

Kundenorientierung und Wettbewerbsfähigkeit deutscher Hochschulen im Bologna-Prozess

Prof. Dr. Gerhard Peter
Hochschule Heilbronn
Rektor

Inhalt:

1. Bologna
2. Wettbewerb
3. Kunden
4. Kundenorientierung
5. Aufgabenbereiche/
Lösungsansätze
6. Qualitätssicherung
7. Anmerkung



1. Bologna

Zielsetzung:

- Einführung eines Systems leicht verständlicher und vergleichbarer Abschlüsse
- zwei Zyklen für das Studium:
 - undergraduate (3 - 4 Jahre)
 - graduate (1 - 2 Jahre)
- Einführung von Leistungspunkten (ECTS)
- Förderung der Mobilität und der Qualitätssicherung



1. Bologna

Kommentierung / Folgerungen

- leicht verständliche Abschlüsse
- vergleichbare Abschlüsse
- zwei Zyklen für das Studium:
 - undergraduate (3 - 4 Jahre)
 - graduate (1 - 2 Jahre)
- Einführung von Leistungspunkten (ECTS)
- Förderung der Mobilität
- Förderung der Qualitätssicherung

2. Wettbewerb:

Bezeichnet in der Wirtschaftswissenschaft das Streben von mindestens zwei Akteuren nach einem Ziel, wobei der höhere Zielerreichungsgrad eines Akteurs einen niedrigeren Zielerreichungsgrad des anderen bedingt. Zugrunde liegt die allgemeinere Bedeutung des Wortes Konkurrenz.

2. Wettbewerb:

Gründe für den Wettbewerb zwischen den Hochschulen:

- politischer Wille
- Differenzierung der Hochschulen
- Hochschulfinanzierung (Beispiel 2012)
- Studiengebühren
- demographische Entwicklung

2. Wettbewerb:

Wettbewerb:

kommt (läuft schon)

differenziert nach

Zahl der Studierenden

Qualifikation der Interessenten

Eliten / Forschungsqualität

3. Kunden:

- Studierende
- Bewerber
- Absolventen
- Arbeitgeber der Absolventen
- Hochschulpartner
- Mitarbeiter/Professoren

4. Kundenorientierung:

Unter Kundenorientierung werden in der Betriebswirtschaftslehre die Anteile einer Prozessorientierung und Marketingsausrichtung verstanden, mit Hilfe derer die Abhängigkeit der Unternehmen vom Kunden in den Mittelpunkt unternehmerischer Entscheidungen gestellt werden.

4. Kundenorientierung:

Kundenzufriedenheit,
 Kundenbindung,
 Customer Relationship Management,
 Service,
 Beziehungsarbeit,
 Emotionsarbeit

4. Kundenorientierung:

Mitarbeiterorientierung,
 Zielkostenrechnung,
 Clienting,
 Reklamationsmanagement.



5. Aufgabengebiete:

Studenten (1)

- Begleitung durch Dozenten und Verwaltung
- Abstimmung von Curricula
- Prüfung Anmeldung, Ergebnisse
- Information e-learning
- Infoserver
- Kommunikation Zugriff auf Infrastruktur
- Beratung (Coaching, Mentoring, Start-Up, ...)
- Auslandsaufenthalt Partnerhochschulen



5. Aufgabengebiete:

Studenten (2)

Auslandsaufenthalt Partnerhochschulen

Partnerhochschulen

Inhaltliche Auswahl

Partnerschaftsprogramme

Anerkennung von Leistungen

Doppelabschluss

joined courses

5. Aufgabengebiete:

Bewerber (1)

- zielgruppenorientiert
Differenzierung nach Fachgebiet
geschlechtsspezifisch
- qualitätsorientiert

5. Aufgabengebiete:

Bewerber (2)

Methoden:

- Internet
- Verwaltung



5. Aufgabengebiete:

Bewerber (3)

Kontakte im Vorfeld

Schnupperkurse

Kinderuni

Mechatronik für Mädchen

Think-Ing

SIA

Schule/Vorschule



5. Aufgabengebiete:

Absolventen

- Gründung von Absolventenvereinen

Verbindung zu Hochschule

Image,

Finanzierung,

Arbeitsvermittlung



5. Aufgabengebiete:

Arbeitgeber der Absolventen/Hochschulpartner

- Partnerschaft
- Information über Bologna
- Mitarbeit bei Marktuntersuchungen
- Aussagefähige Diplomzeugnisse
- Einbeziehung in die Entwicklung neuer Curricula
- Beratung laufender Studiengänge (Fachbeirat)



5. Aufgabengebiete:

Arbeitgeber der Absolventen/Hochschulpartner

- Partnerschaft
- Information über Bologna
- Mitarbeit bei Marktuntersuchungen
- Aussagefähige Diplomzeugnisse
- Einbeziehung in die Entwicklung neuer Curricula
- Beratung laufender Studiengänge (Fachbeirat)

5. Aufgabengebiete:

Mitarbeiter / Professoren

- Besoldung
- Tarifvertrag

6. Qualitätssicherung

- Akkreditierung (nationale und international)
- Evaluation
- Hochschulranking

Problemstellung zwischen

Qualität und Quantität

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**