



Gutachterbericht

Hochschulen:

Hochschule Merseburg und Hochschule Harz

Master-Fernstudiengang:

Kulturmanagement/ -marketing

Titelverleihende Institution:

Hochschule Merseburg

Abschlussgrad:

Master of Business Administration (MBA)

Kurzbeschreibung des Fernstudienganges:

Der berufsbegleitende Master-Fernstudiengang „Kulturmanagement/ Kulturmarketing“ soll anwendungsorientiert fundierte wissenschaftliche Kenntnisse über die Grundlagen, Konzepte und Methoden des Kulturmarketings sowie die notwendigen Fähigkeiten zur Führung von Kulturbetrieben und -projekten insbesondere unter Marketinggesichtspunkten vermitteln. Besonders berücksichtigt wird dabei die berufliche Situation der Studierenden, die sich aus dem Bereich der Kulturwissenschaften oder kulturnahen Wissenschaften rekrutieren und eine berufliche Perspektive in der betriebswirtschaftlichen Führung von Kulturunternehmen und Kulturprojekten sehen. Der Studiengang soll insbesondere Personen ansprechen, die die Ausbildung dazu nutzen möchten, einen Karrieresprung zu machen und ggf. eine Position wie die zuvor Genannten zu bekleiden. Eine weitere Zielgruppe sind Personen, die bereits beruflich im kulturellen Bereich etabliert sind und Know-how erwerben möchten, im jetzigen Beruf die kulturelle Dienstleistung besser vermarkten zu können.

Datum der Verfahrenseröffnung:

7. Oktober 2010

Datum der Einreichung der Unterlagen:

29. März 2011

Datum der Begutachtung vor Ort (BvO):

13./14. Oktober 2011

Akkreditierungsart:

Re-Akkreditierung

Zuordnung des Studienganges:

weiterbildend

Studiendauer (Vollzeitäquivalent):

6 Semester (4 Semester)

Studienform:

Fernstudium, berufsbegleitend

Profiltyp:

anwendungsorientiert

Erstmaliger Start des Studienganges:

2004

Aufnahmekapazität:

20 pro Jahr

Start zum:

sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

1-3

Studienanfängerzahl:

maximal 20

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

120

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

25

Bei Re-Akkreditierung:

Hochschulstatistische Daten s. S. 8

Datum der Sitzung der FIBAA-Akkreditierungskommission:

24. November 2011

Beschluss:

Der Studiengang wird gemäß Abs. 3.1.2 i.V.m. 3.2.1 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung vom 8. Dezember 2009 mit 5 Auflagen für sieben Jahre re-akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum:

1. April 2011 bis Ende Sommersemester 2018

Auflagen:

1. Die Qualifikationsziele, Studieninhalte und Abschlussbezeichnung des Studienganges sind miteinander in Einklang zu bringen (Kapitel 1.1, Rechtsquelle: Kriterium 2.1 i.V.m. Kriterium 2.3 „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009 i.V.m. „Maßgaben zur Auslegung der ländergemeinsamen Strukturvorgaben“, Abschnitt 2 (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 12.02.2010)).

Die Auflage wurde fristgerecht erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 29./30. November 2012.

2. Hinsichtlich der Inhalte, der Angaben zu Pflichtlektüre, Verwendbarkeit des Moduls und der Häufigkeit des Angebots sind überarbeitete Modulbeschreibungen vorzulegen (Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Abschnitt 2 der „Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen“ der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i.d.F. vom 04.02.2010 i.V.m. Kriterium 2.7 der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009).

Die Auflage wurde fristgerecht erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 29./30. November 2012.

3. Auswertungen zur Workload der Studierenden sind studiengangsbezogen vorzulegen (Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Kriterium 2.8 der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009).

Die Auflage wurde fristgerecht erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 29./30. November 2012.

4. Für den Studiengang ist eine ausreichende Lehrkapazität unter Berücksichtigung angemessener Vertretungsregelungen nachzuweisen (Kapitel 4.2, Rechtsquelle: Kriterium 2.6 der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009).

Die Auflage wurde fristgerecht erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 29./30. November 2012.

5. Auswertungen der Evaluationsergebnisse (Studierende, Lehrende, Alumni) und eine Auflistung daraus abgeleiteter Maßnahmen sind vorzulegen (Kapitel 5, Rechtsquelle: Kriterium 2.8 der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009).

Die Auflage wurde fristgerecht erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission am 29./30. November 2012.

Betreuer:

Thorsten Schomann, M.A.

Gutachter:

Dr. Hannah Stegmayer

Donau Universität Krems

Zentrum für zeitgenössische Musik

Lehrgebiete Kulturmanagement, International Business Studies

Prof. Dr. Georg Schreiner

Fachhochschule Köln

Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Lehrgebiete ABWL, Rechnungswesen, Finanzierung

Prof. Dr. Lothar Bertels

FernUniversität Hagen

Institut für Soziologie

Lehrgebiet Stadt- und Regionalsoziologie

Dr. Tobias Wollermann

Geschäftsführer ‚The Young ClassX‘, Hamburg

Expertise: Kulturmanagement, Musik-/Medientechnologie

Tina Franke

Fachhochschule Erfurt

Studierende des Studienganges Business Management (M.A.)

Zusammenfassung¹

Bei der Bewertung wurden die Selbstdokumentation, die Ergebnisse der Begutachtung vor Ort und die Stellungnahme der Hochschule vom 14. November 2011 berücksichtigt.

Der MBA-Fernstudiengang „Kulturmanagement/ -marketing“ der Hochschule Merseburg und der Hochschule Harz erfüllt mit 12 Ausnahmen die Qualitätsanforderungen für Master-Studiengänge. Dies schließt die Erfüllung der Anforderungen, die in den European MBA-Guidelines gestellt werden, nicht ein. Er kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) mit fünf Auflagen re-akkreditiert werden.

Der Studiengang ist ein weiterbildender Master-Studiengang. Er entspricht den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK) mit einer, den Anforderungen des Akkreditierungsrates mit fünf Ausnahmen. Er entspricht den Anforderungen des nationalen Qualifikationsrahmens in der zum Zeitpunkt der Verfahrenseröffnung geltenden Fassung. Er ist modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen, hat ein „anwendungsorientiertes“ Profil und schließt mit dem akademischen Grad „Master of Business Administration“ ab. Der Grad wird von der Hochschule Merseburg verliehen.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter in Hinblick auf die inhaltliche Gestaltung des Studienganges in Verbindung mit den Qualifikationszielen und der Abschlussbezeichnung, die verschiedenen formalen Anforderungen, hinsichtlich der Lehrkapazität sowie der Qualitätssicherung. Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgenden Auflagen empfehlen (vgl. Abs. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 8. Dezember 2009):

1. Die Qualifikationsziele, Studieninhalte und Abschlussbezeichnung des Studienganges sind miteinander in Einklang zu bringen (Kapitel 1.1, Rechtsquelle: Kriterium 2.1 i.V.m. Kriterium 2.3 „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009 i.V.m. „Maßgaben zur Auslegung der ländergemeinsamen Strukturvorgaben“, Abschnitt 2 (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 12.02.2010)).
2. Hinsichtlich der Inhalte, der Angaben zu Pflichtlektüre, Verwendbarkeit des Moduls und der Häufigkeit des Angebots sind überarbeitete Modulbeschreibungen vorzulegen (Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Abschnitt 2 der „Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen“ der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i.d.F. vom 04.02.2010 i.V.m. Kriterium 2.7 der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009).
3. Auswertungen zur Workload der Studierenden sind studiengangsbezogen vorzulegen (Kapitel 3.1, Rechtsquelle: Kriterium 2.8 der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009).
4. Für den Studiengang ist eine ausreichende Lehrkapazität unter Berücksichtigung angemessener Vertretungsregelungen nachzuweisen (Kapitel 4.2, Rechtsquelle: Kriterium 2.6 der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009).
5. Auswertungen der Evaluationsergebnisse (Studierende, Lehrende, Alumni) und eine Auflistung daraus abgeleiteter Maßnahmen sind vorzulegen (Kapitel 5, Rechtsquelle: Kriterium 2.8 der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009).

¹ 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.

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 24. August 2012 nachzuweisen.

Die weiteren nicht erfüllten Qualitätsanforderungen (1.2.1 Positionierung im Bildungsmarkt, 3.3.2 Bildung und Ausbildung, 3.3.4 Führungskompetenz, 3.3.5 Managementkonzepte, 3.3.7 Kooperations- und Konfliktfähigkeit, 3.4.3 Fallstudien / Praxisprojekt sowie 5.1 Qualitätssicherung und -entwicklung der Hochschule und das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fakultät/Fachbereich sowie Studiengangsleitung in der Studiengangsentwicklung) sind keine verbindlichen Kriterien zur Vergabe des Gütesiegels des Akkreditierungsrates gemäß den „Kriterien für die Anwendung von Studiengängen“ (Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 8. Dezember 2009), sodass von weiteren Auflagen abzusehen ist und die ggf. getroffenen Maßnahmen zur Behebung dieser Mängel im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung zu betrachten sind.

Die Gutachter sehen darüber hinaus Weiterentwicklungspotenzial für den Studiengang zu folgenden Aspekten:

- zu Methodenkompetenz und Befähigung zu wissenschaftlichem Arbeiten (siehe Kapitel 3.2),
- zum Beirat (siehe Kapitel 1.4 bzw. 4.3),
- zur Information der Studienbewerber (siehe Kapitel 2),
- zu verbindlichen qualitativen Bewertungskriterien für Prüfungen und Abschlussarbeiten (Kapitel 3.2),
- zu General-Management-Aspekten (siehe Kapitel 3.2) sowie
- zur Vermittlung der Aspekte von Führungskompetenz und Managementkonzepten (siehe Kapitel 3.3).

Die ggf. getroffenen Maßnahmen der Hochschule zur Umsetzung der Empfehlungen sind im Rahmen einer allfälligen Re-Akkreditierung zu betrachten.

Darüber hinaus gibt es eine Reihe von Kriterien, welche die Qualitätsanforderungen übertreffen:

- Positionierung im strategischen Konzept der Hochschule (siehe Kapitel 1.2),
- Integration von Theorie und Praxis (siehe Kapitel 3.2),
- Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal (siehe Kapitel 4.2),
- Studiengangsmanagement, Studiengangsleitung, Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal (siehe Kapitel 4.3),
- Studierendenbetreuung (siehe Kapitel 4.5) sowie
- Sozialberatung und -betreuung der Studierenden (siehe Kapitel 4.6).

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.

Informationen zur Institution

Der berufsbegleitende Fernstudiengang „Kulturmanagement/ -marketing (MBA)“ wird von zwei Hochschulen des Landes Sachsen-Anhalt, der Hochschule Harz und der Hochschule Merseburg, gemeinsam entwickelt und angeboten. Damit bündeln die beteiligten Hochschulen ihre Kompetenzen, wobei die Hochschule Harz insbesondere den Bereich BWL / Marketing (u.a. Tourismus- und Dienstleistungs-Management), die Hochschule Merseburg den Bereich Kultur- und Medienpädagogik sowie angewandte Kulturwissenschaft beiträgt. Hochschullehrer beider Hochschulen entwickelten gemeinsam das Konzept für den Studiengang, der auch gemeinschaftlich geleitet wird. Diese Kooperation im Rahmen des vorliegenden Studienganges ist vertraglich vereinbart.

Die Hochschule Harz wurde 1991 gegründet und verfügt über die beiden Standorte Wernigerode und Halberstadt. An der Hochschule werden ca. 3.000 Studierende ausgebildet, und es sind ca. 236 Personen als Professoren, fest angestellte Lehrkräfte und Mitarbeiter beschäftigt. Die drei Fachbereiche „Automatisierung und Informatik“, „Verwaltungswissenschaften“ sowie „Wirtschaftswissenschaften“ bieten Studienbewerbern insgesamt 17 Bachelor- und sechs Master-Studiengänge. Letztere enthalten drei berufsbegleitende Master-Studiengänge, die Einführung eines weiteren Master-Studienganges ist geplant, der sowohl als Vollzeitstudium als auch als Teilzeitstudium und berufsbegleitend studierbar sein wird.

Einen Schwerpunkt in der weiteren Entwicklung der Hochschule Harz ist die Entwicklung von berufsbegleitenden Bachelor- und Master-Studiengängen, Zertifikatskursen und anderen Weiterbildungsangeboten.

Die Hochschule Merseburg wurde 1992 gegründet. An der Hochschule werden ebenfalls etwa 3.000 Studierende ausgebildet, sie beschäftigt rund 135 Hochschullehrer sowie 150 nichtwissenschaftliche Mitarbeiter. In den vier Fachbereichen der Hochschule Merseburg „Informatik und Kommunikationssysteme“, „Ingenieur- und Naturwissenschaften“, „Soziale Arbeit.Medien.Kultur“ und „Wirtschaftswissenschaften“ werden derzeit elf Bachelor-Studiengänge, sieben konsekutive Master-Studiengänge und sechs Weiterbildungs-Studiengänge sowie zahlreiche akademische Weiterbildungsangebote angeboten. Sie werden im Bereich der Weiterbildung durch die „HoMe-Akademie“ unterstützt.

Der Fernstudiengang Kulturmanagement/ -marketing (MBA) ist formal im Fachbereich „Soziale Arbeit.Medien.Kultur“ der Hochschule Merseburg verankert. Hochschullehrer der Fachbereiche „Wirtschaftswissenschaften“ sowie „Informations- und Kommunikationssysteme“ waren und sind in die Entwicklung und Durchführung integriert.

Weiterentwicklung des Studienganges, Umsetzung von Empfehlungen bei bereits erfolgter Akkreditierung, statistische Daten und Evaluationsergebnisse

Der Studiengang wurde 2004 erstmalig angeboten. Im Jahr 2006 akkreditierte die Akkreditierungsagentur ACQUIN e.V. den berufsbegleitenden MBA-Studiengang „Kulturmarketing“ mit folgenden Auflagen:

1. Der Studiengang ist als Kulturmarketing (M.A.) zu bezeichnen.
2. Verstärkung betriebswirtschaftlicher Inhalte im Curriculum.
3. Reduktion auf zehn Kernkompetenzen.
4. Darlegung, wie die berufsbegleitende Studierbarkeit mit den neuen Berechnungsvorgaben in einem angemessenen Zeitrahmen gewährleistet werden kann.
5. Sicherstellung, dass vor Anfertigung der Master-Arbeit mindestens eine schriftliche bewertete Hausarbeit angefertigt wird.

Die Auflagen wurden wie folgt erfüllt:

1. Der Studiengang wurde umbenannt in „Kulturmanagement/ -marketing (MBA)“.
2. Es wurde ein Semester für die Vermittlung betriebswirtschaftlicher Kompetenzen voran gestellt, was zu einer Verlängerung des Studiums auf sechs Semester führte.
3. Die zu erlangenden Kernkompetenzen wurden reduziert.
4. Anpassung der ECTS-Credits: 30 Stunden = 1 Credit
5. Eindeutige Festlegung der Prüfungsarten (z.B. Hausarbeiten) in der Prüfungsordnung

Die Aufлагenerfüllung wurde nachfolgend von ACQUIN am 26. Juni 2007 festgestellt und der Studiengang für den Zeitraum bis zum 31. März 2011 akkreditiert. Ein Antrag auf Re-Akkreditierung wurde im Oktober 2010 bei der FIBAA gestellt. Die Antragsunterlagen wurden ebenso fristgerecht eingereicht.

Seit der Erst-Akkreditierung hat die Trägerschaft des Studienganges gewechselt. Aufgrund des damaligen Hochschulgesetzes des Landes Sachsen-Anhalt waren zum Zeitpunkt der Einführung des vorliegenden Studienganges gebühren-/entgeltpflichtige Studiengänge in Trägerschaft von Hochschulen nicht zugelassen und daher von einem An-Institut der Hochschule Harz organisiert. Aufgrund einer Gesetzesänderung trägt die Hochschule Merseburg seit 2008 die wirtschaftliche Verantwortung und die Studiengangsorganisation und kooperiert vertraglich vereinbart auf akademischer Ebene mit der Hochschule Harz. Beide Hochschulen treten jedoch weiter gemeinsam als Anbieter auf.

