

Akkreditierungsbericht

(Re-)Akkreditierungsverfahren an der

Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften

„Medienmanagement“ (B.A.), „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.)

(Reakkreditierung)

„Medienkommunikation“ (B.A.) und „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)

(Erstakkreditierung)

I Ablauf des Akkreditierungsverfahrens

„Medienmanagement“ (B.A.)

Erstmalige Akkreditierung am: 23. Februar 2010, durch: ZEvA, bis: 31. August 2015, vorläufige Akkreditierung durch ACQUIN bis 30. September 2015 nach Eingang der Selbstdokumentation

„Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.)

Erstmalige Akkreditierung am: 27. August 2010, durch: ZEvA, bis: 31. August 2016

Vertragsschluss am: 15. Oktober 2014

Eingang der Selbstdokumentation: 31. März 2015

Datum der Vor-Ort-Begehung: 8./9. Juli 2015

Fachausschuss: Geistes-, Sprach- und Kulturwissenschaften und Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften

Begleitung durch die Geschäftsstelle von ACQUIN: Marion Moser, Valérie Morelle

Beschlussfassung der Akkreditierungskommission am: 29. September 2015, 28. Juni 2016

Mitglieder der Gutachtergruppe:

- **Dr. Jürgen Amann**, Kongressmanager und Prokurist der Ingolstadt Tourismus GmbH, Ingolstadt
- **Prof. Dr. Norbert Drees**, Fachhochschule Erfurt, Fachrichtung Wirtschaftswissenschaften, Professor für Marketingmanagement und Kommunikation
- **Prof. Dr. Martin Gläser**, Hochschule der Medien Stuttgart, Professor für Medienwirtschaft und Medienmanagement

- **Prof. Dr. Dirk Jungels**, Hochschule für angewandtes Management, Erding, Fakultät Sportmanagement, Fachgebiet Sport und Medien
- **Prof. Dr. Astrid Kruse**, Fachhochschule des Mittelstands (FHM), Bielefeld, Professorin für Kommunikationswissenschaft und -controlling, Dekanin des Fachbereichs Medien
- **Jacob Müller**, Student im Masterstudiengang Verwaltungswissenschaft (Public Policy and Management) an der Universität Potsdam
- **Prof. Dr. Beate Ochsner**, Universität Konstanz, Professorin für Medienwissenschaft

Bewertungsgrundlage der Gutachtergruppe sind die Selbstdokumentation der Hochschule sowie die intensiven Gespräche mit Programmverantwortlichen und Lehrenden, Studierenden und Absolventen sowie Vertretern der Hochschulleitung während der Begehung vor Ort.

Als Prüfungsgrundlage dienen die „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ in der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen Fassung.

Im vorliegenden Bericht sind Frauen und Männer mit allen Funktionsbezeichnungen in gleicher Weise gemeint und die männliche und weibliche Schreibweise daher nicht nebeneinander aufgeführt. Personenbezogene Aussagen, Amts-, Status-, Funktions- und Berufsbezeichnungen gelten gleichermaßen für Frauen und Männer. Eine sprachliche Differenzierung wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit nicht vorgenommen.

Inhaltsverzeichnis

I	Ablauf des Akkreditierungsverfahrens.....	1
II	Ausgangslage	4
1	Kurzportrait der Hochschule.....	4
2	Kurzinformationen zu den Studiengängen	4
3	Ergebnisse aus der erstmaligen Akkreditierung.....	5
III	Darstellung und Bewertung	6
1	Ziele der Hochschule und der Fakultät	6
2	Konzept (übergreifend für alle Studiengänge)	8
3	Übergreifende Anmerkungen für die Studiengänge „Medienmanagement“ (B.A.), „Medienkommunikation“ (B.A.) und „Kommunikationsmanagement“ (M.A.).....	10
4	Ziele und Konzept des Studiengangs „Medienmanagement“ (B.A.).....	11
4.1	Qualifikationsziele.....	11
4.2	Konzept.....	13
5	Ziele und Konzept des Studiengangs „Medienkommunikation“ (B.A.).....	16
5.1	Qualifikationsziele.....	16
5.2	Konzept.....	16
6	Ziele und Konzept des Studiengangs „Kommunikationsmanagement“ (M.A.).....	20
6.1	Qualifikationsziele.....	20
6.2	Konzept.....	20
7	Ziele und Konzept des Studiengangs „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.).....	22
7.1	Qualifikationsziele.....	22
7.2	Konzept.....	23
8	Implementierung (übergreifend für alle Studiengänge).....	26
8.1	Ressourcen	26
8.2	Entscheidungsprozesse, Organisation	27
8.3	Prüfungssystem.....	27
8.4	Transparenz und Dokumentation	28
8.5	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	29
9	Qualitätsmanagement.....	31
10	Resümee für alle Studiengänge	33
11	Bewertung der „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ vom 08.12.2009	34
12	Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe.....	37
IV	Beschlüsse der Akkreditierungskommission von ACQUIN	38
1	Akkreditierungsbeschluss	38
2	Feststellung der Auflagenerfüllung.....	41

II Ausgangslage

1 Kurzportrait der Hochschule

Die Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften ist eine Hochschule für Technik, Sozial-, Rechts-, Gesundheits- und Wirtschaftswissenschaften in Niedersachsen und versteht sich als modernes, international ausgerichtetes Dienstleistungsunternehmen. Die vier Standorte der Hochschule sind – nach der Übernahme des Standorts Suderburg durch die Ostfalia zum 1. September 2009 und dem Umzug der Fakultät Soziale Arbeit von Braunschweig nach Wolfenbüttel zum WS 2010/2011 – in Salzgitter, Suderburg, Wolfenbüttel und Wolfsburg angesiedelt. Die Hochschule verfügt über 12 Fakultäten: Elektrotechnik (Wolfenbüttel), Gesundheitswesen (Wolfsburg), Informatik (Wolfenbüttel), Maschinenbau (Wolfenbüttel), Fahrzeugtechnik (Wolfsburg), Recht (Wolfenbüttel), Soziale Arbeit (Wolfenbüttel), Verkehr-Sport-Tourismus-Medien (Karl-Scharfenberg-Fakultät, Salzgitter), Versorgungstechnik (Wolfenbüttel), Wirtschaft (Wolfsburg), BauWasser-Boden (Suderburg) sowie Handel und Soziale Arbeit (Suderburg).

An der Hochschule sind 11.673 Studierende, an der Fakultät „Karl-Scharfenberg“ 2.279 Studierende immatrikuliert (Stand WiSe 2013/14).

2 Kurzinformationen zu den Studiengängen

Die Fakultät Verkehr–Sport–Tourismus–Medien „Karl-Scharfenberg“ am Ostfalia-Standort Salzgitter bietet insgesamt 14 Studiengänge an. Die zur Akkreditierung eingereichten Studiengänge sind dem Bereich Medien der Fakultät zugeordnet, welche zusätzlich noch den Bachelorstudiengang „Mediendesign“ (B.A.) anbietet.

Der Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.) wurde zum Wintersemester 2008/09 eingerichtet. Der Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) startete zum Wintersemester 2010/2011. In den Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) und den Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) soll erstmals zum Wintersemester 2015/16 immatrikuliert werden. Die Studierenden erwerben in den Bachelorstudiengängen 180 Credits, in den Masterstudiengängen 120 Credits.

Für die beiden Bachelorstudiengänge stehen je 30 Studienplätze zur Verfügung, für die Masterstudiengänge 25 (Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (FDU)) bzw. 20 Plätze (Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“).

Alle Studienprogramme sind gebührenfrei. Ein Studienbeginn ist jeweils zum Wintersemester möglich.

3 Ergebnisse aus der erstmaligen Akkreditierung

Der Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.) wurde im Jahr 2010 erstmalig durch die Zentrale Evaluations- und Akkreditierungsagentur Hannover (ZEvA) begutachtet und bis 31. August 2015 akkreditiert. Zur ordnungsgemäßen Durchführung des Akkreditierungsverfahrens wurde der Studiengang nach Eingang der Unterlagen bis 30.09.2015 vorläufig akkreditiert.

Der Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) wurde im Jahr 2011 durch die ZEvA bis 30.09.2016 akkreditiert.

III Darstellung und Bewertung

1 Ziele der Hochschule und der Fakultät

Die Ostfalia Hochschule hat für sich als ein Alleinstellungsmerkmal Interdisziplinarität definiert. Weiterhin möchte sie gezielt Unternehmensgründungen fördern und als ein „modernes Dienstleistungsunternehmen“ für „die Anforderungen der Berufswelt“ ausbilden, und hierzu „intensive interne und externe Kooperation“ pflegen (Leitbild). Weitere Ziele sind die kontinuierliche Verbesserung der Lehrqualität, Ausbau der Internationalisierung und der Weiterbildungsangebote.

In Absprache mit der niedersächsischen Landesregierung soll nicht nur eine qualitative sondern auch quantitative Weiterentwicklung erfolgen. Dies zeigt sich zum einem in dem starken Ausbau der Hochschulkapazitäten von rund 7.000 Studierenden in 2008 auf 12.000 Studierende in 2015. Die Auslastung der Hochschule liegt momentan bei ca. 97 %. Der Höhepunkt der Studierendenzahlen soll jetzt im Jahr 2015 erreicht werden, in den folgenden Jahren wird damit gerechnet, dass die Überkapazitäten aus doppeltem Abiturjahrgang und Aussetzung der Wehrpflicht wegfallen und sich die Anzahl der Studierenden pro Jahr um ca. 500-800 verringert, sodass für Jahr 2020 mit ca. 9000 Studierenden gerechnet wird.

Über Detailziele trifft die Hochschule mit ihren Fakultäten Zielvereinbarungen. Die Hochschule hat für sich klare übergeordnete und sekundäre Ziele formuliert, in die die Fakultäten und Studiengänge eingebunden sind.

Die drei in der Fakultät angebotenen Bachelorstudiengänge sind eng aufeinander abgestimmt und ergänzen sich sinnvoll. Ein Wechsel zwischen den Bachelorstudiengängen ist gut möglich. Während im Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ der Bereich Medien mit dem Bereich Management verschränkt wird, setzt der Bachelorstudiengang „Mediendesign“ gestalterische Schwerpunkte. Zwischen diesen beiden Studienangeboten ist der Studiengang „Medienkommunikation“ angesiedelt, der einen Schwerpunkt auf Konzeption und publizistischem Leistungsspektrum legt. Durch das Angebot von Studiengängen mit einer betriebswirtschaftlichen, gestalterischen und konzeptionellen Orientierung deckt der Bereich Medien das gesamte Anforderungspotential der Branche ab.

Die Masterstudiengänge sind konsekutiv zu den Bachelorstudiengängen angelegt. Sie vermitteln die erforderlichen Handlungskompetenzen zur Übernahme von Führungsaufgaben und vertiefen die in den Bachelorstudiengängen erworbenen Kenntnisse.

Die vier zur Akkreditierung eingereichten Studiengänge betten sich von Profil und Umsetzung her gut in das Portfolio der Fakultät und der Hochschule ein. Durch die Aufnahme der neuen Studiengänge „Medienkommunikation“ (B.A.) und „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) wird der Bereich Medien konzeptionell abgerundet und strategisch erweitert.

Alle hier behandelten Studiengänge setzen die „Ländergemeinsamen Strukturvorgaben“ der Kultusministerkonferenz (KMK) um. Die Studiengänge verbinden fachliche und überfachliche Qualifikationen zu stimmigen Gesamtqualifikationen, die den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse entsprechen. Auf die einzelnen Qualifikationsziele wird in den studiengangspezifischen Darstellungen näher eingegangen.

Persönlichkeitsentwicklung, Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement

Die Hochschule bietet interessierten Studierenden gute Rahmenbedingungen für ein gesellschaftliches Engagement, beispielsweise in den Gremien der studentischen Selbstverwaltung oder durch Mitarbeit im studentischen Hochschulradio. Die Fakultäten und die Studierendengremien können zur Honorierung solcher „nicht-fachspezifischer Leistungen“ die Vergabe von Studienbeitragsstipendien beantragen. Im eigentlichen Studium wird die Persönlichkeitsentwicklung durch kooperative Lernformen (Arbeiten in Teams), gesellschaftliches Engagement durch die diskursive Auseinandersetzung mit gesellschaftlich relevanten Themenstellungen (z.B. Einflüsse medialen Handelns auf die Gesellschaft) gefördert. Die Hochschule bietet darüber hinaus an den verschiedenen Standorten eine Vielzahl von außercurricularen Veranstaltungen an (z.B. Arbeiten in interkulturellen Teams, Bewerbung auf Englisch), die die Entwicklung von Schlüsselqualifikationen unterstützen.

