

## **Akkreditierungsbericht**

Akkreditierungsverfahren an der

**Katholischen Universität Eichstätt - Ingolstadt  
in Kooperation mit der Åbo Akademi, Turku  
„InterculturAd - Werbung interkulturell“ (M.A.)**

### **I. Ablauf des Akkreditierungsverfahrens**

**Vorangegangene Akkreditierung am:** 28. März 2014, **durch:** ACQUIN, **bis:** 30. September 2019

**Vertragsschluss am:** 20. Dezember 2017

**Eingang der Selbstdokumentation:** 6. Februar 2019

**Datum der Vor-Ort-Begehung:** 17./18. Juli 2019

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

**Begleitung durch die Geschäftsstelle von ACQUIN:** Lisa Stemmler

**Beschlussfassung der Akkreditierungskommission am:** 24. September 2019

#### **Zusammensetzung der Gutachtergruppe:**

- Prof. Dr. Gabriele Diewald, Germanistische Linguistik, Leibniz Universität Hannover
- Prof. Dr. Georg Adlmaier-Herbst, Markenführung und Kommunikationsmanagement, Universität der Künste Berlin
- Prof. Dr. Norbert Drees, Marketingmanagement, Kommunikation
- Prof. Dr. Michael Szurawitzki, Interkulturelle Linguistik, Medienlinguistik, Universität Duisburg-Essen
- Alexander Zeitelhack, Communicationsconsulting und –training
- Leander Gussmann, Arts & Cultural Studies, Akademie der bildenden Künste Wien

**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.

**Inhaltsverzeichnis**

<b>I.</b>	<b>Ablauf des Akkreditierungsverfahrens.....</b>	<b>1</b>
<b>II.</b>	<b>Ausgangslage .....</b>	<b>4</b>
	1. Kurzportrait der Hochschule.....	4
	2. Kurzinformationen zum Studiengang .....	4
	3. Ergebnisse aus der erstmaligen Akkreditierung.....	5
<b>III.</b>	<b>Darstellung und Bewertung .....</b>	<b>6</b>
	1. Ziele.....	6
	1.1. Gesamtstrategie der Hochschule und der Fakultät/des Fachbereichs .....	6
	1.2. Qualifikationsziele des Studiengangs.....	6
	1.3. Fazit.....	7
	2. Konzept.....	8
	2.1. Zugangsvoraussetzungen .....	8
	2.2. Studiengangsaufbau .....	9
	2.3. Modularisierung und Arbeitsbelastung.....	10
	2.4. Lernkontext .....	10
	2.5. Prüfungssystem.....	11
	2.6. Fazit.....	11
	3. Implementierung .....	12
	3.1. Ressourcen .....	12
	3.2. Entscheidungsprozesse, Organisation und Kooperation .....	13
	3.3. Transparenz und Dokumentation .....	13
	3.4. Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit .....	14
	3.5. Fazit.....	15
	4. Qualitätsmanagement.....	15
	4.1. Organisation und Mechanismen der Qualitätssicherung .....	15
	4.2. Umgang mit den Ergebnissen der Qualitätssicherung .....	17
	4.3. Fazit.....	17
	5. Bewertung der „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ vom 08.12.2009 in der jeweils gültigen Fassung .....	18
	6. Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe.....	20
<b>IV.</b>	<b>Beschluss/Beschlüsse der Akkreditierungskommission von ACQUIN.....</b>	<b>21</b>
	1. Akkreditierungsbeschluss .....	21

## II. Ausgangslage

### 1. **Kurzportrait der Hochschule**

Die Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt (im Weiteren KU) zählt mit etwa 5100 Studierenden und 840 Mitarbeitern zu den größten nichtstaatlichen Universitäten in Deutschland. Gleichzeitig ist sie die einzige katholische Universität im deutschen Sprachraum und eine von etwa 200 katholischen Universitäten weltweit.

Die KU kann auf eine lange Tradition der Hochschullehre zurückblicken. Das bereits im 16. Jahrhundert gegründete Collegium Willibaldinum bestand bis ins frühe 19. Jahrhundert. Wenig später wurde es zunächst als Lyceum, dann als Philosophisch-Theologische Hochschule genutzt, bis es im Jahr 1972 zusammen mit der 1958 gegründeten Pädagogischen Hochschule Eichstätt um einige Studiengänge erweitert und zu einer katholischen Gesamthochschule vereint wurde. Der Standort Ingolstadt wurde 2001 in den Namen der KU Eichstätt-Ingolstadt aufgenommen. Dort hat die wirtschaftswissenschaftliche Fakultät ihren Sitz.

Sieben der acht Fakultäten sind jedoch nach wie vor in Eichstätt angesiedelt, im Einzelnen die Theologische Fakultät, die Philosophisch-Pädagogische Fakultät, die Sprach- und Literaturwissenschaftliche Fakultät, die Geschichts- und Gesellschaftswissenschaftliche Fakultät, die Mathematisch-Geografische Fakultät, die Fakultät für Religionspädagogik und kirchliche Bildungsarbeit sowie die Fakultät der Sozialen Arbeit.

Im gelebten Miteinander sowie im wissenschaftlichen Diskurs orientiert sich die KU per Selbstdefinition am christlichen Menschenbild mit seinen Grundsätzen der Personalität, Verantwortung, Subsidiarität, Solidarität und Nachhaltigkeit. Gleichzeitig ist die KU bestrebt, durch internationale Kooperationen und Partnerschaften ihr Profil auch international weiter zu schärfen.

### 2. **Kurzinformationen zum Studiengang**

Der Masterstudiengang „InterculturAd – Werbung interkulturell“ wird in Kooperation mit der Åbo Akademi, Turku, als Double Degree angeboten. Die Åbo Akademi wurde 1918 als staatliche Universität für die schwedischsprachige Bevölkerung in Turku, der zweitgrößten Stadt Finnlands, gegründet und hat aktuell etwa 7900 Studenten und Studentinnen.

