

# Vergleichen lohnt sich –

## Auswahl einer Agentur

**I**mmmer mehr Hochschulen beschreiten den Weg zur Systemakkreditierung. Eine Durchführung des Verfahrens, in dessen Fokus das Qualitätsmanagementsystem in Studium und Lehre steht, bieten neun der zehn in Deutschland tätigen Akkreditierungsagenturen an. Ein Vergleich der Agenturen und eine strukturierte Agenturauswahl lohnen sich für Hochschulen nicht nur aus Kostengründen.

### Mögliche Auswahlkriterien

Bei der Auswahl einer Agentur sollten nicht nur Kostenerwägungen oder bisherige Erfahrungen im Zuge von Programmakkreditierungen eine Rolle spielen. Da der Verlauf des Gesamtverfahrens von mehreren Faktoren abhängig ist, lohnt es sich, die Eignung der Agenturen anhand verschiedener Kriterien zu bewerten. Diese können sein:

- **Transparenz der Zulassungsentcheidung, des Gesamtverfahrens und der Akkreditierungsentscheidung:** Sind der Ablauf des Gesamtverfahrens sowie die einzelnen Teilschritte transparent beschrieben? Welche konkreten Kriterien legt die Agentur der Zulassung zum Verfahren und der Akkreditierungsentscheidung zugrunde?
- **Referenzen:** Welche Referenzen kann die Agentur hinsichtlich der Betreuung von Verfahren der Systemakkreditierung vorweisen? Wie bewerten andere Hochschulen die Zusammenarbeit mit der Akkredi-

tierungsagentur? Wie viele Verfahren führt die Agentur derzeit durch?

- **Einschätzung des Verfahrens durch die Agentur:** Wo sieht die Agentur Schwerpunkte und besondere Herausforderungen? Worauf legt sie ihr Augenmerk? Wie werden Vor- und Nachteile des Verfahrens eingeschätzt?
- **Auswahl und Vorbereitung der Gutachter(innen) auf das Verfahren:** Welche Kriterien legt die Agentur der Auswahl zugrunde? Wie werden Gutachter(innen) geschult und betreut?
- **Leitfäden und Arbeitshilfen:** Bieten die von der Agentur zur Verfügung gestellten Materialien der Hochschule Unterstützung bei der Erstellung von Antrag und Selbstdokumentation? Enthalten diese konkrete Hinweise und Fragen?
- **Betreuung durch die Agentur:** Wer ist für die Betreuung des Verfahrens vorgesehen? Über welchen Qualifikations- und Erfahrungshintergrund verfügen die Ansprechpartner(innen)? Wie viele Verfahren betreuen sie parallel?
- **Hochschulinterne Erfahrungen:** Welche Erfahrungen bestehen hinsichtlich der Agentur innerhalb der eigenen Hochschule?
- **Zeitplan:** Welchen Zeitplan schlägt die Agentur für das Verfahren vor? Inwiefern ist die Agentur bereit, im Laufe des Verfahrens Anpassungen im Zeitplan vorzunehmen?
- **Besetzung der Akkreditierungskommissionen oder Fachausschüsse:** Wie setzen sich die Gremien der betreffenden Agentur zusammen?
- **Kostenstruktur und Vertragsgestaltung:** Welche Kosten werden für

die Durchführung des Verfahrens veranschlagt? Erfolgt der Vertragsabschluss vor oder nach der Zulassung?

### Gestaltung des Auswahlverfahrens

Hierfür bietet sich ein mehrstufiges Vorgehen an: Zunächst ist die Verantwortlichkeit für die Auswahl der Agentur zu klären. Häufig wird für projektförmige Verfahren wie das der Systemakkreditierung ein Lenkungsausschuss eingerichtet, der dann auch die Agenturauswahl übernehmen kann. Im Gremium sollten die Interessen aller relevanten Hochschulakteure (Hochschulleitung, Fachbereiche, Verwaltung, Studierende, Verantwortliche für Qualitätsentwicklung, ggf. Vertreter(in) des Senats) vertreten sein. Ihre Einbeziehung sorgt dafür, dass unterschiedliche Perspektiven und Bedürfnisse von Beginn an berücksichtigt werden. So können z. B. die Fachbereiche oder Fakultäten ihre disziplinspezifischen Überlegungen hinsichtlich der Agenturauswahl aktiv in den Auswahlprozess einfließen lassen. Eine entsprechende Partizipation erhöht die Akzeptanz für die spätere Entscheidung für eine Agentur innerhalb der Hochschule.