Zugangsvoraussetzungen

Sowohl die Bachelor- als auch die beiden Masterstudiengänge sind zulassungsbeschränkt.

Zulassungsvoraussetzung für die Bachelorstudiengänge sind die allgemeine Hochschulreife, die fachgebundene Hochschulreife oder die Fachhochschulreife. Ebenso ist eine Zulassung für beruflich qualifizierte Personen nach § 18 des niedersächsischen Hochschulgesetzes möglich.

Die Studienplätze in den Studienprogrammen werden nach einem Auswahlverfahren vergeben, welches klar in den entsprechenden Ordnungen geregelt ist („Ordnung für das Auswahlverfahren für die zulassungsbeschränkten grundständigen Studiengänge der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften“, „Ordnung für den Zugang und die Zulassung für den konsekutiven Masterstudiengang Kommunikationsmanagement“ und „Ordnung für den Zugang und die Zulassung für den konsekutiven Masterstudiengang Führung in Dienstleistungsunternehmen“).

Auswahlkriterium für die Bachelorstudiengänge ist die Note der Hochschulzugangsberechtigung. Diese kann durch den Nachweis der erfolgreichen Belegung der Leistungskurse Wirtschaftslehre, Betriebswirtschaftslehre mit Rechnungswesen/Controlling, Werte und Normen sowie Deutsch um jeweils um 0,25 Punkte für jeden Kurs, der mit gut absolviert wurde, verbessert werden. Anzumerken ist, dass Studierende, welche keine gymnasiale Oberstufe besucht haben und bspw. be-

ruflich Qualifizierte, von dieser Regelung zur Verbesserung der Zugangsnote momentan nicht profitieren können. Ebenso ist es möglich, die Note der Hochschulzugangsberechtigung durch ein vor dem Studium absolviertes Praktikum um 0,25 anzuheben.

Für die Zulassung zum Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ ist ein abgeschlossenes BA-Studium in den Bereichen Medienmanagement, Medienkommunikation, Medienwissenschaft, Kommunikationswissenschaft bzw. für die Zulassung zum Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ ein Bachelorabschluss in Sportmanagement, Tourismusmanagement oder Stadt- und Regionalentwicklung mit der Note 2,5 Voraussetzung. Sofern eine fachlich einschlägige Berufs- oder Praktikantentätigkeit im Umfang von mindestens sechs Monaten nach dem vorangegangenen Bachelorstudium absolviert wurde, ist eine Zulassung auch mit einem Notenschnitt bis zu 2,8 möglich.

Die Zulassungsvoraussetzungen werden von der Gutachtergruppe als schlüssig bewertet, sie gewährleisten eine zielgerichtete Auswahl der Studierenden und unterstützen die Studierbarkeit der Studiengänge.

2 Konzept (übergreifend für alle Studiengänge)

Modularisierung und ECTS

Die Bachelorstudiengänge haben eine Regelstudienzeit von sechs, die Masterstudiengänge eine Regelstudienzeit von vier Semestern. Alle zur Begutachtung eingereichten Studiengänge sind sinnvoll strukturiert und modularisiert. Der Workload verteilt sich mit 30 Credits pro Semester gleichmäßig über den Studienverlauf. Ein Credit entspricht dabei einem durchschnittlichen studentischen Arbeitsaufwand von 30 Stunden. Die Modulgrößen entsprechen den Vorgaben der KMK, welche eine Mindestmodulgröße von fünf Credits vorsieht.

Für alle Studiengänge liegen Modulbeschreibungen mit Angaben u.a. zu Verbindlichkeitsgrad, Workload, Lernziele und Kompetenzen, Inhalten, Prüfungsformen, Literatur vor. Teilweise sind in den Modulbeschreibungen die Beschreibungen der Inhalte und Ziele etwas unscharf voneinander abgegrenzt. Lernziele und Modulhalte sollten daher besser voneinander getrennt dargestellt werden, ebenso könnten die Modulbeschreibungen noch stärker kompetenzorientiert ausformuliert sein. Nähere Ausführungen hierzu erfolgen in den studiengangsspezifischen Darstellungen.

In den Bachelorstudiengängen ist im sechsten Semester die Anfertigung der Bachelorarbeit (12 Credits plus drei Credits Kolloquium) und die dreimonatigen Praxisphase (15 Credits) vorgesehen. Die formale Ausgestaltung der Praxisphase ist in der Praxissemesterrichtlinie geregelt. Praxisphase und Bachelorarbeit sind momentan in einer gemeinsamen Modulbeschreibung „Betreute Praxisphase / Bachelorarbeit“ zusammengefasst. Beide Teile sind jedoch als jeweils einzelne Elemente des Studiengangs zu sehen. Um nicht den Eindruck entstehen zu lassen, dass Praxisphase und Bachelorarbeit stets integrativ zu handhaben sind, wird im Sinne der Transparenz eine Trennung

der beiden Bereiche in eigenständige Module und die Erstellung separater Modulbeschreibungen empfohlen.

In den Masterstudiengängen erfolgt die Anfertigung der Abschlussarbeiten im vierten Semester. In beiden Masterstudiengängen wird die Masterarbeit durch ein Kolloquium begleitet, in welchem die Studierenden ihre Thesisfragestellungen sowie Konzeption und Durchführung der Masterarbeit diskutieren können

Lehr- und Lernformen

Als Lehr- und Lernformen werden in den Bachelorstudiengängen Vorlesungen, Seminare, Übungen und Gruppenarbeiten eingesetzt. Die Lehrveranstaltungen im Rahmen der Masterstudiengänge finden überwiegend als Seminare und Vorlesungen statt. Erweitert werden diese durch Projektarbeiten und im Studiengang FDU durch ein Planspiel.

Daneben kommen in den Studienprogrammen auch interaktive Lehrmethoden wie bspw. „Peer Instruction Clicker“ oder „Fishbowl“-Diskussionen zum Einsatz. Im Rahmen des Pilotprojektes „Lehre bewegt“ werden zudem auditive E-Learning Elemente für ausgewählte Veranstaltungen erstellt. Die Gutachtergruppe begrüßt die interaktiven Lehrformen, da dadurch Verständnis und Reflektion der Lehrinhalte gefördert wird.

Die persönliche Entwicklung der Studierenden wird durch die eingesetzten Lehr- und Lernmethoden gut unterstützt. Studentische Arbeitsgruppen fördern neben der Auseinandersetzung mit einem Thema auch Teamfähigkeit, Konfliktfähigkeit, Argumentationskompetenz und Sozialkompetenz der Studierenden. Projektarbeiten ermöglichen den Studierenden die Umsetzung erworbener Kenntnisse und Kompetenzen in die Praxis.

Die eingesetzten Lehr- und Lernformenformen werden von der Gutachtergruppe positiv und als zielführend zur Vermittlung der definierten Lernziele der Studierenden bewertet.

3 Übergreifende Anmerkungen für die Studiengänge „Medienmanagement“ (B.A.), „Medienkommunikation“ (B.A.) und „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)

Die Studiengänge „Medienmanagement“ (B.A.), „Medienkommunikation“ (B.A.) und „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) zielen auf den erfolgreichen Gebrauch und strategischen Einsatz von Medien im Kontext von Marketing- und Kommunikationskonzepten von Wirtschaftsunternehmen und fokussieren auf ökonomisches Management und kommunikative Strategien im Kontext von Medienproduktionen. Die Abgrenzung der Begriffe ‚Medien‘ und ‚Kommunikation‘ erscheint etwas unscharf. So werden in den Medienmodulen bzw. Lehrveranstaltungen kommunikationswissenschaftliche Methoden sowie deren praktische Umsetzung in Form strategischer Kommunikation in unterschiedlichen Trägermedien behandelt. In den Studiengängen wird auf einen eher passiven Medienbegriff Bezug genommen, wie er mittlerweile fast ausschließlich in anwendungsorientierten kommunikationswissenschaftlichen Ansätzen zur Bezeichnung unterschiedlicher medialer Transportwege und Distributionsmöglichkeiten eingesetzt wird. Die Inhalte im Bereich Medien beschäftigen sich im Wesentlichen auf der Ebene der Gegenstände mit Medien, weniger auf Basis grundlegender theoriegeschichtlicher Fragestellungen nach der Relevanz und dem Eigensinn medialer Prozesse.

Die Studiengänge haben eine eindeutige betriebswirtschaftlichen Ausrichtung, es könnte aufgrund dieser Ausrichtung etwas mehr auf theoretische Ansätze und Methoden Bezug genommen werden wie sie z.B. in der Mediatisierungsforschung oder der medienwissenschaftlichen Konsumentenforschung im Übergang von zentralistischen Massenmedien (z.B. die "prosumer"-Theorie von Toffler) zu dezentralen Netzwerkmedien und die korrespondierende Kombination ehemals getrennter Akteure in der Figur des "producers" (Bruns) zu finden ist. Von Interesse könnten hier z.B. auch Partizipationstheorien (medien-, kommunikations- und sozialwissenschaftlich) sein, die sich mit den medialen Bedingungen soziokultureller wie auch -ökonomischer Teilhabe in der zeitgenössischen Sharingkultur beschäftigen oder Thematiken sozialer Be- und Entschleunigungsphänomene, Ver- oder auch Entnetzungstendenzen in Zeiten einer zunehmenden Medienkonvergenz.

In den Studiengängen ist ein Thema crossmediales Storytelling, welches in den – insbesondere im Masterstudiengang – fokussierten publizistischen Bereichen des Journalismus, der PR und dem Onlinemarketing verortet ist und ein sehr spannendes Forschungsfeld darstellt.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass in den drei Studiengängen die medienbezogenen und medienwissenschaftlichen Inhalte nicht auf einer grundlagentheoretisch ausgerichteten Medienwissenschaft basieren (was sie freilich auch nicht müssen, eine solche Grundlage würde aber durchaus zahlreiche Möglichkeiten zur eigenen, kreativen Weiterentwicklung und mithin erfolgreichem Transfer bieten), sondern primär auf anwendungsorientierten Methoden und Strategien kommunikationswissenschaftlicher Provenienz, deren Erkenntnisse in erster Linie

im Kontext einer betriebswirtschaftlichen Verwertbarkeit und eines marketingorientierten Denkens ausgewählt und bearbeitet werden. Medien kommen in den zu akkreditierenden Studiengängen „Medienmanagement“, „Medienkommunikation“ und „Kommunikationsmanagement“ letztlich insofern zum Tragen, als sie als Träger und Diffusoren von Kommunikation betrachtet werden. Dabei wird auf bestimmte, medienspezifische Eigenheiten eingegangen, eine grundlegende mediale Bedingtheit von Kommunikation wird weniger in Betracht gezogen. Dies ist durchaus legitim, auch wenn eine aktuelle medienwissenschaftliche Fundierung besonders im Rahmen digitaler Netzwerktheorien sehr erfolgreich sein könnte, da sie es ermöglicht – gerade auch im Kontext allgemeiner wie auch sozioökonomischer Mediationsprozesse – grundlegende Erkenntnisse der medialen Verfasstheit zu vermitteln und mithin längerfristige Perspektiven und Ideen für sinnvolle Verzahnungen mit Praxisprojekten zu eröffnen. Generell könnten in den Studiengängen medienwissenschaftliche theoretische Ansätze und Methoden etwas stärker integriert werden bzw. die bestehenden Anteile besser in den Modulbeschreibungen abgebildet werden. Die Titel der Studiengänge könnte man in dieser Hinsicht sicherlich nochmals überdenken, wobei dies aber kein Muss ist, da diese Bezeichnungen häufig durcheinander gehen.

4 Ziele und Konzept des Studiengangs „Medienmanagement“ (B.A.)

4.1 Qualifikationsziele

Im sechssemestrigen Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.) wird Studierenden ein ganzheitliches Verständnis von Medienorganisation vermittelt, sodass sie nach Abschluss des Studiums Medienorganisationen mit aufbauen und weiterentwickeln können. Neben wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen erwerben Studierende auch Kenntnisse in der Konzeption, Planung und Durchführung von Medienprodukten sowie der mediengestützten strategischen Kommunikation und im Marketing.

