

Akkreditierungsbericht

Programmakkreditierung – Einzelverfahren

Raster Fassung 02 – 04.03.2020

[!\[\]\(a66dfe5f6c0345ae859a0d43b17f4cf8_img.jpg\) Inhaltsverzeichnis](#)

| | | | | | |
|---|---|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------------------|
| Hochschule | Hochschule Heilbronn | | | | |
| Ggf. Standort | Campus Schwäbisch Hall | | | | |
| Studiengang | Global Digital Marketing and Sales (GDM) | | | | |
| Abschlussbezeichnung | B.A. | | | | |
| Studienform | Präsenz | <input checked="" type="checkbox"/> | Fernstudium | <input type="checkbox"/> | |
| | Vollzeit | <input checked="" type="checkbox"/> | Intensiv | <input type="checkbox"/> | |
| | Teilzeit | <input type="checkbox"/> | Joint Degree | <input type="checkbox"/> | |
| | Dual | <input type="checkbox"/> | Kooperation § 19 MRVO | <input type="checkbox"/> | |
| | Berufs- bzw. ausbil- dungsbegleitend | <input type="checkbox"/> | Kooperation § 20 MRVO | <input type="checkbox"/> | |
| Studiendauer (in Semestern) | 7 | | | | |
| Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte | 210 | | | | |
| Bei Masterprogrammen: | konsekutiv | <input type="checkbox"/> | weiterbildend | <input type="checkbox"/> | |
| Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum) | 01.09.2025 | | | | |
| Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze) | | Pro Semester | <input type="checkbox"/> | Pro Jahr | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Durchschnittliche Anzahl* der Studienan- fängerinnen und Studienanfänger | | Pro Semester | <input type="checkbox"/> | Pro Jahr | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Durchschnittliche Anzahl* der Absolventin- nen und Absolventen | | Pro Semester | <input type="checkbox"/> | Pro Jahr | <input checked="" type="checkbox"/> |
| * Bezugszeitraum: | | | | | |

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

| | |
|----------------------------|--------------------|
| Verantwortliche Agentur | ACQUIN |
| Zuständige/r Referent/in | Maximilian Krogoll |
| Akkreditierungsbericht vom | 25.06.2025 |

Inhalt

| | |
|--|-----------|
| Ergebnisse auf einen Blick..... | 4 |
| Kurzprofil des Studiengangs..... | 5 |
| Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums..... | 5 |
| I Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien..... | 7 |
| 1 Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 Abs. 1-3 MRVO)..... | 7 |
| 2 Anerkennung und Anrechnung (§ 3 Abs. 4 MRVO)..... | 7 |
| 3 Studiengangsprofile (§ 4 MRVO)..... | 7 |
| 4 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 MRVO)..... | 8 |
| 5 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 MRVO)..... | 8 |
| 6 Modularisierung (§ 7 MRVO)..... | 8 |
| 7 Leistungspunktesystem (§ 8 MRVO)..... | 9 |
| 8 Nicht einschlägig: Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 9 MRVO)..... | 9 |
| 9 Nicht einschlägig: Sonderregelungen für Joint Programmes (§ 10 MRVO)..... | 9 |
| II Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien..... | 10 |
| 1 Schwerpunkte der Bewertung/ Fokus der Qualitätsentwicklung..... | 10 |
| 2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien..... | 10 |
| 2.1 Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 MRVO)..... | 10 |
| 2.2 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO)..... | 11 |
| 2.2.1 Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 MRVO)..... | 11 |
| 2.2.2 Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 MRVO)..... | 13 |
| 2.2.3 Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 MRVO)..... | 14 |
| 2.2.4 Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 MRVO)..... | 16 |
| 2.2.5 Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 MRVO)..... | 17 |
| 2.2.6 Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 MRVO)..... | 18 |
| 2.2.7 Nicht einschlägig: Besonderer Profilanspruch (§ 12 Abs. 6 und 7 MRVO)..... | 19 |
| 2.3 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO): Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 MRVO)..... | 19 |
| 2.3.2 Nicht einschlägig: Lehramt (§ 13 Abs. 2 und 3 MRVO)..... | 20 |
| 2.4 Studienerfolg (§ 14 MRVO)..... | 20 |
| 2.5 Diversität, Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 MRVO)..... | 21 |
| 2.6 Nicht einschlägig: Sonderregelungen für Joint Programmes (§ 16 MRVO)..... | 22 |
| 2.7 Nicht einschlägig: Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 19 MRVO).... | 22 |
| 2.8 Nicht einschlägig: Hochschulische Kooperationen (§ 20 MRVO)..... | 22 |
| 2.9 Nicht einschlägig: Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien (§ 21 MRVO)..... | 22 |
| III Begutachtungsverfahren..... | 23 |
| 1 Allgemeine Hinweise..... | 23 |
| 2 Rechtliche Grundlagen..... | 23 |
| 3 Gutachtergremium..... | 23 |
| IV Datenblatt..... | 24 |
| 1 Daten zum Studiengang..... | 24 |
| 2 Daten zur Akkreditierung..... | 24 |



Ergebnisse auf einen Blick

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

Die formalen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

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

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

- erfüllt
- nicht erfüllt

Kurzprofil des Studiengangs

Mit rund 7500 Studierenden ist die Hochschule Heilbronn die größte akademische Bildungseinrichtung der Region Heilbronn-Franken und zählt gleichzeitig zu den größten Hochschulen für Angewandte Wissenschaften in Baden-Württemberg. 1961 als Ingenieurschule gegründet, bietet die Hochschule heute mehr als 50 praxisnah ausgerichtete Bachelor- und Masterstudiengänge in den Kompetenzfeldern Technik, Wirtschaft und Informatik an, aufgeteilt auf sieben Fakultäten an vier Standorten. Die Fakultät für Management und Vertrieb vereint aktuell drei wirtschaftswissenschaftlich geprägte Bachelorstudiengänge, sowie den Masterstudiengang Business Analytics, Controlling & Consulting. Ab dem Wintersemester 2024/25 wird zudem der hier zur Konzeptakkreditierung vorgestellte Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales (GDM) angeboten. Dieser Bachelorstudiengang besteht aus drei Säulen, die den Studierenden eine optimale Ausbildung und Vorbereitung für die Praxis bieten. Mit der Säule „General Management“ werden die Studierenden im Grundstudium in die Betriebswirtschaft eingeführt und erwerben betriebswirtschaftliches Basiswissen. Die in der Säule „General Sales Management“ erlernten Kenntnisse befähigen die Absolventen zur Konzeption innovativer Marketing- und Vertriebsstrukturen und -abläufe in Unternehmen. In der Säule „Digital Marketing“ findet sich Studieninhalte, um branchenspezifische Anforderungen und Rahmenbedingungen unternehmensinterner, unternehmensexterner Art sowie die produktbezogenen Anforderungen, die an die digitale internationale Marketing- und Vertriebseinheiten von Unternehmen gestellt werden, berücksichtigen zu können: In den Wahlpflichtfächern (Elective Courses/EC) erwerben die Studierenden neue Sprachkenntnisse bis zur Stufe B1/B2 und können je nach Vorkenntnis aus zwei Sprachen Deutsch (als Fremdsprache) oder Spanisch wählen. Nach erfolgreichem Abschluss des Bachelorstudiums steht den Absolventen aufgrund des an Schlüsselqualifikationen orientierten Studiums ein breites Spektrum an Einsatzmöglichkeiten im Marketings-Vertriebs- oder Digitalisierungsbereich von Unternehmen offen. Als Abschlussgrad wird der Bachelor of Arts B.A. verliehen.

Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums

Der Studiengang wird vom Gremium als sehr gut bewertet. Die Qualifikationsziele, das Abschlussniveau und die damit verbundenen Lernergebnisse des Studiengangs sind klar formuliert und transparent dargestellt. Die fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen entsprechen dem geforderten Abschlussniveau gemäß dem Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse. Die Studierenden werden sehr gut befähigt, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit auszuüben. Die Berufsfelder und die darin ausgeübten Tätigkeiten/Aufgaben sind hinreichend definiert. Die Persönlichkeitsentwicklung im Studiengang wird durch den Aufbau personaler und sozialer Kompetenzen gut gefördert. Die Gespräche mit den Studierenden bestätigten dies.

Das Curriculum des Studiengangs ist aus Sicht des Gremiums gut aufgebaut. Die fachlich-inhaltliche Struktur der einzelnen Module ist stimmig. Der Studiengangtitel stimmt mit den Inhalten überein. Der gewählte Abschlussgrad und die -bezeichnung sind inhaltlich passend. Die Studierenden werden aktiv in die Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen einbezogen, so dass ein studierendenzentriertes Lehren und Lernen sehr gut ermöglicht wird. Die eingesetzten Lehr- und Lernformen sind angemessen. Sie entsprechen der Fachkultur und sind auf das Studienformat angepasst.

Die Lehre wird mehrheitlich durch hauptamtlich Lehrende abgedeckt. Die Anzahl und die Qualität der Lehrbeauftragten sind als sehr gut zu bewerten. Es bestehen sehr gute Möglichkeiten zu Weiterqualifizierung und Fortbildung des Lehrpersonals.

Die Studierbarkeit des Studiengangs in der Regelstudienzeit ist gut gewährleistet. Durch die rechtzeitige und umfassende Information der Studierenden ist der Studienbetrieb planbar und verlässlich.

Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen sind im Studiengang gewährleistet. Die Mechanismen/Maßnahmen zur Feststellung der Stimmigkeit der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen sind sehr gut. Die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch-didaktischen Ansätze des Curriculums werden kontinuierlich überprüft und an fachliche und didaktische Weiterentwicklungen angepasst.

Die Konzepte der Hochschule zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen werden auf der Ebene des Studiengangs sehr gut umgesetzt.

I Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

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

1 Studienstruktur und Studiendauer ([§ 3 Abs. 1-3 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Der Bachelorstudiengang führt zu einem ersten berufsqualifizierenden Studienabschluss. Der Bachelorstudiengang ist ein Vollzeitstudiengang und umfasst gemäß § 3 SPO sieben Semester.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2 Anerkennung und Anrechnung ([§ 3 Abs. 4 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Die Anerkennung hochschulischer sowie außerhochschulischer Kompetenzen gemäß der Lissabon-Konvention ist für Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales (GDM) in §15 des allgemeinen Teils der Studien- und Prüfungsordnung geregelt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

3 Studiengangsprofile ([§ 4 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Bei dem Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales ist die Anfertigung einer Bachelorthesis für die Studierenden gemäß §26 SPO verpflichtend. Die Bearbeitungszeit beträgt vier Monate.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt,

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

Sachstand/Bewertung

Die Zugangsvoraussetzungen des Bachelorstudiengangs Global Digital Marketing and Sales sowie Details und Ausnahmeregelungen sind in der Zulassungssatzung §4 geregelt. Details zum Auswahlverfahren, Auswahlkriterien und Auswahlkommission sind der Zulassungssatzung §2, §3 und §5 geregelt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

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

Sachstand/Bewertung

Der Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales (GDM) verleiht nach §30 Abs. 1 Nr. 1 SPO den Abschlussgrad Bachelor of Arts (B.A.). Die Abschlussbezeichnung entspricht der Fachkultur. Das Diploma Supplement liegt in englischer Sprache vor und erteilt über das dem Abschluss zugrundeliegende Studium im Einzelnen Auskunft.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

6 Modularisierung ([§ 7 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Der Studiengang ist in Studieneinheiten (Module) gegliedert, die durch die Zusammenfassung von Studieninhalten thematisch und zeitlich abgegrenzt sind. Der Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales (GDM) umfasst in den Semestern 1-7 insgesamt 33 Module, welche 210 ECTS aufweisen. Die Einhaltung der vorgesehenen Arbeitsbelastung wird durch die ermittelte Workloadberechnung und -verteilung eingehalten. Alle Module werden während eines Semesters abgeschlossen. Für alle Module werden jeweils mindestens 5 ECTS vergeben. Die Modulbeschreibung inklusive aller in §7 Abs. 2 Musterrechtsverordnung aufgeführten Punkte sind dem Modulhandbuch zu entnehmen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

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

Sachstand/Bewertung

Die Module des Studiengangs sind alle mit ECTS-Punkten versehen. Der Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales ordnet einem ECTS-Punkt 25 Zeitstunden zu. Es werden 30 ECTS pro Semester vergeben. Insgesamt werden zum Studienabschluss 210 ECTS vergeben. Die Abschlussarbeit umfasst 12 ECTS.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

8 Nicht einschlägig: Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen ([§ 9 MRVO](#))

9 Nicht einschlägig: Sonderregelungen für Joint Programmes ([§ 10 MRVO](#))

II Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

1 Schwerpunkte der Bewertung/ Fokus der Qualitätsentwicklung

Der Studiengang wird als Konzeptakkreditierung begutachtet. Vor diesem Hintergrund wurde insbesondere über die Genese des Studiengangs und die gesetzten inhaltlichen Schwerpunkte gesprochen. Die Hochschule legte dar, wie sich der Studiengang am Standort in Schwäbisch Hall in das bestehende Portfolio der Hochschule Heilbronn einfügt. Aktuelle Ansätze im Curriculum und in der Lehre wurden ebenfalls thematisiert. Die für den Studiengang angedachten personellen Ressourcen waren ein zentraler Punkt in den Gesprächen.

2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

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

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

Sachstand

Die Qualifikationsziele für den Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales umfassen laut Hochschule eine fundierte allgemeine betriebswirtschaftliche Kompetenz mit den Schwerpunkten digitales Marketing und Vertrieb (offline wie online). Durch die erworbenen Fremdsprachenkenntnisse können diese Kenntnisse im internationalen Umfeld angewendet werden. Durch die tiefen Einblicke in digitale Transformation, Geschäftsmodelle, digitales Marketing und E-Commerce wird eine solide Fachkenntnis aufgebaut, die durch praxisorientierte Lernerfahrung wie beispielsweise ein Industriepraktikum, Workshops und Exkursionen ergänzt wird. Diese Ziele werden im Modulhandbuch aufgezeigt. Nach den Grundlagen wie Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft und angewandte Mathematik wird der Schwerpunkt anschließend auf das Online-Business gelegt. Vertieftes Know-how zu digitalem Marketing, Usability Engineering und Innovationsmanagement werden vermittelt. Auch strategische Führungsfähigkeiten in digitalen Geschäftsprozessen sind Teil des Studiums.

