unternehmens: Die Anbieter erhalten wichtige Informationen über sich, ihre Produkte und deren Position am Markt, um ihren wettbewerblichen Standort und Entwicklungsdesiderate zu identifizieren (Strategieentwicklung), und sie können positive Ergebnisse in der externen Kommunikation einsetzen (Marketing).

In diesem Artikel sollen die Funktionen der externen Qualitätssicherung zunächst außerhalb des Hochschulbereichs – im Wirtschaftsleben und in der beruflichen Bildung – erörtert werden, um dann zu prüfen, welche Rolle die verschiedenen Instrumente der externen Qualitätssicherung an Hochschulen für den „Verbraucherschutz“ und die „Produktsicherheit“ einerseits, die Strategieentwicklung und das Marketing andererseits haben.

2. Externe Qualitätssicherung in Unternehmen

2.1 Die Rolle von Verbraucherschutz und Produktsicherheit

Verbraucherschutz ist ein Thema von wachsender politischer und juristischer Bedeutung. Alle Regelungen beruhen auf der „Annahme einer rollentypischen Ungleichgewichtslage zwischen Unternehmer und Verbraucher“¹: Der durchschnittliche Kunde habe weder ausreichende Informationen noch die notwendige Expertise, um Nutzen und Risiken von Produkten oder Dienstleistungen in voller Breite einschätzen und abwägen zu können. Er könne daher seine Interessen nicht adäquat wahrnehmen und unterliege der Gefahr, durch einen unvorteilhaften Vertragsschluss benachteiligt zu werden. Dies rechtfertige staatliche Eingriffe, insbesondere in Form einer Verpflichtung der Unternehmen zur Einhaltung bestimmter Standards in der Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen (z. B. Informationspflichten in Form von Warnhinweisen) sowie in der Gewährleistung kundenfreundlicher Verfahren etwa bei Mängeln oder in Haftungsfällen.

Verbraucherschutz dient der Information der Kunden und dem Interessenausgleich

Erschwerend kann hinzukommen, dass bestimmte Produkte und Dienstleistungen von Unternehmen nicht nur zu – grundsätzlich heilbaren – Nachteilen, sondern zu irreparablen Schäden für die Verbraucher oder sogar die Allgemeinheit führen können. Evident ist dies in Wirtschaftszweigen, in denen ein Schaden zu Gefahr für Leib und Leben führt, etwa in der Luftfahrt, der atomaren Energieerzeugung, der pharmazeutischen Industrie oder in der Krankenpflege. In solchen Fällen besteht ein individuelles und kollektives Interesse daran, dass nicht nur der Schadensfall im Sinne des Verbrauchers geregelt, sondern ein Schaden möglichst bereits unterbunden wird, bevor er eintritt. Hierzu besteht eine umfangreiche Regulierung mit dem Ziel einer hohen Produktsicherheit. Einschlägige Vorschriften beziehen sich in erster Linie auf die Herstellung, Gestaltung und Entsorgung von Produkten.

Produktsicherheit wichtig zur Abwendung von Schäden für Kunden und Allgemeinheit

Die Anforderungen des Verbraucherschutzes wie auch der Produktsicherheit sind für die jeweils betroffenen Unternehmen verbindlich in ihren Betriebsabläufen zu berücksichtigen. Externe Qualitätssicherung dient in diesem Sinne der Überprüfung extern vorgegebener Mindeststandards. Unternehmen haben hierfür verschiedene Gründe:

Gründe für externe Qualitätssicherung zum Zweck des Verbraucherschutzes und der Produktsicherheit

¹ Roth, S. 10.

A 2.7 Einforderung von Qualität: Politische Rahmenbedingungen und Ziele

Politische Ziele und grundlegende rechtliche Instrumente

- **Rechtliche Gründe:** Bestimmungen zum Verbraucherschutz und zur Produktsicherheit sind zum großen Teil in Gesetzen formuliert und damit verbindlich.
- **Ökonomische Gründe:** Wo hohe Produktrisiken und ein ausgeprägter Verbraucherschutz bestehen, sind die Kosten aus Reklamationen und Schadensbehebung besonders hoch. Ihre Vermeidung rechtfertigt daher ggf. auch höhere Ausgaben für Qualitätssicherung.
- **Ethische Gründe:** Selbst wenn die Reklamationsrisiken überschaubar sind oder keine konkrete gesetzliche Verpflichtung besteht, verstehen Anbieter den Schutz ihrer Kunden in der Regel als Teil ihrer Verantwortung. Ethische Standards sind teilweise auch in Berufscodizes niedergelegt, z. B. für Ärzte.
- **Wettbewerbliche Gründe:** Ist ein Produkt schadensträchtig und wird dies bekannt, kann dies den Verlust von Vertrauen in das Produkt und den Produzenten hervorrufen und dies den Markterfolg nachhaltig beeinträchtigen, und zwar nicht nur hinsichtlich des betreffenden Produkts.

Die Gewährleistung von Verbraucherschutz und Produktsicherheit wird im Allgemeinen als selbstverständlich eingestuft. Seitens der Unternehmen ist dies daher kaum zu Werbezwecken einsetzbar. Das gilt insbesondere dann, wenn eine gesetzliche Verpflichtung hierzu vorliegt, die in gleicher Weise für alle Mitbewerber gilt. Dennoch gibt es Konstellationen, unter denen die Beachtung von Regeln des Verbraucherschutzes und der Produktsicherheit zum Vorteil des Unternehmens extern kommuniziert wird. Diese Kommunikationsstrategie bietet sich gerade dann an, wenn

Verpflichtende Qualitätssicherung auch im Marketing einsetzbar

- unter den Kunden ein besonders ausgeprägtes Sicherheitsbedürfnis besteht, etwa bei Produkten für Kinder (Spielzeug, Kleidung);
- das Produkt und seine Wirkung so komplex sind, dass ihre Implikationen von Laien nicht beurteilt und Schäden oder Nichtnutzen daher nur schwer reklamiert werden können, etwa bei Medikamenten oder Bildungsmaßnahmen;
- Zweifel an der Einhaltung einschlägiger Vorschriften durch das Unternehmen, die gesamte Branche oder sogar ein generelles Misstrauen bestehen.

Die Verpflichtung wird in solchen Fällen nach außen meist als quasi freiwillige Leistung des Unternehmens dargestellt, der mit besonderer Gewissenhaftigkeit nachgegangen werde. Sätze wie „Wir unterziehen unsere Produkte regelmäßig strengen Qualitätskontrollen“ finden sich durchaus regelmäßig in der Werbung und geben dem werbenden Un-

ternehmen ein kundenfreundliches und vertrauenswürdiges Image – auch dann, wenn diese strengen Qualitätskontrollen gesetzlich vorgeschrieben sind.

Insgesamt lassen sich also Maßnahmen der Qualitätssicherung zum Zweck des Verbraucherschutzes und der Produktsicherheit durchaus auch öffentlichkeitswirksam einsetzen. Der explizite Verweis auf die Einhaltung der Standards versichert den Verbraucher seiner Rechte, bestärkt ihn in seinen Erwartungen und gibt ihm ein Sicherheitsgefühl beim Konsum des Produkts. Die öffentliche Dokumentation der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften reduziert auch das Risiko im Schadensfall, da dann ein schneller Verweis auf verantwortungsvolles Handeln möglich ist und der Eintritt des Schadens als seltene Ausnahme dargestellt werden kann.

2.2 Die Rolle von Marketing und Strategieentwicklung

Viele Unternehmen entscheiden sich für eine Qualitätssicherung über den (gesetzlich) vorgeschriebenen oder doch als Mindestmaß allgemein erwarteten Rahmen hinaus und lassen sich dies auch extern zertifizieren. Solche freiwilligen Maßnahmen können zum einen – in Fortsetzung der oben beschriebenen Funktion der Qualitätssicherung für den Verbraucherschutz und die Produktsicherheit – auf ein überdurchschnittliches Engagement für diese Ziele hindeuten. In der externen Kommunikation eignet sich das als Botschaft gerade dann, wenn bei den (potenziellen) Kunden ein gesteigertes Sicherheitsbedürfnis besteht. Wenn auch die Mitbewerber offen auf die Erfüllung der verbindlichen Standards hinweisen, führt eine Übererfüllung zu einer Abgrenzung und sichert dem jeweiligen Unternehmen daher einen Wettbewerbsvorteil. Beispiele sind die Durchführung vertiefender (freiwilliger) klinischer Studien für Kosmetika.