Im Anschluss legt die Auswahlkommission die Auswahlkriterien fest. Orientierung für entsprechende Gesichtspunkte können die genannten Auswahlkriterien bieten.

Die Akkreditierungsagenturen werden darauf aufbauend um die Zusendung aussagekräftiger Informationen auf Basis der definierten Kriterien gebeten. Entsprechende

# für die Systemakkreditierung

Unterlagen werden einer ersten Prüfung unterzogen. Um die Beteiligten insbesondere in den Fachbereichen bzw. Fakultäten zeitlich nicht zu stark zu belasten, kann die Sichtung und Kommentierung der Unterlagen durch das Qualitätsmanagement erfolgen.

Danach werden die Agenturen zu strukturierten Auswahlgesprächen eingeladen. Hier wird ihnen Gelegenheit gegeben, das Verfahren aus ihrer Sicht darzustellen und zu den Fragen der Hochschule Stellung zu nehmen. Für jedes Gespräch sollten ca. 60 bis 90 Minuten eingeplant werden. Die Mitglieder der Auswahlkommission bewerten anhand eines vereinbarten Schemas die Eignung der Agenturen.

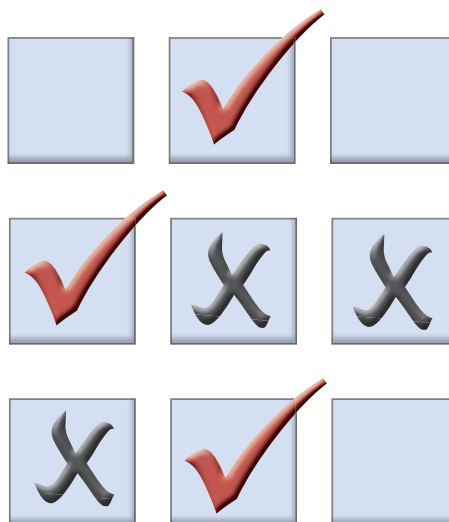
Abschließend werden die Einschätzungen hinsichtlich der Eignung verglichen. Bei abweichenden Bewertungen werden diese diskutiert und anhand der Kriterien überprüft, um zu einem konsensfähigen Urteil zu gelangen. Nach der Entscheidung werden die Agenturen zeitnah über das Ergebnis informiert.

## Vorteile einer strukturierten Agenturauswahl im Überblick

Eine strukturierte Agenturauswahl bietet gleich mehrere Vorteile: Ein transparentes und ergebnisoffenes Auswahlverfahren, in dem alle relevanten Akteure beteiligt werden, schafft Akzeptanz für die Agenturenentscheidung. Zudem fördert sie eine Auseinandersetzung mit den Anforderungen einer Systemakkreditierung durch alle Beteiligten vor dem Einstieg ins Ver-

fahren. Unklarheiten können so bereits zu einem frühen Zeitpunkt beseitigt werden. Ein strukturiertes Verfahren trägt zudem dazu bei, den Einfluss sachfremder Einflüsse auf die Auswahlentscheidung und das Risiko von Fehlentscheidungen zu minimieren.

HIS hat ein Verfahren der Agenturauswahl 2011 im Rahmen des Beratungsprojekts „QPrix – Aufbau eines Qualitätsmanagementsystems und Durchführung einer Systemakkreditierung“ für die Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin konzipiert und begleitet.



Anna Sophie Beise  
[beise@his.de](mailto:beise@his.de)