Die Studiengangsleitung hat zum Studiengang die folgenden hochschulstatistischen Daten vorgelegt:

| | 2004 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|------|------|------|------|------|
| Interessenten (In) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Anzahl der Bewerber (Bw) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Bewerberquote ($Bq = Bw / In * 100$) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Studienanfänger (Sa) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Anzahl ausl. Studierender (aS) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Anteil ausl. Studierender ($AS = aS / Sa * 100$) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Anzahl der Abbrecher (Ab) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Abbrecherquote ($Aq = Ab / Sa * 100$) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Kapazität der Studienplätze (Sp) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Auslastung ($Au = Sa / Sp * 100$) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Anzahl der erfolgreichen Absolventen (eA) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| Erfolgsquote ($Eq = eA / Sa * 100$) | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| durchschnittliche Abschlussnote | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |

Anmerkung: Die Daten wurden auf Wunsch der Hochschule geschwärzt.

Im Zuge der Re-Akkreditierung hat die Studiengangsleitung eine Neukonzeption des Studienganges vorgelegt. Ausgangspunkte für die geplanten Veränderungen waren nach ihren Angaben Rückmeldungen der Studierenden und der Studiengangsbewerber zum Studiengang, Veränderungen im Wahlverhalten der Studierenden, eine zunehmende Zahl von konkurrierenden Studienangeboten auf dem Bildungsmarkt sowie veränderte Vorgaben seitens der Kultusministerkonferenz und des Akkreditierungsrates für die Gestaltung bzw. Akkreditierung von Studiengängen. Die Veränderungen betreffen die Studieninhalte, den Studienverlauf, didaktische und organisatorische Aspekte.

Individualisierte Studieninhalte: Im neuen Modell soll das berufsbegleitende Fernstudium als Coaching-Prozess verstanden werden. Im Rahmen einer individuellen Zielvereinbarung mit

den Studierenden werden Module und Lerneinheiten sowie individuelle Schwerpunkte auf der Basis eines Eingangsgesprächs festgelegt. Dozenten agieren gleichzeitig als Coaches. Sie begleiten die Studierenden kontinuierlich während des gesamten Studiums und stehen ihnen aktiv beratend zur Verfügung.

Individualisierte Studienabläufe: Das Studium kann auf Wunsch der Bewerber zeitlich flexibler begonnen werden und die Studiendauer flexibel vereinbart werden.

Lernmanagement: Im Rahmen des Studienprozesses wird webbasiertes Lernen eine zentrale und stärkere Rolle spielen. Durch E-Learning-Systeme sind Studierende im höchsten Maß unabhängig und bestimmen Zeit, Ort, Inhalt und Lerntempo selbst. Gleichzeitig garantiert E-Learning, dass Lehrinhalte in Ergänzung von klassischer Lehrbuch- und Studienbriefliteratur auf aktuelle Fragen, Trends und Strömungen eingehen kann.

Wissensmanagement: Studierende sollen stärker als bisher Lernende und Forscher zugleich sein. Theoretische und anwendungsorientierte Forschungsaufgaben im Rahmen des Curriculums erweitern individuelles Wissen und Können. Damit leistet jeder Teilnehmer einen kollektiven Beitrag für die lernende Gemeinschaft. Das Fernstudium wird im besten Sinne zu einem „Work in progress“.

Beziehungsmanagement: Zur Förderung des spartenübergreifenden Austausches, der Vernetzung und der Bildung nachhaltiger Kontakte werden sich Studierende und Dozenten, Alumni und Vertreter der Kreativbranche regelmäßig treffen. Gleichzeitig werden Präsenzphasen stärker räumlich dezentralisiert und in Kultureinrichtungen durchgeführt.

Weitere Veränderungen: Auf der Grundlage der Empfehlungen wurden einheitliche Modulgrößen von 5 Credits (25 Stunden je Credit) eingerichtet.

Mit den Veränderungen wird beabsichtigt, die Qualität des Studienganges zu steigern und die Zufriedenheit der Studierenden weiter zu erhöhen, um letztendlich eine größere Zahl von Studierenden für den Studiengang zu gewinnen.

Hinsichtlich hochschulstatistischer Daten zum Studiengang (s.o.) ist anzumerken, dass seit der Einführung des Studienganges in 2004 erst eine Studierendenkohorte („Matrikel“) das Studium abgeschlossen hat. Aufgrund geringer Nachfrage wurden in den Jahren 2005-07 keine Studierenden in den Studiengang immatrikuliert. Die zweite Studierendenkohorte kam 2008 zustande, diese Studierenden befinden sich in der Endphase ihres Studiums. Insgesamt sind bislang 12 Absolventen des Studienganges zu verzeichnen. Informationen zur durchschnittlichen Studiendauer sowie zur Arbeitsbelastung wurden nicht vorgelegt.

Bewertung

Den mit der Erst-Akkreditierung beauftragten Änderungen des Studienganges ist die Studiengangsleitung nachgekommen, sodass die Erfüllung der Auflagen ausgesprochen wurde. Gleichwohl stellen die Gutachter im vorliegenden Akkreditierungsverfahren fest, dass nach wie vor eine Differenz zwischen dem Abschlussgrad und den im Studiengang vermittelten Inhalten besteht (hierzu auch Kapitel 1.1 bzw. 3.2). Eine weiterführende Entwicklung des Studienganges ist nach den vorliegenden Unterlagen mit Blick auf das bevorstehende Akkreditierungsverfahren unternommen worden. Diese Änderungen werden von den Gutachtern im Grundsatz begrüßt. Der nachfolgende Bericht berücksichtigt diese Weiterentwicklung des Studienganges.

Die im Rahmen des Akkreditierungsverfahrens vorgelegten, hochschulstatistischen Daten sind unvollständig und von begrenztem Aussagewert. Deutlich wird aus ihnen jedoch, dass die Nachfrage nach dem Studiengang seit seiner Einführung stark schwankte mit der Folge, dass Studierende nach 2004 erst 2008 sowie nun beginnend zum Wintersemester 2011/12 immatrikuliert wurden. Dieser lange Immatrikulationszyklus hat nach Ansicht der Gutachter

Auswirkungen auf die Qualität des Studienganges (hierzu Kapitel 5), erforderlich ist zudem ein verstärktes Marketing, um die Zahl der Studienbewerber in einer Weise zu erhöhen, die eine mindestens jährliche Immatrikulation erlaubt. Trotz der bislang geringen Nachfrage hat der Studiengang nach Angaben der beteiligten Hochschulen eine profilgebende wie strategische Bedeutung, sodass an ihm festgehalten werden soll.

Die von der Studiengangsleitung vorgelegten Daten lassen ebenso wenig einen belastbaren Rückschluss auf die Güte des bisherigen Studienganges oder die Arbeitslast der Studierenden zu. Zudem basiert die interne Evaluation des Studienganges wesentlich auf einem fortwährenden Diskurs zwischen den Studierenden und den Lehrenden, über dessen Ergebnisse keine schriftlichen Nachweise vorgelegt wurden (vgl. Kapitel 5).

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1 Strategie und Ziele

1.1 Zielsetzungen des Studienganges

Der Erfolg von Anbietern oder Vermittlern kultureller Produkte hängt mehr denn je von deren Fähigkeit ab, Märkte gezielt zu erkennen, zu entwickeln und zu gestalten. Vor diesem Hintergrund soll der berufsbegleitende Master-Fernstudiengang „Kulturmanagement/ Kulturmarketing“ anwendungsorientiert fundierte wissenschaftliche Kenntnisse über die Grundlagen, Konzepte und Methoden des Kulturmarketings sowie die notwendigen Fähigkeiten zur Führung von Kulturbetrieben und -projekten insbesondere unter Marketinggesichtspunkten vermitteln. Besonders berücksichtigt wird dabei die berufliche Situation der Studierenden, die sich aus dem Bereich der Kulturwissenschaften oder kulturnahen Wissenschaften rekrutieren und eine berufliche Perspektive in der betriebswirtschaftlichen Führung von Kulturunternehmen und -projekten sehen. Der Studiengang soll insbesondere Personen ansprechen, die die Ausbildung dazu nutzen möchten, einen Karrieresprung zu machen und ggf. eine Position wie die zuvor Genannten zu bekleiden. Eine weitere Zielgruppe sind Personen, die bereits beruflich im kulturellen Bereich etabliert sind und Know-how erwerben möchten, im jetzigen Beruf die kulturelle Dienstleistung besser vermarkten zu können.

Die Abschlussbezeichnung Master of Business Administration (MBA) wurde gewählt, da der weiterbildende Studiengang aus Sicht der Studiengangsleitung auf Führungsaufgaben zielt und hierfür, auf Grundlage einschlägiger Berufserfahrung, alle wesentlichen Managementfähigkeiten sowie weitere betriebswirtschaftliche Inhalte vermitteln soll. Das Studium soll das Handwerkszeug für erfolgreiches Kulturmanagement und -marketing vermitteln und ist daher primär anwendungsorientiert.

Die Studierenden sollen fachwissenschaftliches Wissen und Können erwerben, das es ihnen ermöglicht, marktorientiert kulturelle und wirtschaftliche Zielstellungen, Marketingstrategien und operative Marketingmethoden in differenzierten gesellschaftlichen Umfeldern und Zusammenhängen verantwortungsvoll zu entwickeln, einzusetzen sowie deren Wirkungen zu überprüfen. Diese Ziele sollen durch die Vermittlung wissenschaftlicher Kenntnisse über die Grundlagen, Konzepte und Methoden des Kulturmarketings, die Förderung der Fähigkeit, das Marketing von Kulturbetrieben und -projekten zielorientiert zu planen, zu organisieren, zu führen und zu kontrollieren, sowie die Vermittlung von praktische Kompetenzen für Führungspositionen im Kultursektor erreicht werden.

Die Absolventen des Studienganges sollen befähigt sein,

- betriebswirtschaftliche Planungen durchzuführen sowie betriebswirtschaftliche Prozesse zu überwachen und zu kontrollieren;
- eine für die Kultureinrichtung effiziente Organisationsablauf- und -aufbauorganisation zu entwickeln;
- Finanzmittel und Ressourcen zu beschaffen (Sponsoring, Fundraising);
- Marktforschung zu betreiben;
- Strategien für eine erfolgreiche Marktbearbeitung zu kreieren;
- Kulturprodukte unter Einbeziehung von Kreativtechniken zu entwickeln und marktgerechte Preise zu finden;
- Distributionskonzepte für Kulturprodukte zu erarbeiten;
- Marktkommunikation zu planen, durchzuführen und zu evaluieren;
- Projekte zu managen (Planung, Akquisition, Projektmanagement, Controlling) sowie

- den eigenen Managementalltag zu bewältigen (Selbstmanagement).

Bewertung:

Die Zielsetzung des Studiengangskonzeptes wird mit Bezug auf das angestrebte Berufsfeld grundsätzlich stimmig dargelegt. Sie berücksichtigt dabei die Rahmenanforderungen: Wissenschaftliche Befähigung und Berufsbefähigung („Employability“, basierend unter anderem auf einer Berufsfeldanalyse); eine Schärfung der Qualifikationsziele in Hinblick auf das gewünschte Profil eines MBA erscheint jedoch erforderlich, werden doch im Wesentlichen Marketing-bezogene Qualifikationen dargelegt.

Die Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement und zur Persönlichkeitsentwicklung sind keine explizit genannten Ziele des Studiengangskonzeptes; aus den vermittelten Inhalten und ihrer bisherigen Umsetzung kann jedoch geschlossen werden, dass diese Aspekte Berücksichtigung finden. Die im Rahmen der Re-Akkreditierung zu fordernden Untersuchungen zum Absolventenverbleib wurden nicht vorgelegt. Angesichts der geringen Zahl von Absolventen und des nach Eindruck aus den Gesprächen vor Ort nach wie vor engen Kontaktes zu den Absolventen kann jedoch geschlossen werden, dass die Rückmeldungen der Absolventen in die kürzlich erfolgte Überarbeitung des Studiengangskonzeptes eingeflossen sind (hierzu auch Kapitel 5).

Hinsichtlich der Studiengangsbezeichnung, der Qualifikationsziele, der Inhalte und der vergebenen Abschlussbezeichnung sind Abweichungen zu konstatieren (hierzu auch Kapitel 3.2 und 3.3.). Insbesondere werden die in der Studiengangsbezeichnung angesprochenen Management-Inhalte und -kompetenzen hinsichtlich der Qualifikationsziele nicht, hinsichtlich der Inhalte nicht in dem Umfang berücksichtigt, der für einen MBA-Abschluss angemessen wäre. Da dies im Widerspruch zu den „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009, Kriterium 2.1 i.V.m. Kriterium 2.3 steht, demzufolge das Studiengangskonzept sich an den Qualifikationszielen orientiert und die Kombination der einzelnen Module stimmig im Hinblick auf formulierte Qualifikationsziele aufgebaut ist und die Abschlussbezeichnung gemäß dem Beschluss „Maßgaben zur Auslegung der ländergemeinsamen Strukturvorgaben“, Abschnitt 2 (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 12.02.2010) als evident falsch zu bezeichnen ist, empfehlen die Gutachter, die Akkreditierung mit der Auflage zu verbinden, dass Qualifikationsziele, Studieninhalte und Abschlussbezeichnung miteinander in Einklang zu bringen sind.

Das Studiengangsprofil wird begründet und ist „anwendungsorientiert“. Das Studiengangsprofil entspricht den Deskriptoren des Akkreditierungsrates. Der Studiengang trägt den Erfordernissen der Dublin Descriptors Rechnung.

| | Exzellent | Qualitätsanforderung übertrifft | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ² n.r. ² |
|---|-----------|---------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 1. Ziele und Strategie | | | | | |
| 1.1. Zielsetzungen des Studienganges | | | X | | |
| 1.1.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes | | | X | | |
| 1.1.2 Begründung der Abschlussbezeichnung | | | | Auflage | |
| 1.1.3 Studiengangsprofil (nur relevant für Master-Studiengang in D) | | | X | | |
| 1.1.4 Studiengang und angestrebte Qualifikations- und Kompetenzziele | | | X | | |

² n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

1.2 Positionierung des Studienganges

Vor der Entwicklung des Studienganges wurden nach Angaben der Studiengangsleitung in 2001/02 zwei Marktanalysen durchgeführt, die einerseits zeigten, dass relativ wenige Mitarbeiter des kulturellen Bereichs über eine betriebswirtschaftliche Qualifikation verfügen. Andererseits zeigte sich, dass Künstler in der Beherrschung von Marketing- und Management-Instrumentarien eine wesentliche Möglichkeit sehen, ihre Einkommenssituation zu verbessern. Dies betrifft nicht nur ihr eigenes Marketing, sondern auch das Marketing von kunstvertreibenden Dienstleistern wie Agenturen und Kunst Anbietern, Theatern und Galerien.

Im Unterschied zu anderen Angeboten, die „Kulturmanagement“ im Titel tragen, liegt die Besonderheit des vorliegenden Studienganges in der Vermittlung von Wissen und Können zur wissenschaftlich fundierten Analyse von Kulturmärkten, zur systematischen Zielfindung für Kulturbetriebe und Kulturprojekte, zur Ableitung von Erfolgsstrategien, deren Realisierung und Erfolgskontrolle. Die Fokussierung auf diese wirtschaftswissenschaftlichen Ziele stellt aus Sicht der Studiengangsleitung ein Alleinstellungsmerkmal dar. Bezüglich der Inhalte determiniert weiterhin der starke Bezug zum Marketing das Studiengangsprofil. Im Bereich des Kulturmarketings sieht die Studiengangsleitung zudem einen Mangel an Weiterbildungsangeboten, die mit der Berufstätigkeit und der familiären Situation der Interessenten vereinbar, praxisnah und wissenschaftlich fundiert sind. Eine weitere Besonderheit, die den Studiengang im Bildungsmarkt hervorhebt, ist aus Sicht der Studiengangsleitung der für den vorliegenden Studiengang vergebene Abschluss MBA.

Hinsichtlich seiner Positionierung im Arbeitsmarkt führt die Studiengangsleitung aus, dass sich in den Managementpositionen der kulturellen Einrichtungen bislang Quereinsteiger mit zumeist künstlerischem Hintergrund befinden, sich daher ein Bedarf spezifisch ausgebildeter Hochschulabsolventen ergebe.

