ACQUIN
AKKREDITIERUNGS-, CERTIFIZIERUNGS- UND QUALITÄTSSICHERUNGS-INSTITUT

Your intention. Our focus.

Akkreditierungsbericht

Programmakkreditierung – Bündelverfahren

Raster Fassung 02 – 04.03.2020

Hochschule	**Brand University of Applied Sciences**
Ggf. Standort	**Hamburg**

Studiengang 01	**Marketing und Kommunikation**			
Abschlussbezeichnung	**Bachelor of Arts (B.A.)**			
Studienform	Präsenz	☐	Fernstudium	☒
	Vollzeit	☒	Intensiv	☐
	Teilzeit	☒	Joint Degree	☐
	Dual	☐	Kooperation § 19 MRVO	☐
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend	☐	Kooperation § 20 MRVO	☐
Studiendauer (in Semestern)	**6**			
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	**180**			
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv	☐	weiterbildend	☐
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.10.2022			
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	unbegrenzt			
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger		☐		☐
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen		☐		☐
* Bezugszeitraum				

Konzeptakkreditierung	☒
Erstakkreditierung	☐
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	./.

Verantwortliche Agentur	ACQUIN
Zuständiger Referent	Robert Raback
Akkreditierungsbericht vom	02.11.2022

Studiengang 02	**E-Commerce**			
Abschlussbezeichnung	**Master of Business Administration (MBA)**			
Studienform	Präsenz	☐	Fernstudium	☒
	Vollzeit	☒	Intensiv	☐
	Teilzeit	☒	Joint Degree	☐
	Dual	☐	Kooperation § 19 MRVO	☐
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend	☐	Kooperation § 20 MRVO	☐
Studiendauer (in Semestern)	**3**			
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	**90**			
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv	☐	weiterbildend	☒
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.10.2022 geplant			
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	unbegrenzt			
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger		☐		☐
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen		☐		☐
* Bezugszeitraum				

Konzeptakkreditierung	☒
Erstakkreditierung	☐
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	./.

Studiengang 03	**Medienmanagement**			
Abschlussbezeichnung	**Master of Business Administration (MBA)**			
Studienform	Präsenz	☐	Fernstudium	☒
	Vollzeit	☒	Intensiv	☐
	Teilzeit	☒	Joint Degree	☐
	Dual	☐	Kooperation § 19 MRVO	☐
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend	☐	Kooperation § 20 MRVO	☐
Studiendauer (in Semestern)	3			
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	90			
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv	☐	weiterbildend	☒
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.10.2022 geplant			
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)				
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger		☐		☐
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen		☐		☐
* Bezugszeitraum				

Konzeptakkreditierung	☒
Erstakkreditierung	☐
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	./.

Inhalt

Ergebnisse auf einen Blick 6
Studiengang 01: Marketing und Kommunikation (B.A.) 6
Studiengang 02: E-Commerce (MBA) 7
Studiengang 03: Medienmanagement (MBA) 8
Kurzprofile der Studiengänge 9
Studiengang 01: Marketing und Kommunikation (B.A.) 9
Studiengang 02: E-Commerce (MBA) 10
Studiengang 03: Medienmanagement (MBA) 11
Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums 13
Studiengang 01: „Marketing und Kommunikation“ 13
Studiengang 02: „E-Commerce (MBA)“ 13
Studiengang 03: „Medienmanagement (MBA)“ 14
I Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien 15
Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 MRVO) 15
Studiengangsprofile (§ 4 MRVO) 15
Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 MRVO) 16
Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 MRVO) 17
Modularisierung (§ 7 MRVO) 17
Leistungspunktesystem (§ 8 MRVO) 18
Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV) 18
Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 9 MRVO) 19
II Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien 20
1 Schwerpunkte der Bewertung/ Fokus der Qualitätsentwicklung 20
2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien 20
2.1 Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 MRVO) 20
2.2 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO) 26
2.2.1 Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 MRVO) 26
2.2.2 Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 MRVO) 32
2.2.3 Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 MRVO) 33
2.2.4 Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 MRVO) 35
2.2.5 Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 MRVO) 39
2.2.6 Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 MRVO) 41
2.2.7 Besonderer Profilanspruch (§ 12 Abs. 6 MRVO) 43
2.3 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO): Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 MRVO) 45
2.3.2 Lehramt (§ 13 Abs. 2 und 3 MRVO) 47
2.4 Studienerfolg (§ 14 MRVO) 47
2.5 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 MRVO) 51
2.6 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme (§ 16 MRVO) 53

2.7 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 19 MRVO) 53
2.8 Hochschulische Kooperationen (§ 20 MRVO) 53
2.9 Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien (§ 21 MRVO) 53
III Begutachtungsverfahren 54
1 Allgemeine Hinweise 54
2 Rechtliche Grundlagen 54
3 Gutachtergremium 54
IV Datenblatt 55
1 Daten zu den Studiengängen 55
2 Daten zur Akkreditierung 56

Ergebnisse auf einen Blick

Studiengang 01: Marketing und Kommunikation (B.A.)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

☒ erfüllt

☐ nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

☒ erfüllt

☐ nicht erfüllt

Studiengang 02: E-Commerce (MBA)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

☒ erfüllt

☐ nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

☒ erfüllt

☐ nicht erfüllt

Studiengang 03: Medienmanagement (MBA)

Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht (Ziffer 1)

Die formalen Kriterien sind

☒ erfüllt

☐ nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

☒ erfüllt

☐ nicht erfüllt

Kurzprofile der Studiengänge

Die Brand University of Applied Sciences (BU) wurde als Fachhochschule durch den Senat der Freien und Hansestadt Hamburg im Juni 2010 staatlich anerkannt. Trägerin ist die Brand Academy GmbH. Der Hochschulbetrieb wurde im Oktober 2010 aufgenommen. Zum Stand Januar 2022 sind drei Studiengänge in Betrieb: „Brand Management (Bachelor of Arts)“ (zweisprachig), „Brand Design (Bachelor of Arts)“ (zweisprachig) und “Brand Innovation (Master of Arts)” (englischsprachig). Im Wintersemester 2021/22 sind rund 360 Studierende in Hamburg immatrikuliert.

Seit Gründung der BU liegt der inhaltliche Fokus auf dem Thema Marken. Dabei gibt es nicht zuletzt durch die deutsch-chinesische Zusammensetzung der Gesellschafter der Trägerin eine nichtexklusive Konzentration auf Eurasien mit Betonung vor allem von Kooperationen in China. Um den aktuellen Entwicklungen Rechnung zu tragen, wird das Thema Online-Studium in der weiteren Entwicklung der BU eine entscheidende Rolle spielen, was sich durch die geplante Einführung dieser drei Studiengänge widerspiegelt.

Die Brand Academy GmbH als Trägerin der Hochschule möchte in der Umsetzung ihres Lehrangebots verstärkt digitale Technologien nutzen. Um dies entsprechend umsetzen zu können, wurde die österreichischen ELG E-Learning-Group GmbH als neue Gesellschafterin seit Beginn 2022 mit aufgenommen. Für diese neuen digitalen Formen des Studierens und Lernens steht die ELG als langjährig erfahrene Bildungsorganisation. Die hauptamtlich Lehrenden werden durch 50 nebenberufliche Dozentinnen und Dozenten unterstützt.

Die BU hat sich während der letzten 2 Jahre intensiv mit den Prozessen, der Technik und den didaktischen Herausforderungen der Online-Lehre auseinandersetzen müssen. Diese Erfahrung kann und soll nun für die neuen Studiengänge genutzt werden, um das Angebot der BU zu erweitern. Hierfür werden die Inhalte der Lehrveranstaltungen fast vollständig remote mit der Lehr- und Lernsoftware „Moodle“ verfügbar sein.

Studiengang 01: Marketing und Kommunikation (B.A.)

Die Anforderungen an Marketing und Kommunikation und dessen Möglichkeiten haben in den letzten Jahren, auch aufgrund der Omnipräsenz der sog. „Neuen Medien“, eine bemerkenswerte Wandlung erfahren. Ein zeitgemäßes Marketing umfasst heute mehr als die produkt- und verbraucherzentrischen Modelle der Vergangenheit. Es reagiert auf zentrale Trends wie eine stärkere Verbraucherbeteiligung, kollaboratives Marketing und die Stärkung der Marke. Der zukünftige Studiengang Marketing und Kommunikation (B.A.) greift diese Themen in Kombination mit der klassischen Betriebswirtschaftslehre und den zentralen Themen des Managements auf und vermittelt den Studierenden das Wissen und die Kompetenz, um Marketing- und Kommunikationsexzellenz zu erreichen.

Bei der Konzeption des Studiengangs wurde ein besonderes Augenmerk auf das agile Marktumfeld sowie den gesellschaftlichen und digitalen Wandel gelegt. Der Einsatz technologischer (Kommunikations-) Instrumente als Fortsetzung konventioneller Maßnahmen ist die logische Konsequenz der zunehmenden Digitalisierung im Unternehmensbereich. Aus diesem Grund wird die klassische Werbe- und Kommunikationspolitik in den virtuellen Raum ausgedehnt. Die Studierenden erlernen zudem, Marktforschung zu initiieren, um einen innovativen Marketingmix planen und an digitale Kanäle anpassen zu können. Ebenso wird der eng verbundene Bereich Kommunikation, mit einem Fokus auf die moderne, digitale Kommunikationswelt, ausführlich im Studiengang behandelt.

Der Studiengang Marketing und Kommunikation (B.A.) unterstützt die Studierenden bei der Entwicklung der wichtigsten Kenntnisse und Fähigkeiten im Umfeld der Betriebswirtschaftslehre und mit Fokus auf Marketing und Kommunikation. Dies beinhaltet ebenso relevante soziale Kompetenzen und wissenschaftliche Methodenkompetenz. Im Anschluss an das Studium sind die Absolventinnen und Absolventen umfassend für ihr erstes oder weiteres berufliche Handeln vorbereitet oder können sich für ein weiterführendes aufbauendes Studium entscheiden.

Der Studiengang ist ein reines Online-Studium und daher zeitlich vollständig flexibel studierbar. Es kann jederzeit ohne Berücksichtigung von Semesterzeiten durch die Studierenden selbst gestartet werden.

Der Studiengang Marketing und Kommunikation (B.A.) spricht Personen mit einem Interesse für kaufmännisches Denken sowie Kreativität an, die eine qualifizierte und verantwortungsvolle Übernahme marketingrelevanter Aufgaben anstreben. Dies sind einerseits Abiturienten bzw. Abiturientinnen wie auch bereits beruflich aktive Personen, die sich auf einen Tätigkeitsbereich im Marketing spezialisieren möchten bzw. hier ihre Kompetenzen ausbauen wollen. Durch die Möglichkeit des Vollzeit- wie auch Teilzeitstudiums steht dieser Studiengang auch Studierenden offen, die ihr Studium neben ihrer beruflichen Tätigkeit betreiben wollen.

Studiengang 02: E-Commerce (MBA)

Der Studiengang E-Commerce (MBA) bietet Studierenden die Möglichkeit, eine wirtschaftswissenschaftlich umrahmte Höherqualifizierung zu erreichen. Hier erfolgt eine Kombination aus wissenschaftlich fundierten Kenntnissen und praxisorientiertem Kompetenzerwerb. Ganz im Fokus der BU liegt dabei das Kernthema „Marken“. Der Handlungsbereich Markenführung digitalisiert sich immer weiter und verlagert sich dabei zunehmend in digitale Kanäle. Hier bietet dieser Studiengang Studierenden die Chance, sich in diesem, mit starken Veränderungen unterworfenen, Themenfeld weiterzubilden und entsprechende Kompetenzen zu vertiefen.

Der Studiengang E-Commerce (MBA) bereitet Studierende durch die Kombination von im Kern betriebswirtschaftlichen Kompetenzen mit Sozialkompetenz und sorgfältig ausgewählten Themengebieten aus dem Bereich E-Commerce optimal auf Fach- und Führungsaufgaben im Managementbereich sowie einer selbstständigen Tätigkeit vor. Kernkompetenzen werden dabei in den Bereichen Marketing, Kommunikation und Präsentation, Markenführung, Digitaler Vertrieb, Search Engine Marketing, Webdesign und Datenmanagement aufgebaut.

Der Studiengang ist zeitlich vollständig flexibel und kann jederzeit, ohne Berücksichtigung starrer Semesterzeiten, gestartet werden. Die Kurse sind vollständig online abrufbar und damit ein Studium auch räumlich unabhängig absolvierbar. Des Weiteren finden auch alle Prüfungen online statt, sodass auch hier keine zeitlichen und räumlichen Einschränkungen bestehen.

Der Studiengang E-Commerce (MBA) spricht Personen an, die bereits über einen Hochschulabschluss sowie Berufserfahrung verfügen und eine Weiterbildung für Managementaufgaben suchen. Durch die Möglichkeit des Vollzeit- als auch Teilzeitstudiums steht dieser Studiengang auch Studierenden offen, die ihr Studium neben ihrer beruflichen Tätigkeit absolvieren wollen.

Studiengang 03: Medienmanagement (MBA)

Der Studiengang Medienmanagement (MBA) bietet Studierenden die Möglichkeit, eine wirtschaftswissenschaftlich umrahmte Höherqualifizierung zu erreichen. Hier erfolgt eine Kombination aus wissenschaftlich fundierten Kenntnissen und praxisorientiertem Kompetenzerwerb. Ganz im Fokus der BU liegt dabei das Kernthema ‚Marken‘“. Im Kontext des Digital Branding ist eine Positionierung von Unternehmen und ihren Marken im digitalen Zeitalter nötig. Die Märkte erweitern und transformieren sich. Dadurch besteht der zunehmende Bedarf an Experten mit einem tiefgreifenden Verständnis und Kompetenzen im Medienmanagement.

Der Studiengang Medienmanagement (MBA) bereitet Studierende durch die Kombination von im Kern betriebswirtschaftlichen Kompetenzen mit Sozialkompetenz und sorgfältig ausgewählten Themengebieten aus dem Bereich Medienmanagement optimal auf Fach- und Führungsaufgaben im Managementbereich sowie einer selbstständigen Tätigkeit vor. Kernkompetenzen werden dabei in den Bereichen Medienökonomie und Digitale Geschäftsmodelle, Brand Management und Markenführung, Online-Marketing & Markenkommunikation sowie Medientechnik, Medienmärkte und Medien- und Werbepsychologie aufgebaut.

Der Studiengang ist zeitlich vollständig flexibel und kann jederzeit, ohne Berücksichtigung starrer Semesterzeiten, gestartet werden. Die Kurse sind vollständig online abrufbar und damit ein Studium auch räumlich unabhängig absolvierbar. Des Weiteren finden auch alle Prüfungen online statt, sodass auch hier keine zeitlichen und räumlichen Einschränkungen bestehen.

Der Studiengang Medienmanagement (MBA) spricht Personen an, die bereits über einen Hochschulabschluss sowie Berufserfahrung verfügen und die eine Weiterbildung für Managementaufgaben suchen. Durch die Möglichkeit des Vollzeit- als auch Teilzeitstudiums steht dieser Studiengang auch Studierenden offen, welche ihr Studium neben ihrer beruflichen Tätigkeit absolvieren wollen.

Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums

Studiengang 01: „Marketing und Kommunikation“

Der Bachelor-Studiengang „Marketing und Kommunikation (B.A.)“ mit 180 ECTS ist ein stimmiges Bachelorprogramm, welches auf der Basis von Online-Lehre als Fernstudiengang durchgeführt werden soll. Es vermittelt den Studierenden erste grundlegende, methodische und allgemeine berufsqualifizierende Kompetenzen, welche sie für eine Tätigkeit in den entsprechenden Bereichen der Wirtschaft, aber weiterführend auch Politik und Kultur sowie der Aufnahme eines Master-Studiengangs befähigt. Im Studienprogramm erwerben die Studierenden eine angemessene grundlegende wissenschaftliche und fachliche Befähigung in den Bereichen „Marketing“ und „Kommunikation“. Das Curriculum ist sinnvoll auf die Studiengangsziele hin ausgerichtet. Die inhaltliche Breite im Bachelorstudium und die Möglichkeiten der Wahlfächer tragen zur weiteren Qualifizierung der Studierenden sowie zur Förderung ihrer Persönlichkeitsbildung bei. Die Studierbarkeit ist gegeben. Die Organisation des Studiums sowie das Prüfungswesen sind angemessen. Verschiedene Prozesse zur Evaluierung und eine zentrale Alumni-Befragung sind etabliert.