Angeboten wird der Studiengang „InterculturAd – Werbung interkulturell“ seit dem Wintersemester 2009 und pro Jahr stehen 25 Studienplätze zur Verfügung. In den letzten vier Abschlussjahren haben 67 Absolventen und Absolventinnen das Studium erfolgreich abgeschlossen, dem stehen 66 Studienanfänger und -anfängerinnen von 2015 bis 2018 gegenüber.

Angesiedelt an der Sprach- und Literaturwissenschaftlichen Fakultät sind am Studienstandort Eichstätt bei diesem interdisziplinär angelegten Studienprogramm besonders die sprachlich und

medial orientierten Aspekte ins Zentrum gerückt. Die betriebswirtschaftlichen Anteile des Studiums werden hingegen an der wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät in Åbo gelehrt.

### **3. Ergebnisse aus der erstmaligen Akkreditierung**

Der Studiengang „InterculturAd – Werbung interkulturell“ (M.A.) wurde im Jahr 2014 erstmalig durch ACQUIN begutachtet und akkreditiert.

Folgende Empfehlungen wurden ausgesprochen:

- Fachleute aus den Zielberufen der Studierenden (Praxispartner) sollten in den Qualitätsprozess integriert werden.

Der Umgang mit den Empfehlungen war Gegenstand der erneuten Begutachtung.

### **III. Darstellung und Bewertung**

#### **1. Ziele**

##### **1.1. Gesamtstrategie der Hochschule und der Fakultät/des Fachbereichs**

Zu den wichtigsten Strategien der KU gehören Qualität in Forschung und Lehre, Interdisziplinarität, Internationalität sowie Berücksichtigung der Ethik in Forschung und Lehre.

Bei Hochschulrankings erzielt die KU in den Bereichen „Studium und Lehre“ seit Jahren gute bis sehr gute Bewertungen. Zur Qualität gehört für die KU, dass sie für Studierende jeder Konfession offensteht und die Freiheit der Wissenschaft gewährleistet sein soll. Eine konstante Qualität ist das Ziel der Initiative „Gute Lehre – Gutes Lernen“, in der Dozierende und Studierende verschiedener Fakultäten der Frage nachgehen, was gutes Lehren und gutes Lernen aus ihrer Perspektive und in ihrer Fachkultur ausmacht.

Interdisziplinarität soll vor allem die Gesamtsicht über einzelne Disziplinen hinaus ermöglichen und zu einer Ausbildung beitragen, die fachliche und soziale Kompetenzen gleichermaßen vermittelt.

Ein weiteres zentrales Profilelement der KU ist ihre internationale Ausrichtung. Hierin sieht die KU eine Querschnittsaufgabe, um die Arbeitsbedingungen für Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zu optimieren, zum Wachstum der Hochschule beizutragen und die Studierenden auf einen zunehmend globalisierten Arbeitsmarkt vorzubereiten.

Zu den ethischen Grundsätzen in Forschung und Lehre gehört für die KU, dass Erkenntnisse der Forschung reflektiert und auf seine Wertegrundlage hinterfragt werden sollen. Im Leitbild und in den Zielen der KU werden Konsequenzen des katholischen Selbstverständnisses für Forschung und Lehre aufgezeigt, vor allem die kritische Hinterfragung von Forschungsergebnissen in Bezug auf ethische Implikationen.

Der Studiengang entspricht der Strategie der KU hinsichtlich seiner internationalen Ausrichtung durch die enge Kooperation mit der Åbo Akademi in Turku, die den Studiengang interdisziplinär durch Angebote in wirtschaftswissenschaftlichen Fächern unterstützt, sowie hinsichtlich der inhaltlichen Einbindung ethischer Fragen in der Lehre.

Der inhaltliche Schwerpunkt der Universität liegt in den Geistes- und Sozialwissenschaften, sodass der an der Germanistik angesiedelte Studiengang das bestehende Studienangebot der KU durch die germanistischen und linguistischen Inhalte sinnvoll ergänzt.

##### **1.2. Qualifikationsziele des Studiengangs**

Der Studiengang wendet sich an Bachelorabsolventen und -absolventinnen der Geistes-, Kunst-, Medien-, Wirtschafts- oder Sozialwissenschaften, die wissenschaftliche und praktische Kenntnisse im Bereich der interkulturellen Werbekommunikation aufbauen möchten.

Spätere Berufsfelder für Absolventinnen und Absolventen liegen im (internationalen) Marketing und in der Produktion von Werbung. Durch die Einbindung Finnlands eröffnen sich besonders gute Möglichkeiten im nordeuropäischen Raum. Durch das Promotions- und Habilitationsrecht ist auch eine wissenschaftliche Weiterqualifikation möglich.

Die Qualifikationsziele des Studiengangs sind durch die gemeinsame Organisation als Double-Degree-Studiengang der beiden Universitäten geprägt. Sie sind angemessen in der Studien- und Prüfungsordnung und im Diploma Supplement dargestellt.

Zu den wichtigsten überfachlichen Kompetenzen zählen die Fremdsprachen Englisch und Schwedisch sowie persönlichkeitsbildende bzw. soziale Kompetenzen wie Teamfähigkeit. Die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden und die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement ist gewährleistet, vor allem durch die starke Ausrichtung des Studiums auf ethische Fragen der Werbeindustrie. Im Hinblick auf die ethischen Fragestellungen und Inhalte des Studiengangs sollte der Lehrplan verstärkt auch aktuelle ethische Diskurse wie Konsumkultur, Religion in der Werbung, Kinder in der Werbung, Gender und Sexismus in der Werbung und Ähnliches berücksichtigen.

Die speziellen interkulturellen Studienbedingungen sollen zur interkulturellen Analyse und Produktion von Werbung und Öffentlichkeitsarbeit befähigen. Der Studiengang soll die Kompetenz besonders in jenen Berufsfeldern aufbauen, in denen Entscheidungen über Werbung vor dem Hintergrund kultureller Diversität getroffen werden. Hierfür könnte allerdings der Medienbezug im Studium vielfältiger sein: Der bisherige Lehrplan sieht die Erstellung eines Image-Videos vor; dies könnte durch weitere Angebote ergänzt werden, vor allem im digitalen Bereich wie Social Media, da dies häufiges Thema in Masterarbeiten ist und auch den langfristigen Digitalisierungsplänen der KU entspricht. Die Umsetzung könnte beispielsweise mit externen Dozierenden über Online-Lehrangebote realisiert werden.

