

„McEducation“: Franchising von Studiengängen im innerdeutschen Rahmen

Britta Leusing, MBA

Graduiertenkolleg „Verantwortliche Hochschule“,
Universität Flensburg

Betreuer: Prof. Dr. Gerd Grözinger

britta-leusing@uni-flensburg.de

1. Forschungsprojekt

Forschungsgegenstand:

- Franchising von Studiengängen zwischen staatlichen Hochschulen als Franchisegeber und privaten Bildungsdienstleistern als Franchisenehmer (Public-Private-Perspektive mit nationalem Fokus)

Hintergrund:

- Franchising international: Studienimport und –export
- Franchising national: Vergrößerung des Marktanteils, zusätzliche Finanzmittel, Alternative zum Hochschulstatus für private Anbieter

Grundsätzliche Untersuchungsaspekte:

- Franchising zur Stärkung der Wettbewerbsposition staatlicher, unternehmerisch handelnder HS
- Gestaltung von Qualitätssicherungsinstrumenten zur Gewährung der Gleichwertigkeit der Ausbildung beim FN

2. Das „Phänomen“ (I/II)

HE Franchising: “...arrangement between HEIs in which the franchisee acquires the right to subsume an academic program of the franchisor institution within a portfolio under its own name.” (Yorke, 1993).

FRANCHISEGEBER: STAATL. HOCHSCHULE

- verleiht den akademischen Grad
- behält die Verfügungsrechte
- ist verantwortlich für die Qualitätssicherung

- Verbreitung der HS-Marke
- höhere Studierendenzahlen
- zusätzliche Gelder

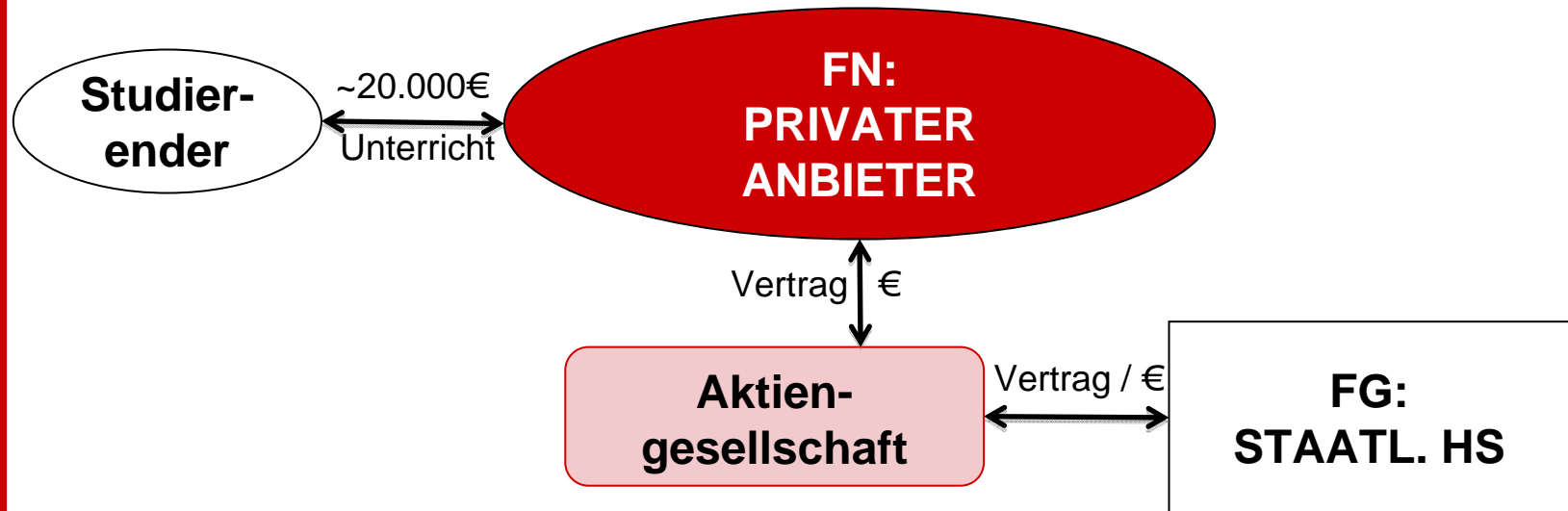
FRANCHISENEHMER: PRIVATER ANBIETER

- organisiert und veranstaltet die Unterrichtseinheiten
- zahlt Franchisegebühr an FG

