

Wittenberg, 12. 5. 2011

Andres Friedrichsmeier
Sarah Eberhard
Silke Fürst

Neue Governance und der Wettbewerb um Sichtbarkeit

Forschungsprojekt
„Organisation und Öffentlichkeit von Hochschulen“,
BMBF-Förderlinie „Neue Governance der Wissenschaft“
2009–2012 WWU Münster/U Mannheim
Leitung Prof. Dr. Marcinkowski/Prof. Dr. Kohring

Organisation und
Öffentlichkeit
von Hochschulen
Forschungsprojekt
Westfälische Wilhelms-Universität Münster
Universität Mannheim



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

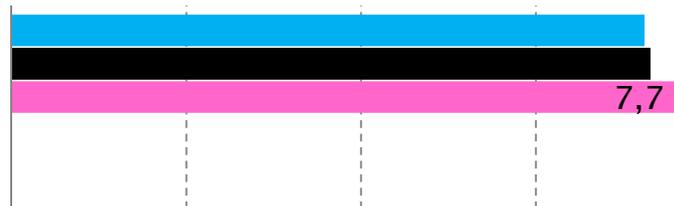
Die letzten zwei Jahrzehnte: Beobachtete Veränderungen an eigener Hochschule

(Mittelwerte)

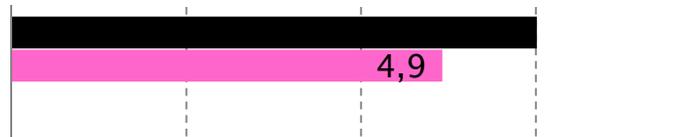
„Es wird mehr darüber gesprochen,
wie die eigene Hochschule in den Medien dargestellt wird“



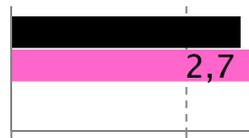
„Es wird mehr darüber gesprochen,
wie man im Vergleich mit anderen Hochschulen dasteht“



„Selbstverwaltungsgremien verlieren an Bedeutung“



„Meine Hochschule rekrutiert verstärkt
professionelle Manager für ihre Organisation“



Gar nicht 2 4 6 8 Sehr stark

■ Pressesprecher /-innen
n=174-175

■ Hochschullehrer /-innen in den Senaten
n=1007-1020

■ Hochschulleitungen
n=581-585

Befragung

265 Hochschulen

Ø 4 Mitglieder der Hochschulleitungen

Ø 7,6 Hochschullehrer/-innen im Senat

je 1 Pressesprecher/-in

vom 23.9. bis 30.11.2010

3 Fragebögen mit je 65–88 Frageitems

Rücklauf 52,5 %

1800 Datensätze

Wettbewerb und wahrnehmbare Organisationsveränderungen

Vergleich mit parallelen Reformen im sonstigen öffentlichen Sektor, hier „Das Neue Steuerungsmodell“ (KGSt 1993, S.22):

„Die neue Struktur muss jetzt »unter Strom gesetzt werden«.

Das Mittel hierzu ist der Wettbewerb.

Da [...] vom Markt kein Wettbewerbsdruck ausgeht, müssen Wettbewerbssurrogate ausreichen.

Dazu gehören der interkommunale Leistungsvergleich (»Betriebsvergleich«) sowie Vergleiche mit privaten Preisen.“

These I

Teil der beobachtbaren Veränderung ist nicht allein

**Management entlang
betriebswirtschaftlicher Kennzahlen**

sondern auch eine gewandelte gesellschaftliche Orientierung.