Die geprüfte und dokumentierte Sicherung einer überdurchschnittlichen Qualität spielt jedoch bei weitem nicht nur im Rahmen von Verbraucherschutz- und Sicherheitserwägungen eine Rolle, sondern wird in der externen Unternehmenskommunikation zumeist wesentlich breiter als Argument für das Unternehmen eingesetzt. Die Motive lassen sich in drei Kategorien einteilen:

- In manchen Branchen wird eine bestimmte Form der zertifizierten Qualitätssicherung von dominanten Marktteilnehmern verlangt. So müssen Zulieferunternehmen in der Automobilindustrie meist eine ISO-Zertifizierung nachweisen, um Aufträge zu erhalten. Andere Unternehmen definieren als Voraussetzung für eine Zusammenarbeit den Nachweis, dass bestimmte ökologische oder soziale Kriterien eingehalten werden, um damit die Erfüllung von Standards in der gesamten Herstellungskette nachweisen zu können. Bei solchen

**Gründe für
freiwillige externe
Qualitätssicherung**

A 2.7 EINFORDERUNG VON QUALITÄT: POLITISCHE RAHMENBEDINGUNGEN UND ZIELE

Politische Ziele und grundlegende rechtliche Instrumente

Fällen ist die Einhaltung und Dokumentation von Qualitätsstandards zwar grundsätzlich freiwillig und wird auch so extern kommuniziert. Sie ist aber zugleich ökonomisch geboten und manchmal sogar für den Fortbestand des Unternehmens essenziell.

- Viele Unternehmen dokumentieren durch eine freiwillige Zertifizierung ihrer Qualitätssicherungsaktivitäten ein überdurchschnittlich hohes Qualitätsniveau ihrer Waren bzw. Dienstleistungen oder ihrer Betriebsabläufe. Sie erhöhen dadurch ihre Reputation am Markt gerade bei Kunden und Partnern, die auf die zertifizierten Qualitätsaspekte großen Wert legen. Neben klassischen Zertifizierungen des Qualitätsmanagementsystems gehören hierzu auch solche der Umwelt- und Sozialverträglichkeit und der Rekrutierungs- und Personalprozesse (z. B. auf Familienfreundlichkeit).
- Schließlich gibt es auch Formen der Qualitätszertifizierungen, die vor allem auf hohe Markenbekanntheit und strikte Exklusivität setzen und den Zertifikatsinhabern auch dadurch Reputation verleihen, dass sie deren Kreis begrenzen. Klassisch gehört hierzu der „Hoflieferant“, eine Auszeichnung, mit der ältere Unternehmen nach wie vor werben. Doch auch bei modernen Luxusprodukten spielt die Exklusivität eine große Rolle, etwa bei der Autorisierung von Verkaufsstellen. Die Qualitätskriterien selbst sind in den meisten Fällen nicht bekannt und oft nicht einmal dokumentiert.

Unabhängig davon dienen freiwillige Aktivitäten der Qualitätssicherung und ihre externe Begutachtung und Zertifizierung oftmals auch internen Zwecken der Strategieentwicklung und werden von den Unternehmen nicht nach außen kommuniziert. Die folgenden Unternehmensziele können damit u. a. verfolgt werden:

- Identifizierung von Kostentreibern: Qualitätsmängel führen ggf. zu einem höheren Ausschuss. Durch eine Prüfung der Betriebsabläufe lassen sich zudem Potenziale für eine Steigerung der Effektivität und Effizienz identifizieren.
- Identifizierung von Erfolgsmodellen: Durch ein Benchmarking können Unternehmen eigene Produkte, Prozesse und Strukturen mit denen der Mitbewerber vergleichen und hieraus Verbesserungsmöglichkeiten ableiten.
- Schaffung einer Qualitätskultur: Unternehmen können externe Qualitätsprüfungen auch als pädagogisches Instrument einsetzen, um die Aufmerksamkeit der Mitarbeiter für Qualitätsthemen zu erhöhen und durch die Setzung eines konkreten Ziels (Zertifizierung) die Motivation zur Mitwirkung zu steigern.

2.3 Akteure der externen Qualitätssicherung

In der externen Überprüfung und ggf. Zertifizierung von Qualitätsstandards bei Unternehmen sind unterschiedliche Akteure tätig:

- Die Einhaltung gesetzlich vorgeschriebener Standards wird vielfach direkt durch staatliche Aufsichtsbehörden kontrolliert. In manchen Feldern finden Beleihungen privatrechtlicher Organisationen statt, so z. B. bei der externen Prüfung der Fahrtauglichkeit von Kraftfahrzeugen durch den TÜV.
- In gesellschaftlichen Teilsystemen mit einem hohen Grad der Selbststeuerung finden die Setzung und Durchsetzung von Standards teilweise systemimmanent statt. So sieht die Berufsordnung für deutsche Ärzte die Verpflichtung vor, die von der Ärztekammer eingeführten Maßnahmen zur Sicherung der Qualität der ärztlichen Tätigkeit durchzuführen (§ 5 MBO-Ä 1997).
- Externe Qualitätsprüfungen können auch von Kunden, Lieferanten oder anderen Geschäftspartnern (z. B. Franchisegebern) vorgenommen werden. Sie prüfen in der Regel, ob die Voraussetzungen für die Aufnahme von Geschäftsbeziehungen vorliegen.
- Gerade freiwillige Formen externer Qualitätssicherung erfolgen zumeist durch hierauf spezialisierte Agenturen und Institute. Für viele Zertifizierungen (z. B. nach ISO) benötigen diese ihrerseits eine Zulassung, die ihnen die hierfür notwendige Kompetenz bescheinigt.
- Erfolgt die Qualitätsprüfung vor allem für Zwecke der Strategieentwicklung, kommen hierfür auch Unternehmensberatungen in Frage.
- Daneben gibt es auch fremdgesteuerte Formen der externen Qualitätsprüfung, die nicht vom Unternehmen gelenkt werden und ihm in manchen Fällen nicht einmal bekannt sind. Hierzu gehört die Produktprüfung durch die Stiftung Warentest oder durch Journalisten.

3. Externe Qualitätssicherung in der beruflichen Bildung

Bildungsangebote sind in mancherlei Hinsicht mit anderen Dienstleistungen vergleichbar, weisen jedoch Spezifika auf, die auch für die Sicherung ihrer Qualität von Bedeutung sind.

Besonderheiten in der Qualitätssicherung von Bildungsdienstleistungen

Bei Bildungsangeboten sind die Möglichkeiten des Verbraucherschutzes beschränkt, soweit es um die Folgen mangelhafter Leistungen geht. So kann man in Anspruch genommene Leistungen weder zurückgeben noch umtauschen, und vor allem kann man bei ausbleibendem Erfolg die unnütz vertane Lebenszeit nicht zurückgewinnen; das Instrument der Gewährleistung im Rechtssinne entfällt daher weitgehend, sieht man von der vereinzelt wohl in Betracht kommenden Möglichkeit ab, Erstattung etwaiger Studienkosten zu verlangen. Für Interessenten ist es zudem im Allgemeinen schwierig, die Qualität des Angebotes vorab einzuschätzen, denn eine klare Vorstellung entsteht vielfach erst im „Bildungserlebnis“ selbst. Wegen unterschiedlicher fachinhaltlicher, didaktischer und pädagogischer Ansätze ist außerdem die Vergleichbarkeit zwischen verschiedenen Anbietern nur bedingt gegeben. Bildung selbst schließlich ist ein hochkomplexes Konstrukt, das nicht nur von äußeren Umständen beim Anbieter, sondern auch von der Interaktion zwischen Lehrenden und Lernenden abhängt. Bei vielen, und vor allem bei längeren Bildungsmaßnahmen sind auch die Wirkungen vielschichtig, so dass keine unmittelbaren Ursache-Wirkungs-Beziehungen hergestellt werden können und mögliche individuelle Schäden aufgrund von Qualitätsmängeln auf Anbieterseite daher kaum belegbar sind. Um Bildungsteilnehmer zu schützen, kommen daher vor allem Informations- und interne Kontrollpflichten der Anbieter sowie Methoden der externen Prüfung in Frage, die das Auftreten von Fehlern so weit wie möglich vorab ausschließen.

Zwar bestehen bei schlechten Bildungsangeboten in der Regel keine unmittelbaren Gefahren für Leib, Leben und öffentliche Sicherheit, doch sind die Langzeitfolgen sowohl für den Einzelnen als auch die Allgemeinheit schädlich. Aus diesem Grund besteht ein hohes Bedürfnis nach Verlässlichkeit der intendierten Bildungswirkungen insbesondere dann, wenn es sich um langfristige und biografisch bedeutende Bildungsmaßnahmen handelt. Insgesamt ist daher in den letzten Jahren und Jahrzehnten ein wachsender Bedarf an externer Überprüfung und Zertifizierung von Bildungsanbietern und Bildungsdienstleistungen zu beobachten.