- spart Zeit, Geld, Risiko für den Betrieb einer staatlich anerkannten Hochschule



2. Das „Phänomen“ (II/II)



Umwelteinflüsse

- Zunehmende Hochschulautonomie
- Steigender Bedarf nach zusätzlichen Finanzmitteln
- Prozedere der staatlichen Anerkennung + Akkreditierung
- Steigende Studienplatznachfrage und demografische Entwicklungen
- Veränderungen in der Nachfrage
- Zunehmende (private) Anbieterzahl

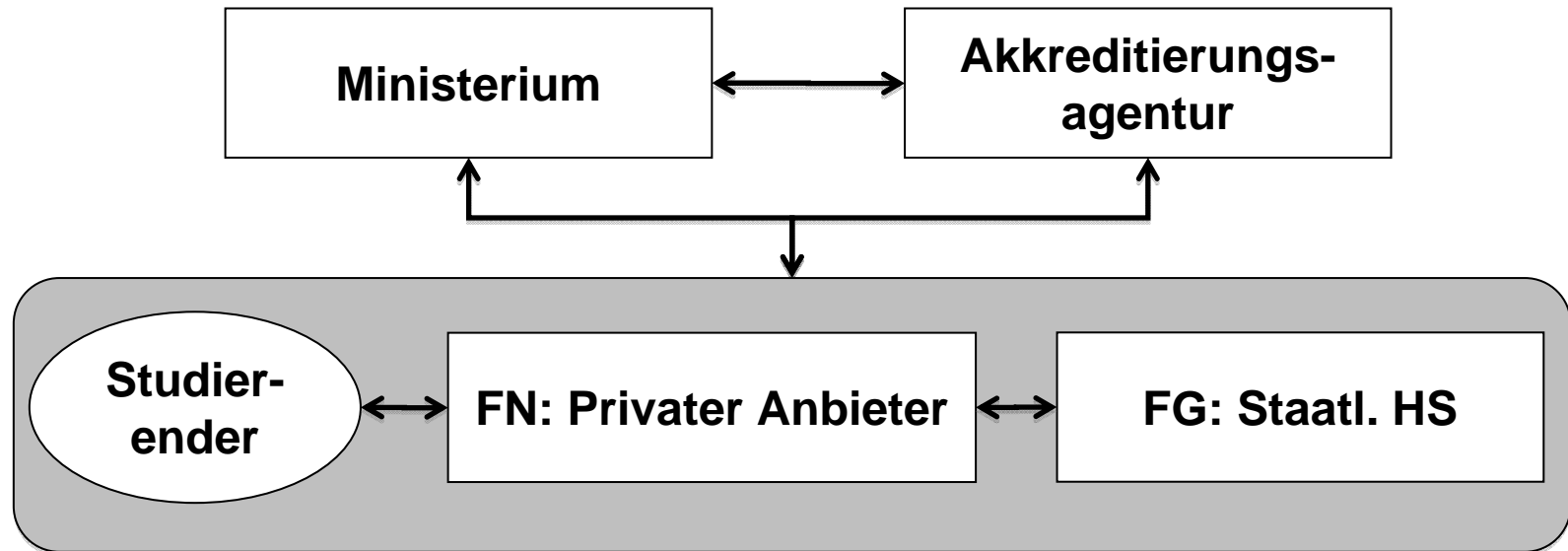
3. Strategische Vorteile

Produkt-Markt-Matrix (Ansoff, 1957)

- **Marktdurchdringung (bP, bM):**
 - Stärkung der regionalen Einflussmöglichkeiten (Hspolitik, Wirtschaft)
- **Markterweiterung (bP, nM):**
 - Mehr Studierende in neuen Regionen (auch risikoreiche)
 - Mehr staatliche Gelder (z.B. Hochschulpakt NRW)
 - Economies of scale (Studiengangsentwicklung, -materialien)
- **Produktentwicklung (nP, bM):**
 - Neue (risikoreichere) Produkte (relativ flexibler Aufbau)
 - Lerneffekte zwischen den Institutionen
- **Diversifikation (nP, nM):**
 - Neue Produktlinie und damit neue Zielgruppen (bzw. Erhalt der ZG) für privaten Anbieter
 - Imageaufbesserung durch Zusammenarbeit mit staatl. HS

