

Akkreditierungsbericht

Akkreditierungsverfahren an der

Hochschule Heilbronn

„Hotel- und Restaurantmanagement“ (B.A.), „Internationale Betriebswirtschaft – Interkulturelle Studien“ (B.A.), „Internationale Betriebswirtschaft – Osteuropa“ (B.A.), „Weinbetriebswirtschaft“ (B.A. – neuer Studiengangstitel „Internationales Weinmanagement“), „Tourismusmanagement“ (B.A.), „International Tourism Management“ (M.A.), „International Business & Intercultural Management“ (M.A.) und „Nachhaltige Tourismusentwicklung“ (M.A.) (Erstakkreditierung)

I Ablauf des Akkreditierungsverfahrens

Erstmalige Akkreditierung „Internationale Betriebswirtschaft – Interkulturelle Studien“ (B.A.), „Weinbetriebswirtschaft“ (B.A.), „Tourismusmanagement“ (B.A.), „International Tourism Management“ (M.A.), „International Business & Intercultural Management“ (M.A.) am: 21.09.2005, durch: ACQUIN, bis 30.09.2010, vorangegangene Akkreditierung: 30.09.2010, durch: ACQUIN, bis: 30.09.2017

Erstmalige Akkreditierung „Hotel- und Restaurantmanagement“ (B.A.), „Internationale Betriebswirtschaft – Osteuropa“ (B.A.) am: 29.03.2011, durch: ACQUIN, bis: 30.09.2016, vorläufig verlängert bis: 30.09.2017

Vertragsschluss am: 28. Juli 2015

Eingang der Selbstdokumentation: 1. Februar 2016

Datum der Vor-Ort-Begehung: 18./19. Juli 2016

Fachausschuss: Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften

Begleitung durch die Geschäftsstelle von ACQUIN: Holger Reimann

Beschlussfassung der Akkreditierungskommission am: 28. März 2017

Mitglieder der Gutachtergruppe:

- Christoph Back, Leuphana Universität Lüneburg, Studiengang „Betriebswirtschaftslehre“ (B.Sc.)
- Prof. Dr. Walter Freyer, Technische Universität Dresden, Lehrstuhl für Tourismuswirtschaft
- Natalie Goern, Deutscher Reise Verband e.V., Referentin Vertrieb und Bildung, Berlin

Datum der Veröffentlichung: 15. Mai 2017

- Prof. Dr. Bruno Horst, Hochschule Merseburg, Allg. BWL und Marketing
- Prof. Dr. Andreas Kagermeier, Universität Trier, Freizeit- und Tourismusgeographie
- Prof. Dr. Edgar Kreilkamp, Leuphana Universität Lüneburg, Tourismusmanagement
- Prof. Dr. Otmar Löhnertz, Forschungsanstalt Geisenheim, Fachgebiet Bodenkunde und Pflanzenernährung
- Prof. Dr. Detlef Vogt, Hochschule Reutlingen, ESB Business School

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

Als **Prüfungsgrundlage** dienen die „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ in der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen Fassung.

II Ausgangslage

1 Kurzportrait der Hochschule

Die Hochschule Heilbronn (ehemals Fachhochschule) wurde 1961 gegründet mit Schwerpunkt- ausrichtung auf Studierende der Technik, Wirtschaft und Informatik. Die Hochschule hat zusammengekommen ca. 8.400 Studierende. Sie bietet derzeit 47 praxisnah ausgerichtete Bachelor- und Masterstudiengänge in sieben Fakultäten und aufgeteilt auf vier Standorte: Heilbronn-Sontheim, Heilbronn-Am Europaplatz, Standort Künzelsau (Reinhold-Würth-Hochschule) sowie Standort Schwäbisch Hall.

In den vergangenen Jahren stand die Entwicklung der Hochschule ganz im Zeichen des Ausbaus der Studienkapazitäten. Zwischen 1999 und 2013 hat die Hochschule die Anzahl der Studierenden um 245 Prozent steigern können.

2 Kurzinformationen zu den Studiengängen

Die Bachelorstudiengänge „Hotel- und Restaurantmanagement“ (B.A.), „Internationale Betriebswirtschaft – Interkulturelle Studien“ (B.A.), „Internationale Betriebswirtschaft – Osteuropa“ (B.A.), „Tourismusmanagement“ (B.A.), „Weinbetriebswirtschaft“ (B.A.) haben eine Regelstudienzeit von sieben Semestern in einem Umfang von 210 ECTS-Punkten. Es handelt sich um Vollzeit-Studiengänge, für die keine Studiengebühren anfallen. Die Masterstudiengänge „International Business & Intercultural Management“ (M.A.), „International Tourism Management“ (M.A.) und „Nachhaltige Tourismusentwicklung“ (M.A.) haben eine Regelstudienzeit von drei Semestern und umfassen 90 ECTS-Punkte. Auch sie sind frei von Studiengebühren und werden in Vollzeit studiert. Sie alle werden von der Fakultät für International Business angeboten.

3 Ergebnisse aus der vorangegangenen Akkreditierung

Die Studiengänge „Hotel- und Restaurantmanagement“ (B.A.), „Internationale Betriebswirtschaft – Interkulturelle Studien“ (B.A.), „Internationale Betriebswirtschaft – Osteuropa“ (B.A.), „Tourismusmanagement“ (B.A.), „Weinbetriebswirtschaft“ (B.A.), „International Business & Intercultural Management“ (M.A.) und „International Tourism Management“ (M.A.) wurden im Jahr 2011 zuletzt durch ACQUIN begutachtet und akkreditiert.

Folgende Empfehlungen wurden ausgesprochen:

Allgemeine Empfehlungen für alle Studiengänge

- Der weitere Ausbau des Career Centers und der Weiterbildungsangebote der Hochschule sollten forciert werden.
- Alumni-Aktivitäten sollten weiterentwickelt und ausgebaut werden.

- Die Maßnahmen zur Vorbereitung der Studierenden auf die Berufspraxis sollten ausgebaut werden und die bestehenden Maßnahmen sollten kritisch reflektiert werden.
- Im Hinblick auf die Profilbildung der (Master-)Studiengänge sollte die Unterstützung von Forschungsaktivitäten weiter ausgebaut werden und die bestehenden Anreize sollten eindeutig an die Lehrenden kommuniziert werden.

„Hotel- und Restaurantmanagement“ (B.A.)

- Es sollte deshalb besonders darauf geachtet werden, dass in den allgemeinen betriebswirtschaftlichen Lehrveranstaltungen Bezüge zum Hotel- und Gastronomiegewerbe durch entsprechende Fallbeispiele hergestellt werden.
- Es sollte überdacht werden, ob der Bachelor-Arbeit nicht mehr ECTS-Punkte zugewiesen werden sollten.

„Internationale Betriebswirtschaft – Interkulturelle Studien“ (B.A.)

- Das Curriculum sollte um zielgruppenorientierte Inhalte wie bspw. Islamic Finance ergänzt werden.
- Es sollte darauf geachtet werden, dass interkulturelle Themen deutlicher als bisher in den Modulbeschreibungen zum Ausdruck kommen.
- Es sollte geprüft werden, ob englische Sprachkenntnisse als Zugangsvoraussetzungen festgelegt werden können.

„Internationale Betriebswirtschaft – Osteuropa“ (B.A.)

- Es sollte darauf geachtet werden, dass interkulturelle Themen deutlicher als bisher in den Modulbeschreibungen zum Ausdruck kommen.

„Tourismusmanagement“ (B.A.)

- Perspektivisch sollte in Kooperation mit dem im Fachbereich Wirtschaft 1 angesiedelten Schwerpunkt Personenverkehr (Beförderung) der bislang in der Lehre nur in Teilen (Luftverkehr) abgedeckte Carrier-Bereich inhaltlich erweitert werden.
- Es sollte überdacht werden, ob der Bachelor-Arbeit nicht mehr ECTS-Punkte zugewiesen werden sollten.

„Weinbetriebswirtschaft“ (B.A.)

- Die themenkomplexe Weinbeurteilung und Sensorik sollten im Curriculum verankert werden und in den Modulbeschreibungen zum Ausdruck kommen.

„International Business & Intercultural Management“ (M.A.)

- Das Curriculum sollte um zielgruppenorientierte Inhalte wie bspw. Islamic Finance ergänzt werden.

„International Tourism Management“ (M.A.)

- Es sollte geprüft werden ob neben quantitativen Forschungsmethoden auch qualitative Verfahren in das Curriculum aufgenommen werden könnten.
- Es sollte sichergestellt werden, dass sich die Anforderungen der Module E-Tourism und Sustainable Tourism Management deutlich vom Niveau des Bachelorstudiengangs unterscheiden.

Der Umgang mit den Empfehlungen war Gegenstand der erneuten Begutachtung.

III Darstellung und Bewertung

1 Gesamtstrategie der Hochschule und der Fakultät

Die Hochschule Heilbronn (HHN) mit ihren Standorten in Heilbronn, Künzelsau und Schwäbisch Hall, versteht sich als Leistungszentrum der Lehre und Forschung für Studierende, Wirtschaft und Gesellschaft mit besonderer Verantwortung für die Region und uneingeschränkter Offenheit für die Welt. Für die Städte Heilbronn, Künzelsau und Schwäbisch Hall ist die Hochschule ein bedeutender Wirtschafts- und Standortfaktor. Die Zusammenarbeit zwischen der Hochschule und der regionalen Wirtschaft ist eng und erfolgreich.

In den zurückliegenden Jahren stand die Entwicklung der HHN ganz im Zeichen eines beträchtlichen Ausbaus ihrer Studienkapazitäten; sie hat ihre Studierendenzahl zwischen 1999 und 2013 um 245% gesteigert. Die Zahl der Studienbewerberinnen und -bewerber stieg im gleichen Zeitraum sogar um 504%. Allein im Rahmen des Ausbauprogramms „Hochschule 2012“ der Landesregierung Baden-Württemberg hat die HHN seit 2006 insgesamt 714 neue Erstsemesterplätze für Bachelorstudierende geschaffen. Im Rahmen des Ausbauprogramms „Master 2016“ wurden bislang 94 neue Erstsemesterplätze für Masterstudierende geschaffen.

Die Strategie der Hochschule Heilbronn ergibt sich aus dem Struktur- und Entwicklungsplan 2014-2018 (SEP), der 2014 beschlossen wurde. In ihm hat die Hochschule ihre strategischen Ziele für die kommenden fünf Jahre, aufgeteilt auf 14 verschiedene Handlungsfelder, definiert, geplante Umsetzungsmaßnahmen beschrieben sowie Verantwortlichkeiten und Ressourcen zugeordnet. Als Grundlage diente das Leitbild der Hochschule aus dem Jahr 2010, mit dem sie ihr Selbstverständnis und die von allen Mitgliedern getragenen gemeinsamen Grundwerte formuliert hat.

Die zentrale strategische Zielsetzung der Hochschule Heilbronn ist es, sich zu einer der führenden Hochschulen des Landes weiterzuentwickeln. Dazu sollen insbesondere das Leistungsangebot in Lehre und Forschung stärker am Bedarf ausgerichtet und eine auf persönliche Entfaltung und Leistungsbereitschaft zielende Arbeits- und Führungskultur gefördert werden. Darüber hinaus gilt es, den erreichten Ausbaustand sowie die künftigen Ausbauziele durch eine nachhaltige Bereitstellung der erforderlichen Ressourcen (Finanzmittel, Personal, Flächen) langfristig abzusichern.

Die Fakultät für International Business verfügt über ein eigenes Leitbild, das zusammengefasst die Handlungskompetenz der Studierenden durch die an modernsten Lehrmethoden orientierten Lehre stärken möchte und dafür die Interdisziplinarität und Internationalität aller Stakeholder aktiv unterstützt. Alle Studiengänge in der Fakultät verfügen über eine internationale Ausrichtung. Die Strategie der Fakultät orientiert sich an diesem Leitbild und betrachtet als Prämisse der strategischen Maßnahmen, die Sicherung der Attraktivität der Studiengänge in quantitativer Hinsicht, sowohl im Hinblick auf die Nachfrage der Absolventinnen und -absolventen, als auch auf die Nachfrage des Studienangebots.

Aus Sicht der Gutachtergruppe sind die Studiengänge gut in diese Gesamtstrategie der Hochschule und Fakultät eingebunden und sinnvoll verankert. Es sind alle rechtlich verbindlichen Vorgaben bei der Entwicklung der Studiengänge berücksichtigt worden.

Die Anerkennungsregelungen für an anderen Hochschulen erbrachte Prüfungsleistungen gemäß der Lissabon-Konvention sowie für außerhalb der Hochschule erbrachte Leistungen sind in den Studien- und Prüfungsordnungen verankert.

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse, den Anforderungen der landesspezifischen sowie ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen sowie der verbindlichen Auslegung dieser Dokumente durch den Akkreditierungsrat.

2 Ziele und Konzept des Studiengangs „Hotel- und Restaurantmanagement“ (B.A.)

2.1 Qualifikationsziele des Studiengangs

Für den Studiengang Hotel- und Restaurantmanagement erfolgte die Erstakkreditierung im Jahr 2011. Er ist aus dem Schwerpunkt Hospitality des seit 1975 etablierten Studienganges Tourismusmanagement bzw. Tourismusbetriebswirtschaft hervorgegangen und stellt nun eine weitere Säule der Fakultät für International Business mit dem Fokus auf die Leistungsträger Beherbergung und Gastronomie dar.

Die grundlegende Zielsetzung des Studienganges ist, qualifizierte Fachkräfte für die Bereiche Beherbergung sowie Gastronomie auszubilden. Hierfür wurde bereits für die Erstakkreditierung eine ausführliche Bedarfsanalyse durchgeführt mit dem Ergebnis, dass einerseits eine deutliche Unterakademisierung, andererseits ein zunehmender Professionalisierungsbedarf des Beherbergungs- und Gastronomiegewerbes erkennbar ist. Als wichtige Bereiche des Arbeitsmarktes werden Hotelketten und -konzerne sowie die Systemgastronomie gesehen.

Der Studiengang soll – analog zu den Studiengängen des Tourismusmanagements – auf der Basis einer umfassenden und fundierten betriebswirtschaftlichen Grundausbildung für die besonderen Anforderungen des Hotel- und Gastronomiegewerbes ausbilden. Als solche werden die Internationalität und die interkulturellen Herausforderungen betont. Der Fokus liegt auf unterschiedlichen Beherbergungsarten ebenso wie auf der Vielfalt der Gastronomie.

Der Studiengang Hotel- und Restaurantmanagement soll die Leitsätze der Fakultät („Befähigen, Schaffen von Mehrwert, Internationalität sowie Entwicklungspotentiale und -kräfte erkennen und erschließen“) umsetzen. Dazu werden den Studierenden die allgemeinen und institutionellen betriebswirtschaftlichen Schwerpunkte sowie Sprache und interkulturelle Kompetenz vermittelt

(siehe „Konzept“). Als Zielgruppe sind Studierende mit Praxiserfahrung im Hotel- und Gaststättenbereich adressiert.

Der Studiengang richtet sich vor allem an Personen, die bereits Praxiserfahrung im Bereich Hotellerie und Gastronomie haben, was auch ein wichtiges Zulassungskriterium ist. Diese Zielgruppe ist mit über 60% bei den Zulassungen vertreten. Für die 35 Studienplätze gab es in den Jahren 2010 bis 2016 ca. 200 bis 400 Bewerber, mit leicht rückläufiger Tendenz (WS 2015/16: 212). Die Drop-Out-Quote liegt bei ca. 22%. Somit bewegt sich die Abbrecherquote in dem für das Fach üblichen Rahmen und die meisten Studierenden erreichen ihren Abschluss in der Regelstudienzeit

Der Studiengang orientiert sich an vorgegebenen Qualifikationszielen und gewährleistet eine hinreichende wissenschaftliche Befähigung. Die Zielsetzung und die allgemeinen Qualifikationsziele sind in der Studien- und Prüfungsordnung und im Diploma Supplement hinterlegt. Die Fach- und Methodenkompetenzen werden transparent dargestellt.

Sehr umfangreich werden nötige Fremdsprachenkompetenzen im Rahmen des Lehrangebots (Sprachkurse) verpflichtend curricular angeboten. Zudem werden einzelne Lehrveranstaltungen in Fremdsprachen angeboten, allerdings verstärkt in den allgemeineren Lehrveranstaltungen bzw. Wahlfächern und nur zum Teil in den hotel- und gaststättenspezifischen Angeboten.