Zunächst soll die Situation in der beruflichen Bildung beschrieben werden. Hier besteht ein deutlicher Unterschied zwischen den Mechanismen der externen Qualitätskontrolle im regulierten Bereich der Aus- und Fortbildung auf der einen und dem freien Weiterbildungsmarkt auf der anderen Seite.

3.1 Berufliche Aus- und Fortbildung

Die Qualitätssicherung der beruflichen Aus- und Fortbildung erfolgt auf drei Ebenen, nämlich „durch systematische Ordnungsverfahren unter Beteiligung der relevanten Akteure“, „durch öffentlich-

rechtliche Prüfungen² der Auszubildenden sowie durch verbindliche Anforderungen an Ausbildungsbetriebe und das für die Ausbildung verantwortliche Personal. Je nach Berufsfeld sind diese Regelungen im Berufsbildungsgesetz (BBiG) bzw. in der Handwerksordnung (HwO) enthalten.

Die Definition der Berufsbilder und die Erstellung der Ordnungen für die jeweilige Aus- bzw. Fortbildung erfolgen gemeinsam durch den Staat, die Sozialpartner und die zuständige Kammer. An der Erstellung bzw. Weiterentwicklung der Prüfungsordnungen wirken darüber hinaus auch Experten aus Wissenschaft und beruflicher Praxis mit. Ziel ist die Gewährleistung einer hohen Relevanz für die Berufspraxis sowie eine Ausrichtung am aktuellen Kenntnisstand der Berufsbildungsforschung und der relevanten Fachdisziplinen. Über die Einhaltung der in den Ordnungen festgelegten Ziele und Strukturvorgaben sowie sonstiger Rechtsvorschriften wachen in erster Linie die Kammern sowie die zuständigen Ministerien.

**Systematische Regeln
und einheitliche Prüfungen
zur Sicherstellung
von Qualitätsstandards**

Die Sicherung der Absolventenqualität erfolgt vor allem durch einheitliche Regelungen zu den Abschlussprüfungen. Für jeden Aus- oder Fortbildungsgang besteht eine bundesweit gültige Prüfungsordnung. Hierin definiert sind die „Kompetenzen, über die ein Absolvent/eine Absolventin nach erfolgreicher Prüfung mindestens verfügt“, die wesentlichen Prüfungsinhalte, Zulassungsvoraussetzungen und Prüfungsverfahren.³ Die Prüfungen selbst sind in ihrem Status vergleichbar mit den auch an juristischen und medizinischen Fakultäten sowie zum Teil in den lehrerbildenden Studiengängen etablierten Staatsexamina. Auch in der praktischen Umsetzung des Prüfungswesens liegt der Schwerpunkt auf der Gewährleistung der Vergleichbarkeit und Einheitlichkeit. Je Kammer gibt es einen Prüfungsausschuss, der sich aus sachverständigen und betriebsunabhängigen Mitgliedern zusammensetzt. Die Prüfungen bestehen oft aus den gleichen Prüfungsfragen bzw. Prüfungsaufträgen und haben einen identischen Aufbau. Die Fokussierung auf die Gewährleistung eines einheitlichen und adäquaten Qualifikationsniveaus bei Abschluss geht einher mit einer hohen Flexibilität im Zugang und damit der Ermöglichung vielfältiger Bildungswege.

Die Qualität der beruflichen Aus- und Fortbildung wird zudem durch die Qualifikation der ausbildenden Personen sichergestellt. Sie müssen – analog zum Hochschulsektor – mindestens über das Ausbildungsniveau verfügen, auf dem sie ausbilden, und darüber hinaus angemessene Berufserfahrung vorweisen können (§ 30 Abs. 2 BBiG). Des Weiteren müssen sie über berufs- und arbeitspädagogische Kompetenzen verfügen, die in der Ausbildereignungsverordnung (AEVO) genauer

² BIBB, S. 5.

³ Ebd., S. 2.

beschrieben werden und im Rahmen einer Prüfung nachzuweisen sind. Schließlich muss auch der Betrieb für eine berufliche Ausbildung geeignet sein, was durch die zuständige Kammer zu prüfen ist (§ 32 Abs. 1 BBiG). Die Berufsschulen unterliegen der staatlichen Aufsicht.

Insgesamt überwiegt in der beruflichen Aus- und Fortbildung die Outcome-Kontrolle, also die externe Prüfung des erreichten Kompetenzniveaus bei Ausbildungsabschluss. Die Inputkontrolle bezieht sich auf die generelle Eignung der sächlichen und personellen Rahmenbedingungen, ist aber insgesamt im Vergleich zum Hochschulsektor eher schwach ausgeprägt. Die Regulierung der Qualitätssicherung erfolgt vor allem durch den Gesetzgeber, öffentliche Stellen sowie durch die beteiligten Akteure selbst. Dies macht deutlich, dass es in erster Linie um die Sicherung von Qualifikationsstandards und damit die Verlässlichkeit der erworbenen Bildungszertifikate geht. Für die externe Kommunikation spielt etwa die Ausbildungseignung von Unternehmen hingegen keine nennenswerte Rolle.

3.2 Berufliche Weiterbildung

Externe Qualitätssicherung in der beruflichen Weiterbildung überwiegend freiwillig

Anders als in der beruflichen Aus- und Fortbildung erfolgen externe Qualitätsprüfungen und Zertifizierungen auf dem freien Weiterbildungsmarkt zumeist freiwillig. Non-formale Bildungsdienstleistungen unterliegen nur wenigen Regularien und Beschränkungen zum Zwecke des Verbraucherschutzes und können zwischen Anbieter und Interessent grundsätzlich frei vereinbart werden.

Zur Untermauerung des Qualitätsversprechens sind Zertifizierungen aber durchaus üblich und werden von vielen Anbietern als Argument angeführt. Wie in anderen Wirtschaftszweigen, so ist auch im Weiterbildungsbereich die ISO-Norm 9001 ein weit verbreiteter Maßstab für die externe Prüfung und Zertifizierung des Qualitätsmanagementsystems. Mit der ISO 29990 liegt sogar ein eigener Standard für Anbieter von Lerndienstleistungen vor.

Für längere Fortbildungen, die eine umfängliche Weiterqualifizierung beinhalten und insofern für das berufliche Fortkommen der Teilnehmer von großer Bedeutung sind, haben vielfach die in diesem Feld tätigen Verbände und Fachgesellschaften Qualitätsstandards formuliert und bieten Zertifizierungen an. Hierdurch soll vor allem – ähnlich wie in der beruflichen Aus- und Weiterbildung – das allgemeine Qualifikationsniveau der Profession dokumentiert und sichergestellt werden, dass nur einschlägig qualifizierte Personen Zugang zum jeweiligen Berufsfeld erhalten. Beispiele hierfür sind Ausbildungen in den Bereichen Coaching, Supervision und Projektmanagement.

Gilt auf dem freien Markt der Grundsatz der Freiwilligkeit, so finden für den Bereich der öffentlich geförderten Weiterbildung strengere Regeln Anwendung. Bestes Beispiel sind die Pflichtzertifizierungen nach der Akkreditierungs- und Zulassungsverordnung Arbeitsförderung (AZAV) durch die Bundesagentur für Arbeit. Demnach „können nur solche Träger zur Einbringung von Arbeitsmarktdienstleistungen zugelassen werden, die unter anderem ihre Leistungsfähigkeit und Zuverlässigkeit nachweisen, qualifiziertes Personal einsetzen und ein System zur Sicherung der Qualität anwenden.“⁴ Die Zulassung ist für maximal fünf Jahre gültig und muss danach erneuert werden. Darüber hinaus bedarf auch jede einzelne Bildungsmaßnahme der gesonderten Zulassung, die in der Regel drei Jahre gültig ist. Die Zulassung selbst erfolgt durch sog. fachkundige Stellen. Ähnliche Bestimmungen gelten, wenn auch teilweise weniger streng, für öffentlich finanzierte Weiterbildung. Die Anerkennung als Weiterbildungseinrichtung, an der Teilnehmer im Rahmen ihres Bildungsurlaubs Angebote wahrnehmen können, setzt ebenso eine staatliche Prüfung voraus.

Verpflichtende Prüfung und Zertifizierung bei öffentlicher Förderung

Insgesamt überwiegt in der beruflichen Weiterbildung damit die freiwillige Zertifizierung mit dem Ziel der öffentlichkeitswirksamen Vermarktung von Angeboten, die durch eine externe Stelle als hochwertig eingestuft wurden. Nur im Bereich der öffentlich geförderten Weiterbildung spielen Prüfungen im Sinne des Verbraucherschutzes eine prominente Rolle, die in der Regel – über entsprechende Mitteilungen an den geförderten Teilnehmerkreis hinaus – nicht Bestandteil der externen Kommunikation sind.

