

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

95a. Sitzung am 6. August 2015

100. Sitzung am 30. September 2016: s.a. Gutachten zur Erweiterung ab Seite 30

Projektnummer: 14/115
Hochschule: International School of Management (ISM)
Studiengang: Luxury, Fashion & Sales Management (M.A.)

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme beschließt im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland wie folgt:

Der Studiengang wird gemäß Ziff. 3.1.1 i.V.m. Ziff. 3.2.4 i.V.m. 3.2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: Wintersemester 2015/16 bis Ende Sommersemester 2020

Hinweis: Verlängerung der Akkreditierungsfrist bis zum 31.08.2021 wegen anstehender Re-Akkreditierung durch die Stiftung Akkreditierungsrat.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

ISM International School of Management
Standorte Hamburg und Köln

Studiengang:

Luxury, Fashion & Sales Management

Abschlussgrad:

Master of Arts (M.A.)

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der Studiengang richtet sich an Personen, die eine Fach- und Führungstätigkeit im Bereich des Marketing bzw. Luxusgütermarketing anstreben. Der Studiengang ist kein reiner Fashion und Sales Studiengang, sondern ein interdisziplinärer Studiengang, in dem auch Nachbargebiete, wie z.B. das Verständnis über die hervorragende Qualität eines Produktes und die Nachhaltigkeitsausrichtung der Luxusgüter- und Fashionindustrie gelehrt werden.

Zuordnung des Studienganges:

konsekutiv

Profiltyp des Studienganges:

keinem Profil zugeordnet

Regelstudienzeit und Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

4 Semester/ 120 ECTS-Punkte

Studienform:

Vollzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:

Nein

Aufnahmekapazität und Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

Einzügig, 20 Studierende je Standort

Start zum:

Wintersemester

Erstmaliger Start des Studienganges:

Wintersemester 2015/16

Akkreditierungsart:

Konzept-Akkreditierung

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens¹

Am 09.12.2014 wurde zwischen der FIBAA und der ISM International School of Management ein Vertrag über die Re-Akkreditierung des Studienganges Business Administration (B.A.) sowie über die Konzept-Akkreditierung der Studiengänge Online-Marketing & E-Commerce (B.Sc.) und Luxury, Fashion & Sales Management (M.A.) geschlossen. Maßgeblich für dieses Akkreditierungsverfahren sind somit die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 und die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010. Am 04.02.2015 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung der Studiengänge umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

Parallel dazu bestellte die FIBAA ein Gutachterteam nach den Vorgaben des Akkreditierungsrates. Sie stellte zur Zusammensetzung des Gutachterteams das Benehmen mit der Hochschule her; Einwände wurden nicht geäußert. Dem Gutachterteam gehörten an:

Prof. Dr. Cornelia Zanger

Technische Universität Chemnitz
Fakultät für Wirtschaftswissenschaften
Professur für Marketing und Handelsbetriebslehre

Prof. Dr. Swen Schneider

Fachhochschule Frankfurt a.M.
Dekan des Fachbereichs für Wirtschaft und Recht

Dr. Christoph Herrmann

hm+p Herrmann, Moeller + Partner, Business Consultants, München
Managing Partner

Julia Junghänel

Europauniversität Viadrina
International Business Administration (M.Sc.)

FIBAA-Projektmanager:

Jana Bekker

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, und einer Begutachtung vor Ort. Die Begutachtung vor Ort wurde am 15./16. April 2015 in den Räumen der ISM International School of Management in Köln durchgeführt. Zum Abschluss des Besuchs gaben die Gutachter gegenüber Vertretern der Hochschule ein kurzes Feedback zu ihren ersten Eindrücken.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 8. Juni 2015 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 26. Juni 2015; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

¹ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachtens erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

Zusammenfassung

Generell gilt, dass im Fall einer Konzeptakkreditierung, in der nur das Studiengangskonzept vorgestellt wird, bzw. bei einer erstmaligen Akkreditierung eines Studienganges, der noch keinen vollständigen Durchlauf zu verzeichnen hat, der Studiengang so zu bewerten ist wie ein laufender Studiengang.

Der Studiengang Luxury, Fashion & Sales Management (M.A.) der ISM ist ein konsekutiver Master-Studiengang. Er entspricht den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK) sowie den Anforderungen des Akkreditierungsrates in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Er ist modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen und schließt mit dem akademischen Grad „Master of Arts“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Der Master-Studiengang erfüllt somit die Qualitätsanforderungen für Master-Studiengänge und kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland für einen Zeitraum von fünf Jahren vom Wintersemester 2015/16 bis Ende Sommersemester 2020 akkreditiert werden.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil am Ende des Gutachtens.

Informationen

Informationen zur Institution

Die ISM International School of Management ist eine gemeinnützige, staatlich anerkannte Hochschule in privater Trägerschaft. Die Hochschule verteilt sich auf fünf Standorte:

- Campus Dortmund besteht bereits seit Gründung der Hochschule 1990 (damaliger Name: „IDB-Wirtschaftsakademie“ und ist der Hauptsitz der ISM,
- Campus Frankfurt am Main (seit 2007),
- Campus München (seit 2009),
- Campus Hamburg (seit 2010) und
- Campus Köln (seit 2014).

Zu Beginn des Wintersemesters 2014/15 waren insgesamt 2.478 Studierende an allen Standorten in Bachelor-, Master- und MBA-Programmen eingeschrieben. Hinzu kommen 149 ausländische Gaststudierende, die ein oder zwei Semester an der ISM studieren.

Das Studienprogramm der ISM (alle Standorte) umfasst derzeit folgende Studiengänge:

- sechs Bachelor-Studiengänge in Vollzeit: B.A. International Management, B.A. Communications & Marketing, B.Sc. Finance & Management, B.A. Psychology & Management, B.A. Tourism & Event Management, B.A. Global Brand & Fashion Management;
- ein berufsbegleitender Bachelor-Studiengang: B.A. Business Administration mit den vier Spezialisierungen Handel & Vertrieb, Corporate Finance, Transport & Logistik, International Management;
- sechs Master-Studiengänge in Vollzeit: M.A. International Management, M.A. Strategic Marketing Management, M.Sc. Finance, M.A. Psychology & Management, M.Sc. International Transport & Logistics, M.A. Strategic Tourism Management;
- ein berufsbegleitender Masterstudiengang: M.A. Management sowie
- zwei MBA-Programme: MBA General Management, MBA Energy Management.

Folgende Studienprogramme sollen zum Wintersemester 2015/16 neu angeboten werden:

- B.Sc. Online-Marketing & E-Commerce
- M.A. Luxury, Fashion & Sales Management

Als erste private Hochschule in Nordrhein-Westfalen, als zweite im Bundesgebiet, wurde die ISM im Jahr 2004 vom Wissenschaftsrat für eine Dauer von zehn Jahren institutionell akkreditiert. Im Januar 2015 wurde die ISM vom Wissenschaftsrat für weitere fünf Jahre institutionell reakkreditiert.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Zielsetzung

Der Master-Studiengang richtet sich an Personen, die eine Fach- und Führungstätigkeit im Bereich des Marketing bzw. Luxusgütermarketing anstreben. Der Studiengang soll laut der ISM kein reiner Fashion und Sales Studiengang werden, sondern ein interdisziplinärer Studiengang, in dem auch Nachbargebiete wie z.B. das Verständnis über die hervorragende Qualität eines Produktes und die Nachhaltigkeitsausrichtung der Luxusgüter- und Fashionindustrie gelehrt werden.

Der Master-Studiengang soll insbesondere auf folgende Berufsfelder in Unternehmungen vorbereiten:

- Brand Management, Marketing,
- Handels- und Storemanagement, Vertriebsmanagement, Retail-Management,
- Produktmanager im Bereich Produktentwicklung und Design,
- Einkaufsmanagement, Supply Chain Management,
- Marktforschung,
- Luxusgüter und Fashion Management,
- CRM, Kundendatenmanagement und Service,
- Consulting, Business Development.

Alle aufgeführten Tätigkeiten werden im Curriculum behandelt, was die Absolventen zu Spezialisten im Bereich Marketing und Vertrieb machen soll. Durch die Beziehung zu Luxus- und Modeprodukten, die sich durch das Curriculum zieht, bekommen die Berufsfelder darüber hinaus noch eine zusätzliche und sehr gefragte Spezialisierung.

Laut der Selbstdokumentation der Hochschule, resultieren aus dem Qualifikationsbedarf der Zielgruppe und dem angestrebten Berufsfeld in Anlehnung an den Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse (Stufe 2) und den Deutschen Qualifikationsrahmen für lebenslanges Lernen (Niveau 7) folgende Qualifikations- und Kompetenzziele des Studienganges:

Fachkompetenz. Die Absolventen verfügen über spezialisierte Kenntnisse im Marketing und Vertrieb in der Luxusgüter- und Modeindustrie. Sie sind in der Lage, neue Trends und Arbeitsmärkte mithilfe adäquater qualitativer und quantitativer Methoden zu identifizieren und einen Markteintritt vorzubereiten und zu gestalten. Sie können die Positionierung und die Identität und damit den Wert einer (Luxus-)Marke durch ein zielgruppenspezifisches Marketing entwickeln sowie Kaufentscheidungen von Kunden analysieren und gezielt beeinflussen. Dabei berücksichtigen sie Rahmenbedingungen, wie z.B. rechtliche Anforderungen (Markenschutz und Urheberrecht) oder die Wechselwirkungen mit anderen Märkten und Marktteilnehmern. Darüber hinaus sind sie in der Lage, die Durchführung von Prozessen in den Bereichen Beschaffung, Einkauf, Produktion, Design, Vertrieb, Verkauf und Marketing im Hinblick auf die segmentspezifischen Bedarfe der Luxusgüter- und Fashionindustrie zu optimieren.

Instrumentale Kompetenz. Die Absolventen haben die Fähigkeit erlangt, Informationen und Wissen zu analysieren, zu strukturieren und Wissen auszutauschen. Sie können dieses Wis-

sen auch in neuen Situationen anwenden, die in einem bereiteren oder interdisziplinären Zusammenhang stehen. Sie sind in der Lage, quantitative und qualitative Methoden einzusetzen und in unternehmerischen Situationen anzuwenden, z.B. Instrumente der Markt- und Trendforschung, operative und strategische Instrumente wie Wirtschaftlichkeitsanalysen oder Instrumente der Personalführung und Verhandlungstechnik.

Systemische Kompetenz. Die Absolventen sind in der Lage, auch bei Vorliegen unvollständiger Informationen wissenschaftlich fundierte und verantwortungsvolle Managemententscheidungen zu treffen, die ethischen, sozialen und rechtlichen Anforderungen gerecht werden und auch Fragen der Nachhaltigkeit berücksichtigen. Sie besitzen Sensibilität für die Unterschiedlichkeit von Menschen und unterschiedliche Situationen, können Führungssituationen entsprechend gestalten und Diversität im beruflichen Kontext produktiv nutzen. Sie können anwendungsorientierte Projekte weitgehend selbstgesteuert durchführen, ihre in der Praxis gemachten Erfahrungen (selbst)kritisch reflektieren und aus der Bewertung Konsequenzen für zukünftige Handlungsstrategien ableiten.

Kommunikative Kompetenz. Die Absolventen können effektiv in nationalen und internationalen Kontexten verhandeln. Sie können zielgruppenspezifisch kommunizieren und andere überzeugen. Sie können ihre Ideen und Positionen wissenschaftlich und auf dem aktuellen Stand der Forschung und Anwendung fundiert schriftlich und mündlich darstellen. Sie sind in der Lage, in einem Team herausgehobene Verantwortung zu übernehmen, andere im Team anzuleiten, die Stärken und individuellen Beiträge von Teammitgliedern zu erkennen und zu nutzen sowie mit Konflikt- und Stress-Situationen im Team konstruktiv umzugehen.

Durch die Vision und das Leitbild der ISM sowie das hochschulinterne Code of Conduct wird der soziale, kulturelle und der unternehmenskulturelle Rahmen aufgezeigt, in dem das Studium eingebettet wird. Im Code of Conduct der ISM ist der respektvolle und faire Umgang mit allen Menschen, „unabhängig von nationaler Herkunft, Behinderung, sexueller Orientierung, Geschlecht oder Alter“ festgeschrieben.

Die Hochschule legt Wert auf die Befähigung ihrer Studierenden zum gesellschaftlichen Engagement und bietet ihnen die Möglichkeit, sich im Rahmen von Arbeitskreisen (AKs) sozial zu engagieren, insbesondere im AK „Kind im Krankenhaus“, AK „Menschen in Not“ und im AK „SupportISM“. Die ISM unterstützt die Beteiligung von Studierenden an sozialen Projekten, z.B. an dem Charity-Projekt „ISM for Africa“ oder den Projekten von Enactus e.V.

