

Beschluss zur Akkreditierung

der Studiengänge

- „Kommunikationsmanagement“ (M.A.)
- „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ (M.A.)

an der Universität Hohenheim

Auf der Basis des Berichts der Gutachtergruppe und der Beratungen der Akkreditierungskommission in der 59. Sitzung vom 18./19.05.2015 spricht die Akkreditierungskommission folgende Entscheidungen aus:

1. Die Studiengänge „**Kommunikationsmanagement**“ und „**Kommunikationswissenschaft und Medienforschung**“ jeweils mit dem Abschluss „**Master of Arts**“ an der **Universität Hohenheim** werden unter Berücksichtigung der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 20.02.2013) mit einer Auflage akkreditiert.

Die Studiengänge entsprechen 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. Es handelt sich um **konsequente** Masterstudiengänge.
3. Die Akkreditierung wird mit der unten genannten Auflage verbunden. Die Auflage ist umzusetzen. Die Umsetzung der Auflage ist schriftlich zu dokumentieren und AQAS spätestens **bis zum 29.02.2016** anzuzeigen.
4. Die Akkreditierung wird für eine **Dauer von fünf Jahren** (unter Berücksichtigung des vollen zuletzt betroffenen Studienjahres) ausgesprochen und ist **gültig bis zum 30.09.2020**.

Auflage:

1. Zur Vermeidung von Verzögerungen im Studienverlauf muss sichergestellt werden, dass die Eintragung von Noten nicht die Anmeldung zur Masterarbeit verzögert.

Auflage 1 wird erteilt, da die Akkreditierungskommission auf Basis des Gutachtens davon ausgeht, dass das Kriterium 2.4 nur eingeschränkt erfüllt ist.

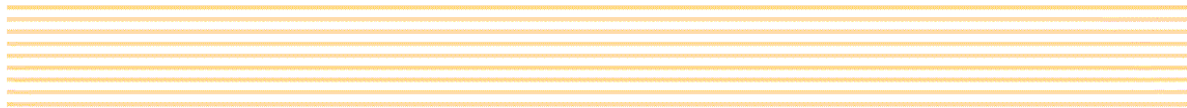
Die Auflage bezieht sich auf im Verfahren festgestellte Mängel hinsichtlich der Erfüllung der Kriterien des Akkreditierungsrates zur Akkreditierung von Studiengängen i. d. F. vom 20.02.2013.

Zur Weiterentwicklung der Studiengänge werden die folgenden **Empfehlungen** gegeben:

1. Es sollten mehr Arbeitsräume für Studierende geschaffen werden.

2. Die Modulhandbücher sollten hinsichtlich der genannten Teilnahmevoraussetzungen vereinheitlicht werden.
3. Es sollten mehr Partnerhochschulen für Auslandsaufenthalte insbesondere im englischsprachigen Ausland akquiriert und es sollte ein Mobilitätsfenster ausgewiesen werden.
4. Der Ergänzungsbereich Kommunikationswissenschaft sollte umbenannt werden.

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



AQAS

Agentur für Qualitätsicherung durch
Akkreditierung von
Studiengängen

Gutachten zur Akkreditierung

der Studiengänge

- **„Kommunikationsmanagement“ (M.A.)**
- **„Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ (M.A.)**

an der Universität Hohenheim

Begehung am 17.03.2015

Gutachtergruppe:

Prof. Dr. Wolfgang Donsbach	Technische Universität Dresden, Institut für Kommunikationswissenschaft
Arne Nowacki	Student an der Universität Erfurt (studentischer Gutachter)
Prof. Dr. Carsten Reinemann	Ludwig-Maximilians-Universität München, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
Christian Salwiczek	Geschäftsführer des Institut für Marktforschung GmbH, Leipzig (Vertreter der Berufspraxis)
Koordination: Sören Wallrodt	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 der Studiengänge 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 Universität Hohenheim beantragt die Akkreditierung der Studiengänge „Kommunikationsmanagement“ und „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ jeweils mit dem Abschluss „Master of Arts“.

Es handelt sich um erstmalige Akkreditierungen.

Das Akkreditierungsverfahren wurde am 01./02.12.2014 durch die zuständige Akkreditierungskommission von AQAS eröffnet. Am 17.03.2015 fand die Begehung am Hochschulstandort Stuttgart/Hohenheim durch die oben angeführte Gutachtergruppe statt. Dabei erfolgten unter anderem getrennte Gespräche mit der Hochschulleitung, den 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 der Studiengänge

1 Studiengangübergreifende Aspekte

1.1 Allgemeine Informationen

Die Universität Hohenheim ist in drei Fakultäten strukturiert: Neben den Fakultäten Agrarwissenschaften und Naturwissenschaften ist die Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften im Wintersemester 2014/15 mit ca. 4.700 Studierenden die größte dieser drei Fakultäten. Die 1975 gegründete Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften ist in acht Institute gegliedert, die insgesamt 45 Fachgebiete (Lehrstühle) beinhalten. Die beiden Studiengänge „Kommunikationsmanagement“ und „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ sind am Institut für Kommunikationswissenschaft angesiedelt. Als dortige Forschungsschwerpunkte gelten nach Angaben der Universität Unternehmenskommunikation, Journalismus, Online-Kommunikation, Medienwirkungen, politische Kommunikation, Medienwirtschaft und Medienpsychologie. Vier Forschungseinrichtungen existieren am Institut für Kommunikationswissenschaft: Ein medienpsychologisches Forschungslabor, ein Communication Lab, ein Video-Studio (Media Lab) und ein Rundfunkstudio. Diese Einrichtungen werden auch in die Lehre integriert. Ein Usability-Studio und eine Einrichtung für Web Analysis sind im Aufbau. Die Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften pflegt nach eigenen Angaben Kooperationen u. a. in der Lehre mit der Universität Stuttgart, auf dem Weiterbildungssektor mit der „Hohenheim Management School“ (HMS), mit dem Bildungswerk der Versicherungswirtschaft e.V. (BWV Württemberg) und der Finanzplatzinitiative Stuttgart Financial.

Die Fakultät bietet mit den Studiengängen „Kommunikationswissenschaft“, „Wirtschaftsinformatik“ (in Kooperation mit der Universität Stuttgart) und „Wirtschaftswissenschaften“ drei grundständige Bachelorstudiengänge an, die neben den beiden Studiengängen „Kommunikationsmanagement“ und „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ durch sechs weitere Masterstudiengänge ergänzt werden.

Die beiden konsekutiven Masterstudiengänge „Kommunikationsmanagement“ sowie „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“, die nach Angaben der Hochschule in ihrem Curriculum gleich strukturiert sind, schließen an einen grundständigen Bachelorstudiengang an.

Ein Konzept zur Geschlechtergerechtigkeit ist nach Angaben der Hochschule im Gleichstellungsplan der Universität Hohenheim verankert, der Bestandteil des Struktur- und Entwicklungsplans ist und für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie für Vorgesetzte der Universität Weiterbildungsmöglichkeiten für gleichstellungsbezogene Schlüsselkompetenzen anbieten soll. Neben der Etablierung mehrerer Kindertagesstätten und deren weiteren Ausbau im Sinne der Vereinbarkeit von Familie und Beruf soll das evaluierte und zertifizierte Mentoring Programm „MentHo“ die gezielte Förderung der Studentinnen und des weiblichen wissenschaftlichen Nachwuchses durch Informationsveranstaltungen und Netzwerkbildung verfolgen. Eine Referentin bzw. ein Referent für Gleichstellung soll u. a. die Umsetzung und Auswirkung des Gleichstellungsförderplans und seine Weiterentwicklung prüfen.

