

## Akkreditierungsbericht

Akkreditierungsverfahren an der

**Westfälischen Hochschule in Gelsenkirchen**

**„Kommunikationsmanagement“ (M.A.)**

### I Ablauf des Akkreditierungsverfahrens

**Vertragsschluss am:** 9. Dezember 2014

**Eingang der Selbstdokumentation:** 15. Januar 2015

**Datum der Vor-Ort-Begehung:** 9. und 10. Juni 2015

**Fachausschuss:** Geistes-, Sprach- und Kulturwissenschaften

**Begleitung durch die Geschäftsstelle von ACQUIN:** Tobias Auberger

**Beschlussfassung der Akkreditierungskommission am:** 7. Dezember 2015, 28. März 2017

### **Mitglieder der Gutachtergruppe:**

- **Axel Breme**, Vice President Markenmanagement, Deutsche Post AG, Bonn
- **Prof. Dr. Sabine Kirchhoff**, Hochschule Osnabrück, Institut für Kommunikationsmanagement, Lehrgebiet Presse- und Medienarbeit
- **Arne Nowacki**, Student des Studiengangs „Angewandte Medienwissenschaft“ (B.A.) an der Technischen Universität Ilmenau
- **Prof. Dr. Lars Rinsdorf**, Hochschule der Medien Stuttgart, Fakultät Electronic Media, Lehrgebiet Medien- und Verlagsmanagement
- **Prof. Dr. Renatus Schenkel**, Hochschule Magdeburg-Stendal, Fachbereich Kommunikation und Medien, Professur für Medien und Gesellschaft

**Bewertungsgrundlage** der Gutachtergruppe sind die Selbstdokumentation der Hochschule sowie die intensiven Gespräche mit Programmverantwortlichen und Lehrenden, Studierenden und Absolventen sowie Vertretern der Hochschulleitung während der Begehung vor Ort.

Als **Prüfungsgrundlage** dienen die „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ in der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen Fassung.

Im vorliegenden Bericht sind Frauen und Männer mit allen Funktionsbezeichnungen in gleicher Weise gemeint und die männliche und weibliche Schreibweise daher nicht nebeneinander aufgeführt. Personenbezogene Aussagen, Amts-, Status-, Funktions- und Berufsbezeichnungen gelten gleichermaßen für Frauen und Männer. Eine sprachliche Differenzierung wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit nicht vorgenommen.

## II **Ausgangslage**

### 1 **Kurzportrait der Hochschule**

Die Westfälische Hochschule mit den Standorten Gelsenkirchen, Bocholt, Recklinghausen wurde im Jahre 1992 gegründet und ging aus der Fachhochschule Gelsenkirchen Institutionen hervor. Entsprechend des regionalbezogenen Gründungsauftrages soll die Hochschule durch Qualifizierung und anwendungsnahe Forschung einerseits zur Bewältigung des Strukturwandels im nördlichen Ruhrgebiet beitragen, andererseits die prosperierende mittelständische Industrie des Westmünsterlandes in ihrer Entwicklung unterstützen.

Die Hochschule gliedert sich in die Fachbereiche „Maschinenbau und Facilities Management“, „Elektrotechnik und angewandte Naturwissenschaften“, „Informatik und Kommunikation“, „Wirtschaft“, „Wirtschaft und Informationstechnik“, „Maschinenbau mit Bionik“, „Wirtschaftsrecht“ und „Wirtschaftsingenieurwesen“, an denen 28 Bachelor- Studiengänge und 13 Master-Studiengänge angeboten werden. An der Westfälischen Hochschule sind insgesamt ca. 9000 Studierende immatrikuliert.

### 2 **Einbettung des Studiengangs**

Der Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) ist am Fachbereich „Informatik und Kommunikation“ in Gelsenkirchen angesiedelt. Er umfasst eine Regelstudienzeit von vier Semestern, in denen 120 ECTS-Punkte erworben werden.