### **1.3. Fazit**

Durch den Doppelabschluss mit der finnischen Hochschule hat der Studiengang ein besonderes Profil. Dieses ist angemessen beschrieben und begründet. Es scheint gewährleistet, dass sich die Qualifikationsziele der beiden Studienabschnitte sinnvoll in das kombinatorische Studienangebot durch regelmäßigen v.a. persönlichen Austausch der Studiengangsleiter in Eichstätt und Turku integrieren.

Die Ziele des Studiengangs sind im Hinblick auf die angestrebten Qualifizierungen klar und angemessen dargestellt; jedoch könnte noch klarer beschrieben sein, wofür die Absolventinnen und Absolventen auf dem Arbeitsmarkt geeignet sind. Die Anforderungen der Berufspraxis werden zwar reflektiert, der Bedarf wurde seit der Erstakkreditierung aber offenbar nicht weiter geprüft und auch eine qualifizierte Absolventenbefragung findet nicht statt. Zum Verifizieren der Studiengangsziele wäre dies wünschenswert.

Die quantitativen Ziele für den Studiengang wie die Zahl der vorgesehenen Studienplätze, Bewerbungen, Einschreibungen und Regelstudienzeit wird von der Gutachtergruppe als realistisch eingeschätzt. Bei der Durchsicht der Unterlagen jedoch aufgefallen, dass die Zahl der zugelassenen Bewerber weit höher ist, als die tatsächlichen Einschreibungen.

## **2. Konzept**

### **2.1. Zugangsvoraussetzungen**

Die formalen Zugangsvoraussetzungen wurden während der Begehung nur marginal thematisiert und können mit Blick darauf, dass er bereits seit zehn Jahren läuft, als angemessen betrachtet werden. Durch die Gespräche mit den Studierenden wurde deutlich, dass die Verzahnung von sprachwissenschaftlich-interkulturellen Inhalten mit einer betriebswirtschaftlichen Marketingdimension ein gewichtiges Argument für die Wahl des Studiengangs darstellt. Insofern findet sich eine geeignete Zielgruppe, die neben einem abgeschlossenen Studium im Umfang von mindestens 180 ECTS-Punkten und dem Interesse an der inhaltlichen Ausrichtung auch Englischkenntnisse auf dem Niveau C1 des Europäischen Referenzrahmens sowie einen mindestens zweimonatigen Auslandsaufenthalt (zusammenhängend, kein Urlaub, ansonsten aber nicht weiter spezifiziert; hier könnte man Praktika etc. explizit nennen) nachweisen muss. Das Auswahlverfahren läuft ohne gesonderte Gespräche ab.

Die Studierendenschaft ist laut Unterlagen und auch aus den Gesprächen ersichtlich sehr heterogen. Zumeist wählen Studierende mit einem erfolgreich abgeschlossenen Bachelorstudium in Medien- oder Kommunikationswissenschaften den Studiengang. Ein gemeinsames Interesse in Richtung BWL und Marketing besteht mit Blick auf das spätere Berufsleben. Lehrende wie Studierende konstatieren teils Nachholbedarf im Rahmen der Grundlagenvermittlung innerhalb der sprachwissenschaftlichen Lehrveranstaltungen. Gerade an dieser Stelle ist man sich der unterschiedlichen Voraussetzungen der Studierenden bewusst und geht in der Lehre darauf ein, indem die Inhalte und Tiefe der einführenden Veranstaltungen in jedem Jahrgang konkret auf die Bedürfnisse der Gruppe zugeschnitten werden. Aufgrund der sehr guten Betreuungsrelation ist dieses Vorgehen praktikabel. Vereinzelt äußerten sich die Studierenden überrascht über den stark sprachwissenschaftlichen Anteil der Inhalte zu Beginn des Studiums, auf den optimalerweise im Vorfeld explizit hingewiesen werden könnte.

Die Anrechnung von hochschulischen Leistungen sowie außerhochschulisch erworbener Kompetenzen ist in § 23 der Allgemeinen Prüfungsordnung gemäß Lissabon-Konvention ordnungsgemäß geregelt.



## 2.2. Studiengangsaufbau

Insgesamt wurde der Umfang der Pflicht-, Wahlpflicht- und Wahlmodule wenig diskutiert und somit implizit für angemessen befunden. Der obligatorische Schwedischkurs (im 1. und 2. Semester mit je 5 ECTS-Punkten) als Vorbereitung auf das Auslandsjahr ist kontrovers diskutiert worden, da Turku eine mehrheitlich finnischsprachige Stadt ist. Der Mehrwert mit konkretem Blick auf die Inhalte des Studiengangs ist nach Ansicht der Gutachtergruppe nur bedingt sichtbar geworden, da bisher schwedischsprachige Kommunikate im Studiengang noch nicht als Analyseobjekte zu Grunde gelegt werden. Diese Tendenz besteht nach Aussage der Lehrenden jedoch, so dass sich in diesem Kontext eine Einbindung des Schwedischen rechtfertigt. Mit Blick auf noch fehlenden Wahlmöglichkeiten wird von der Gutachtergruppe wie von den Lehrenden größere Flexibilität angestrebt. Hier ist eine Profilschärfung geplant durch die Einbindung der neu besetzten Professur für Neuere deutsche Literaturwissenschaft an der Sprach- und Literaturwissenschaftlichen Fakultät.

Nach zwei Semestern in Eichstätt folgt ein Auslandsaufenthalt von zwei Semestern in Finnland, der fix im Studienverlauf verankert ist. In Finnland liegt der fachliche Schwerpunkt auf der Wirtschaftswissenschaft. Eine stärkere Verzahnung und Sichtbarmachung der Verbindungslinien zwischen den Studieneinheiten in Eichstätt und Turku wäre nach Ansicht der Gutachtergruppe wünschenswert. Dies kann u.a. dadurch erreicht werden, dass diejenigen Lehrveranstaltungen im ersten Jahr, die bereits wirtschaftswissenschaftliche Aspekte enthalten, den entsprechenden Anteil in der Modulbeschreibung expliziter thematisieren und den Bezug zu weiterführenden Veranstaltung im zweiten Jahr darlegen (z.B. im Modul 1.2 „Werbung in Situation und Kontext“ im ersten Semester, das nach Darstellung der Lehrenden engen Bezug zu Modul 3.1 im dritten Semester aufweist).

