ACQUIN
Akkreditierungs-,
Certifizierungs- und
Qualitätssicherungs-
Institut

Akkreditierungsbericht

Reakkreditierungsverfahren an der

Hamburg Media School
„Media Management" (MBA)

I Ablauf des Akkreditierungsverfahrens

Erstmalige Akkreditierung am: 27. Juni 2005, **durch**: ACQUIN, **bis**: 30. September 2010, **vorläufig akkreditiert bis**: 31. März 2011

Vorangegangene Akkreditierung am: 6. Dezember 2010, **durch:** ACQUIN, **bis:** 30. September 2017, **vorläufig akkreditiert bis:** 30. September 2018

Vertragsschluss am: 23. Februar 2017

Eingang der Selbstdokumentation: 15. Juli 2017

Datum der Vor-Ort-Begehung: 6./7. März 2018

Fachausschuss: Geistes-, Sprach- und Kulturwissenschaften

Begleitung durch die Geschäftsstelle von ACQUIN: Dominique Last

Beschlussfassung der Akkreditierungskommission am: 25. September 2018

Zusammensetzung der Gutachtergruppe:

- **Prof. Dr. Guido Falkemeier**, Hochschule Ostwestfalen-Lippe, Fachbereich Medienproduktion
- **Dr. Markus Görsch**, Mitteldeutsche Medienförderung GmbH, Leiter Förderbereich
- **Prof. Dr. Heidi Krömker**, Technische Universität Ilmenau, Professur für Medienproduktion
- **Prof. Dr. Volkmar Richter**, Hochschule Anhalt, Lehrgebiet Medienmanagement
- **Viviana Warnken**, Universität Erfurt, Studentin der Kommunikationswissenschaft

Datum der Veröffentlichung: 30.10.2018

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

Als Prüfungsgrundlage dienen die „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen" (AR-Kriterien) in der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen Fassung.

II Ausgangslage

1 Kurzportrait der Hochschule

Den Grundstein der Hamburg Media School (im Folgenden nur HMS) bildete im Jahr 2002 die Gründung des „Vereins zur Gründung und Förderung der Hamburg Media School" durch zehn Unternehmen, überwiegend aus dem Bereich der Medienwirtschaft. Der Förderkreis vergrößerte sich kontinuierlich und im Jahr 2003 wurde die HMS als gemeinnützige GmbH gegründet. Die Umwandlung des Fördervereins im November 2006 in die HMS HAMBURG MEDIA SCHOOL Stiftung ermöglichte durch den Aufbau eines Kapitalstocks auch langfristige Nachhaltigkeit, Sicherheit und eine größere Flexibilität in der Finanzierung. Mittlerweile engagieren sich 39 Medienunternehmen in Form von Kooperationen, Praktikumsplätzen oder Stipendien sowie mit finanzieller Unterstützung.

Der Gesellschafterkreis setzt sich aus der Freien und Hansestadt Hamburg (25,2%), der Universität Hamburg (12,6%), der Hochschule für bildende Künste (12,2%) und der HMS HAMBURG MEDIA SCHOOL Stiftung (50%) zusammen. Damit soll die Anbindung der universitären Medienstudierenden an führende Medienunternehmen mit unterschiedlichen Schwerpunkten am Medienstandort Hamburg erreicht werden. Die Gesellschafterstruktur ist festgelegt im Gesellschaftervertrag.

Neben dem Masterstudiengang „Media Management" (MBA) bietet die HMS ferner die Studiengänge „Film" (M.A.), „Digital Journalism" (M.A.) sowie „Digital Media" (B.A.) an.

2 Kurzinformation zum Studiengang

Der weiterbildende Studiengang „Media Management" (MBA) wird als Kooperationsstudiengang zwischen der Hamburg Media School und der Universität Hamburg angeboten. Er richtet sich insbesondere an Hochschulabsolventinnen und -absolventen mit ersten Berufserfahrungen und Interesse an den Fragestellungen des Digital- und Medienmanagements, die die Übernahme von Fach- und Führungspositionen in Unternehmen der Medienbranche anstreben. Das Masterprogramm ist in acht Terms strukturiert, die sich über die zwei Jahre Regelstudienzeit gleichmäßig verteilen. Innerhalb dieser Zeit haben die Studierenden 15 Module in einem Gesamtumfang von 120 ECTS-Punkten zu absolvieren.

Jährlich zum Herbstterm können 22 Studierende zugelassen werden. Voraussetzung für die Zulassung zum Studium sind dabei ein erster Studienabschluss, der Nachweis über eine berufspraktische Tätigkeit von i.d.R. nicht unter einem Jahr sowie die erfolgreiche Teilnahme an einem Zulassungsverfahren. Für das Studium sind pro Jahr Studiengebühren in Höhe von 12.500 Euro zu entrichten.

Das Vollzeit-Masterprogramm ist fachwissenschaftlich sowohl den Wirtschaftswissenschaften als auch den Medien- und Kommunikationswissenschaften zuzuordnen.

3 Ergebnisse aus der vormaligen Akkreditierung

Der Studiengang „Media Management“ (MBA) wurde im Jahr 2010 vormalig durch ACQUIN begutachtet und akkreditiert. Folgende Empfehlung wurde ausgesprochen:

- Für die Module sollten nur ganze ECTS-Punkte vergeben werden.

Der Umgang mit der Empfehlung war Gegenstand der erneuten Begutachtung.

III Darstellung und Bewertung

1 Ziele

1.1 Gesamtstrategie der Hochschule

Träger der Hamburg Media School GmbH ist eine Public Private Partnership – bestehend aus der HMS-Stiftung der Freien und Hansestadt Hamburg, der Universität Hamburg sowie der Hochschule für bildende Künste Hamburg. Diese Public Private Partnership ging aus dem 2002 gegründeten „Verein zur Gründung und Förderung der Hamburg Media School" hervor. Nach Aussage der Hochschulleitung verfolgt die Gründung in der „Medienstadt Hamburg" mit über 1000 Medienschaffenden das Ziel, Führungsnachwuchskräfte für die Medienbranche qualifiziert und interdisziplinär auszubilden.

Zurzeit bringen sich 39 Medienunternehmen mit Kooperationen, Praktika, Stipendien und anderweitigen finanziellen Unterstützungen ein. Die Medienunternehmen können jedoch keinen direkten Einfluss auf die Gestaltung der Studiengänge nehmen.

Der Studiengang „Media Management" ist offiziell ein Studiengang der Universität Hamburg und muss bei Änderungen die Gremien der Universität Hamburg durchlaufen. Die Hamburg Media School sieht sich als ein An-Institut der Universität Hamburg.

Sie versteht sich dabei als Managementschmiede und Kreativschule zugleich. Da es in Hamburg im audiovisuellen Bereich nur ein geringes Studienangebot gibt, soll hier die Gelegenheit geboten werden, technische, journalistische sowie organisatorische Kompetenzen miteinander verknüpft anwendungsorientiert zu erwerben.

Dies geschieht in enger Kooperation mit verschiedenen Hochschulen, die unterschiedliche Themenfelder zum Studienangebot beisteuern und gleichzeitig auch selbst Träger von entsprechenden Studiengängen sind. So bestehen neben der Kooperation im Studiengang „Media Management" mit der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Universität Hamburg, ebensolche mit der Hochschule für bildende Künste Hamburg für die Masterprogramme „Digital Journalism" und „Film" sowie eine Kooperation mit der Leuphana-Universität Lüneburg für den Bachelorstudiengang „Digital Media".

Ziel der Hochschule ist es, die Nachwuchskräfte interdisziplinär und international an die vielfältigen technischen, journalistischen, ökonomischen und rechtlichen Herausforderungen im Medienbereich heranzuführen.

Der MBA-Studiengang „Media Management" fügt sich gut in die Gesamtstrategie der Hochschule ein, da er mit seinem ökonomisch-interdisziplinären Ansatz das Studienangebot ideal ergänzt und die Verbindung zur Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften im Fachbereich

Volkswirtschaftslehre der Universität Hamburg stärkt. Er vermittelt die Kompetenz, medienwirtschaftliche Fragestellungen unter Berücksichtigung technischer, medien- und kommunikationswissenschaftlicher Zusammenhänge zu lösen. In medientechnischer Hinsicht weist er einige Schnittstellen zum Bachelorstudiengang „Digital Media“ auf.