### **III Darstellung und Bewertung**

#### **1 Ziele**

Der Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) ist ein im Wintersemester 2015/2016 neu startender Studiengang des 2012 geschaffenen Fachbereichs Informatik und Kommunikation der Westfälischen Hochschule Gelsenkirchen / Bocholt / Recklinghausen, der am Standort Gelsenkirchen angesiedelt ist. Der Fachbereich fügt sich nahtlos in die Gesamtstrategie der Westfälischen Hochschule ein, die einen klaren regionalbezogenen Auftrag hat. Laut Hochschulleitung soll sie einerseits „die Kompetenzverfügbarkeit für Unternehmen“ in der Region sicherstellen, andererseits Menschen aus „bildungfernen“ Schichten, die weniger mobil sind als beispielsweise Angehörige bildungsnaher Schichten, die Chance auf Bildung und damit einen Aufstieg durch Bildung ermöglichen. Um diese Ziele zu verwirklichen und den Wünschen der Zielgruppe zu entsprechen, soll erfolgreichen Bachelorabsolventen die Möglichkeit geboten werden, sich in einem weiterführenden konsekutiven Masterprogramm wissenschaftlich weiter zu qualifizieren. Der neu konzipierte Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) bietet somit den Absolventen des Bachelorstudiengangs „Journalismus und Public Relations“ (B.A.) eine Anschluss-Qualifikation und schließt somit eine Angebotslücke der Hochschule.

Mit dem anwendungsorientierten, gleichwohl aber wissenschaftlich ausgerichteten Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) verfolgt der Fachbereich Informatik und Kommunikation das Ziel, die aufgrund der die Arbeitswelt durchdringenden Digitalisierung wachsende Nachfrage nach Kommunikations-Spezialisten zu befriedigen. Beeindruckend ist die Bedarfsanalyse der Berufspraxis, die der Fachbereich Informatik und Kommunikation zur Vorbereitung der Akkreditierung des Masterstudiengangs durchgeführt hat. In die Recherche einbezogen wurden gleichermaßen Expertengespräche mit Praktikern, die Empfehlungen der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft zur Methodenausbildung, 22 Stellenausschreibungen als auch eine Umfrage der Studierenden des Studiengangs „Journalismus und PR“ (B.A.) im Sommer 2014, bei der 64 Prozent der Befragten angaben, sich „vorstellen zu können, nach dem Bachelor auch den Master zu belegen“.

Der Fachbereich Informatik und Kommunikation will mit 20 Studienplätzen beginnen und je nach Nachfrage die Zahl der angebotenen Studienplätze steigern. Im Zuge der Einrichtung des neuen Studiengangs werden die personellen Ressourcen aufgestockt, u.a. läuft derzeit ein Berufungsverfahren für eine Professur für Kommunikationsmanagement, die vornehmlich im Master lehren und forschen soll.

Da Kommunikations-Spezialisten sich in einem rasch wandelnden Umfeld bewähren müssen und überaus anspruchsvolle Tätigkeiten haben, sollen sie in dem Masterstudium dazu befähigt werden, den medialen Wandel praxisnah, aber wissenschaftlich und theoretisch fundiert analysieren,

bewerten, konzipieren, gestalten, organisieren und kontrollieren zu können. So ist es erklärtes Ziel des Fachbereichs Informatik und Kommunikation, Fachwissen aus den Bereichen Public Relations, Werbung und Journalismus als auch den Bereichen Management und Strategie zu vermitteln. Die Absolventen sollen in die Lage versetzt werden, ihren Beruf sowohl effizient für den Arbeitgeber als auch verantwortlich gegenüber der Gesellschaft auszuüben. Aus diesem Grund verfolgt der Fachbereich auch das Ziel, die Beurteilungskompetenz der Studierenden festigen zu wollen, indem sie während des Studiums gesellschaftliche Grundlage als auch ethische Fragen diskutieren. Der Studiengang trägt damit zur weiteren Entwicklung der Persönlichkeit bei und fördert gesellschaftliches Engagement.

## 2 Konzept

### 2.1 Aufbau des Studiengangs

Der Studiengang ist inhaltlich wie strukturell zielführend und sinnvoll aufgebaut. Zur Umsetzung der formulierten Studiengangsziele erfolgt die Aufteilung der inhaltlichen Gestaltung des Studiums stimmig in fünf Themenblöcke: Die Blöcke Kommunikation und Management vermitteln einzelfachliches Wissen und Kompetenzen, die Blöcke Strategie und Methoden fachübergreifendes Wissen und methodische Kompetenzen, der Block Praxis/Social Skills hat auch die Vermittlung von Fähigkeiten für lebenslanges Lernen zum Inhalt. In Abhebung zum vorhandenen Bachelorstudien-gang „Journalismus und PR“ (B.A.) sollen im Master „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) insbesondere die Analysekompetenz der Studierenden werden und der wissenschaftliche Anspruch an das Studium deutlich gestärkt werden. Implizit ist eine intensivere Verschränkung mit dem Studiengang Informatik des Fachbereichs angelegt. Als Schnittstellen wurden das Labor der Medieninformatik, die mögliche Zusammenarbeit bei der Vermittlung von grundlegendem technischem Verständnis entsprechend der verschiedenen Zielgruppen oder eine interdisziplinäre Zusammenarbeit bei Abschlussarbeiten genannt. Dies auch explizit curricular zu verankern, könnte ein zielführender Aspekt bei der künftigen Weiterentwicklung des Studiengangskonzepts sein.

