

## Beschluss zur Akkreditierung

### des Studiengangs

### „Kommunikations- und Multimediamanagement“ (B.A.)

### an der Fachhochschule Düsseldorf

**Auf der Basis des Berichts der Gutachtergruppe und der Beratungen der Akkreditierungskommission in der 56. Sitzung vom 18./19.08.2014 spricht die Akkreditierungskommission folgende Entscheidungen aus:**

1. Der Studiengang „**Kommunikations- und Multimediamanagement**“ mit dem Abschluss „**Bachelor of Arts**“ an der **Fachhochschule Düsseldorf** wird unter Berücksichtigung der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 20.02.2013) mit Auflagen akkreditiert.

Der Studiengang entspricht grundsätzlich den Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen, den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz, den landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen sowie den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in der aktuell gültigen Fassung. Die im Verfahren festgestellten Mängel sind durch die Hochschule innerhalb von neun Monaten behebbar.

2. Die Akkreditierung wird mit den unten genannten Auflagen verbunden. Die Auflagen sind umzusetzen. Die Umsetzung der Auflagen ist schriftlich zu dokumentieren und AQAS spätestens **bis zum 31.05.2015** anzuzeigen.
3. Die Akkreditierung wird für eine **Dauer von sieben Jahren** (unter Berücksichtigung des vollen zuletzt betroffenen Studienjahres) ausgesprochen und ist **gültig bis zum 30.09.2021**.

#### **Auflagen:**

1. Bei der Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region ist das entsprechende Übereinkommen („Lissabon-Konvention“) zu beachten. Die wesentlichen Grundsätze der wechselseitigen Anerkennung – dies sind vor allem die Anerkennung als Regelfall und die Begründungspflicht bei Versagung der Anerkennung – sind in der Weise in hochschulrechtlichen Vorschriften zu dokumentieren, dass Transparenz für die Studierenden gewährleistet ist.
2. Die curriculare Verankerung des Online-Marketings muss durch ein spezifisches Modul erfolgen.

Die Auflagen beziehen sich auf im Verfahren festgestellte Mängel hinsichtlich der Erfüllung der Kriterien des Akkreditierungsrates zur Akkreditierung von Studiengängen i. d. F. vom 20.02.2013.

Die Auflagen wurden fristgerecht erfüllt.  
Die Akkreditierungskommission bestätigt dies mit Beschluss vom 18./19.05.2015.

Zur weiteren Begründung dieser Entscheidung verweist die Akkreditierungskommission auf das Gutachten, das diesem Beschluss als Anlage beiliegt.

**Gutachten zur Akkreditierung  
des Studiengangs  
„Kommunikations- und Multimediamanagement“ (B.A.)  
an der Fachhochschule Düsseldorf**



**AQAS**

Agentur für Quali-  
tätsicherung durch  
Akkreditierung von  
Studiengängen

Begehung am 27.06.2014

**Gutachtergruppe:**

**Thomas Krassmann**

krassmann produktion GbR, Karben  
(Vertreter der Berufspraxis)

**Prof. Dr. Gotthard Pietsch**

Hochschule Furtwangen,  
Fakultät Digitale Medien

**Prof. Dr. Frank Sistenich**

Technische Hochschule Wildau,  
Fachbereich Wirtschaft, Informatik und Recht

**Jenny Stiebitz**

Studentin der HTW Berlin  
(studentische Gutachterin)

**Koordination:**

Ass. jur. Mechthild Behrenbeck

Geschäftsstelle AQAS, Köln

## **Präambel**

---

Gegenstand des Akkreditierungsverfahrens sind Bachelor- und Masterstudiengänge an staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschulen. Die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen wird in den Ländergemeinsamen Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz verbindlich vorgeschrieben und in den einzelnen Hochschulgesetzen der Länder auf unterschiedliche Weise als Voraussetzung für die staatliche Genehmigung eingefordert.

Die Begutachtung des Studiengangs erfolgte unter Berücksichtigung der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ in der Fassung vom 20.02.2013.

## **I. Ablauf des Verfahrens**

---

Die Fachhochschule Düsseldorf beantragt die Akkreditierung des Studiengangs „Kommunikations- und Multimediamanagement“ mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“.

Es handelt sich um eine Reakkreditierung.

Das Akkreditierungsverfahren wurde am 18./19.11.2013 durch die zuständige Akkreditierungskommission von AQAS eröffnet. Am 27.06.2014 fand die Begehung am Hochschulstandort Düsseldorf durch die oben angeführte Gutachtergruppe statt. Dabei erfolgten unter anderem getrennte Gespräche mit der Hochschulleitung, Lehrenden und Studierenden.

Das vorliegende Gutachten der Gutachtergruppe basiert auf den schriftlichen Antragsunterlagen der Hochschule und den Ergebnissen der Begehung. Insbesondere beziehen sich die deskriptiven Teile des Gutachtens auf den vorgelegten Antrag.

## **II. Bewertung des Studiengangs**

---

### **1. Profil und Ziele**

Die Fachhochschule Düsseldorf wurde 1971 als Zusammenschluss mehrerer Vorgängerinstitute gegründet. Sie gliedert sich in sieben Fakultäten (Architektur, Design, Elektrotechnik, Maschinenbau, Medien, Sozial- und Kulturwissenschaften und Wirtschaft), die das Spektrum der Hochschule bestimmen. Zum Zeitpunkt der Antragstellung sind rund 8.400 Studierende an der Fachhochschule immatrikuliert. Insgesamt lehren und forschen nach Angaben der Hochschule 170 Professorinnen und Professoren sowie rund 140 wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in 34 Studiengängen. Der zur Akkreditierung beantragte Bachelorstudiengang „Kommunikations- und Multimediamanagement“ ist am Fachbereich Wirtschaft angesiedelt. Dieser bietet zum Zeitpunkt der Antragstellung drei Bachelorstudiengänge, einen konsekutiven Master- sowie einen weiterbildenden Masterstudiengang an und besitzt gemeinsam mit den Fachbereichen Design und Sozial- und Kulturwissenschaften den Forschungsschwerpunkt Kommunikationsforschung, in den sich der begutachtete Studiengang laut Hochschule einfügt. Zudem sollen wissenschafts- und praxiserprobte Wirtschaftskompetenz, kleine Gruppengrößen in der Lehre, Anwendungsorientierung sowie Internationalität kennzeichnend für das Profil des Fachbereichs sein.