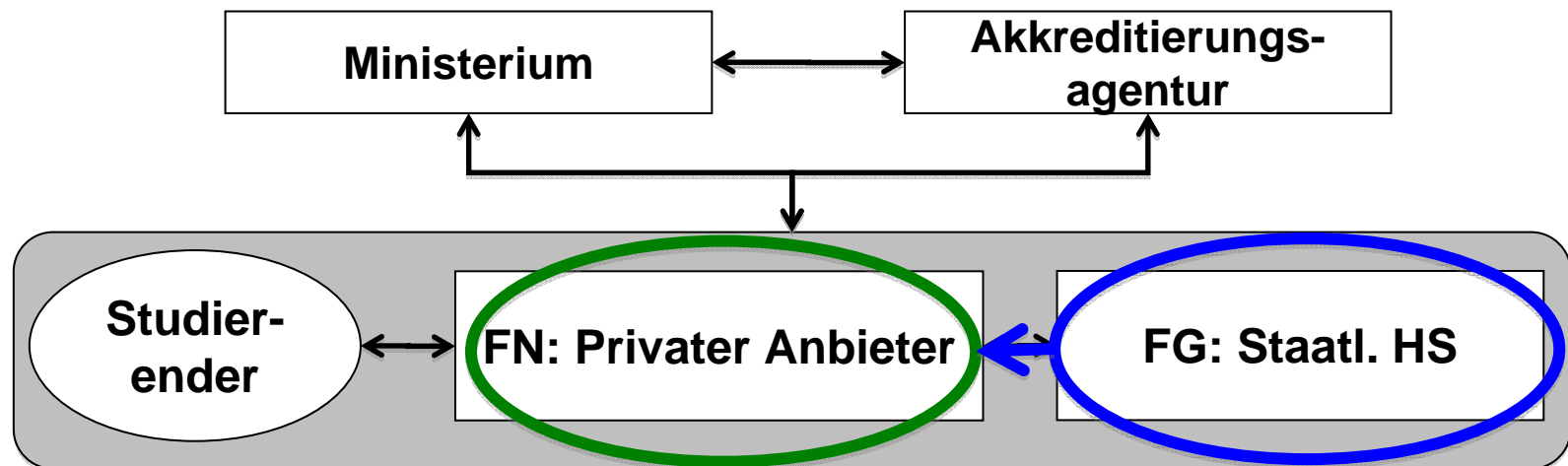
4. Theoretische Analyse

Neue Institutionenökonomik: Prinzipale und Agenten beim Franchising von Studiengängen