Lt. Selbstdokumentation (SD) sollen die Studierenden am Ende des Studiums über folgende Kenntnisse und Kompetenzen verfügen (SD S. 25):

- Betriebswirtschaftliche Kompetenz
- Sozialforschungskompetenz
- Übergreifende Handlungskompetenz
- Fremdsprachen
- Medienspezifische Kompetenz

Die im Studiengang vermittelten Sozial-, Methoden- und Problemlösungskompetenzen befähigen die Studierenden vielfältige Aufgaben im Bereich des Medienmanagements wahrzunehmen.

Arbeitsfelder der Absolventen sind Medienunternehmen im Bereich der Werbe- und Unternehmenskommunikation, Journalismus, Onlinekommunikation, Medienberatung bis hin zu Personalmarketing aber auch im Managementbereich bei Unternehmen und weiteren Institutionen in- und außerhalb der Medienindustrie, bei denen neben betriebswirtschaftlichen Kompetenzen auch medienspezifische Fähigkeiten gefordert werden. Anzumerken ist, dass die Ziele in der Selbstdokumentation teilweise im Kontext der Studiengangsinhalte dargestellt wurden, was die Profilierung des Studiengangs auf den ersten Blick etwas unscharf erscheinen lässt. Es sollte in der Außendarstellung darauf geachtet werden, das Profil des Studiengangs klar zu beschreiben.

Die zu adressierende Zielgruppe wird in der SD (S.18) wie folgt beschrieben: „Zielgruppe für diesen Studiengang sind Personen, die ihre berufliche Zukunft im Management von Medien, Medieneinsatz, Medienproduktion und Medienunternehmungen sehen. Sie sehen sich als Zuständige für die Ermöglichung von Medienproduktion und Medieneinsatz unter marktwirtschaftlichen Bedingungen“.

Die Nachfrage nach dem Studiengang ist in den letzten Jahren leicht zurückgegangen, ist aber dennoch sehr hoch. Während sich im Wintersemester 2011/12 693 Studierende beworben haben, waren es zum Wintersemester 2014/15 noch 555, wovon 298 Studierende zugelassen wurden und davon 97 Studierende das Studium aufgenommen haben. Trotz leicht zurückgehender Bewerbungen stellt der Studiengang nach wie vor ein attraktives Angebot der Hochschule dar.

Aus Sicht der Gutachtergruppe ist der Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ auf sinnvoll postulierte Qualifikationsziele hin ausgerichtet und entspricht grundsätzlich fachlich und methodisch dem Profil eines Bachelorstudiengangs in diesem Bereich. Die Ziele umfassen in ausreichender Form fachliche und überfachliche Aspekte. An der wissenschaftlichen Befähigung erfolgreicher Absolventinnen und Absolventen besteht kein Zweifel, sodass neben der Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit im Anschluss an das Bachelorstudium auch ein Masterstudium aufgenommen werden kann. Die Zielgruppe und die adressierten beruflichen Tätigkeitsfelder sind ausreichend definiert. Die Anforderungen der Berufspraxis werden angemessen reflektiert und begründet. Insgesamt kann die Darlegung der Qualifikationsziele des Studiengangs als gelungen bezeichnet werden. Auch die Gespräche vor Ort waren überzeugend. Das Kriterium der Qualifikationsziele wird von der Gutachtergruppe als erfüllt angesehen.

Weiterentwicklung und zusammenfassende Bewertung

Im Rahmen der Erstakkreditierung wurden hinsichtlich der Qualifikationsziele keine Empfehlungen ausgesprochen. Die Hochschule hat vor dem Hintergrund der Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements und der aktuellen Entwicklungen im Fach und auf dem Arbeitsmarkt nach Auffassung der Gutachtergruppe sinnvolle umfangreiche Weiterentwicklungen, auch aufgrund

der Rückmeldungen der Berufspraxis, in die Wege geleitet. Diese betreffen die Bereiche betriebswirtschaftliche Kompetenz (Stärkung der betriebswirtschaftlichen Fächer und der Kompetenz zur Bearbeitung planerischer Fragestellungen), Sozialforschungskompetenz (Stärkung der Anwendung sozialwissenschaftlicher Methoden), Handlungskompetenz (Stärkung der Soft Skills) und Förderung der Fremdsprachenkompetenz. Im Gegenzug wurden die medienfachspezifische Kenntnisse und Kompetenzen im Curriculum etwas reduziert. Die vorgenommene Verschiebung der Zielprioritäten kann als gelungen bezeichnet werden. Sie sorgt für eine bessere Ausgewogenheit der Studieninhalte und berücksichtigt die Anforderungen des Arbeitsmarktes. Insgesamt werden die Ziele des Studiengangs positiv bewertet.

4.2 Konzept

Der Studiengang umfasst insgesamt 26 Module (einschließlich Modul „Betreute Praxisphase / Bachelorarbeit“) und gliedert sich fachlich in die drei Modulstränge „Wissenschaft und Kompetenz“, „Wirtschaft“ und „Medienpraxis“. In jedem Strang sind von den Studierenden jeweils fünf Module zu absolvieren, Bachelorarbeit und Praxisphase sind dem Strang „Wissenschaft und Kompetenz“ zugeordnet. Das Curriculum besteht im Wesentlichen aus Pflichtmodulen, wobei die Studierenden im Modul „Projekt“ im fünften Semester die Wahl zwischen verschiedenen Projektthemen haben.

Im Strang „Wissenschaft und Kompetenz“ erwerben die Studierenden 37 Credits in neun Modulen. Neben den drei Modulen „Wirtschaftsenglisch“ sind diesem Strang auch die Veranstaltungen „Einführung in wissenschaftliches Arbeiten“, „Vertiefung wissenschaftlichen Arbeitens“, „Präsentation und Rhetorik“ sowie das Modul „Medienwissenschaft“ zugeordnet. Die in diesen Bereichen erworbenen Kompetenzen sind die Basis für die wissenschaftliche Vertiefung in den Fachgebieten Medienwissenschaften und Sozialforschung.

Der Strang „Medienpraxis“ behandelt in acht Modulen (56 Credits) die Grundlagen von Theorie und Praxis der Medienproduktion. Studierende erwerben hier fundierte Kenntnisse zur Konzeption und Realisierung von Inhalten und erfolgreiche Inhaltsvermittlung für verschiedene Medienunternehmen. Dies beinhaltet auch die Konzeption eigener Medieninhalte und deren Produktion.

Der Strang „Wirtschaft“ vermittelt in Ergänzung zu den beiden o.g. Bereichen grundlegende Kenntnisse in Betriebswirtschaft und Volkswirtschaft mit einer Orientierung auf Medienwirtschaft und Medienunternehmen. So werden bspw. medienspezifische Aspekte im Teilmodul „Medienmärkte“ behandelt, Managementkompetenzen im Modul „Unternehmensführung“. Das Modul „Projektmanagement“ ermöglicht den Studierenden die erworbenen Kenntnisse und Kompetenzen in einem betriebswirtschaftlichen Planspiel anzuwenden. Von den Studierenden sind in diesem Bereich insgesamt acht Module (57 Credits) zu absolvieren.

Aus kapazitären Gründen ist es im Studiengang schwierig, ein dauerhaftes Angebot an Wahlpflichtmodulen in das Curriculum zu integrieren. Wahlmöglichkeiten stellen – im für einen Bachelorstudiengang gebotenen begrenzten Umfang – einen Mehrwert für ein Studienangebot dar, da sie den Studierenden eine individuelle Profilierung ermöglichen. Nach Aussagen der Lehrenden werden daher teilweise bei einzelnen Modulen thematische Wahlmöglichkeiten für die Studierenden angeboten. Da der Studiengang durchaus innerhalb verschiedener Module Wahlmöglichkeiten vorsieht, diese aber nicht explizit darlegt, fährt er in seiner Außendarstellung gewissermaßen „unter Wert“. Die Gutachter empfehlen aus Gründen der Transparenz und inhaltlichen Präzisierung die vorhandenen Wahlmöglichkeiten besser in der Studiengangsdarstellung bzw. den Modulbeschreibungen abzubilden.

Die Modulabfolge ist insgesamt logisch und die Module werden sinnvoll zueinander in Beziehung gesetzt. Die Module sind stimmig hinsichtlich der definierten Qualifikationsziele konzipiert und in den Modulen ist der Bezug zu den übergeordneten Qualifikationszielen klar erkennbar. Die etwas unscharfe Zielformulierung zeigt sich teilweise bei den einzelnen Modulbeschreibungen, Lernziele und Inhalte vermischen sich mitunter in den Beschreibungen. Die Größe der Module entspricht im Studiengang im Wesentlichen den KMK-Vorgaben, es gibt einige wenige Module mit drei Credits (z.B. Module „Wirtschaftsenglisch“, Module „Handlungskompetenz I und II“ mit den Lehrveranstaltungen „Einführung in wissenschaftliches Arbeiten“ bzw. „Präsentation und Rhetorik“). Die inhaltliche Ausgestaltung dieser Module rechtfertigt nach Bewertung der Gutachter die Vergabe von weniger als fünf Credits. Eine Zusammenführung zu größeren Einheiten wäre für die inhaltliche Ausgestaltung des Curriculums und die Modulabfolge nicht zielführend. Die Arbeitsbelastung der Studierenden ist durch die kleineren Module nicht zu hoch und die Studierbarkeit nicht beeinträchtigt.

Das Studiengangskonzept sichert nach Bewertung der Gutachter in ausreichendem Maße die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen. Gerade die Profilierung von inhaltlich-fachlichen Kompetenzen (Modulstränge „Wirtschaft“ und „Medienpraxis“) auf der einen Seite sowie die methodisch-generischen Kompetenzen (Modulstrang „Wissenschaft und Kompetenz“) auf der anderen Seite kann als sehr gelungen bezeichnet werden. Als kleine Einschränkung sei angemerkt, dass die Bezeichnung des Modulstrangs „Wissenschaft und Kompetenz“ etwas unglücklich erscheint.

Weiterentwicklung und zusammenfassende Bewertung

Die Gutachter stellen fest, dass die Hochschule das Studiengangskonzept gegenüber der Erstakkreditierung deutlich überarbeitet hat. So wurde der Modulstrang „Medienpraxis“ neu entwickelt, sodass über den gesamten Studienverlauf hinweg medienpraktische Projekte integriert sind. Betriebswirtschaftliche Fächer wurden im Umfang von insgesamt sechs Credits gestärkt, zudem wurde die Lehrform im Modul „Projektmanagement“ zielführend von Vorlesung mit

Übung zu Projektarbeit geändert, um die Managementkompetenz der Studierenden zu stärken. Neu in den Studiengang integriert wurde das Modul „Sozialforschung I“ mit der Lehrveranstaltung „Methoden der Sozialforschung“ mit fünf Credits. Ebenso wurde „Sozialforschung II“ (Statistik/SPSS) um zwei Credits gestärkt. Weiter Änderungen gab es in den Modulen „Handlungskompetenz I-III“ und den Modulen „Wirtschaftsenglisch I-III“ (jeweils Erhöhung um insgesamt drei Credits). Darüber hinaus wurden Anpassungen in den medienfachspezifischen Lehrveranstaltungen vorgenommen. Zur besseren Integration der Inhalte wurden Lehrveranstaltungen zu neuen Modulen zusammengelegt, andere Inhalte wurden in bestehende Module integriert und Credits reduziert.

Der Workload der Module ist den Inhalten und Lernzielen angemessen. Die Gutachtergruppe bewertet den Studiengang als studierbar, was dadurch belegt wird, dass ca. 85 % der Studierenden das Studium innerhalb der Regelstudienzeit abschliessen.

Der Aufbau des Studiengangs „Medienmanagement“ mit seinen drei Modulsträngen kann voll überzeugen. Der Ansatz, drei inhaltlich klar ausgerichtete Studienfelder zu definieren und diese in eine zeitliche Ablauflogik zu stellen, ist zweckmäßig und zielführend. Insofern ist der Studiengang sowohl inhaltlich als auch strukturell sinnvoll, transparent und logisch aufgebaut.