4. Verpflichtende Instrumente der externen Qualitätssicherung in der Hochschulbildung

Im Folgenden werden die zentralen Mechanismen der externen Qualitätssicherung im Hochschulbereich kurz vorgestellt und zum einen daraufhin bewertet, inwiefern sie der Sicherung der Interessen der Studierenden („Verbraucherschutz“) bzw. des notwendigen Qualifikationsniveaus („Produktsicherheit“) dienen. Von einer solchen Funktion ist stets auszugehen, wenn ein Instrument staatlich verpflichtend ist und zur Feststellung der Erfüllung von Mindeststandards dient. Dies gilt für die folgenden Verfahren:

⁴ QUACERT, AZAV, www.azwv.de (2015-08-18).

1. Programmakkreditierung nach den Vorgaben des Deutschen Akkreditierungsrates;
2. Systemakkreditierung nach den Vorgaben des Deutschen Akkreditierungsrates;
3. Prüfung von Fernstudienangeboten durch die Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU);
4. Institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat.

Zum anderen wird erörtert, inwiefern diese Instrumente gleichzeitig im Sinne eines Wettbewerbsvorteils verstanden und in der externen Kommunikation als Qualitätsargument eingesetzt werden.

4.1 Programmakkreditierung gemäß Akkreditierungsrat

Prüfung akademischer Standards und struktureller Vergleichbarkeit

Das Siegel des Deutschen Akkreditierungsrats wird an einen Studiengang vergeben, wenn die durch den Rat selbst sowie die Kultusministerkonferenz (KMK) definierten Qualitäts- und Strukturanforderungen erfüllt werden. Ein zentrales Ziel der Vorgaben der KMK ist es, die Vergleichbarkeit der Studiengänge innerhalb Deutschlands zu gewährleisten und innerhalb Europas die Bologna-Ziele umzusetzen. Die Akkreditierung dient damit zum einen der akademischen Qualitätssicherung, ist zum anderen aber – gerade in den ersten Jahren der Studienreform – auch ein Instrument gewesen, mit dem die Einführung der gestuften Studienstruktur und der weiteren Ziele des Bologna-Prozesses forciert wurde.⁵

Festgestellte Mängel können zu gravierenden Folgen für die Hochschulen führen:

- Werden die Mindeststandards in mehreren wesentlichen Punkten nicht erfüllt, so darf der Studiengang nicht gestartet bzw. muss eingestellt werden.
- Sind die Standards zu einem geringen Teil nicht erfüllt, werden Bedingungen festgelegt, die innerhalb einer bestimmten Frist von maximal neun Monaten zu erfüllen sind. In der Frist müssen Mängel behoben werden, bis der Mindeststandard nachgewiesenermaßen hergestellt ist. Gelingt dies nicht, tritt der oben genannte Fall ein und der Studiengang darf nicht gestartet bzw. muss eingestellt werden.

⁵ Wissenschaftsrat, S. 49.

Die Qualitätsstandards betreffen teils das akademische Leistungsniveau als solches (z. B. Definition und Einhaltung von Qualifikationsniveaus nach dem nationalen Qualifikationsrahmen), was offenkundig als Sicherung inhaltlicher Qualität von unmittelbarem Interesse für Studierende ist. Zugleich enthalten die Qualitätsstandards auch sonstige, namentlich prozedurale Bestimmungen zum Wohl der Studierenden. So setzt die Verleihung des Siegels voraus, dass die Hochschule Regelungen für den Nachteilsausgleich vorsieht, Möglichkeiten für studentische Mobilität schafft, an anderen Hochschulen erworbene Leistungen grundsätzlich anerkennt und auf eine angemessene Arbeitsbelastung der Studierenden achtet. Durch den grundsätzlich obligatorischen Charakter des Verfahrens ist eine Schwelle definiert, die Studierende vor Angeboten schützt, die diese Bestimmungen nicht einhalten. In diesem Sinne ist die Programmakkreditierung gemäß Akkreditierungsrat ein Instrument des „Verbraucherschutzes“ vor minderwertigen Angeboten und nachteiligen Regelungen. Auch die verpflichtende Veröffentlichung der Akkreditierungsgutachten unterstützt diesen Charakter: Studieninteressierte haben dadurch Zugang zu unabhängigen Bewertungen und können sich auf diese Weise besser informieren.

**Programmakkreditierung
des Akkreditierungsrates
als Instrument des
„Verbraucherschutzes“**

Allerdings ist dieser „Verbraucherschutz“ lückenhaft. Das Akkreditierungsrats-Siegel ist zwar in den meisten Bundesländern verpflichtend, damit ein Studiengang überhaupt an den Start gehen kann. Einige Länder erlauben jedoch einen Studienstart ohne Akkreditierung oder vereinbaren mit Hochschulen sogar generelle Ausnahmen von externer Qualitätssicherung. Der „Verbraucherschutz“ müsste in solchen Fällen durch alternative Instrumente, etwa direkte staatliche Kontrolle und/oder erweiterte Informationspflichten der entsprechenden Hochschulen, erfolgen, was jedoch nicht flächendeckend der Fall ist.

Als Marketinginstrument oder Werbeargument ist das Akkreditierungsrats-Siegel nur bedingt geeignet, da die Einhaltung der allgemein verbindlichen Standards kein herausragendes Qualitätsmerkmal ist. Eine systematische Markierung überdurchschnittlicher Qualität durch die Akkreditierungsagenturen, die für Werbezwecke eingesetzt werden könnte, ist im Verfahren grundsätzlich nicht zugelassen. Erschwerend kommt hinzu, dass der Zweck der Sicherung von Strukturkonformität die Etablierung des Akkreditierungswesens als angesehenes Mittel der akademischen Qualitätssicherung von vornherein und ungeachtet seiner Qualitäten erschwert hat. In den Informationen der Hochschulen wird dennoch häufig auf die Akkreditierung Bezug genommen. Dies geschieht in der Regel durch einen schlichten Hinweis auf das Siegel des Akkreditierungsrats, oftmals mit dem Verweis auf die durchführende Agentur. Ein solcher Hinweis auf die Akkreditierung dient der öffentlichen Dokumentation, dass die Qualitätsstandards erfüllt werden, und damit der Vergewisserung der Studieninteressierten; dies zeichnet einen Studiengang dann gegenüber solchen aus, die nicht akkreditiert sind.

A 2.7 Einforderung von Qualität: Politische Rahmenbedingungen und Ziele

Politische Ziele und grundlegende rechtliche Instrumente

Bedeutung der Programmakkreditierung für die externe Kommunikation

Bestimmte Umstände können allerdings dazu führen, dass die Akkreditierung doch stärker in der externen Kommunikation verwendet wird.

- So wird eine Programmakkreditierung ohne Auflagen herausgestellt, da sie in den Augen von Studieninteressierten und potenziellen Kooperationspartnern eine überdurchschnittliche Qualität bedeuten dürfte.
- Außerdem kann ein Gutachten besonders positive Aussagen enthalten, die ebenfalls für eine überdurchschnittliche Qualität sprechen und als Zitate in der externen Kommunikation verwendet werden können. Gutachteraussagen im Akkreditierungsbericht haben im Marketing den Vorteil, dass es sich um unabhängige Experteneinschätzungen handelt.
- Auch im Ausland kann damit geworben werden, dass alle nationalen Qualitätsanforderungen erfüllt sind, das Angebot also seriös ist.

Negative Folgen für die Außenwirkung sind besonders dann zu befürchten, wenn eine Programmakkreditierung versagt wird. Das gilt natürlich nur für Bundesländer, in denen der Studienstart vor der Akkreditierung üblich ist, anderenfalls werden negative Entscheidungen meist nicht bekannt. Denn sind bereits Studierende eingeschrieben, können diese zwar ihr Studium beenden, werden jedoch ggf. mit Nachteilen rechnen müssen.

Auflagen sind hingegen zumeist unschädlich für die Reputation der Hochschule. Dies dürfte damit zusammenhängen, dass die Programmakkreditierung nach den Vorgaben des Akkreditierungsrates den Ruf hat, auch und gerade formale Aspekte zu prüfen und die akademische Qualität weniger in den Blick zu nehmen.

Im besten Falle führen Verfahren der Programmakkreditierung zu einem fachlichen Austausch der Hochschule mit den Gutachtern des Verfahrens, die als objektive Experten einen externen Blick auf den Studiengang werfen. Insofern ist diese Form des „Peer Review“ dann auch für die Strategieentwicklung der Hochschule hilfreich.

4.2 Systemakkreditierungen gemäß Akkreditierungsrat

Anstatt ihre Studiengänge akkreditieren zu lassen, können Hochschulen auch ihre für Studium und Lehre relevanten Strukturen und Prozesse einer externen Überprüfung unterziehen. Diese sog. Systemakkreditierung ist durch entsprechende Regelungen des Akkreditierungsrates seit 2007 als Alternative zu Programmakkreditierungen möglich.