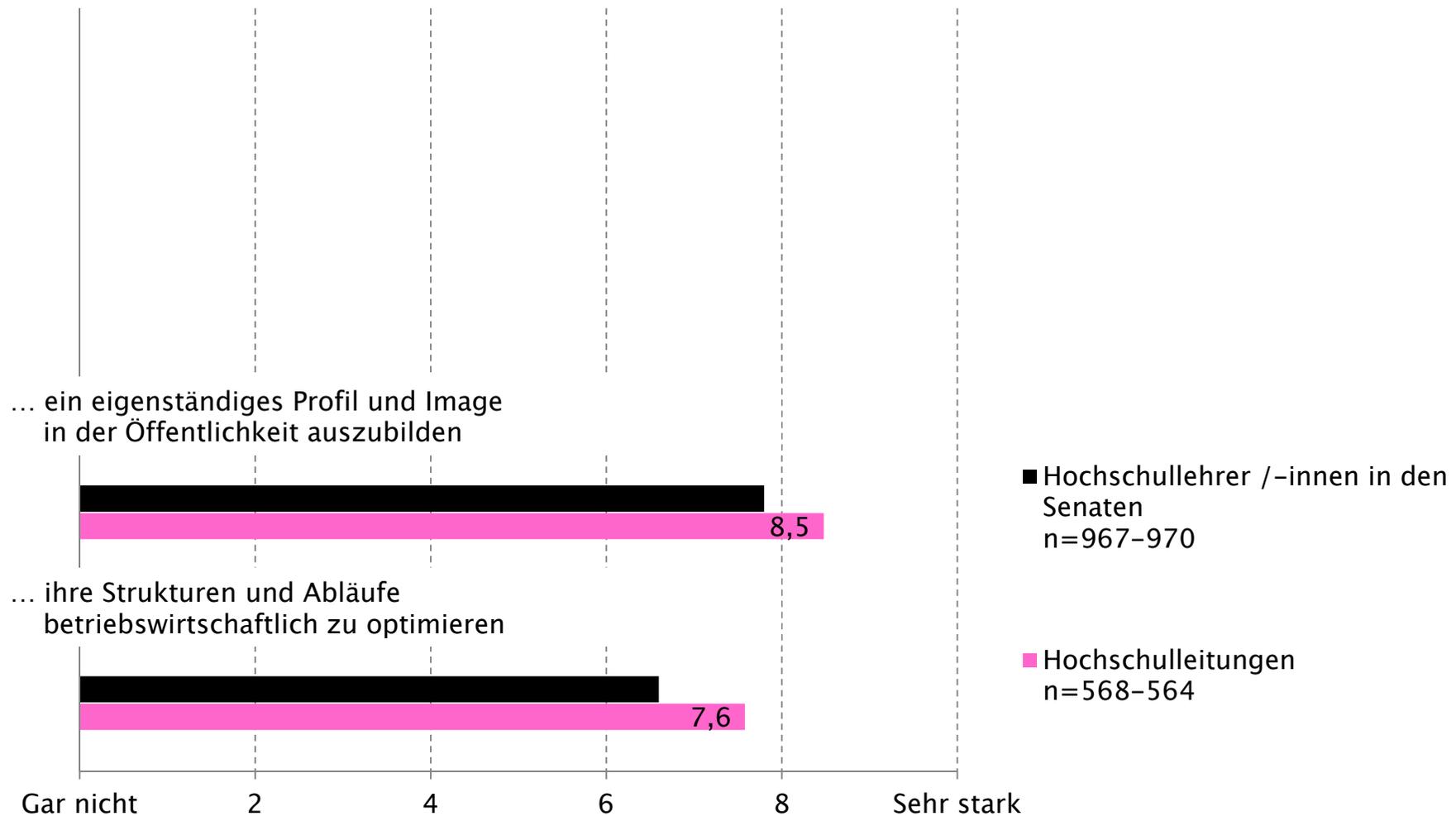
Die Orientierung an
öffentlicher Sichtbarkeit

gewinnt durch

wechselseitige Beobachtungen
eine eigenständige Dynamik.

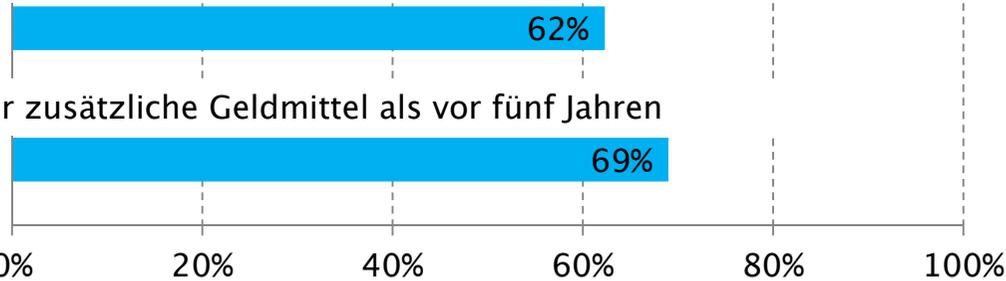
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Der Wettbewerb zwingt die Hochschulen dazu...

(Mittelwerte)



