Inhaltsverzeichnis

	Verzeichnis der Abbildungen	5
	Verzeichnis der Tabellen	8
	Verzeichnis der Abkürzungen	8
1	Universitätsprofile als Instrument zur Differenzierung im Hochschulbereich	12
1.1	Notwendigkeit einer Profilbildung von Universitäten	12
1.2	Abgrenzung des Untersuchungsgegenstands sowie Ziel und Gang der Untersuchung	15
2	Betriebswirtschaftliche Ansätze zur Fundierung eines Universitätsprofils	19
2.1	Kennzeichnung der Funktionen eines Universitätsprofils	19
2.2	Positionierungsfunktion eines Universitätsprofils	21
2.2.1	Marktbasierter Ansatz für die Entwicklung einer wettbewerbsfähigen Position	21
2.2.2	Ressourcenbasierter Ansatz zur Analyse institutioneller Stärken und Schwächen	23
2.2.3	Ableitung eines Phasenschemas zur Konzeption eines Universitätsprofils	24
2.3	Informationsfunktion eines Universitätsprofils	30
2.3.1	Profile als informationsschaffendes Signal seitens der Universität	30
2.3.2	Profile als Instrument zur Senkung von Such- und Informationskosten der Nachfrager	34
3	Phasenschema als Bezugsrahmen zur Konzeption eines Universitätsprofils	36
3.1	Identifikation universitätsexterner und -interner Einflussfaktoren für die Entwicklung eines Universitätsprofils	36
3.1.1	Die außeruniversitäre Umwelt als Gegenstand der externen Analysephase	36
3.1.1.1	Das Umfeld der Hochschule in seiner Wirkung auf die Universität	36
3.1.1.2	Ermittlung relevanter Wettbewerber und deren Einflussmöglichkeiten auf ein Profil	40

3.1.1.3	Gesetzliche Vorgaben als externe Rahmenbedingung	41
3.1.2	Die universitäre Ist-Situation als Gegenstand der internen Analysephase	42
3.1.2.1	Aufgaben einer Universität als zentrales Element eines Profils	42
3.1.2.2	Ressourcenverfügbarkeit als Voraussetzung für die Bildung eines Universitätsprofils	46
3.2	Universitäre Zielvorstellungen als Grundgerüst für die Planung eines Universitätsprofils	49
3.3	Positionierungskomponenten als Grundlage für die Gestaltung eines Universitätsprofils	53
3.3.1	Anspruchsgruppen als Gestaltungselement des universitätsspezifischen Profils	53
3.3.2	Leistungsbreite als Gestaltungselement des universitätsspezifischen Profils	57
3.3.3	Geographische Ausrichtung als Gestaltungselement des universitätsspezifischen Profils	58
3.4	Durchsetzung des angestrebten Profils mithilfe von Wettbewerbsstrategien	60
3.5	Abschließende Kennzeichnung eines Universitätsprofils	62
4	Operationalisierung des entwickelten Profilkonzepts zur empirischen Erfassung eines Universitätsprofils	64
4.1	Entwicklung eines Messinstruments für Universitätsprofile	64
4.2	Indikatoren für die Komponente ‚Anspruchsgruppen‘ und ihre Ausprägungen	67
4.2.1	Indikatoren der Profilausprägung ‚Professoren‘	67
4.2.2	Indikatoren der Profilausprägung ‚wissenschaftlicher Nachwuchs‘	69
4.2.3	Indikatoren der Profilausprägung ‚Studierende‘	71
4.2.4	Indikatoren der Profilausprägung ‚Forschungseinrichtungen‘	73
4.2.5	Indikatoren der Profilausprägung ‚Wirtschaft‘	75
4.3	Indikatoren für die Komponente ‚Leistungsbreite‘ und ihre Ausprägungen	77
4.3.1	Indikatoren der Profilausprägung ‚Forschung‘	77
4.3.2	Indikatoren der Profilausprägung ‚Lehre‘	81
4.3.3	Indikatoren der Profilausprägung ‚Service‘	84

4.3.4	Indikatoren der Profilausprägung ‚Weiterbildung‘	87
4.4	Indikatoren für die Komponente ‚geographische Ausrichtung‘ und ihre Ausprägungen	89
4.4.1	Indikatoren der Profilausprägung ‚regionale/nationale Ausrichtung‘	89
4.4.2	Indikatoren der Profilausprägung ‚internationale Ausrichtung‘	92
4.5	Möglichkeiten und Grenzen der Operationalisierung eines Universitätsprofils	94
5	Empirische Analyse bestehender Profile von Universitäten	96
5.1	Inhaltsanalytische Auswertung der Selbstdarstellung deutscher Universitäten	96
5.2	Kennzeichnung der Datenbasis für die quantitative Analyse	99
5.2.1	Beschreibung des Datensatzes hinsichtlich der untersuchten Universitäten sowie Fächergruppen	99
5.2.2	Erstellung der Datenbasis und daraus resultierende Schwierigkeiten	101
5.2.3	Notwendigkeit der Bereinigung des Datensatzes	104
5.3	Fächergruppenspezifische Analyse der Positionierungs- komponenten	105
5.3.1	Charakterisierung der Untersuchungseinheiten	105
5.3.2	Deskriptive Analyse der Komponente ‚Anspruchsgruppen‘	109
5.3.3	Deskriptive Analyse der Komponente ‚Leistungsbreite‘	118
5.3.4	Deskriptive Analyse der Komponente ‚geographische Ausrichtung‘	124
5.4	Faktorenanalytische Überprüfung der Positionierungs- komponenten und Identifikation profilrelevanter Indikatoren	126
5.4.1	Methodisches Vorgehen zur Ermittlung der Positionierungs- komponenten	126
5.4.1.1	Ziele und Voraussetzungen der explorativen Faktorenanalyse	126
5.4.1.2	Eignung der Indikatoren für eine Faktorenanalyse und daraus resultierende Anpassungen der Datenbasis	129
5.4.2	Fächergruppenspezifische Analyse von Profilmfaktoren	133
5.4.2.1	Analyse der Fächergruppe Ingenieurwissenschaften	133
5.4.2.2	Analyse der Fächergruppe Mathematik/Naturwissenschaften	138

5.4.2.3	Analyse der Fächergruppe Rechts-/Wirtschafts-/Sozialwissenschaften	142
5.4.2.4	Analyse der Fächergruppe Sprach-/Kulturwissenschaften	147
5.4.3	Fächergruppenspezifische Analyse der extrahierten Profilmfaktoren und deren Übertragung auf einzelne Universitäten	151
5.4.3.1	Kennzeichnung und Interpretation der extrahierten Profilmfaktoren	151
5.4.3.2	Darstellung der Faktorwerte der Profilmfaktoren an einzelnen Universitäten	159
5.4.4	Beispielhafte Darstellung der Profile ausgewählter Universitäten	175
5.4.4.1	Profile innerhalb der Fächergruppe Ingenieurwissenschaften	175
5.4.4.2	Profile innerhalb der Fächergruppe Mathematik/Naturwissenschaften	177
5.4.4.3	Profile innerhalb der Fächergruppe Rechts-/Wirtschafts-/Sozialwissenschaften	179
5.4.4.4	Profile innerhalb der Fächergruppe Sprach-/Kulturwissenschaften	181
6	Implikationen der Untersuchung für das Profil einer Universität	182
	Verzeichnis der Anhänge	186
	Anhänge	190
	Rechtsquellenverzeichnis	251
	Literaturverzeichnis	252