Bewertung

Betrachtet man die personelle Besetzung im Bereich des wissenschaftlichen Personals des Instituts, scheint Gleichstellung in diesen konkreten Studiengängen kein Problem zu sein. Zwar sind von den sechs Professuren nur zwei weiblich besetzt (was sicher im Fach immer noch zumindest durchschnittlich sein dürfte), bezieht man aber die wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Haushaltsstellen und Projektstellen) mit ein, dann sind Frauen mit 17 zu 13 Personen stark vertreten. Bei den Studierenden ist die Geschlechter-Repräsentanz mit einem Frauenanteil von 78 Prozent ohnehin ungleich zu Gunsten von Frauen.

Mit mehreren Kindergärten und dem Mentoring-Programm „MentHo“ schafft die Universität Hohenheim zudem gute Rahmenbedingungen, die der Vereinbarkeit von Beruf bzw. Studium auf der einen und Familie auf der anderen Seite dienen. MentHo unterstützt die Studentinnen und den weiblichen wissenschaftlichen Nachwuchs durch gezielte Seminarangebote, in denen Frauen über mögliche Konflikte zwischen Studium/Beruf und Familie sowie deren möglichen Lösungen informiert werden. Innerhalb von „MentHo“ entsteht ein Netzwerk aus Studentinnen, Doktorandinnen und Wissenschaftlerinnen der Universität und Partnerinnen aus der Wirtschaft. Nach Auskunft der Hochschule konnte dadurch der Anteil an weiblichen Promovendinnen bereits erhöht werden.

Mit ca. 9.900 Studierenden stellt die Universität Hohenheim zudem eine relativ kleine Hochschule dar, in der es leichter als an den großen Einheiten sein dürfte, persönliche Beziehungen zu knüpfen und private Support-Netzwerke aufzubauen.

Der Anteil ausländischer Studierender im Fach Kommunikationswissenschaft ist als eher gering einzustufen. Im Wintersemester waren drei nicht-deutsche Personen im Masterstudiengang „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ eingeschrieben (entspricht drei Prozent). Es lässt sich jedoch nicht erkennen, dass dies auf eine mangelnde Förderung ausländischer Studierender zurückzuführen ist. Es dürfte eher eine Folge geringer Nachfrage und/oder Qualifizierung ausländischer Studierender sein.

Die Gutachtergruppe kommt zu dem Schluss, dass die Hochschule Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in hinreichendem Maße besitzt, diese auf die Studiengänge anwendet und dabei auch eigene erfolgreiche Wege geht.

1.2 Studierbarkeit/Beratung, Betreuung, Information und Organisation

Die konsekutiven Masterstudiengänge „Kommunikationsmanagement“ und „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ sind nach Angaben der Universität zum Wintersemester 2014/15 inhaltlich und strukturell reformiert worden, wodurch in den ersten drei Semestern jeweils fünf Module absolviert werden sollen. Mit Ausnahme der Projektmodule und der Masterarbeit sind sechs Credit Points (CP) pro Modul veranschlagt, wobei ein CP einer Arbeitsbelastung von 30 Stunden entspricht.

Eine Stundenplan-Kommission soll gewährleisten, dass Pflichtveranstaltungen so terminiert sind, dass keine Überschneidungen mit anderen verpflichtenden Veranstaltungen des gleichen Semesters erfolgen.

Zur Beratung und Betreuung in den Masterstudiengängen ist ein Willkommenstag zu Beginn des ersten Semesters vorgesehen, dem weitere Informationsveranstaltungen in den ersten Semester-tagen folgen. Neben dem Tag der offenen Tür und den Studieninformationstagen der Universität Hohenheim sollen mehrere Orientierungs- und Beratungsveranstaltungen, die sich den wählbaren Wahlpflichtmodulen oder der Vorbereitung auf die Masterarbeit widmen, angeboten werden. Studieninhalte, semesterbegleitende Materialien sowie die Selbstorganisation von Referats- und Projektgruppen sollen durch eine Online-Lehr- und Lernplattform bereitgestellt werden. Die Koordinationsstelle am Institut für Kommunikationswissenschaft, die Fachgebiete, die Vorsitzenden der Prüfungsausschüsse der Studiengänge sowie die bzw. der Senatsbeauftragte für Behindertenfragen der Studierenden sollen für die Beratung von Studierenden mit Behinderung sowie für Studierende in besonderen Lebenssituationen zur Verfügung stehen.

Das Prüfungsamt trägt nach Angaben der Universität dafür Sorge, dass Prüfungen in einem ausreichenden zeitlichen Abstand stattfinden.

Die Anerkennung extern erbrachter Studien- und Prüfungsleistungen ist in § 7 der jeweiligen Prüfungsordnung geregelt und soll auf Antrag durch den zuständigen Prüfungsausschuss in Absprache mit den entsprechenden Modulverantwortlichen erfolgen. Der Nachteilsausgleich ist jeweils in § 25 der Prüfungsordnungen geregelt und legt in der Regel in Form einer verlängerten Bearbeitungszeit oder in Form der Genehmigung von Hilfsmitteln Prüfungsmodalitäten fest. Die Prüfungsordnungen wurden gemäß der Bestätigung der Hochschulleitung einer Rechtsprüfung unterzogen und veröffentlicht.

Bewertung

Die Studiengänge „Kommunikationsmanagement“ und „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ sind an der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften angesiedelt, welche grundsätzlich für die Durchführung der Studiengänge verantwortlich ist. Die Einhaltung der Prüfungsordnungen sowie die Organisation der Prüfungen werden durch die Prüfungsausschüsse, die Weiterentwicklung der Studiengänge durch die Studienkommissionen sichergestellt. Beratungsangebote für Studierende werden durch die am Institut für Kommunikationswissenschaft angesiedelte Koordinationsstelle zur Verfügung gestellt. Neben verschiedenen Orientierungsveranstaltungen kann dort, wie auch an den Fachgebieten, eine intensive, persönliche Fachberatung in Anspruch genommen werden. Auch findet hier die Beratung von Studierenden mit Behinderung sowie von Studierenden in besonderen Lebenssituationen statt, zusätzlich zur Beratung in Prüfungsfragen durch die Prüfungsausschussvorsitzenden. Behinderte und chronisch Kranke haben darüber hinaus die Möglichkeit, sich durch die Senatsbeauftragte bzw. den Senatsbeauftragten für Behindertenfragen der Studierenden beraten zu lassen. Die Regelungen für einen Nachteilsausgleich finden sich in den Prüfungsordnungen beider Studiengänge.

Die Curricula weisen einen breiten Wahlbereich auf, in dem Module aus dem wirtschaftswissenschaftlichen, politikwissenschaftlichen oder rechtlichen Bereich gewählt werden können. Diese Veranstaltungen sind für fachfremde Studierende konzipiert, sodass die Studierenden der beiden

Studiengänge diese Veranstaltungen ohne tiefes, fachspezifisches Vorwissen nachvollziehen können. Die Verzahnung insbesondere der an der Universität Stuttgart angebotenen politikwissenschaftlichen Veranstaltungen mit denen der beiden Studiengänge wird allerdings von Studierenden wie Lehrenden als schwierig bezeichnet, weshalb in diesem Bereich Verbesserungsanstrengungen laufen.