Seit 2008 sind die ersten Agenturen dafür zugelassen, die Einhaltung der hierfür definierten Standards zu prüfen und das entsprechende Siegel des Rates zu verleihen.

Mängel, die im Rahmen des Verfahrens aufgedeckt werden, führen grundsätzlich zu den gleichen Konsequenzen wie bei einer Programmakkreditierung: Sind sie gravierend, wird die Systemakkreditierung verweigert, und die Hochschule muss weiterhin jeden Studiengang einer Programmakkreditierung unterziehen. Die Öffentlichkeit erfährt hiervon allerdings kaum, da die Entscheidung keine unmittelbaren Auswirkungen auf die Studiengänge hat. Es ist allerdings davon auszugehen, dass der Reputationsschaden bei nicht erfolgreichen System-Reakkreditierungen von Hochschulen wesentlich größer sein würde. Diese stehen aber erst ab 2017 an.

Da bei der Systemakkreditierung nicht auf der Ebene des konzipierten oder bereits laufenden Studienganges, sondern auf der Prozessebene bewertet wird, haben die Hochschulen mehr Freiheiten, eigene Qualitätsmaßstäbe, allerdings nur im Rahmen der von den Regeln des Akkreditierungsrates gelassenen Freiräume, zu formulieren und umzusetzen, als bei der Programmakkreditierung. Mit erfolgreicher Systemakkreditierung geht der Akkreditierungsrat davon aus, dass die Hochschule die Einhaltung der Qualitätsstandards ihrer Studiengänge eigenständig gewährleisten kann.

**Systemakkreditierung:
Die Hochschule
garantiert den
„Verbraucherschutz“**

Da die Systemakkreditierung von der Pflicht zur Programmakkreditierung entbindet, kommt ihr grundsätzlich die gleiche Funktion des „Verbraucherschutzes“ zu. Die Aussagekraft des Siegels für die tatsächlichen „Verbraucher“ ist jedoch eingeschränkt. Für Studieninteressierte und Arbeitnehmer steht üblicherweise die Qualität der einzelnen Studiengänge, weniger „das interne Qualitätssicherungssystem einer Hochschule im Bereich von Studium und Lehre“ im Vordergrund.⁶ Gerade Studieninteressierte, die im Hochschulsystem am ehesten die Rolle des „Verbrauchers“ haben, müssen sich bei systemakkreditierten Hochschulen darauf verlassen, dass diese alle für die Programmakkreditierung geltenden Bestimmungen bei der Gestaltung und Durchführung ihrer Studiengänge tatsächlich einhalten. Gerade hinsichtlich der Informationen, die systemakkreditierte Hochschulen über die Qualität ihrer Studiengänge zur Verfügung stellen, gibt es jedoch große Unterschiede. In den seltensten Fällen sind diese vergleichbar mit den Gutachten der Programmakkreditierung. Insofern bleibt der „Verbraucherschutz“ in diesem Punkt hinter der Programmakkreditierung zurück. Um hier die Transparenz zu erhöhen und damit die „Verbraucherschutz“-Funktion zu verbessern, könnten zukünftig Standards für die Qualität der Informationen, die systemakkreditierte Hochschulen der Öffentlichkeit zur Verfügung stellen müssen, festgelegt werden.

⁶ Akkreditierungsrat, S. 18.

A 2.7 **Einforderung von Qualität: Politische Rahmenbedingungen und Ziele**

Politische Ziele und grundlegende rechtliche Instrumente

Systemakkreditierung als Marke für professionelles Qualitätsmanagement

Für die Hochschulen selbst ist die erfolgreiche Systemakkreditierung eine Auszeichnung, die in der Regel per Pressemeldung bekannt gegeben und an prominenter Stelle auf der Internetseite der Hochschule präsentiert wird. Es gibt bisher keine Untersuchungen darüber, ob eine Systemakkreditierung einen Wettbewerbsvorteil in den Augen der Zielgruppen darstellt. Nach subjektiver Einschätzung der Autoren gilt jedenfalls in der Fachcommunity die Systemakkreditierung als Auszeichnung. Sie ist ein Beleg dafür, dass die Hochschule ihre Geschäftsprozesse und ihre Qualität im Griff hat, sie suggeriert also Verlässlichkeit und Professionalität. Systemakkreditierungen gelten vielfach als anspruchsvoller als die Programmakkreditierung. Außerdem zeichnen sich systemakkreditierte Hochschulen durch eine gewisse Exklusivität aus: Derzeit sind 35 und damit nur etwa 8 % der deutschen Hochschulen systemakkreditiert.⁷

Die Vorteile der Systemakkreditierung für Hochschulen liegen zudem in der Verbesserung interner Abläufe, dem Prozess der Qualitätsbeschreibung und -vergewisserung sowie der selbstbestimmten Steuerungsmöglichkeit zur Weiterentwicklung. Insofern ist die Funktion für die Strategieentwicklung hier tendenziell stärker ausgeprägt als bei der Programmakkreditierung.

4.3 Prüfung von Fernstudienangeboten durch die ZFU

Genehmigung von Fernstudiengängen: Verbraucherschutz gegen schwarze Schafe im Bereich der Weiterbildung

Fernstudiengänge unterliegen zusätzlich zur Akkreditierungspflicht auch dem Gesetz zum Schutz der Teilnehmer am Fernunterricht (Fern-USG). Die Einhaltung der dort formulierten Vorschriften wird durch die Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU) als zuständiger Behörde kontrolliert. Die Ergebnisse der Programmakkreditierung werden in das Genehmigungsverfahren der ZFU übernommen.

Genehmigt die ZFU einen Fernstudiengang nicht, so entstehen ähnliche Folgen wie bei einer versagten Programmakkreditierung: Der Studiengang darf nicht als Fernstudiengang angeboten werden. Da die Genehmigung stets vor dem Start erfolgt, es also noch keine Teilnehmer des Programms gibt, bleibt der Schaden innerhalb der Hochschule. Der Fortbestand der Zulassungsvoraussetzungen wird in der Regel im Abstand von drei Jahren überprüft.

Beim FernUSG handelt es sich ausdrücklich um ein Verbraucherschutzgesetz. Die staatliche Kontrolle durch die ZFU wurde eingerichtet, um

⁷ Akkreditierungsrat, Akkreditierte Studiengänge und Hochschulen, <http://www.akkreditierungsrat.de/index.php?id=akkreditierungsdaten> (Stand: August 2015); zum gleichen Zeitpunkt gab es in Deutschland 425 Hochschulen (Quelle: Statistisches Bundesamt).

die Transparenz des Marktes für Fernunterrichts-Dienstleistungen zu erhöhen, alle Anbieter einer Qualitätskontrolle zu unterziehen und die berechtigten Interessen der zahlenden Kunden – die ZFU ist nur zuständig, wenn die Angebote kostenpflichtig sind – zu schützen. Da unter diesen Voraussetzungen von einem besonderen Verbraucherschutzinteresse ausgegangen wird, müssen auch hochschulische Anbieter ihre Fernstudienangebote zusätzlich zur „normalen“ Akkreditierung einer Prüfung unterziehen lassen.

Die Genehmigung der ZFU wird kaum als werbewirksames Argument wahrgenommen und entsprechend wenig im Marketing verwendet. Nur gelegentlich findet man das Logo der ZFU auf den Seiten von Fernstudienangeboten abgebildet. Die Information, dass ein Fernstudiengang durch die ZFU zugelassen ist, erreicht damit nur selten die Studierenden oder Arbeitgeber, die Mitarbeiter weiterqualifizieren wollen.

4.4 Institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat

Die institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat, die für private und kirchliche Hochschulen verpflichtend ist, prüft „ob eine nichtstaatliche Hochschuleinrichtung in der Lage ist, Leistungen in Lehre und Forschung zu erbringen, die anerkannten wissenschaftlichen Maßstäben entsprechen. [...] Vornehmliches Ziel des Verfahrens ist sowohl die Sicherung der wissenschaftlichen Leistungsfähigkeit einer Hochschuleinrichtung als auch der Schutz der Studierenden sowie der privaten und öffentlichen Institutionen als künftige Arbeitgeber der Absolventinnen und Absolventen.“⁸ Als Kriterium wird vom Wissenschaftsrat der Maßstab der sog. Hochschulformigkeit angelegt: Private und kirchliche Hochschulen müssen in ihren Strukturen, Prozessen und in ihrer Ausstattung demnach den gleichen Anforderungen genügen, die auch an staatliche Hochschulen gestellt werden.