Das Bachelorstudienprogramm „Kommunikations- und Multimediamanagement“ zielt laut Antrag auf eine qualifizierte und interdisziplinäre, wissenschaftliche und angewandte Ausbildung für das Management in der Medien- und Kommunikationsbranche. Die Studierenden sollen Kompetenzen in Kommunikationstheorie, Kommunikationsplanung, die Umsetzung von Kommunikationskonzepten und deren Wirkungskontrolle erwerben. Die Kenntnisse aus den beiden Kommunikationsbereichen Marketingkommunikation und Medienkommunikation sollen um spezifisches Fach-

wissen aus dem Bereich Planung und Realisation von Multimedia sowie um Schnittstellenkompetenzen in Design und Multimedia ergänzt werden. Des Weiteren soll ein Überblick über die Strukturen und die spezifischen Herausforderungen in der Kommunikations- und Medienbranche gegeben werden. Durch die Ergänzung von betriebswirtschaftlichen und managementbezogenen Grundlagen sollen die Studierenden dazu befähigt werden, Funktionen und Prozesse im Unternehmen zu analysieren, zu bewerten und ganzheitliche Problemstellungen interdisziplinär zu lösen. Sie sollen lernen, die Phasen des Managementkreislaufs und betriebswirtschaftliche Tools auf die Kommunikations- und Medienbranche anzuwenden.

Die Entwicklung von persönlichen Fähigkeiten im Bereich Führungskompetenz und Projektmanagement stellt nach den Ausführungen im Antrag ein weiteres Ziel des Bachelorprogramms dar. Die Hochschule strebt die Vermittlung von Methodenkompetenzen in den Bereichen Projektplanung/-organisation sowie Mitarbeiterführung, -motivation und Konfliktmanagement an. Des Weiteren soll die Einbeziehung aktueller Themen und kritischer Diskussionen in die Lehrveranstaltungen und die Ausbildung von Methoden- und Sozialkompetenz die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden fördern. Die Studierenden sollen zum gesellschaftlichen Engagement befähigt und motiviert werden, indem sie beispielsweise die Funktionsweise von sozialen Netzwerken und deren Einsatz in der politischen Wahlkampf- und in der NGO-Kommunikation kennenlernen und reflektieren.

Für das Berufsfeld relevante internationale Aspekte sollen laut Hochschule berücksichtigt werden. Dies soll u. a. durch die Einbeziehung von internationalen Gastdozierenden in die Lehre, die teilweise englischsprachigen Lehrveranstaltungen sowie die Möglichkeit und Unterstützung von studienbezogenen Auslandsaufenthalten erreicht werden.

Zugangsvoraussetzung ist die allgemeine Hochschulreife oder die Fachhochschulreife. Darüber hinaus ist bis spätestens bis zum dritten Fachsemester der Nachweis über ein mindestens zwölf Wochen umfassendes Vorpraktikum im kaufmännischen Bereich zu erbringen. Der Studiengang ist zum Zeitpunkt der Antragsstellung örtlich zulassungsbeschränkt. Der Zugang ist in § 4 der Rahmenprüfungsordnung für Bachelorstudiengänge im Fachbereich Wirtschaft und in § 1 der studiengangsspezifischen Bestimmungen zur Prüfungsordnung geregelt.

Die Fachhochschule Düsseldorf verfügt nach eigenen Angaben über ein Konzept zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit. Der zum Zeitpunkt der Antragstellung angewendete Rahmenplan zur Frauenförderung sowie die fachbereichsinternen Frauenförderpläne sollen durch ein hochschulweites Genderkonzept abgelöst werden, das sich in gleichstellungsbezogene Ziel- und Leistungsvereinbarungen zwischen Präsidium und Fachbereichen niederschlagen soll. Zudem führt die Hochschule aus, dass sie ab dem Jahr 2013 am Diversity-Audit „Vielfalt gestalten in NRW“ teilnimmt sowie seit dem Jahr 2011 als „familiengerechte Hochschule“ zertifiziert ist.

## **Bewertung**

Das übergeordnete Gesamtziel des Studiengangs besteht in einer qualifizierten und interdisziplinären wissenschaftlichen und angewandten Ausbildung in den Feldern der Marketing- und Medienkommunikation sowie Planung und Realisation von Multimedia in Verbindung mit betriebswirtschaftlichem und managementbezogenem Grundlagenwissen. Das Konzept des Studiengangs orientiert sich dabei an den Qualifikationszielen, die von der Hochschule definiert sind und beinhaltet sowohl fachliche als auch überfachliche Aspekte. Ein Beleg hierfür sind die aktuellen Evaluationen im Rahmen der Ergebnisse der Absolventenbefragungen. In der Befragung von 2013 gaben 75% an, nahtlos bzw. innerhalb von drei Monaten nach Studienabschluss berufstätig zu sein. Ein entsprechend optimistisches Bild gab zudem die Befragung der Studenten bei der Begehung vor Ort, unter denen sich auch zwei Absolventinnen befanden. Dabei zielt das Studienprogramm eher auf eine wissenschaftliche als auf eine künstlerische Befähigung (auch wenn eine solche in Teilen zu erkennen ist, z.B. die erfolgreiche Gestaltung von Websites, um Kommunikationszielen von Unternehmen Rechnung zu tragen).