Beide Studiengänge sind vollständig modularisiert. Die Module umfassen jeweils einen Umfang von etwa 180 Zeitstunden (sechs CP), mit Ausnahme der zwei Projektmodule (zwölf CP) sowie der Masterarbeit (24 CP). Das Verhältnis zwischen Kreditierung und tatsächlichem Workload erscheint plausibel. Die Prüfungen in den Modulen setzen sich zum Teil aus unterschiedlichen Prüfungsformen zusammen, welche der Überprüfung verschiedener Kompetenzbereiche dienen und deshalb von den Gutachtern im Sinne einer gemeinsamen Modulprüfung verstanden werden. Die Prüfungsmodalitäten werden von den Studierenden als angemessen bewertet. Die Menge an schriftlichen Prüfungsleistungen (Klausuren) wird allerdings von den Studierenden teilweise als zu hoch eingeschätzt. Die Gutachter bewerten die Prüfungsbelastung aber als grundsätzlich noch angemessen.

Für die Arbeit während der Selbstlernzeiten stehen den Studierenden zwar Arbeitsplätze zur Verfügung, allerdings nicht immer in ausreichender Zahl. Die Hochschule sollte hier die Kapazitäten ausweiten und sicherstellen, dass mehr Arbeitsplätze für die Studierenden zur Verfügung stehen **[Monitum 1]**.

Wie die jeweiligen Module abschließen und welche Inhalte sie aufweisen, ist in den Modulhandbüchern beider Studiengänge vermerkt, allerdings sollte darauf geachtet werden, dass die Beschreibungen der Teilnahmevoraussetzungen vereinheitlicht werden **[Monitum 2]**. So wird teilweise „regelmäßige Teilnahme, aktive Mitarbeit“ (z. B. im Modul „Internetrecht“) als Teilnahmevoraussetzung genannt, teilweise wird dort aufgeführt, welche Module im Vorfeld besucht worden sein sollten.

Bezüglich der Möglichkeit zur Einhaltung der Regelstudienzeit gibt es in beiden Studiengängen das Phänomen, dass durch die hohe Arbeitsbelastung im dritten Fachsemester eine Vorbereitung der Masterarbeit schwierig möglich ist – was aber auch nicht zwangsläufig notwendig ist – und für die Anmeldung der Arbeit Noten im Umfang von 60 CP eingetragen sein müssen. Dadurch verzögert sich in einigen Fällen offenbar der Beginn der Masterarbeit, wodurch im Folgenden die Immatrikulation in das fünfte Fachsemester erforderlich wird. Die Hochschule sollte Lösungen entwickeln, die eine frühzeitigere Anmeldung der Arbeit ermöglichen, da es sich hierbei vornehmlich um administrative Unstimmigkeiten handelt **[Monitum 3]**.

Beide Studiengänge sehen kein explizites Mobilitätsfenster vor. Auslandsaufenthalte sind somit nur über eine starke Individualisierung des Studienplanes sowie eine wahrscheinliche Studienverlängerung möglich, scheinbar werden diese für die beiden Studiengänge auch nicht aktiv beworben. Es gibt kaum Partnerhochschulen, zum Beispiel im Rahmen des Erasmusprogramms, im englischsprachigen Ausland. Um die Mobilität der Studierenden zu fördern, sollte das Institut weitere Partnerhochschulen, insbesondere in englischsprachigen Ländern, akquirieren **[Monitum 4]**. Neben den Learning Agreements sieht die Prüfungsordnung eine Anerkennung von Leistungen von anderen Hochschulen gemäß der Lissabon-Konvention sowie für außerhochschulisch erlangte Leistungen vor.

Die Prüfungsordnungen der beiden Studiengänge wurden einer Rechtsprüfung unterzogen. Auf der Homepage des Instituts lassen sich für beide Studiengänge die Prüfungsanforderungen und der Studienverlauf sowie die Prüfungsordnungen und damit auch die Nachteilsausgleichsregelungen einsehen, wobei für Letzteres eine bessere Auffindbarkeit auf der Homepage der Hochschule wie auch des Instituts sinnvoll wäre.

1.3 Ressourcen

Das Institut für Kommunikationswissenschaft besitzt nach Angaben der Universität sechs Professuren. Die im Curriculum vorgesehenen Veranstaltungen aus der Wirtschafts- und Politikwissenschaft werden im Umfang von 30 SWS einerseits aus dem Fachbereich der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften an der Universität Hohenheim und andererseits im Rahmen der Kooperationsvereinbarung mit der Universität Stuttgart importiert.

Die Universität Hohenheim setzt nach eigenen Angaben eine systematische Personalentwicklung und -qualifizierung um, die in diversen Angeboten (individuelles Coaching, Beratungsleistungen, Workshops, Fort- und Weiterbildungen) für verschiedene an der Hochschule tätige Gruppen eine nachhaltige Personalpolitik verfolgen soll. Die Arbeitsstelle Hochschuldidaktik, die Mitglied im Hochschuldidaktikzentrum der Universitäten des Landes Baden-Württemberg (HDZ) ist, hat zum Ziel, den Stellenwert und die Qualität der Lehre mit Seminaren und zweckgerichteter Beratung zu verbessern.

Eine Zentralbibliothek und andere Zweigbibliotheken stehen den Studierenden zur Verfügung. Es sollen in den Bibliotheken etwa 600 Einzelarbeitsplätze zur Verfügung stehen – darunter auch reservierbare Arbeitsplätze für Abschlussarbeiten („Carrels“). Insgesamt sollen 25 Gruppenarbeitsräume und weitere PC-Pools bereitstehen.

Bewertung

Die Gutachter konnten sich davon überzeugen, dass das Institut im Wesentlichen über die notwendigen Ressourcen an Personal und Ausstattung (Räumlichkeiten, Bibliothek, Computerarbeitsplätze, Audio- und Videostudio, Communication Lab mit Möglichkeiten zum Einsatz apparativer Messverfahren wie Eye-Tracking und RTR) verfügt, um die Masterstudiengänge in der vorgesehenen Weise anbieten zu können und die Studierenden auf hohem Niveau auf die relevanten Berufsfelder vorzubereiten.

Kritisch anzumerken ist die angespannte räumliche Situation an der Universität insgesamt, vor allem im Hinblick auf studentische Arbeitsplätze bzw. -räume. Die damit insbesondere für die Studierenden einhergehenden Probleme werden von der Hochschulleitung zwar angegangen, es sind aber erhebliche weitere Anstrengungen notwendig, um eine befriedigende Situation herzustellen [**Monitum 1**].