Mit Blick auf die Positionierung des Studienganges im strategischen Konzept der Hochschulen verweist die Studiengangsleitung auf das Bestreben, das Fachgebiet Kulturmarketing weiter zu entwickeln, die Herausforderung, einen identifizierten Bedarf an einem Weiterbildungsangebot zu decken, sowie die beabsichtigte Stärkung des Profils der beteiligten Hochschulen und Fachbereiche.

Bewertung:

Der Studiengang wurde basierend auf einer Berufsfeldanalyse entwickelt und entspricht nachvollziehbar dem nach wie vor bestehenden Bedarf am Arbeitsmarkt. Da nach der Beschreibung der Schwerpunkt des Studienganges insbesondere im Bereich des Kulturmarketings liegt, sehen die Gutachter gerade in der touristisch attraktiven Region (Harz, Weimar, Jena, Leipzig) einen Bedarf an Absolventen des Studienganges. Die Rückmeldungen der Studierenden in den Gesprächen vor Ort bestätigen die Positionierung des Studienganges auf dem Arbeitsmarkt; entsprechende Analysen lagen aus den eingangs erwähnten Gründen nicht vor (hierzu auch Kapitel 5).

Auf dem Bildungsmarkt hat sich die Angebotssituation seit Einführung des Studienganges jedoch verändert, die Zahl ähnlicher Weiterbildungsstudiengänge insbesondere des Kulturmanagements hat bundesweit zugenommen, zudem werden entsprechende Angebote nun auch in für Studierende attraktiven Großstädten wie Hamburg oder Berlin von Hochschulen im Kulturbereich (insbes. Musikhochschulen) gemacht. Diese Veränderungen scheinen im vorliegenden Konzept, insbesondere hinsichtlich einer Vermarktung des Studienganges, nicht ausreichend berücksichtigt worden zu sein. Es ist davon auszugehen, dass die in den letzten Jahren abnehmende Zahl von Studienbewerbern für den vorliegenden Studiengang dabei auch der wachsenden Konkurrenz in diesem speziellen Sektor des Bildungsmarktes geschuldet ist. Mit Blick auf den Aspekt des Kulturmarketings gibt es – ungeachtet

des vergebenen Abschlusses – dagegen bislang wenige Studienangebote. Bei einer entsprechend stimmigen Gestaltung und einem entsprechenden Marketing für den Studiengang sehen die Gutachter hier erhebliches Potenzial.

Von den Hochschulleitungen wurde vor Ort ausgeführt, dass mit dem Angebot berufsbegleitender Studiengänge auch dem erwarteten demographischen Wandel begegnet werden soll, der absehbar zu einer Verringerung der Studierenden in Vollzeitstudiengängen führen werde. Durch seine spezifische Ausrichtung trägt der Studiengang dabei einerseits zur Profilierung beider Hochschulen im Bereich von Tourismus und Kultur bei, andererseits fügt er sich als berufsbegleitendes, weiterbildendes Studienangebot schlüssig in die sinnvolle Entwicklungsstrategie der beteiligten Hochschulen ein.

| | Exzellent | Qualitätsanforderung übertrifft | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ² |
|---|-----------|---------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 1.2 Positionierung des Studienganges | | | X | | |
| 1.2.1 Positionierung im Bildungsmarkt | | | | X | |
| 1.2.2 Positionierung im Arbeitsmarkt im Hinblick auf Beschäftigungsrelevanz („Employability“) | | | X | | |
| 1.2.3 Positionierung im strategischen Konzept der Hochschule | | X | | | |

1.3 Internationale Dimension des Studienganges

Der Studiengang ist national ausgerichtet, nach Angaben der Studiengangsleitung durchzieht die internationale Dimension jedoch das gesamte Studium. Vor allem im studienbegleitenden Projekt sollen auch internationale Aspekte berücksichtigt werden, da die Studierenden angehalten sind, hier möglichst international zu agieren. Da derartige Projekte mit Auslandsaufenthalten verbunden sein können, wird damit aus Sicht der Studiengangsleitung auch die Mobilität der Studierenden gefördert.

Aktuell ist eine österreichische Studierende im Studiengang eingeschrieben. Die Studiengangsleitung weist darauf hin, dass die angebotenen Studiengänge im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit auch im Ausland bekannt gemacht werden. Ein Dozent (Berufspraktiker) kommt aus Österreich.

Interkulturelle Inhalte und die Entwicklung interkultureller Kommunikation werden primär im Modul „Projekt I“ vermittelt (Themen „interkulturelles Projektmanagement“, „Cultural Awareness“ und „Verhandeln mit anderen Kulturen“).

Gute Kenntnisse in Englisch werden vorausgesetzt. Im Rahmen des Moduls „Ökonomische Grundlagen“ erfolgt nach den vorgelegten Dokumenten auch die Vermittlung von Grundlagen des Wirtschaftsenglischen.

Bewertung:

Als auf den nationalen Arbeitsmarkt ausgerichtetes Studienangebot, das zudem auf die Spezifika des deutschen Kulturbetriebes eingeht, erfolgt die Vermittlung internationaler Inhalte in angemessenem Umfang. Interkulturelle Inhalte werden im Studiengang den Erfordernissen entsprechend vermittelt.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Ein kleiner Teil der Studierenden kommt aus dem Ausland. Ein Teil der Lehrenden bringt internationale Erfahrung in Beruf und/oder akademischer Tätigkeit mit.

In geringem Umfang wird englischsprachige Literatur im Studiengang eingesetzt, der Anteil englischsprachiger Lehre ist anhand der Modulbeschreibungen nicht klar zu quantifizieren, liegt aber deutlich unter 25%. Da der Studiengang keine internationale Ausrichtung reklamiert und vertiefte englische Sprachkenntnisse für das Erreichen des Studiengangszieles nicht erforderlich sind, wird das entsprechende Kriterium mit „erfüllt“ bewertet.

| | Exzellent | Qualitätsanforderung übertrifft | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ² |
|---|-----------|---------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 1.3 Internationale Ausrichtung | | | | | n.r. |
| 1.3.1 Internationale Ausrichtung der Studiengangskonzeption | | | | | n.r. |
| 1.3.2 Internationalität der Studierenden | | | X | | |
| 1.3.3 Internationalität der Lehrenden | | | X | | |
| 1.3.4 Internationale Inhalte | | | X | | |
| 1.3.5 Interkulturelle Inhalte | | | X | | |
| 1.3.6 Strukturelle und/oder Indikatoren für Internationalität | | | X | | |
| 1.3.7 Fremdsprachenanteil | | | X | | |

1.4 Kooperationen und Partnerschaften

Der vorliegende Studiengang wird, wie eingangs erwähnt, kooperativ von der Hochschule Harz und der Hochschule Merseburg angeboten und weiterentwickelt. Zudem ist der Studiengang über einen seiner Studiengangsleiter in einem Fachausschuss des Hochschulverbundes Distance Learning (HDL) vertreten.

Bezüglich der Kooperation mit Wirtschaftsunternehmen verweist die Studiengangsleitung insbesondere auf den Beirat des Studienganges, dem Intendanten von Rundfunkanstalten, Theatern, Opern und Konzerthäusern, Herausgeber und Verleger, Kuratoren, Geschäftsführer von großen Kulturstiftungen, Unternehmensberater und Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens, der Kulturpolitik sowie der Kulturverwaltung angehören. Ferner wurden bei der Entwicklung und werden bei der Durchführung des Studienganges Berufsvertreter und Experten des Kulturmarketings integriert.

Bewertung:

Kooperationen mit Hochschulen wurden nachgewiesen, sie äußern sich in einer engen Kooperationsbeziehung zwischen den Lehrenden der beiden Hochschulen Harz und Merseburg sowie im Rahmen des HDL. Der Kooperation mit Wirtschaftsunternehmen dient der mit Vertretern des relevanten Berufsfeldes besetzte Beirat; seine Aktivitäten können dem Studiengang zugute kommen (hierzu auch Kapitel 4.3). Darüber hinaus bestehen keine dokumentierten Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen; diese sollten, auch mit Blick auf die Förderung des von den Studierenden im Rahmen des Studiums durchzuführenden Projektes, deutlich intensiviert werden.

| | Exzellent | Qualitätsanforderung übertrifft | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ² |
|--|-----------|---------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| | | | | | |

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

| | | Exzellent | Qualitätsanforderung übertrifft | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ² |
|-------|--|-----------|---------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 1.4 | Kooperationen und Partnerschaften | | | X | | |
| 1.4.1 | Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken | | | X | | |
| 1.4.2 | Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen | | | X | | |

1.5 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Nach Angaben der Studiengangsleitung sind die Studierenden des Studienganges überwiegend Frauen, eine Erhöhung des Anteils männlicher Studierender wird angestrebt. Aus Sicht der Studiengangsleiter ist eine Geschlechtergerechtigkeit damit gegeben.

Die beteiligten Hochschulen fühlen sich nach Angaben der Studiengangsleitung dem Prinzip der Geschlechtergerechtigkeit verpflichtet und betreiben aktiv die Verbesserung der beruflichen Gleichstellung von Männern und Frauen. Richtlinien hierfür sind die Vorgaben der obersten Landesbehörde des Landes Sachsen-Anhalt und die gesetzlichen Bestimmungen.

Die Hochschule Merseburg hat einen „Ziele-Maßnahmen-Katalog“ verabschiedet. Darin sind folgende Schwerpunkte definiert:

- die Erhöhung des Frauenanteils in Bereichen, in denen Frauen unterrepräsentiert sind,
- die Verbesserung der Chancengleichheit von Frauen und
- die Sensibilisierung über strukturelle Benachteiligungen beider Geschlechter.

Zur Förderung familienfreundlicher Studien- und Arbeitsbedingungen hat die Hochschule Merseburg konkrete Maßnahmen in einer Zielvereinbarung für die Jahre 2010 bis 2012 festgeschrieben und stellt sich dem „audit familien-gerechte hochschule“ durch die berufundfamilie Service GmbH.

Die Hochschule hat Regelungen zum Nachteilsausgleich in der Studien- und Prüfungsordnung erlassen.

Gleiches gilt nach Angaben der Studiengangsleitung auch für die Hochschule Harz.

Bewertung:

Die beteiligten Hochschulen fördern bei der Erfüllung ihrer Aufgaben nachweislich die Geschlechtergerechtigkeit und die Durchsetzung der allgemeinen Diskriminierungsverbote. Die Gutachter weisen für den vorliegenden Studiengang allerdings darauf hin, dass Chancengleichheit und Geschlechtergerechtigkeit nicht allein durch eine hohe Quote weiblicher Studierender im Studiengang erreicht wird.

Ein Anspruch auf Nachteilsausgleich für behinderte Studierende und Studierende mit vergleichbaren Beeinträchtigungen hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sicher gestellt. Erziehende werden durch entsprechende Regelungen der Prüfungsordnung gefördert.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

| | | Exzellent | Qualitätsanforderung übertrifft | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ² |
|-----|---|-----------|---------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 1.5 | Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit | | | X | | |

2 Zulassung (Zulassungsprozess und -Verfahren)

Studieninteressenten können Studieninformationen zu den Zielen, Inhalten, der Dauer, der Art des Abschlusses, zu Lernmethoden, Lehrenden, Zulassungsvoraussetzungen, Zeitplanung und -management über die Homepage des Studienganges bzw. die Homepages der Hochschulen Harz und Merseburg sowie einschlägige Informationsportale im Internet erhalten. Ferner besteht während der Präsenzveranstaltungen für Interessenten die Möglichkeit, sich über den Studiengang zu informieren. Die beiden Studiengangsleiter sowie der Leiter des Bereichs „Weiterbildung und Personaltransfer“ der Hochschule Merseburg stehen für Fragen rund um das Studium telefonisch und per E-Mail zur Verfügung. Diese studiengangsspezifischen Kommunikationswege werden durch die allgemeine Studienberatung der beteiligten Hochschulen ergänzt.

Da die Studierenden formal an der Hochschule Merseburg eingeschrieben werden, sind die formalen Zulassungsvoraussetzungen im studiengangsspezifischen Teil der Master-Prüfungsordnung der Hochschule Merseburg niedergelegt. Zum Studium kann demnach zugelassen werden, wer

- über einen ersten berufsqualifizierenden Hochschulabschluss insbesondere in Kultur-, Sozial-, Sprach- und Kunstwissenschaften verfügt,
- eine berufliche Tätigkeit im Kulturbereich und der Kulturwirtschaft anstrebt oder bereits in der Berufspraxis tätig ist und
- nach Bewerbungsschluss eine mindestens einjährige Berufserfahrung im Kulturbereich oder der Kulturwirtschaft nachweist.

Der kulturelle Bereich wird dabei nach Angaben der Studiengangsleitung sehr weit gefasst und kann über die traditionellen Kulturbereiche hinausgehen und schließt beispielsweise auch die Medien mit ein.

Fremdsprachenkenntnisse sind für eine Zulassung nicht nachzuweisen.

Übersteigt die Anzahl der Bewerber die Anzahl der zur Verfügung stehenden Studienplätze, erfolgt die Auswahl der Bewerber, nach Maßgabe ihrer besonderen Qualifikation, nach einem Punktsystem, das die Durchschnittsnote des Abschlusszeugnisses des vorausgegangen grundständigen Studienganges sowie eine fachbezogene Berufstätigkeit entsprechend ihrer Dauer berücksichtigt. Die Rangfolge richtet sich nach der Höhe der von den Bewerbern erreichten Punktzahl. Unter Bewerbern mit gleicher Punktzahl entscheidet das Los über die Rangfolge.

Für den Studiengang werden Gebühren und Entgelte erhoben; die Studierenden schließen dabei einen Studienvertrag mit der Hochschule Merseburg ab.

Bewerber, die nicht die Zugangsvoraussetzungen für ein Studium an einer Hochschule im Geltungsbereich des Grundgesetzes erfüllen, können ein Zertifikat über den Besuch einzelner Module des Studienganges erhalten. Dieses wird von den Rektoren der beteiligten Hochschulen ausgefertigt, gesiegelt und von den Prüfungsausschussvorsitzenden unterzeichnet.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Teilnehmer mit Behinderungen werden durch den Bereich „Weiterbildung und Personaltransfer“ der Hochschule Merseburg auf individueller Basis über die Rahmenbedingungen des Studienganges, seines Ablaufes und die Zulassung informiert; mit ihnen werden mögliche Lösungen erarbeitet.

Beim Übergang aus an der Hochschule Merseburg angebotenen Studiengängen der Fachbereiche „Soziale Arbeit.Medien.Kultur“ und „Wirtschaftswissenschaften“ sowie aus an der Hochschule Harz angebotenen Studiengängen der Fachbereiche „Wirtschaftswissenschaften“ zum vorliegenden Studiengang können erbrachte Prüfungsleistungen durch Antragstellung beim Prüfungsausschuss des Studienganges anerkannt werden. Die gleiche Regelung gilt für außerhalb der Hochschule Merseburg und der Hochschule Harz erworbene Studienleistungen.

Das Zulassungsverfahren ist in der Rahmenstudien- und -prüfungsordnung sowie in den studiengangsspezifischen Bestimmungen beschrieben und als amtliche Bekanntmachung der Hochschule sowie auf den Homepages der beteiligten Hochschulen veröffentlicht.

Sofern ein Bewerber zum Studiengang zugelassen ist, wird er schriftlich unterrichtet. Entstehende Rückfragen werden durch das zuständige Dezernat und/oder durch den Bereich „Weiterbildung und Personaltransfer“ der Hochschule Merseburg individuell beantwortet. Zur Information abgelehnter Bewerber macht die Studiengangsleitung keine Angaben.

Bewertung:

Insbesondere über die Homepages der beteiligten Hochschulen sowie des Studienganges selbst werden systematisch umfangreiche kunden- und teilnehmerorientierte Informationen über den Studiengang bereitgestellt. Dabei handelt es sich um Informationen zu folgenden Themen: Qualifikationsziele, -zielgruppen, -dauer, -inhalte, Lehrformen, Lehrende, Zulassungsvoraussetzungen, Zeitplanung, Art des Abschlusses und dessen Befähigung.