Der curriculare Aufbau des Studiengangs ist insgesamt schlüssig. Im ersten Semester legen und vertiefen die Lehrinhalte der Themenblöcke in den Modulen „Kommunikation 1“, „Management 1“, „Strategie 1“, „Methoden 1“ und „Praxis 1“ theoretische Grundlagen sowie im zweiten Semester in den Modulen „Kommunikation 2“, „Management 2“, „Strategie 2“, „Methoden 2“ und „Praxis 2“ deren Anwendung. Das dritte Semester besteht aus einem halbjährigen von Dozenten betreutem Praktikum bei Organisationen, das auch im Ausland absolviert werden kann. Das abschließende vierte Semester dient der weiteren Vertiefung „Strategie 3“ und „Methoden 3“) sowie der Masterarbeit mit verschiedenen Kolloquien.

Das erste Semester soll auch dazu dienen, die erwarteten unterschiedlichen Eingangskompetenzen der Studienanfänger zu nivellieren und möglicher Weise noch fehlende Grundlagen zu ergänzen. Angesichts des insgesamt auf vier Semester angelegten Studiums erscheint ein volles Praktikumssemester zunächst als problematisch, da dadurch weniger Zeit für die Vermittlung anderer Lehrinhalte zur Verfügung steht. Während der Begehung haben die Lehrenden aber nachvollziehbar dargelegt, dass die Praktikumszeit inhaltlich so mit den übrigen Themenkomplexen und mit Projekten verschränkt wird, dass keine anderweitigen Defizite entstehen. Außerdem seien mit einem vollen Praktikumssemester schon im (allerdings sechssemestrigen) Bachelor-Studiengang „Journalismus und PR“ (B.A.) sehr gute Erfahrungen gemacht worden. Das wurde von den Studierenden des Bachelorstudiengangs im Gespräch mit der Gutachtergruppe bestätigt und als eine der Stärken ihres Bachelorstudiengangs herausgestellt.

Das Konzept des Studiengangs ist ambitioniert und insgesamt geeignet, die Studiengangsziele zu erreichen, die Module führen zur Erreichung der Ziele des Studiengangs. Die Modultitel und die Modulbeschreibungen sind jedoch sehr allgemein und offen gehalten und bilden die Inhalte nur unzureichend ab. In den Gesprächen vor Ort und durch die Selbstdokumentation der Hochschule konnte das Konzept des Studiengangs, das den Erwerb der Analysekompetenz der Studierenden, Kommunikationsprobleme erkennen, analysieren und strategisch bearbeiten zu können, sowie die Methodenausbildung ins Zentrum stellt, überzeugend dargestellt werden. Vor diesem Hintergrund müssen die Modulbeschreibungen dahingehend überarbeitet und präzisiert werden, dass die Modultitel die Modulinhalte adäquat abbilden und die Beschreibungen der Modulinhalte auf Modulebene (nicht auf Ebene der Lehrveranstaltungen) kompetenzorientiert bezogen auf die Studiengangsziele formuliert werden. Insbesondere sind dabei Kompetenzen auf dem Gebiet der empirischen Sozialforschung auszuweisen. Bislang lässt das Konzept des Studiengangs die konkrete inhaltliche Ausgestaltung in den Lehrveranstaltungen offen, was nicht zuletzt der ausgeschriebenen und noch nicht besetzten Professur geschuldet ist. Das Profil des Studiengangs sollte daher zukünftig im Hinblick auf eine generalistische oder spezialisierte Ausbildung entlang der Kernbegriffe Kommunikation und Management geschärft und in der Außendarstellung entsprechend vermittelt werden. Zudem sollte ein regelmäßiger Austausch etabliert werden, um zu klären, ob die Lehrforschungsprojekte den Zielen des Studiengangs entsprechen. Der Studiengang ist in einem Fachbereich angesiedelt, in dem nach eigenen Worten das Thema „Kommunikation“ sowohl für die Informatik als auch für das Kommunikationsmanagement ein „Kristallisierungspunkt“ ist. Da in diesem Fachbereich bereits jetzt Themen wie „Internet-Sicherheit“ und „Benutzerkommunikation“ einen herausragenden Stellenwert haben, unterstützt die Gutachtergruppe die Studiengangsleitung, das Vorhaben, Anknüpfungspunkte für die Zusammenarbeit in der Forschung herauszuarbeiten, weiter zu forcieren. Da das Thema Internet-Sicherheit für Unternehmen zunehmend an Relevanz gewinnt, besteht bereits heute eine große Nachfrage nach Kommunikationsexperten, die sensibilisiert sind für die mit der IT-Sicherheit einhergehenden Risiken und

Chancen. In diesem Kontext ist auch der Plan der Studiengangsleitungen der Studiengänge Medieninformatik, Internet-Sicherheit und Kommunikationsmanagement zu begrüßen, sich gegenseitig spezialisierte Module des Wahlpflichtbereichs anzuerkennen.