Persönlichkeitsentwicklung und die Befähigung zu gesellschaftlichen Engagement werden gefördert, v. a. durch die Vermittlung moderner Kommunikationstechniken der On- und Offline Verschränkung, ein gesonderter Schwerpunkt liegt hier auf der Bedeutung von elektronischen Netzen. Die Persönlichkeitsentwicklung wird auf allen Stufen des Lehrbetriebs gefördert, da die Hochschule einen ausgeglichenen Methoden-Mix anstrebt und neben Fachkompetenz auch Methoden- und Sozialkompetenz in den Vordergrund rückt. Hierfür sprechen u. a. die explizit unterschiedlichen und sich ergänzenden Prüfungsformen im Rahmen eines durchgehend seminaristisch gestalteten Unterrichts.

Die Zulassungsvoraussetzungen sind transparent formuliert, dokumentiert und publiziert. Für ein Studium wird die Allgemeine Hochschulreife (Abitur) oder die Fachhochschulreife (schulischer und praktischer Teil) benötigt. Zudem wird ein Vorpraktikum von insgesamt 12 Wochen verlangt, dessen Absolvierung jedoch bis zum dritten Fachsemester nachgereicht werden kann. Zudem kann die Hochschule ein explizites Diversity Management nachweisen, dies war ein konkretes Anliegen der Präsidentin, das in der Begehung vor Ort thematisiert wurde. Zu diesem Zweck wurde bereits 2001 ein Rahmenplan zur Frauenförderung an der Fachhochschule Düsseldorf verabschiedet. Zudem nimmt die Fachhochschule Düsseldorf ab 2013 am Diversity Audit „Vielfalt gestalten in NRW“ teil, das vom Wissenschaftsministerium in Kooperation mit dem Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft ermöglicht wird. Zudem wird aktuell durch die Gleichstellungsbeauftragte ein hochschulweites Genderkonzept erarbeitet. Schwerpunkte sind hier die Steigerung des Gleichstellungsbewusstseins und der Gleichstellungskompetenz sowie die Erhöhung des Frauenanteils auf allen Ebenen. Zudem wird die Gleichstellungsbeauftragte in den Hochschulrat gewählt, um den Gleichstellungsthemen noch stärkeres Gewicht zu verleihen. Zudem ist der Hochschulrat mit 50% Frauenanteil besetzt. Auf Studierendenebene liegt der Anteil weiblicher Studierender im vorliegenden Studiengang bei über 50% (im WS 2012/13 bei 58,3%). Der Anteil weiblicher Lehrkräfte im Studiengang liegt aktuell bei 37,5%, der Professorinnen-Anteil im Fachbereich Wirtschaft liegt bei 25%. Der Anteil der Frauen im akademischen Senat liegt bei 30%. Zudem hat die Gleichstellungsbeauftragte zwei Stellvertreterinnen. Zusätzlich verfolgt die Hochschule mit der Implementierung des neuen Campus ein barrierefreies Studium. Seit drei Jahren gilt sie als familiengerechte Hochschule.

## **2. Qualität des Curriculums**

---

Der Bachelorstudiengang „Kommunikations- und Multimediamanagement“ ist auf sechs Semester und einen Umfang von 180 CP ausgelegt. Einem CP sind 25 Stunden Arbeitsbelastung zugeordnet. Das Studienprogramm untergliedert sich in fünf Bereiche: „Core Modules“, „Support Modules“, „Organisation and Communication Skill Modules“ und „Transfer Skills Modules“ (Pflichtfächer) sowie „Specialisation Modules“ (Wahlpflichtfächer).

Im Mittelpunkt des Studiums sollen vom ersten bis vierten Fachsemester die mit 55 CP kreditierten „Core Modules“ stehen, die einen inhaltlichen Schwerpunkt in den Bereichen Kommunikation, Medien und Multimedia setzen. Die darin gelehrteten Inhalte sollen in den eng mit ihnen verknüpften „Support Modules“ mit einem Umfang von 46 CP in einen ganzheitlichen Bezugsrahmen wirtschaftlichen Handelns eingeordnet werden. In den 20 CP umfassenden „Organisation and Communication Skill Modules“ (Managementtechniken und Business English) sollen die Studierenden die in den „Core Modules“ und „Support Modules“ erlernten Inhalte praxisbezogen einüben und ihre Methoden- und Sozialkompetenz weiterentwickeln. Die „Specialisation Modules“ sollen den Studierenden die Möglichkeit bieten, das in den bisherigen Modulen Erlernete auf abgrenzbare Teilgebiete anzuwenden und zu vertiefen. Hierbei sollen sie drei Module aus sechs im Umfang von jeweils zehn CP auswählen und diese im dritten oder fünften Fachsemester absolvieren. Das Studium soll im sechsten Semester mit den Transferable Skills Modules abgeschlossen werden.

Dazu zählen eine mit 14 CP kreditierte Projektarbeit, das Anfertigen der Bachelorarbeit im Umfang von 12 CP sowie das Kolloquium.

Die Module umfassen laut Antrag zwischen fünf und 14 CP, abgesehen von dem mit drei CP kreditierten Kolloquium. Die Module sollen mit jeweils einer einzigen, das gesamte Modul umfassenden Prüfung abschließen.

Entsprechend der gewählten Form der methodisch-didaktischen Lehrvermittlung und Kompetenzausrichtung sollen die Prüfungsformen Klausur, mündliche Prüfung, Hausarbeit, Projektdokumentation, Portfolio und Präsentation Anwendung finden. So soll sichergestellt werden, dass die Studierenden ein angemessenes Spektrum an Prüfungsformen kennenlernen. Die Lehrveranstaltungen sollen seminaristischen Charakter besitzen und es sollen teilnehmeraktivierende Lehr- und Lernformen zur Anwendung kommen: Fallstudien, Recherche, Analysen und Präsentationen von Ergebnissen sollen laut Hochschule im Vordergrund stehen und die Projektarbeiten im entsprechenden Modul in kleinen Lerngruppen erfolgen.