In diesem Zusammenhang wurde diskutiert, ob der Kurs zu Ethik in der Werbung zu Beginn des Studiengangs nicht zu früh im Ablaufplan verortet ist, da parallel die Grundlagen der Werbesprache unterrichtet, aber Marketinggrundlagen erst in Finnland thematisiert werden. Als Anregung wurde eine ab Anfang des Studiums laufende Online-Veranstaltung aus Finnland zu den Grundlagen des Marketings vorgeschlagen.

Im praktischen Bereich kümmern sich die Studierenden u.a. um einen Filmdreh (einen sogenannten Imagefilm). In einem Projekt-Workshop wird eine Kommunikationsstrategie entworfen. Diese Module werden mit Praktikern durchgeführt.

Insgesamt ist die ECTS-Bepunktung nachvollziehbar, wobei die Studierenden im Gespräch darauf hinwiesen, dass der Aufwand speziell bei der Filmproduktion hoch sei.

Die Studiengangsbezeichnung stimmt insgesamt mit den Inhalten überein, wobei zumindest aus den bereitgestellten Unterlagen zur Selbstdokumentation nicht durchgehend klar wird, welche interkulturellen Schnittstellen genau gemeint sind. Aus den Gesprächen mit den Studierenden wie

mit den Lehrenden heraus zeigte sich dann, dass v.a. im Rahmen der Masterarbeiten interkulturelle Fragestellungen zum Tragen kommen.

Einzig die Digitalisierung als globales Phänomen scheint nicht im Studiengang abgedeckt zu sein, ebenso wenig gibt es Flexibilität zur Einbindung inhaltsrelevanter aktueller gesellschaftlicher Diskurse (Gender-Debatte, postkoloniale Theorie, Lidl-Kampagne, Bahn-Kampagne u.Ä.). Die Werbesprachforschung wird als sehr klassisch textorientiert vermittelt, neue Medien werden wenig behandelt. Nach dem Eindruck der Studierenden ist die verwendete Literatur nicht immer auf dem neuesten Stand. Der Multimodalitätsforschung als emergentem Forschungsfeld müsste bei der Weiterentwicklung des Studienganges mehr Raum zukommen.

### **2.3. Modularisierung und Arbeitsbelastung**

Die Anzahl der Arbeitsstunden pro ECTS-Punkt ist in der Prüfungsordnung mit 30 Arbeitsstunden veranschlagt. Die Größe der Module ist angemessen. Es gibt keine Module, die weniger als fünf ECTS-Punkte umfassen. Mit Blick auf durchzuführende Anpassungen im Studiengang wurde von Eichstätter Seite eine Verschmelzung der linguistisch ausgerichteten Module 1.1 (Grundlagen der Werbesprache) und 2.3 (Werbesprache international) für zukünftig möglich und sinnvoll erwogen.

Das Verhältnis von Präsenz- zu Selbstlernzeiten war bei den Gesprächen kaum thematisiert. Hier gibt es offensichtlich von Seiten der Studierenden keine Monenda, da klar zwischen theorie- und praxisbezogenen Veranstaltungen unterschieden wird. Es liegt eine starke Verschulung des Studienganges nur mit Pflichtmodulen vor. Angestrebt werden für die Zukunft auch Wahlpflichtveranstaltungen bis zu einem Rahmen von ca. 10 ECTS.

Bei den Modulbeschreibungen wurde moniert, dass sie teils wenig konkret sind. Manchmal kann nicht ohne Weiteres auf die vermittelten Inhalte geschlossen werden. Teils sind auch inhaltlich nach Aussage der Lehrenden klar miteinander verzahnte Module nicht als solche erkennbar. Konkret wurde der Fall der Module 1.2 (Werbung in Situation und Kontext) und 3.1 (Introduction to Marketing) genannt, die ggf. einen gleichlautenden Namen erhalten könnten (differenziert durch ‚I‘ und ‚II‘).

Fragen, die während der Begehung immer wieder auftraten, sind die Verteilung der Komponenten des Mastermoduls (inklusive Zuweisung von ECTS-Punkten zu Semestern) und die unterschiedliche Verpunktung des Gesamtmoduls bei den Partneruniversitäten. Hier sollte die Modulbeschreibung mehr Information und besseren Aufschluss über die Details bieten.

### **2.4. Lernkontext**

Mit Blick auf Lehr- und Lernformen scheint ein deutliches Potenzial für die Weiterentwicklung des Studienganges gegeben. Onlinebasierte Lehre ist noch nicht implementiert, gerade im Bereich

Betriebswirtschaft und Marketing ergäbe sich hier die Chance, die Studierenden früh(er) mit einschlägigen Methoden vertraut zu machen, nicht erst nach dem Umzug nach Finnland. Infrastrukturell wäre dies laut Selbstdarstellung ohne Weiteres umsetzbar. Mit Blick auf die manchmal aufgrund der Semesterzeiten knappe Transitionsphase von Deutschland nach Finnland könnte überlegt werden, die Online-Lehre weiter auszubauen.

Im praktischen Bereich des Imagefilms unterstützen die didaktischen Konzepte die Ausbildung berufsadäquater Handlungskompetenzen bei den Studierenden. Durch die noch nicht an die aktuelle Forschungslage angepasste theoretisch-methodische Fundierung (v.a. digitale Kommunikation, text- vs. interaktionsorientierte Schreibhaltungen, Nähe und Distanz, Multimodalität jenseits von einem klassischen ‚Text und Bild‘) sind die Studierenden darauf angewiesen, nach eigener Aussage öfter mit einer Art ‚trial and error‘-Methode zu arbeiten, wenn sie die Masterarbeitsprojekte angehen. Dies sollte in der Zukunft nicht mehr der Fall sein, wenn die Studierenden ein noch breiteres, auf die Praxis gut transferierbares Theoriewissen mitbringen.