Prüfung der „Hochschulformigkeit“ nichtstaatlicher Hochschulen

Negative Entscheidungen bei Institutionellen Akkreditierungsverfahren durch den Wissenschaftsrat sind für die betroffenen Hochschulen meist fatal. Wenn die Defizite zu gravierend sind oder Mindestanforderungen auch innerhalb einer bestimmten Frist nicht erreicht werden, kann die Einrichtung keine Studiengänge (mehr) anbieten und somit nicht dem Zweck nachkommen, für den sie gegründet wurde. Der Reputationsschaden ist so verheerend, dass die negative Entscheidung im Endeffekt meistens zu einer Schließung führt.

⁸ Wissenschaftsrat, Arbeitsbereich Hochschulinvestitionen und Akkreditierung, <http://www.wissenschaftsrat.de/arbeitsbereiche-arbeitsprogramm/hochschulinvestitionen-akkreditierung.html> (2015-08-18).

Auch die Institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat (ebenso wie die ministerielle Genehmigung) kann als externe Qualitätssicherung deutlich dem Verbraucherschutz zugerechnet werden – der Gedanke des Schutzes von Zielgruppen wurde bereits im oben zitierten Verfahrenszweck genannt. Das Verfahren soll Vertrauen in einen noch relativ jungen Sektor des Hochschulbereichs schaffen und ist insbesondere deswegen wichtig, weil zumindest ein Teil der privaten Hochschulen mit ihren Profilen Nischen besetzt oder neue akademische Berufsbilder aufgreift und in Studiengänge umsetzt. Gerade diese „Unikate“ brauchen den Beleg der Gleichwertigkeit mit traditionellen Anbietern von Studiengängen. Bei den gewinnorientierten Hochschulen ist die institutionelle Akkreditierung zudem ein Beleg, dass das Geschäftsmodell nicht mit der akademischen Freiheit der Mitglieder und anderen akademischen Grundsätzen kollidiert.

Institutionelle Akkreditierung des Wissenschaftsrates aufwändig, aber auch werbewirksam

Die bestandene Prüfung, der sich ausschließlich nichtstaatliche Hochschulen unterziehen, wird jedoch zugleich als Gütesiegel verstanden, das der Einrichtung bescheinigt, ohne staatliche Vollfinanzierung Leistungen auf gleichem Niveau anbieten zu können wie staatliche Hochschulen. Die Akkreditierung ist also zwar für (jüngere) private Hochschulen ein Muss, wird aber auch genutzt, um im Wettbewerb mit sonstigen Bildungsanbietern die besondere Qualität auszuweisen. Differenzierungskriterium sind vor allem der Akkreditierungszeitraum (je länger, desto besser), der in der Regel zwischen drei und zehn Jahre beträgt, sowie ggf. die Tatsache, dass eine Hochschule die Akkreditierung ohne Auflagen erhalten hat. Außerdem werden oft einzelne Aussagen aus dem Gutachten zitiert, die als Beleg für Exzellenz in bestimmten Bereichen angeführt werden.

Ebenfalls für private Hochschulen gilt, dass sie der Genehmigung durch das zuständige Ministerium bedürfen, welche verfahrenstechnisch mit der Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat verbunden ist. Die staatliche Anerkennung wird meist im Hochschulportrait genannt. Hier scheint es eher um Vertrauensbildung und Beleg für die Seriosität der Einrichtung und damit die Vermeidung von Wettbewerbsnachteilen im Hochschulsektor zu gehen.

Sowohl die erfolgreiche und möglichst für einen langen Zeitraum gültige Institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat als auch die staatliche Anerkennung sind zudem im Personalmarketing privater Hochschulen wichtig. Nur sie garantieren nämlich den potentiellen wissenschaftlichen und nichtwissenschaftlichen Angestellten einen sicheren Arbeitsplatz, Entwicklungschancen und ggf. akademische Reputation.

5. Freiwillige Instrumente der externen Qualitätssicherung in der Hochschulbildung

Neben den verpflichtenden Mechanismen der externen Qualitätssicherung unterziehen sich zahlreiche Hochschulen freiwillig weiteren Qualitätsprüfungen durch externe Agenturen. Wie gezeigt wurde, nutzen Hochschulen die bisher beschriebenen Instrumente durchaus auch, allerdings nicht vorrangig, um die eigene Wettbewerbsposition zu verbessern. Mit freiwilligen Prüfverfahren und Zertifizierungen zielen Hochschulen hingegen in erster Linie auf eine Verbesserung ihrer Marktpositionierung. Bezogen auf den Bereich Studium und Lehre umfasst dieser Markt vor allem die folgenden Gruppen:

- Studierende;
- Partnerhochschulen;
- Unternehmen;
- Ministerien, Politik und (zumeist öffentliche) Fördermittelgeber.

**Die Zielgruppen
des Wettbewerbs**

Zu den freiwilligen externen Qualitätssicherungsverfahren zählen insbesondere

- freiwillige Akkreditierungen auf Studiengangs- und institutioneller Ebene;
- Evaluationen;
- Rankings und Ratings.

Wie schon für Unternehmen sowie Anbieter der beruflichen Bildung gezeigt, kann die Verbesserung der Marktpositionierung durch externe Qualitätssicherung eine interne und externe Dimension haben. Analysen des Status quo und damit verbundene Rückmeldungen über eigene Stärken und Schwächen, Bewertungen von Planungen zur strategischen Weiterentwicklung und Vergleiche mit Mitbewerbern liefern wertvolle Informationen zur internen Nutzung. Für die externe Kommunikation und das Marketing eignen sich hingegen werbewirksame Statements aus Begutachtungen, Zertifizierungen und Siegel.

**Qualitätssiegel –
Beispiel Wirtschaftswissenschaften: Beleg
für Internationalität,
Berufsbefähigung
und Wirtschaftsnähe****5.1 Freiwillige Akkreditierungen**

Zusätzliche freiwillige Programmakkreditierungen sind in Deutschland insbesondere in den Wirtschaftswissenschaften gängig. Träger wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge optieren dabei oft für die auch international angebotene Akkreditierung durch die entsprechend fachspezifisch fokussierte Agentur FIBAA, die – und wohl weil sie – über das regelhaft erwartete Akkreditierungsniveau hinausgehend auch Aussagen über besonderes Leistungsniveau eines Studienangebots trifft, namentlich im Hinblick auf Internationalität, Berufsbefähigung und Wirtschaftsnähe. Ausländischen Hochschulen ermöglicht das Verfahren zudem eine Prüfung, inwieweit die Studiengänge Bologna-konform sind und den europäischen Qualitätsstandards entsprechen. In der Außenkommunikation eingesetzt, können (potenzielle) Studierende, Partnerhochschulen und Arbeitgeber durch das Siegel erkennen, dass ein Programm international sowie an den Erfordernissen des Arbeitsmarktes ausgerichtet ist. Für die interne Verwendung liefert das Gutachten Bewertungen und Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Studienganges, insbesondere auch zu seiner Positionierung am Markt.

Auch freiwillige Verfahren zur Qualitätsprüfung auf institutioneller Ebene werden von Akkreditierungsagenturen angeboten und führen zu einem Siegel, mit dem die Hochschule nach außen dokumentieren kann, dass sie über eine funktionierende Governance und ein leistungsstarkes Qualitätsmanagementsystem verfügt und sich erfolgreich an internationalen Qualitätsstandards misst. Meist erhält die Hochschule durch das Gutachten nicht nur eine Ist-Bewertung wie in einem Systemakkreditierungsverfahren, sondern förderliche Hinweise auf Stärken und Verbesserungsmöglichkeiten.

Aus dem anglo-amerikanischen Raum kommend, haben sich in den Wirtschaftswissenschaften international Akkreditierungen der folgenden drei Organisationen etabliert:

- Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB);
- Association of MBAs (AMBA);
- European Foundation for Management Development (EFMD).

Alle drei gelten als besonders streng in der Beurteilung und werden gerade von Business Schools als besondere Auszeichnungen angestrebt. AACSB und EMFD (in Form des Qualitätslabels EQUIS) bescheinigen einer Hochschule institutionelle Exzellenz bei der Gestaltung und Durchführung von Management-Studiengängen. Die EFMD (in Form des Qualitätslabels EPAS) akkreditiert daneben auch einzelne Programme aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften. AMBA akkreditiert ausschließlich MBA-Programme. Alle diese Verfahren

sind langwierig und aufwändig. Die Zertifizierung durch AACSB, AMBA und EFMD (in Form von EQUIS) wird als „Triple Crown“ einer Business School bezeichnet.

