

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

88. Sitzung am 26./27. September 2013

Proj.-Nr. 14/065: 92. Sitzung am 25./26. September 2014 (Erweiterung um die Vertiefungsrichtung „Retail Marketing“, s. Gutachten ab Seite 34)

Proj.-Nr. 15/001: 96. Sitzung am 02. Oktober 2015 (Erweiterung um die Durchführung am Standort der Hochschule in Berlin, s. Gutachten ab Seite 44)

Proj.-Nr. 15/104 99. Sitzung am 15. Juli 2016: (Erweiterung auf die Standorte Bad Honnef, Bremen, Hamburg und Frankfurt a.M., s. Gutachten ab Seite 58)

Proj.-Nr. 17/001: 104. Sitzung am 14. September 2017 (Erweiterung um die Lernorte Hannover, Dortmund und Nürnberg, s. Gutachten ab Seite 74)

Proj.-Nr. 17/199: 107. Sitzung am 05./06. Juli 2018 (Erweiterung um den Standorte Mannheim und Wien, s. Gutachten ab Seite 85)

Projektnummer: 12/111

Hochschule: Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH) Duales Studium, Standorte Erfurt, Düsseldorf und München

Studiengang: Marketing Management (B.A.)

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

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 i.d.F. vom 23. Februar 2012 mit drei Auflagen für fünf Jahre re-akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum: 27. September 2013 bis 18. März 2020

Auflagen:

1. Es ist eine rechtsgeprüfte Zulassungsordnung vorzulegen (siehe Kapitel 2; Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung vom 23. Februar 2012, künftig „Regeln“, Kriterium 2.3).
2. Es ist eine rechtsgeprüfte Studien- und Prüfungsordnung einschließlich einer Regelung zum Ausweis einer relativen ECTS-Note vorzulegen (siehe Kapitel 3.1; Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010 i.V.m. „Regeln“, Kriterium 2.3).
3. Die Modulbeschreibungen sind um die Beschreibung des Zusammenhangs mit anderen Modulen im selben Studiengang, zu ergänzen. Die Modulbeschreibungen für die Praxismodule sind angemessen zu differenzieren und mit dem Praktikumsbetrieb abzustimmen. Dabei sind auch die unterschiedlichen Niveaus mit zunehmender Semesterzahl zu

berücksichtigen. Das Gleiche gilt für die Leitfäden, die den Praktikumsbetrieben von der Hochschule zur Verfügung gestellt werden.

(siehe Kapitel 3.2; Rechtsquelle: Abs. 2f der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen (Anlage zu den Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010) i.V.m. „Regeln“, Kriterium 2.7).

Die Auflagen sind erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 20./21. März 2014.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachterbericht

Hochschule:

Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH)
- IUBH Duales Studium
Standorte Erfurt, Düsseldorf und München

Bachelor-Studiengang:

Marketing Management (MM)

Abschlussgrad:

Bachelor of Arts (B.A.)

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der duale Studiengang mit den beiden Vertiefungsrichtungen Sales & Distribution und Online-Marketing qualifiziert für eine Berufstätigkeit als Führungsnachwuchs bzw. im mittleren Management im Bereich Marketing und Vertrieb in national und/oder international agierenden Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen, in Unternehmensberatungen, Versicherungen, Verbänden, Verlagen sowie Werbe-, Medien-, PR- und Grafik-Agenturen. Die Qualifizierung findet wöchentlich abwechselnd an den beiden Lernorten Hochschule und Ausbildungsunternehmen statt.

Datum des Vertragsschlusses:

12. Dezember 2012

Datum der Einreichung der Unterlagen:

28. Mai 2012

Datum der Begutachtung vor Ort (BvO):

11./12. Juli 2013

Akkreditierungsart¹:

Konzept-Akkreditierung

Akkreditiert im Cluster mit:

- Steuern und Prüfungswesen (B.A.) (Re-Akkreditierung)
- Management nachhaltiger Energien (B.A.) (Re-Akkreditierung)
- Produktion und Logistik (B.A.) (Re-Akkreditierung)
- Tourismuswirtschaft (B.A.) (Re-Akkreditierung)

Zuordnung des Studienganges:

grundständig

Studiendauer:

7 Semester

Studienform:

dual

Erstmaliger Start des Studienganges:

WS 2013/14/09

Aufnahmekapazität:

Erfurt (EF): im WS 15 Studierende

Düsseldorf (DD): im WS 20 Studierende

München (MUC): im WS 20 Studierende

Start zum:

Wintersemester

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

3 – im Wintersemester.

¹ Eine Begutachtung vor Ort in Erfurt fand im Rahmen der im Cluster durchgeführten Re-Akkreditierung von vier Studiengängen am Standort Erfurt statt. Die Gutachter haben dies für sinnvoll und notwendig gehalten.

Studienanfängerzahl:

Erfurt (EF): im WS 30 Studierende

Düsseldorf (DD): im WS 65 Studierende; im SS 20 Studierende

München (MUC): im WS 60 Studierende

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

180

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30

Datum der Sitzung der FIBAA-Akkreditierungskommission:

26./27. September 2013

Beschluss:

Gutachterempfehlung: Der Studiengang wird gemäß Abs. 3.1.4 i.V.m. 3.2.5 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 mit drei Auflagen für fünf Jahre akkreditiert.

Akkreditierungszeitraum:

27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2018/19

Auflagen:

1. Es ist eine rechtsgeprüfte Zulassungsordnung vorzulegen (siehe Kapitel 2; Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung vom 23. Februar 2012, künftig „Regeln“, Kriterium 2.3).
2. Es ist eine rechtsgeprüfte Studien- und Prüfungsordnung einschließlich einer Regelung zum Ausweis einer relativen ECTS-Note vorzulegen (siehe Kapitel 3.1; Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010 i.V.m. „Regeln“, Kriterium 2.3).
3. Die Modulbeschreibungen sind um die Beschreibung des Zusammenhangs mit anderen Modulen im selben Studiengang, zu ergänzen. Die Modulbeschreibungen für die Praxismodule sind angemessen zu differenzieren und mit dem Praktikumsbetrieb abzustimmen. Dabei sind auch die unterschiedlichen Niveaus mit zunehmender Semesterzahl zu berücksichtigen. Das Gleiche gilt für die Leitfäden, die den Praktikumsbetrieben von der Hochschule zur Verfügung gestellt werden. (siehe Kapitel 3.2; Rechtsquelle: Abs. 2f der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen (Anlage zu den Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010) i.V.m. „Regeln“, Kriterium 2.7).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 27. Juni 2014 nachzuweisen.

Betreuer:

Dr. Dieter Swatek

Gutachter:

Prof. Dr. Andreas Grüner

Universität St. Gallen

(Finanz- und Rechnungswesen, Entrepreneurship, Management)

Prof. Dr. Jochen Breinlinger-O'Reilly
Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin
(Strategisches Management, Organisation und Personal)

Prof. Dr. Djamel Benhacine
Hochschule München
Fakultät für Tourismus
(Tourismus, Tourism & Travel Management)

Prof. Dr. Frauke Deckow
Berufsakademie Sachsen
(Mittelständische Wirtschaft)

Dr. em. Egon Haar
Studiengangsleitung "Europäische Energiewirtschaft "
FH Kufstein

Erik Lassotta
EMITEC Produktion Eisenach GmbH
Leiter Personalwesen in Automobilzulieferindustrie

Ansgar Theisen
Hochschule Koblenz
Studierender im Bachelor-Studiengang Logistik und E-Business (B.A.)

Zusammenfassung²

Bei der Bewertung wurden die Selbstdokumentation, die Ergebnisse der Begutachtung vor Ort und die Stellungnahme der Hochschule vom 9. September 2013 berücksichtigt.

Generell gilt, dass im Fall einer Konzept-Akkreditierung, in der nur das Studiengangskonzept vorgestellt wird, der Studiengang so zu bewerten ist wie ein laufender Studiengang.

Der Bachelor-Studiengang Marketing Management der Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH) Duales Studium erfüllt mit einigen Ausnahmen die Qualitätsanforderungen für Bachelor-Studiengänge. und kann von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) im Auftrag der Stiftung zur Akkreditierung von Studiengängen in Deutschland unter fünf Auflagen akkreditiert werden.

Der Studiengang entspricht mit einigen Ausnahmen den Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz (KMK), den Anforderungen des Akkreditierungsrates, den Anforderungen des nationalen Qualifikationsrahmens sowie den landesspezifischen Strukturvorgaben in der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses geltenden Fassung. Er ist modular gegliedert, mit ECTS-Punkten versehen und schließt mit dem akademischen Grad „Bachelor of Arts“ ab. Der Grad wird von der Hochschule verliehen.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter in der Abwesenheit einer relativen ECTS-Gesamtnote und des Nachweises der Rechtsprüfung für die Ordnungen sowie den Modulbeschreibungen für die Praxismodule. 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 23. Februar 2012):

1. Es ist eine rechtsgeprüfte Zulassungsordnung vorzulegen (siehe Kapitel 2; Rechtsquelle: Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung vom 23. Februar 2012, künftig „Regeln“, Kriterium 2.3).
2. Es ist eine rechtsgeprüfte Studien- und Prüfungsordnung einschließlich einer Regelung zum Ausweis einer relativen ECTS-Note vorzulegen (siehe Kapitel 3.1; Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010 i.V.m. „Regeln“, Kriterium 2.3).
3. Die Modulbeschreibungen sind um die Beschreibung des Zusammenhangs mit anderen Modulen im selben Studiengang, zu ergänzen. Die Modulbeschreibungen für die Praxismodule sind angemessen zu differenzieren und mit dem Praktikumsbetrieb abzustimmen. Dabei sind auch die unterschiedlichen Niveaus mit zunehmender Semesterzahl zu berücksichtigen. Das Gleiche gilt für die Leitfäden, die den Praktikumsbetrieben von der Hochschule zur Verfügung gestellt werden. (siehe Kapitel 3.2; Rechtsquelle: Abs. 2f der Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen (Anlage zu den Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010) i.V.m. „Regeln“, Kriterium 2.7).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 27. Juni 2014 zu nachzuweisen.

Zur Gesamtbewertung siehe das Qualitätsprofil im Anhang.

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

Informationen zur Institution

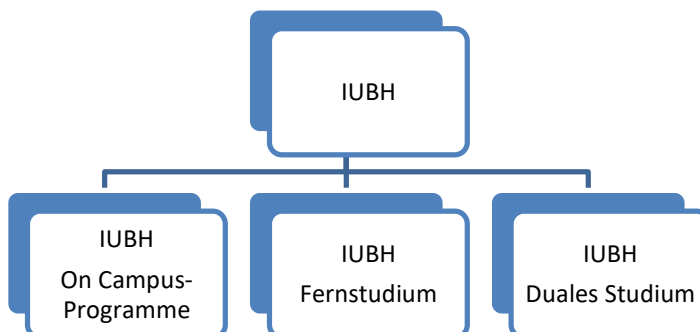
Die „Internationale Hochschule Bad Honnef“ (IUBH) ist eine im Jahr 1998 gegründete, vom Land Nordrhein-Westfalen staatlich anerkannte Hochschule in privater Trägerschaft. Trägerin der Hochschule ist die „Internationale Hochschule Bad Honnef GmbH“ mit Sitz in Bad Honnef, deren alleiniger Gesellschafter die „Career Partner GmbH“, München, ist. Die Trägerin hat mit Wirkung zum 31.8.2013 auch die Trägerschaft der bis dahin selbstständigen Adam-Ries-Fachhochschule (ARFH) mit Sitz in Erfurt an den drei Standorten Erfurt, Düsseldorf und München übernommen und deren duales Studienangebot in Form der Abteilung IUBH Duales Studium mit dem Studienangebot der IUBH verschmolzen.

Der zu akkreditierende duale Studiengang soll ab dem WS 2013/14 von der Abteilung IUBH-Duales Studium angeboten werden.

Die IUBH versteht sich nach eigener Darstellung als ein Kompetenzzentrum für Betriebswirtschaftslehre und Servicemanagement. Sie steht nach eigener Einschätzung für ein fundiertes, wissenschaftliches Studium und fokussiert sich – so die Hochschule – in besonderem Maße darauf, Arbeitshaltung und Dienstleistungsmentalität der Studierenden zu fördern. Derzeit studieren rund 1.950 Studierende an der IUBH. Davon 1.350 Präsenzstudierende (einschließlich der 450 Studierenden der früheren ARFH) und 600 Fernstudierende. Im Durchschnitt beginnen 350 Studienanfänger jährlich ihr Präsenzstudium. Im Jahr 2012 haben sich 450 Fernstudierende an der IUBH immatrikuliert.

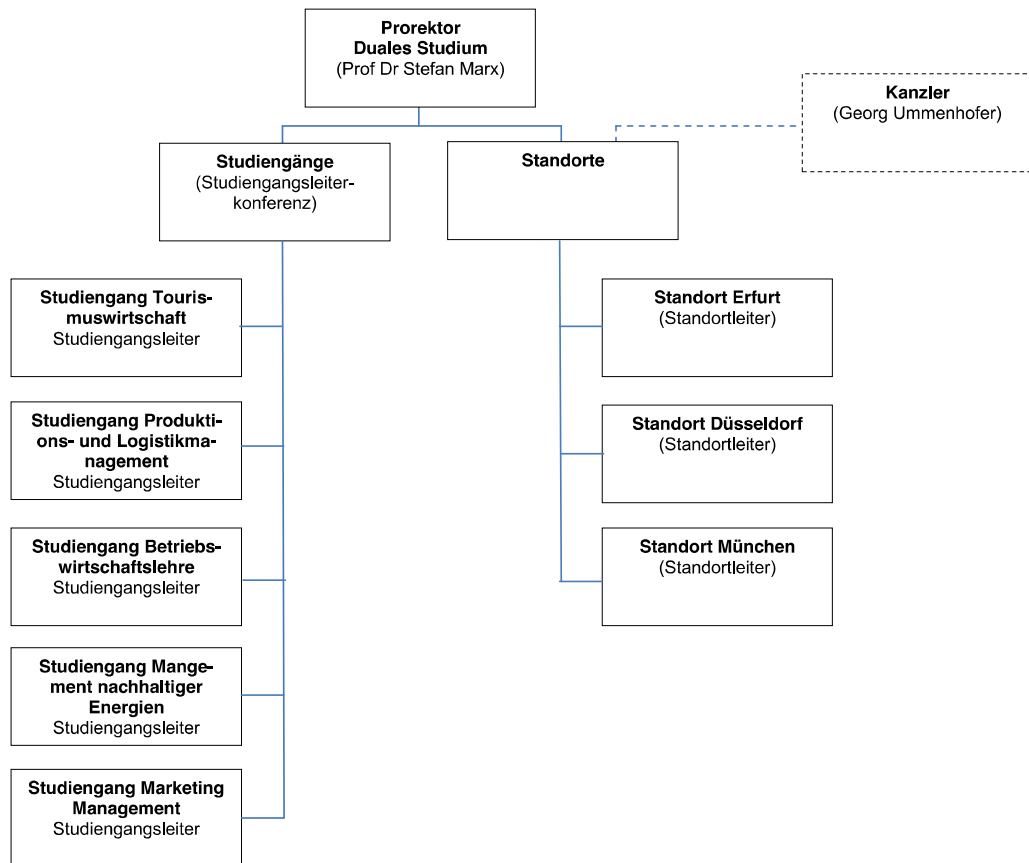
Die Hochschule ist in Form einer GmbH organisiert und insofern in der Lage, über die Organe und Bevollmächtigten der GmbH selbstständig Rechtsgeschäfte zu tätigen.

Nach der Verschmelzung mit der ARFH ist die IUBH in drei Säulen gegliedert:



Sie wird geleitet von einem Rektorat, das sich aus einem Rektor, einem Kanzler und fünf Prorektoren zusammensetzt.

Die Struktur der IUBH Duales Studium selbst ist organisatorisch in die drei Studienstandorte Erfurt, München und Düsseldorf unterteilt sowie in ihrer fachlich/disziplinären Struktur nach Studiengängen untergliedert, die sich primär am Studienangebot orientieren. Entsprechend der angebotenen Studienprogramme ergibt sich ab 01.09.2013 die folgende Struktur:



Insgesamt sollen ab dem WS 2013/14 von der IUBH neben den ursprünglichen 9 Bachelor-Studiengängen und den 3 Master-Studiengängen im Präsenz- und Fernstudium (sowie 2 auslaufende Diplomstudiengänge (FH) (Stand Februar 2013)) die folgenden Studiengänge in Form des dualen Studiums angeboten werden:

Studiengang	Regelstudienzeit	Abschluss
BACHELOR		
Tourismuswirtschaft	7 Semester	Bachelor of Arts; B.A.
Betriebswirtschaft (bisher: Steuern und Prüfungswesen)	7 Semester	Bachelor of Arts; B.A.
Produktions- und Logistikmanagement	7 Semester	Bachelor of Arts; B.A.
Management nachhaltiger Energien	7 Semester	Bachelor of Arts; B.A.
Marketing Management	7 Semester	Bachelor of Arts; B.A.
Internationales Management	7 Semester	Bachelor of Arts; B.A.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

1. Ziele und Strategie

1.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)

Der Studiengang zielt – so die Hochschule – auf eine Berufstätigkeit im mittleren Management bzw. als Führungsnachwuchskraft im Bereich Marketing und Vertrieb in national und/oder international agierenden Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen, in Unternehmensberatungen, Versicherungen, Verbänden, Verlagen sowie Werbe-, Medien-, PR- und Grafik-Agenturen ab. Durch zwei Vertiefungsrichtungen besteht die Möglichkeit einer fachlichen Spezialisierung und einschlägigen Berufstätigkeit als Fachkraft bzw. Nachwuchsführungskraft in den Bereichen Sales & Distribution oder Online-Marketing.

Entsprechend sollen die Absolventen nach ihrem Studium fachlich und persönlich in der Lage sein, alle typischen berufspraktischen Fragestellungen des Marketing zu verstehen und zu erklären sowie mittels wissenschaftlicher Methoden theoretisch fundierte und praxisrelevante Lösungen zu erarbeiten, zu bewerten und durchzusetzen. Darüber hinaus verfügen die Absolventen über ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der Grundlagen der Wirtschaftswissen- und der Rechtswissenschaft und über ein kritisches Verständnis deren wichtigster Theorien, Prinzipien und Methoden. Das schließt ein das Wissen und Verstehen vertiefter Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung im Marketing und in einer der beiden Vertiefungsmöglichkeiten Sales & Distribution oder Online-Marketing. Der Entscheidung für die Auswahl der Vertiefungsrichtungen liegt eine Marktanalyse der Trägergesellschaft Career Partner zugrunde, die eine sehr hohe zukünftige Arbeitsmarktrelevanz insbesondere im Hinblick auf kleine und mittelständische Unternehmen ergeben hat, die den größten Teil der aktuellen und potenziellen Praxispartner ausmachen.

Schließlich verfolgt der Studiengang überfachliche Qualifikationsziele im Hinblick auf die Persönlichkeitsentwicklung und bürgerschaftliche Teilhabe. Durch die direkte Einbindung der Studierenden in das Arbeitsumfeld im Praxisunternehmen verfügen sie nach Abschluss des Studiums über eine mehrjährige Erfahrung in der persönlichen Zusammenarbeit mit Kollegen, Vorgesetzten, Kunden und Lieferanten. Sie können so selbstständig Verantwortung für eigene Aufgabenbereiche und Projekte im Team übernehmen und sind fortlaufend damit konfrontiert, fachbezogene Informationen, Ideen, Probleme und mögliche Lösungen zu formulieren, zu diskutieren und zu verteidigen.

Die Förderung von zivilgesellschaftlichem Engagement soll zusätzlich u.a. durch Non-Profit-Aktionen oder innerhalb der Lehrveranstaltungen durch ethische Themenstellungen oder durch die Simulation von Streitgesprächen erreicht werden.

Bewertung:

Die Zielsetzung des dualen Bachelor-Studienganges, Fachkräfte und Führungsnachwuchs für das Marketing mit den beiden Vertiefungen Sales & Distribution oder Online-Marketing auszubilden, korrespondiert stimmig mit den angestrebten Berufsfeldern. Durch die Kombination der Vermittlung von fachlichen Kompetenzen, wissenschaftlichen Methoden und Schlüsselqualifikationen und die duale Einbindung in die Praktikumsunternehmen sichert das Studiengangskonzept sowohl die wissenschaftliche Befähigung und die Befähigung zum zivilgesellschaftlichen Engagement als auch die angestrebte unmittelbare Berufsbefähigung und Persönlichkeitsentwicklung in angemessener Weise.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.1	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes	x		

1.2 Studiengangsprofil

Nicht relevant, da Bachelor-Studiengang.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.2	Studiengangsprofil			x

1.3 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Als international orientierte Hochschule fühlt sich die Hochschule nach eigener Darstellung den Forderungen des Vertrags über die Europäische Union sowie dem Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland verpflichtet, die den Schutz gegen jegliche Diskriminierung erheben. Die Förderung von Geschlechtergerechtigkeit hat überdies nach eigener Aussage die angemessene Repräsentanz beider Geschlechter auf allen Ebenen und in allen Stufen der Hochschule zum Ziel.

Aspekte der Geschlechtergerechtigkeit werden im Studiengang als Querschnittsthemen begriffen und nach eigener Aussage, wo immer es möglich und sinnvoll ist, von den Lehrenden berücksichtigt. Darüber hinaus erfolgt eine adäquate Beachtung dieser Themen im Umgang mit den Studierenden und wird im Umgang der Studierenden untereinander erwartet und gefördert.

Der Frauenanteil an der Gesamtzahl der Professoren der Hochschule beträgt 7,6 %. Unter den Lehrbeauftragten liegt der Frauenanteil bei 41,6 %. Von den derzeit eingeschriebenen 451 Studierenden in den dualen Studiengängen sind 63,6 % Frauen. Außerdem betrug der weibliche Absolventenanteil an den bisherigen 29 (dualen) Absolventen der Hochschule mit Hochschulabschluss 72 %.

In der Studien- und Prüfungsordnung und in der Zulassungsordnung ist mit Ausnahme der Zulassungsprüfung der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderungen sowie für Studierende in besonderen Lebenslagen geregelt. Zudem steht – so die Hochschule – das Student Support Office Studierenden in besonderen Lebenslagen oder Studierenden mit gesundheitlichen Einschränkungen zur Verfügung.

Bewertung:

Die bei der Begutachtung vor Ort angetroffene Hochschulwirklichkeit lässt erkennen, dass – auch entsprechend den eigenen schriftlichen Darlegungen der Hochschule der Geschlechtergerechtigkeit und der gleichberechtigten Entwicklung der Frauen in allen Statusgruppen angemessen Rechnung getragen wird. Dies wird auch durch die statistische Datenlage bestätigt. Ein Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderungen wird durch entsprechende Regelungen lediglich in der Studien- und Prüfungsordnung sowie in der Zulassungsordnung

für alle Studien- und Prüfungsleistungen gewährleistet. Dies gilt nicht für die Zulassungsprüfung, für die keine entsprechende Regelung existiert (siehe hierzu Kapitel 2).

Studierenden in besonderen Lebenslagen widmet die Hochschule eine angemessene Aufmerksamkeit. So finden z.B. Erziehende im „Student Support Service“ Rat und Unterstützung, und mithilfe verschiedener Stipendienprogramme wird auch Studierenden eine akademische Ausbildung ermöglicht, die ohne diese Förderung in bildungsferneren Berufen verblieben wären.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1.	Ziele und Strategie			
1.3	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	x		

2. ZULASSUNG (ZULASSUNGSPROZESS UND -VERFAHREN)

Die Zulassungsvoraussetzungen sind in der Zulassungsordnung definiert und verlangen den Nachweis mindestens der fachgebundene Hochschul- oder Fachhochschulreife bzw. den Nachweis einer Meisterprüfung oder vergleichbarer Abschlüsse oder eine qualifizierte Berufstätigkeit (abgeschlossene Ausbildung und mind. 3 Jahre Berufserfahrung) sowie das Bestehen eines Zulassungstestes.

Soweit die Zulassungsvoraussetzungen nachgewiesen sind, absolvieren die Bewerber am jeweiligen Standort unter Aufsicht einen 90-minütigen Zulassungstest. Der Zulassungstest ist nach eigener Darstellung unter Beteiligung der Studienberater, die die Tests durchführen, neu gestaltet worden. Er umfasst Fragen zur Studienmotivation, zu wirtschaftlichen Sachverhalten, zum logischen und mathematischen Denkvermögen und zur Allgemeinbildung sowie zu den Englischkenntnissen. Durch den vorhandenen Lösungsbogen ist die Auswertung weitgehend standardisiert. Der vom Bewerber formulierte Motivationstext wird sowohl inhaltlich als auch in Bezug auf Rechtschreibung, Grammatik, Formulierung, Sprache und Schlüssigkeit geprüft. Dem Bewerber wird das Ergebnis des Zulassungstests von den Studienberatern entweder schriftlich oder telefonisch mitgeteilt. Außerdem hat jeder Bewerber auf Wunsch die Möglichkeit, die Bewertung seines Tests einzusehen und mit dem Studienberater zu besprechen.

Nach bestandenem Test erfolgt ein sog. Erstgespräch zwischen Studienberater und Bewerber. Gegenstand sind grundsätzliche Themen wie z.B. Ablauf des dualen Studiums, Studieninhalte, □Doppelbelastung durch Theorie und Praxis, finanzielle Aspekte und mögliche Unternehmensarten für den Praxisanteil des Studiums.

Sind aus Sicht der Beteiligten alle Fragen – ggf. auch durch ein fakultatives Zweitgespräch – geklärt, wird die Vermittlung an einen passenden Praktikumsbetrieb durch die Hochschule angeboten bzw. betrieben. Haben sich Unternehmen und Bewerber entsprechend verständigt, erfolgt eine Vertragsunterzeichnung durch alle drei Parteien. Erst nach Vertragsunterzeichnung ist der Bewerber endgültig als Studierender an der Hochschule zugelassen.

Die Überprüfung der Fremdsprachenkompetenz im Zulassungsverfahren erfolgt durch den in den Zulassungstest integrierten Test. Englischsprachige Lehrveranstaltungen ab dem 5. Semester werden durch ein intensives, studienintegriertes Sprachtraining im 2. und 3. Semester (in einem Umfang von 10 ECTS-Punkten) vorbereitet.

Bewertung:

Die Hochschule hat in ihrer Zulassungsordnung die Zulassungsbedingungen transparent geregelt. Eine Anpassung an die Bestimmungen des Hochschulrechts des Landes Nordrhein-Westfalen ist mittlerweile erfolgt, allerdings liegt kein Nachweis über eine Rechtsprüfung vor.. Die Gutachter empfehlen eine entsprechende Auflage (vgl. Kapitel 3.1).

Durch den Zulassungstest im Auswahlverfahren wirkt die Hochschule gezielt auf die Gewinnung qualifizierter Studierender hin. Ein Nachteilsausgleich für Bewerber mit Behinderungen ist vorgesehen, allerdings empfehlen die Gutachter zu prüfen, ob es zielführend ist, auf den Zulassungstest bei Bewerbern mit Behinderungen vollständig zu verzichten. Das von der Hochschule praktizierte Auswahlverfahren ist nach den Feststellungen der Gutachter grundsätzlich geeignet, qualifizierte Studierende entsprechend der Zielsetzung des Studienganges zu rekrutieren. Sie bewerten den Test allerdings als verbesserungsfähig und regen an, sein Niveau zu überarbeiten und es angemessen zu erhöhen.