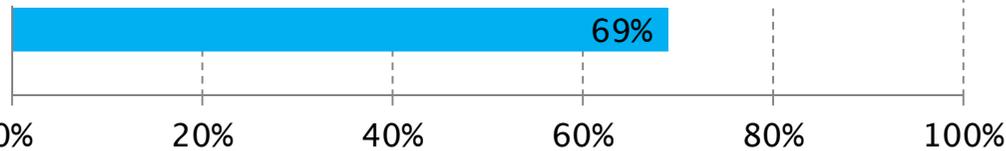
Wachstum der Pressestellen

Mehr Personal als vor fünf Jahren



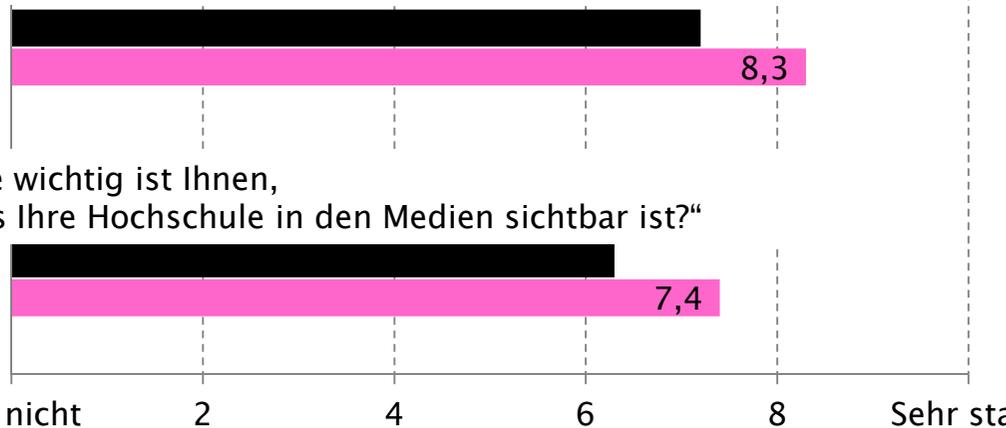
n= 175 Hochschulen

Mehr zusätzliche Geldmittel als vor fünf Jahren



n= 146 Hochschulen

„Finanzielle Investitionen in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit lohnen sich“ (*Mittelwerte*)



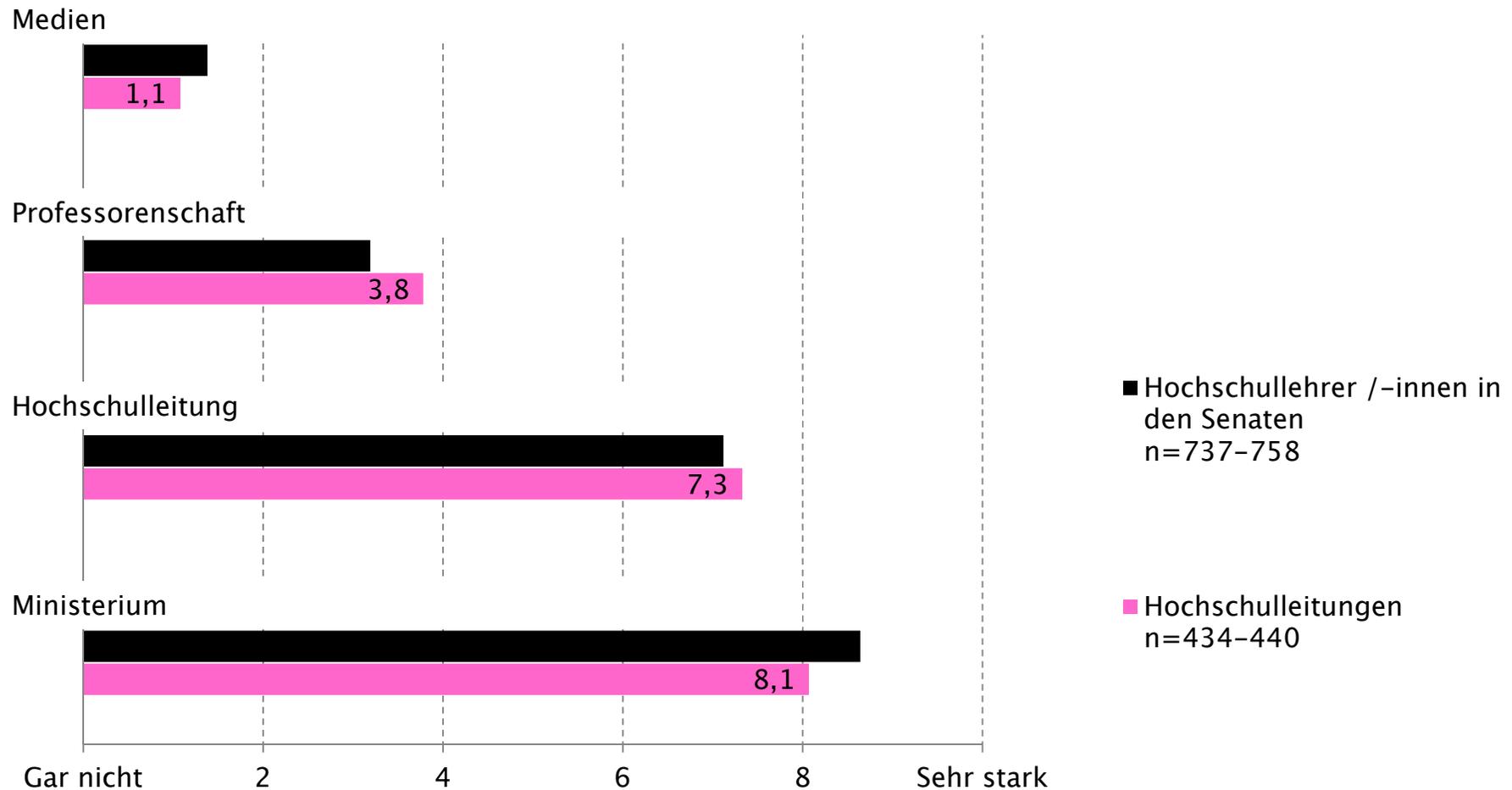
■ Hochschullehrer /-innen in den Senaten
n= 962-967