## **2.2 Lernkontext, Modularisierung und Zugangsvoraussetzungen**

Das Curriculum ist bei einer adäquaten Umsetzung gut studierbar. Die Studierbarkeit wird ferner durch eine nachvollziehbare Studienplangestaltung befördert. Die zu erwartende Arbeitsbelastung ist plausibel. Zwar ist sie durch die auf Grund des Studienkonzepts gegebene Verdichtung im ersten Jahr insbesondere in den ersten zwei Semestern hoch, bewegt sich aber noch im Rahmen des Vertretbaren. Die Module werden jeweils in einem Semester mit einer Prüfung abgeschlossen, wobei als Prüfungsformen Projekte, Präsentationen und Seminararbeiten sowie mündliche Prüfungen und Klausuren vorgesehen sind. Die Prüfungen sind nach Ansicht der Gutachter in gelungener Weise an den zu erwerbenden Kompetenzen ausgerichtet. In ihrer Verzahnung ermöglichen die Module den Erwerb einer übergreifenden Gesamtkompetenz für die angepeilten Berufsfelder. Die Praxisanteile werden voll im ECTS-System abgebildet. Bislang bestehen die Lehrveranstaltungen der Moduleinheiten vorwiegend aus Pflichtanteilen, mittelfristig ist eine Erhöhung von Wahlpflichtanteilen geplant.

Befördert wird die Studierbarkeit auch durch eine transparente Aufteilung der inhaltlichen und studienverwaltungsmäßigen Verantwortlichkeiten des Lehrkörpers und die über die Gremien verankerte Transparenz der Entscheidungsprozesse. In den Gremien sind jeweils auch Studierende vertreten. Die mit der überschaubaren Größe des Instituts gegebenen „familiären Atmosphäre“, räumlich kurze Wege und eine exzellente allgemeine Ausstattung der Hochschule befördern indirekt die Studierbarkeit. Der Lernkontext wird durch fachadäquate unterschiedliche Lehrformen und didaktische Mittel bestimmt, vorwiegend durch seminaristische Unterrichtung, Übungen, Projektarbeit und Selbststudium, aber auch durch Formen wie Lern-Coaching. Die verschiedenen Lehrveranstaltungen werden als angemessen bewertet. Die bisherigen Angebote zum E-learning könnten allerdings auch auf andere Plattformen als moodle ausgeweitet und anders als als „Tagebuch“ zu bestimmten Modulen genutzt werden. Die notwendigen Ressourcen und organisatorischen Voraussetzungen sind gegeben, um das Konzept konsequent und zielgerichtet umzusetzen und tragen das Konzept und dessen Realisierung. Personal, Sachmittel, Ausstattung zur Zielerreichung sind hierfür vorhanden und angemessen, auch die Entscheidungsprozesse sind im Hinblick auf Konzept und Zielerreichung transparent und angemessen.

Zugangsvoraussetzung für den Studiengang ist ein mit mindestens mit der Note 2,0 abgeschlossenes Bachelorstudium in den Bereichen Journalismus, Public Relations, Kommunikationswissenschaft oder Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing sowie englische Sprachkenntnisse auf B2-Niveau. Die Auswahl der Studierenden erfolgt in einem zweistufigen Eignungsfeststellungsverfahren. Zum einen muss die Bewerbung erstens einen sogenannten Bildungsbericht

enthalten, der die Beweggründe für die Aufnahme des Studiengangs erläutern sowie u.a. eine Idee für das Praxisprojekt skizzieren soll. Auf dieser Grundlage werden dann Bewerber ausgewählt und zu einem Vortrag und einer anschließenden Fachdiskussion eingeladen, deren Bewertung für die Zulassung zum Studium ausschlaggebend ist. Das Zulassungsverfahren wird von den Gutachtern zwar als aufwändig aber grundsätzlich als zielführend bewertet. Sollte das Profil des Studiengangs zukünftig weiterentwickelt werden, müssen die Zulassungsvoraussetzungen entsprechend auf das geschärzte Profil hin überprüft und gegebenenfalls angepasst werden.