Die Transparenz und Nachvollziehbarkeit des Zulassungsverfahrens ist durch die Beschreibung in der Studien- und Prüfungsordnung und die Dokumentation im Internet und Intranet für die Öffentlichkeit gewährleistet. Die Zulassungsentscheidung basiert auf transparenten Kriterien. Zulassung und Ablehnung werden den Studienbewerbern schriftlich mitgeteilt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
2.	Zulassung (Zulassungsprozess und -verfahren)			
2.1	Zulassungsbedingungen	x		
2.2	Auswahlverfahren (falls vorhanden)		Auflage	
2.3	Berufserfahrung (relevant für weiterbildenden Master-Studiengang)			x
2.4	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz	x		
2.5	Transparenz der Zulassungsentscheidung	x		

3. UMSETZUNG

3.1 Struktur

Der duale 7-semesterige Studiengang ist modular aufgebaut, umfasst 180 ECTS (mit einem Workload von 30 h je ECTS) und sieht für die ersten sechs Semester einen regelmäßigen wöchentlichen Wechsel der Lernorte Hochschule und Unternehmen vor. Im siebten Semester wird die Praxisphase en bloc zu Beginn des Semesters absolviert, um einen anschließenden durchgängigen Bearbeitungszeitraum für die Bachelor-Arbeit zu schaffen. Mit Ausnahme des 7. Semesters (30 ECTS) werden in jedem Semester 25 ECTS erworben. Die Bachelor-Thesis hat einen Umfang von 10 ECTS. Ein Modul umfasst einheitlich einen Arbeitsaufwand von fünf ECTS und schließt mit einer Prüfung ab, die auch studienbegleitend möglich ist.

Der theoretische Studienteil des Studienganges besteht aus Grundlagenmodulen, der Baissspezialisierung Marketing Management, dem Wahlpflichtbereich mit den zwei Vertiefungen (aus denen eine auszuwählen ist), den Praxisprojekten sowie der Bachelor-Arbeit. Jede

der beiden Vertiefungen Sales & Distribution und Online-Marketing besteht aus jeweils vier miteinander verzahnten Modulen, die in der Summe 20 ECTS-Punkte umfassen.

Vier Grundlagenmodule (Grundlagen der Datenverarbeitung, Grundlagen der Wirtschaftsmathematik, Grundlagen der Statistik, Projektmanagement) werden in Form einer onlinebasier-ten Vorlesung als Fernstudieneinheiten angeboten.

Hinzu kommen die praktischen Studienanteile mit 30 ECTS. Fortlaufend vom 1. bis 6. Semester haben die Studierenden inhaltlich und methodisch aufeinander aufbauende Praxisprojekte zu bewältigen (jeweils 5 ECTS-Punkte). Diese durch das Lehrpersonal eng begleiteten Praxisprojekte sollen nach eigener Darstellung den Studierenden insbesondere das Wissen und die methodischen Kompetenzen verschaffen, um im 7. Semester den Nachweis fundierter selbstständiger wissenschaftlicher Arbeit durch eine Bachelor-Arbeit zu erbringen.

Hinsichtlich der Berücksichtigung der ECTS-Elemente und der Modularisierung verweist die Hochschule auf die Modulbeschreibungen, in denen auch die Workload-Vorgaben umgesetzt sind. Die Vergabe einer relativen ECTS-Note ist nicht vorgesehen.

Die Studien- und Prüfungsordnung setzt mittlerweile die Vorgaben des nordrhein-westfälischen Hochschulgesetzes um. Sie enthält Anerkennungsregeln für extern erbrachte Leistungen und den Nachteilsausgleich. Ferner sind die Studien- und Prüfungsformen und ihr Umfang, die Prüfungsorganisation und -durchführung, die Abschlussarbeit, die Notenbildung usw. umfassend geregelt.

Die Auswahl und Anerkennung der Praktikumsbetriebe ist in § 28 der StuPo geregelt und beschreibt die personellen und inhaltlichen Voraussetzungen für die Anerkennung als Praktikumsbetrieb durch die Hochschule. Geregelt ist auch, wer die Anerkennung jeweils aus- spricht und welche konkreten Kriterien hierfür jeweils erfüllt sein müssen.

Zur Studierbarkeit verweist die Hochschule auf das Auswahlverfahren, durch das sie die Wahrscheinlichkeit mindern will, ungeeignete Studierende zum Studium zuzulassen und die erwarteten Eingangsqualifikationen zu verfehlen. Sie sieht sich darin in den geringen Abbre-cherquoten auch ihrer übrigen dualen Studiengängen bestätigt. Darüber hinaus soll die Stu- dierfähigkeit durch eine einheitliche Modulstruktur mit 5 ECTS und der damit verbundenen übersichtliche Strukturen und auch eine adäquate Prüfungsdichte mit vier Modulprüfungen pro Semester gefördert werden.

Die Hochschule geht für die Abschätzung der Studierbarkeit weiter davon aus, dass die Stu- dierenden je nach Sommer- bzw. Wintersemester 12 bzw. 11 Wochen an der Hochschule verbringen. Am Ende dieses theoretischen Studienanteiles steht in jedem Semester ein zweiwöchiger Prüfungszeitraum. Weitere 14 bzw. 15 Wochen verbringen sie im Praktikums- unternehmen, in dem sie in der Regel an fünf Tagen der Woche je 8 Stunden arbeiten. Ihr Urlaubsanspruch – in der Regel 6 Wochen pro Jahr - ist in diesen Praxisphasen einge- schlossen. Insgesamt ergibt sich daraus eine Arbeitsbelastung von durchschnittlich 1.060 Stunden je Semester, davon entfallen im Rahmen des theoretischen Studienanteils 112,5 bis 150 Stunden auf Veranstaltungen an der Hochschule (Kontaktzeit) und 450 bis 487,5 Stun- den beträgt der Umfang des Selbststudiums. Von den durchschnittlich 460 Arbeitsstunden im Betrieb – je nach Semester 440 bis 480 Stunden - sind 150 Stunden mit Leistungspunkten belegt und somit studienrelevant. Die übrigen Arbeitsstunden werden nicht mit Leistungs- punkten belegt. Damit sind in den ersten 6 Semestern insgesamt 750 Arbeitsstunden pro Semester studienrelevant. Im Einzelnen ergibt sich der Workload in den jeweiligen Semes- tern aus den folgenden Übersichten:

Workload 1. Semester in h:

	Theoretischer Studienanteil	Praktischer Studienanteil
Kontaktzeit	112,5	
Selbststudium	457,5	
Selbstüberprüfung	30	
Tutorien	0	
Praxisbetrieb		150
Insgesamt anrechenbar:	600	150
	750	

Workload 2./3./6. Semester in h:

	Theoretischer Studienanteil	Praktischer Studienanteil
Kontaktzeit	112,5	
Selbststudium	427,5	
Selbstüberprüfung	30	
Tutorien	30	
Praxisbetrieb		150
Insgesamt anrechenbar:	600	150
	750	

Workload 4./5. Semester in h:

	Theoretischer Studienanteil	Praktischer Studienanteil
Kontaktzeit	150	
Selbststudium	450	
Selbstüberprüfung	0	
Tutorien	0	
Praxisbetrieb		150
Insgesamt anrechenbar:	600	150
	750	

Workload 7. Semester in h:

	Theoretischer Studienanteil	Praktischer Studienanteil
Kontaktzeit	150	
Selbststudium	450	
Selbstüberprüfung	0	
Tutorien	0	
Praxisbetrieb		
Erstellung Bachelorarbeit	300	
Insgesamt anrechenbar:	900	0
	900	

Das siebte Semester wird nach eigener Darstellung studienorganisatorisch auf 24 Wochen geplant. Dies entspricht einer Gesamtarbeitszeit von 1.220 Stunden. Davon werden 320 Stunden (8 Wochen x 5 Tage x 8 h/Tag) im Praktikumsbetrieb verbracht, 150 Stunden an der Fachhochschule und 450 Stunden im Selbststudium. 300 Stunden sind für die Anfertigung der Bachelorarbeit vorgesehen (en bloc am Ende des Semesters). Die 320 Arbeitsstunden im Betrieb entfallen auf den Bereich „Job“ und sind damit im letzten Semester nicht studienrelevant. Insgesamt sind insgesamt 900 Arbeitsstunden studienrelevant.

Zusätzlich zu der Betreuung durch das Lehrpersonal bietet die Hochschule zur Bewältigung des straffen Studienzyklus weitere Betreuungs- und Beratungsleistungen an wie z.B. eine persönliche Studienberatung und Betreuung durch hauptamtliche Studienberater sowohl an der Hochschule als auch in Fragen der Praxistätigkeit, die Möglichkeit des Mentoring durch Studierende eines höheren Fachsemesters unter Betreuung eines hauptamtlich Lehrenden, die Online-Bereitstellung von Studienunterlagen ohne weitere Kosten sowie bei Bedarf Beratung in Karrierefragen nach Absolvierung des Studiums.

Der studentische Workload ist am Standort Erfurt im Anschluss an das Wintersemester 2012/13 erstmalig erhoben worden. Aufgrund der nicht repräsentativen Ergebnisse (die Teilnahmequote betrug bei lediglich 7 von insgesamt 67 evaluierten Kursen mehr als 40 %) lassen sich Schlussfolgerungen nach eigener Einschätzung nur bedingt ableiten. Künftig sollen die Erhebungen zum studentischen Workload durch eine online-basierte Kursevaluierung erfolgen, die erstmals für das Wintersemester 2013/14 unter überarbeiteten Bedingungen zu einem günstigeren Zeitpunkt durchgeführt werden soll. Die Hochschule erhofft sich davon im Ergebnis valide Daten, die in die Analyse zur weiteren Entwicklung der Qualitätssicherungsmaßnahmen sowie zur Gesamtbeurteilung des Studienerfolgs einfließen können.

Bewertung:

Das Verhältnis der Kernfächer zu den beiden möglichen Spezialisierungen (sowie beider zu den Praxiselementen) in der Struktur des Studienganges ist nach Auffassung der Gutachter ausgewogen gewichtet und auch in seiner inhaltlichen Ausprägung gut nachvollziehbar. Die Struktur fördert den an der Zielsetzung orientierten Kompetenzerwerb der Studierenden in Theorie und Praxis.

Die ECTS-Elemente (Prinzip der Modularisierung, Credit-Points, relative Notenvergabe und Workload-Vorgaben) sind insgesamt realisiert. Allerdings halten es die Gutachter für notwendig die Modulbeschreibungen für die Praxismodule stärker zu differenzieren, intensiver mit dem Praktikumsbetrieb abzustimmen und die unterschiedlichen Niveaus mit zunehmender Semesterzahl zu berücksichtigen und empfehlen eine entsprechende Auflage. Das gleiche gilt für die Leitfäden, die den Praktikumsbetrieben von der Hochschule zur Verfügung gestellt werden.

Die Module schließen in der Regel jeweils mit einer modulübergreifenden Prüfung ab und umfassen durchgängig 5 ECTS. Die Vergabe relativer ECTS-Noten ist vorgesehen, wenn mindestens 30 Absolventen die Bachelor-Prüfung erfolgreich abgelegt haben. Diese Einschränkung ist nicht KMK-konform, sodass die Gutachter eine entsprechende Auflage empfehlen. Mit der Überprüfung des Workload-Umfangs hat die Hochschule im vergangenen Wintersemester begonnen, hat aber wegen mangelnder Repräsentativität der ermittelten Daten noch keine aussagefähigen Ergebnissen vorlegen können. Sie hat aber die Gutachter davon überzeugen können, dass dies aufgrund entsprechender Maßnahmen künftig der Fall sein wird. Ein Mobilitätsfenster ist insbesondere wegen des wöchentlichen Lernortwechsels nicht eingerichtet. Dies ist im besonderen Profilanpruch dieses dualen Studienganges begründet und somit nicht zu beauftragen. Dennoch empfehlen die Gutachter, den Studierenden eine Möglichkeit zu geben, zumindest einen Praktikumsaufenthalt im Ausland realisieren zu können.

Die Anerkennung als Praktikumsbetrieb ist mittlerweile in der Studien- und Prüfungsordnung umfassend und insgesamt aus Sicht der Gutachter hinreichend beschrieben

Eine gültige Studien- und Prüfungsordnung, die die Vorgaben des nordrhein-westfälischen Hochschulgesetzes umsetzt, liegt mittlerweile vor, allerdings wird keine Rechtsprüfung nachgewiesen. Außerdem wird keine Regelung für die Vergabe einer relativen ECTS-Note getroffen. Die Gutachter empfehlen deshalb eine entsprechende Auflage.

Die Modulbeschreibungen sind outcome-orientiert formuliert und enthalten auch fast alle von der KMK geforderten Elemente. Dies gilt zum Teil nicht für die geforderte Darstellung des Zusammenhangs mit anderen Modulen im selben Studiengang, insofern empfehlen die Gutachter eine entsprechende Auflage.

Die Struktur gewährleistet nach dem Eindruck der Gutachter, dass der Studiengang in der vorgesehenen Zeit studierbar ist. Die Hochschule hat dies durch detaillierte Berechnungen des Workload auch für diesen Studiengang im Einzelnen plausibel nachgewiesen. Umso überraschender ist, dass sie erst jetzt systematische Erhebungen des Workload einrichtet, um die Plausibilität empirisch zu überprüfen. Die Prüfungsorganisation legt sehr detailliert den Prüfungsprozess und die Fristen fest und soll dadurch eine zügige Abwicklung der Prüfungen einschließlich der Wiederholungsprüfungen sichern. Die erwartete Eingangsqualifikation ist berücksichtigt und ergebnisorientierte Betreuungsangebote sowie fachliche und überfachliche Studienberatung sind gewährleistet. Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
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		Auflage	
3.1.4	Studierbarkeit	x		

3.2 Inhalte

Die Konzeption des Studienganges erfolgte nach eigener Darstellung unter besonderer Berücksichtigung der typischen Anforderungsprofile für Absolventen der jeweiligen Berufsfelder. Der duale Aufbau des Studiums wurde gewählt, um dem gewünschten hohen Grad an Berufsbefähigung gerecht zu werden. Folglich stellt die Vermittlung berufspraktischer Handlungskompetenzen ein Kernelement zur Erreichung der Qualifikationsziele dar. Im Rahmen der wissenschaftlichen Befähigung der Absolventen wurde die Spezialisierung im Berufsfeld Marketing Management bei der Modulkonzeption und Entwicklung der Vertiefungsrichtungen entsprechend berücksichtigt und im Bereich der Betriebswirtschaftslehre ein klares Fundament gesetzt.

Die Inhalte des Studienganges und die vermittelten Kompetenzen veranschaulicht die Hochschule auf der folgenden Tabelle:

Curriculumsübersicht IUBH Duales Studium:
Marketing Management (7-semesterig)

Modul Nr.	Modul	Kompetenzfeld	Credit Points in Semester							Workload (h)					Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar, Übung etc.	Prüfungsleistung des Moduls (Dauer in Min.)	Prüfungsform	Gewicht für Gesamtnote		
			1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	Stunden Präsenztudium	Stunden Selbststudium	Stunden Selbstüberprüfung	Tutorien	Stunden Praxisanteil					Erstellung Bachelorarbeit	
1. Semester																				
GM 1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	Betriebswirtschaftslehre	5							37,5	112,5						Vorlesung	Fallstudie	2,78%	
GM 2	Marketing	Betriebswirtschaftslehre	5							37,5	112,5						Vorlesung	15	Referat	2,78%
GM 3	Wissenschaftliches Arbeiten & Kommunikation	Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen	5							37,5	112,5						Vorlesung		Exposé	2,78%
GM 4	Grundlagen der Datenverarbeitung	Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen	5								120	30					Fernstudium	90	Klausur	2,78%
PM 1	Praxisprojekt I	Praxisprojekte	5												150				Projektarbeit	2,78%
2. Semester																				
GM 5	Grundlagen der Wirtschaftsmathematik	Quantitative Methoden		5							90	30	30				Fernstudium	90	Klausur	2,78%
GM 6	Kosten- und Leistungsrechnung	Betriebswirtschaftslehre	5							37,5	112,5						Vorlesung	90	Klausur	2,78%
GM 7	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	Volkswirtschaftslehre	5							37,5	112,5						Vorlesung	90	Klausur	2,78%
BSM-MM 1	Konsumentenverhalten	Basis-Spezialisierung MM	5							37,5	112,5						Vorlesung	15	Referat	2,78%
PM 2	Praxisprojekt II	Praxisprojekte	5												150				Projektarbeit	2,78%
3. Semester																				
GM 8	Buchführung und Jahresabschluss	Betriebswirtschaftslehre		5						37,5	112,5						Vorlesung	90	Klausur	2,78%
GM 9	Grundlagen der Statistik	Quantitative Methoden		5							90	30	30				Fernstudium	90	Klausur	2,78%
BSM-MM 2	Marktforschung und -analyse	Basis-Spezialisierung MM		5						37,5	112,5						Vorlesung	90	Klausur	2,78%
GM 10	Business English I	Sprachen		5						37,5	112,5						Vorlesung	90	Klausur	2,78%
PM 3	Praxisprojekt III	Praxisprojekte		5											150				Exposé	2,78%
4. Semester																				
GM 11	Investition und Finanzierung	Betriebswirtschaftslehre			5					37,5	112,5						Vorlesung	90	Klausur	2,78%
GM 12	Bürgerliches Recht	Recht			5					37,5	112,5						Vorlesung	90	Klausur	2,78%
BSM-MM 3	Customer Relationship Management	Basis-Spezialisierung MM			5					37,5	112,5						Vorlesung	90	Klausur	2,78%
GM 13	Business English II	Sprachen			5					37,5	112,5						Vorlesung	15	Referat	2,78%
PM 4	Praxisprojekt IV	Praxisprojekte			5										150				Projektarbeit	2,78%
5. Semester																				
GM 14	Besonderes Wirtschaftsrecht	Recht				5				37,5	112,5						Vorlesung	20	mündl. Prüfung	2,78%
BSM-MM 4	Kommunikations- und Markenpolitik	Basis-Spezialisierung MM				5				37,5	112,5						Vorlesung		Fallstudie	2,78%
BSM-MM 5	Spanisch I	Basis-Spezialisierung MM				5				37,5	112,5						Vorlesung	90	Klausur	2,78%
VMSD 1	Strategisches Vertriebsmanagement	Vertiefung 1: Sales & Distribution				5				37,5	112,5						Vorlesung	90	Klausur	2,78%
VMOM 1	Strategisches Online-Marketing	Vertiefung 2: Online-Marketing				5				37,5	112,5						Vorlesung	90	Klausur	2,78%
PM 5	Praxisprojekt V	Praxisprojekte				5									150				Exposé	2,78%
6. Semester																				
GM 15	Projektmanagement	Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen					5				90	30	30				Fernstudium	90	Klausur	2,78%
BSM-MM 6	Spanisch II	Basis-Spezialisierung MM					5			37,5	112,5						Vorlesung	90	Klausur	2,78%
VMSD 2	Vertriebsorganisation und Sales Force-Management	Vertiefung 1: Sales & Distribution					5			37,5	112,5						Vorlesung		Fallstudie	2,78%
VMOM 2	Operatives Online-Marketing	Vertiefung 2: Online-Marketing					5			37,5	112,5						Vorlesung		Fallstudie	2,78%
VMSD 3	Verkaufs- und Verhandlungstraining	Vertiefung 1: Sales & Distribution					5			37,5	112,5						Vorlesung	15	Referat	2,78%
VMOM 3	Social Media- & Mobile-Marketing	Vertiefung 2: Online-Marketing					5			37,5	112,5						Vorlesung	15	Referat	2,78%
PM 6	Praxisprojekt VI	Praxisprojekte					5								150				Projektarbeit	2,78%
7. Semester																				
GM 16	Personal- und Unternehmensführung	Betriebswirtschaftslehre					5			37,5	112,5						Vorlesung		Fallstudie	2,78%
BSM-MM 7	Internationales und interkulturelles Marketing	Basis-Spezialisierung MM					5			37,5	112,5						Vorlesung	20	mündl. Prüfung	2,78%
VMSD 4	Vertriebscontrolling	Vertiefung 1: Sales & Distribution					5			37,5	112,5						Vorlesung	20	mündl. Prüfung	2,78%
VMOM 4	IT-, Website- & Projektmanagement	Vertiefung 2: Online-Marketing					5			37,5	112,5						Vorlesung	20	mündl. Prüfung	2,78%
BSM-MM 8	Spanisch III	Basis-Spezialisierung MM					5			37,5	112,5						Vorlesung	20	mündl. Prüfung	2,78%
BM	Bachelorarbeit	Bachelorarbeit									10								Bachelorarbeit	5,56%

Summe ECTS je Semester: 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 30 | 900 | 3090 | 120 | 90 | 900 | 300

V: Vorlesung
S: Seminar
Ü: Übung

Summe ECTS: 180

Gesamtworkload in Stunden: 5400

Erläuterungen/Grundlagen

Vorlesungen, Übungen, Praktika, e-Learning, Lehrforschung etc.). Ein Modul kann Inhalte eines einzelnen Semesters oder eines Studienjahres umfassen, sich aber auch über mehrere Semester erstrecken. Zur mehrere Semester erstrecken." (Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i.d.F. vom 04.02.2010, Abschnitt A 7 Modularisierung, Mobilität und Beschluss des Akkreditierungsrates vom 08.12.2009 i.d.F.v. 23.02.2012, Kriterium 2.3 Studiengangskonzept)

Die Hochschule hat sich entschieden, für alle ihre betriebswirtschaftlichen Studiengänge einheitlich die Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts“ zu vergeben, da das Studium im Wesentlichen durch nicht-quantitative Inhalte geprägt ist. Die Studiengangsbezeichnung ist

ist nach eigener Einschätzung im Einklang mit dem Studienprogramm Marketing Management sowie dem übergeordneten Ziel, den Studierenden eine betriebswirtschaftliche Ausbildung zu bieten, die sowohl ihren persönlichen Bedürfnissen als auch den vielfältigen Anforderungen des Marketing entspricht.

Die Vermittlung von Methodenkompetenz erfolgt insbesondere im Rahmen des Moduls Wissenschaftliches Arbeiten & Kommunikation in dem Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen wie Selbstmanagement, Organisation, Rhetorik und Leadership vermittelt werden. Außerdem wurde wegen seiner hohen Praxisrelevanz das eigenständige Modul Projektmanagement in das Curriculum integriert. Darüber hinaus wird die Vermittlung von Methodenkompetenz im Rahmen von Projektarbeiten mit studiengangsspezifischem Fachwissen zur Behandlung praktisch relevanter Fragen verbunden. Die Studierenden sollen frühzeitig lernen, Problemstellungen zu behandeln und Transferleistungen zu erbringen.

Die Prüfungen zeichnen sich durch eine angemessene Vielfalt der Formen aus (z.B. Klausuren, mündliche Prüfungen, Präsentationen, Projektarbeiten). Mit der Bachelor-Thesis haben die Studierenden ihre Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten nachzuweisen. Die Prüfungsleistung zur Feststellung der durch den berufspraktischen Studienanteil erworbenen praktischen Berufsfeldkompetenzen besteht aus zwei Teilleistungen, dem (unbenoteten) Bericht über die berufspraktische Tätigkeit und der benoteten Projektarbeit bzw. dem Exposé. In dem Bericht sollen die Studierenden wochenweise ihre berufspraktische Tätigkeit dokumentieren und machen Angaben über die absolvierten Arbeitsfelder, sowie über die Anwendung der erworbenen berufspraktischen Kompetenzen. Die Projektarbeit wird im Praktikumsbetrieb angefertigt und behandelt eine berufspraktische Fragestellung, die theoretisch fundiert, praxisrelevant und nach den Methoden des Faches selbstständig bearbeitet werden soll. Insgesamt sind in den Semestern 1, 2, 4 und 6 jeweils eine Projektarbeit und wöchentliche (Praxis-)Berichte zu erstellen. Im dritten und fünften Semester dient die Ausarbeitung eines Exposés als Vorbereitung für die jeweils darauffolgende Projektarbeit.

Bewertung:

Im inhaltlichen Aufbau des Curriculums steht zunächst die Vermittlung der allgemeinen fachlichen Grundlagen in den Bereichen der Betriebswirtschaftslehre und der verwandten Disziplinen einschließlich der quantitativen Methoden und der Technik des wissenschaftlichen Arbeitens im Vordergrund. Hierauf bauen die Module der Basisspezialisierung Marketing Management und des Wahlpflichtbereiches auf. Im Ergebnis sind die Module in der Reihenfolge und Anordnung sinnvoll miteinander verknüpft. Die Gutachter regen an, mehr führungs- und strategiebezogene Elemente in das Curriculum aufnehmen, um dem managementorientiertem Ansatz Rechnung zu tragen.

Die Modulinhalte des Studienganges decken darüber hinaus die für das Studiengangsziel zu fordernden Inhalte in angemessener Weise und Gewichtung ab und lassen erkennen, dass bei der Konzeptionierung des Studienganges das besondere Profil eines Bachelor-Programms, die fachlichen Standards und die Bedarfe des Marktes beachtet und beobachtet wurden. Die Module des Studienganges sind auf Qualifikations- und Kompetenzentwicklung ausgerichtet, der Studiengang entspricht somit insgesamt der Outcome-Orientierung. Die angebotene Spezialisierung und das Angebot an außercurricularen Veranstaltungen wie z.B. Gastvorträge ermöglichen dabei zusätzlichen, nach individueller Präferenz gestaltbaren Qualifikations- und Kompetenzerwerb.

Die Studiengangsbezeichnung Marketing Management steht im Einklang mit der inhaltlichen Ausrichtung des Programms und den nationalen Vorgaben. Gleiches gilt für die Abschlussbezeichnung Bachelor of Arts (B.A.).

Die bei der Begutachtung vor Ort eingesehenen Prüfungsleistungen und Abschlussarbeiten anderer Studiengänge der Hochschule lassen nach dem Eindruck der Gutachter den Schluss zu, dass auch in diesem Studiengang Prüfungsleistungen und Abschlussarbeiten mit den Learning Outcomes korrespondieren werden, sie wissens- und kompetenzorientiert ausgestaltet sowie den Anforderungen des Qualifikationsniveaus entsprechen werden. Allerdings sind aus Sicht der Gutachter die Qualität der Praxisberichte und insbesondere ihre Auswertung verbesserungsfähig. Die Hochschule sollte außerdem der von den Praktikumsbetrieben geforderten stärkeren inhaltlichen Einbindung nachkommen (vgl. Kap. 5). Die Prüfungsleistungen sind in der Regel integrativ angelegt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.2	Inhalte	x		
3.2.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	x		
3.2.2	Begründung der Abschlussbezeichnung	x		
3.2.3	Begründung der Studiengangsbezeichnung	x		
3.2.4	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	x		

3.3 Kompetenzerwerb für anwendungs- und / oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen – nur bei Master-Studiengang)

Nicht relevant, da Bachelor-Studiengang.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.3	Kompetenzerwerb für anwendungs- und / oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen – nur bei Master-Studiengang)			x

3.4 Didaktisches Konzept

Das didaktische Konzept der Hochschule zielt nach eigener Aussage auf eine theoriebasierte, anwendungsorientierte und praxisintegrierte Lehre. Der Studiengang selbst ist als dualer Präsenzstudiengang mit Selbststudienanteil konzipiert. Vier Module aus dem Bereich der Basiskompetenzen werden als Fernstudieneinheiten angeboten.

Die Besonderheit des Studienkonzeptes liegt im wöchentlichen Wechsel zwischen Präsenz- und Praxisphasen im Praktikumsunternehmen. Sie ermöglicht, dass weit mehr als dies bei einem üblichen Praktikumsumfang möglich wäre, eine ständige praktische Anwendung der Lerninhalte. Dies trägt nicht nur dazu bei, die Lernmotivation der Studierenden zu steigern, sondern fördert den Transfer aktueller Problemstellungen aus der Praxis in die Wissenschaft und vice versa.

Ziel der Praxisphasen ist es, einerseits die theoretischen Lehrinhalte mit Anwendungsbezug zu versehen und andererseits die betrieblichen Abläufe mithilfe der theoretisch erworbenen Kompetenzen kritisch zu hinterfragen. Dies bietet den Studierenden die Möglichkeit, die Probleme und Erfahrungen aus den Praktikumsunternehmen im Rahmen der Lehrveranstal-

tungen einzubringen und so die Lehre aktiv mitzugestalten.

Im Rahmen des theoretischen Studienanteils wird eine zeitliche und inhaltliche Strukturierung je Lehrveranstaltung bzw. Modul vorgegeben. Die Lernziele (Learning Outcomes) werden jeweils in der Modulbeschreibung definiert. In der ersten Veranstaltung werden diese Lernziele erläutert und es werden Wege aufgezeigt, wie diese Lernziele erreicht werden können. In Abhängigkeit von den jeweiligen Zielen der einzelnen Lehrveranstaltungen bzw. Module werden die Lerninhalte sodann aufbereitet und angeboten.

Die Möglichkeiten der Informations- und Kommunikationstechnik sowie der Einsatz audio- und videovisuellel Multimediatechniken werden ergänzend zu den klassischen didaktischen Mitteln in die dafür geeigneten Lehrveranstaltungen integriert.

Dies spiegelt sich in den Modulen des Studienganges wider, zu deren didaktischen Komponenten die gemeinsame Erarbeitung von anwendungsorientiertem Fachwissen durch Beispiele, Übungen und Diskussionen gehört. Weiterführende Lernmaterialien und Fachliteratur ergänzen das in der Präsenzveranstaltung erarbeitete Wissen. Zudem sind die Module untereinander und im Ganzen detailliert aufeinander abgestimmt.

Als Lehrmaterialien für die Präsenzmodule dienen neben Lehrbüchern, die in den Modulbeschreibungen beschrieben sind, elektronische Skripte (Foliensätze, Aufgaben, Fallstudien, ausformulierte Skripte), die den Studierenden im Intranet CARE ohne zusätzliche Kosten zum Download zur Verfügung gestellt werden.

Das gesamte Lehrmaterial für die vier im Fernstudium angebotenen Grundlagenmodule ist fernstudiendidaktisch aufbereitet. Insbesondere ist nach eigener Darstellung darauf geachtet worden, den Lehrstoff in Selbststudium-geeignete kleine Lerneinheiten, sogenannte Lernzyklen, zu strukturieren. Jeder Kurs besteht aus etwa 40 bis 60 solcher Lernzyklen, die wiederum in etwa 10-15 Lektionen zusammengefasst sind. Jeder Lernzyklus beinhaltet Fachwissen, Anwendungen und Übungen zum Selbsttest.

Digitale Lernmaterialien werden den Studierenden vor Beginn des Kurses über das Lernmanagementsystem zur Verfügung gestellt und gedruckte Unterlagen in Form eines Studienbriefes per Post zugesandt. Die Vielfalt der Medien ist sowohl alternativ als auch ergänzend und erlaubt größtmögliche räumliche und zeitliche Flexibilität des Studiums. Für Fachartikel und Empfehlungen zur weiterführenden Literatur steht im Lernmanagementsystem ein Zugang zur Online-Bibliothek der Hochschule zur Verfügung. Podcasts, Videos, Screencasts, Online-Evaluationen, Übungen sowie live und aufgezeichnete Tutorien stehen digital über das Lernmanagementsystem zur Verfügung.

Bewertung:

Das beschriebene didaktische Konzept ist erkennbar geprägt von der Zielsetzung des Studienganges, angemessene berufsqualifizierende Kompetenzen auf wissenschaftlicher Grundlage und praxisorientiert zu vermitteln und die Studierenden für die unmittelbare Wahrnehmung von Aufgaben im Marketing Management zu befähigen. Die Vielzahl der angewandten didaktischen Methoden (Fallstudien, Diskussionen und Übungen) korrespondiert dabei stimmig mit den curricularen Inhalten. Die begleitenden Lehrveranstaltungsmaterialien entsprechen dem zu fordernden Niveau. Sie werden den Studierenden digital über das Hochschulnetz zur Verfügung gestellt.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.4	Didaktisches Konzept	x		
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes	x		
3.4.2	Begleitende Lehrveranstaltungsmaterialien	x		

3.5 Berufsqualifizierende Kompetenzen / Employability (Asterisk-Kriterium)

Die Berufsbefähigung der Studierenden sieht die Hochschule selbst als „roten Faden“, den sie sich gewählt hat und der im Studiengang durch die Gestaltung des Curriculums in allen Studienabschnitten sichergestellt werden soll. Der Studiengang ist aus Sicht der Hochschule systematisch auf die Anforderungen des Arbeitsmarktes ausgerichtet.

Durch die wechselseitige und permanente Verzahnung von Theorie und Praxis werden berufsrelevante Sachkompetenzen und Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen integriert vermittelt, die den Studierenden den Einstieg in die Arbeitswelt und die Bindung an den Praktikumsbetrieb erleichtern. Zugleich bildet das Studium die Persönlichkeit und stärkt die sozialen Kompetenzen der Studierenden.

Bewertung:

Die Hochschule hat ihre dualen Studiengänge ursprünglich im Dialog mit den eher mittelständischen Unternehmen der Region erarbeitet und in der gleichen Art und Weise den Marketing-Studiengang konzipiert. Durch die hohe Kooperationsdichte insbesondere auch durch die Praktika zu den Unternehmen kann die Hochschule auch künftig ggf. auf Veränderungen des Arbeitsmarktes rasch reagieren und können geänderte Anforderungen rasch umgesetzt werden. Das Curriculum ist auf einen berufsqualifizierenden Abschluss mit klarem inhaltlichem Profil ausgerichtet. Die Berufsbefähigung der Absolventen gemäß der definierten Learning Outcomes wird zweifelsohne erreicht.

Die Fähigkeit, die erworbenen Kompetenzen aktiv für neue Arbeitsfelder einzusetzen und weiter zu entwickeln wird systematisch vermittelt. Der Studiengang ist darüber hinaus systematisch auf die absehbaren Anforderungen des Arbeitsmarktes ausgerichtet und wird den Veränderungen des Arbeitsmarktes in hohem Maße gerecht.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
3.	Konzeption des Studienganges			
3.5	Berufsqualifizierende Kompetenzen	x		

4. Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Lehrpersonal

Der Lehrkörper der Hochschule, der ihr duales Studienangebot betreut, setzt sich zusammen aus 15 hauptamtlichen Lehrkräften und 27 Lehrbeauftragten. Der Frauenanteil an der Gesamtzahl der Professoren beträgt 7,6 %, an der Gesamtzahl der Lehrbeauftragten 41,6 %. Im Studiengang sind an den drei Standorten davon 11 hauptamtliche Lehrkräfte eingesetzt. Die von der Hochschule vorgelegte Lehrverflechtungsmatrix weist aus, dass die Lehre an allen drei Standorten jeweils zu über 50% von hauptamtlich Lehrenden erbracht wird.

Die Hochschule plant den Einsatz der hauptamtlichen Lehrkräfte jeweils semesterweise über alle Aufgabenbereiche (Lehre inklusive Vor- und Nachbereitung, Betreuungsleistungen, Forschung, Selbstverwaltung, Führungsaufgaben, Sonstiges) und für die gesamte zur Verfügung stehende Arbeitszeit (1.760 Stunden pro Jahr und Vollzeitäquivalent). Dabei wird über Deputatskonten sichergestellt, dass das vereinbarte Lehrdeputat im Durchschnitt eingehalten wird. Auch die Personalaufwuchsplanung orientiert sich an der Vorgabe des MIWF des Landes Nordrhein-Westfalens, wonach 50 % des Lehrbedarfs durch Professoren abgedeckt sein müssen.

Zur Feststellung der pädagogischen Eignung hat die übernehmende Internationale Hochschule Bad Honnef/Bonn zum SS 2008 eine entsprechende Ordnung erlassen. Dort ist insbesondere das Verfahren geregelt, dem sich Professoren zu unterziehen haben, die vor ihrem Dienstantritt an der Internationalen Hochschule nicht schon hinreichend Lehrerfahrung gesammelt haben. Die Gültigkeit dieser Ordnung wird ab dem Wintersemester 2013/14 nach Darstellung der Hochschule auch auf die neu einzustellenden Lehrkräfte der IUBH Duales Studium ausgedehnt. Das bisher an der ARFH tätige Lehrpersonal wird an diesen Kriterien gemessen und durch das zuständige NRW-Ministerium überprüft.

Neben den hauptamtlichen Professoren wird die Lehre durch wissenschaftliche Mitarbeiter und durch Lehrbeauftragte aus Wissenschaft und Wirtschaft auf Honorarbasis getragen. Die Hochschule kann hierfür nach eigener Aussage auf geeignete Kräfte mit Lehrerfahrung zurückgreifen, um die Fächer abzudecken, die nicht durch Professoren vertreten werden. Dies gilt vor allem für die Bereiche Fremdsprachen und Schlüsselqualifikationen. Die Lehrbeauftragten bewerben sich vor ihrer erstmaligen Tätigkeit bei der Hochschule und werden nach positiver Prüfung ihrer Qualifikation durch die Hochschulleitung mit der Wahrnehmung der Lehraufgaben beauftragt.

Bewertung:

Struktur und Anzahl der im Studiengang Lehrenden korrespondieren, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen des Studienganges. Wie sich aus der vorgelegten Lehrverflechtungsmatrix ergibt, wird die Lehre im Studiengang in Übereinstimmung den Bestimmungen des NRW-Hochschulgesetzes zu mehr als 50 % von hauptamtlich Lehrenden der Hochschule bestritten. Maßnahmen zur Personalentwicklung und Qualifizierung der Lehrenden sind in Gestalt der Teilnahme an Tagungen und Konferenzen, für die ein eigenes Budget zur Verfügung steht, sowie in Form didaktischer Schulungen und Freistellungen für Forschungsvorhaben vorhanden.

Die Betreuung der Studierenden ist fester Bestandteil der Arbeitsverträge des Lehrpersonals und wird regelmäßig angeboten. Bei Bedarf werden die Studierenden sowohl in akademischen als auch sich aus den Praxisphasen ergebenden Fragen unterstützt. Bedingt auch durch die günstige Betreuungsrelation stehen die Lehrenden den Studierenden auch über

die festen Sprechzeiten hinaus zur Verfügung. Die Studierenden haben im persönlichen Gespräch bestätigt, dass sie rundum zufrieden sind.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.1	Lehrpersonal des Studienganges	x		
4.1.1	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen	x		
4.1.2	Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal	x		

4.2 Studiengangsmanagement

Die übergreifende Koordination der Lehraktivitäten im Bereich des dualen Studiums erfolgt durch den Prorektor IUBH Duales Studium sowie die Studiengangsleiter. Sie sind an der Hochschule als hauptamtliche Professoren tätig und fachlich für ihren Studiengang verantwortlich. Zu ihren Aufgaben zählt die Begleitung des Auswahl- und Zulassungsverfahrens, die inhaltliche Koordination der Module mit den Modulverantwortlichen, die Koordination des übrigen Lehrpersonals sowie die Qualitätssicherung der Lehre innerhalb des Studienganges und die Weiterentwicklung des Studienganges über alle Standorte hinweg. Hierzu gehört auch die Vermeidung curricularer Redundanzen und die Sicherstellung des akademischen Niveaus.

Die Studiengangsleiter sind primäre Ansprechpartner für die Studierenden („Open Door Policy“), bei Fragen der Praktikumsunternehmen erfolgt eine Abstimmung mit den jeweiligen Studienberatern.

Die Qualitätssicherung über die Standorte hinweg wird durch den Prorektor IUBH Duales Studium und den jeweiligen Studiengangsleiter gemeinsam sichergestellt.

Zusätzlich nehmen Modulverantwortliche die inhaltliche Ausgestaltung der einzelnen Module wahr und sind verantwortlich für deren Weiterentwicklung. Je ein Modulverantwortlicher koordiniert diese Aufgaben über alle Standorte und in enger Abstimmung mit den Studiengangsverantwortlichen. Die Modulverantwortlichen sind die primären fachlichen Ansprechpartner für Studierende innerhalb des jeweiligen Moduls.

Zur Sicherstellung der Lehrqualität werden künftig durch den Prorektor Qualität der Lehre semesterbezogene Kurs- und Dozentenevaluationen durchgeführt. Die Evaluationsergebnisse werden genutzt, um den Dozenten Empfehlungen zur Verbesserung der Lehrqualität geben zu können.

Das Hochschulmanagement unterstützt Studierende und Lehrende durch eine Serviceeinheit, die unter der Leitung des Kanzlers steht und derzeit mit 21 Mitarbeitern ausgestattet ist. Die Serviceeinheit fungiert als zentraler Ansprechpartner in allen studien- und prüfungsorganisatorischen Fragen.

Integraler Bestandteil der Verwaltungsunterstützung ist das CARE Campus Management System, das seit dem Sommersemester 2012 an allen Studienorten zum Einsatz kommt. Dessen Grundlage ist ein speziell für Hochschulen entwickeltes Customer Relationship Management. Darüber werden sämtliche Daten von Interessenten, Bewerbern, Studierenden,

Alumni, Mitarbeitern, Dozenten und Kooperationspartnern verwaltet. CARE unterstützt Studierende und Lehrende umfänglich, z.B. im gesamten Prüfungsmanagement, in der Raum- und Stundenplanung und bei der Bereitstellung von Lehrmaterialien.

In ihrem Leitbild sieht die Hochschule die regelmäßige Weiterbildung der Mitarbeiter vor und bietet u.a. Teamschulungen an.

Bewertung:

Die Hochschule hat nach dem Eindruck der Gutachter ein differenziertes und überzeugendes Studiengangsmanagement mit starker Verwaltungsunterstützung aufgebaut, das nach dem Eindruck der Gutachter den komplexen Organisationserfordernissen des Studienganges an drei Standorte mit seinem wöchentlichen Lernortswechsel sowohl inhaltlich als auch personell gerecht wird und so die Umsetzung des Studiengangskonzeptes gewährleistet. Die Studiengangsleitung koordiniert in Zusammenarbeit mit den Modulverantwortlichen die Abläufe aller im Studiengang Mitwirkenden und trägt Sorge für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes.

Die Einbindung der für die duale Komponente besonders wichtigen Studienberater erfolgt nach Darstellung der Hochschule bei der Begutachtung vor Ort in einem regelmäßigen Jour fix aller Beteiligten, sie ist nach den Feststellungen der Gutachter aber formal beziehungsweise organisatorisch nicht hinreichend definiert. Die Gutachter empfehlen hierfür eine klare Regelung einschließlich einer vollständigen Aufgabenbeschreibung für Studienberater zu entwickeln und gegebenenfalls in der Hochschulsatzung zu verankern.

Verwaltungsunterstützung mit Transparenz in der Aufgaben- und Personenzuordnung wird sowohl qualitativ als auch quantitativ und unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen gewährleistet. Das institutionelle und informelle Beratungs- und Kommunikationssystem gewährleistet den unmittelbaren Zugang zur Ablauforganisation und ermöglicht die gebotenen Einwirkungsmöglichkeiten – auch und gerade für die Studierenden, die sich über ihre Vertreter in den Gremien, über die organisierte Studentenschaft, aber auch individuell jederzeit und unmittelbar einbringen können. Durch das hochschuleigene Intranet ist sichergestellt, dass die Möglichkeiten der Serviceunterstützung auch elektronisch unterstützt werden.

Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung werden in Zusammenarbeit mit den anderen Hochschulen des Trägers angeboten.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.2	Studiengangsmanagement	x		
4.2.1	Studiengangsleitung und Studienorganisation	x		
4.2.2	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal	x		

4.3 Kooperationen und Partnerschaften

Die Hochschulleitung sieht die Anbahnung und Umsetzung von wissenschaftlichen Kooperationen als wesentliche Aufgabe ihrer Hochschullehrer. Sie erwartet insbesondere hochschulübergreifende Forschungsaktivitäten innerhalb der wissenschaftlichen Communities

ihrer Fachgebiete. Anreize, solche Kooperationen zu suchen, setzt die Hochschule über eine arbeitsvertragliche Regelung, die das Einwerben von Drittmitteln durch Hochschullehrer belohnt, gekoppelt mit einer möglichen Deputatsermäßigung, die aus satzungsmäßig zu bildenden Gewinnrücklagen für Forschungszwecke finanziert werden wird. Ansonsten verweist die Hochschule auf eine enge Kooperation mit dem IUBH-Fernstudium mit Sitz in Bad Reichenhall.

Bundesweit verfügt die Hochschule mittlerweile über ein enges Kooperationsnetz mit – so die Hochschule – 480 Kooperationsbetrieben, die Studierende der Hochschule im Rahmen des dualen Studiums bei sich beschäftigen. Dieses Netzwerk sieht die Hochschule als ihre wichtigste Kernressource und bewertet sie als entscheidend für den Erfolg des Studienkonzeptes.

Bewertung:

Die Kooperation mit anderen wissenschaftlichen Einrichtungen ist insbesondere auf institutioneller Ebene noch ausbaufähig. Zu Hochschulen außerhalb der Einrichtungen des Hauptgesellschafters bestehen eher lose Kontakte über den Verband der privaten Hochschulen und dessen Foren. Die Gutachter bewerten den Ansatz der Hochschule, durch entsprechende arbeitsvertragliche Regelungen Forschungsk Kooperationen mit anderen Hochschulen anzustoßen als positiv.

Umfang und Art der Kooperationen mit Unternehmen sind als „Kernressource“ für den wöchentlichen Lernortwechsel umfassend ausgebaut und einschließlich der zugrunde liegenden Kriterien und Vereinbarungen beschrieben und dokumentiert. Sie sind mit Leben gefüllt und fördern nachhaltig und umfassend die Qualifikations- und Kompetenzentwicklung der Studierenden.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.3	Kooperationen und Partnerschaften	x		
4.3.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken	x		
4.3.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen	x		

4.4 Sachausstattung

An den Studienstandorten der Hochschule stehen zum Wintersemester 2013/14 zur Verfügung

in Erfurt: 364 Plätzen auf ca. 1.700 qm,
in München: 170 Plätze auf ca. 600 qm
in Düsseldorf: 120 Plätzen auf ca. 450 qm.

In Erfurt sind auf der verfügbaren Gesamtfläche 12 Vorlesungs- und Seminarräume verteilt über vier Etagen untergebracht. Im Erdgeschoss befinden sich Aufenthaltsräume für Studierende und Lehrende. Die Lehrräume sind, neben dem für den Lehrbetrieb notwendigen Mobiliar, mit moderner Präsentationstechnik – festinstallierten Beamer, interaktiven Boards sowie Bildschirmen und W-LAN ausgestattet. Es gibt für jede Unterrichtsform passende Räumlichkeiten: vom großen Vorlesungs-/Prüfungssaal mit Platz für maximal 100 Personen bis zu

kleineren Sprachenkabinetts mit zehn Plätzen. Die angemieteten Räume in der Erfurter Innenstadt, liegen ca. 15 Min. zu Fuß vom Hauptbahnhof entfernt.

In Düsseldorf hat die Hochschule eine Fläche von ca. 450 qm angemietet, auf der vier Seminarräume, zwei Teeküchen, eine Bibliothek, mehrere Büroräume und ein Aufenthaltsbereich für Studierende und Gäste zur Verfügung stehen. Die Unterrichtsräume sind mit allem nötigen Mobiliar ausgestattet und verfügen zudem über die aktuelle Technik zur Präsentation von Unterrichtsmaterialien und Vorträgen. In allen Räumen in Düsseldorf ist ein W-LAN verfügbar. Die angemieteten Räumlichkeiten befinden sich knapp zehn Fahrminuten vom Stadtzentrum entfernt im Stadtteil Friedrichstadt.

Am Studienort München stehen Räumlichkeiten im östlichen Stadtteil Berg am Laim, ca. 15 Autominuten von der Münchener Innenstadt entfernt zur Verfügung. Auf der angemieteten Fläche sind zwei Seminarräume für über 70 Studierende, eine Teeküche mit Aufenthaltsraum, eine Garderobe, eine Bibliothek und Büros für Professoren und Sekretariat eingerichtet. Die Lehrräume sind neben dem für den Lehrbetrieb notwendigen Mobiliar mit moderner Präsentationstechnik und W-LAN ausgestattet.

Außerdem sind an allen Studienorten Räumlichkeiten für die Hochschul- bzw. Standortleitung, für die Professoren sowie für Hochschulmanagement und Service vorhanden, wie z. B. Besprechungsraum, Personalküchen sowie ein Dozentenraum für die Lehrbeauftragten. Diese sind ebenso mit der erforderlichen Kommunikations- und EDV- Technik ausgestattet.

Sämtliche Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Für die drei Studienorte Erfurt, Düsseldorf und München bestehen jeweils eigene Bibliotheken (Größe 60 qm, 85 qm bzw. 20 qm plus anschließendem Konferenzraum). Sie verfügen aktuell über einen Medienbestand von ca. 1.500 Titeln im Printbereich. Dieser Medienbestand setzt sich aus ca. 1.200 Titeln in Erfurt und jeweils 150 Titeln an den Standorten München und Düsseldorf zusammen.

Die Printmedien umfassen sowohl die allen Studiengängen zugrunde liegenden Wirtschaftswissenschaften als auch die speziell auf die Studiengänge abgestimmte Literatur. Für alle Studiengänge liegen für die Studierenden die jeweils einschlägigen Fachzeitschriften aus.

Die Bibliotheken an den Standorten München und Düsseldorf werden durch die zuständigen Sekretariate betreut. Die Öffnungszeiten dieser Bibliotheken richten sich entsprechend nach den Dienstzeiten der jeweiligen Sekretariate. Sie sind täglich außer samstags geöffnet. Am Standort Düsseldorf wird es ab dem Wintersemester 2013/14 eine eigene betreuende Kraft geben. Die Bibliothek am Standort Erfurt ist täglich außer Samstag von 10:00 Uhr bis 16:00 Uhr geöffnet und wird durch einen eigens dafür eingesetzten Mitarbeiter betreut. Außerhalb dieser Öffnungszeiten steht der Mitarbeiter den Studierenden nach Absprache jederzeit zur Verfügung.

Die Studierenden haben Zugriff auf 17 Datenbanken (u.a. Ebsco, Emerald, Juris, Statista) und auf ca. 1.600 E-Books. Auf die digitalen Medien greifen die Studierenden über das Intranetportal DigiLis zu. Über dieses Intranetportal können Skripte und weitere Vorlesungsunterlagen den Studierenden zugänglich gemacht werden. Außerdem kann auch auf E-Journals zugegriffen werden. Für die Bibliotheken steht ein Anschaffungsbudget von jährlich ca. 36.000 Euro zur Verfügung. Die Anschaffungen orientieren sich dabei an den jeweils aktuellen Vorlesungsverzeichnissen sowie an den Wünschen der Lehrkräfte und Studierenden. Sollte ein Titel nicht an einer der drei Bibliotheken vorrätig sein und eine Anschaffung nicht

nötig erscheinen, besteht die Möglichkeit, über den GVK (Gemeinsamer Verbund-Katalog) den entsprechenden Titel innerhalb von 36 Stunden zu beziehen.

Die Studierenden haben überdies an allen drei Standorten Zugang zu den öffentlichen Bibliotheken der örtlichen Universitäten und öffentlichen Fachhochschulen. Am Standort Erfurt sind dies die Universitäts- und Forschungsbibliothek Erfurt und die Bibliothek der Fachhochschule Erfurt; am Standort München sind dies die Bayerische Staatsbibliothek, die Universitätsbibliothek der Ludwig-Maximilians-Universität München, die Universitätsbibliothek der Technischen Universität München und die Bibliothek der Hochschule München; am Standort Düsseldorf sind dies die Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf und die Bibliothek der Fachhochschule Düsseldorf. Eine umfangreiche Führung durch diese Einrichtungen wird zu Beginn des Studiums durch die Professoren des jeweiligen Hochschulstandortes oder den Leiter der Bibliotheken angeboten. Dieses Angebot wurde in den vergangenen Semestern von über 90 Prozent der Studienanfänger angenommen.

Am Standort Düsseldorf stehen den Studierenden in der dortigen Bibliothek der Hochschule 15 Arbeitsplätze einschließlich 20 Leihnotebooks zur Verfügung. Am Standort Erfurt sind es zehn Arbeitsplätze und am Standort München sind es 15 Arbeitsplätze. Ergänzend haben die Studierenden an allen Standorten die Möglichkeit, die in der Regel gut ausgestatteten Bibliotheksarbeitsplätze der genannten öffentlichen Bibliotheken zu nutzen.

Bewertung:

Die Lehrveranstaltungsräume der Hochschule sind nach den Feststellungen¹ der Gutachter an allen Standorten nach dem aktuellen Stand der Technik einschließlich kostenfreiem WLAN ausgestattet. Sie sind in ausreichendem Maße sowohl für die Lehrveranstaltungen als auch die individuelle Nutzung der Studierenden (z.B. für Gruppenarbeit, aber auch als Einzelarbeitsplätze) verfügbar.

Die Hochschule baut an allen drei Standorten Fachbibliotheken in einer vergleichsweise geringen Größenordnung auf, dabei ist Erfurt als am längsten existierender Studienort am weitesten fortgeschritten. Ziel ist insbesondere für die angebotenen Studiengänge, Handapparate entsprechend den in den Modulbeschreibungen genannten Literaturangaben bereitzustellen. Darüber hinaus besteht an allen drei Studienorten die Möglichkeit, auf die Bibliotheken der örtlichen öffentlichen Universitäten und Fachhochschulen zuzugreifen, die mittlerweile alle über ausgedehnte Öffnungszeiten verfügen.

Die eigenen Öffnungszeiten und die Betreuung tragen den besonderen Bedürfnissen der Studierenden des dualen Studienganges Rechnung. Ein Entwicklungskonzept für die eigenen Bibliotheken liegt vor. Der Zugang zu Literatur und Zeitschriften sowie digitalen Medien (z.B. elektronische Medien, Datenbanken) ist auf aktuellem Stand möglich.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.4	Sachausstattung	x		
4.4.1	Quantität, Qualität der Unterrichtsräume	x		
4.4.2	Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur	x		

¹ Diese Feststellung für den Standort Erfurt erfolgt aufgrund der Besichtigung im Rahmen der Begutachtung vor Ort am 11./12. Juni 2013, für die anderen Standorte aufgrund von Besichtigungen bei früheren Begutachtungen, die von der Hochschule um aktuelle Daten ergänzt worden sind.

4.5 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges (Asterisk-Kriterium)

Die Hochschule hat eine Finanzplanung vorgelegt, die vom aktuellen Bestand an Studierenden ausgeht, bis zum Jahr 2017 läuft und bestimmte Annahmen über den Zugang an Studienanfänger sowie die hierfür erforderliche Personalausstattung macht. Die Gegenüberstellung der ermittelten Einnahmen aus Studiengebühren und der differenziert ermittelten Ausgaben ergibt, dass mit Ausnahme des Jahres 2013, in dem an den Standorten München und Düsseldorf noch der Umstand zu Buche schlägt, dass die Standorte sich noch in der Aufbauphase befinden, die IUBH Duales Studium konstant hohe Einnahmenüberschüsse erwirtschaftet. Die zu akkreditierenden Studiengänge tragen sich mithin nach eigener Einschätzung selbst.

Zur Aufrechterhaltung des Betriebs haben die Career Partner GmbH (als Gesellschafterin) und die Trägergesellschaft der Internationalen Hochschule, namentlich die Internationale Hochschule GmbH, einen Garantievertrag geschlossen, der am 01.09.2007 aktualisiert wurde. Darin verpflichtet sich die Career Partner GmbH als Garantiegeberin gegenüber der Hochschule unwiderruflich und unbeding, die durch den Gesellschaftszweck und Hochschulbetrieb zukünftig entstehenden Kosten zu decken und bereits entstandene Verluste zu übernehmen. Die Finanzierungssicherheit ist für den aktuellen Studienzyklus und gesamten Akkreditierungszeitraum gewährleistet und nachgewiesen.

Mit dieser Liquiditäts- und Verlustdeckungszusage soll zugleich eine Insolvenz der Garantienehmerin von vornherein verhindert werden. Durch die Insolvenzabwendungsgarantie soll der Garantienehmerin ermöglicht werden, einen ordnungsgemäßen Hochschulbetrieb zu gewährleisten und den immatrikulierten Studierenden die ordnungsgemäße Beendigung ihres Studiums zu ermöglichen.

Der Absicherungsbedarf für die im Hochschulbetrieb entstehenden Verbindlichkeiten und für die Gewährleistung der regulären Beendigung des Studiums für die eingeschriebenen Studierenden beträgt nach den Vorgaben des zuständigen NRW-Ministeriums aktuell 1.200.000,00 €. Zur Sicherstellung des Garantieanspruchs der Garantienehmerin hat die Garantiegeberin eine Bankbürgschaft in Höhe von 1.200.000,00 € beim zuständigen NRW-Ministerium hinterlegt.

Bewertung

Es liegt eine logische und nachvollziehbare kurz- und mittelfristige Finanzplanung vor, die einschließlich der finanziellen Grundausstattung auf entsprechenden Vereinbarungen mit den Trägergesellschaftern beruht. Nach den vorgelegten Unterlagen und den Aussagen der Hochschule gehen die Gutachter davon aus, dass die Finanzierungssicherheit für den aktuellen Studienzyklus und gesamten Akkreditierungszeitraum für alle Standorte gesichert ist. Ein in der Höhe vom zuständigen Ministerium geprüfte Bürgschaft liegt vor.

Die finanzielle Grundausstattung ist vorhanden und die Finanzierungssicherheit für den aktuellen Studienzyklus sowie den gesamten Akkreditierungszeitraum ist gegeben, sodass Studierende auf jeden Fall ihr Studium zu Ende führen können.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.	Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
4.5	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges	x		

5. QUALITÄTSSICHERUNG

Die Hochschule hat nach eigener Darstellung – um eine bestmögliche Qualität der Lehre sicherzustellen – ein Qualitätssicherungskonzept entwickelt, das die folgenden Ziele verfolgt:

- Sicherstellung einer hohen Qualitätstransparenz in der Lehre für Hochschulleitung, Lehrkräfte und Studierende
- Verfügbarkeit zeitnaher Informationen zu den Stärken und Schwächen der Lehrqualität auf Ebene von Studiengängen, Lehrkräften und Lehrveranstaltungen
- kontinuierliche Weiterentwicklung der Lehrqualität auf Basis Kurs- und dozentenindividueller, studiengangbezogener sowie studiengangübergreifender Qualitätsmaßnahmen
- direkte Einbeziehung des Lehrkörpers sowie der Studierenden in den Prozess der Qualitätssicherung durch ein evaluationsbasiertes Kommunikations- und Informationssystem.

Die Umsetzung der Ziele wird durch die regelmäßige Erhebung von Daten zur Qualität der Lehre und Forschung überprüft. Im Einzelnen werden studentische Evaluationen der Lehrveranstaltungen, Lehrveranstaltungsevaluationen durch die Dozenten sowie Feedback-Befragungen bei den Arbeitgebern als Instrumente eingesetzt. Um die nachhaltige Umsetzung der Prozesse zu gewährleisten bzw. sie auf der Ebene der Hochschule insgesamt sowie auf der Ebene einzelner Fachbereiche/Studiengänge nachverfolgen zu können, sind verbindliche Prozessbeschreibungen einschließlich der Festlegung der Zuständigkeiten erstellt worden. Darüber hinaus wird ein Dozentenhandbuch nach dem Muster der übernehmenden Hochschule erarbeitet um insbesondere neuen Dozenten konkrete Handreichungen zum Thema Qualität zur Verfügung stellen zu können.

Mithilfe dieser Maßnahmen wird eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Qualität der Lehre angestrebt. Der Erfolg der Maßnahme wird dann wiederum mithilfe der Evaluationsinstrumente im Folgesemester überprüft, um gegebenenfalls erneut reagieren zu können. □

Die studentische Evaluation, die von der Hochschule in der Selbstdokumentation ausführlich beschrieben wird, soll zur Verbesserung der Kurs- und Dozentenzufriedenheit beitragen.

Die Lehrkräfte werden für ihre Selbstevaluation eine schriftlich verfasste Selbstevaluation zu ihren Kursen zu erstellen. Dabei sollen sowohl Aussagen zu den positiven Eindrücken der Lehrveranstaltung als auch zu den negativen Eindrücken gemacht werden. Sehen Dozenten einen Bedarf zur Verbesserung ihres Kursangebots, der Kursstruktur oder infrastruktureller Ausstattungen, sollen sie ebenfalls im Rahmen der Selbstevaluation erfasst werden. Vorschläge zur individuellen Kursverbesserung werden bilateral zwischen Dozenten und den Studiengangsleitungen mit Unterstützung der Standortleitungen diskutiert. Kursübergreifende Vorschläge werden durch den Prorektor IUBH Duales Studium aggregiert und im Rahmen der Dozentenkonferenz zur Diskussion gestellt. Kursindividuelle sowie kursübergreifende

Maßnahmen sollen – so die Hochschule – zu einer kontinuierlichen Verbesserung der Lehrqualität an der Hochschule beitragen.

Eine prozessgesteuerte Evaluation durch die Arbeitgeber hat bislang nicht stattgefunden. In der Vergangenheit erfolgte die Evaluierung maßgeblich über den persönlichen Kontakt der Studienberater mit den Praktikumsunternehmen.

In einer Bachelor-Arbeit vom April 2013 ist erstmalig eine institutionelle Evaluierung am Standort Erfurt im Rahmen eines sogenannten „Praxisbarometers“ durchgeführt worden. Es soll in absehbarer Zeit in überarbeiteter Form auch an den Studienstandorten Düsseldorf und München durchgeführt werden.

Dieses Praxisbarometer zielt darauf ab, eine Optimierung der Schnittstelle von Lehre und Praxis zu erreichen sowie die Kooperation zwischen den Praktikumsunternehmen und der Hochschule zu stärken.

Im Ergebnis bewerteten die antwortenden 57 Unternehmen (Rücklaufquote fast 36 %) zu 85 % das duale Studium als bevorzugte Studienform. Der wöchentliche Wechsel zwischen Theorie und Praxis kann von der überwiegenden Zahl der Unternehmen gut in den Betriebsablauf integriert werden. Dennoch zeigt sich, dass eine Überprüfung auf dessen Umsetzung hin seitens der Hochschule erfolgen sollte. Die Unternehmen wünschen sich zudem eine höhere Abstimmung mit der Hochschule hinsichtlich der Themenauswahl der Projektarbeiten, damit eine höhere praktische Relevanz der Projektarbeiten für das Unternehmen selbst gewährleistet wird. Auch wird ein engerer Kontakt zwischen den Unternehmen und den Studienberatern sowie den Lehrkräften der Hochschule gewünscht, etwa in Form einer regelmäßigen Erfahrungsaustausches bzw. eines regelmäßigen Kontakts im Rahmen eines Branchen- oder Karrieretages. Insgesamt liegt der Anteil der Praxispartner, die die Hochschule weiterempfehlen würden, bei 74 %. 82,5 % der befragten Unternehmen gaben an, auch künftig einen Studierenden der Hochschule beschäftigen zu wollen.

Die Einschätzungen und Erfahrungen der Arbeitgeber aus der Zusammenarbeit zwischen Hochschule und Praktikumsunternehmen sollen in den Qualitätsentwicklungsprozess der Hochschule einfließen.

Die Dokumentation des Studienganges erfolgt in der Studiengangsbroschüre, der Studien- und Prüfungsordnung und im Akademischen Jahresbericht sowie auf der Homepage. Außerdem werden die Studierenden im Rahmen von Informationsveranstaltungen und auf verschiedenen Internet-Portalen über Ziele, Verlauf, Inhalte des Studienganges informiert. Im WS 2011/12 wurde der akademische Jahresbericht für die dualen Studiengänge der Internationalen Hochschule erstmalig erstellt. Der Berichtszeitraum umfasst 3 Semester und vermittelt in einer strukturierten und fokussierten Form Informationen und Einsichten über das Hochschulleben an den Standorten Erfurt, Düsseldorf und München. Dieser Bericht wird künftig Teil des Jahresberichtes der aufnehmenden Hochschule, der jährlich erscheint.

Bewertung:

Die Hochschule ist im Begriff im Zusammenhang mit der Übernahme der dualen Studiengänge auch für diesen Bereich ein umfassendes Qualitätssicherungskonzept zu erarbeiten, das neben der Entwicklung von Qualitätszielen auch diverse Instrumentarien umfasst, die die kontinuierliche Überwachung und Weiterentwicklung der Qualität des Studienganges bezüglich der Inhalte, Prozesse und Ergebnisse sicherstellt. Dazu gehören unter anderem studentische Evaluationen, Selbstevaluationen durch das Lehrpersonal sowie systematische Befragungen der Praktikumsbetriebe. An der Planung und Ausführung dieser Verfahren sind Dozenten und Studierende in entsprechenden Gremien beteiligt.

Die Gutachter stimmen grundsätzlich der Auffassung der Hochschule zu, dass ein Qualitätssicherungs- und -entwicklungsverfahren in der Umsetzung und Weiterentwicklung vorhanden ist, das systematisch für eine kontinuierliche Überwachung und Weiterentwicklung der Qualität in Bezug auf Inhalte, Prozesse und Ergebnisse genutzt werden kann. Allerdings sind aus Sicht der Gutachter Darstellung (und damit auch die Transparenz) der Verfahren noch deutlich verbesserungsfähig.

Die Anforderungen hinsichtlich Studiengang, Studienverlauf und Prüfungen sind durch Veröffentlichung auf der Internetseite der Hochschule, durch Studiengangsbroschüren sowie durch im Intranet verfügbare Studien- und Prüfungsordnungen und Modulbeschreibungen sichergestellt. Die Studierenden erhalten von den Lehrenden und den Studienberatern jederzeit Beratung. Die Aktivitäten der Hochschule werden überdies im akademischen Jahresbericht regelmäßig veröffentlicht.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
5.	Qualitätssicherung			
5.1	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	x		
5.2	Transparenz und Dokumentation	x		

Qualitätsprofil

Hochschule: Internationale Hochschule Bad Honnef/Bonn (IUBH) - IUBH Duales Studium

Bachelor-Studiengang: Marketing Management (B.A.)

Beurteilungskriterien	Bewertungsstufen		
	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
1. Ziele und Strategie			
1.1.	Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes	x	
1.2.	Studiengangprofil (nur relevant für Master-Studiengang)	x	
1.3.	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	x	
2. Zulassung (Zulassungsprozess und -verfahren)			
2.1	Zulassungsbedingungen		Auflage
2.2	Auswahlverfahren	x	
2.3	Berufserfahrung (relevant für weiterbildenden Master-Studiengang)	x	
2.4	Gewährleistung der Fremdsprachenkompetenz	x	
2.5	Transparenz der Zulassungsentscheidung	x	
3. Konzeption des Studienganges			
3.1	Umsetzung	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		Auflage
3.1.4	Studierbarkeit	x	
3.2	Inhalte	x	
3.2.1	Logik und konzeptionelle Geschlossenheit des Curriculums	x	
3.2.2	Begründung der Abschlussbezeichnung	x	
3.2.3	Begründung der Studiengangsbezeichnung	x	
3.2.4	Prüfungsleistungen und Abschlussarbeit	x	
3.3	Kompetenzerwerb für anwendungs- und/oder forschungsorientierte Aufgaben (sofern vorgesehen - nur bei Master-Studiengang)	x	
3.4	Didaktisches Konzept	x	
3.4.1	Logik und Nachvollziehbarkeit des didaktischen Konzeptes	x	
3.4.4	Begleitende Lehrveranstaltungsmateria-	x	

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
	lien			
3.5	Berufsbefähigung	x		
4.	Ressourcen und Dienstleistungen			
4.1	Lehrpersonal des Studienganges	x		
4.1.1	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen	x		
4.1.2	Betreuung der Studierenden durch Lehrpersonal	x		
4.2	Studiengangsmanagement	x		
4.2.1	Studiengangsleitung und Studienorganisation	x		
4.2.2	Verwaltungsunterstützung für Studierende und das Lehrpersonal	x		
4.3	Kooperationen und Partnerschaften	x		
4.3.1	Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken (falls relevant)	x		
4.3.2	Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen	x		
4.4	Sachausstattung	x		
4.4.1	Quantität, Qualität der Unterrichtsräume	x		
4.4.2	Zugangsmöglichkeit zur erforderlichen Literatur	x		
4.5	Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges	x		
5.	Qualitätssicherung			
5.1	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung	x		
5.2	Transparenz und Dokumentation	x		

Beschluss der FIBAA- Akkreditierungskommission für Programme

92. Sitzung am 25./26. September 2014

Projektnummer: 14/065 (zuvor 12/111)

Hochschule: Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH) Duales Studium, Standorte Erfurt, Düsseldorf und München

Studiengang: Marketing Management (B.A.)

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

Die bestehende Akkreditierung wird gemäß Abs. 3.1.2 i.V.m. 3.2.4 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 um die Vertiefungsrichtung „Retail Marketing“ unter einer Auflage erweitert.

Akkreditierungszeitraum: 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2018/19

Auflage:

Die Prüfungsordnung ist in rechtskräftig verabschiedeter und veröffentlichter Form vorzulegen. (siehe Kapitel 3.1; Regeln des Akkreditierungsrates, Kriterium 2.8).

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 29. Januar 2015

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachterbericht

Hochschule:

Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH)
- IUBH Duales Studium
Standorte Erfurt, Düsseldorf und München

Bachelor-Studiengang:

Marketing Management

Abschlussgrad:

Bachelor of Arts (B.A.)

Kurzbeschreibung des Studienganges:

Der duale Studiengang mit den nun drei Vertiefungsrichtungen Sales & Distribution oder Online-Marketing oder Retail Marketing qualifiziert für eine Berufstätigkeit als Führungsnachwuchs bzw. im mittleren Management im Bereich Marketing und Vertrieb in national und/oder international agierenden Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen, in Unternehmensberatungen, Versicherungen, Verbänden, Verlagen sowie Werbe-, Medien-, PR- und Grafik-Agenturen. Die Qualifizierung findet wöchentlich abwechselnd an den beiden Lernorten Hochschule und Ausbildungsunternehmen statt.

Datum des Vertragsschlusses:

12. Dezember 2012

Vertrag zur Erweiterung der bestehenden Akkreditierung am 3. Juli 2014

Datum der Einreichung der Unterlagen:

16. Juni und 25. Juli 2014

Begutachtung:

Begutachtung im Schriftverfahren

Akkreditierungsart:

Ergänzungsakkreditierung um die Vertiefungsrichtung „Retail Marketing“

Zuordnung des Studienganges:

grundständig

Studiendauer:

7 Semester

Studienform:

dual

Erstmaliger Start der neuen Vertiefung:

Wintersemester 2014/15

Aufnahmekapazität:

Erfurt (ERF): im WS 15 Studierende

Düsseldorf (DUS): im WS 20 Studierende

München (MUC): im WS 20 Studierende

Start zum:

Wintersemester

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

3

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

180

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30

Datum der Sitzung der FIBAA-Akkreditierungskommission:

25./26. September 2014

Gutachterempfehlung:

Die bestehende Akkreditierung wird gemäß Abs. 3.1.2 i.V.m. 3.2.4 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 unter einer Auflage erweitert.

Akkreditierungszeitraum:

27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2018/19

Auflage:

Die Prüfungsordnung ist in rechtskräftig verabschiedeter und veröffentlichter Form vorzulegen. (siehe Kapitel 3.1; *Rechtsquelle*: Regeln des Akkreditierungsrates Kriterium 2.8)

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 26. Dezember 2014 nachzuweisen.

Betreuer:

Dipl.-Psych. Birgit Lang-Eitner

Gutachter:**Prof. Dr. Jochen Breinlinger-O'Reilly**

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

(Strategisches Management, Organisation und Personal, Produktion und Markt, Marketing, Qualitätsmanagement)

Prof. Dr. Lutz H. Schminke

Hochschule Fulda

(Strategisches und operatives Marketing, Vertrieb, Direktmarketing, Customer Relationship Management, Betriebswirtschaft, Dienstleistungsmarketing, Qualitätsmanagement)

Zusammenfassung⁴

Bei der Bewertung wurden die Selbstdokumentation, die Ergebnisse des Schriftverfahrens und die Stellungnahme der Hochschule vom 5. September 2014 berücksichtigt.

Der duale Bachelor-Studiengang „Marketing Management“ (B.A.) der Internationalen Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH) an den Standorten Erfurt, Düsseldorf und München erfüllt mit allen durchgeführten curricularen Änderungen hinsichtlich seiner Zielsetzung und seiner Konzeption formal und inhaltlich mit einer Ausnahme die Qualitätsanforderungen für Bachelor-Studiengänge. Hinsichtlich des Lehrpersonals wurden ausreichende Kapazitäten für die neue Vertiefungsrichtung „Retail Marketing“ an den drei Standorten nachgewiesen, so dass die bestehende Akkreditierung von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) um diese Vertiefungsrichtung erweitert werden kann.

Die Gutachter begrüßen die weitere Vertiefungsmöglichkeit, die ein zusätzliches attraktives und arbeitsmarktgerechtes Ausbildungsangebot bietet. Das Curriculum der Vertiefungsrichtung „Retail Marketing“ ist grundsätzlich überzeugend.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter in der Verabschiedung und Veröffentlichung der geänderten Prüfungsordnung (vgl. Abs. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i. d. F. vom 23. Februar 2012). Daher empfehlen sie, die Akkreditierung mit folgender Auflage zu verbinden:

Die Prüfungsordnung ist in rechtskräftig verabschiedeter und veröffentlichter Form vorzulegen

(siehe Kapitel 3.1; *Rechtsquelle*: Regeln des Akkreditierungsrates Kriterium 2.8).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum **26. Dezember 2014** nachzuweisen.

Die Verkürzung der regelmäßig neunmonatigen Auflagenfrist wird damit begründet, dass die um die neue Vertiefung ergänzte Prüfungsordnung bereits während des Wintersemesters 2014/15 rechtskräftig werden soll, da die Vertiefung in diesem Zeitraum bereits erstmals angeboten werden soll.

⁴ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachterberichtes erfolgt im Folgenden keine geschlechtsneutrale Differenzierung, sondern wird ausschließlich die männliche Form verwendet. Selbstverständlich ist seine Ausrichtung in jedem Fall geschlechtsunabhängig.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

6. Ziele und Strategie

6.1 Logik und Nachvollziehbarkeit der Zielsetzung des Studiengangskonzeptes

Unter der Zielsetzung, junge Nachwuchskräfte für Aufgaben und Funktionen im mittleren Management bzw. als Führungsnachwuchskraft im Bereich Handelsmarketing und -vertrieb auszubilden, hat die IUBH beschlossen, den im dualen Bachelor-Studiengang Marketing Management bislang zur Wahl stehenden zwei Vertiefungsrichtungen „Sales & Distribution“ und „Online-Marketing“ ab dem Wintersemester 2014/15 eine dritte Spezialisierungsmöglichkeit, „Retail Marketing“ hinzuzufügen, die von der IUBH auf konkrete Nachfrage von Arbeitgeberseite entwickelt worden ist.

Neben den bisherigen Marketing-Vertiefungsrichtungen in den unternehmensseitigen Wachstumsbereichen „Online“ und „Vertrieb“ soll Studierenden mit der Vertiefung „Retail Marketing“ nun auch die Möglichkeit eröffnet werden, sich auf die zentralen Herausforderungen im Handelsmarketing vorzubereiten und sowohl Aspekte des „Online-Marketing“ im Rahmen der Inhalte zum Themenbereich „E-commerce“ zu vertiefen, als sich auch mit vertriebsspezifischen Besonderheiten aus dem Bereich „Sales & Distribution“ aus Handlungsperspektive vertraut zu machen.

Mit allen drei Vertiefungsrichtungen sollen die Absolventen Handlungskompetenzen im Berufsfeld erwerben, die wesentlich weiter und tiefer gehen als bei Absolventen einer Berufsausbildung mit IHK- oder Kammerprüfung. Dabei sollen die berufspraktischen Handlungskompetenzen im Gegensatz zu Absolventen eines rein theoretischen Studiums so ausgeprägt sein, dass die Absolventen nach Abschluss des Studiums in der Lage sind, unmittelbar qualifiziert in einem international geprägten Umfeld tätig sein können.

Die Hochschule hat entsprechend die Zielsetzung im Besonderen Teil ihrer Studien- und Prüfungsordnung unter 6. Marketing Management wie folgt angepasst:

„(1) Der Studiengang zielt auf eine Berufstätigkeit in den Bereichen Marketing und Vertrieb in national und/ oder international agierenden Industrie- Handels- und Dienstleistungsunternehmen, in Unternehmensberatungen, Versicherungen, Verbänden, Verlagen sowie Werbe-, Medien-, PR- und Grafik-Agenturen ab. Drei Vertiefungsrichtungen bieten dabei die Möglichkeit einer fachlichen Spezialisierung und einschlägigen Berufstätigkeit als Fachkraft bzw. Führungsnachwuchskraft in den Bereichen Sales & Distribution, On-line-Marketing oder Retail Marketing. Die Studierenden erwerben die erforderlichen Kompetenzen, um unmittelbar im Anschluss an das Studium als Fachkraft und Führungsnachwuchs in einem dieser Bereiche tätig zu werden.

(2) Dementsprechend sind die Absolventen nach ihrem Studium fachlich und persönlich in der Lage, alle typischen berufspraktischen Fragestellungen des Marketing Management sowie eines der Bereiche Sales & Distribution, Online-Marketing oder Retail Marketing zu verstehen und zu erklären sowie mittels wissenschaftlicher Methoden theoretisch fundierte und praxisrelevante Lösungen zu erarbeiten, zu bewerten und durchzusetzen.

(3) Insbesondere

1. haben Absolventen ein breites und integriertes Wissen und Verstehen der wissenschaftlichen Grundlagen der Wirtschaftswissenschaft nachgewiesen,
2. verfügen Absolventen über ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Wirtschaftswissenschaft,
3. schließt das Wissen und Verstehen vertiefte Wissensbestände auf dem aktuellen Stand der Forschung im Marketing Management sowie in einem der drei Bereiche Sales & Distribution, Online-Marketing oder Retail Marketing ein.“

Hinsichtlich der weiteren Ausführungen wird auf die Einzelheiten des Hauptberichtes verwiesen.

Bewertung:

Die Gutachter sind der Auffassung, dass die vorgenommene Ergänzung des dualen Bachelor-Studienganges „Marketing Management“ um die Vertiefung „Retail Marketing“ mit der Zielsetzung des Studienangebotes gerade durch den dadurch auch erweiterten Rahmen des Berufsfeldes stimmig korrespondiert.

Die Bewertung der Qualitätsanforderungen entspricht der des Hauptberichtes.

3. Konzeption des Studienganges

3.1 Umsetzung

Der 180 ECTS umfassende duale Bachelor-Studiengang mit einem Workload von 30 Arbeitsstunden je ECTS ist modular aufgebaut. Er besteht aus Grundlagenmodulen (95 ECTS), der Basis-Spezialisierung Marketing Management (25 ECTS), der Vertiefung Marketing Management (20 ECTS), einem Praxisprojekt (30 ECTS) und der Bachelor-Arbeit (10 ECTS). Die Studierenden wählen ab dem fünften Semester eine Vertiefungsrichtung aus nunmehr drei möglichen aus. Alle Module einschließlich der Vertiefungen sind Pflichtveranstaltungen.

Die vier Module der Vertiefungsrichtung „Retail Marketing“ erstrecken sich jeweils über ein Semester, wobei ihre Größe regelmäßig 5 ECTS aufweist. Sie werden alle mit einer Modulprüfung unterschiedlicher Ausprägung abgeschlossen. Die Modulbeschreibungen enthalten Inhalte und Qualifikationsziele, die Dauer des Moduls, die Lehr- und Prüfungsformen, die Lage im Studienablauf, die Erfordernisse für seine Belegung, die Verwendbarkeit für andere Studiengänge an der IUBH sowie Bezüge zu anderen Modulen im Studiengang, die Zuteilung von ECTS, den Gesamtarbeitsaufwand sowie die Kontaktzeit.

Die neue, im Konzept vorgelegte, „Studien- und Prüfungsordnung für duale Studiengänge mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ an der IUBH duales Studium“ vom 23. Juli 2014 berücksichtigt unter den Besonderen Bestimmungen den Studiengang „Marketing Management“ (B.A.) mit den vertiefungsbezogenen Änderungen.

Im Übrigen entspricht die Konzeption des Studienganges der ursprünglich akkreditierten Form, so dass hinsichtlich der weiteren Ausführungen auf die Einzelheiten des Hauptberichtes verwiesen wird.

Bewertung:

Die aus dem bereits bestehenden Gesamtkonzept des Studienganges entwickelte modularisierte Struktur des Curriculums wurde im Zuge der vertiefenden Ergänzung systematisch fortgeführt und vermag grundsätzlich zu überzeugen. Die Struktur dient nach Ansicht der Gutachter der Zielsetzung und fördert den an der Zielsetzung orientierten Kompetenzerwerb der Studierenden.

Die strukturellen Vorgaben für den Studiengang sind, unter Berücksichtigung der nationalen und landesspezifischen Vorgaben, in der Studien- und Prüfungsordnung umgesetzt. Da die vorgelegte Prüfungsordnung noch nicht rechtskräftig verabschiedet wurde, empfehlen die Gutachter folgende

Auflage:

Die Prüfungsordnung ist in rechtskräftig verabschiedeter und veröffentlichter Form vorzulegen. (Rechtsquelle: „Regeln“ des Akkreditierungsrates, Kriterium 2.8)

Die vier neuen Module der Vertiefung „Retail Marketing“ passen sich mit ihrem jeweiligen Umfang von 5 ECTS genau der Struktur der übrigen Vertiefungsrichtungen an und führen zu keiner höheren Prüfungsbelastung für die Studierenden, die mit stets fünf Prüfungen pro Semester überschaubar ist. Die Gutachter begrüßen insbesondere die unterschiedlichen Prüfungsformen in allen vier Modulen dieses Vertiefungsbereichs, die von einer Klausur, über eine Fallstudienbearbeitung und ein Referat bis hin zur mündlichen Prüfung reichen und dadurch besonders geeignet erscheinen, um die in den einzelnen Modulen angegebenen Kompetenzen abzuprüfen.

Die Bewertung der Qualitätsanforderungen entspricht abgesehen von Kapitel 3.1.3 der des Hauptberichtes.

3.2 Inhalte

Im Studiengang „Marketing Management“ (B.A.) schließt sich an die Vermittlung allgemeiner Kenntnisse in den Kernfächern Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Recht, Quantitative Methoden, Sprachen und einführenden Modulen aus dem Bereich Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen bereits im zweiten Semester die Basisspezialisierung Marketing Management an, um so einen frühen Einstieg in den Schwerpunkt des Studiums zu ermöglichen und die notwendigen theoretischen Kenntnisse für eine erfolgreiche Verzahnung aus Theorie und Praxis zu legen. Ab dem fünften Semester können die Studierenden eine von nunmehr drei Vertiefungsrichtungen wählen, um sich dadurch tiefer in Bezug auf ein konkretes Berufsfeld zu spezialisieren:

In der Vertiefungsrichtung „Retail Marketing“ werden sowohl Aspekte des „Online-Marketing“ im Rahmen der Inhalte zum Themenbereich „E-commerce“ vertieft als auch vertriebsspezifische Fragestellungen aus dem Bereich „Sales & Distribution“ aus Handlungsperspektive behandelt. Unabhängig davon erlaubt das zusätzliche Vertiefungsfach die Vorbereitung der Studierenden auf die zentralen Herausforderungen im Handelsmarketing. Hierbei steht die eigenständige und fundierte Vermittlung der Grundlagen des B2B- und B2C Handelsmarketing in den Fächern Grundlagen des Handelsmanagements sowie im Rahmen der Veranstaltung strategisches bzw. operatives Marketing im Vordergrund.

Das duale 7-semesterige Curriculum gestaltet sich mit der Abfolge der Vertiefungsrichtungen und den Inhalten der neuen Vertiefung wie folgt:

Modul Nr.	Modul	Kompetenzfeld	Credit Points in Semester							Workload (h)					Veranstaltungsform z.B. Vorlesung, Seminar, Übung etc.	Prüfungsleistung des Moduls (Dauer in Min.)	Prüfungsform	Gewicht für Gesamtnote
			1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	Stunden Präsenzstudium	Stunden Selbststudium	Stunden Selbstüberprüfung	Tutorien	Stunden Praxisarbeit				

Semester 1 bis 4 siehe Hauptbericht...

5. Semester

GM 14	Besonderes Wirtschaftsrecht	Recht					5			37,5	112,5					Vorlesung	20	mündl. Prüfung	2,78%
BSM-MM 4	Kommunikations- und Markenpolitik	Basis-Spezialisierung MM					5			37,5	112,5					Vorlesung		Fallstudie	2,78%
BSM-MM 5	Spanisch I	Basis-Spezialisierung MM					5			37,5	112,5					Vorlesung	90	Klausur	2,78%
VMSD 1	Strategisches Vertriebsmanagement	Vertiefung 1: Sales & Distribution					5			37,5	112,5					Vorlesung	90	Klausur	2,78%
VMOM 1	Strategisches Online-Marketing	Vertiefung 2: Online-Marketing					5			37,5	112,5					Vorlesung	90	Klausur	2,78%
VMRM 1	Grundlagen Handelsmanagement	Vertiefung 3: Retail Marketing					5			37,5	112,5					Vorlesung	90	Klausur	2,78%
PM 5	Praxisprojekt V	Praxisprojekte					5							150				Exposé	2,78%

6. Semester

GM 15 [BPMG]	Projektmanagement	Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen					5				90	30	30			Fernstudium	90	Klausur	2,78%
BSM-MM 6	Spanisch II	Basis-Spezialisierung MM					5			37,5	112,5					Vorlesung	90	Klausur	2,78%
VMSD 2	Vertriebsorganisation und Sales-Force-Management	Vertiefung 1: Sales & Distribution					5			37,5	112,5					Vorlesung		Fallstudie	2,78%
VMOM 2	Operatives Online-Marketing	Vertiefung 2: Online-Marketing					5			37,5	112,5					Vorlesung		Fallstudie	2,78%
VMRM 2	Vertriebsorganisation und Sales-Force-Management	Vertiefung 3: Retail Marketing					5			37,5	112,5					Vorlesung		Fallstudie	2,78%
VMSD 3	Verkaufs- und Verhandlungstraining	Vertiefung 1: Sales & Distribution					5			37,5	112,5					Vorlesung	15	Referat	2,78%
VMOM 3	Social Media- & Mobile-Marketing	Vertiefung 2: Online-Marketing					5			37,5	112,5					Vorlesung	15	Referat	2,78%
VMRM 3	Strategisches Handelsmarketing	Vertiefung 3: Retail Marketing					5			37,5	112,5					Vorlesung	15	Referat	2,78%
PM 6	Praxisprojekt VI	Praxisprojekte					5							150				Projektarbeit	2,78%

7. Semester

GM 16	Personal- und Unternehmensführung	Betriebswirtschaftslehre					5			37,5	112,5					Vorlesung		Fallstudie	2,78%
BSM-MM 7	Internationales und interkulturelles Marketing	Basis-Spezialisierung MM					5			37,5	112,5					Vorlesung	20	mündl. Prüfung	2,78%
VMSD 4	Vertriebscontrolling	Vertiefung 1: Sales & Distribution					5			37,5	112,5					Vorlesung	20	mündl. Prüfung	2,78%
VMOM 4	IT-, Website- & Projektmanagement	Vertiefung 2: Online-Marketing					5			37,5	112,5					Vorlesung	20	mündl. Prüfung	2,78%
VMRM 4	Operatives Handelmarketing	Vertiefung 3: Retail Marketing					5			37,5	112,5					Vorlesung	20	mündl. Prüfung	2,78%
BSM-MM 8	Spanisch III	Basis-Spezialisierung MM					5			37,5	112,5					Vorlesung	20	mündl. Prüfung	2,78%
BM	Bachelorarbeit	Bachelorarbeit						10							300			Bachelorarbeit	5,56%

Summe ECTS je Semester: 25 25 25 25 25 25 30 90 3090 120 90 900 300

Summe ECTS: 180

Gesamtworkload in Stunden: 5400

Hinsichtlich der weiteren Ausführungen wird auf die Einzelheiten des Hauptberichtes verwiesen.

Bewertung:

Die neue Vertiefung fügt sich nach Ansicht der Gutachter vom Aufbau und von ihrer Feinstruktur her gut in das bestehende Programmangebot. Grundsätzlich trägt die Vertiefung „Retail Marketing“ den inhaltlichen Zielen des Studienganges angemessene Rechnung.

Gerade auch für die Erweiterung gilt, dass fachliche Standards und Bedarfe des Marktes, sowohl des Bildungs- als auch des Arbeitsmarktes, beachtet und beobachtet wurden.

Die vier neuen Module der Vertiefung „Retail Marketing“ sind in der Anordnung und Reihenfolge sinnvoll miteinander verknüpft und schließen an die übrigen Module ohne inhaltliche Brüche an. Allerdings weist das Modul Vertriebsorganisation und Sales Force Management Inhalte auf, die nicht primär Fragestellungen des Retail Marketing betreffen; es sei denn, die Schnittstelle zwischen Industrie und Handel und spezielle Konzepte (wie z.B. ECR) werden stärker in den Fokus gerückt. Die Gutachter empfehlen dringend, dieses Modul durch ein Modul E-Commerce vs. Stationärer Handel zu ersetzen, welches die aktuellen Entwicklungen im Retail-Bereich thematisiert. Die Gutachter begrüßen es sehr, dass die Hochschule bereits zusammen mit der Stellungnahme zu diesem Bericht ein überarbeitetes Curriculum und entsprechend geändertes Modulhandbuch um das neue Modul VMRM 2 „Gestaltungs- und Entwicklungsoptionen klassischer Handelsformen vs. E-Commerce“ übermittelt hat, das diese Empfehlung berücksichtigt.

Die Bewertung der Qualitätsanforderungen entspricht der des Hauptberichtes.

4. Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Lehrpersonal des Studienganges

Die Vertiefungsrichtung „Retail Marketing“ wird ab Wintersemester 2014/15 an den Standorten Erfurt, Düsseldorf und München angeboten und an den Standorten Erfurt und München von bereits vorhandenem hauptberuflichen Lehrpersonal durchgeführt. Für den Standort Düsseldorf erfolgte für die neue Vertiefungsrichtung eine Neuberufung.

Die Hochschule hat eine ergänzte Lehrverflechtungsmatrix für alle drei Standorte vorgelegt.

Bewertung:

Die Gutachter haben sich anhand der Curricula Vitae der im Studiengang Lehrenden von deren fachlicher Qualifikation überzeugt. Auch die Lehrverflechtungsmatrix über die Standorte lässt darauf schließen, dass die neue Vertiefungsrichtung fachlich und inhaltlich an den Standorten Erfurt und München von dem bereits bestehenden Lehrkörper sowie am Standort Düsseldorf von dem neu berufenen Professor abgedeckt werden kann.

Hinsichtlich der weiteren Ausführungen wird auf die Einzelheiten des Hauptberichtes verwiesen.

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

96. Sitzung am 2. Oktober 2015

Projektnummer: 15/001
Hochschule: Internationale Hochschule Bad Honnef (IUBH), Standort Berlin
Studiengänge: Tourismuswirtschaft (B.A.),
 Marketing Management (B.A.),
 International Management (M.A.),
 International Business (MBA) – 60 CP und
 International Business (MBA) – 90 CP

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

Die bestehende Akkreditierung der Studiengänge Tourismuswirtschaft (B.A.), Marketing Management (B.A.) und International Management (M.A.) wird gemäß Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2012 und die Studiengänge International Business (MBA) – 60 CP und International Business (MBA) – 90 CP wird gemäß Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 um die Durchführung am Standort der Hochschule in Berlin jeweils unter einer Auflage erweitert.

Akkreditierungszeiträume:

Tourismuswirtschaft: 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2020/21

Marketing Management: 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2018/19

International Management: 30. November 2012 bis Ende Wintersemester 2019/20

International Business – 60 CP und 90 CP: 26. September 2014 bis Ende Wintersemester 2019/20

Auflage:

Die Hochschule weist bis zum Studienstart anhand von Lebensläufen und einer ergänzten Lehrverflechtungsmatrix nach, dass die adäquate Durchführung der Veranstaltungen der ersten beiden Semester, die von Lehrbeauftragten durchgeführt werden sollen, gewährleistet ist.

(Rechtsquelle: Kriterium 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 27. November 2015

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

Internationale Hochschule Bad Honnef (IUBH),
Standort Berlin

Studiengänge und Abschlussgrade:

Tourismuswirtschaft (B.A.)
Marketing Management (B.A.)
International Management (M.A.)
International Business (MBA) – 60 CP
International Business (MBA) – 90 CP

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Zuordnung der Studiengänge:

Tourismuswirtschaft (B.A.): grundständig
Marketing Management (B.A.): grundständig
International Management (M.A.): konsekutiv⁵
International Business (MBA) – 60 CP: weiterbildend
International Business (MBA) – 90 CP: weiterbildend

Studiendauer:

Tourismuswirtschaft (B.A.): 7 Semester
Marketing Management (B.A.): 7 Semester
International Management (M.A.): 4 Semester
International Business (MBA) – 60 CP: 2 Semester
International Business (MBA) – 90 CP: 3 Semester

Studienform:

Tourismuswirtschaft (B.A.): dual
Marketing Management (B.A.): dual
International Management (M.A.): Vollzeit
International Business (MBA) – 60 CP: Vollzeit
International Business (MBA) – 90 CP: Vollzeit

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Aufnahmekapazität:

Tourismuswirtschaft (B.A.): grundständig
Marketing Management (B.A.): grundständig
International Management (M.A.): konsekutiv
International Business (MBA) – 60 CP: weiterbildend
International Business (MBA) – 90 CP: weiterbildend

Start zum:

Tourismuswirtschaft (B.A.): Wintersemester
Marketing Management (B.A.): Wintersemester
International Management (M.A.): sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester
International Business (MBA) – 60 CP: sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester
International Business (MBA) – 90 CP: sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester

Erstmaliger Start des Studienganges:

Tourismuswirtschaft (B.A.): Wintersemester 2008/09
Marketing Management (B.A.): Wintersemester 2013/14
International Management (M.A.): Wintersemester 2008/09
International Business (MBA) – 60 CP: Wintersemester 2014/15
International Business (MBA) – 90 CP: Wintersemester 2014/15

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

Einzügig am Standort Berlin

⁵ Der Master-Studiengang International Management (M.A.) ist ein konsekutiver Master, der an die sechs-semesterigen Vollzeit-Bachelor-Studiengänge der IUBH anschließt.

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

Tourismuswirtschaft (B.A.): 180
Marketing Management (B.A.): 180
International Management (M.A.): 120
International Business (MBA) – 60 CP: 60
International Business (MBA) – 90 CP: 90

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

Tourismuswirtschaft (B.A.): 30
Marketing Management (B.A.): 30
International Management (M.A.): 30
International Business (MBA) – 60 CP: 30
International Business (MBA) – 90 CP: 30

Akkreditierungsart:

Erweiterung der bestehenden Akkreditierungen auf den Standort Berlin

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens⁶

Im Jahr 2012 bzw. 2013 wurden zwischen der FIBAA und der Internationalen Hochschule Bad Honnef (IUBH) Verträge über die Akkreditierung der Studiengänge Tourismuswirtschaft (B.A.), Marketing Management (B.A.), International Management (M.A.) und International Business (MBA) geschlossen. Die Studiengänge wurden in 2012, 2013 bzw. 2014 für fünf bzw. sieben Jahre (re-)akkreditiert.

Am 07. Januar 2015 wurde zwischen der FIBAA und der Hochschule ein weiterer Vertrag über die Erweiterung der bestehenden Akkreditierungen auf den Standort Berlin geschlossen. Der Studiengang soll dort unter derselben Prüfungsordnung inhaltlich unverändert angeboten werden. Am 06. Juli 2015 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung des Standortes sowie das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

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

Prof. Dr. Norbert Drees

Fachhochschule Erfurt

Professor für Marketingmanagement und Kommunikation

Prof. Dr. Jürgen Hilp

DHBW Heidenheim

Professor im Studiengang BWL-Versicherung, Versicherungsvertrieb und Finanzberatung

FIBAA-Projektmanager:

Ass.jur. Lars Weber

Die Ergänzungsakkreditierung fand am 06. August am Standort der Hochschule in Berlin statt. Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 06. September 2015 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 07. September 2015; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

⁶ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachtens erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

Zusammenfassung

Die Durchführung der Studiengänge am Standort Berlin entspricht mit einer Ausnahme den einschlägigen Qualitätsanforderungen. Die bestehenden Akkreditierungen können daher von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) um den neuen Standort unter einer Auflage erweitert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bezüglich des notwendigen Lehrpersonals. Daher empfehlen sie, die Erweiterung der Akkreditierung auf den Standort Berlin mit folgender Auflage zu verbinden:

Die Hochschule weist bis zum Studienstart anhand von Lebensläufen und einer ergänzten Lehrverflechtungsmatrix nach, dass die adäquate Durchführung der Veranstaltungen der ersten beiden Semester, die von Lehrbeauftragten durchgeführt werden sollen, gewährleistet ist.

(Rechtsquelle: Kriterium 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 20. Oktober 2015 nachzuweisen.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

5. Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

5.1 Lehrpersonal des Studienganges

Die IUBH operiert am Campus Berlin mit eigens für diesen Standort rekrutierten Dozenten. Sowohl in der Gruppe der hauptberuflich Beschäftigten als auch bei den Lehrbeauftragten wird ein eigener Personalbestand aufgebaut, der mindestens in der Aufbauphase in keinem deputatsmäßigen Zusammenhang mit den anderen IUBH-Standorten steht.

Für das Wintersemester 2015/16 wurden drei Professuren mit zusammen 2 VZÄ für die Bereiche Marketing (0,5 VZÄ), Human Resource Management und Weiterbildung (0,5 VZÄ) sowie Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (1 VZÄ) eingeeicht. Die drei Positionen wurden bereits besetzt.

Die IUBH plant den Einsatz der hauptamtlichen Lehrkräfte jeweils semesterweise über alle Aufgabenbereiche (Lehre inklusive Vor- und Nachbereitung, Betreuungsleistungen, Forschung, Selbstverwaltung, Führungsaufgaben, Sonstiges) und für die gesamte zur Verfügung stehende Arbeitszeit (1.760 Stunden pro Jahr und Vollzeitäquivalent). Dabei wird über Deputatskonten sichergestellt, dass das vereinbarte Lehrdeputat im Durchschnitt eingehalten wird.

Die Personalaufwuchsplanung der IUBH orientiert sich an der Vorgabe des Ministeriums für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalens, wonach mindestens 50 % des Lehrbedarfs durch hauptberuflich beschäftigte Professoren abgedeckt sein müssen.

Die Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal ist vor allem Aufgabe der hauptamtlichen Professoren und Lehrkräfte. An allen Studienstandorten sind die hauptamtlichen Professoren und Lehrkräfte auch außerhalb ihrer Vorlesungszeiten an der Hochschule präsent und stehen den Studierenden für Gespräche und Termine zur Verfügung. Die Hochschule verpflichtet ihre Professoren (in Anlehnung an die Dienstaufgaben von Professoren an staatlichen Hochschulen) ausdrücklich arbeitsvertraglich auf die Förderung der Studierenden durch Beteiligung an Tutorenprogrammen, Mentorenprogrammen und an der Studienberatung, die regelmäßige Durchführung von Sprechstunden mit den Studenten.

Die Lehrbeauftragten stehen vor oder nach ihren Vorlesungen direkt zum Gespräch bereit. Studierende können darüber hinaus E-Mail-Anfragen an die Lehrbeauftragten versenden oder um einen persönlichen Gesprächstermin bitten. Eine Beantwortung der E-Mail ist im Regelfall ebenfalls innerhalb von 24 bis 48 Stunden gewährleistet.

Bewertung:

Struktur und Anzahl des Lehrpersonals für die Durchführung der Studiengänge am Standort Berlin stehen derzeit noch nicht vollständig fest, da zwar hauptamtlich Lehrende, jedoch noch keine Lehrbeauftragten verpflichtet wurden. Da auch Veranstaltungen in den ersten beiden Semestern von Lehrbeauftragten durchgeführt werden sollen und Informationen zu deren Qualifikationen und Expertise noch nicht vorliegen, empfehlen die Gutachter folgende

Auflage:

Die Hochschule weist bis zum Studienstart anhand von Lebensläufen und einer ergänzten Lehrverflechtungsmatrix nach, dass die adäquate Durchführung der Veranstaltungen der

ersten beiden Semester, die von Lehrbeauftragten durchgeführt werden sollen, gewährleistet ist.

(Rechtsquelle: Kriterium 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates).

Bezüglich der Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal gelten in Berlin dieselben Standards wie an den anderen Standorten der Hochschule. Die Gutachter gehen deshalb davon aus, dass auch die Studierenden in Berlin bei akademischen Fragen oder sonstigem Bedarf ausreichende Betreuung erfahren werden.

Im Übrigen wird auf die Einzelheiten der Hauptberichte zu den akkreditierten Studiengängen verwiesen.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.1	Lehrpersonal des Studienganges			
4.1.1	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen		Auflage	
4.1.2	Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal	X		

5.2 Studiengangsmanagement

Eine übergreifende Koordination der Lehraktivitäten im Bereich des Studiums erfolgt durch den Prorektor IUBH Duales Studium sowie die Studiengangsleiter. Für jeden Studiengang gibt es einen Studiengangsleiter, der über alle Standorte hinweg für den Studiengang verantwortlich ist. Die Studiengangsleiter sind für die strukturelle Weiterentwicklung der Studienprogramme sowie damit verbundene Module bzw. Kursangebote verantwortlich. Aufgrund ihrer Leitungsfunktion können sie Empfehlungen zur strukturellen, aber auch inhaltlichen Gestaltung und Umsetzung des Lehrangebots auf Ebene der Professoren und Lehrbeauftragten geben. Diese beziehen sich z.B. auf das Vermeiden kursübergreifender, inhaltlicher Redundanzen oder die Einhaltung des akademischen Niveaus. Hierzu bedienen sich die Studiengangsleiter der Expertise der Modulverantwortlichen. Deren Aufgabe ist neben der inhaltlichen Ausgestaltung des Moduls am Standort dafür Sorge zu tragen, dass die Qualitätsanforderungen des jeweiligen Modulhandbuches in allen Belangen der Lehre umgesetzt werden.

Aufgrund des Studienangebots in mehreren Standorten kommt der Qualitätssicherung über die Standorte hinweg eine besondere Bedeutung zu. Diese wird durch Prorektor IUBH und den jeweiligen Studiengangsleiter gemeinsam sichergestellt. Eine grundsätzliche Einschränkung der Gestaltungsfreiheiten in der akademischen Lehre ist damit nicht verbunden. Das Rektorat als Ganzes übernimmt im Bereich der Lehre lediglich eine koordinierende, d. h. der Einhaltung von Akkreditierungsanforderungen dienende Funktion.

Unabhängig vom Standort sind die Studiengangsleiter in inhaltlicher und organisatorischer Hinsicht Ansprechpartner für Professoren, Standortleitungen, Studienberater, externe Lehrkräfte, Studierendenvertreter und Praxisunternehmen. Die Studiengangsleiter nehmen zudem repräsentative Aufgaben des Studienganges nach Außen wahr und unterstützen die Standortleitungen bei der Auswahl und Koordination der externen Dozenten für den jeweiligen Studiengang.

Die Studienberatung in Berlin entspricht den Standards der anderen Standorte der Hochschule: Hinsichtlich der dualen Studiengänge fungiert die Studienberatung als Schnittstelle für alle Studieninteressenten und Praxisunternehmen (bezüglich der dualen Studiengänge).

Im Kern beinhalten die Verwaltungsabläufe zunächst die Versorgung von Interessenten mit Informationsmaterial, Eintragungen in die Datenbanken und persönlicher Beratung per E-Mail, Telefon sowie persönlichen Beratungsgesprächen an der Hochschule. Sie beraten die Studieninteressierten von der ersten Anfrage, führen die hochschuleigene Aufnahmeprüfung für Studienbewerber durch, unterstützen bei der Vermittlung in Praxisunternehmen bis hin zur Begleitung der Studierenden zur Vertragsunterzeichnung, bei dem der Praxisbetrieb und der zukünftig Studierende anwesend sind. Sie führen den Matchingprozess zur Erreichung der qualitativen Besetzung der freien Praktikumsplätze.

Weiterhin werden in diesem Bereich sämtliche Informationsangebote der Hochschule an den jeweiligen Standorten z. B. Tag der Offenen Tür, Veranstaltungen, Netzwerktreffen und Branchentage organisiert und verwaltet.

Studienberater akquirieren und beraten zudem interessierte Unternehmen für Studieninteressenten und sind Ansprechpartner sowohl für eingeschriebene Studierende, die evtl. Probleme mit dem Praktikumsbetrieb haben, als auch für die Praxisbetriebe hinsichtlich aller Fragen. In Berlin stehen für die Studienberatung zwei Vollzeit-Mitarbeiter zur Verfügung.

Der Standortleiter in Berlin koordiniert die administrativen Abläufe am Standort, ist Ansprechpartner für Kooperationspartner und unterstützt die Marketingaktivitäten der Hochschule. Ein regelmäßiger Informationsaustausch zwischen den Standortleitungen der verschiedenen Standorte stellt sicher, dass ein hoher Grad an Vereinheitlichung der administrativen Abläufe erfolgt. Sie sind darüber hinaus in den Prozess der Kurs- und Dozentenevaluierungen eingebunden.

Das Studierendensekretariat ist die primäre Anlaufstelle für die Studierenden. Hier erfolgen die Immatrikulation der Studierenden sowie die Prüfung der Immatrikulationsunterlagen auf Vollständigkeit. Darüber hinaus erfolgt im Studentensekretariat die Ausgabe verschiedener Formulare (Studiengangswechsel, Anerkennung von Prüfungsleistungen, Urlaubssemester, etc.) und deren Prüfung auf vollständige Bearbeitung sowie die Weiterleitung an das Rektorat. Schließlich verantwortet das Studentensekretariat die Erfassung der relevanten statistischen Daten und Weiterleitung an das Landesamt für Statistik.

Bewertung:

Da die Studiengangsleitungen ohnehin unabhängig von den Standorten der IUBH für die Koordination der Studiengänge verantwortlich sind, ergeben sich durch die Standorterweiterung Berlin grundsätzlich keine Änderungen. Die Studiengangsleiter müssen lediglich die Kollegen in Berlin in ihre ohnehin stattfindenden Tätigkeiten zur Koordination mit den Kollegen an den anderen Standorten integrieren. Die notwendigen Strukturen sind somit bereits vorhanden und die Mitarbeiter in Berlin können von den bereits gesammelten Erfahrungen der anderen Standorte profitieren. Die Gutachter gehen daher von einem reibungslosen Ablauf der Studiengänge in Berlin aus.

Hinsichtlich der Verwaltungsunterstützung befindet sich eine eigene Struktur am Standort in Berlin im Aufbau. Die bereits gewonnenen Mitarbeiter, konnten im Rahmen der Begutachtung vor Ort in Berlin von ihren aufgenommenen Tätigkeiten berichten. Zudem wurde erläutert wie die Einarbeitung stattfindet und in welcher Weise der regelmäßige Kontakt mit den Mitarbeitern an anderen Standorten organisiert ist. Auch dabei erhielten die Gutachter einen positiven Eindruck und haben keine Zweifel, dass eine effektive Verwaltungsunterstützung für Studierende und Lehrende am Standort Berlin gewährleistet ist.

Die Maßnahmen zur Weiterentwicklung und -qualifizierung des Verwaltungspersonals stehen auch den Mitarbeitern in Berlin zur Verfügung.

Im Übrigen wird auf die Einzelheiten der Hauptberichte zu den akkreditierten Studiengängen verwiesen.

5.3 Kooperationen und Partnerschaften

Die IUBH Duales Studium ist entstanden aus einer engen Kooperation zahlreicher Wirtschaftsunternehmen und Organisationen. Bundesweit gibt es daher ein enges Kooperationsnetz mit nunmehr 708 Kooperationsbetrieben, die Studierende der IUBH im Rahmen des dualen Studiums bei sich beschäftigen. Dieses Netzwerk ist die wichtigste Kernressource der IUBH Duales Studium und damit entscheidend für den Erfolg des Studienkonzepts. Die Pflege und der Ausbau des Netzwerkes bleibt daher eine wesentliche Aufgabe der Leitern der Studienorte gemeinsam mit den Studienberatern.

Die Anzahl der Praxispartner für die dualen Programme ist seit dem Start des Standortes Erfurt, von 40 im Jahr 2008 (445 im Jahr 2013: 3 Studienstandorte, 592 im Jahr 2014: 4 Standorte) auf aktuell 708 Unternehmen über die Studienstandorte Erfurt, Düsseldorf, München, Bad Reichenhall und Berlin gestiegen.

Speziell für die beiden dualen Studiengänge am Standort Berlin konnten bislang 16 Praxispartner gewonnen werden. Die Studienberater an den Studienstandorten Berlin, Erfurt, Düsseldorf, München und Bad Reichenhall sind im Rahmen der Gewinnung von Praxisunternehmen maßgeblich für den operativen Prozess der Firmenakquise verantwortlich. So sind sie nicht nur erste Ansprechpartner für Anfragen von potenziellen Firmenpartnern - beispielsweise infolge von Messeauftritten der IUBH Duales Studium, sondern auch mit der Pflege bestehender Kontakte sowie für die Anwerbung neuer Kooperationspartner durch Vorstellung der Hochschule im Rahmen eines (persönlichen) Akquisetermins betraut. Die so neu hinzugewonnen Kooperationspartner werden in einer Datenbank des hochschuleigenen Intranets CARE verwaltet, damit die Kontakte im Rahmen eines Matchingprozesses an die geeigneten Studienanfänger „vermittelt“ werden können.

Bis dato (inklusive SS 2015) besteht – bei Betrachtung aller Studienstandorte - für den Studiengang Tourismuswirtschaft eine Kooperation mit 380 Praxisunternehmen sowie für den Studiengang Marketing Management mit 105 Praxisunternehmen aus der jeweiligen Branche.

Bewertung:

Für die beiden dualen Studiengänge greift die Hochschule auf bereits bestehende Kooperationen zurück und hat gleichzeitig Maßnahmen ergriffen, um neue Praxispartner zu akquirieren. Die Informationen zu den bereits gewonnenen neuen Partnern in Berlin lassen das diesbezügliche Engagement der Hochschule erkennen. Die Gutachter hatten bei der Begutachtung Gelegenheit mit Vertretern von Kooperationsunternehmen zu sprechen und erhielten die Bestätigung, dass der Informationsaustausch zwischen Hochschule und Unternehmen gut gelingt. Insgesamt kommen die Gutachter zu dem Ergebnis, dass die IUBH sämtliche Voraussetzungen schafft, die eine erfolgreiche Durchführung der dualen Programme am Standort Berlin ermöglichen.

Im Übrigen wird auf die Einzelheiten der Hauptberichte zu den akkreditierten Studiengängen verwiesen.

5.4 Sachausstattung

Die IUBH hat in Berlin die Räumlichkeiten einer Hochschule übernommen, die ihren Studienbetrieb eingestellt hat. Derzeit werden die Räume renoviert und entsprechend der spezifischen Bedürfnisse der IUBH eingerichtet. Am Standort in Berlin stehen der Hochschule zahlreiche Räume zur Verfügung.

Alle Vorlesungsräume sind Tageslichträume. In allen Unterrichtsräumen sind WLAN (sowie Steckdosen an allen Sitzplätzen) vorhanden, so dass eine Internetnutzung unter Eingabe eines Passwortes jederzeit möglich ist. Nach den Renovierungsarbeiten werden die Räume allesamt mit Beamer, Whiteboard, Flipchart und Moderationswänden ausgestattet. Für die Flipcharts und Whiteboards sind entsprechende Stifte vorhanden. Moderatorenkoffer sind in der Verwaltung des Berliner Standortes verfügbar, so dass benötigte Materialien jederzeit zur Verfügung gestellt werden können.

Ergänzend zu den fest installierten Projektoren sind mobile Beamer vorhanden. In einzelnen Vorlesungsräumen sind Multiboard Beamer installiert. Hier kann mit Hilfe einer Software auf dem angeschlossenen PC/Notebook mittels eines elektronischen Stiftes in der Projektion geschrieben und gezeichnet werden. In anderen Vorlesungsräumen ist diese Möglichkeit durch den beschreibbaren Monitor am Dozentenplatz gegeben.

Für alle Vorlesungsräume ist festzustellen, dass für die Lehrkräfte entweder ein PC in dem Raum fest installiert ist oder ein Notebook der Hochschule angeschlossen wird. Die Lehrkräfte bringen ihre Präsentationen daher im Normalfall auf einem USB-Stick mit. Darüber hinaus kann das Notebook des Dozenten an den Beamer angeschlossen werden.

Die Bibliotheken der IUBH verfügen aktuell insgesamt über einen Medienbestand von ca. 21.459 Medieneinheiten, bestehend aus Büchern, Journals und audiovisuellen Medien. Die Printmedien umfassen sowohl die allen Studiengängen zugrunde liegenden Wirtschaftswissenschaften als auch die speziell auf die Studiengänge abgestimmte Literatur.

Für alle Studiengänge der IUBH liegen für die Studierenden die jeweils einschlägig bekannten Fachzeitschriften aus. So liegen beispielsweise für den Studiengang Tourismuswirtschaft die Zeitschriften: fww, touristik aktuell, Catering Management, AHGZ, Gastronomie & Hotellerie und Top Hotel aus. Einige dieser Zeitschriften sind ebenfalls online verfügbar.

Weiterhin verfügen alle Bibliotheken über ein Abonnement einer regionalen Tageszeitung, mindestens einer überregionalen Tageszeitung, einer Wirtschaftszeitung sowie einer überregionalen Wochenzeitung.

Im Hinblick auf die technische Ausstattung arbeitet die Bibliothek der IUBH seit Februar 2006 im Echtzeitbetrieb mit dem Bibliothekssystem LIBRARY ONLINE. LIBRARY ONLINE ist ein webbasiertes Bibliothekssystem, das die folgenden Module beinhaltet: Ausleihe, Erwerbung, Katalogisierung, Mahnwesen, Periodika-Verwaltung und Statistik. Diese Software wird auch als Grundlage für die DigiLIS (Portal für alle elektronischen Ressourcen) benutzt, so dass die Studierenden sich nicht mit der Funktionsweise mehrerer unterschiedlicher Software beschäftigen müssen.

Hinzu kommt der Web-OPAC (Online-Katalog). Über diesen Online-Katalog wird den Bibliotheksnutzern der komplette Bestand bibliographisch zugänglich gemacht. Zusätzlich können die Benutzer über diesen Katalog ausgeliehene Medien vormerken und ihre Benutzerkonten verwalten.

Am Standort Berlin steht den Studierenden eine Bibliothek, die gemeinsam mit der im gleichen Gebäude befindlichen BEST Sabel Akademie genutzt wird. Die Bibliothek ist eine nichtöffentliche fachwissenschaftliche Ausleihbibliothek mit spezifisch gewählten Beständen.

Als wissenschaftliche Spezialbibliothek verfügt sie momentan über 5.398 Medieneinheiten, die speziell auf das Profil der laufenden Studiengänge abgestimmt sind, davon sind rund 180 Medieneinheiten in englischer Sprache. Die Bibliothek wird von einem fest angestellten Bibliotheksleiter betreut. Die Räumlichkeiten der Bibliothek stehen den Studierenden während des Semesters montags bis freitags 09:00 – 17:00 Uhr zur Benutzung offen. Zur Ausstattung der Bibliothek gehören vier Leseplätze vor Ort, die mit jeweils einem PC zur Recherche ausgestattet sind. Der gesamte Bestand der Bibliothek ist mittels einer Bibliothekssoftware digital erfasst.

Weiterhin haben die Studierenden Zugriff auf 19 Datenbanken (z. B. Ebsco Business Source Complete und Hospitality & Tourism, Emerald Management Plus, Statista). Auf die digitalen Medien greifen die Studierenden über das Intranetportal DigiLis zu. Über dieses Intranetportal haben die Lehrkräfte auch die Möglichkeit, Skripte und weitere Vorlesungsunterlagen den Studierenden zugänglich zu machen. Neben den bereits erwähnten Medien, haben die Studierenden über dieses Portal auch Zugriff auf E-Journals und E-Theses, darüber hinaus haben die Bibliotheksnutzer die Möglichkeit, auf einige E-Bookplattformen, z.B. Ciando, Ebsco E-Book Collection, WISO.net zuzugreifen.

Den Studierenden haben überdies Zugang zu folgenden öffentlichen Bibliotheken in Berlin:

- Universitätsbibliothek der Technischen Universität Berlin,
- Universitätsbibliothek der Humboldt-Universität Berlin,
- Universitätsbibliothek der FU Berlin,
- Staatsbibliothek Berlin und
- Bibliothek der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin.

Bewertung:

Bei der Begutachtung vor Ort hatten die Gutachter Gelegenheit die Räumlichkeiten in Berlin zu begutachten. Nach Meinung der Gutachter profitiert die Hochschule davon, in ein Gebäude zu ziehen, in dem bereits Hochschulbetrieb stattgefunden hat.

Unabhängig davon konnten sich die Gutachter überzeugen, dass die Räume in der Form renoviert und ausgestattet werden, dass sie den Standards der IUBH entsprechen und einen erfolgreichen Betrieb der Studiengänge in Berlin ermöglichen. Die Räume in Berlin sind zudem barrierefrei erreichbar.

Der Zugang zu Literatur – insbesondere in Hinsicht auf die am Standort angebotenen Studiengänge – ist gesichert. Dies ist aufgrund der Online-Zugriffsmöglichkeiten auf die Hauptbibliothek der IUBH sowie durch eine Präsenzbibliothek mit ausreichenden Öffnungszeiten in Berlin gewährleistet. Hinzu kommt die Möglichkeit der kostenfreien Nutzung anderer Bibliotheken in Berlin. Entsprechende Vereinbarungen der IUBH und der Bibliotheken liegen vor. Insgesamt ermöglichen insbesondere der WLAN-Zugang sowie entsprechende Stromanschlüsse in allen Räumen den schnellen Online Zugriff auf die benötigten Bücher, Datenbanken, Zeitschriften und anderen elektronischen Medien.

Im Übrigen wird auf die Einzelheiten der Hauptberichte zu den akkreditierten Studiengängen verwiesen.

5.5 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

Die Studiengänge am Standort Berlin werden durch Studiengebühren finanziert. Die Hochschule hat eine Finanzplanung vorgelegt, die vom Beginn des Studienbetriebes im Wintersemester 2015/16 bis zum Jahr 2019 läuft und Annahmen über den Zugang an Studienanfänger sowie die hierfür erforderliche Personalausstattung macht. Dabei berücksichtigt die

Hochschule zunächst geringere Studienanfängerzahlen und erst in den kommenden Jahren die Erreichung der vollständigen Auslastung der Aufnahmekapazitäten der Studiengänge. Die Gegenüberstellung der ermittelten Einnahmen aus Studiengebühren und der differenziert ermittelten Ausgaben ergibt, dass mit Ausnahme des ersten Jahrgangs, die IUBH konstant Einnahmenüberschüsse erwirtschaftet. Die Studiengänge am Standort Berlin tragen sich mithin nach eigener Einschätzung der Hochschule vollständig selbst.

Hinzu kommt, dass der von der Career Partner GmbH (als Gesellschafterin) und der Trägergesellschaft der Internationalen Hochschule, namentlich die Internationale Hochschule GmbH, geschlossene Garantievertrag (inkl. beim Ministerium in NRW hinterlegter Bürgschaft), auch das Studienangebot am Standort in Berlin umfasst.

Bewertung:

Eine finanzielle Grundausstattung ist vorhanden und die Finanzierungssicherheit für den gesamten Akkreditierungszeitraum ist für den Standort Berlin gegeben (Garantie und Bürgschaft), so dass Studierende auf jeden Fall ihr Studium zu Ende führen können.

Im Übrigen wird auf die Einzelheiten der Hauptberichte zu den akkreditierten Studiengängen verwiesen.

6. Qualitätssicherung

Das Qualitätssicherungssystem der Hochschule für die Studiengänge erstreckt sich auch auf die Durchführung der Studiengänge am Standort Berlin. So erfolgt insbesondere die Evaluation der Lehrveranstaltungen in Berlin entsprechend der Vorgaben der Hochschule. Die Auswertung und Ableitung von Maßnahmen erfolgt durch die Programmverantwortlichen.

Bewertung:

Im Rahmen der Begutachtung wurde von den Teilnehmern der Hochschule das Qualitätsmanagement bezogen auf die Studiengänge erläutert. Auch hier kommt der Hochschule zugute, dass sie die Durchführung von standortübergreifenden Evaluationen der Lehrveranstaltungen bereits erfolgreich an anderen Standorten praktiziert. Demensprechend gehen die Gutachter davon aus, dass auch in Berlin eine geeignete und zielführende Qualitätssicherung stattfinden wird.

Im Übrigen wird auf die Einzelheiten der Hauptberichte zu den akkreditierten Studiengängen verwiesen.

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

99. Sitzung am 15. Juli 2016

Projektnummer: 15/104

Hochschule: Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH)

Studiengang:

- Tourismuswirtschaft (B.A.)
(TW-180 und TWHM-180 (nur Vertiefung Hotelmanagement))
- Betriebswirtschaftslehre (B.A.)
(Vertiefungsrichtungen Industrie- und Logistikmanagement, Immobilienwirtschaft und Accounting & Controlling, Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung)
- Marketing Management (B.A.)

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

Die bestehende Akkreditierung des Studienganges Tourismuswirtschaft (B.A.) mit der Vertiefung TW-180 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 i.d.F. vom 23. Februar 2012 unter einer Auflage auf die Standorte Bad Honnef, Bremen, Hamburg und Frankfurt a.M. erweitert.

Akkreditierungszeitraum: 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2020/21

Auflage:

Die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung der Studiengänge an den erweiterten Standorten Bad Honnef, Bremen, Hamburg und Frankfurt a.M. ist anhand einer Lehrverflechtungsmatrix sowie den Lebensläufen der neu angestellten Lehrkräfte nachzuweisen
(Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die bestehende Akkreditierung des Studienganges Tourismuswirtschaft (B.A.) mit der Vertiefung TWHM-180 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 i.d.F. vom 23. Februar 2012 unter einer Auflage auf den Standort Berlin erweitert.

Akkreditierungszeitraum: 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2020/21

Auflage:

Die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung der Studiengänge an dem erweiterten Standort Berlin ist anhand einer Lehrverflechtungsmatrix sowie den Lebensläufen der neu angestellten Lehrkräfte nachzuweisen
(Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die bestehende Akkreditierung des Studienganges Betriebswirtschaftslehre (B.A) 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 i.d.F. vom 23. Februar 2012 unter einer Auflage auf die Standorte Berlin, Frankfurt a.M. und Hamburg erweitert.

Akkreditierungszeitraum: 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2020/21

Auflage:

Die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung der Studiengänge an den erweiterten Standorten Berlin, Frankfurt a.M. und Hamburg ist anhand einer Lehrverflechtungsmatrix sowie den Lebensläufen der neu angestellten Lehrkräfte nachzuweisen

(Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die bestehende Akkreditierung des Studienganges Marketing Management (B.A.) 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 i.d.F. vom 23. Februar 2012 unter einer Auflage auf die Standorte Bad Honnef, Bremen, Frankfurt a.M. und Hamburg erweitert.

Akkreditierungszeitraum: 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2018/19

Auflage:

Die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung der Studiengänge an den erweiterten Standorten Bad Honnef, Bremen, Frankfurt a.M. und Hamburg ist anhand einer Lehrverflechtungsmatrix sowie den Lebensläufen der neu angestellten Lehrkräfte nachzuweisen

(Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum Studienstart, d.h. bis zum 30. September 2016, nachzuweisen.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachterbericht

Hochschule:

Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn (IUBH)

Bachelor-Studiengänge und Abschlussgrade:

Tourismuswirtschaft (B.A.)

Betriebswirtschaftslehre (B.A.)

Marketing Management (B.A.)

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Kurzbeschreibung der Studiengänge:

Der duale Studiengang **Tourismuswirtschaft** qualifiziert für eine Berufstätigkeit als Führungsnachwuchs bzw. im mittleren Management insbesondere in Unternehmen der Tourismuswirtschaft. Die Qualifizierung findet wöchentlich abwechselnd an den beiden Lernorten Hochschule und Ausbildungsunternehmen statt.

Der duale Studiengang **Betriebswirtschaftslehre** qualifiziert für eine Berufstätigkeit als Führungsnachwuchs bzw. im mittleren Management insbesondere in Steuerkanzleien, in der Wirtschaftsprüfung, in der betrieblichen Finanzwirtschaft sowie im betrieblichen Rechnungswesen. Die Qualifizierung findet wöchentlich abwechselnd an den beiden Lernorten Hochschule und Ausbildungsunternehmen statt.

Der duale Studiengang **Marketing Management** mit den beiden Vertiefungsrichtungen Sales & Distribution oder Online-Marketing qualifiziert für eine Berufstätigkeit als Führungsnachwuchs bzw. im mittleren Management im Bereich Marketing und Vertrieb in national und/oder international agierenden Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen, in Unternehmensberatungen, Versicherungen, Verbänden, Verlagen sowie Werbe-, Medien-, PR- und Grafik-Agenturen. Die Qualifizierung findet wöchentlich abwechselnd an den beiden Lernorten Hochschule und Ausbildungsunternehmen statt.

Datum des Vertragsschlusses:

12. Dezember 2012

Für die Erweiterungsakkreditierung: 09. November 2015

Datum der Einreichung der Unterlagen:

06. Mai 2016

Akkreditierungsart:

Erweiterungsakkreditierung auf die Standorte Bad Honnef (BH), Berlin (BER), Bremen (BRE), Frankfurt am Main (FRAU) und Hamburg (HAM)

Zuordnung der Studiengänge:

grundständig

Studiendauer:

7 Semester

Studienform:

Duales Studium

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Erstmaliger Start der Studiengänge:

Tourismuswirtschaft: Wintersemester 2008/2009

Betriebswirtschaftslehre: Wintersemester 2008/2009

An den neuen Standorten: Wintersemester 2016/2017

Aufnahmekapazität:

Tourismuswirtschaft:

Bad Honnef: im WS 25 Studierende
Berlin: im WS 30 Studierende
Bremen: im WS 35 Studierende
Frankfurt: im WS 25 Studierende
Hamburg: im WS 25 Studierende

Betriebswirtschaftslehre:

Berlin: im WS 25 Studierende
Frankfurt am Main: im WS 15 Studierende
Hamburg: im WS 15 Studierende

Marketing Management:

Bad Honnef: im WS 15 Studierende
Bremen: im WS 20 Studierende
Frankfurt: im WS 15 Studierende
Hamburg: im WS 15 Studierende

Start zum:

Wintersemester

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

Tourismuswirtschaft: 8-zügig
Betriebswirtschaftslehre: 6-zügig
Marketing Management: 8-zügig

Umfang der ECTS-Punkte der Studiengänge:

180

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens

Die Studiengänge Tourismuswirtschaft (B.A.) und Betriebswirtschaftslehre (B.A.) der Internationalen Hochschule Bad Honnef (IUBH) wurden am 26./27. September 2013 unter je drei Auflagen für den Zeitraum 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2020/21 von der FIBAA re-akkreditiert. Der Studiengang Marketing Management (B.A.) wurde unter drei Auflagen für den Zeitraum 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2018/2019 akkreditiert. Vertragsschluss war am 12. Dezember 2012. Alle Auflagen sind zwischenzeitlich erfüllt worden.

Am 09. November 2015 wurde zwischen der FIBAA und der Internationalen Hochschule Bad Honnef (IUBH) ein Vertrag über die Erweiterung der Akkreditierung des Studienganges Tourismuswirtschaft (B.A.) auf die Standorte Bad Honnef, Bremen, Hamburg, Frankfurt am Main und Berlin geschlossen. Des Weiteren soll die Akkreditierung des Studienganges Betriebswirtschaftslehre (B.A.) laut Vertrag auf die Standorte Berlin, Frankfurt am Main und Hamburg erweitert werden und die Akkreditierung des Studienganges Marketing Management (B.A.) auf die Standorte Bad Honnef, Bremen, Frankfurt am Main und Hamburg. Am 06. Mai 2016 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung der Studiengänge umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

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

Prof. Dr. Andreas Grüner

Universität St. Gallen

Professor für Finanz- und Rechnungswesen (Corporate Finance, Controlling, Finanz- und Rechnungswesen, Entrepreneurship, Betriebswirtschaft)

Prof. Dr. Norbert Drees

FH Erfurt

Professor für Marketingmanagement und Kommunikation (Marketingmanagement, insb. Marketingplanung, Markenmanagement)

Prof. Dr. Frauke Deckow

Berufsakademie Sachsen

Staatliche Studienakademie Glauchau

Studiengangsleiterin Mittelständische Wirtschaft (Marketing, Preispolitik, Automobilmanagement, Servicemanagement, Kompetenzmarketing)

FIBAA-Projektmanager:

Sabine Lehmann M.A.

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

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 28. Juni 2016 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 01. Juli 2016; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

Zusammenfassung

Die Durchführung der Bachelor-Studiengänge Tourismuswirtschaft (B.A.), Betriebswirtschaftslehre (B.A.) und Marketing Management (B.A.) der Internationalen Hochschule Bad Honnef (IUBH) an den neuen Standorten erfüllt die notwendigen Voraussetzungen mit einer Ausnahme. Die bestehende Akkreditierung kann daher unter einer Auflage auf die neuen Standorte erweitert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bei der personellen Ausstattung an den neuen Standorten. Die Gutachter sind der Ansicht, dass der aufgezeigte Mangel innerhalb von neun Monaten behebbar ist, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgender Auflage empfehlen:

Die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung der Studiengänge an den erweiterten Standorten ist anhand einer Lehrverflechtungsmatrix sowie den Lebensläufen der neu angestellten Lehrkräfte nachzuweisen (Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum Studienstart, d.h. bis zum 30. September 2016, nachzuweisen.

4. Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

4.1 Lehrpersonal

Tourismuswirtschaft (TW-180) / Tourismuswirtschaft mit der Vertiefung Hotelmanagement (TWHM-180)

Den Lehrverflechtungsmatrizen sowie den Lehrquoten ist der geplante Einsatz von haupt- und nebenamtlichen Lehrkräften in den ersten beiden Semestern zu entnehmen. An den Standorten Bad Honnef und Bremen soll 50 % der zu lehrenden Stunden durch hauptamtlich Lehrende absolviert werden, an dem Standort Hamburg sind es 88 % und an den Standorten Frankfurt und Berlin sind es 75 %.

Betriebswirtschaftslehre mit der Vertiefung Industrie- und Logistikmanagement, Immobilienmanagement und Steuerberatung / Wirtschaftsprüfung / Accounting & Controlling

Den Lehrverflechtungsmatrizen sowie den Lehrquoten ist der geplante Einsatz von haupt- und nebenamtlichen Lehrkräften in den ersten beiden Semestern zu entnehmen. An dem Standort Berlin sollen 75 % der zu lehrenden Stunden durch hauptamtlich Lehrende absolviert werden und an den Standort Frankfurt am Main und Hamburg sind es 66 %.

An den neuen Standorten Frankfurt und Hamburg wird die IUBH mit eigens für diese Standorte rekrutierten Dozenten operieren. Sowohl in der Gruppe der hauptberuflich Beschäftigten als auch bei den Lehrbeauftragten soll ein eigener Personalbestand aufgebaut werden, der mindestens in der Aufbauphase in keinem deputatsmäßigen Zusammenhang mit den IUBH-Standorten steht. Für den Standort Hamburg ist für das Wintersemester 2016/2017 die Einrichtung von zwei Professuren mit zusammen zwei VZÄ vorgesehen. Diese setzen sich wie folgt zusammen:

Professur	VZÄ	Besetzung
Marketing	1	Berufungsverfahren läuft; Abschluss voraussichtlich Ende Mai
Allgemeine Betriebswirtschaftslehre	1	Berufungsverfahren läuft; Abschluss voraussichtlich Ende Mai

Für den Standort Frankfurt am Main wurden für das Wintersemester 2016/2017 zwei Professuren mit zusammen zwei VZÄ in den Bereichen Marketing und Allgemeine Betriebswirtschaftslehre besetzt. vorgesehen.

Der Frauenanteil an der Gesamtzahl der hauptamtlichen Lehrkräfte beträgt derzeit 25 %.

Marketing Management

Den Lehrverflechtungsmatrizen sowie den Lehrquoten ist der geplante Einsatz von haupt- und nebenamtlichen Lehrkräften in den ersten beiden Semestern zu entnehmen. An dem Standort Bad Honnef soll 63 % der zu lehrenden Stunden durch hauptamtlich Lehrende absolviert werden, an dem Standort Bremen sind es 50 %, an dem Standort Frankfurt sind es 75 % und an dem Standort Hamburg sind es 88 %.

Die wissenschaftliche und pädagogische Qualifikation der zu berufenden Professoren sowie ihre hinreichende Praxiserfahrung richten sich nach § 36 des NRW-Hochschulgesetzes in der Fassung vom 16.09.2014.

Die IUBH strebt nach eigenen Angaben den kontinuierlichen Ausbau des Anteils an internationaler Lehrender an. Ziel dieser internationalen Zusammensetzung ist es zum einen die Studierenden mit unterschiedlichen Lehr- und Lernkompetenzen und unterschiedlichen Sichtweisen vertraut zu machen. Zum anderen wird das Sprachkonzept der Hochschule, welches auf ausschließlich englischsprachigen Lehrveranstaltungen beruht, durch den Einsatz von Muttersprachlern abgesichert.

Zur Weiterqualifizierung des Lehrpersonals bietet die IUBH unter Federführung des Prorektors Qualität der Lehre ihren Dozenten die Teilnahme an hochschulinternen oder externen Qualifikationsmaßnahmen an. Hochschulintern erfolgt dies z.B. im Rahmen des IUBH Programmangebots „Teaching Quality“. Im Rahmen externer Aus- und Weiterbildungsoptionen können Dozenten an Kooperationsveranstaltungen mit Partnerhochschulen der Region (z.B. Tag der Lehre an der Hochschule Bonn Rhein Sieg) oder auf Anfrage an (internationalen) Seminaren (z.B. des ECCH zur Erstellung von Arbeit mit Fallstudien) oder Angeboten des Deutschen Hochschullehrerverbandes zu pädagogischen / hochschuldidaktischen Spezialthemen teilnehmen.

Bewertung:

Wie sich aus den vorgelegten Lehrquoten ergibt, wird die Lehre in den Studiengängen an allen neuen Standorten in Übereinstimmung mit den Bestimmungen des NRW-Hochschulgesetzes zu mehr als 50 % von hauptamtlichen Lehrenden der Hochschule bestritten. Struktur und Anzahl der im Studiengang Lehrenden korrespondieren, auch unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen, mit den Anforderungen der Studiengänge. Einzig hinsichtlich der Lehrbelastung von Prof. Dr. Sommerfeld hegen die Gutachter Zweifel, da dieser an drei Standorten und durch die Betreuung des Fernstudiums in vier Studiengängen unter Berücksichtigung der geplanten Studierendenzahlen an Kapazitätsgrenzen stoßen könnte.

Für die neuen Standorte Hamburg, Bremen und Frankfurt am Main wurden laut den Lehrverflechtungsmatrizen noch keine Lehraufträge vergeben. Für den Standort Hamburg sind noch 5 Lehraufträge offen, für den Standort Frankfurt noch 6 und für den Standort Bremen noch 7. Darüber hinaus fehlt noch der Lebenslauf eines bereits eingestellten Lehrbeauftragten. An dem bereits bestehenden Standort Bad Honnef sind ebenfalls noch zwei Lehraufträge offen sowie ein weitere Lehrauftrag, der von einem hauptamtlich Lehrenden übernommen werden soll. Aus diesem Grund konnte die adäquate quantitative und qualitative Ausstattung noch nicht abschließend beurteilt werden und empfehlen die Gutachter, folgende Auflage auszusprechen:

Die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung der Studiengänge an den erweiterten Standorten ist anhand einer Lehrverflechtungsmatrix sowie den Lebensläufen der neu angestellten Lehrkräfte nachzuweisen
(Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates).

Von der angemessenen wissenschaftlichen und pädagogischen Qualifikation sowie der Praxiserfahrung des bereits eingestellten Lehrpersonals haben sich die Gutachter durch Einsicht in die vorgelegten Lebensläufe überzeugen können. Die erforderlichen Qualifikationen werden im Übrigen durch die Anwendung des NRW-Hochschulgesetzes gewährleistet.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen in den Hauptberichten.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen			
Lehrpersonal des Studienganges	x		
Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen			Auflage
Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal	x		

4.2 Studiengangsmanagement

Die übergreifende Koordination der Lehraktivitäten im Bereich des dualen Studiums erfolgt durch den Prorektor IUBH Duales Studium sowie die Studiengangsleiter. Sie sind an der Hochschule als hauptamtliche Professoren tätig und fachlich für ihren Studiengang verantwortlich. Zu ihren Aufgaben zählt die Begleitung des Auswahl- und Zulassungsverfahrens, die inhaltliche Koordination der Module mit den Modulverantwortlichen, die Koordination des übrigen Lehrpersonals sowie die Qualitätssicherung der Lehre innerhalb des Studienganges und die Weiterentwicklung des Studienganges über alle Standorte hinweg. Hierzu gehören auch die Vermeidung curricularer Redundanzen und die Sicherstellung des akademischen Niveaus.

Integraler Bestandteil der Verwaltungsunterstützung ist das CARE Campus-Management-System, das seit dem Sommersemester 2012 an allen drei Studienorten der IUBH Duales Studium zum Einsatz kommt. Dessen Grundlage ist ein speziell für Hochschulen entwickeltes Customer Relationship Management. Darüber werden sämtliche Daten von Interessenten, Bewerbern, Studierenden, Alumni, Mitarbeitern, Dozenten und Kooperationspartnern verwaltet. CARE unterstützt Studierende und Lehrende umfänglich, z.B. im gesamten Prüfungsmanagement, in der Raum- und Stundenplanung sowie bei der Bereitstellung von Lehrmaterialien.

Die enge Verbindung zwischen der IUBH und der internationalen Dienstleistungsbranche trägt entscheidend dazu bei, dass sich die Lehrinhalte der einzelnen Studiengänge stets an den aktuellen Bedürfnissen und Entwicklungen der internationalen Branche orientieren. Der Fachbeirat der IUBH setzt sich aus namhaften Vertretern der Tourismus- und Verkehrswirtschaft wie z.B. Reiseveranstaltern, Cruiselines, Hotels oder Fluggesellschaften, renommierten Akademikern sowie Persönlichkeiten aus Politik und Gesellschaft zusammen.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Die Hochschule hat nach dem Eindruck der Gutachter ein differenziertes und überzeugendes Studiengangsmanagement mit starker Verwaltungsunterstützung aufgebaut, das nach dem Eindruck der Gutachter den komplexen Organisationserfordernissen des Studienganges an mehreren Standorten mit ihren wöchentlichen Lernortswechsel sowohl inhaltlich als auch personell gerecht wird und so die Umsetzung des Studiengangskonzeptes gewährleistet.

Im Übrigen entspricht die Bewertung derjenigen im Hauptbericht.

4.3 Kooperationen und Partnerschaften

Die IUBH unterhält ein breites Kooperations-Netzwerk zu Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Institutionen auf nationaler und internationaler Ebene, das regelmäßig erneuert und weiterentwickelt wird. Zielsetzung dieses Netzwerks ist das Lehren, Lernen und Forschen und einer akademisch anspruchsvollen, den Qualifikationszielen der Studiengänge dienenden internationalen Atmosphäre.

Darüber hinaus verfügt die Hochschule bundesweit über ein enges Kooperationsnetz mit Kooperationsbetrieben, die Studierende im Rahmen des dualen Studiums beschäftigen. Die IUBH Duales Studium ist selbst das Ergebnis einer engen Kooperation zahlreicher Wirtschaftsunternehmen und Organisationen. Jährlich kommen weitere, zahlreiche Zusagen von Praxispartnern, Studierende im Rahmen des dualen Studiums als Praktikanten zu beschäftigen. Die Anzahl der Praxispartner ist seit dem Start des Standortes Erfurt, von 40 im Jahr 2008 (445 im Jahr 2013: 3 Studienstandorte; 592 im Jahr 2014: 3 Standorte, 708 im Jahr 2015: vier Standorte) auf aktuell 817 Unternehmen über die vier Studienstandorte Erfurt, Düsseldorf, München und Berlin hinweg gestiegen. Dieses Netzwerk sieht die Hochschule als ihre wichtigste Kernressource und bewertet sie als entscheidend für den Erfolg des Studienkonzeptes.

Die inhaltliche Gestaltung einer Kooperation soll kontinuierlich weiter ausgebaut werden, vor allem in Richtung einer Einbindung herausragender Vertreter der Partnerunternehmen als Gastvortragende in Lehrveranstaltungen und im Hinblick auf Kooperationen in der angewandten Forschung, so die Hochschule. Das Partnernetzwerk soll darüber hinaus aktiviert werden, um die Fachhochschule materiell und finanziell zu unterstützen, z.B. bei Exkursionen, Lehrmaterial oder Softwarezugängen.

Am Standort Bremen konnten die folgenden Praxisunternehmen bereits als Partner gewonnen werden:

Studiengang	Praxispartner
MM	CTS Eventim
MM	Dodenhof Posthausen KG
MM	HANSA-FLEX AG
MM	Offaehrte Sprachreisen - IP Internationale Projekt GmbH
MM	Popken Fashion Services GmbH
MM	saturn petfood gmbh
MM	Velibre GmbH
MM	VIEROL AG
TW	ATLANTIC Hotels Management GmbH
TW	Courtyard by Marriott
TW	FLYLINE Tele Sales & Services GmbH
TW	Holiday Inn Express Bremen Airport
TW	INNSIDE by Meliá
TW	Radisson Blu Hotel Bremen
TW	Romantikhotel am See Jagdhaus Eiden GmbH
TW	Steigenberger Hotel Bremen
TW	Traum-Ferienwohnungen GmbH
TW	TUI 4U GmbH

Für den Standort Hamburg konnten bislang folgende Unternehmen als Praxispartner gewonnen werden:

Praxispartner	Studiengang
April and June	MM
Smarketer	MM
ImmobilienScout24	MM
Fahrrad Stadler	MM
Scandic Berlin Potsdamer Platz	TW
Mercure Hotel Berlin City	TW
Lux 11	TW
The Regent Berlin	TW
Kasinobetriebe Bayer Sites Berlin	TW
Hotel Esplanade Bad Saarow GmbH	TW
makotel GmbH	TW
Sorat Verwaltungs GmbH & Co.SKP Quartier KG	TW
Romantik Hotel Gutshaus Ludorf	TW
Reisen & Kultur	TW
Accamino Reisen GmbH	TW
Travdo Hotel & Resorts	TW

Die Studienberater an den Standorten Bad Honnef, Berlin, Bremen, Düsseldorf, Erfurt, Frankfurt, Hamburg und München sowie am Lernort Bad Reichenhall sind im Rahmen der Gewinnung von Praxisunternehmen maßgeblich für den operativen Prozess der Firmenakquise verantwortlich. So sind sie nicht nur Ansprechpartner für Anfragen von potenziellen Firmenpartnern, sondern auch mit der Pflege bestehender Kontakte sowie für die Anwerbung neuer Kooperationspartner durch Vorstellung der Hochschule im Rahmen eines Akquisetermins betraut.

Weitere Informationen sind den Hauptberichten zu entnehmen.

Bewertung:

Die Hochschule hat dargelegt, dass für die Bachelor-Studiengänge an allen Standorten ein breites Netzwerk an Kooperationsbeziehung zur Wirtschaft besteht dessen Aufbau und Pflege durch die Leiter der Standorte eine besondere Bedeutung zugewiesen wird. Umfang und Art der Kooperationen mit Unternehmen sind als „Kernressource“ für den wöchentlichen Lernortwechsel umfassend ausgebaut und einschließlich der zugrunde liegenden Kriterien und Vereinbarungen beschrieben und dokumentiert. Sie sind mit Leben gefüllt und fördern nachhaltig und umfassend die Qualifikations- und Kompetenzentwicklung der Studierenden.

Zu Hochschulen außerhalb der Einrichtungen des Hauptgesellschafters bestehen eher lose Kontakte über den Verband der privaten Hochschulen und dessen Foren.

4.4 Sachausstattung

Hinsichtlich der Quantität der Räumlichkeiten an den Studienstand- und Lernorten der IUBH Duales Studium ist mit Stand April 2016 folgendes festzuhalten:

Standort Bad Honnef: 31 Räume mit 1.159 Plätzen

Standort Berlin: 4 Räume mit 200 Plätzen

Standort Bremen: 4 Räume mit 137 Plätzen

Standort Frankfurt: 4 Räume mit 142 Plätzen

Standort Hamburg: 5 Räume mit 279 Plätzen

Am Standort Bad Honnef stehen für Lehrveranstaltungen, Prüfungstermine und extracurriculare Präsenzveranstaltungen 31 Räume mit insgesamt rund 2.000 Quadratmetern und einer Kapazität von maximal 1.159 Plätzen zur Verfügung. Darunter befinden sich u.a. 72 Prüfungsräume, ein Projektraum, ein Computer-Trainingszentrum sowie eine Mensa. Auf dem gesamten Campus steht ein für Studierende frei zugängliches WLAN-Netzwerk zur Verfügung, über das alle Fernstudieninhalte abgerufen werden. Vom Bahnhof zur Hochschule sind es nur 10-15 Gehminuten.

Am Standort Berlin stehen vier Unterrichtsräumlichkeiten mit insgesamt ca. 281 Quadratmetern zur Verfügung. Die Räumlichkeiten sind Teil des Campus Wilhelminenhof der Hochschule für Technik und Wirtschaft HTW. Der Campus befindet sich in Oberschönweide im Bezirk Treptow-Köpenick im Südosten Berlin und ist problemlos mit der Straßenbahn zu erreichen.

Am Standort Bremen stehen vier Unterrichtsräumlichkeiten mit insgesamt 213 Quadratmetern zur Verfügung. Die Räumlichkeiten an der Werderstraße befinden sich in zentraler Lage Bremens und sind innerhalb von 15 Minuten mit Bus oder Bahn vom Hauptbahnhof zu erreichen.

Am Standort Frankfurt stehen vier Unterrichtsräumlichkeiten mit insgesamt 298 Quadratmetern zur Verfügung. Neben den vier Vorlesungsräumen verfügt der Standort des Weiteren

über 6 Büroräume, ein Sekretariat mit Bibliothek sowie ein Aufenthaltsraum mit Teeküche. Der Campus Westend ist zentral gelegen und nur ca. 2 km von der Innenstadt Frankfurts entfernt.

Am Standort Hamburg stehen fünf Unterrichtsräumlichkeiten mit insgesamt 440 Quadratmetern zur Verfügung. Die Räumlichkeiten im Hause des WBS liegen ganz in der Nähe der Binnenalster und nur ca. 2 km vom Hauptbahnhof entfernt.

In allen Unterrichtsräumen der IUBH ist WLAN vorhanden. Darüber hinaus sind die Räume allesamt mit Beamer, Whiteboard, Flipchart und Moderationswänden ausgestattet. Ergänzend zu den fest installierten Projektoren sind mobile Beamer an den Standorten vorhanden. In einzelnen Vorlesungsräumen sind Multiboard Beamer installiert. Hier kann mit Hilfe einer Software auf dem angeschlossenen PC/Notebook mittels eines elektronischen Stiftes in der Projektion geschrieben und gezeichnet werden. In anderen Vorlesungsräumen ist diese Möglichkeit durch den beschreibbaren Monitor am Dozentenplatz gegeben.

Die Bibliotheken der IUBH, einschließlich an dem Standort Berlin, verfügen aktuell insgesamt über einen Medienbestand von ca. 26.800 Medieneinheiten, bestehend aus Büchern, Journals und audiovisuellen Medien. Die Printmedien umfassen sowohl die allen Studiengängen zugrunde liegenden Wirtschaftswissenschaften als auch die speziell auf die Studiengänge abgestimmte Literatur. Für alle Studiengänge liegen für die Studierenden die jeweils einschlägigen Fachzeitschriften aus.

Die Studierenden haben Zugriff auf 19 Datenbanken (u.a. EBSCO, Emerald, Statista). Auf die digitalen Medien greifen die Studierenden über das Intranetportal DigiLis zu. Über dieses Intranetportal können Skripte und weitere Vorlesungsunterlagen den Studierenden zugänglich gemacht werden. Außerdem kann auch auf E-Journals und E-Theses zugegriffen werden. Das Investitionsbudget der Bibliothek für Medienerwerbung umfasst Bücher, AV-Medien und Periodika (Zeitschriften, Zeitungen, Fortsetzungswerke) sowie die elektronischen Ressourcen (Datenbanken, eJournals, eBooks, elektronische Zeitschriftenartikel). Die Entwicklung des Investitionsbudgets verlief seit Gründung der Hochschule nahezu parallel zum Aufwuchs von Studiengängen und Studierenden und beläuft sich für das Jahr 2016 auf 226.316 Euro (Duales Studium, School of Business and Management, Fernstudium und P2UC).

Überdies haben die Studierenden an allen Standorten Zugang zu den öffentlichen Bibliotheken:

Am Lernort Bad Honnef:

- Kreis- und Hochschulbibliothek der Hochschule Bonn / Rhein-Sieg
- Universitäts- und Landesbibliothek der Universität Bonn

Am Standort Berlin:

- Universitätsbibliothek der Technischen Universität Berlin
- Universitätsbibliothek der Humboldt-Universität Berlin
- Universitätsbibliothek der FU Berlin
- Staatsbibliothek Berlin
- Bibliothek der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
- AUMA Messebibliothek

Am Standort Bremen:

- Staats- und Universitätsbibliothek Bremen
- Stadtbibliothek Bremen

Am Standort Hamburg:

- Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg

- Fachbibliotheken des Hochschulinformations- und Bibliotheksservices (HIBS) der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
- Hamburger Bücherhallen

Am Standort Frankfurt a.M.:

- Universitätsbibliothek Frankfurt am Main
- Deutsche Nationalbibliothek, Standort Frankfurt a.M.
- Frankfurt University of Applied Sciences

Eine umfangreiche Führung durch diese Einrichtungen wird zu Beginn des Studiums durch die Professoren des jeweiligen Hochschulstandortes oder den Leiter der Bibliotheken angeboten. Dieses Angebot wurde in den vergangenen Semestern von über 90 Prozent der Studienanfänger angenommen.

Am Standort Berlin steht den Studierenden eine Bibliothek zur Verfügung, die gemeinsam mit der im gleichen Gebäude befindlichen BEST Sabel Akademie genutzt wird. Als wissenschaftliche Spezialbibliothek verfügt diese momentan über 5.398 Medieneinheiten, die speziell auf das Profil der laufenden Studiengänge abgestimmt sind, davon sind rund 180 Medieneinheiten in englischer Sprache. Zur Ausstattung der Bibliothek gehören vier Leseplätze vor Ort, die mit jeweils einem PC zur Recherche ausgestattet sind.

Am Standort Bremen haben die Studierenden Zugriff auf die gut ausgestattete Präsenzbibliothek der BVL. Diese enthält einen Bestand von ca. 2000 Büchern. Zusätzlich verfügt die Bibliothek über 30 abonnierte Fachzeitschriften (z.B. Logistik Heute, BrandEins, The Economist) sowie CDs und eBooks. Die Bibliothek ist besonders fokussiert auf Logistik sowie auf Betriebswirtschaftslehre. Zugang zur Bibliothek ist montags und mittwochs von 08.30 bis 16.30 Uhr, dienstags und donnerstags bis 18.00 Uhr und freitags bis 14.00 Uhr möglich.

An den Standorten Frankfurt und Hamburg haben die Studierenden während der Öffnungszeiten des Campus jederzeit Zugriff auf die vorhandenen Grundlagenwerke.

Bewertung:

Die Lehrveranstaltungsräume der Hochschule sind nach den Feststellungen der Gutachter an allen Standorten nach dem aktuellen Stand der Technik einschließlich kostenfreiem WLAN ausgestattet. Sie sind in ausreichendem Maße sowohl für die Lehrveranstaltungen als auch die individuelle Nutzung der Studierenden (z.B. für Gruppenarbeit, aber auch als Einzelarbeitsplätze) verfügbar. Einzig die Raumplanung am Standort Berlin mit nur vier Vorlesungsräumen (200 Plätzen) erscheint den Gutachtern als gerade noch hinreichend, da hier die acht in diesem Ergänzungsverfahren enthaltenen Programme angeboten werden sollen und überdies Prüfungen abzunehmen sind.

Die Hochschule baut an allen Standorten Fachbibliotheken in einer vergleichsweise geringen Größenordnung auf. Ziel ist insbesondere für die angebotenen Studiengänge, Handapparate entsprechend den in den Modulbeschreibungen genannten Literaturangaben bereitzustellen. Darüber hinaus werten es die Gutachter als positiv, dass an allen Studienorten die Möglichkeit besteht, auf die Bibliotheken der örtlichen öffentlichen Universitäten und Fachhochschulen zuzugreifen, die mittlerweile alle über ausgedehnte Öffnungszeiten verfügen.

Die eigenen Öffnungszeiten und die Betreuung tragen den besonderen Bedürfnissen der Studierenden des dualen Studienganges Rechnung. Ein Entwicklungskonzept für die eigenen Bibliotheken liegt vor. Der Zugang zu Literatur und Zeitschriften sowie digitalen Medien (z.B. elektronische Medien, Datenbanken) ist auf aktuellem Stand möglich.

4.5 Zusätzliche Dienstleistungen

Ziel und Zweck des Dualen Studiums ist nach wie vor an erster Stelle die Übernahme des Studierenden durch seinen Praxisbetrieb, in dem er die 3,5 Jahre des Studiums tätig war. Sollte der jeweilige Studierende nicht bei seinem Praxisunternehmen anfangen wollen/können, kann sich der zukünftige Absolvent auch über andere, freie Stellen beim Studienberater erkundigen.

Durch das umfangreiche Netzwerk der IUBH Duales Studium und ihre verschiedenen Studienorte gelingt es über eine wachsende Anzahl an Stellenausschreibungen der Praxispartner der verschiedenen Regionen zu informieren. Sowohl innerhalb einer Wirtschaftsregion als auch standortübergreifend gehen immer mehr Stellengesuche bei der Hochschule ein, über die die zukünftigen Absolventen informiert werden. Darüber hinaus werden sie auf Wunsch auch beim anschließenden Bewerbungsprozess durch die Studienberater unterstützt.

Eine aktive Einbindung der Absolventen in die Qualitätsentwicklung der IUBH erfolgt im Wesentlichen durch einen regelmäßigen Austausch der Hochschulleitung mit dem Alumni-Netzwerk, dessen Aufgabe darin besteht, dauerhafte Beziehungen zu den Hochschulabsolventen aufzubauen. Diese Beziehungs- und Netzwerkpflge erfolgt auf Basis der jährlichen Absolvententreffen, Tagungsangebote auf dem Campus, Umfragen sowie dem systematisch weiterzuentwickelnden Social Network.

Im Fall kritischer Studienphasen oder persönlich schwierigen Lebenssituationen haben Studierende die Möglichkeit, sich professionelle Hilfe durch hochschulunabhängige Psychotherapeuten bzw. Seelsorger mit Sitz in den jeweiligen Hochschulstandorten einzuholen. Darüber hinaus können die Studierenden des Standorts Berlin das Angebot des Studentenwerks Berlin vollumfänglich nutzen. Hierzu wurde ein entsprechender Kooperationsvertrag geschlossen.

Bewertung:

Der umfassende Einsatz der Studienberater der Hochschule, der über eine Studienberatung im herkömmlichen Sinne weit hinausgeht, schließt unter den Bedingungen des dualen Studiums auch spezielle und individuelle Karriereberatung z.B. im Praktikumsbetrieb und entsprechend Placement Service im Falle einer Nichtübernahme ein. Ausreichende Ressourcen werden von der Hochschule zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus haben die Studierenden Zugang zur hochschulweiten Unternehmensnetzwerk.

Alumni-Aktivitäten finden regelmäßig in Form von Alumni-Events statt. Auch hier steht hinreichend Personal zur Verfügung. Die Alumni werden dabei auch in die Weiterentwicklung der Studiengänge einbezogen, indem die IUBH seit dem Sommersemester 2012 ihre Hochschulabsolventen über die Qualität der Berufsvorbereitung befragt, um Vorschläge und Verbesserungen des Studienangebots aus Sicht der Praxiserfahrung ihrer Servicebranche zu erhalten.

Die personenbezogene Beratung und Betreuung der Studierenden findet die ausdrückliche Würdigung der Gutachter. Die Studierenden haben im Falle kritischer Lebenslagen die Möglichkeit, sich professionelle Hilfe durch hochschulunabhängige Psychotherapeuten mit Sitz in Bad Honnef einzuholen, deren Kontaktdaten sie im Intranet finden.

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

104. Sitzung am 15. September 2017

Projektnummer:	17/001
Hochschule:	Internationale Hochschule Bad Honnef (IUBH)
Lernorte	Hannover, Dortmund und Nürnberg
Studiengang:	Tourismuswirtschaft (B.A.) Marketing Management (B.A.)
Art der Akkreditierung:	Erweiterung der bestehenden Akkreditierung um die Lernorte Hannover, Dortmund und Nürnberg

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

Die bestehenden Akkreditierungen der Studiengänge werden gemäß Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 um die Lernorte Hannover, Dortmund und Nürnberg unter zwei Auflagen erweitert.

Akkreditierungszeitraum:

Tourismuswirtschaft (B.A.): 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2020/21

Marketing Management (B.A.): 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2018/19

Auflagen:

Auflage 1

Die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung des Studienganges wird anhand einer Lehrverflechtungsmatrix unter Berücksichtigung der Standorte Hannover, Dortmund und Nürnberg und den Lebensläufen der Lehrenden nachgewiesen.

(siehe Kap. 4.1; Rechtsquelle: Ziff. 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates)

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 5./6. Juli 2018.

Auflage 2

- Die Hochschule gibt an, welche Praxispartner an dem neuen Lernort Hannover zur Verfügung stehen und weist so nach, dass ausreichend qualifizierte Praxispartner verfügbar sind.

(siehe Kap. 4.3; Rechtsquelle: Ziff. 2.6 „Studiengangsbezogene Kooperationen“ der Regeln des Akkreditierungsrates)

Die Auflage ist erfüllt.

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme am 5./6. Juli 2018.

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Kursive Abschnitte sind identisch mit den anderen Gutachten

Hochschule:

Internationale Hochschule Bad Honnef (IUBH)
Lernorte Dortmund, Hannover, Nürnberg

Bachelor Studiengänge:

Tourismuswirtschaft
Marketing Management

Abschlussgrade:

Bachelor of Arts (B.A.)

Allgemeine Informationen zu den Studiengängen

Kurzbeschreibung des Studienganges Tourismuswirtschaft (B.A.):

Der duale Studiengang qualifiziert für eine Berufstätigkeit als Führungsnachwuchs bzw. im mittleren Management insbesondere in Unternehmen der Tourismuswirtschaft. Die Qualifizierung findet wöchentlich abwechselnd an den beiden Lernorten Hochschule und Ausbildungsunternehmen statt.

Kurzbeschreibung des Studienganges Marketing Management (B.A.):

Der duale Studiengang mit den beiden Vertiefungsrichtungen Sales & Distribution oder Online-Marketing qualifiziert für eine Berufstätigkeit als Führungsnachwuchs bzw. im mittleren Management im Bereich Marketing und Vertrieb in national und/oder international agierenden Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen, in Unternehmensberatungen, Versicherungen, Verbänden, Verlagen sowie Werbe-, Medien-, PR- und Grafik-Agenturen. Die Qualifizierung findet wöchentlich abwechselnd an den beiden Lernorten Hochschule und Ausbildungsunternehmen statt.

Zuordnung der Studiengänge:

grundständig

Studiendauer:

7 Semester

Studienform:

dual

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Aufnahmekapazität:

15 Studierende je Lernort

Start zum:

sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester

Erstmaliger Start der Studiengänge:

Wintersemester 2013 / 2014

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

10-zügig

Umfang der ECTS-Punkte des Studienganges:

180 ECTS-Punkte

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30 Stunden

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens⁷

Der Studiengang Tourismuswirtschaft (B.A.) der Internationalen Hochschule Bad Honnef (IUBH) wurde am 26. und 27. September 2013 unter drei Auflagen für den Zeitraum vom 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2020/21 von der FIBAA re-akkreditiert. Vertragsschluss war am 12. Dezember 2012.

Der Studiengang Marketing Management (B.A.) der Internationalen Hochschule Bad Honnef (IUBH) wurde am 26. und 27. September 2013 unter drei Auflagen für den Zeitraum vom 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2018/19 von der FIBAA akkreditiert. Vertragsschluss war am 12. Dezember 2012.

Maßgeblich für dieses Akkreditierungsverfahren sind somit die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 und die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010.

Alle Auflagen sind zwischenzeitlich erfüllt worden.

Am 4. Januar 2017 wurde zwischen der FIBAA und der Internationalen Hochschule Bad Honnef (IUBH) ein Vertrag über die Erweiterung der Akkreditierung der Studiengänge um die Lernorte Hannover, Dortmund und Nürnberg geschlossen. Am 17. Juli 2017 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung der Studiengänge umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

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

Prof. Dr. Norbert Drees

FH Erfurt

Professor für Marketingmanagement und Kommunikation

Prof. Dr. Djamal Benhacine

Hochschule München

Professor für Fachsprachen im Tourismus

FIBAA-Projektmanager:

Elisabeth Rauch

Die Ergänzungsakkreditierung fand in Form eines Schriftverfahrens statt.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 23. August 2017 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 25. August 2017; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

⁷ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachtens erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

Zusammenfassung

Die Gegebenheiten an den Lernorten Hannover, Dortmund und Nürnberg hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung für die Studiengänge Tourismuswirtschaft (B.A) und Marketing Management (B.A) der Internationalen Hochschule Bad Honnef (IUBH) entsprechen mit zwei Ausnahmen den einschlägigen Qualitätsanforderungen. Die bestehenden Akkreditierungen können daher von der Foundation for International Business Administration Accreditation (FIBAA) um die neuen Lernorte Hannover, Dortmund und Nürnberg unter zwei Auflagen erweitert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bei der personellen Ausstattung und den Praxispartnern. Daher empfehlen sie, die Akkreditierung mit folgenden Auflagen zu verbinden:

- Auflage 1
Die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung des Studienganges wird anhand einer Lehrverflechtungsmatrix unter Berücksichtigung der Standorte Hannover, Dortmund und Nürnberg und den Lebensläufen der Lehrenden nachgewiesen.
(siehe Kap. 4.1; Rechtsquelle: Ziff. 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates)
- Auflage 2
- Die Hochschule gibt an, welche Praxispartner an dem neuen Lernort Hannover zur Verfügung stehen und weist so nach, dass hinreichend qualifizierte Praxispartner verfügbar sind.
(siehe Kap. 4.3; Rechtsquelle: Ziff. 2.6 „Studiengangsbezogene Kooperationen“ der Regeln des Akkreditierungsrates)

Die Erfüllung der Auflagen ist bis zum 1. Februar 2018 nachzuweisen. Die Verkürzung der regelmäßig neunmonatigen Auflagenfrist wird damit begründet, dass die umzusetzenden Auflagen bis zum nächsten Studienstart zum Sommersemester 2018 nachgewiesen sein sollen, um im Sinne der nächsten Studierenden die Mängel zu diesem Zeitpunkt behoben zu haben.]

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

5. Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

5.1 Lehrpersonal der Studiengänge

Die Hochschule plant den Einsatz der hauptamtlichen Lehrkräfte jeweils semesterweise über alle Aufgabenbereiche (Lehre inklusive Vor- und Nachbereitung, Betreuungsleistungen, Forschung, Selbstverwaltung, Führungsaufgaben, Sonstiges) und für die gesamte zur Verfügung stehende Arbeitszeit (1.760 Stunden pro Jahr und Vollzeitäquivalent). Dabei wird nach Angaben der Hochschule über Deputatskonten sichergestellt, dass das vereinbarte Lehrdeputat im Durchschnitt eingehalten wird.

Die Personalaufwuchsplanung der Hochschule orientiert sich an der Vorgabe des MIWF des Landes Nordrhein-Westfalens, wonach 50 % des Lehrbedarfs durch Professoren abgedeckt sein müssen.

Die wissenschaftliche und pädagogische Qualifikation der zu berufenden Professoren wird durch die Durchführung ordentlicher Berufungsverfahren nach der Berufsordnung der Hochschule auf der Grundlage des HG NRW und durch eine entsprechende arbeitsvertragliche Verpflichtung sichergestellt.

Weitere Informationen sind den Hauptberichten zu entnehmen.

Bewertung:

In der eingereichten Lehrverflechtungsmatrix und den Lehrquoten sind für einige Positionen keine Personen genannt. Sie sind lediglich mit dem Begriff „Lehrauftrag“ betitelt. Die Gutachter können aus diesem Grund die quantitative und qualitative Durchführung der Studiengänge an den neuen Lernorten in Hannover, Dortmund und Nürnberg nicht beurteilen. Sie empfehlen daher folgende **Auflage**:

Die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung des Studienganges wird anhand einer Lehrverflechtungsmatrix unter Berücksichtigung der Standorte Hannover, Dortmund und Nürnberg und den Lebensläufen der Lehrenden nachgewiesen.

(Rechtsquelle: Ziff. 2.7 „Ausstattung“ der Regeln des Akkreditierungsrates)

Im Übrigen wird auf die Ausführungen in den Hauptberichten verwiesen.

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.1 Lehrpersonal der Studiengänge			
4.1.1 Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen		Auflage	
4.1.2 Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal	x		

5.2 Studiengangsmanagement

Die hier zur Akkreditierung stehenden Lernorte zeichnen sich dadurch aus, dass sie organisatorisch Standorten zugeordnet sind, die einen wesentlichen Teil der administrativen Leitungsaufgaben übernehmen. Jeder Lernort hat einen Lernortleiter, der die Studienberater und Administratoren des Lernortes führt, seinerseits jedoch gegenüber dem übergeordneten Standortleiter verantwortlich ist.

Die neuen Lernorte sind im administrativen Bereich personell folgendermaßen besetzt:

- *eine Lernortleitung*
- *zwei Mitarbeiter in der Studienberatung*

Das Prüfungsamt und das Studierendensekretariat befinden sich an den zugeordneten Standorten.

Innerhalb der Organisation der Hochschule sind die neuen Lernorte folgenden Standorten zugeordnet:

- *Nürnberg als Lernort des Standorts München*
- *Hannover als Lernort des Standorts Hamburg*
- *Dortmund als Lernort des Standorts Düsseldorf*

Weitere Informationen sind den Hauptberichten zu entnehmen.

Bewertung:

Nach Ansicht der Gutachter erhalten die Studierenden und die Lehrenden ausreichend administrative Unterstützung an den neuen Lernorten. Zusätzlich zu dem Personal vor Ort können sie sich ebenfalls an das Team des übergeordneten Standortes wenden.

Der Lernortleiter steht in engem Kontakt mit dem jeweiligen Standortleiter und koordiniert die Durchführung des Studienganges an dem neuen Lernort.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen in den Hauptberichten verwiesen.

5.3 Kooperationen und Partnerschaften

Die Studienberater an den Standorten Bad Honnef, Berlin, Bremen, Düsseldorf, Erfurt, Frankfurt, Hamburg und München sowie an den Lernorten Bad Reichenhall, Dortmund, Hannover und Nürnberg sind nach Angaben der Hochschule im Rahmen der Gewinnung von Praxisunternehmen maßgeblich für den operativen Prozess der Firmenakquise verantwortlich. So sind sie nicht nur erste Ansprechpartner für Anfragen von potenziellen Firmenpartnern - beispielsweise infolge von Messeauftritten der IUBH Duales Studium -, sondern auch mit der Pflege bestehender Kontakte sowie für die Anwerbung neuer Kooperationspartner durch Vorstellung der Hochschule im Rahmen eines (persönlichen) Akquisetermins betraut.

Weitere Informationen sind den Hauptberichten zu entnehmen

Bewertung:

Die Hochschule hat für die Lernorte Dortmund und Nürnberg Listen eingereicht, die die Praxispartner an diesen Lernorten ausweisen. Die Gutachter sind der Ansicht, dass die Anzahl der dort verzeichneten Unternehmen zu Beginn ausreichend sein sollte. Sie empfehlen aber

dringend, die Liste zu erweitern und weitere Partner zu gewinnen. So sind bis jetzt erst wenige Unternehmen, insbesondere für den Studiengang Marketing Management an beiden Lernorten und Tourismuswirtschaft am Lernort Nürnberg, verfügbar.

Für den Lernort Hannover hat die Hochschule jedoch nur eine Liste eingereicht, die die Praxisunternehmen an dem übergeordneten Standort Hamburg ausweist. Aus diesem Grund konnten sich die Gutachter keinen Überblick über die Praxispartner an dem neuen Lernort Hannover machen. Nach Ansicht der Gutachter werden die künftigen Studierenden in den meisten Fällen jedoch eine Anstellung in der Nähe des Lernortes suchen, weswegen die Hochschule hier ebenfalls Unterstützung bei der Suche geben sollte. Sie empfehlen daher folgende **Auflage**:

Die Hochschule gibt an, welche Praxispartner an dem neuen Lernort Hannover zur Verfügung stehen und weist so nach, dass hinreichend qualifizierte Praxispartner verfügbar sind.

(Rechtsquelle: Ziff. 2.6 „Studiengangsbezogene Kooperationen“ der Regeln des Akkreditierungsrates)

	Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.3 Kooperationen und Partnerschaften			
4.3.1 Kooperationen mit Hochschulen und anderen wissenschaftlichen Einrichtungen bzw. Netzwerken	x		
4.3.2 Kooperationen mit Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen			Auflage

5.4 Sachausstattung

Die Hochschule hat nach eigenen Angaben folgende Räumlichkeiten an den Lernorten:

Lernort Dortmund: 6 Räume mit insgesamt 248 Plätzen

Raumname	Raum-Nr.	Etage	Art des Raums	Beamer vorhanden	Anzahl der Sitzplätze	Maximale Kapazität Lehrbetrieb	Kapazität für Prüfungen
Westfalenpark	A-EG 31a	EG	Seminarraum	X	36	36	24
Florian	A-EG 31b	EG	Seminarraum	X	36	36	24
Zeche Zollern	A-EG 31c	EG	Seminarraum	X	36	36	24
Rote Erde	E-EG 21	EG	Hörsaal	X	60	60	45
Brauerei Museum	F-EG 22 a	EG	Hörsaal	X	60	60	45
Rombergpark	AEG31 d	EG	Besprechungsraum		20		
					248	228	162

Lernort Hannover: 2 Räume mit insgesamt 100 Plätzen

Raumname (falls vorhanden)	Raum-Nr.	Etage	Art des Raums	Beamer vorhanden	Anzahl der Sitzplätze	Maximale Kapazität Lehrbetrieb	Kapazität für Prüfungen
Maschsee	012	EG	Seminarraum	X	68	68	52
Eilenriede	013	EG	Seminarraum	X	32	32	24
					100	100	76

Lernort Nürnberg: 4 Räume mit insgesamt 152 Plätzen

Raumname (falls vorhanden)	Raum-Nr.	Etage	Art des Raums	Beamer vorhanden	Anzahl der Sitzplätze	Maximale Kapazität Lehrbetrieb	Kapazität für Prüfungen
Lorenzkirche*		2. OG	Seminarraum	X	36	36	24
Kaiserburg*		2. OG	Seminarraum	X	36	36	24
Weißer Turm		2. OG	Seminarraum	X	44	44	30
Plärrer		2. OG	Seminarraum	X	36	36	24
					152	152	102

Die Präsenzbibliotheken an den neuen Lernorten beinhalten die Grundlagenliteratur in Print, die für das dortige Studium benötigt wird und wird sukzessive erweitert. Ergänzt wird diese Basisliteratur über das umfangreiche digitale Angebot der Hochschule.

Die Studierenden haben zusätzlich Zugang zu öffentlichen Bibliotheken der jeweiligen Städte. Folgende Bibliotheken können genutzt werden:

Am Lernort Dortmund:

- *Bibliothek der Technischen Universität Dortmund*
- *Bibliothek der Fachhochschule Dortmund*

Am Lernort Hannover:

- *Die Bibliotheken der Leibniz Universität Hannover*
- *Bibliothek der Hochschule Hannover*

Am Lernort Nürnberg:

- *Universitätsbibliothek Erlangen Nürnberg*
- *Bibliothek der Technischen Hochschule Nürnberg*

Weitere Informationen sind den Hauptberichten zu entnehmen.

Bewertung:

Die adäquate Durchführung des Studienganges ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung gesichert. Dabei werden Verflechtungen mit anderen Studiengängen berücksichtigt. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Die Bibliothek ist auch in der veranstaltungsfreien Zeit hinreichend lange geöffnet. Öffnungszeiten und Betreuung tragen den Bedürfnissen der Studierenden Rechnung. Ein Entwicklungskonzept für die Bibliothek liegt vor. Der Zugang zu Literatur und Zeitschriften sowie digitalen Medien (z.B. elektronische Medien, Datenbanken) ist auf die Studieninhalte abgestimmt und auf dem aktuellen Stand. Ein Konzept für die weitere Entwicklung (Aktualisierung) liegt vor.

5.5 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

Die Finanzplanung wird für die neuen Lernorte gemeinsam mit dem zugehörigen Standort aufgestellt. Die Lernorte tragen die durch ihren Betrieb entstehenden Ausgaben durch Studiengebühren.

Die Hochschule ist gegenüber dem Ministerium für Wissenschaft, Innovation und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen verpflichtet, eine Ausfallbürgschaft für den Fall zu hinterlegen, dass die Trägergesellschaft nicht mehr für die Ausgaben des laufenden Studienbetriebs aufkommen kann. Diese Bürgschaft wird in ihrer Höhe, beaufsichtigt durch das Ministerium, in regelmäßigen Abständen angepasst und schafft Sicherheit für die Studierenden insofern, als sie das Abschließen der Studienprogramme an der Internationalen Fachhochschule sicherstellt.

Weitere Informationen sind den Hauptberichten zu entnehmen.

Bewertung:

Eine finanzielle Grundausstattung ist vorhanden und die Finanzierungssicherheit für den gesamten Akkreditierungszeitraum ist gesichert.

Beschluss der FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme

107. Sitzung am 05./06. Juli 2018

Projektnummer: 17/199
Hochschule: IUBH Internationale Hochschule
Standorte: Mannheim und Wien
Studiengänge: Tourismuswirtschaft (B.A.)
Marketing Management (B.A.)
Art der Akkreditierung: Erweiterung der bestehenden Akkreditierung um die Standorte Mannheim und Wien

Die FIBAA-Akkreditierungskommission für Programme hat im Auftrag der Stiftung Akkreditierungsrat wie folgt beschlossen:

Die bestehende Akkreditierung der Studiengänge wird gemäß Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 20. Februar 2013 um die Standorte Mannheim und Wien unter einer Auflage erweitert.

Akkreditierungszeitraum:
Tourismuswirtschaft: 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2020/21
Marketing Management: 27. September 2013 bis Ende Wintersemester 2018/19

Auflage:

Die Hochschule weist die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung der Studiengänge anhand einer Lehrverflechtungsmatrix unter Berücksichtigung der Standorte Mannheim und Wien und der Lebensläufe der Lehrenden nach.
(Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates)

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 13. August 2018 nachzuweisen

Das Siegel des Akkreditierungsrates wird vergeben.

Gutachten

Hochschule:

IUBH Internationale Hochschule

Bachelor-Studiengänge:

Tourismuswirtschaft (TW)

Marketing Management (MM)

- Standorte Mannheim und Wien

Abschlussgrad:

Bachelor of Arts (B.A.)

Allgemeine Informationen zum Studiengang

Kurzbeschreibung des Studienganges:

MM: Der duale Studiengang mit den beiden Vertiefungsrichtungen Sales & Distribution oder Online-Marketing qualifiziert für eine Berufstätigkeit als Führungsnachwuchs bzw. im mittleren Management im Bereich Marketing und Vertrieb in national und/oder international agierenden Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen, in Unternehmensberatungen, Versicherungen, Verbänden, Verlagen sowie Werbe-, Medien-, PR- und Grafik-Agenturen. Die Qualifizierung findet wöchentlich abwechselnd an den beiden Lernorten Hochschule und Ausbildungsunternehmen statt.

TW: Der duale Studiengang qualifiziert für eine Berufstätigkeit als Führungsnachwuchs bzw. im mittleren Management insbesondere in Unternehmen der Tourismuswirtschaft. Die Qualifizierung findet wöchentlich abwechselnd an den beiden Lernorten Hochschule und Ausbildungsunternehmen statt

Zuordnung des Studienganges:

grundständig

Studiendauer:

TW: 7 Semester

MM: 7 Semester

Studienform:

dual

Double/Joint Degree vorgesehen:

nein

Aufnahmekapazität:

TW: 50 Studierende pro Jahr, pro Standort

MM: 35 Studierende pro Jahr in Mannheim, 25 Studierende pro Jahr in Wien

Start zum:

Wintersemester 2018/19

Erstmaliger Start der Studiengänge:

Wintersemester 2013/14

Zügigkeit (geplante Anzahl der parallel laufenden Jahrgänge):

2-zügig, jeweils zum Winter- sowie Sommersemester

Umfang der ECTS-Punkte der Studiengänge:

180 ECTS-Punkte

Stunden (Workload) pro ECTS-Punkt:

30h

Ablauf des Akkreditierungsverfahrens⁸

Die Studiengänge Tourismuswirtschaft (B.A.) (dual) und Marketing Management (B.A.) (dual) der IUBH Internationale Hochschule wurde am 27. September 2013 unter Auflagen bis Ende Wintersemester 2020/21 von der FIBAA akkreditiert. Vertragsschluss war am 12. Dezember 2012.

Maßgeblich für dieses Akkreditierungsverfahren sind somit die Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung i.d.F. vom 23. Februar 2012 und die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen i.d.F. vom 4. Februar 2010.

Am 13. Dezember 2017 wurde ein Vertrag über die Erweiterung der bestehenden Akkreditierung der Studiengänge um den Standort Mannheim und Wien geschlossen. Am 30. Mai 2018 übermittelte die Hochschule einen begründeten Antrag, der eine Darstellung des Studienganges umfasst und das Einhalten der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen dokumentiert.

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

Prof. Dr. Carolin Steinhäuser

Campus Dresden der SRH Hochschule Berlin
Professorin für Internationales Hotelmanagement
(Angewandte Grundlagenforschung im Bereich Hotelmarketing, Web 2.0 und Social Media, Hotelvertrieb und Gesundheitstourismus)

Prof. Dr. Helmut Wannewetsch

Duale Hochschule Baden-Württemberg
Professor für Produktion, Logistik, Materialwirtschaft, Qualitätsmanagement und VWL (Materialwirtschaft, Logistik, Supply Chain Management, Qualitätsmanagement, Volkswirtschaftslehre, Einkauf, Lagerhaltung)

FIBAA-Projektmanager:
Katharina Bläser

Die Ergänzungsakkreditierung fand in Form eines Schriftverfahrens statt.

Das auf dieser Grundlage erstellte Gutachten wurde der Hochschule am 25. Juni 2018 zur Stellungnahme zugesandt. Die Hochschule übermittelte ihre Stellungnahme zum Gutachten am 27. Juni 2018; die Stellungnahme ist im vorliegenden Gutachten bereits berücksichtigt.

⁸ Lediglich zur Vereinfachung der Lesbarkeit des Gutachtens erfolgt im Folgenden keine geschlechtsbezogene Differenzierung.

Zusammenfassung

Die Durchführung der Studiengänge Tourismuswirtschaft (B.A.) und Marketing Management (B.A.) der IUBH Internationale Hochschule an den Standorten Mannheim und Wien erfüllen mit je einer Ausnahme die notwendigen Voraussetzungen. Die bestehende Akkreditierung des Studienganges kann daher unter einer Auflage akkreditiert werden.

Handlungsbedarf sehen die Gutachter bei der personellen Ausstattung. Die Gutachter sind der Ansicht, dass die aufgezeigten Mängel innerhalb von neun Monaten behebbar sind, weshalb sie eine Akkreditierung unter folgender Auflagen empfehlen (vgl. Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates):

Die Hochschule weist die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung der Studiengänge anhand einer Lehrverflechtungsmatrix unter Berücksichtigung der Standorte Mannheim und Wien und der Lebensläufe der Lehrenden nach.
(Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates)

Die Erfüllung der Auflage ist bis zum 13. August 2018 nachzuweisen. Die Verkürzung der gemäß Ziff. 3.1.2 der Regeln des Akkreditierungsrates regelmäßig neunmonatigen Auflagenfrist wird damit begründet, dass die umzusetzende Auflage bis zum nächsten Studienstart zum Wintersemester 2018/19 nachgewiesen sein soll, um im Sinne der nächsten Studierenden den Mangel zu diesem Zeitpunkt behoben zu haben.

Darstellung und Bewertung im Einzelnen

6. Wissenschaftliches Umfeld und Rahmenbedingungen

6.1 Lehrpersonal des Studienganges

Die Hochschule plant den Einsatz der hauptamtlichen Lehrkräfte jeweils semesterweise über alle Aufgabenbereiche (Lehre inklusive Vor- und Nachbereitung, Betreuungsleistungen, Forschung, Selbstverwaltung, Führungsaufgaben, Sonstiges) und für die gesamte zur Verfügung stehende Arbeitszeit (1.760 Stunden pro Jahr und Vollzeitäquivalent). Dabei wird nach Angaben der Hochschule über Deputatskonten sichergestellt, dass das vereinbarte Lehrdeputat im Durchschnitt eingehalten wird.

Die Personalplanung der IUBH orientiert sich an der Vorgabe des Landeshochschulgesetzes in Nordrhein-Westfalen (NRW), wonach an privaten Hochschulen mindestens 50% des Lehrbedarfs durch festangestellte Professoren abzudecken ist. Insgesamt beschäftigt die IUBH im dualen Studium derzeit 60 hauptamtlich Lehrende. Der Frauenanteil bezogen auf hauptamtlich Lehrende beträgt aktuell 30%. Die wissenschaftliche und pädagogische Qualifikation von (noch zusätzlich) zu berufenden Professoren wird durch Berufungsverfahren nach der Berufsordnung der Hochschule auf der Grundlage des Landeshochschulgesetzes (NRW) und durch eine entsprechende arbeitsvertragliche Verpflichtung sichergestellt. Sollten ausnahmsweise keine ausreichenden Nachweise der pädagogischen Qualifikation vorliegen, wird die pädagogische Eignung in einem entsprechenden Verfahren geprüft. Eine regelmäßige Berichterstattung zu Publikationen und Forschungsprojekten erfolgt im Rahmen des Forschungsberichts.

Zur Weiterqualifizierung des Lehrpersonals bietet die IUBH ihren Dozenten unter Federführung der Prorektorin Qualität der Lehre die Teilnahme an hochschulinternen oder externen Qualifizierungsmaßnahmen an. Hochschulintern erfolgt dies z.B. im Rahmen des IUBH Programmangebots „Teaching Quality Workshop“. Pro Semester wird – unter Beteiligung interner oder externer Experten – mindestens eine Veranstaltung angeboten, in deren Mittelpunkt die Qualität der Lehre steht.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen im Hauptbericht verwiesen.

Bewertung:

In der eingereichten Lehrverflechtungsmatrix und der Lehrquote der Studiengänge Tourismuswirtschaft (B.A.) (dual) und Marketing Management (B.A.) (dual) für die Standorte Mannheim und Wien sind nicht alle Positionen besetzt. In folgenden Studiengängen fehlen für folgende Module Lehrende:

- Tourismuswirtschaft (B.A.) (Standort Mannheim): Es ist noch kein Lehrbeauftragter für das Modul „Einführung Tourismuswirtschaft“ benannt.
- Tourismuswirtschaft (B.A.) (Standort Wien): Es fehlen Professoren für die Module „Wissenschaftliches Arbeiten“, „Grundlagen der Volkswirtschaftslehre“ und „Einführung Tourismuswirtschaft“.
- Marketing Management (B.A.) (Standort Mannheim): Es sind noch keine Professoren für die Module „Wissenschaftliches Arbeiten“ und „Grundlagen der Volkswirtschaftslehre“ benannt. Die Gutachter können aus diesem Grund die quantitative und qualitative Durchführung der Studiengänge an den neuen Standorten Mannheim und Wien nicht abschließend beurteilen. Sie empfehlen daher folgende **Auflage**:

Die Hochschule weist die adäquate quantitative und qualitative personelle Durchführung der Studiengänge anhand einer Lehrverflechtungsmatrix unter Berücksichtigung der Standorte Mannheim und Wien und der Lebensläufe der Lehrenden nach. (Rechtsquelle: Ziff. 2.7 der Regeln des Akkreditierungsrates)

Im Übrigen wird auf die Ausführungen im Hauptbericht verwiesen.

		Qualitätsanforderung erfüllt	Qualitätsanforderung nicht erfüllt	Nicht relevant
4.1	Lehrpersonal des Studienganges			
4.1.1	Struktur und Anzahl des Lehrpersonals in Bezug auf die curricularen Anforderungen		Auflage	
4.1.2	Betreuung der Studierenden durch das Lehrpersonal	X		

6.2 Studiengangsmanagement

Die Studiengangsleiter sind für die Sicherstellung des reibungslosen Lehrbetriebes und der Gewährleistung der akademischen Qualität verantwortlich. Sie agieren stets unter der wissenschaftlichen und organisatorischen Führung des Prorektors Campusstudium. Sie verantworten weiterhin die strukturelle Weiterentwicklung der Studienprogramme sowie die damit verbundenen Module bzw. Kursangebote verantwortlich. Sie geben Empfehlungen zur strukturellen und inhaltlichen Gestaltung und Umsetzung des Lehrangebots auf Ebene der Professoren und Lehrbeauftragten. Ihre Empfehlungen zielen u.a. auf das Vermeiden kursübergreifender, inhaltlicher Redundanzen und die Einhaltung des akademischen Niveaus ab. Sie stimmen sich eng mit den Modulverantwortlichen und den (hauptamtlichen) Lehrkräften ab, die – praktisch stellvertretend für die Studiengangsleitung – am jeweiligen Standort für die Umsetzung und Qualitätssicherung verantwortlich sind.

Die Studiengangsleiter unterstützen die Standortleitungen bei der Auswahl und Koordination der externen Dozenten für den jeweiligen Studiengang, und entlasten diese weiterhin dadurch, dass sie repräsentative Aufgaben des Studienganges nach Außen wahrnehmen.

Verantwortlich für die Koordination der die Lehre betreffenden Verwaltungstätigkeiten ist der Director Campus Operations (Arbeitsort: Erfurt). An ihn berichten die Standortleiter. Ein zentrales Produkt- und Prozessmanagement (für Duales Studium: Erfurt) unterstützt standortübergreifend, was allgemeine Belange des Produkt- und Prozessmanagement angeht.

Standortleiter koordinieren die administrativen Abläufe, sind Ansprechpartner für Kooperationspartner und unterstützen die Marketingaktivitäten der Hochschule. Ein regelmäßiger Informationsaustausch zwischen den verschiedenen Standorten bzw. deren Leitern stellt sicher, dass ein hoher Grad an Vereinheitlichung der administrativen Abläufe erfolgt. Standortleiter sind darüber hinaus in den Prozess der Kurs- und Dozentenevaluierungen eingebunden.

Das Studierendensekretariat, das Prüfungsamt und die Studienberatung sind vor Ort in an dem zu akkreditierenden Standort Mannheim. Das Career Service ist über E-Mail oder Telefon erreichbar.

Verschiedene Betreuungseinheiten sind über zentrale Hotlines erreichbar, wobei die Funktionen des Studiensekretariates und des Prüfungsamtes über eine gemeinsame Hotline erreicht werden (Single Point of Contact). Die meisten Standardvorgänge (z. B. die Erstellung von Bescheinigungen, Adressänderungen, Kursbuchungen, die Notenverwaltung, etc.) können zudem über entsprechende Self-Service-Komponenten des Campus Management Systems CARE angestoßen oder abgewickelt werden.

Im Übrigen wird auf die Ausführungen im Hauptbericht verwiesen.

Bewertung:

Die Studiengangsleitung koordiniert die Abläufe aller im Studiengang Mitwirkenden und trägt Sorge für einen störungsfreien Ablauf des Studienbetriebes. Die Studiengangsorganisation gewährleistet die Umsetzung des Studiengangskonzeptes.

Verwaltungsunterstützung mit Transparenz in der Aufgaben- und Personenzuordnung wird sowohl qualitativ als auch quantitativ und unter Berücksichtigung der Mitwirkung in anderen Studiengängen gewährleistet. Eine Verflechtungsmatrix lässt erkennen, dass die notwendige Kapazität für diesen Studiengang vorhanden ist. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind vorhanden.

Wietere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

6.3 Kooperationen und Partnerschaften

Die Studienberater sind nach Angaben der Hochschule im Rahmen der Gewinnung von Praxisunternehmen maßgeblich für den operativen Prozess der Firmenakquise verantwortlich. So sind sie nicht nur erste Ansprechpartner für Anfragen von potenziellen Firmenpartnern - beispielsweise infolge von Messeauftritten der IUBH Duales Studium -, sondern auch mit der Pflege bestehender Kontakte sowie für die Anwerbung neuer Kooperationspartner durch Vorstellung der Hochschule im Rahmen eines (persönlichen) Akquisetermins betraut.

Zusätzlich hat die IUBH über die in München ansässige Mehrheitsgesellschafterin Career Partner GmbH Zugriff auf ein gut ausgebautes Netzwerk mit Bildungseinrichtungen, Wirtschaftsunternehmen und anderen Organisationen. Über das Kooperationsnetzwerk konnten beispielsweise zahlreiche Gastvorträge sowie Exkursionen (u. a. zur GfK in Nürnberg, zur ITB Berlin oder zum BMW Zentralwerk in Leipzig) realisiert werden.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Die Hochschule gewährleistet die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes. Die Gutachter erachten die eingereichte Liste zur Kooperationspartnern für die Standorte Mannheim und den Standort Wien als ausreichend. Umfang und Art bestehender Kooperationen sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen sind dokumentiert.

Wietere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

6.4 Sachausstattung

Bei der Raumplanung ist zu berücksichtigen, dass sich - bedingt durch den wöchentlichen Wechsel von Lehre und Praxis - jeweils etwa die Hälfte der Studierenden nicht am Campus aufhält.

Die Unterrichtsräume in Wien sind in Tabelle 3 und die Unterrichtsräume in Mannheim sind in der zweiten Tabelle gelistet. Laut Hochschule sind die Räumlichkeiten barrierefrei erreichbar.

Tabelle 3: Wien (5 Räume mit insg. 142 Plätzen)

Raum-Nr.	Raumname	Etage	Max. Kapazität Lehrbetrieb	Max. Kapazität Examenbetrieb
1	Schönbrunn	6.OG	25	15
2	Stephansdom	6.OG	30	20
3	Sissi	6.OG	25	13
6	Franz	6. OG	25	13
7	Falco	6. OG	37	19
			Gesamtkapazität Lehrbetrieb	Gesamtkapazität Examenbetrieb
			142	80

Raum-Nr.	Raumname	Etage	m ²	Vorlesungs-/Seminarraum	
				Max. Kapazität Lehrbetrieb	Max. Kapazität Examenbetrieb
1	Schulung	2. OG	108	40	20
2	Schulung	2. OG	100	40	20
3	Schulung	2. OG	60	20	10
				100	50

Alle Studierenden haben Zugriff auf die Online-Ressourcen der Hochschule.

In den Unterrichtsräumen gibt es Zugang zum Internet und Steckdosen für die Stromversorgung von Laptops der Studierenden. Des Weiteren sind alle Räume mit Beamer, Whiteboard, Flipchart und Moderationswänden ausgestattet.

Der Zugang zur Literatur, Zeitschriften und digitalen Medien ist laut der Hochschule auf die Studieninhalte abgestimmt. Die Hochschule hält alle in den Kurs- und Modulbeschreibungen genannten Werke für die Studierenden verfügbar und versucht, ihnen ein zeitlich unbegrenzten Zugriff zu ermöglichen.

Weiterhin haben die Studierenden zusätzlich Zugang zu der Bibliothek der Universität Mannheim und der Stadtbibliothek Mannheim sowie den Bibliotheken der Universität Wien, der Hauptbücherei der Stadt Wien und der Nationalbibliothek.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Am Standort Mannheim und Wien ist die adäquate Durchführung der Studiengänge hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung gesichert. Dabei werden Verflechtungen mit anderen Studiengängen berücksichtigt. Die Räume und Zugänge sind behindertengerecht ausgestattet und barrierefrei erreichbar.

Der Zugang zu Literatur und Zeitschriften sowie digitalen Medien (z.B. elektronische Medien, Datenbanken) ist auf die Studieninhalte abgestimmt und auf dem aktuellen Stand.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen

6.5 Finanzplanung und Finanzierung des Studienganges

Die Finanzplanung wird für die dualen Bachelor-Studiengänge pro Standort gemeinsam aufgestellt. Die Standorte tragen die durch ihren Betrieb entstehenden Ausgaben durch Studiengebühren. Überdies existiert die Absicherung über das Vermögen der Trägergesellschaft.

Die Hochschule ist darüber hinaus gegenüber dem zuständigen Ministerium des Landes Nordrhein-Westfalen verpflichtet, eine Ausfallbürgschaft für den Fall zu hinterlegen, dass die Trägergesellschaft nicht mehr für die Ausgaben des laufenden Studienbetriebs aufkommen kann. Diese Bürgschaft wird in ihrer Höhe, beaufsichtigt durch das Ministerium, in regelmäßigen Abständen angepasst. Auf diese Weise wird für die Studierenden sichergestellt, dass sie ihr Studium an der Hochschule auch abschließen können.

Weitere Informationen sind dem Hauptbericht zu entnehmen.

Bewertung:

Eine finanzielle Grundausstattung ist vorhanden und die Finanzierungssicherheit für den gesamten Akkreditierungszeitraum ist gesichert.