Die Entwicklung des Studiengangs fand in enger Abstimmung mit Vertreterinnen und Vertretern der Berufspraxis und den Kuratoriumsmitgliedern der HMS statt und ist dadurch auf den Bedarf am Arbeitsmarkt ausgerichtet. Die Hochschulleitung nannte als Motto: „Medienwandel nicht nur zu verwalten, sondern aktiv selbst zu gestalten!“

Alleinstellungsmerkmale der Hochschule seien die ortsnahe und gut vernetzte Ausbildungsstätte für den Medienstandort Hamburg, die wenige aber sehr gut ausgewählte Studierende aufnimmt, welche sich bewusst für dieses Studium entschieden haben. Zudem ist der Betreuungsschlüssel sehr gut. Das Studium an der HMS zeichnet sich durch sorgfältig ausgewählte Projekte im Medienbereich aus und ermöglicht einen zumeist nahtlosen beruflichen Einstieg in attraktive Stellen.

1.2 Qualifikationsziele des Studiengangs

Die Zielgruppe des Studiengangs sind Hochschulabsolventinnen und -absolventen, die bereits erste Berufserfahrungen gesammelt haben und Fach- und Führungspositionen in Medienunternehmen anstreben, aber auch Absolventinnen und Absolventen aus dem Bachelorstudiengang „Digital Media“ der HMS.

Das weiterbildende Masterprogramm „Media Management“ hat das Ziel, Fachkompetenz und Führungskompetenz im Kontext von Medienunternehmen zu vermitteln. Kern der Fachkompetenz ist dabei die Medienökonomie im Zusammenhang mit den typischen technischen, journalistischen und organisatorischen Fragestellungen von Medienunternehmen. Dabei wird ein besonderer Wert auf die Spezifika von Medienprodukten gelegt, die sowohl wirtschaftliche als auch kulturelle Dimensionen haben. Kern der Führungskompetenz ist neben der Entscheidungsfähigkeit innerhalb von medienökonomischen Zusammenhängen auch die publizistische Verantwortung.

In der Neufassung der Prüfungsordnung für den Studiengang „Master of Business Administration in Media Management“ vom 25. April 2012 wird in den Zielen des Studiums darauf verwiesen, dass die Studierenden Kenntnisse und Fähigkeiten erhalten, die sie in die Lage versetzen, ökonomische, rechtliche sowie medien- und kommunikationswissenschaftliche Zusammenhänge, wie sie sich im Kontext des Handelns von Medienunternehmen typischerweise stellen, zu überblicken und unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Erkenntnisse selbständig adäquate Problemlösungen für medienwirtschaftliche Fragestellungen zu entwickeln. Diese interdisziplinären Qualifikationsziele werden auch im Diploma Supplement im Kapitel 4.2 „Programme Requirements/Qualification Profile of the Graduate“ abgebildet.

Die Fachkompetenzen werden in den drei Themenfeldern Ökonomie, Recht und Kommunikationswissenschaften in enger Verknüpfung vermittelt. Das Themenfeld Ökonomie enthält bspw. die Module „General Management", „(International) Media Business", „Accounting", „Business Development", „Coporate Finance" oder „Media Marketing". Rechtliche Inhalte werden in einem eigenen Modul gelehrt sowie in engen Bezügen zu den Modulen in den anderen Themenfeldern, wie z.B. „General Management" sowie „Media Business". Die Kommunikationswissenschaft ist ebenfalls in einem eigenen Modul zu finden sowie im Zusammenhang mit Modulen aus den anderen Themenfeldern, wie „Corporate Planing & Management" oder „Media Marketing".

In den drei Praxisprojekten sowie in der Master-Thesis lernen die Studierenden dann, dieses Wissen zusammenhängend in Hinblick auf eine aktuelle Fragestellung zu benutzen. Durch die Anbindung der Theorie an praxisrelevante Fragestellungen ist gewährleistet, dass sich die Qualifikationsziele der einzelnen Module sinnvoll integrieren.

Die Anwendung von Managementwissen wird in Form der Übernahme von Führungsverantwortung trainiert. Dies geschieht in Projekten, Teamarbeiten, Planspielen, Laboraufgaben aber auch in den zahlreichen Gastgesprächen mit Vertreterinnen bzw. Vertretern aus Unternehmen und der Wissenschaft.

Die HMS fördert in besonderer Weise ihre internationale Ausrichtung durch Auslandsaufenthalte in Form von Praktika und Praxisprojekten mit internationalen Medienunternehmen sowie durch internationale Lehrbeauftragte. In diesem Zusammenhang werden vor allem die Fremdsprachenkenntnisse vertieft und die interkulturelle Kompetenz gestärkt. Die Hochschule nimmt aus diesem Grund auch am Erasmus-Programm teil. Mit drei bis vier Studierenden im Jahr, die ins Ausland gehen, ist die Quote zufriedenstellend.

Zur Intensivierung des gesellschaftlichen Verständnisses wird in einzelnen Lehrveranstaltungen, wie dem Modul „International Media Business" gesondert auf gesellschaftliche und kulturelle Besonderheiten eingegangen. Die Sensibilisierung der Studierenden für gesellschaftliche Verantwortung ist ein explizites Ziel des Studiengangs.

Als Spezialisierungsmöglichkeiten, die eine Praxisintegration des im Studium erworbenen Wissens unterstützen, werden im Moment noch außercurricular zwei bzw. drei Tracks angeboten. Der Start-up Track bietet Studierenden, die an einer Gründung interessiert sind, an, Geschäftsideen systematisch zu entwickeln. Der Online-Marketing Track ermöglicht es den Studierenden Expertise im Online-Marketing zu erwerben. Ein weiterer Track zur Datengewinnung und -analyse ist in Planung.

Im Gespräch mit den Lehrenden wurde darüber hinaus deutlich, dass die Studierenden noch mehr Auswahlmöglichkeiten an Modulen wünschen. Vertieft werden sollen dabei die betriebswirtschaftlichen und medientechnischen Studieninhalte. Diese Anforderungen sollen in die Weiterentwicklung des Studiengangs einfließen.

Die Studienorganisation von acht Terms in zwei Jahren führt zu einer hohen Verdichtung des Lehrangebots. Nach Aussage der Lehrenden wird dies aber auch von den Studierenden gefordert, da sie für das Studium bezahlen und an einem schnellen Einstieg in das Berufsleben interessiert sind. Um den Studierenden jedoch mehr freie Verfügungszeit zu ermöglichen, finden inzwischen freitags keine Veranstaltungen mehr statt. Insgesamt gab es jedoch seit der Gründung des Studiengangs „Media Management" im Jahre 2003 insgesamt nur fünf Studienabbrüche aus sehr unterschiedlichen Gründen.

Die HMS hat die Berufspositionen der Absolventinnen und Absolventen analysiert. Zwei Absolventen haben bisher eine wissenschaftliche Tätigkeit in Form einer Promotion angestrebt, die Mehrheit ist jedoch an einem direkten beruflichen Einstieg in die Medienbranche interessiert. Neben eigenen Unternehmensgründungen umfassen die typischen Berufsfelder die Bereiche Account Management, bspw. bei SAP oder Google, Assistenzfunktionen der Geschäftsleitung von großen Medienunternehmen, z.B. bei G+J, Endemol und Burda sowie im Bereich Business Development, bspw. bei G+J, UFA Film & TV. Auch verblieben die Absolventinnen und Absolventen in den Bereichen Digital Business Analyst (z.B. bei Stern und Ströer), Marketing Management (Die Zeit und Axel Springer) oder im Projektmanagement, bspw. bei Burda, G+J, Eltern.de & PM-Magazin, Digital TV oder stern.de.

In den Gesprächen vor Ort versicherte die Hochschulleitung eine sehr gute Nachfrage nach den etwa 20 Absolventinnen und Absolventen im Jahr auf dem internationalen Medienmarkt.

1.3 Fazit

Der weiterbildende Masterstudiengang verfügt über eine dezidierte Zielstellung, die sich an dem Bedarf des Medienmarktes orientiert. Das Zielsystem des Studienprogramms „Media Management" wurde neu gestaltet. Hohe Priorität hatte dabei die Praxisorientierung sowie die Fokussierung auf medienökonomische Themenstellungen, was auch den Anforderungen der Studierenden entgegenkommt. Insgesamt kann festgestellt werden, dass die Ziele der Hochschule und des Studiengangs stimmig ineinander greifen.

