

## Akkreditierungsbericht

### Programmakkreditierung – Bündelverfahren

Raster Fassung 01 – 14.06.2018

[▶ Link zum Inhaltsverzeichnis](#)

|               |   |
|---------------|---|
| Hochschule    | Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften |
| Ggf. Standort | <b>Salzgitter</b>                                 |

|  |  |                                     |                  |                          |
|--|--|-------------------------------------|------------------|--------------------------|
| Studiengang 1  | Mediendesign   |                                     |                  |                          |
| Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung                             | <b>B.A.</b>  |                                     |                  |                          |
| Studienform  | Präsenz  | <input checked="" type="checkbox"/> | Blended Learning | <input type="checkbox"/> |
|  | Vollzeit   | <input checked="" type="checkbox"/> | Intensiv         | <input type="checkbox"/> |
|  | Teilzeit   | <input type="checkbox"/>            | Joint Degree     | <input type="checkbox"/> |
|  | Dual   | <input type="checkbox"/>            | Lehramt          | <input type="checkbox"/> |
|  | Berufsbegleitend   | <input type="checkbox"/>            | Kombination      | <input type="checkbox"/> |
|  | Fernstudium  | <input type="checkbox"/>            |                  | <input type="checkbox"/> |
| Studiendauer (in Semestern)                                      | <b>6</b>   |                                     |                  |                          |
| Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte                                | <b>180</b>   |                                     |                  |                          |
| Bei Master: konsekutiv oder weiterbildend                        |  |                                     |                  |                          |
| Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)                          | <b>WS 2007/2008</b>  |                                     |                  |                          |
| Aufnahmekapazität pro Jahr<br>(Max. Anzahl Studierende)          | <b>45</b>  |                                     |                  |                          |
| Durchschnittliche Anzahl der Studienanfänger pro Jahr            | <b>47 (durchschnittliche Einschreibungen im Zeitraum WS 14/15-SS19)</b>                          |                                     |                  |                          |
| Durchschnittliche Anzahl der Absolventinnen/Absolventen pro Jahr | <b>33 (durchschnittliche Absolventinnen und Absolventen pro Jahr im Zeitraum: WS 14/15-SS18)</b> |                                     |                  |                          |

|                            |                          |
|----------------------------|--------------------------|
| Erstakkreditierung         | <input type="checkbox"/> |
| Reakkreditierung Nr.       | 2                        |
| Verantwortliche Agentur    | ACQUIN                   |
| Akkreditierungsbericht vom | 24.03.2020               |

|   |                                   |                                     |                  |                          |
|---|-----------------------------------|-------------------------------------|------------------|--------------------------|
| Studiengang 2   | <b>Mediendesign</b>               |                                     |                  |                          |
| Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung  | <b>M.A.</b>                       |                                     |                  |                          |
| Studienform   | Präsenz                           | <input checked="" type="checkbox"/> | Blended Learning | <input type="checkbox"/> |
|   | Vollzeit                          | <input checked="" type="checkbox"/> | Intensiv         | <input type="checkbox"/> |
|   | Teilzeit                          | <input type="checkbox"/>            | Joint Degree     | <input type="checkbox"/> |
|   | Dual                              | <input type="checkbox"/>            | Lehramt          | <input type="checkbox"/> |
|   | Berufsbegleitend                  | <input type="checkbox"/>            | Kombination      | <input type="checkbox"/> |
|   | Fernstudium                       | <input type="checkbox"/>            |                  | <input type="checkbox"/> |
| Studiendauer (in Semestern)   | <b>4</b>                          |                                     |                  |                          |
| Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte   | <b>120</b>                        |                                     |                  |                          |
| Bei Master: konsekutiv oder weiterbildend                                   | <b>Konsekutiv</b>                 |                                     |                  |                          |
| Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)                                     | <b>WS 2020/2021</b>               |                                     |                  |                          |
| Aufnahmekapazität pro Jahr<br>(Max. Anzahl Studierende)                     | <b>25</b>                         |                                     |                  |                          |
| Durchschnittliche Anzahl der Studienanfänger pro Semester / Jahr            | <b>Noch keine Daten vorhanden</b> |                                     |                  |                          |
| Durchschnittliche Anzahl der Absolventinnen/Absolventen pro Semester / Jahr | <b>Noch keine Daten vorhanden</b> |                                     |                  |                          |

|                            |                                     |
|----------------------------|-------------------------------------|
| Erstakkreditierung         | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Reakkreditierung Nr.       |                                     |
| Verantwortliche Agentur    | ACQUIN                              |
| Akkreditierungsbericht vom | 24.03.2020                          |

|  |  |                                     |                  |                          |
|--|--|-------------------------------------|------------------|--------------------------|
| Studiengang 3  | <b>Medienmanagement</b>  |                                     |                  |                          |
| Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung                             | <b>B.A.</b>  |                                     |                  |                          |
| Studienform  | Präsenz  | <input checked="" type="checkbox"/> | Blended Learning | <input type="checkbox"/> |
|  | Vollzeit   | <input checked="" type="checkbox"/> | Intensiv         | <input type="checkbox"/> |
|  | Teilzeit   | <input type="checkbox"/>            | Joint Degree     | <input type="checkbox"/> |
|  | Dual   | <input type="checkbox"/>            | Lehramt          | <input type="checkbox"/> |
|  | Berufsbegleitend   | <input type="checkbox"/>            | Kombination      | <input type="checkbox"/> |
|  | Fernstudium  | <input type="checkbox"/>            |                  | <input type="checkbox"/> |
| Studiendauer (in Semestern)                                      | <b>6</b>   |                                     |                  |                          |
| Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte                                | <b>180</b>   |                                     |                  |                          |
| Bei Master: konsekutiv oder weiterbildend                        |  |                                     |                  |                          |
| Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)                          | <b>WS 2008/2009</b>  |                                     |                  |                          |
| Aufnahmekapazität pro Jahr<br>(Max. Anzahl Studierende)          | <b>82</b>  |                                     |                  |                          |
| Durchschnittliche Anzahl der Studienanfänger pro Jahr            | <b>80 (durchschnittliche Einschreibungen im Zeitraum WS 14/15-SS19)</b>                          |                                     |                  |                          |
| Durchschnittliche Anzahl der Absolventinnen/Absolventen pro Jahr | <b>67 (durchschnittliche Absolventinnen und Absolventen pro Jahr im Zeitraum: WS 14/15-SS18)</b> |                                     |                  |                          |
| Erstakkreditierung   | <input type="checkbox"/>   |                                     |                  |                          |
| Reakkreditierung Nr.   | 2  |                                     |                  |                          |
| Verantwortliche Agentur  | ACQUIN   |                                     |                  |                          |
| Akkreditierungsbericht vom                                       | 24.03.2020   |                                     |                  |                          |

|  |   |                                     |                  |                          |
|--|---|-------------------------------------|------------------|--------------------------|
| Studiengang 4  | <b>Medienkommunikation</b>  |                                     |                  |                          |
| Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung                             | <b>B.A.</b>   |                                     |                  |                          |
| Studienform  | Präsenz   | <input checked="" type="checkbox"/> | Blended Learning | <input type="checkbox"/> |
|  | Vollzeit  | <input checked="" type="checkbox"/> | Intensiv         | <input type="checkbox"/> |
|  | Teilzeit  | <input type="checkbox"/>            | Joint Degree     | <input type="checkbox"/> |
|  | Dual  | <input type="checkbox"/>            | Lehramt          | <input type="checkbox"/> |
|  | Berufsbegleitend  | <input type="checkbox"/>            | Kombination      | <input type="checkbox"/> |
|  | Fernstudium   | <input type="checkbox"/>            |                  | <input type="checkbox"/> |
| Studiendauer (in Semestern)                                      | <b>6</b>  |                                     |                  |                          |
| Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte                                | <b>180</b>  |                                     |                  |                          |
| Bei Master: konsekutiv oder weiterbildend                        |   |                                     |                  |                          |
| Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)                          | <b>WS 2015/2016</b>   |                                     |                  |                          |
| Aufnahmekapazität pro Jahr<br>(Max. Anzahl Studierende)          | <b>72</b>   |                                     |                  |                          |
| Durchschnittliche Anzahl der Studienanfänger pro Jahr            | <b>63 (durchschnittliche Einschreibungen im Zeitraum WS 14/15-SS19)</b> |                                     |                  |                          |
| Durchschnittliche Anzahl der Absolventinnen/Absolventen pro Jahr | <b>5 (im Jahr 2018)</b>   |                                     |                  |                          |

|                            |                          |
|----------------------------|--------------------------|
| Erstakkreditierung         | <input type="checkbox"/> |
| Reakkreditierung Nr.       | 1                        |
| Verantwortliche Agentur    | ACQUIN                   |
| Akkreditierungsbericht vom | 24.03.2020               |

|  |   |                                     |                  |                          |
|--|---|-------------------------------------|------------------|--------------------------|
| Studiengang 4  | <b>Kommunikationsmanagement</b>   |                                     |                  |                          |
| Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung                             | <b>M.A.</b>   |                                     |                  |                          |
| Studienform  | Präsenz   | <input checked="" type="checkbox"/> | Blended Learning | <input type="checkbox"/> |
|  | Vollzeit  | <input checked="" type="checkbox"/> | Intensiv         | <input type="checkbox"/> |
|  | Teilzeit  | <input type="checkbox"/>            | Joint Degree     | <input type="checkbox"/> |
|  | Dual  | <input type="checkbox"/>            | Lehramt          | <input type="checkbox"/> |
|  | Berufsbegleitend  | <input type="checkbox"/>            | Kombination      | <input type="checkbox"/> |
|  | Fernstudium   | <input type="checkbox"/>            |                  | <input type="checkbox"/> |
| Studiendauer (in Semestern)                                      | <b>4</b>  |                                     |                  |                          |
| Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte                                | <b>120</b>  |                                     |                  |                          |
| Bei Master: konsekutiv oder weiterbildend                        | <b>Konsekutiv</b>   |                                     |                  |                          |
| Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)                          | <b>WS 2015/2016</b>   |                                     |                  |                          |
| Aufnahmekapazität pro Jahr<br>(Max. Anzahl Studierende)          | <b>25</b>   |                                     |                  |                          |
| Durchschnittliche Anzahl der Studienanfänger pro Jahr            | <b>24 (durchschnittliche Einschreibungen im Zeitraum WS 14/15-SS19)</b> |                                     |                  |                          |
| Durchschnittliche Anzahl der Absolventinnen/Absolventen pro Jahr | <b>13 (seit 2017)</b>   |                                     |                  |                          |

|                            |                          |
|----------------------------|--------------------------|
| Erstakkreditierung         | <input type="checkbox"/> |
| Reakkreditierung Nr.       | 1                        |
| Verantwortliche Agentur    | ACQUIN                   |
| Akkreditierungsbericht vom | 24.03.2020               |

## **Ergebnisse auf einen Blick**

### **1 Studiengang „Mediendesign“ (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

#### **Gesonderte Zustimmung bei reglementierten Studiengängen gemäß § 25 Abs. 1 Satz 3 und 4 MRVO**

*Nicht angezeigt*

## 2 Studiengang „Mediendesign“ (M.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

### Gesonderte Zustimmung bei reglementierten Studiengängen gemäß § 25 Abs. 1 Satz 3 und 4 MRVO

*Nicht angezeigt*

### **3 Studiengang „Medienmanagement“ (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

#### **Gesonderte Zustimmung bei reglementierten Studiengängen gemäß § 25 Abs. 1 Satz 3 und 4 MRVO**

*Nicht angezeigt*



#### **4 Studiengang „Medienkommunikation“ (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

##### **Gesonderte Zustimmung bei reglementierten Studiengängen gemäß § 25 Abs. 1 Satz 3 und 4 MRVO**

*Nicht angezeigt*

## 5 Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.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

### Gesonderte Zustimmung bei reglementierten Studiengängen gemäß § 25 Abs. 1 Satz 3 und 4 MRVO

*Nicht angezeigt*

## **Kurzprofile**

Mit rund 13.000 Studierenden zählt die Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften (Ostfalia Hochschule) zu den größten Hochschulen in Niedersachsen. An den Standorten Wolfenbüttel, Wolfsburg, Suderburg und Salzgitter bietet sie mehr als 80 Studiengänge aus den Bereichen Recht, Wirtschaft, Sozial- und Gesundheitswesen sowie Technik und Informatik an. Die Fakultät Verkehr-Sport-Tourismus-Medien am Standort Salzgitter ist mit derzeit rund 2.500 Studierenden in 16 Studiengängen die größte Fakultät der Hochschule. Sie blickt auf eine 25-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Die Fakultät gliedert sich in die drei Bereiche Verkehr und Logistik, Sport – Tourismus sowie Medien. Der Bereich Medien stellt den in jüngster Zeit am stärksten gewachsenen Zweig der Fakultät dar, dies ist insbesondere dem niedersächsischen Fachhochschul-Entwicklungsprogramm zu verdanken. Derzeit werden hier die Bachelorstudiengänge „Mediendesign“ (B.A.), „Medienmanagement“ (B.A.), „Medienkommunikation“ (B.A.) und die Masterstudiengänge „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) sowie „Mediendesign“ (M.A.) (ab 2020) angeboten. Der Medienbereich hat personell in den vergangenen drei Jahren mit der Besetzung von fünf neuen Professuren expandiert. Zusätzlich zu den bereits bestehenden Instituten für Medienmanagement und Mediendesign wurde im Jahr 2017 als dritte Säule das Institut für Öffentliche Kommunikation gegründet.

### **1 Studiengang „Mediendesign“ (B.A.)**

Das Angebot des grundständigen Studiums Bachelor „Mediendesign“ (B.A.) sensibilisiert die Digital Nativs und führt sie heraus aus ihrem User-Kontext hin zu einem bewussten Gestaltungswillen. Der Studiengang qualifiziert für Aufgaben in der medialen Contentproduktion Kommunikationsdesign/interaktive Medien, Audiovisuelle Medien/Bewegtbilddesign, Animation/Games. Darüber hinaus befähigt er die Studierenden zur wissenschaftlichen Analyse theoretischer und praktischer Herausforderungen künftiger Arbeitswelten des Designs. Das Studium setzt die künstlerisch-gestalterische Befähigung voraus und fördert die Entwicklung einer eigenen Designerpersönlichkeit.

Der Bachelorstudiengang „Mediendesign“ (B.A.) richtet sich an Schulabgängerinnen und Schulabgänger mit fachspezifischer oder allgemeiner Hochschulreife oder Berufseinsteiger die den Nachweis der künstlerischen Eignung erbringen. Die künstlerische Eignung wird in einem Aufnahmeverfahren festgestellt. Der Studiengang spricht junge medienaffine Kreative an, die sich für das Designen von Medien begeistern.

Das Studium verlangt künstlerisch-gestalterische, konzeptionelle sowie wissenschaftlich-reflektierende Fähigkeiten. Netzwerkkompetenz und Teamfähigkeit – globale Herausforderungen der Zusammenarbeit in der Medienbranche – werden in Forschung und Lehre gezielt gefördert, um die Absolventinnen und Absolventen auf die Herausforderungen der Arbeitswelt bestens vorzubereiten.

Grundsätzlich wird eine ausgewogene Mischung aus theoretischen und anwendungsorientierten Lehrformen angestrebt, wie sie im Rahmen moderner Hochschuldidaktik als zeitgemäß betrachtet wird, z.B. durch aktivierende Methoden, einen angemessen hohen Anteil Selbststudium, Methodenvielfalt, die Förderung überfachlicher und berufsorientierter Kompetenzen und nicht zuletzt die Akzeptanz der Studierenden in ihrer Vielfalt, die retroaktiv handlungsmotivierend in ihrem Diversity-Selbstverständnis wirken soll. Ergänzend bietet das Angebot an praxisbezogenen Exkursionen früh den Bezug und das Kennenlernen verschiedenster Berufsfelder des Mediendesigns.

## **2 Studiengang „Mediendesign“ (M.A.)**

Als zweiter konsekutiver Master soll der Studiengang „Mediendesign“ (M.A.) eingeführt und damit das Angebot für die Studierenden erweitert werden. Zusammen mit dem geplanten Masterstudiengang bietet sich durch die nur an der Ostfalia Hochschule studierbare Kombination von Bachelor und konsekutivem Master in Mediendesign, die intensive Beschäftigung mit dieser Materie über einen längeren Zeitraum und mit entsprechend komplexeren Fragestellungen an.

Der Studiengang „Mediendesign“ (M.A.) qualifiziert für Positionen, die sich mit der Gestaltung und Produktion komplexer Medienprojekte und kreativen Anwendungen für die Kultur- und Medienwirtschaft oder in der Unternehmenskommunikation beschäftigen. Die Studierenden beherrschen Methoden im Umgang mit dem wirtschaftlichen und soziokulturellen Umfeld von Medien und Medienorganisationen und erwerben Fachwissen und soziale Fähigkeiten um Designprozesse multidisziplinär zu denken und zu gestalten. Bei Mediendesign geht es um die Analyse, Skizzierung, Planung und Gestaltung von audiovisuellen und interaktiven, zielgerichteten Informationen. Mediendesigner können eine Medienproduktion mit künstlerischen, medienwissenschaftlichen und medientechnischen Arbeitsmethoden planen, entwickeln, realisieren und crossmedial vernetzen. Sie spezialisieren sich in Print- und Webmedien, zeitbasierten Medien (Video, Audio, Animation) oder interaktiven Anwendungen (Games).

Der Masterstudiengang richtet sich an Absolventinnen und Absolventen von berufsqualifizierenden Studiengängen im Bereich der künstlerischen Gestaltung von Medien, die ihre Kompetenzen in der Konzeption, Organisation und Umsetzung komplexer gestalterischer Prozesse sowie ihrer wissenschaftlichen Begleitung und Erforschung in den verschiedensten Einsatzfeldern stärken möchten.

### **3 Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.)**

Der Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.) richtet sich an Schulabgängerinnen und Schulabgänger mit fachspezifischer oder allgemeiner Hochschulreife ohne konkrete Vorkenntnisse, die sich für die Gestaltung und Organisation gesellschaftlicher Kommunikation begeistern. Das Qualifikationsziel des Bachelorstudiengangs bewegt sich im Spannungsfeld des Medienproduktionsprozesses und dem Management der ökonomischen Restriktionen. Vor diesem Hintergrund vermittelt der Studiengang moderne Methoden der Medienökonomie, der Medienproduktion, des Marketings und der strategischen Kommunikation, um mit ganzheitlichen Konzepten Medienunternehmen strategisch zu führen und den Medieneinsatz aktiv zu managen. Die studierenden Medienmanagerinnen und Medienmanager lernen die ökonomischen und gesellschaftlich-kulturellen Rahmenbedingungen des Medienmanagements kennen, erwerben Fach- und Sozialkompetenz, um planerische Fragestellungen fachübergreifend mit betriebswirtschaftlichem Denken, Marketingkenntnissen und Verfahren des Prozessmanagements zu lösen. Der Studiengang hat einen Schwerpunkt im Bereich der medien-wirtschaftlich-berufspraktischen Orientierung. Damit reagiert er auf die anhaltenden Veränderungen der Medienökonomie, die sich durch die Digitalisierung der Medienwelt ergeben und voraussichtlich zukünftig intensivieren werden.

In der Praxis-Lehre arbeiten Studierende aus den Studiengängen „Medienkommunikation“ (B.A.) und „Medienmanagement“ (B.A.) in Projekten jahrgangsübergreifend zusammen. Blended Learning wird in den Grundlagenfächern bspw. durch die Begleitung der Einführungsvorlesungen auf Moodle gewährleistet. Über die weithin übliche Bereitstellung von Studienmaterialien hinaus werden interaktive Tests zur Prüfungsvorbereitung angeboten und gemeinsam mit Studierenden WIKIs und Glossare erarbeitet, die der Peer-Instruction dienen und den Kompetenzerwerb in Eigenrecherche und Aufbereitung komplexer Inhalte in allgemeinverständlicher Form fördern.

#### **4 Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.)**

Der Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) richtet sich an Schulabgängerinnen und Schulabgänger mit fachspezifischer oder allgemeiner Hochschulreife ohne konkrete Vorkenntnisse, die sich für die Gestaltung und Organisation gesellschaftlicher Kommunikation begeistern. Der Bachelorstudiengang qualifiziert für Aufgaben in der medialen Contentproduktion und des Managements im journalistischen Bereich sowie im Bereich der Public Relations. Journalismus und Public Relations als arbeitsweltlich getrennte Bereiche zu betrachten, wie es bisher auch in der akademischen Ausbildung gemacht wird, ist nicht mehr zeitgemäß. Vielfach arbeiten Expertinnen und Experten des einen Bereichs heutzutage zusätzlich auch im anderen Bereich; hier ist eine fortwährende Entwicklung zu erkennen. Andererseits fehlt den Spezialistinnen und Spezialisten das umfangreiche Fachwissen des anderen Bereichs. Darüber hinaus bringt die arbeitsweltliche Verknüpfung beider Bereiche theoretische und praktische Herausforderungen mit sich, die von der Methodik bis zur Ethik reichen. Das Konzept des Bachelorstudienganges vereint journalistische Handlungsroutrinen mit denjenigen der Unternehmenskommunikation und Public Relations– in einer reflektierten und sinnhaften Weise. Ziel der Konzeption ist eine hohe Kompetenzentwicklung der Studierenden für ein kompetitives Arbeitsfeld, wobei gerade die in der Praxis problematische Trennlinie zwischen Journalismus und PR thematisiert wird.

#### **5 Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)**

Der Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) richtet sich an Absolventinnen und Absolventen von berufsqualifizierenden Studiengängen im sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Sektor, die ihre Kompetenzen in der Planung, Organisation und Umsetzung publizistischer und strategischer Kommunikation sowie ihrer wissenschaftlichen Begleitung und Erforschung in den verschiedensten Einsatzfeldern stärken möchten.