Durch dieses fundierte Angebot wird gewährleistet, dass der Studiengang die aktuellen Anforderungen auf dem Markt bestmöglich abbildet. Als rein englischsprachiger Studiengang ergibt sich zudem eine von kultureller und sprachlicher Diversität geprägte Studierendengemeinschaft, die bei gemeinsamen Projekten und Hochschulveranstaltungen im Austausch miteinander und voneinander lernen können.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Zielsetzung des Studiengangs ist klar formuliert. Die Qualifikationsziele sind im Hinblick auf die Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit nachvollziehbar dargestellt und werden durch die curricularen Inhalte erreicht. Insbesondere im Hinblick auf Kooperationen mit Firmenpartnern vor Ort wird hier gezielt Qualifikation für die Gegend geschaffen. Positiv ist anzumerken, dass „Ethik“ als Submodul verankert ist. So findet Qualifikation auch über den reinen fachlichen Rahmen hinaus statt. Wünschenswert wäre eine Weiterentwicklung hin zu einem Fach „Digitale Ethik“, da hier angesichts aktueller, dynamischer Veränderungen viele neue ethische Fragestellungen im Raum stehen.

Positiv ist besonders die Schwerpunktsetzung des neu gestalteten Studienganges zu werten, einerseits hin zu Digitalität und andererseits hin zu Marketing UND Sales. Damit unterscheidet der Studiengang sich positiv von vielen Studiengängen anderer Hochschulen, die zwar Marketing abbilden, aber nicht den so wichtigen Bereich Sales. Gerade auch in Hinblick auf die hohe Nachfrage des Arbeitsmarktes im Bereich Sales ist dies als sehr gelungen zu bewerten.

Der Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden wird nachvollziehbar Rechnung getragen. Das Gespräch mit den Studierenden bestätigte dies. Insgesamt wären in Bezug auf die Möglichkeiten einer individuellen Ausgestaltung des Studiums und einer persönlichen Schwerpunktsetzung mehr Wahlmöglichkeiten im Curriculum wünschenswert, auch im Hinblick auf die spätere Berufstätigkeit.

Die Qualifikation und das Abschlussniveau entsprechen dem Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse.

Die Qualifikation und das Curriculum werden im Diploma Supplement abgebildet.

Die Zielgruppe des Studiengangs umfasst Internationals wie auch deutsche Studierende, was sicherlich zum Erwerb interkultureller Kompetenzen innerhalb und außerhalb der curricularen Inhalte führen wird. Die Hochschule ist in diesem Bereich sehr gut mit Unterstützungsangeboten aufgestellt, sei es durch administratives Personal oder niederschwellige Angebote wie Buddy-Programme o.ä. Dies sollte unbedingt beibehalten werden.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO)

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

Sachstand

Der Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales regelt die Zulassung zum Studium über die Zulassungssatzung. Nach Vorgabe der Kultusministerkonferenz sind die Qualifikationsziele durch das DQR-Niveau festgelegt. Die einzelnen Module sind über die sieben Semester laut Hochschule so gegliedert, dass sie sich logisch und inhaltlich ergänzen und aufeinander aufbauen. Die einzelnen Module legen den Fokus auf unterschiedliche Kompetenzziele so, dass in Summe alle Qualifikationsziele im Curriculum abgedeckt sind. Durch verschiedene Methoden, Lehrveranstaltungen und Prüfungen wird gewährleistet, dass die Studierenden die in der Praxis erforderliche Problemlösungskompetenz, die Anwendung von Wissens- und Methodentransfer sowie die Fähigkeit zur Entwicklung neuer Methoden beherrschen. Als Lernmethoden werden Seminare mit integrierten Übungen als auch Vorlesungen mit Übungseinheiten kombiniert. Die Ziele des Selbststudiums werden klar an die Studierenden kommuniziert und erforderliche Hilfsmittel auf unterschiedlichen medialen Wegen zur Verfügung gestellt. Über die Lernplattform ILIAS stehen den Studierenden die erforderlichen Unterlagen für einen ausgewogen didaktischen Blickwinkel zur Verfügung. Die internen Druckmöglichkeiten ergänzen das Online-Angebot ebenso wie die Bibliothek im Haus. Hier finden sich über die Fernleihe und die Kooperation mit der Bibliothek in Heilbronn ein breitgefächertes Angebot. Außerdem steht den Studierenden eine große E-Book-Auswahl zur Verfügung. Die Lehre findet über verschiedene hochmoderne Kommunikationskanäle und Methoden statt. Die Studierenden profitieren laut Hochschule nicht nur von einer gut ausgestatteten Hochschule mit moderner Technik, sondern erhalten auch durch praxisnahe Lehrbeauftragte Einblick in die Arbeitswelt und können durch Seminare mit Praxispartnern erste Unternehmenserfahrungen sammeln. Hier können die Studierenden ihre Teamfähigkeit, Selbstorganisation als auch ihr Verantwortungsbewusstsein weiterentwickeln. Die Studierenden haben über die viermal jährlich stattfindende Studienkommission direkten Einfluss auf das Studium, die Inhalte und die Umsetzung. Hier können Wünsche und Anregungen eingebracht und besprochen werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die inhaltliche Ausgestaltung des Studiengangs wird als gelungen bewertet. Der Studiengang ist unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikation stimmig hinsichtlich der angestrebten Qualifikationsziele aufgebaut. Die Inhalte sind eventuell anspruchsvoll angesichts des B1 Englisch-Niveaus, sie werden jedoch zu schaffen sein. Die englischen Sprachkenntnisse werden sich zudem sicherlich während des Studiums weiterentwickeln. Die Studiengangsbezeichnung stimmt mit den Inhalten überein. Der gewählte Abschlussgrad ist

inhaltlich passend. Wie bereits in der Bewertung der Qualifikationsziele ausgeführt, könnten die Möglichkeiten eines freigestalteten Studiums noch ausgeweitet werden um den Studierenden eine persönliche Schwerpunktsetzung zu vereinfachen.

Ein Auslandssemester ist sehr gut in das Studium integriert. Hindernisse für einen Abschluss in Regelstudienzeit konnten diesbezüglich nicht ausgemacht werden.

Die Studierenden werden u.a. durch Studierendenkommissionen in die Weiterentwicklung der Lehr- und Lernprozesse einbezogen.