Die quantitative Zielsetzung ist realistisch. Eine angemessene Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden und die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement sind gewährleistet. Die Schlüsselqualifikationen im Studiengang werden u.a. durch Gruppenarbeiten und freie Projekte etc. geschult. Der Studiengang befähigt die Absolventinnen und Absolventen zur individuellen Lösung fachspezifischer Aufgaben ebenso wie zur kooperativen Zusammenarbeit in Gruppen sowie dazu, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen.

Die Berufs- und Tätigkeitsfelder sind ausreichend definiert. Es gibt zahlreiche Institutionen oder Unternehmen des Hotel- und Gaststättenwesens als Kooperationspartner, u.a. auch einen fachspezifischen Beirat „Heilbronn Hospitality Förderkreis“.

Die Anforderungen der Berufspraxis werden angemessen reflektiert und die Nachfrage nach Absolventinnen und Absolventen aus dem Studiengang ist am Arbeitsmarkt gegeben. Er ergänzt die bestehenden tourismuswirtschaftlichen Studiengänge.

2.2 Weiterentwicklung der Ziele

Die Ziele sind seit der letzten Akkreditierung weitestgehend beibehalten worden.

Die Empfehlungen aus der vorangegangenen Akkreditierung die Ziele betreffend wurden reflektiert und in der Fortführung weiterentwickelt. Die Weiterentwicklungen sind sinnvoll und zielführend.

Bei der Weiterentwicklung wurden Ergebnisse des internen Qualitätsmanagements (Evaluationen, Absolventenstudien, Arbeitgeberbefragungen) ebenso wie die aktuellen (fachlichen) Entwicklungen berücksichtigt.

2.3 Zugangsvoraussetzungen

Die reformierte Zulassungssatzung für die Bachelorstudiengänge findet für den Studiengang „Hotel- und Restaurantmanagement“ (B.A.) erstmalig für die Zulassungen zum Wintersemester 2016/17 Anwendung. Sie ist adäquat in den Studienunterlagen dargestellt.

Sie berücksichtigt neben den allgemeinen Qualifikationsanforderungen (Noten) adäquat die interkulturellen Erfahrungen sowie sonstige praktische Erfahrungen und fachspezifische Ausbildung, insbesondere im Bereich der Hotel-, Gastronomie oder Tourismusbranche.

Die Zugangsvoraussetzungen sind angemessen und die geeignete Zielgruppe wird damit angesprochen. Das vorgesehene Auswahlverfahren ist adäquat und in den Studienunterlagen abgebildet. Die Studierbarkeit ist u. a. durch die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen im Bereich Tourismus sowie Hotel- und Gaststättenwesen gewährleistet.

2.4 Studiengangsaufbau

Der Studiengang folgt im Aufbau dem gleichen Grundprinzip wie der „Mutterstudiengang“ Tourismusmanagement (B.A.) – und enthält auch viele analoge Module.

Das Studium ist auf sieben Semester mit jeweils 30 ECTS-Punkte pro Semester (gesamt 210 ECTS-Punkten) konzipiert und in drei Bereiche unterteilt:

Das Grundstudium (1. und 2. Semester) vermittelt vor allem allgemeine betriebswirtschaftliche Grundlagen. Die Mehrzahl der Veranstaltungen ist für die verschiedenen Studiengänge identisch.

Das Hauptstudium (3. bis 7. Semester) vermittelt vertiefende Kenntnisse der BWL und zu Themen des Tourismus-, Hospitality- und Restaurantmanagements. Im 4. Semester ist ein BWL-Schwerpunkt zu wählen und im 6. Semester ein Spezialisierungsfach im Bereich Hospitality und Restaurantmanagement. Ein betriebswirtschaftliches Projekt-Seminar (6. Semester) sowie ein Unternehmensplanspiel (7. Semester) sind wichtige Ausbildungsformen mit engem Praxisbezug.

Das Praktikum (Praxissemester) findet im 5. Semester statt (26 Wochen, 30 ECTS-Punkte). Es wird zugleich als Auslandssemester empfohlen. Die Bachelorthesis (12,5 ECTS-Punkte) wird im 7. Semester geschrieben. Im Rahmen der Sprachausbildung ist Englisch Pflichtfach (4 Semester à 2,5 ECTS-Punkte); daneben wird eine zweite Sprache (Französisch, Spanisch) im Wahlbereich gewählt. Neben der Fach- und Methodenkompetenz wird auch soziale Kompetenz vermittelt. So werden Übungen und Seminare häufig in Gruppen von zwei bis vier Teilnehmerinnen bzw. Teilnehmern durchgeführt.

Der Studiengang ist strukturell stimmig hinsichtlich der Umsetzung der angestrebten Studiengangsziele aufgebaut. Die Einordnung der Module in die jeweiligen Fachsemester ist gut durchdacht und sie bauen sinnvoll aufeinander auf. Das Praxis-/Auslandssemester (Mobilitätsfenster) im 5. Semester fügt sich sinnvoll in den Studienverlauf ein. Die praktischen Studienanteile werden angemessen mit ECTS-Punkten versehen.

Das Abschlusssemester ist sinnvoll gestaltet. Es finden u.a. Projektmodule („Hospitality Seminar“) während der Abschlussarbeit statt? Die Qualifikationsziele der einzelnen Module tragen sinnvoll zur Gesamtkompetenz der Absolventin oder des Absolventen bei. Die Inhalte und Kompetenzen (Fachwissen, fachübergreifendes Wissen, fachliche, methodische und generische Kompetenzen, Schlüsselqualifikationen in den einzelnen Modulen) sind angemessen in Bezug auf den Bachelorabschluss.

Aktuelle Forschungsthemen werden nach Auskunft der Studierenden im Studiengang reflektiert.

Die Studierbarkeit ist durch eine geeignete Studienplangestaltung sichergestellt. Der Studiengang erfüllt die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in hohem Maße.

Es ergeben sich jedoch Empfehlungen zum Studienprogramm: Die aktuellen Formen der Beherbergung bzw. der Parahotellerie, wie Sharinghotellerie (bspw. Airbnb, Ferienimmobilien etc.) oder Camping/Caravaning etc. sowie der modernen Vertriebswege sollten neben der „klassischen“ Hotellerie und Distribution verstärkt Berücksichtigung finden.

Die Internationalisierung sollte auch im Studiengang Hotel- und Restaurantmanagement noch stärker in das Lehrangebot eingebaut sowie bei den Kooperationen berücksichtigt werden. Einige positive Ansätze diesbezüglich sind bereits vorhanden.

Ergänzend zum bisherigen Angebot sollte überlegt werden, ob nicht – analog zum Lernrestaurant - auch die Möglichkeit eines praxisnahen „Lernhotels“ geschaffen werden könnte, vor allem für die Studierenden ohne entsprechende fachspezifische Vorabqualifikation.

2.5 Modularisierung und Arbeitsbelastung

Das gesamte Studienprogramm ist modularisiert. Die Module sind im Modulhandbuch dargestellt und mit SWS sowie mit ECTS-Punkten versehen. Die insgesamt 210 ECTS-Punkte teilen sich in 60 ECTS-Punkte für das Grundstudium und 150 ECTS-Punkte für das Hauptstudium auf. Der gesamte Workload (Präsenzzeit sowie Selbststudium und Prüfungsvorbereitung) wird mit durchschnittlich 900 Arbeitsstunden pro Semester angesetzt.

Der Umfang der Pflicht-, Wahlpflicht- und Wahlmodule ist ebenso wie das Verhältnis von Präsenz- zu Selbstlernzeiten angemessen. Die Voraussetzungen für die Teilnahme an Modulen sind transparent und angemessen im Modulhandbuch bzw. in der Studien- und Prüfungsordnung dargestellt.

Der Studiengang ist in der Regelstudienzeit studierbar und die Studierbarkeit ist durch die auf Plausibilität hin überprüfte Angabe der studentischen Arbeitsbelastung gewährleistet.

2.6 Lernkontext

Es ist eine ausreichende Varianz an Lehr- und Prüfungsformen vorhanden, wie Vorlesungen, Seminare, Übungen, Präsentationen, Klausuren, Gruppenarbeiten etc.

Innovative Lehrformen und -methoden (bspw. eLearning, Internet-Plattformen (ILIAS), Fernstudienelemente) werden ebenfalls angeboten.

Die didaktischen Mittel und Methoden unterstützen die Ausbildung berufsadäquater Handlungskompetenzen bei den Studierenden; besonders hervorzuheben sind dabei das Unternehmensplanspiel sowie die fachbezogenen Exkursionen. Die Lehrveranstaltungen werden vorwiegend in deutscher Sprache angeboten; nichtsdestotrotz hat die Sprachausbildung einen hohen Stellenwert.

2.7 Weiterentwicklung des Konzepts

Gegenüber der vorangegangenen Akkreditierung wurden verschiedene Weiterentwicklungen und Ergänzungen vorgenommen, u.a.

- Profilschärfung des Studienganges,
- Stärkung der Thematik „Nachhaltigkeit im Hospitalitymanagement“
- Einführung weiterer Wahlpflichtfächer in den BWL-Schwerpunkten,
- Umbenennung und Zusammenlegung einiger Veranstaltungen
- Änderung einiger Veranstaltungs- und Prüfungsformen sowie deren Gewichtung (ECTS-Punkte und SWS).

Die aufgeführten Änderungen erscheinen im Hinblick auf die zielorientierte Weiterentwicklung des Studienganges „Hotel- und Restaurantmanagement“ (B.A.) überzeugend und sinnvoll.

Die Fakultät sowie die Verantwortlichen des Studienganges haben sich mit den Empfehlungen aus der vorangegangenen Akkreditierung auseinandergesetzt. Allerdings sahen sie keinen unmittelbaren Handlungsbedarf, da bspw. in Bezug auf den empfohlenen, verstärkten Praxisbezug in den Lehrveranstaltungen und Seminaren die langjährige Erfahrung des Lehrpersonals als adäquat betont worden war. Die Gutachtergruppe kann dieser Einschätzung weitestgehend folgen.

Bei der Weiterentwicklung wurden Ergebnisse des internen Qualitätsmanagements (Evaluationen, Absolventenstudien, Arbeitgeberbefragungen) sowie der aktuellen (fachlichen) Entwicklungen berücksichtigt.

2.8 Fazit

Wie bereits in der vorangegangenen Akkreditierung bestätigt, verfügt der Studiengang über eine klar definierte und sinnvolle, das heißt, validierte Zielsetzung; die Ziele werden transparent gemacht.

Das Konzept des Studiengangs ist insgesamt gut bis sehr gut geeignet, die Studiengangsziele zu erreichen. Das Konzept ist transparent und studierbar, und die einzelnen Studiengangsmodule führen für sich zur Erreichung der Studiengangsziele.

3 Ziele und Konzept des Studiengangs „Internationale Betriebswirtschaft – Interkulturelle Studien“ (B.A.) (IBIS)

3.1 Qualifikationsziele des Studiengangs

Im Rahmen eines siebensemestrigen Präsenzstudienganges bietet die Hochschule Heilbronn den Studiengang IBIS an. Er zielt auf die Vermittlung einer breit angelegten BWL mit einer Fokussierung auf interkulturelle und sprachliche Kenntnisse. Im Fokus stehen dabei die arabische und mit der aktuellen Studien- und Prüfungsordnung auch die hispanophone Welt. Spezielle internationale Themen im Bereich der BWL sind auf einzelne Veranstaltungen je Modul begrenzt. Ein besonderes Profil weist der Studiengang nicht auf. Er entspricht dem üblichen Aufbau eines Präsenzstudiums mit Praktikumsanteil.

Hinsichtlich der Fach- und Methodenkompetenzen entspricht der Studiengang den üblichen Qualifikationszielen. Auch Handlungs- und Sozialkompetenzen werden angemessen vermittelt. Somit sind eine angemessene Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden und die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement gewährleistet. Im Diploma Supplement wird vor allem die Zielsetzung der internationalen Fächer beschrieben. Die spezielle Ausrichtung auf die Kulturregionen ist nur innerhalb einzelner Veranstaltungen vorgesehen. Entsprechende Veranstaltungen, die sich nur speziellen Ausprägungen der BWL-Funktionen widmen, sind nicht vorgesehen.

Auffällig aus Sicht der Gutachtergruppe ist der außerordentlich gute Notendurchschnitt, der offenbar durch die kaum eingeschränkte Anrechenbarkeit von Noten entsteht. Studierende lassen sich in den Wahlbereichen nur die besten Noten anerkennen. Außerdem werden die Noten der Anfangssemester nicht berücksichtigt. Die Abbrecherquote von ca. 20% geht überwiegend auf Studienabbrüche zwischen dem dritten und vierten Semester zurück. Sie bewegt sich daher im normalen Rahmen. Die Studiendauer liegt konstant bei etwas über 8 Semestern. Der Wegfall der

Studiengebühren hat sich in diesem Studiengang offenbar nicht ausgewirkt. Im Gegensatz dazu wirken sich ein erhöhter Anteil an Auslandssemestern sowie die Notwendigkeit zur beruflichen Nebentätigkeit auf die Studiendauer aus. Die Fakultät sollte erwägen, die Auslandssemester noch besser einzubinden, so dass sie nicht notwendigerweise zu einer Verlängerung des Studiums führen.

Die beruflichen Möglichkeiten der Absolventinnen und Absolventen sind aufgrund des Angebots in der Region durchaus gegeben und wurden auch so dokumentiert. Absolventinnen und Absolventen finden ihren Berufseinstieg regelmäßig bei namhaften Arbeitgebern der Region; ob dabei jedoch die interkulturelle Ausrichtung ein wesentlicher Einflussfaktor war, ließ sich nicht erkennen.

Eine spezielle Zielgruppe für den Studiengang ist aufgrund des eher breit angelegten BWL-Programms nicht erkennbar. Mit der Ausweitung auf den spanischsprachigen Kulturraum wurde die Zielgruppe nochmals erweitert. In Anbetracht der ungebrochen hohen Bewerberzahl ist die Kombination aus interkultureller Kultur einschließlich Sprachen und BWL weiterhin ein Alleinstellungsmerkmal der Hochschule.

3.2 Weiterentwicklung der Ziele

Die Stärkung interkultureller Themen findet in der aktuellen Studien- und Prüfungsordnung (SPO 4 2014) nur begrenzt Eingang. In erster Linie werden die zentralen Bereiche einer funktionalen BWL unter internationalem Titel angeboten, bspw. internationales Controlling. Darüber hinaus wurde mit „Intercultural Communication“ eine typische international ausgerichtete Veranstaltung eingeführt, die jedoch die Fokussierung auf die Kulturräume vermissen lässt. Die Einrichtung zielgruppenorientierter Veranstaltungen, z. B. Islamic Finance, hat die Fakultät aufgrund der geringen Bandbreite der Zielgruppe abgelehnt.

Ob die Evaluationsergebnisse diese Überlegungen stützen, konnten von den Gutachterinnen und Gutachtern nicht geprüft werden, da die Fakultät mit dem Argument des Datenschutzes keine Ergebnisse zur Verfügung gestellt hat.

Die Gutachtergruppe kommt daher zu dem Ergebnis, dass es weiterhin eine deutliche Trennung zwischen dem Bereich Kultur und Sprache – verankert in den Kulturraumstudien sowie in den Sprachkursen – und dem Bereich BWL – eher allgemein gehalten durch international ausgeprägte Veranstaltungen – gibt.

3.3 Zugangsvoraussetzungen

Das Auswahlverfahren entspricht allgemeinen Standards. Für das Auswahlverfahren im Rahmen der Zulassung gilt seit Oktober 2015 eine Satzung, die im Sommersemester 2016 erstmalig zum Einsatz kam. Demnach werden 10% der Studienplätze nach Wartezeit und die übrigen 90% nach

den Regelungen der Satzung vergeben. Maßgebend sind dabei lediglich die Durchschnittsnoten aus der Hochschulzugangsberechtigung (70%) und im Fach Englisch (30%). Studiengangsspezifische Leistungen können nur im Rahmen einer studiengangbezogenen Berufsausbildung berücksichtigt werden. Die Note dieser Berufsausbildung kann mit 20% in die Durchschnittsnote der Hochschulzugangsberechtigung eingehen, wenn dadurch eine Verbesserung entsteht.