Laut Antrag wurden im vergangenen Akkreditierungszeitraum Änderungen am Curriculum und am Prüfungssystem vorgenommen. So wurde die Anzahl der Modulprüfungen von 28 auf 22 reduziert. Zudem sind zwei Spezialisierungsmodule hinzugekommen und eines ist weggefallen. Das Support-Modul „Grundlagen der Unternehmenssteuerung“, das sich mit 15 CP über zwei Semester erstreckte, wird in die beiden einsemestrigen Module „Grundlagen der Bilanzierung und der Kosten- und Leistungsrechnung“ (sieben CP) und „Grundlagen des Controllings und des Informationsmanagements“ (acht CP) aufgeteilt. Für einige Module sowie eine Lehrveranstaltung wurde die Modul- bzw. Veranstaltungsbezeichnung geändert.

Das Modulhandbuch steht den Studierenden als Anlage der veröffentlichten Prüfungsordnung zur Verfügung.

### **Bewertung**

Das Curriculum des Studiengangs „Kommunikations- und Multimediamanagement“ entspricht dem Studiengangsprofil, das sich aus der Verknüpfung der drei Pfeiler der Betriebswirtschaftslehre/Management, Kommunikation (als Marketingkommunikation und Medienkommunikation) sowie Multimedia ergibt. Das Curriculum greift in angemessener Weise die Qualifikationsziele des Studiengangs auf, wobei letztere aus fachlicher Sicht insbesondere auf die Entwicklung von Managementkompetenzen im Hinblick auf die Kommunikations- und Medienbranche ausgerichtet sind. Dazu tragen die „Core Modules“ (z. B. Medienökonomie, E-Business, Multimediamanagement) in sinnvoller Weise bei, aber z. B. auch das „Support Modul“ „Designmanagement“ oder zentrale „Specialisation Modules“ (z. B. Social Media Management, Website- und App-Konzeption, TV Content Development). Vor dem Hintergrund der zentralen Bedeutung der Basistechnologie „Internet“ für die Medien- und Kommunikationsbranche erweist sich jedoch insbesondere die Integration des Online-Marketings als ein eigenständiges Modul in das Curriculum als erforderlich. Bereits im Zuge der letzten Akkreditierung wurde eine stärkere Berücksichtigung des Online-Marketings empfohlen. Im Curriculum werden bisher in anderen Veranstaltungen (z. B. E-Business, Marketing oder Designmanagement) Bezüge zum Online-Marketing aufgezeigt. Die Gutachtergruppe würdigt dieses Vorgehen ausdrücklich positiv; es wird allerdings noch nicht als ausreichend angesehen. Ein Blick auf das Online-Marketing aus anderen Perspektiven ist bereichernd, wird jedoch dem zugrunde liegenden besonderen Aufgabenbereich nicht voll gerecht. Das Online-Marketing basiert auf vielfältigen Spezialkenntnissen, die mit hinreichender Tiefe zumindest in ihren Grundlagen eigenständig vermittelt werden müssen. Dies macht auch eine eigenständige institutionelle Integration in das Curriculum erforderlich. Das Online-Marketing muss deshalb als spezifisches Modul im Curriculum verankert werden (**Monitum 2**). Aus Sicht der Gutachtergruppe ist es denkbar, große „Core Moduls“ (10 CP-Module wie z. B. Marketing, E-Business) zu verkleinern und ein zusätzliches Pflichtmodul „Online-Marketing“ in das Curriculum

aufzunehmen. Zumindest aber ist die eigenständig-institutionelle Integration des Online-Marketings als „Specialisation Module“ erforderlich.

In fachlicher Hinsicht beurteilt die Gutachtergruppe es zudem als wünschenswert, den Bereich der Wahlpflichtfächer („Specialisation Modules“) für die Integration von Veranstaltungen aus anderen Fakultäten (z. B. der Fakultät Medien) zu öffnen. Diese größere fachliche Vielfalt bzw. Flexibilität/Interdisziplinarität im Wahlpflichtbereich wird durch die künftige Zentralisierung der Fakultäten an einem Standort ermöglicht. Diese Öffnung des Wahlpflichtbereichs wurde auch von den Studierenden gewünscht und als besonders attraktiv beurteilt.

Methodische und allgemeine Schlüsselkompetenzen werden vermittelt (z. B. in den Modulen Managementtechniken, Projektarbeit). Das Curriculum entspricht dem Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse auf Bachelor-Niveau. Die seit der letzten Akkreditierung vorgenommenen Veränderungen am Curriculum wurden klar dargelegt und begründet.

Die Lehr- und Prüfungsformen sind adäquat und vielfältig. Das Spektrum der Prüfungsformen umfasst neben Klausuren z. B. Hausarbeiten, Projektdokumentation, mündliche Prüfungen sowie die Thesis. Dabei sind die Prüfungsformen auf die jeweils zu vermittelnden Kompetenzen zugeschnitten. So wird in den Grundlagenveranstaltungen mit einer ausgeprägten Vermittlung von kognitivem Wissen insbesondere auf die Prüfungsform der Klausur zurückgegriffen, während im Verlaufe des Studiums zunehmend andere Prüfungsformen Berücksichtigung finden.

Die Module werden klar im regelmäßig aktualisierten Modulhandbuch beschrieben. Letzteres wird den Studierenden online zur Verfügung gestellt.

### **3. Studierbarkeit**

---

Laut Antrag zeichnet die Studiengangsleitung verantwortlich für den reibungslosen Ablauf des Studienbetriebs und ist zugleich Ansprechpartner/in bei studiengangsrelevanten Fragen und Problemen. Jedem Modul soll ein/e Modulverantwortliche/r aus dem Kreis der hauptamtlich im Studiengang Lehrenden zugeordnet sein, die/der verantwortlich für die inhaltliche und organisatorische Koordination der im jeweiligen Modul Lehrenden sowie für die Abstimmung der Modulprüfung ist. Der Stundenplan soll durch die Dekanatsassistenten erstellt und somit die Überschneidungsfreiheit der Lehrveranstaltungen sichergestellt werden. Regelmäßige Studiengangstreffen zwischen Studiengangsleitung, hauptamtlich Lehrenden sowie Lehrbeauftragten sollen der inhaltlichen Abstimmung des Lehrangebots dienen.

