

Oberflächenkompetenz und Konsumverhalten Trends im Bildungswesen

Beitrag von „E_T“ vom 9. Dezember 2008 23:14

Hallo Michael,

zu "Abholen, da wo sie sind" "Kleinschrittigkeit ist Trumpf", und "keiner darf verloren gehen".

Es besagt doch mach die Schritte so klein das jeder mitkommt, wenn einer an einer weiterführenden Schule das kleine Einmaleins nicht kann fangen wir halt damit an usw.

Und wenn keiner verloren gehen darf, wiederholen wir es so lange bis in der Oberstufe jeder das kleine Einmaleins kann und mit dem großen Einmaleins hat man dann den Leistungskurs. Wer Prozentrechnung kann hat dann den Masterabschluss in Mathe (Bildung für alle).

Bildung für alle ist ja in Ordnung, wir müssen aber auch erkennen es gibt Menschen die schneller lernen und besser Probleme lösen können usw. als andere Menschen - diesen Menschen nimmt man die Entwicklungsmöglichkeiten und letztlich auch der Marktwirtschaft die Möglichkeit solche Menschen zu erkennen und für deren Arbeit dann auch eine entsprechende Entlohnung zu zahlen.

Dazu:

Warum Prüfungen schwer sein müssen

"Die drei Preisträger legten das Fundament zu einer allgemein gültigen Theorie über Märkte, bei denen die Parteien unterschiedlich genaue Informationen über die Qualität des Handelsguts haben..."

George A. Akerlof.. analysierte als Erster, welch heikle Konsequenzen ein solcher Fall von "asymmetrischer Information" für das Funktionieren des Marktes hat...

Als Beispiel wählte Akerlof den Gebrauchtwagenmarkt. Der Verkäufer eines Altautos kennt dessen Qualität genau; dagegen hat der Käufer nur geringe Möglichkeiten, Auskunft über die Qualität des Autos zu bekommen (Probefahrt, Wartungsheft)...

Nehmen wir an, die Besitzer guter Autos trennen sich nur von ihrem Fahrzeug, wenn sie mindestens DM 20000,- erhalten, wohingegen sich die Eigentümer schlechter Autos.. schon mit DM 10000,- zufrieden geben. Die Käufer wären bereit, maximal DM 24000,- für einen einwandfreien fahrbaren Untersatz auszugeben und DM 12000,- für einen mangelhaften.

Bei vollkommener Information würden also gute Autos zu einem Preis zwischen DM 20000,- und DM 24000,- den Besitzer wechseln und schlechte für DM 10000,- bis 12000,-. Ein Tausch kommt

zu Stande, und der Markt funktioniert.

Bei asymmetrischer Information erwartet der Käufer dagegen nur eine durchschnittliche Qualität. Entsprechend wird er höchstens DM 18000,- ausgeben, wenn er davon ausgehen muss, dass gute und schlechte Stücke gleich häufig, aber für ihn nicht unterscheidbar sind.. Die.. Eigentümer guter Autos (würden damit).. Verluste machen und ihre Fahrzeuge deshalb vom Markt nehmen... Diese Spirale setzt sich fort, bis nur noch Wagen der niedrigsten Qualitätsstufe zu einem entsprechend geringen Preis verkauft werden. Im Endergebnis haben schlechte Fahrzeuge die hochwertigen aus dem Markt gedrängt -.. (negative Auswahl).. Gute Wagen werden nicht gehandelt, obwohl es durchaus Käufer gäbe, die mehr dafür zahlen würden, als die Besitzer verlangen.

In seinen bahnbrechenden Arbeiten zeigte Akerlof auf, dass asymmetrische Informationen ein weit verbreitetes Problem sind. Wie er nachwies, lassen sich damit so unterschiedliche Missstände erklären wie.. die Schwierigkeiten Älterer, eine erschwingliche private Krankenversicherung abzuschließen, oder die Diskriminierung von Minderheiten auf den Arbeitsmärkten.

Glaubhafte Signale für QualitätIn vielen Fällen können allerdings die Anbieter eines Wirtschaftsgutes dem geschilderten Marktversagen erfolgreich entgegenwirken. Dies zeigte der zweite Laureat: A. Michael Spence...

Demnach unternimmt die besser informierte Marktseite große Anstrengungen, Qualität zu signalisieren. Der Besitzer eines guten Autos kann beispielsweise eine Gewährleistung über 20000 Kilometer.. geben. Dies ist ein glaubhaftes Signal und trennt die hochwertigen von den schlechten Gebrauchtwagen...

Mittlerweile haben sich viele Signale etabliert, welche die Informationsasymmetrie verringern. Dazu gehören Markennamen oder Ketten (von Kaufhäusern, Restaurants, Hotels und so weiter). Auch Werbung erfüllt letztlich eine Signalfunktion: Selbst wenn sie das Blaue vom Himmel verspricht, zeigt sie zumindest, dass der Anbieter sein Produkt schon erfolgreich unter die Leute gebracht hat; denn sonst könnte er sich die hohen Werbeausgaben nicht leisten.

Spence entwickelte seine Ideen über die Bedeutung von Signalen am Beispiel der Ausbildung und deren Kosten. Da der Personalchef die angeborenen Fähigkeiten eines Bewerbers nur schwer direkt erkennen kann, vertraut er auf.. Ausbildung...

Wer ein Diplom vorweisen kann, dokumentiert damit seine prinzipielle Eignung für anspruchsvolle Positionen, die entsprechend gut dotiert sind. Da weniger Talentierte zu hohe Ausbildungskosten (eine zu lange Studiendauer) hätten, werden sie das Signal nicht erwerben. Die Ausbildung und deren Kosten scheiden also die Begabten von den weniger Befähigten und überwinden damit das Problem der asymmetrischen Information. Wenn allerdings bei niedrigen Ausbildungskosten alle das Signal (das Abitur oder ein Diplom) erwerben können, verliert es seinen Wert, weil es die beiden Gruppen nicht mehr separiert.

In seinem Grundmodell unterstellt Spence sogar, dass Ausbildung die Fähigkeiten nicht erhöhen muss, um als Signal erfolgreich zu sein. Sie zeige nur, dass der Bewerber eine Hürde

genommen hat, die anderen zu hoch erscheint. In der Tat dürfte sich manch ein Bewerber mit Diplom an die Worte seines Chefs erinnern, er könne getrost alles vergessen, was er gelernt habe - er brauche diese Kenntnisse im Berufsleben ohnehin nicht. Demnach sind die Ausbildungskosten eigentlich eine Verschwendug volkswirtschaftlicher Ressourcen; dennoch müssen sie aufgebracht werden, um eine angeborene Fähigkeit zu signalisieren. Märkte können demnach erstaunlich ineffizient sein.

Der dritte Nobelpreisträger - Joseph Eugene Stiglitz..." trägt nichts zum Thema Schulausbildung bei, soll aber auch genannt sein.

Klaus Conrad in Spektrum der Wissenschaft - DEZEMBER 2001

Gruß

E_T