Insgesamt kann festgestellt werden, dass die Weiterentwicklung des Konzepts nach eingehender und gründlicher Befassung aller Beteiligten erfolgt ist. Sie sind das Ergebnis sowohl des internen Qualitätsmanagements (Evaluationsergebnisse, Erhebungen zur studentischen Arbeitsbelastung, Absolventenbefragungen, Studienerfolg) als auch von zahlreichen Hinweisen und Rückkoppelungen aus der Berufspraxis. Die Anregungen der vorangegangenen Akkreditierung wurden bei der Weiterentwicklung berücksichtigt und sehr konstruktiv umgesetzt. Die Gutachtergruppe hat insgesamt einen positiven Eindruck vom Studiengang gewonnen.

5 Ziele und Konzept des Studiengangs „Medienkommunikation“ (B.A.)

5.1 Qualifikationsziele

Der Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) ergänzt das Studienangebot des Fachbereichs in sinnvoller Weise und schließt die Lücke zwischen den Bachelorstudiengängen „Medienmanagement“ und „Mediendesign“. Während im Studiengang „Medienmanagement“ betriebswirtschaftliche und im Studiengang „Mediendesign“ gestalterische Schwerpunkte gesetzt werden, fokussiert der neue Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ auf Konzeption und publizistisches Leistungsspektrum. Somit soll der Studiengang für Tätigkeiten in der medialen Contentproduktion und für Managementaufgaben im journalistischen und Public Relations Bereich qualifizieren. Studierende sollen Kenntnisse der ökonomischen und gesellschaftlich-kulturellen Rahmenbedingungen der Contentproduktion in den Bereichen Journalismus und Public Relations erwerben und in der Lage sein, die beiden Bereiche miteinander zu verbinden. Ebenso sollen sie planerische Fragestellungen bearbeiten können.

Die in der Selbstdokumentation für den Studiengang „Medienkommunikation“ beschriebenen Ziele sind grundsätzlich inhaltlich nachvollziehbar und reflektieren die inhaltliche Ausrichtung des Studiengangs auf die mediale Contentproduktion und das Management im journalistischen Bereich. Die dabei bewusst und systematisch angestrebte Zusammenführung von Inhalten aus Journalismus und Public Relations entspricht der aktuellen Entwicklung in der Arbeitswelt und wird von der Gutachtergruppe positiv bewertet. Neben dem Erwerb von Kenntnissen in Betriebswirtschaft und Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie Methodenkompetenzen sollen auch Soft Skills wie z.B. Teamfähigkeit, eigenständiges Arbeiten und Zeitmanagement gestärkt werden. Die Förderung des gesellschaftlichen Engagements wird durch gesellschaftstheoretische und soziologische Themen, welche sich mit den Einflüssen medialen Handelns auf die Gesellschaft auseinandersetzen, ausreichend berücksichtigt.

Die Ableitung der Qualifikationsziele einerseits unmittelbar aus der Praxis und andererseits aufgrund der eigenen medienpraktischen Erfahrungen des Lehrpersonals sowohl im Bereich Journalismus als auch im Bereich Public Relations in Verbindung mit der perspektivischen Fokussierung auf zukünftige Geschäftsmodelle in diesem Bereich ist schlüssig und sinnvoll. Der Studiengang verbindet in sinnvoller Weise Fachwissen mit Methodenwissen und generischen Kompetenzen.

5.2 Konzept

Der Studiengang umfasst insgesamt 26 Module einschließlich Bachelorarbeit und Praxisphase. Die Module lassen sich fachlich den fünf Bereichen Medien und Management (acht Module, 43 Credits), Lehrredaktion (vier Module, 38 Credits), Journalismus (fünf Module, 25 Credits), Public

Relation (fünf Module, 25 Credits) sowie Handlungsfelder (zwei Module, 10 Credits) zuordnen. Die Aufteilung der Credits auf die einzelnen Bereiche ist als schlüssig zu bezeichnen.

Grundlegende Management- und Medienkenntnisse einschließlich Kenntnisse zu betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Contentproduktion und ihrer Vermarktung werden im Bereich Medien und Management erworben.

Die Grundlagen in den Bereichen PR und Journalismus werden vom ersten bis vierten Semester vermittelt. Die erworbenen Fachkenntnisse werden durch die Module „Lehrredaktion I-III“ ergänzt, in welchen die Studierenden Beiträge sowohl crossmedial als auch medienspezifisch (AV, Print, Online, Audio) konzipieren und umsetzen müssen. Im fünften Semester ist das Modul „Lehrredaktion“ interdisziplinär angelegt, hier wird durch den Einbezug Studierender aus anderen Studiengängen die Integration „Fachfremder“ in redaktionelle Prozesse trainiert. Diese praxisorientierten Module bereiten somit gut auf die spätere Berufstätigkeit vor und ermöglichen eine praktische und praxisnahe Umsetzung des theoretisch Gelernten.

In den Teilmodulen „Medienwirkungsforschung & Medienpsychologie“, „Werbeforschung“, „Journalismusforschung“, und die „Forschungsprojektarbeit“ erwerben die Studierenden Kenntnisse in Forschungsmethoden, was der Vorbereitung auf die Bachelorarbeit (12 Credits plus drei Credits Kolloquium) im sechsten Semester dient.

Die Module haben eine Größe von fünf bis elf Credits und entsprechen somit in ihrer Ausgestaltung den KMK-Strukturvorgaben.

Die Bezeichnung der Module, z.B. WM5 „Soziologie“ und WM6 „Theorien“, PR1 bis PR5 als „Public Relations I, II, III, IV, V“ und analog dazu J1 bis J5 als „Journalismus I, II, III, IV, V“ erscheint optimierbar, da diese Bezeichnungen die vermittelten Inhalte nicht abbilden. Erst auf der Ebene der Teilmodule werden durch die dort gewählten Bezeichnungen die tatsächlichen Inhalte erkennbar. Aussagekräftige Modultitel können hier zu einem leichteren Verständnis des inhaltlichen Gesamtkonzeptes und zur mehr Transparenz beitragen.

Auch erscheinen die inhaltlichen Beschreibungen der Module nicht immer präzise und trennscharf. So wird z.B. nicht deutlich, warum im Modul WM8 „Marketing“ unter den insgesamt sechs benannten Inhalten die ‚Marketingforschung‘ auftaucht, obwohl es dafür im Modul WM4 „Einführung in die Sozialforschung“ ein eigenes Teilmodul „Marktforschung“ gibt. Bei den Modulen WM2 „Kommunikationswissenschaft“, WM3 „Medienwissenschaft“, WM5 „Soziologie“ und WM6 „Theorien“ wurde noch nicht ganz deutlich, wie diese Module aufeinander aufbauen bzw. die Inhalte aufeinander abgestimmt sind. Nach Aussage der Lehrenden stimmen sich die Dozenten jedoch untereinander ab und es werden Querverbindungen zu den einzelnen Modulen hergestellt. Um den Eindruck konzeptioneller Redundanzen zu vermeiden, sollten die Module und Modulbeschreibungen nochmals auf Redundanz geprüft und ggf. überarbeitet werden.

Im Abgleich mit den Modulen W7 „Marktforschung“, WK4 „Sozialforschung I“ und WK5 „Sozialforschung II“ im Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ ist die Modulbeschreibung des Moduls WM4 „Einführung in die Sozialforschung“ im Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ nicht nachvollziehbar und angesichts der dem Modul zugeordneten sieben Credits nach Meinung der Gutachter inhaltlich völlig überladen. Das Modul beinhaltet neben den Inhalten zur Marktforschung, für die im Studiengang „Medienmanagement“ im Modul W7 „Marktforschung“ mit identischer inhaltlicher Formulierung allein 6 Credits zugebilligt werden, auch die Inhalte der Module WK4 „Sozialforschung I“ (5 Credits) und WK5 „Sozialforschung II“ (6 Credits). Damit werden im Abgleich der beiden Bachelorstudiengänge für identische Inhalte im Studiengang „Medienkommunikation“ lediglich 7 Credits vergeben, im Studiengang „Medienmanagement“ hingegen insgesamt 17 Credits. Die Argumentation der Lehrenden, die Inhalte des Moduls WM4 würden im Vergleich zu den Modulen im Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ nicht in derselben Tiefe behandelt, überzeugt nicht. Die Inhalte des Moduls WM4 „Einführung in die Sozialforschung“ und deren strukturelle Gewichtung sind daher zwingend zu überprüfen, Inhalte und Umfang der zu erwerbenden Kompetenzen und des Wissenserwerbs sind mit den zu erwerbenden Credits in Einklang zu bringen. Der Gesamtworkload und dessen Verteilung ist nachvollziehbar zu kalkulieren. Es ist somit eine überarbeitete Modulbeschreibung sowie eine realistische Workloadkalkulation vorzulegen. Der Workload des Moduls WM4 sollte dann nach dem ersten Durchlauf evaluiert werden.

Der Umfang der Wahlmöglichkeiten im Rahmen des Studiengangs „Medienkommunikation“ ist mit den beiden Modulen „Wahlpflichtfach I“ bzw. „Wahlpflichtfach II“ im Umfang von jeweils fünf Credits überschaubar. Die Wahlpflichtmodule sollten daher nicht – wie in der Selbstdokumentation formuliert – als „einen besonderen Schwerpunkt“ (S. 20) dargestellt werden. Lt. Selbstdokumentation sollen die Studierenden in den Wahlpflichtmodulen die Gelegenheit haben, verschiedene Themenfelder zu vertiefen. Es bleibt allerdings offen, welche und wie viele konkrete Angebote dies sein werden. In den Modulbeschreibungen werden für beide Wahlpflichtfächer vier identische Beispiele benannt. Lt. der beiden Beschreibungen wird die Anzahl und das Angebot der Wahlpflichtfächer vor Beginn des Semesters vom Prüfungsausschuss festgelegt. Ein konkreter Hinweis darauf, dass im Rahmen dieser Wahlmodule die Formulierung in der Selbstdokumentation „Kurse der Studiengänge stehen jeweils auch den Studierenden der anderen Studiengänge auf freiwilliger Basis offen“ (S. 13) konzeptionell mit Leben gefüllt werden könnte, ist nicht aufgenommen. Hier wäre eine Spezifikation des Angebotes an Wahlmöglichkeiten wünschenswert. Formal ist die Kennzeichnung der beiden Module in den Modulbeschreibungen als „Pflichtmodul“ und darunter die Bezeichnung „Wahlpflichtfach“ etwas irreführend, da es sich aufgrund der Wahlmöglichkeiten um Wahlpflichtmodule handelt.

Eine weitere Möglichkeit der individuellen Spezialisierung bieten die Module „Lehrredaktion I, II, III“. Wie die Spezialisierungsmöglichkeiten dabei genau aussehen bzw. welche Medienformate produziert werden (jeweils Print, Audio, AV und Online oder Teile davon?) und wie die drei offenbar aufeinander aufbauenden Module angesichts der unterschiedlichen Wahl durch die Studierenden koordiniert werden, wurde nicht ganz deutlich. Während das Modul „Lehrredaktion II“ crossmedial angelegt ist, sind die beiden Module „Lehrredaktion I“ und „Lehrredaktion III“ medienspezifisch. Die Modulbeschreibungen „Lehrredaktion I“ und „Lehrredaktion III“ lauten weitestgehend identisch und sollten daher präzisiert werden.

Unter Einbeziehung der o.g. Anmerkungen ist sowohl die Gesamtstruktur des Studiengangs „Medienkommunikation“ als auch die Inhalte der Module für diesen Studiengang im Sinne der beschriebenen Studiengangsziele grundsätzlich angemessen, nachvollziehbar und geeignet, die Studiengangsziele zu erreichen. Neben Fachwissen werden auch fachübergreifende Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen in ausreichendem Maße vermittelt. Der Workload verteilt sich gleichmäßig über die Semester, bis auf eine Ausnahme (s.o.) ist die Zuweisung der Credits zu den Modulen sinnvoll. Die Gutachter bewerten den Studiengang insgesamt als studierbar. Der Abschluss des Studiums ermöglicht den Studierenden neben der Aufnahme einer entsprechend qualifizierten Berufstätigkeit auch die Aufnahme eines Masterstudiums.