Den Studienanfängerinnen und Studienanfängern sollen bei Orientierungs- und Einführungsveranstaltungen von Fachschaft und Fachbereich Informationen zu Aspekten der Studienorganisation, zentralen Einrichtungen und Servicestellen bereitgestellt und die Lehrenden sowie der Campus vorgestellt werden. Fachbereichsübergreifende Beratung und Unterstützung bieten die Zentrale Studienberatung, das International Office, die Psychosoziale Studienberatung, der Career Service sowie die Arbeitsstelle Barrierefreies Studium, die spezielle Beratungsangebote für Studierende mit Behinderungen und chronischen Erkrankungen vorhält. Die Studiengangsleitung übernimmt gemäß Antrag bei organisatorischen Fragen und die Lehrenden bzw. Modulverantwortlichen übernehmen bei fachinhaltlichen Fragen die Fachstudienberatung. Regelmäßig zu Studienbeginn soll ein Brückenkurs Mathematik angeboten werden. Auf jährlich stattfindenden Informationsveranstaltungen sollen die Studierenden zudem über Entwicklungen im Studiengang, die zentralen Ergebnisse der Studierenden-Evaluation sowie über die im Wintersemester angebotenen Spezialisierungsmodule und Projekte informiert werden.

Jährlich soll im Rahmen der Befragung zur Studierendenzufriedenheit eine Überprüfung des studentischen Workloads stattfinden, in unregelmäßigen Abständen zudem eine detaillierte Workloadbefragung in einzelnen Modulen. Die Hochschule führt aus, dass die Erhebungen lediglich für



die drei Module „Recht“, „Marketing“ und „Kommunikationsmanagement“ eine vergleichsweise hohe Abweichung vom vorgesehenen Workload ergeben haben und diese von den Studierenden als für die angegebene Kreditierung zu arbeitsintensiv eingeschätzt wurden. Diese Module sind laut Hochschule personell bzw. konzeptionell-inhaltlich bzw. didaktisch verändert worden, um der festgestellten inhaltlich-didaktischen Unausgewogenheit entgegenzuwirken.

Die Prüfungsorganisation obliegt dem Prüfungsausschuss. Für das Absolvieren der Prüfungen ist eine dreiwöchige Prüfungsphase am Ende der Vorlesungszeit vorgesehen. Wiederholungsprüfungen sollen am Ende eines jeden Semesters wahrgenommen werden können.

Die Regelungen zur Anerkennung von extern erbrachten Leistungen sind in § 9 der „Rahmenprüfungsordnung für Bachelorstudiengänge im Fachbereich Wirtschaft an der Fachhochschule Düsseldorf“ verankert. Die Hochschule führt aus, dass diese im Studienjahr 2013/2014 aktualisiert werden soll, um die Beweislastumkehr im Rahmen der Lissabon-Konvention vollumfänglich zu reflektieren. Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung ist in § 6 Abs. 6 der Rahmenprüfungsordnung geregelt.

Die Prüfungsordnung sowie die Rahmenprüfungsordnung wurden einer Rechtsprüfung unterzogen, sind veröffentlicht und laut Hochschulangaben neben dem Studienverlaufsplan und dem Modulhandbuch auf der Webseite der Hochschule einsehbar.

Die Hochschule hat Studierendenstatistiken vorgelegt, die u. a. Angaben zu Studienzeiten und Verbleibsquoten enthalten, und die Anzahl der Absolventinnen und Absolventen sowie die durchschnittlichen Abschlussnoten dokumentiert.

## **Bewertung**

Die Verantwortlichkeiten für den Studiengang sind klar geregelt und transparent dargestellt. Den Studierenden sind die zuständigen Ansprechpartner/innen und Verantwortliche/-n bekannt. Insbesondere die Unterstützung vieler Lehrender wurde von den Studierenden lobend erwähnt. Darüber hinaus gaben die Studierenden kund, dass die Lehrenden ebenfalls immer gut per Mail sowie persönlich ansprechbar sind. Das Lehrangebot ist inhaltlich sowie organisatorisch gut aufeinander abgestimmt. So werden beispielsweise in den Modulen „Designmanagement“, Kommunikationsinstrumente und in den Spezialisierungsmodulen Projekte in Gruppenarbeit durchgeführt. Die dadurch erlangten Kompetenzen sowie die Themen aus den anderen Modulen werden im abschließenden Projekt im sechsten Semester zusammengeführt. Die Studierenden sind von diesem Projekt begeistert. Die Gutachtergruppe konnte sich davon überzeugen, dass mit diesem Projekt eine inhaltliche Zusammenführung und Abrundung des Studiums erfolgt.

Der Workload wird regelmäßig evaluiert und bei Bedarf entsprechend angepasst. Die Zahl der Modulprüfungen wurde von 28 auf 22 reduziert, so dass im Curriculum in der Regel pro Modul nur eine Prüfung vorgesehen ist. Es wurden in zwei Modulen Teilprüfungen eingeführt. Zum einen wird künftig in „Business English“ eine 120 minütige Klausur geschrieben sowie eine 15 minütige Präsentation verlangt. Zum anderen werden die Studierenden in Managementtechniken mündlich sowie schriftlich geprüft. Die Modulverantwortlichen konnten dies aber gut mit der Kompetenzausbildung der Studierenden begründen. Englisch muss sowohl im Schriftlichen als auch im Mündlichen beherrscht werden. In Managementtechniken werden die Studierenden schriftlich zu Varianz-, Regressionsanalyse etc. befragt und mündlich müssen sie ihre Präsentationskompetenz unter Beweis stellen. Der jährliche Workload entspricht nicht ganz den Vorgaben von 60 CP jährlich. Da die Grundlagenausbildung aber in den ersten Semestern geschieht und diese relativ hohe Anteile haben, konnte die Gutachtergruppe gut nachvollziehen, dass hier geringfügig von den Vorgaben abgewichen wird. Die Studierenden sehen hierin keinen Änderungsbedarf. Der hohen Durchfallquote (48%) in Marketing im 2. Semester soll mit besserer Klausurvorbereitung und Wiederholungsübungen im Semester begegnet werden. Insgesamt sind die Prüfungen gut organisiert und absolvierbar.