Alle genannten Qualitätssiegel gelten als werbewirksame Auszeichnung einer Hochschule und werden zumeist direkt auf den Startseiten der Internetpräsenz platziert. Neben der Erfüllung der Qualitätsstandards dokumentiert eine Hochschule in erster Linie eine hohe Exklusivität: In Deutschland verfügen nur neun Hochschulen über eine Akkreditierung durch AACSB⁹, fünf über das EQUIS-Siegel¹⁰, fünf MBA-Studiengänge sind durch AMBA¹¹ akkreditiert; nur eine Institution in Deutschland besitzt die „Triple Crown“.¹² Diese Hochschulen richten sich zumeist in höherem Maße an ausländische Studierende, auch die erhobenen Studiengebühren scheinen mit der Existenz der Siegel zu korrelieren. AACSB und EFMD haben zudem eine explizite Netzwerkfunktion, denn für eine Akkreditierung ist eine vorherige Mitgliedschaft jeweils Voraussetzung. Auch AMBA richtet regelmäßige Konferenzen aus und gibt den Austausch zwischen Hochschulen, Unternehmen und Absolventen als Ziel an.

**AACSB, AMBA und
EQUIS: Exklusivität,
Prestige und Zugang zu
Netzwerken**

5.2 Evaluationen

Evaluationen, also systematische Bewertungen durch sachverständige Personen, können unterschiedliche Bereiche der Hochschulen umfassen. Einerseits dienen sie in Form von eigenen Auswertungen intern erhobener Daten (Umfragen zu Lehr- und Studienqualität, Workload, Berufseinstieg und Karriereverlauf etc.) der Erfüllung landesgesetzlicher Vorgaben sowie der Anforderungen von Programm- oder Systemakkreditierung, die dies als notwendigen Bestandteil der internen Qualitätssicherung einer Hochschule vorsehen. Evaluationen durch externe Sachverständige werden hingegen vor allem dazu genutzt, externe Impulse für die eigene Weiterentwicklung zu erhalten. Häufig sind sie Bestandteil oder Abschluss von Projekten, z. B. zur Wirksamkeitsbewertung von Maßnahmen im Rahmen der Förderprojekte „Qualitätspakt Lehre“ oder „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“.

⁹ AACSB, Übersicht der akkreditierten Hochschulen, <http://www.aacsb.edu/accreditation/accredited-members/> (2015-08-18).

¹⁰ Der MBA-Guide, Akkreditierung von MBA-Programmen, <http://www.mba-guide.de/dossier/mba-akkreditierung.html> (2015-08-18).

¹¹ AMBA, Business School Search, <http://www.mbaworld.com/Business-Schools/> (2015-08-18).

¹² Der MBA-Guide, Akkreditierung von MBA-Programmen, <http://www.mba-guide.de/dossier/mba-akkreditierung.html> (2015-08-18); die französische, aber auch in Deutschland staatlich anerkannte ESCP ist in allen Zahlen nicht enthalten.

A 2.7 Einforderung von Qualität: Politische Rahmenbedingungen und Ziele

Politische Ziele und grundlegende rechtliche Instrumente

Evaluationen erfüllen meist interne Zwecke

Als Hilfsmittel zur Marktpositionierung finden Evaluationen in erster Linie interne Verwendung. Sie helfen der Hochschule bei der Ermittlung von Stärken und Schwächen, geben Impulse und bieten eine Grundlage für Entscheidungen. In der externen Kommunikation werden sie vor allem im Umgang mit politischen Entscheidungsträgern, Ministerien und Fördermittelgebern eingesetzt. Positive externe Evaluationen bieten einen klassischen Beleg für eine sinnvolle Mittelverwendung bzw. eine gute Steuerungs- und Entscheidungspraxis einer Hochschule und können daher als Argument für Autonomierechte oder zusätzliche Ressourcen eingesetzt werden.

5.3 Rankings und Ratings

Neben Akkreditierungen und Evaluationen können auch Rankings und Ratings – allerdings mit Einschränkungen – im weiteren Sinne zu den Instrumenten der externen Qualitätsmessung und Zertifizierung gezählt werden. Für beide Instrumente werden (Qualitäts-)Merkmale in Indikatoren übersetzt und hierfür Kennzahlen anhand einer bestimmten Methodik erhoben.

Begriffe

Bei Rankings werden die verschiedenen Einrichtungen oder Studiengänge anhand ihrer Ergebnisse in eine Reihenfolge gebracht. Ein Platz im oberen Feld eines Rankings soll also zeigen, dass die definierten Merkmale – jedenfalls im Vergleich zu den übrigen Ranking-Teilnehmern – stark ausgeprägt sind. Bei Ratings werden die einzelnen Ergebnisse nicht im Verhältnis untereinander, sondern im Hinblick auf definierte Schwellenwerte eingeordnet und auf dieser Grundlage Aussagen darüber getroffen, in welcher Ausprägung das Merkmal tatsächlich vorliegt.

Nationale und internationale Rankings und Ratings: CHE, ARWU, QS, THE, U-Multirank

In Deutschland werden Rankings und Ratings im Bereich von Studium und Lehre unter anderem vom Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) und im Bereich der Wirtschaftswissenschaften von der „Wirtschaftswoche“ durchgeführt. Globale Hochschulrankings sind insbesondere das sog. Shanghai-Ranking bzw. Academic Ranking of World Universities (ARWU), das QS World University Ranking und das Times Higher Education (THE) Ranking. Europaweit gibt es seit 2013 zudem das von der Europäischen Kommission geförderte U-Multirank-Projekt, das umfassendere Informationen liefert und als Rating konzipiert ist.¹³

¹³ U-Multirank, <http://www.umultirank.org> (2015-08-18).

Für das CHE-Ranking wurde festgestellt, dass dieses an den Hochschulen vor allem (58 %) zur Öffentlichkeitsarbeit genutzt wird.¹⁴ Die Hochschulen gehen daher offensichtlich davon aus, dass ein gutes Ranking-Ergebnis der Einrichtung einen Wettbewerbsvorteil verschafft. Empirische Untersuchungen zum Einfluss von Rankings auf Studienentscheidungen deutscher Studieninteressierter belegen zwar eine geringe Anziehungswirkung selbst bei sehr guten Ergebnissen,¹⁵ zugleich aber eine leicht zunehmende Bedeutung.¹⁶ Ausländische Studieninteressierte greifen häufiger auf Hochschulrankings zurück¹⁷, vermutlich weil sie den deutschen Hochschulmarkt weniger gut kennen und sich in einem geringeren Ausmaß durch andere Kriterien (z. B. Nähe zum Elternhaus) leiten lassen. Auch andere Gruppen sollen durch gute Ranking-Ergebnisse erreicht werden, etwa Unternehmen sowie Ministerien, Politik und die Öffentlichkeit insgesamt. Eine gewisse Rolle dürften Rankings auch im Wettbewerb um Wissenschaftler spielen, vor allem die genannten internationalen Rankings. Denn Hochschulen belegen mit einer Spitzenplatzierung gute Forschungsbedingungen, insbesondere eine gute sächliche und finanzielle Ausstattung.

Viele Hochschulleitungen geben zudem an, das Ranking als Basis für eine Stärken- und Schwächenanalyse sowie eine Analyse der Wettbewerbssituation wie auch als Gesprächsgrundlage zwischen Hochschulleitung und Fachbereich zu nutzen. In diesem Sinne erfüllt das Instrument offenbar auch interne Funktionen – insbesondere dann, wenn die Ranking-Agentur den teilnehmenden Hochschulen vertiefende Auswertungen und Benchmarks zur Verfügung stellt.

Dem „Verbraucherschutz“ und der „Produktsicherheit“ dienen Rankings nicht. Sie erheben zwar ggf. auch für die Studierenden und andere Zielgruppen relevante Kriterien, messen Fakten und sammeln Zahlen zur Ausprägung von Merkmalen, formulieren aber keine Standards und Grenzwerte. So können Rankings nicht die Frage beantworten, ob die Nummer 10 oder 100 der Liste noch eine sehr gute Qualität garantieren kann. Etwas anders sieht dies für Ratings aus: Eine Hochschule erhält hier eine negative Bewertung, wenn sie einen bestimmten Schwellenwert unterschreitet, was von Studieninteressierten durchaus als Warnsignal aufgegriffen werden kann.

**Rankings ungeeignet für
„Verbraucherschutz“**

¹⁴ Friedrich.

¹⁵ Hachmeister et al.

¹⁶ Happ et al.

¹⁷ Ebd.

6. Fazit

Allgemeine Funktionen von Verbraucherschutz und Produktsicherheit

Während an Hochschulen erst seit relativ kurzer Zeit systematisch Instrumente der externen Qualitätssicherung eingesetzt werden, ist dies im Wirtschaftsleben – mit unterschiedlicher Ausprägung je nach Branche – schon wesentlich länger üblich. Externe Qualitätssicherung erfüllt dort verschiedene Funktionen: Zum einen soll sie einen adäquaten Verbraucherschutz und Produktsicherheit garantieren und ist daher auch in einem gewissen Rahmen gesetzlich vorgeschrieben. Zum anderen hilft sie den Unternehmen bei der Marktpositionierung, indem sie Informationen zur weiteren Strategieentwicklung liefert und ihre Ergebnisse, insbesondere in Form von Zertifizierungen und Siegeln, im Marketing eingesetzt werden können.