Informationen zu Rücktritts- und Kündigungsrechten sowie zur Finanzierung und zur räumlichen und technischen Ausstattung des Studienortes sind den angeführten Medien nicht zu entnehmen und sollten ergänzt werden.

Auf Basis der Studieninformationen können sich Interessierte und Teilnehmende direkt an die Studiengangsleitung, Lehrende und an die Hochschule wenden, um konkrete Fragen, persönliche Eignung, Beschäftigungsperspektiven u.ä. zu klären. Die direkte Beratung und der interaktiven Dialog zwischen Kunden/Studierenden und der Hochschule werden anhand von Telefon und E-Mailverkehr angeboten.

Die Zulassungsbedingungen sind definiert und nachvollziehbar. Die nationalen Vorgaben sind dargelegt und berücksichtigt. Übergangswege aus anderen Studiengangsarten sind definiert. Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende ist sicher gestellt. Die geforderte Berufserfahrung von einem Jahr nach dem ersten Hochschulabschluss entspricht den nationalen Vorgaben. Das Auswahlverfahren ist aufgrund bislang ausreichender Kapazitäten nicht zum Einsatz gekommen.

Wengleich im Studiengang ein Studienbrief (im Modul „Ökonomische Grundlagen“, die verbleibenden Studienbriefe des Moduls sind deutschsprachig) in englischer Sprache behandelt wird, so ist dieser doch nicht im eigentlichen Sinne zu bestehen, sondern zu studieren. Die Prüfung des entsprechenden Moduls ist eine Hausarbeit, zu der keine Vorgaben bezüglich der Sprache gemacht werden. Daher lässt sich dieses gemäß den vorgelegten Unterlagen auch dann mit Erfolg bestehen, wenn der Studienbrief aufgrund unzureichender Sprachkenntnisse nicht genutzt werden kann. Da der Studiengang ansonsten vollständig in Deutsch durchgeführt wird, ist eine Feststellung ausreichender Englischkenntnisse bei der Zulassung zum Studium nicht erforderlich.

Das Zulassungsverfahren ist beschrieben, nachvollziehbar und für die Öffentlichkeit dokumentiert und zugänglich. Die Zulassungsentscheidung basiert auf objektivierbaren Kriterien und wird schriftlich kommuniziert.

| | | Exzellent | Qualitätsanforderung übertroffen | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ³ |
|----------|--|-----------|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 2 | Zulassung (Bedingungen und Verfahren) | | | | | |
| 2.1 | Studieninformation | | | X | | |
| 2.2 | Studierendenberatung | | | X | | |
| 2.3 | Zulassungsbedingungen | | | X | | |
| 2.4 | Auswahlverfahren (falls vorhanden) | | | | | n.r. |
| 2.5* | Berufserfahrung (* für weiterbildenden Master Studiengängen) | | | X | | |
| 2.6 | Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz | | | X | | |
| 2.7* | Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens | | | X | | |
| 2.8* | Transparenz der Zulassungsentscheidung | | | X | | |

3 Konzeption des Studienganges

3.1 Struktur

Der Studiengang ist auf sechs Semester Teilzeitstudium ausgelegt; bei erfolgreichem Abschluss werden 120 Credit Points (CPs) erworben. Im Rahmen von individuellen Studienvereinbarungen kann das Studium um zwei Semester verkürzt oder gestreckt werden. Ein Credit Point entspricht 25 Stunden Workload. Das Studium hat einen Gesamtumfang von insgesamt ca. 3.000 Stunden, die sich auf sechs Semester mit je 500 Stunden verteilen.

Die Studienstruktur besteht aus insgesamt 21 Modulen. Je Modul sind von den Studierenden zwischen zwei und 14 Studienbriefe zu bearbeiten. Die Module haben – mit Ausnahme der Master-Arbeit – einen Umfang von einheitlich fünf CPs. Mit Ausnahme des Abschlusssemesters werden pro Semester vier Module belegt; jedes Modul schließt mit einer modulübergreifenden Prüfung ab. Pro Semester ergibt sich damit eine Workload von 20 CPs. Die Noten sind gleich gewichtet. Die Gesamtnote errechnet sich aus dem nach CPs gewichteten arithmetischen Mittel der Noten aller zugehörigen Module.

Alle Module des Studienganges sind Pflichtmodule. Im Rahmen einer individuellen Studienvereinbarung kann jedoch ein individueller, inhaltlicher Schwerpunkt vereinbart werden. Der inhaltliche Schwerpunkt schlägt sich in der thematischen Ausrichtung der von den Studierenden zu verfassenden Arbeiten bzw. zu absolvierenden Projekte nieder. Weitere Wahlmöglichkeiten bestehen nicht.

Das Prüfungssystem ist integrativ angelegt. Die Prüfungsleistungen werden jeweils im Verlauf bzw. am Ende eines Moduls erbracht. Dabei wird jedes Modul mit einer dem Modulinhalt entsprechenden Prüfungsleistung abgeschlossen. Mögliche Prüfungsleistungen sind: Klausuren, Hausarbeiten und Projektdokumentationen, Referate und Prüfungsgespräche. Transparenz über die Prüfungsleistungen erhalten die Studierenden jeweils im vorangehenden Modul während der Präsenzveranstaltung. Dabei wird über die inhaltliche und zeitliche Anforderung der Prüfungen informiert. Zusätzlich hat jeder Studierende nach Angaben der Studiengangsleitung über die E-Learning-Plattform die Möglichkeit, sich über den Prüfungsablauf zu informieren. Die Klausuren enthalten eine Angabe über die Maximalpunktzahl, der Bewertungsschlüssel ist nach Angaben der Studiengangsleitung verbindlich vorgegeben und den Studierenden zugänglich.

Der Prüfungsplan sieht vor, dass jeder Studierende jedes Modul des Master-Studienganges belegen muss, Wahlpflichtmodule oder andere, über die erwähnte individuelle Studienvereinbarung hinausgehende, Wahlmöglichkeiten bestehen nicht. Ein „Mobilitätsfenster“ als solches ist nicht vorgesehen.

Informationen zu den einzelnen Modulen sind in den Modulbeschreibungen niedergelegt. Es liegt eine Rahmenstudien- und -prüfungsordnung für das Masterstudium der Hochschule Merseburg vom 16. Juli 2010 in Verbindung mit den studiengangsspezifischen Bestimmungen vor. Hierin sind auch Regelungen zum Nachteilsausgleich und zur Anerkennung von an anderen Hochschulen erbrachten Studienleistungen festgehalten.

Das Studium wird durch eine Master-Arbeit und ein Kolloquium abgeschlossen.

Der nachfolgende Modulplan zeigt die Struktur der Modularisierung.

| Semester | Modul-Nr. | Modulbezeichnung | Untergliederung | Lehreinheiten | Credits | |
|-------------|-----------------------------------|---|--|---|---|---|
| 1. Semester | 1 | Einführung in das Kulturmanagement | 1 | Kulturbezug des Kulturmanagements | 5 | |
| | | | 2 | Perspektiven des Kulturmanagements | | |
| | | | 3 | Kulturbetriebe und Kulturverwaltung | | |
| | 2 | Ökonomische Grundlagen | 1 | Einführung Betriebswirtschaftslehre | 5 | |
| | | | 2 | Volkswirtschaftslehre | | |
| | 3 | Management und Marketing | 1 | General Management | 5 | |
| | | | 2 | Grundlagen in die Marketingtheorie | | |
| | 4 | Wirtschaftsmathematik und Statistik | 1 | Wirtschaftsmathematik | 5 | |
| | | | 2 | Statistik | | |
| | 2. Semester | 5 | Marktforschung | 1 | Analysefelder | 5 |
| | | | | 2 | Marktforschung | |
| | | 6 | Betriebliches Rechnungswesen | 1 | Kosten- und Leistungsrechnung | 5 |
| 2 | | | | Buchführung und Bilanzierung | | |
| 3 | | | | Steuern | | |
| 7 | | Zentrale betriebliche Funktionen | 1 | Organisation | 5 | |
| | | | 2 | Personal | | |
| | | | 3 | Investition und Finanzierung | | |
| 8 | | Projekt I (Entwicklung / Analyse Selbst- und Projektmanagement) | 1 | Eigenständige Projektentwicklung | 5 | |
| 3. Semester | | 9 | Strategiebildung | 1 | Systematik der Strategieentwicklung | 5 |
| | | | | 2 | Strategiearten | |
| | | | | 3 | Planungsmethodik | |
| | 10 | Gestaltungsinstrumente des Kulturmarketing | 1 | Produktpolitik | 5 | |
| | | | 2 | Preispolitik | | |
| | | | 3 | Distributionspolitik | | |
| | | | 4 | Kommunikationspolitik | | |
| | 11 | Marketingkommunikation | 1 | Corporate Identity und Markenmanagement | 5 | |
| | | | 2 | Operative Handlungsfelder der Marketingkommunikation | | |
| | 12 | Projekt II (Strategische und operative Projektentwicklung) | 1 | Eigenständige Projektentwicklung | 5 | |
| | 4. Semester | 13 | Beschaffungsmarketing | 1 | Sponsoring und Fundraising | 5 |
| | | | | 2 | Operative Handlungsfelder des Beschaffungsmarketing | |
| 14 | | Internetmarketing | 1 | Grundlagen des Internetmarketing | 5 | |
| | | | 2 | Online-Auftritt | | |
| | | | 3 | Internetbasierte Kommunikationskonzepte | | |
| 15 | | Marketingcontrolling | 1 | Strategische und operative Ebene des Marketingcontrolling | 5 | |
| | 2 | | Marketing Revision - Prüfung des Führungssystems | | | |
| 16 | Projekt III (Projektorganisation) | 1 | Eigenständige Projektentwicklung | 5 | | |
| 5. Semester | 17 | Internes Marketing | 1 | Konzept des Internen Marketing | 5 | |
| | | | 2 | Qualitätsmanagement | | |
| | | | 3 | Business Process Reengineering als Marketingkonzept | | |

| | | | | | |
|-------------|----|---------------------------------|---|---------------------------------------|-----|
| 6. Semester | 18 | Recht | 1 | Allgemeines Recht | 5 |
| | | | 2 | Kultur- und Informationsrecht | |
| | | | 3 | Vertragsgestaltung und Vertragspraxis | |
| | 19 | Kultur, Tourismus und Event | 1 | Standortmarketing | 5 |
| | | | 2 | Kultur- und Erlebniswelten | |
| | | | 3 | Grundlagen des Kulturtourismus | |
| | | | 4 | Touristische Kulturvermarktung | |
| | 20 | Projekt IV (Projektrealisation) | 1 | Eigenständige Projektentwicklung | 5 |
| | 21 | Masterarbeit | 1 | Thema der Masterarbeit | 20 |
| | | | | Gesamt: | 120 |

Bewertung:

Die Struktur des Studienganges sieht keine Wahlmöglichkeiten vor, den Studierenden soll zukünftig allerdings die Möglichkeit einer individuellen Schwerpunktsetzung eingeräumt werden. Die Struktur des Studienganges dient seiner Zielsetzung und fördert den an der Zielsetzung orientierten Kompetenzerwerb der Studierenden.

Die ECTS-Elemente (Prinzip der Modularisierung, Credit-Points, relative Notenvergabe nach ECTS und Workload-Vorgaben) sind grundsätzlich realisiert, integrierte Modulprüfungen sind vorgesehen. Ein „Mobilitätsfenster“ als solches ist im Curriculum nicht vorgesehen, allerdings sind Anrechnungsmöglichkeiten von an anderen (ausländischen) Hochschulen erbrachten Leistungen gemäß der Lissabon Konvention in der Prüfungsordnung vorgesehen. Zudem gehen die Gutachter davon aus, dass im Rahmen einer individuellen Studienvereinbarung die Mobilität der Studierenden ermöglicht werden kann. Modulbeschreibungen wurden vorgelegt; sie entsprechen überwiegend den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz und beschreiben die Lernziele und den Kompetenzerwerb. Hingegen ist die Darlegung der Inhalte der Module in allen Modulbeschreibungen zu knapp gehalten, zudem fehlen durchgängig Angaben zur Pflichtlektüre, zur Verwendbarkeit des Moduls und der Häufigkeit des Angebots des jeweiligen Moduls. Eine so genannte „Langfassung“, in der die angesprochenen Aspekte ausführlich dargestellt sind, lag nur beispielhaft für ein Modul des bisherigen Curriculums vor. Dies steht im Widerspruch zu den „Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen“ der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i.d.F. vom 04.02.2010, hier: „Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen“ Abschnitt 2, denen zufolge die „...Beschreibung der Module [...] den Studierenden eine zuverlässige Information über Studienverlauf, Inhalte, qualitative und quantitative Anforderungen und Einbindung in das Gesamtkonzept des Studienganges bzw. das Verhältnis zu anderen angebotenen Modulen bieten“ soll sowie zum Kriterium 2.7 der „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009. Die Gutachter empfehlen daher, eine Akkreditierung mit der Auflage zu verbinden, dass hinsichtlich der Inhalte, der Angaben zu Pflichtlektüre, Verwendbarkeit des Moduls und der Häufigkeit des Angebots überarbeitete Modulbeschreibungen vorzulegen sind.

Unter Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen, der Prüfungsdichte und -organisation sowie der entsprechenden Betreuungs- und Beratungsangebote ist die Studierbarkeit gewährleistet. Rechnerisch beträgt die wöchentliche Studienbelastung bei zugrunde gelegten 46 Studienwochen im Jahr rund 22 Stunden pro Woche; zudem soll das im Studi-

engang vorgesehene Projekt vom Studierenden teilweise in Rahmen der beruflichen Tätigkeiten bearbeitet werden. Die Workload ist damit neben einer Vollzeit-Berufstätigkeit leistbar.

Bei der Konzeption der Module wurde einheitlich eine Modulgröße von 5 CP vorgesehen; inwieweit diese Annahme der tatsächlichen Workload der Studierenden entspricht, konnte jedoch aufgrund fehlender Workload-Erhebungen nicht verifiziert werden. Die Zahl der Studierenden ist gegenwärtig so gering, dass der Aufwand für eine schriftliche Befragung unverhältnismäßig hoch erscheint. Zudem stehen die Lehrenden in engem Kontakt zu den Studierenden und sind so über die Arbeitsbelastung informiert. Dennoch ist die tatsächliche Workload der Studierenden zu dokumentieren, um einerseits Fehlentwicklungen frühzeitig erkennen zu können und andererseits das Studiengangskonzept in dieser Hinsicht einer Überprüfung zugänglich zu machen. Beides ist gegenwärtig nicht verlässlich möglich und steht damit im Widerspruch zu den „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009, Kriterium 2.8, demzufolge bei der Weiterentwicklung des Studienganges u.a. Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung zu berücksichtigen sind. Die Gutachter empfehlen daher, eine Akkreditierung mit der Auflage zu verbinden, dass Auswertungen zur Workload der Studierenden studiengangsbezogen vorzulegen sind.