2 Konzept

2.1 Zugangsvoraussetzungen

Voraussetzungen für den Zugang zum Studium sind ein erster Studienabschluss, eine berufspraktische Tätigkeit von in der Regel nicht unter einem Jahr sowie die erfolgreiche Teilnahme an einem Zulassungsverfahren. Zusätzlich zu dem Nachweis des Erwerbs eines ersten Studienabschlusses werden von den Bewerberinnen und Bewerbern ausreichende Deutschkenntnisse nach DSD 2 gefordert. Die endgültige Zulassung erfolgt auf Grundlage der von der HMS aufgestellten Kriterien

für ein Auswahlverfahren, die in der Prüfungsordnung transparent geregelt ist, durch einen gemeinsamen Ausschuss der Universität Hamburg und der HMS. Das Auswahlverfahren basiert auf dem Grundsatz der Multimodalität und setzt dementsprechend verschiedene Blickwinkel und Verfahren für die Beurteilung von Bewerberinnen und Bewerbern fest. Konkret besteht das Auswahlverfahren aus drei Schritten. In einem ersten Schritt erfolgt die Online-Registrierung. Dann reichen die Interessenten die schriftliche Bewerbung ein, bevor sie in einem dritten Schritt das Assessment Center durchlaufen.

Die einzelnen Schritte sind in § 6 der Prüfungsordnung gut dokumentiert. Potentielle Bewerberinnen und Bewerber haben über die Webseite des Studiengangs leichten Zugang zu den notwendigen Informationen über den Bewerbungsprozess und dessen Ablauf. Inhaltlich passen die geforderten Zugangsvoraussetzungen zu dem Studiengang.

Die Anrechenbarkeit von an anderen Hochschulen erbrachten Leistungen ist in § 9 der Prüfungsordnung geregelt und entspricht der Lissabon Konvention. Ebenfalls ist dort die Anrechenbarkeit von außerhochschulisch erbrachten Leistungen geregelt.

Die Gutachtergruppe erachtet die Zugangsvoraussetzungen formal und inhaltlich angemessen für den zu akkreditierenden Studiengang.

2.2 Studiengangsaufbau

Die zeitliche Struktur des Studiengangs ist seit der vormaligen Akkreditierung unverändert geblieben. Die 120 ECTS-Punkte, die den Gesamtumfang des Studiengangs ausmachen, sind bei einer Regelstudienzeit von zwei Jahren auf acht dreimonatige Terms verteilt. Nach dem dritten Term stehen drei veranstaltungsfreie Monate (Term 4) für eine „optionale Praxisphase“ zur Verfügung, die nach den bisherigen Erfahrungen von praktisch allen Studierenden auch tatsächlich für die Absolvierung von Praktika genutzt wird. Daneben werden Auslandsaufenthalte angeregt und aktiv gefördert. Die letzten drei Monate des Studienverlaufs (Term 8) sind für die Bearbeitung der Master-Thesis vorgesehen.

Insbesondere aufgrund der gewählten Term-Konstruktion kann das Studienprogramm in formaler Hinsicht als relativ komprimiert erscheinen. Die sich aus dem Studienplan rechnerisch ergebende wöchentliche Arbeitslast mutet gerade in den ersten Terms als vergleichsweise hoch an. Die Gutachtergruppe hat deshalb bei der Vor-Ort-Begehung eingehend geprüft, ob sich hieraus Probleme für die Studierbarkeit ergeben. Im Resultat zeigte sich aber, dass sich Bedenken aufgrund fundierter sachlicher Gründe erübrigen. Vielmehr spricht sogar einiges dafür, dass auch die zeitliche Strukturierung des Studiums als einer von vielen wichtigen Bausteinen im konzeptionell und didaktisch exzellenten Erfolgsmodell des Studienprogramms „Media Management“ zu bewerten ist. Folgende Punkte führen zu dieser Beurteilung:

- Die Regelstudienzeit von zwei Jahren wurde bislang stets eingehalten; die Studienabbruchquote ist darüber hinaus äußerst gering. Es steht außerdem zu vermuten, dass ein Abbruch eher außerhalb der Hochschule seine Ursachen hat.
- Die Studierenden gaben an, dass sie ein solch anspruchsvolles und herausforderndes Programm gerade von diesem Studiengang, der für sie auch mit einer hohen finanziellen Investition verbunden ist, unbedingt erwarten. Sie brachten so nachdrücklich zum Ausdruck, dass sie grundsätzliche Veränderungen an dieser Stelle entschieden ablehnen würden.
- Vor allem die hierzu eindringlich befragten Studierenden bekräftigten zudem mehrfach, dass die rundum als hervorragend gelobte individuelle didaktische Betreuung in den Lehrveranstaltungen und darüber hinaus, die Notwendigkeit eines zeitintensiven Eigenstudiums minimiere. Der hohe Soll-Workload könne deshalb problemlos eingehalten werden. Dass dies auf „zu einfache" oder „verwässerte" Studieninhalte zurückführbar sein könnte, ist angesichts der belegten Ausbildungserfolge auszuschließen. Es bestätigt sich damit, dass die Studierenden nicht nur keinerlei Einwände im Hinblick auf die Studierbarkeit artikulieren, sondern sie die höheren Ansprüche vielmehr voll akzeptieren und auch selbst einfordern.
- Der Studiengangsleiter und die befragten Lehrenden betonen, dass sie aufgrund des engen Kontakts mit allen Studierenden und aufgrund der vielfältigen und intensiven Feedback- und Evaluationsinstrumente kontinuierlich auch über die tatsächliche Arbeitslast der Studierenden gut informiert seien. Bei Hinweisen auf Probleme seien in den ersten Jahren des Studienbetriebs auch stets entsprechende Anpassungen im Curriculum und/oder in einzelnen Lehrveranstaltungen umgehend vorgenommen worden. Die Gutachtergruppe konnte Einblick nehmen in die Erhebung des tatsächlichen Workloads der einzelnen Veranstaltungen durch die Studierenden, welche keinerlei Grund zur Beanstandung geben.

Der MBA in „Media Management" zielt auf die „Ausbildung erstklassiger Fach- und Führungskräfte" in Medienunternehmen „entsprechend der Anforderungen der Medienpraxis". Wie die vorliegende Absolventenstatistik eindrücklich belegt und wie die Gutachtergruppe aus Gesprächen mit Führungskräften in der Medienbranche weiß, hat sich der Studiengang die Reputation erarbeitet, diesem anspruchsvollen Ziel in besonderer Weise gerecht zu werden. Um die bereits näher ausgeführten Ziele des Studiengangs zu realisieren, sollen die MBA-Studierenden an der HMS einen breiten Querschnitt komplementärer Kompetenzen erwerben, die in ihrem Zusammenspiel ein optimales Rüstzeug für die Bekleidung von führenden Managementpositionen in der Medienbranche bieten. Die Vermittlung solcher interdisziplinären Querschnittkompetenzen ist anspruchsvoll und verlangt eine fein abgestimmte und sinnvoll abgewogene Zusammenführung von Lehr- und Ausbildungsinhalten aus mehreren Fachgebieten.

Die Studieninhalte gliedern sich hierbei in die drei Sachgebiete „Business Administration & Management Skills“, „Media Business & Media Production“ sowie „Context & Values“.

Die Module im Bereich Business Administration & Management Skills decken zum einen alle klassischen Management-Funktionen und die hierfür notwendigen Kenntnisse und Kompetenzen in einem dichten Lehr- und Prüfungsprogramm ab. Zum anderen sind die Veranstaltungen auf die Vermittlung zentraler Führungskompetenzen gerichtet. Beide Bereiche adressieren die fundamentalen Ziele des Studiengangs in adäquater Weise. Gerade das Ziel der Vermittlung von Führungskompetenzen zieht sich, wie die Gespräche mit Studierenden und Lehrenden bei der Vor-Ort-Begehung ergeben haben, durch das komplette Studienprogramm. Dabei tragen insbesondere auch die Lehrveranstaltungen im Bereich Media Production – und hier vor allem die drei großen Praxisprojekte in den Terms 5 bis 7 – in systematischer und nachvollziehbarer Weise zur Zielerreichung bei.

Von zentraler fachlicher Bedeutung ist der Bereich Media Business & Media Production, in dem zum einen die strukturellen volks- und betriebswirtschaftlichen Besonderheiten von Medienmärkten und Medienunternehmen behandelt werden, zum anderen das theoretisch konzeptionelle Wissen praktisch angewendet wird. Weil alle allgemeinen ökonomischen Grundlagen bereits im Bereich Business Administration vermittelt werden, konzentrieren sich die Veranstaltungen im Bereich Media Business tatsächlich auf die Spezifika der Medienökonomie und des Medienmanagements.