6 Ziele und Konzept des Studiengangs „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)

6.1 Qualifikationsziele

Der konsekutive Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ richtet sich explizit an „ein breites Spektrum von AbsolventInnen der medienbezogenen Bachelorstudiengänge, die an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften angeboten werden.“ (SD S. 21)

Studierende erweitern und vertiefen im Masterstudiengang ihre Kenntnisse in Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie in sozialwissenschaftlichen Methoden und deren Anwendung. Nach Abschluss des Studiums sollen die Studierenden in der Lage sein, Prozesse der Medienerstellung teamorientiert zu begleiten und anzuleiten. Der Studiengang soll somit gezielt auf die Herausforderungen eines im weiten Sinne medienbezogenen Berufsfeldes und dabei insbesondere auf Führungsverantwortung vorbereiten. Das Gewinnen von Sicherheit in anspruchsvollen und komplexen Kommunikationssituationen stellt dabei ein zentrales Kompetenzziel dar, ebenso wie reflektierte Rhetorik, sichere Verhandlungsführung und die überlegte Kenntnis und Anwendung von Kommunikationsstrategien in beruflichen Alltagssituationen. Dabei versteht sich der Studiengang eher als ein „analytischer“ Master als ein Studiengang mit explizitem Forschungsfokus.

Die für den Studiengang „Kommunikationsmanagement“ beschriebenen Ziele sind grundsätzlich inhaltlich nachvollziehbar und erscheinen für den Studiengang als angemessen. Der Studiengang ermöglicht nicht nur den Eintritt in das Berufsleben sondern auch eine weitere wissenschaftliche Qualifikation.

6.2 Konzept

Der Studiengang gliedert sich in die drei gleichberechtigten Bereiche „Wissenschaft und Management“, „Strategische Kommunikation“ und „Publizistische Kommunikation“. Pro Bereich müssen die Studierenden 30 Credits erwerben, jedem Modul sind 10 Credits zugewiesen. Der Studiengang ist stringent aus Pflichtmodulen aufgebaut, Wahlmöglichkeiten bestehen für die Studierenden jedoch im Rahmen der im Curriculum integrierten Projekte in Publizistik und der strategischen Kommunikation.

Im ersten Semester werden die Kenntnisse in sozialwissenschaftlichen Methoden vertieft und die zum Teil heterogenen publizistischen Kenntnisse der Studierenden durch das Modul „Grundlagen publizistischen Handelns“ nivelliert. Daran anschließend erweitern die Studierende im zweiten Semester ihre Kenntnisse in Unternehmensführung sowie Publizistik und führen ein erstes Forschungsprojekt durch, in welchem die Methodenkenntnisse des ersten Semesters am praktischen Beispiel angewendet werden. Im dritten Semester erfolgt eine weitere Vertiefung der Kenntnisse in Unternehmensführung und strategischer Kommunikation und ein zweites Forschungsprojekt. Das vierte Semester ist der Anfertigung der Masterarbeit (20 Credits) mit begleitendem Masterseminar (fünf Credits) und Masterkolloquium (fünf Credits) vorbehalten. Die Modulabfolge ist

schlüssig und die Inhalte der drei o.g. Bereiche werden sinnvoll aufeinander bezogen und stehen nicht losgelöst voneinander. So ist die Lehrveranstaltung „Rhetorik, Verhandlungsführung, Kommunikationsstrategie“ die Basis für das Modul „Forschung zur strategischen Kommunikation“.

Wie schon im Studiengang „Medienkommunikation“ erscheinen auch hier die Modultitel, z.B. S1 „Markt und Gesellschaft“ oder WM2/WM3 „Unternehmensführung I, II“ optimierbar, da erst auf der Ebene der Teilmodule durch die dort gewählten Bezeichnungen die tatsächlichen Inhalte erkennbar sind. Aussagekräftige Modultitel können hier zu einem leichteren Verständnis des inhaltlichen Gesamtkonzeptes beitragen.

Die Darstellung der Inhalte in den Modulbeschreibungen sollte nochmals überprüft werden. Es sollte deutlicher werden, dass keine Grundlagen, sondern weiterführende Inhalte vermittelt werden. Vor dem Hintergrund, dass sich der Studiengang „Kommunikationsmanagement“ als konsekutiver Master versteht, gilt dies insbesondere für solche Inhalte, die in den Bachelorstudiengängen der Ostfalia Hochschule bereits verankert sind.

Unter Berücksichtigung der o.g. Anmerkungen zu den Modulbeschreibungen, die sich lediglich auf die Darstellung und nicht die inhaltliche Ausgestaltung beziehen, sind sowohl die Gesamtstruktur des Studiengangs „Kommunikationsmanagement“ als auch die in den Modulbeschreibungen zugeordneten Inhalte für diesen Studiengang im Sinne der beschriebenen Studiengangsziele angemessen und nachvollziehbar. Die definierten Lernziele können mit dem vorgelegten Studiengangskonzept gut erreicht werden. Studierende erwerben neben Fachwissen im Bereich der strategischen Kommunikation, Publizistik und Rhetorik und Projektmanagement auch sozialwissenschaftliche Methodenkompetenzen sowie Kenntnisse in Entrepreneurship. Die Studierbarkeit ist nach Meinung der Gutachtergruppe gegeben, die Arbeitsbelastung der Studierenden verteilt sich gleichmäßig über die Semester und der Workload der einzelnen Module ist den Lernzielen und Inhalten angemessen. Der Studiengang bereitet die Absolventen gut auf die wechselnden Anforderungen in der Agentur- und Medienbranche vor. Die Gutachtergruppe hat einen insgesamt positiven Eindruck vom Studiengang und seiner inhaltlichen Ausgestaltung gewonnen.

7 Ziele und Konzept des Studiengangs „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.)

7.1 Qualifikationsziele

Ziel des Studiengangs „Führung in Dienstleistungsunternehmen.“ ist es, Studierenden entsprechende Methodenkompetenz zu vermitteln und die Absolventen somit für die Übernahme von leitenden und führenden Positionen in Dienstleistungsunternehmen zu befähigen. Dies ist in einem Umfeld besonderer Herausforderungen aufgrund spezifischer Leistungsprozesse bei strategischen Entscheidungen in einem sich rasch entwickelnden Wirtschaftsbereich (Dienstleistungen) nach Meinung der Gutachtergruppe ein richtiger Ansatz. Die Absolventen sollen in die Lage versetzt werden, Problemsituationen zu erkennen, selbständig zu analysieren und langfristig tragfähige Lösungsstrategien entwickeln zu können. Die fachtheoretische Basis des Studiengangs FDU stellen Kenntnisse zu den Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens, des Dienstleistungsmanagements und die Schulung theoretisch-analytischer Fähigkeiten dar. Neben diesen fachtheoretischen Ansätzen sollen aber auch übergeordnete Kompetenzen, die im täglichen Berufsalltag einer Führungskraft mindestens ebenso wichtig sind, wie z.B. die Entwicklung von Teamfähigkeit, Konfliktmanagement, Kommunikationsfähigkeit, Selbstorganisation, Selbstreflektion und ethisches Urteilsvermögen etc. gefördert werden.

Die Zielgruppe des Studiengangs FDU sind angehende Führungskräfte in Dienstleistungsunternehmen. Die Nachfrage nach dem Studiengang ist seit der Einführung kontinuierlich gestiegen. Er konnte in den letzten Jahren steigende Studierendenzahlen verzeichnen. Während kurz nach der erstmaligen Immatrikulation die Auslastung lediglich 44 % betrug, nähert sich der Studiengang FDU mit einer Auslastung von 92 % inzwischen den zur Verfügung stehenden Kapazitäten.

Der Dienstleistungsbereich gewinnt nach wie vor noch an Bedeutung, somit ist auch die Nachfrage nach gut ausgebildeten Führungskräften in den Unternehmen des Dienstleistungsbereichs als tendenziell steigend einzuschätzen. Gerade die breit angelegte Ausbildung im Studiengang FDU erscheint aus Sicht der Gutachter durchaus in der Lage, entsprechend qualifizierten Führungsnachwuchs auszubilden. Auch die Gespräche mit Studierenden und Absolventen hinsichtlich der späteren Tätigkeitsfelder unterstreichen in Zusammenhang mit den Ergebnissen der Absolventenbefragungen diese Einschätzung. Die Absolventen arbeiten z.B. in der Tourismusbranche, im Projektmanagement, Personalmanagement sowie Marketing.

Weiterentwicklung und zusammenfassende Bewertung

Die definierten Qualifikationsziele werden von der Gutachtergruppe als sinnvoll und angemessen bewertet, die Ziele haben sich bewährt und sind seit der Erstakkreditierung beibehalten worden. Das Profil des Studiengangs ist gut durchdacht. Die Studierenden erwerben neben Fachkenntnissen sowohl wissenschaftliche als auch methodische Fähigkeiten, welche sie adäquat auf ihre berufliche Laufbahn vorbereiten. Persönliche Entwicklung und gesellschaftliches Engagement sind im Studiengang ebenfalls ausreichend berücksichtigt.

7.2 Konzept

Der Studiengang ist in 15 Module gegliedert, alle Module haben eine Größe größer fünf Credits und entsprechen somit den KMK-Strukturvorgaben. Die Masterarbeit wird im vierten Semester (15 Credits plus je drei Credits für das Kolloquium und das Masterseminar) angefertigt.

Dienstleistung als auch Führung werden im Studiengang ausreichend thematisiert. Beide Themen sind durch die Module FDU 3 „Internationales Management“, FDU 4 „Dienstleistungsmanagement (Vertiefung)“ und FDU 5 „Dienstleistungsqualität“ im ersten Semester verankert sowie durch die Module FDU 6 „Corporate Governance“, FDU 7 „Mitarbeiterführung“ und FDU 8 „Organisationslernen“ im zweiten Semester vertreten. Die Module „Soziologie“ und „Politikwissenschaften“ sind mit ihren Inhalten durchaus sinnvoll im Rahmen des Studiengangs thematisiert, es könnte hier aber mehr Literatur zur Wirtschaftspolitik enthalten sein. Inhalte wie Compliance und Ethik sind im Studiengang durch diverse Veranstaltungen integriert. Zu empfehlen wäre, ob nicht auch Themen wie Smart Data, Big Data und Digitalisierung Eingang in die Agenda finden könnten.

Zum Ende des Studiums hin sind durch Projektarbeiten und eine Fallstudie, in welcher Themen zu Sport-, Tourismus- oder Stadt- und Regionalmanagement bearbeitet werden, dann mehr praktische Anteile in den Studiengang integriert.

Die in der Zielsetzung definierten fachtheoretischen Aspekte finden sich ebenso wie der im Unterschied zum grundständigen Studiengang forciert angewandte Ansatz des exemplarischen Lernens in den Unterrichtsmodulen des konsekutiven Studiengangs FDU wider. Die Stärkung von Sozialkompetenz und Soft Skills wird durch die Referate, Teamarbeit und Gruppenarbeit sichergestellt.

Im Kontext der Vermittlung von Methodenkompetenz wäre zu überdenken, ein Modul Methoden und wissenschaftliches Arbeiten in das Curriculum einzubinden, welches sich noch einmal dezidiert dem Erwerb methodischen Wissens widmet.

Gleichwohl wird dies durch die Module FDU 9 „Propädeutika“, FDU 12 „Projektarbeit ‚wissenschaftliches Denken‘“ und FDU 14 „Evaluation“ vertieft angeboten.

Studierende sollen im Studium Fähigkeiten erwerben, sich selbständig mit vollkommen neuen Problemsituationen auseinander zu setzen. Dieses Ziel ist sehr generisch beschrieben, die Fähigkeit

zur Problemlösung sollte durchaus auch schon im Rahmen eines Bachelorstudiums erworben werden. Es wurde nicht ganz deutlich, wie sich diese Fähigkeit von den bereits im vorangegangenen BA-Studium erworbenen Problemlösungskompetenzen unterscheidet und durch welche Inhalte diese Kompetenzen erworben bzw. gestärkt werden. Gleiches lässt sich für den Anspruch formulieren, dass die Studierenden die Schwächen von Ad-hoc-Lösungen erkennen mögen und methodengeleitet zu langfristig tragfähigen Lösungsstrategien finden. Die Modulbeschreibungen sollten daher entsprechend erweitert und präzisiert werden.