Funktionen im Hochschulbereich

Auch in der beruflichen Bildung sowie im Hochschulwesen erfüllen Instrumente der externen Qualitätssicherung vergleichbare Funktionen. In der grundsätzlich verpflichtenden Prüfung nach den Regeln des Akkreditierungsrates zeigt sich der Aspekt „Verbraucherschutz“ an Hochschulen insbesondere an Transparenz- und Informationspflichten sowie der Gewährleistung von Schutzbestimmungen für Studierende. Der Aspekt „Produktsicherheit“ umfasst vor allem die Verlässlichkeit des Bildungsabschlusses, die Prüfung also, ob die Qualifikationsziele am Ende des Studiums tatsächlich erreicht werden. Die obligatorischen Prüfungen durch den Wissenschaftsrat (für nichtstaatliche Hochschulen) sowie die ZFU (für Fernstudienangebote) dienen sogar ausdrücklich dem „Verbraucherschutz“.

Dennoch zeigt sich, dass selbst allgemein verpflichtende Instrumente der Qualitätsprüfung auch für andere Zwecke eingesetzt werden können. Zum einen liefern gerade die Einschätzungen der Peers der Hochschule im besten Fall gute Hinweise zur internen Weiterentwicklung. Zum anderen lassen sich Ergebnisse aber auch im Marketing nutzen. Das große Bedürfnis nach Verlässlichkeit unter Studieninteressierten (und ihren Familien), gerade angesichts des vielfältigen Angebots an Studiengängen und der hohen Komplexität von Bildungseffekten, spricht dafür, auch die Erfüllung von Mindeststandards transparent zu dokumentieren. Schließlich kann auch eine besonders gute Absolvierung eines Pflichtverfahrens – etwa eine auflagenfreie Akkreditierung oder ein besonders positives Gutachten – gut für Werbezwecke eingesetzt werden.

Insbesondere: Funktionen freiwilliger Qualitätssicherung

Freiwillige Instrumente der externen Qualitätssicherung haben ausdrücklich die Funktion, der Hochschule bei ihrer Marktpositionierung zu helfen. Hierfür kommen insbesondere freiwillige Akkreditierungen auf Programm- oder institutioneller Ebene, Evaluationen sowie die Teilnahme an Rankings und Ratings in Frage. Beim Wettbewerb um (Nachwuchs-)Wissenschaftler, aber auch um ausländische Studierende spielen international anerkannte Akkreditierungen sowie internationale Rankings eine wichtige Rolle.

Einzelne Problemfelder lassen sich in diesem Zusammenhang identifizieren:

Problemfelder

- Verbraucherschutz setzt grundsätzlich Transparenz voraus: Die Zielgruppen müssen verstehen können, worum es bei einem bestimmten „Produkt“ geht und was seine Vor- und Nachteile sind, um eine fundierte Entscheidung treffen zu können. Der Vergleich verschiedener Studiengänge an unterschiedlichen Hochschulen ist an sich bereits schwer. Die unterschiedlichen Informationspflichten für Studiengänge mit Programmakkreditierung (Veröffentlichung des vollständigen Gutachtens) und für Studiengänge an Hochschulen, die über eine Systemakkreditierung verfügen (genaue Ausgestaltung der Informationspolitik obliegt der Hochschule), tragen nicht zu einer Verbesserung der Situation für potenzielle „Verbraucher“ bei.
- Unabhängig davon setzen viele Hochschulen in ihrem Marketing vor allem auf eine diffuse, oftmals historisch entstandene und/oder auf Forschungsleistungen beruhende Reputation, um ihre Markenbildung voranzutreiben. Auch die Nutzung einer guten Position in Forschungsrankings, die kein Feedback zur Studienqualität enthalten, ist im Sinne des „Verbraucherschutzes“ jedenfalls für das Marketing von Bachelor-Studiengängen durchaus problematisch.
- Die externe Qualitätssicherung in der nichtabschlussbezogenen Weiterbildung weicht deutlich von den Regelungen für Studiengänge ab. Insgesamt gibt es nur wenige Vorgaben, die sich etwa auf Fernstudienangebote (Prüfung durch die ZFU) beziehen. Die Funktion von Instrumenten für den Verbraucherschutz bzw. die Marktpositionierung ist hier vergleichbar mit der Situation in der beruflichen Weiterbildung. Hochschulen tun hier gut daran, die Qualität ihrer Angebote von unabhängiger Seite prüfen und zertifizieren zu lassen.
- Gerade bei nichtstaatlichen Hochschulen lässt sich eine Überlappung und Akkumulierung von Prüfmechanismen im Sinne des „Verbraucherschutzes“ und der „Produktsicherheit“ beobachten. Die Institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat läuft parallel zur Akkreditierung nach den Vorgaben des Akkreditierungsrates, hinzu kommt in einigen Bundesländern eine staatliche Aufsicht, die über das an den staatlichen Hochschulen übliche Maß hinausgeht.

Externe Qualitätssicherung ist für Hochschulen durchaus mit Aufwand verbunden und wird dann am ehesten Akzeptanz finden, wenn dieser Aufwand zum Nutzen in einem angemessenen Verhältnis steht. Ergebnisse der externen Qualitätssicherung sind vielseitig einsetzbar: als Nachweis der Gewährleistung von „Verbraucherschutz“ und „Produktsicherheit“, als Feedback zu Stärken und Schwächen und damit

**Aufwand-Nutzen-
Erwägungen**

Input für die Strategieentwicklung wie auch als Argument für die Hochschule im Wettbewerb um Studierende, Partnerhochschulen, Kooperationsunternehmen und Personal. Für Hochschulen bietet es sich daher an, den eigenen Nutzen externer Qualitätssicherung durch eine geschickte Kombination dieser Funktionen zu maximieren.

Literatur

- [1] Akkreditierungsrat, 2013: Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung (Drs. AR 20/2013). Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009, zuletzt geändert am 20.02.2013.
- [2] BIBB (Bundesinstitut für Berufsbildung), 2014: Empfehlung des Hauptausschusses des Bundesinstituts für Berufsbildung vom 12. März 2014 für Eckpunkte zur Struktur und Qualitätssicherung der beruflichen Fortbildung nach Berufsbildungsgesetz (BBiG) und Handwerksordnung (HwO). Bundesanzeiger vom 7. April 2014. Online verfügbar unter <http://www.bibb.de/dokumente/pdf/HA159.pdf> (zuletzt aufgerufen 2015-08-31).
- [3] Friedrich, Julius-David, 2013: Nutzung von Rankingdaten an deutschen Hochschulen. Eine empirische Analyse der Nutzung von Hochschulrankings am Beispiel des CHE Hochschulrankings. CHE-Arbeitspapier Nr. 166.
- [4] Hachmeister, Cort-Denis; Harde, Maria; Langer, Markus, 2007: Einflussfaktoren der Studienentscheidung. Eine empirische Studie von CHE und EINSTIEG. CHE-Arbeitspapier Nr. 95.
- [5] Happ, Roland; Förster, Manuel; Zlatkin-Troitschanskaja, Olga; Oesterle, Michael-Jörg; Dötsch, Stefan, 2014: Die Signalwirkung von Hochschulrankings – eine empirische Studie unter Studienanfängerinnen/-anfängern der Wirtschaftswissenschaften. Zeitschrift für Hochschulentwicklung, Jahrgang 9, Nr. 5, S. 17–40.
- [6] Roth, Herbert, 2012: Verbraucherschutz – Entwicklungen und Grenzen. In: Lorenz, Egon (Hrsg.), Karlsruher Forum 2011: Verbraucherschutz – Entwicklungen und Grenzen (VersR-Schriften 47), S. 5–54.
- [7] Wissenschaftsrat, 2012: Empfehlungen zur Akkreditierung als Instrument der Qualitätssicherung (Drs. 2259–12). Beschluss des Wissenschaftsrates vom 25.05.2012.

Information zur Autorin und zum Autor:

Monika Schröder war von 2005 bis 2013 für die Hochschulrektorenkonferenz in deren Bologna-Projekten tätig und unterstützte Hochschulen bei der Umsetzung der Europäischen Studienreform. Seit 2014 berät sie als Projektleiterin bei FIBAA Consult.

Henning Dettleff war von 2004 bis 2007 Persönlicher Referent des Präsidenten der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg und von 2008 bis 2013 Referent für Hochschulpolitik bei der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) in Berlin. Seit 2013 ist er bei der FIBAA tätig, derzeit als Stellvertretender Geschäftsführer.