Es existiert eine Studien- und Prüfungsordnung. Die strukturellen Vorgaben für den Studiengang sind, unter Berücksichtigung der nationalen und landesspezifischen Vorgaben, umgesetzt. Es bestehen Regelungen zum Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen. Die wechselseitige Anerkennung von Modulen bei Studiengangswechsel bzw. die Anerkennung von an anderen Hochschulen erbrachten Studienleistungen ist mit handhabbaren Regelungen verankert. Die Möglichkeit für Zeiträume von Aufhalten an anderen Hochschulen und in der Praxis ohne Zeitverlust ist vorgesehen.

| | | Exzellent | Qualitätsanforderung übertroffen | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ² |
|-----------|---|-----------|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 3. | Konzeption des Studienganges | | | | | |
| 3.1 | Struktur | | | X | | |
| 3.1.1 | Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente) | | | X | | |
| 3.1.2* | Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung | | | Auflage | | |
| 3.1.3* | Studien- und Prüfungsordnung | | | X | | |
| 3.1.4* | Studierbarkeit | | | Auflage | | |

3.2 Inhalte

Ausgehend von einer Vermittlung grundlegender kulturwissenschaftlicher und betriebswirtschaftlicher Kompetenzen erfolgt im Studiengang eine Vermittlung von speziellen Kompetenzen des Kulturmarketings. Die Vermittlung, Zusammenführung und Anwendung von Kernkompetenzen/ Softskills sowie die Zusammenführung der vermittelten Kompetenzen und die Verknüpfung mit der beruflichen Tätigkeit erfolgten über den gesamten Studienzeitraum hinweg in einem semesterübergreifenden Projekt und in der abschließenden Master-Arbeit.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Ein roter Faden des Studiums ist die Thematisierung des Marketingmanagement-Prozesses. Hierzu werden zunächst die für das Kulturmarketing wesentlichen betriebswirtschaftlichen und kulturwissenschaftlichen/-politischen Grundlagen vermittelt. Darauf aufbauend erfolgt die Auseinandersetzung mit den wesentlichen Bestandteilen des Marketingmanagementprozesses (Analyse, Strategie und Gestaltungsinstrumente). Auf dieser Grundlage werden Spezialbereiche des Kulturmarketings vermittelt, die für die Führung kultureller Einrichtungen unter Marktgesichtspunkten von zentraler Bedeutung sind. Zu ihnen gehören Marketingkommunikation, Beschaffungsmarketing, Internetmarketing, Marketingcontrolling, Internes Marketing, Recht und Kulturtourismus. Die Vermittlung von spezifischen Fertigkeiten bezieht sich vor allem auf im Marketingmanagement erforderliche Fähigkeiten wie Moderieren, Präsentieren, Projektmanagement, Zeit- und Selbstmanagement. Ziel ist die Anwendung dieser Fähigkeiten in jedem Modul, damit die Studierenden die Sicherheit erlangen, diese Soft Skills während ihrer täglichen beruflichen Praxis einzusetzen.

Die Anwendung dieses Wissens über das Kulturmarketing in Zusammenhang mit den notwendigen Fähigkeiten eines Marketingmanagers mündet in einer studienbegleitenden Projektarbeit. Um die Lehr- und Lerneffekte der Praxis nutzen zu können, haben die Studierenden über einen Zeitraum von vier Semestern kontinuierlich ein Projekt mit Bezügen zu den Themen „Marketing“ und „Kultur“ zu planen, zu organisieren, zu führen und zu kontrollieren. Dabei muss einerseits der thematische Bezug (Kultur, Management und Marketing) gegeben, andererseits eine studienbegleitende Realisierung möglich sein. In der Projektarbeit sollen die Studierenden nachweisen, dass sie in der Lage sind, eine komplexe Management- oder Marketingaufgabe eigenständig und eigenverantwortlich zu lösen. Diese Aufgabe sollte im Zusammenhang mit den betrieblichen Aufgaben stehen, die im Beruf zu erfüllen sind. Sie sollen eigene, begründete analytische, strategische und operative Handlungsstrategien entwickeln, anwenden, überprüfen und sich ihrer persönlichen Handlungsmuster bewusst werden. Das durch Studienbriefe und in den Präsenzeinheiten erworbene (theoretische) Wissen soll darin auf die spezielle Kulturpraxis übertragen und am Beispiel eines Projektes umgesetzt werden. Eine separate Praxisphase ist im Studienablauf nicht vorgesehen.

Der interdisziplinäre Ansatz zeigt sich besonders in Aufgabenstellungen innerhalb von Planspielen, der Projektarbeit, der Exkursionen, aber auch in Klausuren, Hausarbeiten und Präsentationen. Hier gilt es, komplexe Aufgaben unter Berücksichtigung interdisziplinärer Sicht- und Handlungsweisen zu lösen, die dem Marketing als Querschnittsdisziplin grundsätzlich immanent sind.

Die meisten Studierenden haben nach Angaben der Studiengangsleitung durch ihren bisherigen Hochschulabschluss und teilweise durch ihre Promotionen bereits ausgeprägte Methodenkompetenzen erworben. Im Studiengang werden Methodenkompetenz und die Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten nach Angaben der Studiengangsleitung durch die Studienbriefe, die onlinebasierten Materialien, die Coachings und die Präsenzveranstaltungen systematisch erweitert. Zugleich soll zur eigenständigen wissenschaftlichen Vertiefung und zur Forschung angeregt werden. Diesem Ziel dienen auch die Projektarbeiten sowie die Hausarbeiten und Präsentationen/ Referate.

Mit Blick auf eine wissenschaftsbasierte Lehre verweisen die Hochschulen einerseits auf das eingangs beschriebene Forschungsprojekt, anhand dessen Ergebnissen der Studiengang entwickelt wurde, andererseits auf Forschungsprojekte der beteiligten Professoren, deren Ergebnisse Eingang in die Lehre finden.

Abgeschlossen wird das Studium mit der Master-Arbeit, dessen Thema sich an der zuvor durchgeführten Projektarbeit, an bereits erbrachten inhaltlichen Ansätzen von Hausarbeiten oder am gewählten inhaltlichen Schwerpunkt orientieren kann. Die Lehrenden orientieren und motivieren die Studierenden schon im Verlaufe des Studiums auf die entsprechenden wissenschaftlichen und insbesondere neuen Fragestellungen.

Bewertung:

Das Curriculum weicht inhaltlich teilweise von den eingangs beschriebenen Qualifikationszielen ab: während jenes auch Management-Inhalte berücksichtigt, beziehen sich diese im Wesentlichen auf das Kulturmarketing. Das Angebot an Kernfächern deckt im Grundsatz die erforderlichen Inhalte zur Erreichung der angestrebten Qualifikations- und Kompetenzziele bezogen auf das Kulturmarketing ab. Aus den vorliegenden Modulbeschreibungen wird jedoch nicht klar ersichtlich, in wieweit General-Management-Inhalte den zu erwartenden Inhalten eines MBA-Studienganges entsprechen. Sofern weiterhin an der Vergabe des Abschlussgrades MBA festgehalten wird, muss das Curriculum ausführlich die verschiedenen Ansätze (ressourcen-, system-, prozessorientiert etc.) berücksichtigen, unter denen Management und die Führung von Organisationen und Personal betrachtet werden. Ergebnisse der empirischen Forschung sind dabei ebenso zu berücksichtigen wie die verschiedenen Stufen der Strategiebildung und Strategieumsetzung mit ihren inhaltlich-sachlichen und psychologischen Komponenten. Zudem sind generelle Themenbereiche wie Unternehmenskultur, CSR oder Corporate Governance zu behandeln, wobei explizit die Aspekte zu berücksichtigen sind, die sich daraus ergeben, dass viele Institutionen im Bereich Kultur öffentlich-rechtlich sind bzw. solche Träger haben und vielfach spezifische Zielsetzungen verfolgen. (s. hierzu Auflage in Kapitel 1.1.).

Wenngleich Wahlmöglichkeiten in Form einer individuell vereinbarten Schwerpunktsetzung ungewöhnlich sind, erscheint dieser Ansatz gerade mit Blick auf den Praxisbezug durchaus stimmig. Zu gewährleisten ist dabei allerdings, dass das Erreichen der definierten Qualifikationsziele der entsprechenden Module sichergestellt und überprüft wird.

Eine systematische Verknüpfung von Theorie und Praxis findet durchgängig im Curriculum statt. Durch die studienbegleitende Durchführung eines Projektes in vier aufeinander aufbauenden Modulen können sich Wissensvermittlung und Praxisbeiträge fortwährend gegenseitig zur Kompetenzentwicklung der Studierenden ergänzen. Der Studiengang fördert interdisziplinäres Denken. Der Nachweis von wissenschaftsbasierter Lehre im Studiengang ist erbracht.

Nach den Gesprächen vor Ort kommen die Gutachter zu dem Ergebnis, dass die Vermittlung von Methodenkompetenz und die Befähigung zu wissenschaftlichem Arbeiten im Studiengang knapp ausreichend erfolgen. Sie empfehlen nachdrücklich, diese Aspekte in den Modulbeschreibungen stärker herauszuarbeiten und sicher im Studiengang zu vermitteln.

Die Prüfungsleistungen sind klar integrativ angelegt. Die Bewertungen allein anhand von Punktzahlen erschloss sich den Gutachtern in den vor Ort vorgelegten Arbeiten nicht durchweg, zu den Abschlussarbeiten wurden keine Gutachten vorgelegt. Letztere entsprachen bei unterschiedlichem Niveau insgesamt der zu fordernden Qualität, allerdings sollten die Master-Arbeiten insgesamt stärker Methodenorientiert sein. Hierzu ist erforderlich, dass die wissenschaftliche Leistung und Eigenständigkeit stärker betont werden und dies auch in der qualitativen Beurteilung der Arbeiten ausführlich berücksichtigt und argumentiert wird. Die Gutachter empfehlen daher, dass die Studiengangsleitung verbindliche qualitative Bewertungskriterien für Prüfungen und Abschlussarbeiten nachweist, die eine Nachvollziehbarkeit der Benotung ermöglichen.

| | Exzellent | Qualitätsanforderung übertrifft | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ² |
|--------|---|---------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 3.2 | Inhalte | | X | | |
| 3.2.1* | Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums | | X | | |
| 3.2.2 | Fachliche Angebote in Kernfächern | | X | | |
| 3.2.3 | Fachliche Angebote in Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) | | | | n.r. |
| 3.2.4 | Fachliche Angebote in den Wahlmöglichkeiten der Studierenden (falls zutreffend) | | | | n.r. |
| 3.2.5 | Integration von Theorie und Praxis | X | | | |
| 3.2.6 | Interdisziplinarität | | X | | |
| 3.2.7 | Methoden und wissenschaftliches Arbeiten | | X | | |
| 3.2.8 | Wissenschaftsbasierte Lehre | | X | | |
| 3.2.9 | Prüfungsleistungen | | X | | |
| 3.2.10 | Abschlussarbeit | | X | | |

3.3 Überfachliche Qualifikationen

Der Kompetenzerwerb für anwendungs- bzw. forschungsorientierte Aufgaben wird nach den Ausführungen der Studiengangsleitung primär durch die in das Studium integrierte Projektarbeit gewährleistet. Zudem soll im Rahmen eines Coaching-Konzepts die intensive Betreuung, Orientierung und Motivation der Studierenden über den gesamten Studienverlauf zu eigenständigen Forschungen erfolgen.

Der Studiengang enthält keine zusätzlichen, auf Allgemeinbildung orientierenden Lehrveranstaltungen, da nach Angaben der Studiengangsleitung die zeitlichen Ressourcen für die Vermittlung betriebswirtschaftlicher Kompetenzen benötigt werden. Zudem besäßen die Studierenden überwiegend klare Vorstellungen, ausgeprägte Wertorientierungen, ein breites allgemeines fachliches und politisches Wissen sowie klare Vorstellungen zu ihrer beruflichen Entwicklung.

Eine spezielle Lehrveranstaltung zum Thema Ethik wird nicht angeboten, das Thema ist nach Angaben der Studiengangsleitung jedoch Bestandteil der Einführungsmodule (Kulturmanagement, Kulturmarketing) sowie des Moduls „Internes Marketing“. Zudem seien die Studierenden für diese Fragen besonders sensibilisiert.

Das Studium ist nach Angaben der Studiengangsleitung auf die Entwicklung führungsrelevanter Kompetenzen und auf die Vermittlung ganzheitlicher Managementkonzepte ausgerichtet.

Kommunikationsverhalten und Rhetorik werden vor allem in den Präsenzveranstaltungen gefördert. Das entsprechende Wissen wird im Modul „Projekt I“ (insbesondere Moderation, Präsentation, interkulturelle Kommunikation) vermittelt. Zudem fördert die Projektarbeit nach Darstellung der Studiengangsleitung die Selbständigkeit, Kreativität und Offenheit so wie Kommunikationsfähigkeit in besonderer Weise. Präsentationen und Moderationen sind in Präsenzveranstaltungen durch die Studierenden in allen Modulen zu leisten.

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

Die Studierenden üben Kooperations- und Konfliktfähigkeit insbesondere bei Planspielen, der Vermittlung betriebswirtschaftlicher Grundlagen und mit der Lösung von Gruppenaufgaben in Präsenzveranstaltungen.

Bewertung:

Die Vorbereitung auf anwendungsorientierte Aufgaben ist im Studiengang gewährleistet, die Vorbereitung auf forschungsorientierte Aufgaben könnte hingegen verstärkt werden. Eine Vermittlung von Bildungsaspekten, die über die zum Erreichen der Qualifikationsziele erforderlichen Inhalte hinausgehen, vermochten die Gutachter den vorgelegten Unterlagen nicht zu entnehmen. Die Vermittlung von ethischen Aspekten wurde vor Ort überzeugend von den Lehrenden dargelegt, sollte aber in den Modulbeschreibungen stärker herausgearbeitet werden.

Nach den vorliegenden Unterlagen werden die Themen „Führung“ und „Management“ im Studiengang behandelt. Allerdings zeigt sich bei Durchsicht der dazu gehörenden Studienbriefe, dass die Themen nur sehr knapp und nicht auf dem zu fordernden Niveau behandelt werden. Wie schon unter 3.2 angemerkt, fehlen sowohl Inhalte als auch die Berücksichtigung der Besonderheiten von Kulturinstitutionen, ihrem Umfeld und ihren Zielsetzungen.

Gerade mit Blick auf die Entwicklung von führungsrelevanten *Kompetenzen* ist jedoch eine reine theoretische Behandlung unzureichend. Das Erarbeiten von Problemlösungen in Gruppen wäre hier zielführend; das von der Studiengangsleitung erwähnte Planspiel ist den Modulbeschreibungen jedoch nicht zu entnehmen. Die Gutachter sehen das entsprechende Kriterium damit als nicht erfüllt an. Mit demselben Argument ist auch die Vermittlung von Kooperations- und Konfliktfähigkeit als nicht ausreichend zu betrachten. Dabei spielt auch die Dauer der Präsenzzeiten eine wichtige Rolle, die für konkrete Verhaltenstrainings prädestiniert sind.

Kommunikation und Rhetorik werden von den Studierenden in unterschiedlichen Modulen im Rahmen insbesondere der Präsenzveranstaltungen, zukünftig auch über die in der Einführung befindliche E-Learning-Plattform eingeübt.

| | Exzellent | Qualitätsanforderung übertroffen | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ² |
|--|-----------|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 3.3 Überfachliche Qualifikationen | | | X | | |
| 3.3.1 Kompetenzerwerb für anwendungs- und/oder forschungsorientierte Aufgaben (nur bei Master-Studiengang) | | | X | | |
| 3.3.2 Bildung und Ausbildung | | | | X | |
| 3.3.3 Ethische Aspekte | | | X | | |
| 3.3.4 Führungskompetenz | | | | X | |
| 3.3.5 Managementkonzepte | | | | X | |
| 3.3.6 Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik | | | X | | |
| 3.3.7 Kooperations- und Konfliktfähigkeit | | | | X | |

3.4 Didaktik und Methodik

Die didaktische Konzeption des Studienganges folgt nach Angaben der Studiengangsleitung dem Prinzip der stufenweisen Erhöhung der Schwierigkeit und Komplexität der Inhalte ebenso wie der zu fördernden Schlüsselqualifikationen. So müssen bspw. Referate zunehmend selbständiger erarbeitet werden und es werden im Zeitverlauf ansteigende Anforderungen an die Güte der Präsentationen gestellt. Auf diese Weise sollen die Studierenden bei Studien-

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

abschluss befähigt sein, eigenständig wissenschaftlich und praktisch zu arbeiten, zu präsentieren und zu beraten.

Das Selbststudium wird nach Angaben der Studiengangsleitung durch ein Coaching seitens der Lehrenden (Präsenz, Telefon, Online) ergänzt. Es dient vor allem der didaktischen „Führung“ der Studierenden hinsichtlich des selbst gewählten Schwerpunktthemas im Zusammenhang mit Forschungsfragen und zur Vorbereitung auf Prüfungen.

Ferner kommt aus Sicht der Studiengangsleitung ein fernstudientauglicher Mix an Lehr- und Lernmethoden zum Einsatz. Die Hauptbestandteile stellen dabei das Erlernen von Lehrinhalten mittels fernstudiendidaktisch aufbereiteter Studienbriefe, die Teilnahme an den Präsenzveranstaltungen, das Coaching der Studierenden, Exkursionen und die Durchführung eines eigenen studienbegleitenden Praxisprojektes dar. Zukünftig unterstützt werden diese Methoden von modulweise angepassten E-Learning-Einheiten.