Ein weiteres Ziel ist, den Studierenden zeitgemäßes strategisches Entscheiden näher zu bringen. Zwar wird im Studiengang das Modul FDU 14 „Strategisches Controlling“ angeboten, doch findet sich im Curriculum kein Aspekt, der sich grundständig mit strategischer Unternehmensführung befasst, was im Hinblick auf die Zielsetzung sinnvoll erscheint. Es sollte daher geprüft werden, ob strategische Unternehmensführung in das Curriculum integriert werden könnte.

Dem hochschulweiten Ziel Internationalisierung wird zwar durch das Modul „Internationales Management“ Rechnung getragen, hier wäre jedoch zu überlegen, im Zuge einer Intensivierung der Internationalität von Hochschule und Studium – entsprechende Netzwerke zu Partnerhochschulen im Ausland bestehen nach Aussage der Lehrenden – das Angebot an fremdsprachigen Angeboten auszubauen.

Das Konzept des Studiengangs ist grundsätzlich studierbar und bereitet die Studierenden auf eine Führungsrolle in Dienstleistungsunternehmen vor. Durch die übergeordnete Betrachtungsebene der Dienstleistung müssen Studierende ihre Berufswahl nicht von einem spezifischen Aspekt wie Tourismus oder Sport abhängig gestalten. Diese Offenheit wird von der Gutachtergruppe positiv bewertet. Die Zuordnung der Credits zu den Modulen ist schlüssig. Aus Sicht der Gutachter und bezugnehmend auf das Gespräch mit Studierenden/Absolventen ist die Studierbarkeit des Studiengangs gegeben und das Studium kann innerhalb der Regelstudienzeit abgeschlossen werden.

Weiterentwicklung und zusammenfassende Bewertung

Basierend auf den Erfahrungen der zurückliegenden Jahre und unter Einbeziehung der Anregungen von Studierenden, Absolventen und Berufspraxis wurde eine Optimierung bzw. Weiterentwicklung des Curriculums sowie der Prüfungsleistungen und eine Restrukturierung einzelner Module vorgenommen. Die durchgeführten Modifikationen stellen aus Sicht der Gutachter insgesamt eine sinnvolle Weiterentwicklung des Studiengangs dar (z. B. Ausbau des Moduls „Innovationsmanagement“ durch die Lehrveranstaltungen „Entrepreneurship-Management“ und „E-Business“ bei gleichzeitiger Streichung des Moduls „Eventmanagement“). Auch die verstärkte Integration von Gender und Diversityaspekten ist eine positive (Weiter-)Entwicklung des Studiengangs FDU. Durch die Reduzierung der Fallstudien von zwei auf eine Fallstudie im Modul FDU 10 „Fallstudien-Bearbeitung“ und die Zusammenführung der

Veranstaltungen „Organisationsberatung (Theorie)“ und „Theorie-Praxis-Verhältnis/Forschungsmethodik“ zu dem Modul „Propädeutika“ im zweiten Semester, welches die theoretischen Grundlagen für die sich im dritten Semester anschließenden Projekte vermittelt, wurde die Studierbarkeit verbessert. Insgesamt sind die vorgenommenen Änderungen im Zuge der Reakkreditierung sinnvoll umgesetzt und integriert worden.

Im Hinblick auf die übergeordnete Zielsetzung Internationalisierung der Hochschule und einer zunehmenden international geprägten Arbeitswelt sowie der fachspezifischen Ziele sollte überdacht werden, ob auch englische Lehrveranstaltungen in den Studiengang integriert werden könnten, insbesondere vor dem Hintergrund, dass in den Bachelorstudiengängen bereits Wirtschaftsenglisch gelehrt wird.

Die Absolventen des Studiengangs FDU erwerben nach Ansicht der Gutachter die wesentlichen Qualifikationen für die spätere Übernahme von Führungspositionen in Dienstleistungsunternehmen, speziell in den Teilbereichen Sportmanagement, Stadt- und Regionalmanagement sowie Tourismusmanagement, aber durchaus durch den verfolgten induktiven Lehransatz auch darüber hinaus. Durch den engen Austausch mit den Absolventen des Studiengangs sowie Partnern aus der Praxis (u.a. im Rahmen von Projektpartnerschaften und gemeinsamen Praxisprojekten) ist die Verzahnung der Bedürfnisse der Berufspraxis mit den Studieninhalten aus Sicht der Gutachter gegeben.

8 Implementierung (übergreifend für alle Studiengänge)

8.1 Ressourcen

Für die Studiengänge „Medienmanagement“, „Medienkommunikation“ und „Kommunikationsmanagement“ stehen insgesamt acht Professuren zur Verfügung, wovon drei Stellen bereits besetzt sind. (Kommunikationsmanagement, Medien und Marketing, ABWL mit dem Schwerpunkt Marketing). Weitere fünf Professuren (Kommunikations- und Medienwissenschaft, Journalistik, Online-Marketing, Medienproduktion sowie ABWL mit dem Schwerpunkt Finanzen und Rechnungswesen in der Medienwirtschaft) werden bis zum Sommer 2016 besetzt sein. Die Berufungskommissionen sind eingerichtet und die ersten Probevorträge sollen im Wintersemester 2015/16 stattfinden. Unterstützt wird die Lehre durch eine feste Lehrkraft für besondere Aufgaben, die ebenfalls 2016 besetzt wird und vier bis 2018 befristete wissenschaftliche Mitarbeiterstellen, welche mit je sechs SWS in die Lehre eingebunden sind. Der Lehrbedarf für die o.g. Studiengänge kann gut durch die vorhandenen personellen Ressourcen abgedeckt werden. Bei zusätzlichem Bedarf werden Lehrbeauftragte eingesetzt.

In die Lehre im Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ sind elf Professoren der Ostfalia Hochschule und eine Lehrkraft für besondere Aufgaben eingebunden. Auch hier sichern die personellen Ressourcen eine zielgerichtete Durchführung des Studiengangs.

Der Einbezug relevanter Praxisthemen erfolgt durch Lehrbeauftragte, welche einen festen Ansprechpartner innerhalb der Hochschule, i.d.R. den jeweiligen Modulverantwortlichen, haben.

Alle Lehrenden sind sehr gut qualifiziert, für die Weiterqualifizierung der Dozenten stehen mehrere Möglichkeiten zur Verfügung. Neben Konferenzteilnahmen ist auch ein Forschungsfreisemester möglich. Darüber hinaus werden im Rahmen des Studienerfolgsprogramms (StEP) der Ostfalia Hochschule den Lehrenden fachdidaktische Weiterbildungsmaßnahmen durch das Zentrum für erfolgreiches Lehren und Lernen (ZeLL) angeboten. Die erfolgreiche Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen wirkt sich z.B. positiv auf die Leistungsvereinbarungen aus.

Ein Internationalisierungsbeauftragter unterstützt die Fakultät in der Umsetzung ihrer Internationalisierungsstrategie und im Auf- und Ausbau ihrer internationalen Beziehungen. Im Zuge der Internationalisierungsstrategie der Hochschule soll nicht nur die Studierendenmobilität sondern auch die Mobilität der Lehrenden und der Verwaltungsmitarbeiter weiter gefördert werden. Die hier vorhandenen Möglichkeiten könnten noch besser kommuniziert werden.

Die sächliche und finanzielle Ausstattung ist für alle Studiengänge als gut zu bewerten. Die Fakultät verfügt über neue Räumlichkeiten und gut ausgestattete Labore.

8.2 Entscheidungsprozesse, Organisation

Die Studiengänge sind klar strukturiert und nachvollziehbar aufgebaut. Sie sind eingebettet in die Organisationsstruktur der Hochschule und Fakultät, welche über die an Fachhochschulen üblichen Gremien (Senat, Fakultätsrat, Studienkommissionen, Prüfungsausschüsse) verfügt. Verantwortlichkeiten und Entscheidungswege sind klar definiert. Zuständigkeiten und Ansprechpartner können der Internetseite der Fakultät entnommen werden. Studierenden sind durch ihre gewählten Vertreter in Fakultätsrat, Studienkommission und Prüfungsausschuss mit je zwei Studierenden an den Entscheidungsprozessen beteiligt.

Zwei Praktikumbbeauftragte unterstützen die Studierenden bei allen Belangen die Praxisphase betreffend. Die Lehrenden unterhalten gute Beziehungen zur Berufspraxis, sodass aktuelle Entwicklungen und die Bedarfe der Berufspraxis in die Studiengänge einfließen. So wurde bspw. für die Studiengänge „Medienmanagement“, „Medienkommunikation“ und „Kommunikationsmanagement“ ein Feedback von Praxisvertretern eingeholt, welches in die Konzeption bzw. Weiterentwicklung der Studiengänge eingeflossen ist.

8.3 Prüfungssystem

Das Prüfungssystem der Studiengänge ist nach Meinung der Gutachter im Wesentlichen gut organisiert. Pro Modul ist von den Studierenden eine Prüfung zu absolvieren, die Prüfungen sind modulbezogen sowie wissens- und kompetenzorientiert. Als Prüfungsformen werden neben Klausuren auch mündliche Prüfungen, Hausarbeiten, Projektarbeiten, Referate mit Präsentationen, Studienbuch (in den Bachelorstudiengängen), eingesetzt. Die Prüfungsformate sind nach Meinung der Gutachter gut zur Überprüfung der verschiedenen Kompetenzen der Studierenden geeignet. Nicht bestandene Prüfungsleistungen können zweimal wiederholt werden, wobei die Wiederholungsprüfung im Prüfungszeitraum des folgenden Semesters abgelegt werden muss. Für den Fall des zweimaligen Nichtbestehens einer Klausur kann eine mündliche Ergänzungsprüfung abgelegt werden, die Anzahl dieser Ergänzungsprüfungen ist dann auf vier begrenzt. In Modulen, bei welchen verschiedene Prüfungsformen zum Einsatz kommen können, werden diese zu Beginn des Semesters den Studierenden bekannt gegeben. Dies könnte auch in den Modulbeschreibungen abgebildet sein.

Die Prüfungsorganisation, -dichte und -belastung ist nach Bewertung der Gutachter angemessen. Die Studierbarkeit der Studiengänge ist somit gewährleistet.

Die Anerkennung von Studienleistungen nach der Lissabon-Konvention und außerhochschulisch erworbener Leistungen sind in den Prüfungsordnungen ebenso geregelt wie Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung und in besonderen Lebenslagen.

Nach Aussage der Studierenden ist die Bewertung der schriftlichen Arbeiten (Klausur, Hausarbeit) nicht immer nachvollziehbar, hier sollte von Seiten der Lehrenden mehr Transparenz durch die

Benennung von klar nachvollziehbaren Kriterien geschaffen werden. Ebenso sollten die Dozenten bei Klausureinsichten der Studierenden anwesend sein und Studierenden zu den Hausarbeiten ein Feedback geben, was nicht immer der Fall zu sein scheint.

In den Prüfungsordnungen sind zwar die Angaben zu möglichen Prüfungsformen abgebildet, jedoch noch nicht Umfang bzw. Dauer. Mündlichen Prüfungen können z.B. als Einzelprüfung oder Gruppenprüfung mit bis zu fünf Studierenden durchgeführt werden. Nicht definiert ist jedoch die Länge der Prüfung, was im Sinne der Transparenz und auch Vergleichbarkeit erforderlich ist. Gleiches gilt für die Prüfungsform Präsentation. Auch hier ist die Dauer völlig unklar, ebenso ist nicht deutlich, ob nur der mündliche Vortrag oder auch die erstellte Präsentation in die Benotung einbezogen wird oder ob beides zu gleichen Anteilen in die Note eingeht. Für Studienarbeiten ist in den Prüfungsordnungen dargelegt, dass „in geeigneten Fällen die erarbeiteten Lösungen in einer für die berufliche Tätigkeit typischen Weise mündlich erläutert werden können“. Auch in diesem Fall sollte für mehr Eindeutigkeit gesorgt werden. So sind die Bestandteile der Prüfungsform Studienarbeit klar zu regeln.

Da Art und Umfang der Prüfung Auswirkungen auf die Arbeitsbelastung der Studierenden hat, sind Umfang und Dauer der einzelnen Prüfungsformen noch in den Prüfungsordnungen der Studiengänge zu definieren. Ebenso ist eindeutig zu klären, welche Bestandteile einer Prüfung in die Notenfindung eingehen.