Einzelne Studierende werden von der ISM während des Studiums durch Teil- und Vollzeitstipendien oder Gebührenreduzierungen gefördert. Für Studierende im akuten Krankheitsfall oder Studierende mit Kind bietet die ISM darüber hinaus flexible Zahlungsmodalitäten für Studiengebühren, Studienkredite oder Darlehen an.

Die ISM hat ferner die Funktionen einer Behindertenbeauftragten sowie einer Gleichstellungsbeauftragten geschaffen, die als Ansprechpartner zur Verfügung stehen und sich um die Umsetzung der getroffenen Maßnahmen kümmern.

Bewertung:

Die Qualifikations- und Kompetenzziele werden mit Bezug auf ihre jeweilige Zielgruppe sowie das angestrebte Berufsfeld schlüssig dargelegt. Ein Schwerpunkt dieser Ziele liegt in der Befähigung zur Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit. Hierzu dienen u.a. die Case Study Fashion und insgesamt 12 Wochen verpflichtendes Praktikum. Bei der Festlegung der Ziele wurde die wissenschaftliche Befähigung sowie die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement in ausreichendem Maße berücksichtigt. Die Vermittlung von persönlichen und sozialen Kompetenzen sowie das Auslandssemester tragen außerdem zur Persönlichkeitsentwicklung bei. Die fachlichen und überfachlichen Qualifikations- und Kompetenzziele sind dem angestrebten Abschlussniveau eines Master-Studienganges adäquat. Sie tragen den Erfordernissen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse Rechnung.

Auf der Ebene des Studienganges sind die Konzepte der Hochschule zur Förderung der Geschlechtergerechtigkeit und der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen überzeugend umgesetzt.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1. Zielsetzung	X		

2 Zulassung

Die Grundvoraussetzungen für die Zulassung sind:

- eine allgemeine Hochschulreife oder Fachhochschulreife oder eine durch die zuständigen staatlichen Stellen als gleichwertig anerkannte Zugangsberechtigung;
- ein erster Hochschulabschluss: laut §5 ZO wird von den Bewerbern als Grundvoraussetzung ein erfolgreicher Abschluss eines Bachelor-Studiums, welches mindestens 180 ECTS-Punkte umfasst, oder eines gleichwertigen Studiums an einer Universität oder Fachhochschule oder einer ausländischen Hochschule entsprechenden Ranges erwartet;
- ein Nachweis von Englisch-Sprachkenntnissen auf B2-Niveau;
- eine erfolgreiche Teilnahme an einem Auswahlverfahren.

Fachspezifische Voraussetzungen: Es müssen Prüfungsleistungen in einem Umfang von mindestens 30 ECTS-Punkte aus einem wirtschaftswissenschaftlichen, wirtschaftspsychologischen oder medien- bzw. kommunikationswissenschaftlichen Bachelor-Studiengang stammen. Fehlende fachspezifische ECTS-Punkte können durch eine qualifizierte Berufserfahrung und Praktika ersetzt werden. Als fachspezifisch gelten Tätigkeiten in den Bereichen Marketing, Verkauf, Retail, Einkauf, Logistik.

Eine erfolgreiche Teilnahme an einem mehrstufigen Auswahlverfahren ist die Voraussetzung für ein Studium an der ISM. Das Auswahlverfahren ist in der Zulassungsordnung geregelt. Es werden an den Standorten pro Semester mehrere Auswahlverfahren angeboten. Das Auswahlverfahren findet an einem Tag statt und gliedert sich in einen schriftlichen und mündlichen Teil.

Im Rahmen des Auswahlverfahrens für die Master-Studiengänge ist vom Studienbewerber ein fachspezifisches Thema in Form einer *Präsentation sowie einer schriftlichen Ausarbeitung* für den Tag des Bewerbungsgespräches vorzubereiten. Dazu werden dem Bewerber direkt nach der Anmeldung zum Aufnahmetest drei Themenvorschläge durch das Studierendensekretariat übermittelt.

Ziel dieses Teils des Zulassungsverfahrens ist es festzustellen, ob der Bewerber fristgerecht ein vorgegebenes Thema wissenschaftlich fundiert sowie hinreichend tief und unter Würdigung aktueller Erkenntnisse darstellen kann. Darüber hinaus wird geprüft, ob die vorhandenen Fachkenntnisse für das vorgesehene Studium ausreichend sind, der Bewerber in der Lage ist, allgemeine Kenntnisse auf einen neuen Fall zu übertragen, sowie auf kritische Fragen reflektiert zu reagieren. Abschließend wird auch geprüft, ob der Bewerber verständlich und unter Einsatz angemessener Medien präsentiert sowie schriftliche Arbeiten verfassen kann.

Ziel des zweiten Elements, des *Einzelinterviews*, ist es, wesentliche *Persönlichkeitsmerkmale* zu überprüfen. Es wird in der Form eines klassischen Bewerbungsgespräches als teilstrukturiertes Interview durchgeführt. Wichtige Inhalte sind unter anderem Angaben zum persönlichen Werdegang, berufliche und persönliche Ziele sowie Gründe für die Studienwahl. Aus dem Gespräch soll im Einzelnen das Engagement (Motivation und Ziele), die Disziplin und Stabilität sowie im Gesamteindruck die soziale Kompetenz eingeschätzt werden. Die Interviews werden vom Studiengangsleiter bzw. dessen Vertreter vor Ort geführt. Auch das Interview wird anhand eines einheitlichen Schemas bewertet.

Der Zulassungsausschuss befindet über die Eignung der Bewerber anhand der Ergebnisse der fachspezifischen Präsentation samt schriftlichen Ausarbeitung sowie dem Einzelinterview. Die *Gesamtbewertung* ergibt sich aus Aggregation der Ergebnisse aus der Abschlussnote im ersten Studium zu 20%, der Präsentation zu 35%, aus der schriftlichen Arbeit zu 15% sowie des Einzelinterviews zu 30%. Für die Zulassung zum Studium sind mindestens 60% der maximalen Gesamtpunktzahl notwendig.

Ein Bewerber ist abzulehnen, wenn er bei einem der Kriterien mit „unbefriedigend“ oder bei mehr als zwei Kriterien mit „kaum zufriedenstellend“ eingeschätzt wird. Bewerber sind über das negative Ergebnis binnen zwei Wochen nach dem Auswahlverfahren schriftlich zu informieren. Dem Schreiben sind die Ergebnisse aus den Testverfahren bzw. die Begründung für die Entscheidung in Kurzform beizufügen. Eine Wiederholung ist in diesen Fällen zum nächsten Jahr möglich.

Die *Zuteilung der Studienplätze* erfolgt pro Standort und Auswahlverfahren getrennt.

Das Zulassungsverfahren sowie die Kriterien für die Zulassungsentscheidung und Studienplatzvergabe sind detailliert in den Zulassungsordnungen sowie in den Prüfungsordnungen geregelt und beschrieben. Die Ordnungen können von der hochschulinternen Öffentlichkeit im Intranet der ISM eingesehen werden. Für die hochschulexterne Öffentlichkeit wird das Zulassungsverfahren im Internet-Auftritt der ISM ausführlich und jederzeit zugänglich vorgestellt. Zudem werden im entsprechenden Bereich auf der Internetseite einzureichende Unterlagen klar definiert und das Bewerbungsformular der ISM zum Download bereitgestellt.

Laut § 3 der Zulassungsordnungen für Bachelor- und Master-Studiengänge werden zur Sicherstellung der Chancengleichheit 5% der Studienplätze behinderten Studienbewerbern vorbehalten. Ist die Härtefallquote für den jeweiligen Studiengang ausgeschöpft, sollen weitere Härtefälle darüber hinaus für diesen Studiengang zugelassen werden, solange die Gesamtzahl der Härtefallplätze aller Studiengänge an der Hochschule gewahrt bleibt.

Bewertung:

Die Zulassungsbedingungen sind definiert und nachvollziehbar. Die nationalen Vorgaben sind berücksichtigt. Die Zulassungsbedingungen für den Studiengang stellen sicher, dass die Studierenden fremdsprachliche Lehrveranstaltungen absolvieren und die fremdsprachliche Literatur verstehen können. Durch die Zulassungsbedingungen ist zudem sichergestellt, dass die Absolventen mit Abschluss des Master-Studienganges in der Regel über 300 ECTS-Punkte verfügen.

Das Auswahlverfahren ist transparent und gewährleistet die Gewinnung qualifizierter und motivierter Studierender entsprechend der Zielsetzung des Studienganges. Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung ist sichergestellt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
2.1	Zulassungsbedingungen	X		
2.2	Auswahl- und Zulassungsverfahren	X		

3 Inhalte, Struktur und Didaktik

3.1 Inhaltliche Umsetzung

Im ersten Semester wird die Basis für das Kompetenzprofil „Luxury, Fashion & Sales Management“ gelegt.

- Modul 1: Im Modul „Fundamentals of Luxury & Fashion Management“ lernen die Studierenden die Märkte und Hauptakteure kennen. Sie entwickeln ferner zielgruppenspezifische Marketingstrategien.
- Modul 2: Das Modul „Sales Force Management“ vermittelt Verkaufstechniken und Vertriebs- und Retailstrategien der Fashion und Luxusbranche.
- Modul 3: Das Modul „Leadership Skills“ hebt insbesondere auf die Führungsqualitäten der Absolventen ab. Hier wird gezielt auf Kommunikations- und Führungskompetenz eingegangen. Schwerpunkte liegen dabei auf strategischem Human Resource Management und interkultureller Verhandlungsführung.
- Modul 4: Das Modul „Methodical Skills“ zielt insbesondere auf die Vermittlung instrumentaler Kompetenzen ab. Es werden quantitative und qualitative Methoden zur Analyse von Märkten und Trends vermittelt.

Das zweite Semester baut auf den im ersten Semester erworbenen Kompetenzen auf:

- Modul 5: Im Modul „Supply Chain Management & Buying“ geht es um die Optimierung von Wertschöpfungsprozessen. Es werden strategische Aspekte von Supply Chain Netzwerkbeziehungen, operative Maßnahmen des Beschaffungsmanage-

ments, aber auch die Finanzierung der Maßnahmen, Customer Relationship Management sowie Erfolgskontrolle und Qualitätssicherung behandelt.

- Modul 6: In der „Case Study Fashion“ wird ein Praxisprojekt aus der Fashionbranche bearbeitet. Es werden ein Untersuchungsdesign und eine empirische Analyse erstellt. Hier wenden die Studierenden ihre im ersten Semester gewonnene Methodenkompetenz an. Die Studierenden führen dieses Projekt weitgehend selbstgesteuert durch.
- Die in das Modul integrierte Veranstaltung „Scientific Methods“ dient der Vermittlung und Festigung der für ein wissenschaftliches Arbeiten erforderlichen Kompetenzen.
- Modul 7: Durch das Modul „Design Management“ werden die Absolventen in die Lage versetzt, die Abläufe von Designprozessen zu gestalten, zu steuern und zu leiten und dabei auch Fragen der Nachhaltigkeit im Auge zu behalten. Als Endergebnis der Designprozesse werden die Bereiche "Industrial Design", Interior Design" und "Sustainable Design" vertieft.
- Modul 8: Inhaltlich abgerundet wird das erste Studienjahr mit dem gerade im Kontext der Luxusgüter- und Modeindustrie wichtigen Thema Markenmanagement im Modul „Luxury Brand Management“. Neben Branding und Markenwert, Positionierung von Marken und dem Management von Markenarchitekturen werden auch rechtliche Rahmenbedingungen wie Markenschutz und Urheberrecht thematisiert.

Im dritten Semester werden die im ersten Studienjahr vermittelten Methoden und Kenntnisse im Rahmen eines Auslandsstudiums an einer renommierten Partnerhochschule der ISM geschärft und den Neigungen der Studierenden sowie der gewünschten beruflichen Orientierung entsprechend weiter vertieft. Zusätzlich sensibilisiert der Aufenthalt an der ausländischen Partnerhochschule die Studierenden für die Unterschiedlichkeit von Menschen und unterschiedliche Situationen.

Das Vorlesungsprogramm wird durch eine insgesamt zwölfwöchige Praxisphase mit dem Modul „Internship“ ergänzt. Hierfür ist regulär die vorlesungsfreie Zeit zwischen dem 1. und 2. Semester vorgesehen. Die Praxisphase kann im In- und Ausland absolviert werden.