Wie das in anderen Bereichen erworbene theoretisch-konzeptionelle Know-how praktisch angewandt werden kann, lernen die Studierenden im recht umfangreichen Bereich Media Production. Die in diesem Bereich von den Studierenden in kleinen Teams durchgeführten Beratungsprojekte werden so geplant, dass jede und jeder Studierende alle wichtigen Medienteilmärkte auch berufspraktisch intensiv kennenlernt und jeweils möglichst auch alle wichtigen Management-Funktionen und -Kompetenzen abgebildet sind und wahrgenommen werden können. Die vorliegenden Projektbeschreibungen und die aufgeführte Projektliste belegen, dass die Projekte diesbezüglich stets auf einem sehr hohen Niveau durchgeführt werden. Die HMS kann in diesem Feld die offenbar sehr tragfähige Vernetzung mit jenen bedeutenden Medienunternehmen ausspielen, die sich als langfristige Förderer und Sponsoren der HMS engagieren. Die Projekte bieten den Studierenden so auch die Möglichkeit, sich mit ihren besonderen Kompetenten auch potenziellen Arbeitgebern gegenüber direkt zu präsentieren und zu empfehlen. Wie Dozierende und Studierende übereinstimmend berichten, bildet die persönliche Bewährung in den Praxis-Projekten in der Tat häufig auch den Anstoß für spätere Rekrutierungen von Absolventinnen und Absolventen durch die beteiligten Partner-Unternehmen.

Im dritten Bereich Context & Values erwerben die Studierenden zuletzt gründliche Kenntnisse des Medienrechts sowie der kommunikationswissenschaftlichen und gesellschaftlichen Grundlagen

einer auch kritischen und ethisch-moralischen Beurteilung medienökonomischer Problemstellungen. Da die Absolventinnen und Absolventen später herausgehobene Managementpositionen in der Medienbranche einnehmen werden, sollten sie auch die entsprechende gesellschaftliche Verantwortung erkennen, tragen und gestalten können. Der Gutachtergruppe erscheint auch dies – gerade auch im Vergleich mit anderen Medienmanagement-Studiengängen – als eine fachlich angemessene konzeptionelle Position.

Neben dem curricularen Lehrprogramm bietet die HMS ein umfangreiches Zusatzprogramm an; u. a. kommen kontinuierlich renommierte Medienmanager zu Gastvorträgen und/oder „Kamingesprächen" an die HMS. Maßstäbe der außercurricularen Studierendenbetreuung setzt die HMS mit einem auf Gutscheinbasis abgewickelten Coaching-Programm, das es allen MBA-Studierenden ermöglicht, studienbegleitend Coaching-Sitzungen bei professionellen Karriere-Coaches wahrzunehmen.

2.3 Modularisierung und Arbeitsbelastung

Der Studiengang ist in 15 Module modularisiert. Der ECTS-Umfang der Module liegt zwischen 4 und 15 ECTS-Punkten. Dabei entspricht, so ist es in der Prüfungsordnung festgehalten, ein ECTS-Punkt einer Arbeitsbelastung von 30 Stunden. Die Module erstrecken sich in der Regel auf zwei Terms (Ausnahme bildet das Modul „Projects" mit drei Terms) und werden in jährlichem Turnus angeboten. In den Modulen werden inhaltlich verwandte Themenbereiche zusammengefasst und in eigenständigen Veranstaltungen abgehalten. Die HMS ist hierbei auf die Empfehlung der vormaligen Akkreditierung eingegangen und hat nun keine kleinteiligen Module mehr, mit vormals halben ECTS-Punkten, im Studienverlaufsplan abgebildet. Innerhalb der Module werden die Veranstaltungen mit Teilprüfungen abgeschlossen. Die Nachfrage der Gutachtergruppe bei den Studierenden, ob dies zu einem zu hohen Aufwand für die Ableistung der Prüfungsleistungen führt, wurde einstimmig verneint. Die Einordnung in die jeweiligen Fachsemester ist stets klar ersichtlich. Die Modulbeschreibungen benennen die Studieninhalte und Zielsetzungen hinreichend klar und werden für die Studierenden um ausführliche Beschreibungen auch aller einzelnen Lehrveranstaltungen ergänzt, wodurch die Transparenz der Ziele und Erwartungen sichergestellt wird. Die Beschreibungen sollten allerdings den wissenschaftlichen Charakter der Module stärker fokussieren. Die Gutachtergruppe empfiehlt daher, bei der Beschreibung der Qualifikationsziele stärker auf das Master-Niveau des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse einzugehen. Ferner sollten für die einzelnen Module Modulverantwortliche benannt werden. Eine Modulbeschreibung für die Master-Thesis ist nicht vorhanden, was für eine durchgehende Modularisierung des Studiengangs erforderlich ist. Die Gutachtergruppe ist daher der Ansicht, dass eine entsprechende Modulbeschreibung anzufertigen und diese dem Modulhandbuch beizufügen ist.

Auf die Vermittlung von Team- und anderen Sozialkompetenzen sowie auch auf die Entwicklung der Persönlichkeit im Allgemeinen sowie nicht zuletzt auch einer angemessenen berufsethischen

Haltung wird modulübergreifend großen Wert gelegt. Auch in den einzelnen Modulen wird dort, wo es sinnvoll erscheint, stets eine integrative interdisziplinäre Perspektive eingenommen. Übergreifend sind die Module und Einzelveranstaltungen auf die Vermittlung nachhaltig transferierbarer Erkenntnisse, Inhalte und Befähigungen ausgelegt.

Wahlmöglichkeiten für die Studierenden bestehen kaum. Sie beschränken sich auf die Auswahl der Praxisprojekte aus einem von der HMS getroffenen Angebot. Allerdings ist die Qualität des Angebots extrem hoch, da namhafte Unternehmen und Institutionen Anfragen an die HMS zur Kooperation stellen. Bevor eine Anfrage als Praxisprojekt umgesetzt wird, durchläuft es einen mehrstufigen Prozess zur Qualitätssicherung, um nur hochqualitative Angebote an die Studierenden richten zu können. Gemäß Studienverlaufsplans haben die Studierenden in Term 3 ein weiteres Wahlfach (Spezialisierung). Bei den Gesprächen mit der Studiengangsleitung und den Studierenden stellte sich aber heraus, dass die Wahlmöglichkeiten für die Studierenden hier sehr eingeschränkt sind. Für die Gutachterinnen und Gutachter hat sich ferner nicht erschlossen, aus welchem Fächerkanon die Studierenden eine Auswahl treffen können. Daher empfiehlt die Gutachtergruppe den Fächerkanon transparenter darzustellen und die Wahlmöglichkeiten für die Studierenden zu erweitern. Dies könnten zum Beispiel Veranstaltungen sein, die den Bereich der Digitalisierung auch technisch stärker im Fokus haben oder Inhalte zum Bereich Kommunikationstechnologie bieten. Diese Ideen zur inhaltlichen Gestaltung der Wahlmöglichkeiten wurden der Gutachtergruppe im Gespräch mit den Studierenden deutlich.

2.4 Lernkontext

Wie eine der Gutachtergruppe gesondert vorgelegte Aufstellung offen legt, kommt in den Lehrveranstaltungen eine deutlich größere Vielfalt didaktischer Methoden zum Einsatz als sich aus den ausgewiesenen Veranstaltungsformen direkt ergibt. Da das Auditorium auch in den als „Vorlesungen“ ausgewiesenen Veranstaltungen ausgesprochen klein ist, stehen allen Dozierenden vielfältigste didaktische Möglichkeiten zur Verfügung. Die didaktischen Mittel reichen von studentischen Gruppen- und Teamarbeiten, medienökonomischen Fallstudien und ökonomischen Experimenten über Exkursionen bis hin zu umfangreich dimensionierten Praxisprojekten.

Wie bereits in vorhergehenden Begutachtungen festgestellt wurde, kann kein Zweifel daran bestehen, dass das Studienprogramm auf hohem didaktischen Niveau geführt wird. Diese Beurteilung kann hier nur unterstrichen werden. Folgende Punkte sind dabei als besonders positiv hervorzuheben:

- Weil die Wahrnehmung von Lehraufträgen an der HMS im Vergleich zu anderen Hochschulen nicht nur weit überdurchschnittlich gut entlohnt wird, sondern zudem auch ein beträchtliches Renommee birgt, kann die Studiengangsleitung die Lehrbeauftragten streng so auswählen, dass auch an die von externen Lehrkräften gehaltenen Lehrveran-

staltungen durchweg hohe didaktische Ansprüche gestellt werden können. Ein sehr konsequentes System der Veranstaltungsevaluierungen sorgt dafür, dass diese Ansprüche auch tatsächlich zuverlässig erfüllt werden.