Die Prüfungsordnungen sind noch nicht verabschiedet, somit sind die verabschiedeten Prüfungsordnungen noch nachzureichen. Die Ordnungen wurden bereits einer Rechtsprüfung unterzogen.

8.4 Transparenz und Dokumentation

Alle relevanten studienorganisatorischen Dokumente wie Modulhandbücher und Prüfungsordnungen sowie umfangreiches Informationsmaterial sind öffentlich gut auf der Internetseite der Ostfalia Hochschule zugänglich. Studieninteressierte und Studierende haben hier ein sehr gutes Informationsangebot. Mehr Transparenz ist im Punkt der Bewertung von Prüfungen wünschenswert (s.o.).

Beratung und Betreuung der Studierenden

Für die Beratung von Studieninteressierten und Studierenden ist in erster Linie die zentrale Studienberatung verantwortlich, für spezifischere Fragen steht an der Fakultät zusätzlich eine Fachstudienberatung zur Verfügung. Bei überfachlichen Fragen etwa zur Finanzierung oder Wohnraumsuche können die Betroffenen sich an das Studierenden-Servicebüro wenden, bei der Suche nach Praktika oder Beschäftigungsmöglichkeiten werden die Studierenden durch den Career Service und die Lehrenden unterstützt. Das International Relations Office berät und unterstützt Studierende bei der Organisation eines Auslandsaufenthalts und begleitet zudem auch

ausländische Studierende von der ersten Kontaktaufnahme mit der Hochschule bis zum Studienende. Das gute Angebot des International Relations Office könnte durchaus noch etwas offensiver kommuniziert werden. Für Erstsemester wird eine Orientierungswoche angeboten, um den Einstieg in das neue Umfeld Hochschule zu erleichtern.

Das Entrepreneurship Center bietet ein umfangreiches Lehr- und Informationsangebot für Studierende und Alumni, welche eine Selbstständigkeit planen.

Den Studierenden stehen durch das ZeLL auch Förder- und Fortbildungsangebote wie z.B. Lerncoaching, Brückenkurse, „MathePlus“ usw. zur Verfügung. Sehr positiv bewerten die Gutachter die sogenannten Lerncoaches, welche die Studierenden bei Schwierigkeiten im Studium unterstützen. Das Angebot der Lerncoaches könnte ebenfalls noch deutlicher kommuniziert werden.

Insgesamt bewerten die Gutachter das Informations- und Beratungsangebot als sehr gut. Es unterstützt die Studierbarkeit der Studiengänge.

8.5 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Die Hochschule empfindet die Vielfalt der Hochschulangehörigen als Bereicherung und möchte die unterschiedlichen Erfahrungen produktiv im Sinne der Hochschule nutzen. Für alle Hochschulangehörigen soll ein Studien- bzw. Arbeitsumfeld geschaffen werden, welches die unterschiedlichen Bedürfnisse berücksichtigt. So hat die Hochschule bspw. 2014 die „Charta der Vielfalt“ unterzeichnet, welche eine Unternehmensinitiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen und Institutionen ist.

In der „Charta der Vielfalt“ ist folgendes übergreifendes Ziel der Hochschule formuliert:

„Ein wertschätzendes vorurteilsfreies Arbeitsumfeld zu schaffen, das ist das Ziel der Unterzeichnenden der Charta der Vielfalt, zu denen auch die Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften gehört. Wir möchten eine Hochschulkultur zu pflegen, die von gegenseitiger Akzeptanz, Vertrauen und Respekt für alle Hochschulangehörigen geprägt ist – unabhängig von deren Geschlecht, Religion oder Weltanschauung, sexueller Orientierung, ethnischer Herkunft, Nationalität, Behinderung, Alter und Identität.“

In ihrer Vereinbarung mit dem Präsidium der Hochschule hat die Fakultät es sich zum Ziel gesetzt, den Frauenanteil in allen Statusgruppen zu erhöhen, in denen Frauen bisher unterrepräsentiert sind. Unterstützt wird die Fakultät dabei vom Gleichstellungsbüro der Hochschule. Dieses ist auch für die Zertifizierung als „familiengerechte Hochschule“ zuständig, welche seit 2008 besteht.

Studierenden aus bildungsfernen Elternhäusern oder mit Studienschwierigkeiten kann das Angebot eines „Lerncoachings“ die Orientierung im Studium erleichtern. In der Karl-Scharfenberg Fakultät stehen den Studierenden zwei Lerncoaches zur Verfügung. Besonders interessant sind

zudem die von der Hochschule zur Verfügung gestellten ausführlichen Informationen über Stipendienangebote.

Für Studieninteressierte mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen existiert die Möglichkeit eines Besuchs der Hochschule noch vor Studienbeginn, sodass die Beteiligten gemeinsam entscheiden können, ob die entsprechenden Gebäude für ihre Bedürfnisse geeignet sind. Individuelle Lösungen etwa durch Zurverfügungstellung von Gebärdendolmetschern und technischen Hilfsmitteln sind möglich.

Die Gutachtergruppe konnte sich davon überzeugen dass in den zur Akkreditierung eingereichten Studiengängen das Konzept der Hochschule zur Chancengleichheit und Geschlechtergerechtigkeit umgesetzt ist.

Weiterentwicklung und zusammenfassende Bewertung

Seit der Erstakkreditierung der Studiengänge „Medienmanagement“ (B.A.) und „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) haben sich hinsichtlich der Ausstattung eine Reihe von positiven Entwicklungen ergeben. So wurde der Bibliotheksausstattung für Medienmanagement erweitert, ebenso wurden Gruppenarbeitsräume für die Studierenden geschaffen, ein Aspekt der im Gutachten der Erstakkreditierung angemerkt wurde. Auch wurde die Lehre in den Modulen durch Praktiker gestärkt, was ebenfalls eine Anmerkung aus der Erstakkreditierung war.

Die Studiengänge sind nach Bewertung der Gutachter gut organisiert; die personelle, sächliche und finanzielle Ausstattung ermöglicht eine zielgerichtete Umsetzung der Studiengangskonzepte.

9 Qualitätsmanagement

Die Ostfalia Hochschule hat aus einem ersten Leitbild (1999) Strategiekonzepte (2006, 2010, 2013) entwickelt und verabschiedet, die auch den Aufbau eines umfassenden Qualitätsmanagementsystems beinhalten. Unter Beteiligung der Hochschulleitung und unter Einbindung aller hochschulrelevanten Gruppen wurde ein Konzept zur Qualitätssicherung in Lehre und Forschung erstellt. Die Hochschule ist somit auf dem Weg ein umfassendes Qualitätsmanagementsystem zu implementieren. Folgende Elemente existieren bereits:

Lehrveranstaltungsevaluationen

Die Durchführung der Lehrveranstaltungsevaluationen ist in der Evaluationsordnung geregelt. Lehrveranstaltungen werden einmal jährlich evaluiert. Die Evaluationen finden im letzten Drittel des Semesters statt, sodass die Ergebnisse noch mit den Studierenden während des Semesters besprochen werden können. Die Ergebnisse aus den Evaluierungen werden ebenso in der Studienkommission, im Fakultätsrat und in Dienstbesprechungen diskutiert. Bei auffälligen Evaluationsergebnissen finden Gespräche zwischen Studiendekan und Lehrendem statt, um ggf. erforderliche Verbesserungsmaßnahmen zu diskutieren. Die Ergebnisse der Lehrveranstaltungsevaluationen gehen auch in den jährlichen Lehrbericht an das Präsidium ein.

Die Workloadüberprüfung in den Studiengängen findet zum einen im direkten Gespräch mit den Studierenden statt, bspw. im Rahmen der semesterweise stattfindenden Reflexionsgespräche, zum anderen indirekt durch zwei Fragen im Evaluationsbogen (Tempo der Lehrveranstaltung, Komplexität der Lehrveranstaltung). Zu einer systematischeren Erfassung des Workloads empfehlen die Gutachter, den Evaluationsfragebogen gezielt um Fragen zum Workload zu ergänzen.

Die Gutachtergruppe würdigt besonders die semesterweise stattfindenden Reflexionsgespräche von Studierenden und Studiengangsverantwortlichen, da diese ein direktes Feedback einschließlich Diskussion von Verbesserungsmaßnahmen ermöglichen. Darüber hinaus bestehen gute Kontakte zwischen den Studiengangssprechern und Studiengangsleitungen. Auftretende Probleme können so direkt auf kurzem Weg kommuniziert und mögliche Lösungen diskutiert werden.

Erstsemesterbefragungen

Die Befragung der Erstsemester gibt Auskunft über die genutzten Informationsquellen, die Gründe für die Hochschulstandortwahl und den Service der Hochschule. Hierfür existiert an der Hochschule ein einheitlicher Fragebogen.

Absolventenbefragungen

Absolventenbefragungen, welche auch in Kooperation mit dem Internationale Zentrum für Hochschulforschung (INCHER-Kassel) durchgeführt werden, ergänzen die internen Evaluierungen der Ostfalia Hochschule. Themen der Absolventenbefragung sind unter anderem Verbleib, Arbeitsplatzsuche, Berufserfolg und Bewertung des Studiums. Da nur wenige Absolventen aus

den Studiengängen an der Befragung teilgenommen haben, sind die Aussagen statistisch nicht belastbar, geben aber dennoch wertvolle Hinweise für die Weiterentwicklung der Studienprogramme. Zusätzlich halten die Lehrenden, wo möglich, auch direkten Kontakt zu den Absolventen, wie z.B. über die Absolventenvereinigung und nutzen die hier gewonnenen Erkenntnisse für die Weiterentwicklung der Studienangebote.

Die Ergebnisse aus den Absolventenbefragungen und der Lehrveranstaltungsevaluationen sowie der Reflexionsgespräche mit den Studierenden sind erkennbar in die Weiterentwicklung der Studiengänge „Medienmanagement“ und „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ eingeflossen.

Prüfung der Einhaltung formaler Akkreditierungskriterien

Ein weiteres Qualitätselement ist die Prüfung der Studiengangskonzepte auf formale Einhaltung der Kriterien des Akkreditierungsrates durch den Bereich Hochschulentwicklung und Kommunikation. Erst nach dieser erfolgreichen Prüfung werden sie an die Studienkommissionen weitergeleitet, welche dann Inhalte, Ressourcenverfügbarkeit, Überschneidungen sowie Synergieeffekte überprüft. Im Anschluss werden die Unterlagen dem Senat und dem Präsidium mit Empfehlungen zur weiteren Entscheidung vorgelegt.

Evaluierung der Serviceeinrichtungen

Die regelmäßige Evaluierungen der Serviceeinrichtungen sind Grundlage für einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess dieser Serviceeinrichtungen und deren Angebote.

Risikomanagementsystem

Das Risikomanagementsystem der Hochschule soll schon frühzeitig mögliche Problemfelder innerhalb der Hochschule und der Studiengänge identifizieren. Hier werden statistische Daten (Anzahl der Bewerbungen, Anzahl der Einschreibungen, Schwundquoten, Exmatrikulationen wegen nicht bestandener Prüfungen, Finanz- und Personalsituation ...) erhoben, analysiert und in Bezug auf die Entwicklung der Hochschule zentral bewertet.

Die bestehenden Maßnahmen zur Qualitätssicherung sind nach Bewertung der Gutachtergruppe angemessen, sie liefern eine sinnvolle Datenbasis zur Weiterentwicklung der Studiengänge. Die Ergebnisse des internen Qualitätsmanagements sind gut in die Weiterentwicklung der Studienprogramme einbezogen worden.

10 Resümee für alle Studiengänge

Die Gutachtergruppe hat von den zur Akkreditierung eingereichten Studiengängen prinzipiell einen guten Eindruck gewonnen. Nachbesserungsbedarf sehen die Gutachter noch bei der Transparenz des Prüfungssystems hinsichtlich der Definition von Dauer und Umfang der einzelnen Prüfungsleistungen. Auch sind die verabschiedeten Prüfungsordnungen noch nachzureichen. Für den Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ ist anzumerken, dass das Modul WM 4 „Einführung in die Sozialforschung“ in Inhalt und Workload nicht stimmig ist und daher überarbeitet werden muss.