Im Studiengang werden Prüfungsformate wie Hausarbeit, Referat und Klausur eingesetzt. Im ersten Semester schreiben die Studenten eine modulbezogene Hausarbeit und lernen für zwei modulbezogene Klausuren. Im zweiten Semester schreiben die Studenten hingegen zwei modulbezogene Hausarbeiten, lernen für eine Klausur und präsentieren das Ergebnis der Fallstudie in Form eines Referats.

In der Master-Thesis soll der Studierende zeigen, dass er in der Lage ist, unter Anleitung des betreuenden Dozenten, innerhalb der vorgegebenen Frist eine anwendungsbezogene, wissenschaftliche Fragestellung zu entwickeln und zu lösen, die in ihrer spezifischen Ausprägung über den bisherigen wissenschaftlichen Erkenntnisstand hinausgeht. Der Aspirant wird zudem einem gehobenen Aufgabenniveau gerecht, indem er z.B. eine modulübergreifende Problemstellung, eine Berücksichtigung internationaler Aspekte oder die Übernahme einer interdisziplinären Perspektive aufgreift. Eine Kooperation mit einem Unternehmen oder einer Organisation ist möglich und erwünscht, um den Anwendungsbezug des erreichten Titels noch weiter herauszustellen. Auch eine Master-Thesis im Beruf ist nicht ausgeschlossen, sofern glaubhaft gemacht werden kann, dass im Beruf die notwendigen Freiräume zur Erstellung der Abschlussarbeit gegeben werden.

Für den Studiengang wird der Abschluss „Master of Arts“ (M.A.) gewählt, weil der Studiengang an geistes- und verhaltens-wissenschaftlichen Kategorien und Konzepten orientiert ist.

Die Studiengangsbezeichnung „Luxury, Fashion & Sales Management“ zeigt die praxisorientierte Ausrichtung und spiegelt das Ziel des Programms wider: Es geht im Wesentlichen darum, angehende Fach- und Führungskräfte für vielfältige Aufgabenbereiche in national und international tätigen Wirtschaftsunternehmen auszubilden („Management“). Das Denken und Handeln dieser Führungskräfte soll von branchenspezifischem Wissen und Fertigkeiten aus der Luxusgüter- und Modeindustrie geprägt sein („Luxury“ und „Fashion“). Dieser Branchenbezug wird in den beiden ersten Semestern explizit in den Modulen „Fundamentals of Luxury & Fashion Management“, „Case Study Fashion“, „Luxury Brand Management“ hergestellt, zieht sich darüber hinaus aber auch durch das gesamte übrige Curriculum, da Beispiele und Anwendungsfälle primär aus dem Kontext der Mode- und Luxusgüterindustrie stammen. Neben allgemeinen Managementkompetenzen zielt der Studiengang schwerpunktmäßig darauf, den angehenden Führungskräften eine systematisch-wissenschaftliche Marken-, Handels-, und Vertriebskompetenz („Sales“) zu vermitteln, die v.a. im Modul „Sales Force Management“ aber auch in den Modulen „Brand Management“, „Supply Chain Management & Buying“ und der „Case Study Fashion“ gelehrt werden.

Bewertung:

Das Curriculum trägt den Zielen des Studienganges angemessen Rechnung und gewährleistet die angestrebte Kompetenzentwicklung und Berufsbefähigung. Es umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen, methodischen und generischen Kompetenzen.

Die Module sind inhaltlich ausgewogen und sinnvoll miteinander verknüpft. Die definierten Lernergebnisse entsprechen den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse.

Die Abschluss- und die Studiengangsbezeichnung entsprechen der inhaltlichen Ausrichtung und den nationalen Vorgaben.

Die Prüfungsleistungen und die Abschlussarbeit sind wissens- und kompetenzorientiert und dienen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Jedes Modul schließt mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.1	Inhaltliche Umsetzung			
3.1.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	X		
3.1.2	Begründung der Abschluss- und Studiengangsbezeichnung	X		
3.1.3	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	X		

3.2 Strukturelle Umsetzung

Die strukturellen Kerndaten des Studienganges sind in folgender Tabelle zusammengefasst:

Regelstudienzeit	4 Semester
Anzahl der zu erwerbenden CP	120 CP
Studentische Arbeitszeit pro CP	30 h
Anzahl der Module des Studienganges	10
Module mit einer Größe unter 5 CP inklusive Begründung	Den Modulen „Methodical Skills“ und „Leadership Skills“ wurde je ein Workload von 4 CP zugeordnet, da ihnen im Vergleich zu anderen Modulen des Curriculums ein geringeres Gewicht zukommt. Auf eine Zusammenfassung zu einem größeren Modul wurde verzichtet, um die inhaltliche Konsistenz der Module zu gewährleisten und die angestrebten Lernergebnisse in angemessener Form abprüfen zu können.
Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit und deren Umfang in CP	30 CP bei einer Bearbeitungszeit von 22 Wochen

Eine Übersicht der Studiengangsstruktur liefert der folgende Studienplan:

Modul Nr.	Modul / Lehrveranstaltung	Credit Points in Semester				Workload (h)			SWS (12 Wochen)	Anteil an Gesamt-Note	Prüfungsform/-dauer	Angebot im	Lehrsprache
		1.	2.	3.	4.	Gesamt	Präsenzstudium	Selbststudium					
LX1	Fundamentals of Luxury & Fashion Management	8				240	72	168	8	7,41%			
LX1-1	Markets & Players in the Luxury & Fashion Industry	2				60	18	42	2	1,85%	Klausur (180 Min)	WS	Deutsch / English
LX1-2	Marketing of Luxury Goods & Fashion	2				60	18	42	2	1,85%			
LX1-3	Consumer Behavior	2				60	18	42	2	1,85%			
LX1-4	Luxury Communication & Media Planning	2				60	18	42	2	1,85%			
LX2	Sales Force Management	8				240	72	168	8	7,41%			
LX2-1	Retail & Real Estate Management	2				60	18	42	2	1,85%	Hausarbeit (ca. 9.000 Worte)	WS	Deutsch / English
LX2-2	Sales Techniques	2				60	18	42	2	1,85%			
LX2-3	E-tailing	2				60	18	42	2	1,85%			
LX2-4	Recruitment & Training Strategies	2				60	18	42	2	1,85%			
LX3	Leadership Skills	4				120	72	168	8	3,70%			
LX3-1	Intercultural Management & Negotiations	2				60	18	42	2	1,85%	Referat	WS	Deutsch / English
LX3-2	Global Leadership & People Management	2				60	18	42	2	1,85%			
LX4	Methodical Skills	4				120	36	84	4	3,70%			
LX4-1	Quantitative Market Analysis Methods	2				60	18	42	2	1,85%	Klausur (90 Min.)	WS	Deutsch / English
LX4-2	Qualitative Trend Analysis Methods	2				60	18	42	2	1,85%			
LX5	Supply Chain Management & Buying	8				240	72	168	8	7,41%			
LX5-1	CRM & Customer Intelligence		2			60	18	42	2	1,85%	Klausur (180 Min)	WS	Deutsch / English
LX5-2	Supply Chain & Operations Management		2			60	18	42	2	1,85%			
LX5-3	Retail Buying & Merchandising		2			60	18	42	2	1,85%			
LX5-4	Finance & Controlling		2			60	18	42	2	1,85%			
LX6	Case Study Fashion	6				180	18	162	4	5,56%			
LX6-1	Scientific Methods		2			60	18	42	2	1,85%	Referat	SS	Deutsch / English
LX6-2	Case		4			120	18	102	2	3,70%			
LX7	Design Management	8				240	72	168	8	7,41%			
LX7-1	Design Process & Strategy		2			60	18	42	2	1,85%	Hausarbeit (ca. 9.000 Worte)	SS	Deutsch / English
LX7-2	Industrial Design		2			60	18	42	2	1,85%			
LX7-3	Interior Design & Merchandising		2			60	18	42	2	1,85%			
LX7-4	Sustainable Design		2			60	18	42	2	1,85%			
LX8	Luxury Brand Management	8				240	72	168	8	7,41%			
LX8-1	Brand Identity & Brand Value		2			60	18	42	2	1,85%	Hausarbeit (ca. 9.000 Worte)	SS	Deutsch / English
LX8-2	Creativity & Art		2			60	18	42	2	1,85%			
LX8-3	Brand Architecture		2			60	18	42	2	1,85%			
LX8-4	Trademark Law & Copyright		2			60	18	42	2	1,85%			
AU	Semester Abroad			24		720	TBD	TBD		22,22%			
AU	Semester Abroad			24		720	TBD	TBD	TBD	22,22%	gemäß "Learning Agreement"	WS	abhängig vom Gastland
PR	Internship	6		6		360	0	360		0,00%			
PR-1	Internship (12 Wochen)	6		6		360	0	360	0	0,00%	Bericht		abhängig vom Praktikumsort
MT	Master-Thesis				30	900	0	900		27,78%			Deutsch / English
MT	Master-Thesis				30	900		900		27,78%	Thesis (25.000 bis 30.000 Worte)		
Summe		30	30	30	30	3600	486	2514					

120

Die Modularisierung ist die Zusammenfassung von Stoffgebieten zu thematisch und zeitlich abgerundeten, in sich abgeschlossenen und mit Leistungspunkten versehenen abprüfbareren Einheiten. Die Module sind hinsichtlich der Leistungspunkte, Inhalte, Lernzielen und Kompetenzen, Lehr- und Lernmethoden, Zugangsvoraussetzungen, Verwendbarkeit, Art und Dauer der Prüfung etc. in den Modulbeschreibungen dargestellt.

Es liegt eine rechtsgeprüfte und rechtskräftige Prüfungsordnung vor.

	Wo geregelt in der Prüfungsordnung?
Anerkennung von an anderen Hochschulen erbrachten Leistungen	§8
Anrechnung von außerhochschulisch erbrachten Leistungen	§8, §2
Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung	§1
Studentische Arbeitszeit pro CP	§3
Relative Notenvergabe oder Einstufungstabelle nach ECTS	§29
Vergabe eines Diploma Supplements	§29

Die ISM ermittelt im Rahmen der jedes Semester stattfindenden Lehrveranstaltungsevaluation auch die Arbeitsbelastung der Studierenden in den einzelnen Lehrveranstaltungen. Laut der ISM, fließen die Ergebnisse aus dieser studentischen Einschätzung des Workload bei der inhaltlichen Gestaltung der Lehrveranstaltungen und Module ein.

Eine belastungsangemessene Prüfungsdichte wird durch nicht mehr als sieben Prüfungen pro Semester gewährleistet.

Die Studierenden werden in den verschiedenen Phasen des Studiums durch fachliche und überfachliche Beratung unterstützt:

- **Studienberatung:** Beratung von Studieninteressierten aber auch Studierenden und anderen Zielgruppen zum Studium an der ISM (Auswahl, Struktur und Inhalte des Studienganges, Finanzierung des Studiums, berufliche Perspektiven); Informationen zum Hochschulsystem und zu den verschiedenen Abschlüssen sowie Möglichkeit zum Schnupperstudium.
- **Mitarbeiter der Verwaltung:** An allen Standorten stehen Mitarbeiter aus den Abteilungen Studierendensekretariat, Career Center, International Office, Studienorganisation, Prüfungsamt und Bibliothek bei Fragen zu Studienablauf, Prüfungen, Literaturrecherche etc. zur Verfügung. In besonders problematischen Fällen hinsichtlich des Studienablaufs und der Studienplanung wird auch das Dekanat kontaktiert. Die ISM vertritt nach eigenen Angaben eine „Open-Door-Policy“, die den Studierenden vermittelt, dass ihre Anliegen an jeder Stelle willkommen sind.
- **Studiengangsleitung:** Laut der ISM, werden die Studierenden durch die Studiengangsleitung ohne festgelegte Sprechzeiten in persönlichen Gesprächen umfassend fachlich beraten und unterstützt. Dies gilt z.B. für allgemeine Fragen zum Studienverlauf oder zur Wahl des Themas bzw. des Betreuers für die Thesis. Neben den Studiengangsleitern stehen

auch Modul- und Fachverantwortliche sowie Dozenten als Ansprechpartner für fachliche Fragen zur Verfügung.

- **Info-Veranstaltungen:** Über das gesamte Studium verteilt werden für die Studierenden Info-Veranstaltungen angeboten. Die einzelnen Service-Bereiche stellen sich im Rahmen einer Einführungsveranstaltung zu Beginn des Studiums den neuen Studierenden mit einer eigenen Präsentation vor.