Studiengang 02: „E-Commerce (MBA)“

Das Gutachtergremium hat einen sehr positiven Eindruck vom MBA-Studiengang „E-Commerce“ gewonnen. Die Zielsetzung des Studiengangs ist angemessen auf die Vermittlung fachvertiefenden Wissens ausgerichtet. Der Studiengang wird Studierenden als Online-Fernstudium angeboten, welche für ihr Studium eine örtliche und zeitliche Flexibilität benötigen. Die Hochschule stellt die hierfür notwendige Infrastruktur und Ressourcen zur Verfügung, um Studierenden diese Flexibilität neben dem Beruf oder in Elternzeit zu ermöglichen. Dies schließt ebenfalls eine höhere Flexibilität bei der Prüfungsplanung mit ein. Die inhaltliche Breite im Studium im Kontext des E-Commerce entspricht dem geforderten Master-Niveau und trägt zur weiteren Qualifizierung der Studierenden sowie zur Förderung ihrer Persönlichkeitsbildung bei. Das Curriculum ist sinnvoll auf die Studiengangsziele hin ausgerichtet. Die Organisation des Studiums sowie die Prüfungsplanung sind angemessen, wodurch die Studierbarkeit gegeben ist. Verschiedene Prozesse zur Evaluierung und eine zentrale Alumni-Befragung sind etabliert. Der fachliche Austausch der Lehrenden ist intern und extern gegeben.

Studiengang 03: „Medienmanagement (MBA)“

Das Gutachtergremium hat einen sehr positiven Eindruck vom MBA-Studiengangs „Medienmanagement“ gewonnen. Die Zielsetzung des Studiengangs ist angemessen auf die Vermittlung fachvertiefenden Wissens ausgerichtet. Der Studiengang wird Studierenden als Online-Fernstudium angeboten, welche für ihr Studium eine örtliche und zeitliche Flexibilität benötigen. Die Hochschule stellt die hierfür notwendige Infrastruktur und Ressourcen zur Verfügung, um Studierenden diese Flexibilität, bspw. neben dem Beruf oder in Elternzeit zu ermöglichen. Dies schließt ebenfalls eine höhere Flexibilität bei der Prüfungsplanung mit ein. Die inhaltliche Breite im Studium entspricht dem geforderten Master-Niveau im Bereich Medienmanagement und trägt zur weiteren Qualifizierung der Studierenden sowie zur Förderung ihrer Persönlichkeitsbildung bei. Das Curriculum ist sinnvoll auf die Studiengangsziele hin ausgerichtet. Die Organisation des Studiums sowie die Prüfungsplanung sind angemessen, wodurch die Studierbarkeit gegeben ist. Verschiedene Prozesse zur Evaluierung und eine zentrale Alumni-Befragung sind etabliert. Der fachliche Austausch der Lehrenden ist intern und extern gegeben.

I Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

(gemäß Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV und §§ 3 bis 8 und § 24 Abs. 3 MRVO)

Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 MRVO)

Sachstand/Bewertung

Die Besonderheit der Online-Studiengänge ist der flexible Studienstart, welcher theoretisch zu jeder Zeit möglich ist. Aufgrund dessen wird der Verlauf der Studienstruktur in Studienmonaten angegeben. Ein Regelstudium im Online-Bachelorstudium umfasst daher 36 Monate in Vollzeit. Der Studienverlauf kann komplett individuell von den Studierenden gesteuert- und individuell auf die jeweiligen Lebensumstände angepasst werden. Dadurch ergeben sich flexible Teilzeitvarianten des Studiums. Exemplarisch sind hier von der Hochschule die Varianten mit 12, 18 oder 24 CP je Semester genannt, welche jedoch nicht verpflichtend sind und von den Studierenden auf die jeweilige Lebenssituation angepasst werden können. Es können von den Studierenden auch weniger oder mehr CP erworben werden, was die zeitliche Flexibilität des Studiums unterstreicht.

Das Online-Masterstudium umfasst i.d.R. 18 Monate in Vollzeit und 24 Monate in Teilzeit. Der Arbeitsaufwand beträgt in der Vollzeitvariante durchschnittlich 30 CP pro Semester und richtet sich in Teilzeit nach der individuellen Planung der Studierenden pro Semester.

Grundsätzlich wird jedem und jeder Studierenden die individuelle Flexibilität ermöglicht, selbstständig und kontinuierlich den individuellen Workload als zeitliche Taktung festzulegen. Je nach zeitlicher Kapazität der Studierenden verkürzt oder verlängert sich die Studiendauer entsprechend. Die Studierenden sind generell dazu angehalten, die Studienzeit nicht künstlich zu verlängern, sondern dieses trotz aller Freiheiten kontinuierlich zu einem Ende zu bringen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

Studiengangsprofile (§ 4 MRVO)

Sachstand/Bewertung

Der Bachelorstudiengang „Marketing und Kommunikation“ (B.A.) sieht eine Abschlussarbeit vor, mit welcher die Fähigkeit nachgewiesen wird, ein Problem aus dem jeweiligen Fach selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Die Bachelorarbeit im 6. Semester ist mit 11 ECTS-Punkten für den schriftlichen Teil und mit 3 ECTS-Punkten für das Kolloquium vorgesehen.

Die Masterstudiengänge sind weiterbildend und anwendungsorientiert. Auch in den Masterstudiengängen ist eine Abschlussarbeit vorgesehen. Die Masterarbeit im 3. Semester ist mit 18 ECTS-Punkten für den schriftlichen Teil und mit 3 ECTS-Punkten für das Kolloquium vorgesehen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 MRVO)

Sachstand/Bewertung

Die Zulassungsbedingungen sind in der Immatrikulations- und Zulassungsordnung (IZO) geregelt.

Die Zugangsvoraussetzungen für den Bachelorstudiengang Marketing und Kommunikation (B.A.) sind:

- Das Vorhandensein der allgemeinen Hochschulreife oder der Fachhochschulreife
- Nicht-deutschsprachige Bewerberinnen und Bewerber müssen für ein deutschsprachiges Studium darüber hinaus über ausreichende deutsche Sprachkenntnisse verfügen. Der Nachweis dieser Kenntnisse der deutschen Sprache erfolgt durch Vorlage eines erfolgreich abgelegten „Test Deutsch als Fremdsprache“ („TestDaF“) auf einem Mindestniveau von TDN 3.
- Bewerberinnen und Bewerber ohne ein Zeugnis der Allgemeinen Hochschulreife oder der Fachhochschulreife sind zum Studium berechtigt, wenn sie:
    - Eine für den jeweiligen Studiengang geeignete fachspezifische Fortbildungsprüfung als Meister oder Fachwirt oder eine gleichwertige fachspezifische Fortbildungsprüfung abgelegt haben und
    - eine mindestens dreijährige Berufspraxis nachweisen können und
    - eine Eignungsprüfung zum Nachweis ihrer Befähigung bestehen
    - vor Aufnahme des Studiums ein Beratungsgespräch mit der Studiengangsleitung führen

Die Zugangsvoraussetzungen für die MBA-Studiengänge E-Commerce sowie Medienmanagement für die Immatrikulation sind:

- Ein erfolgreich abgeschlossenes grundständiges Bachelorstudium mit einem Umfang von mindestens 210 CP (ECTS) oder ein anderer berufsqualifizierender akademischer Abschluss (Diplom, Staatsexamen, etc.) und
- eine qualifizierte berufspraktische Erfahrung i.d.R. in einem Umfang von mind. einem Jahr.

- Bei einem abgeschlossenen Bachelorstudium im Umfang von 180 ECTS-Punkten können für die qualifizierte berufspraktische Erfahrung von mindestens einem Jahr 30 ECTS-Punkte angerechnet werden. Die Anrechnung führt nicht zu einer Verkürzung der Studienzeit.

Näheres regelt hier die jeweilige IZO.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 MRVO)

Sachstand/Bewertung

Der Bachelorstudiengang Marketing und Kommunikation schließt mit dem Abschlussgrad „Bachelor of Arts“ (B.A.) ab. Für die beiden Masterstudiengänge wird der Abschlussgrad „„Master of Business Administration“ (MBA) vergeben.

Das Diploma Supplement liegt in der aktuellen Fassung der HRK von 2018 vor.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

Modularisierung (§ 7 MRVO)

Sachstand/Bewertung

Der Bachelorstudiengang Marketing und Kommunikation umfasst 28 Module, welche allesamt mit 6 ECTS-Punkten pro Modul konzipiert wurden, mit Ausnahme des Praxisprojekts mit 10 ECTS und der Bachelorarbeit, welche inkl. Kolloquium 14 ECTS-Punkte umfasst.

Die beiden MBA Studiengänge E-Commerce sowie Medienmanagement umfassen jeweils 12 Module. Die Module wurden mit jeweils 6 bzw. 9 ECTS-Punkten pro Modul konzipiert. Die Masterthesis umfasst inkl. Kolloquium 21 ECTS-Punkte.

Module sind in sich thematisch geschlossene Einheiten. Kein Modul dauert länger als ein Semester.

Alle Modulbeschreibungen enthalten die in § 7 Abs. 2 der MRVO angeführten Punkte, wie Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls, Lehr- und Lernformen, Voraussetzungen für die Teilnahme, Verwendbarkeit des Moduls, Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten, Häufigkeit des Angebots des Moduls, Arbeitsaufwand, Dauer des Moduls.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

Leistungspunktesystem (§ 8 MRVO)

Sachstand/Bewertung

Die Modulgrößen umfassen in allen Studiengängen mindestens 6 ECTS. Wenige Ausnahmen betreffen vor allem die Praxisphasen, sowie Abschlussarbeiten und das jeweilige Kolloquium. Laut § 1 Abs. 1 des jeweiligen Modulhandbuchs für das Bachelor- und Masterstudium an der Brand University Hamburg werden in allen Studiengängen für einen ECTS-Punkt 25 Stunden studentische Arbeitszeit veranschlagt.

Die Bachelorarbeit im Studiengang Marketing und Kommunikation (B.A.) hat eine Größe von 11 ECTS, das Kolloquium umfasst 3 ECTS. Für die Masterarbeiten der Studiengänge „E-Commerce“ (M.A.) und Medienmanagement (MBA) werden je 18 ECTS vergeben, für das dazugehörige Kolloquium je 3 ECTS.

In allen Studiengängen werden (in Vollzeit) pro Semester 30 ECTS-Punkte erworben. In den Teilzeitvarianten werden entsprechend weniger ECTS veranschlagt. Die Anzahl der CP im Teilzeitstudium variiert und richtet sich nach unterschiedlichen Varianten (12, 18, 24 CP), welche von der Hochschule exemplarisch vorgegeben werden. Abweichungen hiervon sind, abhängig von der persönlichen Lebenssituation der Studierenden, möglich.

Der Bachelorabschluss umfasst insgesamt 180 Credit Points. Für die MBA-Studiengänge sind 90 Credit Points für einen erfolgreichen Abschluss erforderlich.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV)

Sachstand/Bewertung

Entsprechend der Regelung in § 40 Abs. 1 des Hamburgischen Hochschulgesetzes und auf Grundlage der Lissabon-Konvention werden bei der Zulassung zum Studiengang als Übergang von einer anderen Hochschule Studien- und Prüfungsleistungen sowie studien- und berufspraktische Zeiten anerkannt, sofern keine wesentlichen Unterschiede zwischen den an der anderen Hochschule er-

worbenen Kenntnissen und Fähigkeiten und den an der BU zu erwerbenden Kenntnissen und Fähigkeiten bestehen. Das Nähere regelt die jeweilige Prüfungsordnung des Studienganges im Zusammenhang mit der Anrechnungsordnung.

Entsprechend der Beschlüsse zur „Anrechnung von außerhalb des Hochschulwesens erworbenen Kenntnissen und Fähigkeiten auf ein Hochschulstudium (I) bzw. (II)“ der Kultusministerkonferenz“ und der Regelung in § 40 Abs. 2 des Hamburgischen Hochschulgesetzes sind Studienbewerber und Studienbewerberinnen berechtigt, sich relevante außerhochschulische Leistungen im Umfang von bis zu 50% der Studien- und Prüfungsleistungen anrechnen zu lassen. Der Rahmen und das Verfahren sind in der Anrechnungsordnung (AO) der BU geregelt. Voraussetzung für ein Anerkennungsverfahren ist die erfolgreiche Teilnahme am Zulassungsverfahren. Nach der erfolgreichen Anrechnungsprüfung werden Kompetenzen anerkannt und entsprechende ECTS angerechnet.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 9 MRVO)

Sachstand/Bewertung

(Nicht einschlägig)

Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme (§ 10 MRVO)

(Nicht einschlägig)

II Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

Seit der Gründung der BU liegt ihr inhaltlicher Fokus auf dem Thema Marken. So fokussieren sich auch alle drei vorgestellten Studienprogramme unmittelbar und mittelbar auf dieses Thema. Digitale Technologien werden auch in diesem Themenbereich vermehrt eingesetzt und daher in den Studiengängen thematisiert. Die hier vorliegenden Online-Studiengänge stellen die digitalen Formen des Lernens in den Fokus und sind eine Ergänzung und Erweiterung der bisherigen Präsenz-Studienangebote der BU.

1 Schwerpunkte der Bewertung/ Fokus der Qualitätsentwicklung

Im Rahmen der ausschließlich digital durchgeführten Begehung wurde insbesondere die Weiterentwicklung des Studiengangs seit der letzten Akkreditierung thematisiert. Zur Begehung des Studienganges wurde die Gutachtergruppe mittels Zoom durchgeführt. Hierbei wurden neben der inhaltlichen Ausgestaltung auch die vorhandenen Ressourcen besonders thematisiert.

2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

(gemäß Art. 3 Abs. 2 Satz 1 Nr. 4 i.V. mit Art. 4 Abs. 3 Satz 2a und §§ 11 bis 16; §§ 19-21 und § 24 Abs. 4 MRVO)

2.1 Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 MRVO)

Studiengangsübergreifende Aspekte

Sachstand

Aufgrund der interdisziplinären Studienstruktur mit fächerübergreifendem Lehren und Lernen werden nach Angabe der Hochschule die Persönlichkeitsentwicklung, soziale Kompetenz und systemisches Denken im hohen Maße gefördert. So bedingen die Anforderungen des Studienformats in der Online-Lehre ein hohes Maß an Selbstorganisations- sowie Kommunikationsfähigkeit. Durch die laufende Unterstützung seitens der Hochschule über den gesamten Studienverlauf werden diese Fähigkeiten weiter ausgebaut. Ein Ziel ist die Heranführung der Studierenden an die Wissenschaft und das Aufzeigen von Forschungsfeldern und Entwicklungsmöglichkeiten.

Die Entwicklung personaler und sozialer Kompetenzen ist ein Querschnittthema über alle Studienprogramme hinweg. Das Erkennen und Akzeptieren von Unterschieden, das Verstehen und Interpretieren von Argumenten stehen in den Studienprogrammen im Mittelpunkt. Es geht um die Entwicklung einer kritischen Haltung gegenüber Informationen, Denkmustern und philosophischen, re-

ligiösen, sozialen, politischen und kulturellen Konzepten auf Basis von Toleranz und im Kontext gesellschaftlicher und gesetzlicher Regeln. Damit wird die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden und ihre Fähigkeit und Bereitschaft zu verantwortungsvollem, zivilgesellschaftlichem Engagement gefördert. Absolventinnen und Absolventen sollen verantwortungsvolle Mitglieder regionaler und globaler Gemeinschaften sein. Die individuelle Entwicklung basiert auf persönlichen, sozio-familiären, bildungsbezogenen und regionalen Aspekten mit dem Ziel der Entwicklung von „Bürgerkompetenz“ (engl. Civic Competence) für erhöhtes zivilgesellschaftliches Engagement.

Studiengangsübergreifende Bewertung

Neben den fachspezifischen Inhalten enthalten alle Studiengänge Schlüsselkompetenzen in Bereichen wie Kommunikation und Präsentation sowie Projektmanagementkompetenzen als auch Möglichkeiten zum kritischen Denken und Reflektieren. Nach erfolgreichem Abschluss des Studiums verfügen Absolventinnen und Absolventen über die Fähigkeit der kritischen Reflexion, einer systematischen Herangehensweise der Wissensverarbeitung und des Bewusstseins der Verantwortung für die Risiken und Auswirkungen des eigenen Handelns.

a) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01: Marketing und Kommunikation (B.A.)

Sachstand

Die Qualifikationsziele des Studiengangs beinhalten neben der Vermittlung von betriebswirtschaftlichen Kenntnisse auch den Erwerb von umfassenden Fachkompetenzen aus den Bereichen Marktforschung und -analyse, Digital Marketing & Suchmaschinenmarketing sowie Brand Management und Kommunikation und Präsentation, Medienwissenschaften und Kommunikation in sozialen Medien. Ebenso werden die Studierenden an das korrekte wissenschaftliche Arbeiten, inklusive umfangreichen Methodenwissens, herangeführt. So wird die wissenschaftliche Befähigung durch eine umfangreiche Kompetenzvermittlung, bspw. in Modulen wie „Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens“ sowie „Anwendung des wissenschaftlichen Arbeitens“ in Verbindung mit selbständigem und projektorientiertem Arbeiten sichergestellt.

Nach Abschluss des Studiums sind die Absolventinnen und Absolventen dieses Studiengangs nach Angabe der Hochschule in der Lage, unterschiedliche Fragestellungen des modernen Marketings und der Kommunikation erfolgreich zu bearbeiten sowie gezielt auf den unterschiedlichen Kanälen die Unternehmenskommunikation zu verantworten.

Absolventinnen und Absolventen dieses Studiengangs stehen nach Aussage der BU eine Reihe an Karrieremöglichkeiten in verschiedenen Einsatzbereichen offen. Relevante Tätigkeitsfelder finden

sich z. B. vorrangig in Medien- und Kommunikationsunternehmen, Werbeagenturen oder Verlagen etwa als Marketing-Manager*in, Kommunikationsmanager*in oder PR-Manager*in.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Studiengang hat die Zielsetzung, betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse mit Schwerpunktwissen aus den Bereichen Marketing und Kommunikation zu verbinden. Diese Zielsetzung ist durchweg stimmig.

Eine wesentliche Zielsetzung besteht darin, die Studierenden stärker als üblich auf ein bestimmtes Arbeitsfeld vorzubereiten. Die hierfür notwendigen Qualifikationsziele gehen aus der Studien- und Prüfungsordnung eindeutig hervor.

Die Hochschule bezeichnet als Einsatzbereiche für die Absolventinnen und Absolventen u.a. Marketing-Manager*in, Kommunikationsmanager*in, PR-Manager*in, Pressesprecher*in, Agenturmanager*in und Content-Manager*in und fokussiert dabei vorwiegend auf Tätigkeiten in der Kommunikation. Zweifelsohne sind Absolventinnen und Absolventen aber auch für weitere Tätigkeiten mit betriebswirtschaftlichem Hintergrund und im Marketing qualifiziert. Die attraktive Gestaltung der Studieninhalte lässt erwarten, dass sich einerseits eine hohe Nachfrage der Bewerberinnen und Bewerber einstellen wird und Absolventinnen und Absolventen schnell eine Arbeitstätigkeit aufnehmen werden können.

Die gesellschaftliche und soziale Verantwortung des wirtschaftlichen Handels wird in einem eigenen Modul prominent behandelt (M7). Darüber hinaus wird das Durchlaufen dieses Studiengangs sowohl aufgrund der Lehrinhalte als auch auf Basis der geplanten Arbeits- und Prüfungsformen zu einer angemessenen Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden einen relevanten Beitrag leisten. Dabei ist sich die Hochschule bewusst, dass die beabsichtigte Durchführung in Form eines vollständigen Online-Studiums besondere Anstrengungen erforderlich macht, die Interaktion zwischen den Studierenden selbst, sowie zwischen Studierenden und dem Lehrpersonal zu gewährleisten.

Zusammenfassend bestehen auf Basis des vorgestellten Studienkonzepts keine Zweifel, dass der Studiengang die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse erfüllt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für den Studiengang erfüllt.

Studiengang 02: E-Commerce (MBA)

Sachstand

Die Qualifikationsziele des Studiengangs E-Commerce (MBA) beinhalten neben dem Erwerb von umfassenden Fachkompetenzen aus den Bereichen Digitaler Vertrieb, Search Engine Marketing sowie Webdesign und Datenmanagement auch solche in Brand Management und Markenführung sowie Projektmanagement und Vertriebspsychologie. Darüber hinaus werden wissenschaftliche Kompetenzen ausgebaut sowie Kenntnisse und Kompetenzen in qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden und Statistik vermittelt.

Nach Abschluss des Studiums sind nach Angabe der BU Absolventen und Absolventinnen des Studiengangs E-Commerce (MBA) in der Lage, unterschiedliche Fragestellungen im E-Commerce sowie in verwandten Themengebieten erfolgreich zu bearbeiten.

So wird die wissenschaftliche Befähigung durch umfangreiche Lehrveranstaltungen zu den Themen Konzeption und Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten, qualitative und quantitative Forschungsmethoden und Statistik gefördert.

Nach Informationen der BU stehen Absolventinnen und Absolventen dieses Studiengangs eine Reihe an Karrieremöglichkeiten in verschiedenen, Einsatzbereichen offen. So sind relevante Tätigkeitsfelder finden sich als E-Commerce Manager*in, Digital Produktmanager*in sowie im Digitalen Vertrieb und als Unternehmensgründer*in. Insgesamt werden Absolventinnen und Absolventen auf Fach- und Führungsaufgaben vorbereitet. Der Praxisbezug im Studiengang soll die Studierenden in die Lage versetzen, erworbenes Wissen und Kenntnisse auf auftretenden Fragestellungen in ihrer späteren beruflichen Praxis l anzuwenden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Studiengang Medienmanagement (MBA) bereitet die Studierenden auf Führungsaufgaben im Kontext der sich im Zuge der Digitalisierung stark wandelnden Kommunikations- und Medienbranche vor. Sowohl aus der Studien- und Prüfungsordnung als auch aus dem spezifischen Diploma Supplement geht der dafür grundlegende generalistische Charakter dieses Online-Studiengangs hervor: In dem Curriculum vereinen sich Kompetenzen aus dem Bereich des Medienmanagements mit der für eine Führungskraft unabdingbaren Sozialkompetenz und betriebswirtschaftlichen Kompetenzen. Im Fokus stehen dabei grundsätzlich Kernkompetenzen in den Bereichen der Medienökonomie, der Analyse und Erarbeitung von digitalen Geschäftsmodellen, des Brand Managements sowie der Markenführung, des Online-Marketings und der Markenkommunikation, der Medientechnik, dem Wissen um Medienmärkten und der Medien- und Werbepsychologie. Das Curriculum entspricht nach Ansicht des Gutachters dem angestrebten Abschlussniveau eines MBA-Studiengangs.

Der Studiengang befähigt in vielerlei Hinsicht zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit in Medienunternehmen, Agenturen und Verlagen. Die Funktionen, die von den Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs eingenommen werden können, umfassen beispielsweise den Aufgabenbereich eines/einer Medien- und Kommunikationsmanager(in), eines/einer Marketing-Manager*in, eines/einer PR-Manager*in, eines/einer Pressesprecher*in, eines/einer Social-Media-Berater*in und eines /einer Content-Manager*in. Aus der Vielfältigkeit der entsprechenden beruflichen Möglichkeiten, die mit dem Studienerfolg einhergehen und angesichts der laufenden Digitalen Transformation in der globalen Unternehmenswelt ist eine hohe Nachfrage für Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Medienmanagement gegeben. Das Curriculum offeriert auch die geforderte Befähigung zur kritischen, verantwortungsbewussten und reflektierten Mitgestaltung gesellschaftlicher Prozesse. Diese Schlussfolgerung lässt sich insbesondere von dem Pflichtmodul „Unternehmensethik“, das im Studienverlaufsplan im ersten Semester verortet ist, ableiten. Der Studiengang erfüllt die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse vollumfänglich: Auf der Ebene des Wissens- und Verstehens wird vorhandenes Wissen aus dem medialen Kontext nicht nur verbreitert und vertieft, sondern (etwa durch die Kombination mit betriebswirtschaftlichen und (werbe-)psychologischen Inhalten) auf ein anderes Niveau des Verständnisses gebracht. Gleiches gilt für den Kontext des Einsatzes, der Anwendung und der Erzeugung von Wissen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für den Studiengang erfüllt.

Studiengang 03: Medienmanagement (MBA)

Sachstand

Die Qualifikationsziele des Studiengangs Medienmanagement (MBA) beinhalten neben dem Erwerb von umfassenden Fachkompetenzen aus den Bereichen Medienökonomie und Digitale Geschäftsmodelle, Brand Management und Markenführung, Online-Marketing & Markenkommunikation und Projektmanagement als auch solche in Medientechnik und Medienproduktion, Medienmärkte und Strategien im Medienmanagement sowie Medien- und Werbepsychologie. Darüber hinaus werden wissenschaftliche Kompetenzen ausgebaut sowie Kenntnisse und Kompetenzen in qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden und Statistik vermittelt. In den jeweiligen Modulen wird des Weiteren auf die Relevanz und Einbindung des Praxisbezuges geachtet.

Nach Abschluss des Studiums sollen Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Medienmanagement (MBA) in der Lage sein, unterschiedliche Fragestellungen im Medienumfeld sowie in verwandten Themengebieten erfolgreich zu bearbeiten und ihre im Studium erworbenen Kompetenzen und ihr Fachwissen in der Praxis erfolgreich anzuwenden.

So wird die wissenschaftliche Befähigung durch umfangreiche Lehrveranstaltungen zu den Themen Konzeption und Erstellung wissenschaftlicher Arbeiten, qualitative und quantitative Forschungsmethoden und Statistik gefördert.

Absolventinnen und Absolventen dieses Studiengangs stehen eine Reihe an Karrieremöglichkeiten in verschiedenen, Einsatzbereichen offen. Relevante Tätigkeitsfelder finden sich als Medien- und Kommunikationsmanager*in, Marketing-Manager*in oder PR-Manager*in. Insgesamt werden Absolventinnen und Absolventen nach Aussage der Hochschule auf Fach- und Führungsaufgaben vorbereitet.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Studiengang soll Studierende auf Fach- und Führungsaufgaben auf der Managementebene von Unternehmen bzw. auf die Selbständigkeit vorbereiten und neben reinen Fachkenntnissen auch die selbstständige Anwendung von wissenschaftlichen Methoden und Erkenntnissen vermitteln. Im Diploma Supplement und in der Studienordnung wird die Zielsetzung des Studiengangs adäquat beschrieben.

Die vermittelten Fach- und Methodenkompetenzen gliedern sich dabei in zwei große Gruppen auf. Zum einen werden studiengangsübergreifend Kompetenzen, hauptsächlich im Bereich der Persönlichkeitsentwicklung vermittelt. Dazu zählen so verschiedene Themenfelder wie das Heranführen der Studierenden an die Wissenschaft, das Entwickeln einer kritischen Haltung zu Informationen oder auch die Formung einer „Bürgerkompetenz“. Daneben hat die Darstellung von Toleranz und Diversität in den studienübergreifenden Qualifikationszielen einen hohen Stellenwert.

Zum anderen werden für die einzelnen Studiengängen spezifische Kompetenzen formuliert. Im Studiengang „E-Commerce (MBA)“ wurden als wichtige Fachkompetenzen dabei Digitaler Vertrieb, Search Engine Marketing, Webdesign, Datenmanagement, Brand Management, Markenführung, Projektmanagement und Vertriebspsychologie identifiziert und im Curriculum verankert. Einem MBA-Studiengang angemessen werden zusätzliche wissenschaftliche Methodenkompetenzen, z.B. quantitative und qualitative Forschungsmethoden oder Statistik, gelehrt. Die genannten Ziele sind durchweg sinnvoll und auch genannten Tätigkeitsbereiche wie bspw. E-Commerce Manager*in, digitale Productmanager*in oder Tätigkeiten im digitalen Vertrieb angemessen.

Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs „E-Commerce (MBA)“ werden bei erfolgreichem Abschluss in der Lage sein, einer qualifizierten Erwerbstätigkeit entweder als (leitender) Angestellter oder als Unternehmensgründer in der Selbständigkeit nachzugehen.

Schon vor der Pandemie war die Anzahl freier Stellen im IT-Bereich generell und im E-Commerce im Besonderen groß, die Besetzung offener Stellen war schwierig. Die Pandemie hat diese Situation nicht verbessert, sondern vor allem im E-Commerce noch deutlich verschärft, sodass gute und sehr

gute Absolventinnen und Absolventen des Studienprogramms auf absehbare Zeit keine Probleme haben werden, eine entsprechende Anstellung zu finden oder, sollten sie sich selbständig machen, erfolgreiche Unternehmen im E-Commerce Umfeld gründen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für den Studiengang erfüllt.

2.2 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO)

2.2.1 Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 MRVO)

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Sachstand

Das Curriculum wurde nach Aussage der BU anhand der Qualifikationsziele konzipiert. Im Laufe des gesamten Studiums erfolgt eine Kombination verschiedener Lehrmethoden mit besonderer Berücksichtigung einer innovativen online-gestützten Lehre. Zum Einsatz kommen z.B. Lehrvideos, interaktive Skripte und Übungen sowie Podcasts. Die aufgrund des Studienmodells bestehende digitale Kommunikation bezieht sich ebenso auf die Lehrformen. Alle Unterlagen werden daher vor allem auf digitalem Wege für die Studierenden zur Verfügung gestellt. Die erforderliche Moodle-Online-Lehrplattform (im Weiteren „Lernplattform“ genannt) und Softwaretools werden von der E-Learning Group (ELG) als Gesellschafterin der Brand University GmbH zur Verfügung gestellt. Die ELG verfügt über langjährige Erfahrung im Bereich des E-Learnings und Erstellung von Lehr-Lernmaterialien. Sie unterstützt die Brand University bei der technischen Umsetzung der Online-Studiengänge.

Die ELG stellt die Lernplattform und alle darauf befindlichen Softwaretools zur Verfügung und passt sie maßgeschneidert für den Bedarf der BU an. Hierfür produziert die ELG auf Basis ihrer langjährigen Erfahrung und der dabei genutzten Instrumente auf der Grundlage der Vorgaben und Konzepte der BU und unter Anleitung durch die Professoren und Professorinnen und das QM der Hochschule die für die Online-Studiengänge vorgesehenen multimedialen Lernmaterialien und ist technisch für ihre Verfügbarkeit und ihr Funktionieren verantwortlich. Die Studierenden greifen über eine spezifisch angepasste Lernplattform auf alle produzierten Inhalte zu, welche auch interaktive Formate, bspw. im Bereich von Übungen, ermöglicht.

Studiengangsübergreifende Bewertung

Sämtliche Lehrmaterialien (besonders Lehrbriefe und digitale Skripte) werden intern einem regelmäßigen Aktualisierungsprozess unterworfen, bei welchem Lehrende, Studierende, die Hochschul-

verwaltung und die ELG involviert sind. Hierfür wurden eigene Prozesse geschaffen, um eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Lehrmaterialien zu gewährleisten. Studierende, welche einen Fehler in einem Modul feststellen, können selbständig über die Lernplattform eine Anfrage zur Prüfung des Skripts öffnen, welches dann innerhalb des Überarbeitungsprozesses gesichtet und ggf. mit einem Fachverantwortlichen rückgesprochen wird. Sollte eine Änderung nötig sein, wird diese für alle Studierenden im Modul sichtbar.

Sollten einzelne Module in Teilen mittels einer Gruppenarbeit stattfinden, werden diese mit festen Terminen an die Studierenden kommuniziert, sodass sich diese hierfür die Zeit einplanen können.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01: Marketing und Kommunikation (B.A.)

Sachstand

Studierende des Bachelorstudiengangs Marketing und Kommunikation können 2 Wahlmodule mit jeweils 6 ECTS aus einem Wahlmodulkorb, bestehend aus 5 Wahlmodulen, individuell wählen. Diese Wahlmodule sind im 5. bzw. 6. Semester vorgesehen. Somit können Studierende ihr Qualifikationsprofil nach eigenen Interessen und Zielen schärfen.

Vor allem das Modul Praxisprojekt inkl. Praxisbericht dient zur Praxiserfahrung im Studienverlauf. Hier geht es auch um die Anwendung des bis dahin erworbenen Wissens und entwickelter Kompetenzen in einem Praxiskontext unter Einbindung der Unternehmens- und Marktrealitäten. Es ist mit 10 ECTS vorgesehen und laut Studienverlaufsplan im 6. Semester zu absolvieren. Die inhaltliche Ausgestaltung des Praxisprojekts dient der Verzahnung von Theorie und Praxis und ist somit auf die Studienziele des Studienganges ausgerichtet. Auch während des Praxisprojekts werden die Studierenden von Seiten der BU betreut.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die inhaltliche Ausgestaltung des Studiengangs gewährleistet, dass die Studierenden im Studium alle relevanten Inhalte vermittelt bekommen.

Die angestrebten Qualifikationsziele gehen in Richtung auf Marketing- und Kommunikation, aufbauend auf einem notwendigen Grundlagenteil in der Betriebswirtschaft. Dies ist insofern stimmig, als jede Spezialisierung Grundlagenkenntnisse im betreffenden Fach voraussetzt. Die Studiengangsbezeichnung „BA. Marketing und Kommunikation“ benennt zwar den Grundlagenteil („die Betriebswirtschaft“) nicht explizit, da allgemein bekannt ist, dass das Marketingmanagement ein überwiegend betriebswirtschaftliches Spezialisierungsfeld ist. Die Studiengangsbezeichnung ist demzufolge

stimmig, sie stellt (und damit folgt sie selbst einer werblichen Überlegung) die für die potenziellen Bewerber attraktive Schwerpunktsetzung des Studiengangs ins Zentrum. Im Übrigen wurde im Rahmen der Vorbegehung von den teilnehmenden Professoren betont, wie wichtig ihnen die Vermittlung der notwendigen betriebswirtschaftlichen Grundlagen für das Marketing-Denken ist.

Der gewählte Abschlussgrad entspricht vollumfänglich dem Titel des Studiengangs sowie dem Kanon und dem Tiefgang der Module.

Den Studierenden verbleiben trotz des anspruchsvollen Modulkanons zahlreiche Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium. Als Prüfungsformen sind vielfach Case Studies vorgesehen, auch Gruppenarbeiten sind eingeplant. Beim Praxisprojekt und bei der Bachelor-Thesis bestehen Mitspracherechte. Sinnvoll ist das Angebot von 12 ECTS mit Wahlmodulen, bei dem aus einem attraktiven Angebot ausgewählt werden kann, sodass die Studierenden sich ein eigenes Profil geben können.

Hier zählt ebenfalls, dass Gruppenarbeiten in der Vorbereitung auf das Modul zeitlich geplant und abgesprochen werden, um alle potenziellen Teilnehmer den Zugang hierzu zu ermöglichen. Die Betreuung der Studierenden wird überdies in unterschiedlichen Kanälen sichergestellt, sodass ein reibungsfreies Studieren gewährleistet wird.

Das Praxisprojekt (M27) im sechsten Semester, gewährleistet ein solides grundlegendes Wissen der Studierende, welche sie dann zur Lösung von konkreten Problemstellungen aus der Praxis anwenden müssen. Die Kreditierung des Praxisprojektes mit 10 ECTS-Punkten bildet den Arbeitsaufwand angemessen ab.

Positiv ist ebenfalls zu bewerten, dass sich die Prüfungsform „Case Studies“ über das ganze Studium verteilt. Nach Aussage der Dozenten werden diese zum Teil in Kooperation mit realen Praxisprojekten von Unternehmen durchgeführt. Somit verteilen sich grundlagenvermittelnde und praxisorientierte Lehrveranstaltungen ausgewogen.

Insgesamt zeigt sich, dass die Prüfungsformen gut auf die Module und die Qualifikationsziele abgestimmt sind. Ohne Zweifel wird der Testlauf eines vollkommen online stattfindenden Studiums manches Experimentieren erfordern, in welcher Form eine interaktive Lehre am besten zu gewährleisten ist. Die Studierendenvertreter ebenso wie die aktuellen Dozenten betonen auf mehrfaches Nachfragen, dass sie dies eher als Chance denn als Problem betrachten und dass allerseits hohe Bereitschaft besteht, flexibel zu handeln und aus Erfahrungen zu lernen. Auch fakultative Präsenzphasen an wechselnden Orten sind demzufolge nach Aussage der BU in der Zukunft denkbar.

Zusammenfassend kann, über das formale Studiengangskonzept und die inhaltlich sinnvoll ausgearbeiteten Module hinaus, die positive Grundstimmung seitens der Dozenten und der Studierenden als wesentlicher Erfolgsfaktor für den neuen Studiengang angesehen werden. Das jetzt vorgelegte Studiengangskonzept ist sinnvoll ausgestaltet, es wird der Hochschule, den Lehrenden und den

Studierenden selbst daran gelegen sein, während des Betriebs, sofern erforderlich, weitere zielführende Anpassungen zu machen. Vor allem in Hinblick auf die Integration möglicher Präsenzphasen im Online-Betrieb.

Aufbauend auf der Vermittlung grundlegender Inhalte, wie sie in klassischen BWL-Studiengängen zu finden sind, werden in den höheren Semestern aktuelle Inhalte aus dem Schwerpunktbereich des Marketing und der Kommunikation behandelt.

Das Modulhandbuch ist aktuell, ausführlich und erlaubt eine schnelle Orientierung über die Inhalte und die angestrebten Lernergebnisse. Die Literaturhinweise zeigen auf, dass in den Modulen der neueste Stand der Forschung aufgegriffen wird.

Ausgerichtet an der Zielsetzung der BU stehen Kompetenzen der Markenführung und der Kommunikation erkennbar im Zentrum der Ausbildung (u.a. Module M7, M11, M16), wobei auch die Anforderungen der modernen digitalen Inhalte (M15, M18, M23, M25) ausführlich behandelt werden. Das angestrebte Niveau kann als wissenschaftlich fundiert bezeichnet werden; mit eigenen Lehrveranstaltungen zur Datenerhebung und Statistik (M10) und zum wissenschaftlichen Arbeiten (M8) wird dies auch im Modulhandbuch verankert.

Es ist positiv zu konstatieren, dass die Hochschule das Konzept des Studiengangs auf Basis der Diskussionen im Rahmen der Begehung nochmals geschärft hat. So wurde beispielsweise das ursprünglich geplante Modul 17, dessen Inhalte (Wirtschafts- und Steuerrecht) im Kanon der anderen Lehrmodule einen Fremdkörper darstellte, gestrichen. Neu aufgenommen wurde u.a. ein sehr anspruchsvolles Modul „Data Science & Künstliche Intelligenz“ (M18).

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für diesen Studiengang erfüllt.

Studiengang 02: E-Commerce (MBA)

Sachstand

„Der Studiengang hat eine insgesamt betriebswirtschaftliche, anwendungsorientierte Ausrichtung und ist berufsorientiert angelegt,

Studierende des Studiengangs Medienmanagement können 1 Wahlmodul mit 6 ECTS aus einem Wahlmodulkorb, bestehend aus 3 Wahlmodulen, individuell wählen. Das Wahlmodul ist im 2. Semester vorgesehen. Somit können Studierende ihr Qualifikationsprofil nach eigenen Interessen und Zielen schärfen. Alle 3 Wahlmodulmöglichkeiten sind in diesem Studiengang speziell auf das Thema Commerce ausgerichtet.“

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der MBA-Studiengang „Medienmanagement“ deckt ein facettenreiches Feld im Kontext der sich stark wandelnden Medienbranche ab. Inhaltlich wird ein generalistischer Ansatz gewählt, der nicht allein auf mediale Themengebiete fokussiert ist. Stattdessen fließen hier betriebswirtschaftliche, mediale und psychologische Inhalte symbiotisch zusammen. Aus diesem Grund ist es gut nachvollziehbar, dass der Studiengang einen breiten Korridor von potenziellen Studierenden aus unterschiedlichen Fachrichtungen anspricht. Dazu passt die weit gefasste inhaltliche Ausgestaltung des Studiengangs im Hinblick auf die definierten Zugangsvoraussetzungen. Aus der Ausgestaltung des Curriculums wird deutlich, dass „Allrounder-Persönlichkeiten“ hausgebildet werden die auf Grund ihres Kompetenzprofils fit für die Herausforderungen der VUCA-Welt (Vision / Understanding / Clarity / Agility) sind. Ein alleiniger Fokus auf mediale Inhalte wäre hier zu kurz gegriffen. Vielmehr müssen die Absolventinnen und Absolventen Schnittstellenfunktionen in Unternehmen wahrnehmen können. Der primäre Einsatzort ist aber nach wie vor der mediale Kontext einer Organisation oder einer Unternehmung, weshalb die Bezeichnung des Studiengangs mit dem Titel „Medienmanagement“ absolut treffend erscheint. Innovative mediale Inhalte werden hier um die in einer globalisierten und digitalisierten Welt unabdingbaren Managementkompetenzen erweitert. Der Abschluss eines MBA-Studiengangs wird vielfach als angestrebte Qualifikationsbasis für Führungskräfte gesehen – dieses Curriculum koppelt dies innovativ mit dem medialen Kontext. Positiv wird bewertet, dass die Studierenden die Möglichkeit haben, sich gemäß ihren persönlichen Interessensgebieten ein Schwerpunkt-Modul aus drei verschiedenen Auswahlmöglichkeiten zu wählen. Hier stehen die Schwerpunktthemen Streaming & Online-Media, Film, TV & Radio sowie Gaming & Interactive Media zur Auswahl. Leider umfassen diese Schwerpunktthemen in sich keine weiteren Differenzierungsoptionen zur weiteren Individualisierung des Studiums, was hinsichtlich der zukünftigen Weiterentwicklung des Studiengangs Berücksichtigung finden sollte. Besonders positiv sind die im Studiengang verorteten Case Studies zu bewerten. In Form von Praxisprojekten mit namhaften Unternehmen sammeln Studierende Erfahrungswerte, die sie im Zuge einer qualitativen Forschungsarbeit reflektieren. Diese Erfahrungswerte entstehen aus einer Beobachtung eines Unternehmens einer anderen Organisation oder einer bestimmten weiteren Konstellation. Auch die Studierenden haben sich während der Begehung über die Case Studies ausgesprochen positiv geäußert. Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs werden sich aller Voraussicht nach in einem digitalisierten unternehmerischen Umfeld bewegen, weshalb die Durchführung des Studiums und der Prüfungen im Online-Format sinnhaft erscheint.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang 03: Medienmanagement (MBA)

Sachstand

Der Studiengang hat eine insgesamt betriebswirtschaftliche, anwendungsorientierte Ausrichtung und ist berufsorientiert angelegt.

Studierende des Studiengangs Medienmanagement können 1 Wahlmodul mit 6 ECTS aus einem Wahlmodulkorb, bestehend aus 3 Wahlmodulen, individuell wählen. Das Wahlmodul ist im 2. Semester vorgesehen. Somit können Studierende ihr Qualifikationsprofil nach eigenen Interessen und Zielen schärfen. Alle 3 Wahlmodulmöglichkeiten sind in diesem Studiengang speziell auf das Thema Medien ausgerichtet.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Für diesen Studiengang sind die Eingangsqualifikationen und Zugangsvoraussetzungen nur wenig spezifisch. Setzt man die geforderten Voraussetzungen aber in den Kontext der generellen Hochschullandschaft, ist davon auszugehen, dass erfolgreiche Bewerberinnen und Bewerber in der Lage sind, das nötige Fachwissen und dazugehörige Kompetenzen erreichen können und so ihr Studium innerhalb Regelstudienzeit erfolgreich abschließen können.

Alle Inhalte des Studienplans passen sowohl zur Kernidee der Brand University als auch zur Studiengangsbezeichnung. Module sind inhaltlich sinnvoll ausgestaltet und gewährleisten einen aufbauenden Kompetenzerwerb. Erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen können sich in allen relevanten Bereichen des E-Commerce sicher bewegen. Das MBA-Curriculum entspricht gut einem Masterniveau, so dass der Abschluss eines MBA gerechtfertigt ist.

Durch die Verortung des Studiengangs innerhalb des BU-Konzepts und der anvisierten fachlichen Breite des E-Commerce MBAs ergibt sich relativ wenig fachliche Wahlfreiheit. Das Studium ist streng vorgegeben, ist aber in sich so stimmig, dass dies keinen Nachteil darstellt. Eine explizite Praxisphase ist nicht vorgesehen, die Orientierung an der Praxis ist aber ebenfalls ein elementarer Bestandteil des BU-Konzepts.

Lehr- und Lernformen sind weniger an den Inhalten des Studiums ausgerichtet als an dem vorherrschenden Modus einer on-demand Online-Vorlesung. Im didaktischen Konzept wird aber klar ausgeführt, dass der didaktische Methodenbaukasten weit über die Bereitstellung von Video-on-Demand Vorlesungen hinausgeht und abwechslungsreiche sowie sinnvolle Lehr- und Lernmethoden enthält.

Am Curriculum fällt besonders die große Breite der vermittelten Inhalte auf. Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs werden dadurch zwar nicht befähigt, komplexe Aufgaben selbst technisch umzusetzen, sie sind aber sehr wohl in der Lage, die Führungsaufgaben, die eines der

zentralen Qualifikationsziele sind, auch auf fachlich-konzeptueller Ebene mit Nachdruck umzusetzen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.2 Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 MRVO)

Die Dokumentation und Bewertung erfolgt studiengangsübergreifend, da die Rahmenbedingungen für die Mobilität an der BU einheitlich ausgestaltet sind.

Sachstand

Grundsätzlich finden Studierende in den drei vorgestellten Studienprogrammen bereits aufgrund der Gestaltung des Lehr-/Lernkonzeptes und der verwendeten Lehr-/Lernmaterialien eine zeit- und ortsunabhängige Form des Studiums vor. Somit ist auch kein explizit ausgewiesenes Mobilitätsfenster für die zu akkreditierenden Studiengänge vorgesehen. Der Zeitpunkt für das Auslandssemester kann individuell bestimmt werden. Auch Abschlussarbeiten könnten eingebettet in einem Unternehmen außerhalb von Deutschland geschrieben werden und führen zu keinem Zeitverlust.

Aufgrund des modularen Aufbaus sowie des Fernstudienmodells steht es den Studierenden jedoch jederzeit offen, ein Auslandssemester an einer Hochschule zu absolvieren, sofern eine fachliche Äquivalenz der Module der anderen Hochschule mit den Modulen der BU durch die Modulverantwortlichen bestätigt wird. Die Studierenden müssen hierzu möglichst vor Antritt, bzw. spätestens zu Beginn des Auslandsaufenthaltes mit dem bzw. der Modulverantwortlichen das für eine Anerkennung nötige Vorlesungsprogramm abstimmen. Für Studierende, welche den Wunsch haben, ein Semester im Ausland an einer anderen Hochschule zu studieren, wird vorab ein Learning Agreement erstellt.

Die Studierenden werden ebenfalls durch das International Office der BU bei ihrer studentischen Mobilität unterstützt.

Sogenannte Study Coaches unterstützen die Studierenden im Laufe ihres Studiums sowohl bei inhaltlichen oder organisatorischen Fragen als auch bei persönlichen, individuellen Problemen. Auch bei Fragen zur Mobilität kann dieser Service von Studierenden in Anspruch genommen werden, um die Mobilität zu fördern und zu unterstützen.

Übergreifende Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Hochschule begründet das im Curriculum fehlende Mobilitätsfenster darin, dass durch den modularen Aufbau und das orts- und zeitunabhängig gestaltete Onlinestudienkonzept den Studierenden theoretisch jederzeit ermöglicht wird, ein individuelles Semester im Ausland zu absolvieren. Das Gutachtergremium schließt sich dieser Auffassung an. Eine Anrechnung für im Ausland erbrachte Leistungen ist in §19 Prüfungsordnung für alle laufenden und alle zukünftigen Studiengänge angemessen geregelt. Studierende, welche darüber hinaus den Wunsch haben, sich an einer anderen Hochschule im Ausland einzuschreiben, werden durch das International Office der BU bei ihrer studentischen Mobilität beraten und unterstützt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

2.2.3 Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 MRVO)

Die Dokumentation erfolgt studienübergreifend, die Bewertung erfolgt ebenfalls studiengangsübergreifend da die Ressourcen studiengangsübergreifend eingesetzt werden.

Sachstand:

Das Lehrpersonal der Studiengänge besteht aus hauptberuflich lehrenden Professorinnen und Professoren und nebenberuflichen Dozentinnen und Dozenten. Nach den hochschulischen Rahmenvorgaben wird die Lehre in diesen Studiengängen zum überwiegenden Teil (>50%) von Professorinnen und Professoren geleistet. Ein großer Teil der Lehre wird von Professorinnen und Professoren und Dozentinnen und Dozenten übernommen, die bereits in die Lehre der bisherigen Studiengänge der BU involviert sind. Nebenberufliche Dozenten und Dozentinnen unterstützen die Professoren und Professorinnen als wissenschaftliche Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen bei der Lehre in allen akademischen Angelegenheiten wie Lehr-, Betreuungs-, und Prüfungsaufgaben. Sie sind an der BU angestellt und werden entsprechend der Aufgabengebiete in den Studiengängen eingewiesen. Für alle Lehrenden sind die Qualifikationsvorgaben des Hamburgischen Hochschulgesetzes verpflichtend.

Aktuell verfügt die BU über insgesamt 11 Professuren mit einem Gesamtumfang von 10,67 Vollzeitäquivalenten (VZÄ), sowie 50 Dozierende (Lehrbeauftragte) bei rund 360 eingeschriebenen Studierenden.

Zusätzlich ist auf Basis der landesrechtlichen Auflagen zur staatlichen Anerkennung der BU durch den Hamburgischen Senat die Schaffung weiterer Professuren dieser drei Studiengänge vor dem Start vorgegeben:

- Professur mit Denomination „Marketing und Kommunikation“ mit 0,6 VZÄ. Besetzungsfrist zum 01.10.2022
- Professur mit Denomination „E-Commerce“ mit 0,6 VZÄ. Besetzungsfrist zum 01.11.2022
- Professur mit Denomination „Medienmanagement“ mit 0,6 VZÄ. Besetzungsfrist zum 15.11.2022

Die BU strebt in den neuen Studiengängen ein professorales Betreuungsverhältnis von 1:200 an, um eine entsprechende Betreuungsqualität im Online-Studium zu gewährleisten. Die drei Professuren sind bereits eingerichtet und die Besetzungsverfahren sind gestartet. Es bestehen dann drei Professuren, die entsprechend dem definierten Schlüssel bis zu 600 Studierende betreuen können. Auf dieser Grundlage plant die Hochschule ab dem vollständigen Start der Studiengänge ab Januar 2023 für das Kalenderjahr 2023 mit durchschnittlich 10 Studienanfänger und Studienanfängerinnen pro Studiengang pro Monat, was 360 Studierenden für das Jahr 2023 entspricht.

Die BU bietet ihren Lehrenden Möglichkeiten zur Weiterqualifizierung. Auf der Basis von Lehrveranstaltungsevaluationsergebnissen, Informationen aus den jährlichen Mitarbeitergesprächen werden die Weiterbildungs- und Schulungsmaßnahmen von den individuellen Bedarfslagen der Lehrenden abgeleitet, die jährlich im Sommersemester identifiziert werden. Ein wesentlicher Aspekt sind dabei auch die jährlichen Briefings aller Lehrenden des Studienganges. In Workshops werden den Lehrenden hier durch die Studiengangsleitung, die Stabsstelle QS und dem Vizepräsidenten für Lehre und Studium alle wesentlichen Rahmenaspekte und Leitlinien zur Qualität der Lehre, zu didaktischen Rahmenkonzepten und zu anderen wichtigen Aspekten vermittelt.

Übergreifende Bewertung aller Studiengänge: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Finanzbedarf zur Einrichtung der Studiengänge ist grundsätzlich durch die Hochschule gesichert. Die Studiengänge werden dabei so eingerichtet, dass sie durch die erhobenen Studiengebühren finanziert werden und sich selbst tragen. Der Zeitplan für die Besetzung der Professorenstellen ist ausgesprochen eng. Unter Maßgabe der normalen Berufungsvorgänge an staatlichen Hochschulen wäre eine fristgerechte Berufung und Arbeitsaufnahme der neuen Lehrstuhlinhaber bis zur Aufnahme des Studienbeginns nach Auffassung des Gutachtergremiums nicht zu leisten. Private Hochschulen sind an dieser Stelle jedoch flexibler. Zudem unterliegt die BU als private Hochschule vereinfachten Prozessen zur Berufung neuer Professorinnen und Professoren und verfügt inzwischen auch über entsprechende Erfahrungen in der Besetzung von freien Stellen. Darüber hinaus existiert eine schlüssige und mit den verantwortlichen Behörden in Hamburg abgestimmte „Alternativplanung“, um die personellen Voraussetzungen für die Aufnahme des Studienbetriebs in jedem Fall zu erfüllen. Dieser umfasst die Sicherstellung der für die Lehre benötigten personellen Ressourcen mittels Export der zur Verfügung stehenden Lehrenden aus den Präsenzstudiengängen und den angeschlossenen Dozenten und Dozentinnen. Diese „Alternativplanung“ kann jedoch nur als Übergangs-

lösung angesehen werden. Zur langfristigen Absicherung der Lehre sind fest angestellte und berufene Professuren erforderlich, welche die Studiengänge fachlich und inhaltlich weiterentwickeln. Das Gutachtergremium geht daher davon aus, dass die offenen professoralen Stellen in den Studiengängen spätestens ein Jahr nach Aufnahme des Studienbetriebs besetzt sind. Andernfalls wäre eine qualitätsvolle Lehre langfristig nicht abgesichert. Die Hochschule gab ferner einen Einblick in die aktuell laufenden Prozesse zur Berufung der neuen Stellen und konnte das Gutachtergremium damit überzeugen, dass alle erforderlichen Schritte eingeleitet wurden, um eine zeitnahe Berufung sicherzustellen.

Die Lehrenden an der BU machten in den Gesprächen einen engagierten Eindruck, auch in Bezug auf die zeitnahe Besetzung neuer Kollegen und Kolleginnen in den drei neuen Studiengängen. Die aktuelle Zusammensetzung des Lehrkörpers ist eine interessante Mischung aus industriellem und akademischem Hintergrund. Der professorale Betreuungsschlüssel wird mit 1:200 im Vergleich zu ähnlich aufgestellten Hochschulen als ausreichend bewertet, er liegt sogar über dem Betreuungsschlüssel anderer Anbieter von Online-Studiengängen. Unterstützt werden die professoralen Lehrenden in der Betreuung der Studierenden durch wissenschaftlichen Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen (siehe auch Kapitel 2.2.4). Die BU rechnet bzw. plant im Jahr 2024 mit 12 Studierenden/Monat pro Studiengang und im Jahr 2025 mit 14 Studierenden/Monat und Studiengang und erweitert das wissenschaftliche Personal bedarfsgerecht. Dies zielt langfristig auf die Verzahnung zwischen Theorie und Praxis an der BU ein. Alle bisherigen Lehrenden sind aus Sicht des Gutachtergremiums gut qualifiziert.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

2.2.4 Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 MRVO)

Die Dokumentation und Bewertung erfolgen studiengangsübergreifend, da die (insbesondere Sachausstattung einschließlich IT-Infrastruktur) studiengangsübergreifend genutzt werden.

Sachstand

Die Unterstützung der Studierenden durch die Verwaltungs- und erweiterten Servicebereiche erfolgt nachfrageorientiert. Aktuell sind vierzehn Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen für die Betreuung der Studierenden und Lehrenden verantwortlich.

Die Verwaltungs- und Serviceunterstützung für Studierende und Lehrende im Studienbetrieb erfolgt durch die Bereiche Studierendenbüro, Bewerberservice, Study Coach, Prüfungsamt, Bibliothek, International Office, Infrastrukturmanagement, Buchhaltung und wird ergänzt durch Aufgaben des Kanzlers und des Vizepräsidenten für Lehre und Forschung.

Für den Bereich der nicht-akademischen Betreuung durch den Student Service wurde auch ein Betreuungsschlüssel von 1:200 festgelegt, für die akademische Betreuung und für weiteres wissenschaftliche Personal inklusive Study Coaches 1:100. Die Study Coaches stehen den Studierenden lediglich für grundlegende inhaltliche Fragen zur Verfügung und leiten alles Weitere an die relevanten professoralen Ansprechpersonen weiter, sodass eine klare Trennung besteht.

Der Student Service wird von der ELG zur Verfügung gestellt, er ist für die Studierenden ein technischer und funktioneller Service und Support Provider, bspw. wenn es um Fragen der Einrichtung und Nutzung der Lernplattform und ihrer Komponenten geht. In solchen Fällen arbeiten die Studiengangsleitungen eng mit dem Student Service zusammen. Dessen Unterstützung der Studierenden erfolgt bedarfsgetrieben. Bei Bedarf wird das Betreuungspersonal entsprechend es Studierendenaufwuchses angepasst.

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind während der offiziellen Arbeitszeiten (Montag - Samstag) sowohl via Lernplattform/E-Mail als auch telefonisch ansprechbar. Fragen werden nach Angabe der BU i.d.R. innerhalb eines Werktages beantwortet. Die Servicebereiche sind im Intranet der Hochschule mit Kontaktdaten, Ansprechzeiten u.ä. dokumentiert. Im Intranet (Teil der Moodle-Lernplattform) sind zudem alle relevanten Dokumente für Studierende wie Ordnungen, Protokolle u.a. in der geltenden Fassung veröffentlicht.

Die konzeptionelle Erarbeitung sowie die inhaltlich-curriculare Abstimmung neuer Studienmaterialien gehört zu den Aufgaben der Studiengangsleitungen. Diese verantworten die didaktische Entwicklung und Weiterentwicklung der Studiengänge sowie die Sicherstellung der Aktualität der Inhalte auf der Lernplattform. Dabei koordiniert die jeweilige Studiengangsleitung alle modulverantwortlichen Professorinnen und Professoren sowie die weiteren Lehrenden und wissenschaftlichen Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.

Sollten inhaltliche Überarbeitungen nötig werden, leitet die BU die ELG bei der technischen Produktion der Inhalt an. Vor einer Freigabe der Materialien für Studierende, erhalten alle Modulverantwortlichen Zugang, um die neuen Versionen zu überprüfen. Eine Freigabe durch die Modulverantwortlichen wird an die jeweilige Studiengangsleitung übermittelt, die diese bündelt und an die ELG als Producer weiterleitet. Die Studiengangsleitungen sind dann final inhaltlich verantwortlich für die Freigabe des produzierten multimedialen Studienmaterials.

Die Studierenden haben Online-Zugriff auf die relevante Literatur. Durch diesen Online-Bibliothekszugriff können Studierende und das wissenschaftliche Personal orts- und zeitunabhängig auf jegliche relevante Literatur zugreifen. Darüber hinaus haben Studierende und Lehrende Zugang zu den Online-Services der EBSCO Datenbank und der STATISTA Datenbank.

Auch hier ist die Qualität der Verwaltungs- und Serviceprozesse maßgelblich abhängig von der Qualifikation, den Kompetenzen und der Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieser Bereiche. Um eine möglichst hohe Betreuungsqualität zu gewährleisten, sollen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieser Bereiche an der BU systematisch weitergebildet werden. Die Weiterbildung basiert auf den Zielsetzungen und Richtlinien der Hochschule und auf den individuellen Bedarfslagen der Service- und Verwaltungsmitarbeiter. Die Bedarfsermittlung soll einmal jährlich stattfinden und auf den Daten der Evaluation der Serviceprozesse und den Informationen aus jährlichen Mitarbeitergesprächen basieren. Aus den Ergebnissen werden Weiterbildungsmaßnahmen identifiziert, Maßnahmen geplant und umgesetzt.

Die Ausstattung von Service und Verwaltung ist auf dem neuesten technischen Stand. Für die Studierenden steht unter anderem ein umfassendes Lehr- und Lernmanagementsystem (Moodle) im Intranet der Hochschule zur Verfügung. Hier können Studierende und Lehrende beispielsweise ein jeweils aktuelles vollständiges Lehrveranstaltungsverzeichnis mit Detailbeschreibungen abrufen sowie alle weiteren für das Studium und den Studienbetrieb relevante Informationen.

Für die vorgestellten Online-Studiengänge sind keine zusätzlichen Seminar-, Labor- und Aufenthaltsräume für die Studierenden notwendig. Verpflichtende Präsenzphasen oder auch die Online-Teilnahme zu festgelegten Zeiten sind im vorliegenden Studienkonzept nicht vorgesehen. Der Hauptbedarf an räumlicher Ausstattung liegt in den Büros für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie der Bereitstellung einer belastbaren, digitalen Infrastruktur durch die ELG. Diese ist ebenfalls für die Pflege und alle weiteren technischen Services der Lernplattform und ihrer Einzelkomponenten verantwortlich. Das beinhaltet auch den technischen Support aller Beteiligten.

In der eingesetzten asynchronen Online-Lehre auf MOOC-Basis stehen die Lehrmaterialen den Studierenden zeit- und ortsunabhängig immer zur Verfügung. Somit sind keine fixen Zeiten für synchrone Lehrveranstaltungen vorgesehen und es sind somit keine Aufzeichnungen derartiger Formate notwendig Entsprechende Videos wurden bereits als Teil der Materialien vorweg produziert. Die modulspezifischen Unterlagen pro Modul stehen den Studierenden zeitunabhängig zur Verfügung. Dabei werden die folgende Lehr-Lehrmaterialien auf der Lernplattform genutzt, um die Inhalte in den Modulen kompetenzorientiert und didaktisch aufbereitet zu vermitteln und die durch die Studierenden pro Modul sequenziell abgerufen werden können: Skripte, Audiobooks der Skripte, Begrüßungsvideos für die einzelnen Kurse innerhalb der Module, Shortcasts für die einzelnen Kurse

innerhalb der Module, Abschlussvideos für die einzelnen Kurse innerhalb der Module, Videovorlesungen, Videoseminare mit Praxisaufträgen, Video-Experteninterviews, Podcasts, Linklisten, Kontrollfragen, Interaktive Lernzusammenfassungen, Repetitorien, Fallstudien, Simulationen.

Die Finanzierung der Studiengänge erfolgt vollständig durch Einnahmen aus den Studiengebühren. Eventuelle Finanzierungsengpässe werden von der Trägerin der Hochschule ausgeglichen. Zusätzlich gibt es durch die Aufsichtsbehörde die finanzielle Auflage der finanziellen Sicherheit in Form einer Patronatserklärung mit Bankgarantie.

Übergreifende Bewertung aller Studiengänge: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die erforderlichen personellen Ressourcen im Verwaltungsbereich sowie die technischen Ressourcen sind für die Umsetzung der Studiengänge gut gegeben. Die BU hat sich während der Coronakrise intensiv mit den Prozessen, der Technik und den didaktischen Herausforderungen der Onlinelehre auseinandersetzen müssen. Diese Erfahrung kann und soll nun für die neuen Onlinestudiengänge genutzt werden. Dadurch sind in diesen Bereichen keine außergewöhnlichen Schwierigkeiten im Studienbetrieb zu erwarten. Dies gilt sowohl für die Durchführung der Lehrveranstaltungen als auch für die Verwaltungsprozesse, welche fast vollständig remote verfügbar sein müssen.

Zum erstmaligen Start der Online-Studiengänge sind nach den Angaben der BU die Lehrmaterialien der jeweils ersten 12 Studienmonate auf der Lernplattform verfügbar. Die weiteren Materialien werden fortlaufend erstellt. In allen Online-Studiengängen werden die Module sequenziell absolviert. Die Studienmodule werden im Unterschied zu Präsenzstudiengängen eines nach dem anderen von den Studierenden bearbeitet und sind dann mit einer erfolgreichen Modulprüfung abzuschließen.

In den Gesprächen wurde die intensive Auseinandersetzung mit dieser Materie während der Coronakrise deutlich, wie sie auch in anderen Hochschulen zu beobachten war und ist. Die Brand University setzt bereits die Software „Moodle“ ein, hat damit eingehende Erfahrungen gesammelt und plant, diese vollumfänglich für die neuen Studiengänge einzusetzen. Der Einsatz dieser Software ist marktüblich und sinnvoll. Durch die Kooperation mit der ELG können aktuell fehlende Ressourcen in der Betreuung der Studierenden adäquat sichergestellt und bei Bedarf weiter ausgebaut werden. Es sind in der Aufwuchsphase zunächst zwei wissenschaftliche Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen geplant, bis Ende 2023 soll ein Ausbau auf vier Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen erfolgen im Endausbau sollen dann insgesamt sieben wissenschaftliche Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen im Bereich Studium und Lehre mit unterstützen. Ergänzend hierzu sollen bis Ende 2023 zwei Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen im Student Service eingesetzt werden, 2024 drei und Ende 2025 dann vier Personen im Student Service tätig sein. Damit wären die geplanten Betreuungsschlüssel von 1:100 im fachlich inhaltlichen Bereich durch wissenschaftliche Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen und 1:200 im Servicebereich gut abzudecken.

Die geplante Studierendenzahl von maximal rund 600 Studierenden bis Ende 2025 wäre bei Präsenzstudiengängen mit der aktuellen Raumausstattung nicht zu bewältigen, dieser Aufwuchs stellt nach Bewertung der Gutachtergruppe für die Onlinestudiengänge kein Problem dar.

Die personelle Situation in der Verwaltung und dem Management ist ausreichend, um die Arbeitsbelastung durch die zusätzlichen Studierenden und Studiengänge bewältigen zu können. Während der Begehung wurden auch die Studierenden hierzu befragt, welche angaben, mit der aktuellen Reaktionszeit der Verwaltung zufrieden zu sein. Diese würde schnell auf die individuellen Probleme und Anliegen der Studierenden eingehen. Dies wertet das Gutachtergremium als positives Zeichen für eine gelebte Open Door Policy an der BU. Es wird daher davon ausgegangen, dass sich diese besondere Studierendenfreundlichkeit ebenfalls auf die Betreuung der Studierenden in den neuen Studiengängen überträgt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

2.2.5 Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 MRVO)

Die Dokumentation und Bewertung erfolgt studiengangsübergreifend, da die Organisation des Prüfungswesens für alle Studiengänge fakultätsweit einheitlich geregelt sind. Zudem weisen aufgrund der hohen fachlichen Nähe der Studiengänge und der genutzten Synergieeffekte die eingesetzten Prüfungsformate eine hohe Affinität auf.

Sachstand

Gemäß Prüfungsordnungen der BU können neben schriftlichen Klausuren an der Hochschule auch Online-Klausuren abgenommen werden. Weitere Prüfungsformate sind mündliche Prüfungen, Forschungsarbeiten, Seminararbeiten, Case Studies, Projektarbeiten, Praxisreflektion sowie Open Book Prüfung.

Die Prüfungsform der einzelnen Modulprüfungen wird nach dem jeweiligen Problemcharakter des Lernstoffes gewählt. So werden bspw. Kompetenzen, welche theoretisches Wissen oder Transferleistungen zur beruflichen Praxis voraussetzen und schriftlich darstellbar sind, durch eine Klausur geprüft, während Module, welche eher eine Verbindung zu praktischen Problemstellungen herstellen, in Form einer Case Study bearbeitet werden.

Aufgrund der asynchronen Studienstruktur gibt es an der BU keine definierten Prüfungszeiträume. Jedes Modul wird einzeln absolviert und schließt mit einer Modulprüfung oder schriftlichen Ausarbeitung ab. Modulteilprüfungen sind i.d.R. nicht vorgesehen. Für die Prüfungsvorbereitung werden

ca. 4 – 8 Wochen eingeplant. Online-Klausuren werden an einem frei gewählten Arbeitsplatz geschrieben, welche mittels einer Verbindung zum Internet übertragen- und durch eine computergestützte Aufsicht überwacht wird.

Die Regelstudienzeiten von Voll- und flexiblen Teilzeitvarianten für die drei neuen Studiengänge sind bereits entsprechend in den jeweiligen Prüfungsordnungen geregelt.

Übergreifende Bewertung für alle Studiengänge: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die hier besprochenen Studiengänge decken in ihren Curricula weite Themenfelder ab. Aus diesem Grund ist es besonders begrüßenswert, dass in diesem Zusammenhang ein breiter Kanon an Prüfungsverfahren zur Anwendung gebracht wird, der ein kompetenzorientiertes und modulbezogenes Prüfen in den Modulen ermöglicht. Die hohe Varianz der unterschiedlichen Prüfungsformen umfasst klassische Ansätze wie z.B. den einer Klausur, welche sowohl in physischer Präsenz, aber auch ortsunabhängig digital abgeleistet werden kann. Besonders hervorzuheben ist, dass die Anmeldung zu einer Online-Klausur jederzeit möglich ist und dass hierzu keine Anmeldefristen eingehalten werden müssen. Ein ähnlich hohes Maß an Individualisierung lässt auch das Format der sog. Open Book Prüfungen zu, in deren Rahmen Hilfsmittel frei verwendet werden dürfen. Diese Art der Prüfung kann ebenfalls digital oder in physischer Präsenz abgeleistet werden. Gerade mit Blick auf die Erfahrungen aus dem Digitalunterricht während der Corona-Pandemie erscheint dies als ein wichtiges Format in der reinen Online-Lehre. Prüfungen dieser Art sind gut geeignet, um z.B. die Vertiefung von Informationswissen zu überprüfen. Für die Überprüfung von Erfahrungswissen wird im Kontext der hier vorliegenden Studiengänge beispielsweise auf das Format der Case Study zurückgegriffen, welche in Form einer induktiven qualitativen Forschungsarbeit im Umfang von ca. 13-16 DIN A4-Seiten abzuleisten ist. In der Gesamtschau ergibt sich, dass die in der Prüfungsordnung dargelegten Prüfungsverfahren nicht nur den unterschiedlichen Qualifikationszielen in den hier zu besprechenden Studiengängen entspricht, sondern in sich Weiterentwicklungen (z.B. von der „klassischen“ Klausur in Präsenz zur reinen Online-Klausur) beinhalten, welche ein höheres Maß an individueller Selbstbestimmung für die Studierenden hinsichtlich der Organisation des Studiums zulässt. Sowohl die Prüfungsdichte (die Prüfungen spielen sich mit Ausnahme von Bachelor-/ Masterprüfung und Kolloquium auf Modulebene ab) als auch die durch hohe Variabilität gekennzeichnete Prüfungsorganisation erleichtern die Studierbarkeit der spezifischen Studiengänge. Diese Variabilität ist nach Ansicht des Gutachtergremiums für die vorgelegten Programme positiv zu bewerten.

Die Reglungen für Studierende in sämtlichen Teilzeitvarianten gelten analog.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

2.2.6 Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 MRVO)

Die Dokumentation und die Bewertung erfolgen studiengangsübergreifend, weil die Maßnahmen zur Gewährleistung der Studierbarkeit einheitlich sind.

Sachstand

Die entsprechende Studienorganisation beruht auf den langjährigen Erfahrungen und Planungsmethoden der BU. Sie nutzt die existierende organisatorische, prozessuale und methodische Infrastruktur. Dadurch ist die Studierbarkeit des Studienganges gewährleistet. Die in jedem Semester stattfindenden Evaluationen sind eine zusätzliche Grundlage der Überprüfung und eventuellen weiteren Verbesserung der Studierbarkeit für alle Beteiligten.

Da der Studienbetrieb dieser Studiengänge der BU auf Fernlehre basiert, erfolgt der Studienbetrieb asynchron und wird von jedem Studierenden individuell genutzt. Jedoch finden die Studierenden die gesamte Studienstruktur und alle für sie relevanten Regelungen, Informationen und Lehrmaterialien, die sie für ein gut organisiertes Studium benötigen auf der Lernplattform. Die Studierenden werden bei Vernetzung untereinander mittels Chats und Foren ebenso auf der Lernplattform unterstützt. Mit Studienbeginn erhalten sie einen geschützten Zugang zu dieser Lernplattform sowie eine umfassende Einführung. Sie finden hier auch Anleitungen und Tutorials zu allen Fragen des Studiums. Der Semesterverlauf folgt somit einer klaren Struktur. Jedes Modul besteht aus einer Studienphase und einer Prüfungsvorbereitungsphase.

Da die persönliche Betreuung an der BU einen hohen Stellenwert einnimmt, können die Studierenden sich bei Fragen oder Problemen jederzeit auch persönlich an die Studiengangsleitung des jeweiligen Studiengangs, die Modulverantwortlichen, die Studierendenberatung, das Studiensekretariat oder das Prüfungsamt wenden. Hierfür nutzen die Studierenden vor allem die Lernplattform zum internen und externen Austausch. Die ELG übernimmt dabei einen Großteil der alltäglichen Betreuungsaufgaben mit den Studierenden als First-Level-Support (FLS). Dies schließt alle technischen, administrativen und eine erste inhaltliche Klärung mit ein. Weitere Fragen, welche über den FSL hinausgehen, werden an die entsprechenden Verantwortlichen weitergeleitet, sodass die Studierenden eine Antwort spätestens nach einem Werktag erhalten. Die Sprechzeiten der Verantwortlichen sind in der Lernplattform transparent einsehbar. Die ELG stellt auch bei krankheitsbedingten Ausfällen eine reibungslose Unterstützung der Studierenden sicher.

Hinsichtlich der Prüfungslast absolvieren die Studierenden im Vollzeitsetting im Regelfall maximal 5 Prüfungen pro Semester. Die unterschiedlichen Lernformen sind mit spezifischen Prüfungsformen

gekoppelt. Die Studierenden melden sich für die Prüfungen selbstständig an und können somit Belastungsspitzen vermeiden. Die Module in den Studienprogrammen schließen mit jeweils einer Prüfung ab.

Übergreifende Bewertung für alle Studiengänge: Stärken und Entwicklungsbedarf

In den vorliegenden Studienprogrammen bestimmt eindeutig der Modus des Onlinestudiums einen Großteil der Studierbarkeit. Durch die Möglichkeit, den Studiengang jederzeit (nach erfolgter Zulassung) zu starten und auch jederzeit beliebige Lehrveranstaltungen auf der Lernplattform zu besuchen, sind für die Planung des gesamten Studienablaufs die Studierenden selbst verantwortlich.

Die Studienorganisation gewährleistet einen reibungsfreien Studienbetrieb. Module schließen i.d.R. mit einer Prüfung pro Modul ab, die Studierenden haben bei einem Vollzeitstudium fünf Prüfungen pro Semester, mit Ausnahme des letzten Semesters und dem Schreiben der Abschlussarbeit. Hier reduziert sich die Prüfungslast entsprechend.

Um zu verhindern, dass die Anforderungen und der damit verbundene Arbeitsaufwand zu groß sind oder sich im Lauf der Zeit stark vergrößern, setzt die BU auf verpflichtende Evaluationen am Ende jedes Moduls, welche die tatsächliche Arbeitsbelastung abfragen, um Rückschlüsse auf die allgemeine Studierbarkeit zu schließen.

Positiv wird bewertet, dass Studierende den Workload nach persönlicher Lebenssituation reduzieren können. Beim Bachelor schlägt die Hochschule exemplarisch die Reduktion auf 24, 18 oder 12 CP je Semester vor, sodass die Studierenden ein festes Pensum an Modulen und Workload absolvieren und die Studienzeit nicht unnötig hinausgezögert wird. In den MBA-Programmen wird den Studierenden eine Reduzierung auf 24 bzw. 21 ECTS-Punkten pro Semester vorgeschlagen.

Die BU hält zudem eine Vielzahl an Personal mit unterschiedlichen Rollen und Verantwortlichkeiten vor, welche die Studierenden auf ihrem individuellen Weg durch das Studium (analog oder digital) beraten und gut unterstützen. Nach dem Eindruck der Gutachtergruppe wird die Betreuung der Studierenden auf unterschiedlichen, organisatorischen Ebenen angemessen sichergestellt. Mit der ELG, welche einen überwiegenden Teil der technischen Betreuung übernimmt, hat die BU eine erfahrene Partnerin im Bereich von Online-Studiengängen. Neben dem technischen Support gewährleistet sie keine, oder lediglich eine rudimentäre inhaltliche Betreuung und leitet fachliche Fragen an die zuständigen Lehrenden weiter. Die Betreuungszeiten erstrecken sich sinnvollerweise auch auf Samstage, was ein zeit- und ortsunabhängiges Studium fördert.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

2.2.7 Besonderer Profilanspruch (§ 12 Abs. 6 MRVO)

Sachstand

Die Studiengangsprofile dieser drei Studiengänge zeichnen sich durch ein Fernstudienkonzept aus, welches ein individuelles Lernverhalten der Studierenden voraussetzt. Es ermöglicht den Studierenden den optimalen Lernerfolg sowie eine bestmögliche Flexibilität in Bezug auf örtlicher und zeitlicher Gebundenheit. Studierende können sich darüber hinaus in eigenen Gruppen, Foren und Chats auf der studiengangsspezifischen Lernplattform vernetzen und austauschen. Fähigkeiten und Kenntnisse werden im Rahmen unterschiedlicher Kursinhalte und Prüfungsformen erarbeitet und individuell gefestigt. Alle relevanten Unterlagen (z.B. Skripte, eBooks, Lernvideos, Interaktive Übungen oder Hörbücher) werden auf der Lernplattform zentral zur Verfügung gestellt, um den geforderten Lernerfolg sicher zu stellen. Diese Flexibilität unterstützt auch berufstätige Studierende bei der Organisation des Studiums neben dem Beruf.

Übergreifende Bewertung für alle Studiengänge: Stärken und Entwicklungsbedarf

Gemäß der Angaben im Selbstbericht sollen alle begutachteten Studiengänge ab dem 01.10.2022 in Vollzeit als Fernstudiengänge angeboten werden. Aufgrund des flexiblen Aufbaus des Online-Studiums, können die Studiengänge nach Angabe der BU auch in Teilzeit (ohne feste Semesterstruktur) studiert werden, wobei sich der Studienverlauf nach den individuellen Kapazitäten der Studierenden richtet und zu jeder Zeit begonnen, pausiert und wieder aufgenommen werden kann. Exemplarisch gibt die Hochschule die Varianten in Teilzeit mit 12, 18 und 24 CP an, welche jedoch nicht verpflichtend sind. Module können ohne Berücksichtigung der Semesterzeiten sukzessive gestartet und abgeschlossen werden. Die aufeinander aufbauenden Kurse werden dabei vollständig über Online-Tools in der Lernplattform abgerufen und sind damit räumlich unabhängig absolvierbar.

Dem Wunsch nach einem vollkommen flexiblen Studium für die Studierenden stehen die Regelungen in den Prüfungsordnungen gegenüber. In der Bachelorprüfungsordnung wird für das Teilzeitstudium eine Regelstudienzeit von bis zu 10 Semestern angegeben, eine längere Dauer ist auf Antrag möglich. Für die beiden MBAs hingegen wird in der Masterprüfungsordnung nur eine viersemestrige Studiendauer im Teilzeitstudium angegeben, hier wäre eine längere mögliche Studiendauer sicherlich für die Studierenden hilfreich.

Die Lehrmaterialien sind dabei multimedial so aufbereitet, dass die Inhalte zielgerichtet vermittelt werden können. Alle Materialien (auch Video-Aufzeichnungen) stehen den Studierenden jederzeit zur Verfügung und können mit entsprechenden Endgeräten auch mobil über die Lernplattform abgerufen werden. Neben den Lehrveranstaltungen finden ebenfalls alle Prüfungen via online statt, sodass keine zeitlichen und räumlichen Einschränkungen bestehen. Verpflichtende Präsenzphasen

oder auch die Online-Teilnahme zu fixen Zeiten sind nicht vorgesehen. Dadurch stehen die Studiengänge generell auch Studierenden offen, welche ihr Studium neben einer beruflichen Tätigkeit betreiben wollen und zeitliche Flexibilität (ohne klassische Semesterzeiten) benötigen. Eine zu erbringende Mindestanzahl an CP je Studienmonat ist in den Studiengängen nicht vorgesehen.

Sollten sich Studierende hinsichtlich der gewählten Studienvariante (Voll-/Teilzeit) umentscheiden wollen, so ist ein Wechsel in eine andere Variante möglich. Bereits absolvierte Module werden dann angerechnet und müssen nicht noch einmal absolviert werden. Das Gutachtergremium geht davon aus, dass die Angebote aufgrund der kurzfristigen Planung rechtzeitig und transparent an alle Studieninteressierten kommuniziert werden.

Die Erarbeitung der Studienmaterialien erfolgt nach Angaben der Hochschule rechtzeitig zu Studienbeginn und wird sukzessive für alle Folgesemester aufgebaut. Das Gutachtergremium konnte sich davon überzeugen, dass vereinzelte Inhalte bereits zur Begehung im April 2022 verfügbar waren. Dies umfasste eine kleine Auswahl an Begrüßungsvideos und Skript-Entwürfe in den Einführungsmodulen der Studiengänge, welche zur Funktionsweise der Lernplattform präsentiert wurden. Über die Zeit werden dann alle Semester mit Inhalten gefüllt und stehen den Studierenden rechtzeitig zur Verfügung. Ein Vorgehen was auch an anderen Hochschulen mit Fernstudienangeboten nicht unüblich ist.

Die inhaltliche Verantwortung der Modulinhalte übernehmen dabei die jeweiligen Modulverantwortlichen, welche sich mit den Studiengangleiterinnen und -leitern abstimmen müssen, bevor sie durch diesen bei der ELG zur Produktion freigeben werden. Die finale Produktion aller Studienmaterialien übernimmt die ELG und pflegt diese entsprechend in die Lernplattform der Studiengänge ein. Sollte eine Überarbeitung der Studienmaterialien nötig sein, erfolgt diese ebenfalls in einem definierten Überarbeitungsprozess. Dieser kann einerseits von den Studierenden und Lehrenden direkt über die Lernplattform angestoßen werden, aber auch auf Grundlage der Modulevaluation erfolgen. Die Überarbeitung der Inhalte wird zwischen Modulverantwortlichen, Studiengangleitung und ELG abgestimmt.

Zur regelmäßigen internen Abstimmung der inhaltlichen und didaktischen Aspekte der einzelnen Module, finden halbjährlich Studiengangkonferenzen statt. In deren Rahmen werden die Lehrenden von der Studiengangsleitung über alle für den Studiengang relevanten Veränderungen informiert und können sich untereinander organisatorisch koordinieren. Außerdem nimmt der Vizepräsident für Lehre und Studium teil.

In Modulen mit möglichen Anteil an Gruppenarbeiten wird angeregt, in Hinblick auf die besondere Lehrmethodik des Fachbereichs ebenfalls ein didaktisches Konzept zu erarbeiteten, um in der Gruppe erbrachte Leistungen entsprechend zu koordinieren, zu betreuen und bewerten zu können. Diese Vorgaben sollten individuell in allen neuen Studiengängen umgesetzt werden können. Eine

Möglichkeit wäre bspw., zeitlich vereinheitlichte (Start)-termine für Module mit Anteilen einer Gruppenarbeit. Hier böte sich ggf. auch ein durchlässiges System der Präsenz- und Fernlehre an, um einem Mangel an Studierenden vorzubeugen.

Das Online-Konzept ist nach Bewertung des Gutachtergremiums gut ausgearbeitet, die technische Voraussetzungen sind zweifelsfrei vorhanden, die Lernsettings bilden das Profil gut ab. Durch die große Flexibilität und die Möglichkeit eines zeit- und ortsunabhängigen Lernens, wird hier auch ein Studium für Personen ermöglicht, die aufgrund ihrer persönlichen Umstände kein Präsenzstudium ermöglichen können.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

2.3 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO): Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 MRVO)

Die Dokumentation und die Bewertung erfolgen studiengangsübergreifend, weil die Maßnahmen zur fachlich-inhaltlichen Gestaltung der Studiengänge über alle Studiengänge hinweg einheitlich sind.

Sachstand

Die BU ist eine Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Ihre Anwendungsforschung ist dementsprechend zusätzlich anwendungsorientiert. Im Digitalen Zeitalter sind dabei auch Aspekte und Potentiale digitaler Technologien zentral für die Lehr- und Forschungsaktivitäten der BU. Der Forschungsausschuss der Hochschule ist das zentrale Gremium zur Planung, Steuerung und Organisation aller Forschungsaktivitäten. Er wird von dem Vizepräsidenten für Forschung geleitet.

Die Studiengangsleitung ist für die inhaltliche und personelle Leitung, die Studienorganisation und alle Lehrprozesse verantwortlich. Zu den wesentlichen Aufgaben der Studiengangsleitung gehören die konzeptionelle, inhaltlich-curriculare und didaktische Weiterentwicklung des Studienganges, die Verbindung zwischen Forschung und Studium und die Steuerung von Organisation und Prozessen. Sie organisiert im Zusammenwirken mit Lehrenden und den Servicebereichen den operativen Lehrbetrieb und ist für das Recruitment, den Einsatz, die Evaluierung und die Weiterbildung der Lehrenden verantwortlich. In allen Prüfungsangelegenheiten arbeitet sie auf Entscheidungsebene eng mit dem Prüfungsausschuss des Studienganges, dem Senat der Hochschule und den Modulverantwortlichen zusammen. Bei den prüfungsrechtlichen Themen arbeitet sie eng mit dem Prüfungsamt zusammen. Die Studiengangsleitung hat auch die zentrale Aufgabe, die umfassende Umsetzung der

strategischen, inhaltlichen und didaktischen Rahmenvorgaben und Ziele des Studienganges regelmäßig in Zusammenarbeit mit dem Qualitätsmanagement der Hochschule zu überprüfen und dabei aus Evaluationen gewonnene Erkenntnisse im Sinne der weiteren Optimierung ebenfalls zu berücksichtigen.

Zur regelmäßigen Abstimmung der inhaltlichen und didaktischen Aspekte der einzelnen Module des Studienganges findet eine Studiengangskonferenz statt. In deren Rahmen werden die Lehrenden von der Studiengangsleitung über alle für den Studiengang relevanten Veränderungen informiert und können sich untereinander organisatorisch koordinieren. Darüber hinaus bieten die Konferenzen eine Plattform für Erfahrungsaustausch und Veränderungsvorschläge durch Lehrende. Damit können sich auch nebenberuflich Lehrende in die konzeptionellen, planungsbezogenen, organisatorischen und evaluatorischen Prozesse einbinden. Außerdem nimmt der Vizepräsident für Lehre und Studium an der Studiengangskonferenz teil.

Lehrende werden systematisch weitergebildet, Diese Weiterbildung hat eben ihr Fundament in den Zielsetzungen, dem Leitbild und in den Transformationenprozessen von Lehren und Lernen im jeweiligen Forschungsgebiet. Unterstützt wird dies durch regelmäßige Weiterbildungs- und Schulungsmaßnahmen aufbauend auf den individuellen Bedarfslagen des Lehrpersonals. Lehrenden steht ein finanzielles Budget zur Verfügung, welches für den Besuch von Fachkonferenzen eingesetzt werden kann, um dort den Austausch mit Fachkollegen vorzunehmen.

Studiengangsübergreifende Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Modulbeschreibungen, die Inhalte, die zu vermittelnden Kompetenzen und die zugrunde gelegte Fachliteratur lassen keinen Zweifel an der Aktualität der Studiengänge aufkommen. Empirische Studien belegen den Bedarf der Wirtschaft an Alumni in den entsprechenden Tätigkeitsfeldern.

Einzelne Hinweise zur fachlichen Schärfung des Studienprogramms wurden auf Basis der Diskussion bei der Vorbegehung kurzfristig aufgegriffen und zielführend von der BU umgesetzt. Beispielsweise wurde für den Bachelor-Studiengang Marketing und Kommunikation das Thema der KPI im Rahmen des Marketingcontrolling (M6-LV2) eingebaut. Dies zeigt, dass die Hochschule in der Lage ist, entsprechende Weiterentwicklungen vorzunehmen.

Die Hochschule pflegt ein umfassendes Evaluationssystem, mittels dessen Hinweise der Studierenden auf Defizite im Lehrprogramm erfasst und in der Folge behoben werden können. Die Praxisprojekte gewährleisten eine Konfrontation von Dozenten und Studierenden mit der Aktualität und der Relevanz der behandelten Themen und der erarbeiteten Lösungen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

2.3.2 Lehramt (§ 13 Abs. 2 und 3 MRVO)

(nicht einschlägig)

2.4 Studienerfolg (§ 14 MRVO)

Die Dokumentation und Bewertung erfolgt studiengangsübergreifend, weil Maßnahmen zur Gewährleistung des Studienerfolgs einheitlich in allen Studiengängen umgesetzt werden.

Sachstand

Den Ordnungsrahmen für die Qualitätssicherung gibt die Evaluierungssatzung der Hochschule für alle Studiengänge vor. Dort werden alle Rahmenbedingungen für die Zielsetzung, die Aufgaben und die Prozesse der Evaluierung der Studiendepartments, der Studiengänge und der einzelnen Module und Lehrveranstaltungen dieser Studiengänge geregelt.

Das QM der Hochschule und durch die implementierten Prozesse der Evaluation von Lehre und Studium soll die Qualität der Studiengänge gesichert und weiter erhöht werden die Implementierung einer prozessorientierten Qualitätssicherung, die sich am Qualitätskreislauf-Modell orientiert, zielt auf fortlaufende Verbesserungen und den Qualitätserhalt in Studium und Lehre. Dadurch wird die strukturierte qualitative Weiterentwicklung der Studiengänge wie auch ihrer Evaluierung möglich.

Die Qualitätssicherung ist Leitungsangelegenheit: Zur Gewährleistung der personellen Trennung zwischen Evaluationsverantwortlichen und den zu evaluierenden Personen sind Qualitätssicherung und ihre Supervision im Präsidium angesiedelt. Für die Qualität von Lehre und Studium ist dabei der Vizepräsident für Lehre und Studium letztverantwortlich. Bereits seit 2012 verfügt die BU über ein in ihrer Grundordnung verankertes Kuratorium, als Gremium auch zur Sicherung der Qualität in Lehre und Forschung, das Präsidium und den Senat bei der Qualitätssicherung berät und regelmäßig Empfehlungen ausspricht.

Auf operativer Ebene wird die Qualitätssicherung durch die Stabstelle QS koordiniert. Diese Funktionen ist sowohl für die Koordination aller Prozesse der Evaluation und der Qualitätssicherung als auch für die Weiterentwicklung des Qualitätssicherungssystems verantwortlich. Sie arbeitet im Rahmen der Evaluierungsprozesse eng mit dem Vizepräsidenten für Lehre und Studium und mit den Studiengangsleitern zusammen. Die Funktion koordiniert die Abläufe aller Befragungs- und Bewertungsprozesse und ist dabei für die Organisation der Datenerhebungen und für die Aufbereitung, Dokumentation und Archivierung erhobener Daten verantwortlich. Sie kommuniziert hier auch eng mit den gewählten Vertretern der Studierendenschaft.

Die Studiendepartments, die Studiengänge und die einzelnen Module und Lehrveranstaltungen dieser Studiengänge sind Gegenstand regelmäßiger Evaluationen. Die Details sind in der Evaluierungssatzung geregelt.

Die Evaluation der Studiendepartments geschieht in Abständen von vier Jahren. Ziel, Ablauf und Verwertung der Evaluationsergebnisse sind in der Evaluierungssatzung und ihren Anhängen in der jeweils gültigen Fassung geregelt. Das Präsidium der Hochschule legt im Einvernehmen mit der Hochschulträgerin und mit den Studiendepartmentleitern in einem Evaluationsplan die Erhebungszeitpunkte fest. In einem ersten Schritt werden aktuelle schriftliche Berichte der Studiendepartmentleiter dem Senat der Hochschule zur Stellungnahme vorgelegt und danach an das Präsidium geleitet. Wesentlich ist, dass auch eine Publikation dieser Berichte und zusammenfassenden Auswertungen in der Hochschulöffentlichkeit stattfindet. Als notwendig erkannte Maßnahmen sind in Abstimmung mit der Trägerin und dem Präsidium entweder kurzfristig umzusetzen oder als langfristige Maßnahmen in den strategischen Entwicklungsplan der Hochschule aufzunehmen.

Bei der Qualitätssicherung legt die BU nach ihren Angaben Wert auf die Überprüfung und Verbesserung der Qualität der Lehre, des Studienverlaufs, der Studienorganisation und des Gesamtkonzeptes der Studiengänge.

Die Evaluation der Module und der zugehörigen Lehrveranstaltungen durch die Studierenden dient als Steuerungsinstrument auch im laufenden Studienbetrieb. Das Prozedere ist in der Evaluationssatzung festgelegt. Für die operative Koordination, die Durchführung und die Dokumentation ist die Stabstelle QS verantwortlich. Bei der Evaluation der Module und ihrer Lehrveranstaltungen wird eine Fragenliste in Form der Evaluierungsbögen eingesetzt. Die Fragen gruppieren sich in die Themenbereiche: Verständlichkeit und Inhalte; Lernerfolg und Interaktion / Partizipation; Medieneinsatz; Orientierung an den Studierenden; Workload und Rahmenbedingungen. Dieses Evaluationsverfahren ist zeitlich so gestaltet, dass identifizierte Probleme bzw. Optimierungspotentiale und gegebenenfalls notwendige Maßnahmen auch noch im Laufe des jeweils aktuellen Semesters ergriffen werden können und wirksam werden oder eine abschließende Evaluation einschließlich der Modulprüfungen möglich ist.

Vorrangige Ziele der Ergebnisverwertung sind die Verbesserung der Qualität der Lehre und des Studiums, die transparente Dokumentation der QM-Prozesse vor allem gegenüber den Studierenden, die Erfüllung der Berichtspflicht gegenüber der Aufsichtsbehörde und die Ableitung von Konsequenzen für die Weiterentwicklung der Studiengänge. Identifizierte Verbesserungsmaßnahmen und ihre Implementierung müssen immer im Zusammenhang mit dem jeweils betroffenen Modul qualifiziert beurteilt werden. In einem ersten Schritt erläutern die Lehrenden bzw. Modulverantwortlichen die Evaluationsergebnisse mit den Studierenden. Weiterführend werden die Ergebnisse auf folgen-

den Ebenen in unterschiedlicher Tiefe erörtert: Studiengangsleiter sind für personelle und modulübergreifende Aspekte verantwortlich; Studiendepartmentleiter sind studiengangsübergreifend verantwortlich; Präsidium und Hochschulträgerin sind departmentübergreifend und für alle strategisch-langfristigen Implikationen verantwortlich.

Die Ergebnisse von Evaluationen werden durch die zentrale Stabsstelle QS statistisch ausgewertet. Studiengangsleiter und Studiendepartmentleiter können alle ausgewerteten Ergebnisse einschließlich der personenbezogenen einsehen. Die Studiengangsleiter besprechen die Evaluationsergebnisse auch mit den jeweiligen Lehrenden. Sie vereinbaren und dokumentieren hieraus abgeleitete Konsequenzen. Maßnahmen bei Modulen und einzelnen Lehrveranstaltungen werden umgehend im Modulhandbuch dokumentiert und die modifizierten Modulhandbücher vor allem für die Studierenden auf der Lernplattform der BU veröffentlicht. Für diese Dokumentation und die Veröffentlichung sind die Studiengangsleiter in Zusammenwirken mit der Stabsstelle QS verantwortlich.

Jene Erkenntnisse aus Evaluierungen, die relevant für die Weiterentwicklung der Studiengänge sind, werden von der Stabsstelle QS systematisch gesammelt. Einmal jährlich findet eine Klausur der Studiengangsleiter mit der Stabsstelle QS, den leitenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Servicebereiche, dem Präsidium, der Geschäftsführung der Trägerin und Vertretern der Studierenden statt. Dabei geht es darum, die gesammelten Erkenntnisse zu analysieren, zu systematisieren und im Ergebnis alle wesentlichen Aspekte der Weiterentwicklung der Studiengänge zu beschließen. Die Studiengangsleiter erhalten dann von der Hochschulleitung den Auftrag, die beschlossenen Änderungen zu implementieren.

Die Qualität von Lehre, Studium und unterstützenden Services hängt in einer Hochschule als Dienstleistungsorganisation von der Qualifikation, den Kompetenzen und der Motivation aller Beteiligten ab. Zur Erhaltung und zum Ausbau der Servicequalität werden alle Beteiligten systematisch weitergebildet. Die Weiterbildung der Beteiligten fundiert dabei auf den Zielsetzungen und Richtlinien der Hochschule und den individuellen Bedarfslagen. Die Bedarfsermittlung findet einmal jährlich im Sommersemester statt. Sie basiert bei den Lehrenden auch auf den Ergebnissen der Lehrevaluationen und den Resultaten der jährlichen Gespräche zwischen Studiengangsleiter*in und Lehrenden. Es werden Weiterbildungsmaßnahmen identifiziert und umgesetzt.

Die hier zur Akkreditierung stehenden Studienprogramme profitieren von den Erfahrungen der bereits aktuellen Studienprogramme. Die im Verlauf der beruflichen Praxis der Alumni entstehenden Erkenntnisse und Erfahrungen sind wichtig für die Optimierung der Studiengänge. Um die entsprechende Einholung von Feedback zu systematisieren und zu strukturieren, erfolgte in Zusammenarbeit mit der Studierendenschaft bereits 2015 die Einrichtung eines Alumni-Vereins. Der Verein wird maßgeblich von den Alumni der BU getragen. Er hat u.a. auch die Aufgabe des Kontakt- und Beziehungsmanagements zu allen Absolventinnen und Absolventen. Auf dieser Basis finden seit 2016

jährlich Evaluationen statt. Die Ergebnisse dieser Befragungen werden von den Qualitätsverantwortlichen der Hochschule mit dem Studiengangsleiter ausgewertet und als Grundlage für die Optimierung der Studiengänge und der Lehre verwendet. Aus Sicht der BU sind signifikante Erkenntnisse zur Praxisrelevanz der Studiengänge und ihrer Inhalte nicht innerhalb der ersten beiden Berufsjahre nach Studienabschluss möglich. Dementsprechend wurden bisher nur Alumni mit entsprechender Erfahrung befragt.

Für die Studierenden und Studieninteressierten wie auch für alle Lehrenden und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Hochschule sind alle relevanten Aspekte zum Studiengang, zum Studienverlauf, zu den Prüfungsanforderungen, zu den Zugangsvoraussetzungen und zu allen Regelungen zum Nachteilsausgleich durch entsprechende Unterlagen dokumentiert. Kerndokumente sind dabei die verschiedenen Ordnungen, das Modulhandbuch sowie Broschüren und weiteres allgemeines Informationsmaterial zum Studiengang. Der Studienverlauf mit integrierter Curriculums-Übersicht ist tabellarisch dargestellt. Die Prüfungsanforderungen sind in den Prüfungsordnungen festgelegt. Die Zugangsvoraussetzungen und das Auswahlverfahren sind in den Immatrikulations- und Zulassungsordnungen dargestellt. Die Möglichkeiten für Studieninteressierte, sich im Sinne der Durchlässigkeit außerhochschulische Leistungen anerkennen zu lassen, sind in der Anrechnungsordnung dargestellt. Der jeweilige Nachteilsausgleich ist in allen Ordnungen entsprechend geregelt.

Alle Dokumente sind hochschulintern für alle Stakeholder im Intranet der BU veröffentlicht. Sie sind im verwendeten Lehr- und Lernmanagementsystem Moodle abgelegt, zu dem jedes Mitglied der Hochschule Zugang hat. Studieninteressierte und die Öffentlichkeit finden die Informationen zum Studiengang auf der internetöffentlichen Website der Hochschule und erhalten darüber hinaus alle Unterlagen auf Anforderung auch vom Bewerberservice der Hochschule. Neue Studierende erhalten bei ihrer Immatrikulation alle Unterlagen direkt gemeinsam mit ihrem Studienvertrag ausgehändigt.

Übergreifende Bewertung aller Studiengänge: Stärken und Entwicklungsbedarf

Da es sich bei den vorliegenden Studiengängen um Konzeptakkreditierungen handelt, liegen noch keine verwertbaren Daten für eine Einschätzung darüber vor, ob das interne Evaluierungsverfahren den Zielen der Evaluationssatzung auch in der Umsetzung gerecht wird. Demzufolge stützt sich das Gutachtergremium auf die skizzierten Prozesse innerhalb der Evaluationssatzung und die Aussagen von Studierenden ähnlicher Studiengänge im Rahmen der Begehung.

Die Evaluationssatzung sieht vor, dass das Präsidium der Hochschule im Einvernehmen mit der Hochschulträgerin und mit den Studiendepartmentleitern einen Evaluationsplan mit Erhebungszeitpunkte festlegt (§ 3 Evaluationssatzung). Laut Aussagen der Studierenden werden die Evaluierungen über Moodle anhand von 12 Fragen am Semesterende (ca. 6 Wochen vor Veranstaltungsende) abgefragt. Dieses Angebot wird von den Studierenden gut angenommen, Notizen werden aufgearbeitet und von Lehrenden in den Veranstaltungen wieder aufgenommen. So identifizierte Probleme

werden jedoch in der Regel auf dem kleinen Dienstweg geregelt. Eine offizielle Auswertung der Ergebnisse erfolgt intern und wird bei der Senatssitzung besprochen und präsentiert. Es gibt bislang aber kein übergreifendes und konsequentes Format, durch welches die Studierenden die Ergebnisse mitgeteilt bekommen, obwohl die Evaluationssatzung in § 3 vorsieht, dass (..) „das Studiendepartment die zügige Bereitstellung der Berichte hochschulöffentlich im Intranet veranlasst.“

Zudem „kann das Studiendepartment geeignete Bewertungsergebnisse im Internet verfügbar machen. Die Bewertungsergebnisse aller Studiendepartments werden durch die Hochschulleitung in einem Bericht zusammengefasst und hochschulintern veröffentlicht.“ (§ 3 Evaluationssatzung). Die Evaluation hat zwar an sich einen hohen Stellenwert, aber die Rückmeldung an die Studierenden könnte noch verbessert werden. Erhöhtes Augenmerk hierfür sollte vor allem bei den ersten beiden Kohorten gelegt werden.

Während der Begehung wurde von Seiten der beteiligten Studierenden die Rückmeldung gegeben, das ihren Belangen von Seiten der Hochschulleitung und der Verwaltung der Hochschule Gehör geschenkt wird.

Nach Rücksprache mit den Hochschulverantwortlichen wurde zugesichert, dass alle Informationsmaterialien entsprechend der professoralen Neubesetzung an der BU angepasst und aktualisiert werden, sobald die Studiengänge formal und der Planung folgend eingerichtet wurden. Dies gilt für die offiziellen Modulhandbücher, Modulbeschreibungen, Exposees und Flyer, der neuen Studiengänge.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

2.5 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 MRVO)

Die Dokumentation und Bewertung erfolgt studiengangsübergreifend, weil die Konzepte der Hochschule zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen einheitlich in allen Studiengängen umgesetzt werden.

Sachstand

Die BU verfügt über ein schriftlich verankertes Gleichstellungskonzept, auf dessen Basis die Gleichstellungsbeauftragte alle entsprechenden Themen koordiniert. Die Studiengänge sind geschlechtergerecht gestaltet als Beitrag zur Gleichstellung der Geschlechter wie auch zur Familienfreundlichkeit der Hochschule. Die BU ist sich dabei der aktuellen Entwicklungen und Anforderungen der Gesellschaft bewusst und des Umstandes, dass der zeitgenössische Diskurs jenseits des Konzeptes von

zwei Geschlechtern auch an die BU als Hochschule neue Anforderungen stellt. Geschlechterbezogene Selektivität wird minimiert. Mögliche unterschiedliche Interessen und Lernformen Studierender werden berücksichtigt und Beratungs-, Betreuungs-, Förderungs- und Coachingprogramme auf die spezifischen Bedürfnisse der unterschiedlichen Geschlechter von Studierenden ausgerichtet. Die BU bezieht vorhandene Spezifika geschlechtssegregierter Arbeitsmärkte nach ihren Aussagen in die Studienplanung und den -betrieb mit ein.

Für die Unterstützung weiblicher Studierender zum Nachteilsausgleich bei Mutterschutz, Elternzeit und Erziehungsverpflichtungen sind für die Studiengänge Regelungen in den Prüfungsordnungen aufgenommen. Der Senat der BU wählt eine*n Gleichstellungsbeauftragte*n (aktuell die derzeitige Kanzlerin). Diese Person ist Beauftragte*r für Frauen und in allen Fragen der Geschlechtergerechtigkeit zentrale*r Ansprechpartner*in für Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sowie Studierende. Den autonomen Vertretern der Studierendenschaft gegenüber gibt es die Empfehlung der Hochschulleitung, für alle studentischen Angelegenheiten der Geschlechtergerechtigkeit Verantwortliche zu nominieren, welche auch Ansprech- und Koordinationspartner ggü. der Hochschulleitung sind.

Die BU hat zur Sicherung des Nachteilsausgleichs für Studierende in den Studienordnungen der Studiengänge entsprechende Richtlinien festgelegt. Die Regelungen zum Nachteilsausgleich beziehen sich auf die Bereiche Zulassung, Prüfungssystem, Studierbarkeit und auch auf Modul- und Abschlussprüfungen und alle Leistungsnachweise und Teilabschnitte des Studiums.

Studierende mit Bedarf nach Nachteilsausgleich können sich jederzeit an die Verantwortlichen des Studierendenservice wenden. Dabei wird die Notwendigkeit, die Art und der Umfang des Bedarfs evaluiert und dokumentiert werden. Entscheidungen zur Gewährung, zur Form und zum Umfang eines Nachteilsausgleiches, der allgemeine Aspekte des Studierens betrifft, werden danach von der Studiengangsleitung getroffen.

Ein Nachteilsausgleich für Prüfungen muss beim dafür zuständigen Prüfungsausschuss der Hochschule schriftlich beantragt werden. Die konkrete Gestaltung des Ausgleichs erfolgt individuell nach Maßgabe der Prüfungsordnungen. Ein Anspruch auf eine bestimmte Form des Nachteilsausgleichs besteht nicht. Durch jegliche Form des Nachteilsausgleichs bei Prüfungen darf die Qualität, der durch Studierende zu erbringenden Leistungen, nicht herabgesetzt werden.

Nachteilsausgleiche für alle weiteren Bereiche müssen bei der zuständigen, darüber entscheidenden, Studiengangsleitung schriftlich beantragt werden. In zeitlicher Hinsicht besteht für Studierende mit entsprechendem Bedarf grundsätzlich die Möglichkeit, Urlaubssemester einzulegen. Studierende mit Kind werden hinsichtlich der Flexibilität des Studiums unterstützt – etwa durch eine ergänzende Beratung als auch durch die zeit- und ortsunabhängige Form des Studiums.

Übergreifende Bewertung für alle Studiengänge: Stärken und Entwicklungsbedarf

Ein Nachteilsausgleich für Studierende mit chronischen Erkrankungen, Behinderungen, im Mutterschutz oder in Elternzeit ist in §14 Prüfungsordnung für die Studiengänge Brand Design (B.A.), Brand Management (B.A.), Marketing und Kommunikation (B.A.) und in §14 Masterprüfungsordnung für den konsekutiven Studiengang Brand Innovation (MA), für die weiterbildenden Studiengänge E-Commerce (MBA), Medienmanagement (MBA) verankert. Das hochschulweite Gleichstellungskonzept wurde im Jahr 2019 eingeführt. Dies sieht vor allem den Einsatz einer/s Gleichstellungsbeauftragten bei der Besetzung von Gremien, beim Vorschlagsverfahren bei Berufungen sowie bei Beratungen und Entscheidungen des Senats vor. Ebenso ist der/die Gleichstellungsbeauftragte frühzeitig an Stellenausschreibungen, Auswahlverfahren und Bewerbungsgespräche zu beteiligen. Positiv aus diesem Konzept hervorzuheben ist die Berücksichtigung von Studierenden aus bildungsfernen Schichten. Ausbaufähig ist die Berücksichtigung von Studierenden mit einer Sehbeeinträchtigung hinsichtlich des digitalen Lehrformats. Eine Möglichkeit hierfür wäre (neben den bereits existierenden Audiobooks) zusätzliche Audio-Formate anzufertigen, welche noch individueller auf die individuellen Bedürfnisse dieser Zielgruppe zugeschnitten sind.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

2.6 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme (§ 16 MRVO)

(nicht einschlägig)

2.7 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 19 MRVO)

(nicht einschlägig)

2.8 Hochschulische Kooperationen (§ 20 MRVO)

(nicht einschlägig)

2.9 Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien (§ 21 MRVO)

(nicht einschlägig)

III Begutachtungsverfahren

1 Allgemeine Hinweise

Keine allgemeinen Hinweise

2 Rechtliche Grundlagen

- Akkreditierungsstaatsvertrag
- Studienakkreditierungsverordnung Hamburg (StAkkVO)

3 Gutachtergremium

a) Vertreter der Wissenschaft/Hochschullehrer

- **Prof. Dr. Joachim Riedl**, Hochschule Hof, Professur für Marketing, Marktforschung und Vertrieb
- **Prof. Dr. phil. Josef Löffl**, Technische Hochschule Ostwestfalen-Lippe, Leiter Wissenschaftsdialog
- **Prof. Dr. Rolf Schillinger**, Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt, Professur für Programmierung und Webtechnologien

b) Vertreter der Berufspraxis

- **Dr. Martin Paterok**, IBM Deutschland, Associate Partner Global Watson Center

c) Vertreterin der Studierenden

- **Patricia Jarosczinsky-Bartzel**, TU Chemnitz, Kundenbeziehungsmanagement (M.Sc.)

IV Datenblatt

1 Daten zu den Studiengängen

Da es sich hier bei allen drei Studiengängen um Konzeptakkreditierungen handelt, liegen noch keine studiengangsspezifischen Daten vor.

2 Daten zur Akkreditierung

Vertragsschluss Hochschule – Agentur:	Datum
Eingang der Selbstdokumentation:	01.02.2022
Zeitpunkt der Begehung:	11.-12.04.2022
Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind:	Lehrende, Studierende, Hochschulleitung
An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt):	Das Verfahren wurde als Online-Begehung durchgeführt

Bei allen hier im Bündel begutachteten Studiengängen handelt es sich um eine Konzeptakkreditierung.