Zusammenfassend werden die Ziele und Konzeption der Studienprogramme positiv von der Gutachtergruppe bewertet. Die „Ländergemeinsamen Strukturvorgaben“ der KMK und die Kriterien des Akkreditierungsrates sind bei der Ausgestaltung der Studiengänge ausreichend berücksichtigt worden.

Die Qualifikationsziele entsprechen den Vorgaben des Akkreditierungsrates hinsichtlich der wissenschaftlichen Befähigung. Die Befähigung zur Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit ist ohne Zweifel in allen Studiengängen gegeben. Aspekte der persönlichen Entwicklung der Studierenden und des gesellschaftlichen Engagements sind ebenfalls ausreichend in die Curricula integriert.

Die Studiengangskonzepte umfassen die Vermittlung von Fachwissen, fachübergreifendem Wissen sowie fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen. Die sächliche und personelle Ausstattung ist für die ordnungsgemäße Durchführung der Studiengänge gegeben und für den Akkreditierungszeitraum gesichert. Die Organisation der Studienprogramme erlaubt eine zielgerichtete Durchführung. Die Entscheidungsprozesse sind transparent und angemessen.

Prüfungssystem und Prüfungsorganisation sind zielführend, die Prüfungsformen erlauben eine gute Überprüfung der Kompetenzen der Studierenden und es wird eine ausreichende Varianz an Prüfungsformen eingesetzt. Die Ostfalia Hochschule baut momentan ein umfassendes Qualitätsmanagementsystem auf, davon von profitieren auch die Studiengänge „Medienmanagement“ (B.A.), „Medienkommunikation“ (B.A), Kommunikationsmanagement“ und „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.). Es gibt klar definierte Qualitätsmanagementmaßnahmen sowie definierte Organisations- und Entscheidungsstrukturen, welche eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Studiengänge sicherstellen.

Den Empfehlungen aus der Erstakkreditierung wurde in angemessenem Maße berücksichtigt.

11 Bewertung der „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ vom 08.12.2009¹

Kriterium 1: „Qualifikationsziele“

Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Kriterium 2: „Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem“

Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Kriterium 3: „Studiengangskonzept“

Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.): Kriterium noch nicht vollständig erfüllt

Auflage:

- Das Modul WM 4 „Einführung in die Sozialforschung“ ist zu überarbeiten. Inhalte und Lernziele müssen den tatsächlichen Gegebenheiten angepasst werden. Ebenso müssen Inhalte und der Umfang der zu erwerbenden Kompetenzen und des Wissenserwerbs mit den zu vergebenden Credits in Einklang stehen. Das Modul ist entsprechend anzupassen und es ist eine überarbeitete Modulbeschreibung sowie eine realistische Workloadkalkulation vorzulegen.

Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.): Kriterium erfüllt

¹ i.d.F. vom 20. Februar 2013

Kriterium 4: „Studierbarkeit“

Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Kriterium 5: „Prüfungssystem“

Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.): Kriterium noch nicht vollständig erfüllt

Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.): Kriterium noch nicht vollständig erfüllt

Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.): Kriterium noch nicht vollständig erfüllt

Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.): Kriterium noch nicht vollständig erfüllt

Auflage für alle Studiengänge:

- Die verabschiedeten Prüfungsordnungen sind noch nachzureichen.
- In den Prüfungsordnungen sind Umfang und Dauer der Prüfungsformen noch zu definieren.

Kriterium 6: „Studiengangsbezogene Kooperationen“

Für die Studiengänge existieren keine studiengangsbezogene Kooperationen, das Kriterium ist hier nicht anzuwenden.

Kriterium 7: „Ausstattung“

Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Kriterium 8: „Transparenz und Dokumentation“

Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Kriterium 9: „Qualitätssicherung und Weiterentwicklung“

Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Kriterium 10 „Studiengänge mit besonderem Profilanspruch“:

Das Kriterium „Studiengänge mit besonderem Profilanspruch“ ist hier nicht anzuwenden.

Kriterium 11: „Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit“

Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.): Kriterium erfüllt

Die Gutachter stellen fest, dass den Empfehlungen aus dem erstmaligen Akkreditierungsverfahren in angemessenem Maße Rechnung getragen wurde.

12 Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe

Die Gutachtergruppe empfiehlt die Akkreditierung der Studiengänge „Medienmanagement“ (B.A.), „Medienkommunikation“ (B.A.), „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) und „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) mit folgenden Auflagen:

Übergreifende Auflagen für alle Studiengänge:

1. Die verabschiedeten Prüfungsordnungen sind noch nachzureichen.
2. In den Prüfungsordnungen sind Umfang und Dauer der Prüfungsformen noch zu definieren.

Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.)

Studiengangsspezifische Auflage:

- Das Modul WM 4 „Einführung in die Sozialforschung“ ist zu überarbeiten. Inhalte und Lernziele müssen den tatsächlichen Gegebenheiten angepasst werden. Ebenso müssen Inhalte und der Umfang der zu erwerbenden Kompetenzen und des Wissenserwerbs mit den zu vergebenden Credits in Einklang stehen. Das Modul ist entsprechend anzupassen und es ist eine überarbeitete Modulbeschreibung sowie eine realistische Workloadkalkulation vorzulegen.

Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.)

Keine studiengangsspezifischen Auflagen

Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.):

Keine studiengangsspezifische Auflagen

Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.)

Keine studiengangsspezifischen Auflagen

IV Beschlüsse der Akkreditierungskommission von ACQUIN²

1 Akkreditierungsbeschluss

Auf der Grundlage des Gutachterberichts, der Stellungnahme der Hochschule und der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 29.09.2015 folgende Beschlüsse:

Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.)

Der Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) wird mit folgender Auflage erstmalig akkreditiert:

- **Das Modul WM 4 „Einführung in die Sozialforschung“ ist zu überarbeiten. Inhalte und Lernziele müssen den tatsächlichen Gegebenheiten angepasst werden. Ebenso müssen Inhalte und der Umfang der zu erwerbenden Kompetenzen und des Wissenserwerbs mit den zu vergebenden Credits in Einklang stehen. Das Modul ist entsprechend anzupassen, und es ist eine überarbeitete Modulbeschreibung sowie eine realistische Workloadkalkulation vorzulegen.**

Die Akkreditierung ist befristet und gilt bis 31. März 2017.

Bei Feststellung der Erfüllung der Auflagen durch die Akkreditierungskommission nach Vorlage des Nachweises bis 1. Juli 2016 wird der Studiengang bis 30. September 2020 akkreditiert. Bei mangelndem Nachweis der Auflagenerfüllung wird die Akkreditierung nicht verlängert.

Das Akkreditierungsverfahren kann nach Stellungnahme der Hochschule für eine Frist von höchstens 18 Monaten ausgesetzt werden, wenn zu erwarten ist, dass die Hochschule die Mängel in dieser Frist behebt. Diese Stellungnahme ist bis 28. November 2015 in der Geschäftsstelle einzureichen.

Für die Weiterentwicklung des Studiengangs werden folgende Empfehlungen ausgesprochen:

- Der Workload des Moduls WM4 sollte nach dem ersten Durchlauf evaluiert werden.

² Gemäß Ziffer 1.1.3 und Ziffer 1.1.6 der „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und die Systemakkreditierung“ des Akkreditierungsrates nimmt ausschließlich die Gutachtergruppe die Bewertung der Einhaltung der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen vor und dokumentiert diese. Etwaige von den Gutachtern aufgeführte Mängel bzw. Kritikpunkte werden jedoch bisweilen durch die Stellungnahme der Hochschule zum Gutachterbericht geheilt bzw. ausgeräumt, oder aber die Akkreditierungskommission spricht auf Grundlage ihres übergeordneten Blickwinkels bzw. aus Gründen der Konsistenzwahrung zusätzliche Auflagen aus, weshalb der Beschluss der Akkreditierungskommission von der Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe abweichen kann.

- In den Modulbeschreibungen sollten die Ziele noch stärker kompetenzorientiert und deutlicher von Inhalten abgegrenzt werden. Darüber hinaus sollten die Inhalte, insbesondere der Module „Lehrredaktion I“ und „Lehrredaktion III“ präziser beschrieben werden.
- Für die Bachelorarbeit und die betreute Praxisphase sollten zwei getrennte Modulbeschreibungen erstellt werden.
- Die Module und Modulbeschreibungen sollten auf inhaltliche Überschneidungen nochmals überprüft und ggf. überarbeitet werden.
- Für die Module sollten aussagekräftigere Modultitel gewählt werden. So sind z.B. die Modultitel „Theorie“ und „Soziologie“ oder „Journalismus I-III“ wenig aussagekräftig.
- Die im Studiengang vorhandenen thematischen Wahlmöglichkeiten sollten präzisiert werden.

Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.)

Der Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.) wird ohne Auflagen bis zum 30. September 2022 akkreditiert.

Für die Weiterentwicklung des Studiengangs werden folgende Empfehlungen ausgesprochen:

- Für die Bachelorarbeit und die betreute Praxisphase sollten zwei getrennte Modulbeschreibungen erstellt werden.
- In den Modulbeschreibungen sollten die Lernziele noch stärker kompetenzorientiert und deutlicher von Inhalten abgegrenzt werden.
- Die innerhalb des Studiengangs vorhandenen thematischen Wahlmöglichkeiten sollten besser in der Studiengangdarstellung bzw. den Modulbeschreibungen dargestellt werden.

Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.)

Der Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) wird ohne Auflagen bis zum 30. September 2022 akkreditiert.

Für die Weiterentwicklung des Studiengangs wird folgende Empfehlung ausgesprochen:

- In den Modulbeschreibungen sollten die Lernziele noch stärker kompetenzorientiert und deutlicher von den Inhalten abgegrenzt werden. Ebenso sollten die Inhalte detaillierter dargestellt werden.

Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)

Der Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) wird ohne Auflagen bis zum 30. September 2020 erstmalig akkreditiert.

Für die Weiterentwicklung des Studiengangs wird folgende Empfehlung ausgesprochen:

- In den Modulbeschreibungen sollten die Lernziele noch stärker kompetenzorientiert und mehr von Inhalten getrennt dargestellt werden. Ebenso sollten die Inhalte präzisiert und detaillierter beschrieben werden. Es sollte deutlich werden, dass im Studiengang keine Grundlagen sondern weiterführende Inhalte vermittelt werden.
- Die Module sollten nochmals auf inhaltliche Überschneidungen überprüft und ggf. überarbeitet werden.

Für alle Studiengänge werden folgende übergreifende Empfehlungen ausgesprochen:

- Die Transparenz der Bewertungen der schriftlichen Arbeiten (Klausuren, Hausarbeiten) sollte durch klar nachvollziehbare Kriterien erhöht werden, insbesondere der Hausarbeiten/schriftlichen Arbeiten. Die Dozenten sollten bei der Klausureinsicht der Studierenden anwesend sein.
- In die Fragebögen zur Lehrveranstaltungsevaluation sollte auch Fragen zum Workload mit aufgenommen werden.
- Das International Relation Office sollte die Mobilitätsangebote für Studierende, Lehrende und das Verwaltungspersonal offensiver kommunizieren.
- Das Angebot der Lerncoaches sollte noch stärker kommuniziert werden.

Die Akkreditierungskommission weicht in ihrer Akkreditierungsentscheidung in den folgenden Punkten von der gutachterlichen Bewertung ab:

Streichung von übergreifenden Auflagen:

- Die verabschiedeten Prüfungsordnungen sind noch nachzureichen.
- In den Prüfungsordnungen sind Umfang und Dauer der Prüfungsformen noch zu definieren.

Begründung

Die Hochschule hat bis zur Beschlussfassung die verabschiedeten Prüfungsordnungen für alle Studiengänge eingereicht. In den Prüfungsordnungen sind nun auch Umfang und Dauer der Prüfungsformen aufgenommen worden.

2 Feststellung der Auflagenerfüllung

Die Hochschule reichte fristgerecht die Unterlagen zum Nachweis der Erfüllung der Auflage ein. Diese wurden an den Fachausschuss mit der Bitte um Stellungnahme weitergeleitet. Der Fachausschuss sah die Auflage als erfüllt an. Auf Grundlage der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 28. Juni 2016 folgenden Beschluss:

Die Auflage des Bachelorstudiengangs „Medienkommunikation“ (B.A.) ist erfüllt. Die Akkreditierung wird bis 30. September 2020 verlängert.