1.4 Qualitätssicherung

Die Studiendekanin bzw. der Studiendekan und die stellvertretenden Studiendekaninnen bzw. Studiendekane sollen die Studienorganisation und den Studienbetrieb überwachen und regulieren und ihn ggf. anpassen. Die auf Universitätsebene eingerichtete unabhängige Senatskommission Qualitätsmanagement, deren Mitglieder aus verschiedenen Teilbereichen der Universität stammen, sollen Qualitätsziele und -kriterien entwickeln und Vorschläge für deren Umsetzung geben. Das Qualitätsmanagement, die Qualitätspolitik und ebenso die Evaluationsordnung der Universität Hohenheim sind dokumentiert. Insbesondere die Diskussion und Reflexion von Evaluationsergebnissen sind Bestandteil der Lehrveranstaltungen und werden von der Studienkommission bewertet. Die Universität verfügt darüber hinaus seit 2010 über ein Zentrum für Absolventenbefragungen, das Daten über Studien- und Berufsverläufe erheben soll.

Bewertung

Die Maßnahmen zur Qualitätssicherung der Studiengänge sind ausreichend vorhanden. Der Workload wird relativ zu anderen Modulen im Rahmen der Lehrevaluationen in den Studiengängen erfasst und bei Auffälligkeiten gesondert überprüft. Die übrigen Ergebnisse der Lehrevaluationen, Untersuchungen zum Studienerfolg sowie zum Absolventenverbleib werden von der Uni-

versität Hohenheim für die Weiterentwicklung der Studiengänge genutzt. Die Studierenden sind über die Studienkommission direkt in die Weiterentwicklung eingebunden. Das Qualitätsmanagement für die Studiengänge wird von der Gutachtergruppe insgesamt als gut bewertet.

1.5 Berufsfeldorientierung

Die Berufsfeldorientierung nimmt nach Angaben der Universität einen breiten Raum ein. Die beiden Masterstudiengänge sollen darauf zielen, Phänomene und Probleme der Kommunikationspraxis mit kommunikationswissenschaftlichem Wissen und kommunikationswissenschaftlichen Methoden zu analysieren. Daneben sollen praktische Handlungskompetenzen als Fach-, Methoden- und Sozialkompetenzen erworben werden, die für verschiedene Berufsfelder in Medien und Management relevant sein sollen. Durch Kooperationspartner aus der Berufspraxis soll nicht nur ein Netzwerk und praxisnaher Austausch mit den Berufsfeldern außerhalb der Universität gewährleistet werden, sondern eine berufspraktische Ringvorlesung, Gastvorträge, Workshops und Exkursionen sollen ein breites Spektrum relevanter Berufsfelder innerhalb der Lehre darlegen. Das CareerCenter Hohenheim (CCH) und eine durch das Institut für Kommunikationswissenschaft organisierte Praktikumbörse sollen den Übergang in den Beruf unterstützen.

Der Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ zielt nach Angaben der Universität auf eine Spezialisierung, Profilierung und Vertiefung der Kenntnisse im Kommunikationsmanagement als zentralem Gegenstand und Anwendungsbereich der Kommunikationswissenschaft. Die Wahlmöglichkeiten in der Kombination der Module sollen ein individuelles Profil ermöglichen, das auf unterschiedliche berufliche Anforderungen vorbereitet. Neben der Qualifikation für Management- und Führungstätigkeiten in den Bereichen Forschung, Management und Medien sollen Unternehmen, private und öffentliche Institutionen, Agenturen, Medienorganisationen sowie Bildungsinstitutionen potentielle Arbeitgeber sein. Konkret sollen planerische und strategische Aufgaben in den Berufsfeldern Public Relations und strategische Unternehmenskommunikation sowie im Journalismus und im Medienmanagement angestrebt werden. In den Bereichen Wirtschaft und Politik sollen die erworbenen Kernkompetenzen der Kommunikationsberatung dienen. Die akademische wie angewandte Kommunikations- und Medienforschung soll ein weiterer Arbeitsbereich für die Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiengangs sein.

Innerhalb des Anwendungsfeldes Kommunikationswissenschaft soll der Masterstudiengang „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ eine Spezialisierung, Profilierung und Vertiefung der Kenntnisse in der Kommunikations- und Medienforschung ermöglichen. Ziel soll es sein, für hochqualifizierte Führungstätigkeiten in den Bereichen der angewandten und wissenschaftlichen Markt-, Media- und Meinungsforschung sowie der strategischen Beratung von Medienunternehmen und Medienplanung zu qualifizieren. Entsprechend sollen Markt- und Meinungsforschungsinstitute, Medienorganisationen, Mediaforschungsabteilungen bei Unternehmen, private und öffentliche Institutionen sowie Bildungsinstitutionen als potentielle Arbeitgeber gelten. Die Integration von Studieninhalten der Fächer Kommunikationswissenschaft, Sozialwissenschaften und Psychologie soll die Studierenden insbesondere dazu befähigen, in den Bereichen Marktforschung, Sozialpsychologie, Media Enjoyment, Medienpsychologie sowie Online-Kommunikation spezielle Anwendungsfelder zu finden.

Bewertung

Die Studiengänge zielen in ihrer Ausrichtung eindeutig auf die Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit. Durch die zu erwerbenden Kompetenzen insbesondere auch im Bereich sozialwissenschaftlicher Forschungsmethoden werden die Studierenden gut auf eine spätere Berufstätigkeit vorbereitet. Dabei sind die Schwerpunkte beider Studiengänge so gewählt, dass es sinnvolle Überschneidungen gibt, aber gleichzeitig ein abgrenzbares Profil besteht. Elemente der Berufsfeldorientierung finden sich in mehreren Lehr- und Lernformen wieder.

Die Gutachter kommen zu dem Urteil, dass sich beide Masterstudiengänge an definierten Berufsfeldern orientieren, indem die Lehrinhalte auf konkrete Kompetenzbereiche vorbereiten. Der Studiengang „Kommunikationsmanagement“ hat dabei von den beiden Studiengängen ein spezifischeres Profil als der Studiengang „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“, was möglicherweise die noch größere Nachfrage (436 zu 277 Bewerberinnen und Bewerbern zum Wintersemester 2014/15) erklärt. Der Studiengang soll den Studierenden Kenntnisse über Institutionen, Akteure und Prozesse der intentionalen Kommunikation sowie Fähigkeiten und Fertigkeiten des strategischen Kommunikationsmanagements vermitteln. In einem sich ständig weiter ausdifferenzierenden Kommunikations- und Medienfeld bereitet er die Absolventinnen und Absolventen auf Berufe vor, die intern Abläufe in Medieninstitutionen steuern oder sich mit strategischer Kommunikation an diverse Stakeholder bzw. die Öffentlichkeit insgesamt richten.

Für beide Bereiche gibt es einen steigenden Bedarf. Im ersten Fall steigt dieser Bedarf, weil Medieninstitutionen in einem immer komplexeren Umfeld agieren und entsprechend geschulte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter benötigen. Im zweiten Fall steigt er, weil die Handlungsfreiheit von Organisationen zunehmend von der medialen und sozialen (heute meist internet-basierten) Kommunikation bestimmt wird. Entsprechend müssen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Rahmenbedingungen und Wirkungen von Kommunikationsprozessen kennen.