## **2.5. Prüfungssystem**

Teils erfolgen Abstimmungen zwischen Dozierenden und Studierendenschaft über die zu wählenden Prüfungsformen. Perspektivisch ist das Ziel, auf diese Art den Druck von der Prüfungszeit zu Ende der Vorlesungszeit in Eichstätt zu nehmen, damit die Studierenden nicht zeitgleich viele Prüfungen ablegen müssen. Nach Aussage der Studierenden ist der gute Wille auf Seiten der Lehrenden vorhanden, allerdings ist in der Umsetzung noch Potenzial zu mehr Flexibilität vorhanden.

Die Prüfungen sind im Allgemeinen kompetenzorientiert und modulbezogen, z.T. werden Studienteilleistungen erfordert. Prüfungsdichte und -organisation erscheinen angemessen und beeinträchtigen die Studierbarkeit nach Ansicht der Gutachtergruppe nicht; von den Studierenden wurden diese Punkte im Gespräch nicht problematisiert.

Einzig die Erwartungen an die Qualität des Imagefilms von Seiten der Dozierenden wurde von den Studierenden thematisiert und kritisiert; angesichts knapper Budgets, die nach Sicht der Studierenden nicht immer nachvollziehbar (zu ihren Ungunsten) verteilt wurden, seien die an sie gestellten Anforderungen nicht realistisch.

## **2.6. Fazit**

Das Konzept des Studiengangs ist insgesamt geeignet, die Studiengangsziele zu erreichen und die Studiengangsmodule sind so konzipiert, dass die jeweiligen Lernziele erreicht werden können. Es wurde im vorliegenden Abschnitt ausgeführt, dass einige explizit genannten Anpassungen und Aktualisierungen innerhalb des Studienganges aus Sicht der Gutachtergruppe zu empfehlen sind, damit er sich auf der Höhe der Zeit und der Forschung befinden kann.

Sämtliche Studieninhalte sind Pflichtfächer, Wahlmöglichkeiten bestehen nicht. Es wäre daher sinnvoll zu prüfen, inwiefern andere Studienangebote der KU – auch vor dem Hintergrund der angestrebten Interdisziplinarität – durch bessere Zusammenarbeit geschaffen werden können.

Die Gutachtergruppe zweifelt nicht daran, dass der Studiengang die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse erfüllt.

### **3. Implementierung**

#### **3.1. Ressourcen**

Die Hochschulleitung sieht den Studiengang als einen von insgesamt sieben Studiengängen mit einem Double Degree als in besonderer Form profilbildend für die Hochschule und wird nachhaltig die notwendige Ressourcenausstattung sicherstellen. Dabei dominiert personell sowohl in Eichstätt als auch am Standort in Finnland das fest angestellte Hochschulpersonal. Die für den Studiengang zur Verfügung stehenden Semesterwochenstunden reichen aus, um das ausschließlich aus Pflichtfächern bestehende Angebot abzudecken. Allerdings wurde eine für den Studiengang bisher eingesetzte halbe Stelle, die durch den Wechsel des den Studiengang betreuenden Lehrstuhlinhabers vom Lehrstuhl aufgegeben werden musste, bisher nicht wiederbesetzt, so dass der Lehrstuhl gezwungen ist, diese personelle Ressource anderweitig aufzufangen. Da dies perspektivisch für den Lehrstuhl problematisch sein wird, wird der Hochschulleitung nahegelegt, hier einen Ausgleich herbeizuführen.

Fast alle Module wurden speziell für diesen Studiengang konzipiert und werden nur von Studierenden dieses Studiengangs besucht. Die Planung und Organisation ist dadurch vereinfacht, und mögliche Problemfelder aus der Verflechtung mit anderen Studiengängen existieren nicht. Vor dem Hintergrund der spezifischen Modulausrichtung der Lehrangebote in diesem kleinen Studiengang ist auch die Betreuungsrelation Lehrende/Studierende hervorragend.

Zwar gibt es keinen systematischen Personalentwicklungsplan, aber sowohl für die Mitarbeiterebene als auch für Professoren besteht an der KU Eichstätt-Ingolstadt die Möglichkeit zur fachlichen bzw. didaktischen Weiterqualifizierung. Darüber hinaus können von den Mitarbeitern der Universität Eichstätt hochschuldidaktische Angebote an den Hochschulen in Ingolstadt, Regensburg und Passau in Anspruch genommen werden. Auch in Finnland gibt es ein hochschuldidaktisches Angebot.

Die Kommunikation zwischen den Verantwortlichen des Studiengangs in Eichstätt einerseits und den handelnden Personen an der Partnerhochschule in Finnland andererseits erscheint ausbaufähig. Zwar sind keine unmittelbaren negativen Wirkungen unzureichender Kommunikation offensichtlich, jedoch könnte eine Intensivierung der Kommunikation dazu beitragen, dass der Studiengang von allen Beteiligten – auch den Studierenden – stärker als ein zusammenhängendes Angebot und nicht als ein aus zwei relativ unabhängigen Studienabschnitten bestehendes Konzept wahrgenommen wird. Hierzu

würde sicher auch beitragen, wenn die stattfindenden Kontakte stärker dokumentiert und transparent kommuniziert würden.

Auch zwischen den beiden gleichzeitig studierenden Kohorten gibt es angesichts der räumlichen Distanz kaum unmittelbaren Austausch. Die sozialen Netzwerke müssen dieses Defizit überbrücken. Hier wäre die Etablierung institutionalisierter Kontaktpunkte sicher empfehlenswert.

### **3.2. Entscheidungsprozesse, Organisation und Kooperation**

Die für die Durchführung des Studiengangs relevanten Prozesse sind für den Erfolg des Studiengangs offensichtlich zielführend. Zwar verlaufen diese meist informell, jedoch sehen die Verantwortlichen des Studiengangs wie auch die Hochschulleitung angesichts des Funktionierens keinen Anlass für eine stärkere Strukturierung und Formalisierung.

