

Publish or Perish – (Fehl-) Anreizsysteme in der betriebswirtschaftlichen Forschung

Was zeichnet gute Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler in der Betriebswirtschaftslehre aus? Während die Beantwortung dieser Frage noch vor zehn Jahren größere Schwierigkeiten bereitet hätte, erscheint dies heute recht einfach: Anhand von Zeitschriften-Ratings/Rankings (z.B. JOURQUAL des Verbands der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft) und der Publikationsliste einer Wissenschaftlerin/eines Wissenschaftlers kann man sich schnell einen Überblick über die Anzahl und Qualität der Publikationen (als Output der Forschung) verschaffen. Noch einfacher macht es das Handelsblatt-Ranking, in dem Punktwerte für Publikationen zu einem Gesamtscore pro Wissenschaftlerin/Wissenschaftler aggregiert werden. Das Handelsblatt-Ranking weist u.a. die Top 100 Forscher der letzten 5 Jahre sowie die Top 100 Forscher unter 40 Jahren aus. Es gilt zu vermuten, dass die Platzierung im Ranking einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Karriere-Chancen von Wissenschaftlerinnen/Wissenschaftler (insbesondere den wissenschaftlichen Nachwuchs) hat – und damit auch ihre Forschungs- und Publikationsstrategie beeinflusst. In der Vergangenheit gab es viel Kritik an diesem Ranking und seinem vermeintlichen Stellenwert. So wurde gemutmaßt, dass es zu Fehlanreizen in der Forschung führen könnte, weil das „Sammeln von Punkten“ und das Erreichen einer möglichst hohen Rankingposition vermeintlich nicht zu „guter“ Forschung führt, weil das Ranking zu risikoarmen und ggf. weniger innovativen Forschungsprojekten führt u.v.m. Auch wissenschaftsethische Bedenken sind nicht einfach zu zerstreuen. Verleitet eine bedingungslose Rankingorientierung dazu, Regeln der guten wissenschaftlichen Praxis zu verletzen, z.B. in Bezug auf Mehrfachpublikation gleicher/ähnlicher Erkenntnisse, die Anmaßung von Ko-Autorenschaften, usw.?

Im Rahmen einer Masterarbeit sollen die Anreizwirkungen von Rankings (insb. des Handelsblatt-Rankings) in der Betriebswirtschaftslehre untersucht werden. Mittlerweile ist das Handelsblatt-Ranking zum dritten Mal seit 2010 erschienen – somit besteht ein durchaus umfangreicher Datensatz, der herangezogen werden kann, um Änderungen in den Publikationsstrategien von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zu analysieren und einige o.g. Kritikpunkte zu widerlegen oder zu bestätigen. Eine entsprechende statistische Analyse soll den Kern der Masterarbeit bilden. Ggf. könnte auch die Entwicklung in der Volkswirtschaftslehre – in dieser Disziplin wird das Handelsblatt-Ranking seit 2007 erstellt und vom Verein für Socialpolitik unterstützt – vergleichend betrachtet werden. Darüber hinaus sollen Erfahrungen mit anderen Ländern und Disziplinen, die auch Rankings verwenden, untersucht und wissenschaftsethische Fragestellungen diskutiert werden.

Literatur zum Einstieg:

Binswanger, M.: Excellence by Nonsense: The Competition for Publications in Modern Science, in: Bartling, S./Friesike, S. (Hrsg.): Opening Science, Springer Open, 2014, S. 49-72.

Frey, B.S./Osterloh, M.: Rankings sind wissenschaftsfeindlich, in: FAZ vom 25. Juni 2012, S. 145.

Kieser, A.: JOURQUAL – der Gebrauch, nicht der Missbrauch, ist das Problem, in: Die Betriebswirtschaft, Vol. 72, 2012, S. 93-110.

Lenz, H.: Scientific ethics and publishing conduct?, in: Journal of Business Economics, Vol. 84, 2014, S. 1167-1189.

Necker, S.: Scientific misbehavior in economics, in: Research Policy, Vol. 43, 2014, S. 1747-1759.

Sureth, C./Knyphausen-Aufseß, D.: Welcher BWLer ist ein guter Forscher?, in: FAZ vom 26. November 2012, S. 12.

Voraussetzungen, die an erfolgreiche Kandidaten gestellt werden: Gute Kenntnisse in statistischen Analyseverfahren, Interesse an wissenschaftspolitischen und wissenschaftsethischen Fragestellungen. Bei Interesse wenden Sie sich an Richard Pibernik (richard.pibernik@uni-wuerzburg.de) oder Hansrudi Lenz (hansrudi.lenz@uni-wuerzburg.de).