Insgesamt ist der Punkt Curriculum als gut umgesetzt zu bewerten, Optimierungspotential sieht das Gremium in erster Linie in der Darstellung einiger Inhalte v.a. im Modulhandbuch. In den Gesprächen mit den Lehrenden wurde zwar klar, dass zunächst vermisste Inhalte durchaus vermittelt werden, doch sollten insbesondere die titelgebenden Bereiche „Sales“ und „Global“ stärker als bisher im Modulhandbuch aufgegriffen werden, sowohl in der Benennung von Modulen, als auch in den beschriebenen Inhalten. So sollte mindestens über die Entwicklung eines Grundlagenmoduls Sales in einem niedrigen Semester nachgedacht werden, so dass der wichtige Bereich Sales von Anfang an in der Lehre Berücksichtigung findet und wünschenswerterweise auch über ein weiteres Modul im 3. oder 4. Semester, so dass Sales nicht erst im 5. Semester begonnen wird. Auch sollten manche Fächer (z.B. Logistics -> International Logistics) oder gar Studienabschnitte explizit als „international“ benannt und gekennzeichnet werden. Auch in der Ziel-Beschreibung der drei Säulen des Studiengangs ist weder „Global“ noch „International“ zu finden. Hier sollten die internationalen bzw. globalen Aspekte explizit angeführt werden.

Ein Praktikumssemester ist vorgesehen, angesichts der guten Vernetzung vor Ort sollte dies ohne Probleme möglich sein. Da dies im fortgeschrittenen Studium stattfindet, ist dies auch für nicht deutsch-sprachige Studierende gut machbar, da diese im Fortgang des Studium Deutsch lernen.

Die verbindliche Einführung der zweiten Fremdsprache, in diesem Fall Spanisch, ist ein besonders positives Merkmal des Studiengangs. Die damit vermittelten Kompetenzen und Qualifikationen werden auch für die zukünftige Berufswahl von entscheidender Bedeutung sein können. Der komplett englischsprachige Studiengang mit weiterem Spracherwerb ist für die Region sicherlich als innovativ zu bewerten. Wünschenswert wäre in diesem Kontext, eine konsequente englischsprachige Benennung der Modultitel.

Es liegen innovative Lehrmethoden vor, z.B. seminaristische Übungen in denen interaktiv und digital content erschaffen wird (genannt wurde etwas das über sich selbst zu erstellende LinkedIn Profil). Diese sind gut in die Semester eingebunden.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen:

- Die titelgebenden Bereiche „Sales“ und „Global“ sollten stärker als bisher im Modulhandbuch aufgegriffen werden.

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

Sachstand

Im Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales ist im fünften Semester ein entsprechendes Mobilitätsfenster von einem Semester vorgesehen. Die studentische Mobilität wird dabei u.a. dadurch gefördert, dass interne Beratungsangebote bestehen und der Möglichkeit das Praktische Studiensemester in das vierte Semester vorzuziehen existiert. Ziel dabei ist es zu vermeiden, dass ein zeitlich begrenzter Wechsel an eine andere Hochschule nicht automatisch zu einer Verlängerung der Studiendauer führt. Zu den Beratungsangeboten zählen die Studierendenberatung durch die Hochschule im Allgemeinen sowie die umfangreiche individuelle Beratung im Studiengang. Ergänzt werden diese Angebote durch vielfältige Unterstützungs-, Beratungs- und Informationsangebote aus dem International Office. Es stehen den Studierenden umfangreiche internationale Kontakte zur Verfügung.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Möglichkeit der Studierendenmobilität ist als gut zu bewerten. Ein Mobilitätsfenster ist ausgewiesen, auch können Möglichkeiten jenseits des ausgewiesenen Fensters geschaffen werden, wie die Studierenden im Gespräch bestätigten. Es gibt Beratungsangebote vor Ort und die Studierenden werden regelmäßig über die Möglichkeiten eines Auslandsaufenthaltes informiert. Es bestehen verschiedene Partnerschaften mit Hochschulen im Ausland.

Da der Studiengang rein in englischer Sprache stattfindet, wird aktuell der Fokus nicht auf „internationaler Mobilität“ liegen, da viele der Studierenden im Ausland angeworben werden sollen. Entsprechend ist aktuell der Fokus auf Spracherwerb und „ankommen“ gelegt. Nach dem Start des Programmes können im Schritt der Weiterentwicklung – bei Bedarf – eventuell noch weitere Mobilitätsangebote entwickelt werden.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

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

Sachstand

Im Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales sind laut Hochschule 130 SWS Lehrveranstaltungen vorgesehen. Es existiert keine direkte Zuordnung von Professor:innen zum Studiengang. Alle Professuren sind der Fakultät zugeordnet, die Deputatsverteilung erfolgt über alle Studiengänge lehrveranstaltungsbezogen. Das Lehrdeputat der Professor:innen der Fakultät wird jeweils vor Beginn des nächsten Semesters in einer Deputatsplanungsrunde abgestimmt. Momentan sind 17 Professuren der Fakultät besetzt. Zwei weitere Berufungsverfahren sind Stand Februar 2025 kurz vor der finalen Ruferteilung. Fakultätsübergreifend erbringen die professoralen Lehrkräfte 60% der Vorlesungen 40% der Lehrveranstaltungen werden durch Lehrbeauftragte oder hauptberufliche Lektoren erbracht, dieses Verhältnis wird auch für den Studiengang Global Digital Marketing and Sales erwartet. Die Gewinnung und Betreuung eines Lehrbeauftragten wird – unter Beachtung der fachlichen Nähe zum zu besetzenden Fach – eine:r/m hauptamtlichen Professor:in übertragen. Es werden insbesondere die rechtlichen Voraussetzungen (LHG) und die didaktischen Fähigkeiten überprüft bzw. eingeschätzt. Die endgültige Entscheidung über die Erteilung des Lehrauftrages liegt beim Dekanat. Für die Professor:innen der Fakultät steht ein Weiterbildungsbudget zur Verfügung. Lehrbeauftragte haben die Möglichkeit an didaktischen Seminaren teilzunehmen, diese werden zentral von der Hochschule organisiert. Zudem werden Seminare für den Bereich eLearning und Nutzung von ILIAS zentral angeboten. Die Hochschule bietet zentral Weiterbildungen an, diese können von allen Lehrpersonen genutzt werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die personelle Ausstattung zur Umsetzung des Studiengangskonzepts ist gesichert. Bei der Begehung wurde den Gutachtern mitgeteilt, dass die Besetzung einer neuen Professur „Digital Marketing“ abgeschlossen wurde, was vom Gremium sehr positiv aufgenommen wurde, insbesondere, da die neuberufene Person ein internationales Profil aufweist.

Nach Auskunft der Hochschule gibt es derzeit vier offene Professuren, die zukünftig zu besetzen sind. Das Gremium empfiehlt hier, bei der Besetzung den hier zu bewertenden Studiengang einzubeziehen, auch um vor dem Hintergrund möglicherweise sehr hoher Bewerberzahlen eine dauerhaft überhöhte Arbeitsbelastung der designierten Studiengangsleitung zu vermeiden.