Die Studiengangsbezeichnung vermittelt diese Kompetenzen noch einmal diversifiziert für ein Kommunikationsmanagement in der Organisations- und Unternehmenskommunikation, in der politischen Kommunikation, in der Politikberatung und in der Online-Kommunikation. Dabei kommt ihm zu Gute, dass durch Lehrimporte einerseits der Wirtschaftswissenschaften und andererseits der Politikwissenschaft (Kooperation mit der Universität Stuttgart) spezifische bereichsbezogene Veranstaltungen angeboten werden können. Nach Aussage der Lehrenden wird dabei in der Zukunft auch eine bessere didaktische Verschränkung dieser Lehrimporte mit den Lehrinhalten im Kernbereich ermöglicht.

Der Berufsfeldorientierung in beiden Studiengängen dient zudem ein Programm zur Vermittlung von Schlüsselkompetenzen wie Problemlösen, interdisziplinäres Denken, soziale Kompetenzen oder Teamarbeit. Das Sprachenzentrum der Universität bietet Sprachkurse auf unterschiedlichen Niveaustufen in mehreren Sprachen an und bereitet gezielt (und mit einem Zertifikat) auf Auslandsaufenthalte im Rahmen des „F.I.T.-Programms“ vor. Schließlich steht den Studierenden das CareerCenter Hohenheim (CCH) als Partner beim Übergang zwischen Studium und Beruf zur Verfügung. Es vermittelt ebenfalls Schlüsselkompetenzen und stellt darüber hinaus Kontakte in die spätere Arbeitswelt her.

2 Zu den Studiengängen

2.1 Kommunikationsmanagement

2.1.1 Profil und Ziele

Im Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ sollen nach Angaben der Universität Kenntnisse über Institutionen sowie über Akteure und Prozesse der internationalen Kommunikation in analytischer Hinsicht vermittelt werden. Des Weiteren sollen Fähigkeiten und Fertigkeiten des strategischen Kommunikationsmanagements vermittelt werden, die in der Organisations- und Unternehmenskommunikation, in der politischen Kommunikation, in der Politikberatung und in der Online-Kommunikation Anwendung finden. Ziel ist es nach Angaben der Universität, ganzheitliche Zusammenhänge und ein Methodenbewusstsein für spezielle Anwendungsfelder in der Kommunikationswissenschaft und im Management zu vermitteln. Das Wahlpflichtangebot soll nach Angaben der Universität darüber hinaus gewährleisten, dass die Studierenden Themen aus wirtschaftswissenschaftlichen und/oder politikwissenschaftlichen Studienangeboten und somit Inhalte aus der Marktforschung, Journalistik, Medienpsychologie und Kommunikationsforschung kennen-

lernen. Durch den Projektbereich, aus dem eine empirische Studie hervorgehen soll, sollen die Studierenden Teamkompetenz und Erfahrungen in Projektplanung und -steuerung erwerben. Fakultativ bietet die Universität Hohenheim nach eigenen Angaben die Möglichkeit, im Rahmen des „F.I.T.-Programms“ (Fähigkeiten, Interessen, Talente) Seminare zur Förderung persönlicher, sozialer, fremdsprachlicher und interkultureller Kompetenzen zu belegen.

Die verschiedenen Wahlmöglichkeiten insbesondere im Vertiefungs- und Ergänzungsbereich zielen nach Angaben der Universität u. a. darauf, die Studierenden in ihrer Persönlichkeitsentwicklung zu unterstützen und eigene Stärken und Schwächen zu reflektieren. Innerhalb der Fakultät soll die Fachschaft Kommunikationswissenschaft eine Plattform studentischen Engagements bieten. Daneben existieren studentische Gruppen, die nach eigenen Angaben den Austausch zur Wirtschaft sowie zu politischen und sozialen Institutionen pflegen. Eine feste Kooperationsmöglichkeit für Studierende bietet die Mitarbeit im Rahmen des Clubs of Hohenheim e.V. Kooperationen mit Medienunternehmen und -verbänden wie dem Südwestrundfunk (SWR) sollen darüber hinaus die Möglichkeit zu gemeinsamen Projekten bieten.

Voraussetzungen für den Zugang zum Studiengang sind neben deutschen Sprachkenntnissen der Abschluss eines Bachelorstudiengangs im Bereich der Kommunikationswissenschaft mit einer Gesamtnote von mindestens 2,5. Hierbei muss mindestens die Hälfte der Credit Points (CP) aus Lehrveranstaltungen der Kommunikationswissenschaft entstammen. Eine weitere Zugangsvoraussetzung ist ein mindestens achtprozentiger Umfang der gesamten CP-Anzahl von Lehrveranstaltungen aus dem Bereich der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre. Schließlich wird ein zweiseitiges, fachlich begründetes Motivationsschreiben von der antragstellenden Person eingefordert. Ein hochschuleigenes Auswahlverfahren, das in der Zulassungsordnung festgehalten ist, und der Zulassungsausschuss, der eine Rangliste bei übersteigenden Bewerberzahlen erstellt, sollen das Auswahlverfahren regeln. Pro Semester sollen 40 Studierende in den Studiengang aufgenommen werden.

Bewertung

Die Qualifikationsziele beinhalten neben fachlichen auch fachübergreifende Aspekte. Dazu lassen sich zunächst die Praxiselemente rechnen, die von Lehrbeauftragten sowie Referentinnen und Referenten aus der Praxis in Unternehmen und Organisationen vermittelt werden und die einen Einblick in diejenigen Berufsfelder geben, in denen dann später die im Studium erworbenen wissenschaftlichen Kenntnisse zur Problemlösung eingesetzt werden. Eine Ringvorlesung deckt dabei alle relevanten Bereiche ab (z. B. Journalismus, Werbung und Mediaplanung, Change Communication, Corporate Media, Markt- und Mediaforschung).

Eine gesellschaftliche Komponente ist einem kommunikationswissenschaftlichen Studiengang ohnehin inhärent. Neben der Fachschaftsvertretung gibt es an der Universität Hohenheim weitere Gruppen, die sich unterschiedlichen Zielen widmen – zum Beispiel dem Herstellen von Kontakten zur Wirtschaft, Diskussionsforen oder sozialen Themen der „Club of Hohenheim e. V.“).

Die Hochschule regelt den Zugang zum Studiengang „Kommunikationsmanagement“ über ein hochschuleigenes Auswahlverfahren. Die Note des ersten Studienabschlusses (im Fach) und der Anteil der Methodenlehre in diesem ersten Studium bilden die Hauptkriterien. Das Bachelor-Examen (oder ein vergleichbares anderes) muss mit mindestens der Note 2,5 abgeschlossen worden sein und der Anteil sozialwissenschaftlicher Methodenlehre muss mindestens acht Prozent der gesamten Leistungspunktzahl umfassen. Letzteres ist angesichts der empirisch-sozialwissenschaftlichen Ausrichtung des Studiengangs eine sinnvolle Voraussetzung, um das Studium erfolgreich abschließen zu können.

Wegen der vielen möglichen Fächerkombinationen im ersten Studium definiert die Hochschule sinnvollerweise auch die Grundvoraussetzung eines Studienabschlusses im gleichen Fach: Mindestens die Hälfte der Studieninhalte muss aus Lehrveranstaltungen der Kommunikationswissen-

schaft stammen. Neben den formalen Voraussetzungen geht ein zweiseitiges Motivationsschreiben als Kriterium in das Zulassungsverfahren ein. In ihm begründen die Studienbewerberinnen und Studienbewerber, warum sie dieses Fach studieren wollen.