### **3 Implementierung**

#### **3.1 Ressourcen**

Die Lehre im Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) soll im Kern von sieben Professoren der Fachgruppe Journalismus/PR erbracht werden. Für das Master-Angebot wurde eine neue Professur geschaffen, deren Lehrschwerpunkt ausschließlich auf dem Masterschwerpunkt liegen soll. Dies wird ergänzt um ein breites Feld von Kollegen, die sich entsprechend ihrer Expertise punktuell in die Lehre in dem Masterstudiengang einbringen. Insgesamt lehren die fest angestellten Professoren 39 Semesterwochenstunden pro Semester im Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.). Diese Grundkapazität wird ergänzt durch Lehraufträge für spezifische Themen sowie Lehrimporte von anderen Studiengängen der Fakultät, insbesondere im Bereich der Informationstechnik.

Die in der Selbstdokumentation dargelegten personellen Ressourcen sind nach Einschätzung der Gutachtergruppe sowohl von Ihrem Umfang als auch von Ihrer Verteilung auf die Stellen der Fakultät geeignet, um den Lehrbetrieb im Master dauerhaft zu sichern. Einerseits sichert ein Lehrender mit Master-Schwerpunkt für Kontinuität und die Koordination der Lehre im Master, andererseits lässt die breite Einbindung von Professoren in den Master eine nachhaltige Verankerung des Masterstudiengangs in der Fakultät erwarten, die nicht an einen kleinen Kreis von Lehrenden gebunden ist.

Dies gilt umso mehr, als dass die Fakultät den Studiengängen „Journalismus/PR“ (B.A.) und „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) ein umfassendes Budget zur Verfügung stellt. Der Etat erscheint mehr als ausreichend, um Lehraufträge im notwendigen Umfang zu finanzieren und die technische Ausstattung der Labore (etwa für Kameras, Mikrophone etc.) zu warten und gezielt zu ergänzen. Das Budget würde insbesondere auch ausreichen, die Lehre im Masterangebot von Beginn an auch dann sicher zu stellen, falls die dem Master zugeordnete Professur nicht wie geplant zum Start des Programms im Wintersemester 2015/16 besetzt werden könnte (das Berufungsverfahren war zum Zeitpunkt der Begehung noch nicht abgeschlossen).

Generell kann der Masterstudiengang moderne Lehrräume unterschiedlicher Größe und Ausstattung nutzen, in denen sich die didaktischen Ansätze des Masterprogramms verwirklichen lassen. So gibt es neben klassischen Hörsälen flexibel gestaltbare Lehrräume für Projektseminare und technisch gut ausgestattete Lernräume, in denen Studierende eigenständig Aufgaben aus Lehrveranstaltungen bewältigen können. In den Laboren und Studios sind Hard- und Software, die für die Lehre im Master-Angebot notwendig sind, im ausreichenden Maße vorhanden und entsprechen dem aktuellen Stand der Technik. Die im Akkreditierungsantrag dargelegte Auslastungsquote der Räume durch den Studiengang „Journalismus/PR“ (B.A.) belegt hinreichend, dass genügend räumliche Kapazitäten für das neue Master-Angebot vorhanden sind. Dies gilt auch für die Betreuung der Labore durch die wissenschaftlichen und technischen Mitarbeiter der Fakultät. Die Hochschule hält verschiedene Instrumente zur Personalentwicklung vor, die insbesondere auch die Förderung von Forschungsvorhaben und der internationalen Mobilität der Dozenten beinhalten.

### **3.2 Entscheidungsprozesse und Organisation**

Für den Masterstudiengang wird keine spezifische Aufbau- und Ablauforganisation eingerichtet, sondern vielmehr die existierenden Strukturen und Aufgabenverteilungen des Instituts weiter genutzt. Hier sind die Verwaltungsaufgaben breit auf die Professorenschaft verteilt. Die fachliche Studienberatung wird in dieser Struktur studiengangsspezifisch personell abgesichert und durch das Dekanat unterstützt, die überfachliche durch die zentrale Einrichtung der Hochschule geleistet. Entscheidungen über Kooperationen mit anderen Studiengängen der Fakultät werden im Fakultätsrat diskutiert und getroffen. Die Studierenden organisieren sich in einem Fachschaftsrat und sind über Gremien wie den Fakultätsrat oder Berufungskommissionen in relevante Entscheidungen des Studiengangs eingebunden. Das gilt etwa für die Neueinstellung von Professuren, bei denen der Fachschaftsrat ein studentisches Bewertungsraster entwickelt hat, dessen Ergebnisse in die Entscheidungsfindung einfließen. Positiv hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang eine traditionell hohe Zahl von Studierenden, die an Probevorlesungen teilnehmen.