Die Ansprechpersonen hinsichtlich der Studienorganisation sind für die Studierenden transparent benannt und offenbar jederzeit gut erreichbar. Dies gilt auch für das organisatorische Management der Schnittstelle zwischen dem zweiten und dritten Semester, also dem Wechsel von Eichstätt nach Finnland. Insbesondere ist hier sichergestellt, dass Prüfungsleistungen, die sich noch auf die beiden ersten Semester beziehen, auch in Finnland nachgeholt werden können.

Die Beteiligung der Studierenden an Entscheidungsprozessen ist vom bayerischen Hochschulrahmengesetz zwar nicht ausdrücklich vorgesehen, in Eichstätt jedoch in Form einer beratenden Stimme umgesetzt.

Die Kooperation mit dem finnischen Partner entspricht den besonderen Regeln des Akkreditierungsrates für gemeinsame Studienangebote. Ein Kooperationsvertrag, der Zuständigkeiten, Studienablauf und Organisation regelt, liegt vor.

Innerhalb der KU Eichstätt-Ingolstadt bestehen keine offiziellen Kooperationen mit anderen Studiengängen, wenngleich diese – sowohl im Sinne der Entwicklung von inhaltlich ergänzenden Wahl(pflicht)modulen als auch im Sinne einer stärkeren Integration der Studierenden des Studiengangs in die KU Eichstätt-Ingolstadt insgesamt – durchaus sinnvoll sein könnten. Auch mit außeruniversitären Einrichtungen oder der beruflichen Praxis gibt es keine offiziellen Kooperationen, wohl aber punktuelle Einbeziehungen in einzelne Lehrveranstaltungen, in Form von Exkursionen, Praxisvorträgen oder -projekten. Vertragliche Vereinbarungen existieren hier aber nicht.

### **3.3. Transparenz und Dokumentation**

Jegliche relevanten studienorganisatorischen Dokumente liegen in verabschiedeter Version vor und sind für Studieninteressierte einsehbar. Bei Studienabschluss wird den Absolventen und Absolventinnen von beiden Universitäten neben einem Abschlusszeugnis und einer Masterurkunde ein Transcript of Records mit allen Modulen, die Sie während ihres Studiums absolviert und für die sie eine Leistung erbracht haben, sowie ein Diploma Supplement ausgehändigt, das neben der

Gesamtnote auch die relative ECTS-Note im Vergleich zur Referenzgruppe ausweist. Das Diploma Supplement liegt der Gutachtergruppe derzeit zwar nicht in der aktuellsten Fassung vor, die Gutachtergruppe vertraut jedoch darauf, dass die KU zukünftig stets die aktuelle Vorlage verwenden wird.

In den Gesprächen der Gutachtergruppe mit Studierenden und Studiengangsvertretern zeigte sich, dass die Kommunikation zwischen den Studierenden und den Dozierenden der KU sehr gut funktioniert auch sonstige Beratungsangebote bekannt sind und gerne wahrgenommen werden. Die Kommunikation zwischen der KU und der Åbo Akademi könnte noch abgestimmter und auch dokumentierter verlaufen: Dies würde den Studierenden einen noch besseren Bezug zwischen dem ersten und zweiten Studienjahr ermöglichen und auch mehr Klarheit über die jeweiligen Aktivitäten der beiden Partneruniversitäten schaffen.

### **3.4. Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit**

Nach eigenen Angaben setzt sich die KU für ein gelungenes Gleichgewicht zwischen universitären und familiären Verpflichtungen sowie für Chancengerechtigkeit in allen Qualifikationsstufen ein. Dies betrifft nicht nur die Gleichstellung von Frauen und Männern, sondern auch das Bemühen, ethnische, kulturelle und soziale Benachteiligungen zu überwinden sowie benachteiligte Personengruppen und Menschen mit Beeinträchtigungen in allen Bereichen zu unterstützen.

Die KU verfügt über ein Gleichstellungskonzept, über Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte (FuGB) und ist als familiengerechte Hochschule zertifiziert. Die Aufgaben von Frauen- und Gleichstellungsbeauftragten sind in den §§ 26, 27 und 28 der Grundordnung festgehalten und die Bestellung eines Beauftragten für Studierende mit Behinderung in § 29 dergleichen. Für Studierende mit Beeinträchtigung gibt es zudem feste Ansprechpartner und unterschiedliche Beratungsangebote, die angemessen und zeitgemäß erscheinen; Regelungen zum Nachteilsausgleich sind in der der Allgemeinen Prüfungsordnung verankert (§ 24).

Als Lehrende im Studiengang auf deutscher Seite sind derzeit fünf Männer und drei Frauen beschäftigt, auf finnischer Seite hingegen sechs Frauen und zwei Männer. An beiden Hochschulen wird sich hinsichtlich dieser Besetzung in den nächsten Jahren voraussichtlich nichts ändern.

Zur Geschlechterverteilung unter den Studierenden liegen keine konkreten Zahlen vor, wobei aufgrund der Überzahl an Repräsentantinnen im Gespräch mit den Studierenden der Eindruck gewonnen wurde, dass mehr weibliche als männliche Studieninteressierte das Studienangebot wahrnehmen.

Aufgefallen ist hingegen, dass kaum finnische Studierende das Angebot wahrnehmen. Hier war hingegen die Anzahl an ausländischen Studierenden (nicht-deutscher und nicht-finnischer Nationalität) höher.

### 3.5. Fazit

Insgesamt darf unterstellt werden, dass sowohl die personellen und finanziellen als auch die räumlichen Ressourcen an beiden Standorten ausreichend sind und für den Zeitraum der Reakkreditierung gewährleistet werden, wobei die personelle Ausstattung des Studiengangs in Eichstätt in der Zukunft wieder gestärkt werden sollte.

Die bauliche und materielle Ausstattung der Hochschule in Eichstätt, auf die auch der Studiengang zugreifen kann, ist in hohem Maße beeindruckend und zeigt sich auch im für den Studiengang relevanten technischen Bereich auf einem qualitativ sehr hohen Niveau.