Weder Lehrende noch Studierende berichten von Problemen mit diesem Auswahlverfahren. Das Institut bietet für diejenigen, denen spezifische kommunikationswissenschaftliche oder methodische Inhalte aus dem ersten Studium fehlen, Brückenkurse an, um diese Lücken zu schließen.

Die Gutachter kommen zu dem Schluss, dass die Zugangsvoraussetzungen und das Auswahlverfahren insgesamt transparent, gut dokumentiert und für diesen Studiengang funktional sind. Sie sind auch so gestaltet, dass die Studierenden die Anforderungen erfüllen können.

2.1.2 Qualität des Curriculums

Der Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ umfasst 120 CP und soll in einer Regelstudienzeit von vier Semestern studiert werden. Der Studiengang ist in einen Grundlagen-, einen Vertiefungs- und einen Projektbereich strukturiert; Wahlpflichtbereiche ergänzen das Curriculum. Im Grundlagenbereich (vier Module) werden obligatorisch die Themenfelder öffentliche Kommunikation, Management der PR, Content Management und Kommunikations-Controlling belegt. Der Vertiefungsbereich (drei aus vier Modulen), der sich im zweiten Fachsemester anschließt, soll die Möglichkeit bieten, individuelle Schwerpunkte im Management der PR, im Content Management, Communication Performance Management, in Unternehmenssprache, Medienmarketing und Öffentlichkeit im Wandel zu wählen. Im Projektbereich (zwei aus drei Modulen) des dritten Semesters sollen die in den Feldern Change Communication, öffentliche Diskurse und Kommunikation bei Infrastrukturprojekten erlernten Kommunikationsstrategien und Forschungsmethoden angewendet werden. Niederschlag soll die Anwendung in einer selbstständigen empirischen Studie aus der kommunikationswissenschaftlichen Forschung oder Praxis des Kommunikationsmanagements finden. Der Wahlpflichtbereich, der gestaffelt vom ersten bis zum dritten Semester belegt wird, besteht aus zwei Modulen aus der Kommunikationswissenschaft sowie zwei Modulen aus den Wirtschaftswissenschaften und der Politikwissenschaft. Den Abschluss des Masterstudiengangs bildet die Masterarbeit mit einem begleitenden Kolloquium.

Die Studierenden sollen den Wahlpflichtbereich Wirtschafts- und Politikwissenschaft im ersten oder dritten Semester sowie den Wahlpflichtbereich Kommunikationswissenschaft, der im zweiten oder vierten Semester geleistet werden kann, flexibel gestalten können.

Neben Vorlesungen, Übungen und Seminaren sollen Projektarbeiten die verschiedenen Lehr- und Lernformen ergänzen. Referate, Planspiele, Diskussionsrunden und andere kommunikations- und forschungspraktische Aufgaben sind Bestandteile des Studienprogramms. Jedes Modul – mit Ausnahme des Kolloquiums – wird nach Angaben der Universität mit einer Modulprüfung abgeschlossen.

Bewertung

Der Aufbau des Studiums in ein Grundlagen-, ein Vertiefungs-Studium und einen Projektbereich ist sinnvoll, weil so die vermittelten Qualifikationen aufeinander aufbauen und schließlich in eine Anwendungsfeld münden (Projekt), das nahe an der späteren beruflichen Praxis ist. Die Lehrinhalte dieses Kernbereichs – wie etwa Kommunikations-Controlling, Management der PR, Change Communication oder Online-Kommunikation – bedienen die Ziele des Studiengangs punktgenau. Dem Institut kommt dabei zu Gute, dass die sechs Professuren hinreichend differenziert sind, um die verschiedenen Teile abzudecken, dabei aber auch einen ausreichenden gemeinsamen Nenner hinsichtlich Epistemologie und Methodenarsenal aufweisen, um die einzelnen Teile zu einem homogenen Ganzen zusammenzufügen.

Der Grundlagenbereich vermittelt eher allgemeine Erkenntnisse über die Veränderungen und heutigen Strukturen des Kommunikationssystems (zum Beispiel Öffentlichkeit im Wandel), der Vertiefungsbereich dann bereits spezialisierte Inhalte. Die Inhalte in diesem Vertiefungsbereich des Studiengangs „Kommunikationsmanagement“ differenzieren ihn hinreichend zum zweiten Masterstudiengang „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“. Module wie Ausgewählte Aspekte des Content Managements, Unternehmenssprache oder Medienmarketing sind spezifische Inhalte für das Kommunikationsmanagement. Der Anteil und das spezifische Angebot der auf die einzelnen Berufsbereiche bezogenen Lehrveranstaltungen im Ergänzungsbereich Wirtschafts-/Politikwissenschaft sind groß bzw. vielfältig. Im Ergänzungsbereich können die Studierenden, wenn sie später Berufe in Unternehmen anstreben, zum Beispiel Controlling, Human Resources Management oder Verhandlungsmanagement belegen, wenn sie in den eher öffentlich-politischen Bereich streben dagegen zum Beispiel Theorien und Methoden der politikwissenschaftlichen Einstellungs- und Verhaltensforschung, Globalisierung und Global Governance oder Theorien und Methoden der internationalen Beziehungen.

Ein eher sprachlich-informatorisches Problem sieht die Gutachtergruppe darin, dass der Ergänzungsbereich in beiden Masterstudiengängen „Kommunikationswissenschaft“ heißt. Da beide Studiengänge kommunikationswissenschaftliche Studiengänge sind, sollte dies im Studiengang „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ umbenannt werden, um eine gewisse Symmetrie in den Modulen der beiden Curricula herzustellen **[Monitum 5]**.

Die Gutachtergruppe kommt zu dem Schluss, dass das Curriculum des Studiengangs „Kommunikationsmanagement“ durch die vorgesehenen Module Fachwissen und fachübergreifendes Wissen sowie fachliche, methodische und allgemeine bzw. Schlüsselkompetenzen vermittelt. Das Curriculum entspricht hinsichtlich Aufbau und Inhalten den Anforderungen, die im „Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse“ für das Qualifikationsniveau eines Masterstudiengangs definiert werden.

Die Lehrformen sind vielfältig und den jeweiligen Inhalten angemessen. Mehrere Lehrveranstaltungen haben „Labor-Charakter“ und/oder werden in enger Zusammenarbeit mit der Praxis aus Unternehmen oder anderen Organisationen durchgeführt. Die Modulprüfungen werden teilweise in Form mehrerer Prüfungsformen abgelegt, die jeweils unterschiedliche Qualifikationen abfordern und somit als eine gemeinsame Prüfung zu interpretieren sind. Dieses Verfahren wird von den Studierenden durchaus begrüßt. Insgesamt kommen alle gängigen Prüfungsformen im Verlaufe des Studiums vor. Die Kommission kommt zu dem Schluss, dass für den Studiengang adäquate Lehr- und Lernformen vorgesehen sind und die Varianz an Prüfungsformen angemessen ist.