Der Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) begegnet den Kernfragen der gegenwärtigen Kommunikations- und Medienlandschaft zielgerichtet. Zu diesen zählt vor allem jene danach, wodurch sich erfolgreiches Leadership in Zeiten konvergierender Tätigkeitsfelder und Berufsrollen im Kommunikations- und Medienbereich auszeichnet. Er qualifiziert damit im Wesentlichen für zwei unterschiedliche Fachzugänge: Auf der einen Seite ergibt sich der Zugang zu Kommunikationsberufen im Sinne journalistischen Medienhandelns regelmäßig über einen gesellschaftlich verhandelten Wertekanon. Auf der anderen Seite stehen für Aufgaben im Kommunikationsmanagement an strategischen Zielen ausgerichtete Fragestellungen im Blickpunkt. Die Koppelung der beiden Felder spiegelt in bester Weise die in den vergangenen Jahrzehnten steigende Vermischung der Tätigkeitsfelder in Publizistik und Unternehmensbeziehungsweise Organisationskommunikation. Hinzu kommt die im Zuge der Digitalisierung verstärkte Betonung ökonomischer Fragestellungen, die das publizistisch orientierte Medienmanagement nachhal-

tig verändern. Von dessen Führungskräften werden dementsprechend zunehmend integrative Kommunikationskompetenzen und inhaltliche Profiliertheit gefordert, hierauf bereitet der Studiengang vor. Der Masterstudiengang Kommunikationsmanagement an der Ostfalia Hochschule begegnet diesem Bedarf mit einer spezifischen Ausrichtung: Er thematisiert die beruflichen Herausforderungen und inhaltlichen Widersprüchlichkeiten, die sich aus den Konvergenzbewegungen ergeben, und wendet sich damit neben berufsbezogenen auch sozialen Konflikten zu, die das Kommunikationsmanagement seit einigen Jahrzehnten fundamental prägen, in vergleichbaren Studiengängen jedoch nicht in diesem Umfang zur Geltung kommen. Damit reagiert er auf einen Bedarf, den Praktiker immer stärker artikulieren.



## **Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums**

### **1 Studiengang „Mediendesign“ (B.A.)**

Der Bachelorstudiengang „Mediendesign“ (B.A.) konnte hinsichtlich seiner Qualifikationsziele, Konzeption und Implementierung die Gutachtergruppe von einer soliden Studienqualität überzeugen. Die Inhalte des Studiengangs entsprechend seiner Zielsetzung, die Module sind sinnvoll ausgearbeitet und sichern einen aufbauenden Kompetenzerwerb. Das breit angelegte Fächerangebot bietet den Studierenden die Möglichkeit ihre Fähigkeiten und Neigungen zu entdecken, entsprechend Kompetenzen auszubilden und zu vertiefen. Personelle und räumliche Ressourcen sind insgesamt gut aufgestellt, sodass ein sicherer Studienbetrieb im Akkreditierungszeitraum und darüber hinaus gewährleistet ist. Die Lehrenden sind hoch engagiert. Die Studierenden fühlen sich fachlich wie organisatorisch hervorragend betreut.

Die Gutachtergruppe empfiehlt, mehr Projekträume zu schaffen um projektorientiertes und interdisziplinäres Arbeit weiter zu fördern. Darüber hinaus, sollte auch in diesem Studiengang analog zum Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) das „Fakultätsinterne Wahlpflichtfach“ eingeführt werden.

### **2 Studiengang „Mediendesign“ (M.A.)**

Der Masterstudiengang „Mediendesign“ (M.A.) entspricht nach Ansicht der Gutachtergruppe vollkommen den Anforderungen des Faches. Der inhaltliche und strukturelle Aufbau des Studiengangs ist nach Einschätzung der Gutachtergruppe insgesamt sinnvoll und sehr stringent konzipiert. Der Aufbau des Curriculums entspricht heutigen Erkenntnissen für Masterstudiengänge im Bereich Medien und Design. Nach Einschätzung des Gutachtergremiums sind die notwendigen Ressourcen und Voraussetzungen für die Durchführung des Studienprogramms gegeben und sind angemessen, um das Studiengangskonzept umsetzen zu können. Zur Förderung der projektorientierten und interdisziplinären Arbeit sollten mehr Projekträume geschaffen werden.

### **3 Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.)**

Der Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.) beschreibt ein schlüssiges Konzept sowie sinnvolle Qualifikationsziele. Konzept und Ziele berücksichtigen dabei die aktuellen und mittelfristigen Rahmenbedingungen der (medienspezifischen) Arbeitsmärkte. Das Studiengangskonzept ist als stimmig und zukunftsfähig einzustufen. Davon profitieren sowohl Studierende, die sich eher für die klassischen und/oder neueren Medienmärkte interessieren als auch Studierende, die Berufe in den Bereichen Unternehmens-



kommunikation bzw. Marketing anstreben. Curriculum und Prüfungssystem entsprechen ebenfalls diesem Anspruch. Der Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.) erfüllt alle studiengangsspezifischen Kriterien.

Die studiengangsspezifischen Empfehlungen aus der vorangegangenen Akkreditierung wurden vollumfänglich umgesetzt: So liegen inzwischen für die Bachelorarbeit und die betreute Praxisphase zwei getrennte Modulbeschreibungen vor. Zudem sind in den Modulbeschreibungen generell die Lernziele deutlich von den Inhalten abgegrenzt und stärker kompetenzorientiert formuliert. Die innerhalb des Studiengangs vorhandenen thematischen Wahlmöglichkeiten sind sowohl in der Studiengangsdarstellung als auch in den Modulbeschreibungen dargestellt.

Personal- und Ressourcenausstattung sind den Zielen des Studiengangs angemessen. Die Organisation des Studiengangs sowie des Studiums sind somit sichergestellt.

Die Gutachtergruppe empfiehlt, analog zum Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) das „Fakultätsinterne Wahlpflichtfach“ in den Studienverlauf (Grundlagenstudium) zu integrieren. Zur Förderung der projektorientierten und interdisziplinären Arbeit sollten mehr Projekträume geschaffen werden.

#### **4 Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.)**

Die Begehung sowie die Sichtung der Unterlagen zum Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) haben deutlich gemacht, dass insgesamt von einer adäquaten fachlich-inhaltlichen Qualität des Studienganges auszugehen ist. Die Gespräche mit den Fachvertreterinnen und Fachvertretern und der Hochschulleitung sowie mit den Studierenden haben diesen Eindruck unterstrichen. In der Gesamtbeurteilung sind die zur Verfügung stehenden personellen, räumlichen und technischen Ressourcen angemessen und unterstützen die Sicherstellung der Qualifikation. Zur Förderung der projektorientierten und interdisziplinären Arbeit sollten mehr Projekträume geschaffen werden.

Die fachlich-inhaltliche Ausgestaltung ist mit Blick auf die dargelegten Studienziele überzeugend. Hinsichtlich der ausgesprochenen Empfehlungen in der vorangegangenen Akkreditierung kann festgestellt werden, dass diese weitgehend durch Veränderungen im aktuellen Modulplan aufgegriffen worden sind. Das Curriculum weist veränderte, aussagekräftige und stärker inhaltlich abgegrenzte Modultitel auf. Die Einführung einer Lehragentur als Gegenstück zur Lehrredaktion scheint von den Studierenden sehr gut angenommen zu werden. Ihre Anlage ist fachlich-inhaltlich überzeugend dargelegt worden.

#### **5 Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)**

Der Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) versetzt die Studierenden in die Lage, Managementaufgaben in Publizistik und strategischer Kommunikation zu übernehmen. Hervorzuheben

sind dabei die angebotenen Vertiefungswahloptionen in der strategischen und der publizistischen Kommunikation (Kommunikationstheorie, Kommunikationspraxis, Mediensystem, Marketing und Management), welche aufbauend auf einem soliden Grundlagenstudium zu einer erkennbaren Spezialisierung und Profilierung der Studierenden führen. Dabei ist insgesamt von einer hohen Aktualität der skizzierten Lehrinhalte auszugehen. Im Studiengangskonzept werden u.a. auch die Implikationen der Digitalisierung für die Branchen und für die potenziellen Arbeitsfelder der Studierenden reflektiert. Der Studiengang ist somit als zukunftsfähig einzustufen. Hinsichtlich des Prüfungssystems liegt eine ausgeglichene Mischung an Prüfungsformen vor.

Die studiengangspezifischen Empfehlungen aus der vorangegangenen Akkreditierung wurden vollumfänglich umgesetzt: Die Lernziele sind deutlich von den Inhalten abgegrenzt und stärker kompetenzorientiert formuliert. Ebenso wurden die Inhalte präzisiert und detaillierter beschrieben. Entsprechend wird auch deutlich, dass der Studiengang weiterführende sowie vertiefende Inhalte und Kompetenzen vermittelt. Die weitgehende inhaltliche Überschneidungsfreiheit der Module ist nun erkennbar.

Personal- und Ressourcenausstattung sind den Zielen des Studiengangs angemessen. Die Organisation des Studiengangs sowie des Studiums sind somit sichergestellt. Der Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) erfüllt alle studiengangsspezifischen Kriterien.

Es könnte sich als hilfreich für die Studierenden erweisen, wenn sinnvolle und stimmige „Pfade“ beziehungsweise „Empfehlungen“ durch das Studium (im Sinne einer Kombination von Pflicht- und Wahloptionen) dargestellt würden. Diese könnten zur Orientierung und als Hilfestellung dienen, um im Hinblick auf konkrete Berufsfelder „passende“ Module über den Studienverlauf hinweg zu kombinieren.

## **Inhalt**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Ergebnisse auf einen Blick .....</b>   | <b>6</b>  |
| 1 Studiengang „Mediendesign“ (B.A.) .....   | 6         |
| 2 Studiengang „Mediendesign“ (M.A.) .....   | 7         |
| 3 Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.) .....                                     | 7         |
| 4 Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) .....                                  | 8         |
| 5 Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) .....                             | 9         |
| <b>Kurzprofile .....</b>  | <b>10</b> |
| 1 Studiengang „Mediendesign“ (B.A.) .....   | 11        |
| 2 Studiengang „Mediendesign“ (M.A.) .....   | 12        |
| 3 Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.) .....                                     | 13        |
| 4 Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) .....                                  | 14        |
| 5 Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) .....                             | 14        |
| <b>Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums .....</b>            | <b>16</b> |
| 1 Studiengang „Mediendesign“ (B.A.) .....   | 16        |
| 2 Studiengang „Mediendesign“ (M.A.) .....   | 16        |
| 3 Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.) .....                                     | 16        |
| 4 Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) .....                                  | 17        |
| 5 Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) .....                             | 17        |
| <b>Inhalt .....</b>   | <b>19</b> |
| <b>I Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien .....</b>                      | <b>21</b> |
| 1 Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 MRVO) .....                               | 21        |
| 2 Studiengangsprofile (§ 4 MRVO) .....  | 21        |
| 3 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 MRVO) ..... | 22        |
| 4 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 MRVO) .....                          | 23        |
| 5 Modularisierung (§ 7 MRVO) .....  | 23        |
| 6 Leistungspunktesystem (§ 8 MRVO) .....  | 24        |
| 7 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 9 MRVO) .....           | 25        |
| 8 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme (§ 10 MRVO) .....                   | 25        |
| <b>II Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien .....</b>          | <b>26</b> |
| 1 Schwerpunkte der Bewertung/ Fokus der Qualitätsentwicklung .....                | 26        |
| 2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien .....                             | 27        |
| 2.1 Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 MRVO) .....                     | 27        |
| 2.2 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO) .....      | 35        |
| 2.2.1 Curriculum .....  | 35        |
| 2.2.2 Mobilität .....   | 43        |
| 2.2.3 Personelle Ausstattung .....  | 45        |
| 2.2.4 Ressourcenausstattung .....   | 47        |
| 2.2.5 Prüfungssystem .....  | 48        |

|            |   |           |
|------------|---|-----------|
| 2.2.6      | Studierbarkeit.....   | 52        |
| 2.2.7      | Besonderer Profilanspruch .....                                       | 53        |
| 2.3        | Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO) .....    | 53        |
| 2.3.1      | Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen .....  | 53        |
| 2.3.2      | Lehramt .....   | 58        |
| 2.4        | Studienerfolg (§ 14 MRVO).....  | 58        |
| 2.5        | Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 MRVO).....     | 60        |
| 2.6        | Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme (§ 16 MRVO) .....         | 61        |
| 2.7        | Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 19 MRVO)..... | 61        |
| 2.8        | Hochschulische Kooperationen (§ 20 MRVO) .....                        | 61        |
| 2.9        | Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien (§ 21 MRVO) .....         | 61        |
| <b>III</b> | <b>Begutachtungsverfahren.....</b>                                    | <b>62</b> |
| 1          | Allgemeine Hinweise .....   | 62        |
| 2          | Rechtliche Grundlagen.....  | 62        |
| 3          | Gutachtergruppe .....   | 62        |
| <b>IV</b>  | <b>Datenblatt.....</b>  | <b>62</b> |
| 1          | Daten zu den Studiengängen zum Zeitpunkt der Begutachtung.....        | 62        |
| 1.1        | Studiengang „Mediendesign“ (B.A.).....                                | 62        |
| 1.2        | Studiengang „Mediendesign“ (M.A.).....                                | 63        |
| 1.3        | Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.) .....                           | 63        |
| 1.4        | Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.).....                         | 63        |
| 1.5        | Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.).....                    | 63        |
| 2          | Daten zur Akkreditierung.....   | 64        |
| 2.1        | Studiengang „Mediendesign“ (B.A.).....                                | 64        |
| 2.2        | Studiengang „Mediendesign“ (M.A.).....                                | 64        |
| 2.3        | Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.) .....                           | 65        |
| 2.4        | Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.).....                         | 65        |
| 2.5        | Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.).....                    | 65        |
|            | <b>Glossar.....</b>   | <b>67</b> |
|            | <b>Anhang.....</b>  | <b>68</b> |

## **I Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien**

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

### **1 Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 MRVO)**

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 3 MRVO. [Link Volltext](#)

#### **Dokumentation/Bewertung**

Die Regelstudienzeit für die grundständigen Vollzeitstudienprogramme „Mediendesign“ (B.A.), „Medienmanagement“ (B.A.), „Medienkommunikation“ (B.A.) beträgt gemäß § 2 und § 3 der Bachelor-Prüfungsordnung (PO Bachelor) der Fakultät Verkehr-Sport-Tourismus-Medien der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften für die Bachelorstudiengänge jeweils sechs Semester, in denen insgesamt 180 ECTS-Punkte erworben werden.

Für die konsekutiven Masterstudiengänge „Mediendesign“ (M.A.) und „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) beträgt die Regelstudienzeit vier Semester im Vollzeitstudium, in denen insgesamt 120 ECTS-Punkte erworben werden (§ 2 und § 3 der Prüfungsordnung für Masterstudiengänge).

#### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **2 Studiengangprofile (§ 4 MRVO)**

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 4 MRVO. [Link Volltext](#)

#### **Dokumentation/Bewertung**

Die hier zur Begutachtung eingereichten Bachelorstudiengänge schließen am Ende mit einer Bachelorarbeit im Umfang von 12 ECTS-Punkte ab. Mit der Bachelorarbeit sollen die Studierende zeigen, dass sie in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus ihrer/seiner Fachrichtung selbstständig, problemorientiert, fächerübergreifend und wissenschaftlich zu bearbeiten (§ 19 der PO Bachelor).

Die beiden Masterstudiengänge sind konsekutiv und werden dem anwendungsorientierten Profil zugeordnet. Auch in diesen Studiengängen ist im jeweils letzten Semester eine Abschlussarbeit vorgesehen, mit der die Fähigkeit nachgewiesen wird, innerhalb einer vorgegebenen Frist eine Aufgabenstellung aus dem jeweiligen Fach selbstständig nach wissenschaftlichen bzw. künstlerischen Methoden zu bearbeiten.

## Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

### 3 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 MRVO)

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 5 MRVO. [Link Volltext](#)

#### Dokumentation/Bewertung

Die Bachelorstudiengänge „Medienmanagement“ (B.A.) und „Medienkommunikation“ (B.A.) richten sich nach der zentralen „Ordnung über das Auswahlverfahren für die zulassungsbeschränkten grundständigen Studiengänge der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften“.

Zusätzlich zu den Zulassungsvoraussetzungen in der „Ordnung über das Auswahlverfahren für die zulassungsbeschränkten grundständigen Studiengänge“, muss die Bewerberin oder der Bewerber für den Bachelorstudiengang „Mediendesign“ (B.A.) eine besondere künstlerische Befähigung durch die erfolgreiche Teilnahme am Feststellungsverfahren nachweisen. Umfang, Kriterien und Bewertungsmodus des Einstellungsverfahrens sind in der Ordnung über den Nachweis der besonderen künstlerischen Befähigung für das Studium im Bachelor-Studiengang „Mediendesign“ festgelegt.

Voraussetzung für den Zugang zum konsekutiven Masterstudiengang „Mediendesign“ (M.A.) ist, dass die Bewerberin oder der Bewerber entweder an einer deutschen Hochschule oder an einer Hochschule, die einem der Bologna-Signatarstaaten angehört, einen Bachelorabschluss (mindestens 180 ECTS-Punkte) oder diesem gleichwertigen Abschluss erworben hat. Die Bewerberin oder der Bewerber für den Master-Studiengang Mediendesign muss neben der Zugangsberechtigung eine besondere künstlerische Befähigung durch die erfolgreiche Teilnahme am Feststellungsverfahren nachweisen (§ 2 der der Ordnung über den Zugang und die Zulassung für den konsekutiven Masterstudiengang „Mediendesign“). Näheres regelt die Ordnung über den Nachweis der besonderen künstlerischen Befähigung für den konsekutiven Masterstudiengang „Mediendesign“.

Die Zulassungsvoraussetzungen für den Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) sind in der „Ordnung über den Zugang und die Zulassung für den konsekutiven Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ festgelegt. Voraussetzung für die Zulassung ist ein erster einschlägiger Hochschulabschluss (mindestens 180 ECTS-Punkte) im Bereich Medienmanagement, Medienkommunikation, Medienwissenschaft, Kommunikationswissenschaft, Publizistikwissenschaft, Journalistik/PR, Wirtschaftswissenschaften/Management mit marketing- oder kommunikationswissenschaftlichem Schwerpunkt, Kommunikationsmanagement oder einen diesem gleichwertigen Abschluss in einem fachlich geeigneten vorangegangenen Studium.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

## **4 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 MRVO)**

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 6 MRVO. [Link Volltext](#)

### **Dokumentation/Bewertung**

Nach bestandener Bachelorprüfung wird in den Studiengängen „Mediendesign“, „Medienkommunikation“, „Medienmanagement“ der Bachelor of Arts (B.A.) verliehen.

Nach bestandener Masterprüfung verleiht die Hochschule für die Studiengänge „Mediendesign“ und „Kommunikationsmanagement“ Hochschulgrad „Master of Arts“.

Gemäß § 4 der Allgemeinen Bachelorprüfungsordnung und der Masterprüfungsordnung wird ein Diploma Supplement ausgestellt. Die verwendete Vorlage entspricht den aktuellen Vorgaben der zwischen Kultusministerkonferenz und Hochschulrektorenkonferenz abgestimmten Fassung, wobei darauf zu achten ist, dass die vollständige Vorlage einschließlich der aktuellen Angaben zum nationalen Hochschulsystem verwendet wird.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

## **5 Modularisierung (§ 7 MRVO)**

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 7 MRVO. [Link Volltext](#)

### **Dokumentation/Bewertung**

Die zur Akkreditierung stehenden Studiengänge sind modular aufgebaut. Alle Module werden innerhalb von einem Semester absolviert. Die Details eines Moduls werden in der Modulbeschreibung festgelegt. Die Modulbeschreibungen der Bachelor- und Masterstudiengänge enthalten alle nach § 7 Abs. 2 MRVO erforderlichen Angaben, wie die Häufigkeit und Dauer, die Lehr- und Lernformen, die Voraussetzungen für die Teilnahme und die Vergabe von ECTS-Punkten, der Arbeitsaufwand einschließlich Selbststudium, die Inhalte und Qualifikationsziele, die Prüfungsform, die Verwendbarkeit der Module, die ECTS-Punkte und Benotung. Darüber hinaus werden Modulverantwortliche und Lehrende sowie Literatur ausgewiesen.

Gemäß § 16 (5) der Bachelorprüfungsordnung und der Masterprüfungsordnung wird zusätzlich zur Gesamtnote eine relative Einstufung gemäß ECTS Users' Guide vorgenommen, sobald entsprechende statische Daten zur Verfügung stehen.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

## **6 Leistungspunktesystem (§ 8 MRVO)**

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 8 MRVO. [Link Volltext](#)

### **Dokumentation/Bewertung**

Jedem Modul der Bachelor- und Masterstudiengängen ist eine bestimmte Anzahl an ECTS-Leistungspunkten zugeordnet. Die Bachelorstudiengänge sind vollständig modularisiert und umfassen jeweils insgesamt 180 ECTS-Punkte, wobei 12 ECTS-Punkte für eine Bachelorarbeit vorgesehen sind. Die Module des Studiengangs „Mediendesign“ (B.A.) umfassen sechs bis zehn ECTS-Punkte. Im Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.) werden zwischen drei bis sieben ECTS-Punkten pro Modul vergeben. Im Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) werden zwischen vier und neun ECTS-Punkten pro Modul vergeben.

Die Studiengänge „Mediendesign“ (M.A.) sowie „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) sind vollständig modularisiert und umfassen jeweils insgesamt 120 ECTS-Punkte. Die Module der Masterstudiengänge umfassen sechs bis zwölf ECTS-Punkte. Die Masterarbeit umfasst für den Studiengang „Mediendesign“ (M.A.) 20 ECTS-Punkte und 18 ECTS-Punkte für den Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.).

Es werden in allen Studiengängen in der Regel 30 ECTS-Punkte pro Semester vergeben.

Ein Leistungspunkt entspricht einer Arbeitsbelastung von 30 Stunden, was in der entsprechenden allgemeinen Bachelorprüfungsordnung und Masterprüfungsordnung unter § 2 (3) geregelt ist.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.



## **7 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 9 MRVO)**

*(Nicht einschlägig)*

## **8 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme (§ 10 MRVO)**

*(Nicht einschlägig)*

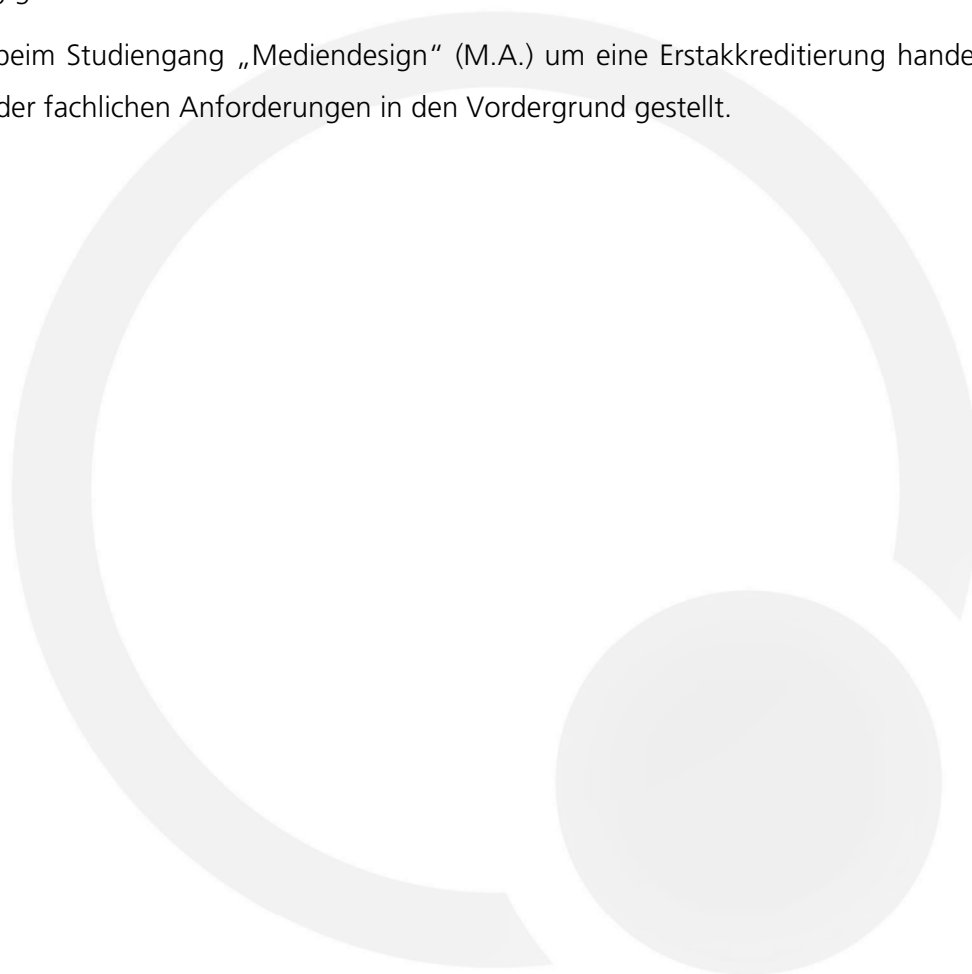


## **II Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien**

### **1 Schwerpunkte der Bewertung/Fokus der Qualitätsentwicklung**

Das Gutachtergremium hat sich mit der Weiterentwicklung der bestehenden Studiengänge befasst. Allgemein lag der Fokus auf der inhaltlichen Ausgestaltung sowie auf der Einhaltung der fachlichen Anforderungen. Die Empfehlungen aus der vorangegangenen Akkreditierung wurden weitgehend beachtet. Die vorliegenden Studiengänge haben seit der letztmaligen Akkreditierung insgesamt eine positive Entwicklung genommen.

Da es sich beim Studiengang „Mediendesign“ (M.A.) um eine Erstakkreditierung handelt, wurde die Einhaltung der fachlichen Anforderungen in den Vordergrund gestellt.



## 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)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 11 MRVO. [Link Volltext](#)

#### a) Studiengangsübergreifende Aspekte

#### b) Studiengangsspezifische Bewertung

#### Studiengang „Mediendesign“ (B.A.)

##### **Dokumentation**

Der Studiengang qualifiziert die Studierenden – neben der Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten – mit Schwerpunkt im Bereich der Medienkonzeption und -produktion in den Teilbereichen Kommunikationsdesign/Interaktive Medien, Audiovisuelle Medien/Bewegbilddesign und Animation/Games. Die Studierenden sollen ihre eigene Haltung zur Gestaltung von Medien entwickeln, die sie als Designerinnen und Designer befähigt immer neue mediale Anwendungs- und Kombinationsmöglichkeiten zu entwerfen und praktisch umzusetzen, im Team zu agieren und Sensibilität für angrenzende Berufsfelder zu entwickeln. Die Studienstruktur im Bachelor „Mediendesign“ ist eng an der Vermittlung von theoretischen und praktischen Kenntnissen in den Bereichen Kommunikationsdesign/interaktive Medien, Audiovisuelle Medien/Bewegbilddesign und Animation/Games orientiert; diese Inhalte werden durch medienpraktische sowie kommunikations- und medienwissenschaftliche Inhalte theoretisch und strukturell/konzeptionell unterfüttert. Neben Kompetenzen in der Medienproduktion werden Kompetenzen aus dem Bereich der angewandten Gestaltung, der Konzeption und damit verbundenen Soft-Skills, Handlungs- und Methodenkompetenzen und das Arbeiten im Team vermittelt.

Der Studiengang qualifiziert für Aufgaben in der medialen Contentproduktion Kommunikationsdesign/interaktive Medien, Audiovisuelle Medien/Bewegbilddesign, Animation/Games. Darüber hinaus befähigt er die Studierenden zur wissenschaftlichen Analyse theoretischer und praktischer Herausforderungen künftiger Arbeitswelten des Designs.

##### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Das breit angelegte Fächerangebot bietet den Studierenden die Möglichkeit ihre Fähigkeiten zu entdecken, entsprechend Kompetenzen auszubilden und zu vertiefen. Die Lehrangebote sind aufeinander aufgebaut und werden in Modulen ineinander verzahnt. Diese Abfolge von Lehreinheiten ermöglichen einen gut strukturierten Medien-Kompetenzerwerb.

Der medienübergreifende Ansatz des Bachelorstudiengangs „Mediendesign“ (B.A.) vermittelt Studierenden neben Fachkompetenzen auch soziale und rhetorische Kompetenzen, die in heutigen Gesellschaftssystemen von großer Bedeutung für den beruflichen oder akademischen Werdegang sind. Das Ziel ist die Studierenden auf einen flexiblen Arbeitsmarkt in verschiedenen Bereichen des Medienschaffens, als eigenständig Kreative vorzubereiten und erfolgreich in die Berufsfelder des Mediendesigns einzusteigen.

Die Erreichung der Kompetenzziele wird mit Hilfe eines breiten Spektrums an didaktischen Mitteln unterstützt. Hierzu werden unterschiedliche didaktische Mittel und Methoden eingesetzt, um die Studierenden adäquat auf ihren beruflichen Werdegang vorzubereiten. Medienpraxisprojekte, mit der Möglichkeit externe Unternehmen einzubeziehen, ermöglichen schon im Studium die intensive Auseinandersetzung mit Berufsfeldern, die sich in stetigem Wandel befinden.

Die Ziele des Studiengangs sind zeitgemäß, lösungsorientiert und branchenadäquat erarbeitet.

Der Studiengang erfüllt aus Sicht des Gutachtergremiums die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

Die Berufsfelder sind schlüssig dargestellt. Die Studierenden werden intensiv auf vielfältige berufliche Betätigungsfelder durch den intensiven Kontakt zur Medienwirtschaft, regional, national aber auch international vorbereitet. Durch die vielfältigen Möglichkeiten der Zusammenarbeit und des Erprobens in eigenen Projekten werden die Studierenden zu kritischem Denken und Handeln in globalen Zusammenhängen befähigt.

Dem stetig steigenden Qualifizierungsbedarf in allen Bereichen der Medienbranche gelegt und die damit verbundene Mehrfachqualifizierung wird in den Modulen sehr gut abgebildet. Die gestalterischen, technischen, konzeptionellen und organisatorischen Fähigkeiten werden sehr gut trainiert.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Studiengang „Mediendesign“ (M.A.)**

#### **Dokumentation**

Das Studiengangsziel ist es, erweiterte Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich der Gestaltung von Inhalten audiovisueller Medien, Animation, Games oder Kommunikationsdesigns zu vermitteln. Der Studiengang befähigt die Absolventinnen und Absolventen zur Analyse umfassender Designprozesse, zur Konzeption, Planung und Umsetzung gesellschaftsrelevanten Designs mit künstlerischgestalterischen, wissenschaftlichen und medientechnischen Arbeitsmethoden. Die Studierenden beherrschen Methoden im Umgang mit dem wirtschaftlichen und soziokulturellen Umfeld von Medien und Medienorganisationen

und erwerben Fachwissen und soziale Fähigkeiten, um Designprozesse multidisziplinär zu denken und zu gestalten. Darüber hinaus qualifiziert er die Studierenden für die Forschung in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Der Studiengang setzt kreative Fähigkeiten, mediendesignerische und medienwissenschaftliche Kenntnisse voraus, baut diese aus und integriert sie in anwendungsorientierte Forschungs- und Designprojekte.

Der Studiengang qualifiziert für Positionen, die sich mit der Gestaltung und Produktion komplexer Medienprojekte und kreativen Anwendungen für die Kultur- und Medienwirtschaft oder in der Unternehmenskommunikation beschäftigen. Darüber hinaus qualifiziert es die Studierenden für die Forschung in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Die Studierenden beherrschen Methoden im Umgang mit dem wirtschaftlichen und soziokulturellen Umfeld von Medien und Medienorganisationen und erwerben Fachwissen und soziale Fähigkeiten um Designprozesse multidisziplinär zu denken und zu gestalten

### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Der Studiengang reagiert in Lehre und Forschung auf aktuelle und zukünftige Tendenzen. Die Studierenden werden befähigt, zu hinterfragen, zu gestalten und zu forschen und darüber hinaus werden Sie aufgefordert, sich mit dem erworbenen Wissen auch medienpolitisch einzubringen, um im gesellschaftlichen Miteinander eine verantwortungsvolle Rolle einnehmen zu können.

Der Blick der Studierenden wird geschärft auf die sich immer vielfältiger und interdisziplinärer darstellenden Berufsfelder. Gewährleistet wird das durch den engen Kontakt zur Medienwirtschaft und die Möglichkeit der intensiven Zusammenarbeit. Das Studium ist crossmedial qualifizierend konzipiert und vermittelt gegenüber dem Bachelorstudium vertiefende Kompetenzen und ein projektoffenes Arbeiten mit externen Unternehmen. Eine Kooperation mit Forschungseinrichtungen oder ein internationaler Austausch mit Partnerhochschulen erweitert den Blick auf gesellschaftliche und wirtschaftliche Veränderungen.

Durch die Verzahnung von Theorie und Praxis in einer geringen Anzahl an Modulen und Lehrveranstaltungen ist eine angemessene Vertiefung möglich. Das wird auch ermöglicht durch einen großen Projektanteil, der vielfältige Spezialisierungen und Vertiefungen ermöglicht. Durch die aus den Kombinationsmöglichkeiten entstehenden Synergien ergeben sich innovative transmediale Gestaltungsformen für eine sich im Umbruch befindende Mediengesellschaft. Interaktive und integrative Ideen und Konzepte werden dringend benötigt.

Die Ziele des Studiengangs sind zeitgemäß und zukunftsweisend.

Der Masterstudiengang ist crossmedial qualifizierend konzipiert und vermittelt vertiefende Kompetenzen für eine Vielzahl von Berufsfelder. Auf dieser Grundlage aufbauend kann eine weitere fachliche und wissenschaftliche Vertiefung über integrative Konzepte und Spezialisierung auf einen fachlichen

Schwerpunkt erfolgen. Der besondere Fokus auf den steigenden Qualifizierungsbedarf im Medienbereich und die damit verbundene Mehrfachqualifizierung ist angemessen. Die gestalterischen, technischen, konzeptionellen und organisatorischen Fähigkeiten werden sehr gut trainiert. Projektarbeiten sind so konzipiert, dass Studierende Wissen synthetisieren und über die Anwendung erfolgreich transferieren lernen.

Die Vertiefungs- und Spezialisierungsmöglichkeiten sind gewährleistet. Der Blick auf die Entwicklung der Branche und die Fähigkeit sich individuell darauf einzustellen und den eigenen Fokus auszubilden werden gefördert.

Die Berufsfelder sind schlüssig dargestellt. Die Studierenden werden intensiv auf vielfältige berufliche Betätigungsfelder durch den intensiven Kontakt zur Medienwirtschaft, regional, national, aber auch international vorbereitet. Durch die vielfältigen Möglichkeiten der Zusammenarbeit und des Erprobens in eigenen Projekten werden die Studierenden zu kritischem Denken und Handeln in globalen Zusammenhängen befähigt.

Der Studiengang erfüllt die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.)**

#### **Dokumentation**

Der Bachelorstudiengang „Medienmanagement“ (B.A.) qualifiziert Studierende einerseits zum wissenschaftlichen Arbeiten, andererseits zur in der Konzeption, Planung und Durchführung von Medienproduktionen sowie zur mediengestützten strategischen Kommunikation und im Marketing. Das Qualifikationsziel des Bachelorstudiengangs bewegt sich im Spannungsfeld des Medienproduktionsprozesses und dem Management der ökonomischen Restriktionen. Vor diesem Hintergrund vermittelt der Studiengang moderne Methoden der Medienökonomie, der Medienproduktion, des Marketings und der strategischen Kommunikation, um mit ganzheitlichen Konzepten Medienunternehmen strategisch zu führen und Medieneinsatz aktiv zu managen. Die Studierenden lernen die ökonomischen und gesellschaftlich-kulturellen Rahmenbedingungen des Medienmanagements kennen, erwerben Fach- und Sozialkompetenz, um planerische Fragestellungen fachübergreifend mit betriebswirtschaftlichem Denken, Marketingkenntnissen und Verfahren des Prozessmanagements zu lösen.

Die Qualifizierung stellt eine Mischung aus theoretisch-konzeptioneller und praxisvorbereitender Ausbildung dar: Theoretisch fundierte Inhalte (Wirtschaftswissenschaften, Medienwissenschaft) werden auf strukturelle (klassische Betriebswirtschaftslehre, strategisches und operatives Marketing) und konkrete

Anwendungsfälle (Unternehmenskommunikation, Medienproduktion, Medienanalyse, Fallstudien) bezogen. Die Studierenden werden in die Lage versetzt, in unterschiedlichen Anwendungssituationen die fachspezifische Lösung von betriebswirtschaftlichen und medienspezifischen Fragestellungen vorzubereiten, zu unterstützen und zu erarbeiten.

Die Studierenden des Studiengangs werden innerhalb eines breiten Spektrums des Medienmanagements ausgebildet. Vor diesem Hintergrund ergeben sich unterschiedliche Kompetenzbereiche, welche die Studierenden im Laufe des Studiums erwerben. Zur erleichterten Vermittlung werden diese Kompetenzbereiche in die drei unterschiedlichen Kompetenzerwerbsstränge „Wirtschaft“, „Medienpraxis“ sowie „Wissenschaft und Kompetenz“ gegliedert.

Die Beschäftigungsmöglichkeiten der Medienmanagerinnen und Medienmanager umfasst die klassischen Medienmärkte, Computerspielmarkt sowie den Internetmarkt. Zudem kommen Arbeitsmöglichkeiten in Unternehmen mit Unternehmenskommunikationsbezug oder Stakeholder-Management oder auch Spezialanbieter in Form von Marketing-, Werbe- oder PR-Agenturen.

### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Der Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.) versetzt die Studierenden in die Lage, als „Medienmanagerinnen“ und „Medienmanager“ in Unternehmen der klassischen Medienmärkte, wie Zeitungs- und Zeitschriftenmarkt, Buchmarkt, Filmmarkt, TV-Markt, Radio-Markt, Musikmarkt, Video- und Computerspielmarkt sowie den Internetmarkt und auch in Marketing-, Werbung- und/oder PR-Agenturen tätig zu werden. Dies wird im Studiengangskonzept zum einen deutlich durch den breiten Ansatz des Medienmanagements, der durch die drei Kompetenzstränge „Wirtschaft“, „Medienpraxis“ sowie „Wissenschaft und Kompetenz“ beschrieben und sichergestellt wird, zum anderen durch die Möglichkeit einer Schwerpunktsetzung, die eine Spezialisierung und damit das Hervorbringen eines Kompetenzprofils ermöglicht.

Zudem ist es dem Ziel, Studierende zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und die Persönlichkeitsentwicklung zu befähigen, zuträglich, inter-/transdisziplinär vorzugehen (Kombination von Wirtschafts- und Medienwissenschaften) sowie eine Kombination aus Theorie und Anwendungspraxis zu bieten, was im Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.) gegeben ist. Im Curriculum spiegeln sich diese Kombinationen stimmig wider.

Die definierten Arbeits- bzw. Berufsfelder sind vor dem Hintergrund aktueller Markt- und Rahmenbedingungen auf den Medien- und Kommunikationsmärkten sowie auch im Hinblick auf erwartbare zukünftige Veränderungen in den Teilbranchen und Berufsfeldern schlüssig und damit mittelfristig und auf absehbare Zeit zukunftsfähig. Dies gilt sowohl für die Studierende, die sich eher für die klassischen und neuen Medienmärkte interessieren, als auch für Studierende, die generell Berufe in den Bereichen Unternehmenskommunikation bzw. Marketing anstreben.

Insgesamt ist zu konstatieren, dass die formulierten Ziele des Studiengangs nicht nur schlüssig im Hinblick auf externe Rahmenbedingungen der (medienspezifischen) Arbeitsmärkte sind, sondern auch den Ausgangspunkt einer für die Studierenden erfolgsversprechenden Qualifizierung (eines berufsqualifizierenden Studiums) darstellen.

Die Ziele des Studiengangs erfüllen die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (Beschluss der KMK vom 16.02.2017).

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.)**

#### **Dokumentation**

Der Bachelorstudiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) hat einen Schwerpunkt im Bereich der Contentproduktion im Spannungsfeld zwischen Journalismus und Public Relations. Die Studienstruktur ist eng an der Vermittlung von praktischen Kenntnissen in den Bereichen Journalismus und Public Relations sowie entsprechenden Lehrredaktionen orientiert; diese Inhalte werden durch betriebswirtschaftliche sowie kommunikations- und medienwissenschaftliche Inhalte theoretisch und strukturell/konzeptionell unterfüttert. Neben Kompetenzen in der Contentproduktion werden Kompetenzen aus dem Bereich der Dienstleistungs-BWL und der damit verbundenen Soft-Skills vermittelt.

Darüber hinaus verfügen die Absolventinnen und Absolventen über ein grundlegendes Verständnis der wirtschaftlichen Prozesse und die ihnen zugrunde liegenden organisatorischen Maßnahmen. Sie sind in der Lage, Projekte effizient zu planen und durchzuführen. Sie kennen die Grundprinzipien der akademischen Argumentation und sind in der Lage, Forschungsstrategien und Standards der wissenschaftlichen Arbeit korrekt anzuwenden.

Das typische Einsatzfeld der Absolventinnen und Absolventen sind die In-House Unternehmenskommunikation sowie der Agentursektor. Beschäftigungsfelder sind hier die klassische PR, aber auch der breitere Bereich des Marketings. Im journalistisch-redaktionellen Feld sind Verlage und der Pressesektor, der inzwischen auch online und crossmedial aufgestellt ist, der breiteste Arbeitsmarkt, insbesondere, da Hybridformen zwischen Journalismus und PR (wie bspw. das Content Marketing) zunehmend mit angeboten werden. Immer bedeutsamer werden aber auch Hörfunk und Fernsehen als relevante Einsatzfelder für die Absolventinnen und Absolventen, im privaten ebenso wie im öffentlich-rechtlichen Sektor.

#### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Der Bachelorstudiengang fördert die Vermittlung wissenschaftlicher Grundlagen, grundlegender Methodenkompetenz sowie berufsfeldbezogener Qualifikationen. Absolventinnen und Absolventen dieses



Studienganges erhalten eine hinreichend breite Qualifizierung. Der Aufbau des Curriculums (siehe auch 2.2.1) und seine fachliche Ausgestaltung sind mit Blick auf das angestrebte Bachelor-Abschlussniveau stimmig. Die Reflexionskompetenz und die Fähigkeit zu kritischer Analyse werden durch das Studium gefördert. Dies gilt insbesondere für die Veranstaltungen, die sich mit Medienstrukturen (Journalismus aus ökonomischer und politischer Sicht), Medien und Gesellschaft oder mit normativen und theoretischen Perspektiven der Medienkommunikation auseinandersetzen. Eine entsprechende Reflexion findet sich auch bei der Anlage des Studiums selbst, welches das Spannungsfeld zwischen Journalismus und PR wie eine Klammer aufgreift. Durch diesen Rahmen wird die Vermittlung berufspraktischer Kompetenzen in der Contentproduktion im Schnittfeld beider Bereiche angemessen wissenschaftlich begleitet und somit adäquat auf die zentralen Berufsfelder im Bereich des Journalismus oder der Organisationskommunikation vorbereitet. In methodischer und forschender Hinsicht werden im Studium auch aktuelle Entwicklungen aufgegriffen. So haben die Lehrenden im Gespräch und in der Selbstdokumentation deutlich gemacht, wie sie Forschung und Lehre verzahnen und den Studiengang an aktuellen und wissenschaftlichen Anforderungen ausrichten. Auf eine berufliche Tätigkeit im Mediensektor bereiten die Kooperationen mit Praxispartnerinnen und Praxispartnern, die vermittelten Grundlagen der Medienproduktion/-strukturen, sowie insbesondere die substanzielle Praxisübung in den Lehrredaktionen und -agenturen vor. Im PR-Bereich werden überdies zentrale Grundlagen in den Bereichen Marketing und Organisationskommunikation vermittelt.

Die Ziele des Studienganges erfüllen die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (Beschluss der KMK vom 16.02.2017).

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)**

#### **Dokumentation**

Der konsekutive Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) baut auf medien-, publizistik- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen sowie auf wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen mit marketing- und kommunikationswissenschaftlichem Schwerpunkt auf. Das Studiengangsziel ist die Vermittlung von erweiterten Kenntnissen und Fähigkeiten in strategischer und publizistischer Kommunikation sowie in Fragen des Kommunikationsmanagements. Durch die Masterprüfung soll nachgewiesen werden, dass die Studierenden die erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten erworben haben, um selbständig wissenschaftlich zu arbeiten und wissenschaftliche Erkenntnisse anzuwenden, sowie deren Bedeutung für die Gesellschaft und die berufliche Praxis zu erkennen.

Der Masterstudiengang bereitet auf Managementaufgaben in Publizistik und strategischer Kommunikation vor, daneben schafft er die Voraussetzung für die weitere wissenschaftliche Qualifikation. Die Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiengangs begleiten entscheidungssicher und teamorientiert Prozesse der Medienerstellung und leiten diese an. Sie bringen darüber hinaus ein breites theoretisches und anwendungsorientiertes Wissen ein und bewegen sich sicher auf dem Feld des Kommunikationsmanagements. Dazu zählt auch die Sicherheit in anspruchsvollen und komplexen Kommunikationssituationen, die im Sinne eines Eskalationsmodells medienvermittelt sein können; reflektierte Rhetorik, sichere Verhandlungsführung und die überlegte Kenntnis und Anwendung von Kommunikationsstrategien in beruflichen Alltagssituationen sollen erfolgreiche Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiengangs auszeichnen.

Absolventinnen und Absolventen des Studienganges sind darüber hinaus in der Nutzung sozialwissenschaftlicher Methoden versiert und können diese für Fragestellungen der Praxis – beispielsweise in der Marktforschung – zielgerichtet einsetzen.

### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Der Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) versetzt die Studierenden (späteren Absolventinnen und Absolventen) in die Lage, Managementaufgaben in Publizistik und strategischer Kommunikation zu übernehmen. Neben diesen Aufgaben, die von den Studierenden später in Unternehmen übernommen werden können, sollen Absolventen nach Abschluss des Studiums „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) zudem eine wissenschaftliche Qualifikation erfahren haben, die sie potenziell auf eine weitere wissenschaftliche Laufbahn (beispielsweise Promotion) vorbereitet. Diese Ziele werden erreicht durch die erweiterten und vertiefenden Kenntnisse und Fähigkeiten in strategischer und publizistischer Kommunikation, bei gleichzeitiger Theorie- und Anwendungsorientierung. Im Curriculum spiegeln sich diese beiden stimmigen Kombinationen wider.

Die beschriebenen Arbeitsfelder sind nachvollziehbar ausgeführt und für die Studierenden realistisch erreichbar. Gleiches gilt für die Qualifikationsziele des Studiengangs. Das Abschlussniveau entspricht dem eines konsekutiven Masterstudienganges: Der Studiengang – aufbauend auf medien-, publizistik- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen bzw. wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen mit marketing- und/oder kommunikationswissenschaftlichem Schwerpunkt – ermöglicht ein vertiefendes, verbreitendes Studium.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

## 2.2 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO)

### 2.2.1 Curriculum

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 MRVO. [Link Volltext](#)

#### a) Studiengangsübergreifende Aspekte

#### b) Studiengangsspezifische Bewertung

### Studiengang „Mediendesign“ (B.A.)

#### **Dokumentation**

Das Fächerangebot im Studiengang „Mediendesign“ (B.A.) speist sich aus den drei Säulen Kommunikationsdesign/Interaktive Medien, Audiovisuelle Medien/Bewegtbilddesign, Animation/Games. Kommunikationsdesign und interaktive Medien legen den Schwerpunkt auf das weite Feld der visuellen Kommunikation. Audiovisuelle Medien/Bewegtbilddesign legen ihren Schwerpunkt auf zeitbasierte Medien. Animation/Games legen den Schwerpunkt auf die theoretischen und praktischen Grundlagen in den Bereichen der 2D-/3D-Animation und der Entwicklung von Games und Interaktiven Anwendungen.

Die ersten beiden Semester bestehen aus den Modulen „Theoretische Grundlagen“, „Gestaltungsperspektiven“, „Digitale Grundlagen“, „Narrativität & Design“, „Medienwissenschaft“, „Online Medien“, „Bewegtbildgestaltung“, „Angewandte Gestaltung“, das dritte Semester aus den Modulen „Animation“, „Editorial Design“, „Medienanalyse“ und „Interactive Content“. Im vierten Semester sind die Module „AV-Produktion/Postproduktion“, „Kommunikationsmanagement“, „Medienkonzeption“, „Visual Effects“ vorgesehen. Fünftes und sechstes Semester bestehen aus den Modulen „Medienpraxis“, „Medienwirtschaft“, „Experimentelles Design“, „Strukturelles Design“. Im 6. Semester ist eine Praxisphase sowie die Bachelorarbeit vorgesehen.

Das Lehrangebot des Studiengangs umfasst verschiedene Lehrformen. Neben den klassischen Vorlesungsveranstaltungen werden Übungs-, Seminar- und Projektveranstaltungen angeboten.

#### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Der Aufbau des Curriculums bildet die definierten Ziele gut ab. Die sehr breit angelegte Ausbildungsphase spiegelt die Komplexität des Berufsfeldes wider. Nach der Grundlagenvermittlung bestehen Spezialisierungsmöglichkeiten, mit denen auch dem Wunsch der Studierenden nachgekommen wird. Projekt- und praxisorientiertes Arbeiten bietet schon vor der Praxisphase die Möglichkeit, in vielfältiger

Weise die verschiedenen Berufsfelder kennenzulernen sowie die Veränderungen in Wirtschaft und Gesellschaft mitzuerleben, zu analysieren und aktiv mitzugestalten.

Die eingesetzten Lernformen in ihrer Varianz bieten eine angemessene Mischung aus aktivierenden Methoden, einen angemessen hohen Anteil an Selbststudium sowie Methoden zum Erwerb von berufsorientierten Kompetenzen. Die Möglichkeit der Verzahnung verschiedener Fächer ist gegeben. Die Wünsche von Studierenden werden berücksichtigt. Diese haben die Möglichkeit zu intensiver Auseinandersetzung mit allen Lehrenden.

Der Aufbau des Curriculums ist gelungen. Analog zum Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) sollte das „Fakultätsinterne Wahlpflichtfach“ (6 ECTS-Punkte) auch in diesem Studiengang eingeführt werden, um die Interdisziplinarität innerhalb und außerhalb der Medienstudiengänge zu fördern und mehr Wahlmöglichkeiten für die Studierenden anzubieten.

Praxisphasen werden im Sinne der Studierenden individuell gehandhabt und mit entsprechenden ECTS-Punkten versehen.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

- Das „Fakultätsinterne Wahlpflichtfach“ sollte auch in diesem Studiengang eingeführt werden.

### **Studiengang „Mediendesign“ (M.A.)**

#### **Dokumentation**

Der konsekutive Masterstudiengang „Mediendesign“ (M.A.) ist crossmedial qualifizierend konzipiert und vermittelt gegenüber dem Bachelor vertiefende Kompetenzen für eine Vielzahl von Berufsfeldern. Theorie und Praxis verzahnen sich in einer geringen Anzahl an Modulen und Lehrveranstaltungen mit einem bedeutenden Projektanteil. Nach einem Wissens- und Kompetenzabgleich und der Vertiefung der Selbstorganisationskompetenz im ersten Semester spezialisieren sich die Studierenden in ihrem Bereich mit einem umfassenden Projekt, das sich aus den drei Hauptangeboten (Kommunikationsdesign und interaktive Medien, Audiovisuelle Medien/Bewegtbilddesign, Animation/Games) speist. Das zweite und dritte Semester sind von Forschungs- und Praxisprojekten sowie von Vertiefungsfächern, die der Schwerpunktbildung dienen, geprägt. Das vierte Semester umfasst neben der Erstellung der Masterarbeit ein begleitendes Kolloquium.

Innerhalb von vier Semestern belegen die Studierenden folgende Module: „Crossmediale Projektentwicklung“, „Mediale Kompetenz“, „Konzeptionelle Kompetenz“, „Design im gesellschaftlichen Dis-

kurs“, „Design und Wirtschaft“, „Medienkonzeption Theorie“, „Medienkonzeption Praxis“, „Wahlpflicht I“, „Design und Ästhetik“, „Medienrealisierung Praxis“, „Wahlpflicht II“ sowie das „Masterseminar“ und die „Masterarbeit und Kolloquium“.

### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Die Ziele des Studiengangs werden im Aufbau und der Abfolge der Module gut abgebildet. Der individualisierbare Verlauf des zweiten und dritten Semesters, die von Forschungs- und Praxisprojekten sowie von Vertiefungsfächern geprägt sind, dient der Schwerpunktbildung. Im Bereich der anwendungsorientierten Forschung verknüpfen sich neue Technologien mit narrativen Anwendungsbereichen und deren medienstrategischer Vernetzung. Dieser cross- und transmediale Diskurs wird im Masterstudiengang vertiefend weitergeführt. Es ist stimmig im Hinblick auf die Qualifikationsziele.

Eine angemessene Varianz ist gegeben. Die Studierenden werden in die Gestaltung der Lehr- und Lernprozesse einbezogen durch die Möglichkeit, individuell zu entscheiden, welche Schwerpunkte sie wählen, und wie sie diese interdisziplinär verknüpfen. Durch interdisziplinäre und anwendungsorientierte Projekte in Zusammenarbeit mit Studiengängen der eigenen Fakultät und anderen Studiengängen der Ostfalia Hochschule entstehen vielfältige Synergien. Diese Projekte knüpfen auch eine immer stärkere Verbindung zu Stadt, Kommunen und Wirtschaft.

Die Nähe von Lehrenden und Studierenden zu aktuellen und sich neu entwickelnden Berufsfeldern des Mediendesigns sind in den Kompetenzfeldern der Lehre abgebildet. Der Wissens- und Kompetenzstand wird kontinuierlich aktualisiert und der ständige Austausch innerhalb der Medienbranche wird gepflegt.

Zusammenfassend bewertet das Gutachtengremium die vorgesehenen Qualifikationsziele sowie die Studiengangsbezeichnung „Mediendesign“ mit dem Abschlussgrad Master of Arts als stimmig aufeinander bezogen.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.)**

#### **Dokumentation**

Das Curriculum des Studiengangs „Medienmanagement“ (B.A.) teilt sich in drei Modulstränge auf: Der Strang „Wirtschaft“ deckt eine Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Grundkenntnisse zum Finanzmanagement ab und spezifiziert diese mit medienspezifischen Aspekten im Modul „Medienwirtschaft“. Basierend auf diesen Theorien, Ansätzen und Konzepten sowie Übungsaufgaben erfolgt der Ausbau der kaufmännischen Kompetenz durch das Modul „Unternehmensrechnung“. Vertiefende Managementkompetenz wird durch das Modul „Unternehmenssteuerung“ sowie durch ein

Marketing-Modul (strategisches und operatives Marketing) sichergestellt. Die Marketingkenntnisse werden durch die Lehrveranstaltung „Marktforschung“ vertieft und durch ein konkretes Marktforschungsprojekt im Rahmen der Übungsveranstaltung Marktforschung angewendet. Die bis dato gelernten Managementfähigkeiten werden in einem anschließenden betriebswirtschaftlichen Planspiel – im Modul „Projektmanagement“ – bedient. Abschließend werden die Studierenden zum unternehmerischen Denken befähigt, indem sie Entrepreneur- als auch Intrapreneurship-spezifische Fragestellungen im Rahmen des Moduls „Entrepreneurship“ erfassen und bewerten.

Der Strang „Medienpraxis“ führt die Studierenden in die Medienpraxis ein. Im ersten Modul „Print und Web“ erlangen die Studierenden praxisrelevante Fähigkeiten und Fertigkeiten in der Produktion von Medienangeboten. Anschließend wird die Lehre von medientheoretischen Ansätzen durch das Modul „Medienwissenschaft“ aus dem Strang „Wissenschaft und Kompetenz“ flankiert. Auf dieser medienwissenschaftlichen Basis erfolgt die Konkretisierung der Medienproduktion im Strang „Medienpraxis“. Hierfür wurde auf die bewährten Medienproduktionsmodule zurückgegriffen. Im Detail handelt es sich um das Modul „Medienkonzeption“, welches Studierende in die Lage versetzt, Kampagnen zu konzipieren, zu planen und umzusetzen, das Modul „AV-Medien“, in dem Theorie und Praxis der Videoproduktion und -postproduktion vermittelt werden und das Modul „Animation, Visualisierung und Videospiele“, welches Studierende befähigt, sowohl Animationen und Visualisierungen im Hinblick auf Screen Design, Kommunikationspotenzial und Rezeption differenziert zu beurteilen als auch eine einfache Produktion im Bereich Videospiele selbstständig zu planen und durchzuführen. Ergänzt werden die Medienkompetenzen durch Vorlesungen und Übungen im Bereich Online-Marketing. Zusätzlich lernen die Studierenden im Modul „Kommunikationsmanagement“ die Grundlagen der PR sowie unterschiedliche Verständnisweisen und zentrale theoretische Ansätze der PR kennen und üben deren Anwendung. Im abschließenden Modul „Projekt“ werden die bisher entwickelten medientheoretischen und -praktischen als auch managementbezogenen Erkenntnisse und Kompetenzen auf konkrete Anwendungsfälle angewendet.

Im Strang „Wissenschaft und Kompetenz“ lernen die Studierenden im Modul „Kommunikationswissenschaft & Handlungskompetenz I“ grundlegende Methoden und Ansätze des wissenschaftlichen Arbeitens kennen und werden befähigt eigene schriftliche Arbeiten anzufertigen und Arbeitsergebnisse in unterschiedlichen Formaten zu präsentieren. Zudem erlernen sie im Modul „Handlungskompetenz III“ zentrale medien- und kommunikationswissenschaftliche Forschungsmethoden. Auch werden grundlegende Techniken der Rhetorik und der Präsentation im Modul „Handlungskompetenz II“ gelernt und geübt. Einen weiteren inhaltlichen Themenbereich stellt die Sozialforschung dar, welche die wissenschaftlich-methodische Kompetenz repräsentiert.

Im sechsten Semester ist eine Praxisphase (15 ECTS-Punkte) von mindestens 3 Monaten vorgesehen.

## **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Die Verzahnung und das Zusammenspiel der Kompetenzstränge „Wirtschaft“, „Medienpraxis“ sowie „Wissenschaft und Kompetenz“ ist stimmig und gelingt durch die konsequente Ausgestaltung des Curriculums. Die einzelnen Module bauen sowohl direkt und indirekt inhaltlich aufeinander auf, als auch hinsichtlich der sukzessive zunehmenden (Studien-)Erfahrung der Studierenden. Dies gilt sowohl hinsichtlich der Kompetenzstränge als auch zwischen den Kompetenzsträngen. Auch das Mischungsverhältnis von Theorie und Praxis ist stimmig.

Bei den Modulen handelt es sich entweder um grundlegendes (und damit notwendiges) Handwerkszeug in „Wirtschaft“, „Medienpraxis“ und „Wissenschaft und Kompetenz“ oder um aktuell vor dem Hintergrund der Ziele des Studiengangs und entsprechend der im Hinblick auf die Qualifikationsziele. Aktuelle Forschung fließt dort wo möglich und nötig in die Lehrinhalte ein.

Analog zum Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) sollte das „Fakultätsinterne Wahlpflichtfach“ (6 ECTS-Punkte) in das 4. Semester aufgenommen werden. Über eine entsprechende Integration sollte mit den anderen Studiengängen der Fakultät diskutiert werden, um ein entsprechendes Angebot sicherzustellen und somit fest in den Studienverlauf integrieren zu können. Die Umsetzung dieser Empfehlung wäre nicht nur im Sinne einer (zusätzlichen/weitergehenden) Parallelität und Verzahnung der Studiengänge „Medienmanagement“ (B.A.), „Mediendesign“ (B.A.) „Medienkommunikation“ (B.A.), sondern würde auch über die Grenzen der Medienstudiengänge der Fakultät hinaus Interdisziplinarität ermöglichen. Dies wäre inhaltlich auch mit den Bereichen Verkehr, Stadtmanagement und Tourismusmanagement sinnvoll, weisen die entsprechenden Felder und Branchen doch zunehmend medienwirtschaftliche Bezüge auf. Entsprechend sollte dies nicht nur grundsätzlich möglich, sondern eindeutig im Studienverlauf verortet sein.

Ein Methodenmix der Lehr- und Lernformen ist in ausreichender Varianz gegeben. Durch die unterschiedlichen Formate werden die Studierenden aktiv in die Gestaltung der Lehr- und Lernprozesse eingebunden. Zu nennen sind hier das betriebswirtschaftliche Planspiel (im Modul Projektmanagement im 4. Semester) oder die diversen Produktionen mit einem hohen Anteil an selbständigem Arbeiten und gegenseitigem Anleiten.

Die auf drei Monate angelegte Praxisphase (vorgesehen im 6. Semester) ermöglicht den Studierenden einen Einblick in die Berufspraxis. In Kombination mit der sich an die Praxisphase anschließenden (oftmals in Kooperation bzw. im Unternehmen) geschriebenen Thesis haben die Studierenden auch hochschulextern die Möglichkeit, „Employability“ in Unternehmen bzw. in der Berufspraxis zu beweisen. Es ist anzumerken, dass die Studierenden vielfach die Möglichkeit wahrnehmen, die Praxisphase im Sinne eines 6-monatigen Praktikums zu verlängern. Der Praxisbezug des Studiums „Medienmanagement“ (B.A.) wird durch regelmäßige Workshops mit Unternehmen, durch Praxisvorträge sowie Exkursionen ergänzt.

Abschließend ist festzuhalten, dass die Inhalte des Curriculums zum Studiengangstitel und der Abschlussgrad aufgrund der Zusammenstellung der Module einem berufsqualifizierenden Studiengang im „Medienmanagement“ passen.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

- Das „Fakultätsinterne Wahlpflichtfach“ sollte auch in diesem Studiengang eingeführt werden.

### **Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.)**

#### **Dokumentation**

Das Curriculum des Bachelorstudiengangs „Medienkommunikation“ (B.A.) teilt sich in vier Modulstränge auf:

Strang 1 Kommunikations- und Medienwissenschaft legt die fachwissenschaftliche Basis für die Anwendungsfelder. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der sozialwissenschaftlich-empirisch orientierten Kommunikationswissenschaft, in der sich auch die Journalismus- und PR-Forschung verorten lassen. Neben einer Einführung in das Fach werden kommunikationssoziologische und kommunikationspsychologische Inhalte vermittelt und verschiedene theoretische und ethische Perspektiven diskutiert. Ergänzt wird dieser Strang durch das Modul „Medienwissenschaft“.

Die Stränge 2 und 3 sind die berufspraktischen Modulstränge zu Journalismus und Public Relations. Hier werden jeweils die theoretischen Grundlagen aus vornehmlich kommunikationswissenschaftlicher Sicht erarbeitet und mit dem Erwerb berufspraktischer Kompetenzen verschränkt. Herzstück sind die Lehrredaktionen und -agenturen, die den Studierenden ein optimales Umfeld zum erfahrungsbasierten Lernen bieten. Die Studierenden produzieren unter Anleitung der Dozierenden Inhalte für die öffentliche Kommunikation, die nach mehreren Feedbackschleifen veröffentlicht werden, u.a. auf der hochschuleigenen Nachrichtenplattform „Campus 38“.

Strang 4 stärkt die Handlungs- und Methodenkompetenz der Studierenden. Hier werden verschiedene Schlüsselkompetenzen wie Projektmanagement und Teamarbeit, der sichere Umgang mit Medientechnik, die Anwendung von Methoden der empirischen Sozialforschung und Datenanalyseverfahren eingeübt.

Das neu installierte fakultätsinterne Wahlpflichtfach (6 ECTS-Punkte) im 4. Semester soll den Studierenden Einblick in andere Fachbereiche ermöglichen. Zwei Lehrveranstaltungen aus einem jeweils zuvor festgelegten Angebot anderer Studiengänge der Fakultät (u.a. „Stadt- und Regionalmanagement“ (B.A.), „Tourismusmanagement“ (B.A.), „Sportmanagement“ (B.A.)) werden gewählt.



## **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Das Curriculum des Bachelorstudiengangs ist grundsätzlich schlüssig aufgebaut. Die Abfolge der Module ist adäquat. Sie ist auch mit Blick auf die skizzierten Qualifikationsziele, den vorgesehenen Abschluss und das wissenschaftliche Selbstverständnis des Studiengangs stimmig. Im Studienverlauf kommt es nach einer Orientierungsphase jeweils zu einer theoretischen, berufspraktischen und forschungsorientierten Vertiefung in der zweiten Phase des Grundlagenstudiums. Dabei werden die theoretischen und methodischen Grundlagen für die (Forschungs-)Bereiche Journalismus und PR in komplexeren Modulen erlernt. Für die Studierenden bestehen im Curriculum zudem (interdisziplinäre) Wahloptionen. Ein fakultätsinternes Wahlpflichtfach ist im vierten Semester vorgesehen. Im Praxisbereich der Lehrredaktionen kann durch die Spezialisierung auf einen Wahlbereich ebenfalls eine Option zur Vertiefung genutzt werden. Medienspezifische Wahloptionen im Bereich der Lehrredaktionen könnten jedoch noch deutlicher in den Modulbeschreibungen gekennzeichnet werden, da sie nicht unmittelbar einsichtig sind. Zusätzlich stellt das Modell der PR-Lehragenturen neben den Lehrredaktionen und der Praxisphase sicher, dass tatsächlich für die wesentlichen im Studiengangskonzept vorgesehenen Berufsfelder und die damit verbundenen Erwerbstätigkeiten berufspraktische Kompetenzen vermittelt werden. Diese sind mit einem substantiellen Anteil an ECTS-Punkten vertreten.

Der Studiengang setzt gleichwohl nur wenige explizite Akzente im Bereich der digitalen Kommunikation. Der Umgang mit digitalen Medien und Kommunikationsstrategien wird in den berufsfeldbezogenen Strängen im Rahmen der Lehre aufgegriffen und ist auch teilweise in den Modulbeschreibungen erkennbar. Die forschungsbezogenen Module (z. B. Journalismusforschung) bieten Anknüpfungspunkte, um solche aktuellen Entwicklungen zumindest in Teilen aufzugreifen. In Bezug auf die zunehmende Bedeutung der Analysekompetenzen im Bereich der digitalen Kommunikation wäre allerdings zu überlegen, ob dies nicht künftig auch auf der Modulebene oder im Methodenbereich stärker verankert werden könnte.

Hinsichtlich der Abfolge der Module wurde im Fachgespräch begründet, warum die Module mit Bezug zur empirischen Sozial- und Medienforschung sowie der Statistik erst im vierten und fünften Semester vorgesehen sind. Sozialwissenschaftliche Kompetenzen im Bereich der empirischen Methoden werden nach diesem Modell erst in der zweiten Hälfte des Studiums aufgegriffen. Nach Angaben der Fachvertreterinnen und Fachvertreter soll so eine nachhaltigere Bezugnahme und Verzahnung mehrerer Module (z.B. mit Journalismusforschung) möglich sein. Zusätzlich soll der Übergang in die Abschlussphase dadurch optimiert werden. Die Begründung ist nachvollziehbar. Ein Vorziehen des Grundlagenmoduls zur empirischen Sozialforschung könnte allerdings dazu beitragen, dass wesentliche Grundlagen der Forschungsmethoden bereits zu Beginn der Vertiefungsseminare vorhanden sind. Das fünfte Semester ist hinsichtlich der vorgesehenen Veranstaltungen als Mobilitätsfenster geeignet.

## **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

## **Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)**

### **Dokumentation**

Das Curriculum des Masterstudiengangs „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) teilt sich in drei Phasen auf:

Die Phase 1 (1. Semester) zur Harmonisierung des Wissenstandes und zur Steigerung der Selbstorganisationskompetenz. Hier werden Grundlagen geschaffen und vorhandenes Wissen erweitert. Im ersten Semester belegen die Studierende die Module „Methodenkompetenz“, „Kommunikationstheorie“, „Kommunikationspraxis“, „Mediensystem“, „Marketing & Management“.

Phase 2 (2. und 3. Semester) hier sollen individuelle Schwerpunktsetzungen ermöglicht werden. Für das zweite und dritte Semester sind die Module „Statistik“, „Vertiefung I: Kommunikationstheorie“, „Vertiefung II: Kommunikationspraxis“, „Forschungs- oder Praxisprojekt I“, „Handlungskompetenz“, „Vertiefung III: Mediensystem“, „Vertiefung IV: Marketing und Management“, „Forschungs- und Praxisprojekt II“ vorgesehen.

Phase 3 umfasst das vierte Semester, das neben der Erstellung der Masterarbeit ein begleitendes Kolloquium umfasst.

Das Lehrangebot des Studiengangs umfasst verschiedene Lehrformen: Vorlesungen, Seminare, Übungen, Projekte (Problem-Based Learning) mit Forschungs- und solche mit Praxisbezug. Folgende Lehrformen wurden in der jüngeren Vergangenheit etabliert und werden kontinuierlich im Studiengang „Kommunikationsmanagement“ weiterentwickelt: Blended Learning, Partnerschaftliches Lehren und Lernen, Just in Time Teaching, Peer Instruction und Clicker, Formative Assessment.

### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Die Zielsetzungen des Masterstudiengangs sind nach Bewertung des Gutachtergremiums gut im Curriculum umgesetzt. Das Curriculum des Masterstudiengangs gliedert sich im Grundlagenstudium im Prinzip in zwei Phasen. Im ersten Semester sind die Module so ausgestaltet, dass von einer Angleichung des Wissenstandes und einer einheitlichen fachlichen Einführung der Studierenden auszugehen ist. Dabei kommt es nicht nur zu Wiederholungen im Vergleich zum Bachelorstudium, sondern auch bereits zum Einbezug neuer Studieninhalte. In den beiden Folgesemestern werden diese Kenntnisse dann über Vertiefungswahloptionen in der strategischen und der publizistischen Kommunikation (Kommunikationstheorie, Kommunikationspraxis, Mediensystem, Marketing und Management) substanziell weitergeführt und führen somit zu einer erkennbaren Spezialisierung der Studierenden. Die Vertiefung wird vor

allem über Veranstaltungswahloptionen ermöglicht, die innerhalb der Module vorgesehen sind. Hier wird empfohlen über das Aufzeigen/die Darstellung (visuell und/oder beschreibend) von sinnvollen und stimmigen Pfaden (im Sinne einer Kombination von Pflicht- und Wahloptionen) nachzudenken. Dabei sollen diese nicht als im Zeugnis auszuweisende Vertiefungen oder verpflichtend definierte Schwerpunkte verstanden werden, sondern nur eine Hilfestellung zur Orientierung für die Studierenden darstellen. Entsprechende Pfade könnten auch auf bestimmte konkrete Berufsfelder abzielen.

Die Module „Methodenkompetenz“, „Statistik“ und „Handlungskompetenz“ tragen zur Profilierung der Masterstudierenden bei und setzen gegenüber dem Bachelor „Medienkommunikation“ durchaus vertiefende und neue Akzente. In der Statistik sollen beispielsweise multivariate Analysemethoden behandelt werden und Big Data-Ansätze kennengelernt werden. Führungs-, Projekt und Rhetorikkompetenzen werden im Modul „Handlungskompetenz“ vermittelt. Das Forschungs- oder Praxisprojekt fördert die intensive und eigenverantwortliche Auseinandersetzung mit aktuellen Forschungsgegenständen. In der Konfiguration als Praxisprojekt soll eine enge wissenschaftliche Begleitung und Reflexion des Prozesses während der Kooperation mit Praxispartnern gewährleistet sein. In Bezug auf die Lehr- und Lernformen besteht eine angemessene Varianz. Hausarbeiten als Prüfungsform in den Vertiefungsmodulen unterstützen die Vorbereitung auf die abschließende Masterarbeit. Diese wird ebenfalls durch das Kolloquium sowie das in Ergänzung angebotene Masterseminar gefördert. Hier werden wissenschaftliche Arbeitsroutinen gezielt aufgearbeitet und wissenschaftstheoretische Reflexionskompetenzen ausgebildet.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

- Für die Studierenden sollten sinnvolle und stimmige Studienverlaufsmöglichkeiten (im Sinne einer Kombination von Pflicht- und Wahloptionen) dargestellt werden.

### **2.2.2 Mobilität**

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 12 Abs. 1 Satz 4 MRVO. [Link Volltext](#)

**Die Dokumentation und Bewertung erfolgen studiengangübergreifend, da die Hochschule gemeinsame Rahmenbedingungen zur Förderung studentischer Mobilität festgelegt hat.**

### **Dokumentation**

Die studentische Mobilität wird auf verschiedene Weisen gefördert. Zu den direkten Maßnahmen zur Förderung der Mobilität der Studierenden zählen neben der individuellen Beratung u.a. zahlreiche In-

formationsangebote und Werbemaßnahmen: eine semesterweise angebotene Informationsveranstaltung zu studienbezogenen Auslandsaufenthalten und ein Informationsstand; die gezielte Vorstellung von Hochschulpartnerschaften eines Studiengangs in zentralen (Lehr)Veranstaltungen desselben; die Gestaltung einer Website mit Informationen zur Mobilität; die Produktion von Filmen zur Bewerbung von Auslandsaufenthalten; das Führen von Datenbanken mit Praktikumsplätzen im Ausland; die verstärkte Bewerbung von Auslandschancen und dem an Outgoing Studierende vergebenen Aufenthaltsstipendien der Ostfalia Hochschule, inklusive der Entwicklung eines Merkblatts dazu; die Nutzung von Outgoing und Incoming Studierenden als Correspondents.

Die Anrechnung von Studienzeiten und Studien- und Prüfungsleistungen von an anderen Hochschulen erworbenen Leistungen sowie für außerhochschulisch erbrachte Leistungen ist in § 28 der Prüfungsordnung im Sinne der Lissabon-Konvention geregelt.

### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Die Mobilität der Studierenden wird von der Hochschule auf verschiedene Weisen unterstützt. Dank International Student Office, dem Career Service, Internationalisierungsbeauftragter und Internationalisierungskoordinatorin ist die Infrastruktur für eine zufriedenstellende Beratung und Unterstützung gewährleistet. Auch die Lehrverantwortlichen unterstützen die Studierenden beim Wunsch nach einem Auslandsaufenthalt tatkräftig.

In den Bachelorstudiengängen fungiert das 5. Semester als Mobilitätsfenster. Studierende können dieses als Auslandssemester an einer der zahlreichen Partnerhochschulen absolvieren. Zusätzlich zum 5. Semester kann auch die Praxisphase im 6. Semester für einen Auslandsaufenthalt genutzt werden, dieser Zeitraum dient also als zusätzliches Mobilitätsfenster. Neben den Mobilitätsfenstern bieten die unterschiedlichen Studiengänge auch andere Möglichkeiten für Auslandserfahrungen. Im Studiengang „Mediendesign“ (B.A.) nehmen die Studierenden unter anderem an Workshops an Partnerhochschulen teil und besuchen internationale Filmfeste. Die Studiengänge „Medienkommunikation“ (B.A.) und „Medienmanagement“ (B.A.) bieten Kooperationsprojekte, im Rahmen derer Studierende gemeinsam mit Studierenden der Partnerhochschulen an Produktionen arbeiten. Außerdem können die Studierenden Imagefilme an Partnerhochschulen produzieren. Weitere Projekte sind in Planung.

Der Zugang zu den Masterstudiengängen ist so gestaltet, dass ein Einstieg auch für Studierende von anderen Hochschulen inner- oder außerhalb Deutschlands möglich ist. Die Anzahl an ausländischen Studierenden ist eher gering, was laut Aussage der Verantwortlichen ein bekanntes Problem und teilweise auch dem Standort geschuldet ist. Sie sind jedoch bemüht, diesem Umstand entgegenzuwirken.

Die Studierenden zeigten sich mit dem Mobilitätsangebot zufrieden. Zwar berichten sie von einigen Schwierigkeiten beim Planen eines Auslandssemesters, dies war aber auf den Verwaltungsapparat der Partnerhochschule zurückzuführen – mit der Unterstützung von Hochschule und Lehrpersonal waren sie

sehr zufrieden und empfanden den Wunsch nach einem Auslandsaufenthalt im Rahmen des Studiums als gut realisierbar. Außerdem lobten sie die diversen Exkursionen und Projekte, die Kurzeitaauslandsaufenthalte ermöglichen.

Die verschiedenen Kooperationen und das Mobilitätsfenster im 5. und 6. Semester der Bachelorstudiengänge erfüllen die Kriterien. Außerdem zeigten sich die Studierenden im Gespräch zufrieden mit den vorhandenen Optionen. Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen sind gemäß der Lissabon-Konvention festgelegt.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

### **2.2.3 Personelle Ausstattung**

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 12 Abs. 2 MRVO. [Link Volltext](#)

**Die Dokumentation und Bewertung erfolgt studiengangübergreifend, weil das Lehrpersonal nicht einzelnen Studiengängen, sondern den Fachgebieten zugeordnet ist und die Personalauswahl- und -qualifizierung hochschulweit einheitlich geregelt ist.**

### **Dokumentation**

Zur Abdeckung der Lehrinhalte der Bachelorstudiengänge „Mediendesign“ (B.A.), Medienmanagement“ (B.A.) und Kommunikationsmanagement“ (B.A.) sowie der konsekutiven Masterstudiengänge „Mediendesign“ (M.A.) und „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) stehen zehn hauptamtlich Lehrenden zur Verfügung. Zwei Professuren werden aktuell wiederbesetzt. Die Besetzung zweier weiterer Professuren ist im Stellenentwicklungsplan vorgesehen. Neben den Planstellen können die Studiengänge jeweils auf Lehrkräfte für besondere Aufgaben zurückgreifen.

Die Personalentwicklung der Ostfalia Hochschule unterstützt alle Beschäftigten dabei, ihre Arbeit optimal ausführen zu können und leitet von dem Strategiekonzept 2020 ab. Für die Beschäftigten hat die Personalentwicklung der Ostfalia Hochschule eine Reihe verschiedener Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten zusammengestellt. Über die vielfältigen internen Weiterbildungsmöglichkeiten hinaus können die Interessierten ebenfalls an der hochschulübergreifenden Weiterbildung (HüW) der Medizinischen Hochschule Hannover teilnehmen, die Angebote des Zentrums für erfolgreiches Lernen (ZeLL) nutzen oder externe Weiterbildungen in Anspruch nehmen.

## **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Zur Organisation des Studiengangs und zur Sicherstellung des Lehrangebots sind die Studiengänge adäquat ausgestattet. Die notwendige Lehrkapazität ist strukturell vorhanden. Dies gilt sowohl für den Bereich der Professorinnen und Professoren und der wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als auch hinsichtlich des nichtwissenschaftlichen Personals. Durch die Möglichkeit der studiengangübergreifenden Projekte entstehen Synergieeffekte.

Zusätzliche Lehrkräfte für besondere Aufgaben übernehmen in der Fakultät studiengangübergreifende Funktionen und Lehraufgaben. Die praktische Arbeit wird überdies durch einen festangestellten Medientechniker unterstützt. Im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit/PR ist eine vierte Professur mit Lehranteilen vakant und eine Wiederbesetzung geplant. Im Selbstbericht und in den Gesprächen mit den Fach- und Hochschulvertretern wurde deutlich, dass der Medienbereich der Fakultät personell weiter gestärkt werden soll. Zum Zeitpunkt der Begehung (für die Bachelorstudiengänge „Mediendesign“ (B.A.), „Medienmanagement“ (B.A.) und „Medienkommunikation“ (B.A.) als auch der Masterstudiengänge „Mediendesign“ (M.A.) und „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)) waren zwei Professuren in Wiederbesetzung, zwei weitere Professuren sind im Stellenentwicklungsplan vorgesehen. Hier gilt es, die Stellen rasch zu besetzen, um diese Kapazitäten möglichst bald nutzen zu können. Dies gilt an dieser Stelle insbesondere für die für den Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) anteilig eingeplante Lehrkapazität.

Dennoch legt ein Blick von außen auf die Berechnungen der Lehrkapazität nahe, dass die Studiengänge „Medienmanagement“ (B.A.) und „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) im Hinblick auf unbefristete (entfristete) Stellen im Bereich der wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (im Vergleich zu ähnlichen Studiengängen an anderen Hochschulen) nur unterdurchschnittlich ausgestattet sind. Hier regt die Gutachtergruppe an, über die Verstetigung im Sinne einer Umwandlung einzelner (bislang) befristeter Stellen zu entfristeten Stellen nachzudenken. Die Entfristungen könnten speziell für den Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) weitere Vertiefungs- bzw. Spezialisierungsangebote für die Studierenden ermöglichen, wodurch das Curriculum sowohl in der Breite als auch in der Tiefe ergänzt werden könnte.

Die Weiterqualifizierung der Lehrenden ist gewährleistet und wird angenommen. Die Hochschulleitung unterstützt die Weiterbildungsmaßnahmen und stellt dafür ausreichend Mittel zur Verfügung. Zudem wird innovative Lehre durch Forschungstätigkeiten der Lehrenden aufgegriffen. Das große Engagement und der Wille zur kontinuierlichen Weiterentwicklung des Studiengangs und der Lehre aller Lehrenden könnte die Gutachtergruppe wahrnehmen.

Das Personal nimmt regelmäßig an Evaluationen der Lehrveranstaltungen teil. Eine besondere Qualitätssicherung wird auch durch das hochschuleigene Zentrum für erfolgreiches Lehren und Lernen (ZeLL) ermöglicht. Hierüber ist beispielsweise das Studienbuch als innovative Prüfungsleistung initiiert worden.

## Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

### 2.2.4 Ressourcenausstattung

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 12 Abs. 3 MRVO. [Link Volltext](#)

**Die Dokumentation und Bewertung erfolgt studiengangübergreifend, weil die Ressourcenausstattung der Hochschule und des Fachbereichs (insbesondere nichtwissenschaftliches Personal, Raum- und Sachausstattung, einschließlich IT-Infrastruktur, Lehr- und Lernmittel) studienübergreifend genutzt wird.**

#### Dokumentation

Den Studiengängen der Fakultät stehen fünf Gebäude mit einer gesamten Nutzungsfläche von ca. 7.400 m<sup>2</sup> zur Verfügung, im Einzelnen 6 Medienräume mit Foto-, Video- und Audiotechnik, 1 Videostudio mit Bluebox und Regieraum, 6 technische Labore, 1 Atelier, davon 1 mit Lagerraum, ein Fitnessraum, drei studentische Räume.

Der Standort Salzgitter verfügt darüber hinaus ein umfangreiches Repertoire an AV-Technik, es steht zur Ausleihe für professionelle Filmaufnahmen zur Verfügung, ein eigenes Film- und TV-Studio mit dreidimensionaler Hohlkehle, Keying-System sowie einem Tracking. Ergänzend hierzu sind die Labore zur Postproduktion und Produktion Virtueller Medien mit entsprechender Soft- und Hardware nach aktuellem Medien- und Agenturstandards ausgestattet. Für die Studio- und Produktionstechnik, die Medientechnik und die Ausleihe sind insgesamt fünf Mitarbeitende, inklusive einem Auszubildenden, zuständig.

#### Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Räumlichkeiten sind großzügig dimensioniert, hell, gut zugänglich, gut zu temperieren und zu lüften. Sie sind in exzellentem Erhaltungszustand. Die Ausstattung ist dem Studienziel angemessen. Den Studierenden wird die Möglichkeit gegeben, sich auszutauschen und nicht zuletzt sich selbst im Erlernen zu erproben. Hier liegt offenkundig eine besondere Stärke der Studiengänge: es stehen Räume und Ausrüstung zur Verfügung, die praxisorientierte Arbeit mit konkreten, dem einzelnen Studierenden oder einem Team von Studierenden klar zuzuordnenden Ergebnissen ermöglicht und fordert. Hervorzuheben ist das hohe technische Niveau. So erfüllt das Equipment des Studios allerhöchste Ansprüche, die Rechner und kalibrierten Bildschirme sind auf dem aktuellen Stand der Technik. Mobile Ausrüstung wie Kameras, Stative etc. werden zentral aufbewahrt und durch Fachkräfte gepflegt. Dies sichert nicht nur in vorbildlicher Weise die Vollständigkeit und volle Nutzbarkeit des Equipments, sondern macht auch beratende Handreichungen für die Studierenden im Rahmen der Ausgabe möglich. Die Bibliothek bietet ausreichende Literatur und gute Lesemöglichkeiten.

Den Studiengängen ist gemein, dass sie Reflektion, Austausch und Erfolgskontrolle durch Projektarbeit fördern. Es scheint lediglich zusätzlicher Bedarf an Projekträumen, insbesondere an Atelier- und Ausstellungsräumen zu bestehen, in denen auch ein weniger förmliches Arbeiten möglich wäre, das durch die sehr sachliche Einrichtung der bestehenden Räume vorgezeichnet ist. Die Einrichtung von Projekträumen könnte die ausgezeichneten Studienmöglichkeiten in wertstiftender Weise ergänzen und projektorientierten Arbeiten fördern durch die Möglichkeit, in zusätzlichen Projekträumen erweitert interdisziplinär zu arbeiten. Die früheren Industriegebäude in unmittelbarer Nachbarschaft zu den bestehenden Gebäuden der Fakultät, die die Hochschule ohnehin bereits erworben hat, bieten hier beste Möglichkeiten der Realisierung. Durch diese Erweiterung könnte auch die Interaktion der Studierenden abseits der Lehrveranstaltungen gestärkt werden, die angesichts der Abgelegenheit des Campus und des Fehlens eines attraktiven Campus-Umfeldes der Unterstützung bedarf.

Insgesamt ist festzuhalten, dass sich alle zu bewertenden Studiengänge durch Modernität, größte Nähe zu aktuellen technologischen und Entwicklungen des Marktes und Anwendbarkeit in attraktiven Berufsfeldern auszeichnen. Die Ressourcen sind dieser vorbildlichen Ausrichtung in hohem Maße dienlich.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

- Es sollen mehr Projekträume geschaffen werden.

### **2.2.5 Prüfungssystem**

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 12 Abs. 4 MRVO. [Link Volltext](#)

#### **a) Studiengangübergreifende Aspekte**

### **Dokumentation**

Die Prüfungen erfolgen modulbezogen; pro Modul ist jeweils eine Prüfung vorgesehen. Die Modulprüfungen werden studienbegleitend durchgeführt. Sie können bei Nichtbestehen zweimal wiederholt werden.

Folgende weitere Prüfungsformen kommen zum Einsatz: elektronische Prüfung, Entwurf, Klausur, mündliche Prüfung, Präsentation, Projektarbeit, Hausarbeit, Referat, Studienbuch.



## **b) Studiengangsspezifische Bewertung**

### **Studiengang „Mediendesign“ (B.A.)**

#### **Dokumentation**

Im Studiengang „Mediendesign“ (B.A.) sind folgende Prüfungsformen vorgesehen: Klausur, Hausarbeit, Präsentation, Entwurf und Projektarbeit.

#### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Die Prüfungsformate sind ausreichend vielseitig und die Prüfungen sind modulbezogen. Die Prüfungsleistungen im Bachelorstudiengang „Mediendesign“ (B.A.) sind kompetenzorientiert an die einzelnen Fächer ausgerichtet, so dass diese in Form von verschiedenen Prüfungsformen im Curriculum verankert sind und sowohl mündlich, schriftlich oder praktisch, als auch in Mischform erbracht werden können. Die Prüfungsformen sind in den Modulbeschreibungen verankert. Durch die Vielfalt an unterschiedlichen Prüfungsformen der Module, wie Klausuren, Hausarbeiten, Entwürfe und Präsentationen können diese durch eine kontinuierliche Überprüfung, bei Bedarf angepasst und weiterentwickelt werden. Die Studierenden profitieren von der Varianz.

Die Prüfungsbelastung ist ausgewogen. Die Prüfungstermine werden ohne Überschneidungen angeboten. Bei Bedarf sind Ersatztermine gewährleistet.

Durch die kontinuierliche Überprüfung der Prüfungsleistungen können die Prüfungsformen bei Bedarf gewechselt und an das Niveau der Studierenden angepasst werden.

#### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Studiengang „Mediendesign“ (M.A.)**

#### **Dokumentation**

Im Studiengang sind von den Studierenden Klausuren, Hausarbeiten, Präsentationen, Entwürfe, Projektarbeiten abzulegen.

#### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Die im Curriculum vorgesehenen Prüfungsarten sind angemessen, um den Lern- und Kompetenzfortschritt der Studierenden zu prüfen. Sie variieren ausreichend und beinhalten neben Klausuren und Hausarbeiten insbesondere auch die Prüfungsform des Entwurfes und Projektarbeiten in den anwendungsorientierten Modulen.

Der Prüfungsablauf ist transparent, die Prüfungsbelastung ist angemessen.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.)**

#### **Dokumentation**

In den ersten Semestern des Bachelorstudiengangs „Medienmanagement“ (B.A.) werden überwiegend Klausuren und Studienbuch als Prüfungsformen eingesetzt. In den Praxismodulen wird die Prüfungsform Projektarbeit eingesetzt. Darüber hinaus sind folgende Prüfungsformen vorgesehen: Hausarbeit, mündliche Prüfung und Referat.

Das Studienbuch besteht gemäß Prüfungsordnung aus einer Sammlung von Verschriftlichungen von Mitschriften sowie ergänzend bearbeiteter Hausaufgaben. Studierende arbeiten den in der Lehrveranstaltung vermittelten Stoff nach, indem sie wesentliche Inhalte im Studienbuch verschriftlichen. Zusätzlich werden gemäß Lernfortschritt einzelne Hausaufgaben gestellt, die ebenfalls in das Studienbuch aufgenommen werden. Das Buch wird begleitend zum Semester und damit parallel zum individuellen Lernfortschritt geführt und vergleichsweise zeitnah nach Abschluss der Lehrveranstaltung eingereicht und bewertet.

#### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Im Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.) wird ein ausreichend großes Spektrum an Prüfungsformaten eingesetzt. Die Prüfungsformate sind modul- und damit inhaltsbezogen adäquat ausgewählt und zudem geeignet, die unterschiedlichen Kompetenzen („Wirtschaft“, „Medienpraxis“ sowie „Wissenschaft und Kompetenz“) zu überprüfen.

Dass die zum Einsatz kommenden Prüfungsformen kontinuierlich überprüft und weiterentwickelt werden, zeigt die nach der letzten Akkreditierung erfolgte Einführung der Prüfungsform „Studienbuch“, welche sich in den letzten Jahren sowohl bei Lehrpersonal als auch bei den Studierenden als moderne und im Hinblick auf die Lehr- und Lernziele erfolgreiche sowie organisatorisch sinnvolle Prüfungsform erwiesen hat.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

## **Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.)**

### **Dokumentation**

In den ersten Semestern des Bachelorstudiengangs „Medienkommunikation“ (B.A.) werden überwiegend Klausuren, Hausarbeiten und Studienbuch als Prüfungsformen eingesetzt. In den Praxismodulen wird die Prüfungsform Projektarbeit eingesetzt. Darüber hinaus sind folgende Prüfungsformen vorgesehen: Hausarbeit, mündliche Prüfung und elektronische Prüfung.

Eine elektronische Prüfung (EP) ist eine Prüfung, die am Computer mittels Rechnerprogramm durchgeführt wird, indem die Angaben der oder des zu Prüfenden entgegengenommen und mittels vorgegebener, nachvollziehbarer Kriterien bewertet werden. Diese Prüfungsform wird im Fach Statistik eingesetzt.

### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Der Bachelorstudiengang umfasst ein variantenreiches Spektrum von Prüfungs- und Studienleistungen. Klausuren und Hausarbeiten finden sich häufig in den Angaben. Ergänzt werden diese typischen Prüfungsformen durch das Studienbuch, in dem während des Semesters mehrere Übungen im Sinne eines Portfolios vorgelegt werden müssen. Das Studienbuch findet vorwiegend in den berufspraktischen Veranstaltungen Anwendung. Dies trägt auch zur Entzerrung von Prüfungen bei. Während eines Semesters sollte aufgrund der Prüfungskombinationen keine Überlast auftreten. Die Kombination von Prüfungsformen und Modulen ist schlüssig. Der Kompetenzerwerb in den Modulen steht mit der gewählten Prüfungsform in einem erkennbaren Zusammenhang. Im Gespräch mit den Studierenden ergaben sich keine substanziellen Hinweise auf Probleme bezüglich des Workloads oder der Terminierung von Prüfungen im Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.). Die aktualisierte Fassung der Prüfungsordnung enthält zudem Regelungen für einen Nachteilsausgleich. Projektarbeiten durchlaufen bereits während des Semesters einen Feedbackprozess.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

## **Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)**

### **Dokumentation**

Es sind sechs unterschiedliche Prüfungsformen im Studiengang vorgesehen. Dazu zählen neben Klausuren auch elektronische Prüfungen, Hausarbeiten, Präsentationen, Referate und Studienbuch.

### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Insgesamt ist von einem ausgeglichenen Prüfungssystem auszugehen, das als Prüfungsformen sowohl Projektarbeiten und Studienbücher als auch die klassischen Modelle Klausur, Referat und Hausarbeit vorsieht. Es kommt in den einzelnen Semestern des Studiengangs nicht zu einer deutlichen Dominanz einer Prüfungsform, so dass auch terminlich von keiner Überbelastung der Studierenden auszugehen ist. Die Prüfungsformen setzen an den inhaltlichen und praktischen Schwerpunkten der Veranstaltungen an und unterstützen die jeweiligen zu fördernden Kompetenzprofile. Die Vergabe von Leistungspunkten ist inhaltlich angemessen. Aus der Selbstdokumentation und den Äußerungen der Studiengangsverantwortlichen ist hervorgegangen, dass die Prüfungsformen regelmäßig weiterentwickelt und hinterfragt werden. Zu erwähnen sind in diesem Zusammenhang Workshops und Maßnahmen im Rahmen des universitätseigenen ZeLL-Programms, Kooperationen mit anderen Universitäten (z.B. Universität Kiel) sowie eingeworbene Projekte zur Verbesserung der Lehre. Die aktuelle Fassung der Prüfungsordnung umfasst angemessene Regelungen zum Nachteilsausgleich.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **2.2.6 Studierbarkeit**

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 12 Abs. 5 MRVO. [Link Volltext](#)

**Die Dokumentation und Bewertung erfolgen studiengangsübergreifend, weil das Informations- und Beratungsangebot von der Fakultät einheitlich gehandhabt, die Überschneidungsfreiheit von Lehrveranstaltungen und Prüfungen einheitlich von der Fakultät koordiniert, die studentische Arbeitszeit in den Lehrveranstaltungsevaluationen regelmäßig und systematisch überprüft und eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte in der Studien- und Prüfungsordnung festgelegt wird.**

### **Dokumentation**

Die Lehrveranstaltungen pro Studiengang werden überschneidungsfrei und mit ausreichend Kapazität für alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer angeboten.

Bei regulärem Studienverlauf schreiben die Studierenden in dem vom Prüfungsausschuss festgelegten Prüfungszeitraums vier bis maximal fünf Klausuren. Bei der Prüfungsorganisation wird darauf geachtet, dass an einem Tag jeweils nur eine Prüfung stattfindet. Im Falle von Wiederholungsprüfungen kann dies nicht immer gewährleistet werden, jedoch wird durch das Prüfungssekretariat sichergestellt, dass es zu keinen zeitlichen Überschneidungen innerhalb eines Studiengangs kommt.

### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Generell hält die Gutachtergruppe die Studiengänge des Bündels für studierbar. Der Arbeitsaufwand ist plausibel und im Studienverlauf gleichmäßig verteilt. Die einzelnen Module weisen eine angemessene Größe von drei bis neun ECTS-Punkte auf, die Prüfungsdichte ist mit maximal fünf Modulprüfungen pro Semester adäquat.

Ferner existieren zentrale und dezentrale vielfältige Einrichtungen und Angebote zur individuellen Unterstützung und Beratung der Studierenden, sodass die Studierenden ausreichend informiert und beraten werden.

Die Kriterien der Studierbarkeit sind für alle Studiengänge des Bündels erfüllt. Die zeitliche Organisation ist sinnvoll gestaffelt; weder die vorliegende Dokumentation noch die Aussagen der Studierenden bieten Grund zur Beanstandung.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

## **2.2.7 Besonderer Profilanpruch**

*(Nicht einschlägig)*

## **2.3 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO)**

### **2.3.1 Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen**

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 13 Abs. 1 MRVO. [Link Volltext](#)

#### **a) Studiengangsübergreifende Aspekte**

##### **Dokumentation**

Bezogen auf die Forschungsleistung ist der Bereich Medien der drittmittelstärkste und forschungsaktivste der Fakultät, alle Themen und Projekte wirken unmittelbar auf die Lehre zurück. Die Fakultät ist in

Lehre und Forschung auf lokaler, nationaler und internationaler Ebene breit vernetzt. Sie ist in zahlreiche fachspezifische wie auch in interdisziplinäre Projekte eingebunden.

Die Lehrenden sind Bestandteil der internationalen Fachcommunity, sie sind u.a. Mitglieder in der DGPK, der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK) und ihren Fachgruppen, der International Communication Association (ICA), der European Communication Research and Education Ass. (ECREA) und der European Media Management Ass. (EMMA). Sie präsentieren regelmäßig auf nationalen und internationalen Konferenzen. Die enge Verzahnung von Forschung und Lehre garantiert, dass die international gewonnenen Erkenntnisse direkt und unmittelbar in der Lehre wiederhall finden.

Im Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.), aber auch in einzelnen Projekten der Bachelorstudiengänge werden Studierende direkt mit Fragestellungen aus den aktuellen Forschungsprojekten konfrontiert und zur Mitwirkung an der international anschlussfähigen Forschung eingeladen.

Die Lehrenden sichern ihre Nähe zu aktuellen und sich neu entwickelnden Berufsfeldern des Mediendesigns, um adäquat in den Kompetenzfeldern der Lehre handeln zu können. Fortbildungen nicht nur didaktischer Art, sondern auch Forschungsreisen, nationale und internationale Exkursionen mit Studierenden, Tagungs- Konferenz- und Festivalbesuche und aktive Teilnahme sichern Kontakte, aktualisieren den Wissens und Kompetenzstand und fördern den ständigen Austausch innerhalb der Medienbranche. Darüber hinaus werden wissenschaftliche und kreative Projektvorhaben der Professorinnen und Professoren mit Lehrentlastung unterstützt. Der dabei entstehende fachliche und wissenschaftliche Diskurs fließt wiederum retroaktiv handlungsmotivierend in den Lehralltag mit ein und wird gemeinsam mit den Studierenden reflektiert und fortgeführt.

## **b) Studiengangsspezifische Bewertung**

### **Studiengang „Mediendesign“ (B.A.)**

#### **Dokumentation**

*siehe studiengangübergreifende Aspekte*

#### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Der enge Kontakt und die kontinuierliche Zusammenarbeit mit Partnern in der Praxis sowie vielfältige Kooperationen zu anderen Bildungseinrichtungen sichert Aktualität und Adäquanz des Curriculums. Desweiteren findet ein kontinuierlicher Austausch auf nationaler und internationaler Ebene statt. Durch den aktiven Diskurs der Lehrenden in diversen Netzwerken werden aktuelle, in der Branche diskutierte Themen, in der Gestaltung des Curriculums und der Projektthemen kontinuierlich einbezogen.

Die enge Verzahnung von Erkenntnissen aus der Praxis, sowie aus Forschung und Lehre, garantiert eine direkte Auswertung. Die international gewonnenen Erkenntnisse fließen unmittelbar in die Lehre ein.

Die hohe Affinität der Mitglieder des Studiengangs zu Lehrthemen, die Mitarbeit in Netzwerken Lehre sowie eine aktive Antragstätigkeit, nicht nur im Bereich der Forschung, sondern auch für die Lehre, garantieren eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Studiengänge auch aus Sicht der Fachdidaktik.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Studiengang „Mediendesign“ (M.A.)**

#### **Dokumentation**

*siehe studiengangsübergreifende Aspekte*

#### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Der Aufbau des Curriculums entspricht heutigen Erkenntnissen für Masterstudiengänge im Bereich Medien und Design. Durch die aus den Kombinationsmöglichkeiten entstehenden Synergien ergeben sich innovative transmediale Gestaltungsformen, die eine interaktive und integrative Mediengesellschaft heute braucht.

Medien werden als Teil der Organisationsstruktur angesehen, die dynamisch ihre Sichtweise auf Zusammenhänge ändern kann und keine übergeordnete feste Einheit mehr darstellt. Auf diese und zukünftig sich öffnende Tendenzen kann der so angelegte Studiengang in Lehre und Forschung reagieren und befähigt die Studierenden hervorragend zu hinterfragen und zu gestalten, zu forschen und sich mit seinem Wissen auch medienpolitisch einzubringen.

Das projektoffene Arbeiten erlaubt Studierenden auch mit externen Unternehmen und Forschungseinrichtungen zu kooperieren oder international mit Partnerhochschulen zusammenzuarbeiten. Zur stetigen Verbesserung der Lehre werden kontinuierlich von Mitgliedern der Fakultät verschiedene Programme zur Entwicklung der aktuellen Lehre und zur Überarbeitung der Studienprogramme genutzt. Vielfältige Erfahrungen aus den Bachelorstudiengängen fließen positiv in die Akkreditierung des Studienprogrammes „Mediendesign“ (M.A.) ein.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

## **Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.)**

### **Dokumentation**

*siehe studiengangübergreifende Aspekte*

### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Der Bereich Medien, und damit auch der Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.), sind über diverse einschlägige nationale und internationale Fachcommunities mit Fach- und ForscherkollegInnen institutionell als auch individuell (persönlich) vernetzt. Für das Feld „Medienmanagement“ zu nennen sind hier u.a. Fachgruppe Medienökonomie der DGPK (Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft) sowie die European Media Management Association (EMMA). Eine (aktive) Teilnahme an den Tagungen und Konferenzen dieser Communities stellt den Austausch sowie die Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen sicher.

Zudem bestehen von Seiten des Studiengangs enge Kontakte und ein ständiger Austausch zu und mit (Medien-)Unternehmen. Vielfältige Kooperationen (u.a. Workshops, Gastvorträge, Exkursionen, angewandte Forschungsprojekte, Abschlussarbeiten) mit diesen Praxispartnern stellen somit Aktualität und Zukunftssicherheit der inhaltlichen Ausrichtung des Studiengangs „Medienmanagement“ (B.A.) sicher.

Hinsichtlich methodisch-didaktischer Ansätze steht den Lehrenden ein breites Angebot an Weiterqualifizierungsmaßnahmen zur Verfügung.

Von Erkenntnissen, die über die wissenschaftlichen (internationalen) Austausch mit der Fachcommunity sowie den praxisbezogenen Austausch mit den Unternehmen, im Sinne eines State-of-the-Art, profitieren die Studierenden mittelbar und unmittelbar (beispielsweise im Rahmen angewandter Forschungsprojekte).

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

## **Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.)**

### **Dokumentation**

*siehe studiengangübergreifende Aspekte*

### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Auf der Grundlage der Modulbeschreibungen sowie der erweiterten Hinweise in der Selbstdokumentation für den Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.) lässt sich grundsätzlich eine fachliche Aktua-



lität des Curriculums konstatieren. Dies gilt beispielsweise für die skizzierten kommunikationssoziologischen und -psychologischen Grundlagen sowie in Bezug auf die Modulstränge zu Journalismus und Public Relations. Der Studiengang setzt gleichwohl nur wenige explizite Akzente im Bereich der digitalen Kommunikation. Der Umgang mit digitalen Medien und Kommunikationsstrategien wird in den berufsfeldbezogenen Strängen im Rahmen der Lehre aufgegriffen und ist auch teilweise in den Modulbeschreibungen erkennbar. Die forschungsbezogenen Module (z. B. „Journalismusforschung“) bieten Anknüpfungspunkte, um solche aktuellen Entwicklungen zumindest in Teilen aufzugreifen. Mit Bezug auf die zunehmende Bedeutung der Analysekompetenzen im Bereich der digitalen Kommunikation wäre allerdings zu überlegen, ob dies nicht künftig auch auf der Modulebene oder im Methodenbereich stärker verankert werden könnte.

Die Hochschule gibt an, dass aktuelle Forschungsergebnisse (z.B. zu Grenzgängern zwischen Journalismus und PR) auch bei der Konzeption des Studiengangs eine Rolle gespielt haben könnten. Zudem wird auf eigene Forschungsthemen verwiesen, die mit der Lehre verknüpft wurden.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)**

#### **Dokumentation**

*siehe studiengangsübergreifende Aspekte*

#### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Insgesamt ist von einer hohen Aktualität der skizzierten Lehrinhalte auszugehen. Wie stark die Lehre im Einzelfall auf aktuelle Forschungsergebnisse Bezug nimmt, lässt sich nicht sicher aus den skizzierten Unterlagen entnehmen. Die angesprochenen Themen lassen dies jedoch erwarten. Im Falle der komparativen Forschung (Modul „Mediensystem“) ist beispielsweise davon auszugehen, dass neben klassischen Typologien auch Weiterentwicklungen aufgegriffen werden. Ein aktueller Bezug zu gegenwärtigen Fragestellungen in den Berufsfeldern dürfte vor allem auch über das Forschungs- und Praxisprojekt gewährleistet sein. Hier haben die Verantwortlichen z.B. im Gespräch auch Projektfragestellungen skizziert (z.B. Diversity Management in deutschen Leitmedien). Bei den übrigen Modulen wird überdies deutlich, dass hier auch Phänomene der digitalen Kommunikation in unterschiedliche Modulbeschreibungen integriert worden sind (Stichworte sind z.B. Big Data, Digital Analytics, Digital Storytelling, Fake

News, Hate Speech). Die Hochschule unterstützt die methodisch-didaktische Qualität durch Maßnahmen zur Förderung der Weiterbildung und durch das hochschuleigene Qualitätsmanagement sowie durch kontinuierliche Evaluation. Der Lernkontext ist insgesamt als gut zu betrachten.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **2.3.2 Lehramt**

*(nicht einschlägig)*

## **2.4 Studienerfolg (§ 14 MRVO)**

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 14 MRVO. [Link Volltext](#)

**Die Dokumentation und Bewertung erfolgt hier studiengangübergreifend, eine gesonderte Bewertung für die einzelnen Studiengänge erfolgt nicht. Die hier gemachten Aussagen gelten somit gleichermaßen für alle Studiengänge, da die an der Hochschule definierten Qualitätsmanagementmaßnahmen einheitlich im Fachbereich für alle Studiengänge umgesetzt werden.**

### **Dokumentation**

Im Rahmen des Studiengangsmonitorings kommen verschiedene Mechanismen unter Beachtung datenschutzrechtlicher Belange zur Anwendung. Regelmäßig werden wesentliche Kennzahlen zum Studien-/Prüfungserfolg (z.B. durchschnittliche Klausurnoten, Durchfallquoten) und Absolventenstatistiken reflektiert und ausgewertet.

Das Verfahren zur Bewertung von Lehrveranstaltungen wird durch die Evaluierungsordnung der Ostfalia Hochschule einheitlich geregelt. Die Befragung der Studierenden wird in jedem Semester und für jede Lehrveranstaltung durchgeführt. Die Lehrevaluationen werden seit einigen Semestern zunehmend per Online-Befragung durchgeführt. Für die Auswertung der Ergebnisse, die Diskussion mit den Studierenden und die Ableitung etwaiger Verbesserungserfordernisse sind zunächst die einzelnen Lehrenden verantwortlich. Dieser Prozess wird durch das Dekanat der jeweiligen Fakultät unterstützt und begleitet. Zu allen Lehrveranstaltungen erhalten die Studierenden einen Fragebogen, der für alle Fakultäten der Hochschule gilt. Dieser Fragebogen kann um einen fakultätsspezifischen Teil ergänzt werden. Neben der Rücksprache der Evaluationsergebnisse und direkten Einbindung der Studierenden in den Prozess der Qualitätssicherung, findet ein fakultätsweites Monitoring durch die Studiendekane statt. Auf Grundlage der Ergebnisse der studentischen Lehrveranstaltungsevaluation formulieren die Studiendekaninnen und

Studiendekane jährlich einen Lehrbericht. Im Lehrbericht werden die Evaluationsergebnisse eines Studienjahres zusammengefasst und analysiert, die Konsequenzen aus den Bewertungen werden dargestellt und es werden Ziele definiert. Verantwortlich für das Evaluationsverfahren der Fakultät und die Erstellung des Lehrberichtes ist die Studiendekanin bzw. der Studiendekan, wobei der Lehrbericht vom Fakultätsrat beschlossen wird und anschließend der Hochschulleitung zugeht. Über die Maßnahmen und Ergebnisse wird wiederum in den übergreifenden Hochschulgremien berichtet und diskutiert.

Ergänzt werden die o.g. Verfahren durch regelmäßige Befragungen der Absolventinnen und Absolventen zu ihrer Zufriedenheit mit dem soeben abgeschlossenen Studium sowie zwei Jahre nach Studienabschluss zum Berufseinstieg/Karrierelauf, durch Befragungen der Erstsemester, Befragungen von Studierenden im 3. bzw. 4. Fachsemester und Befragungen von Studienabbrecherinnen und Studienabbrechern. Darüber hinaus werden beispielsweise Absolventenstatistiken durchgeführt.

Neben den verpflichtenden Lehrevaluationen werden regelmäßig Reflektionstreffen mit den JahrgangssprecherInnen, Semestergruppen oder Individualpersonen der Studiengänge veranstaltet und kurze standardisierte Befragungen zum Semesterrückblick vorgenommen.

### **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Die Evaluation wird systematisch erhoben und für die Weiterentwicklung genutzt. Der Dialog zwischen Lehrenden und Studierenden scheint zu glücken. Die Ergebnisse werden transparent dokumentiert und vorbildlich kommuniziert. Workload-Erhebungen werden laut Auskunft der Hochschule zeitnah regelmäßig und systematisch durchgeführt werden.

Die Dynamik eines jungen Studienstandortes kommt der Weiterentwicklung im Sinne effizienter Studiengestaltung entgegen; die Studiengänge profitieren von dieser Beweglichkeit.

Die Maßnahmen lassen kontinuierliche Überprüfung ohne Weiteres zu. Die dynamische Entwicklung der Studiengänge, die sich in einem Prozess stetiger Anpassung an Entwicklungen auf den künftigen Arbeitsfeldern befinden, setzen längerfristiger Vergleichbarkeit gewisse Grenzen. Dies ist aber nicht methodisch bedingt und Blick auf die hervorragende Praxis- und Arbeitsplatzorientierung der Studiengänge notwendiger Begleiter einer von hohem Verantwortungsbewusstsein geprägten Studiengangsgestaltung.

Die Lehrenden verfolgen den Anspruch, den Studierenden eine gründliche Grundausbildung zu verschaffen, die im Weiteren ausgebaut werden kann und die den Studierenden Fähigkeiten an die Hand gibt, die sie auf dem Arbeitsmarkt zu attraktiven Bewerbern machen.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

## 2.5 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 MRVO)

Die Studiengänge entsprechen entspricht den Anforderungen gemäß § 15 MRVO. [Link Volltext](#)

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

### Dokumentation

Die Verwirklichung von Geschlechtergerechtigkeit ist als strategisches Querschnittsthema der Hochschule u.a. im Strategiekonzept, in der Zielvereinbarung der Hochschule mit dem Land Niedersachsen sowie im Gleichstellungskonzept verankert. Die Ostfalia Hochschule verfolgt das strategische Ziel einer geschlechtergerechten Hochschule mit gleichberechtigter Teilhabe auf allen Ebenen. Zur Umsetzung der tatsächlichen Chancengleichheit wird sowohl das Prinzip des Gender Mainstreaming und des Diversity Managements als auch die bisherige Frauenförderung als Gesamtkonzept in die Struktur- und Entwicklungsplanung der Hochschule integriert. Der Frauenförderplan ist Bestandteil der bereits abgeschlossenen Zielvereinbarungen zwischen Präsidium, Fakultäten und zentralen Einrichtungen.

Darüber hinaus hat die Fakultät eine dezentrale, nebenamtliche Gleichstellungsbeauftragte in Ergänzung zur zentralen Gleichstellungsbeauftragten der Hochschule gewählt. Diese sorgt für die Wahrung von Gleichstellungsinteressen vor Ort und berichtet regelmäßig im Fakultätsrat über die aktuellen Entwicklungen in Bezug auf Chancengleichheit und Nachteilsausgleich.

Die Förderung der Chancengleichheit wird u. a. durch Maßnahmen im Bereich der Vereinbarkeit von Familie und Studium gesichert. Bspw. werden reguläre und flexible Kinderbetreuungsangebote organisiert, Wickel-/Still- und Ruhemöglichkeiten geschaffen und eine kindgerechte Ausstattung der Mensen umgesetzt, um studierenden Eltern eine weitgehend problemlose Fortsetzung ihres Studiums zu ermöglichen. Das Gleichstellungsbüro bietet Beratungen zu allen Fragen rund um eine Schwangerschaft im Studium oder Studium mit Kind für Studierende an. An den Fakultäten stehen außerdem Kontaktpersonen für Familienfragen sowie Lerncoaches zur Verfügung, die ebenfalls Beratung und Unterstützung anbieten. Die Beauftragte für die Belange von Studierenden mit Behinderung oder chronischer Erkrankung berät entsprechend.

### Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Ostfalia Hochschule nutzt umfangreiche Mittel und Maßnahmen zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit und der Vereinbarkeit von Familie und Studium. Die Studierenden beschrieben im Gespräch ein Studiensumfeld, in dem Rücksicht auf besondere Situationen genommen wird.

## **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 Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien (§ 21 MRVO)**

*(Nicht einschlägig)*

### **III Begutachtungsverfahren**

#### **1 Allgemeine Hinweise**

Das Verfahren wurde durch die Akkreditierungskommission von ACQUIN fachlich-inhaltlich begleitet. Die Akkreditierungskommission schließt sich auf ihrer Sitzung am 24. März 2020 auf Grundlage des Akkreditierungsberichts vollumfänglich dem Votum der Gutachtergruppe an.

#### **2 Rechtliche Grundlagen**

- Akkreditierungsstaatsvertrag
- Niedersächsische Verordnung zur Regelung des Näheren der Studienakkreditierung (Niedersächsische Studienakkreditierungsverordnung - Nds. StudAkkVO) vom 30. Juli 2019

#### **3 Gutachtergruppe**

- Vertreter der Hochschule: Prof. Dr. Uwe Eisenbeis, Professur für Medienmanagement und Ökonomie, Hochschule der Medien
- Vertreterin der Hochschule: Prof. Judith M. Grieshaber, Professorin für Kommunikationsdesign und Mediadesign, Hochschule Konstanz
- Vertreter der Hochschule: Prof. Dr. Christian Nuernbergk, Professur für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Trier
- Vertreter der Berufspraxis: Armin Maus, Chefredakteur, Braunschweiger Zeitung
- Vertreter der Studierenden: Jonas Kuske, Studienfach Digitale Medienproduktion (B.A.), Hochschule Bremerhaven

### **IV Datenblatt**

#### **1 Daten zu den Studiengängen zum Zeitpunkt der Begutachtung**

##### **1.1 Studiengang „Mediendesign“ (B.A.)**

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| Erfolgsquote                   | 88,46%  |
| Notenverteilung                | 2,01 (eine Durchschnittsnote pro Jahr; Auswertungszeitraum: WS 2013/14 – SS 2019) |
| Durchschnittliche Studiendauer | 7,31 Semester   |
| Studierende nach Geschlecht    | 196, davon 123 weiblich   |

## 1.2 Studiengang „Mediendesign“ (M.A.)

|                                |                            |
|--------------------------------|----------------------------|
| Erfolgsquote                   | Noch keine Daten vorhanden |
| Notenverteilung                | Noch keine Daten vorhanden |
| Durchschnittliche Studiendauer | Noch keine Daten vorhanden |
| Studierende nach Geschlecht    | Noch keine Daten vorhanden |

## 1.3 Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.)

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| Erfolgsquote                   | 86,84%  |
| Notenverteilung                | 2,36 (eine Durchschnittsnote pro Jahr; Auswertungszeitraum: WS 2013/14 – SS 2019) |
| Durchschnittliche Studiendauer | 7,32 Semester   |
| Studierende nach Geschlecht    | 282, davon 191 weiblich   |

## 1.4 Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.)

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| Erfolgsquote                   | 70,91%  |
| Notenverteilung                | 2,15 (eine Durchschnittsnote pro Jahr; Auswertungszeitraum: WS 2013/14 – SS 2019) |
| Durchschnittliche Studiendauer | 6 Semester  |
| Studierende nach Geschlecht    | 206 davon 153 weiblich  |

## 1.5 Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| Erfolgsquote                   | 100%  |
| Notenverteilung                | 1,95 (eine Durchschnittsnote pro Jahr; Auswertungszeitraum: WS 2013/14 – SS 2019) |
| Durchschnittliche Studiendauer | 4,88 Semester   |
| Studierende nach Geschlecht    | 65, davon 52 weiblich   |

## 2 Daten zur Akkreditierung

### 2.1 Studiengang „Mediendesign“ (B.A.)

|  |   |
|--|---|
| Vertragsschluss Hochschule – Agentur:  | 17.06.2019  |
| Eingang der Selbstdokumentation:   | 18.10.2019  |
| Zeitpunkt der Begehung:  | 28.-29.11.2019  |
| Erstakkreditiert am:<br>durch Agentur:   | 08.07.2008  |
| Re-akkreditiert (1):<br>durch Agentur:   | Von 28.03.2014 bis 30.09.2021   |
| Personengruppen, mit denen Gespräche<br>geführt worden sind:                                     | Lehrende, Programmverantwortliche, Hochschulleitung, Studierende  |
| An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt): | Seminarräume, PC-Pools, Bibliothek, Ateliers, Medienräume mit Foto-, Video- und Audiotechnik, Videostudio mit Bluebox und Regieraum |

### 2.2 Studiengang „Mediendesign“ (M.A.)

|  |   |
|--|---|
| Vertragsschluss Hochschule – Agentur:  | 17.06.2019  |
| Eingang der Selbstdokumentation:   | 18.10.2019  |
| Zeitpunkt der Begehung:  | 28.-29.11.2019  |
| Erstakkreditiert am:<br>durch Agentur:   | Datum   |
| Personengruppen, mit denen Gespräche<br>geführt worden sind:                                     | Lehrende, Programmverantwortliche, Hochschulleitung, Studierende  |
| An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt): | Seminarräume, PC-Pools, Bibliothek, Ateliers, Medienräume mit Foto-, Video- und Audiotechnik, Videostudio mit Bluebox und Regieraum |



### 2.3 Studiengang „Medienmanagement“ (B.A.)

|  |   |
|--|---|
| Vertragsschluss Hochschule – Agentur:  | 17.06.2019  |
| Eingang der Selbstdokumentation:   | 18.10.2019  |
| Zeitpunkt der Begehung:  | 28.-29.11.2019  |
| Erstakkreditiert am:<br>durch Agentur:   | 23.02.2010<br>ZEva  |
| Re-akkreditiert (1):<br>durch Agentur:   | Von 29.09.2015 bis 30.09.2020   |
| Personengruppen, mit denen Gespräche<br>geführt worden sind:   | Lehrende, Programmverantwortliche, Hochschulleitung, Studierende  |
| An räumlicher und sächlicher Ausstattung<br>wurde besichtigt (optional, sofern<br>fachlich angezeigt): | Seminarräume, PC-Pools, Bibliothek, Ateliers, Medienräume mit Foto-, Video- und Audiotechnik, Videostudio mit Bluebox und Regieraum |

### 2.4 Studiengang „Medienkommunikation“ (B.A.)

|  |   |
|--|---|
| Vertragsschluss Hochschule – Agentur:  | 17.06.2019  |
| Eingang der Selbstdokumentation:   | 18.10.2019  |
| Zeitpunkt der Begehung:  | 28.-29.11.2019  |
| Erstakkreditiert am:<br>durch Agentur:   | 29.09.2015  |
| Personengruppen, mit denen Gespräche<br>geführt worden sind:   | Lehrende, Programmverantwortliche, Hochschulleitung, Studierende  |
| An räumlicher und sächlicher Ausstattung<br>wurde besichtigt (optional, sofern<br>fachlich angezeigt): | Seminarräume, PC-Pools, Bibliothek, Ateliers, Medienräume mit Foto-, Video- und Audiotechnik, Videostudio mit Bluebox und Regieraum |

### 2.5 Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)

|  |   |
|--|---|
| Vertragsschluss Hochschule – Agentur:  | 17.06.2019  |
| Eingang der Selbstdokumentation:   | 18.10.2019  |
| Zeitpunkt der Begehung:  | 28.-29.11.2019  |
| Erstakkreditiert am:<br>durch Agentur:   | 29.09.2015  |
| Personengruppen, mit denen Gespräche<br>geführt worden sind:   | Lehrende, Programmverantwortliche, Hochschulleitung, Studierende  |
| An räumlicher und sächlicher Ausstattung<br>wurde besichtigt (optional, sofern<br>fachlich angezeigt): | Seminarräume, PC-Pools, Bibliothek, Ateliers, Medienräume mit Foto-, Video- und Audiotechnik, Videostudio mit Bluebox und Regieraum |



## Glossar

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| Akkreditierungsbericht            | Der Akkreditierungsbericht besteht aus dem von der Agentur erstellten Prüfbericht (zur Erfüllung der formalen Kriterien) und dem von dem Gutachtergremium erstellten Gutachten (zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien). |
| Akkreditierungsverfahren          | Das gesamte Verfahren von der Antragstellung der Hochschule bei der Agentur bis zur Entscheidung durch den Akkreditierungsrat (Begutachtungsverfahren + Antragsverfahren)   |
| Antragsverfahren                  | Verfahren von der Antragstellung der Hochschule beim Akkreditierungsrat bis zur Beschlussfassung durch den Akkreditierungsrat   |
| Begutachtungsverfahren            | Verfahren von der Antragstellung der Hochschule bei einer Agentur bis zur Erstellung des fertigen Akkreditierungsberichts   |
| Gutachten                         | Das Gutachten wird von der Gutachtergruppe erstellt und bewertet die Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien  |
| Internes Akkreditierungsverfahren | Hochschulinternes Verfahren, in dem die Erfüllung der formalen und fachlich-inhaltlichen Kriterien auf Studiengangsebene durch eine systemakkreditierte Hochschule überprüft wird.  |
| MRVO                              | Musterrechtsverordnung  |
| Prüfbericht                       | Der Prüfbericht wird von der Agentur erstellt und bewertet die Erfüllung der formalen Kriterien   |
| Reakkreditierung                  | Erneute Akkreditierung, die auf eine vorangegangene Erst- oder Reakkreditierung folgt.  |
| SV                                | Studienakkreditierungsstaatsvertrag   |
|                                   |   |

## **Anhang**

### **§ 3 Studienstruktur und Studiendauer**

(1) <sup>1</sup>Im System gestufter Studiengänge ist der Bachelorabschluss der erste berufsqualifizierende Regelabschluss eines Hochschulstudiums; der Masterabschluss stellt einen weiteren berufsqualifizierenden Hochschulabschluss dar. <sup>2</sup>Grundständige Studiengänge, die unmittelbar zu einem Masterabschluss führen, sind mit Ausnahme der in Absatz 3 genannten Studiengänge ausgeschlossen.

(2) <sup>1</sup>Die Regelstudienzeiten für ein Vollzeitstudium betragen sechs, sieben oder acht Semester bei den Bachelorstudiengängen und vier, drei oder zwei Semester bei den Masterstudiengängen. <sup>2</sup>Im Bachelorstudium beträgt die Regelstudienzeit im Vollzeitstudium mindestens drei Jahre. <sup>3</sup>Bei konsekutiven Studiengängen beträgt die Gesamtregelstudienzeit im Vollzeitstudium fünf Jahre (zehn Semester). <sup>4</sup>Wenn das Landesrecht dies vorsieht, sind kürzere und längere Regelstudienzeiten bei entsprechender studienorganisatorischer Gestaltung ausnahmsweise möglich, um den Studierenden eine individuelle Lernbiografie, insbesondere durch Teilzeit-, Fern-, berufsbegleitendes oder duales Studium sowie berufspraktische Semester, zu ermöglichen. <sup>5</sup>Abweichend von Satz 3 können in den künstlerischen Kernfächern an Kunst- und Musikhochschulen nach näherer Bestimmung des Landesrechts konsekutive Bachelor- und Masterstudiengänge auch mit einer Gesamtregelstudienzeit von sechs Jahren eingerichtet werden.

(3) Theologische Studiengänge, die für das Pfarramt, das Priesteramt und den Beruf der Pastoralreferentin oder des Pastoralreferenten qualifizieren („Theologisches Vollstudium“), müssen nicht gestuft sein und können eine Regelstudienzeit von zehn Semestern aufweisen.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

### **§ 4 Studiengangsprofile**

(1) <sup>1</sup>Masterstudiengänge können in „anwendungsorientierte“ und „forschungsorientierte“ unterschieden werden. <sup>2</sup>Masterstudiengänge an Kunst- und Musikhochschulen können ein besonderes künstlerisches Profil haben. <sup>3</sup>Masterstudiengänge, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden, haben ein besonderes lehramtsbezogenes Profil. <sup>4</sup>Das jeweilige Profil ist in der Akkreditierung festzustellen.

(2) <sup>1</sup>Bei der Einrichtung eines Masterstudiengangs ist festzulegen, ob er konsekutiv oder weiterbildend ist. <sup>2</sup>Weiterbildende Masterstudiengänge entsprechen in den Vorgaben zur Regelstudienzeit und zur Abschlussarbeit den konsekutiven Masterstudiengängen und führen zu dem gleichen Qualifikationsniveau und zu denselben Berechtigungen.

(3) Bachelor- und Masterstudiengänge sehen eine Abschlussarbeit vor, mit der die Fähigkeit nachgewiesen wird, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem jeweiligen Fach selbständig nach wissenschaftlichen bzw. künstlerischen Methoden zu bearbeiten.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

### **§ 5 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten**

(1) <sup>1</sup>Zugangsvoraussetzung für einen Masterstudiengang ist ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss. <sup>2</sup>Bei weiterbildenden und künstlerischen Masterstudiengängen kann der berufsqualifizierende Hochschulabschluss durch eine Eingangsprüfung ersetzt werden, sofern Landesrecht dies vorsieht. <sup>3</sup>Weiterbildende Masterstudiengänge setzen qualifizierte berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr voraus.

(2) <sup>1</sup>Als Zugangsvoraussetzung für künstlerische Masterstudiengänge ist die hierfür erforderliche besondere künstlerische Eignung nachzuweisen. <sup>2</sup>Beim Zugang zu weiterbildenden künstlerischen Masterstudiengängen können auch berufspraktische Tätigkeiten, die während des Studiums abgeleistet werden, berücksichtigt werden, sofern Landesrecht dies ermöglicht. Das Erfordernis berufspraktischer Erfahrung gilt nicht an Kunsthochschulen für solche Studien, die einer Vertiefung freikünstlerischer Fähigkeiten dienen, sofern landesrechtliche Regelungen dies vorsehen.

(3) Für den Zugang zu Masterstudiengängen können weitere Voraussetzungen entsprechend Landesrecht vorgeesehen werden.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

## § 6 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen

(1) <sup>1</sup>Nach einem erfolgreich abgeschlossenen Bachelor- oder Masterstudiengang wird jeweils nur ein Grad, der Bachelor- oder Mastergrad, verliehen, es sei denn, es handelt sich um einen Multiple-Degree-Abschluss. <sup>2</sup>Dabei findet keine Differenzierung der Abschlussgrade nach der Dauer der Regelstudienzeit statt.

(2) <sup>1</sup>Für Bachelor- und konsekutive Mastergrade sind folgende Bezeichnungen zu verwenden:

1. Bachelor of Arts (B.A.) und Master of Arts (M.A.) in den Fächergruppen Sprach- und Kulturwissenschaften, Sport, Sportwissenschaft, Sozialwissenschaften, Kunstwissenschaft, Darstellende Kunst und bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung in der Fächergruppe Wirtschaftswissenschaften sowie in künstlerisch angewandten Studiengängen,

2. Bachelor of Science (B.Sc.) und Master of Science (M.Sc.) in den Fächergruppen Mathematik, Naturwissenschaften, Medizin, Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften, in den Fächergruppen Ingenieurwissenschaften und Wirtschaftswissenschaften bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung,

3. Bachelor of Engineering (B.Eng.) und Master of Engineering (M.Eng.) in der Fächergruppe Ingenieurwissenschaften bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung,

4. Bachelor of Laws (LL.B.) und Master of Laws (LL.M.) in der Fächergruppe Rechtswissenschaften,

5. Bachelor of Fine Arts (B.F.A.) und Master of Fine Arts (M.F.A.) in der Fächergruppe Freie Kunst,

6. Bachelor of Music (B.Mus.) und Master of Music (M.Mus.) in der Fächergruppe Musik,

7. <sup>1</sup>Bachelor of Education (B.Ed.) und Master of Education (M.Ed.) für Studiengänge, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden. <sup>2</sup>Für einen polyvalenten Studiengang kann entsprechend dem inhaltlichen Schwerpunkt des Studiengangs eine Bezeichnung nach den Nummern 1 bis 7 vorgesehen werden.

<sup>2</sup>Fachliche Zusätze zu den Abschlussbezeichnungen und gemischtsprachige Abschlussbezeichnungen sind ausgeschlossen. <sup>3</sup>Bachelorgrade mit dem Zusatz „honours“ („B.A. hon.“) sind ausgeschlossen. <sup>4</sup>Bei interdisziplinären und Kombinationsstudiengängen richtet sich die Abschlussbezeichnung nach demjenigen Fachgebiet, dessen Bedeutung im Studiengang überwiegt. <sup>5</sup>Für Weiterbildungsstudiengänge dürfen auch Mastergrade verwendet werden, die von den vorgenannten Bezeichnungen abweichen. <sup>6</sup>Für theologische Studiengänge, die für das Pfarramt, das Priesteramt und den Beruf der Pastoralreferentin oder des Pastoralreferenten qualifizieren („Theologisches Vollstudium“), können auch abweichende Bezeichnungen verwendet werden.

(3) In den Abschlussdokumenten darf an geeigneter Stelle verdeutlicht werden, dass das Qualifikationsniveau des Bachelorabschlusses einem Diplomabschluss an Fachhochschulen bzw. das Qualifikationsniveau eines Masterabschlusses einem Diplomabschluss an Universitäten oder gleichgestellten Hochschulen entspricht.

(4) Auskunft über das dem Abschluss zugrundeliegende Studium im Einzelnen erteilt das Diploma Supplement, das Bestandteil jedes Abschlusszeugnisses ist.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

## § 7 Modularisierung

(1) <sup>1</sup>Die Studiengänge sind in Studieneinheiten (Module) zu gliedern, die durch die Zusammenfassung von Studieneinheiten thematisch und zeitlich abgegrenzt sind. <sup>2</sup>Die Inhalte eines Moduls sind so zu bemessen, dass sie in der Regel innerhalb von maximal zwei aufeinander folgenden Semestern vermittelt werden können; in besonders begründeten Ausnahmefällen kann sich ein Modul auch über mehr als zwei Semester erstrecken. <sup>3</sup>Für das künstlerische Kernfach im Bachelorstudium sind mindestens zwei Module verpflichtend, die etwa zwei Drittel der Arbeitszeit in Anspruch nehmen können.

(2) <sup>1</sup>Die Beschreibung eines Moduls soll mindestens enthalten:

1. Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls,

2. Lehr- und Lernformen,

3. Voraussetzungen für die Teilnahme,

4. Verwendbarkeit des Moduls,

5. Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten entsprechend dem European Credit Transfer System (ECTS-Leistungspunkte),

6. ECTS-Leistungspunkte und Benotung,

7. Häufigkeit des Angebots des Moduls,

8. Arbeitsaufwand und

9. Dauer des Moduls.

(3) <sup>1</sup>Unter den Voraussetzungen für die Teilnahme sind die Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme und Hinweise für die geeignete Vorbereitung durch die Studierenden zu benennen. <sup>2</sup>Im Rahmen der Verwendbarkeit des Moduls ist darzustellen, welcher Zusammenhang mit anderen Modulen desselben Studiengangs besteht und inwieweit es zum Einsatz in anderen Studiengängen geeignet ist. <sup>3</sup>Bei den Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten ist anzugeben, wie ein Modul erfolgreich absolviert werden kann (Prüfungsart, -umfang, -dauer).

[Zurück zum Prüfbericht](#)

## § 8 Leistungspunktesystem

(1) <sup>1</sup>Jedem Modul ist in Abhängigkeit vom Arbeitsaufwand für die Studierenden eine bestimmte Anzahl von ECTS-Leistungspunkten zuzuordnen. <sup>2</sup>Je Semester sind in der Regel 30 Leistungspunkte zu Grunde zu legen. <sup>3</sup>Ein Leistungspunkt entspricht einer Gesamtarbeitsleistung der Studierenden im Präsenz- und Selbststudium von 25 bis höchstens 30 Zeitstunden. <sup>4</sup>Für ein Modul werden ECTS-Leistungspunkte gewährt, wenn die in der Prüfungsordnung vorgesehenen Leistungen nachgewiesen werden. <sup>5</sup>Die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten setzt nicht zwingend eine Prüfung, sondern den erfolgreichen Abschluss des jeweiligen Moduls voraus.

(2) <sup>1</sup>Für den Bachelorabschluss sind nicht weniger als 180 ECTS-Leistungspunkte nachzuweisen. <sup>2</sup>Für den Masterabschluss werden unter Einbeziehung des vorangehenden Studiums bis zum ersten berufsqualifizierenden Abschluss 300 ECTS-Leistungspunkte benötigt. <sup>3</sup>Davon kann bei entsprechender Qualifikation der Studierenden im Einzelfall abgewichen werden, auch wenn nach Abschluss eines Masterstudiengangs 300 ECTS-Leistungspunkte nicht erreicht werden. <sup>4</sup>Bei konsekutiven Bachelor- und Masterstudiengängen in den künstlerischen Kernfächern an Kunst- und Musikhochschulen mit einer Gesamtregelstudienzeit von sechs Jahren wird das Masterniveau mit 360 ECTS-Leistungspunkten erreicht.

(3) <sup>1</sup>Der Bearbeitungsumfang beträgt für die Bachelorarbeit 6 bis 12 ECTS-Leistungspunkte und für die Masterarbeit 15 bis 30 ECTS-Leistungspunkte. <sup>2</sup>In Studiengängen der Freien Kunst kann in begründeten Ausnahmefällen der Bearbeitungsumfang für die Bachelorarbeit bis zu 20 ECTS-Leistungspunkte und für die Masterarbeit bis zu 40 ECTS-Leistungspunkte betragen.

(4) <sup>1</sup>In begründeten Ausnahmefällen können für Studiengänge mit besonderen studienorganisatorischen Maßnahmen bis zu 75 ECTS-Leistungspunkte pro Studienjahr zugrunde gelegt werden. <sup>2</sup>Dabei ist die Arbeitsbelastung eines ECTS-Leistungspunktes mit 30 Stunden bemessen. <sup>3</sup>Besondere studienorganisatorische Maßnahmen können insbesondere Lernumfeld und Betreuung, Studienstruktur, Studienplanung und Maßnahmen zur Sicherung des Lebensunterhalts betreffen.

(5) <sup>1</sup>Bei Lehramtsstudiengängen für Lehrämter der Grundschule oder Primarstufe, für übergreifende Lehrämter der Primarstufe und aller oder einzelner Schularten der Sekundarstufe, für Lehrämter für alle oder einzelne Schularten der Sekundarstufe I sowie für Sonderpädagogische Lehrämter I kann ein Masterabschluss vergeben werden, wenn nach mindestens 240 an der Hochschule erworbenen ECTS-Leistungspunkten unter Einbeziehung des Vorbereitungsdienstes insgesamt 300 ECTS-Leistungspunkte erreicht sind.

(6) <sup>1</sup>An Berufsakademien sind bei einer dreijährigen Ausbildungsdauer für den Bachelorabschluss in der Regel 180 ECTS-Leistungspunkte nachzuweisen. <sup>2</sup>Der Umfang der theoriebasierten Ausbildungsanteile darf 120 ECTS-Leistungspunkte, der Umfang der praxisbasierten Ausbildungsanteile 30 ECTS-Leistungspunkte nicht unterschreiten.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

## § 9 Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen

(1) <sup>1</sup>Umfang und Art bestehender Kooperationen mit Unternehmen und sonstigen Einrichtungen sind unter Einbezug nichthochschulischer Lernorte und Studienanteile sowie der Unterrichtssprache(n) vertraglich geregelt und auf der Internetseite der Hochschule beschrieben. <sup>2</sup>Bei der Anwendung von Anrechnungsmodellen im Rahmen von studiengangbezogenen Kooperationen ist die inhaltliche Gleichwertigkeit anzurechnender nichthochschulischer Qualifikationen und deren Äquivalenz gemäß dem angestrebten Qualifikationsniveau nachvollziehbar dargelegt.

(2) Im Fall von studiengangbezogenen Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen ist der Mehrwert für die künftigen Studierenden und die gradverleihende Hochschule nachvollziehbar dargelegt.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

## § 10 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme

(1) Ein Joint-Degree-Programm ist ein gestufter Studiengang, der von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten aus dem Europäischen Hochschulraum koordiniert und angeboten wird, zu einem gemeinsamen Abschluss führt und folgende weitere Merkmale aufweist:

1. Integriertes Curriculum,
2. Studienanteil an einer oder mehreren ausländischen Hochschulen von in der Regel mindestens 25 Prozent,
3. vertraglich geregelte Zusammenarbeit,
4. abgestimmtes Zugangs- und Prüfungswesen und
5. eine gemeinsame Qualitätssicherung.

(2) <sup>1</sup>Qualifikationen und Studienzeiten werden in Übereinstimmung mit dem Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region vom 16. Mai 2007 (BGBl. 2007 II S. 712, 713) (Lissabon-Konvention) anerkannt. <sup>2</sup>Das ECTS wird entsprechend §§ 7 und 8 Absatz 1 angewendet und die Verteilung der Leistungspunkte ist geregelt. <sup>3</sup>Für den Bachelorabschluss sind 180 bis 240 Leistungspunkte nachzuweisen und für den Masterabschluss nicht weniger als 60 Leistungspunkte. <sup>4</sup>Die wesentlichen Studieninformationen sind veröffentlicht und für die Studierenden jederzeit zugänglich.

(3) Wird ein Joint Degree-Programm von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten koordiniert und angeboten, die nicht dem Europäischen Hochschulraum angehören (außereuropäische Kooperationspartner), so finden auf Antrag der inländischen Hochschule die Absätze 1 und 2 entsprechende Anwendung, wenn sich die außereuropäischen Kooperationspartner in der Kooperationsvereinbarung mit der inländischen Hochschule zu einer Akkreditierung unter Anwendung der in den Absätzen 1 und 2 sowie in den §§ 16 Absatz 1 und 33 Absatz 1 geregelten Kriterien und Verfahrensregeln verpflichtet.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

## § 11 Qualifikationsziele und Abschlussniveau

(1) <sup>1</sup>Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse sind klar formuliert und tragen den in [Artikel 2 Absatz 3 Nummer 1 Studienakkreditierungsstaatsvertrag](#) genannten Zielen von Hochschulbildung wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung sowie Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung

nachvollziehbar Rechnung. <sup>2</sup>Die Dimension Persönlichkeitsbildung umfasst auch die künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle der Absolventinnen und Absolventen. Die Studierenden sollen nach ihrem Abschluss in der Lage sein, gesellschaftliche Prozesse kritisch, reflektiert sowie mit Verantwortungsbewusstsein und in demokratischem Gemeinsinn maßgeblich mitzugestalten.

(2) Die fachlichen und wissenschaftlichen/künstlerischen Anforderungen umfassen die Aspekte Wissen und Verstehen (Wissensverbreiterung, Wissensvertiefung und Wissensverständnis), Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation), Kommunikation und Kooperation sowie wissenschaftliches/künstlerisches Selbstverständnis/Professionalität und sind stimmig im Hinblick auf das vermittelte Abschlussniveau.

(3) <sup>1</sup>Bachelorstudiengänge dienen der Vermittlung wissenschaftlicher Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogener Qualifikationen und stellen eine breite wissenschaftliche Qualifizierung sicher. <sup>2</sup>Konsequente Masterstudiengänge sind als vertiefende, verbreiternde, fachübergreifende oder fachlich andere Studiengänge ausgestaltet. <sup>3</sup>Weiterbildende Masterstudiengänge setzen qualifizierte berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr voraus. <sup>4</sup>Das Studiengangskonzept weiterbildender Masterstudiengänge berücksichtigt die beruflichen Erfahrungen und knüpft zur Erreichung der Qualifikationsziele an diese an. <sup>5</sup>Bei der Konzeption legt die Hochschule den Zusammenhang von beruflicher Qualifikation und Studienangebot sowie die Gleichwertigkeit der Anforderungen zu konsekutiven Masterstudiengängen dar. <sup>6</sup>Künstlerische Studiengänge fördern die Fähigkeit zur künstlerischen Gestaltung und entwickeln diese fort.

[Zurück zum Gutachten](#)

## § 12 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung

### § 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und Satz 5

(1) <sup>1</sup>Das Curriculum ist unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikation und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut. <sup>2</sup>Die Qualifikationsziele, die Studiengangsbezeichnung, Abschlussgrad und -bezeichnung und das Modulkonzept sind stimmig aufeinander bezogen. <sup>3</sup>Das Studiengangskonzept umfasst vielfältige, an die jeweilige Fachkultur und das Studienformat angepasste Lehr- und Lernformen sowie gegebenenfalls Praxisanteile. <sup>5</sup>Es bezieht die Studierenden aktiv in die Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen ein (studierendenzentriertes Lehren und Lernen) und eröffnet Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium.

[Zurück zum Gutachten](#)

### § 12 Abs. 1 Satz 4

<sup>4</sup>Es [das Studiengangskonzept] schafft geeignete Rahmenbedingungen zur Förderung der studentischen Mobilität, die den Studierenden einen Aufenthalt an anderen Hochschulen ohne Zeitverlust ermöglichen.

[Zurück zum Gutachten](#)

### § 12 Abs. 2

(2) <sup>1</sup>Das Curriculum wird durch ausreichendes fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal umgesetzt. <sup>2</sup>Die Verbindung von Forschung und Lehre wird entsprechend dem Profil der Hochschulart insbesondere durch hauptberuflich tätige Professorinnen und Professoren sowohl in grundständigen als auch weiterführenden Studiengängen gewährleistet. <sup>3</sup>Die Hochschule ergreift geeignete Maßnahmen der Personalauswahl und -qualifizierung.

[Zurück zum Gutachten](#)

### § 12 Abs. 3

(3) Der Studiengang verfügt darüber hinaus über eine angemessene Ressourcenausstattung (insbesondere nicht-wissenschaftliches Personal, Raum- und Sachausstattung, einschließlich IT-Infrastruktur, Lehr- und Lernmittel).

[Zurück zum Gutachten](#)

### § 12 Abs. 4

(4) <sup>1</sup>Prüfungen und Prüfungsarten ermöglichen eine aussagekräftige Überprüfung der erreichten Lernergebnisse. <sup>2</sup>Sie sind modulbezogen und kompetenzorientiert.

[Zurück zum Gutachten](#)

### § 12 Abs. 5

(5) <sup>1</sup>Die Studierbarkeit in der Regelstudienzeit ist gewährleistet. <sup>2</sup>Dies umfasst insbesondere

1. einen planbaren und verlässlichen Studienbetrieb,
2. die weitgehende Überschneidungsfreiheit von Lehrveranstaltungen und Prüfungen,
3. einen plausiblen und der Prüfungsbelastung angemessenen durchschnittlichen Arbeitsaufwand, wobei die Lernergebnisse eines Moduls so zu bemessen sind, dass sie in der Regel innerhalb eines Semesters oder eines Jahres erreicht werden können, was in regelmäßigen Erhebungen validiert wird, und
4. eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation, wobei in der Regel für ein Modul nur eine Prüfung vorgesehen wird und Module mindestens einen Umfang von fünf ECTS-Leistungspunkten aufweisen sollen.

[Zurück zum Gutachten](#)

### § 12 Abs. 6

(6) Studiengänge mit besonderem Profilanspruch weisen ein in sich geschlossenes Studiengangskonzept aus, das die besonderen Charakteristika des Profils angemessen darstellt.



[Zurück zum Gutachten](#)

## **§ 13 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge**

### **§ 13 Abs. 1**

(1) <sup>1</sup>Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ist gewährleistet. <sup>2</sup>Die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch-didaktischen Ansätze des Curriculums werden kontinuierlich überprüft und an fachliche und didaktische Weiterentwicklungen angepasst. <sup>3</sup>Dazu erfolgt eine systematische Berücksichtigung des fachlichen Diskurses auf nationaler und gegebenenfalls internationaler Ebene.

[Zurück zum Gutachten](#)

### **§ 13 Abs. 2 und 3**

(2) In Studiengängen, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden, sind Grundlage der Akkreditierung sowohl die Bewertung der Bildungswissenschaften und Fachwissenschaften sowie deren Didaktik nach ländergemeinsamen und länderspezifischen fachlichen Anforderungen als auch die ländergemeinsamen und länderspezifischen strukturellen Vorgaben für die Lehrerausbildung.

(3) <sup>1</sup>Im Rahmen der Akkreditierung von Lehramtsstudiengängen ist insbesondere zu prüfen, ob

1. ein integratives Studium an Universitäten oder gleichgestellten Hochschulen von mindestens zwei Fachwissenschaften und von Bildungswissenschaften in der Bachelorphase sowie in der Masterphase (Ausnahmen sind bei den Fächern Kunst und Musik zulässig),
2. schulpraktische Studien bereits während des Bachelorstudiums und
3. eine Differenzierung des Studiums und der Abschlüsse nach Lehrämtern erfolgt sind. <sup>2</sup>Ausnahmen beim Lehramt für die beruflichen Schulen sind zulässig.

[Zurück zum Gutachten](#)

## **§ 14 Studienerfolg**

<sup>1</sup>Der Studiengang unterliegt unter Beteiligung von Studierenden und Absolventinnen und Absolventen einem kontinuierlichen Monitoring. <sup>2</sup>Auf dieser Grundlage werden Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs abgeleitet. <sup>3</sup>Diese werden fortlaufend überprüft und die Ergebnisse für die Weiterentwicklung des Studiengangs genutzt. <sup>4</sup>Die Beteiligten werden über die Ergebnisse und die ergriffenen Maßnahmen unter Beachtung datenschutzrechtlicher Belange informiert.

[Zurück zum Gutachten](#)

## **§ 15 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich**

Die Hochschule verfügt über Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen, die auf der Ebene des Studiengangs umgesetzt werden.

[Zurück zum Gutachten](#)

## **§ 16 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme**

(1) <sup>1</sup>Für Joint-Degree-Programme finden die Regelungen in § 11 Absätze 1 und 2, sowie § 12 Absatz 1 Sätze 1 bis 3, Absatz 2 Satz 1, Absätze 3 und 4 sowie § 14 entsprechend Anwendung. <sup>2</sup>Daneben gilt:

1. Die Zugangsanforderungen und Auswahlverfahren sind der Niveaustufe und der Fachdisziplin, in der der Studiengang angesiedelt ist, angemessen.
2. Es kann nachgewiesen werden, dass mit dem Studiengang die angestrebten Lernergebnisse erreicht werden.
3. Soweit einschlägig, sind die Vorgaben der Richtlinie 2005/36/EG vom 07.09.2005 (ABl. L 255 vom 30.9.2005, S. 22-142) über die Anerkennung von Berufsqualifikationen, zuletzt geändert durch die Richtlinie 2013/55/EU vom 17.01.2014 (ABl. L 354 vom 28.12.2013, S. 132-170) berücksichtigt.
4. Bei der Betreuung, der Gestaltung des Studiengangs und den angewendeten Lehr- und Lernformen werden die Vielfalt der Studierenden und ihrer Bedürfnisse respektiert und die spezifischen Anforderungen mobiler Studierender berücksichtigt.

5. Das Qualitätsmanagementsystem der Hochschule gewährleistet die Umsetzung der vorstehenden und der in § 17 genannten Maßgaben.

(2) Wird ein Joint Degree-Programm von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten koordiniert und angeboten, die nicht dem Europäischen Hochschulraum angehören (außereuropäische Kooperationspartner), so findet auf Antrag der inländischen Hochschule Absatz 1 entsprechende Anwendung, wenn sich die außereuropäischen Kooperationspartner in der Kooperationsvereinbarung mit der inländischen Hochschule zu einer Akkreditierung unter Anwendung der in Absatz 1, sowie der in den §§ 10 Absätze 1 und 2 und 33 Absatz 1 geregelten Kriterien und Verfahrensregeln verpflichtet.

[Zurück zum Gutachten](#)

### **§ 19 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen**

<sup>1</sup>Führt eine Hochschule einen Studiengang in Kooperation mit einer nichthochschulischen Einrichtung durch, ist die Hochschule für die Einhaltung der Maßgaben gemäß der Teile 2 und 3 verantwortlich. <sup>2</sup>Die gradverleihende Hochschule darf Entscheidungen über Inhalt und Organisation des Curriculums, über Zulassung, Anerkennung und Anrechnung, über die Aufgabenstellung und Bewertung von Prüfungsleistungen, über die Verwaltung von Prüfungs- und Studierendendaten, über die Verfahren der Qualitätssicherung sowie über Kriterien und Verfahren der Auswahl des Lehrpersonals nicht delegieren.

[Zurück zum Gutachten](#)

### **§ 20 Hochschulische Kooperationen**

(1) <sup>1</sup>Führt eine Hochschule eine studiengangsbezogene Kooperation mit einer anderen Hochschule durch, gewährleistet die gradverleihende Hochschule bzw. gewährleisten die gradverleihenden Hochschulen die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes. <sup>2</sup>Art und Umfang der Kooperation sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen dokumentiert.

(2) <sup>1</sup>Führt eine systemakkreditierte Hochschule eine studiengangsbezogene Kooperation mit einer anderen Hochschule durch, kann die systemakkreditierte Hochschule dem Studiengang das Siegel des Akkreditierungsrates gemäß § 22 Absatz 4 Satz 2 verleihen, sofern sie selbst gradverleihend ist und die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes gewährleistet. <sup>2</sup>Abs. 1 Satz 2 gilt entsprechend.

(3) <sup>1</sup>Im Fall der Kooperation von Hochschulen auf der Ebene ihrer Qualitätsmanagementsysteme ist eine Systemakkreditierung jeder der beteiligten Hochschulen erforderlich. <sup>2</sup>Auf Antrag der kooperierenden Hochschulen ist ein gemeinsames Verfahren der Systemakkreditierung zulässig.

[Zurück zum Gutachten](#)

### **§ 21 Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien**

(1) <sup>1</sup>Die hauptberuflichen Lehrkräfte an Berufsakademien müssen die Einstellungsvoraussetzungen für Professorinnen und Professoren an Fachhochschulen gemäß § 44 Hochschulrahmengesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 19. Januar 1999 (BGBl. I S. 18), das zuletzt durch Artikel 6 Absatz 2 des Gesetzes vom 23. Mai 2017 (BGBl. I S. 1228) geändert worden ist, erfüllen. <sup>2</sup>Soweit Lehrangebote überwiegend der Vermittlung praktischer Fertigkeiten und Kenntnisse dienen, für die nicht die Einstellungsvoraussetzungen für Professorinnen oder Professoren an Fachhochschulen erforderlich sind, können diese entsprechend § 56 Hochschulrahmengesetz und einschlägigem Landesrecht hauptberuflich tätigen Lehrkräften für besondere Aufgaben übertragen werden. <sup>3</sup>Der Anteil der Lehre, der von hauptberuflichen Lehrkräften erbracht wird, soll 40 Prozent nicht unterschreiten. <sup>4</sup>Im Ausnahmefall gehören dazu auch Professorinnen oder Professoren an Fachhochschulen oder Universitäten, die in Nebentätigkeit an einer Berufsakademie lehren, wenn auch durch sie die Kontinuität im Lehrangebot und die Konsistenz der Gesamtbildung sowie verpflichtend die Betreuung und Beratung der Studierenden gewährleistet sind; das Vorliegen dieser Voraussetzungen ist im Rahmen der Akkreditierung des einzelnen Studiengangs gesondert festzustellen.

(2) <sup>1</sup>Absatz 1 Satz 1 gilt entsprechend für nebenberufliche Lehrkräfte, die theoriebasierte, zu ECTS-Leistungspunkten führende Lehrveranstaltungen anbieten oder die als Prüferinnen oder Prüfer an der Ausgabe und Bewertung der Bachelorarbeit mitwirken. <sup>2</sup>Lehrveranstaltungen nach Satz 1 können ausnahmsweise auch von nebenberuflichen Lehrkräften angeboten werden, die über einen fachlich einschlägigen Hochschulabschluss oder einen gleichwertigen Abschluss sowie über eine fachwissenschaftliche und didaktische Befähigung und über eine mehrjährige fachlich einschlägige Berufserfahrung entsprechend den Anforderungen an die Lehrveranstaltung verfügen.

(3) Im Rahmen der Akkreditierung ist auch zu überprüfen:

1. das Zusammenwirken der unterschiedlichen Lernorte (Studienakademie und Betrieb),
2. die Sicherung von Qualität und Kontinuität im Lehrangebot und in der Betreuung und Beratung der Studierenden vor dem Hintergrund der besonderen Personalstruktur an Berufsakademien und
3. das Bestehen eines nachhaltigen Qualitätsmanagementsystems, das die unterschiedlichen Lernorte umfasst.

[Zurück zum Gutachten](#)

### **Art. 2 Abs. 3 Nr. 1 Studienakkreditierungsstaatsvertrag**

Zu den fachlich-inhaltlichen Kriterien gehören

1. dem angestrebten Abschlussniveau entsprechende Qualifikationsziele eines Studiengangs unter anderem bezogen auf den Bereich der wissenschaftlichen oder der künstlerischen Befähigung sowie die Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung

[Zurück zu § 11 MRVO](#)

[Zurück zum Gutachten](#)