Verbesserungsfähig ist hingegen die Kommunikation der Studierenden der beiden Jahrgänge. Eine Vernetzung der Studiengangs-Kohorten würde den Studienbeginnern klarere Erwartungen über das Studienjahr in Finnland schaffen und helfen, die Inhalte des ersten und zweiten Studienjahrs besser miteinander zu verzahnen. Auch eine intensivere Kommunikation zwischen den beiden Partnerhochschulen und auch zwischen dem Studiengang „InterculturAd – Werbung interkulturell“ mit anderen Studiengängen der KU könnten für die Studierenden von Vorteil sein, um möglicherweise auf dieser Grundlage Lehrvereinbarungen mit dem Ziel interdisziplinärer Wahlmöglichkeiten zu entwickeln.

Eine zentrale Karriereberatung zur beruflichen Orientierung ist an der KU eingerichtet und steht den Studierenden zur Verfügung.

Im Zuge der vorangegangenen Akkreditierung wurde empfohlen, die Kommunikation mit Vertretern der Zielberufe in die Studiengangsentwicklung zu verbessern, damit in den Studienabläufen der Absolventen und Absolventinnen Projekte erscheinen, um das Profil bezüglich der Nachfrage des Arbeitsmarktes abzurunden. Auch wenn dies nach Aussage der Studiengangsleitung nicht immer leicht umzusetzen ist, werden wesentliche Impulse doch methodisch und inhaltlich aufgenommen und im Rahmen des Handlungsspielraums umgesetzt.

## 4. Qualitätsmanagement

### 4.1. Organisation und Mechanismen der Qualitätssicherung

Nach Angaben der KU erfolgt die Qualitätssicherung durch verschiedene, teilweise zusammenhängende Instrumente, die einem kontinuierlichen Weiterentwicklungsprozess unterliegen. Die Evaluation von Lehrveranstaltungen, Modulen und Studiengängen orientiert sich an der allgemeinen Evaluationsordnung und liegt in der Verantwortung der Fakultäten. Ein hierdurch gewonnener Überblick über die Situation und Bewertung des Studienangebots bietet die Grundlage der jährlich erstellten Lehrberichte, die durch die Studiendekane erstellt und diskutiert sowie an das Präsidium übermittelt werden.

Zudem beteiligt sich die KU regelmäßig an hochschulübergreifenden Befragungen, um Erkenntnisse über die Studienangebote im Vergleich zu anderen Hochschulen zu erhalten. Diese werden



zentral durch das Referat IV/1 ausgewertet und an die Fächer rückgespiegelt, um die Ergebnisse in die Studiengangsentwicklung einfließen zu lassen.

Auch im vorliegenden Studiengang wird nach Einschätzung der Gutachtergruppe die Evaluation strukturiert durchgeführt, aufgrund der geringen Fallzahl sind Rückschlüssen auf die Qualitätsverbesserung des Studiengangs jedoch nur sehr bedingt möglich. Möglicherweise besteht hier noch ein gewisser Abstimmungsbedarf zwischen den parallelen Qualitätsstrukturen der Hochschulleitung und der Qualitätssicherung auf Studiengangsebene, um strategische Aufgaben konfliktfrei koordinieren zu können.

Ein formalisierter Prozessablauf für Beschwerden wurde nicht ersichtlich. Laut Aussage der Studierenden äußert man Kritik aufgrund des guten Vertrauensverhältnisses direkt. Hier spielt der enge Kontakt zwischen Studierenden und Dozierenden eine besondere Rolle. Bei Problemfällen ermöglichen die auffällig kleinen Gruppengrößen in der Regel eine Lösung. Darüber hinaus können Fachstudienberatung und Fachsprecher bzw. Fachsprecherinnen als weitere Anlaufstellen für die Studierenden konsultiert werden, um Probleme und Schwierigkeiten im Studium anzusprechen, oder auch um Wünsche, konstruktive Kritik und Anregungen zu äußern.

Der Verbleib der Studierenden nach dem Studienabschluss wird nicht systematisch erfasst. Aufgrund des semiotischen Verständnisses des Studienganges kommt dieser Tatsache auch eher geringe Bedeutung zu. Man versteht sich als Grundlagenausbildung mit dem Ziel des Erwerbs von Methodenkompetenzen, die nicht immer unmittelbar am Konzept der Employability zu messen seien. Dennoch sollten für die Qualitätssicherung auch Daten über den beruflichen Verbleib der Absolventen und Absolventinnen systematisch erhoben werden. Auch eine verstärkte Diskussion mit Branchenvertretern wäre sinnvoll.

Ob die studentische Arbeitszeitbelastung systematisch erfasst wird, wurde nicht klar. Besonders hinsichtlich der Verteilung der für die Masterarbeit aufgewendete Arbeitslast, die sich über alle vier Semester erstreckt, konnte nur in den Gesprächen erfragt werden und hat sich nicht als Problem herausgestellt. Obwohl ein größerer Arbeitsaufwand im letzten Studiensemester vorgesehen ist, gibt es keine Statistiken zu einer möglichen Überziehung der Regelstudienzeit. Laut Aussage der Studiengangsverantwortlichen sei hierin jedoch keine Schwierigkeit beobachtet worden. Der Studiengangsleitung wird diesbezüglich nahegelegt, den Studierenden verstärkt in den ersten beiden Semestern Unterstützung anbieten, um deren akademische Vorbereitung auf die Erstellung der Masterarbeit zu fördern.

Das QM des finnischen Partners kann nicht nachvollzogen werden, da in den Angaben der KU lediglich auf die Systemakkreditierung der Åbo Akademi gemäß ESG verwiesen wird. Es ist davon auszugehen, dass ein angemessenes Qualitätsmanagement stattfindet. Die Gutachtergruppe empfiehlt der KU dennoch, Evaluierungen zu Lehrveranstaltungen und weiteren Aspekten des Auslandsstudiums in Finnland über eine digitale Plattform (etwa über das System EVASYS) oder



durch nachträgliche Befragung von Eichstätt aus durchzuführen, um über mögliche Schwierigkeiten informiert zu sein.