Die Module sind im Modulhandbuch vollständig und verständlich beschrieben und somit hinreichend dokumentiert. Das Modulhandbuch wird regelmäßig mit der Aktualisierung der Studienpläne und unter Federführung des Dekanats überarbeitet. Das Dekanat holt dabei die entsprechenden Informationen von den Instituten und Fachgebieten ein. Dieses auf Fakultätsebene zentralisierte Verfahren erscheint sinnvoll, weil damit eine gewisse Harmonie in Aufbau und Umfang der Modulbeschreibungen sichergestellt werden kann. Das Institut nimmt kleinere Anpassungen (z. B. Literaturangaben) semesterweise in Angriff und lässt diese vom Dekanat einpflegen. Das Modulhandbuch sowie weitere nützliche Informationen für die Studierenden sind auf der Webseite zugänglich und dort auch leicht aufzufinden.

Das Curriculum sieht kein explizites Mobilitätsfenster vor. Das Institut unterhält Beziehungen zu fünf Erasmus-Plus-Partnern, besitzt allerdings keine Austauschbeziehung zu einem englischsprachigen Land, was die Studierenden bedauern, andererseits aber auch bei allen Universitäten wegen der ungleich verteilten Nachfrage auf Schwierigkeiten stößt. Die Lehrenden sind jedoch bei der Anerkennung von Studienleistungen aus dem Ausland auf die Anforderungen der Studi-

enordnung - auch nach Auskunft der Studierenden – großzügig, sodass Auslandssemester in beiden Masterstudiengängen durchaus ermöglicht werden.

Die Gutachtergruppe kommt zu dem Schluss, dass eine regelmäßige Aktualisierung des Modulhandbuchs erfolgt, dieses den Studierenden auf leichte Weise zugänglich ist und Mobilität ins Ausland (trotz eingeschränkter Optionen) ermöglicht wird.

2.2 Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

2.2.1 Profil und Ziele

Der Masterstudiengang „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ soll auf den Erwerb von Kenntnissen über Institutionen, Strukturen, Prozesse und Inhalte öffentlicher und medienvermittelter Kommunikation zielen. Theoretisches und methodisches Wissen soll dabei durch empirische und praxisnahe Projekte ergänzt werden. In diesen Projekten sollen aktuelle, praxisrelevante Fragen der Kommunikationswissenschaft, der Soziologie, der Politikwissenschaft und der Psychologie verhandelt werden, um selbstständig eigene Projekte planen und realisieren und deren Ergebnisse auswerten und präsentieren zu können. Spätestens in dieser Phase des Masterstudiengangs sollen Kompetenzen für Führungsaufgaben in den Medien und mediennahen Berufsfeldern erworben werden, indem einerseits Probleme der Kommunikationswissenschaft analysiert und andererseits Lösungsmöglichkeiten für Probleme von Medien und Kommunikation beurteilt und angewendet werden. Fakultativ bietet die Universität Hohenheim nach eigenen Angaben die Möglichkeit, im Rahmen des „F.I.T.-Programms“ (Fähigkeiten, Interessen, Talente) Seminare zur Förderung persönlicher, sozialer, fremdsprachlicher und interkultureller Kompetenzen zu belegen.

Analog zum Studiengang „Kommunikationsmanagement“ sollen auch im Studiengang „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ die verschiedenen Wahlmöglichkeiten insbesondere im Vertiefungs- und Ergänzungsbereich u. a. bezwecken, die Studierenden in ihrer Persönlichkeitsentwicklung zu unterstützen und ihre eigenen Stärken und Schwächen zu reflektieren. Innerhalb der Fakultät soll die Fachschaft Kommunikationswissenschaft eine Plattform studentischen Engagements bieten und daneben existieren studentische Gruppen, die den Austausch zur Wirtschaft sowie zu politischen und sozialen Institutionen pflegen. Eine feste Kooperationsmöglichkeit bietet die Mitarbeit im Rahmen des „Clubs of Hohenheim e.V.“. Traditionell verankerte Kooperationen mit Medienunternehmen und -verbänden wie dem Südwestrundfunk (SWR) bieten darüber hinaus die Möglichkeit zu gemeinsamen Projekten.

Voraussetzung für den Zugang zum Studiengang ist neben deutschen Sprachkenntnissen der Abschluss eines Bachelorstudiengangs mit der Note 2,5 oder besser im Bereich der Kommunikationswissenschaft. Hierzu muss mindestens die Hälfte der Studieninhalte aus Lehrveranstaltungen der Kommunikationswissenschaft entstammen. Sollte die antragstellende Person diese Zugangsvoraussetzungen nicht erfüllen, kann sie nur zum Studium zugelassen werden, wenn stattdessen der Abschluss mit einer Note von 2,5 oder besser im Bereich der Sozialwissenschaften (v. a. Soziologie, Psychologie oder Politikwissenschaft) erworben wurde. Eine weitere Zugangsvoraussetzung ist ein mindestens achtprozentiger Umfang der gesamten Leistungspunktzahl von Lehrveranstaltungen aus dem Bereich der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre. Ein hochschuleigenes Auswahlverfahren, das in der Zulassungsordnung festgehalten ist, und der Zulassungsausschuss, der eine Rangliste bei übersteigenden Bewerberzahlen erstellt, regeln ferner das Auswahlverfahren.

Bewertung

Der Masterstudiengang „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ ist im Hinblick auf seine fachliche Ausrichtung und seine Ziele klar konturiert. Der Studiengang ist klar forschungs-

orientiert, eröffnet eine Vielzahl von Profilierungsmöglichkeiten in aktuellen Forschungsfeldern und eröffnet den Studierenden damit individuelle Zugänge zu den zentralen Berufsfeldern der Absolventinnen und Absolventen kommunikationswissenschaftlicher Studiengänge. Zudem werden neben den fachlichen auch überfachliche Schlüsselqualifikationen gefördert. Eine besondere Stärke des Studiengangs liegt in der Fokussierung auf aktuelle Fragen der Kommunikationswissenschaft. Die damit einhergehende Thematisierung aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen wird nach Überzeugung der Gutachter dazu beitragen, das Bewusstsein der Studierenden für gesellschaftliche Fragen zu fördern. Ebenfalls positiv hervorzuheben ist die herausgehobene Bedeutung der Methodenausbildung (Datenerhebung und -analyse). Die Vermittlung der entsprechenden Kompetenzen findet oftmals in Lehrprojekten statt, der effektivsten Form der Vermittlung von Methodenkenntnissen.

Die Gutachter sind zu dem Ergebnis gekommen, dass sich die Konzeption des Studienprogramms eng an den definierten Qualifikationszielen orientiert. Die Zulassungsvoraussetzungen, das Auswahlverfahren und die Auswahlkriterien sind zielführend ausgestaltet und werden transparent kommuniziert. Durch die mehrstufige Gestaltung des Zulassungsverfahrens wird eine gezielte Auswahl der Studierenden ermöglicht.