Bewertung:

Die Struktur dient der Umsetzung des Curriculums und fördert den Kompetenzerwerb der Studierenden. Der Studiengang ist modularisiert; dabei sind die Workload-Angaben klar und nachvollziehbar hergeleitet. Die im Curriculum vorgesehenen Praxisanteile werden so gestaltet, dass ECTS-Punkte erworben werden können. Module umfassen in der Regel mindestens 5 ECTS-Punkte; die wenigen Ausnahmen sind plausibel begründet. Der Studiengang ist so gestaltet, dass er Zeiträume für Aufenthalte an anderen Hochschulen und in der Praxis ohne Zeitverlust bietet. Die Modulbeschreibungen enthalten alle erforderlichen Informationen gemäß KMK-Strukturvorgaben.

Studiengang, Studienverlauf und Prüfungsanforderungen sind dokumentiert und veröffentlicht.

Es existiert eine rechtskräftige Prüfungsordnung für den Studiengang, sie wurde einer Rechtsprüfung unterzogen. Die Vorgaben für den Studiengang sind darin unter Einhaltung der nationalen und landesspezifischen Vorgaben umgesetzt. Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der Lissabon Konvention und außerhochschulisch erbrachte Leistungen sind festgelegt. Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt. Die Abschlussnote wird auch mit einer relativen Note und einer Einstufungstabelle nach ECTS angegeben.

Die Studierbarkeit wird durch die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen, eine geeignete Studienplangestaltung, eine plausible Workloadberechnung, eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation sowie Betreuungs- und Beratungsangebote gewährleistet. Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.2	Strukturelle Umsetzung	X		
3.2.1	Struktureller Aufbau und Modularisierung	X		
3.2.2	Studien- und Prüfungsordnung	X		
3.2.3	Studierbarkeit	X		

3.3 Didaktisches Konzept

Laut der ISM orientiert sich die Vermittlung der Inhalte im gesamten Studienverlauf an folgenden Kriterien:

- *Vom Allgemeinen zum Speziellen:* So findet im ersten Semester eine allgemeine breite Grundlegung statt, der im zweiten Semester eine spezifische Vertiefung folgt.
- *Vom Überblick zum Transfer:* die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, ihr erworbenes Wissen in Bezug auf die Realität reflektieren und anwenden zu können.
- *Nicht nur theoretische Wissensvermittlung, sondern praktisches Einüben:* Um das zu erreichen, wird in den Veranstaltungen anhand von Fallstudien und Übungen Wissen auch zu Fertigkeiten gewandelt.

Die Vermittlung der Lehrinhalte basiert auf einer von der Hochschule für ihre Studiengänge definierten didaktischen Struktur (ISM-Qualifikationsmatrix), die sie wie folgt darstellt:

Fakten-Orientierung	Anwendungsfokus		Teamfähigkeit	Interkulturelle Kompetenz
Fallstudien Interdisziplinäre Themen, Trends Lösung von Problemstellungen Diskussionsgruppen, Briefings <i>Aktive Teilnahme, Report</i>	Thesis Zugewiesenes / gewähltes Thema Individuelles (Forschungs-) Project betreut durch Professor/Dozent <i>Ausführung, Note</i>	ISM-andere Herausforderungen + Studenten- Leistungs- vermögen	Unternehmensprojekt Projekt (organisatorische Komplexität) Teambearbeitung inkl. Projektmanagementaufgaben <i>Report, Bewertete Performanz</i>	Interkulturelles Team Design Dozent als Moderator/Coach Selbstorganisierende Teams Seminare, Video-Konferenzen <i>Nachgewiesene Kompetenz, Note</i>
Vorlesungen Kontaktstudium Vorlesungen Theoretischer Hintergrund Praktische Demonstrationen <i>Teilnahme, Prüfung, Note</i>	Tutorien - Übungen Beispiele, Experimente Simulationen, Modellbildung Direkte Erfahrung <i>Aktive Teilnahme, Protokolle</i>	ISM-Partner Maßstabe + Studenten- Performance	Gruppenarbeiten Weitles Themenspektrum Selbstorganisierende Teams betreut durch Professor/Dozent <i>Bewertete Performanz, Note</i>	Auslandsprogramme / -module Vorlesungen, Fallstudien, Prüfungen Lokale Studienbedingungen evtl. zusätzliche Abschlüsse <i>Teilnahme, Prüfung, Note</i>
Autodidaktisches Lernen Web-based Learning, Intranet Computer-based Training (CBT) Bücher, Skripte, CD, DVD <i>Durchführung, Test</i>	Hausarbeit, Präsentation, Paper Summaries, Ergebnisreport Schriftliche Dokumentationen Kurzpräsentationen (Briefings) <i>Ausführung, Note</i>	ISM Unter- stützung + Studenten- Initiative	Praxisphasen Deutschland und/oder im Ausland Demonstrierte Erfahrung/Wissen in professioneller Umgebung Operative Verantwortlichkeiten <i>Bewertete Performance, Referenz</i>	Demonstrierte Erfahrung/Wissen in internationalem Business Operative Aufgaben/Projekte <i>Bewertete Performance, Referenz</i>
Theorie & Praxis - wissen -	Problemlösung - tun -		Effektive Interaktion - führen -	Weltweites Networking - managen -

Als didaktische Mittel werden, so trägt die Hochschule erläuternd vor, im Wesentlichen Selbststudium, Vorlesungen, Übungen, Ausarbeitungen, Fallstudien (in der Regel als Gruppenarbeit) sowie Auslands- und Praxismodule eingesetzt.

In der Regel, so führt die Hochschule aus, stellt der Dozent ein Vorlesungsskript zur Verfügung, das die Lehrveranstaltung strukturell und inhaltlich begleite; in manchen Fällen würde ein „Textbook“ vorgegeben, das die verpflichtende Basisliteratur zur Lehrveranstaltung darstellt. Digitale Materialien sowie Links zu wichtigen Webseiten sind im ISM-Net veranstaltungsbezogen abrufbar, parallel hierzu stellt die Hochschulbibliothek – neben Skripten und vertiefender Literatur – visuelle, audio- und multimediale Lehr- und Lernmaterialien zur Verfügung.

Im Rahmen der Fallstudien kann auf Fallstudien des The Case Centre (vormals: European Case Clearing House (ECCH)) und anderen Anbietern von Fallstudien zurückgegriffen werden (z.B. Harvard University).

Bewertung:

Das didaktische Konzept des Studienganges ist nach Ansicht der Gutachter logisch und nachvollziehbar beschrieben und auf das Studiengangsziel hin ausgerichtet. In dem Studiengang sind adäquate Lehr- und Lernformen vorgesehen. Die Gutachter begrüßen insbesondere den Einsatz von Lernformen wie Fallstudien und Kleingruppenarbeiten, die eine Wissensvermittlung und Erfahrungslernen verbinden sowie eine praxisbezogene Anwendung des Gelernten ermöglichen.

Die begleitenden Lehrveranstaltungsmaterialien konnten während der Begutachtung im ISM-Net (Intranet) exemplarisch bewertet werden. Nach Ansicht der Gutachter entsprechen diese Materialien generell dem zu fordernden Niveau. Allerdings empfehlen die Gutachter, die wissenschaftliche Fundierung der Materialien, gemäß den Erfordernissen der Stufe 2 des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse sowie der Rahmenanforderung „Wissenschaftliche Befähigung“, zu erhöhen. Die Gutachter begrüßen, dass die studienbegleitenden Lehrmaterialien (vorwiegend Skripten und Präsentationen) den Studierenden via ISM-Net online zur Verfügung gestellt werden und somit das selbstständige Lernen erleichtert wird.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.3	Didaktisches Konzept	X		

4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Personal

Das Lehrpersonal setzt sich aus den hauptamtlichen Lehrkräften der Hochschule und externen Dozenten zusammen. Die Hochschule verfügte im Wintersemester 2014/15 über insgesamt 51,8 Stellen in Vollzeitäquivalent (VZÄ) für hauptberufliche professorale Lehrkräfte (darunter 20,5 Stellen VZÄ am Standort Dortmund, 12,8 am Standort Frankfurt, 9,5 in Hamburg, 8,5 in München und 0,5 an dem neu eröffneten Standort Köln), sowie über Stellen für Dozenten und Lehrbeauftragte im Umfang von 9,3 VZÄ (alle Standorte).

Der vorgelegten Lehrverflechtungsmatrix lässt sich entnehmen, dass 79 % der Lehrleistung von hauptberuflichen Professoren und ca. 21 % von externen Lehrbeauftragten erbracht werden.

Im Wintersemester 2014/15 lag das Betreuungsverhältnis bei 48 Studierenden je Hochschullehrer.

Die Einstellungs Voraussetzungen für Hochschullehrer richten sich nach den Vorschriften des Hochschulgesetzes des Landes Nordrhein-Westfalen; das Berufungsverfahren ist in einer Berufsordnung geregelt. Internationalität und Praxisbezug sind nach den Bekundungen der Hochschule ihre wesentlichen Leitideen bei Auswahl der Lehrenden, zudem werden Forschungsqualifikationen im Berufungsverfahren berücksichtigt.

Für die Weiterqualifizierung ihrer Lehrenden sieht die Hochschule folgende Maßnahmen vor:

- Teilnahme mit Vorträgen an nationalen und internationalen wissenschaftlichen Tagungen;
- Teilnahme an Kursen des DAAD-Programms, Teilnahme an den Tagungen des Verbandes der Privaten Hochschulen (VPH);
- Gastprofessuren im Ausland;
- Interne Englisch-Sprachkurse und Möglichkeit zur Teilnahme am Seminarangebot der ISM Academy.

Die Studiengangsleitung ist von der ISM-Geschäftsführung eingesetzt. Die Hochschule gibt an, die Studiengangsleitung ihrer Programme konsequent in die Hände von festangestellten Professoren zu geben, damit ein störungsfreier Ablauf des Studienbetriebes langfristig sichergestellt werden kann. Die Studiengangsleitung arbeitet standortübergreifend. An jedem Campus gibt es daneben noch einen Verantwortlichen als Ansprechpartner für die Studierenden vor Ort.

Der Studiengangsleiter ist Ansprechpartner für Studierende, Dozenten, Verwaltung und Hochschulleitung in allen Fragen des Studienganges. Die Arbeit der Studiengangsleitung umfasst im Einzelnen folgende Aufgaben:

- Konzeption und laufende Weiterentwicklung des Studienangebotes,
- Vermarktung des Studienganges,
- Koordination der Lehrkräfte,
- Studierendenberatung und –betreuung,
- Qualitätssicherung,
- Netzwerkentwicklung und –pflege.

Nach Angaben der ISM wurden in den letzten Jahren die Personalressourcen der Hochschule ausgebaut, um dem steigenden Umfang an Aufgaben Rechnung zu tragen. Zu Beginn des Wintersemesters 2014/15 waren knapp 100 Mitarbeiter (in VZÄ) in der Hochschulverwaltung beschäftigt.

Nach Auskunft der Hochschule sichern u.a. die nachfolgenden Verwaltungsabteilungen einen ordnungsgemäßen Studienablauf:

- **Studierendensekretariat:** Organisation und Durchführung der Aufnahmeprüfungen; Erstellung der Studienverträge; Erstellung von Immatrikulationsbescheinigungen, Exmatrikulationsbescheinigungen, Rentenbescheinigungen; Ausfüllen von BAFÖG-Anträgen;
- **Studienorganisation:** Lehrveranstaltungsplanung; Planung des zeitlichen Semesterablaufs; Organisation der Einführungstage zum Studienstart; Organisation von Vertretungen und Verlegungen im Krankheitsfall; Mitteilung an die Studierenden über kurzfristige Änderungen im Vorlesungsplan; Beratung der Studierenden zur zeitlichen Organisation des Studiums;
- **Career Center:** Praktikumsdatenbank; Unternehmenspräsentationen; Bewerbungs- und Karriereberatung; Bewerbungs- und Karrieremessen; Absolventendatenbanken für Partnerunternehmen; Stellenportal für Studierende, Absolventen und Alumni; Mentoring (Alumni und Studierende), Alumni-Events und Alumni-Management, Verbleibanalysen, Unternehmenskooperationen;
- **International Office:** Ausbau und Pflege des internationalen Hochschulnetzwerkes; in Zusammenarbeit mit den Studiengangsleitern Beratung und Vermittlung von „Outgoing“ Studierenden; Organisation des Auswahl- und Bewerbungsprozesses; Ansprechpartner

- während des Auslandsaufenthaltes; Nachbereitung (FAQ und Notenkonvertierung); Akquise internationaler Studierender; Beratung und Betreuung der „Incoming“ Studierenden vor und während des Aufenthaltes an der ISM; Koordination des Business Certificate Programms für ausländische Studierende; Akquise und Betreuung von Gastdozenten und Gastreferenten an der ISM; Vermittlung von Vorlesungsreihen und Gastprofessuren der ISM Dozenten im Ausland; Aufbau und Durchführung von Doppelabschlussabkommen; administrative Koordination internationaler Projekte sowie der Promotionsvorhaben; Abwicklung von Stipendienprogrammen für Outgoing und Incoming Studierende;
- **Bibliothek:** Verwaltung Medienbestand, Studierendensupport durch Unterstützung bei Literaturrecherche und -beschaffung;
 - **Prüfungssekretariat:** Planung und Durchführung von Prüfungen; Erstellung von Studiennachweisen und Zeugnissen sowie Beratung zu allen Fragen, die Prüfungen betreffen; Anerkennungen und Zulassungsqualifikationen; Beratung in besonderen Studiensituationen wie Studiengangswechsel, Wiederholungssemester oder Auffälligkeiten im Studienverlauf; Erfassung und Veröffentlichung von Prüfungsergebnissen und –statistiken.