Durch den Rückgriff auf eingespielte organisatorische Strukturen am Institut ist aus Sicht der Gutachtergruppe sichergestellt, dass sowohl in der Aufbauphase des neuen Masterstudiengangs als auch im Regelbetrieb alle relevanten Entscheidungen angemessen diskutiert und getroffen werden können sowie Probleme rechtzeitig erkannt sowie in zeitlich und sachlich angemessener Weise bearbeitet werden können. Der Studiengang „Journalismus/PR“ (B.A.) unterhält ein breites Netzwerk von Partnerhochschulen im Ausland. Derzeit bestehen Erasmus-Kooperationen mit Irland, Belgien, Rumänien, Malta und der Schweiz. Ferner gibt es eine Kooperation mit dem Juniata College in Pennsylvania, mit welchem ein Double-Degree-Programm erfolgreich praktiziert wird. Die Auslandspartnerschaften werden von einem Professor (Prof. Janz) betreut, der gleichzeitig auch die Studierenden in Sachen Auslandsaufenthalt fundiert berät, wie aus dem Gespräch mit

den Vertretern der Studierenden deutlich geworden ist. Für die Studierenden des Instituts werden frühzeitig Informationsveranstaltungen zum Auslandssemester sowie Unterstützung bei der Frage der Finanzierung angeboten. Outgoings erhalten eine intensive Betreuung hinsichtlich der Learning-Agreements und anderer Dokumente, die angefertigt werden müssen.

Auch die Pflege der Praxiskontakte im Studiengang ist über einen Beauftragten (Prof. Obermeier) institutionalisiert. Hier ist in den vergangenen Jahren ein Netzwerk an Lehrbeauftragten und Praktikumsbetrieben aufgebaut worden, das durch regelmäßige Praxisprojekte weiter gestützt wird. Gerade im Hinblick auf die hohe Bedeutung des integrierten Praxissemesters für das Master-Curriculum ist dieses Netzwerk eine wichtige Ressource, um den Studierenden realistische Möglichkeiten zu bieten, das Pflichtpraktikum gemäß dem Studienplan zu absolvieren. Von den Gutachtern wird dabei angeregt, den Austausch mit den Anspruchsgruppen des Studiengangs weiter zu institutionalisieren.

### **3.3 Prüfungssystem, Transparenz und Anerkennungsregeln**

Das vorgelegte Modulbuch enthält zahlreiche unterschiedliche Prüfungsformen von der Klausur über das Referat bis hin zur Arbeitsmappe. Vorbehaltlich der Tatsache, dass wie oben erläutert die Modultitel detaillierter auszuarbeiten und erneut auf ein präziser formuliertes Studiengangprofil ausgerichtet werden müssen, erscheinen die Prüfungsformen stimmig zu den jeweiligen Lehrinhalten und prüfen die zu erwerbenden Kompetenzen angemessen ab. Die in der Prüfungsordnung des Studiengangs in §8 verankerten Regeln zur wechselseitigen Anerkennung von Modulen bei Hochschul- und Studiengangwechsel entsprechen den Vorgaben der Lissabon-Konvention.

Die Prüfungen werden zentral vom Dekanat organisiert und die Prüfungstermine bereits zu Beginn des Semesters veröffentlicht. Präsentationsprüfungen werden in die Schlussphase der Vorlesungszeit integriert, Klausuren werden unmittelbar vor und nach den Vorlesungsperioden angeboten. Abgabetermine für Seminararbeiten etc. werden auf diese Prüfungstermine abgestimmt. Der Prüfungsausschuss entscheidet über Widersprüche, Wechselanträge und andere prüfungsrelevante Fragen. Nachteilsausgleiche für Studierende mit Behinderung sowie werdende Mütter sind in der verabschiedeten und damit einer Rechtsprüfung unterzogenen Prüfungsordnung festgeschrieben. Dieses Vorgehen erscheint insgesamt geeignet, die Prüfungen effektiv und effizient abzuwickeln.