5. Ausgewählte PA-Beziehungen (I/III)

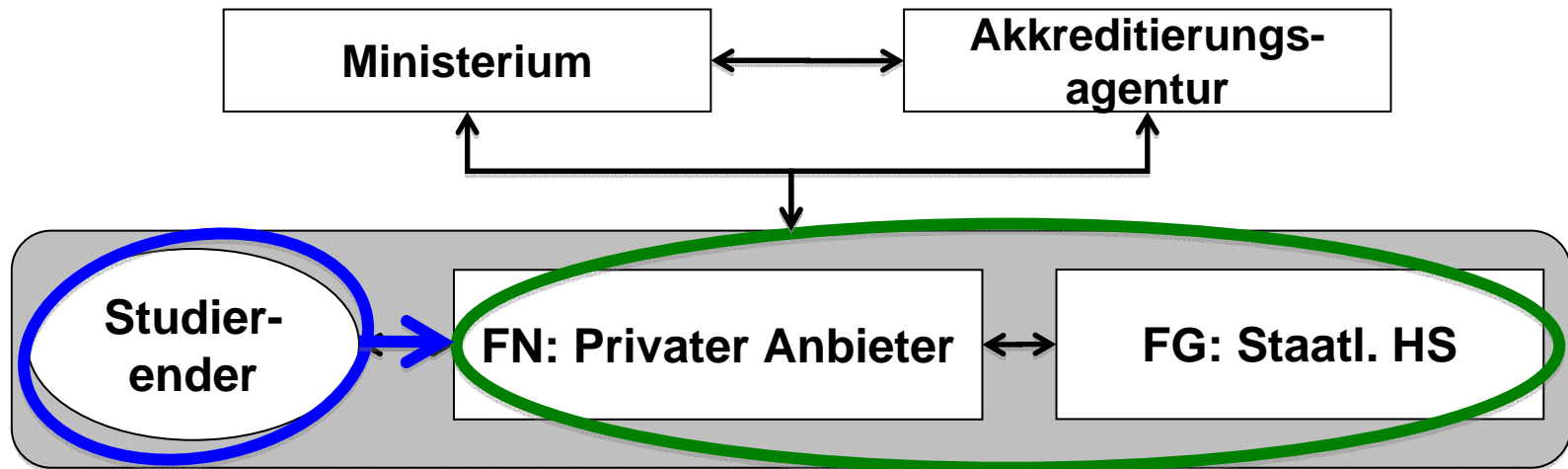
Prinzipal: Staatliche Hochschule (FG)
 Agent: Privater Anbieter (FN)



Adverse Selection	Auswahl eines nicht passenden A aufgrund falscher Signale (Zielsetzung?)
Moral Hazard	P kann Lehre nicht (kontinuierlich) beobachten bzw. beurteilen
Hold up	Abhängigkeit des A durch transaktionsspezifische Investitionen + Marktsituation (Ressource)

5. Ausgewählte PA-Beziehungen (II/III)

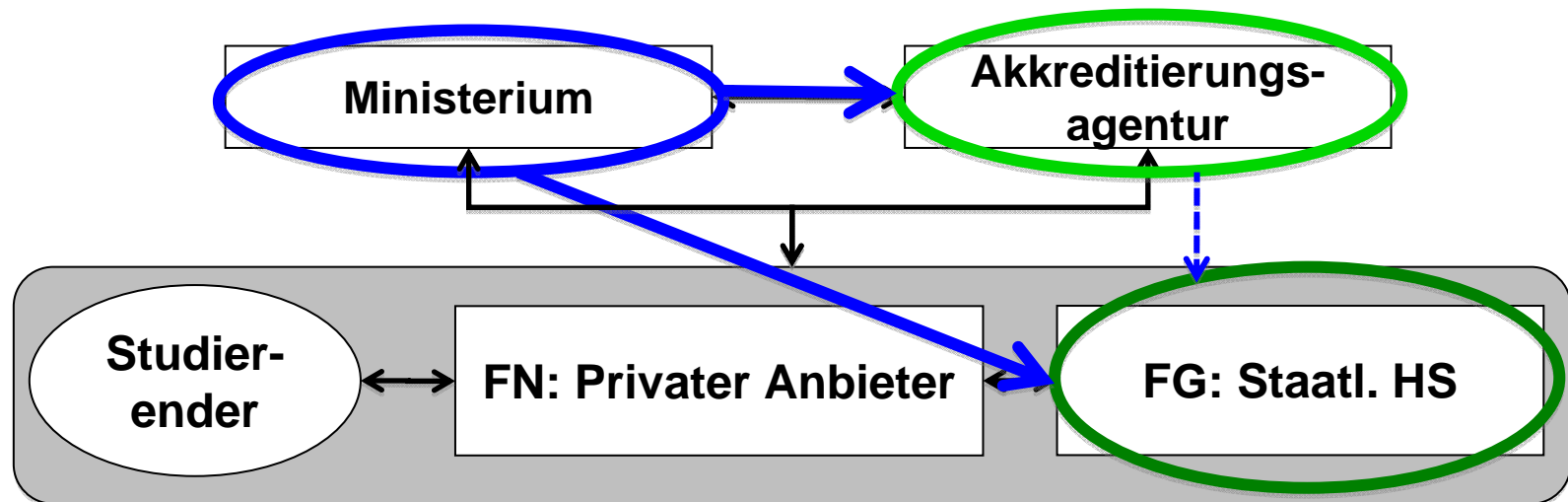
Prinzipal: Studierender
Agent: Staatl. Hochschule + privater Anbieter