Die Fachhochschule Düsseldorf bietet im ersten Semester einwöchige Einführungsveranstaltungen an, welche von den Studierenden positiv bewertet werden. Zudem gibt es ein breites Angebot an fachübergreifenden Beratungsstellen wie das Familienbüro, die Diversitybeauftragte und eine Beratung zum Nachteilsausgleich im Studium.

Insgesamt sind die Studierenden mit den Öffnungszeiten, dem Onlineangebot und der Möglichkeit außerhalb der Öffnungszeiten Termine vereinbaren zu können sehr zufrieden.

Der Studiengang macht insgesamt einen sehr positiven Eindruck und wird von motivierten Hochschulangehörigen permanent weiter entwickelt. Die Studierenden berichteten von interessanten Projekten, Gastvorträgen und einer sehr guten Vernetzung mit der Praxis. Auch das Vorpraktikum nahmen sie als erste Orientierung sowie positive Hilfestellung wahr. Die Gutachtergruppe kann sich dieser positiven Einschätzung nur anschließen.

Die Prüfungsordnung ist juristisch geprüft und veröffentlicht. Auf der Homepage sind Informationen zum Studiengang sowie die relevanten Ordnungen einsehbar. Allerdings ist die Anerkennung von Qualifikationen gemäß der Lissabon Konvention nicht genügend eindeutig und transparent für die Studierenden abgebildet. Hier muss insofern nachgebessert werden, dass eindeutig hervorgeht, dass die Anerkennung der Regelfall ist und dass es eine Begründungspflicht bei Versagung der Anerkennung gibt (**Monitum 1**).

#### **4. Berufsfeldorientierung**

---

Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs sollen branchenunabhängig als Führungsnachwuchskräfte und/oder Projektmanagerinnen bzw. Projektmanager in der Unternehmens- und Marktkommunikation tätig werden können. Als mögliche Arbeitsfelder in diesem Bereich gibt die Hochschule Werbung, PR, Direktmarketing und Verkaufsförderung sowie Konzeption und Gestaltung multimedialer Kommunikations- und Informationsinstrumente wie Websites und Videocasts an. Darüber hinaus sollen die Absolventinnen und Absolventen für die Übernahme von Managementfunktionen in Agenturen, Produktionsgesellschaften und Consulting-Unternehmen des Medien- und Kommunikationsbereichs qualifiziert sein.

Die in mehreren Modulen integrierten Praxis- und Unternehmensprojekte sollen die Studierenden schon während des Studiums an das spätere Berufsfeld bzw. die möglichen Berufsfelder heranzuführen und Gelegenheit bieten, das im Studium Erlernte praktisch anzuwenden. Gastreferenten und -referentinnen aus einschlägigen Unternehmen sollen zusätzlich Einblicke in die berufliche Praxis geben.

#### **Bewertung**

Zusammenfassend kann die Berufsfeldorientierung als sehr gut bezeichnet werden.

Zu diesem Schluss kommen die Gutachter schon allein aufgrund der Tatsache, dass  $\frac{3}{4}$  aller Absolventinnen und Absolventen bereits drei Monate nach Beendigung des Studiums in eine Festanstellung wechseln. Diese Quote ist schon deshalb also besonders hoch zu bewerten, weil es in dieser Branche durchaus üblich ist, Absolventinnen und Absolventen entweder nur Zeitverträge oder Praktikumsplätze anzubieten.

Hinzu kommen die vielen Praxisprojekte, die schon während des Studiums den regelmäßigen Austausch mit der Praxis fördern. Als ein Beleg dafür können nicht zuletzt die „Wettbewerbs“-Preise gesehen werden, die jährlich vom Gesamtverband für Kommunikationsagenturen an den Fachbereich vergeben werden.

Die Internationalität wird dadurch sichergestellt, dass 95% aller Partner-Unternehmen international tätig sind und die Praxisprojekte deshalb auch meist einen internationalen Bezug haben. Gerade für den Studiengang „Kommunikations- und Multimediamanagement“ sei

hervorzuheben, dass auch die dahinterstehende Technologie nicht nur theoretisch, sondern durch die vorhandenen Laboratorien (Bildtechnik, E-Learning etc.), auch praktisch erfahren werden kann. Hier liegt ein ganz entscheidender Vorteil, da die Studierenden die technische Umsetzung später zwar nicht zwingend selbst machen werden, aber dennoch die zugrundeliegenden Arbeitsprozesse kennen und Machbarkeiten und Aufwände projektspezifisch abschätzen können.

Der Studiengang erfüllt somit seinen Anspruch, neben den betriebswirtschaftlichen Grundlagen eine hervorragende gestalterische, technologische und praktische Kompetenz im Medien- und Kommunikationsdesign zu vermitteln.

## **5. Personelle und sächliche Ressourcen**

---

Der Studiengang bietet jährlich zum Wintersemester 51 Studienplätze.

Die Lehre im Studiengang wird laut Antrag durch neun hauptamtlich lehrende Professorinnen und Professoren, eine Vertretungsprofessur, eine Gastprofessur, eine StR. i.H.-Stelle und drei wissenschaftliche Mitarbeiter/innen erbracht. Die hauptamtlich Lehrenden werden von externen Lehrbeauftragten unterstützt.