Die Vielzahl an spezialisierten Vorlesungen in den höheren Semestern sollte zumindest zur Hälfte durch hauptamtlich Lehrende abgedeckt sein. Diese Vorlesungen über die sicher sehr guten Kontakte zur Praxis abzudecken ist riskant und sollte nicht dauerhaft angestrebt werden. Auch daher wäre eine weitere Professur im Bereich Digital Marketing sehr wünschenswert. Aufgrund der hohen Aktualität der Lehrinhalte und der internationalen Ausrichtung könnte es notwendig werden, eine recht hohe Zahl von Lehrbeauftragten in den Betrieb zu integrieren. Hier wäre es

wünschenswert, wenn im Vorfeld potentielle Lehrende identifiziert werden und die Einbindung dieser Lehrenden direkt mit potentiellen Möglichkeiten für Praktika für die Studierenden kombiniert wird.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen:

- Die Hochschule sollte bei der Besetzung zukünftiger Professuren die Bedarfe des Studiengangs Global Digital Marketing and Sales prüfen und in den Prozess einbeziehen.

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

Sachstand

Der Campus Schwäbisch Hall verfügt über zwei Gebäude mit Vorlesungsräumen, Büros und Lernräumen für Studierende. Der Campus ist hinsichtlich Hochschulverwaltung und IT-Unterstützung an die Hochschule Heilbronn angeschlossen. Vor Ort sind jeweils Mitarbeiter aus der Verwaltung, dem Rechenzentrum und des Facility Managements. Auf dem Campus befindet sich auch eine Außenstelle der Hochschulbibliothek „LIV“, ein Zusammenschluss der Hochschulbibliotheken der Hochschule Heilbronn, der DHBW und der TU München - Standort Heilbronn. Auf dem Campus gibt es insgesamt zwei PC-Pools.

Dem Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales steht eine Studiengangsassistenz zur Verfügung. Die Stelle ist aktuell besetzt. Zudem sind folgende Aufgaben zentral in der Fakultät organisiert:

- Stunden- und Raumplanung
- Prüfungsplanung
- Career Center
- Praktikantenamt
- Internationalisierungsreferentin
- Prüfungsausschuss
- Fakultätsmarketing/Veranstaltungsplanung

Die Raumzuteilung zu den Lehrveranstaltungen erfolgt zentral nach Kapazität. Die Studierenden können in zwei Gebäuden spezielle Gruppenarbeitsräume und die Bibliothek mit Lernplätzen nutzen. Diese stehen allen Studierenden des Campus zur Verfügung. Es gibt

Gruppenarbeitsräume in beiden Gebäuden, die zur Nutzung aller Studierenden zur Verfügung stehen. Es stehen PC-Pools mit Druckern sowie einer Bibliothek am Campus zur Verfügung.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Umfang des administrativen Personals ist als gut zu bewerten. Die Hochschule hat für den Standort Schwäbisch Hall eine Studiengangskoordination etabliert. Weiterhin gibt es Unterstützungs- und Beratungsangebote speziell für Internationals, die bei den zu erwartenden Schwierigkeiten im Bereich Visa und Wohnungssuche unterstützen könnten.

Die Räumlichkeiten vor Ort in Schwäbisch Hall sind in Ordnung. Die Studierenden haben Zugriff auf die Bibliotheksmöglichkeiten der gesamten Hochschule Heilbronn. Die kleine Teilbibliothek könnte perspektivisch in eine Lernlandschaft umgewandelt werden um der immer geringeren Rolle physischer Lernmittel zu entsprechen und zusätzliche studentische Begegnungsräume zu schaffen, wie es die schöne Dachterrasse des Hochschulgebäudes bereits ist.

Im Bereich der technischen Ausstattung empfiehlt das Gremium, dass die Möglichkeiten für hybride Lehre in den kommenden Jahren unbedingt ausgebaut werden sollten. Hier sollten die Möglichkeiten, die der Technologieschub der letzten Jahre gebracht hat in den (Lehr)Räumen etabliert werden, insbesondere auch im Hinblick auf die Partizipation von erkrankten Studierenden oder Studierenden mit Care-Aufgaben.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen:

- Die Hochschule sollte die Möglichkeiten für hybride Lehre ausbauen.

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

Sachstand

Im Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales werden verschiedene Prüfungsarten angewandt. Diese sind dem Modulhandbuch zu entnehmen. Schriftliche Prüfungen erstrecken sich immer über ein Modul und werden pro Semester abgeschlossen. Durch die strikte Zuordnung der Prüfung zu dem zu prüfenden Modul durch die EDV-Nummer lässt sich sicherstellen, dass die zugehörigen Prüfungen nur das zu prüfende Modul umfasst. Lediglich die Submodule werden in den Modulen separat ausgewiesen. Es gibt zwei Prüfungszeiträume von jeweils drei Wochen pro Jahr – je einen Prüfungszeitraum am Ende eines Semesters. Jede Klausur kann während jedes Prüfungszeitraumes geschrieben (nachgeschrieben) werden. Lediglich die Bachelorarbeit hat keinen separat ausgewiesenen Zeitraum und kann nur einmalig wiederholt werden. Die zum

Einsatz kommenden Prüfungsformen werden in der Studienkommission überprüft und weiterentwickelt.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die eingesetzten Prüfungsformen erfolgen modulbezogen und kompetenzorientiert. Es ist positiv hervorzuheben, dass alle Module in allen Semestern geschrieben werden können, auch wenn sie möglicherweise nicht angeboten wurden.

Man könnte überlegen als Prüfungsform Portfolioprüfungen anzubieten, zumindest in den höheren Semestern. Diese Prüfungsform fördert die Fähigkeit der Studierenden, verschiedene Inhalte und Methoden miteinander zu verknüpfen und ihre Ergebnisse zu reflektieren und zu präsentieren. Die Lehrenden könnten selbst festlegen, ob sie entweder nur eine Prüfungsform (Klausur, Vortrag, Ausarbeitung) anwenden wollen oder eine Kombination davon und in welcher Gewichtung dies in die Endnote einfließt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

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

Sachstand

Im Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales (GDM) wird der verlässlich planbare Studienbetrieb laut Hochschule durch einen vor Semesterbeginn veröffentlichten Stundenplan sichergestellt. Dieser online einsehbare Stundenplan ist laut Hochschule immer auf dem aktuellen Stand und kann von jedem Studierenden zu jeder Zeit eingesehen werden. Die stattfindenden Module beschränken sich auf die Wochenarbeitsstage Montag – Freitag in einem Zeitraum von 08:00 – 19:00 Uhr, jeder Vorlesungsblock umfasst 1,5 Stunden.

Den Studierenden stehen vor Studienstart die Informationen über den StarPlan-Stundenplan zur Verfügung, ebenfalls können sie nach Einrichtung des Hochschulaccounts auf der Lernplattform ILIAS Informationsmaterialien einsehen. Diese kommen vorab auch gesondert per Mail. Studienberatungen können über die Studiengangassistenz erfolgen, als auch über die zentrale Studienberatung in Heilbronn.

Die überschneidungsfreie Prüfungsgestaltung obliegt der Prüfungsplanung und wird in regelmäßiger Austausch mit den Studiendekanen und den Lehrveranstaltungsdozierenden optimiert. Die Studierenden haben je Prüfungszeitraum ein Anmeldefenster plus einen nachgelagerten Zeitraum für verspätete Anmeldungen. Nach diesem Zeitfenster kann eine Nachmeldung gegen eine Gebühr erfolgen. Während der Prüfungsphase finden keine

Lehrveranstaltungen statt. So wird sichergestellt, dass der Arbeits- und Prüfungsaufwand gleichmäßig verteilt ist. Die Studienkommission stellt eine ausgewogene Prüfungs- und Arbeitsbelastung sicher. Anliegen der Studierenden werden in der Studienkommission besprochen und gegebenenfalls Lösungen bereitgestellt.