Die Hochschulen setzen im Rahmen des Fernstudienganges die Studienbriefe des Hochschulverbundes Distance Learning (HDL) ein. Alle Studienbriefe, die sich auf das Kulturmarketing beziehen, sind nach Angaben der Hochschulen Neuproduktionen. Zu jedem Teilmodul erhalten die Studierenden bis zu sechs Studienbriefe, die einen Umfang zwischen 30 und 72 Seiten haben. Diese grundlegenden Studienbriefe werden nach Angaben der Studiengangsleitung durch aktuelle Pflichtliteratur und durch zusätzliche E-Learning-Elemente ergänzt.

In den Präsenzveranstaltungen erhalten die Studierenden die Möglichkeit, ihr Wissen zu vertiefen, anzuwenden und in Prüfungen nachzuweisen. Angestrebt wird in den Präsenzveranstaltungen eine situative Problemerkennung und systematische Problemlösung in einem vorgegebenen zeitlichen Rahmen und die inhaltliche Verknüpfung der verschiedenen Lehrinhalte des zurückliegenden Semesters bzw. Studiums im praktischen Umfeld des Kulturmanagement/ -marketing sowie die Anwendung von Managementkompetenzen. Die Präsenzveranstaltungen werden gegenwärtig in der Lutherstadt Wittenberg angeboten, sie sollen künftig aber auch an den beiden Hochschulen Harz und Merseburg stattfinden. Einzelne Veranstaltungen werden im Sinne von Exkursionen auch bei einigen Dozenten stattfinden, die in Kulturunternehmen wirken oder diese führen. Damit sollen die Praxiskontakte stärker zur Entfaltung kommen und die Kompetenzentwicklung näher am konkreten Beispiel gefördert werden. Im Studiengang sind zehn Präsenzphasen mit einer Workload von insgesamt 135 Zeitstunden oder rund 5% der Gesamt-Workload vorgesehen.

Die Projekte werden von den Studierenden selbst definiert und erstrecken sich über das gesamte Studium. Sie sollen idealerweise in die konkrete Arbeitswelt und den beruflichen Kontext des Studierenden eingebettet sein. In ihnen ist das angeeignete Wissen anzuwenden. Die Projektentwicklung orientiert sich im Verlauf an der inhaltlichen Struktur der Module.

Das internetbasierte E-Learning-Konzept schließt im vorliegenden Studiengang neben der Studienorganisation die Aspekte Kommunikation/ Interaktion, Internetrecherche, Erzeugung von „Content“, die Wissensüberprüfung sowie interaktive Planspiele und Simulationen ein.

Gastreferenten wurden bisher zu den 2009 entwickelten und durchgeführten „Gesprächen bei Cranach“ eingeladen. Sie sind ausgewiesene Experten im Kulturmanagement und -marketing.

Bewertung:

Im Studiengang erfolgt der Einsatz von Studienbriefen, Lehrbüchern und Leistungsüberprüfungen, die Taktung der Lehrsequenzen ist nachvollziehbar. Ein regelmäßiger studentischer Support ist gegeben. Digitale Medien werden eingesetzt, interaktive Elemente sollen nach den Ausführungen der Studiengangsleitung vor Ort im Zuge des weiteren Ausbaus der E-Learning-Plattform zunehmend eingesetzt werden.

Die Studienbriefe entsprechen dem aktuellen didaktischen Standard in der akademischen Fernlehre. Die Gutachter geben jedoch zu bedenken, dass angesichts der bislang ungewöhnlich langen Immatrikulationszyklen die Aktualität des Studienmaterials in Teilen nicht über eine Studiengangskohorte hinaus gesichert ist. Bei Immatrikulationszyklen von weiterhin etwa drei Jahren muss ein Teil des Studienmaterials jeweils überarbeitet werden und dies daher in die Finanzplanung des Studienganges einbezogen werden (vgl. Kapitel 4.1). Ein zügiger Ausbau der E-Learning-Plattform und ihre entsprechende Nutzung kann die Aktualität des Studienmaterials unterstützen.

Der Einsatz von Präsenzphasen ist begründet, ihre Zahl erscheint allerdings über das erforderliche Maß hinauszugehen: im Gespräch vor Ort gaben die Studierenden jedoch an, dass aus ihrer Sicht nicht jeder Präsenztermin erforderlich gewesen wäre. Insbesondere vor dem Hintergrund der begrenzten Mittel und Personalkapazitäten (hierzu auch Kapitel 4.1 bzw. 4.2) wird empfohlen, die Anzahl der Präsenzveranstaltungen zu überprüfen und ggf. zu senken.

Der Studiengang wendet unterschiedliche Unterrichtsmethoden an. Neben der selbstständigen Bearbeitung des Fernstudienmaterials werden Vorträge, Exkursionen, Unterrichtsgespräche etc. angeboten. Ein Praxisprojekt ist Bestandteil des Studienangebotes. Die im Rahmen der Begutachtung vor Ort vorgelegten Projektberichte entsprachen dabei nicht durchweg dem in einem Master-Studiengang zu fordernden Niveau.

Der Einsatz von Gastreferenten im Studiengang ist vorgesehen; weitere Informationen wurden hierzu nicht vorgelegt.

| | | Exzellent | Qualitätsanforderung übertraffen | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ³ |
|-------|--|-----------|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 3.4 | Didaktik und Methodik | | | X | | |
| 3.4.1 | Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes | | | X | | |
| 3.4.2 | Methodenvielfalt | | | X | | |
| 3.4.3 | Fallstudien / Praxisprojekt | | | X | | |
| 3.4.4 | Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien | | | X | | |
| 3.4.5 | Gastreferenten | | | X | | |

3.5 Berufsbefähigung

Die Studiengangsleitung sieht die Berufsbefähigung der Absolventen des Studienganges gewährleistet durch die Passigkeit des Curriculums auf die identifizierten Berufsfelder sowie durch den Praxisbezug des Studiums. Mit einem eigens eingerichteten Beirat werden zudem Ziele und Struktur des Studiums und des Curriculums besprochen. Informationen zum beruflichen Werdegang der Absolventen wurden nicht vorgelegt.

Bewertung:

Die Studierenden des vorliegenden Studienganges haben die Berufsbefähigung bereits durch ein vorhergehendes Studium erworben; der vorliegende Studiengang vermittelt ihnen weitere relevante Qualifikationen insbesondere im Bereich des Kulturmarketings und des (Projekt)Managements. Hervorzuheben ist die hohe Praxisnähe des Studienganges durch das von den Studierenden jeweils individuell zu bearbeitende Praxisprojekt. Die Studiengangsleitung hat keine belastbaren Informationen zum Verbleib der Absolventen des Studienganges vorgelegt (hierzu auch Kapitel 5).

| | Exzellent | Qualitätsanforderung übertroffen | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ² |
|-----------------------|-----------|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 3.5* Berufsbefähigung | | | X | | |

4 Ressourcen und Dienstleistungen

4.1 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

Für den Studiengang werden keine direkten, über die Kapazitätsplanung zugeordneten Mittel seitens der ihn tragenden Hochschulen zur Verfügung gestellt. Er wird vollständig aus den Entgelten der Studierenden finanziert. Die Finanzplanung wurde auf Basis der Erfahrungswerte der bisher durchgeführten Matrikel kalkuliert und weiterentwickelt mit dem Ziel, die Kosten für die Durchführung des Studienganges zu senken. Im Finanzplan sind die Kosten pro Semester kalkuliert und durch Erläuterungen ergänzt. Als Mindestgröße einer Studiengangskohorte („Matrikel“) wurden 6 Teilnehmer kalkuliert, dabei ist ein Studienabbruch inkludiert. Das von den Studierenden für das Studium zu entrichtende Entgelt beträgt 9.850,- €.

Bei entsprechender vorsichtiger kaufmännischer Kalkulation ist es aus Sicht der Studiengangsleitung auch denkbar, die Mindestgröße aus studiengangspolitischer Sicht für eine Matrikel zu senken, wobei zu Matrikelbeginn von einer vollständigen Entgeltfinanzierung auszugehen ist.

Bewertung:

Die Finanzplanung ist nachvollziehbar. Sie ist mit einem Budget von 50.000,- € denkbar knapp, die Durchführung des Studienganges gelingt gegenwärtig nur aufgrund des hohen und teilweise offenbar unentgeltlichen Engagements der ihn tragenden Personen, die damit an die Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit kommen. So hat die knappe Personalausstattung nach Angaben der Studiengangsleiter auch Rückwirkungen auf die Qualitätssicherung bei den Prüfungsleistungen (hierzu auch Kapitel 3.2 bzw. 5). Bei einem – mit Blick auf seine Qualität erforderlichen – weiteren Anwachsen des Studienganges mag sich die Finanzbasis aufgrund anwachsender Studienentgelte verbessern, gleichwohl ist das Erfordernis eines verstärkten finanziellen Engagements der beteiligten Hochschulen zukünftig nicht auszuschließen. Nur da sich die Hochschulleitungen im Gespräch vor Ort ausdrücklich zu einer Ausfallfinanzierung des Studienganges bekannt haben, sehen die Gutachter die Finanzierungssicherheit über den Akkreditierungszeitraum als gegeben an.

| | Exzellent | Qualitätsanforderung übertroffen | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ³ |
|--|-----------|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 4. Ressourcen und Dienstleistungen | | | | | |
| 4.1 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges | | | X | | |
| 4.1.1* Logik und Nachvollziehbarkeit der Finanzplanung | | | X | | |
| 4.1.2 Finanzielle Grundsausstattung | | | X | | |
| 4.1.3* Finanzierungssicherheit für den Studiengang | | | X | | |

4.2 Lehrpersonal des Studienganges

Der Studiengang verfügt über keine eigenen, festen Stellen für Lehrpersonal. Das Konzept sieht vor, für das Fachgebiet ausgewiesene und an verschiedenen Hochschulen lehrende Hochschullehrer sowie externe Lehrende aus der Praxis befristet für einzelne Module zu bin-

¹ n.b. = nicht beobachtbar

² n.r. = nicht relevant

den. Der Studiengang wird derzeit von zwölf Dozenten umgesetzt, davon sieben Hochschulprofessoren, vor allem der Hochschulen Merseburg und Harz. Ergänzt werden diese durch den Leiter des Bereich „Weiterbildung und Personaltransfer“ der Hochschule Merseburg, der auch für die Betreuung und Administration im Studiengang verantwortlich ist, sowie durch Experten aus der Praxis.

Nach Angaben der Studiengangsleitung sind alle Lehrenden wissenschaftlich qualifiziert und publizieren. Sie verfügen demnach aufgrund ihrer Tätigkeiten über fundierte pädagogisch-didaktische Qualifikationen und fundierte Praxiskenntnisse. Tutoren sind im Präsenzlehrricht nicht vorgesehen.

Die interne Kooperation des Studienganges übernimmt die Studiengangsleitung in enger Abstimmung mit dem Bereich „Weiterbildung und Personaltransfer“ der Hochschule Merseburg. Sie pflegt nach eigenen Angaben dabei einen engen und regelmäßigen Kontakt zu den Dozenten zwecks inhaltlicher Abstimmungen sowie den Kontakt zwischen Studiengangsleitung, Prüfungsausschuss und Dozenten. Ferner sind regelmäßige Dozententreffen geplant. An der „HoMe-Akademie“ der Hochschule Merseburg besteht ein regelmäßiges Fortbildungsangebot für Lehrende und Mitarbeiter.

Die Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal erfolgt in einem ständigen Austausch, sie soll zukünftig auch über die derzeit in der Einführung befindliche E-Learning-Plattform erfolgen. Das Lehrpersonal betreut die Studierenden modulbezogen im Rahmen der Präsenzlehrrveranstaltungen oder über Telefon und E-Mail.

Ergänzend erfolgen Betreuung und Information der Studierenden auch durch den Bereich „Weiterbildung und Personaltransfer“ der Hochschule Merseburg

Bewertung:

Der Einsatz der Lehrenden erfolgt auf kontraktueller Basis außerhalb ihres Lehrdeputats, eine Lehrverflechtungsmatrix wurde daher nicht vorgelegt. Die wissenschaftliche, didaktische bzw. berufspraktische Qualifikation der Lehrenden ist den Anforderungen gemäß, ihre Anzahl ist gegenwärtig nur knapp ausreichend. Die Lehrmaterialien werden von Lehrbriefautoren des Hochschulverbundes Distance Learning erstellt, ihre Güte ist damit gegeben. Bei Anwachsen der Studierendenzahlen werden die bestehenden Lehrkapazitäten hingegen nicht mehr ausreichend sein. Die Studiengangsleitung machte in den Gesprächen vor Ort jedoch deutlich, dass sie zugunsten einer intensiven Betreuung der Studierenden die Zahl der Neuimmatrikulationen auf maximal 20 pro Jahr beschränken will.

Die Durchführung des Studienganges und die intensive Betreuung der Studierenden fußen wesentlich auf dem hohen Engagement der Lehrenden; dieses ist jedoch nicht strukturell sichergestellt: Vertretungsregelungen für die Lehrenden bestehen, für den Fall eines gleichzeitigen Ausfalls beider Studiengangsleiter ist allerdings eine Aufrechterhaltung des Studienganges mit der bestehenden Lehrkapazität gegenwärtig nicht zu gewährleisten.

Dies steht im Widerspruch zu den „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009, Kriterium 2.6, demzufolge die adäquate Durchführung des Studienganges auch hinsichtlich der quantitativen personellen Ausstattung zu sichern ist. Die Gutachter empfehlen daher, die Akkreditierung mit der Auflage zu verbinden, dass eine für den Studiengang ausreichende Lehrkapazität unter Berücksichtigung angemessener Vertretungsregelungen nachgewiesen wird.

Die Kooperationen und Abstimmungsprozesse erfolgen im Wesentlichen informell, dies ist aus Sicht der Gutachter aber angesichts der überschaubaren Zahl der Lehrenden bzw. Studierenden des Studienganges insgesamt angemessen. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung werden angeboten.

Tutoren sind nicht Bestandteil des Betreuungskonzeptes für die Studierenden, diese Aufgabe wird von den Lehrenden und insbesondere vom Leiter des Bereichs „Weiterbildung und Per-

sonaltransfer“ im Rahmen des studienbegleitenden Coachings übernommen. Angesichts der kleinen Zahl von Studierenden des aktuellen Matrikels ist eine intensive Betreuung auch durch die sonstigen Lehrenden und insbesondere die Studiengangsleitung gewährleistet, die Studierenden zeigten sich in den Gesprächen vor Ort rundum zufrieden mit der Betreuung.

| | | Exzellent | Qualitätsanforderung übertroffen | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ³ |
|--------|---|-----------|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 4.2 | Lehrpersonal des Studienganges | | | X | | |
| 4.2.1* | Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen | | | Auflage | | |
| 4.2.2* | Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonals | | | X | | |
| 4.2.3 | Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals | | | X | | |
| 4.2.4 | Praxiskenntnisse des Lehrpersonals | | | X | | |
| 4.2.5 | Tutoren im Präsenzunterricht | | | X | | |
| 4.2.6 | Interne Kooperation | | | X | | |
| 4.2.7 | Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal | | X | | | |

4.3 Durchführung des Studienganges

Die Studiengangsleitung hat die Aufgabe, auf der Grundlage der Studienordnung und der Prüfungsordnung sowie der Prinzipien des Qualitätsmanagement der beiden Hochschulen in der jeweils gültigen Fassung den Studienablauf zu organisieren und das Konzept inhaltlich weiter zu entwickeln. Die Studiengangsleitung setzt sich aus den beiden Studiengangsleitern, die jeweils einer der beiden Hochschulen angehören, und dem Leiter des Bereiches „Weiterbildung und Personaltransfer“ der Hochschule Merseburg zusammen.