Die Verwaltung ist, wie die Hochschule versichert, gleichermaßen bestrebt, den Studienbetrieb für die Lehrenden reibungslos zu gestalten. Dazu gehören u.a.:

- Bereitstellung eines Leitfadens („Dozenten-Package“) vor Semesterbeginn, in dem alle wichtigen Informationen rund um die Hochschule, den jeweiligen Campus sowie eine Einweisung in das Intranet (ISM-Net) als Orientierungshilfe aufgeführt werden,
- individuelle Abstimmung der Vorlesungszeiten,
- organisatorische Abwicklung der Prüfungen (Raumplanung, Durchführung, Klausuraufsicht)

Die Hochschule bietet, wie sie darlegt, für die Mitarbeiter in der Verwaltung eigene Fortbildungskurse an (beispielsweise Sprachkurse in Englisch) und ermöglicht darüber hinaus die Teilnahme an Fortbildungsveranstaltungen, Seminaren und Tagungen der ISM Academy, der Euro-Schulen-Organisation (ESO) sowie externer Anbieter.

Bewertung:

Anzahl und Struktur des Lehrpersonals korrespondieren, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen des zu akkreditierenden Studienganges und entsprechen den nationalen Vorgaben. Die Gutachter begrüßen die Pläne der ISM, am Standort Köln weitere Stellen für Lehrkräfte zu schaffen. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung des Lehrpersonals sind vorhanden.

Die Studiengangsleitung organisiert und koordiniert die Beiträge aller im Studiengang Mitwirkenden und trägt Sorge für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes.

Die Verwaltungsunterstützung der Studierenden und Lehrenden ist an der Hochschule gewährleistet. Dem Verwaltungspersonal stehen Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung in beschriebener Weise zur Verfügung. Das administrative Personal bestätigte zudem im Gespräch vor Ort, dass die dargelegten Angebote auch wahrgenommen werden.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.1	Personal	X		
4.1.1	Lehrpersonal	X		
4.1.2	Studiengangsleitung und Studienorganisation	X		
4.1.3	Verwaltungspersonal	X		

4.2 Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)

Die ISM verfügt über Kooperationsbeziehungen mit insgesamt mehr als 170 internationalen Hochschulen, an denen die Studierenden ihre Auslandssemester absolvieren können.

Für den Studiengang „Luxury, Fashion & Sales Management“ werden Partnerschaften mit 12 Hochschulen aus China, Frankreich, Großbritannien und den Vereinigten Arabischen Emiraten gepflegt.

Bewertung:

Kooperationen mit anderen Hochschulen bestehen insbesondere aus den Partnerschaften für die Auslandsaufenthalte der Studierenden. Diese Kooperationen sind dokumentiert und Erfahrungen der Studierenden von ihrem Aufenthalt an den Partnerhochschulen werden gesichert und ausgewertet (Auslandsevaluation, siehe Kapitel 5).

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.2	Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)	X		

4.3 Sachausstattung

Die Hochschule verfügt an den Standorten über folgende Flächen:

- **Campus Dortmund.** Seit dem Einzug in das Objekt Otto-Hahn-Straße 19 im April 2001 und der Erweiterung des Campus um ein zweites Gebäude im Herbst 2006 verfügt die ISM Dortmund über zwei moderne Hochschulgebäude;
- **Campus Frankfurt:** Für den Start des Studienbetriebes in Frankfurt wurde im Sommer 2007 im „Renaissancehaus“, Mörfelder Landstraße 55, im Stadtteil Sachsenhausen, eine Mietfläche von ca. 825 qm angemietet und den Bedürfnissen der ISM entsprechend umgestaltet. Seitdem wurde die Fläche im gleichen Gebäude mehrfach erweitert auf 2.200qm. Die nächste Erweiterung erfolgt um 700 qm zum Sommersemester 2015;
- **Campus München:** Für den Start des Studienbetriebes in München wurde im Sommer 2008 in den sogenannten Karlshöfen, Karlstraße 35, in der Maxvorstadt, eine Mietfläche von 1.473 qm angemietet und den Bedürfnissen der ISM entsprechend umgestaltet. Im August 2011 wurde zusätzlich das Erdgeschoss angemietet. Zum Wintersemester 2014/15 erfolgte eine zweite Erweiterung um ca. 200 qm im gegenüberliegenden Gebäude (Karlstraße 42), so dass der Münchner Campus nun auf knapp 2.100 qm angewachsen ist;

- **Campus Hamburg:** Im September 2010 hat die ISM in Hamburg ihren vierten Campus eröffnet. In Hamburg studieren die ISM-Studierenden in einem modernen Gebäude in der HafenCity. Die Räumlichkeiten liegen in unmittelbarer Nachbarschaft zur Speicher- und Innenstadt. Zum 01.01.2011 wurde die voll ausgebaute Fläche mit insgesamt 1.621 qm übernommen. Im September 2013 wurden weitere 450 qm im Deichtorcenter gegenüber dem Brooktorkai angemietet, um den gestiegenen Bedarf zu decken;
- **Campus Köln:** Am ISM-Standort Köln wurde im September 2014 den Studienbetrieb aufgenommen. Der Campus befindet sich in zentraler Lage im Kölner MediaPark. In dem modernen Gebäude stehen der ISM rund 1.000 Quadratmeter Fläche für Seminar- und Besprechungsräume, Büros, eine Bibliothek mit Lesesaal sowie eine Lounge zur Verfügung. Eine Erweiterung um weitere 1.000 qm ist zum Wintersemester 2015 geplant.

Im Einzelnen ergibt sich folgende Ausstattung zum Sommersemester 2015:

	Dortmund	Frankfurt	München	Hamburg	Köln
Raumfläche	4800 qm	2900 qm	2100 qm	2050 qm	1000 qm
Audimax	2	1	1	1	1
Seminarräume	18	18	13	12	3
IT-Seminarräume	2 (+ Internet- raum)	2	2	2	1
Büroräume	24	21	13	15	4
Dozentenraum	1	1	1	1	0
Konferenzräume, Vi- deo-konferenzräume	3	2	1	1	1
Bibliothek					
- Bibliotheksfläche inkl. Arbeitsräume	280 qm	120 qm	100 qm	100 qm	60 qm
- Arbeitsplätze Lese- raum	25	20	19	18	10
- PC-Arbeitsplätze	5	3	2	3	2
- Arbeitsplätze Grup- penarbeitsraum	28	15	0	3	0
- Zahl der Gruppenar- beitsräume	2	1	0	1	0
Kopier- und Druckbe- reich	35 qm	35 qm	16 qm	16 qm	5qm
Mensa / Cafeteria	340 qm (+Terrassen- nutzung)	170 qm	80 qm (+ Innen- hof/ Terrasse)	60 qm (+ Innenhof- terrasse)	Integriert in die Loun- ge: ca. 54 qm
Aufenthaltsbereiche, Lounges	100 qm	140 qm	60 qm + Terrasse 3. OG	75 qm	gemeinsam mit Cafete- ria ca. 54 qm

Die ISM bietet ihren Studierenden nach eigenen Angaben eine technische Infrastruktur mit folgenden Merkmalen:

- EDV-Schulungsräume sowie weitere PCs in den Bibliotheken zur eigenen Recherche;
- Ausstattung aller Seminarräume mit lichtstarken Beamern, Whiteboardtafeln, Overhead-Projektoren, Flip-Charts, Netzwerk- und Onlineverbindung;
- Ausstattung aller Räume mit WLAN Standard;
- leistungsfähige Internet-Flatrate-Verbindung durch eine eigene Glasfaser-Standleitung;

- webbasiertes Intranet für Studierende, Dozenten und Verwaltung (ISM-Net).;
- persönliche E-Mail-Accounts und eigene Homelaufwerke auf dem Server für jeden Studierenden;
- Einsatz modernster digitaler Hochleistungsprint- und Kopiertechnik;
- Aufgrund der engen Verknüpfung zwischen den einzelnen Standorten steht zudem auf jedem Campus eine Videokonferenzanlage zur Verfügung. Diese wird für Dekanatskonferenzen ebenso genutzt wie für abteilungsinterne Besprechungen.

Alle Standorte verfügen über verschiedene Aufenthalts- und Loungebereiche. An den Standorten Dortmund, Hamburg und München können Terrassen- und Innenhofbereiche von den Studierenden genutzt werden, am Campus Frankfurt lädt eine Dachterrasse mit Blick auf die Frankfurter Skyline zum Verweilen ein. Der Campus Köln ist direkt an den Grünflächen des MediaParks gelegen, die die Studierenden zum Spazieren gehen, joggen etc. nutzen können.

Zusätzlich zu den Aufenthaltsbereichen und den Bibliotheksarbeitsräumen können unbelegte Räume jederzeit zum Studium und für Gruppenarbeiten verwendet werden. Eine Liste der aktuell freien Räume finden die Studierenden im ISM-Net. Auch in diesen Räumen ist die Nutzung des kostenfreien WLAN möglich.

Die Hochschul-Campus-Bibliotheken werden nach Auskunft der Hochschule als Präsenzbibliotheken mit Kurzausleihe geführt. Zugriff auf den Katalog aller ISM-Standorte ist über das ISM-Net standortunabhängig möglich. Die Nutzung der Online-Datenbanksysteme erfolgt analog. Zugang zu weiterer Literatur, zusätzlichen Datenbanken sowie zur Fernleihe haben die Studenten über die umliegenden Bibliotheken.

Der aktuelle Medienbestand der Bibliothek ist folgender Tabelle zu entnehmen:

Medienbestand je Medientyp und Standort (Stand 25. November 2014)

Medientyp	ISM Dortmund	ISM Frankfurt	ISM München	ISM Hamburg	ISM Köln	Summe
Bücher	16664	5048	3521	1644	395	27272
Zeitschriften	12889	2032	767	382	3	16073
Disks	1171	211	163	107	17	1669
PDFs	2414	2222	2211	2213	1122	10182
Zeitschriften GA	1341	461	419	402	130	2753
Bücher Gesamttitel	156	28	18	18	2	222
e-Ressourcen	49	49	49	49	49	245
e-Newsletter	1029	1013	1004	848	4	3898
E-Books	1048	987	984	988	122	4129
E-Journals	2958	2975	2945	2949	2164	13991
Gesamt	39719	15026	12081	9600	4008	80434

Die Verfügbarkeit der Medien kann über den elektronischen Bibliothekskatalog I-OPAC recherchiert werden. Den Studierenden stehen die Datenbanken Wiso, EBSCO, OECD iLibrary und Statista zur Verfügung.

Die Bibliotheken der ISM sind unabhängig von Vorlesungs- bzw. vorlesungsfreien Zeiten geöffnet. Die Öffnungszeiten werden durch Fachpersonal oder ergänzend freitags und in den Abendstunden durch studentische Hilfskräfte abgedeckt. Neben Hilfe bei der Literaturbeschaffung bietet das Fachpersonal auch Rat bei Fragen rund um das wissenschaftliche Arbeiten (z. B. Zitieren, Literaturverzeichnisse erstellen usw.).

Bewertung:

Die adäquate Durchführung des Studienganges ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen räumlichen Ausstattung gesichert. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar. Davon konnten sich die Gutachter vor Ort in Köln überzeugen. Für die weiteren Standorte erfolgte ein Rückgriff auf Bewertungen im Rahmen von bereits erfolgten Akkreditierungen an der ISM.