Alle wesentlichen Dokumente sind im Intranet der Hochschule veröffentlicht und damit für die Studierenden jederzeit verfügbar. Zusätzlich sind wichtige Eckdaten zum Studiengang für Bewerber im Netz und in Broschüren bzw. Flyern aufbereitet. Aufgrund der relativ kleinen Zahl von Lehrenden und Studierenden am Institut sind die Lehrenden für die Studierenden auch jenseits der Sprechstunden, die regelmäßig angeboten werden, gut erreichbar. Dies wurde als Standortvorteil von den Vertretern der Studierenden explizit hervorgehoben und es gibt aufgrund der Unterlagen und der Begehung keine Hinweise darauf, die diese Einschätzung unplausibel erscheinen

ließen. So hat sich das Institut z.B. dazu verpflichtet, Mailanfragen der Studierenden innerhalb von längstens 48 Stunden zu beantworten.

### **3.4 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit**

Die Hochschule legt einen besonderen Fokus darauf, die Chancengleichheit der potentiellen wie auch der tatsächlich Studierenden sicher zu stellen. Auch der Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) wird von den besonderen Maßnahmen profitieren, mit denen sich die Westfälische Hochschule als „Hochschule des Aufstiegs“ profilieren möchte. Dieses Programm umfasst unterschiedliche Förder-, Beratungs- und Orientierungsangebote für Studierende aus bildungsfernen Schichten. Das Konzept bezieht sich auf den gesamten Studienverlauf, von der Schnittstelle von der Schule zu Hochschule über die Studienbedingungen bis hin zur Vermittlung in den Beruf. So werden etwa die Auswahlkriterien für Deutschlandstipendien von der Hochschule explizit um soziale Aspekte ergänzt. Zudem werden Qualitätsverbesserungsmittel zur Unterstützung von Auslandsaufenthalten eingesetzt und spezifische Coachings angeboten. Durch die langfristige Arbeit der Talentscouts an Schulen wird gewährleistet, dass auch Menschen aus „bildungsfreien Schichten“ an die Hochschulen gelangen können. Der hohe Anteil weiblicher Studierende im zugehörigen Bachelorstudium spricht dafür, dass auch im Master Frauen und Männer gleichberechtigt Bildungschancen nutzen können. Über Gleichstellungsbeauftragte ist an der Westfälischen Hochschule dieses Bildungsziel angemessen institutionalisiert. Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung und chronischen Erkrankungen ist in §16 der Prüfungsordnung verankert. Es wird auf Antrag gewährt. Über einen Nachteilsausgleich entscheidet der Prüfungsausschuss.

## **4 Qualitätsmanagement**

Die Westfälische Hochschule hat ein gemeinsames Evaluierungssystem entwickelt. Zu dem Qualitätsmanagement gehören Befragungen zu verschiedenen Zeitpunkten, deren Auswertung und Reaktion auf die Resultate. Als Instrumente werden von der Hochschule in erster Linie Absolventen-, Alumni-, und Lehrveranstaltungs- und Studiengangevaluationen eingesetzt inklusive Erhebungen der Arbeitsbelastung. Das Fachgebiet führt in diesem Rahmen onlinegestützte, vereinheitlichte, anonyme und alle Lehrfächer abdeckende Evaluationen der Lehrveranstaltungen durch die Studierenden durch. Die Evaluationen finden halbjährlich statt, mithilfe eines institutsintern entwickelten, browsergestützen Datenbanksystems. Dadurch scheint eine umfangreiche und flächendeckende Qualitätskontrolle und Workloaderhebung möglich. Die vorhandenen Befragungen, Evaluationen und Monitoring-Maßnahmen führen zu einer Vielzahl von Daten, die von der Hochschulleitung ausgewertet und statistisch dargestellt werden. Danach werden die Ergebnisse an die betreffenden Professoren getragen.

Übereinstimmend wurde in den Gesprächen vor Ort geäußert, dass die Lehrevaluationen sowohl für Lehrende einen hohen Stellenwert haben, diese die Studierenden intensiv auffordern, sich an

dieser zu beteiligen. Ebenfalls äußerten beide Gruppen, dass die Ergebnisse der Evaluationen Eingang in die Weiterentwicklung des Bachelors und somit vermutlich auch mittelbar in die Entwicklung des Masterstudiengangs gefunden haben. Ob dies auf regelmäßiger und geordneter Basis geschieht, kann nicht beurteilt werden. Kritisch zu beobachten ist, dass für das Gelingen des Evaluationssystems am Institut vorrangig eine Person zuständig ist. Sollte sie das Institut verlassen, wäre es ratsam wenn bereits im Vorfeld über eine Veränderung des Systems oder möglicher Nachfolgerinnen und Nachfolger nachgedacht wird. Die studentische Beteiligung bei Neuberufungen ist sichergestellt und wird durch die Studierenden angenommen.