Die Studiengangsleitung hat insbesondere folgende Aufgaben zu erfüllen:

- Planung, Organisation, Führung und Kontrolle des Studienablaufs
- Auswahl des Lehrpersonals
- Steuerung und Kontrolle des Studienablaufs
- Budgetplanung und -kontrolle
- Zusammenarbeit mit dem Prüfungsausschuss
- Zusammenarbeit mit dem Beirat
- Planung, Führung und Kontrolle der Studiengangskommunikation
- Qualitätsmanagement
- Vorbereitung der Akkreditierung des Studienganges

Das Kundenmanagement erfolgt durch die Hochschulen Harz und Merseburg in enger Abstimmung mit dem Bereich „Weiterbildung und Personaltransfer“. Er übernimmt auch sämtliche organisatorischen Aufgaben der Studienplanung und -durchführung, insbesondere:

- die Organisation des Studienablaufs
- die Vorbereitung von Planungs- und Kontrollaufgaben (Studienablauf, Budget, Qualitätsmanagement, Akkreditierung)
- Organisation der Studiengangskommunikation

- Organisation der Prüfungsausschussberatungen
- Organisation der Beiratssitzungen

Den Studierenden stehen Vertreter des Bereichs „Weiterbildung und Personaltransfer“ als ständige Ansprechpartner zur Verfügung. Fragen, die häufig organisatorischer Natur sind, können auf diese Weise direkt und zügig beantwortet werden. Sofern erforderlich, wird die Studiengangsleitung hinzugezogen, so dass auch die direkte Kommunikation zwischen Studierenden und Leitung gesichert wird. Sofern Fragen zu individuellen Lernfortschritten auftreten, werden diese nach den Angaben der Studiengangsleitung zeitnah mit den jeweiligen Dozenten besprochen.

Der Prüfungsausschüsse achtet darauf, dass die Bestimmungen der Prüfungsordnungen eingehalten werden. In regelmäßigen Abständen berichtet der Prüfungsausschuss dem Fachbereichsrat über die Entwicklung der Prüfungspraxis, der Studienzeiten und gibt Anregungen zur Reform der Prüfungs- und Studienordnungen sowie der Studienpläne. Konkrete Angaben zu den Mitgliedern des Prüfungsausschusses liegen nicht vor.

Eine Beiratsfunktion nehmen nach Darlegung der Studiengangsleitung zwei Gremien wahr: Der Fachausschuss des Hochschulverbundes Distance Learning (HDL) sowie der Beirat des Studienganges.

Der Vorsitzende des Fachausschusses des HDL ist zugleich Studiengangsleiter des vorliegenden Studienganges, im Ausschuss sind ferner die Hochschulen Merseburg, Harz, Zittau/Görlitz (FH), die Universität Lüneburg sowie die Fachhochschule Brandenburg vertreten. Externe Vertreter sind: Institut für Kulturmanagement der Hochschule für Musik „Hanns Eisler“, Berlin; Rolf Budde Musikverlage, Anwaltskanzlei dtb Rechtsanwälte. Aufgabe des Fachausschusses ist die Planung, Organisation, Führung und Kontrolle der Produktion des Curriculums und der Studienbriefe und darüber hinaus die Evaluation der Einführung des Studienganges als Pilotprojekt.

Der Beirat des Studienganges wurde im April 2004 gegründet. Die Beiratsmitglieder sind langjährige und anerkannte Experten im Bereich des Kulturmanagements. Sie unterstützen die Studiengangsleitung nach eigenen Angaben bei der praxisorientierten Weiterentwicklung des Studienganges und stehen für Projekte der Studierenden und die Gestaltung von Fallbeispielen zur Verfügung. Die Aufgaben des Beirats sind in den „Grundsätzen der Zusammenarbeit des Beirats“ niedergelegt und auf der Homepage des Studienganges veröffentlicht.

Bewertung:

Die Ablauforganisation und Entscheidungsprozesse, -kompetenzen und -verantwortlichkeiten sind nachvollziehbar und werden umgesetzt. Die Dozierenden sind bei den Entscheidungsprozessen, welche ihre Tätigkeitsbereiche betreffen, einbezogen. Zur Einbeziehung der Studierenden in das Studiengangsmanagement liegen keine Informationen vor.

Die Studiengangsleitung sichert einen reibungslosen Ablauf des Studienbetriebs und fördert die Entwicklung des Studienganges. Eine intensive Betreuung der Studierenden wird gewährleistet. Verwaltungsunterstützung mit Transparenz in der Aufgaben- und Personenzuordnung wird durch die administrativen Mitarbeiter für Studierende und Lehrende gewährleistet. Die Prozesse sind zielgerichtet organisiert mit eindeutiger Zuordnung von Aufgaben und Verantwortlichkeiten. Die Möglichkeiten der elektronischen Serviceunterstützung werden genutzt und ergänzen das persönliche Beratungsgespräch.

Ein Beirat ist eingerichtet. Regelungen über die Struktur und Befugnisse bestehen und sind transparent. Die Gutachter haben nicht klären können, welche konkrete Funktion der Beirat wahrnimmt. Er sollte verstärkt zur Unterstützung der Studierenden in Bezug auf Projektarbeiten, zur Gewinnung von Gastdozenten und für die Werbung für den Studiengang genutzt werden.

| | | Exzellent | Qualitätsanforderung übertraffen | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ³ |
|--------|---|-----------|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 4.3 | Studiengangsmanagement | | X | | | |
| 4.3.1 | Ablauforganisation für das Studiengangsmanagement und Entscheidungsprozesse | | | X | | |
| 4.3.2 | Studiengangsleitung | | X | | | |
| 4.3.3* | Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal | | X | | | |
| 4.3.4 | Beratungsgremien (Beirat) und dessen Struktur und Befugnisse | | | X | | |

4.4 Dokumentation des Studienganges

Die wesentlichen Inhalte zum Studiengang (etwa die Studien- und Prüfungsordnung; Übersicht über die Module und Präsenzphasen) sind den Webauftritten der beteiligten Hochschule und des Studienganges zu entnehmen.

Die studiengangsbezogenen Aktivitäten werden durch den Bereich Weiterbildung und Personaltransfer dokumentiert und der Studiengangsleitung zur Verfügung gestellt. Ferner werden die Kommunikationswege, insbesondere die Homepage des Studienganges, genutzt, um relevante Aktivitäten zu kommunizieren. Einmal pro Jahr wird ein Bericht über den Studiengang erstellt und an die beteiligten Fachbereichsräte gegeben.

Bewertung:

Die Anforderungen hinsichtlich Studiengang, Studienverlauf und Prüfungen sind durch geeignete Dokumentation und Veröffentlichung bekannt. Die Studierenden werden durch fachliche und überfachliche Beratung unterstützt. Eine Dokumentation der Aktivitäten im Studienjahr wurde nicht vorgelegt, erfolgt nach Angaben der Studiengangsleitung jedoch jährlich.

| | | Exzellent | Qualitätsanforderung übertraffen | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ³ |
|--------|--|-----------|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 4.4 | Dokumentation des Studienganges | | | X | | |
| 4.4.1* | Beschreibung des Studienganges | | | X | | |
| 4.4.2 | Dokumentation der Aktivitäten im Studienjahr | | | X | | |

4.5 Lerninfrastruktur

Die Präsenz-Lehrveranstaltungen finden gegenwärtig überwiegend in den Cranachhöfen in der Lutherstadt Wittenberg statt. Die Gebäude beherbergen u.a. Veranstaltungsräume und Unterbringungsmöglichkeiten. Auch im unmittelbaren Umfeld gibt es Übernachtungsmöglichkeiten in allen Preiskategorien. Gründe für die Wahl dieses Veranstaltungsortes sind nach Angaben der Studiengangsleitung neben der infrastrukturellen Ausstattung des Veranstaltungsortes die Bekanntheit der Stadt Wittenberg und der Cranachhöfe sowie die gute Verkehrsanbindung.

Die Seminarräume werden zu den Präsenzphasen angemietet. Zur Ausstattung gehören transportable Beamer in allen Räumen. Moderationskoffer, Metaplan-Wände, Schultafeln, Overheadprojektoren usw. sind nach Angaben der Studiengangsleitung in ausreichendem Maße vorhanden. Neben den Räumen in den Cranach-Höfen werden für einzelne Lehrveranstaltungen auch die Räumlichkeiten der Hochschule Harz und der Hochschule Merseburg genutzt. Beide Hochschulen sind nicht zuletzt durch die in jüngster Zeit erfolgten Investitionen sowohl räumlich als auch lehrtechnisch auf dem modernsten Stand. Die Studierenden haben

darüber hinaus die Möglichkeit, alle infrastrukturellen Möglichkeiten, insbesondere die Bibliotheken der beiden Hochschulen zu nutzen.

IT-bezogen wird der Studiengang von der Hochschule Merseburg aus unterstützt. Mit Beginn der Zugehörigkeit zur Hochschule stehen allen Angehörigen die zentralen IT-Ressourcen zur Verfügung (Hochschul-E-Mail-Adresse, persönliches Home-Verzeichnis, Webpace, freie Lizenzen). Dies wird durch einen Nuterausweis dokumentiert, der die Informationen zur Anmeldung und Identifizierung enthält. Eine individuelle Beratung oder Betreuung der Nutzer ist aus Kapazitätsgründen nicht möglich. Der Schwerpunkt individueller Dienstleistung gegenüber den Anwendern (Studierenden) liegt in den Fachbereichen. Eine individuelle Betreuung der Studierenden wird durch den Bereich „Weiterbildung und Personaltransfer“ sichergestellt.

Der Bestand an Büchern der Hochschulbibliothek Merseburg umfasst ca. 200.000 Exemplare, der an Zeitschriften ca. 1.850 (350 Print Journals, 1.500 E-Journals). Die Studierenden haben zudem die Möglichkeit, vom PC aus in folgenden Katalogen zu recherchieren, ausgewählte Titel vorzubestellen oder zu verlängern:

- OPAC
- GVK – Gemeinsamer Verbundkatalog
- GVKplus – mit Online-Contents
- KVK – Karlsruher virtueller Katalog
- Katalog der Universitäts- und Landesbibliothek Sachsen-Anhalt, Halle

Die Studierenden haben die Möglichkeit, über Fernleihe Publikationen aus anderen Bibliotheken zu bestellen und auf Datenbankdienste zuzugreifen. Weiterhin ist in der Hochschulbibliothek eine Vielzahl aktueller Fachzeitschriften in Papierform sowie online verfügbar. Ergänzend ist durch jeden Studierenden selber sicherzustellen, dass er/sie gemäß Modulbeschreibung einen direkten Zugang zu einer wissenschaftlichen Bibliothek in seiner räumlichen Nähe hat.

Zur Ausstattung und zu den Zugangsmöglichkeiten der Hochschulbibliothek der Hochschule Harz werden keine Angaben gemacht.

Bewertung:

Vorauszuschicken ist, dass die Gutachter aus organisatorischen Gründen die Veranstaltungsräume in Wittenberg nicht persönlich in Augenschein nehmen konnten, die Studiengangsleitung die Anzahl und Ausstattung in einer ausführlichen Präsentation jedoch dargelegt hat. Zur Lerninfrastruktur der Hochschule Merseburg konnten sich die Gutachter vor Ort ein Bild machen. Im Ergebnis gelangen sie zu der Einschätzung, dass Quantität und Qualität der Präsenzlehrräume den für den Studienbetrieb beschriebenen Notwendigkeiten gegenwärtig und in absehbarer Zukunft entsprechen. Mit der eingangs erwähnten Einschränkung ist festzuhalten, dass die Arbeits- und Lernumgebung unter Berücksichtigung von kontinuierlichem Arbeiten und Ergonomie systematisch gestaltet wurde. Die Räume und Zugänge sind in Wittenberg und Merseburg behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar. Die Studierenden haben in besonders eingerichteten Räumen Zugang zum Internet über dort befindliche PCs oder eigenen Laptop. Die Verfügbarkeit dieser Räume ist nachgewiesen. Gruppen- und Einzelbetreuung während der Veranstaltungszeiten ist gewährleistet.

Die von der Studiengangsleitung vorgestellte E-Learning-Plattform „ILIAS“ bietet vielfältige Möglichkeiten der Unterstützung der Fernlehre und überzeugt, allerdings befindet sie sich gegenwärtig noch im Aufbau. Entsprechende Weiterbildungsveranstaltungen werden nach Angaben der Gesprächspartner vor Ort angeboten. Dabei ist im Zuge der Einführung auch dafür Sorge zu tragen, dass die Lehrenden diese Plattform auch für interaktive Lehrformen nutzen. Die Unterstützung der Studierenden bei der Nutzung der E-Learning-Plattform erfolgt individuell durch den Bereich „Weiterbildung und Personaltransfer“. Der Online-Zugang zur Fachlitera-

tur ist im Grundsatz gewährleistet, im Übrigen nutzen die Studierenden die Bibliotheken an ihrem jeweiligen Wohnort.

| | | Exzellent | Qualitätsanforderung übertroffen | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ³ |
|--------|--|-----------|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 4.5 | Lerninfrastruktur | | | X | | |
| 4.5.1* | Gebäude, materiell-technische und IT-Infrastruktur | | | X | | |
| 4.5.2 | Arbeits- und Lernumgebung | | | X | | |
| 4.5.3 | Studierendenbetreuung | | X | | | |
| 4.5.4 | Online-Zugang zur Fachliteratur | | | X | | |

4.6 Zusätzliche Dienstleistungen

Die Hochschule Merseburg verfügt über einen Karriere Service, der in den Bereich „Weiterbildung und Personaltransfer“ integriert ist und eine enge Verzahnung zwischen Studiengang und Karriereberatung sicherstellen soll. Er verfügt nach Angaben der Studiengangsleitung über vielfältige Kontakte zu Unternehmen. Nach den bisherigen Erfahrungen des Studienganges ist eine solche Karriereberatung jedoch nicht erforderlich, da die Studierenden berufs begleitend studieren.

Alumni-Treffen finden nach Angaben der Studiengangsleitung einmal pro Jahr statt. Darüber hinaus werden Alumni in die Studierendenwerbung und Öffentlichkeitsarbeit einbezogen.

An der Hochschule Merseburg besteht eine psychosoziale Beratungsstelle des Studentenwerkes. Hier erfolgt die Vermittlung von Wohnraum, eine Beratung zum BAföG und zu anderen finanziellen Problemen, eine soziale Beratung sowie psychosoziale Beratung bei persönlichen Problemen im Studium

Bewertung:

Ein Placement Service ist aus Sicht der Gutachter für die Studierenden des vorliegenden Studienganges nicht relevant, da diese in der Regel bereits berufstätig sind; hinsichtlich einer Karriereberatung können die Studierenden bei entsprechenden Fragen durch den Bereich „Weiterbildung und Personaltransfer“ umfassend beraten werden.

Eine systematische Alumni-Arbeit ist für den Studiengang bislang nicht zu erkennen, dies ist vor dem Hintergrund der bislang geringen Absolventenzahlen und des informellen Kontaktes der Lehrenden zu den Absolventen nachvollziehbar. Dennoch raten die Gutachter, die Alumni-Aktivitäten systematisch auszubauen, auch mit Blick auf eine verstärkte Werbung um potenzielle Studierende.

Betreuung und Sozialberatung sind fester Bestandteil der Dienstleistung der Hochschule und werden regelmäßig angeboten. Zusätzlich zur Serviceleistung der Hochschule gibt es für den Studiengang mit dem Leiter des Bereichs „Weiterbildung und Personaltransfer“ eine Vertrauensperson zur individuellen Beratung für die Studierenden in allen Fragen des täglichen Lebens.

| | | Exzellent | Qualitätsanforderung übertroffen | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ³ |
|-------|--|-----------|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 4.6 | Zusätzliche Dienstleistungen | | | X | | |
| 4.6.1 | Karriereberatung und Placement Service | | | X | | |
| 4.6.2 | Alumni-Aktivitäten | | | X | | |
| 4.6.3 | Sozialberatung und -betreuung der Studierenden | | X | | | |

5 Qualitätssicherung

Für die Organisation des Studienganges ist die Hochschule Merseburg zuständig. Diese hat 2009 mit der Einführung eines ganzheitlichen, prozessorientierten Qualitätsmanagementsystems begonnen, das alle Leistungsbereiche der Hochschule einschließen soll. Der hierfür entwickelte Ansatz zur Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung vollzieht sich in einem integrativen Qualitätsmanagementsystem (IQM). Die Implementierung des IQM wird durch eine Rektoratsarbeitsgruppe „Qualitätsmanagement“ geführt. Sie entwickelt verschiedene methodische Ansätze sowie Instrumente zur Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung. Dabei ist nach den erreichbaren Informationen auch der Einsatz von Zielvereinbarungen geplant.