Die Module werden nach den Angaben im Antrag ausschließlich für den Studiengang „Kommunikations- und Multimediamanagement“ angeboten.

Im Dezernat Personal & Recht wurde ein Team eingerichtet, dessen Mitglieder die Hochschulangehörigen aus Lehre, Forschung und Verwaltung vom Zeitpunkt ihrer Einstellung an mit adressatengerechten Angeboten zu ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung unterstützen sollen. Dazu wurden laut Antrag Fortbildungsangebote, Workshops, Coachings und Beratungsangebote eingerichtet.

Die Hochschule verfügt derzeit über zwei Standorte, Campus Nord und Campus Süd, wobei der begutachtete Studiengang am Campus Süd angesiedelt ist. Zum Zeitpunkt der Antragsstellung wird ein Neubau errichtet, an dem alle sieben Fachbereiche, Bibliothek, Mensa, Verwaltung etc. auf einem Gelände ab voraussichtlich Mitte 2015 untergebracht werden sollen. Zum Zeitpunkt der Antragsstellung wie auch künftig stehen den Studierenden laut Antrag ausreichend Räumlichkeiten, Computerarbeitsplätze, Laborräume, IT-Labore, die Hochschul- sowie die Fachbibliothek Wirtschaft zur Verfügung.

### **Bewertung**

Die personellen Ressourcen korrespondieren – auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung an anderen Studiengängen – sowohl hinsichtlich der Quantität als auch hinsichtlich der Qualifikation mit den Anforderungen des Studiengangs. Insbesondere den hauptamtlichen Lehrkräften werden regelmäßig sowohl inhaltliche als auch pädagogische Weiterbildungsmöglichkeiten angeboten.

Die sachlichen Ressourcen können – vor allem mit Blick auf die Zukunft sowie vor dem Hintergrund des Neubaus der Fachhochschule in Düsseldorf – überzeugen. So sollen in Zukunft hinreichend studentische Arbeitsräume für flexible Lern- und Arbeitsgruppen zur Verfügung gestellt werden. Darüber hinaus sollen vier neue IT-Labore entstehen und Hörsäle sowie Labore mit aktueller Medientechnik ausgestattet werden. Da es sich hierbei um Zukunftsperspektiven handelt, die an den Neubau der Fachhochschule Düsseldorf gebunden sind, können diese ggf. einen besonderen Gegenstand eines weiteren Reakkreditierungsverfahrens bilden.

Im Zuge der Begehung wurde die gute Ausstattung der Bibliothek verdeutlicht. Die Gutachtergruppe würdigt zudem die Ausstattung der Fakultät im Bereich des Usability Testing.

## 6. Qualitätssicherung

---

Das Qualitätsmanagementsystem der Studiengänge im Fachbereich Wirtschaft soll gemäß Antrag Qualitätssicherungsziele und -maßnahmen auf den Ebenen der Hochschulleitung, des Fachbereichs und der Studiengangsleitungen verzahnen. Dabei sollen vier Analysefelder – Input, Performance, realisierter Output und Impact – als Kontrollgrößen dienen und im Abgleich zu entsprechenden Zielgrößen Hinweise auf Anpassungsnotwendigkeiten und Optimierungsmöglichkeiten liefern.

Die Zuständigkeiten der Prozessbeteiligten sind laut Hochschule in der Evaluationsordnung der Hochschule, der Fachbereichsevaluationsordnung des Fachbereichs Wirtschaft und in den ergänzenden Prozessbeschreibungen zum Qualitätssicherungsprozess auf Hochschul- und Fachbereichsebene festgelegt.

Als Kernelemente der Evaluationen nennt die Hochschule die Analyse der Studierendendaten, eine gestufte schriftliche Befragung der Studierenden, moderierte Workshops zur Workload-Situation, Lehrveranstaltungskritik, Studierendengespräche, Absolventen- und Dozentenbefragungen sowie jährliche Treffen des Fachbereichs.

### **Bewertung**

Die Hochschule verfügt über ein explizites Qualitätsmanagement. Im Rahmen von diversen regelmäßigen Evaluationen werden Schwachstellen bzw. Optimierungspotenziale erkannt und auch zu optimieren versucht. Die Gespräche der Gutachtergruppe mit den Studierenden des zweiten, vierten und sechsten Fachsemesters sowie zwei Absolventinnen ließ erkennen, dass die Hochschule sich aktiv und zeitnah bemüht, Schwachstellen zu identifizieren und zu optimieren. Der Evaluationsbericht zeigt zudem eine zusammenfassende Ableitung von Änderungsmaßnahmen, die vor dem Hintergrund der Evaluationsergebnisse eingeleitet wurden. Diese Maßnahmen sind deckungsgleich mit den Ergebnissen der Studierendendiskussion bei der Begehung vor Ort. Zudem wird aktuell eine hochschulübergreifende Evaluationsordnung erarbeitet. Einmal jährliche Feedbackrunden sollen zum Standard werden ebenso wie Zielvereinbarungen und Qualitätsberichte auf Fakultätsebene. Förderlich ist zudem das Angebot einer hochschuldidaktischen Weiterbildung und die Einführung eines Tages der Lehre.

Auch Optimierungspotenziale beim aktuellen Workload werden identifiziert und zu beheben versucht. Daten zum Studienerfolg (z. B. im Rahmen der Regelstudienzeit oder Durchfallquoten) liegen ebenfalls vor und entsprechen dem Üblichen, ohne negativ auffällig zu sein. Ausreißer in diesem Zusammenhang (z. B. die hohe Durchfallquote in Marketing) werden konstruktiv im Sinne einer Lösung angegangen. Hier decken sich die Aussagen auf Nachfrage der Gutachtergruppe sowohl bei den Lehrenden als auch bei den Studierenden.