Die adäquate Durchführung des Studienganges ist hinsichtlich der Literaturlausstattung und dem Zugang zu digitalen Medien und relevanten Datenbanken sowie der Öffnungszeiten und Betreuungsangebote der Bibliothek gesichert. Als zusätzlichen Service bietet die Hochschulbibliothek Unterstützung, z.B. bei der Recherche, der Abwicklung von Literatur-Bestellungen etc.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.3	Sachausstattung			
4.3.1	Unterrichtsräume	X		
4.3.2	Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur	X		

4.4 Finanzausstattung (relevant für nichtstaatliche Hochschulen)

Die ISM und somit auch ihre Studiengänge finanzieren sich überwiegend aus Studiengebühren mit einer Trägergesellschaft in der Rechtsform einer GmbH. Daneben haben sich laut der Hochschule in den vergangenen Jahren zunehmend Drittmittelwerbungen realisieren lassen.

Im Rahmen der Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat hat sich die ISM verpflichtet, die Bestandteile ihrer Studiengänge jederzeit in ihrem Umfang und ihrer Qualität finanzieren zu können. Für die Absicherung des Studienbetriebes wurde seit dem Jahr 2001 eine entsprechende Bürgschaft beim zuständigen Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen hinterlegt. Aufgrund des Wachstums der Hochschule in den vergangenen Jahren und dem Aufbau neuer Studienstandorte wurde 2014 eine Anpassung kalkuliert und mit dem zuständigen Ministerium vereinbart.

Bewertung:

Sowohl die anhaltend steigende Anzahl der Studierenden als auch die beim zuständigen Ministerium hinterlegte Bürgschaft stellen nach Überzeugung der Gutachter Finanzierungssicherheit nicht nur für die derzeit eingeschriebenen Studierenden, sondern für den gesamten Akkreditierungszeitraum sicher.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.4 Finanzausstattung	X		

5 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung

Die ISM sieht das Qualitätsmanagement als ein Instrument zur ständigen Verbesserung und Weiterentwicklung der Leistungsbereiche Studium und Lehre sowie Forschung. In das Qualitätsmanagementsystem der ISM sind nach Angaben der Hochschule alle Mitarbeiter (bzw. Vertreter der Gruppen aus Lehre, Forschung und Verwaltung), Studierende und Absolventen sowie externe Ziel- und Anspruchsgruppen (z. B. Mitglieder des Kuratoriums) eingebunden. Durch diese Einbindung sollen die Einstellungen und Erwartungen der Beteiligten geklärt und das hochschulweite Bewusstsein für Qualität gestärkt werden.

Verantwortlich für das Qualitätsmanagement ist das Präsidium. Der Qualitätsmanager berichtet an den Vizepräsidenten für Organisation und Qualitätsmanagement. Die Leistungsbereiche Studium und Lehre sowie Forschung werden in Person des Dekans und des Prodekanen für Forschung vertreten. In seiner Ausführung basiert das QM der ISM auf einem klassischen PDCA-Zyklus (Plan-Do-Check-Act) aus Planung, Umsetzung, Kontrolle und Optimierung.

Die ISM führt aus, dass sie ein breites Spektrum an Maßnahmen und Verfahren zur Förderung und Sicherung der Qualität der Lehre, Forschung und Verwaltung sowie zur Erhöhung der Transparenz in Studium und Lehre einsetzt. Jedem Prozessschritt der Educational Value Chain sind Instrumente zur Qualitätssicherung zugeordnet.

Die Studierenden der ISM haben jedes Semester die Gelegenheit, ihre Lehrveranstaltungen über einen Onlinefragebogen zu bewerten. In dem Fragebogen werden Gesamteindruck, Verständlichkeit, Anwendungsbezug, Qualität des eingesetzten Lehrmaterialien und auch der Workload der Vorlesung beurteilt. Jedem Dozenten wird eine anonymisierte Auswertung zu seinen Vorlesungen zur Verfügung gestellt.

Im Rahmen der Evaluation durch das Lehrpersonal werden Lehrveranstaltungen durch einen Gutachter bewertet, der sich aus dem professoralen Lehrstab der ISM rekrutiert. Während einer Lehrereinheit von neunzig Minuten besucht dieser Gutachter die Lehrveranstaltung. Beurteilt werden u. a. der Aufbau der Veranstaltung, der Medieneinsatz, die Einbindung der Teilnehmer, die Fachkompetenz und die Vorlesungsunterlagen. Im Anschluss an die Hospitation besprechen Gutachter und Dozent die Lehrveranstaltung und erarbeiten – falls erforderlich – Verbesserungsvorschläge. Die Evaluation wird auf einem Formular protokolliert und an den Dekan ausgehändigt. Das Dokument steht allein dem Dekan, dem Dozenten und dem Gutachter, der die Hospitation durchgeführt hat, zur Verfügung.

Alle Studierenden der ISM absolvieren ein Semester oder zumindest einige Module an Partnerhochschulen im Ausland. Dieser Bestandteil des Studiums wird durch die Hochschule evaluiert und in seiner Qualität regelmäßig hinterfragt. Vor Vertragsschluss mit einer neuen Partnerhochschule besonders auf die Akkreditierung der ausländischen Hochschule sowie ihr internationales Standing (Ergebnisse in Rankings) geachtet. Auch wird geprüft, ob die Partnerhochschule formal, inhaltlich und bzgl. ihrer Infrastruktur die Erwartungen von Seiten der ISM erfüllt. Hierfür wird nach Angaben der ISM stets der persönliche Kontakt zur ausländischen Hochschule gesucht, z. B. durch persönliche Treffen an der Partnerhochschule oder an der ISM sowie im Rahmen von internationalen Kongressen und Tagungen. Als weiteres Kriterium bei der Wahl einer Partnerhochschule für einen Studiengang werden auch Erfahrungen aus der Kooperation bei anderen Bachelor- oder Masterstudiengängen sowie Empfehlungen einer Hochschule durch andere Hochschulen berücksichtigt.

Die Auslandsstudienaufenthalte der Studierenden sind formal durch die Learning Agreements in das Curriculum eingebettet, deren Inhalte nach Absprache zwischen Partnerhochschule, Studiengangsleiter, International Office und Student festgelegt werden. Bei der Auswahl der Partnerhochschule für den Studierenden wird zunächst die fachliche Eignung geprüft. Darauf aufbauend wird gemeinsam mit den Studierenden das Learning Agreement verfasst. Der Studiengangsleiter, so die Hochschule, steht hierbei den Studierenden individuell beratend zur Verfügung und ist damit der inhaltlich wichtigste Ansprechpartner. Begleitet wird der Prozess durch regelmäßige Informationsveranstaltungen und individuelle Beratung des International Office.

Nach Abschluss des Auslandsaufenthaltes füllen die Studierenden einen ausführlichen Feedbackbogen aus. Das Evaluationsverfahren wird vom International Office der ISM betreut. Zugleich verwendet das International Office die Evaluationsergebnisse zur Beratung von Studierenden, die Informationen über Partnerhochschulen einholen.

Ziel der Workload-Analyse ist die Erfassung der tatsächlichen Arbeitsbelastung von Studierenden in den einzelnen Lehrveranstaltungen auf Basis relativer Skalen. Erfasst wird der Workload im Rahmen der semesterweise stattfindenden Lehrevaluation.

Über jedes Praktikum pflegen die Studierenden ein kurzes Profil (Unternehmen, Datum, Bewertung) und einen Bericht in die Praktikumsdatenbank ein. Diese Informationen stehen anderen Studierenden als Hilfestellung bei der Suche und Auswahl eines geeigneten Praktikums zur Verfügung.

Bachelor- und Master-Absolventen der ISM bewerten einmal pro Jahr per Onlinefragebogen retrospektiv ihr Studium und geben Auskunft über ihren Berufseinstieg und ihren aktuellen Beruf.

Bewertung:

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.

Die bereichsübergreifende Qualitätssicherung und -entwicklung umfasst alle Funktionen der Hochschule und ist hochgradig systematisiert. So sind die Prozessbereiche lückenlos erfasst und beschrieben. Die Zuständigkeiten sind eindeutig festgelegt und greifen sinnvoll ineinander. Das hochschulweit geltende Qualitätssicherungs- und -entwicklungssystem wird auch auf den hier gegenständlichen Studiengang vollumfänglich angewendet. Mit Hilfe der „Educational Value Chain“ werden sämtliche für den Studiengang relevanten Evaluationsbereiche erfasst, Zuständigkeiten und Abläufe festgelegt sowie Instrumentarien definiert. Die studentische Evaluation der Lehrveranstaltungen und der Verwaltungsperformance ist, wovon sich die Gutachter bei der Begutachtung vor Ort haben überzeugen können, durchdacht konfiguriert und wird sorgsam administriert. Die Ergebnisse dieser Evaluationen werden von der Hochschule sorgfältig ausgewertet und bei der Weiterentwicklung der Programme berücksichtigt. In diesem Kontext geht die Hochschule auch der Frage nach, ob Workload und Arbeitsbelastung stimmig sind und ob der Studienerfolg den Erwartungen entspricht. Auch die Befunde aus den anderen Evaluationen und Befragungen – Lehrende, Alumni, Unternehmensvertreter – beeinflussen die Entwicklung der Studiengänge.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
5.	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	X		

Qualitätsprofil

Hochschule: ISM International School of Management, Standorte Hamburg und Köln

Master-Studiengang: Luxury, Fashion & Sales Management (M.A.)

Beurteilungskriterien	Bewertungsstufen		
	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1. Zielsetzung	X		
2. Zulassung			
2.1 Zulassungsbedingungen	X		
2.2 Auswahl- und Zulassungsverfahren	X		
3. Inhalte, Struktur und Didaktik			
3.1 Inhaltliche Umsetzung			
3.1.1 Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	X		
3.1.2 Begründung der Abschluss- und Studiengangsbezeichnung	X		
3.1.3 Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	X		
3.2 Strukturelle Umsetzung			
3.2.1 Struktureller Aufbau und Modularisierung	X		
3.2.2 Studien- und Prüfungsordnung	X		
3.2.3 Studierbarkeit	X		
3.3 Didaktisches Konzept	X		
4. Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.1 Personal			
4.1.1 Lehrpersonal	X		
4.1.2 Studiengangsleitung und Studienorganisation	X		
4.1.3 Verwaltungspersonal	X		
4.2 Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)	X		
4.3 Sachausstattung			
4.3.1 Unterrichtsräume	X		
4.3.2 Zugangsmöglichkeiten zur erforderlichen Literatur	X		
4.4 Finanzausstattung (relevant für nicht-staatliche Hochschulen)	X		
5. Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	X		

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

100. Sitzung am 29./30. September 2016

Projektnummer: 16/033
Hochschule: ISM International School of Management
Studiengang: Luxury, Fashion & Sales Management (M.A.)

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme beschließt im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland wie folgt:

Die bestehende Akkreditierung des Studienganges wird gemäß Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 um den Standort München und die englischsprachige Studiengangsvariante am Standort München unter einer Auflage erweitert.

Akkreditierungszeitraum: Wintersemester 2015/16 bis Ende Sommersemester 2020

Auflage:

Die Hochschule stellt bei der Außendarstellung des Studienganges sicher, dass es sich dabei nicht um ein Double Degree / Joint / Doppelabschluss Programm handelt (Rechtsquelle: Ziff. 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 30. Juni 2017 nachzuweisen.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

ISM International School of Management
Standorte Hamburg, Köln und München

Studiengang:

Luxury, Fashion & Sales Management

Abschlussgrad:

Master of Arts (M.A.)

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der Studiengang richtet sich an Personen, die eine Fach- und Führungstätigkeit im Bereich des Marketing bzw. Luxusgütermarketing anstreben. Der Studiengang ist kein reiner Fashion und Sales Studiengang, sondern ein interdisziplinärer Studiengang, in dem auch Nachbargebiete, wie z.B. das Verständnis über die hervorragende Qualität eines Produktes und die Nachhaltigkeitsausrichtung der Luxusgüter- und Fashionindustrie gelehrt werden.

Datum des Vertragsschlusses:

08. März 2011

Für die Erweiterungsakkreditierung: 04. April 2016

Datum der Einreichung der Unterlagen:

20. Mai 2016

Akkreditierungsart:

Erweiterungsakkreditierung: auf den Standort München und die englischsprachige Studiengangsvariante am Standort München

Zuordnung des Studienganges:

konsekutiv

Regelstudienzeit und Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

4 Semester/ 120 ECTS-Punkte

Studienform:

Vollzeit

Aufnahmekapazität und Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

Einzügig, 20 Studierende je Standort

Start zum:

Wintersemester

Erstmaliger Start des Studienganges:

Köln und Hamburg: Wintersemester 2015/16

München: Wintersemester 2016/17

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens

Der Studiengang Luxury, Fashion & Sales Management (M.A.) der International School of Management ISM wurde am 06. August 2015 für den Zeitraum Wintersemester 2015/16 bis Ende Sommersemester 2020 von der FIBAA akkreditiert. Vertragsschluss war am 09. Dezember 2014. Maßgeblich für dieses Akkreditierungsverfahren sind somit die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 und die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010.

Am 04. April 2016 wurde zwischen der FIBAA und der International School of Management ISM ein Vertrag über die Erweiterung der Akkreditierung des Studienganges auf den Standort München und die englischsprachige Studiengangsvariante am Standort München geschlossen. Am 20. Mai 2016 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung des Studienganges umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

Parallel dazu bestellte die FIBAA ein Gutachterteam nach den Vorgaben des Akkreditierungsrates. Sie stellte zur Zusammensetzung des Gutachterteams das Benehmen mit der Hochschule her; Einwände wurden nicht geäußert. Dem Gutachterteam gehörten an:

Prof. Dr. Swen Schneider

Frankfurt University of Applied Sciences
Professor für Allgemeine BWL

(Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik, E-Business / E-Commerce, Geschäftsprozessmanagement, E-Finance, Mobile Internet)

Dr. Christoph Herrmann

hm+p Herrmann, Moeller + Partner, Business Consultants
Managing Partner

(Wachstumsmanagement, Innovationsmanagement, Produkt-/ Sortiments-/ Markenmanagement, strategisches Designmanagement)

FIBAA-Projektmanager:
Sabine Lehmann M.A.

Die Begutachtung beruht auf der Antragsbegründung, ergänzt um weitere, vom Gutachterteam erbetene Unterlagen, die im Schriftverfahren begutachtet wurden.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 07.09.2016 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 14.09.2016, die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Zusammenfassung²

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 07.09.2016 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 14.09.2016, die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Die Durchführung des Master-Studienganges Luxury, Fashion & Sales Management (M.A.) der International School of Management ISM an dem Standort München mit der englischsprachigen Studiengangsvariante erfüllt die notwendigen Voraussetzungen mit einer Ausnahme. Die bestehende Akkreditierung kann daher mit einer Auflage auf den Standort München und die englischsprachige Studiengangsvariante am Standort München erweitert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bei der Außendarstellung des Studienganges. Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgender Auflage empfehlen:

Auflage:

Die Hochschule stellt bei der Außendarstellung des Studienganges sicher, dass es sich dabei nicht um ein Double Degree / Joint / Doppelabschluss Programm handelt (Rechtsquelle: Ziff. 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 30. Juni 2017 nachzuweisen.

² Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachterberichtes erfolgt im Folgenden keine geschlechtsneutrale Differenzierung, sondern wird ausschließlich die männliche Form verwendet. Selbstverständlich ist seine Ausrichtung in jedem Fall geschlechtsunabhängig.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

6 Strategie und Ziele

6.1 Zielsetzungen des Studienganges

Ziel der Etablierung des Master-Studienganges Luxury, Fashion & Sales Management als englischsprachiger Studiengang am Standort München ist nach Angaben der Hochschule, einen noch größeren Kreis an internationalen Studierenden zu erreichen. Neben einem zielgruppenbezogenen Aspekt für die Hochschule (deutliche Erweiterung der Zielgruppe auf nicht-deutsche, englischsprachige Personen) spielen hierbei insbesondere der Gewinn an Interkulturalität durch einen zukünftig zu erwartenden höheren Anteil nicht-deutscher Studierender in dem Studiengang eine zentrale Rolle, so die Hochschule. Hiervon stünde zu erwarten, dass die gesamte ISM, insbesondere am Campus München, und hier speziell die Studierenden des Studienganges Luxury, Fashion & Sales Management profitieren werden. Ein erhöhter Anteil nicht-deutscher Studierender steigere für die Studierenden die Möglichkeiten zu interkulturellem Austausch, Zusammenarbeit und gegenseitigem Verständnis und Lernen.

Der Standort München sei hierfür aus mehreren Gründen prädestiniert, so die Hochschule. Erstens sei München mit seiner hohen Lebensqualität eine der attraktivsten Metropolen Deutschlands und somit auch für internationale Studierende ein attraktiver Studienort. Zudem sind in München zahlreiche führende Marken-, Mode- und Luxusgüterkonzerne (u.a. LVMH, Richemont, Ralph Lauren, Triumph, Marc O'Polo, Bench, Under Armour, Amer Sports, Danone, Campari, Philip Morris International, etc.) mit ihrem Deutschlandsitz ansässig. Dies biete für Studierende bereits während des Studiums Karrierechancen via Praktika und Werkstudententätigkeiten und halte auch für den Berufseinstieg nach dem Masterstudium exzellente Optionen bereit.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Die Gutachter sind der Ansicht, dass sich die Etablierung des Studienprogramms als englischsprachiger Studiengang am Standort München gut mit den Studiengangszielen vereinbaren lässt und im Einklang mit den für das angestrebte Berufsfeld angemessenen Qualifikations- und Kompetenzziele steht.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptbericht.

3 Inhalte, Struktur und Didaktik

3.1 Inhaltliche Umsetzung

Die inhaltliche Struktur des Studienganges wird mit der Etablierung des Studienprogramms als englischsprachiger Studiengang am Standort München beibehalten.

Die theoretische, aber auch anwendungsbezogene, internationale und interdisziplinäre Ausbildung in dem Master-Studiengang wurde inhaltlich-konzeptionell vor dem Hintergrund strukturiert, dass betriebswirtschaftlich und international orientierte Studierende auf Positionen in den wachsenden Märkten für Luxusgüter und Fashion tätig werden können. Das Konzept dieses Studienganges ist also bewusst auf diese Zielbereiche hin angelegt, so die Hochschule. Die Qualifikationen werden erreicht durch die Vermittlung von spezialisiertem

Wissen im Marketing und Vertrieb der Luxusgüter- und Modeindustrie und Methoden- sowie Sozialkompetenz. Diese Kombination aus methodischem Know-how und einer Fokussierung auf Luxusmarken- und Fashionmanagementspezifika soll die Absolventen für Tätigkeiten im Unternehmen der globalen Konsumgüter-, Fashion- und Luxusindustrie qualifizieren.

Die internationale Ausrichtung des Studienganges wird durch die englische Unterrichtssprache noch einmal verstärkt. Die Hochschule erhofft sich dadurch u.a., mehr ausländische Studierende für den Studiengang gewinnen zu können und somit auch interdisziplinäre Denk- und Sichtweisen noch stärker zu fördern.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Die Inhalte des Studienganges bleiben mit der Umstellung der Unterrichtssprache am Standort München unverändert und tragen den Zielen des Studienganges angemessen Rechnung. Die innere Logik des Studienganges (Ausgewogenheit der Module, Reihenfolge und Anordnung) bleibt ebenfalls stimmig.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptbericht.

3.2 Strukturelle Umsetzung

Die Struktur des Studienganges bleibt durch die Erweiterung des Studienprogramms als englischsprachiger Studiengang am Standort München unangetastet.

Die strukturellen Kerndaten des Studienganges sind in folgender Tabelle zusammengefasst:

Regelstudienzeit	4 Semester
Anzahl der zu erwerbenden CP	120 CP
Studentische Arbeitszeit pro CP	30 h
Anzahl der Module des Studienganges	11
Bearbeitungsdauer der Abschlussarbeit und deren Umfang in CP	30 CP bei einer Bearbeitungszeit von 22 Wochen
Umfang der Kontaktstunden	486 Zeitstunden (plus ca. 200 h im Auslandssemester)

Das erste Semester umfasst vier Module, mit denen die Basis für das Kompetenzprofil „Luxury, Fashion & Sales Management“ gelegt werden soll. Das zweite Semester baut mit den Modulen fünf bis acht auf den im ersten Semester erworbenen Kompetenzen auf. Im dritten Semester werden die im ersten Studienjahr vermittelten Methoden und Kenntnisse im Rahmen eines Auslandsstudiums an einer renomierten Partnerhochschule der ISM geschärft und den Neigungen der Studierenden sowie der gewünschten beruflichen Orientierung entsprechend weiter vertieft. Darüber hinaus erwerben die Studierenden mit verpflichtenden Projektpraktika in Unternehmen im In- oder Ausland von 12 Wochen Gesamtdauer berufspraktische Kenntnisse. Die Abschlussphase ist dann dem Anfertigen der Master Thesis gewidmet.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Der Studiengang bleibt durch die Umstellung der Unterrichtssprache am Standort München in seiner Struktur unangetastet und ist nach wie vor aus dem Studienziel sowie der Studiengangsbezeichnung zutreffend abgeleitet.

Die in englischer Sprache vorgelegten Modulbeschreibungen entsprechen insgesamt den Strukturvorgaben. Da Deutschkenntnisse nunmehr keine Studiengangsvoraussetzungen mehr sind und der gesamte Studiengang auf Englisch abgehalten wird, empfehlen die Gutachter jedoch, durchgängig für alle Module englischsprachige Literatur anzugeben.

In ihrer Stellungnahme hat die Hochschule dargelegt, dass die Pflichtliteratur aus englischsprachiger Literatur bestünde und daher für alle Studierenden zugänglich sei. Bei ergänzender Literatur bestünde jedoch nach Ansicht der Hochschule kein Grund, den deutschsprachigen Fachbuchmarkt auszuklammern. Die Literatur sei für die deutschsprachigen Teilnehmer zugänglich und die Lektüre auch zur Entwicklung des deutschsprachigen Fachwortschatzes sinnvoll. Auch für englischsprachige Bewerber, die im Rahmen ihres Aufenthaltes an der ISM ihre Deutschkenntnisse erweitern wollen, könne die deutschsprachige Literatur von Nutzen sein. Da es sich nur um ergänzende Literatur handele, entstünde den übrigen Studierenden kein Nachteil.

Die Gutachter stimmen der Hochschule zwar zu, dass deutsche Literatur als Ergänzungsliteratur in einem englischsprachigen Studiengang richtig und wichtig sein könne, merken jedoch an, dass beispielsweise im Bereich „Trademark & Unfair Competition Law“ kein Buch als „Compulsory Literature“ angegeben sei, die ergänzende Literatur dagegen jedoch aus sechs deutschsprachigen Büchern bestünde. Dies lege die Vermutung nahe, dass es sich hierbei eben nicht um Ergänzungsliteratur sondern doch um Grundlagenliteratur handele. Aus diesem Grund möchten die Gutachter gerne die Empfehlung aufrechterhalten, durchgängig für alle Module zumindest schwerpunktmäßig englischsprachige Literatur anzugeben.

Auch empfehlen die Gutachter, dass vor Veranstaltungsbeginn alle Unterrichtsmaterialien in englischer Übersetzung bei der ISM vorliegen.

Darüber hinaus empfehlen die Gutachter im Rahmen des vorgesehenen Internship entsprechende Hinweise bezüglich der „working language“ für die Unternehmen aufzunehmen. Hier gilt es klarzustellen, ob auch das Internship in englischer Sprache stattfindet und wie mit englischsprachigen Studenten verfahren wird, die kein Deutsch beherrschen.

Die Hochschule hat in ihrer Selbstdokumentation ausdrücklich betont, dass es sich bei dem Studiengang nicht um ein „Double Degree“ Programm handele. Auf der Webseite der Hochschule wird der Studiengang jedoch aktuell an verschiedenen Stellen ausdrücklich als solcher beworben.

In ihrer Stellungnahme hat die Hochschule noch einmal dargelegt, dass es sich bei den angesprochenen Kooperationen nicht um Double Degrees handele, die im Rahmen von Joint Programmes vergeben werden. Die Studierenden verbringen regulär ihr Auslandssemester an der entsprechenden Partnerhochschule und erhalten nach Erwerb aller an der ISM geforderten 120 ECTS-Punkte den Abschluss der ISM. Die Kooperation habe keinen Einfluss auf den Studienverlauf an der ISM, so die Hochschule. Dieser folge der akkreditierten Struktur. Zusätzlich können die Studierenden einen Abschluss der Partnerhochschule erwerben. Dabei erkennt die Partnerhochschule Leistungen in unterschiedlichem Umfang an, die bereits an der ISM erbracht wurden.

Eine Anfrage beim Akkreditierungsrat hat ergeben, dass unter einem Doppelabschlussprogramm im Allgemeinen ein Joint Programme, also ein von mehreren Hochschulen angebotenes integriertes Studienprogramm verstanden werde und dass aus diesem Grund die Bewerbung mit der Vergabe eines Doppelabschlusses beauftragt werden sollte, wenn zwar die Möglichkeit zur Vergabe eines weiteren Abschlusses durch eine ausländische Hochschule besteht, aber kein Joint Programme vorliegt.

Um die Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Studienganges sicherzustellen, empfehlen die Gutachter demnach folgende **Auflage**:

Die Hochschule stellt bei der Außendarstellung des Studienganges sicher, dass es sich dabei nicht um ein Double Degree / Joint / Doppelabschluss Programm handelt (Rechtsquelle: Ziff. 2.8 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die rechtsgeprüfte Prüfungsordnung für die Master Studiengänge wurde am 19.05.2016 vom Senat verabschiedet und ist in Kraft getreten. Sie gilt für alle Studierenden, die im Wintersemester 2016/2017 ihr Studium aufnehmen.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.2	Strukturelle Umsetzung			
3.2.1	Struktureller Aufbau und Modularisierung			Auflage
3.2.2	Studien- und Prüfungsordnung	X		
3.2.3	Studierbarkeit	X		

3.3 Didaktisches Konzept

Ab dem Wintersemester 2016/17 werden die Veranstaltungen des Master-Studienganges am Standort München vollständig auf Englisch gehalten. Bis auf die Unterrichtssprache bleibt das didaktische Konzept des Studienganges jedoch unverändert.

Laut der ISM orientiert sich die Vermittlung der Inhalte im gesamten Studienverlauf an folgenden Kriterien:

- *Vom Allgemeinen zum Speziellen*: So findet im ersten Semester eine allgemeine breite Grundlegung statt, der im zweiten Semester eine spezifische Vertiefung folgt.
- *Vom Überblick zum Transfer*: die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, ihr erworbenes Wissen in Bezug auf die Realität reflektieren und anwenden zu können.
- *Nicht nur theoretische Wissensvermittlung, sondern praktisches Einüben*: Um das zu erreichen, wird in den Veranstaltungen anhand von Fallstudien und Übungen Wissen auch zu Fertigkeiten gewandelt.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Das didaktische Konzept des Studienganges ist nach Ansicht der Gutachter, auch unter Berücksichtigung der Erweiterung des Studienprogramms als englischsprachiger Studiengang am Standort München, logisch und nachvollziehbar beschrieben und auf das Studiengangsziel hin ausgerichtet. Im Studiengang sind adäquate und an den angestrebten Lernergebnissen der einzelnen Module ausgerichtete Lehr- und Lernformen vorgesehen.

Nach Ansicht der Gutachter wäre es jedoch wünschenswert, wenn trotz der klaren Ausrichtung auf „anwendungsorientierte“ Fragestellungen eine stärkere Forschungsorientierung stattfinden würde. Diese sollte sich nicht nur auf Case Studies beschränken. Auch anwendungsorientierte Fragestellungen ließen sich sehr gut gemeinsam mit den Studierenden forschungsadäquat erarbeiten.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptbericht.

4 Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Personal

Die Hochschule sieht für ihre verschiedenen Standorte keine eigenen „örtlichen“ Lehrkörper vor, sondern setzt ihr Lehrpersonal grundsätzlich an mehreren Standorten ein. Zugleich erfolgt eine schwerpunktmäßige Zuordnung der Dozenten zu dem jeweiligen Standort.

Nach aktuellem Stand für das Wintersemester 2015/16 verfügt die ISM über insgesamt 67 Stellen (58,8 VZÄ) für hauptberufliche professorale Lehrkräfte. Gegenüber dem Vorjahr ist das nach Angaben der Hochschule ein Anstieg von mehr als 13%. Hinzu kommen 16 festangestellte Lehrkräfte (10,9 VZÄ) für besondere Aufgaben.

Der vorgelegten Lerquote für den Studiengang Luxury, Fashion & Sales Management am Standort München ist zu entnehmen, dass 57,69% der Lehrstunden von 6 hauptberuflichen Dozenten abgedeckt werden. Neben den festangestellten Lehrkräften werden 9 Lehrbeauftragte mit Lehraufgaben beschäftigt. Außerdem stellt die Lehrquote dar, welche Module in welchem Umfang am Standort München von den Lehrenden wahrgenommen werden.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Die Durchsicht der Lebensläufe des am Standort München eingesetzten Lehrpersonals haben bestätigt – auch unter Berücksichtigung der Umstellung der Unterrichtssprache – dass die erforderlichen wissenschaftlichen und didaktischen Qualifikationen des Lehrpersonals vorliegen und sie den nationalen Vorgaben entsprechen. Die Lehre wird getragen von Dozenten, die neben ihrer wissenschaftlichen Qualifikation über einschlägige Erfahrungen in der berufspraktischen Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden verfügen. Der Umfang des Lehrkörpers entspricht darüber hinaus den Erfordernissen, die sich aus den curricularen Anforderungen ergeben.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptbericht.

4.2 Kooperationen und Partnerschaften (falls relevant)

Für den Studiengang Luxury, Fashion & Sales Management (M.A.) verfügt die ISM derzeit über ein Netzwerk von 21 Partnerhochschulen in Europa und Übersee. Neben dem Studierendenaustausch im Rahmen der Auslandsmodule findet über dieses umfangreiche Netzwerk auch ein Austausch von Dozenten statt. Internationale Gastdozenten ergänzen die fachlichen Angebote um interkulturelle und internationale Perspektiven, während ISM-Dozenten ihre Kenntnisse und Erfahrungen an den Partnerhochschulen einbringen. Gleichzeitig können sie neue Eindrücke in den Diskussionen mit internationalen Studierenden und Kollegen sammeln und damit auch den Unterricht an der ISM bereichern, so die Hochschule.

Zur Intensivierung des Dialogs zwischen der Hochschule und der Wirtschaft bilden hochrangige Vertreter aus international tätigen Unternehmen, Verbänden und Institutionen das Kuratorium der ISM. Nach eigenen Angaben, arbeitet die ISM in enger Zusammenarbeit mit den Kuratoren an der Modernisierung und Praxisorientierung der Studieninhalte. Erfahrene Praktiker aus den Mitgliedsunternehmen beraten die Hochschulleitung bei der Implementierung

von innovativen Studienprogrammen. Die Kuratoriumsmitglieder unterstützen die ISM zudem aktiv bei der Organisation von gemeinsamen Diskussionsforen und Symposien.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Kooperationen mit anderen Hochschulen bestehen insbesondere aus den Partnerschaften für die Auslandsaufenthalte der Studierenden. Diese Kooperationen sind dokumentiert und Erfahrungen der Studierenden von ihrem Aufenthalt an den Partnerhochschulen werden gesichert und ausgewertet.

Die Hochschule bietet an dem Standort München mit ihren Kontakten in die Wirtschaft den Studierenden eine solide Grundlage für den Berufseinstieg. Die Beziehungen zu Unternehmen sind, schon aufgrund des Bedarfs an Praktikumsplätzen, breit angelegt, intensiv und vielschichtig.

4.3 Sachausstattung

Für den Start des Studienbetriebes in München wurde im Sommer 2008 in den sogenannten Karlshöfen, Karlstraße 35, in der Maxvorstadt, eine Fläche von 1.473 qm angemietet und den Bedürfnissen der ISM entsprechend umgestaltet. Seitdem erfolgten mehrere Erweiterungen sowohl im gleichen Gebäude wie auch im gegenüberliegenden Gebäude (Karlstraße 42), so dass der Münchner Campus nun auf knapp 2.100 qm angewachsen ist.

Im Einzelnen verfügt der Campus München über folgende räumliche Ausstattung (Stand Dezember 2015):

	Campus München
Vorlesungsräume gesamt	21
• Audimax	1 (teilbar)
• Seminarräume	17
• IT-Räume	2
Büros	16
Konferenzräume	2
Dozentenraum	1
Bibliothek	1

Die ISM bietet ihren Studierenden an dem Campus München nach eigenen Angaben eine technische Infrastruktur mit folgenden Merkmalen:

- EDV-Schulungsräume sowie weitere PCs in den Bibliotheken zur eigenen Recherche;
- Ausstattung aller Seminarräume mit lichtstarken Beamern, Whiteboardtafeln, Overhead-Projektoren, Flip-Charts, Netzwerk- und Onlineverbindung;

- Ausstattung aller Räume mit WLAN Standard;
- leistungsfähige Internet-Flatrate-Verbindung durch eine eigene Glasfaser-Standleitung;
- webbasiertes Intranet für Studierende, Dozenten und Verwaltung (ISM-Net);
- persönliche E-Mail-Accounts und eigene Homelaufwerke auf dem Server für jeden Studierenden;
- Einsatz modernster digitaler Hochleistungsprint- und Kopiertechnik;
- Aufgrund der engen Verknüpfung zwischen den einzelnen Standorten steht zudem auf jedem Campus eine Videokonferenzanlage zur Verfügung. Diese wird für Dekanatskonferenzen ebenso genutzt wie für abteilungsinterne Besprechungen;
- softwarebasierte Telekommunikation (VoIP) für die Verwaltung.

Wie alle Standorte der ISM verfügt der Campus München über verschiedene Aufenthalts- und Loungebereiche. Darüber hinaus können Terrassen- und Innenhofbereiche von den Studierenden genutzt werden. Zusätzlich zu den Aufenthaltsbereichen und den Bibliotheksarbeitsräumen können unbelegte Räume jederzeit zum Studium und für Gruppenarbeiten verwendet werden.

Die Hochschul-Campus-Bibliotheken werden nach Auskunft der Hochschule als Präsenzbibliotheken mit Kurzausleihe geführt. Zugriff auf den Katalog aller ISM-Standorte ist über das ISM-Net standortunabhängig möglich. Die Nutzung der Online-Datenbanksysteme erfolgt analog. Zugang zu weiterer Literatur, zusätzlichen Datenbanken sowie zur Fernleihe haben die Studenten über die umliegenden Bibliotheken.

Der aktuelle Medienstand der Bibliothek am Standort München ist der folgenden Tabelle zu entnehmen (Stand 15. Dezember 2015):

Medientyp	ISM München
Bücher	3593
Zeitschriften	868
Disks	179
PDFs	2432
Zeitschriften GA	418
Bücher Gesamttitel	19
e-Ressourcen	52
e-Newsletter	1086
E-Books	1052
E-Journals	2989
Gesamt	12688

Die Verfügbarkeit der Medien kann über den elektronischen Bibliothekskatalog I-OPAC recherchiert werden. Den Studierenden stehen die Datenbanken Wiso, EBSCO, OECD iLibrary, Statista und eBook Business Collection zur Verfügung.

Die Bibliotheken der ISM sind unabhängig von Vorlesungs- bzw. vorlesungsfreien Zeiten geöffnet. Die Öffnungszeiten werden durch Fachpersonal oder ergänzend freitags, samstags (außer München) und in den Abendstunden durch studentische Hilfskräfte abgedeckt. Neben

Hilfe bei der Literatur-beschaffung bietet das Fachpersonal auch Rat bei Fragen rund um das wissenschaftliche Arbeiten (z. B. Zitieren, Literaturverzeichnisse erstellen usw.).

Bewertung:

Die Quantität, Qualität sowie Media- und IT-Ausstattung der Unterrichtsräume an dem Standort München entsprechen den Anforderungen für die Durchführung des Studienganges unter Berücksichtigung der Ressourcenbedarfe anderer Studiengänge. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar. Hierzu erfolgte ein Rückgriff auf Bewertungen im Rahmen von bereits erfolgten Akkreditierungen an dem Campus München der ISM.

Eine adäquate Durchführung des Studienganges an dem Standort München ist hinsichtlich der Literaturlausstattung und dem Zugang zu digitalen Medien und relevanten Datenbanken sowie der Öffnungszeiten und Betreuungsangebote der Bibliothek gesichert.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptbericht.

4.4 Finanzausstattung (relevant für nichtstaatliche Hochschulen)

Die ISM und somit auch ihre Studiengänge finanzieren sich überwiegend aus Studiengebühren mit einer Trägergesellschaft in der Rechtsform einer GmbH. Daneben haben sich laut der Hochschule in den vergangenen Jahren zunehmend Drittmittelwerbungen realisieren lassen.

Im Rahmen der Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat hat sich die ISM verpflichtet, die Bestandteile ihrer Studiengänge jederzeit in ihrem Umfang und ihrer Qualität finanzieren zu können. Für die Absicherung des Studienbetriebes wurde seit dem Jahr 2001 eine entsprechende Bürgschaft beim zuständigen Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen hinterlegt. Aufgrund des Wachstums der Hochschule in den vergangenen Jahren und dem Aufbau neuer Studienstandorte wurde 2014 eine Anpassung kalkuliert und mit dem zuständigen Ministerium vereinbart.

Bewertung:

Sowohl die anhaltend steigende Anzahl der Studierenden als auch die beim zuständigen Ministerium hinterlegte Bürgschaft stellen nach Überzeugung der Gutachter Finanzierungssicherheit nicht nur für die derzeit eingeschriebenen Studierenden, sondern für den gesamten Akkreditierungszeitraum sicher.