- Aufgrund der geringen Studierendenzahlen kann dem Grundprinzip gefolgt werden, dass individuellen Bedürfnissen der Vertiefung, Spezialisierung oder Nacharbeitung von bestimmten Themen und Stoffgebieten von Seiten der Dozenten möglichst voll entsprochen wird. Diese individuelle Betreuung und Unterstützung setzt vor allem dann ein, wenn persönliche Prüfungsschwierigkeiten in einem Fach auftreten. Die Studierenden bestätigten im Gespräch, dass dieses Prinzip an der HMS dauerhaft gelebt werde, und sie berichteten von mehreren anschaulichen Beispielen.

Nach den Aussagen der Studierenden wissen diese die didaktischen Qualitäten ihres Studiengangs als ein Privileg ihres Studiums an der HMS zu schätzen, welches für sie auch einen maßgeblichen Teil zur Rechtfertigung ihrer hohen Eigenbeteiligung an der Studienfinanzierung beiträgt. Die HMS-Geschäftsführung und die Studiengangsleitung haben deshalb große Anreize, diese didaktischen Qualitäten auch in Zukunft zu sichern.

2.5 Prüfungssystem

Das Prüfungssystem ist kumulativ ausgelegt. Jedes Modul wird in Form von Modulteilprüfungen mit einer Prüfungsleistung in kontrollierter Form absolviert. Die Prüfungen finden jeweils zum Term-Ende statt und werden in den ersten drei Terms häufig in Form von Klausuren durchgeführt. Um die Studierenden hinsichtlich ihrer Sozial- und wissenschaftlichen Kompetenzen zu stärken, werden die Prüfungen in den Terms 5 bis 7 häufig in Form von Präsentationen und Hausarbeiten durchgeführt. Gerade in den Praxisprojekten erhalten die Studierenden auch durch ihre Prüfungsleistungen eine ausgezeichnete Vorbereitung auf das spätere Berufsleben, da im Rahmen der Projekte Präsentationen bei den Kunden durchgeführt werden. Die Anzahl, der Umfang und die zur Verfügung stehende Zeit für die Vorbereitung der Prüfungen werden von den Studierenden als angemessen beurteilt.

Die Prüfungsordnung liegt in verabschiedeter und veröffentlichter Fassung vor.

2.6 Fazit

Bei der Begehung vor Ort konnte festgestellt werden, dass die Ergebnisse der vorangehenden Akkreditierung verantwortungsvoll und den Möglichkeiten entsprechend umgesetzt worden sind. Einige Wünsche werden nicht umsetzbar sein, das ist dem Konzept des Studienganges als kooperativ (Universität Hamburg, Stadt Hamburg und HMS) organisierter Querschnittsstudiengang (MBA) geschuldet. Auch erfolgreiche Promotionsvorhaben von Absolventen zeigen aber, dass es sich durchaus um einen Studiengang handelt, der die Anforderungen des Qualifikationsrahmens erfüllt.

Die Gutachtergruppe empfiehlt, aufgrund der Ergebnisse der Vor-Ort-Begehung und der oben geschilderten Gründe, den Studiengang durchgehend zu modularisieren (Einbindung der Master-Thesis in Form eines Abschlussmoduls).

Ferner empfiehlt die Gutachtergruppe die Beschreibung der Studieninhalte durch entsprechende Übersichten (bspw. einer Fachlandkarte) transparenter darzulegen, indem auch Querbeziehungen verdeutlicht werden. Dabei sollte Bezug auf die Qualifikationsziele des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse genommen werden.

Eine Verbesserung der Studienorganisation und der Betreuung kann durch die Benennung von Modulverantwortlichen erreicht werden, die die Kommunikation zwischen dem Lehrpersonal und mit den Studierenden optimieren und die Module weiterentwickeln.

Ebenso sollte ein Auslandsbeauftragter benannt werden um den Anteil von Praktika im Ausland zu erhöhen und bestehende Probleme abzubauen.

Um die Wissenschaftlichkeit im Studiengang zu erhöhen, sollte die Hamburg Media School ein Konzept entwickeln, die Forschungsaktivitäten der Lehrenden stärker in der Lehre zu berücksichtigen.

Semesterweise sollten in einer Studiengangskonferenz die Leitung, die Modulverantwortlichen und Studentenvertreterinnen und -vertreter das Erreichte analysieren und an die auf diesem Gebiet schnelle Entwicklung anpassen.

3 Implementierung

3.1 Ressourcen

Der Studiengang ist personell gut aufgestellt. Für die vier von der HMS angebotenen Studiengänge sind insgesamt zwölf Personen tätig - neben der Geschäftsführerin, eine Assistenz (0,5 Stellen), Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Marketing und Kommunikation, Studiengangsmarketing, drei Mitarbeiter für die Administration sowie zwei Mitarbeiterinnen für die Studierendenkoordination (1,5 Stellen). Eine Person (0,8 Stellen) ist im International Office tätig.

Die Gutachtergruppe konnte sich ein Bild davon machen, welche Lehrenden welche Veranstaltungen in welchen Modulen lehren. Der relativ geringen Zahl hauptamtlich Lehrender steht eine große Zahl externer Lehrender gegenüber. Die wesentlichen Veranstaltungen in den einzelnen Modulen werden von hauptamtlich Lehrenden abgedeckt. Speziellere Veranstaltungen, etwa Medienrecht oder Rechnungswesen werden durch Dozierende aus der Praxis durchgeführt. Insgesamt gesehen ist die Abdeckung der Lehre durch hauptamtlich Lehrende ausreichend.

Die Lehr- und Arbeitsbelastung ist angemessen und wird regelmäßig überprüft. Die Dichte an Prüfungen ist durch das vorhandene Personal zu bewältigen. Viele Veranstaltungen werden mit

Klausuren abgeprüft. Für das Bestehen der Modulprüfung ist eine ausreichende Note in allen Teilveranstaltungen erforderlich. Die Studierenden erwarten die Dichte des Studienprogrammes, da Studiengebühren dafür bezahlt werden. Im zweiten Studienjahr lässt die Arbeitslast etwas nach.

Verflechtungen mit anderen Studiengängen sind beabsichtigt und wurden auch erprobt, sie sind in der letzten Zeit aber zurückgegangen. Stärkere Synergien etwa mit dem Studiengang „Film" wären wünschenswert. Zum Studiengang „Digital Media" gibt es Schnittstellen.

Im Studiengang sind der wissenschaftliche Leiter, zwei weitere Professoren (1,6 Stellen), zwei Post-Doc-Mitarbeiter (1,5 Stellen) sowie zwei wissenschaftliche Mitarbeiter tätig. Zwei Professuren sind derzeit vakant. Deren Besetzung sollte zeitnah erfolgen und dabei die Zuordnung zum Studiengang erhalten bleiben. Darüber hinaus werden 50 Lehrbeauftragte verpflichtet, die eine starke Verbindung zur Praxis herstellen sollen. Die große Zahl an Lehrbeauftragten bei vergleichsweise wenig fest angestelltem Personal soll die Flexibilität erhöhen. Bei durchschnittlich 23 Studierenden ergibt sich bei sieben Lehrenden ein Betreuungsverhältnis von 1:3,3. Da zwei Teilzeitstellen mitgerechnet werden, beträgt das reale Betreuungsverhältnis nur 1:4,5. Die Durchführbarkeit des Studienganges ist damit in qualitativer wie quantitativer Hinsicht ausreichend gesichert.

Im Austausch mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern aus dem In- und Ausland werden regelmäßig inhaltliche und methodische Verbesserungsmöglichkeiten erarbeitet. Das akademische Personal besucht regelmäßig nationale und internationale Kongresse und ist Mitglied in zahlreichen Vereinigungen der Medienbranche und -forschung.