Im vorliegenden Studiengang werden nach Angaben der Studiengangsleitung neben dem hochschulweit standardisierten Evaluationsbogen insbesondere mündliche Lehrevaluationen regelmäßig genutzt.

Mit der schriftlichen Evaluation wird demnach nach jeder Präsenzveranstaltung der Ablauf der Veranstaltung und die Art der Lehrvermittlung von den Studierenden erfragt. Bei der Einführung des Studienganges wurde darüber hinaus jeder Studienbrief durch die Studierenden bewertet. Die erhobenen Daten werden nach Angaben der Studiengangsleitung statistisch erfasst und systematisch ausgewertet.

Die mündliche Evaluation durch die Studierenden erfolgt in jeder Präsenzveranstaltung. Dabei werden die Ziele, Methoden, Ergebnisse und Verbesserungsmöglichkeiten inhaltlicher und studienorganisatorischer Art besprochen. Ergänzend wird jeweils in der letzten Präsenzveranstaltung des Semesters das gesamte Semester mündlich evaluiert. Diese Veranstaltung wird grundsätzlich von den Leitern des Studienganges durchgeführt. In der Zusammenarbeit mit den Studierenden werden hierbei gemeinsam Verbesserungsmöglichkeiten erarbeitet. Ferner stehen die Studierenden im regelmäßigen Kontakt zur Studiengangsleitung und haben jederzeit die Möglichkeit, Probleme und Schwierigkeiten, aber auch Positives über das Studiengeschehen zu äußern. Ein Studierender fungiert zudem als Kontakt- und Vertrauensperson.

Die Ergebnisse dieser beiden Evaluationsverfahren werden nach Angaben der Studiengangsleitung systematisch und kontinuierlich erfasst. Sie werden anschließend von der Studiengangsleitung diskutiert. Schließlich werden Verbesserungspotentiale diskutiert und umgesetzt.

So genannte „Abspringerbefragungen“ erfolgen meist fernmündlich durch die Studiengangsleitung. Studienanfängerbefragungen werden vor und zu den ersten Präsenzveranstaltungen mündlich durchgeführt. Abrecherbefragungen erfolgen in individuellen Einzelgesprächen.

Eine mündliche Studiengangsevaluation findet nach jedem Matrikel und fand zudem in Vorbereitung der Restrukturierung des Studienganges und der Akkreditierung statt. Dazu wurden nach Angaben der Studiengangsleitung zwei weitere evaluierende Diskussionsveranstaltungen zwischen Studierenden und der Studiengangsleitung durchgeführt. Die Kritik und die Vorschläge der Studierenden wurden demnach in das vorliegende Studiengangskonzept vollumfänglich aufgenommen.

Bezüglich einer Evaluation durch die Lehrenden führt die Studiengangsleitung aus, dass diese zu den Aufgaben des Lehrpersonals gehöre und sowohl schriftlich als auch mündlich in den Präsenzveranstaltungen erfolge.

Bezüglich Fremdevaluationen führt die Studiengangsleitung aus, dass diese durch mündliche Absolventengespräche erfolgen, die regelmäßig im Rahmen der Alumnitreffen stattfinden. Darüber hinaus bestehen demnach regelmäßige Kontakte zu ehemaligen Studierenden. Ferner verweist die Studiengangsleitung auf die jährliche Berichterstattung an die am Studiengang beteiligten Fachbereiche; auf jährliche Workshops des Hochschulverbundes Distance Learning, auf dem die Ergebnisse des Studienganges im Hinblick auf die Studienbriefe regelmäßig besprochen werden; auf Beiratssitzungen, bei denen einmal pro Matrikel die Ziele, die Struktur und die Ergebnisse sowie die weitere Entwicklung diskutiert werden sowie auf die externe Evaluation durch die Akkreditierung.

Bewertung:

Die Hochschule Merseburg, an der der Studiengang formal/organisatorisch angesiedelt ist, befindet sich gegenwärtig im Aufbau eines Qualitätsmanagementsystems, das umfassend konzipiert werden und alle für eine qualitätvolle Entwicklung von Studiengängen relevanten Bereiche berücksichtigen soll. Über Struktur, Verantwortlichkeiten und Ergebnisse des IQM wurden keine Informationen vorgelegt. Ein über den Einsatz eines hochschulweit standardisierten Fragebogens im Studiengang hinausgehender Zusammenhang zwischen hochschulweiter Qualitätssicherung und der Qualitätssicherung im vorliegenden Studiengang ist nicht erkennbar.

Kennzeichen der Qualitätssicherung im vorliegenden Studiengang sind kurze Wege und informelles Vorgehen. Dies ist bei der sehr überschaubaren Größe des Studienganges und in Anbetracht der personellen Ausstattung des Studienganges nachvollziehbar.

Die Gutachter sind davon überzeugt, dass einer hohen Qualität des Studienganges seitens der Verantwortlichen große Aufmerksamkeit geschenkt wird. Allerdings wurden Ergebnisse der von der Studiengangsleitung beschriebenen, vielgestaltigen Evaluierungsaktivitäten nicht vorgelegt und bleiben insofern unklar. Wie an anderer Stelle bereits ausgeführt, liegen ebenso keine belastbaren Informationen zur Workload der Studierenden oder zum Verbleib der Absolventen vor. Dies steht im Widerspruch zu den „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ vom 8. Dezember 2009, Kriterium 2.8, demzufolge Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements bei den Weiterentwicklungen des Studienganges unter Berücksichtigung von Evaluationsergebnissen, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs zu nutzen sind. Die Gutachter empfehlen daher, die Akkreditierung mit der Auflage zu verbinden, dass für den Studiengang Auswertungen der Evaluationsergebnisse (Studierende, Lehrende, Alumni) und eine Auflistung daraus abgeleiteter Maßnahmen vorgelegt werden.

Mit Blick auf die bisher langen Immatrikulationszyklen stellt sich allerdings die Frage, inwieweit hier eine lehrbezogene Qualitätssicherung greifen kann, wenn beispielsweise zwischen der Rückmeldung der Studierenden zur Qualität einer spezifischen Lehrveranstaltung und ihrem erneuten Angebot beim gegenwärtigen Immatrikulationszyklus mehrere Jahre liegen können. Zudem unterliegt die Qualitätssorge auch kapazitären Restriktionen (hierzu auch Kapitel 3.2, Prüfungen).

In der Gesamtbetrachtung erscheint die Qualitätssicherung des Studienganges als eng mit den Aspekten „Nachfrage“ und „Personalausstattung“ verknüpft und einander wechselseitig bedingend. Aus der Perspektive einer nachhaltigen Qualitätssicherung ist es dann erforderlich, eine ausreichende personelle Kapazität im Studiengang oder alternativ, eine entsprechend nachhaltige Unterstützung durch hochschulzentrale Stellen zu gewährleisten sowie die studentische Nachfrage nach dem vorliegenden Studiengang deutlich zu steigern.

| | | Exzellent | Qualitätsanforderung übertroffen | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ² |
|-----------|--|-----------|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| 5. | Qualitätssicherung | | | | | |
| 5.1 | Qualitätssicherung und -entwicklung der Hochschule und das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fakultät/Fachbereich sowie Studiengangsleitung in der Studiengangs-entwicklung | | | | X | |
| 5.2* | Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, | | | Auflage | | |

| | | Exzellent | Qualitätsanforderung übertroffen | Qualitätsanforderung erfüllt | Qualitätsanforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ² |
|-------|--|-----------|----------------------------------|------------------------------|------------------------------------|--|
| | Prozesse und Ergebnisse | | | | | |
| 5.3 | Instrumente der Qualitätssicherung | | | X | | |
| 5.3.1 | Evaluation durch Studierende | | | X | | |
| 5.3.2 | Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal | | | X | | |
| 5.3.3 | Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte | | | X | | |

Qualitätsprofil

Hochschulen: Hochschule Merseburg und Hochschule Harz

Master-Studiengang: Kulturmanagement/ -marketing (MBA)

Beurteilungskriterien

Bewertungsstufen

| | | Exzellent | Qualitäts- anforderung übertrifft | Qualitäts- anforderung erfüllt | Qualitäts- anforderung nicht erfüllt | n.b. ¹ n.r. ³ |
|-----------|--|-----------|---|--------------------------------------|--|--|
| 1. | Strategie und Ziele | | | | | |
| 1.1. | Zielsetzungen des Studienganges | | | X | | |
| 1.1.1* | Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes | | | X | | |
| 1.1.2 | Begründung der Abschlussbezeichnung | | | Auflage | | |
| 1.1.3 | Studiengangprofil (nur relevant für Master-Studiengang in D) | | | X | | |
| 1.1.4* | Studiengang und angestrebte Qualifikations- und Kompetenzziele | | | X | | |
| 1.2 | Positionierung des Studienganges | | | X | | |
| 1.2.1 | Positionierung im Bildungsmarkt | | | | X | |
| 1.2.2 | Positionierung im Arbeitsmarkt im Hinblick auf Beschäftigungsrelevanz („Employability“) | | | X | | |
| 1.2.3 | Positionierung im strategischen Konzept der Hochschule | | X | | | |
| 1.3 | Internationale Dimension des Studienganges | | | | | n.r. |
| 1.3.1 | Internationale Ausrichtung der Studiengangskonzeption | | | | | n.r. |
| 1.3.2 | Internationalität der Studierenden | | | X | | |
| 1.3.3 | Internationalität der Lehrenden | | | X | | |
| 1.3.4 | Internationale Inhalte | | | X | | |
| 1.3.5 | Interkulturelle Inhalte | | | X | | |
| 1.3.6 | Strukturelle und/oder Indikatoren für Internationalität | | | X | | |
| 1.3.7 | Fremdsprachenanteil | | | X | | |
| 1.4 | Kooperationen und Partnerschaften | | | X | | |
| 1.4.1 | Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken | | | X | | |
| 1.4.2 | Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen | | | X | | |
| 1.5 | Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit | | | X | | |
| 2 | Zulassung (Bedingungen und Verfahren) | | | | | |
| 2.1 | Studieninformation | | | X | | |
| 2.2 | Studierendenberatung | | | X | | |
| 2.3 | Zulassungsbedingungen | | | X | | |
| 2.4 | Auswahlverfahren (falls vorhanden) | | | X | | |
| 2.5* | Berufserfahrung (* für weiterbildenden Master-Studiengängen) | | | X | | |

| | | | | | | |
|--|---|--|---|---------|---|------|
| 2.6 | Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz | | | X | | |
| 2.7* | Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens | | | X | | |
| 2.8* | Transparenz der Zulassungsentscheidung | | | X | | |
| 3. Konzeption des Studienganges | | | | | | |
| 3.1 | Struktur | | | X | | |
| 3.1.1 | Struktureller Aufbau des Studienganges (Kernfächer / ggf. Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) / weitere Wahlmöglichkeiten / Praxiselemente) | | | X | | |
| 3.1.2* | Berücksichtigung des „European Credit Transfer and Accumulation Systeme (ECTS)“ und der Modularisierung | | | Auflage | | |
| 3.1.3* | Studien- und Prüfungsordnung | | | X | | |
| 3.1.4* | Studierbarkeit | | | Auflage | | |
| 3.2 | Inhalte | | | X | | |
| 3.2.1* | Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums | | | X | | |
| 3.2.2 | Fachliche Angebote in Kernfächern | | | X | | |
| 3.2.3 | Fachliche Angebote in Spezialisierungen (Wahlpflichtfächer) | | | | | n.r. |
| 3.2.4 | Fachliche Angebote in den Wahlmöglichkeiten der Studierenden (falls zutreffend) | | | | | n.r. |
| 3.2.5 | Integration von Theorie und Praxis | | X | | | |
| 3.2.6 | Interdisziplinarität | | | X | | |
| 3.2.7 | Methoden und wissenschaftliches Arbeiten | | | X | | |
| 3.2.8 | Wissenschaftsbasierte Lehre | | | X | | |
| 3.2.9 | Prüfungsleistungen | | | X | | |
| 3.2.10 | Abschlussarbeit | | | X | | |
| 3.3 | Überfachliche Qualifikationen | | | X | | |
| 3.3.1 | Kompetenzerwerb für anwendungs- und/oder forschungsorientierte Aufgaben (nur bei Master-Studiengang) | | | X | | |
| 3.3.2 | Bildung und Ausbildung | | | | X | |
| 3.3.3 | Ethische Aspekte | | | X | | |
| 3.3.4 | Führungskompetenz | | | | X | |
| 3.3.5 | Managementkonzepte | | | | X | |
| 3.3.6 | Kommunikationsfähigkeit und Rhetorik | | | X | | |
| 3.3.7 | Kooperations- und Konfliktfähigkeit | | | | X | |
| 3.4 | Didaktik und Methodik | | | X | | |
| 3.4.1 | Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes | | | X | | |
| 3.4.2 | Methodenvielfalt | | | X | | |
| 3.4.3 | Fallstudien / Praxisprojekt | | | | X | |
| 3.4.4 | Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien | | | X | | |
| 3.4.5 | Gastreferenten | | | X | | |
| 3.5* | Berufsbefähigung | | | X | | |

| | | | | | | |
|-----------|---|--|---|---------|--|--|
| 4. | Ressourcen und Dienstleistungen | | | | | |
| 4.1 | Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges | | | X | | |
| 4.1.1* | Logik und Nachvollziehbarkeit der Finanzplanung | | | X | | |
| 4.1.2 | Finanzielle Grundausstattung | | | X | | |
| 4.1.3* | Finanzierungssicherheit für den Studiengang | | | X | | |
| 4.2 | Lehrpersonal des Studienganges | | | X | | |
| 4.2.1* | Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen | | | Auflage | | |
| 4.2.2* | Wissenschaftliche Qualifikation des Lehrpersonales | | | X | | |
| 4.2.3 | Pädagogische / didaktische Qualifikation des Lehrpersonals | | | X | | |
| 4.2.4 | Praxiskenntnisse des Lehrpersonals | | | X | | |
| 4.2.5 | Tutoren im Präsenzunterricht | | | X | | |
| 4.2.6 | Interne Kooperation | | | X | | |
| 4.2.7 | Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal | | X | | | |
| 4.3 | Studiengangsmanagement | | X | | | |
| 4.3.1 | Ablauforganisation für das Studiengangsmanagement und Entscheidungsprozesse | | | X | | |
| 4.3.2 | Studiengangsleitung | | X | | | |
| 4.3.3* | Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal | | X | | | |
| 4.3.4 | Beratungsgremien (Beirat) und dessen Struktur und Befugnisse | | | X | | |
| 4.4 | Dokumentation des Studienganges | | | X | | |
| 4.4.1* | Beschreibung des Studienganges | | | X | | |
| 4.4.2 | Dokumentation der Aktivitäten im Studienjahr | | | X | | |
| 4.5 | Lerninfrastruktur | | | X | | |
| 4.5.1* | Gebäude, materiell-technische und IT-Infrastruktur | | | X | | |
| 4.5.2 | Arbeits- und Lernumgebung | | | X | | |
| 4.5.3 | Studierendenbetreuung | | X | | | |
| 4.5.4 | Online Zugang zur Fachliteratur | | | X | | |
| 4.6 | Zusätzliche Dienstleistungen | | | X | | |
| 4.6.1 | Karriereberatung und Placement Service | | | X | | |
| 4.6.2 | Alumni Aktivitäten | | | X | | |
| 4.6.3 | Sozialberatung und -betreuung der Studierenden | | X | | | |

| 5. | Qualitätssicherung | | | | | |
|-------|--|--|--|---------|---|--|
| 5.1 | Qualitätssicherung und -entwicklung der Hochschule und das Zusammenwirken zwischen Hochschulleitung und Fakultät/Fachbereich sowie Studiengangsleitung in der Studiengangs-entwicklung | | | | X | |
| 5.2* | Qualitätssicherung und -entwicklung des Studienganges in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse | | | Auflage | | |
| 5.3 | Instrumente der Qualitätssicherung | | | X | | |
| 5.3.1 | Evaluation durch Studierende | | | X | | |
| 5.3.2 | Qualitätssicherung durch das Lehrpersonal | | | X | | |
| 5.3.3 | Fremdevaluation durch Alumni, Arbeitgeber und weitere Dritte | | | X | | |