Für die Qualitätssicherung der Studieninhalte und der Sicherstellung der Studierbarkeit sind Änderungen des Modulhandbuchs bei dem Studiendekan zu beantragen. Die Studienkommission diskutiert den Antrag und gibt eine Empfehlung an den Fakultätsrat. Der Fakultätsrat entscheidet mit einfacher Mehrheit über die beantragte Änderung des Modulhandbuchs

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studierbarkeit im Studiengang wird durch einen planbaren und verlässlichen Studienbetrieb gewährleistet. Lehrveranstaltungen und Prüfungen werden überschneidungsfrei angeboten. Der Workload für die Studierenden ist angemessen.

Zur weiteren Verbesserung der Studierbarkeit könnte man über einen zweiten Klausurenzeitraum in jedem Semester nachdenken, z.B. zu Beginn und zu Ende der vorlesungsfreien Zeit.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.7 Nicht einschlägig: Besonderer Profilanspruch ([§ 12 Abs. 6 und 7 MRVO](#))

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

Sachstand

Für den Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales (GDM) wird laut Hochschule bei der Auswahl der Dozierenden auf die fachlich-inhaltliche sowie die wissenschaftliche Anforderung im Bereich des Bachelorstudiums geachtet. Alle Dozierenden bringen zudem eine herausragende Expertise für die Kernkompetenzen und Kompetenzziele mit sich. Speziell Dozierende aus Unternehmen und Gastredner aus der Wirtschaft bringen hohe praktische Erfahrungen und einen erheblichen Mehrwert für alle Studierenden mit sich. Ebenso wie die wechselnden Praxispartnern in den praxisnahen Modulen. Die Studienkommission hat die fachliche Aktualität des Inhaltes sowie die methodisch-didaktischen Ansätze im Blick.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ist im Studiengang gegeben. Die Lehrenden sind regional und überregional gut vernetzt und bringen aktuelle fachliche Entwicklungen in die Lehre ein. Aktuelle Themen aus der Berufspraxis werden durch Lehrbeauftragte in die Lehre eingebracht. Der Austausch mit den zahlreichen Unternehmen in der Region ist ein klarer Standortvorteil. Hier gibt es auch schon die Möglichkeit zum Einsatz von forschender Lehre auf Bachelor Niveau. Damit wird es auch gelingen, der rasanten Entwicklungen von künstlicher Intelligenz inhaltlich Rechnung zu tragen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.3.2 Nicht einschlägig: Lehramt ([§ 13 Abs. 2 und 3 MRVO](#))

2.4 Studienerfolg ([§ 14 MRVO](#))

Sachstand

Der Bachelorstudiengang Global Digital Marketing and Sales ist Teil des Qualitätsmanagement Studium und Lehre der Hochschule Heilbronn und ist gekennzeichnet durch eine hohe Autonomie der fünf Fakultäten, die sich in Größe, Struktur und Art der thematischen Ausrichtung stark unterscheiden. Deshalb setzt die Hochschule Heilbronn auf ein abgestuftes, d.h. die unterschiedlichen organisatorischen Hierarchien reflektierendes und den Kernprozessen der Hochschule angepasstes Qualitätsmanagementsystem unter der Gesamtverantwortung des Rektorats. Auf operativer Ebene liegt die Verantwortung für das Qualitätsmanagement der einzelnen Geschäftsbereiche bei den jeweiligen Prorektoraten bzw. dem Kanzler. Der Sicherung eines einheitlichen Entscheidungsverhaltens der Prüfungsausschüsse in Prüfungsangelegenheiten sowie der Weiterentwicklung der Prüfungsordnungen dient der im allgemeinen Teil der SPOs definierte Zentrale Prüfungsausschuss (ZPA). Seine Aufgabe besteht darin, Empfehlungen auszusprechen über die Handhabung der Härtefall und Fristverlängerungsregeln sowie über die Erstellung von Rahmenrichtlinien im Hinblick auf die Gestaltung der Studien- und Prüfungsordnung.

Es werden Evaluationsmaßnahmen elektronisch durchgeführt. Dies ist in der Evaluationssatzung beschrieben. Mit diesem Verfahren ist das Qualitätsmanagement gemäß § 26 LHG (Studienkommissionen; Studiendekaninnen und Studiendekane) gewährleistet.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Prozesse des kontinuierlichen Monitorings von Studienprogrammen am Standort Schwäbisch Hall ist nach Ansicht des Gremiums etabliert und funktioniert gut. Insgesamt erscheint die Frequenz der Evaluation von Lehrveranstaltungen hoch. Das Durchführen über die Herausgabe von QR-Codes sichert Anonymität und Vollständigkeit der Angaben. Zudem wurde überzeugend dargelegt, dass am Standort Schwäbisch Hall eine Politik der offenen Tür herrscht, sodass die Studierenden auch abseits der turnusmäßigen Evaluationen niederschwellige Möglichkeiten der Rückmeldung haben. Die Lehrenden legten dar, dass Evaluationsergebnisse an die Studierenden rückgemeldet werden, jedoch schien diesbezüglich ein gewisses Informationsdefizit bei den Studierenden zu bestehen, sodass das Gremium empfiehlt, den Prozess an dieser Stelle zu durchleuchten und ggf. Maßnahmen zu ergreifen, um die Ergebnisse der Evaluationen besser an die Studierenden zu vermitteln.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen:

- Die Hochschule sollte überprüfen, ob die Evaluationsergebnisse in ausreichendem Maße an die Studierenden rückgekoppelt werden.

2.5 Diversität, Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich ([§ 15 MRVO](#))

Sachstand

Die Hochschule Heilbronn (HHN) verfügt über langjährig etablierte und nachhaltig verankerte Strukturen zur Förderung von Chancengerechtigkeit und Diversität. Diversität ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für ein dynamisches und erfolgreiches Miteinander. Die HHN versteht sich als eine Hochschule, die die Vereinbarkeit von Familie und Studium lebbar macht und in der alle Menschen ihr Potential entfalten können, unabhängig von Alter, Geschlecht, persönlichem Lebensentwurf, ethnischer oder religiöser Zugehörigkeit und physischen Fähigkeiten. Neben der Unterzeichnung der Charta der Vielfalt, ist die HHN seit 2005 im Audit familiengerechte Hochschule zertifiziert und wird aktuell zum dritten Mal im Professorinnenprogramm des Bundes und der Länder gefördert. Konkrete Ziele zur Erhöhung der Frauenanteile und Maßnahmen zur Förderung der Chancengerechtigkeit sind im Gleichstellungsplan definiert. Dieser ist Teil des Struktur- und Entwicklungsplans der Hochschule Heilbronn. Zur weiteren Verbesserung der Familiengerechtigkeit hat die HHN darüber hinaus im Handlungsprogramm familiengerechte Hochschule konkrete Maßnahmen vereinbart. Die Umsetzung wird aus dem Referat für Gleichstellung und Diversität heraus begleitet.