Das Auswahlverfahren ist angemessen, unterstützt jedoch die Prüfung der Studierbarkeit dieses Studienganges nur begrenzt. Mit der Einbeziehung von Englisch in die Zulassung erfüllt die Fakultät eine Empfehlung der Gutachtergruppe aus der Akkreditierung von 2011.

Studierende, die ein Auslandssemester absolvieren, erhalten bereits vorab eine Bestätigung, welche Veranstaltungen der Auslandshochschule in ihrem Studiengang anerkannt werden können.

Aufgrund der hohen Bewerberzahlen ist ein Quereinstieg frühestens nach dem 2. Studiensemester bei entsprechendem Leistungsnachweis möglich.

3.4 Studiengangsaufbau

IBIS ist als siebensemestriger Studiengang mit 210 ECTS-Punkte konzipiert. Der Studiengang entspricht in seinem Aufbau den allgemeinen Anforderungen eines Betriebswirtschaftsstudienganges. Die einzelnen betrieblichen Funktionen werden gleichwertig behandelt, wobei die Studierenden Vertiefungen im Rahmen von Major und Minor Modulen wählen können.

Der Praxisbezug wird unterstützt durch ein Praxissemester, das planmäßig im 5. Semester erfolgen soll. Durch ein Auslandssemester soll der internationale Bezug gestärkt werden. Dies ist nicht verpflichtend und kann ein Studien- oder das Praxissemester ersetzen. Für das Auslandssemester bestehen Kontakte zu fünf Hochschulen in arabischsprachigen Ländern. In einem Fall besteht auch die Möglichkeit, ein *Double Degree* zu erwerben. Für den hispanophonen Sprachraum stehen 14 Partnerhochschulen in Südamerika und Spanien zur Auswahl, davon ebenfalls eine spanische Hochschule mit der Möglichkeit zum *Double Degree*.

Für die Studierenden des arabischen Kulturraums besteht die Möglichkeit, zwischen den Fremdsprachen Arabisch und Französisch zu wählen. Tendenziell schränkt dies das generelle Verständnis des arabischen Sprachraums ein, erleichtert aber andererseits wiederum die Gewinnung Studierender. Für den hispanophonen Schwerpunkt ist Spanisch als zweite Fremdsprache nach Englisch verpflichtend. Darüber hinaus werden zu einigen betrieblichen Funktionen im Rahmen der Major-Module auch Veranstaltungen mit internationale relevanten Inhalten angeboten.

Die Anfertigung der Thesis wird durch ein Seminar unterstützt. Anteilig macht die Thesis jedoch nur 12,5 (2,5 ECTS-Punkte für das Thesis-Seminar) von 30 ECTS-Punkten im 7. Semester aus. Eine

Konzentration auf die Abschlussarbeit ist in diesem Fall erschwert. Die 2012 eingeführte Zweiteilung des siebten Semesters, nach der die zweite Hälfte des Semesters der Bachelorarbeit vorbehalten bleibt, erscheint daher sinnvoll.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass der Studiengang die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse erfüllt.

3.5 Modularisierung und Arbeitsbelastung

Der Studiengang ist modularisiert. Die Arbeitsbelastung ist über den siebensemestrigen Studiengang hinweg gleichmäßig verteilt. Nach den Befragungsergebnissen unter den Studierenden sind die durchschnittlich 40,2 Zeitstunden pro Woche ein Umfang, der dem geplanten Zeitfenster entspricht. Mehrheitlich sind die Module auf 30 Stunden Präsenz und 15 Stunden Selbststudium ausgelegt. Dies entspricht der üblichen Arbeitsbelastung.

Landesüblich ist die Einrichtung einer Bachelorvorprüfung, die als Voraussetzung für die höheren Fachsemester gesehen wird. Hierbei handelt es sich wie bei der Bachelorprüfung jedoch nicht um eine gesonderte zusätzliche Prüfung, sondern nur um die Zusammenfassung der vorangegangenen Modulprüfungen.

Die Voraussetzungen und Inhalte der einzelnen Module sind im Modulhandbuch transparent dargestellt. Besondere Einschränkungen sind hier nicht zu erkennen. Die Module sind als Vielfaches von 2,5 konzipiert, so dass eine erhöhte Flexibilität auch in der Anrechenbarkeit gegeben ist.

3.6 Lernkontext

Die eingesetzten Lehrformen entsprechen den heute üblichen Standards. Dabei kommen Seminare und studentische Projektarbeiten ebenso zum Einsatz wie klassischer Frontalunterricht. 59% der Veranstaltungen entfallen auf Vorlesungen bzw. Vorlesungen mit Übungen. Der Rest entfällt auf Seminare, Sprachkolloquien und Planspiele.

Besonders innovative Methoden konnten nicht in größerem Umfang festgestellt werden. E-Learning Plattformen werden für weniger komplexe Aufgaben, für die Skriptverteilung etc., eingesetzt.

Besonderes Augenmerk wird auf das Angebot englischsprachiger Veranstaltungen gelegt. Die auf die Sprachräume bezogenen Themen werden – neben den Sprachkursen – vor allem in den Kulturraumstudien abgedeckt. Zusätzlich gibt es in den Major-/Minor-Modulen eine Veranstaltung mit 5 ECTS-Punkten, die internationale Zusammenhänge aus dem jeweiligen Schwerpunkt behandelt. Fachveranstaltungen werden mehrfach in Englisch und vereinzelt in Spanisch angeboten. Sehr begrenzt gibt es ein fremdsprachliches Angebot im Rahmen der interkulturellen Studien.

3.7 Weiterentwicklung des Konzepts

Im Nachgang zur vorherigen Akkreditierung wurden die Module noch einmal gestrafft und auch weitergehend mit Blick auf das Studienziel geordnet. Die Weiterentwicklungen sind sinnvoll und haben die aktuellen (fachlichen) Entwicklungen ausreichend berücksichtigt.

3.8 Fazit

Das Angebot eines speziell auf andere als deutsche und anglophone Sprachräume ausgerichteten Betriebswirtschaftsstudienganges ist nach den vorliegenden Erkenntnissen ein erfolgreiches Alleinstellungsmerkmal der Hochschule. Die besonders starke Nachfrage nach dem spanischsprachigen Raum zeigt, dass diese Erweiterung für den Studiengang sinnvoll war. Eine erkennbare Verbindung zwischen den Veranstaltungen zur internationalen Betriebswirtschaft und den Kulturraumstudien wird angeregt.

Die Gutachtergruppe empfiehlt weiterhin, die Berücksichtigung kulturraumspezifischer Betriebswirtschaft zu verstärken. Seit der Erstakkreditierung sind Veranstaltungen mit internationaler Ausrichtung in das Curriculum aufgenommen worden; jedoch sollte mit Blick auf das Alleinstellungsmerkmal des Studiengangs auch in der Betriebswirtschaft eine Fokussierung auf die arabischen und spanischen Sprachräume deutlicher werden.

Die Gutachterinnen und Gutachter unterstützen daher auch die Zielsetzung der Fakultät, den Studiengang Internationale Betriebswirtschaft – Osteuropa (s.u.) als Schwerpunkt in den Studiengang IBIS zu integrieren. Dies bietet den Studierenden mehr Optionen während des Studiums und für den Berufseinstieg. Die Fakultät hat zudem die Möglichkeit, die Studierendenzahl den Entwicklungen zwischen den Kulturräumen anzupassen.

Insgesamt ist der Studiengang als studierbar eingestuft. Der Aufbau ist transparent und für die Studierenden hinsichtlich seiner Anforderungen und auch seitens des Ablaufs klar einschätzbar.

4 Ziele und Konzept des Studiengangs „Internationale Betriebswirtschaft – Osteuropa“ (B.A.) (IBO)

4.1 Qualifikationsziele des Studiengangs

Im Rahmen eines siebensemestrigen Präsenzstudienganges bietet die Hochschule Heilbronn den Studiengang IBO an. Dieser zielt auf die Vermittlung einer breit angelegten BWL mit einer Fokussierung auf internationale, insb. osteuropäische Themen ab. Ergänzt werden soll die Qualifikation um interkulturelle und fremdsprachliche Kenntnisse in Russisch und Englisch. Die erforderlichen Sprachkurse werden im Rahmen des Studiums verpflichtend angeboten. Spezielle internationale Themen im Bereich der BWL sind außerhalb der Sprachkurse, bspw. Wirtschaftskommunikation-

Russisch, auf einzelne Veranstaltungen je Modul begrenzt, die zudem nur teilweise auf osteuropäische Belange zugeschnitten sind. Ein besonderes Profil weist der Studiengang nicht auf. Er entspricht dem üblichen Aufbau eines Präsenzstudiums mit Praktikumsanteil.

Hinsichtlich der Fach- und Methodenkompetenzen entspricht der Studiengang den üblichen Qualifikationszielen. Auch Handlungs- und Sozialkompetenzen, im Rahmen der Persönlichkeitsentwicklung, werden angemessen vermittelt. Im Diploma Supplement wird vor allem die Zielsetzung der internationalen Fächer beschrieben. Die Studien- und Prüfungsordnung geht weniger auf die spezielle Zielsetzung des Studienganges ein, da sie durch die Rahmenordnung standardisiert ist.

Auffällig aus Sicht der Gutachtergruppe ist auch in diesem Studiengang der außerordentlich gute Notendurchschnitt, der offenbar durch die kaum eingeschränkte Anrechenbarkeit von Noten entsteht. Studierende lassen sich in den Wahlbereichen nur die besten Noten anerkennen. Außerdem werden die Noten der Anfangssemester nicht berücksichtigt. Die Abbrecherquote von ca. 20% geht überwiegend auf Studienabbrüche in den ersten vier Semester zurück. Sie bewegt sich daher im normalen Rahmen. Die Studiendauer ist seit 2011 von 7,33 auf 8,97 Semester angestiegen. Als Ursache dafür wird hier allerdings der geringere Druck durch den Wegfall der Studiengebühren gesehen. Ferner wirken sich auch ein erhöhter Anteil an Auslandssemestern sowie die Notwendigkeit zur beruflichen Nebentätigkeit aus.

Die beruflichen Möglichkeiten der Absolventinnen und Absolventen sind aufgrund des Angebotes in der Region durchaus gegeben und wurden auch so dokumentiert. Sie finden ihren Berufseinstieg mehrheitlich bei namhaften Arbeitgebern der Region; ob dabei jedoch die Ausrichtung auf Osteuropa ein wesentlicher Einflussfaktor war, ließ sich nicht erkennen.

Eine spezielle Zielgruppe für den Studiengang ist aufgrund des eher breit angelegten BWL-Programms nicht erkennbar. Wie bereits aus den rückläufigen Bewerberzahlen erkennbar wurde, ist eine Eingrenzung der Zielgruppe in Zukunft nicht zu empfehlen, da diese die Zahl der potentiellen Bewerberinnen und Bewerber noch weiter reduzieren könnte.

4.2 Weiterentwicklung der Ziele

Die Stärkung interkultureller Themen findet in der aktuellen Studien- und Prüfungsordnung (SPO 3 2014) nur begrenzt Eingang. In erster Linie werden die zentralen Bereiche einer funktionalen BWL unter internationalem Titel angeboten, bspw. internationales Controlling. Darüber hinaus wurde mit „Global Leadership“ eine typische international ausgerichtete Veranstaltung eingeführt, die jedoch die Fokussierung auf Osteuropa vermissen lässt.

Ob die Evaluationsergebnisse diese Überlegungen stützen, konnte von den Gutachterinnen und Gutachtern nicht geprüft werden, da die Fakultät mit dem Argument des Datenschutzes keine Ergebnisse zur Verfügung gestellt hat.

Die Gutachtergruppe kommt daher zum Ergebnis, dass interkulturelle Themen mit Bezug auf Osteuropa im engeren Sinne im Studiengang weiterhin unterrepräsentiert sind.

4.3 Zugangsvoraussetzungen

Das Auswahlverfahren entspricht allgemeinen Standards. Für das Auswahlverfahren im Rahmen der Zulassung gilt seit Oktober 2015 eine Zulassungssatzung. Demnach werden 10% der Studienplätze nach Wartezeit und die übrigen 90% nach den Regelungen der Satzung vergeben. Maßgebend sind dabei lediglich die Durchschnittsnoten aus der Hochschulzugangsberechtigung und im Fach Englisch. Studiengangsspezifische Leistungen können nur im Rahmen einer studiengangbezogenen Berufsausbildung berücksichtigt werden. Die Note dieser Berufsausbildung kann mit 20% in die Durchschnittsnote der Hochschulzugangsberechtigung eingehen, wenn dadurch eine Verbesserung entsteht.

Das Auswahlverfahren ist angemessen, unterstützt jedoch die Prüfung der Studierbarkeit dieses Studienganges nur begrenzt.

Studierende, die ein Auslandssemester absolvieren, erhalten bereits vorab eine Bestätigung, welche Veranstaltungen der Auslandshochschule in ihrem Studiengang anerkannt werden können.

4.4 Studiengangsaufbau

IBO ist als siebensemestriger Studiengang mit 210 ECTS-Punkten konzipiert. Der Studiengang entspricht in seinem Aufbau den allgemeinen Anforderungen eines Managementstudienganges. Die einzelnen betrieblichen Funktionen werden gleichwertig behandelt, wobei die Studierenden Vertiefungen im Rahmen von Major und Minor Modulen wählen können.

Der Praxisbezug wird unterstützt durch ein Praxissemester, das planmäßig im 5. Semester erfolgen soll. Durch ein Auslandssemester soll der internationale Bezug gestärkt werden. Dies ist nicht verpflichtend und kann ein Studien- oder das Praxissemester ersetzen. Für das Auslandssemester bestehen Kontakte zu Hochschulen in zehn osteuropäischen Staaten. Ferner besteht noch eine Double-Degree-Vereinbarung mit einer russischen Hochschule.

Außer den beiden Fremdsprachen Englisch und Russisch werden zwei Veranstaltungen zu interkulturellen Studien angeboten, die vor und nach dem Praxissemester absolviert werden sollten. Darüber hinaus werden zu einigen betrieblichen Funktionen im Rahmen der Major-Module auch Veranstaltungen mit internationalem Kontext angeboten.

Die Anfertigung der Thesis wird durch ein Seminar unterstützt. Anteilig macht die Thesis jedoch nur 12,5 (inkl. 2,5 ECTS-Punkte für das Bachelorseminar) von 30 ECTS-Punkte im 7. Semester aus. Eine Konzentration auf die Abschlussarbeit ist in diesem Fall erschwert. Die 2012 eingeführte Zweiteilung des 7. Semesters, nach der die zweite Hälfte der Bachelorarbeit vorbehalten bleibt, hat sich nach Auskunft der Studierenden bewährt.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass der Studiengang die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse erfüllt.

4.5 Modularisierung und Arbeitsbelastung

Die Arbeitsbelastung ist über den siebensemestrigen Studiengang hinweg gleichmäßig verteilt. Zwar weisen die Befragungsergebnisse für 2015 eine leicht erhöhte Arbeitsbelastung auf, jedoch können dafür auch externe Faktoren verantwortlich gewesen sein, da keine Veränderungen im Studienaufbau usw. erkennbar sind. Mehrheitlich sind die Module auf 30 Stunden Präsenz und 15 Stunden Selbststudium ausgelegt. Dies entspricht der üblichen Arbeitsbelastung.

Landesüblich ist die Einrichtung einer Bachelorvorprüfung, die als Voraussetzung für die höheren Fachsemester gesehen wird. Hierbei handelt es sich wie bei der Bachelorprüfung jedoch nicht um eine gesonderte zusätzliche Prüfung, sondern nur um die Zusammenfassung der vorangegangenen Modulprüfungen.

Die Voraussetzungen und Inhalte der einzelnen Module sind im Modulhandbuch transparent dargestellt. Besondere Einschränkungen sind hier nicht zu erkennen. Die Module sind als Vielfaches von 2,5 konzipiert, so dass eine erhöhte Flexibilität auch in der Anrechenbarkeit gegeben ist.

4.6 Lernkontext

Die eingesetzten Lehrformen entsprechen den heute üblichen Standards. Dabei kommen Seminare und studentische Projektarbeiten ebenso zum Einsatz wie klassischer Frontalunterricht. Besonders innovative Methoden konnten nicht in größerem Umfang festgestellt werden. E-Learning Plattformen werden für einfachere Aufgaben, Skriptverteilung usw., eingesetzt.

Besonderes Augenmerk wird auf das Angebot englischsprachiger Veranstaltungen gelegt. Die Zielrichtung Osteuropa wird sprachlich weitestgehend durch russisch abgedeckt. Fachveranstaltungen in Russisch werden jedoch nur sehr begrenzt im Rahmen der interkulturellen Studien angeboten.

4.7 Weiterentwicklung des Konzepts

Im Nachgang zur vorherigen Akkreditierung wurden die Modul noch einmal gestrafft und auch weitergehend mit Blick auf das Studienziel geordnet.

4.8 Fazit

Das Angebot eines speziell auf Osteuropa ausgerichteten BWL-Studienganges ist nach den vorliegenden Erkenntnissen keine vertretbare Zielsetzung für ein eigenständiges Angebot. Eine wirtschaftliche Tätigkeit in Osteuropa verlangt aktuell zunehmend weniger spezifische Kenntnisse, die

die kulturellen Eigenheiten betreffen. Dies bestätigt auch das insgesamt geringe Angebot an Osteuropa-spezifischen Lehrveranstaltungen innerhalb des Studienganges sowie die zurückgehende Nachfrage an Studienbewerberinnen und -bewerbern.

Die Gutachtergruppe unterstützt daher die Zielsetzung der Fakultät den Studiengang IBO als eigenständigen Studiengang aufzulösen und stattdessen als Schwerpunkt in den Studiengang IBIS zu integrieren. Dies bietet den Studierenden mehr Optionen während des Studiums und für den Berufseinstieg. Grundlagen der Betriebswirtschaft müssen in IBIS dann nicht auf eine bestimmte Weltregion ausgerichtet werden.

Insgesamt ist der Studiengang als studierbar eingestuft. Der Aufbau ist transparent und für die Studierenden hinsichtlich seiner Anforderungen und auch seitens des Ablaufs klar einschätzbar.

5 Ziele und Konzept des Studiengangs „Weinbetriebswirtschaft“ (B.A.)

5.1 Qualifikationsziele des Studiengangs

Zielsetzung des Studiengangs ist es, nach Aussage der Hochschule, „qualifizierte Fachleute für die Weinwirtschaft auszubilden, die kompetent in Fragen der Betriebswirtschaft, des Weinmarketings, des Weinanbaus und der Önologie sind und sich stets auf dem neuesten Stand der Forschung befinden“. Die Studierenden werden auf die vielfältigen aktuellen Aufgaben in der Weinwirtschaft vorbereiten. Dies wird an der Interdisziplinarität des Studiums deutlich – Marketing und Internationaler Weinmarkt, Rechnungswesen und Weinbau, Weinsensorik, Qualitätsmanagement sowie Tourismus ergeben eine ausgewogene und breite Basis für spätere Führungsaufgaben. Neben einem Praxissemester im In- oder Ausland haben die Studierenden die einzigartige Möglichkeit, bereits während des Studiums kontinuierlich praktische Erfahrung in der im Studiengang ansässigen Lehrfirma „Perspektive Wein eG“ zu sammeln. Theoretische betriebswirtschaftliche Erkenntnisse können in diesem Rahmen erprobt und angewandt werden. Durch die Übernahme einer verantwortungsvollen Position werden Teamfähigkeit und Problemlösungskompetenz erworben und bereits früh der Übergang ins spätere Berufsleben vorbereitet.

Den Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs „Weinbetriebswirtschaft“ (B.A.) stehen alle betriebswirtschaftlich orientierten Berufsfelder in der nationalen und internationalen Weinwirtschaft sowie zahlreiche verwandte Bereiche offen. Kellereien und Genossenschaften, Bereiche des Imports und Exports, Lebensmittel-, Groß- und Einzelhandel, ebenso Fachhandel und Verbände bieten den Studierenden interessante und zukunftssichere Karrieremöglichkeiten.

Die Absolventinnen und Absolventen des Studienganges übernehmen Aufgaben in den Bereichen:

Marketing und Vertrieb,

Einkauf,

Produktion und Logistik,

Beratung und Unternehmensführung,

Controlling, Finanzen und Rechnungswesen.

Die fachliche und wissenschaftliche Qualifikation der Studierenden der „Weinbetriebswirtschaft“ (B.A.) wird durch soziale, ökologische und interkulturelle Kompetenz ergänzt. Durch moderne anwendungsorientierte Lehrformen werden die Studierenden auf ein immer dynamischer werdendes Umfeld vorbereitet, welches mehr als fachlich hervorragende Qualifikation erfordert.

Die Absolventinnen und Absolventen haben mit ihrem Studium der „Weinbetriebswirtschaft“ (B.A.) die methodischen und praktischen Fähigkeiten erworben, um Führungsaufgaben in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Produktentwicklung, Werbung, Verkaufsförderung, Merchandising, Personalmanagement, Organisation und Controlling, zu übernehmen. Die Schwerpunkte liegen insbesondere in der Entwicklung von Marketingkonzepten, der Umsetzung von Vertriebsstrategien und dem Einsatz in Personalwesen und Verwaltung in Unternehmen der Weinwirtschaft.

Die Definition, Umsetzung und Erreichung der Ziele wird regelmäßig mit den Studierenden, den Dozentinnen und Dozenten sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besprochen (Abteilungssitzungen, Fachgruppensitzungen und Studienkommissionssitzungen), sowie mit den Anforderungen der Wirtschaft abgeglichen (Praxissemesterbetreuung, Abschlussarbeitsbetreuung). Da sich ein Alumni Netzwerk auf Fakultätsebene noch im Aufbau befindet, wird bis heute auf die Ergebnisse der zentral durchgeführten Abgänger Befragungen zurückgegriffen, um die Akzeptanz der Studierenden auf dem Arbeitsmarkt zu überprüfen. Die Ergebnisse der Abgänger Befragungen der vergangenen Jahre zeigen, dass die Beschränkung der Studienanfängerinnen und -anfänger, die ein Studium in überschaubaren Kleingruppen ermöglichen und der Bedarf der Weinwirtschaft an betriebswirtschaftlich geschultem Personal zu guten Aussichten der Heilbronner Absolventinnen und Absolventen auf dem Arbeitsmarkt führen.

Die quantitativen Ziele des Studiengangs hinsichtlich der Bewerberzahlen, der Studienanfängerzahlen und Annahmquoten wurden erreicht und haben sich in den vergangenen sieben Jahren stabilisiert. Nach einem festgelegten Auswahlverfahren werden pro Jahr zwischen 50 und 70 Bewerber zugelassen. Die Annahmquote schwank zwischen 75% und 100% wodurch die Auslastung des Studiengangs jedes Jahr gegeben war.

Der Anteil weiblicher Studierender liegt im Durchschnitt bei 40%. Der erhöhte Anteil von männlichen Bewerbern seit Wintersemester 2012 spiegelt sich in der Anzahl der männlichen Studienanfänger wider. Der Anteil ausländischer Studierender liegt im Durchschnitt bei unter 5%. Die Anzahl der Studierenden außerhalb der Regelstudienzeit hat sich seit der vorangegangenen Akkreditierung erhöht, weil die Studiendauer zwischen 7 und 8,7 Semestern liegt. Die Hochschule

erklärt den Anstieg der durchschnittlichen Studiendauer mit Schwellenängsten vor Modulprüfungen, da diese im Rahmen von Feedbackgesprächen und Studienkommissionssitzungen seitens der Studierenden geäußert wurden.

Die Daten der Unterlagen zeigen, dass sich die Studiengangsabbrecherinnen und -abbrecher in einem überschaubaren Rahmen bewegen und die Durchschnittsnoten der Absolventen zwischen 1,8 und 2,3 liegen.

5.2 Weiterentwicklung der Ziele

Um die Chancen der Heilbronner Weinbetriebswirtschaft- Absolventinnen und -Absolventen auf dem Arbeitsmarkt zu erhöhen, wird auf eine breite betriebswirtschaftliche Ausbildung geachtet. Hinsichtlich der Empfehlung aus der vorangegangenen Akkreditierung wird der Weinbezug bereits ab dem 1. Semester durch die Veranstaltungen G3.1 Sensorik I und G3.2 Einführung in die Weinwirtschaft sichergestellt.

5.3 Zugangsvoraussetzungen

Im Bachelorstudiengang „Weinbetriebswirtschaft“ (B.A.) ist die allgemeine, fachgebundene oder Fach-/Hochschulreife Grundvoraussetzung für eine Zulassung. Es werden 90% der Studienplätze über ein studiengangspezifisches Auswahlverfahren vergeben, bei weiteren 10% wird die Wartezeit berücksichtigt. Es kommen im Auswahlverfahren folgende Kriterien zur Anwendung:

1. Durchschnittsnote der Hochschulzugangsberechtigung (60%),
2. Note einer studiengangbezogenen Berufsausbildung (25%) und
3. Qualifizierende Auslandserfahrung (15%).

Das Auswahlverfahren ist angemessen. Es unterstützt die Prüfung der Studierbarkeit dieses Studienganges jedoch nur begrenzt.

5.4 Studiengangsaufbau

Das Studium der „Weinbetriebswirtschaft“ (B.A.) umfasst 210 ECTS-Punkte in sieben Semestern und ist in drei Bereiche unterteilt: das Grundlagenstudium im ersten und zweiten Semester, ein praktisches Studiensemester (Praxisphase) im fünften Semester, das weiterführende Studium in den Semestern drei und vier sowie sechs und sieben.

Der Workload ist mit 30 ECTS-Punkten pro Semester gleichmäßig verteilt.

Inhaltlich bietet das Studium betriebswirtschaftliche Grundlagen im Grundstudium, die im weiterführenden Studium vertieft und für die Weinwirtschaft spezifiziert werden. Bereits im ersten Semester werden die Studierenden durch die Lehrveranstaltung „Einführung in die Weinwirtschaft“

auf die weinspezifischen Themen des Studiengangs vorbereitet. Mit der Lehrveranstaltung „Weinsensorik I“ werden den Studierenden die Besonderheiten des Produkts Wein vermittelt. Die Veranstaltung „Proseminar Weinwirtschaft“ im zweiten Semester dient dazu den Studierenden die methodischen Grundlagen für wissenschaftliches Arbeiten zu vermitteln. Der Bedeutung des Marketings innerhalb des Studiums wird durch die Veranstaltung „Weinmarketing“ im dritten und vierten Semester Rechnung getragen. Im vierten und sechsten Semester wird das „Weinmarketing“ durch den „Internationalen Weinmarkt und Vertrieb“ abgeschlossen. Im Bereich Rechnungswesen werden die im Grundstudium erworbenen Kenntnisse durch die Lehrveranstaltungen „Rechnungswesen und Steuerlehre in der Weinwirtschaft“ im Hauptstudium vertieft und auf die spezielle Situation von Unternehmen der Weinwirtschaft angewandt. Die im zweiten Semester erworbenen Kenntnisse im Bereich Recht werden durch die Lehrveranstaltungen „Agrar- und Weinbaupolitik“ sowie „Internationales Weinrecht“ im Hauptstudium um weinspezifische Inhalte erweitert und vertieft. Ein fachgerechter Umgang mit weinbaulichen und önologischen Begriffen wird den Studierenden durch die Lehrveranstaltung „Wine Terminology“ im dritten Semester ermöglicht.

Aus Sicht der Gutachtergruppe ist die Studierbarkeit durch diese Studienplangestaltung sichergestellt. Der Studiengang erfüllt die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

5.5 Modularisierung und Arbeitsbelastung

Der Studiengang ist modularisiert. Die einzelnen Module sind so auf die Semester verteilt, dass eine gleichmäßige Arbeitsbelastung von 900 Arbeitsstunden pro Semester anfällt. Die Module sind als Vielfaches von 2,5 konzipiert und umfassen zwischen 2,5 und 12,5 ECTS-Punkte; die Bachelorthesis umfasst 10 plus 2,5 ECTS-Punkte für das Thesis-Seminar.

Der Anteil an Wahlpflichtmodulen ist gering. Er existiert praktisch nur in der Vertiefungsrichtung Weinhandelsmanagement. Die Struktur der Module ist konsistent und klar. Der Umfang der Pflicht- und Wahlpflichtmodule im Studium ist angemessen. Die Erfassung des Workloads ist nachvollziehbar und deutet auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Präsenzzeiten und Selbstlernzeiten hin. Die Studierbarkeit erscheint gewährleistet. Die Qualifikationsziele der einzelnen Module tragen in angemessener Weise sowohl zur fachlichen als auch überfachlichen Gesamtkompetenz der Absolventinnen und Absolventen bei.

5.6 Lernkontext

Für die Vermittlung von Wissen und Fertigkeiten werden neben den Vorlesungen auch Übungen, Labore, Seminare und Exkursionen eingesetzt.

Zur Wissensvermittlung werden moderne Medien eingesetzt. Die Hörsäle und Seminarräume sind mit Beamern ausgestattet. Interaktives Lernen ermöglicht die Internetplattform ILIAS, die von den

Professorinnen und Professoren im Studiengang genutzt wird. Die erforderlichen Veranstaltungunterlagen werden in der Regel auf der eLearning-Plattform der Hochschule oder auch auf den Homepages der Dozentinnen und Dozenten (Gliederung, Übungsaufgaben, Literatur, Anleitungen, Lesematerial etc.) zur Verfügung gestellt.

Die Unterrichtssprache ist abgesehen von den verpflichtenden englischen Sprachmodulen (ab dem 1. Semester) und der Lehrveranstaltung Wine Terminology deutsch. Bei vielen betriebswirtschaftlichen Veranstaltungen besteht jedoch zudem eine Wahlmöglichkeit zwischen Englisch und Deutsch, da viele Fächer parallel sowohl in deutscher als auch in englischer Sprache angeboten werden.

5.7 Weiterentwicklung des Konzepts

Die themenkomplexe Weinbeurteilung und Sensorik sind im Rahmen der Studien- und Prüfungsordnung-Reform nochmals ausgebaut worden. Die den Studienablauf definierende SPO 5, die am 1.9.2014 in Kraft getreten ist, sieht bereits im ersten Semester die Veranstaltung „Weinsensorik I“ vor. Fortgeführt wird diese im zweiten Semester mit der Veranstaltung „Weinsensorik II“ und spezifiziert im dritten Semester mit der Veranstaltung „Sensorik III“. Es wurden Wünsche und Verbesserungsvorschläge, die in Gesprächen mit der Praxis und auch mit Studierenden geäußert wurden, aufgenommen und in der Konzeption des Studiengangs berücksichtigt. So wurde ein zweiter Weinschwerpunkt „Produktionsmanagement Wein“ eingeführt, es wurden die weinspezifischen Inhalte gestärkt sowie der Nachhaltigkeitsaspekt im Weinbau und der Önologie neu strukturiert und verbindlich in die Lehre integriert.

5.8 Fazit

Der Studiengang „Weinbetriebswirtschaft“ (B.A.) verfügt – wie schon in der vorangegangenen Akkreditierung – über eine klar definierte und sinnvolle Zielsetzung, die den aktuellen fachlichen Entwicklungen angepasst wurde.

Aus Sicht der Gutachtergruppe ist das Konzept insgesamt geeignet, die Studiengangsziele zu erreichen. So ist der Studiengang der „Weinbetriebswirtschaft“ (B.A.) seit der vorangegangenen Akkreditierung laufend angepasst worden, um eine noch bessere Ausrichtung der Studieninhalte und des Studienaufbaus an den Bedürfnissen der Weinbranche und den Ansprüchen der Studierenden zu erreichen und eine noch schärfere Profilierung und Abgrenzung zu anderen Studienangeboten im Bereich Wein sicherzustellen.

6 Ziele und Konzept der Studiengänge „Tourismusmanagement“ (B.A.) und „International Tourism Management“ (M.A.)

6.1 Qualifikationsziele des Studiengangs „Tourismusmanagement“ (B.A.)

Der seit 2004 (auf der Basis eines 1975 eingerichteten Vorläufer-Diplomstudiengangs) laufende Bachelorstudiengang „Tourismusmanagement“ (B.A.) stellt einen der zentralen Studiengänge der Fakultät für International Business an der Hochschule Heilbronn dar. Entsprechend dem Grundprinzip der Hochschule Heilbronn einer klaren regionalen Verankerung bei gleichzeitiger internationaler Öffnung kann der Studiengang „Tourismusmanagement“ (B.A.) als voll diesem Prinzip der anwendungsorientierten Ausbildung für den Arbeitsmarkt sowohl in der Region als auch im nationalen Rahmen zugehörig charakterisiert werden.

Die personelle Ausstattung des Studiengangs ist angemessen, um ein Arbeiten auch in kleineren Seminargruppen und eine individuelle Betreuung der Studierenden zu ermöglichen. Von den Studierenden wurde den Lehrenden weitgehend eine gute Ansprechbarkeit bescheinigt.

Der Studiengang ist voll ausgelastet (zulassungsbeschränkt mit hochschulinternem NC), wobei die Nachfrage die zur Verfügung stehenden Studienplätze regelmäßig deutlich übersteigt.

Der Studiengang „Tourismusmanagement“ (B.A.) ist an entsprechenden einschlägigen Qualifikationszielen orientiert. Dabei wird insbesondere auch auf die „Employability“ ein angemessenes Augenmerk gerichtet, der Fokus liegt auf einer Verzahnung mit der regionalen (Tourismus-) Wirtschaft. Gleichzeitig liegt der Schwerpunkt auf fachlichen Qualifikationszielen, auch wenn überfachliche Aspekte und die wissenschaftliche Befähigung ebenfalls angemessen berücksichtigt werden.

Die einschlägigen Verordnungen bzw. Vorgaben wurden bei der Weiterentwicklung des Studiengangs weitgehend berücksichtigt.

In die Weiterentwicklung des Studiengangs sind zwar Kontakte mit Praxisvertretern eingeflossen, ohne dass diese allerdings – bspw. über einen Beirat oder eine separate Befragung – klar strukturiert organisational eingebunden gewesen wären.

Bei einer Kapazität von etwa 90 Studierenden pro Jahr sind regelmäßig zwischen 1.500 und 2.000 Bewerbungen zu verzeichnen. Damit erfährt das Studienangebot eine ausgesprochen gute Resonanz. Die Schwundquote der Studienabbrecher liegt im Bereich von unter 20 % und kann damit als angemessen bezeichnet werden.

Das Studium hat das Ziel, auf einer breiten betriebswirtschaftlichen Basis vor allem für den touristischen Arbeitsmarkt auszubilden. Dabei sind gewisse Spezialisierungsoptionen in Richtung Reisewirtschaft, Geschäftstourismus, Destinationsmanagement und Nachhaltigkeit vorhanden. Damit

wird ein ausgewogenes Verhältnis zwischen teilweise notwendiger Spezialisierung und der gebotenen Flexibilität zur Anpassung an konjunkturelle Schwankungen auf dem Arbeitsmarkt gewährleistet. Auch im Vergleich mit ähnlich gelagerten Studiengängen erscheint der Spezialisierungsgrad angemessen.

Neben der klar erkennbaren Arbeitsmarktorientierung wird ausreichend Gewicht auf die Wissenschaftlichkeit des Studiums gelegt. Die Qualifikationsziele sind auch in der Studien- und Prüfungsordnung sowie im Diploma Supplement hinterlegt.

Über die relevanten fachlichen Aspekte hinaus wird mit den inkludierten Sprachmodulen auch überfachlichen Zielsetzungen entsprochen und der Internationalität des Arbeitsfeldes Rechnung getragen. Darüber hinaus wird mit methodisch ausgerichteten Veranstaltungen auch den Schlüsselkompetenzen ein gewisses Augenmerk gewidmet.

Die zentralen Tätigkeitsfelder (Reiseveranstalter, Destinationsmanagement) sind ausreichend definiert. Auch wenn keine systematischen eigenen Absolventenbefragungen durchgeführt worden sind, lassen die vorgelegten Angaben darauf schließen, dass die Integration der Studierenden in den Arbeitsmarkt zufriedenstellend verläuft.

Double-Degree-Programme wurden nicht implementiert: Gleichzeitig bestehen aber angemessene Kontakte und Austauschprogramme, die den Studierenden Auslandssemester an ausländischen Partnerhochschulen ermöglichen.

Die durchschnittlichen Studienzeiten liegen bei den letzten Jahrgängen meist deutlich unter 8 Semestern. Für einen 7-semesterigen Bachelor-Studiengang sind diese damit als relativ niedrig zu charakterisieren und dürften ein Qualitätsmerkmal des Studiengangs darstellen.

6.2 Qualifikationsziele des Studiengangs International Tourism Management (M.A.)

Der seit 2006 laufende Masterstudiengang „International Tourism Management“ (M.A.) stellt einen wichtigen Studiengang der Fakultät für International Business an der Hochschule Heilbronn dar. Er baut einerseits auf den hauseigenen Bachelorstudiengang auf, ist aufgrund der internationalen Orientierung aber auch insbesondere auf Bachelorabsolventinnen und -absolventen anderer nationaler oder internationaler Studiengänge zugeschnitten.

Die personelle Ausstattung des Studiengangs ist angemessen, um ein Arbeiten auch in kleineren Seminargruppen und eine individuelle Betreuung der Studierenden zu ermöglichen. Von den Studierenden wurde den Lehrenden weitgehend eine gute Ansprechbarkeit bescheinigt.

Der Studiengang ist voll ausgelastet (zulassungsbeschränkt mit hochschulinternem NC), wobei die Nachfrage die zur Verfügung stehenden Studienplätze regelmäßig deutlich übersteigt. Anzumerken ist insbesondere der hohe Anteil von ausländischen Studierenden (mehr als die Hälfte), der als Hinweis auf die Attraktivität des Studienangebotes interpretiert werden kann.

Der Studiengang „International Tourism Management“ (M.A.) ist an entsprechenden einschlägigen Qualifikationszielen orientiert. Neben der wissenschaftlichen Befähigung wird auch auf die *Employability* ein Augenmerk gerichtet,

Die einschlägigen Verordnungen wurden bei der Weiterentwicklung des Studiengangs weitgehend berücksichtigt.

In die Weiterentwicklung des Studiengangs sind zwar Kontakte mit Praxisvertretern eingeflossen: diese wurden allerdings – bspw. über einen Beirat oder eine separate Befragung – weder klar strukturiert noch organisational eingebunden.

Bei einer Kapazität von 15 Studierenden pro Jahr gehen nach der Anlaufphase inzwischen das Vier- bis Fünffache an Bewerbungen ein. Damit erfährt das Studienangebot eine gute Resonanz, insbesondere auch von ausländischen Studierenden, Die Schwundquote der Studienabbrecher liegt unter 5 % und ist damit als ausgesprochen gering anzusehen.

Das Studium hat das Ziel auf der Basis von strategischen betriebswirtschaftlichen Kompetenzen für Führungspositionen im Bereich des Tourismusmanagements auszubilden. Dabei sind Vertiefungsoptionen in angemessener Weise vorhanden.

Es wird ein angemessenes Gewicht auf methodische Fertigkeiten gelegt. Die Qualifikationsziele sind auch in der Studien- und Prüfungsordnung sowie im Diploma Supplement hinterlegt. Auch den Schlüsselkompetenzen wird insbesondere in der Lehrveranstaltung Business Simulation Rechnung getragen. Aspekte des E-Tourism sind ebenfalls inkludiert.

Die durchschnittliche Studiendauer lag in den letzten Jahren zwischen 3,4 und 4,8 Studiensemestern. Diese erscheinen für einen 3-semstrigen Master angemessen.

6.3 Weiterentwicklung der Ziele

„Tourismusmanagement“ (B.A.) & „International Tourism Management“ (M.A.)

Die Weiterentwicklung der Studiengänge im Zuge der Reakkreditierung ist klar erkennbar, auch wenn dies nicht immer von einer klaren strategischen Orientierung getragen wird. Vor dem Hintergrund der weitgehend reibungslosen Ausbildungspraxis und des Arbeitsmarkterfolgs der Absolventinnen und Absolventen war es nicht das Ziel, fundamentale Neuorientierungen zu realisieren, sondern den Status-Quo unter moderaten Anpassungen weitgehend fortzuschreiben.

Die bei der vorangegangenen Akkreditierung formulierten Auflagen zum Qualitätsmanagement wurden – insbesondere auf Hochschulebene – umgesetzt und schlagen sich auch in den Aktivitäten auf Fakultätsebene und in den einzelnen Studiengängen nieder. Die Evaluierung der Lehrveranstaltungen erfolgt systematisch, auch wenn die Transparenz der Ergebnisdarstellung und der internen Kommunikation optimierbar erscheinen. Auch sind Ansätze für Verbleibserhebungen der Absolventinnen und Absolventen erkennbar. Diese sind aber noch nicht in eine systematische

Alumni-Befragung mit Verbleibstudie zusammengeführt, auch wenn es inzwischen zumindest eine Absolventenbefragung (drei bis sechs Monate nach Studienende) gibt. Gleichzeitig ist aber anzuerkennen, dass die Alumniaktivitäten in jüngerer Zeit intensiviert worden sind und sich so weit erkennbar auf einem guten Weg befinden.

Die Anforderungen des Arbeitsmarktes wurden zwar für die Reakkreditierung nicht explizit erfasst, angesichts der guten Arbeitsmarktintegration der Absolventen und der hohen Praxisintegration vieler hauptamtlich Lehrender kann aber unterstellt werden, dass diese implizit in ausreichender Weise berücksichtigt werden.

Eine gewisse Weiterentwicklung ist seit der Erstakkreditierung im Bereich E-Tourismus und Internationaler Tourismus zu konstatieren. Gleichwohl erscheint die Profilschärfung in Richtung Internationaler Tourismus noch ausbaufähig.

Es wurden Maßnahmen ergriffen, den Schwerpunkt Luftverkehr in Kooperation mit dem Nachbarfachbereich zu stärken und Synergiepotentiale zu generieren.

Es wurde zwar kein offizieller Beirat für den Studiengang eingerichtet, gleichwohl aber der Kontakt zu Berufspraktikern dadurch weiterentwickelt und formalisiert, dass in regelmäßigen Abständen unterschiedliche Veranstaltungsformate stattfinden, mit denen Praxisvertreter eingebunden werden.

Die Empfehlung zu einer Aufwertung der Bachelorarbeit durch Zuweisung einer höheren ECTS-Punktezahl wurde bewusst nicht umgesetzt, da die aktuelle Punktezahl formal den Richtlinien entspricht und von den Fachvertreterinnen und -vertretern eine Erhöhung als nicht zielführend angesehen wird.

Es sind Ansätze für eine Integration von qualitativen Forschungsmethoden im Masterstudiengang „International Tourism Management“ (M.A.) erkennbar.

Die Forschungsaktivitäten konnten zwar etwas ausgebaut werden, erscheinen aber nach wie vor intensivierbar.

6.4 Zugangsvoraussetzungen

„Tourismusmanagement“ (B.A.)

Die allgemeinen Zulassungsvoraussetzungen bestimmen sich nach der Zulassungssatzung für den Studiengang, die entsprechend dem Hochschulzulassungsgesetz Baden-Württemberg erstellt worden ist. Für den Bachelor „Tourismusmanagement“ (B.A.) ist ein lokaler NC entsprechend den Lehrkapazitäten eingerichtet. Das Auswahlverfahren berücksichtigt neben der Durchschnittsnote der Hochschulzugangsberechtigung noch weitere fachlich begründete und transparent dokumentierte Aspekte.

Die Zugangsvoraussetzungen und das Auswahlverfahren sind für einen Bachelorstudiengang, bei dem die Nachfrage regelmäßig die angebotenen Plätze um ein Mehrfaches übersteigt, angemessen. Durch die Eingangsvoraussetzungen dürfte die Studierbarkeit insgesamt gesehen, weitgehend gewährleistet sein. Hierfür spricht auch die moderate Studienabbrecherquote.

„International Tourism Management“ (M.A.)

Die allgemeinen Zulassungsvoraussetzungen bestimmen sich nach der Satzung für das Auswahlverfahren, die entsprechend dem Hochschulzulassungsgesetz Baden-Württemberg erstellt worden ist. Für den Masterstudiengang „International Tourism Management“ (M.A.) ist ein Auswahlverfahren entsprechend den Lehrkapazitäten eingerichtet. Das Auswahlverfahren berücksichtigt neben der Durchschnittsnote des vorhergehenden Hochschulabschlusses noch weitere fachlich begründete und transparent dokumentierte Aspekte.

Die Zugangsvoraussetzungen und das Auswahlverfahren sind für einen Masterstudiengang, bei dem die Nachfrage regelmäßig die angebotenen Plätze um ein Mehrfaches übersteigt, angemessen.

Angesichts der Tatsache, dass der Großteil der Studierenden aus dem Ausland kommt und hierfür keine expliziten Brückenkurse eingerichtet sind, wird insgesamt versucht, das Niveau der Anforderungen im ersten Semester der Leistungsfähigkeit der Studierenden entsprechend zu gestalten. Gleichzeitig wurde der Heterogenität der Studierenden durch einen Reader mit Basisinhalten zu begegnen versucht.

6.5 Studiengangsaufbau

„Tourismusmanagement“ (B.A.)

Das Bachelorstudium „Tourismusmanagement“ (B.A.) umfasst sieben Semester Regelstudienzeit. Es ist klar in ein zweisemestriges Grund- und ein fünfsemestriges Vertiefungsstudium (inkl. einem Praxissemester) gegliedert.

Der Bachelorstudiengang ist klar strukturiert und enthält die relevanten inhaltlichen Komponenten. Auch wenn die Vorlesungsteile einen großen Anteil einnehmen, ist das Bemühen um ein angemessenes Verhältnis zwischen Vorlesungsteilen und Übungen/Seminaren mit kleineren Gruppen vorhanden. Gleichzeitig dominiert der Anteil der Klausuren bei den Prüfungsleistungen. Aber auch hier ist erkennbar, dass auch andere Prüfungsformen mitberücksichtigt werden, um damit auch ergänzende Kompetenzen zu fördern, bzw. die Anfertigung einer schriftlichen Bachelorarbeit vorzubereiten.

Die Einordnung der Module in die jeweiligen Fachsemester ist im Wesentlichen sinnvoll und die Module bauen sinnvoll aufeinander auf. Es besteht die Option für ein Auslandssemester. Auch ist im fünften Semester ein Praktikumsemester vorgesehen.

Die Qualifikationsziele der einzelnen Module tragen in angemessenem Maß zur Gesamtkompetenz der Absolventin oder des Absolventen bei. Auch wenn die Inhalte und Kompetenzen stark auf kognitives Fachwissen ausgerichtet sind, werden methodische Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen in einzelnen Modulen angemessen berücksichtigt. Dabei wird auch versucht, auf aktuelle Aspekte, wie bspw. E-Marketing im Tourismus einzugehen.

Die Studierbarkeit erscheint durch die Studienplangestaltung sichergestellt. Der Studiengang erfüllt grundsätzlich die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

International Tourism Management (M.A.)

Das Masterstudium „International Tourism Management“ (M.A.) umfasst 3 Semester Regelstudienzeit mit 90 ECTS-Punkten

Der Studiengang enthält die relevanten inhaltlichen Komponenten, auch wenn der Fokus sicherlich noch etwas intensiver auf internationale Kontexte abgestellt werden könnte. Die Einordnung der Module in die jeweiligen Fachsemester ist im Wesentlichen nachvollziehbar und die Module bauen sinnvoll aufeinander auf. Die Qualifikationsziele der einzelnen Module tragen in angemessenem Maß zur Gesamtkompetenz der Absolventin oder des Absolventen bei. Dabei werden methodische Kompetenzen, aber auch partiell Schlüsselqualifikationen in einzelnen Modulen angemessen berücksichtigt.

Die Studierbarkeit erscheint durch die Studienplangestaltung sichergestellt. Der Studiengang erfüllt grundsätzlich die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

6.6 Modularisierung und Arbeitsbelastung

„Tourismusmanagement“ B.A.

Das Studium besteht aus einsemestrigen Modulen. Die Module werden im jährlichen Rhythmus angeboten. Der Anteil an Wahlpflichtmodulen (sowohl im BWL-Bereich als auch im Tourismusbereich) und die darin enthaltenen Wahlmöglichkeiten ist angemessen. Die Struktur der Module ist konsistent und klar. Der Umfang der Pflicht-, Wahlpflicht- und Wahlmodule im Hauptstudium ist angemessen. Die Erfassung der Workload ist nachvollziehbar und deutet auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Präsenzzeiten und Selbstlernzeiten hin. Die Studierbarkeit erscheint gewährleistet. Die Qualifikationsziele der einzelnen Module tragen in angemessener Weise sowohl zur fachlichen als auch zur überfachlichen Gesamtkompetenz der Absolventin oder des Absolventen bei.

„International Tourism Management“ M.A.

Das Studium besteht aus einsemestrigen Modulen. Die Module werden im jährlichen Rhythmus angeboten. Angesichts der Jahrgangsgröße von 15 Studierenden werden keine Wahlpflichtoptionen angeboten. Die Veranstaltungen finden durchgängig auf Englisch statt. Die Struktur der Module ist konsistent und klar.

Die Empfehlungen aus der Erstakkreditierung hinsichtlich der verstärkten Internationalisierung wurden teilweise umgesetzt. Die Studierbarkeit erscheint gewährleistet. Hierfür spricht auch die geringe Schwundquote. Die Qualifikationsziele der einzelnen Module tragen in angemessener Weise sowohl zur fachlichen als auch zur überfachlichen Gesamtkompetenz der Absolventin oder des Absolventen bei.

6.7 Lernkontext

„Tourismusmanagement“ (B.A.)

Bei den Lehrformen dominiert – insbesondere im Grundstudium – der Vorlesungsanteil, auch wenn dieser durch die Führung von Parallelgruppen teilweise Übungscharakter mit aufweisen kann. Auch wenn ein hoher Vorlesungsanteil zu konstatieren ist, wird dieser einerseits ergänzt durch Übungen sowie partiell auch von Seminaren. Erwähnenswert ist auch das Veranstaltungsformat Planspiel, das auf interaktive Ansätze abzielt. Gleichzeitig wird von den Studierenden attestiert, dass auch ein großer Teil der Vorlesungen interaktiv und unter Einbeziehung der Studierenden abläuft. Erste Ansätze für eLearning sind vorhanden.

„International Tourism Management“ (M.A.)

Die Lehrformen weisen ein ausgewogenes Mischungsverhältnis mit einer Betonung von aktivierenden Formaten auf. Die Veranstaltungen werden durchgängig in englischer Sprache abgehalten.

6.8 Weiterentwicklung des Konzepts

„Tourismusmanagement“ (B.A.)

Da bei der Erstakkreditierung keine grundsätzlichen Empfehlungen bezüglich des Konzepts formuliert worden sind, wurden keine grundsätzlichen Änderungen vorgenommen. Die Empfehlungen aus der Erstakkreditierung wurden weitgehend aufgenommen und Maßnahmen ergriffen.

Bei der Weiterentwicklung sind keine klar strukturierten Bezüge zu Ergebnissen des internen Qualitätsmanagements (Evaluationen, Absolventenstudien, Arbeitgeberbefragungen) zu erkennen. Den aktuellen fachlichen Entwicklungen wurde insbesondere durch eine Stärkung des Bereichs E-Marketing Rechnung getragen.

„International Tourism Management“ (M.A.)

Die Aktivitäten im Bereich der hochschuldidaktischen Weiterbildung wurden intensiviert.

Die Empfehlung in Richtung auf eine Intensivierung der internationalen Ausrichtung wurde partiell aufgenommen. Die Berücksichtigung aktueller fachlicher und fachwissenschaftlicher Entwicklungen in den Veranstaltungsinhalten ist erkennbar.

6.9 Fazit

Auch wenn sich die Weiterentwicklung der Studiengänge seit der Erstakkreditierung sicherlich nicht als systematisch und inspiriert charakterisieren lässt, handelt es sich um solide Studienangebote, die eine wichtige Funktion für den touristischen Arbeitsmarkt ausüben.

Vor dem Hintergrund der eher regional ausgerichteten Zielsetzung erscheint das Ausbildungsangebot im Studiengang „Tourismusmanagement“ (B.A.) insgesamt als angemessen.

Im Masterstudiengang „International Tourism Management“ (M.A.) wäre eine noch intensivere internationale Fokussierung empfehlenswert.

Das Konzept der Studiengänge erscheint insgesamt geeignet, die formulierten Ziele zu erreichen. Das Konzept ist insgesamt transparent und studierbar.

7 Ziele und Konzept des Studiengangs „International Business & Intercultural Management“ (M.A.)

7.1 Qualifikationsziele des Studiengangs

Die wesentliche Besonderheit des Masterstudiengangs „International Business & Intercultural Management“ (M.A.) besteht einerseits in der Kombination aus der internationalen Betriebswirtschaft und dem interkulturellen Management in verschiedenen Kulturräumen und andererseits in der ausgeprägten Verankerung des Themas Nachhaltigkeit im Curriculum. Die dezidiert auf Anwendung orientierten betriebswirtschaftlichen Kenntnisse und Kompetenzen sind breit angelegt und - im Unterschied zu den operativ orientierten Bachelorstudiengängen - stärker auf der strategischen Ebene angesiedelt. Dieses Profil unterscheidet den Studiengang „International Business & Intercultural Management“ (M.A.) von den anderen Studiengängen der Hochschule Heilbronn sowie von anderen, international ausgerichteten Masterstudiengängen anderer Hochschulen. Die Unterrichtssprache verstärkt das internationale Profil. Die Lehrveranstaltungen finden ausschließlich in englischer Sprache statt. Mit diesem konsekutiven Masterstudiengang wollen die Verantwortlichen Nachwuchs für „anspruchsvolle Tätigkeiten in global operierenden und international expandierenden Unternehmen, NGOs und Organisationen (wie bspw. GIZ, OECD) vorbereiten“. Das scheint aus Sicht der Gutachtergruppe zu gelingen.

Die Bewerberzahlen sind seit Einführung des Studiengangs zum Sommersemester 2006 stetig gestiegen. Während die Anzahl der Bewerbungen im Sommersemester 2006 noch bei 33 lag, stieg sie im Wintersemester 2015/16 auf 245 Bewerbungen. Dieser Anstieg führte zu einer Aufstockung

der jährlichen Aufnahmekapazität, die von 15 im Sommersemester 2014 auf derzeit 20 Studienplätze erhöht wurde.

Startete der Studiengang in der Vergangenheit zum Sommersemester, so beginnt er seit 2014 jeweils zum Wintersemester. Die Änderung wurde in der Hoffnung vorgenommen, die Anzahl der qualifizierten Bewerbungen aus dem In- und Ausland zu erhöhen. Die Zulassungsquote richtet sich nach der Anzahl der Bewerberinnen und Bewerber und lag in den vergangenen zwei Jahren bei ca. 20%. Etwa die Hälfte der zugelassenen Bewerberinnen und Bewerber nehmen den Studienplatz an und die Aufschlüsselung nach Geschlecht bei den Studienanfängern zeigt, dass der Anteil der weiblichen Studienanfänger überwiegt.

Die durchschnittliche Studiendauer betrug in den vergangenen Semestern zwischen 3,2 und 4,8 Semestern, was die Hochschule auf Praktika und Auslandsaufenthalten zurückführt, für die sich die Studierenden nach dem zweiten Semester entscheiden.

Die sehr geringe Abbruchquote im Studiengang ist häufig zu Beginn des Studiums auf Exmatrikulation zurückzuführen, da eine Rückmeldung fehlt.

Der Studiengang ist an drei Zielgruppen adressiert: Die erste Zielgruppe bilden Absolventinnen und Absolventen der Bachelorstudiengänge der Fakultät International Business, insbesondere des Studiengangs „Internationale Betriebswirtschaft – Interkulturelle Studien“ (B.A.) (IBIS), die diesen Masterstudiengang als konsequente Fortsetzung ihrer Ausbildung wählen.

Die zweite Zielgruppe sind international zu rekrutierende Studierende. Eine Untergruppe bilden hierbei die Absolventinnen und Absolventen der zahlreichen Partnerhochschulen der Fakultät für International Business.

Und als dritte Zielgruppe richtet sich der Studiengang an Absolventinnen und Absolventen wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge in Deutschland mit guten Leistungen.

7.2 Weiterentwicklung der Ziele

Die Ziele wurden seit der letzten Akkreditierung weitgehend beibehalten. Empfehlungen der Gutachter wurden aber reflektiert und berücksichtigt. Die Veranstaltung „Advanced Integrated Intercultural Studies“ (SPO 3) wurde in „Intercultural Management – Cases and Regions (SPO 4)“ umbenannt und fokussiert nun nicht mehr nur die drei Kulturraumstudien „Asia Pacific“, „Arab World“ und „Europe“, sondern umfasst als Portfolios nun auch „Eastern Europe“, „Spanishspeaking World“ und „Frenchspeaking World“. Diese Entwicklung ist sinnvoll und zielführend.

Bei der Weiterentwicklung wurden Ergebnisse des internen Qualitätsmanagements (Evaluationen, Absolventenstudien, Arbeitgeberbefragungen) ebenso berücksichtigt wie aktuellen (fachlichen) Aspekte.

7.3 Zugangsvoraussetzungen

Bewerberinnen und Bewerber benötigen ein mit Prädikatsexamen abgeschlossenes betriebswirtschaftliches oder betriebswirtschaftlich orientiertes Erststudium mit 210 ECTS-Punkten (die Zulassung mit 180 ECTS-Punkten ist unter Auflagen möglich). Zudem sind gute Kenntnisse der englischen Sprache erforderlich.

Das Auswahlverfahren ist aus Sicht der Gutachtergruppe angemessen.

7.4 Studiengangsaufbau

Die Regelstudienzeit des Masterstudiengangs umfasst drei Semester mit einem Umfang von 90 ECTS-Punkten, die gleichmäßig mit 30 ECTS-Punkten pro Semester verteilt sind. 31 % der ECTS-Punkte entfallen auf BWL-Veranstaltungen. Die interkulturellen Studien umfassen 19%, die Nachhaltigkeitsstudien und die Forschungsmethodik jeweils 8%. 33% sind für die Master-Thesis sowie gegebenenfalls für das Master-Thesis Colloquium vorgesehen. Allerdings wird in dieser Aufzählung nicht berücksichtigt, dass Themen der Interkulturalität und Nachhaltigkeit auch in BWL-Veranstaltungen behandelt werden.

Das erste Semester umfasst eine fundierte Einführung in quantitative und qualitative Forschungsmethoden sowie Grundlagen der strategischen internationalen BWL und des interkulturellen Managements. Folgende Module werden angeboten:

- M1 Research Methods: Quantitative Methods, Qualitative Methods
- M2 Business Environment Studies: International Economics, Corporate Governance & CSR
- M3 International Management Studies: Specific Issues of International Management, Global Talent Management, Financial Analysis
- M4 Intercultural Studies: Intercultural Communication: Theories and Methods

Das zweite Semester dient der Erweiterung und Vertiefung der Kenntnisse und Fertigkeiten. Das Thema der Nachhaltigkeit wird durch das Modul „Advanced Sustainability Studies“ vertieft. Forschungsmethoden werden durch das Modul „Advanced Research Methods“ erweitert und vertieft, wofür folgende Module angeboten werden:

- M5 Advanced International and Intercultural Management Studies: Global Marketing – Multinational Cases, Intercultural Management – Cases and Regions, Global Leadership
- M6 Advanced Sustainability Studies: Sustainable Economic Development, Sustainable Financial Systems, Sustainable Management
- M7 Advanced Research Methods: Quantitative Methods/ Econometrics

Im dritten Semester wird das Studium mit dem Modul M8 Master-Thesis abgeschlossen.

Die Studierbarkeit ist nach Meinung der Gutachtergruppe durch eine geeignete Studienplangestaltung sichergestellt. Der Studiengang erfüllt die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

7.5 Modularisierung und Arbeitsbelastung

Der Studiengang ist modularisiert. Es gibt insgesamt acht Module, die sich jeweils über ein Semester erstrecken. Die Module haben einen Umfang von fünf bis 30 ECTS-Punkten für die Master-Thesis. Alle Veranstaltungen der Module sind Pflichtveranstaltungen. Das Verhältnis von Präsenz- zu Selbstlernzeiten erscheint angemessen. Der Workload wird in der Lehrveranstaltungsevaluation regelmäßig überprüft und erscheint der Gutachtergruppe angemessen. Die Voraussetzungen für die Modulteilnahme sind transparent und angemessen.

Insgesamt ist der Studiengang aus Sicht der Gutachtergruppe in der Regelstudienzeit studierbar.

7.6 Lernkontext

Wie bereits erwähnt, werden alle Lehrveranstaltungen in englischer Sprache angeboten. Die eingesetzten Lehrformen entsprechen den heute üblichen Standards. Die Veranstaltungsarten sind aufgeteilt in 6 % Seminar, 17 % Vorlesung, 50 % Vorlesung/Seminar sowie 21 % Seminar mit Übung. Die Hochschule unterstützt das interaktive Lernen durch die Internetplattform ILIAS.

Eine ausreichende Varianz der Prüfungsformen ist gegeben.

7.7 Weiterentwicklung des Konzepts

Für die Weiterentwicklung der Masterstudiengänge ist ein Steering-Committee, die sogenannte „Masterrunde“, eingerichtet worden. Bei dieser Lenkungsgruppe handelt sich um ein informelles Koordinationsgremium der Funktionsträger und Lehrenden in den Masterstudiengängen der Fakultät, das mindestens einmal pro Semester tagt. Neben der Neuentwicklung von zukünftigen strategischen Optionen werden hier auch bereits in Skizzen vorliegende Optionen regelmäßig diskutiert und gegebenenfalls vorangetrieben. Ein seitens dieses Lenkungsausschusses zuletzt initiiertes Meilenstein hinsichtlich der Weiterentwicklung des Studiengangs war die Umstellung des Startzeitpunktes vom Sommer- auf das Wintersemester, um sich internationalen Gepflogenheiten anzupassen sowie die Erhöhung der jährlichen Aufnahmekapazität von 15 auf 20 Studienplätze. Wie bereits erwähnt, besteht eine Option darin, dass zukünftig Teile des Programms im E-Learning-Modus angeboten werden sollen. Dies soll gleichsam als Grundlage für eine spätere Einführung eines berufsbegleitenden Masterstudiengangs „International Business & Intercultural Management“ (M.A.) dienen.

7.8 Fazit

Der Studiengang verfügt weiterhin über eine sinnvolle Zielsetzung, die kontinuierlich an den aktuellen fachlichen Entwicklungen angepasst wurde

Insgesamt erscheinen der Gutachtergruppe das modulare Konzept des Masterstudiengangs im Allgemeinen und die Studiengangsmodule im Besonderen gut geeignet, die Studiengangsziele zu erreichen.

8 Ziele und Konzept des Studiengangs „Nachhaltige Tourismusentwicklung“ (M.A.)

8.1 Qualifikationsziele des Studiengangs

Die Hochschule Heilbronn ist im touristischen Bereich sehr breit aufgestellt. Die Basis bildet der Bachelorstudiengang „Tourismusmanagement“ (B.A.); hierauf baut der Masterstudiengang „International Tourism Management“ (M.A.) auf. Darüber hinaus gibt es eine Vernetzung zu zwei Masterstudiengängen an der Fakultät für International Business. Mit dem neuen Masterstudiengang „Nachhaltige Tourismusentwicklung“ (M.A.) soll ein weiteres Masterangebot geschaffen werden, das auf den Bachelorstudiengang „Tourismusmanagement“ (B.A.) aufbaut.

In Bezug auf den Schwerpunkt Nachhaltigkeit haben sich in den letzten Jahren viele Studiengänge in Deutschland etabliert. Bei einigen liegt der Fokus von Beginn an auf Umweltschutz und Nachhaltigkeit, bei anderen gibt es die Möglichkeit, sich vertiefend mit solchen Themen – etwa in Geistes- und Wirtschaftswissenschaften – zu beschäftigen. Studiengänge, die in den Geisteswissenschaften beheimatet sind, sind (noch) die Ausnahme, wie etwa das MBA-Studium „Sustainability Management“ der Leuphana Universität Lüneburg. Beim Schwerpunkt Wirtschaft und Umweltrecht bietet die Universität Kassel ein spezielles Masterprogramm an, das mit einem Master of Laws abschließt. Eine weitere Nische besetzen Studiengänge, die den Bogen zwischen Nachhaltigkeit und Tourismus schlagen wie der Masterstudiengang „Nachhaltiges Tourismusmanagement“ (Hochschule Eberswalde) oder der Bachelorstudiengang „Nachhaltiger Tourismus“ (FH Kleve). Für einen weiteren Studiengang im Bereich der nachhaltigen Tourismusentwicklung gibt es also noch genügend Raum. Während der Bachelorstudiengang (FH Kleve) nur geringe Anteile spezieller Veranstaltung zur Nachhaltigkeit im Tourismus ausweist, ist der Masterstudiengang in Eberswalde fast ausschließlich auf das Thema Nachhaltigkeit ausgerichtet. Bei dem von der Hochschule Heilbronn konzipierten Studiengang handelt es sich eher um einen Tourismusstudiengang mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit. Ein Konzept, dass auch bei anderen Schwerpunktbildungen (z. B. Hotellerie, Mobilität) an vielen Hochschulen erfolgreich ist.

Der Studiengang ist mit Blick auf Erfordernisse der heutigen Zeit in Bezug auf hochschulische Ausbildungsprofile, Kompetenzen und deren Anwendbarkeit konzipiert und entspricht der Gesamtstrategie der Hochschule. Der Studiengang „Nachhaltige Tourismusentwicklung“ (M.A.) in Heilbronn vereint Kompetenzen aus den Disziplinen Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Marktforschung und Recht sowie darüber hinaus Nachhaltigkeitswissenschaft und die Querschnittsdisziplin Tourismus.

Der Titel des Studienganges „Nachhaltige Tourismusentwicklung“ (M.A.) entspricht der inhaltlichen Ausrichtung.

Als Ziel des Studienganges wird in den Unterlagen ausgeführt: „Die Ausbildung von Experten für die Planung und nachhaltige Entwicklung von touristischen Destinationen im weiteren Sinne ist das Ziel des Masterstudienganges Nachhaltige Tourismusentwicklung. Destinationen im weiteren Sinne sind Gebietskörperschaften, regionale Zielgebiete, aber auch größere Investitionsprojekte wie Resorts oder Freizeitparks.“ Es erfolgt also eine Festlegung auf die Nachhaltigkeit von Destinationen, ausgeschlossen sind damit Reiseveranstalter und Reisevermittler, Fluggesellschaften oder andere Verkehrsträger usw.). Diese Schwerpunktsetzung entspricht weitgehend dem Profil des Studienganges „Nachhaltiges Tourismusmanagement“ (FH Eberswalde). Wenn auch davon auszugehen ist, dass es genügend Interessierte für beide Studiengänge geben wird, so sollte doch die Darstellung des Profils des Studiengangs weiter geschärft werden.

Die Veranstaltungen zielen darauf ab, fachliche und methodische Kompetenzen in den genannten Bereichen zu vermitteln; dabei wird einer breit aufgestellten Ausbildung in verschiedenen Disziplinen und methodischen Ansätzen, die zur wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeit und Tourismus beitragen können, vor einer Vertiefung in einer einzelnen Disziplin der Vorzug gegeben. Berufsfeldorientierte Kompetenzen werden sowohl in den Veranstaltungen als auch durch ein Praxisprojekt vermittelt.

Durch die Auseinandersetzung mit gesellschaftlich relevanten Fragen und möglichen Lösungsansätzen werden auch die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung gefördert.

Es ist davon auszugehen, dass die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs gute Chancen auf dem Arbeitsmarkt, vornehmlich in nationalen oder internationalen Destinations-Management-Organisationen, in der Stadt und Regionalplanung, bei Natur- und Nationalparkverwaltungen, bei einzelnen Anbietern oder Forschungsinstitutionen usw. haben. In der Selbstdokumentation sind die Berufs- und Tätigkeitsfelder noch nicht klar definiert. Dort werden als potentielle Arbeitgeber die Öffentliche Hand und Tourismuskonzerne genannt. Viele Destination-Management-Organisationen sind in öffentlicher Hand. Insofern eröffnet sich hier ein Arbeitsmarkt, Tourismuskonzerne haben im Bereich des Nachhaltigkeitsmanagements jedoch sehr wenige Stellen

(in Deutschland insgesamt unter 10). Auch das Studienkonzept zielt nicht auf diesen Arbeitsmarkt ab. Entsprechend sind die Informationen in diesem Bereich zu überarbeiten.

Der Studiengang startet zum Wintersemester 2017/18 erstmalig mit einer Kapazität von 20 Studienplätzen. Daher lässt sich zu diesem Zeitpunkt noch nichts über die Bewerberzahlen und Zulassungen sagen.

8.2 Zugangsvoraussetzungen

Als konsekutiver Masterstudiengang richtet sich der Masterstudiengang an Bachelorabsolventinnen und -absolventen mit einem überdurchschnittlichen geographischen, planerischen, umweltbezogenen, wirtschafts- sozialwissenschaftlichen oder vergleichbaren Abschluss. Nachgewiesen werden müssen jeweils mindestens 30 ECTS-Punkte mit tourismus- und wirtschaftswissenschaftlichem Bezug. Bewerberinnen und Bewerber, die nach dem Studium eine einschlägige Praxis von mindestens 6 Monaten nachweisen, erhalten im Auswahlverfahren Zusatzpunkte (20% der Auswahlentscheidung).

Zur Vorbereitung der Auswahlentscheidung wird eine Auswahlkommission eingesetzt, die aus zwei hauptberuflichen Professorinnen bzw. Professoren des Studiengangs besteht, die vom jeweiligen Fakultätsrat bestellt werden. Eine entsprechend Zulassungssatzung liegt vor. Das gesamte Zulassungsverfahren und die Auswahlkriterien sind beschreiben, lediglich für die fachliche Passgenauigkeit des Erststudiums, die mit 30% in die Auswahl einfließt, ist das Verfahren nicht näher beschrieben. Eine genauere Definition ist erforderlich, um hier zu einer weitgehend objektiven Auswahl zu kommen.

8.3 Studiengangsaufbau

Der Masterstudiengang „Nachhaltige Tourismusentwicklung“ (M.A.) hat eine Regelstudienzeit von drei Semestern, in denen 90 ECTS-Punkte erworben werden. Ein Auslandsaufenthalt ist nicht explizit vorgesehen. Folgende Module werden angeboten:

- M1 Forschungsmethoden I (5 ECTS-Punkte)
- M2 Grundlagen der Tourismuswirtschaft und der Tourismusgeographie (10 ECTS-Punkte)
- M3 Nachhaltiges Tourismusmanagement I (7,5 ECTS-Punkte)
- M4 Öffentliche Wirtschaft (7,5 ECTS-Punkte)
- M5 Nachhaltiges Tourismusmanagement II (10 ECTS-Punkte)
- M6 Planung und Recht (7,5 ECTS-Punkte)
- M7 Projekt Nachhaltige Tourismus Entwicklung (10 ECTS-Punkte)
- M8 Forschungsmethoden II (2,5 ECTS-Punkte)

- M9 Thesis (30 ECTS-Punkte)

Das Veranstaltungsspektrum entspricht dem Profil und den Zielen des Studienganges. Lediglich nicht nachvollziehbar im Kontext des Angebotes ist die Veranstaltung „M3.3 Netzwerke im Gesundheitstourismus“. Gesundheitstourismus ist sicherlich nicht der Nachhaltigkeitswissenschaft zuzuordnen, eher das Gesundheitsmanagement von Unternehmen. Hinzu kommt, dass Gesundheitstourismus inzwischen an verschiedenen Hochschulen als eigenständiger Studiengang angeboten wird, und damit in einem anderen Umfang und Kontext.

Die Modulbeschreibungen lassen klar erkennen, dass sich die Qualifikationsziele des Masterstudiengangs von denen grundständiger Studiengänge absetzen.

Zur Wissensvermittlung wird ein breites Spektrum moderner Medien eingesetzt. Soweit möglich und sinnvoll, findet die Prüfungsleistung auf Modulebene statt, das heißt, die Prüfung umfasst mehrere Lehrveranstaltungen.

8.4 Modularisierung und Arbeitsbelastung

Der Studiengang ist modularisiert. Es gibt insgesamt neun Module, die sich jeweils über ein Semester erstrecken. Die Module haben einen Umfang von fünf bis 30 ECTS-Punkten für die Master-Thesis. Alle Veranstaltungen der Module sind Pflichtveranstaltungen. Das Verhältnis von Präsenz- zu Selbstlernzeiten erscheint angemessen. Der Workload wird in der Lehrveranstaltungsevaluation regelmäßig überprüft und erscheint der Gutachtergruppe angemessen. Die Voraussetzungen für die Modulteilnahme sind transparent und angemessen.

Insgesamt ist der Studiengang aus Sicht der Gutachtergruppe in der Regelstudienzeit studierbar.

8.5 Lernkontext

Lehrveranstaltungen werden auf Deutsch oder in Englisch angeboten. Die eingesetzten Lehrformen entsprechen den heute üblichen Standards. Die Veranstaltungsarten sind aufgeteilt in 6 % Seminar, 17 % Vorlesung, 50 % Vorlesung/Seminar sowie 21 % Seminar mit Übung. Die Hochschule unterstützt das interaktive Lernen durch die Internetplattform ILIAS.

Eine ausreichende Varianz der Prüfungsformen ist gesichert.

8.6 Fazit

Insgesamt füllt der Masterstudiengang „Nachhaltige Tourismusentwicklung“ (M.A.) eine Lücke im Angebot tourismuswissenschaftlicher Studiengänge. Lediglich der Studiengang der FH Eberswalde (Nachhaltiges Tourismusmanagement) verfolgt ähnliche Ziele. Das Studienangebot entspricht der Zielsetzung.

Der beschriebene Studiengangsaufbau ist dazu geeignet, die Qualifikationsziele des Studiengangs zu erreichen. Die Module bzw. Modulgruppen ergänzen einander sinnvoll. In den Lehrveranstaltungen werden fachliches und fachübergreifendes Wissen sowie methodische und generische Kompetenzen vermittelt; hervorzuheben ist insbesondere das umfangreiche Angebot spezieller Veranstaltungen zu Inhalten der nachhaltigen Tourismusentwicklung.

9 Implementierung

9.1 Ressourcen

Insgesamt besteht die Fakultät International Business aus 35 Professuren und weiteren sechs Stellen für Lektorinnen und Lektoren. Die personellen Ressourcen sind für die Durchführung der Studiengänge und die Gewährleistung der spezifischen Profile ausreichend. Ferner unterstützen eine Stiftungsprofessur (für den Bereich Systemgastronomie) sowie zwei Honorarprofessuren ganz oder teilweise den Studiengang „Hotel- und Restaurantmanagement“ (B.A.). Das Geschlechterverhältnis ist ausgewogen. Das Lehrdeputat der am Studiengang mitwirkenden Dozentinnen und Dozenten beträgt gemäß der Deputatsverordnung 18 SWS (abzüglich evtl. Deputatsreduktion für Sonderfunktionen). Die Lehr- und Prüfungsbelastung ist ausgewogen verteilt.

Die Verflechtungen mit anderen Studiengängen werden berücksichtigt. Es findet ein hoher Lehrimport von anderen tourismuswirtschaftlichen Studiengängen statt. Der Lehrexport beschränkt sich weitgehend auf die Wahl- und Spezialisierungsangebote der anderen tourismuswirtschaftlichen Studiengänge.

Die Betreuungsrelation Lehrende/Studierende ist angemessen.

Für die Lehrkräfte steht ein umfangreiches Weiterbildungsprogramm der Hochschuldidaktik zur Verfügung, das jedoch vor allem in den ersten Jahren der Dozententätigkeit genutzt wird.

Die finanziellen Ressourcen zum Erreichen der Studiengangsziele sind ausreichend vorhanden und für den Zeitraum der Akkreditierung sichergestellt. Es gibt - nach Auskunft der Hochschulleitung - Sondermittel seitens des Landes Baden-Württemberg, die auch für den hier betreffenden Studiengang genutzt werden können.

Die räumliche und sächliche Infrastruktur ist ausreichend, um die Studiengangsziele zu erreichen. Dank der großzügigen Stiftung Schwarz und dem damit verbundenen Neubau des Campus bestehen für die Studiengänge in Kürze exzellente Rahmen- und Raumbedingungen. Diese gilt ebenso für die IT- und Bibliotheksausstattung.

Die Bibliotheksausstattung sowie das Beschaffungswesen sind momentan als sehr gut einzuschätzen. Die Bibliothek ist ausreichend lange geöffnet. Für die Studierenden sind Lernräume vorhanden.

Die adäquate Durchführung der Studiengänge erscheint insgesamt hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung als gesichert.

9.2 Entscheidungsprozesse, Organisation und Kooperation

9.2.1 Organisation und Entscheidungsprozesse

Das System der Zuständigkeiten für den Studiengang und in der Hochschule beruht auf dem Landeshochschulgesetz und ist nach den üblichen Maßstäben geregelt. Die Zuständigkeiten und Entscheidungsprozesse der an der Studiengangsentwicklung beteiligten Gremien sind klar definiert. Ansprechpartner für die Studierenden zwecks Studienorganisation sind transparent benannt sowie im Internet aufgeführt. Studierendenvertreter sind in die Gremien entsprechend eingebunden. Die Studierenden fühlen sich über die Zuständigkeiten ausreichend informiert.

Es bestehen hinreichend formalisierte und informelle Kontakte mit Vertretern der beruflichen Praxis, um eine Einbeziehung deren Expertisen zu ermöglichen.

9.2.2 Kooperationen

Ergänzend zu den umfangreichen internationalen Kontakten der Fakultät International Business bestehen Kooperationen mit Hochschulen in 19 Ländern dazu spezifisch mit 10 osteuropäischen Ländern, die für die Studiengänge besonders relevant sind, sowie zwei Double-Degree-Abkommen mit je einer spanischen und arabischen Hochschule. Soweit erkennbar, verläuft die Abstimmung mit den internationalen Partnern reibungslos über die zuständige Abteilung der Hochschule und wird jeweils durch eine Hochschullehrerin oder einen Hochschullehrer unterstützt. Für die Studierenden gibt es zentrale Ansprechpartner.

Den Kooperationspartnern kommt eine besondere Bedeutung in den beiden Modulen zu den interkulturellen Studien zu.

9.3 Prüfungssystem

Die Prüfungen können schriftliche, mündliche (Referate) oder praktische Arbeiten sein. Die Bachelorarbeit wird durch ein Seminar begleitet. Die Informationen dazu sind im Modulhandbuch dokumentiert. Zur Absolvierung der schriftlichen und mündlichen Prüfungen gibt es jeweils eine Prüfungsanmeldung und vorgegebene Prüfungszeiträume. Diese Prüfungsformen sind geeignet, das Ziel der Studiengänge zu erfüllen.

Die Prüfungen sind klar modulbezogen. Sie finden im jeweiligen Semester statt. Bezüglich der Anzahl von Prüfungen wurde – insbesondere im Grundstudium der Bachelorstudiengänge – eine relativ hohe Dichte festgestellt. Dies sollte regelmäßig überprüft werden mit dem Ziel, Prüfungen zu reduzieren. Nach Aussage der Studierenden wird dies aber nicht als signifikantes Defizit angesehen.

Es liegen vom Senat verabschiedete und vom Präsidenten veröffentlichte Studien- und Prüfungsordnungen vor.

Hinsichtlich des Ablaufs der Prüfungen ist in der Regel ein Zeitraum von drei Wochen festgelegt. Eine zweite Prüfungsphase kann von der Dozentin oder vom Dozenten in Anspruch genommen werden; dies geschieht jedoch auf freiwilliger Basis. Somit ist es von der Dozentin oder dem Dozenten abhängig, ob diese stattfindet. Nicht bestandene Prüfungen können einmal wiederholt werden, wobei bei einer zweiten Wiederholungsprüfung der zuständige Prüfungsausschuss über eine Zulassung entscheiden muss. Die entsprechenden Wiederholungsprüfungen sind dabei im Prüfungszeitraum des Folgesemesters abzulegen. Das Prüfungssystem wird durch einen Online-Prozess zur Anmeldung, Notenverwaltung usw. unterstützt. Die Studierbarkeit der Studiengänge in der Regelstudienzeit ist als gewährleistet anzusehen. Von Seiten der Hochschule aus sind genügend Regelungen für Sonderfälle wie bspw. Schwangerschaft oder Erkrankung vorhanden. Darüber hinaus äußerten sich die Studierenden sehr positiv über die Bereitschaft der Dozentinnen und Dozenten bei Problemen individuelle Lösungen zu finden.

Das Prüfungssystem der Hochschule Heilbronn wird insgesamt von der Gutachtergruppe als angemessen eingestuft.

9.4 Transparenz und Dokumentation

Studierenden wie Studieninteressierten steht umfassendes Informationsmaterial zur Verfügung, das im Internet sowie in gedruckter Form genutzt werden kann. Neben Studien- und Prüfungsordnung, Diploma Supplement, Transcript of Records und Modulhandbuch steht den Studierenden der Fakultät auch ein Studentenhandbuch zur Verfügung, das wichtige Fragen zum Studium beantwortet. Die Inhalte der Modulbeschreibungen sind grundsätzlich ausreichend. Zu jeder Lehrveranstaltung werden Inhalte, Lernziele, Lehrformen und Workload angegeben. Auch findet sich in den Modulbeschreibungen die Information, in welcher Frequenz die einzelnen Lehrveranstaltungen angeboten werden. Auch die Anzahl der Kontaktstunden für diese Lehrveranstaltung, die Anzahl der ECTS- Punkte für diese Lehrveranstaltung und die Information, in welches Semester diese Lehrveranstaltung gehört, sind in den Modulbeschreibungen zu finden. Die Zuordnung der Lehrveranstaltung zu den Modulen ist klar nachvollziehbar.

Die Studienberatung steht für alle Fragen von der Bewerbung über den Studienablauf, die Prüfungen bis hin zum Berufseinstieg zur Verfügung. Der Schwerpunkt der Beratung liegt im Bereich der potentiellen Studienbewerberinnen und -bewerber und bei der Betreuung der Studienanfängerinnen und -anfänger, für die umfangreiche Programme, wie etwa die Begrüßungswoche, eingerichtet wurden.

Die individuelle Unterstützung und Beratung der Studierenden erscheint angemessen geregelt (Fachstudienberatung, Sprechstunden). Darüber hinaus gibt es verbindliche Beratungsgespräche,

wenn die Studiendauer für die Grundstudiumsphase überschritten wurde. Von den Studierenden wurden keine merklichen Defizite hinsichtlich dieses Punkts artikuliert.

Die ECTS-Note wird ausgewiesen und ist in der Studien- und Prüfungsordnung im Teil A in § 11B verankert. In der Studien- und Prüfungsordnung für Masterstudiengänge ist sie in § 10B verankert.

9.5 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Die Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit sind im neuen Landeshochschulgesetz von 2014 in § 4 und §32 geregelt. Bei den Studienanfängerinnen und -anfängern ist ein deutlicher Überhang weiblicher Studierender festzustellen. Dies entspricht auch der Verteilung nach Geschlecht bei den Studienbewerberinnen und -bewerbern. Für Studiengänge mit erkennbarer Schwerpunktbildung im Bereich Sprache und Kultur ist dieses Verhältnis nicht ungewöhnlich. Das Thema Chancengleichheit wird einerseits im Bereich barrierefreie Bauten umgesetzt. Aufgrund der vielfältigen Baumaßnahmen sind hier weitere Verbesserungen zu erwarten. Bezogen auf die Durchführung des Studiums andererseits setzt die Hochschule auf eine individuelle Betreuung. Seitens der Hochschulbeauftragten konnte bestätigt werden, dass die Einzelfallregelung bisher problemlos umgesetzt wurde.

In der Gruppe der Lehrenden ist noch kein ausgeglichenes Verhältnis von Frauen und Männern zu verzeichnen. Dies gilt sowohl für die Gruppe der Professoren als auch für die Lektoren.

Spezielle Programme zur Geschlechtergerechtigkeit werden nicht eingesetzt. Entsprechend den Vorgaben sind für junge Mütter Regelungen in der Prüfungsordnung vereinbart. Die Hochschule hat mehrere Programme zur Förderung studienchwacher Studierender für ingenieur- und informationswissenschaftliche Studiengänge eingerichtet. Für analoge Angebote in der Fakultät International Business wird jedoch kein Bedarf gesehen.

In der Studien- und Prüfungsordnung sind im Teil A § 8 Absatz 3 Regelungen zum Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung und in besonderen Lebenslagen verankert.

9.6 Weiterentwicklung der Implementierung

Hinsichtlich der Implementierung gab es aus der vorangegangenen Akkreditierung keine Empfehlungen

9.7 Fazit

In Anbetracht der umfassenden Neubaumaßnahmen stehen die Studiengänge vor einer sehr guten Ausgangssituation. Erforderliche Ressourcen und auch die organisatorischen Voraussetzungen für die Erreichung der angestrebten Ziele sind gegeben.

10 Qualitätsmanagement

10.1 Organisation und Mechanismen der Qualitätssicherung

Die Qualitätssicherung der Kernprozesse der Lehre und der Kernprozesse zur Gestaltung des Studiums wird vom Prorektor für Studium und Lehre gesteuert. In der dem Prorektorat direkt zugeordneten Stabsstelle mit vier Mitarbeiterinnen sind zwei unmittelbar für das Qualitätsmanagement von Studium und Lehre betraut (1,5 VZÄ). Kernaufgaben sind

- die Steuerung der qualitätssichernden Maßnahmen der Fakultäten,
- die Bereitstellung der für das Rektorat relevanten Kennzahlen zu Studium und Lehre („Lehrcontrolling“),
- die Weiterentwicklung der Qualitätsmanagement-Systeme der Lehre,
- insbesondere durch Entwicklung und Validierung von meinungsbasierten verhaltensbasierten und ergebnisbasierten Qualitätsindikatoren zu Studium und Lehre.

Kernelement der Qualitätssicherung in Lehre und Studium ist die seit dem Sommersemester 2005 durchgeführte Befragung aller Erstsemester. In einem zentral gesteuerten und einheitlich hochschulweit durchgeführten Verfahren werden in schriftlicher Form die Erstsemester hinsichtlich soziodemografischer Daten, dem Bewerbungsverhalten, der Einstellung gegenüber der Hochschule Heilbronn und den beruflichen Interessen abgefragt. Diese Informationen werden zentral ausgewertet und studienbezogen den Dekanen und Studiendekanen zur Verfügung gestellt.

Die Fakultät für International Business betreibt Qualitätsmanagement auf verschiedenen Ebenen. Zum einen werden jedes Semester alle Lehrveranstaltungen evaluiert. Zum anderen verfolgen kontinuierliche Semesterbefragungen die Entwicklung. Dieses Verfahren verschafft allen Studierenden der Fakultät die Möglichkeit, einen standardisierten Evaluationsbogen abzugeben.

Die Evaluationssatzung der Hochschule schreibt vor, diese Studierendenbefragung spätestens alle vier Semester durchzuführen. Dabei muss die Anonymität der teilnehmenden Studierenden gewährleistet sein. Die Befragung erfolgt generell zum zweiten Drittel der Vorlesungszeit, um Verbesserungen noch im laufenden Semester ermöglichen. Nach einer elektronischen Erfassung werden die entsprechenden Ergebnisse an den Fakultätsvorstand, sowie die einzelnen Dozenten übermittelt. Folglich haben einerseits die Dozenten die Möglichkeit, die Ergebnisse mit den Studierenden in den Kursen zu besprechen und die Gelegenheit, Optimierungsmöglichkeiten zu erörtern. Andererseits wird den Dekanen des Fakultätsvorstandes die Möglichkeit eingeräumt, bei nicht zufriedenstellenden Ergebnissen, das Gespräch mit den Dozenten zu suchen und entsprechende Maßnahmen einzuleiten. Zusätzlich gehen hinsichtlich der Lehrperson anonymisierte Auswertungsergebnisse an die Studienkommission. Diese Studienkommission setzt sich sowohl aus Professoren und Studierenden zusammen; sie tagt regelmäßig.

10.2 Umgang mit den Ergebnissen der Qualitätssicherung

Die Begutachtung aller Evaluationsergebnisse sowie die Ableitung von erforderlichen Maßnahmen erfolgen durch den Studiendekan der Fakultät. Die Evaluationsergebnisse der vergangenen Semester dienen insbesondere zur Identifikation von Problemen in der Lehre. Jüngst abgeleitete Maßnahmen aus den Evaluationsergebnissen waren daher u.a. die Ablösung eines Lehrbeauftragten im Masterbereich durch einen Professor.

10.3 Weiterentwicklung des Qualitätsmanagements

Im Bereich des Absolventenverbleibs ist bei der Hochschule eine positive Entwicklung festzustellen. So wurde der Aufbau eines Alumni-Netzwerks begonnen. Dieses lädt jährlich zur Veranstaltung „Friends meeting Friends“. Bei diesem Treffen werden die Teilnehmer, neben dem Networking, über Neuigkeiten in der Hochschule und Fakultät informiert. Außerdem wurden ein Blog und ein LinkedIn- Auftritt des Alumni-Netzwerks eingerichtet. Im Herbst 2016 ist geplant das „IB-Absolventen-Panel – Ready to Fly“ zu starten. Dieses Panel dient der Kohortenanalyse auf Fakultäts- und Studiengangsebene zu Studium, Stellensuche und beruflicher Tätigkeit. Die benötigten Daten für das Panel sollen aus einer jährlichen Online-Erhebung stammen. Positiv anzumerken ist ebenfalls, dass eine prozentuale Auswertung des Verbleibs der Absolventen nach Branchen erstmals vorhanden ist.

10.4 Fazit

Seit der vorangegangenen Akkreditierung sind die Maßnahmen zum Qualitätsmanagement moderat weiterentwickelt worden. Hochschulweit werden inzwischen standardmäßig Lehrevaluation durchgeführt. Es wäre empfehlenswert, wenn der Umgang mit den Ergebnissen noch klarer strukturiert und insbesondere die Rückmeldung an die Studierenden systematischer erfolgen würde. Gleichwohl sind Ansätze vorhanden, die Lehrqualität in angemessener Weise zu überprüfen und zumindest Extrema durch hochschuldidaktische Weiterbildungen entsprechend abzumildern.

11 Resümee und Bewertung der „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ vom 08.12.2009¹

Die begutachteten Studiengänge entsprechen den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse vom 21.04.2005, den landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen sowie der verbindlichen Auslegung und Zusammenfassung dieser Dokumente durch den Akkreditierungsrat (Kriterium 2 „Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem“). Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen vom 10.10.2003 i.d.F. vom 04.02.2010.

Hinsichtlich der weiteren Kriterien des Akkreditierungsrates stellen die Gutachter fest, dass die Kriterien „Qualifikationsziele“ (Kriterium 1), „Studiengangskonzept“ (Kriterium 3) „Studierbarkeit“ (Kriterium 4), „Prüfungssystem“ (Kriterium 5), „Studiengangsbezogene Kooperationen“ (Kriterium 6), „Ausstattung“ (Kriterium 7), „Transparenz und Dokumentation“ (Kriterium 8), „Qualitätssicherung und Weiterentwicklung“ (Kriterium 9) sowie „Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit“ (Kriterium 11) erfüllt sind.

Die Gutachter stellen fest, dass den Empfehlungen aus dem erstmaligen Akkreditierungsverfahren in angemessenem Maße Rechnung getragen wurde.

12 Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe

Die Gutachtergruppe empfiehlt folgenden **Beschluss**: die Akkreditierung ohne Auflagen.

¹ i.d.F. vom 20. Februar 2013

IV Beschluss/Beschlüsse der Akkreditierungskommission von ACQUIN²

1 Akkreditierungsbeschluss

Auf der Grundlage des Gutachterberichts, der Stellungnahme der Hochschule und der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 28.03.2017 folgenden Beschluss:

Allgemeine Empfehlung:

- Der Umgang mit den Ergebnissen der Lehrevaluationen sollte noch klarer strukturiert und insbesondere die Rückmeldung an die Studierenden systematischer erfolgen.

Allgemeine Empfehlung für die Bachelorstudiengänge:

- Bezüglich der Anzahl von Prüfungen wurde – insbesondere im Grundstudium – eine relativ hohe Dichte festgestellt. Diese sollte regelmäßige mit dem Ziel überprüft werden, Prüfungen zu reduzieren.

Hotel- und Restaurantmanagement (B.A.)

Der Bachelorstudiengang „Hotel- und Restaurantmanagement“ (B.A.) wird ohne Auflagen akkreditiert.

Die Akkreditierung gilt bis 30. September 2023.

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms wird werden folgende Empfehlung Empfehlungen ausgesprochen:

- Die aktuellen Formen der Beherbergung bzw. der Parahotellerie, wie Sharinghotellerie (bspw. Airbnb, Ferienimmobilien etc.) oder Camping/Caravanning etc. sowie der modernen Vertriebswege sollten neben der „klassischen“ Hotellerie und Distribution verstärkt Berücksichtigung finden.
- Die Internationalisierung sollte noch stärker in das Lehrangebot eingebaut werden sowie bei den Kooperationen berücksichtigt werden.

² Gemäß Ziffer 1.1.3 und Ziffer 1.1.6 der „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und die Systemakkreditierung“ des Akkreditierungsrates nimmt ausschließlich die Gutachtergruppe die Bewertung der Einhaltung der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen vor und dokumentiert diese. Etwaige von den Gutachtern aufgeführte Mängel bzw. Kritikpunkte werden jedoch bisweilen durch die Stellungnahme der Hochschule zum Gutachterbericht geheilt bzw. ausgeräumt, oder aber die Akkreditierungskommission spricht auf Grundlage ihres übergeordneten Blickwinkels bzw. aus Gründen der Konsistenzwahrung zusätzliche Auflagen aus, weshalb der Beschluss der Akkreditierungskommission von der Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe abweichen kann.

- Ergänzend zum bisherigen Angebot sollte überlegt werden, ob nicht – analog zum Lernrestaurant - auch die Möglichkeit eines praxisnahen „Lernhotels“ geschaffen wird, vor allem für die Studierenden ohne entsprechende fachspezifische Vorabqualifikation.

Internationale Betriebswirtschaft – Interkulturelle Studien (B.A.)

Der Bachelorstudiengang „Internationale Betriebswirtschaft – Interkulturelle Studien“ (B.A.) wird ohne Auflagen akkreditiert.

Die Akkreditierung gilt bis 30. September 2024.

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms werden folgende Empfehlungen ausgesprochen:

- Die Fakultät sollte erwägen, die Auslandssemester noch besser einzubinden, so dass sie nicht zu einer Verlängerung des Studiums führen.
- Es wird empfohlen, die Berücksichtigung kulturraumspezifischer Betriebswirtschaft zu verstärken.

Internationale Betriebswirtschaft – Osteuropa (B.A.)

Der Bachelorstudiengang „Internationale Betriebswirtschaft – Osteuropa“ (B.A.) wird ohne Auflagen akkreditiert.

Die Akkreditierung gilt bis 30. September 2023.

Weinbetriebswirtschaft (B.A. – neuer Studiengangstitel: Internationales Weinmanagement)

Der Bachelorstudiengang „Internationales Weinmanagement“ (B.A.) wird ohne Auflagen akkreditiert.

Die Akkreditierung gilt bis 30. September 2024.

Tourismusmanagement (B.A.)

Der Bachelorstudiengang „Tourismusmanagement“ (B.A.) wird ohne Auflagen akkreditiert.

Die Akkreditierung gilt bis 30. September 2024.

International Tourism Management (M.A.)

Der Masterstudiengang „International Tourism Management“ (M.A.) wird ohne Auflagen akkreditiert.

Die Akkreditierung gilt bis 30. September 2024.

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms wird folgende Empfehlung ausgesprochen:

- Es wäre eine noch intensivere internationale Fokussierung empfehlenswert.

International Business & Intercultural Management (M.A.)

Der Masterstudiengang „International Business & Intercultural Management“ (M.A.) wird ohne Auflagen akkreditiert.

Die Akkreditierung gilt bis 30. September 2024.

Nachhaltige Tourismusentwicklung (M.A.)

Der Masterstudiengang „Nachhaltige Tourismusentwicklung“ (M.A.) wird ohne Auflagen erstmalig akkreditiert.

Die Akkreditierung gilt bis 30. September 2022.

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms wird folgende Empfehlung ausgesprochen:

- Die Darstellung des Profils des Studiengangs sollte weiter geschärft werden.