Adverse Selection	Auswahl eines nicht passenden A aufgrund falscher Signale
Moral Hazard	P kann Lehre nicht bzw. zeitlich verzögert beurteilen
Hold up	Bindung des Studierenden an den Vertrag / an das Studium

5. Ausgewählte PA-Beziehungen (III/III)

Prinzipal: Ministerium
Agent: Staatliche Hochschule
Supervisor: Akkreditierungsagentur



Adverse Selection	Falsche Signale der Hochschule / Agentur hinsichtlich ihrer Zielsetzung
Moral Hazard	P kann Lehre + Maßnahmen zur QS nicht beobachten bzw. beurteilen / Kollusionsgefahr (HS + Agentur)
Hold up	Abhängigkeit des A durch transaktionsspezifische Investitionen = Akkreditierung

6. Empirische Analyse (I/II)

Fallstudienanalyse:

- **WARUM** machen staatliche HS und private Anbieter Franchising?
- **WIE** wird das Franchising und die Qualitätssicherung von Studiengängen gestaltet (Garantie der Gleichwertigkeit)?

Methodenmatrix:

Analyseeinheit	Erhebungsmethode		
	Experten-interview	Dokumenten-analyse	Befragung
Franchisegeber	X	X	
Hochschulleitung	X		
Franchisenehmer	X	X	
Ministerium	X	X	
Akkreditierungsagentur	X	X	
Studierende			X

6. Empirische Analyse (II/II)

3 Case Studies:

- **Case 1:** Staatliche Hochschule betreibt Franchising seit ca. 10 Jahren mit aktuell 11 Franchisenehmern.
Besonderheit: zwischengeschaltete Aktiengesellschaft
- **Case 2:** Staatliche Hochschule betreibt Franchising mit 4 Franchisenehmern.
Besonderheit: firmenspezifische Studienangebote und klare strategische Gründe für Franchising
- **Case 3:** Staatliche Hochschule betreibt Franchising mit Weiterbildungsträger.
Besonderheit: eigene virtuelle Hochschule, Fernstudienangebote

7. Propositionen, erste Ergebnisse, Fragen (I/II)

Gründe für Franchising (WARUM?)

- Stärkung der **Marktposition** der Hochschule
- Einwerbung zusätzlicher **finanzieller Mittel**:
Wer profitiert in welchem Rahmen?
 - die gesamte Hochschule, in welcher Höhe (Aufwand vs. Nutzen)?
 - einzelne Hochschulangehörige, z.B. durch **spezielle Organisationsformate** (z.B. Aktiengesellschaft)
- **Hochschulpolitische Gründe**: flexibler Aufbau von Studienplätzen, evtl. für spezielle Zielgruppen (z.B. Dritter Bildungsweg)

Nicht zu vergessen:

- Warum schreiben sich **Studierende** für sehr hohe Studiengebühren in diesem Franchisemodell ein?

7. Propositionen, erste Ergebnisse, Fragen (II/II)

Gestaltung von Franchise-Abkommen (WIE?)

- Spezielles **Qualitätssicherungssystem** im Franchise-Abkommen:
 - Lehrkommissionen, Co-Prüfer usw. der staatlichen Hochschule unterstützen die Lehraktivitäten beim FN
→ Gleichwertigkeit der Ausbildung beim FN mit der an der staatlichen Hochschule
- Verminderung von Agenturproblemen durch Akkreditierung (spezifische Investition für FN + FG):
 - **bindet** die beiden Akteure
 - fördert die **Interessenangleichung** von FG + FN
 - wirkt als **Signal** für den Studierenden
 - Unterstützt die **Qualitätssicherungsaktivitäten** (Kontrolle) des FG



„McEducation“...:

Was denken Sie?

Britta Leusing, MBA

Graduiertenkolleg „Verantwortliche Hochschule“, Universität
Flensburg

Betreuer: Prof. Dr. Gerd Grözinger

britta-leusing@uni-flensburg.de