■ Hochschulleitungen
n= 566-567

„Wie wichtig ist Ihnen, dass Ihre Hochschule in den Medien sichtbar ist?“

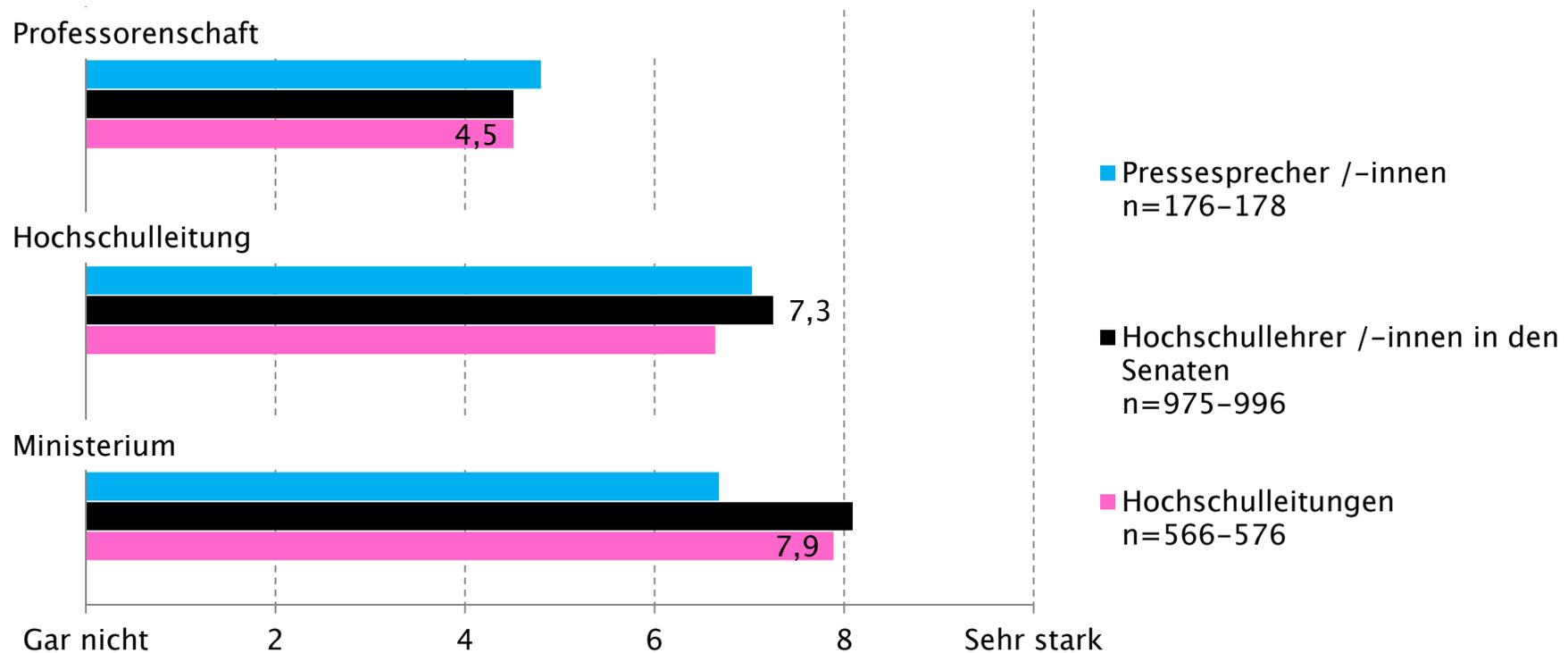
Wie stark war der Einfluss der folgenden Personen u. Institutionen auf die Inhalte der letzten Zielvereinbarung mit dem Land?

(Mittelwerte)



Wie stark orientieren sich die folgenden Personengruppen an dem, was die Medien berichten?

(Mittelwerte)



Resümee/These (II)

Öffentliche Sichtbarkeit und Medienpräsenz werden im Wettbewerb zu einem zentralen Erfolgskriterium.

Auf diese Weise entsteht nicht nur ein

Wettbewerb um Sichtbarkeit,

sondern auch die

Sichtbarkeit des Wettbewerbs

– einer reformstrategisch zentralen Leitvorstellung.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit