

## Akkreditierungsbericht

### Programmakkreditierung – Bündelverfahren

Raster Fassung 02 – 04.03.2020

[▶ Link zum Inhaltsverzeichnis](#)

Hochschule	<b>Ostfalia Hochschule</b>
Ggf. Standort	<b>Salzgitter</b>

<b>Studiengang 01</b>	<b>Führung in Dienstleistungsunternehmen</b>			
Abschlussbezeichnung	<b>Master of Arts</b>			
Studienform	Präsenz	<input checked="" type="checkbox"/>	Fernstudium	<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"/>	Kooperation § 19 MRVO	<input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend	<input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO	<input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	<b>4</b>			
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	<b>120</b>			
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv	<input checked="" type="checkbox"/>	weiterbildend	<input type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	01.09.2010			
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	Pro Jahr	<input checked="" type="checkbox"/>
			25	
Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	Pro Jahr	<input checked="" type="checkbox"/>
			26,1	
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	Pro Jahr	<input checked="" type="checkbox"/>
			16,75	
* Bezugszeitraum	<b>WiSe 2015/16 – einschl. SoSe 2019</b>			

Konzeptakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	2

Verantwortliche Agentur	ACQUIN e.V.
Zuständige/r Referent/in	Lisa Stemmler
Akkreditierungsbericht vom	21.12.2020

<b>Studiengang 02</b>	<b>Management gesellschaftlicher Innovationen (urspr. Gesellschaftliches Innovationsmanagement)</b>			
Abschlussbezeichnung	<b>Master of Business Administration</b>			
Studienform	Präsenz	<input type="checkbox"/>	Fernstudium	<input checked="" type="checkbox"/>
	Vollzeit	<input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv	<input type="checkbox"/>
	Teilzeit	<input checked="" type="checkbox"/>	Joint Degree	<input type="checkbox"/>
	Dual	<input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO	<input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend	<input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO	<input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	<b>4 (Teilzeit: 6)</b>			
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	<b>120</b>			
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv	<input type="checkbox"/>	weiterbildend	<input checked="" type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	WiSe 2021/2022			
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	Pro Jahr 15	<input checked="" type="checkbox"/>
	Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	Pro Jahr
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	Pro Jahr	<input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum				
Konzeptakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>			
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>			
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)				

<b>Studiengang 03</b>	<b>Stadtmarketing</b>			
Abschlussbezeichnung	<b>Master of Business Administration</b>			
Studienform	Präsenz	<input type="checkbox"/>	Fernstudium	<input checked="" type="checkbox"/>
	Vollzeit	<input checked="" type="checkbox"/>	Intensiv	<input type="checkbox"/>
	Teilzeit	<input checked="" type="checkbox"/>	Joint Degree	<input type="checkbox"/>
	Dual	<input type="checkbox"/>	Kooperation § 19 MRVO	<input type="checkbox"/>
	Berufs- bzw. ausbildungsbegleitend	<input type="checkbox"/>	Kooperation § 20 MRVO	<input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	<b>4 (Teilzeit: 6)</b>			
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	<b>120</b>			
Bei Masterprogrammen:	konsekutiv	<input type="checkbox"/>	weiterbildend	<input checked="" type="checkbox"/>
Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum)	WiSe 2021/22			
Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze)	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	Pro Jahr 15	<input checked="" type="checkbox"/>
	Durchschnittliche Anzahl* der Studienanfängerinnen und Studienanfänger	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	Pro Jahr
Durchschnittliche Anzahl* der Absolventinnen und Absolventen	Pro Semester	<input type="checkbox"/>	Pro Jahr	<input type="checkbox"/>
* Bezugszeitraum				

Konzeptakkreditierung	<input checked="" type="checkbox"/>
Erstakkreditierung	<input type="checkbox"/>
Reakkreditierung Nr. (Anzahl)	

## **Inhalt**

<b>Ergebnisse auf einen Blick .....</b>	<b>6</b>
Führung in Dienstleistungsunternehmen (M.A.).....	6
Management gesellschaftlicher Innovationen (MBA).....	7
Stadtmarketing (MBA).....	8
<b>Kurzprofile .....</b>	<b>9</b>
Führung in Dienstleistungsunternehmen (M.A.).....	9
Management gesellschaftlicher Innovationen (MBA).....	10
Stadtmarketing (MBA).....	11
<b>Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums .....</b>	<b>12</b>
Führung in Dienstleistungsunternehmen (M.A.).....	12
Management gesellschaftlicher Innovationen (MBA).....	13
Stadtmarketing (MBA).....	14
<b>1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien.....</b>	<b>15</b>
Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 MRVO).....	15
Studiengangprofile (§ 4 MRVO) .....	15
Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 MRVO).....	16
Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 MRVO).....	16
Modularisierung (§ 7 MRVO).....	17
Leistungspunktesystem (§ 8 MRVO) .....	17
Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV).....	18
Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 9 MRVO) .....	18
Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme (§ 10 MRVO).....	19
<b>2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien .....</b>	<b>20</b>
2.1 Schwerpunkte der Bewertung/ Fokus der Qualitätsentwicklung .....	20
2.2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien .....	20
Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 MRVO).....	20
Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO) .....	26
Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 MRVO).....	26
Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 MRVO).....	36
Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 MRVO) .....	38
Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 MRVO).....	42
Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 MRVO) .....	44
Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 MRVO).....	48
Besonderer Profilspruch (§ 12 Abs. 6 MRVO) .....	51
Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO) .....	53
Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 MRVO).....	53
Lehramt (§ 13 Abs. 2 und 3 MRVO) .....	55
Studienerfolg (§ 14 MRVO).....	55
Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 MRVO).....	58

Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme (§ 16 MRVO) .....	60
Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 19 MRVO).....	60
Hochschulische Kooperationen (§ 20 MRVO) .....	62
Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien (§ 21 MRVO).....	62
<b>3 Begutachtungsverfahren.....</b>	<b>63</b>
3.1 Allgemeine Hinweise .....	63
3.2 Rechtliche Grundlagen.....	63
3.3 Gutachtergruppe .....	63
<b>4 Datenblatt.....</b>	<b>64</b>
4.1 Daten zu den Studiengängen zum Zeitpunkt der Begutachtung.....	64
4.2 Daten zur Akkreditierung.....	66
<b>5 Glossar .....</b>	<b>67</b>
<b>Anhang.....</b>	<b>68</b>

## **Ergebnisse auf einen Blick**

### **Führung in Dienstleistungsunternehmen (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*

## **Management gesellschaftlicher Innovationen (MBA)**

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

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

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

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

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

*Nicht angezeigt*

## **Stadtmarketing (MBA)**

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

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

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

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

### **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 (im Folgenden Ostfalia) zu den größten Hochschulen in Niedersachsen. An den Standorten Wolfenbüttel, Wolfsburg, Suderburg und Salzgitter bietet sie rund 90 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 17 Studiengängen die größte Fakultät der Hochschule.

Im Bereich Sport und Tourismus werden aktuell drei Bachelorstudiengänge sowie der konsekutive Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) angeboten. Darüber hinaus soll das Angebot zum Wintersemester 2021/22 um die zwei weiterbildenden Masterstudiengänge „Gesellschaftliches Innovationsmanagement“ (MBA) und „Stadtmarketing“ (MBA) ergänzt werden.

### **Führung in Dienstleistungsunternehmen (M.A.)**

Führungskräfte in Dienstleistungsunternehmen stehen aufgrund des spezifischen Charakters der Unternehmung bei strategischen Entscheidungen vor besonderen Herausforderungen. Der Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) stellt deshalb die Vermittlung von Methodenkompetenzen in den Vordergrund. Die Studierenden sollen insbesondere in die Lage versetzt werden, sich selbstständig mit vollkommen neuen Problemsituationen auseinanderzusetzen. Sie sollen die Schwächen von spontanen Ad-hoc-Lösungen erkennen und methodengeleitet zu langfristig tragfähigen Lösungsstrategien finden. Durch die Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten und die Vermittlung der Methodik im Dienstleistungsmanagement, die Vermittlung theoretisch-analytischer Fähigkeiten und die Herausbildung intellektueller und sozialer Kompetenzen soll das Programm den Bildungsvoraussetzungen für den Zugang zu den Laufbahnen des höheren Dienstes entsprechen.

Aufbauend auf die zum ersten Berufseinstieg konzipierten Bachelorstudiengänge des Fachbereichs bietet das Masterangebot den Studierenden die Möglichkeit, sich spezifisch für Führungstätigkeiten zu qualifizieren.

Angesichts der starken Betonung von Methodenkompetenzen in allen Lehrveranstaltungen steht die Vermittlung von Schlüsselqualifikationen klar im Vordergrund. Integriert in die seminaristischen und projektorientierten Angebote sind Entwicklungsmöglichkeiten in den Bereichen Teamfähigkeit, Konfliktmanagement, Kommunikationsverhalten, Führungsstil oder Selbstorganisation vorgesehen.

## **Management gesellschaftlicher Innovationen<sup>1</sup> (MBA)**

Der Fernstudiengang „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) soll durch seinen General Management-Ansatz die Studienangebote der Ostfalia ergänzen und Absolventinnen und Absolventen verschiedener fachlicher Hintergründe ansprechen. Durch die Blended-Learning Elemente und die damit verbundene Reduktion der Präsenzanteile kann dieser Studiengang auch überregional studiert werden.

Ausgerichtet ist der Studiengang auf die Auswirkungen technologischer Veränderungen wie gesellschaftliche Innovationen, Digitalisierung sowie Herausforderungen der demographischen, politischen sowie ökologischen Entwicklungen im Bereich der Unternehmensführung auf die Gesellschaft. Auch soll eine Schärfung der sozialen und persönlichen Kompetenzen im Hinblick auf die Ausbildung zu Führungskräften als wesentlicher Baustein für den neuen Studiengang erfolgen. Somit ist es Ziel, die Studierenden zu Führungskräften auszubilden, die sich mit den Folgen des gesellschaftlichen Wandels auseinandergesetzt haben und die Unternehmensführung darauf ausrichten können. Fokussiert werden die komplexen Herausforderungen in mittelständischen und großen Unternehmen im Rahmen von gesellschaftlichen Transformationsprozessen. Die Absolventinnen und Absolventen sollen nach Abschluss des Studiums die entsprechenden Managementtools, Fachkenntnisse wie auch persönliche und soziale Kompetenzen erworben haben, um diese Prozesse zu begleiten und umzusetzen.

Der Studiengang ist gebührenpflichtig.

---

<sup>1</sup> Urspr. Gesellschaftliches Innovationsmanagement

## **Stadtmarketing (MBA)**

Nach Recherchen der Hochschule treten Städte heutzutage sowohl hinsichtlich der Einwohnerzahlen, Fachkräfte und Unternehmen als auch hinsichtlich Tourismus, Großveranstaltungen und der zugewiesenen Fördermittel in verstärktem Maße in Konkurrenz zueinander. Der Wettbewerb wird dabei insbesondere durch die Folgen von Globalisierung und des sich fortsetzenden demographischen Wandels verstärkt. Gleichzeitig werden im Bereich der digitalen Transformation vielfältige Chancen und Herausforderungen gesehen, die im Zuge einer zukunftsfähigen Vermarktung von Standorten sinnvoll genutzt werden können.

Im Rahmen des Fernstudiengangs „Stadtmarketing“ (MBA) sollen daher strategische Fördermöglichkeiten einer langfristigen und nachhaltigen Attraktivitätssteigerung eines bestimmten Standorts durch geeignete Prozesse und Entwicklungskonzepte vermittelt werden.

Der Studiengang richtet sich primär an Beschäftigte im Bereich Stadtmarketing bzw. Verwaltung von Städten und Regionen, die ihre Kompetenzen erweitern möchten und eine Position als Führungskraft anstreben, und stellt eine thematische Anknüpfung an den bereits etablierten Bachelorstudiengang „Stadt- und Regionalmanagement“ (B.A.) dar.

Aufgrund des steigenden Bedarfs an Fach- und Führungskräften im Bereich des Marketings von Städten und Regionen wurde die thematische Ausrichtung wie auch die Struktur des Studiengangs in enger Zusammenarbeit mit der Bundesvereinigung für City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd) und dem Institut für Tourismus- und Regionalforschung der Fakultät Verkehr-Sport-Tourismus-Medien der Ostfalia erarbeitet.

Zentrales Anliegen des Studiengangs ist es, Absolventinnen und Absolventen in die Lage zu versetzen, die Konzeption eines integrierten Stadtmarketings nachzuvollziehen, mit eigenen Impulsen nachhaltig zu befördern und gemeinschaftlich weiterzuentwickeln. Neben einem vertieften Verständnis von städtischen Gefügen und Urbanität steht auch die Entwicklung eines tragfähigen Images und die Herausbildung einer individuellen Identität von Städten im Vordergrund. Praxisbezug soll durch professionell angeleitete Projektphasen hergestellt werden, um den Studierenden Kenntnisse im Bereich der städtischen Anspruchsgruppen sowie der Durchführung kooperativer und strategischer Stadtmarketingprozesse zu vermitteln und sie zu befähigen, Projekte von Konzeption bis hin zu Umsetzung und Controlling professionell zu begleiten. Als weiterbildender Studiengang verfolgt der Masterstudiengang „Stadtmarketing“ (MBA) zudem die Schärfung von sozialen und persönlichen Kompetenzen. Um die Studierenden zur Führung einer Stadtmarketingorganisation oder einer Abteilung zu befähigen, sollen zudem vertiefende Kenntnisse in den Bereichen Recht, Betriebswirtschaft, Finanzen und Führung vermittelt werden.

Der Studiengang ist gebührenpflichtig.

## Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums

### Führung in Dienstleistungsunternehmen (M.A.)

Bei der Begutachtung des Studiengangs „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) konnte das Gutachtergremium einen guten Gesamteindruck gewinnen.

Die Qualifikationsziele sind klar und sinnvoll formuliert und fokussieren vornehmlich auf Methodenwissen und die selbstständige Auseinandersetzung mit neuen Problemsituationen. Der Aufbau des Curriculums ist grundsätzlich nachvollziehbar und angemessen ausgestaltet, um die formulierten Qualifikationsziele zu erreichen. Hinsichtlich des Lehrpersonals ist der Studiengang angemessen ausgestattet, auch wenn hinsichtlich der Denominationen keine expliziten Vertiefungen in Unternehmensführung oder Personalführung ersichtlich sind.

Allgemeine wie auch studiengangsspezifische Empfehlungen der vorangegangenen Akkreditierung wurden ausnahmslos umgesetzt. Es kann eine angemessene Weiterentwicklung des Studiengangs konstatiert werden.

Für die Weiterentwicklung des Studiengangs gibt das Gutachtergremium folgende Empfehlungen:

- In den Modulbeschreibungen sollten Titel der Lehrveranstaltungen und Lerninhalte zu den verschiedenen Aspekten der Führung expliziter benannt werden.
- Vorgesehene Prüfungsleistungen sollten noch konsequenter auf die angestrebten Kompetenzen abgestimmt werden.
- Hinsichtlich zukünftiger Berufungen sollte professorale Expertise im Bereich der Unternehmensführung priorisiert werden.
- Um den vorgesehenen Lernfortschritt besser nachvollziehbar zu machen, sollten die Modultitel die jeweiligen Inhalte treffender wiedergeben und die Modulinhalte detailliert und einheitlich dargestellt werden.
- Aufbauend auf den im Bachelorstudium erworbenen Kenntnissen sollten weiterführende Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens (besonders hinsichtlich quantitativer Forschungsmethoden) zu einem frühen Zeitpunkt in den Masterstudiengängen verankert werden.
- Die maximale Teilnehmeranzahl bei Gruppenarbeiten sollte reduziert werden.
- Es sollte ein transparentes und einheitliches Konzept erarbeitet werden, anhand dessen der Workload eines Moduls berechnet und ggf. korrigiert werden kann.
- Das Prüfungsformat Studienbuch sollte hinsichtlich Anzahl und Umfang der vorgesehenen Teilleistungen verbindlich definiert werden.

## **Management gesellschaftlicher Innovationen<sup>2</sup> (MBA)**

Bei der Begutachtung des Studiengangskonzepts „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) kam das Gutachtergremium insgesamt zu einem positiven Fazit.

Die vorgestellten Qualifikationsziele des Studiengangs können für die angestrebte Berufspraxis als zielgerichtet und sinnvoll beschrieben werden. Die Berufsfelder werden als markt- aber auch zukunftsorientiert wahrgenommen. Die inhaltliche Ausgestaltung des Studiengangs ist stimmig, und die Inhalte werden in anwendungsorientierter Weise vermittelt.

Festgestellt wurde zunächst, dass die titelgebenden Lehrinhalte im Bereich gesellschaftliche Innovationen/Innovationsmanagement im Modulhandbuch wenig sichtbar waren und auch der Studiengangstitel falsche Interpretationen erzeugen könnte. Die Ostfalia konnte mit ersten Änderungen der studiengangorganisatorischen Dokumente den Anstoß einer überzeugenden Überarbeitung darlegen. Das Gutachtergremium geht davon aus, dass dieser Ansatz zeitnah weiterverfolgt und umgesetzt wird.

Für die Weiterentwicklung des Studiengangs gibt das Gutachtergremium folgende Empfehlungen:

- Um den vorgesehenen Lernfortschritt besser nachvollziehbar zu machen, sollten die Modultitel die jeweiligen Inhalte treffender wiedergeben und die Modulinhalte detailliert und einheitlich dargestellt werden
- Aufbauend auf den im Bachelorstudium erworbenen Kenntnissen sollten weiterführende Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens (besonders hinsichtlich quantitativer Forschungsmethoden) zu einem frühen Zeitpunkt in den Masterstudiengängen verankert werden.
- Es sollte ein transparentes und einheitliches Konzept erarbeitet werden, anhand dessen der Workload eines Moduls berechnet und ggf. korrigiert werden kann.
- Das Prüfungsformat Studienbuch sollte hinsichtlich Anzahl und Umfang der vorgesehenen Teilleistungen verbindlich definiert werden.

---

<sup>2</sup> Urspr. Gesellschaftliches Innovationsmanagement

## **Stadtmarketing (MBA)**

Im Studiengangskonzept „Stadtmarketing“ (MBA) sieht das Gutachtergremium einen sinnvollen und marktrelevanten Studienansatz, der die wichtigsten Inhalte curricular integriert.

Die Zielsetzung des Studiengangs, ein ganzheitliches und interdisziplinäres Verständnis der Konzepte Stadt und Stadtmarketing zu erwerben, ist dem beruflichen Bedarf und der zunehmenden Komplexität des Berufsfeldes gut angepasst. Die geplanten Praxisprojekte werden als wichtiger Bestandteil des anwendungsorientierten Studiengangs gesehen, in deren Rahmen die Studierenden erlerntes Wissen in der Praxis anzuwenden lernen.

Die inhaltliche Umsetzung schien sich zum Begutachtungszeitpunkt noch teilweise im Entwicklungsstadium zu befinden. Die Modulbeschreibungen wurden als wenig aussagekräftig und teils lückenhaft wahrgenommen, was u.a. dem Umstand geschuldet sein kann, dass die personelle Besetzung der Lehrveranstaltungen noch nicht abgeschlossen war. Beide Beobachtungen stellen aus Sicht des Gutachtergremiums Mängel dar, die vor Aufnahme des Studienbetriebs zu beseitigen waren.

Diese wurden im direkten Anschluss an die Begutachtungsgespräche umgehend angegangen und durch geeignete Maßnahmen beseitigt.

Für die Weiterentwicklung des Studiengangs gibt das Gutachtergremium folgende Empfehlungen:

- Die Abschlussbezeichnung „Master of Business Administration“ sollte hinsichtlich der möglichen Berufsfelder hinterfragt werden, da das Stadtmarketing nicht mit Unternehmensführung gleichzusetzen ist.
- Es sollte ein transparentes und einheitliches Konzept erarbeitet werden, anhand dessen der Workload eines Moduls berechnet und ggf. korrigiert werden kann.
- Das Prüfungsformat Studienbuch sollte hinsichtlich Anzahl und Umfang der vorgesehenen Teilleistungen verbindlich definiert werden.

## 1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

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

### Studienstruktur und Studiendauer [\(§ 3 MRVO\)](#)

#### Dokumentation/Bewertung

Der Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) ist ein Vollzeitstudiengang mit 120 ECTS-Punkten und umfasst 4 Semester.

Die beiden Fernstudiengänge „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) und „Stadtmarketing“ (MBA) umfassen ebenfalls je 120 ECTS-Punkte und können entweder in vier Semestern in Vollzeit oder in sechs Semestern in Teilzeit studiert werden.

#### Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für jeden Studiengang erfüllt.

### Studiengangsprofile [\(§ 4 MRVO\)](#)

#### Dokumentation/Bewertung

Alle drei Masterstudiengänge sind als anwendungsorientiert beschrieben.

Der Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) ist konsekutiv, die beiden Studiengänge „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) und „Stadtmarketing“ (MBA) sind weiterbildend.

Alle drei Masterstudiengänge sehen eine Abschlussarbeit vor, mit der die Fähigkeit nachgewiesen wird, innerhalb eines definierten Bearbeitungszeitraums ein Problem aus dem jeweiligen Fach selbständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Laut § 19 (4) der Master-Prüfungsordnung für den Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) beträgt die Bearbeitungszeit der Masterarbeit vier Monate; laut § 19 (4) der Masterprüfungsordnung für die Studiengänge „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) und „Stadtmarketing“ (MBA) beträgt die Bearbeitungszeit drei Monate.

#### Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist für jeden Studiengang erfüllt.

## **Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten ([§ 5 MRVO](#))**

### **Dokumentation/Bewertung**

Die Zugangsvoraussetzungen für den konsekutiven Masterstudiengang sind in § 2 der Zulassungsordnung für den Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) festgelegt und sehen einen ersten berufsqualifizierenden Abschluss vor. Die Zugangsvoraussetzungen für den konsekutiven Masterstudiengang entsprechen den Landesvorgaben.

Die weiterbildenden Masterstudiengänge „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) und „Stadtmarketing“ (MBA) sehen eine mind. einjährige, fachlich einschlägige Berufspraxis vor. Die Zugangsvoraussetzungen sind in der Zulassungsordnung des jeweiligen Studiengangs unter § 2 geregelt.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für jeden Studiengang erfüllt.

## **Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen ([§ 6 MRVO](#))**

### **Dokumentation/Bewertung**

Nach erfolgreichem Abschluss der begutachteten Studiengänge wird der Mastergrad verliehen.

Die Abschlussbezeichnung für den Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ lautet Master of Arts. Dies ist in § 4 der Prüfungsordnung hinterlegt.

Die Abschlussbezeichnung für die weiterbildenden Studiengänge „Management gesellschaftlicher Innovationen“ und „Stadtmarketing“ lautet Master of Business Administration. Dies ist in § 4 der jeweiligen Prüfungsordnung hinterlegt.

Für jeden begutachteten Studiengang liegt ein Diploma Supplement nach aktueller Vorlage vor. Dieses erteilt über das dem Abschluss zugrundeliegende Studium im Einzelnen Auskunft.

Gemäß § 16 (5) der Masterprüfungsordnung des jeweiligen Studiengangs wird „zusätzlich zur Gesamtnote [...] eine relative Einstufung gemäß ECTS Users' Guide vorgenommen, sobald entsprechende statistische Daten zur Verfügung stehen.“

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für jeden Studiengang erfüllt.



## **Modularisierung ([§ 7 MRVO](#))**

### **Dokumentation/Bewertung**

Der Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) umfasst inklusive des Abschlussmoduls 17 Module. Mit Ausnahme des Abschlussmoduls, welches 21 ECTS-Punkte umfasst, umfassen die Module zwischen 5 und 8 ECTS-Punkte.

Der Studiengang „Stadtmarketing“ (MBA) umfasst inklusive des Abschlussmoduls 16 Module. Mit Ausnahme des Abschlussmoduls, welches 18 ECTS-Punkte umfasst, umfassen die Module zwischen 6 und 9 ECTS-Punkte.

Der Studiengang „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) umfasst inklusive des Abschlussmoduls 19 Module. Mit Ausnahme des Abschlussmoduls, welches 18 ECTS-Punkte (bzw. 15 plus 3 Kolloquium) umfasst, umfassen die Module durchgängig 6 ECTS-Punkte.

Laut Ablaufplan des jeweiligen Studiengangs dauert kein Modul länger als ein Semester, wobei hierzu in den Modulbeschreibungen aller drei Studiengänge keine expliziten Angaben gemacht werden. Die Semesterübersicht im Inhaltsverzeichnis verdeutlicht dies jedoch. Abgesehen davon sind in den Modulhandbüchern alle in § 7 Abs. 2 MRVO aufgeführten Punkte enthalten.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für jeden Studiengang erfüllt.

## **Leistungspunktesystem ([§ 8 MRVO](#))**

### **Dokumentation/Bewertung**

Alle Module der Studiengänge sind mit ECTS-Punkten versehen. Für den Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) ist in § 2 (3) der Master-Prüfungsordnung ein ECTS-Punkt mit einem Zeitaufwand von 30 Arbeitsstunden hinterlegt, für die beiden weiterbildenden Studiengänge „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) und „Stadtmarketing“ (MBA) hingegen 25 Arbeitsstunden.

Im Musterstudienverlaufsplan sind im Vollzeitmodus pro Semester in allen drei Studiengängen Module im Gesamtumfang von 30 ECTS-Punkten vorgesehen, wobei der konsekutive Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) um bis zu zwei ECTS-Punkte abweicht.

Da in § 2 (1) der jeweiligen Zulassungsordnung aller drei Studiengänge ein vorangegangenes Bachelorstudium von mindestens 180 ECTS-Punkten vorausgesetzt wird, werden zum Masterabschluss 300 ECTS-Punkte erreicht.

Der Bearbeitungsumfang für die Masterarbeit beträgt im konsekutiven Masterstudiengang 21 ECTS-Punkte und in den beiden weiterbildenden Masterstudiengängen 18 ECTS-Punkte, wobei in allen drei Masterstudiengängen davon 3 ECTS-Punkte für das Kolloquium veranschlagt sind.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für jeden Studiengang erfüllt.

### **Anerkennung und Anrechnung ([Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV](#))**

#### **Dokumentation/Bewertung**

Regelungen zur Anerkennung von an anderen Hochschulen erbrachten Leistungen gemäß Lissabon-Konvention und für außerhochschulisch erbrachte Leistungen sind in § 28 der jeweiligen Master-Prüfungsordnung festgelegt.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für jeden Studiengang erfüllt.

### **Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen ([§ 9 MRVO](#))**

#### **Dokumentation/Bewertung**

Zur Unterstützung der anwendungsorientierten Ausgestaltung des Studiengangs „Stadtmarketing“ (MBA) wird eine strategische Zusammenarbeit mit der Bundesvereinigung für City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bscd) im Rahmen praxisnaher Projekte, Aufgabenstellungen und Briefings, insbesondere im Bereich Stadtmarketing- und Stadtentwicklungskonzepten angestrebt. Module, die von dieser Zusammenarbeit Gebrauch machen sollen, werden nach Angaben der Hochschule durch Dozenten und Dozentinnen der Ostfalia gelehrt und geprüft. Somit soll sichergestellt sein, dass die von den Studierenden erworbenen Kompetenzen das Masterniveau erfüllen. Diesbezüglich wurde ein Letter of Intent der bscd vorgelegt, demzufolge „eine Vereinbarung [...] mit konkreten Angaben zu dem Gegenstand der Kooperation sowie für mögliche Projekte einzelvertragliche Regelungen über die zu erbringenden Leistungen, Verantwortlichkeiten, Vergütung, Verwertungs- und Veröffentlichungsrechte an[gestrebt wird]“.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für den Studiengang „Stadtmarketing“ (MBA) erfüllt. Das Kriterium ist für die Studiengänge „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A) und „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) nicht einschlägig.

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

*(nicht einschlägig)*



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

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

Im Rahmen der Begutachtungsgespräche wurde zunächst die Weiterentwicklung des Studiengangs „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) seit der vorangegangenen Akkreditierung beleuchtet und der überwiegend angemessene Umgang mit den daraus resultierten Empfehlungen verifiziert.

Auch wurde die inhaltliche Ausgestaltung der drei begutachteten Studiengänge erörtert, auch unter Einbezug jeweils einschlägiger Praxis und Forschung. In diesem Zusammenhang wurden auch vereinzelte Nachfragen zu den Prüfungsformen geklärt.

Kritisch hinterfragt wurde neben der Sichtbarkeit des Lernfortschritts anhand von Modultiteln auch die personelle Situation hinsichtlich spezifischer Lehrinhalte, vornehmlich im Studiengang „Stadtmarketing“ (MBA).

Allgemeinere Bewertungsschwerpunkte wurden zudem auf die Themenbereiche Support und Qualitätsstandard hinsichtlich der Fernlehre sowie Mobilität und Qualitätsmanagement gelegt.

### **2.2 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)

#### **Qualifikationsziele und Abschlussniveau ([§ 11 MRVO](#))**

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

Die Qualifikationsziele der drei Masterstudiengänge sind im jeweiligen Diploma Supplement als Anlage der Prüfungsordnung hinterlegt. Die Sicherstellung der Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse (HQR) war nach Angaben der Hochschule Maßgabe aller an der Studiengangsentwicklung beteiligten Gremien und Ausschüsse. Im Zuge der Entwicklung der Kompetenzziele finden die Leitlinien des HQR demnach explizierte Berücksichtigung, um zu gewährleisten, dass die zu erwerbenden Kompetenzen der Ausrichtung als Masterprogramm Rechnung tragen.

## **b) Studiengangsspezifische Bewertung**

### **Führung in Dienstleistungsunternehmen (M.A.)**

#### **Dokumentation**

Der Masterstudiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) soll spezielle Führungsqualifikationen in betriebswirtschaftlicher Ausrichtung vermitteln. Im Vordergrund stehen hierbei betriebswirtschaftliche, auf Dienstleistungsorganisationen (Profit, Nonprofit) bezogene Lehrveranstaltungen. Diese werden durch Lehrangebote mit methodischen, führungspezifischen und wissenschaftlichen Inhalten ergänzt. Der Studiengang hat sich zum Ziel gesetzt, Führungskräfte primär für privatwirtschaftliche, kommunale und andere Nonprofit-Bereiche auszubilden, welche sich durch die Wirtschaftsbereiche Sport, Kommunen und Regionen sowie Tourismus ergeben.

Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, in verschiedenen Anwendungssituationen die fachspezifische Lösung von betriebswirtschaftlichen Fragestellungen abzuleiten und zu vollziehen. Aus diesem Grunde sollen die Anwendung wissenschaftlicher Methoden und Instrumente und die damit häufig verbundenen Soft Skills in der Ausbildung betont werden.

Um dem Anspruch einer kritisch-konstruktiven Führungsarbeit und Entwicklung von angemessenen Lösungen gerecht zu werden, erfolgen verschiedene Vertiefungen insbesondere zu den Themen Führung und Dienstleistungsmanagement (Rahmen der Unternehmensführung; Mitarbeiterführung, Führungsaufgabe Dienstleistung; Internationales Management; Führungsarbeit und Digitalisierung; Organisationskommunikation; Zukunftsorientierte Führungsarbeit). Hinzu kommen weiterführende Managementkomplexe (Organisationslernen, Innovationsmanagement, Moderne Führungsarbeit, Zukunftsorientierte Führungsarbeit), welche die Bewältigung verschiedener Aufgaben in Organisationen zum Gegenstand haben. Mit der Case Study sowie den Projektmodulen Beratung und Wissenschaftliches Denken werden den Studierenden intensive Möglichkeiten zur Erprobung der Analyse- und Lösungskompetenz für unternehmerische bzw. organisatorische Fragestellungen angeboten.

Grundlage für eine umsichtige Auseinandersetzung mit den entsprechenden Themen ist die Heranführung an die spezifischen Themengebiete Sport-, Stadt- und Regional- sowie Tourismusmanagement, um eine gemeinsame Verständnisgrundlage für die Studierenden zu schaffen. Die Erweiterung des wissenschaftlichen Blickfeldes soll durch eine Einführung in die Soziologie bzw. Politikwissenschaft erfolgen.

Wie die Praxis der Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) zeigt, soll das Spektrum der Tätigkeitsorganisationen sehr breit aufgestellt sein und vielfältige Facetten des Dienstleistungsbereichs enthalten. Dazu zählen Organisationen aus den drei genannten Studienbereichen, aber auch Organisations- und Personalberatung sowie Finanzwesen.

In den einzelnen Modulen wird ein konstruktiv-kritischer Umgang mit den einzelnen Themen angestrebt, um die Studierenden zu befähigen, sich einer Thematik aus verschiedenen Perspektiven verantwortungsvoll zu nähern und in Führungspositionen einzusteigen.

Die Qualifikationsziele des Studiengangs sind im Diploma Supplement dargestellt.

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

Die Qualifikationsziele sind klar und sinnvoll formuliert und fokussieren vornehmlich auf Methodenwissen und die selbstständige Auseinandersetzung mit neuen Problemsituationen. Das ist nach Ansicht des Gutachtergremiums grundsätzlich ein fundierter Ansatz, da die Befähigung für Führungspositionen bei einem Masterprogramm entsprechend im Vordergrund stehen soll. Die Vermittlung von Schlüsselkompetenzen wird ebenfalls thematisiert und stellt einen wichtigen Aspekt im Studienverlauf dar. Allerdings könnte, wie im Kapitel *Curriculum* erläutert wird, das Thema Führung und Führungsfähigkeit noch explizier eingebunden werden. In welchem Ausmaß die Unternehmensführungs- und Personalführungskompetenz vermittelt werden und im Vordergrund stehen, dürfte nach Einschätzung des Gutachtergremiums weiter getrennt und aufgeschlüsselt in die Qualifikationsziele integriert werden. Die angeführten Berufsfelder sind realistisch und erreichbar für Absolventinnen und Absolventen des Studienprogramms.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

## **Management gesellschaftlicher Innovationen (MBA)**

### **Dokumentation**

Nach Einschätzung der Hochschule sind soziale Innovationen aufgrund aktueller Herausforderungen wie dem demographischen Wandel, der Digitalisierung, von Migration sowie sich verändernden Ansprüchen an Arbeitsformen und -zeiten notwendig. Auch ökologische Herausforderungen, speziell im Bereich Klimawandel, lassen den Bedarf an gesellschaftlichen Innovationen erkennen. Gleichzeitig sind diese Veränderungen mit zahlreichen Prozessen verbunden, die disruptiven Charakter haben und auf die Unternehmensführungen reagieren müssen.

Der Studiengang „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) soll die Studierenden befähigen, diese Zusammenhänge zu erkennen und im Bereich der Unternehmensführung innovative Lösungen für diese Entwicklungen herzuleiten. Die Studierenden werden speziell im dritten Semester durch die Module „Folgen des Klimawandels“, „Gesellschaftliche Innovationen“ sowie „Digitale Transformation“ in die Lage versetzt, gesellschaftliche Prozesse kritisch, verantwortungsbewusst und reflektierend mitzugestalten und in diesen Bereichen gesellschaftliches Engagement zu zeigen.

Neben Fach- und Methodenkompetenzen sollen soziale und persönliche Kompetenzen entwickelt werden. Eine entsprechende Verzahnung soll beispielsweise in den Case Studies erfolgen. Durch die Anwendung eines partnerschaftlichen, forschenden Lehrens bzw. Lernens und durch die kollaborative Einbeziehung der Studierenden in die Gestaltung aller Aspekte der Lehrveranstaltungen wird der Ausbau der Selbstreflexions- und Selbstorganisationskompetenz angestrebt. Der Kompetenzerwerb ist in einer Kompetenzmatrix erfasst.

Angestrebte Berufsfelder verortet die Hochschule in den Bereichen Innovationsmanagement, Unternehmensplanung oder -entwicklung, Marketing, Consulting, Personal- und Nachhaltigkeitsmanagement, Qualitätsmanagement, Projektmanagement und Leadership.

Alle Studierenden bringen Berufserfahrung in ihr Studium ein. Im Rahmen von Seminaren, Case Studies und Übungen sollen diese Berufserfahrungen in die Lehre einbezogen werden und diese durch die unterschiedlichen beruflichen Hintergründe der Studierenden bereichern. Im Rahmen von Evaluationen sollen diese Erfahrungen entsprechend strukturiert in die kontinuierliche Weiterentwicklung des Studiengangskonzeptes einfließen.

Die Qualifikationsziele des Studiengangs sind im Diploma Supplement dargestellt.

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

Die vorgestellten Qualifikationsziele des Studiengangs können für die angestrebte Berufspraxis als zielgerichtet und sinnvoll beschrieben werden. Durch den Abschluss des Studiengangs „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) werden die Absolventinnen und Absolventen zu Führungskräften ausgebildet, die sich mit den Folgen des gesellschaftlichen Wandels auseinandergesetzt haben und die Unternehmensführung darauf ausrichten können. Dadurch wird ein Angebot für die komplexen Herausforderungen in mittelständigen und großen Unternehmen geschaffen, die im Rahmen von gesellschaftlichen Transformationsprozessen auftreten. Somit ist auch die Definition der Berufsfelder nachvollziehbar und zukunftsorientiert ausgerichtet, sodass das Gutachtergremium zu dem Schluss kommt, dass die Qualifikationsziele dem Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse entsprechen. Die Darstellung der Qualifikationsziele im Diploma Supplement fällt insgesamt jedoch eher knapp aus, weswegen eine weitere Ausdifferenzierung anzuregen wäre.

Auch die Lernziele der einzelnen Module sind im Modulhandbuch angemessen niedergelegt, jedoch spiegeln sich gerade die curricular vorgesehenen einschlägigen Lehrinhalte im Bereich gesellschaftliche Innovationen/Innovationsmanagement nach Einschätzung des Gutachtergremiums in den Modultiteln zu wenig wider, wodurch der Prozess zum Erreichen des übergeordneten Qualifikationsziels wenig nachvollziehbar erscheint. Eine diesbezügliche Überarbeitung des Studienplans wie auch des Modulhandbuchs wurde im direkten Nachgang der Begutachtungsgespräche angestoßen.

Kritisch gesehen wurde zunächst die Wahl des ursprünglichen Studiengangstitels. In den Gesprächen wurde der Entstehungsprozess dargelegt, der durchaus nachvollziehbar war. Jedoch implizierte „Gesellschaftliches Innovationsmanagement“ das Management von Innovationen durch die Gesellschaft, was weder der Zielsetzung noch der inhaltlichen Ausgestaltung des Studiengangs entsprach. Auch dies wurde im direkten Nachgang der Begutachtungsgespräche diskutiert und der im Gespräch angebrachte Vorschlag, den Studiengang „Management gesellschaftlicher Innovationen“ zu nennen, wurde umgehend in den studienorganisatorischen Dokumenten umgesetzt und gemeinsam mit den Änderungen zur Schärfung der inhaltlichen Ausrichtung der Studienkommission zur Beschlussfassung vorgelegt. Das Gutachtergremium geht davon aus, dass die angestoßene Überarbeitung in der vorgestellten Version fortgesetzt wird.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Stadtmarketing (MBA)**

#### **Dokumentation**

Zielsetzung des Studiengangs „Stadtmarketing“ (MBA) ist es, Absolventinnen und Absolventen in die Lage zu versetzen, die Konzeption eines integrierten Stadtmarketings nachzuvollziehen, mit eigenen Impulsen nachhaltig zu befördern und gemeinschaftlich weiterzuentwickeln.

Neben einem vertieften Verständnis von städtischen Gefügen und Urbanität stehen die Entwicklung eines tragfähigen Images und die Herausbildung einer individuellen Identität von Städten im Vordergrund. Zudem sollen die Absolventinnen und Absolventen in die Lage versetzt werden, Prozesse und Projekte in allen Schritten zu organisieren, zu planen sowie im Team umzusetzen. Um die einzelnen Projektphasen von der Idee bis zu Umsetzung und Controlling geeignet zu begleiten, sollen die Studierenden relevante Kenntnisse im Bereich der städtischen Anspruchsgruppen sowie der Durchführung kooperativer und strategischer Stadtmarketingprozesse erwerben.

Als weiterbildender und berufsbegleitender Studiengang verfolgt der Studiengang „Stadtmarketing“ (MBA) zudem die Schärfung von sozialen und persönlichen Kompetenzen im Hinblick auf die Ausbildung künftiger Führungskräfte.

Um die Studierenden zu befähigen, eine Stadtmarketingorganisation oder eine Abteilung im Bereich Stadtmarketing zu führen, sind vertiefende Kenntnisse in den Bereichen Recht, Betriebswirtschaft, Finanzen und Führung curricular verankert. Gleichzeitig sollen vertiefte fachliche Kompetenzen im Bereich der derzeitigen und auch künftigen Erfordernisse der unterschiedlichen Ebenen des Stadtmarketings vermittelt werden. Die Vermittlung methodischer Kompetenzen wird vornehmlich im Bereich der Planung und Durchführung von Projekten angesiedelt.



Als mögliche Tätigkeitsfelder sind in erster Linie Führungspositionen im Bereich des Marketings von Städten und Regionen angeführt, wobei eine Vielzahl von verwaltungsnahen Institutionen wie auch Beratungsunternehmen denkbar ist. Zu den wesentlichen Beschäftigungsträgern zählen City- und Stadtmarketingabteilungen von Städten und Gemeinden, Stadtmarketinginitiativen, Tourismus- und Regionalverbände, Einrichtungen im Bereich des Destinationsmanagements sowie Wirtschaftsförderungsgesellschaften. Darüber hinaus sind auch freiberufliche Tätigkeiten möglich, beispielsweise in der Kommunalplanung oder -beratung.

Da sich der Studiengang explizit an Beschäftigte in den zuvor genannten Bereichen richtet, wird davon ausgegangen, dass Studierende die Qualifikation primär nutzen, um eine höhere Position im bestehenden Beschäftigungsumfeld anzustreben.

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

Die Zielsetzung des Studiengangs, ein ganzheitliches und interdisziplinäres Verständnis der Konzepte Stadt und Stadtmarketings zu erwerben, sind dem beruflichen Bedarf und der zunehmenden Komplexität des Berufsfeldes gut angepasst. Die Praxisnähe (bspw. die Praxisprojekte und die enge Zusammenarbeit mit dem bcsd e.V.) wird als deutliche Stärke des Programms wahrgenommen.

Eine Herausforderung sind die unterschiedlichen akademischen bzw. beruflichen Hintergründe potentieller Studierender. Eine weiterführende akademische Ausbildung in diesem Bereich benötigt deswegen zunächst ein gemeinsames Verständnis der verschiedenen akademischen Konzepte und Methoden. In den Gesprächen wurde deutlich, dass dies den Verantwortlichen durchaus bewusst ist.

Eine fehlende Klarheit wurde zunächst darin gesehen, wie die Qualifizierung der sehr unterschiedlichen Startpunkte der potentiellen Studierenden zu dem definierten Qualifikationsziel erfolgen soll. Aus Sicht des Gutachtergremiums war eine treffendere Benennung der Modultitel geeignet, um dies transparenter zu machen. Dies führte zu einem umfassenden curricularen Restrukturierungsprozess. Dabei wurden die Modulstruktur, die Modulhalte sowie die Modultitel noch einmal grundlegend zur Diskussion gestellt und gemeinsam mit dem Praxispartner bcsd und den neu gewonnenen Lehrenden überarbeitet. Das Ziel dieses Überarbeitungsprozesses bestand in der Identifizierung und Reduktion von Redundanzen; der Ausschärfung der Studiengangstruktur, wobei hier insbesondere die Anpassung des ersten Semesters an die heterogenen Studienvoraussetzungen notwendig erschien; die konkretere inhaltliche Konzeption der Module, wobei ein besonderes Augenmerk auf einer nachvollziehbaren Progression im curricularen Aufbau des Studiengangs angestrebt wurde. Entsprechend überarbeitete Studienorganisatorische Unterlagen wurden dem Gutachtergremium vorgelegt.

Dennoch möchte das Gutachtergremium darauf hinweisen, dass der Abschluss-Titel *Master of Business Administration* (MBA) im Stadtmarketing kontrovers diskutiert wird, da Städte nicht als Unternehmen geführt werden. Die Entscheidung sollte daher ggf. noch einmal kritisch hinterfragt werden.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist nicht erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

- Die Abschlussbezeichnung Master of Business Administration sollte hinsichtlich der möglichen Berufsfelder hinterfragt werden, da das Stadtmarketing nicht mit Unternehmensführung gleichzusetzen ist.

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

### **Curriculum ([§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 MRVO](#))**

#### **Führung in Dienstleistungsunternehmen (M.A.)**

##### **Dokumentation**

Die Fachsemester des Studiengangs „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) lassen sich in ihrer Ausrichtung schwerpunktmäßig in folgender Weise charakterisieren:

Das erste Fachsemester dient der Verbreiterung der wissenschaftlichen Kompetenzbasis sowie der Vertiefung grundlegender Aspekte des Dienstleistungsmanagements. Es beinhaltet die Module „Gesellschaftswissenschaftliche Vertiefung“, „Rahmen Unternehmensführung“, „Mitarbeiterführung“, „Führungsaufgabe Dienstleistung“ sowie das Wahlpflichtmodul „Einführung in das Themenspektrum“ zur Sicherstellung der Grundlagen. Da die Eingangsvoraussetzungen für die Studierenden aufgrund des vorherigen Studiums unterschiedlich sind, erfolgt mit dem Wahlpflichtmodul, in dessen Rahmen 2 von 3 Lehrveranstaltungen ausgewählt werden, eine grundlegende Angleichung.

Das zweite Fachsemester soll spezifische Führungskompetenzen zur Entwicklung von Unternehmen bzw. Organisationen vertiefen. Vorgesehen sind die Module „Internationales Management“, „Organisationskommunikation“, „Organisationslernen“, „Propädeutika“, und das Wahlpflichtmodul „Case Study“. Die Case Studies wie auch die Projektarbeiten „Beratung“ und „Wissenschaftliches Denken“ bestehen in der Regel aus jeweils zwei Angeboten, aus denen die Studierenden wählen können. Häufig handelt es sich dabei um Kooperationsprojekte in den Themenfeldern Sport-, Stadt- und Regional- oder

Tourismusmanagement mit Partnern außerhalb der Hochschule, die von den Dozentinnen und Dozenten akquiriert werden und jährlich wechseln. Die Begleitung und Bewertung dieser Module liegt bei der zuständigen Dozentin oder dem zuständigen Dozenten der Ostfalia.

Im dritten Fachsemester steht die Zukunftsorientierung der Führungsarbeit in Dienstleistungsorganisationen mit der Projektarbeit (im Rahmen des Wahlpflichtmoduls) als Anwendungsfeld für erworbene Kompetenzen in Bezug auf die Beratung von Organisationen im Zentrum. Es besteht aus den Modulen „Moderne Führungsarbeit“, „Innovationsmanagement“, „Führungsarbeit und Digitalisierung“, „Zukunftsorientierte Führungsarbeit“ und dem Wahlpflichtmodul „Beratung“, das in Form einer Projektarbeit durchgeführt wird.

Im vierten Fachsemester steht die Bearbeitung wissenschaftlicher Fragestellungen im Fokus. Neben dem Modul „Masterarbeit mit Kolloquium“ ist das Wahlpflichtmodul „Wissenschaftliches Denken“, das als Projektarbeit konzipiert ist, vorgesehen. Im Rahmen der Wahlpflichtmodule „Case Studies“, „Beratung“ und „Wissenschaftliches Denken“ werden den Studierenden in der Regel jeweils zwei Angebote an möglichen Projektarbeiten gemacht. In den meisten Fällen handelt es sich dabei um Kooperationsprojekte mit Partnern außerhalb der Hochschule. Diese werden im Vorfeld von Dozentinnen und Dozenten akquiriert und liegen meist in den Themenfeldern Sport-, Stadt- und Regional- oder Tourismusmanagement. Typischerweise wechseln die Partnerorganisationen von Studienjahr zu Studienjahr, weswegen keine festen Kooperationen vorgesehen sind.

Seit der vorangegangenen Akkreditierung wurde der Studiengang hinsichtlich verschiedener Aspekte weiterentwickelt. Hintergrund sind verschiedene Rückmeldungen der Studierenden sowie die Wahrnehmung der Anforderungen in den Unternehmen.

Ein wichtiger Anpassungsbereich war die Abgrenzung des Masterstudiengangs zu den vorgelagerten Bachelorstudiengängen, da dort mittlerweile Themen abgedeckt werden, die bislang erst im Master aufgenommen wurden. Deshalb wurden sehr spezifische Lehrveranstaltungen aus dem Bereich Dienstleistungsmanagement auf eine vertiefende Lehrveranstaltung („Dienstleistungsmarketing“) im ersten Semester verdichtet. Im gleichen Modul wurde die Lehrveranstaltung „Nachhaltigkeit in Dienstleistungsprozessen“ durch „Nachhaltigkeitsökonomie“ ersetzt, um dem Thema Nachhaltigkeit mehr Raum zu geben. Um den Führungsaspekt früher im Studium in den Mittelpunkt zu rücken, wurde zusätzlich zu dem Modul „Mitarbeiterführung“ das Modul „Rahmen der Unternehmensführung“ in das erste Semester aufgenommen.

Im zweiten Semester ist das Modul „Organisationskommunikation“ neu hinzugekommen, welches mit der Lehrveranstaltung „Social Media-Kommunikation für Dienstleistungsorganisationen“ einen ersten Aspekt der Digitalisierung thematisiert, der im dritten Semester durch die spezielle Lehrveranstaltung „Digitalisierung und Digital Management“ erweitert wird.

Des Weiteren wurden die Projektarbeiten „Beratung“ und „Wissenschaftliches Denken“ semestermäßig getrennt (nun 3. und 4. Fachsemester) und auch die Lehrveranstaltung „Aktuelle Führungsansätze und -methoden“ (3. Semester) neu aufgenommen, um den Studierenden die Auseinandersetzung mit neuen Konzepten in diesem Bereich zu ermöglichen.

Methoden der Gruppenarbeit und Präsentationen ziehen sich durch das gesamte Studium. Die Case Study und die beiden Projektarbeiten bedeuten, über ein ganzes Semester die Entwicklung einer Lösung zu einer spezifischen Fragestellung in einer Gruppe zu bearbeiten. Die kooperative Komponente zielorientierten Arbeitens (Teamfähigkeit) wird damit noch einmal besonders betont. Die Case Study und die Praxisprojekte bieten Studierenden einerseits im Rahmen des jeweiligen Angebotes eine Wahlmöglichkeit. Andererseits betonen sie die anwendungsorientierte Ausrichtung des Masters „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.). Im Sinne einer unterstützenden Begleitung durch die Dozentin oder den Dozenten steht die Erprobung der eigenen Kompetenzen zur Strukturierung und Lösung einschlägiger Fragestellungen und häufig die Kooperation mit einem externen Projektpartner im Vordergrund.

Im Studiengang dominiert die seminaristische Arbeitsweise. Durch die Vorerfahrungen der Studierenden aus dem Vorstudium oder beruflicher Tätigkeit soll sich so die Chance bieten, Erfahrungen einzubringen. Dies kann im Rahmen von Fallbeispielen, Präsentationen, Referaten oder in Gruppenarbeiten erfolgen. Durch die Gruppenarbeiten soll neben der Erweiterung der Fachkompetenz auch die Methoden- und Sozialkompetenz gefördert werden.

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

Der Aufbau des Curriculums ist grundsätzlich nachvollziehbar und angemessen ausgestaltet, um die formulierten Qualifikationsziele zu erreichen. Das Gutachtergremium möchte dennoch einige Vorschläge, Anregungen sowie wenige explizite Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Studiengangskonzepts näher ausführen.

Zunächst werden Einführungsveranstaltungen zu allen drei Themenspektren angeboten, aus denen die Studierenden zwei auswählen müssen. Das heißt, dass jede bzw. jeder Studierende zumindest zwei Bereiche aus Sport-, Tourismus- oder Stadt- und Regionalmanagement kennenlernt. Das ist insbesondere für die Studierenden relevant, die ihr Bachelorstudium nicht an der Ostfalia absolviert haben. Diese Bereiche werden in der Case Study (FDU 10), im Beratungsprojekt (FDU 11) und im Praxisprojekt Forschung (FDU 16) vertieft. Die Auswahl wird von den Studierenden nicht immer als vielfältig eingeschätzt, da in der Regel zwar drei Projekte oder Case Studies angeboten werden, da die thematischen Schwerpunkte sich nach verfügbaren Praxispartnern, der Gruppenauslastung und den Betreuungsmöglichkeiten zu einzelnen Themenbereichen aufgrund der Dozentenverfügbarkeit richten. Die Praxis- und Projektarbeiten, orientiert an den drei Dienstleistungsbereichen, sind gut dargelegt und bauen sinnvoll auf-

einander auf. Jedoch kann der Begriff „Praxisprojekt Forschung“ an sich als widersprüchlich wahrgenommen werden. In diesem Sinne entspräche das Beratungsprojekt eher einem Praxisprojekt, wie das Gutachtergremium aus den Beispielen schließt, die während der Gespräche beschrieben wurden. Es wäre beispielsweise denkbar, aus jedem der drei Bereiche jeweils eine Case Study, ein Praxisprojekt und ein Forschungsprojekt anzubieten, um diese Struktur noch klarer hervorzuheben. Dadurch könnten auch die Gruppengrößen verringert werden (siehe Kapitel *Studierbarkeit*). Auch zeigt die Modulbeschreibung zu FDU 16 eher die Darstellung eines klassischen Forschungsprojektes. Somit wäre anzuregen, nach dem 1. Semester die Case Study folgen zu lassen, dann ein Praxisprojekt und schließlich zur Vorbereitung auf die Masterthesis ein Forschungsprojekt, wobei dieses aktuell parallel zur Masterarbeit im 4. Semester erfolgt. Das erscheint dem Gutachtergremium allerdings eher spät und wäre im 3. Semester optimal verankert.

Der weitere Aufbau im Curriculum fokussiert auf die Inhalte Unternehmensführung und Personalführung, wobei die Zusammenstellung innerhalb der einzelnen Module teilweise schwer nachvollziehbar erscheint. Eine gesellschaftswissenschaftliche Vertiefung (FDU 1) ist nach Ansicht des Gutachtergremiums sinnvoll, sollte jedoch noch stärker auf den Fokus des Studienganges ausgerichtet sein. Dies sollte auch hinsichtlich der Modultitel noch klarer herausgearbeitet werden. Eine Grundlegung zum Thema Unternehmensführung sollte gerade im 1. Semester noch expliziter erfolgen, beispielsweise im Rahmen des Moduls Rahmen der Unternehmensführung (FDU 3). Darin ist eine Fokussierung auf das Thema Unternehmensführung (strategisch und operativ) sinnvoll, wobei Inhalte der Mikropolitik in den Hintergrund rücken könnten. Diese Empfehlung hat die Ostfalia umgehend aufgegriffen und arbeitet bereits an der Umsetzung, indem die Veranstaltung „Mikropolitik in Organisationen“ im 1. Fachsemester gegen die Veranstaltung „Unternehmensführung – Vertiefung“ ausgetauscht wird. In der Beschreibung der Veranstaltung Corporate Governance werden auch CSR, Diversity und weitere aktuelle Fragestellungen diskutiert, was noch stärker herausgehoben werden könnte. Die Vertiefung im Bereich Personalführung/Mitarbeiterführung (FDU 4) ist hingegen im 1. Semester an optimaler Stelle verankert. Auch hier könnten jedoch die Inhalte ausführlicher dargestellt und die Formulierungen einheitlicher verwendet werden, bspw. hinsichtlich der Begriffe Mitarbeiterführung, Personalführung, Leadership und personale Führung.

Ein weiterer Teilaspekt des Curriculums ist die Aufnahme der Funktionen des Managements bzw. der Unternehmensführung. Im 1. Semester wird Marketing und Nachhaltigkeit integriert. Der Titel und die Veranstaltungen führen dabei in verschiedene Richtungen. So beinhaltet die Führungsaufgabe Dienstleistung (FDU 5) nur Marketing und Nachhaltigkeit, könnte aber auch weitere Aspekte einschließen. Evtl. könnte hier ein Titel, der die Führungsaufgabe Nachhaltiges Marketing (für DL-Unternehmen) in den Fokus nimmt, besser ausdrücken, was in diesem Modul gelehrt werden soll. Auch hier könnten die Inhalte spezifischer ausgeführt werden und nicht nur den Hinweis zum Marketing enthalten.

Auf diese Art würde das 1. Semester eine noch solidere Grundlage zur Unternehmensführung, zur Personalführung, zu den externen und internen Rahmenbedingungen, zu den Dienstleistungsbereichen sowie erste funktionale Führungsaufgaben aufgreifen. Diese Einteilung könnte auch in den folgenden Semestern fortgeführt werden. Für die Praxis- und Gruppenanteile sieht das Gutachtergremium die Ansätze bereits als sehr gelungen an.

Das zweite Semester ist geprägt von Organisationstheorie. Spätestens hier sollte eine Grundlage zum wissenschaftlichen Arbeiten gelegt werden. Laut Aussage der Hochschule erfolgt dies u.a. im Propädeutikum (FDU 9), in dem einerseits Grundlagen der Organisationsberatung vermittelt werden und andererseits das Theorie-Praxis-Verhältnis. Dies wird aus der Modulbeschreibung jedoch nicht gänzlich deutlich und geht auch aus dem Modultitel nicht hervor. Alternativ könnte das Modul bspw. Grundlagen der Forschungs- und Beratungsmethodik genannt werden.

Auch andere Module im zweiten Semester könnten noch klarer abgegrenzt bzw. besser auf den Bereich Führung bezogen werden. FDU 6 beinhaltet den Unternehmensführungsaspekt in Bezug auf Internationalisierung und interkulturelle Zusammenarbeit, beides nach Ansicht des Gutachtergremiums wichtige Aspekte, die auch im Titel sichtbar sein sollten. Unter einem Titel wie Internationale Unternehmensführung mit den Veranstaltungen Führung globaler Dienstleistungsunternehmen und Interkulturelle Zusammenarbeit wäre hingegen sofort ersichtlich, welcher Zusammenhang mit der Gesamtausrichtung des Studienganges besteht. Auch den Hinweisen der Studierenden zu einer stärkeren Fokussierung auf den Bereich der Führung könnte somit Rechnung getragen werden.

Bezüglich der weiteren Module im 2. Semester könnte man der Struktur des 1. Semesters folgen und FDU 7 bspw. mit Führungsaufgabe Unternehmenskommunikation betiteln und in die benannten Bereiche unterteilen. Das Modul FDU 8 könnte hingegen stärker auf den Bereich der Personalführung fokussieren und den Mitarbeiterbereich aufgreifen. D.h. hier könnten Bereiche des klassischen Personalmanagements und der Motivation integriert werden und der Bereich des Organisations- und individuellen Lernens beibehalten werden. So wäre auch im zweiten Semester der Aspekt der Unternehmensführung mit FDU 6, der Bereich der Funktionen der Unternehmensführung mit FDU 7 und der Aspekt der Personalführung mit FDU 8 aufgegriffen und gleichzeitig die Grundlagen in der Methodik mit FDU 9 gelegt.

Dies kann auch im 3. Semester weitergeführt werden. Der Aspekt der Unternehmensführung wird mit dem Modul FDU 14 abgedeckt, wobei hier bei Bedarf stärker auf die Digitalisierung in der Unternehmensführung abgezielt werden kann, auch um die Vertiefung im E-Business als Einzelveranstaltung noch besser in Kontext zu setzen. Der Aspekt der Personalführung wird wiederum in FDU 12 vertieft. Der Begriff Moderne Führungsarbeit könnte durch die Beschreibung Agile und digitale Personalführung noch differenzierter aufgegriffen werden und auf die Nutzung digitaler und agiler Instrumente, die in der Modulbeschreibung auch genannt sind, abzielen. Solche Tools könnten innerhalb der Veranstaltungen

gen auch als mögliche Workshops anhand von Beispielaufgaben aus dem Spektrum der Dienstleistungen Anwendung finden, was der späteren Berufspraxis dienlich wäre. Der Bereich der Evaluation könnte hingegen in das Forschungsprojekt integriert werden. Dieses Modul wäre auch als Blockseminar zu Beginn des 4. Semesters integrierbar. Das Modul FDU 13 könnte dann auf die Führungsaufgabe Innovationsmanagement fokussieren und so diese funktionalen Führungsaufgaben fortführen. Schließlich ist in Modul FDU 15 u.a. der Controllingaspekt vorgesehen, der aufgrund seiner Bedeutung im Studiengang auch im Titel sichtbar sein sollte.

Um die empfohlenen Methodenmodule ins Curriculum zu integrieren, müsste die Vergabe der ECTS-Punkte angepasst werden.

Insgesamt sollten die Module hinsichtlich der Darstellung der Inhalte und der Angabe von Literatur einheitlicher und aktueller gestaltet werden, in einigen Modulen sollte der Fokus des Studiengangs noch klarer hergestellt werden.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen:

- Aufbauend auf den im Bachelorstudium erworbenen Kenntnissen sollten weiterführende Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens zu einem frühen Zeitpunkt in den Masterstudiengängen verankert werden.
- In den Modulbeschreibungen sollten Titel der Lehrveranstaltungen und Lerninhalte zu den verschiedenen Aspekten der Führung expliziter benannt (und behandelt) werden.

#### **a) Studiengangübergreifende Aspekte der weiterbildenden Studiengänge**

Die Studiengänge „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) und „Stadtmarketing“ (MBA) werden als Blended-Learning-Format aufgesetzt, d.h. es soll eine didaktisch sinnvolle Verknüpfung traditioneller Präsenzveranstaltungen mit modernen Lernformen des E-Learning angestrebt werden. Dabei werden die Präsenzphasen und Online-Phasen jeweils funktional aufeinander abgestimmt, sodass die Vorteile beider Lernformen (Flexibilität des E-Learnings wie auch Förderung sozialer Kompetenzen im direkten Kontakt) sinnvoll ausgeschöpft werden können. Die Umsetzung erfolgt über eine Lernplattform, die der Kommunikation (bspw. Online-Meetings oder Ankündigung von Terminen), der Bereitstellung von entsprechend didaktisch aufbereiteten Online-Lehrmaterialien (einschließlich Arbeitsaufgaben und Online-Tests zur Wissensüberprüfung) sowie Feedback-Funktion dient. Die Studierenden haben die Möglichkeit, ihren Arbeitsfortschritt zu jeder Zeit über die Lernplattform zu verfolgen und können alle Unterlagen und Informationen an einem Ort einsehen. Auch können Online-Tests zu jeder Zeit und an

jedem Ort durchgeführt werden und Kontakt zu Dozierenden und Mitstudierenden aufgenommen werden, um individuelles Lernen losgelöst von Ort und Zeit zu ermöglichen.

Die Curricula der weiterbildenden Studiengänge „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) und „Stadtmarketing“ (MBA) sind so ausgestaltet, dass künftig die Nutzung von Synergien untereinander sowie mit anderen weiterbildenden Studiengängen möglich ist.

Als didaktische Mittel werden diverse Lehrmethoden zum Einsatz kommen:

- „flipped/inverted classroom“: Studierende bereiten Inhalte vor oder bearbeiten Aufgaben; in der folgenden Lehrveranstaltung ist dann Zeit, die Ergebnisse zu reflektieren;
- „elicit-confront-resolve“ (im Deutschen „Akzeptanz x Konfrontation = Entwicklung“) nach Schulz von Thun, um Studierende zur Selbstreflexion anzuregen;
- Constructive Alignment: Sicherstellung, dass die Lehr-/Lernziele, die Lehr-/Lernergebnisse und das Zeigen der damit entwickelten Kompetenzen durch die Prüfungsleistung konsistent sind und somit Lehr-/Lernerfolg gelingen kann.

## **b) Studiengangsspezifische Bewertung**

### **Management gesellschaftlicher Innovationen (MBA)**

#### **Dokumentation**

Zu dem weiterbildenden Masterstudiengang „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) wird zugelassen, wer ein abgeschlossenes Bachelorstudium im Umfang von mindestens 180 ECTS-Punkten sowie eine fachlich einschlägige berufspraktische Erfahrung von mindestens einem Jahr vorweisen kann. Eine fachliche Einschränkung hinsichtlich der Ausrichtung des Bachelorstudiums wird nicht vorgenommen; über die fachliche Einschlägigkeit der vorgewiesenen Berufspraxis entscheidet das Immatrikulationsbüro, in Zweifelsfällen die Auswahlkommission gemäß §§ 2, 4 und 5 der Zulassungsordnung.

Die Zielgruppe des Studiengangs ist absichtlich weit gefasst, sodass sowohl Studierende mit natur- als auch mit geisteswissenschaftlichen Bachelorabschlüssen den Studiengang „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) aufnehmen können.

Der Diversität der Eingangsqualifikationen soll durch die Grundlagenmodule im ersten Semester Rechnung getragen werden, die sowohl Basiswissen als auch vertiefende Elemente beinhalten. Vorgesehen sind die Module „Grundlagen BWL“, „Unternehmensführung“, „Prozessorientierte Managementsysteme“, „Technikgeschichte“ und „Gesellschaftswissenschaften“. Als Lehrveranstaltungsform steht die klassische Vorlesung im Vordergrund, deren Kompetenzerwerb mit Klausuren abgefragt wird. Lediglich das Modul „Prozessorientierte Managementsysteme“ wird im seminaristischen Stil gehalten, da es als Blockseminar stattfindet.



Im zweiten Fachsemester folgen die Module „Innovationskultur“, „Interkulturelles Management und Diversity“, „Managementdiagnostik“, „Projektmanagement“ und „Case Study“. Es werden zunehmend die Lehrformen Seminar oder anwendungsorientiertes Arbeiten eingesetzt.

Die gesellschaftlichen Herausforderungen „Klimafolgen“, „Zukunft der multilateralen Demokratie“, „Gesellschaftliche Innovationen“ sowie „Digitale Transformation“ werden jeweils in Form eines Moduls im dritten Semester vertieft (durchgehend in einer seminaristischen Arbeitsweise), zudem ist im Rahmen eines weiteren Moduls „Case Study“ ein betreutes Praxisprojekt vorgesehen, das sich mit den Folgen der digitalen Transformation auseinandersetzt. So soll sichergestellt werden, dass neben Fachkompetenzen auch soziale Fähigkeiten ausgebaut werden, da diese nach Ansicht der Hochschule für die anstehenden Führungsaufgaben von enormer Bedeutung sind.

Im vierten Semester werden neben der Erstellung der Masterarbeit die Module „Marketingmanagement“ und „Wissensmanagement“ angeboten.

Zehn Module des Studiengangs werden von der Fakultät Verkehr – Sport – Tourismus – Medien in Salzgitter gelehrt, sieben werden von der Fakultät Wirtschaft in Wolfsburg angeboten. Entsprechend finden Präsenzen im ersten und vierten Semester in Wolfsburg, im zweiten und dritten in Salzgitter statt.

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

Insgesamt ist die inhaltliche Ausgestaltung des Studiengangs hinsichtlich der definierten Eingangsqualifikationen wie auch der Qualifikationsziele stimmig. Die Absolventinnen und Absolventen erwerben mit Abschluss des Studiums die entsprechenden Managementtools, Fachkenntnisse sowie persönliche und soziale Kompetenzen, um Prozesse gesellschaftlicher Innovationen begleiten und umsetzen zu können.

Die Anwendungsorientierung des Studienangebots wird insbesondere durch die Case Studies deutlich, in denen einerseits berufspraktische Erfahrungen eingebracht und andererseits überfachliche Kompetenzen anhand eines realen Sachverhalts erworben werden können. Gerade über die Arbeit an den Case Studies in Gruppen und auch in Einzelarbeit wird neben der Selbstreflexions- auch die Selbstorganisationskompetenz weiterentwickelt.

Lediglich die Förderung von Kompetenzen in Methoden und Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens scheint insgesamt wenig fokussiert zu werden. Gerade unter Einbezug des ggf. bereits länger zurückliegenden Bachelorstudiums sollten nach Ansicht des Gutachtergremiums Grundlagen wissenschaftlichen Arbeitens nach Möglichkeit bereits zu Beginn des Masterstudiums gezielt aufgefrischt und idealerweise erweitert werden, um den Studierenden einen fundierten Start in das Masterstudium zu ermöglichen. Die eingesetzten Lehr- und Lernformen scheinen dafür sehr gut geeignet und sind auch dem Studienformat, das ein hohes Maß an Selbststudium erfordert, gut angepasst.

Nach Angaben der Ostfalia wurde eine entsprechende Umstrukturierung im Rahmen der Case Study 2 umgehend angestoßen. Das Gutachtergremium geht davon aus, dass die angestoßene Überarbeitung in der vorgestellten Version fortgesetzt wird.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Stadtmarketing (MBA)**

#### **Dokumentation**

Zu dem weiterbildenden Masterstudiengang „Stadtmarketing“ (MBA) wird zugelassen, wer ein abgeschlossenes Bachelorstudium im Umfang von mindestens 180 ECTS-Punkten sowie eine fachlich einschlägige berufspraktische Erfahrung von mindestens einem Jahr vorweisen kann. Eine fachliche Einschränkung hinsichtlich der Ausrichtung des Bachelorstudiums wird nicht vorgenommen; über die fachliche Einschlägigkeit der vorgewiesenen Berufspraxis entscheidet das Immatrikulationsbüro, in Zweifelsfällen die Auswahlkommission gemäß §§ 2, 4 und 5 der Zulassungsordnung.

Es wird davon ausgegangen, dass die Studierenden des Studiengangs „Stadtmarketing“ (MBA) durchaus unterschiedliche Eingangsqualifikationen zu Beginn des Studiums aufweisen. Dieser Diskrepanz soll durch die Vermittlung von grundlegenden, aber auch vertiefenden Zusammenhängen in den Modulen des ersten Semesters Rechnung getragen werden. Dabei sind die Dozentinnen und Dozenten angehalten, die Studierenden im Sinne der Schließung von etwaigen Wissenslücken durch Literaturhinweise zu unterstützen. Auch sind im Rahmen der online-gestützten Lernformate Wiederholungen zu Basiskenntnissen angedacht. Dadurch haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Möglichkeit, ein angeglichenes Ausgangsniveau zu erlangen.

Die im ersten Semester des Masterprogramms angelegten Module „Kommunale Betriebswirtschaftslehre“, „Stadtmarketing I“, „Kommunale Strukturen“ und „Managementtechniken“ sollen ein vertieftes Wissen in den Kernbereichen vermitteln und damit die Basis für die Vertiefungsfächer der folgenden Semester bilden. Da hier die Vermittlung von zentralen Wissensbestandteilen im Vordergrund steht, dominiert die Lehrform Vorlesung mit integrierter Übung. Zudem werden als Vorbereitung der Praxisprojekte und Seminare des zweiten und dritten Fachsemesters mit dem Modul „Managementtechniken“ frühzeitig Methoden- und Sozialkompetenzen geübt, die sowohl für das weitere Studium als auch für die berufliche Tätigkeit wesentliche Fähigkeiten darstellen.

Im weiteren Verlauf des Studiums tritt die Lehrform Vorlesung stärker in den Hintergrund, da die Studierenden dazu angehalten werden sollen, ihre bislang erworbenen Kompetenzen stärker in den gemeinsamen Diskurs einzubringen, ihre Team- und Präsentationsfähigkeit und auch soziale Kompetenzen

weiterzuentwickeln. Im zweiten Semester sind die Module „Praxisprojekt I“, „Stadtmarketing II“, „Projektmanagement“, „Zukunft der europäischen Stadt“ und „Partizipation und Beteiligungskultur“ vorgesehen; im dritten Semester folgen „Praxisprojekt II“, „Leadership“, „Medienmanagement“ sowie „Städtische Infrastruktur und Digitalisierung“.

Neben dem vertieften Verständnis eines zeitgemäßen Stadtmarketings stellt die Vermittlung von Soft Skills ein Kernelement des Masterprogramms dar. Diese sollen u.a. durch den Einsatz der unterschiedlichen Lehrformen, wie bspw. über selbstgesteuerte Projektarbeiten oder Gruppenarbeiten erfolgen. Dem Profil eines anwendungsorientierten Masterprogramms soll insbesondere durch die beiden im Curriculum vorgesehenen Praxisprojekte Rechnung getragen werden. Gerade im Zuge dieser Module soll durch den Einsatz von praxiserfahrenem Personal die konkrete Anwendung von fachlichen aber auch überfachlichen Kompetenzen auf reale Gegebenheiten im Fokus stehen. Die Module bilden damit eine Schnittstelle zwischen theoretisch erworbenem Wissen bzw. Fähigkeiten und deren praktischer Umsetzbarkeit. Im Zuge dieser Module eignet sich aus didaktischer Perspektive der Ansatz eines partnerschaftlichen, forschenden Lehrens bzw. Lernens. Dabei werden die Studierenden gemeinschaftlich in die Gestaltung aller Aspekte der Lehrveranstaltungen einbezogen, was auch die Prüfungsleistung einschließt. Von integrierten Praxisphasen sieht die Hochschule aufgrund der vorausgesetzten Berufspraxis wie auch des teils erfolgten berufsbegleitenden Studiums ab.

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

Mit den formulierten Zugangsvoraussetzungen ist die Zielgruppe für diesen weiterbildenden Masterstudiengang nach Angabe der Hochschule absichtlich weit gefasst. Die Herausforderung der unterschiedlichen Fachhintergründe der potentiellen Studierenden macht es demnach nötig, zunächst gemeinsame Grundlagen zu schaffen. Dies soll der Schwerpunkt des ersten Semesters sein und kann durch das Gutachtergremium nachvollzogen werden. Wie genau dies in den Modulen umgesetzt werden soll, wurde (wie auch im Kapitel Qualifikationsziele dargelegt) in den Modulbeschreibungen weiter herausgearbeitet. Gerade hinsichtlich der anvisierten Zielgruppe von Praktikern mit Berufserfahrung wurde im ersten Semester ein zusätzlicher Schwerpunkt im Bereich des wissenschaftlichen Arbeitens, gesetzt, da gerade in Bezug auf die Quantifizierbarkeit öffentlich aufgewandter Mittel im Stadtmarketing dies in der Praxis jedoch erforderlich sein kann. Aufgrund des digitalen Wandels sind zudem die Bereiche Datenanalyse und Datenmanagement durchaus praxisrelevant, die nach Ansicht des Gutachtergremiums angemessen berücksichtigt werden. Auch die Progression der Lernentwicklung für die Studierenden wurde in den Modulbeschreibungen durch die Überarbeitung besser nachvollziehbar. Die jeweiligen Inhalte der vorgesehenen Module wurden trennschärfer voneinander abgegrenzt und potentielle Dopplungen ausgeräumt. Die Titel der Kurse dienen nun als ein klares Signal für den Lerninhalt und stellen den Lernfortschritt insgesamt besser nachvollziehbar dar. Hinsichtlich der Literaturangaben wird gutachterseitig angemerkt, dass sich der Bereich des Stadtmarketings in den vergangenen Jahren stark entwickelt hat

und daher die Verwendung möglichst aktueller Quellen wünschenswert ist. Quellen vor 2010 benötigen daher eine besonders kritische Betrachtung.

Die Praxisprojekte werden als wichtiger Bestandteil gesehen, erlerntes Wissen in der Praxis anzuwenden. Auch die Praxisprojekte sollten jedoch inklusive ihrer spezifischen Lernziele genauer beschrieben werden.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Mobilität ([§ 12 Abs. 1 Satz 4 MRVO](#))**

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

##### **Dokumentation**

Im Jahr 2016 entwickelte und verabschiedete die Fakultät Verkehr-Sport-Tourismus-Medien in Salzgitter ein Internationalisierungskonzept, das die Förderung der Mobilität von Studierenden als einen strategischen Schwerpunkt definiert, der seither mit zahlreichen Maßnahmen umgesetzt wird.

Das zentrale International Student Office kümmert sich um alle studentischen Belange rund um Auslandsaufenthalte, der Career Service informiert Studierende speziell zu Praktika im Ausland. An der Fakultät Verkehr-Sport-Tourismus-Medien unterstützt zusätzlich zur Internationalisierungsbeauftragten eine hauptberufliche Internationalisierungskoordinatorin bei der Vorbereitung und Durchführung von Auslandsaufenthalten.

Studiengang- oder bereichsspezifisch stehen den Studierenden zudem die Hochschulpatinnen und -paten zur Verfügung, die jeweils eine fachspezifische Kooperation mit einer Partnerhochschule im Ausland betreuen. Ein Arbeitskreis Internationalisierung, dem neben den genannten Personen weitere Fakultätsmitglieder aller Statusgruppen und Bereiche angehören (auch Studierende), evaluiert und plant fortlaufend Maßnahmen zur Förderung der studentischen Mobilität.

Zu den direkten Maßnahmen zur Förderung der Mobilität der Studierenden zählen neben der individuellen Beratung mittlerweile zahlreiche Informationsangebote und Werbemaßnahmen, wie 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, inklusive eines entsprechenden Merkblatts; die Nutzung von Outgoings und Incomings als Correspondents; die Erstellung von Präsentationen zu

den einzelnen Partnerhochschulen; die Einholung und Bereitstellung von Erfahrungsberichten zu studienbezogenen Auslandsaufenthalten; die Erstellung einer Übersicht von Hochschulen im Ausland, die unsere Studierenden erfolgreich als free mover besucht haben.

Ein Feedbackbogen für zurückkehrende Outgoing-Studierende und Hochschulpatinnen und -paten dient nicht nur zur Überprüfung der Informations- und Beratungsservices, sondern auch zur Evaluation bestehender und zur Eruierung möglicher neuer Hochschulkooperationen. Als Maßnahme zur Förderung der Studierendenmobilität wird zudem die Ausweitung und Aktivierung attraktiver Hochschulkooperationen verfolgt. Im Zuge des gesteigerten Angebots und der steigenden Nachfrage nach Studienplätzen an Partnerhochschulen wurde ein transparentes System zur Auswahl von Studierenden für selbige eingeführt und ein Leitfaden für Hochschulpaten und Studierende erstellt.

Die Studierendenmobilität wird zwar insbesondere in den Bachelorstudiengängen nachgefragt, das Angebot der Studierendenmobilität gilt jedoch für alle Studierenden der Fakultät. Mittlerweile bestehen an der Fakultät insgesamt 20 Partnerhochschulen, wobei das Angebot kontinuierlich ausgebaut wird.

Je nach Einzelfall wird geprüft, inwiefern ein Auslandsaufenthalt an einer bestimmten Partnerhochschule sinnvoll ist. Um die Möglichkeit der Studierendenmobilität klarer zu kommunizieren und die Barrieren abzubauen, wurden in allen Bachelorstudiengängen der Fakultät Mobilitätsfenster verankert. Auch in den Masterstudiengängen wurden teilweise Mobilitätsfenster integriert. Im Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) ist dies das 2. Semester. Im Studiengang „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) ist das Mobilitätsfenster im Vollzeitstudiengang im 4. Semester, bei der Teilzeitvariante im 6. Semester vorgesehen.

Wie im Prüfbericht bereits festgestellt wurde, ist die Anerkennung von an anderen/ausländischen Hochschulen erbrachten Studienleistungen in § 28 der Masterprüfungsordnungen gemäß der Lissabon-Konvention geregelt. Zudem wird vor Antritt eines Auslandsstudiums mit dem Prüfungsausschuss eine Lernvereinbarung abgeschlossen, die die rechtsverbindliche Zusicherung der Anerkennung enthält, sofern die vereinbarten Studien- und Prüfungsleistungen erfolgreich absolviert werden.

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

Das International Student Office der Ostfalia kümmert sich als zentrale Anlaufstelle um die Anliegen der Studierenden rund um das Thema internationale Mobilität. Durch sogenannte „Hochschulpaten“ können Studierende bereits frühzeitig Ansprechpartner bei der Auswahl einer geeigneten Partnerhochschule finden. Diese Paten kümmern sich im Besonderen um die fachspezifische Kooperation mit der jeweiligen Partnerhochschule im Ausland und administrative Fragen gegenüber der Partnerhochschule und den Studierenden. Mit den Studierenden werden Studienvereinbarungen für deren Auslandssemester vereinbart, um Anerkennungen für im Ausland absolvierte Module bereits vorab zu regeln und Verzögerungen im Studium zu vermeiden.

Auch gibt es an der Ostfalia einen offiziellen Arbeitskreis „Internationalisierung“, der sich mit den gesamten In- und Outgoings an der Hochschule beschäftigt und alle Prozesse im Zusammenhang mit der Internationalisierung prüft und bei Bedarf verbessert. Hierzu werden alle Studierenden, die einen Auslandsaufenthalt im Rahmen ihres Studiums absolviert haben, per Fragebogen um Feedback gebeten, welches dem Arbeitskreis in aggregierter Form zur Verfügung gestellt wird.

Vorrangig besteht das Auslandsangebot für Bachelorstudierende, jedoch können auch Masterstudierende aller Fachbereiche auf die Beratung und den Service des International Office zurückgreifen.

Ein Mobilitätsfenster ist für die Studiengänge „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) und „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) grundsätzlich ausgewiesen, wobei sich ein Semester im Ausland (Praktikum oder Studium) auf die individuelle Studienzeit jedoch laut Aussage der befragten Lehrenden und Studierenden i.d.R. verlängernd auswirkt. Im Studiengang „Stadtmarketing“ (MBA) soll ein Mobilitätsfenster nach Angaben der Hochschule im vierten Semester ausgewiesen werden. Laut Aussagen der befragten Studierenden sind die Verantwortlichen stets sehr bemüht, alle Anliegen und Bestreben der Studierenden zu unterstützen. Entsprechend der Lissabon-Konvention werden bestandene Kurse auf Antrag angerechnet, was in den einschlägigen Prüfungsordnungen auch verankert ist. Das Gutachtergremium schätzt die vorhandenen Strukturen zur Mobilität daher insgesamt als gegeben und das Entscheidungskriterium als erfüllt ein.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

### **Personelle Ausstattung ([§ 12 Abs. 2 MRVO](#))**

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

Für die Personalentwicklung ist an der Ostfalia eine eigene Stelle eingerichtet. Diese koordiniert und informiert über bestehende interne Weiterbildungsmöglichkeiten, aber auch externe Möglichkeiten, wie die hochschulübergreifende Weiterbildung (HüW) der Medizinischen Hochschule Hannover, das Angebot des Zentrums für erfolgreiches Lehren und Lernen (ZeLL) oder andere. Dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung im Rahmen des Qualitätsprojekt Lehre geförderten ZeLL kommt eine besondere Rolle zu, indem es Lehrenden bei der didaktischen Umsetzung ihrer Lehrveranstaltungen helfen und durch die kontinuierliche Weiterentwicklung von Lehr-Lernprozessen und innovativen Lehrveranstaltungskonzeptionen dazu beitragen soll, die Qualität der Lehre an der Ostfalia kontinuierlich zu erhöhen. Die Lehrenden haben unter anderem die Möglichkeit, Workshops, Seminare, Weiterbildungsangebote, Lehrbegleitungen oder individuelle Beratungen in Anspruch zu nehmen und können sich so persönlich weiterentwickeln und ihre Lehre hinsichtlich der Anforderungen der Studierenden optimieren.



## **Führung in Dienstleistungsunternehmen (M.A.)**

### **Dokumentation**

Die Lehre im Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) wird von neun Professuren der Bachelorstudiengänge „Sportmanagement“ (B.A.), „Stadt- und Regionalmanagement“ (B.A.) und „Tourismusmanagement“ (B.A.) abgedeckt, zu denen der Studiengang konsekutiv ist. Die Stelleninhaberinnen und -inhaber übernehmen Lehrveranstaltungen gemäß ihrer Denomination. Neben den Planstellen können die Studiengänge jeweils auf Lehrkräfte für besondere Aufgaben (LfbA) oder wissenschaftliche Mitarbeitende zurückgreifen, die Lehrveranstaltungen entsprechend ihrer Qualifikationen übernehmen können. Vakante Professuren werden nach Angaben der Hochschule in der Regel zeitnah besetzt, um entsprechende Lehrveranstaltungen möglichst lückenlos abdecken zu können.

Die Lehrbelastung der hauptamtlich Lehrenden ist in der Lehrverpflichtungsverordnung (LVVO) nach Statusgruppen geregelt (zu den Anforderungen an die Mitglieder der Statusgruppen vgl. Niedersächsisches Hochschulgesetz §§ 21 ff.); Professorinnen und Professoren erfüllen je Semester eine Lehrverpflichtung von 18 Semesterwochenstunden (SWS), Lehrkräfte für besondere Aufgaben im höheren Dienst erfüllen eine Lehrverpflichtung von 20 SWS.

Jedes hauptamtliche Mitglied des Lehrkörpers dokumentiert in jedem Semester gegenüber dem Dekanat die persönliche Über- oder Unterbilanz im Hinblick auf die Erfüllung der Lehrverpflichtung gemäß LVVO. Der Studiendekan oder die Studiendekanin leitet die entsprechende Bilanzübersicht aller Mitglieder des Lehrkörpers an das Präsidium zur Kenntnisnahme weiter.

Um dem anwendungsorientierten Profil über die Themenbereiche im Curriculum hinaus gerecht zu werden, werden im Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) auch Lehraufträge vergeben, um den Studierenden die Verknüpfung von Theorie und Praxis zu erleichtern. Die Auswahl und Maßnahmen hinsichtlich der neuen Lehrbeauftragten richten sich laut Hochschule nach den Empfehlungen der LandesHochschulKonferenz (LHK) und des Niedersächsischen Ministeriums für Wissenschaft und Kultur (MWK) und können im Detail dem Lehrbericht entnommen werden.

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

Den Lebensläufen der aktuell Lehrenden und Verantwortlichen des Studiengangs „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) sind nach Denomination keine Vertiefungen in Unternehmensführung oder Personalführung zu entnehmen. Einige Professoren bzw. Professorinnen weisen jedoch in bestimmten Dienstleistungsbereichen (Tourismusmanagement, Sportmanagement, Stadt- und Regionalmanagement) eine klare Expertise aus. Das ist für die Ausrichtung des Studienganges an diesen Branchen gut und erforderlich. Einige Lehrende zeigen in ihrem Lebenslauf auch Lehrerfahrung im Bereich Führung, insbesondere Unternehmensführung. Auch verfügen einige Lehrende durch umfangreiche Praxiszeiten,

u.a. als Führungskräfte, über viel Erfahrung sowohl in der Unternehmensführung als auch in der Personalführung. Dennoch wäre für die Durchführung und Etablierung eines Studienganges, in den das Thema Führung noch stärker und durchgehender Eingang bekommen sollte (siehe auch Empfehlung der letzten Akkreditierung) eine Professur, die diesen Bereich vertreten kann, von erheblichem Vorteil. Diese könnte das Thema Führung in all seinen Facetten durchgängig inhaltlich integrieren, wodurch dieser Studiengang auch über die drei Bezugsbranchen hinaus Strahlkraft entfalten könnte.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

- Hinsichtlich zukünftiger Berufungen sollte professorale Expertise im Bereich der Unternehmensführung priorisiert werden.

### **b) Studiengangsübergreifende Aspekte der weiterbildenden Studiengänge**

Da die weiterbildenden Masterstudiengänge in Niedersachsen personell und finanziell unabhängig von den grundständigen und konsekutiven Studiengängen zu betreiben sind, müssen sie sich finanziell eigenständig tragen. Die Lehrleistungen sind nicht auf das Lehrdeputat anrechenbar, sondern werden gesondert vergütet. Folglich erhält das gesamte Lehrpersonal in den Studiengängen „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) und „Stadtmarketing“ (MBA) Lehraufträge durch die Hochschule – die beteiligten Professorinnen und Professoren ebenso wie andere interne und externe Lehrkräfte. Mit den für die weiterbildenden Studiengänge vorgesehenen Dozentinnen und Dozenten wurde fest vereinbart, Lehrleistungen auch zusätzlich zu ihrem vereinbarten Deputat zu erbringen.

In der Lehre der Fernstudiengänge sollen Synergien gebildet werden zwischen den Studiengängen „Stadtmarketing“ (MBA) und „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) sowie einem weiteren Fernstudiengang.

### **c) Studiengangsspezifische Bewertung**

#### **Management gesellschaftlicher Innovationen (MBA)**

#### **Dokumentation**

Die Lehre des Studiengangs „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) wird durch sechs Professorinnen und Professoren verschiedener Fakultäten und internen wie externen Lehrbeauftragten übernommen. In diesem Studiengang überwiegt der Anteil der hauptamtlich Lehrenden (auch außerhalb des vereinbarten Deputats) nach Angaben der Hochschule mit über 65 %.



Auch das hochschulinterne Forschungsnetzwerk *Zentrum für gesellschaftliche Innovation* ist in die Lehre eingebunden.

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

Hinsichtlich der personellen Ausstattung ist der Studiengang „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) solide aufgestellt. Die beteiligten Professuren sind fachlich gut aufeinander abgestimmt und weisen angemessene methodisch-didaktische Qualifikationen auf.

Die Einbindung externer Lehrbeauftragter wird besonders in Bezug auf die angestrebte Praxisnähe vom Gutachtergremium begrüßt. Auch die Möglichkeiten zur Weiterqualifizierung des Lehrpersonals sind an der Ostfalia als gut zu bewerten.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Stadtmarketing (MBA)**

#### **Dokumentation**

Die Lehraufträge für den weiterbildenden Masterstudiengang „Stadtmarketing“ (MBA) sind zum Zeitpunkt der Begutachtung noch nicht vollumfänglich vergeben. Laut Aussage der Hochschule steht der Fachbereich mit geeigneten Personen, vornehmlich aus der Berufspraxis, in Verhandlung. Die Auswahl erfolgt in enger Abstimmung mit der bcsd e.V.. Es wird angestrebt, die Lehraufträge in einem ausgeglichenen Niveau zum einen in professorale Verantwortung zu geben und zum anderen geeignete externe Praxisvertreterinnen und -vertreter zu akquirieren.

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

Zum Zeitpunkt der Begutachtung war etwa die Hälfte der Module noch nicht personell abgesichert. Vier Module wurden von einer professoralen Lehrkraft angeboten, die einen geeigneten fachlichen Hintergrund aufweist. Auch die Grundlagenmodule (z.B. Projektmanagement) waren mit fachlich passenden Lehrkräften besetzt, jedoch ohne Stadtmarketing-spezifischen fachlichen Bezug. Die inhaltliche Ausrichtung und das programmspezifische Wissen schienen demnach von einer Person abhängig, weswegen das Gutachtergremium zunächst keine nachhaltige personelle Ausstattung bestätigen konnte.

Der weiterführende Hinweis der Hochschule, dass Lehrpersonal aus der Kooperation mit dem bcsd e.V. rekrutiert werden soll, unterstreicht nach Ansicht des Gutachtergremiums zwar eine starke Praxisnähe, schien aber auch die Gefahr zu bergen, insgesamt zu wenig akademische Lehre im Studiengang bereitzustellen. Ein geeignetes Konzept zur Sicherung des Lehrpersonals bis Aufnahme des Studienbetriebs wurde daher als unabdingbar identifiziert.

Im direkten Anschluss an die Begutachtungsgespräche konnte die personelle Ausstattung des Studiengangs jedoch deutlich konkretisiert und erweitert werden, sodass das Gutachtergremium die zunächst festgestellten Bedenken als ausgeräumt betrachten kann.

Positiv zu erwähnen ist die gute pädagogische Weiterbildungslage an der Hochschule, bspw. durch das eigene Weiterbildungszentrum. Gerade in einem Studiengang mit einem potentiell hohen Anteil an externen Lehrenden wird die Hochschule darin bestärkt, die Angebote weiter zu propagieren. Besondere Anreize zur Teilnahme an (pädagogischen) Weiterbildungen könnten – gerade für externe Lehrbeauftragte – hilfreich sein, um den grundsätzlich hohen Standard der Hochschule zu erhalten und weiter zu verbessern.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

### **Ressourcenausstattung ([§ 12 Abs. 3 MRVO](#))**

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

##### **Dokumentation**

An der Fakultät für Verkehr – Sport – Tourismus – Medien sind für die Durchführung und Organisation aller Studiengänge drei Vollzeitstellen im Prüfungssekretariat, eine Fakultätskoordination, eine Vollzeitstelle für den Haushalt, zwei für Lerncoaching, fünf für die Ausbildungstechnik, eine Vollzeitstelle für Qualitätsmanagement sowie eine für das Dekanatsreferat vorgesehen.

Auch die zur Verfügung stehenden sächlichen Ressourcen stehen allen Studiengängen gleichermaßen zur Verfügung. Die in Salzburg ansässige Fakultät verfügt über drei Hauptgebäude mit einer gesamten Nutzungsfläche von ca. 7.400 m<sup>2</sup>, die sich aus zwei Hörsälen, 29 technisch ausgestatteten Seminarräumen, 107 Büroräumen (wovon 23 durch fakultätsübergreifende Einrichtungen genutzt werden), 12 Peripherieräumen (überwiegend mit Copy-Print-Systemen), 7 Computer-Poolräumen, 6 Medienräumen mit Foto-, Video- und Audiotechnik, einem Videostudio, 6 technischen Laboren, einem Atelier und drei Besprechungsräumen. Darüber hinaus stehen den Studierenden das Studierenden-Büro (AStA und Fachschaftsrat) und zwei Aufenthaltsräume zur Verfügung. Für einen gesunden sportlichen Ausgleich stehen sowohl den Studierenden, als auch den Mitarbeitenden ein Fitnessraum inklusive Geräte und ein Yoga/Gymnastikraum zur Verfügung. Das sportliche Angebot wird durch vielfältige Kurse innerhalb der Fakultät und weitreichende Angebote in kooperierenden Institutionen vervollständigt.

Die installierte Technik in den Räumen wird laut Angaben der Hochschule regelmäßig gewartet und ist einsatzbereit; die Poolräume verfügen laut Fakultät über eine weit über Hochschulstandard hinausgehende Ausstattung, sowohl in Bezug auf die Hardware, als auch im Hinblick auf die Software. Alle

gängigen Programme sind in der jeweils aktuellsten Version installiert, um den Lernerfolg der Studierenden bestmöglich zu unterstützen. Dieses Angebot wird entsprechend der Evaluationsergebnisse genutzt und geschätzt. Die Gebäude sind nach Angaben der Hochschule barrierefrei zugänglich.

Das Rechenzentrum (RZ) ist eine zentrale Einrichtung der Ostfalia und stellt an allen Standorten der Hochschule eine serviceorientierte IT-Infrastruktur zur Verfügung. Hauptaufgabe des RZ ist die Bereitstellung und Weiterentwicklung eines ausgewogenen und leistungsfähigen Systems aus Netzen, Rechnern und Software sowie den darauf basierenden Informations- und Verarbeitungsdiensten. Auf jedem Campus ist eine Beratungsstelle für die Studierenden eingerichtet, die zu festen Zeiten in Anspruch genommen werden kann und in allen Fragen der IT-Infrastruktur die erste Anlaufstelle ist.

Die Standortbibliothek in Salzgitter bietet Fachliteratur für alle Studiengänge der Fakultät. Darüber hinaus steht den Studierenden die Möglichkeit offen, auf die Bibliotheken der anderen Standorte der Ostfalia zuzugreifen sowie die Fernleihe zu nutzen. Neben der Literaturrecherche bietet die Bibliothek ruhige Arbeitsplätze sowie Gruppenarbeitsplätze, die zu den Öffnungszeiten genutzt werden können.

Der Studiengang „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) wird in Kooperation mit der Fakultät Wirtschaft in Wolfsburg realisiert, wodurch weitere Ressourcen genutzt werden können. Die Studierenden halten sich semesterweise entweder in Salzgitter oder in Wolfsburg auf. Der Fakultät Wirtschaft stehen Räumlichkeiten von insgesamt ca. 2.004 m<sup>2</sup> zur Verfügung, im Einzelnen zwölf Seminarräume und drei kleinere Arbeitsräume (darunter der Rechnerraum der Fakultät mit 13 PCs).

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

Bezüglich ihres nichtwissenschaftlichen Personals ist die Ostfalia gut aufgestellt. Es bestehen zahlreiche Beratungs- und Unterstützungsangebote an der Hochschule, wie bspw. das Zentrum für lebenslanges Lernen (ZeLL). Hier sollen in Zukunft einzelne Lern- und Lehrvideos erstellt werden, vor allem für Basisfächer, die die Studierenden bei Bedarf wahrnehmen. Das Angebot der Hochschule soll zukünftig auch um eLearning-Inhalte mit methodisch-didaktischen Inhalten für Lehrende ergänzt werden. Auf diesem Weg kann sowohl die kontinuierliche Weiterbildung des Lehrpersonals als auch des technischen Personals sichergestellt werden.

Auch die räumliche Ausstattung der Ostfalia kann als angemessen beschrieben werden. Die Studierenden zeigen sich mit der allgemeinen Ausstattung von Bibliothek, Räumen und Technik zufrieden, würden sich lediglich etwas tiefergehende Literatur zu einzelnen Themen wünschen. Auf Nachfrage bei der Hochschulleitung wurde den Gutachtern versichert, dass es ein spezielles Budget für die Anschaffung neuer Literatur gebe, welches durch die Studierenden und Lehrenden angefragt werden kann. Dieses Angebot werde intensiv genutzt. Es wird auch angestrebt, die Publikationen auch in digitaler Version zu erwerben, was jedoch aufgrund der verschiedenen Lizenzmodelle der Verlage nicht immer möglich ist.

Aus technischer Sicht ist die Ostfalia ebenfalls gut aufgestellt. Laut Aussage der Hochschule konnte das Rechenzentrum bereits nach kurzer Vorbereitungszeit die flächendeckende Online-Lehre unterstützen und den Studierenden aufgrund der Corona-Einschränkungen schnell eine geeignete Lösung anbieten. Dies wurde auch von den Studierenden bestätigt. Auch der angeschlossene technische Support konnte alle Anfragen zeitnah bearbeiten und den Studierenden bei der geeigneten Lösung von technischen Problemen helfen. Dies konnte sowohl für die Präsenz-Studiengänge als auch für die Fernstudiengänge durch die Studierenden bestätigt werden. Insgesamt ist die Ostfalia auch für die Durchführung der Fernstudiengänge hinsichtlich der Ressourcen gut ausgestattet.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

### **Prüfungssystem ([§ 12 Abs. 4 MRVO](#))**

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

Die in den Studiengängen eingesetzten Prüfungsformate sind in den Ordnungsmitteln beschrieben und sollen dem jeweilig angestrebten fachlichen, methodischen sowie persönlichen Kompetenzerwerb Rechnung tragen. Jedes Modul schließt mit einer Prüfung ab. Da der Lernerfolg der Studierenden zentral ist, unterliegen die Prüfungsformen bezüglich ihrer Eignung und Praktikabilität nach Angabe der Hochschule einer permanenten Kontrolle durch die Prüferinnen und Prüfer. Sollte sich eine Prüfungsform als ungeeignet erweisen, können Lehrende durch begründeten Antrag an den Prüfungsausschuss eine Änderung der Prüfungsform herbeiführen. Die Prüfungsphase umfasst vier Wochen und liegt immer am Ende eines Semesters.

Die Masterprüfung besteht aus bewerteten Modulprüfungen und der bewerteten Masterarbeit. Die Modulprüfungen werden studienbegleitend durchgeführt. Sie können bei Nichtbestehen zweimal wiederholt werden. Durch die Masterprüfung soll festgestellt werden, ob die Studierenden die notwendigen gründlichen Fachkenntnisse erworben haben, um selbständig wissenschaftlich zu arbeiten und wissenschaftliche Erkenntnisse anzuwenden, sowie deren Bedeutung für die Gesellschaft und die berufliche Praxis zu erkennen.

#### **b) Studiengangsspezifische Bewertung**

### **Führung in Dienstleistungsunternehmen (M.A.)**

#### **Dokumentation**

Im Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) werden Klausuren, Präsentationen, Projektarbeiten und Studienbücher eingesetzt. Diese Prüfungsformen sind im Studien- und Prüfungsplan

sowie im Modulkatalog angegeben und werden den Studierenden darüber hinaus zu Semesterbeginn durch die Dozentinnen und Dozenten bekanntgegeben.

Module, die im Kern auf die Vermittlung von Fachwissen ausgerichtet sind, werden mit einer Klausur abgeschlossen, um den fachlichen Lernerfolg zu überprüfen. Module, die sich eher auf methodische oder persönliche Kompetenzen konzentrieren, werden mit Projektarbeiten oder Präsentationen abgeschlossen. Eine besondere Prüfungsform stellt das Studienbuch dar, welches sowohl die Fachkompetenz (Nachhalten der Veranstaltungsinhalte) als auch die Methodenkompetenz (Lösung von Transferaufgaben) beinhaltet. Daher soll gewährleistet werden, dass die gewählte Prüfungsform mit der didaktischen Grundkonzeption des jeweiligen Moduls korrespondiert.

Ferner soll die Auswahl der Prüfungsleistungen die Entwicklung der Studierenden im Verlauf des Studiums unterstützen. Zu Beginn des Studiums liegt der Fokus auf der Vermittlung von Fachwissen, damit einhergehend dominieren die auf Fachkompetenz ausgerichteten Prüfungsformen. Im weiteren Verlauf werden die Studierenden auf Basis ihrer erworbenen Fachexpertise mit komplexeren Prüfungsformen konfrontiert, die das systematisch-strukturierte Denken in größeren Zusammenhängen fordern, die Steigerung der persönlichen Ausdrucks- und Kommunikationsfähigkeit fördern, sowie die Teamfähigkeit stärken sollen. In diesem Sinne kommt der Auswahl der Prüfungsleistungen sowohl in Hinblick auf das jeweilige Modul als auch hinsichtlich der didaktischen Anlage des gesamten Studiengangs eine hohe Bedeutung zu.

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

Im Bericht wird angegeben, dass im Studiengang ein breites Spektrum an Prüfungsformen angelegt und vorgesehen ist. Insbesondere wird darauf hingewiesen, dass in den Modulen, in denen auf die Vermittlung von Fachwissen fokussiert wird, auf Klausuren zurückgegriffen wird und im Verlauf des Studiums zunehmend komplexere Prüfungsformen integriert werden. Dies lässt sich dem Curriculum nach Ansicht des Gutachtergremiums jedoch nur schwerlich entnehmen.

Weil in den Qualifikationszielen auf das selbstständige Erarbeiten von Lösungsstrategien und die Methodenkompetenz sowie Schlüsselqualifikationen abgezielt wird, was einem Masterstudiengang auch gerecht wird, ist der vergleichsweise hohe Anteil an Klausuren (auch im 3. Semester) nur bedingt geeignet. Insgesamt werden in 15 Modulen in den ersten drei Semestern 10 Klausuren angesetzt. In der Case Study (FDU 10), dem Beratungsprojekt (FDU 11) und dem Praxisprojekt (FDU 16) werden hingegen Projektarbeiten mit Projektberichten eingesetzt. Abzüglich dieser gibt es nur drei Module, in denen eine andere Prüfungsform als die Klausur eingesetzt wird. Dies erscheint dem Gutachtergremium gering; sollten die in den Modulen eingesetzten Prüfungsformen hinsichtlich ihrer Kompetenzorientierung hinterfragt werden, besonders um die Förderung des unabhängigen wissenschaftlichen Denkens der Masterstudierenden besser abbilden zu können. Dies betrifft insbesondere bestehende und ggf. zukünftige

Module zum Kompetenzerwerb im Bereich der Führungs- und Managementaufgaben, in denen bspw. mündliche Prüfungsformate durchaus vorstellbar wären, da mündliches Argumentieren und die verständliche Darlegung komplexer Zusammenhänge zu den Anforderungen einer Führungskraft zählen.

Zudem sollte die Prüfungsform Studienbuch hinsichtlich möglicher Teilleistungen näher definiert bzw. mit Kriterien versehen werden, da diese Prüfungsform andernfalls möglicher Willkür des jeweiligen Dozenten unterliegen kann und wenig transparent für die Studierenden ist. Nach Angaben der Ostfalia wurde diese Empfehlung zur Umsetzung an den Prüfungsausschuss weitergeleitet.

Hinsichtlich der Prüfungsform Hausarbeit wurde festgestellt, dass überwiegend Projektarbeiten (meist als Gruppenarbeiten) vorgesehen sind. Gerade in Vorbereitung auf die Masterarbeit wäre es jedoch sinnvoll, auch Hausarbeiten in Einzelarbeit zu integrieren.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen:

- Vorgesehene Prüfungsleistungen sollten noch konsequenter auf die angestrebten Kompetenzen abgestimmt werden.
- Die Prüfungsform Studienbuch sollte hinsichtlich Umfang und Anzahl der Teilleistungen verbindlich definiert werden.

### **Management gesellschaftlicher Innovationen (MBA)**

#### **Dokumentation**

Auch im Studiengang „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) ist pro Modul eine Modulprüfung abzuleisten, die sich als Klausur, Hausarbeit, Referat, Projektarbeit, Präsentation, Studienbuch oder auch elektronische Prüfung darstellen kann. In den ersten beiden Semestern sind überwiegend Klausuren vorgesehen, da explizites Fachwissen vermittelt und abgefragt werden soll, um den unterschiedlichen Eingangsqualifikationen gerecht zu werden. In den folgenden Modulen werden in der Regel mehrere alternative Prüfungsformen angeboten, wie beispielsweise Referat, Präsentation oder Hausarbeit. Hier wird zu Beginn des Semesters von der oder dem Modulverantwortlichen über die angewendete Prüfungsform entschieden. Konzeptionell war dabei im Fokus, dass die Vergleichbarkeit der Noten gegeben ist und gleichzeitig durch die oder den Lehrenden die Prüfungsform auf die vermittelten Kompetenzen angepasst werden kann.

Die oder der Modulverantwortliche reflektiert das Zusammenspiel von Lernzielen, Lernergebnissen und Prüfungsformen und kann daraus ableiten, ob und ggf. welche Weiterentwicklungen erforderlich sind. Hochschuldidaktische Unterstützung leistet auch hier das ZeLL.

## **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Im Studiengang „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) überwiegt besonders im ersten Semester die Prüfungsform Klausur, was u.a. dem Fernstudienmodell geschuldet ist. Diese weisen mit 90 Minuten einen angemessenen Umfang auf. Neben Klausuren werden jedoch auch Hausarbeiten, Projektarbeiten, Präsentationen, Referate und das Studienbuch eingesetzt. Dass diese letztgenannte Prüfungsform nach Ansicht des Gutachtergremiums hinsichtlich seiner Teilleistungen näher definiert werden sollte, wurde nach Angaben der Ostfalia an den Prüfungsausschuss weitergeleitet.

Das Spektrum der Prüfungen ist damit grundsätzlich variabel und kompetenzorientiert gestaltet. Durch die Auswahl von teilweise zwei oder drei Prüfungsformen pro Modul werden den Dozentinnen und Dozenten Prüfungsoptionen gegeben, die je nach Kohortenzusammensetzung ausgewählt und vor Beginn eines Studiensemesters festgelegt werden können.

Die Prüfungen erfolgen ausnahmslos modulbezogen. Aufgrund einer Modulmindestgröße von 6 ECTS-Punkten ist die Anzahl der Prüfungen mit maximal fünf Prüfungen pro Semester sehr vorteilhaft. Die Prüfungsbelastung erscheint somit angemessen. Dies wurde auch im Gespräch mit den studentischen Vertretern bestätigt.

## **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

- Die Prüfungsform Studienbuch sollte hinsichtlich Umfang und Anzahl der Teilleistungen verbindlich definiert werden.

## **Stadtmarketing (MBA)**

### **Dokumentation**

Im Studiengang „Stadtmarketing“ (MBA) können die Lehrenden aus zwei verschiedenen, im Modulhandbuch angegebenen Prüfungsformen wählen, um so die Überprüfung des Lernerfolgs an die vermittelten Inhalte und Kompetenzen anzupassen. Dieses Vorgehen soll einerseits einen angemessenen Spielraum für didaktische Entscheidungen eröffnen, andererseits die notwendige Vergleichbarkeit der ermittelten Zensuren sichern. Zentrale Prämisse der Wahl der Prüfungsform ist dabei nach Aussage der Hochschule stets die Maximierung des Lernerfolgs der Studierenden. Den Studierenden wird die jeweils ausgewählte Prüfungsform zu Semesterbeginn mitgeteilt.



Korrespondierend zu der Wahlmöglichkeit der jeweiligen Prüfungsformen ergibt sich nach Angaben der Hochschule auch hinsichtlich der Lehrform ein gewisser didaktischer Spielraum für die Dozierenden einiger Module. Damit soll gewährleistet werden, dass die jeweilige Prüfungsform mit der Lehrmethode des Moduls in Einklang steht und den Bedarfen der Lehrenden sowie den Studierenden entspricht.

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

Nach Ansicht des Gutachtergremiums entspricht das Prüfungssystem den üblichen Standards vergleichbarer Studienangebote und zeugt von angemessener Varianz und Kompetenzorientierung. Von der Fakultät neu implementierte Prüfungsverfahren, wie in diesem Fall das Studienbuch, sollten jedoch genau definiert und die Bewertungskriterien dargelegt werden. Nach Einschätzung des Gutachtergremiums bestehen angemessene Verfahren zur fortlaufenden Überprüfung der eingesetzten Prüfungsformate, die auch in diesem Studiengang regelhaft zum Einsatz kommen sollen.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

- Die Prüfungsform Studienbuch sollte hinsichtlich Umfang und Anzahl der Teilleistungen verbindlich definiert werden.

### **Studierbarkeit ([§ 12 Abs. 5 MRVO](#))**

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

##### **Dokumentation**

Die Studierbarkeit soll nach Angaben der Hochschule in allen Studiengängen gewährleistet werden, indem:

- die Studierenden bereits vor Semesterbeginn Zugriff auf ihre Stundenpläne erhalten,
- in den Modulhandbüchern Angaben zum Workload gemacht und im Rahmen des Qualitätsmanagements überprüft werden,
- die Module innerhalb eines Semesters abgeschlossen werden können,
- die Module mit jeweils einer Prüfung abschließen und somit nicht mehr als sechs Prüfungen pro Semester abzulegen sind,
- die ECTS-Verteilung und damit der Arbeitsaufwand pro Semester gleichmäßig gestaltet ist,



- alle Lehrveranstaltungen eines Studiengangs überschneidungsfrei und mit ausreichend Kapazität für alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer angeboten werden,
- bei der Prüfungsorganisation darauf geachtet wird, dass an einem Tag jeweils nur eine Prüfung stattfindet (bei Wiederholungsprüfungen kann dies nicht immer gewährleistet werden, das Prüfungssekretariat koordiniert jedoch die zeitliche Überschneidungsfreiheit innerhalb eines Studiengangs),
- in der Regel alle Klausuren in jedem Prüfungszeitraum geschrieben werden können,
- die Prüfungsleistungen teilweise vorlesungsbegleitend erarbeitet werden können, sodass hohe Prüfungsdichten in der Prüfungsphase vermieden werden können,
- regelmäßig Evaluationen und Befragungen der Studierenden analysiert und ggf. in konkrete Maßnahmen übersetzt werden.

Neben den genannten Rahmenbedingungen stehen den Studierenden bei Bedarf Unterstützungsangebote wie die Schreibwerkstatt zur Verfügung, bei der die Studierenden rund um das Thema wissenschaftliches Arbeiten Hilfe in Anspruch nehmen können, oder die Lerncoachings der Fakultät, die Workshops anbieten und rund um das Studium beratend unterstützen.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Studierenden-Servicebüros administrieren, koordinieren und evaluieren die Aktivitäten der Studierenden. Sie sind zuständig für Fragen rund um das Studium, z.B. Ausgabe von Informationsmaterial, Ausstellung von Bescheinigungen, Korrektur von Noteneintragungen, Beglaubigung eigener Urkunden, Entgegennahme von Anträgen, Meldungen.

Der Career-Service der Ostfalia unterstützt die Studierenden bei ihrer beruflichen Planung und beim Übergang in die Berufswelt. Durch dieses Angebot soll der Zugang zum persönlichen Wunschberuf der Absolventinnen und Absolventen erleichtert werden. Neben den fachlichen und außerfachlichen Qualifikationen wird auch die Fähigkeit zum „Marketing in eigener Sache“ gefördert, indem verschiedene Hochschulangebote in der Fakultät in Salzgitter gebündelt angeboten werden.

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

Das Studium an der Ostfalia ist aus Sicht der befragten Studierenden wie auch nach Einschätzung des Gutachtergremiums gut plan- und studierbar. Den Studierenden stehen gute Betreuungsangebote durch Lehrende und die Verwaltung als administrative Einheit zur Verfügung. Die Erfahrungen der Studierenden werden nach deren Einschätzung durch Evaluation und Rücksprache mit Studierenden und Fachschaft in die langfristige Weiterentwicklung des Curriculums einbezogen.

Hinsichtlich des Workloads wurde zwar in den Gesprächen angegeben, dass die Festlegung des Workloads im Rahmen der Evaluationserhebungen nach qualitativer Einschätzung immer zum Ende eines Semesters abgefragt wird, eine quantitative Erhebung ist hingegen noch in Planung.

Da insbesondere hinsichtlich der beiden Studiengangskonzepte das Gutachtergremium nicht lückenlos nachvollziehen konnte, auf welche Weise die Kalkulation des Workloads erfolgte, wird empfohlen, ein transparentes und einheitliches Konzept zu erarbeiten, anhand dessen der Workload eines Moduls berechnet und ggf. korrigiert werden kann, zumal der kalkulierte Workload der Fernstudiengänge von dem der Präsenzstudiengänge abweicht. Ein entsprechendes Konzept wird nach Angaben der Hochschule bereits zentral von den Studiendekanen der Fakultät erarbeitet.

Pro Jahrgang werden derzeit maximal 15 Studierende in den Fernstudiengängen und maximal 25 Studierende im Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) aufgenommen, wodurch die Kohorten in den begutachteten Studiengängen eine aus Studierendensicht günstige Größe umfassen. Auch durch mehrfach vorgesehene Gruppenarbeiten wird die Studierendenschaft innerhalb einer Kohorte zur Vernetzung angehalten. Diese bestehen im Allgemeinen aus angemessenen Teilnehmerzahlen, im Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) vereinzelt jedoch auch aus über zehn Studierenden, weswegen das Gutachtergremium empfiehlt, Gruppenarbeiten auf idealerweise nicht mehr als fünf Studierende zu beschränken.

Auch wurde nebenbei angemerkt, dass die individuellen Wahlmöglichkeiten für die Studierenden eher gering ausfallen. Wünschenswert für die Weiterentwicklung der begutachteten Studiengänge wäre es daher, ggf. Vertiefungsmöglichkeiten in die Masterprogramme zu integrieren.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen:

- Es sollte ein transparentes und einheitliches Konzept erarbeitet werden, anhand dessen der Workload eines Moduls berechnet und ggf. korrigiert werden kann.

Für den Studiengang „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) gibt das Gutachtergremium zudem folgende Empfehlung:

- Die maximale Teilnehmeranzahl bei Gruppenarbeiten sollte begrenzt werden.

## **Besonderer Profilanpruch ([§ 12 Abs. 6 MRVO](#))**

### **Studiengangübergreifende Aspekte: einschlägig für die weiterbildenden Masterstudiengänge**

#### **Dokumentation**

Mit der Einführung der Studiengänge „Stadtmarketing“ (MBA) und „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) möchte die Ostfalia ein strukturiertes und den Erfordernissen der Arbeitswelt angepasstes Angebot schaffen. Beide Masterstudiengänge sind weiterbildende Fernstudiengänge mit Präsenzphasen, die auch berufsbegleitend studiert werden können. Synergien zwischen Beruf und Studium sollen nutzbar gemacht werden, indem die Studierenden bereits über konkrete, im Rahmen des Berufs erworbene Kompetenzen verfügen, die sie im Rahmen der Lehrveranstaltungen einbringen, gleichzeitig aber auch ihre im Studium erworbenen Kompetenzen direkt in der Berufspraxis erproben.

Die Studiengangkonzepte sind darauf ausgelegt, dass die Präsenzen an vier bis fünf Wochenenden (jeweils freitagnachmittags und samstags) eines Semesters in den Räumlichkeiten des Campus Salzgitter der Ostfalia stattfinden, im Fall von „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) teilweise auch am Campus Wolfsburg. Mit dieser Bündelung der Präsenzzeiten ist nach Angaben der Hochschule gewährleistet, dass auch Studierende, die eine weitere Anreise haben, diese Studiengänge belegen können. Eine Vereinbarkeit des Studiums mit den persönlichen, beruflichen und familiären Gegebenheiten soll dadurch erreicht und überdies gute Ausgangsbedingungen für ein persönliches Lehr- und Lernumfeld geschaffen werden.

Über vier Semester verteilt werden auf diese Art 208 Präsenzstunden im Studiengang „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) und 210 Präsenzstunden im Studiengang „Stadtmarketing“ (MBA) mit den Studierendengruppen absolviert. Diese Präsenz wird durch Online-Lehre als Blended-Learning-Format (mit hochschulüblichen E-Learning-Formaten, Online-Sprechstunden, Podcasts etc.) ergänzt. Dabei werden Präsenz- und Online-Phasen jeweils funktional aufeinander abgestimmt, sodass die Vorteile beider Lernformen (Flexibilität des E-Learnings wie auch Förderung sozialer Kompetenzen im direkten Kontakt) sinnvoll ausgeschöpft werden können. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, individuelle Termine mit den Dozentinnen und Dozenten zu vereinbaren.

Auf Präsenzveranstaltungen kann aus Sicht der Hochschule aufgrund der nicht ersetzbaren Vorteile in sozialer und praktischer Hinsicht im Rahmen einiger Module nicht verzichtet werden. Andere Module sollen aber mithilfe von elektronischen Lernformen effektiver und flexibler gestaltet werden, um ein berufsbegleitendes Studium zu ermöglichen und zu vereinfachen.

Durch die Möglichkeit der Teilzeitvariante wird der besonderen Belastungssituation eines berufsbegleitendem Studiums Rechnung getragen.

Über das Masterstudium hinaus besteht auch die Möglichkeit, einzelne Module oder zusammengefasste Modulkombinationen im Rahmen der CAS- und DAS-Zertifikate zu belegen, die bei Erfüllung der Zugangsvoraussetzungen bei einem sich ggf. anschließenden Studium auch angerechnet werden können.

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

Die Konzeption der begutachteten Fernstudiengänge wird seitens des Gutachtergremiums als strukturiert und zielführend wahrgenommen. Die Arbeitsbelastung kann durch zusätzliche Verpflichtungen neben dem Studium – wie Beruf oder Familie – naturbedingt erhöht sein, was von den Studierenden jedoch nicht als unverhältnismäßig dargestellt wurde. Durch zukünftig geplante Lern- und Lehrvideos soll den Studierenden zusätzliche Förderung über digitale Kanäle angeboten werden. Fernstudien-spezifische Belange können im Rahmen der Evaluationserhebungen durch zielgerichtete Fragestellungen einbezogen werden.

Da Fernstudienprogramme mit einem hohen Anteil an Selbstlernphasen und virtuellen Lernformen einhergehen, kann der ebenfalls wertvolle Austausch zwischen den Studierenden erschwert sein. Aus dem Gespräch mit den Studierenden ging hervor, dass die Ostfalia hier keine besondere Schwäche innerhalb einer Kohorte zeigt – jedoch könnte zwischen den Jahrgängen für bessere Vernetzung gesorgt werden. Das Mentoren-Programm aus anderen Studiengängen wurde hier explizit als gutes Beispiel genannt. Dieses sieht bislang nur in Präsenzstudiengängen vor, dass Studierende höherer Semester den Neuankommelingen eines Studiengangs beratend und unterstützend zur Seite stehen. In angepasster Form könnte das Mentoren-Programm auch für die Fernstudiengänge gewinnbringend sein.

Bezüglich dieser Punkte stehen den Studierenden insgesamt transparente Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches Studium zur Verfügung und darüber hinaus wird ein außerordentliches Informations- und Beratungsangebot bereitgestellt, um den individuellen Studienerfolg zu gewährleisten.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für alle drei Studiengänge erfüllt.

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

### **Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ([§ 13 Abs. 1 MRVO](#))**

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

##### **Dokumentation**

Die Aktualität und Adäquanz der Studienangebote soll auf verschiedene Weise gewährleistet werden. Die fachliche Entwicklung eines Studiengangs liegt überwiegend in der Expertise der beteiligten Dozentinnen und Dozenten, die in verschiedener Weise mit Fach-Communities vernetzt sind, in Zusammenarbeit mit dem jeweiligen Studiengangskoordinator. Aktuelle Forschungsthemen werden durch die Partizipation des Zentrums für gesellschaftliche Innovation eingebracht.

Die kontinuierliche Anpassung methodisch-didaktischer Konzepte erfolgt hingegen auf Basis der Evaluationserhebungen einerseits und durch die Weiterbildungsaktivitäten des Lehrpersonals andererseits.

Absolventinnen und Absolventen haben nach Abschluss ihres Studiengangs die Möglichkeit, dem Wolfsburger Alumni e.V. beizutreten und dort in einem bestehenden Netzwerk den Kontakt zur Hochschule aufrechtzuerhalten. Zudem bestehen punktuelle Kontakte zu Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs, wodurch Rückmeldungen aus verschiedenen Berufs- bzw. Praxisfeldern über die Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner eingebracht werden.

Durch die teilweise Einbeziehung anderer Fakultäten entsteht ein interdisziplinärer Austausch auf informeller Ebene, der in die Studieninhalte einfließen kann; gleiches gilt für den Input externer Dozentinnen und Dozenten aus der Wirtschaft. Auch durch Erfahrungswissen der berufsbegleitend Studierenden werden aktuelle Themen und Lehrinhalte mitbestimmt.

Für den Studiengang „Stadtmarketing“ (MBA) ist die Bildung eines Beirates vorgesehen, der sich aus Vertreterinnen und Vertretern der Hochschule, der Wissenschaft sowie der Bundesvereinigung für City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd) zusammensetzen soll, die eine besondere Expertise im Bereich aktueller Entwicklungen des Marketings von Städten und Regionen aufweisen. Mit Unterstützung des Beirates soll gewährleistet werden, dass die Inhalte des Studienganges regelmäßig auf ihre Aktualität, Praxisrelevanz sowie ihre wissenschaftliche Tiefe überprüft werden. Besonderes Augenmerk wird zudem auf eine möglichst breite Aufstellung bei der Akquise des Lehrpersonals gerichtet. So sollen Lehrende – insbesondere für die anwendungsorientierten Module des Studiengangs – aus dem Mitgliederpool der bcsd e.V. eingesetzt werden, die den Studierenden fundierte Einblicke in die berufliche Praxis des Stadtmarketings und artverwandter Bereiche geben können. Durch inhaltlich offen angelegte Module, wie beispielsweise das Modul „Zukunft der europäischen Stadt“ oder die beiden Praxisprojekte,

soll der fachliche Diskurs aktueller (Forschungs-)Themen gewährleistet werden. Dabei kann die thematische Ausgestaltung der Module auf jeweilige, aktuelle Entwicklungen des Forschungsfelds angepasst werden.

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

Die Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen der Studiengänge „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.), „Stadtmarketing“ (MBA) und „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) hinsichtlich der fachlich-inhaltlichen Gestaltung und der methodisch-didaktischen Ansätze ist aus Sicht des Gutachtergremiums gewährleistet.

Die Berücksichtigung aktueller Fragestellungen und Bedürfnisse der Praxis, z.B. von Unternehmen und Verbänden, erfolgt im Studiengang „Stadtmarketing“ (MBA) unmittelbar durch das gemeinsam von der Hochschule und ihren Partnern entwickelte Curriculum und Berufsbild, sowie in allen drei Studiengängen durch zahlreiche Beratungs- und Praxisprojekte, die zusammen mit außeruniversitären Partnern durchgeführt werden.

Darüber hinaus ist die Gründung und Besetzung von Studiengangsbeiräten geplant, die ebenfalls als Bindeglied zur Praxis fungieren: Zum einen als Pool für potentielle Lehrbeauftragte, zum anderen als Netzwerkorganisation zu (potentiellen) Kooperationspartnern.

Um die Qualität und Ausbildungsrelevanz der Projekte sicherzustellen, hat die Hochschule einen Leitfaden für Lehrende entwickelt, der die von Projekten zu erfüllenden Basiskriterien festlegt.

Im Fall des Studiengangs „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) leistete die enge Zusammenarbeit mit VW einen entscheidenden Entwicklungsanstoß zum Studiengang, im Falle des Studiengangs „Stadtmarketing“ (MBA) ist die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. unmittelbar in die konzeptionelle Ausgestaltung und künftige Weiterentwicklung des Curriculums einbezogen. Ziel ist es hier, gemeinsam ein einheitliches Berufsbild zum Stadtmarketing zu entwickeln.

Die Vernetzung der Hochschule mit der Praxis ist gewährleistet durch die sorgfältige Auswahl und Einbindung externer Lehrbeauftragter. Hier verfolgt die Hochschule den Ansatz der gezielten Akquise studiengangsspezifischer Fachkompetenz aus der Praxis. Professorinnen und Professoren sowie Lehrbeauftragte werden seitens der Hochschule aktiv begleitet, so gibt es zum Beispiel das Angebot zu didaktischen Fortbildungen durch das hochschulinterne Zentrum für erfolgreiches Lehren und Lernen (ZeLL).

Forschungsaktivitäten im engeren Sinne sind nicht vorgesehen. Diesen Ansatz erfüllen jedoch die Beratungsprojekte, bei denen Studierende und Lehrende zusammen mit außeruniversitären Partnern aktuelle Fragestellungen der Praxis anwendungsorientiert bearbeiten. Die Projekte selbst werden in Feedbackgesprächen von Studierenden und Dozierenden hinsichtlich Aufgabenstellung und Zielsetzung zur Bewertung reflektiert. Projektseminare unterliegen der verpflichtenden Evaluation durch die Studierenden.

Hinsichtlich Aktualität und Praxisrelevanz der Studiengänge ist aus Sicht des Gutachtergremiums daher die starke Akzentuierung der Projektarbeit zu betonen. In Zusammenarbeit mit außerhochschulischen Partnern erfolgt die zielorientierte Bearbeitung aktueller Fragestellungen. Dies gibt zum einen die Möglichkeit, die erworbenen theoretischen Fachkenntnisse in der Praxis anzuwenden und zu vertiefen, zum anderen werden auch Differenzen zwischen dem „Labor“ Hochschule und der beruflichen Praxis deutlich. Durch die zusammengestellten Projektteams werden die Studierenden mit ihren individuellen Kompetenzen und (beruflichen) Vorerfahrungen eingebunden.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

### **Lehramt ([§ 13 Abs. 2 und 3 MRVO](#))**

*(nicht einschlägig)*

### **Studienerfolg ([§ 14 MRVO](#))**

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

#### **Dokumentation**

Im Rahmen des Studiengangsmonitorings kommen nach Angaben der Hochschule 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, um Rückschlüsse auf Ursachen für signifikante Abweichungen oder Verbesserungspotenziale ziehen zu können. Zudem werden alle Lehrveranstaltungen der Ostfalia durch die Studierenden schriftlich bewertet. Die Evaluationen erfolgen im Rahmen einer hochschulweit gültigen Evaluationsordnung, die vom Senat der Hochschule verabschiedet wurde. Zu allen Lehrveranstaltungen erhalten die Studierenden einen Fragebogen, der für alle Fakultäten der Hochschule gilt (dieser Fragebogen kann um einen fakultätsspezifischen Teil ergänzt werden). Von dieser Möglichkeit soll in den weiterbildenden Masterstudiengängen Gebrauch gemacht werden, um die spezifischen Belange eines Fernstudiums adäquat abbilden zu können. Die Ergebnisse der Evaluation finden in zweierlei Weise Eingang in die Qualitätssicherung der Lehre. Neben der Rücksprache der Evaluationsergebnisse und der direkten Einbindung der Studierenden in den Prozess der Qualitätssicherung, findet ein fakultätsweites Monitoring durch die Studiendekane statt. Im Falle von besonders negativen Bewertungen geht das Dekanat durch Rücksprache mit Studierenden und Lehrenden der Ursache nach und sucht nach Lösungsmöglichkeiten zum Wohl aller Betroffenen.



Die Ergebnisse der Lehrveranstaltungsevaluationen werden jährlich in einem Lehrbericht zusammengefasst, analysiert und bei Bedarf Maßnahmen abgeleitet. Workloaderhebungen wurden für die begutachteten Studiengänge bisher noch nicht durchgeführt, ein Konzept ist jedoch erarbeitet, mit dem die Arbeitsbelastung der Studierenden systematisch erfasst werden soll. Zum aktuellen Zeitpunkt wird dieses Konzept finalisiert und mit den Beteiligten auf die Umsetzbarkeit hin überprüft, damit die Workloaderhebungen ab dem Wintersemester 2021/22 durchgeführt werden können.

Darüber hinaus werden auch Absolventenstatistiken ausgewertet. In diesen Befragungen liefern besonders die freien Kommentare (auch von Studienabbrecherinnen und -abbrechern) auf Bewertungsportalen im Internet ein konstruktives Feedback. Durch obige Maßnahmen sichtbar gewordene Optionen zur Steigerung des Studienerfolgs können aus Sicht der Hochschule beispielsweise durch Anpassungen der Lehr-/und Prüfungsformen (auf Antrag) oder der Modulinhalt realisiert werden.

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

Die dauerhafte Sicherstellung der Qualität wird nach Einschätzung des Gutachtergremiums durch ein kontinuierliches Monitoring und die daraus resultierende Nachjustierung der Studienprogramme gewährleistet. Basis des Qualitätsmanagements ist das Qualitätssicherungsprogramm der Landesregierung Niedersachsen. Darauf aufbauend hat die Ostfalia ein hochschulweites Qualitätsmanagementsystem mit entsprechenden Qualitätsbeauftragten implementiert.

Zentraler Bestandteil des Qualitätsmanagements ist die verpflichtende Evaluation jeder Lehrveranstaltung entsprechend der Evaluationsordnung der Hochschule. Die Evaluation erfolgt im Rahmen von Lehrveranstaltungen zu Beginn der zweiten Hälfte des Semesters mittels eines hochschulweit teilstandardisierten Onlinefragebogens, der um fakultäts- und studiengangsspezifische Fragen erweitert werden kann. Auf diese Weise können die Ergebnisse der Evaluation und eventuelle Optimierungspotentiale noch während des Semesters in die Umsetzung einfließen. Die Ergebnisse gehen nach der Auswertung dem Studiendekan und den jeweiligen Lehrkräften zu. Auch die Rückkopplung der Ergebnisse mit den Studierenden ist in der Evaluationsordnung verpflichtend vorgegeben. Als weiterer Baustein der Qualitätssicherung werden die Evaluationsergebnisse durch die Studiendekane überprüft, auffallende Bewertungen werden in Feedbackgesprächen zwischen Fakultät mit den betroffenen Lehrenden aufgearbeitet. Abschließend erfolgt die Erstellung eines Lehrberichts, der die Evaluationsergebnisse sowie die aus den Ergebnissen abgeleiteten Maßnahmen zusammenfasst und analysiert.

Die Ergebnisse der Evaluation werden den Studierenden laut Evaluationsordnung im Präsenzbetrieb und in den Fernstudiengängen zurückgespiegelt, sodass noch während des laufenden Moduls Anpassungen möglich sind. Dies wird seitens des Gutachtergremiums positiv gesehen, findet aber nach Aussage der Befragten nicht immer flächendeckend für alle Lehrveranstaltungen statt. Anzuregen wäre daher, die Rückkopplung noch stärker zu implementieren.



Zusätzlich erfolgt eine Auswertung der Absolventenstatistiken verbunden mit entsprechenden Befragungen sowie das Monitoring einschlägiger Bewertungsportale im Internet, wo besonders die Kommentare von Studienabbrecherinnen und -abbrechern analysiert werden.

Die Beteiligung der Studierenden sowie Absolventinnen und Absolventen an den Maßnahmen zur Sicherstellung einer effizienten Studiengestaltung erscheint aus Sicht des Gutachtergremiums gegeben. In Teilbereichen, z.B. Beteiligung an Absolventenbefragungen, flächendeckende Reflexion der Evaluationsergebnisse, könnte durch eine noch aktivere Verfahrensweise seitens Fakultät und Hochschule weiter optimiert werden.

Das formale Instrumentarium des Qualitätsmanagements wird durch weitere informelle Instrumente, wie z.B. gemeinsame Seminarstammtische, die dem direkten Austausch zwischen Lehrenden und Studierenden dienen, ergänzt.

Die kontinuierliche didaktische Weiterbildung des Lehrpersonals, sowohl der Professorinnen und Professoren, als auch externer Lehrbeauftragter, nimmt einen weiteren zentralen Platz im Rahmen des Qualitätsmanagements der Ostfalia ein. Durch gezielte Incentives werden Lehrende ermuntert, das Weiterbildungsangebot des hochschulinternen Zentrums für erfolgreiches Lehren und Lernen (ZeLL) in Anspruch zu nehmen. Dabei ist das Angebot für Professorinnen und Professoren eine der Grundlagen für den Erwerb von Leistungszulagen. Aktuell durchlaufen rund 50 % aller neuberufenen Lehrkräfte nach Angaben der Hochschule das Schulungsprogramm des ZeLL.

Die didaktische Weiterbildung ist daher nicht zuletzt durch das ZeLL gut an der Ostfalia implementiert. Gerade in einem Studiengang mit potentiell vielen externen Lehrenden ist anzuraten, dies weiter im Blick zu behalten. Besondere Incentives zur Teilnahme an beruflichen (pädagogischen) Weiterbildungen könnten – gerade für externe Lehrbeauftragte – hilfreich sein, um den hohen Standard an der Hochschule zu halten und weiter zu optimieren.

Das implementierte System der Evaluation entsprechend einer verpflichtenden Evaluationsordnung unter Supervision der Studiendekane und des hochschulinternen Qualitätsbeauftragten erscheint aus Sicht des Gutachtergremiums in Verbindung mit den weiteren Maßnahmen der Qualitätssicherung insbesondere der strukturierten Absolventenbefragung und den Gesprächen mit Studienabbrechern durchaus geeignet zur Sicherstellung der kontinuierlichen Weiterentwicklung von Studiengängen, -zielen und Lehrveranstaltungen. Hierzu leisten auch die Anstrengungen der Hochschule in Bezug auf die kontinuierliche Weiterentwicklung des Lehrpersonals, u.a. durch das ZeLL, einen wertvollen Beitrag.

Ansatzpunkte für Optimierungen bieten die niedrige Beteiligung an den Absolventenbefragungen (aktuell nach Auskunft rund 50 %) sowie die konkrete systematische Ermittlung der Workloads, die aktuell in einigen Studiengängen auf hochschulseitigen Schätzungen beruht. Wie im Kapitel *Studierbarkeit* dar-

gelegt, empfiehlt das Gutachtergremium die Erarbeitung eines transparenten und über die Module hinweg einheitlichen Konzepts, anhand dessen der Workload jedes Moduls berechnet und ggf. modifiziert werden kann.

Aus Sicht des Gutachtergremiums ist der zum Einsatz kommende Methodenmix aus quantitativen Instrumenten, wie der teilstandardisierte (Online-)Fragebogen zur Evaluation, sowie qualitativen Instrumenten, wie Befragungen von Studienabbrechern und informellen Gesprächsrunden, durchaus geeignet, um den Transfer und die Rückkopplung der Studierenden in die Gestaltung der Studiengänge zu gewährleisten.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

## **Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich ([§ 15 MRVO](#))**

### **a) Studiengangübergreifende Aspekte**

#### **Dokumentation**

Die Verwirklichung von Geschlechtergerechtigkeit ist als strategisches Querschnittsthema der Hochschule nach eigenen Angaben u.a. im Strategiekonzept, in der Zielvereinbarung der Hochschule mit dem Land Niedersachsen sowie im Gleichstellungskonzept verankert. Die Ostfalia verfolgt daher 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.

Die Umsetzung des Frauenförderplans in der Fakultät hat zu einem ausgeglichenen Geschlechteranteil in der Personalgruppe des akademischen Mittelbaus und der Verwaltung geführt. In der Gruppe der Professorinnen und Professoren dagegen konnte eine entsprechende Anpassung bisher nicht erreicht werden. Neben dem formalen Hinweis in der Ausschreibung werden gewidmete Professuren inhaltlich sehr weit gefasst, um die Bewerberinnen- und Bewerberlage zu verbessern. Damit erhofft sich die Fakultät eine signifikante Erhöhung des Frauenanteils unter den Bewerbenden. Dennoch sind weitere Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils in der Hochschullehrergruppe notwendig, um dem Ziel eines ausgeglichenen Geschlechterverhältnisses in dieser Gruppe näher zu kommen. Aus diesem Grunde arbeitet die Fakultät eng mit dem zentralen Referat für Gleichstellungsangelegenheiten der Hochschule zusammen. Darüber hinaus hat die Fakultät eine dezentrale (nebenamtliche) Gleichstellungsbeauftragte in Ergänzung zur zentralen Gleichstellungsbeauftragten der Hochschule gewählt. Diese sorgt für die

Wahrung der Gleichstellungsinteressen vor Ort und berichtet regelmäßig im Fakultätsrat über die aktuellen Entwicklungen in Bezug auf Chancengleichheit und Nachteilsausgleich.

Die Ostfalia durchlief von 2008 bis 2014 erfolgreich zwei Auditierungsphasen als familiengerechte Hochschule. Um die Familienfreundlichkeit kontinuierlich weiterzuentwickeln, ist die Hochschule Mitglied im Netzwerk „Charta Familie in der Hochschule“ geworden und 2018 dem in diesem Rahmen neugegründeten Verein „Familie in der Hochschule e. V.“ beigetreten.

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. Auch die Beauftragte für die Belange von Studierenden mit Behinderungen oder chronischen Erkrankungen steht für Beratungen zur Verfügung.

Ein wichtiges Instrument, um Chancengerechtigkeit zu sichern, sind Nachteilsausgleichsregelungen bzw. die Möglichkeit zur Beantragung von Erleichterungen der Studien- und Prüfungsorganisation für Studierende mit familiären Verpflichtungen. Diese Regelungen und Möglichkeiten sind in den jeweiligen Prüfungsordnungen der Studiengänge unter § 35 enthalten und betreffen insbesondere die Gewährung von individuell angepassten Nachteilsausgleichen bei Prüfungen. Außerdem können auch individuell abgestimmte Studien- und Prüfungspläne vereinbart werden. Dies gilt für Studierende mit Kindern oder pflegebedürftigen Angehörigen, Studierende mit Behinderung oder chronischer Erkrankung, die an der fristgemäßen Erbringung der Studien- und Prüfungsleistungen erheblich gehindert sind. Mögliche Maßnahmen zur Kompensation einer Benachteiligung sind zum Beispiel eine verlängerte Bearbeitungszeit, ein separater Raum, die Anpassung der Prüfungsform oder persönliche Betreuung.

Seit 2002 nimmt die Hochschule regelmäßig an der bundesweiten Aktion Girls' Day und Boys' Day (in Niedersachsen: „Zukunftstag für Mädchen und Jungen“) teil. Das Gleichstellungsbüro bietet in Kooperation mit zahlreichen Fakultäten zielgruppenspezifische Angebote, in denen die Schülerinnen und Schüler des unterrepräsentierten Geschlechts erste Erfahrungen mit einem Fach bzw. Berufsfeld sammeln. Sie erhalten einen Eindruck von Hochschule und Studium und werden ermutigt, sich für „geschlechtsuntypische“ Fächer zu interessieren. Die Hochschule hat 2013 die Charta der Vielfalt unterzeichnet und setzt sich aktiv für die Wertschätzung der Diversität ihrer Angehörigen ein.

## **Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf**

Konzepte und Strategien zur Geschlechtergerechtigkeit und zum individuellen Nachteilsausgleich sind an der Ostfalia in zufriedenstellender Form vorhanden. Auch im Rahmen der Begutachtungsgespräche blieben diesbezüglich keine Fragen offen. Ein Gleichstellungsbüro wie auch ein Beauftragter für gesundheitliche Beeinträchtigungen der Studierenden, welcher Anträge auf Nachteilsausgleich individuell und lösungsorientiert bearbeitet, sind den Studierenden für Beratungen und Unterstützung bereits ab der Bewerbungsphase zugänglich. Auch wenn aktuell nicht alle Räumlichkeiten der Hochschule barrierefrei sind, können bedarfsgerechte Lösungen angeboten werden.

Das Gutachtergremium sieht keinen Grund, die Umsetzung der vorhandenen Strukturen in den neuen Studiengängen in Frage zu stellen.

## **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für alle Studiengänge erfüllt.

## **Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme ([§ 16 MRVO](#))**

*(nicht einschlägig)*

## **Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen ([§ 19 MRVO](#))**

### **a) Studiengangsspezifische Bewertung**

#### **Stadtmarketing (MBA)**

#### **Dokumentation**

Der weiterbildende Studiengang „Stadtmarketing“ (MBA) ist als anwendungsorientierter Master darauf ausgelegt, über die Theorievermittlung hinaus aktuelle Praxisinhalte einfließen zu lassen. Zu diesem Zweck findet hinsichtlich der inhaltlichen Ausgestaltung des Studiengangs nach Angaben der Hochschule ein enger Austausch mit der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd) statt. Dabei wurde die Expertise der bcsd e.V. im Hinblick auf die aktuellen wie auch künftigen Anforderungen an das Berufsbild aktiv in die konkrete Gestaltung des Curriculums sowie die zu erlangenden fachlichen, methodischen und persönlichen Kompetenzen miteinbezogen. Zur Durchführung des Studiengangs ist eine vertiefte Kooperation in Planung. Insbesondere im Bereich Stadtmarketing- und Stadtentwicklungskonzepte sollen in den entsprechenden Modulen praxisnahe Projekte, Aufgabenstellungen und Briefings der Studierenden durch Vertreterinnen und Vertreter der bcsd und ihrer Mitglieder gestellt werden. Auch wird eine Vermittlung von geeignetem Lehrpersonal aus Mitgliedsstädten

der bcsd für die Praxisprojekte angestrebt. Damit soll der direkte Anwendungsbezug mit aktuellen, praxiserprobten Instrumenten und Methoden gewährleistet werden.

Auch im Hinblick auf die Aktualität und Weiterentwicklung des Studiengangs wird eine beratende Unterstützung durch die bcsd angestrebt. Da das Berufsfeld im Bereich des Stadtmarketings stetig neuen Herausforderungen gegenübersteht, gilt es, den Studiengang konstant auf seine Praxistauglichkeit hin zu überprüfen. Formal obliegt die Entscheidungsgewalt über den Lehrbetrieb, insbesondere die inhaltliche Ausrichtung wie auch die Zulassung, die Anerkennung von Leistungen, die Verwaltung von Daten wie auch die letztliche Auswahl des Lehrpersonals weiterhin der Ostfalia.

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

Die weitere Verbreiterung des Netzwerks zu potentiellen Kooperationspartnern ist ein Ansatzpunkt für Optimierungen und wird durch die Installierung eines studiengangspezifischen Beirats weiter angestrebt.

Die enge Zusammenarbeit mit der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing e.V. (bcsd) sowohl in der Konzeption des Studiengangs „Stadtmarketing“ (MBA) als auch in der operativen Umsetzung sowie im Lehrbetrieb (externe Lehrbeauftragte) stellen einen permanenten Austausch mit der Praxis sicher und sind aus Gutachtersicht positiv zu bewerten. Dabei ist zu betonen, dass Entscheidungshoheit wie auch Qualitätssicherungsmaßnahmen in der Verantwortung der Ostfalia verortet sind.

Auch die gemeinsame Bearbeitung von Projekten mit aktuellen praxisrelevanten Fragestellungen durch Studierende der Ostfalia in Zusammenarbeit mit dem bcsd und seinen Mitgliedern trägt der intendierten engen Vernetzung von Hochschule und Praxis Rechnung.

Die angestrebte enge Verzahnung mit der Praxis wird durch die gemeinsame Implementierung von Projekten und der in diesem Rahmen erfolgenden Bearbeitung aktueller Fragestellungen erreicht. Anstehende Rekrutierungen des Lehrpersonals sowie die kontinuierliche Weiterentwicklung des Studiengangs erfolgen in Zusammenarbeit von Hochschule und bcsd e.V. im Rahmen eines Fachbeirats, der sowohl mit Vertretern der Wissenschaft als auch der Praxis besetzt ist. Die geplante Gründung eines Fachbeirats für den Studiengang, der mit Vertreterinnen und Vertretern aus Wissenschaft und Praxis besetzt ist, wird ebenfalls einen Beitrag zur Intensivierung der Zusammenarbeit mit Partnern aus der Praxis leisten, sowie die Aktualität des Curriculums und dessen Praxisrelevanz sicherstellen.

### **Entscheidungsvorschlag**

Das Kriterium ist für den Studiengang „Stadtmarketing“ (MBA) erfüllt. Das Kriterium ist für die Studiengänge „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.) sowie „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) nicht einschlägig.

### **Hochschulische Kooperationen [\(§ 20 MRVO\)](#)**

*(nicht einschlägig)*

### **Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien [\(§ 21 MRVO\)](#)**

*(nicht einschlägig)*



### 3 Begutachtungsverfahren

#### 3.1 Allgemeine Hinweise

- Aufgrund der Covid-19 Pandemie wurden die Begutachtungsgespräche in Form einer Online-Konferenz durchgeführt.
- Im Anschluss an die Begutachtungsgespräche wurde der unter dem Titel „Gesellschaftliches Innovationsmanagement“ konzipierte Studiengang auf Hinweis des Gutachtergremiums zu „Management gesellschaftlicher Innovationen“ umbenannt. Erste Entwürfe der geänderten Unterlagen gingen am 11.12.2020 sowie am 14.01.2021 ein. Der Akkreditierungsbericht wurde daraufhin überarbeitet.

#### 3.2 Rechtliche Grundlagen

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

#### 3.3 Gutachtergruppe

##### a) Hochschullehrerinnen / Hochschullehrer

- **Prof. Dr. Ralf Isenmann:** Professur für BWL im Innovations- und Technologiemanagement, Wilhelm Büchner Hochschule
- **Prof. Dr. Uta Lieberum:** Professur für Betriebswirtschaftslehre und Personalmanagement, Hochschule Fresenius/Hamburg
- **Prof. Dr. Sebastian Zenker:** Professur für Stadtmarketing, Copenhagen Business School

##### b) Vertreter der Berufspraxis

- **Dr. Jürgen Amann:** Geschäftsführung Köln Tourismus

##### c) Vertreter der Studierenden

- **Robert Raback:** Studiengang „Informationswissenschaften“ (M.Sc.) FH Potsdam; zuvor: „Nachhaltiges Tourismusmanagement“ (M.A.)

## 4 Datenblatt

### 4.1 Daten zu den Studiengängen zum Zeitpunkt der Begutachtung

Anmerkung: Für die Studiengänge „Management gesellschaftlicher Innovationen“ (MBA) und „Stadtmarketing“ (MBA) liegen noch keine statistischen Daten vor.

#### Führung in Dienstleistungsunternehmen (M.A.)

#### Erfassung „Erfolgsquote“<sup>2)</sup> und „Studierende nach Geschlecht“

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung in Zahlen (Spalten 4, 7, 10 und 13 in Prozent-Angaben)

semesterbezo- gene Kohorten	Studienanfänger*Innen			Absolvent*Innen in RSZ			Absolvent*Innen in RSZ + 1 Semester			Absolvent*Innen in RSZ + 2 Semester		
	insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen		insgesamt	davon Frauen	
		absolut	%		absolut	%		absolut	%		absolut	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)
WS 2019/2020 <sup>2)</sup>	23	13	57%									
SS 2019	-	-	-									
WS 2018/2019	26	20	77%									
SS 2018	-	-	-									
WS 2017/2018	30	26	87%	18	10	56%						
SS 2017	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
WS 2016/2017	28	12	43%	7	6	86%	10	7	70%	13	10	77%
SS 2016	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
WS 2015/2016	24	12	50%	10	5	50%	10	5	50%	11	6	55%
SS 2015	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
WS 2014/2015	28	25	89%	5	5	100%	15	12	80%	18	15	83%
<b>Insgesamt</b>	<b>159</b>	<b>108</b>	<b>68%</b>	<b>40</b>	<b>26</b>	<b>65%</b>	<b>35</b>	<b>24</b>	<b>69%</b>	<b>42</b>	<b>31</b>	<b>74%</b>

<sup>1)</sup> Definition der kohortenbezogenen Erfolgsquote: Absolvent\*Innen, die ihr Studium in RSZ plus bis zu zwei Semester absolviert haben. Berechnung: „Absolventen mit Studienbeginn im Semester X“ geteilt durch „Studienanfänger mit Studienbeginn im Semester X“, d.h. für **jedes** Semester; Da die Daten kohortenbezogen sind, können bei der RSZ von 4 Semestern ab dem WS18/19 keine Absolventendaten erhoben werden.

<sup>2)</sup> Absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung.



## Erfassung „Notenverteilung“

Notenspiegel der Abschlussnoten des Studiengangs „Führung in Dienstleistungsunternehmen“ (M.A.)  
Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung in Zahlen für das jeweilige Semester

	Sehr gut	Gut	Befriedigend	Ausreichend	Mangelhaft/ Ungenügend
	≤ 1,5	> 1,5 ≤ 2,5	> 2,5 ≤ 3,5	> 3,5 ≤ 4	> 4
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
WS 2019/2020 <sup>1)</sup>	1	17	2	-	-
SS 2019	-	5	-	-	-
WS 2018/2019	-	7	2	-	-
SS 2018	-	-	-	-	-
WS 2017/2018	1	14	2	-	-
SS 2017	-	5	2	-	-
WS 2016/2017	-	9	2	-	-
SS 2016	-	5	2	-	-
WS 2015/2016	-	9	1	-	-
SS 2015	-	6	-	-	-
WS 2014/2015	2	8	2	-	-
<b>Insgesamt</b>	<b>4</b>	<b>85</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

<sup>1)</sup> Absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung.

## Erfassung „Durchschnittliche Studiendauer“

Angaben für den Zeitraum der vergangenen Akkreditierung in Zahlen für das jeweilige Semester

	Studiendauer schneller als RSZ	Studiendauer in RSZ	Studiendauer in RSZ + 1 Semester	≥ Studiendauer in RSZ + 2 Semester <sup>2)</sup>	Gesamt (= 100%)
	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
WS 2019/2020 <sup>1)</sup>					
SS 2019	-	-	-	-	-
WS 2018/2019	-	24	-	-	24
SS 2018	-	-	-	-	-
WS 2017/2018	-	22	5	1	28
SS 2017	-	-	-	-	-
WS 2016/2017	-	17	4	7	28
SS 2016	-	-	-	-	-
WS 2015/2016	-	14	5	4	23
SS 2015	-	-	-	-	-
WS 2014/2015	-	22	3	3	28
<b>Insgesamt</b>	<b>-</b>	<b>99</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>131</b>

<sup>1)</sup> Absteigend die Semester der gültigen Akkreditierung.

<sup>2)</sup> Diese Spalte beinhaltet alle Studierende, die mehr als 1 Semester von der RSZ abweichen. Nicht aufgezählt sind Studienabbrecher.

## 4.2 Daten zur Akkreditierung

Vertragsschluss Hochschule – Agentur:	06.03.2020
Eingang der Selbstdokumentation:	26.06.2020
Zeitpunkt der Begehung:	06.10.2020
Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind:	Jeweilige Studiengangsleitung, Lehrende, Studierende, Hochschulleitung
An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt):	Online-Konferenz

### Führung in Dienstleistungsunternehmen

Erstakkreditiert: durch Agentur:	27.08.2010 bis 31.08.2016 ZEvA
Re-akkreditiert (1): durch Agentur:	Von 29.09.2015 bis 30.09.2022 ACQUIN
Re-akkreditiert (2): durch Agentur:	Von Datum bis Datum
Re-akkreditiert (n): durch Agentur	Von Datum bis Datum
Ggf. Fristverlängerung	Von Datum bis Datum

## 5 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 Studiengangprofile

(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 Studieninhalten 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](#)

## Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV Anerkennung und Anrechnung\*

Formale Kriterien sind [...] Maßnahmen zur Anerkennung von Leistungen bei einem Hochschul- oder Studiengangswechsel und von außerhochschulisch erbrachten Leistungen.

[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>Konsekutive 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 Einstellungs Voraussetzungen 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 Einstellungs Voraussetzungen 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](#)