Die HMS finanziert sich aus Studiengebühren, Spenden, Zuwendungen der Filmförderung Schleswig-Holstein, der Stadt Hamburg und langfristigen Partnerschaften mit Hamburger Unternehmen der Medienbranche. Die Verträge mit den Partnern wurden der Gutachtergruppe zwar nicht vorgelegt, es kann aber davon ausgegangen werden, dass die finanziellen Ressourcen der HMS zum Erreichen der Studiengangsziele innerhalb des Akkreditierungszeitraumes gegeben sind. Die Studiengebühren betragen 12.500 Euro pro Jahr, Stipendien sind möglich.

Die räumliche und sächliche Ausstattung ist gut und die HMS ist angemessen gut zu erreichen.

3.2 Entscheidungsprozesse, Organisation und Kooperation

Die HMS ist eine gemeinnützige GmbH und wird von einer Geschäftsführerin geleitet. Der Aufsichtsrat wird von Vertreterinnen und Vertretern der Stadt Hamburg und Medienunternehmen gebildet. Dem Beirat gehören Vertreterinnen und Vertreter aus der Praxis an, die auch an der Weiterentwicklung des Studienganges mitwirken. Die Studiengänge wurden als Public Private Partnership zusammen mit Partnerhochschulen etabliert, zu denen die Universität Hamburg, die Hochschule für bildende Kunst Hamburg und die Leuphana-Universität Lüneburg gehören. Ein gemeinsamer Ausschuss aus der Universität Hamburg und der HMS entscheidet über wesentliche

Fragen der Zulassung, der Einsetzung des Prüfungsausschusses und Angelegenheiten der Studienordnung. Im gemeinsamen Ausschuss sind auch Studierende beider Einrichtungen vertreten. Der wissenschaftliche Leiter des Studiengangs „Media Management", Professor Armin Rott, ist zugleich Professor für Volkswirtschaftslehre an der Universität Hamburg. Hervorzuheben sind die vielen nationalen und internationalen Partnerschaften mit hochkarätigen Gastvorträgen und Studienreisen.

Ansprechpartner für Studierende hinsichtlich der Studienorganisation sind im Internet benannt, auch über eine WhatsApp-Adresse können Fragen direkt gestellt werden.

Im Aufsichtsrat und im Beirat der Hamburg Media School gGmbH sind keine Studierendenvertreter vorgesehen. Eine Mitwirkung der Studierenden hinsichtlich der Studiengangsentwicklung ist über die regelmäßige Evaluierung des Studiengangs vorgesehen. Im Prüfungsausschuss ist ein Studierender vertreten.

Für die Durchführung von Praktika im In- und Ausland steht eine zentrale Ansprechpartnerin zur Verfügung. Für die Unternehmenspraktika stehen durch die zahlreichen Kooperationen eine Vielzahl von Partnern zur Verfügung.

3.3 Transparenz und Dokumentation

Der Studienverlaufsplan und die Prüfungsordnung sind online veröffentlicht. Ein Modulhandbuch oder nähere Erläuterungen zu einzelnen Lehrveranstaltungen liegen nicht frei zugänglich vor, sondern sind online nur kurz umschrieben und werden dann bei Immatrikulation den Studierenden zugänglich gemacht. Hier ist eine Verbesserung der Transparenz wünschenswert, ebenso was die Studienanforderungen angeht. Die individuelle Unterstützung und Beratung der Studierenden erscheint hingegen angemessen.

Eine relative ECTS-Note wird im Diploma Supplement ausgewiesen.

3.4 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Es wurden Konzepte zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit entwickelt. Die Geschäftsführerin der HMS ist Ansprechpartnerin in diesen Fragen. Es gibt ein studienbegleitendes Angebot „Personal Coaching" sowie „Coaching von Frauen für Frauen". Viele Veranstaltungen widmen sich den Themen Karrieremöglichkeiten von Frauen und Vereinbarung von Familie und Beruf. Führungspositionen, Gremien und Auswahlkommissionen werden paritätisch besetzt. Der Frauenanteil bei den Studierenden hat in den letzten Jahren stark zugenommen und lag zuletzt bei über 70 Prozent. Der Nachteilsausgleich ist mit dem § 13 in der Prüfungsordnung sichergestellt.

Verantwortlich für die Themen Chancengleichheit und Geschlechtergerechtigkeit ist, neben der Geschäftsführerin der HMS, eine Mitarbeiterin des Büros für Studienorganisation.

Für Studierende mit Kind bietet die Hochschule hinreichende Lösungen zur Vereinbarkeit von Familie und Studium. Im Zuge der Geschlechtergerechtigkeit wird bei der Besetzung ausgeschriebener Stellen, zu besetzender Gremien- und Kommissionensitze ein möglichst ausgeglichenes Geschlechterverhältnis angestrebt. Gleiches Ziel gilt für die Führungspositionen an der HMS. Hier beträgt das Geschlechterverhältnis genau 50 Prozent.

Ausgehend von den Auflagen im vormaligen Akkreditierungsprozess sind die beauftragten Stellen und Personen sowie die Angebote der HMS und der Universität Hamburg, welche die Studierenden ebenso in Anspruch nehmen können, im Studienhandbuch aufgeführt.

3.5 Fazit

Dem Studiengang „Media Management" stehen die notwendigen Ressourcen und eine adäquate Organisation zur Verfügung, um das Studiengangskonzept konsequent und zielgerichtet umzusetzen. Sowohl in personeller als auch in sächlicher und insgesamt finanzieller Hinsicht sind die Ressourcen derart komfortabel, dass sie die Realisierung der oben beschriebenen Ziele und die Umsetzung des entsprechenden Konzepts erlauben. Auch sind die Entscheidungsprozesse transparent beschrieben und in ihren Prozessen dem Studiengang und seiner Umsetzung angemessen.

Seit der vorangegangenen Akkreditierung gab es hinsichtlich der Ressourcen keine wesentlichen Änderungen, abgesehen vom Ausbau der Partnerschaften mit den Unternehmen der Umgebung sowie die Zusammensetzung und Ausweitung der Zahl der Lehrbeauftragten.

4 Qualitätsmanagement

4.1 Organisation und Mechanismen der Qualitätssicherung

Sowohl die wissenschaftliche Leitung als auch die fachverantwortlichen Professorinnen und Professoren sind für das Qualitätsmanagement des Studiengangs „Media Management" zuständig und initiieren regelmäßig interne und externe Evaluationsprozesse. Interne Evaluationen werden für jede Lehrveranstaltung, jedes Praxisprojekt sowie jedes Praktikum durchgeführt und finden auf quantitativer sowie qualitativer Ebene statt.

Den Angaben der Hochschule zufolge werden die Maßnahmen zur Qualitätssicherung in regelmäßigen Abständen überarbeitet. Übereinstimmend damit gaben die Lehrenden im Gespräch an, das Evaluationssystem derzeit zu „überdenken".

Derzeit dienen vierteljährliche Aufsichtsrats- und jährliche Stiftungssitzungen der Diskussion strategischer, inhaltlicher, personeller, konzeptioneller und finanzieller Belange. Um auch den Wirtschaftspartnern Einblicke in die Qualität des Studiengangs zu ermöglichen und beispielsweise neue Praxisprojekte zu organisieren, finden regelmäßig Einzelgespräche und Gesprächsrunden

statt. Neben den Hochschulmitarbeiterinnen und -mitarbeitern aus der Lehre und der Administration sowie die Geschäftsführung wirken hierbei auch die Personalabteilungen der Stifterunternehmen mit.

Bei der Auswahl neuer Lehrender stehen die fachliche und wissenschaftliche Qualifikation, Berufserfahrung und der Status sowie bisherige Dozententätigkeiten im Vordergrund. Bevor ein externer Dozent oder eine externe Dozentin beauftragt wird erfolgen mehrere Gespräche. Ferner ist die jeweilige Person dazu verpflichtet, einen Entwurf der von ihr geplanten Veranstaltung einzureichen. Ist schließlich auch der Prüfungsausschuss einverstanden, wird zwischen der Hochschule und dem externen Lehrbeauftragten bzw. der Lehrbeauftragten ein einjähriger Vertrag abgeschlossen, so die Geschäftsführerin dem zustimmt. Entspricht die Lehre der bzw. des Lehrbeauftragten jedoch nicht dem Qualitätsverständnis der HMS, erhält diese bzw. dieser keinen Nachfolgevertrag. Im Gespräch betonte die Geschäftsführerin jedoch auch die zur Verfügung stehenden finanziellen Mittel der Hochschule, welche eine gute Bezahlung der Lehrkräfte ermöglicht und diese somit auch in der Tendenz zu „guter Leute“ verpflichtet werden können. Doch auch mit jedem hauptamtlich Lehrenden führt die Geschäftsführung mindestens einmal im Jahr ein Personalentwicklungsgespräch.

Vor dem Beginn eines Terms sind alle Lehrenden verpflichtet, Veranstaltungsbeschreibungen zu verfassen. Diese finden sich anschließend – als Teil des Studien- und Dozentenhandbuches – im Veranstaltungsverzeichnis wieder, welches die jeweiligen Verantwortlichen bei der Veranstaltungsplanung unterstützt, die Kommunikation unter den Dozierenden vereinfacht und den Studierenden bei ihrer Planung hilft. Darüber hinaus wäre es hilfreich und im Sinne der Transparenz, Modulverantwortliche zu benennen und diese in den Modulhandbüchern aufzuführen.

Das umfangreiche Dozentenhandbuch dient als Leitfaden und erleichtert den Lehrenden die inhaltliche Abstimmung untereinander. Damit bei den rund 50 Lehrbeauftragten eine Konsistenz in den Lehrinhalten sichergestellt werden kann, enthält das Handbuch Hinweise, wie sich die Veranstaltungen aufeinander zu beziehen haben. Um die Qualität der Lehrveranstaltungen, die von externen Lehrbeauftragten abgehalten werden, zu überprüfen und zu wahren, finden vor Beginn dieser Seminare oder Vorlesungen Austauschgespräche zwischen den externen Lehrbeauftragten und den hauptamtlich Lehrenden statt. Den Wert dieser Gespräche hob die Geschäftsführerin hervor. Die Lehrenden gaben zudem an, dass auch die internen Lehrkonferenzen sowie studiengangsübergreifenden Meetings der Qualitätssicherung dienen. Sie bieten beispielsweise Raum, um Lehrinhalte abzustimmen oder die Umsetzung übergeordneter Leitlinien zu überprüfen. Der Erfolg dieser Maßnahmen zeigte sich im Gespräch mit den Studierenden. Sie bestätigten, dass die Absprache unter den Lehrenden gut und die Lehrinhalte ebenso gut aufeinander abgestimmt seien.

Damit der Studiengang nicht nur auf praktischer, sondern auch auf wissenschaftlicher Ebene aktuell bleibt, gehen die hauptamtlich Lehrenden eigenen Forschungsprojekten nach und nehmen an nationalen und internationalen Fachkongressen teil. Um die Wissenschaftlichkeit im Studiengang weiter zu erhöhen, sollte jedoch ein Konzept entwickelt werden, wie die Forschungsaktivitäten der Lehrenden stärker in der Lehre berücksichtigt werden können.

Ein mehrstufiges Bewerbungsverfahren ermöglicht es der Hochschule, ausschließlich Studienbewerberinnen und -bewerber zuzulassen, welche sowohl zur HMS als auch zum Studiengang und dessen Qualitätsanspruch passen.

Für jeden Studierenden ist einmal pro Term (bei Bedarf auch öfter) ein Feedback-Gespräch mit dem wissenschaftlichen Leiter des Studiengangs obligatorisch. Hierbei können individuelle Belange, wie die persönliche Entwicklung und die Arbeitslast diskutiert, aber auch Kritik geäußert werden. Unabhängig davon kann sich die Studierendenvertretung jederzeit an den wissenschaftlichen Leiter des Studiengangs wenden und Probleme inhaltlicher oder personeller Natur ansprechen. Darüber hinaus können sich Studierende in hochschulinternen Gremien engagieren und so interne Entscheidungsprozesse beeinflussen. Während der Gespräche vor Ort hoben die Studierenden zudem das jährlich stattfindende Gespräch zwischen den Jahrgangsstudierenden und der Studiengangsleitung positiv hervor. Ziel dieses Austausches ist es, eine weitere direkte Rückmeldung von den Studierenden einzuholen.

Innerhalb der Lehrveranstaltungen werden die Rückmeldungen der Studierenden mittels Evaluationsbögen zum Abschluss eines jeden Terms erfasst und durch das Studienbüro ausgewertet. Bei (wiederholt) auffallend negativen Evaluationsergebnissen werden die betreffenden Lehrbeauftragten nicht erneut mit der Lehre beauftragt. Als Reaktion auf die Auflage bei der Erstakkreditierung im Jahr 2011, den studentischen Workload über die Feedback-Gespräche hinaus systematisch zu erfassen, enthält der Fragebogen nun auch eine Frage nach der Verhältnismäßigkeit zwischen dem Arbeitsaufwand für eine Lehrveranstaltung und den für diese vergebenen ECTS-Punkte. Die Lehrenden räumten jedoch ein, dass der Rücklauf der Fragebögen noch gesteigert werden könne.

Besteht von Seiten der Lehrbeauftragten Interesse an einer Zwischenevaluation, haben diese die Möglichkeit, auch innerhalb eines Terms ein sogenanntes „Fast-Feedback-Formular“ einzusetzen. Dieses ähnelt dem Evaluationsbogen, wird jedoch nicht durch das Studienbüro ausgewertet.

Studierende, die sich im Praxisterm befinden, halten ihre Eindrücke in einem Praxisbericht fest. Darüber hinaus sind sie, ebenso wie die Unternehmen, zum Ausfüllen eines Fragebogens angehalten.

Den Absolventinnen und Absolventen der Hochschule kommt ebenfalls eine qualitätssichernde Funktion zu. Im Rahmen eines eigens gegründeten Vereins findet ein Austausch mit den Lehrenden statt. Kontakt zu den Studierenden besteht unter anderem durch das sogenannte Mentoring-Programm.

Um den Studiengang adäquat weiterzuentwickeln, erfolgte zudem 2007 eine externe Evaluation durch das Hans-Bredow-Institut für Medienforschung der Universität Hamburg, welches positive Ergebnisse lieferte. Die starke Praxisorientierung des Studiengangs und die unterschiedlichen Evaluationsmaßnahmen wurden darin besonders hervorgehoben. Die Verbleibstudien und Absolventenanalysen weisen darüber hinaus auf eine gute Qualifikation der Absolventen hin. Einige verfügen sogar schon kurze Zeit nach Beendigung des MBAs über eine Festanstellung.

4.2 Umgang mit den Ergebnissen der Qualitätssicherung

Die Ergebnisse der verschiedenen Evaluationsmaßnahmen laufen im Büro für Studienorganisation zusammen, werden dort ausgewertet und intern dokumentiert (Speicherung in einer Datenbank).

Anschließend erhält jeder Lehrende eine Zusammenfassung aller Evaluationsergebnisse und, darüber hinaus, auch ein Feedback durch den Studiengangsleiter.

Studierende und Lehrende bestätigten gleichermaßen den Einfluss der Evaluationsergebnisse. Als Beispiel führten sie die Entscheidung an, den Freitag veranstaltungsfrei zu gestalten. Dies wurde in der Vergangenheit von den Studierenden als Wunsch geäußert und erweise sich in der Praxis für alle Beteiligten als positiv. Der freie Tag entlaste die Studierenden sehr und schaffe genug Raum, damit diese ihren Pflichten und Interessen nachkommen können.

4.3 Fazit

Das Qualitätsmanagement für den Studiengang „Media Management“ an der HMS bietet eine Vielzahl an Verfahren, welche zur Überprüfung der Ziele des Studiengangs, des Konzepts und dessen Umsetzung sowie Weiterentwicklung beitragen.

Die Auswahl der externen Lehrbeauftragten und der Studierenden basiert auf einem hohen Qualitätsanspruch. Mit den Studierenden sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern werden regelmäßig Feedback-Gespräche geführt. Auch die Lehrbeauftragen selbst stehen in engem Austausch miteinander. Das Dozentenhandbuch trägt ebenso zur Konsistenz der Studieninhalte bei. Als studentisches Pendant dazu steht jedem Studierenden ein Studienhandbuch zur Verfügung, welches alle relevanten Informationen für das Studium, die Organisation dessen sowie der Lehrinhalte und verschiedenste Angebote beziehungsweise Ansprechpersonen enthält. Mit dem Ausfüllen der Evaluationsbögen leisten die Studierenden einen weiteren Beitrag zur Prüfung der Studiengangsqualität und können sich darüber hinaus in unterschiedlichen Gremien engagieren.

Neben den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der HMS, Lehrenden und Studierenden sind auch die Stifterunternehmen und die Alumni in den Evaluationsprozess eingebunden. Des Weiteren sind die Themen Chancengleichheit und Geschlechtergerechtigkeit fest an der Hochschule verankert.

Die Ergebnisse aus den verschiedenen Evaluationsschritten werden im Studienbüro für Studienorganisation zusammengeführt, ausgewertet und gespeichert. In einem weiteren Schritt werden aus ihnen schließlich Maßnahmen für die Weiterentwicklung und Verbesserung des Studiengangs abgeleitet. Diese werden anschließend in der Praxis umgesetzt, wie am Beispiel des veranstaltungsfreien Freitags dargelegt werden konnte.

Im Studiengang „Media Management" finden eine Vielzahl an unterschiedlichen Maßnahmen Anwendung, die in ihrer Gesamtheit ein umfassendes Qualitätsmanagement darstellen. Besonders die verschiedenen Formen des persönlichen Austausches bieten Raum für direktes Feedback, weisen auf mögliche Probleme hin und ermöglichen diesbezüglich ein schnelles und lösungsorientiertes Handeln.

5 Bewertung der „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ vom 08.12.2009 in der jeweils gültigen Fassung

AR-Kriterium 1 Qualifikationsziele des Studiengangskonzeptes: Das Studiengangskonzept orientiert sich an Qualifikationszielen. Diese umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Bereiche wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung, Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und Persönlichkeitsentwicklung.

Das Kriterium ist erfüllt.

AR-Kriterium 2 Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem: Anforderungen in Bezug auf rechtlich verbindliche Verordnungen (KMK-Vorgaben, spezifische Ländervorgaben, Vorgaben des Akkreditierungsrates, Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse) wurden berücksichtigt.

Das Kriterium ist teilweise erfüllt, weil der Studiengang nicht durchgehend modularisiert ist.

AR-Kriterium 3 Studiengangskonzept: Das Studiengangskonzept umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen methodischen und generischen Kompetenzen. Es ist in der Kombination der einzelnen Module stimmig im Hinblick auf formulierte Qualifikationsziele aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Gegebenenfalls vorgesehene Praxisanteile werden so ausgestaltet, dass Leistungspunkte (ECTS) erworben werden können. Es legt die Zugangsvoraussetzungen und gegebenenfalls ein adäquates Auswahlverfahren fest sowie Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der Lissabon Konvention und außerhochschulisch erbrachte Leistungen. Dabei werden Regelungen zum Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung getroffen. Gegebenenfalls vorgesehene Mobilitätsfenster werden curricular eingebunden. Die Studienorganisation gewährleistet die Umsetzung des Studiengangskonzeptes.

Das Kriterium ist erfüllt.

AR-Kriterium 4 Studierbarkeit: Die Studierbarkeit des Studiengangs wird gewährleistet durch: a) die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen, b) eine geeignete Studienplangestaltung, c) die auf Plausibilität hin überprüfte (bzw. im Falle der Erstakkreditierung nach Erfahrungswerten geschätzte) Angabe der studentischen Arbeitsbelastung, d) eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation, e) entsprechende Betreuungsangebote sowie f) fachliche und überfachliche Studienberatung. Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.

Das Kriterium ist erfüllt.

AR-Kriterium 5 Prüfungssystem: Die Prüfungen dienen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Sie sind modulbezogen sowie wissens- und kompetenzorientiert. Jedes Modul schließt in der Regel mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab. Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt. Die Prüfungsordnung wurde einer Rechtsprüfung unterzogen.

Das Kriterium ist erfüllt.

AR-Kriterium 6 Studiengangsbezogene Kooperationen: Bei der Beteiligung oder Beauftragung von anderen Organisationen mit der Durchführung von Teilen des Studiengangs, gewährleistet die Hochschule die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes. Umfang und

Art bestehender Kooperationen mit anderen Hochschulen, Unternehmen und sonstigen Einrichtungen sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen dokumentiert.

Das Kriterium ist erfüllt.

AR-Kriterium 7 Ausstattung: Die adäquate Durchführung des Studiengangs ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung gesichert. Dabei werden Verflechtungen mit anderen Studiengängen berücksichtigt. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind vorhanden.

Das Kriterium ist erfüllt.

AR-Kriterium 8 Transparenz und Dokumentation: Studiengang, Studienverlauf, Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung sind dokumentiert und veröffentlicht.

Das Kriterium ist erfüllt.

AR-Kriterium 9 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung: Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements werden bei den Weiterentwicklungen des Studienganges berücksichtigt. Dabei berücksichtigt die Hochschule Evaluationsergebnisse, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs.

Das Kriterium ist erfüllt.

AR-Kriterium 10 „Studiengänge mit besonderem Profilanspruch“: Da es sich bei dem Studiengang um einen weiterbildenden Studiengang handelt, wurde er unter Berücksichtigung der Handreichung der AG „Studiengänge mit besonderem Profilanspruch“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 10.12.2010) begutachtet.

Das Kriterium ist erfüllt.

AR-Kriterium 11 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit: Auf der Ebene des Studiengangs werden die Konzepte der Hochschule zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen wie beispielsweise Studierende mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen, Studierende mit Kindern, ausländische Studierende, Studierende mit Migrationshintergrund, und/oder aus sogenannten bildungsfernen Schichten umgesetzt.

Das Kriterium ist erfüllt.

6 Akkreditierungsempfehlung

Die Gutachtergruppe empfiehlt die Akkreditierung des Studiengangs „Media Management“ (MBA) mit einer Auflage.

Die Gutachtergruppe empfiehlt folgende Auflage:

1. Der Studiengang ist durchgehend zu modularisieren. Entsprechend muss die Masterthesis, in Form eines Abschlussmoduls, in die Modularisierung des Studiengangs eingebunden werden.

IV Beschluss der Akkreditierungskommission von ACQUIN[1]

1 Akkreditierungsbeschluss

Auf der Grundlage des Gutachterberichts und der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 25. September 2018 folgenden Beschluss:

Der Masterstudiengang „Media Management" (MBA) wird mit folgender Auflage akkreditiert:

- **Für die Masterarbeit muss eine eigene Modulbeschreibung erstellt werden.**

Die Akkreditierung ist befristet und gilt bis 31. März 2020.

Bei Feststellung der Erfüllung der Auflagen durch die Akkreditierungskommission nach Vorlage des Nachweises bis 24. Juli 2019 wird der Studiengang bis 30. September 2024 akkreditiert. Bei mangelndem Nachweis der Auflagenerfüllung wird die Akkreditierung nicht verlängert.

Falls die Hochschule zu der Einschätzung gelangt, dass die Auflage nicht innerhalb von neun Monaten behebbar ist, kann das Akkreditierungsverfahren nach Stellungnahme der Hochschule für eine Frist von höchstens 18 Monaten ausgesetzt werden. Diese Stellungnahme ist bis 24. November 2018 in der Geschäftsstelle einzureichen.

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms werden folgende Empfehlungen ausgesprochen:

- Die Studieninhalte sollten systematischer und in Hinblick auf ihre Verknüpfungen vermittelt werden, bspw. in Form einer Fachlandkarte.
- In den Modulen sollte der wissenschaftliche Charakter der Module stärker herausgestellt werden. Dabei sollten sich die formulierten Qualifikationsziele an dem Master-Niveau des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse orientieren.
- Es sollten Modulverantwortliche benannt werden.
- Die Besetzung der vakanten Professuren sollte zeitnah erfolgen und deren Zuordnung zum Studiengang erhalten bleiben.

[1] 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.

- Die Wahlmöglichkeiten im Spezialisierungsmodul sollten erweitert und transparenter dargestellt werden.
- Um die Wissenschaftlichkeit im Studiengang zu erhöhen, sollte die Hamburg Media School ein Konzept entwickeln, wie die Forschungsaktivitäten der Lehrenden stärker in der Lehre berücksichtigt werden können.

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

Umformulierung von Auflagen

- Der Studiengang ist durchgehend zu modularisieren. Entsprechend muss die Masterthesis, in Form eines Abschlussmoduls, in die Modularisierung des Studiengangs eingebunden werden.

Begründung:

Das Anliegen der Gutachtergruppe, dass die Masterarbeit in das Modularisierungskonzept integriert werden muss, wird in seinem Grundsatz geteilt. Allerdings suggeriert die vorgeschlagene Formulierung, dass der Studiengang als Ganzes nicht modularisiert sei, was nicht der Fall ist. Daher ist die Auflage insofern umzuformulieren, dass das Monitum eines fehlenden Moduls für die Abschlussarbeit deutlich wird.