#### **4.2. Umgang mit den Ergebnissen der Qualitätssicherung**

Beim Studienqualitätsmonitor der HIS und des Bayerischen Staatsinstitut für Hochschulforschung werden der KU regelmäßig spezifische Stärken bescheinigt, die für die Studiengangsentwicklung stärker berücksichtigt werden könnten. Denn da aufgrund fehlender Alumnibefragungen keine Anpassungsideen generiert werden können, ist die „Nachhaltigkeit“ der Studieninhalte in Bezug auf die spätere Berufsausübung nicht dokumentiert.

Die meisten Studierenden kommen nach eigenen Angaben aus dem Feld der Geisteswissenschaft und möchten sich in den Bereich Marketing orientieren. Die linguistische Ausrichtung des Studiengangs besonders in den ersten beiden Semestern ist zwar aufgrund der Verortung am Germanistischen Institut nachvollziehbar, bedingt aber eine gewisse „Wahrnehmungslücke“ zwischen den Zielen der Bewerber und den tatsächlichen Inhalten des Studiengangs. Erst im Verlauf des Studiums werden hermeneutische Zusammenhänge begriffen und das Angebot entsprechend geschätzt.

Die Studiengangsleitung scheint die Bewertung ihrer Ziele bereits kritisch zu diskutieren. Die Angemessenheit der Lehrveranstaltungen wird bewusst nicht an Markterfordernissen überprüft, sondern normative Entscheidungen werden von Seiten der akademischen Leitung getroffen.

Für die künftige Weiterentwicklung des Studiengangs könnten externe Beratende einbezogen werden, zum Beispiel zur Implementierung der geplanten umfangreichen Digitalisierung der Universität.

Hierbei hat die Gutachtergruppe den Eindruck gewonnen, dass die Ergebnisse von Befragungen zwar reflektiert und kommuniziert werden, die Umsetzung jedoch stärker am Feedback orientiert sein könnte.

#### **4.3. Fazit**

Als regelhaft formalisierter Prozess ist die jährliche Auswertung und Überprüfung des Studienjahres durch die Studiengangsleitung eingesetzt. Wenn sich hier Auffälligkeiten zeigen, werden der Hochschulleitung und den Gremien Verbesserungen vorgeschlagen. Dies ist in den letzten Jahren nur in wenigen Bereichen der Fall gewesen. Die Aktualität und Modernität des Studiengangs und deren Inhalte werden somit nicht systematisch überprüft. Die bei der letzten Akkreditierung bemängelten QM-Konzepte, Bewertungskriterien und Prozesse wurden jedoch entsprechend eingeführt oder optimiert. Es verbleiben einige wenige Bereiche, die noch optimierungsfähig sind. Die

bei der letzten Akkreditierung ausgesprochene Empfehlung, der direkten Evaluation der Lehrveranstaltungen in Finnland bleibt weiterhin umzusetzen, um die Qualität der Ausbildung systematisch zu gewährleisten.

Bei der Einbeziehung von Branchenspezialisten als potenzielle Zielarbeitgeber in die Studiengangsentwicklung, wurden Anregungen der Praxispartner zur Qualitätssicherung aufgegriffen. Hieraus entstand die inhaltliche Verzahnung der Projekt-Workshop-Module mit dem potenziellen Einsatz der erarbeiteten Konzepte und Filme in der Praxis. Gleichzeitig wäre ein stärkeres Einbeziehen von Branchenspezialisten bei der Qualitätsbewertung der erworbenen Kompetenzen der Studierenden wünschenswert.

Insgesamt hat die Gutachtergruppe den Eindruck gewonnen, dass das Qualitätsmanagement im Studiengang ausreichend ist, um die Studienqualität zu gewährleisten. Der in der Hochschule verankerte Studienqualitätsmonitor sollte allerdings besser dokumentiert und bei der Implementierung der Studiengangsentwicklung berücksichtigt werden.

## **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 **erfüllt**.

**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**.

**R-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 Profilspruch“:** Da es sich bei dem Studiengang um einen weiterbildenden / berufsbegleitenden / dualen / lehrerbildenden Studiengang/ Teilzeitstudiengang / Intensivstudiengang handelt, wurde er unter Berücksichtigung der Handreichung der AG „Studiengänge mit besonderem Profilspruch“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 10.12.2010) begutachtet.

Das Kriterium ist **nicht zutreffend**.

**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 der Gutachtergruppe**

Die Gutachtergruppe empfiehlt die Akkreditierung des Studiengangs „InterculturAd – Werbung interkulturell“ (M.A.) ohne Auflagen.

#### IV. Beschluss/Beschlüsse der Akkreditierungskommission von ACQUIN<sup>1</sup>

##### 1. Akkreditierungsbeschluss

Auf der Grundlage des Gutachterberichts, der Stellungnahme der Hochschule und der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 24. September 2019 folgenden Beschluss:

**Der Masterstudiengang „InterculturAd – Werbung Interkulturell“ (M.A.) wird ohne Auflagen akkreditiert.**

**Die Akkreditierung gilt bis 30. September 2026.**

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms werden folgende Empfehlungen ausgesprochen:

1. Die Kommunikation sollte besser gepflegt und dokumentiert werden zwischen
  - a) den Studiengangsverantwortlichen der beiden Partnerhochschulen.
  - b) den beiden Kohorten des Studiengangs.
  - c) den Studiengangsverantwortlichen der kulturellen Werbung und anderen Studiengängen der KU Eichstätt-Ingolstadt hinsichtlich möglicher Lehrvereinbarungen zur Erweiterung interdisziplinärer Wahlmöglichkeiten.
2. Der Auslandsaufenthalt an der Åbo Akademi sollte evaluiert werden.
3. Im Lehrplan sollten aktuelle ethische Diskurse sowie ein differenzierter Medienbezug stärker berücksichtigt werden.
4. Die personelle Ausstattung des Studiengangs sollte in der Zukunft wieder gestärkt werden.
5. Der in der Hochschule verankerte Studienqualitätsmonitor sollte dokumentiert und bei der Implementierung der Studiengangsentwicklung berücksichtigt werden.

---

<sup>1</sup> 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.