2.2.2 Qualität des Curriculums

Der Masterstudiengang „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ umfasst 120 CP und ist auf eine Regelstudienzeit von vier Semestern ausgelegt. Der Studiengang ist in einen Grundlagen-, einen Vertiefungs- und einen Projektbereich strukturiert; Wahlpflichtbereiche ergänzen das Curriculum. Im Grundlagenbereich (drei aus vier Modulen) sollen obligatorisch die Themenfelder Medienpsychologie, Soziologie und Sozialpsychologie der Kommunikation, Advances of Audience- and Media-Effects Research sowie Advanced Statistics belegt werden. Der Vertiefungsbereich (drei aus vier Modulen), der sich im zweiten und dritten Fachsemester anschließt, soll die Möglichkeit bieten, individuelle Schwerpunkte in Media Enjoyment, Marktforschung, Online-Nachrichten und Aufarbeitung des Forschungsstandes zu wählen. Im Projektbereich (zwei aus drei Modulen), der sich ebenfalls über das zweite und dritte Semester erstreckt, sollen Methoden der sozialwissenschaftlichen Methodenlehre in den Feldern Medienpsychologie, Marktkommunikation und Kommunikationsforschung sowie Öffentliche Kommunikation angewendet werden. Sie finden ihren Niederschlag in einer selbstständigen empirischen Studie aus der kommunikationswissenschaftlichen Forschung. Der Wahlpflichtbereich, der gestaffelt vom ersten bis zum dritten Semester belegt werden soll, besteht aus zwei Modulen aus der Kommunikationswissenschaft sowie zwei Modulen aus den Wirtschaftswissenschaften und der Politikwissenschaft. Den Abschluss des Masterstudiengangs bildet die Masterarbeit mit einem begleitenden Kolloquium.

Die Studierenden sollen den Wahlpflichtbereich Wirtschafts- und Politikwissenschaft im ersten oder dritten Semester sowie den Wahlpflichtbereich Kommunikationswissenschaft, der im zweiten oder vierten Semester geleistet werden kann, flexibel gestalten können.

Neben Vorlesungen, Übungen und Seminaren sollen Projektarbeiten die verschiedene Lehr- und Lernformen ergänzen. Referate, Planspiele, Diskussionsrunden und andere kommunikations- und forschungspraktische Aufgaben sind Bestandteile des Studienprogramms.

Bewertung

Die Gutachter haben sich im Rahmen des Verfahrens davon überzeugen können, dass das Curriculum des Masterstudiengangs „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ so gestaltet ist, dass die angestrebten Qualifikationsziele von den Studierenden in der vorgesehenen Zeit erreicht werden können. Das notwendige Fach- und Methodenwissen, aber auch darüber hinausgehende Schlüsselqualifikationen werden im Rahmen des Studiengangs vermittelt. Die Gutachter empfehlen allerdings, den Übergang vom dritten ins vierte Semester so zu gestalten, dass eine

frühzeitige Anmeldung für die Masterarbeit möglich ist, damit die Studierenden möglichst noch vor Beginn des Bearbeitungszeitraums eine Zusage ihres jeweiligen Prüfers haben **[Monitum 3]**.

Positiv hervorzuheben ist, dass die Verantwortlichen im Rahmen der Neukonzeption des Studiengangs das Gespräch mit Studierenden, anderen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern und der Berufspraxis gesucht haben, um eine inhaltlich optimale Modulstruktur und ein adäquat aufgebautes Curriculum zu entwickeln. Das Ergebnis ist ein Modulplan, der sich durch hohe Aktualität und breite Wahlmöglichkeiten auszeichnet und den Studierenden nicht zuletzt eine starke individuelle Spezialisierung ermöglicht. Zudem gewährleisten die Wahlpflicht- und Ergänzungsbereiche sowie zusätzliche Programme wie „F.I.T.“ den Erwerb fachübergreifenden Wissens. Vor allem die Ergänzungsbereiche stellen dabei auch sicher, dass aktuelle Entwicklungen und Ergebnisse der Forschung im Curriculum verankert sind. Insgesamt deckt sich die Zusammensetzung des Stundenplans mit den in den Zielen formulierten Inhalten des Studiengangs.

Die Module sind vollständig im Modulhandbuch dokumentiert und auf der Website abrufbar, so dass alle notwendigen Informationen über das Curriculum den Studierenden jederzeit zugänglich sind. Die Gutachter empfehlen allerdings, die Modulhandbücher hinsichtlich der Teilnahmevoraussetzungen zu vereinheitlichen **[Monitum 2]**. Auch sollte der „Ergänzungsbereich Kommunikationswissenschaft“ z. B. in „Aktuelle Forschungsfelder der Kommunikationswissenschaft“ umbenannt werden **[Monitum 5]**. Im Hinblick auf die zu erbringenden Prüfungsleistungen konnten sich die Gutachter in ihren Gesprächen mit Studierenden und Lehrenden davon überzeugen, dass es sich in den Fällen, in denen mehrere Prüfungsformen in einem Modul genannt werden, stets um Teilleistungen handelt, die eine gemeinsame Prüfung ergeben. Diese werden auch studienbegleitend erbracht. Die Prüfungsformen ergänzen sich dabei in den Kompetenzen, die erworben werden sollen. Insbesondere stehen die Prüfungsformen stets in einem engen inhaltlichen Zusammenhang, auch wenn die Prüfungsform „Klausur“ sehr häufig auftritt. Die Lehr- und Lernformen im Studiengang sind adäquat gewählt.

Alles in allem bewerten die Gutachter die inhaltliche Ausgestaltung und die das Curriculums des Masterstudiengangs „Kommunikationswissenschaft und Medienforschung“ sehr positiv. Sie hegen keinerlei Zweifel daran, dass das Curriculum den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse genügt.

3 Zusammenfassung der Monita

Monita:

1. Es sollten mehr Arbeitsräume für Studierende geschaffen werden.
2. Die Modulhandbücher sollten hinsichtlich der genannten Teilnahmevoraussetzungen vereinheitlicht werden.
3. Der Übergang vom dritten ins vierte Semester sollte so gestaltet werden, dass eine frühzeitige Anmeldung der Masterarbeit ermöglicht wird.
4. Es sollten mehr Partnerhochschulen für Auslandsaufenthalte insbesondere im englischsprachigen Ausland akquiriert werden.
5. Der Ergänzungsbereich Kommunikationswissenschaft sollte umbenannt werden.

III. 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 für die Studiengänge 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 für die Studiengänge 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 für die Studiengänge als erfüllt angesehen.

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 für die Studiengänge 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 für die Studiengänge 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.

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

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 für die Studiengänge 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 für die Studiengänge 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 für die Studiengänge 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 für die Studiengänge als erfüllt angesehen.

Zur Weiterentwicklung der Studiengänge gibt die Gutachtergruppe folgende Empfehlungen:

- Die Modulhandbücher sollten hinsichtlich der genannten Teilnahmevoraussetzungen vereinheitlicht werden.
- Es sollten mehr Arbeitsräume für Studierende geschaffen werden.
- Der Übergang vom dritten ins vierte Semester sollte so gestaltet werden, dass eine frühzeitige Anmeldung der Masterarbeit ermöglicht wird.
- Es sollten mehr Partnerhochschulen für Auslandsaufenthalte insbesondere im englischsprachigen Ausland akquiriert werden.
- Der Ergänzungsbereich Kommunikationswissenschaft sollte umbenannt werden.

Die Gutachtergruppe empfiehlt der Akkreditierungskommission von AQAS, den Studiengang „**Kommunikationsmanagement**“ an der **Universität Hohenheim** mit dem Abschluss „**Master of Arts**“ ohne Auflagen nicht zu akkreditieren.

Die Gutachtergruppe empfiehlt der Akkreditierungskommission von AQAS, den Studiengang „**Kommunikationswissenschaft und Medienforschung**“ an der **Universität Hohenheim** mit dem Abschluss „**Master of Arts**“ ohne Auflagen nicht zu akkreditieren.