## 7. Zusammenfassung der Monita

---

### Monita:

1. Bei der Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region ist das entsprechende Übereinkommen („Lissabon-Konvention“) zu beachten. Die wesentlichen Grundsätze der wechselseitigen Anerkennung – dies sind vor allem die Anerkennung als Regelfall und die Begründungspflicht bei Versagung der Anerkennung – sind in der Weise in hochschulrechtlichen Vorschriften zu dokumentieren, dass Transparenz für die Studierenden gewährleistet ist.
2. Die institutionelle Verankerung des Online-Marketings muss durch ein spezifisches Modul im Curriculum erfolgen.

### 3. Beschlussempfehlung

#### Kriterium 2.1: Qualifikationsziele des Studiengangskonzepts

*Das Studiengangskonzept orientiert sich an Qualifikationszielen. Diese umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Bereiche*

- *wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung,*
- *Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen,*
- *Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement*
- *und Persönlichkeitsentwicklung.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### Kriterium 2.2: Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem

*Der Studiengang entspricht*

*(1) den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse vom 21.04.2005 in der jeweils gültigen Fassung,*

*(2) den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen vom 10.10.2003 in der jeweils gültigen Fassung,*

*(3) landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen,*

*(4) der verbindlichen Auslegung und Zusammenfassung von (1) bis (3) durch den Akkreditierungsrat.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### Kriterium 2.3: Studiengangskonzept

*Das Studiengangskonzept umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen.*

*Es ist in der Kombination der einzelnen Module stimmig im Hinblick auf formulierte Qualifikationsziele aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Gegebenenfalls vorgesehene Praxisanteile werden so ausgestaltet, dass Leistungspunkte (ECTS) erworben werden können.*

*Es legt die Zugangsvoraussetzungen und gegebenenfalls ein adäquates Auswahlverfahren fest sowie Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der Lissabon Konvention und außerhochschulisch erbrachte Leistungen. Dabei werden Regelungen zum Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung getroffen. Gegebenenfalls vorgesehene Mobilitätsfenster werden curricular eingebunden.*

*Die Studienorganisation gewährleistet die Umsetzung des Studiengangskonzeptes.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium mit Einschränkungen als erfüllt angesehen.

Die Gutachtergruppe konstatiert folgende Veränderungsbedarfe:

- Bei der Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region ist das entsprechende Übereinkommen („Lissabon-Konvention“) zu beachten. Die wesentlichen Grundsätze der wechselseitigen Anerkennung – dies sind vor allem die Anerkennung als Regelfall und die Begründungspflicht bei Versagung der Anerkennung – sind in der Weise in hochschulrechtlichen Vorschriften zu dokumentieren, dass Transparenz für die Studierenden gewährleistet ist.
- Die institutionelle Verankerung des Online-Marketings muss durch ein spezifisches Modul im Curriculum erfolgen.

#### **Kriterium 2.4: Studierbarkeit**

*Die Studierbarkeit des Studiengangs wird gewährleistet durch:*

- *die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen,*
- *eine geeignete Studienplangestaltung*
- *die auf Plausibilität hin überprüfte (bzw. im Falle der Erstakkreditierung nach Erfahrungswerten geschätzte) Angabe der studentischen Arbeitsbelastung,*
- *eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation,*
- *entsprechende Betreuungsangebote sowie*
- *fachliche und überfachliche Studienberatung.*

*Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### **Kriterium 2.5: Prüfungssystem**

*Die Prüfungen dienen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Sie sind modulbezogen sowie wissens- und kompetenzorientiert. Jedes Modul schließt in der Regel mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab. Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt. Die Prüfungsordnung wurde einer Rechtsprüfung unterzogen.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### **Kriterium 2.6: Studiengangsbezogene Kooperationen**

*Beteiligt oder beauftragt die Hochschule andere Organisationen mit der Durchführung von Teilen des Studiengangs, gewährleistet sie die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes. Umfang und Art bestehender Kooperationen mit anderen Hochschulen, Unternehmen und sonstigen Einrichtungen sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen dokumentiert.*

Das Kriterium entfällt.

#### **Kriterium 2.7: Ausstattung**

*Die adäquate Durchführung des Studiengangs ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung gesichert. Dabei werden Verflechtungen mit anderen Studiengängen berücksichtigt. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind vorhanden.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### **Kriterium 2.8: Transparenz und Dokumentation**

*Studiengang, Studienverlauf, Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung sind dokumentiert und veröffentlicht.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

#### **Kriterium 2.9: Qualitätssicherung und Weiterentwicklung**

*Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements werden bei den Weiterentwicklungen des Studienganges berücksichtigt. Dabei berücksichtigt die Hochschule Evaluationsergebnisse, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

### **Kriterium 2.10: Studiengänge mit besonderem Profilspruch**

*Studiengänge mit besonderem Profilspruch entsprechen besonderen Anforderungen. Die vorgenannten Kriterien und Verfahrensregeln sind unter Berücksichtigung dieser Anforderungen anzuwenden.*

Das Kriterium entfällt.

### **Kriterium 2.11: Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit**

*Auf der Ebene des Studiengangs werden die Konzepte der Hochschule zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen wie beispielsweise Studierende mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen, Studierende mit Kindern, ausländische Studierende, Studierende mit Migrationshintergrund und/oder aus sogenannten bildungsfernen Schichten umgesetzt.*

Auf Grundlage der obigen Bewertung wird das Kriterium als erfüllt angesehen.

Die Gutachtergruppe empfiehlt der Akkreditierungskommission von AQAS, den Studiengang „**Kommunikations- und Multimediamanagement**“ an der **Fachhochschule Düsseldorf** mit dem Abschluss „**Bachelor of Arts**“ unter Berücksichtigung des oben genannten Veränderungsbedarfs zu akkreditieren.

Zur Weiterentwicklung des Studiengangs werden von der Gutachtergruppe keine Empfehlungen vorgeschlagen.