Standardisierte Prozesse und Anlaufstellen (z. B. in der Personalauswahl oder zum Diskriminierungsschutz) sowie ein jährliches Monitoring der Gleichstellungskennzahlen sind fest etabliert.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die hochschulischen Konzepte zur Berücksichtigung von Diversität, zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen sind etabliert und entsprechen den gängigen Standards. Die Studierenden bestätigten die Prozesse zur Gewährung von Nachteilsausgleich, die durch die Hochschulleitung dargelegt wurden, als nachvollziehbaren und meist unkomplizierten Prozess.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.6 Nicht einschlägig: Sonderregelungen für Joint Programmes ([§ 16 MRVO](#))

2.7 Nicht einschlägig: Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen ([§ 19 MRVO](#))

2.8 Nicht einschlägig: Hochschulische Kooperationen ([§ 20 MRVO](#))

2.9 Nicht einschlägig: Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien ([§ 21 MRVO](#))

III Begutachtungsverfahren

1 Allgemeine Hinweise

2 Rechtliche Grundlagen

Akkreditierungsstaatsvertrag

Musterrechtsverordnung (MRVO)/Landesrechtsverordnung

3 Gutachtergremium

a) Hochschullehrerinnen/ Hochschullehrer

- Angelika Senft, ABWL & Marketing, UAS Frankfurt
- Margo Bienert, ABWL & Marketing, TH Nürnberg

b) Vertreterin/Vertreter der Berufspraxis

- Alexander Zeitelhack, Consultant, Nürnberg

c) Vertreterin/Vertreter der Studierenden

- Susanna Mönchenberg, Kommunikationswissenschaft (M.A.), LMU München

IV Datenblatt

1 Daten zum Studiengang

Keine, da Konzeptakkreditierung

2 Daten zur Akkreditierung

| | |
|--|---|
| Vertragsschluss Hochschule – Agentur: | 31.04.2024 |
| Eingang der Selbstdokumentation: | 10.02.2025 |
| Zeitpunkt der Begehung: | 08.04.- 09.04.2025 |
| Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind: | Studiengangsleitung, Lehrende, LfbAs, Studiengangskoordination, Hochschulleitung, Studierende, nichtwissenschaftliches Personal |
| An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt): | Lehr- und Lernräume, Bibliothek, Mensa, Campusgelände, Labore |

V Glossar

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

Anhang

§ 3 Studienstruktur und Studiendauer, Anerkennung und Anrechnung

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

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

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

(4) Die Hochschule setzt die nationalen und landesgesetzlichen Regelungen zur Anerkennung von Kompetenzen, Qualifikationen und Leistungen, die an einer Hochschule erbracht wurden, sowie zur Anrechnung von Kompetenzen und Qualifikationen, die außerhalb von Hochschulen erworben wurden, um.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 4 Studiengangsprofile

(1) ¹Masterstudiengänge können nach „anwendungsorientiertem“ oder „forschungsorientiertem“ Profil unterschieden werden. ²Masterstudiengänge an Kunst- und Musikhochschulen können ein besonderes künstlerisches Profil haben. ³Masterstudiengänge, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden, haben ein besonderes lehramtsbezogenes Profil. ⁴Legt die Hochschule ein Profil fest, ist dies in der Akkreditierung festzustellen.

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

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 5 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten

(1) ¹Zugangsvoraussetzung für einen Masterstudiengang ist ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss. ²Bei weiterbildenden und künstlerischen Masterstudiengängen kann der berufsqualifizierende Hochschulabschluss durch eine Eingangsprüfung ersetzt werden, sofern Landesrecht dies vorsieht. ³Weiterbildende Masterstudiengänge setzen qualifizierte berufspraktische Erfahrung von nicht unter einem Jahr voraus; für einzelne Studierende sind in begründeten Ausnahmefällen Abweichungen möglich.

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

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 6 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen

(1) ¹Nach einem erfolgreich abgeschlossenen Bachelor- oder Masterstudiengang wird jeweils nur ein Grad, der Bachelor- oder Mastergrad, verliehen, es sei denn, es handelt sich um einen Multiple-Degree-Abschluss.

²Dabei findet keine Differenzierung der Abschlussgrade nach der Dauer der Regelstudienzeit statt.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 7 Modularisierung

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

(2) ¹Die Beschreibung eines Moduls soll mindestens enthalten:

1. angestrebte Lernergebnisse und Studieninhalte des Moduls,
2. Lehr- und Lernformen,

3. Voraussetzungen für die Teilnahme,
4. Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten entsprechend dem European Credit Transfer System (ECTS-Leistungspunkte),
5. ECTS-Leistungspunkte und Benotung,
6. Häufigkeit des Angebots des Moduls,
7. Arbeitsaufwand und
8. Dauer des Moduls.

(3) ¹Unter den Voraussetzungen für die Teilnahme sind die Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme und Hinweise für die geeignete Vorbereitung durch die Studierenden zu benennen.

²Bei den Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten ist anzugeben, wie ein Modul erfolgreich absolviert werden kann (Prüfungsart, -umfang, -dauer).

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 8 Leistungspunktesystem

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

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

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

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

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

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 9 Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen

(1) ¹Umfang und Art bestehender Kooperationen mit Unternehmen und sonstigen Einrichtungen sind unter Einbezug nichthochschulischer Lernorte und Studienanteile sowie der Unterrichtssprache(n) vertraglich geregelt und auf der Internetseite der Hochschule beschrieben. ²Bei der Anwendung von Anrechnungsmodellen im Rahmen von studiengangsbezogenen Kooperationen ist die inhaltliche Gleichwertigkeit anzurechnen-

der nichthochschulischer Qualifikationen und deren Äquivalenz gemäß dem angestrebten Qualifikationsniveau nachvollziehbar dargelegt.

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 10 Sonderregelungen für Joint Programmes

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

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

²Auf diese Studiengänge werden die §§ 10, 16 und 33 angewendet. ³Die Umsetzung der Kriterien von Absatz 1 Nummer 1 bis 5 wird geprüft.

(2) ¹Qualifikationen und Studienzeiten werden in Übereinstimmung mit dem Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region vom 16. Mai 2007 (BGBl. 2007 II S. 712, 713) (Lissabon-Konvention) anerkannt. ²Das ECTS wird entsprechend §§ 7 und 8 Absatz 1 angewendet und die Verteilung der Leistungspunkte ist geregelt. ³Für den Bachelorabschluss sind 180 bis 240 Leistungspunkte nachzuweisen und für den Masterabschluss nicht weniger als 60 Leistungspunkte. ⁴Die wesentlichen Studieninformationen sind veröffentlicht und für die Studierenden jederzeit zugänglich. ⁵Im Übrigen finden die Regelungen des Teils 2 keine Anwendung.

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

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 11 Qualifikationsziele und Abschlussniveau

(1) ¹Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse sind klar formuliert, öffentlich zugänglich und tragen den in [Artikel 2 Absatz 3 Nummer 1 Studienakkreditierungsstaatsvertrag](#) genannten Zielen von Hochschulbildung wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung sowie Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung nachvollziehbar Rechnung. ²Die Dimension Persönlichkeitsbildung umfasst auch die künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle der Absolventinnen und Absolventen. Die Studierenden sollen nach ihrem Abschluss in der Lage sein, gesellschaftliche Prozesse kritisch, reflektiert sowie mit Verantwortungsbewusstsein und in demokratischem Gemeinsinn maßgeblich mitzugestalten.

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

(3) ¹Bachelorstudiengänge dienen der Vermittlung wissenschaftlicher Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogener Qualifikationen und stellen eine breite wissenschaftliche oder künstlerische Qualifizierung sicher. ²Konsekutive Masterstudiengänge sind als vertiefende, verbreiternde, fachübergreifende oder fachlich andere Studiengänge ausgestaltet. ³Weiterbildende Masterstudiengänge setzen qualifizierte berufs-

praktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr voraus. ⁴Das Studiengangskonzept weiterbildender Masterstudiengänge berücksichtigt die beruflichen Erfahrungen und knüpft zur Erreichung der Qualifikationsziele an diese an. ⁵Bei der Konzeption legt die Hochschule den Zusammenhang von beruflicher Qualifikation und Studienangebot sowie die Gleichwertigkeit der Anforderungen zu konsekutiven Masterstudiengängen dar. ⁶Künstlerische Studiengänge fördern die Fähigkeit zur künstlerischen Gestaltung und entwickeln diese fort.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung

§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und Satz 5

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 1 Satz 4

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 1 Satz 6

⁶Studiengang, Studienverlauf, Prüfungsanforderungen, Modulbeschreibungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung oder chronischen Erkrankungen sind dokumentiert und veröffentlicht.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 2

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 3

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 4

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 5

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

1. einen planbaren und verlässlichen Studienbetrieb,
2. die weitgehende Überschneidungsfreiheit von Lehrveranstaltungen und Prüfungen,
3. einen plausiblen und der Prüfungsbelastung angemessenen durchschnittlichen Arbeitsaufwand, wobei die Lernergebnisse eines Moduls so zu bemessen sind, dass sie in der Regel innerhalb eines Semesters oder eines Jahres erreicht werden können, was in regelmäßigen Erhebungen validiert wird, und
4. eine adäquate und belastungsgemessene Prüfungsdichte und -organisation, die in einem Prüfungskonzept stimmig begründet wird und deren Belastungsgemessenheit regelmäßig unter Einbezug von Studierenden im Rahmen der Weiterentwicklung des Studienganges im Sinne von § 14 bewertet wird; Module sollen einen Umfang von mindestens fünf ECTS-Leistungspunkten aufweisen.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 6 und 7

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

(7) Ein Studiengang darf als „dual“ bezeichnet und beworben werden, wenn die Lernorte (mindestens Hochschule oder Berufsakademie und Betrieb) systematisch sowohl inhaltlich als auch organisatorisch und vertraglich miteinander verzahnt sind.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 13 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge

§ 13 Abs. 1

(1) ¹Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ist gewährleistet.

²Die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch-didaktischen Ansätze des Curriculums werden kontinuierlich überprüft und an fachliche und didaktische Weiterentwicklungen angepasst. ³Dazu erfolgt eine systematische Berücksichtigung des fachlichen Diskurses auf nationaler und gegebenenfalls internationaler Ebene.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 13 Abs. 2 und 3

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

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

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

erfolgt sind. ²Ausnahmen von Satz 1 Nummer 1 und 2 sind beim Lehramt für die beruflichen Schulen und bei Quereinstiegs-Masterstudiengängen zulässig.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 14 Studienerfolg

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 15 Diversität, Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 16 Sonderregelungen für Joint Programmes

(1) ¹Für Joint-Programmes finden die Regelungen in § 11 Absätze 1 und 2, sowie § 12 Absatz 1 Sätze 1 bis 3, Absatz 2 Satz 1, Absätze 3 und 4 sowie § 14 entsprechend Anwendung. ²Im Übrigen finden die Regelungen des Teils 3 keine Anwendung. ³Daneben gilt:

1. Die Zugangsanforderungen und Auswahlverfahren sind der Niveaustufe und der Fachdisziplin, in der der Studiengang angesiedelt ist, angemessen.
2. Es kann nachgewiesen werden, dass mit dem Studiengang die angestrebten Lernergebnisse erreicht werden.
3. Soweit einschlägig, sind die Vorgaben der Richtlinie 2005/36/EG vom 07.09.2005 (ABl. L 255 vom 30.9.2005, S. 22-142) über die Anerkennung von Berufsqualifikationen, zuletzt geändert durch die Richtlinie 2013/55/EU vom 17.01.2014 (ABl. L 354 vom 28.12.2013, S. 132-170) berücksichtigt.
4. Bei der Betreuung, der Gestaltung des Studiengangs und den angewendeten Lehr- und Lernformen werden die Vielfalt der Studierenden und ihrer Bedürfnisse respektiert und die spezifischen Anforderungen mobiler Studierender berücksichtigt.
5. Das Qualitätsmanagementsystem der Hochschule gewährleistet die Umsetzung der vorstehenden und der in § 17 genannten Maßgaben.

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 19 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 20 Hochschulische Kooperationen

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

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

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

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 21 Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien

(1) ¹Die hauptberuflichen Lehrkräfte an Berufsakademien müssen die Einstellungsvoraussetzungen für Professorinnen und Professoren an Fachhochschulen gemäß § 44 Hochschulrahmengesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 19. Januar 1999 (BGBl. I S. 18), das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 15. November 2019 (BGBl. I S. 1622) geändert worden ist, erfüllen. ²Soweit Lehrangebote überwiegend der Vermittlung praktischer Fertigkeiten und Kenntnisse dienen, für die nicht die Einstellungsvoraussetzungen für Professorinnen oder Professoren an Fachhochschulen erforderlich sind, können diese entsprechend § 56 Hochschulrahmengesetz und einschlägigem Landesrecht hauptberuflich tätigen Lehrkräften für besondere Aufgaben übertragen werden. ³Der Anteil der Lehre, der von hauptberuflichen Lehrkräften erbracht wird, soll 40 Prozent nicht unterschreiten. ⁴Im Ausnahmefall gehören dazu auch Professorinnen oder Professoren an Fachhochschulen oder Universitäten, die in Nebentätigkeit an einer Berufsakademie lehren, wenn auch durch sie die Kontinuität im Lehrangebot und die Konsistenz der Gesamtausbildung sowie verpflichtend die Betreuung und Beratung der Studierenden gewährleistet sind; das Vorliegen dieser Voraussetzungen ist im Rahmen der Akkreditierung des einzelnen Studiengangs gesondert festzustellen.

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

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

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

[Zurück zum Gutachten](#)

Art. 2 Abs. 3 Nr. 1 Studienakkreditierungsstaatsvertrag

Zu den fachlich-inhaltlichen Kriterien gehören

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

[Zurück zu § 11 MRVO](#)

[Zurück zum Gutachten](#)