## 5 Resümee

Die Westfälische Hochschule bietet am Standort Gelsenkirchen mit dem Studiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) ein profiliertes und attraktives Programm auf dem Gebiet der Unternehmenskommunikation an. Die Studienbedingungen in Gelsenkirchen können sowohl hinsichtlich der sächlichen wie personellen Ressourcen als auch hinsichtlich der Instituts- und Studienkultur als beispielhaft gut angesehen werden. Insgesamt stellt es sich dabei als notwendig dar, das Profil zu schärfen und für mehr Transparenz gegenüber den Studierenden zu sorgen. Dies betrifft in erster Linie die Modulkataloge, die im Hinblick auf die Modultitel und Modulinhalte aussagekräftiger gestaltet werden müssen.

## 6 Bewertung der „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ vom 08.12.2009<sup>1</sup>

Der begutachtete Studiengang entspricht den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse vom 21.04.2005, den landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen sowie der verbindlichen Auslegung und Zusammenfassung dieser Dokumente durch den Akkreditierungsrat (Kriterium 2 „Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem“). Der Studiengang entspricht den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen vom 10.10.2003 i.d.F. vom 04.02.2010.

Hinsichtlich der weiteren Kriterien des Akkreditierungsrates stellen die Gutachter fest, dass die Kriterien „Qualifikationsziele“ (Kriterium 1), „Studierbarkeit“ (Kriterium 4), „Prüfungssystem“ (Kriterium 5) „Studiengangsbezogene Kooperationen“ (Kriterium 6), Ausstattung (Kriterium 7), „Qualitätssicherung und Weiterentwicklung“ (Kriterium 9) sowie „Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit“ (Kriterium 11) erfüllt sind.

---

<sup>1</sup> i.d.F. vom 20. Februar 2013

Hinsichtlich des Kriterium 8 („Transparenz und Dokumentation“) kritisieren die Gutachter, dass die Modultitel und die Modulbeschreibungen die Inhalte nicht hinreichend abbilden. Zudem wird bezogen auf das Studiengangskonzept (Kritrium 3) bemängelt, dass die Zulassungsvoraussetzungen angepasst werden, wenn das Profil des Studiengangs enger gefasst werden sollte.

## 7 Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe

Die Gutachtergruppe empfiehlt folgenden **Beschluss**: die Akkreditierung mit Auflagen

Die Gutachtergruppe empfiehlt folgende **Auflagen**:

1. Die Modulbeschreibungen müssen in folgenden Punkten überarbeitet und präzisiert werden.
  - Die Modultitel müssen die Modulinhalte adäquat abbilden.
  - Die Beschreibungen der Modulinhalte müssen auf Modulebene (nicht auf Ebene der Lehrveranstaltungen) und kompetenzorientiert bezogen auf die Studiengangsziele formuliert werden. Insbesondere sind Kompetenzen auf dem Gebiet der empirischen Sozialforschung auszuweisen.
2. Die Zulassungsvoraussetzungen müssen auf das geschärzte Profil des Studiengangs hin überprüft und gegebenenfalls angepasst werden.

## **IV Beschlüsse der Akkreditierungskommission von ACQUIN<sup>2</sup>**

### **1 Akkreditierungsbeschluss**

Auf der Grundlage des Gutachterberichts, der Stellungnahme der Hochschule und der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 7. Dezember 2015 folgenden Beschluss:

**Der Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) wird mit folgenden Auflagen erstmalig akkreditiert:**

- **Die Modulbeschreibungen müssen in folgenden Punkten überarbeitet und präzisiert werden.**
- **Die Modultitel müssen die Modulinhalte adäquat abbilden.**
- **Die Beschreibungen der Modulinhalte müssen auf Modulebene (nicht auf Ebene der Lehrveranstaltungen) und kompetenzorientiert bezogen auf die Studiengangsziele formuliert werden. Insbesondere sind Kompetenzen auf dem Gebiet der empirischen Sozialforschung auszuweisen.**

**Die Akkreditierung ist befristet und gilt bis 31. März 2017.**

**Bei Feststellung der Erfüllung der Auflagen durch die Akkreditierungskommission nach Vorlage des Nachweises bis 1. September 2016 wird der Studiengang bis 30. September 2021 akkreditiert. Bei mangelndem Nachweis der Auflagenerfüllung wird die Akkreditierung nicht verlängert.**

**Das Akkreditierungsverfahren kann nach Stellungnahme der Hochschule für eine Frist von höchstens 18 Monaten ausgesetzt werden, wenn zu erwarten ist, dass die Hochschule die Mängel in dieser Frist behebt. Diese Stellungnahme ist bis 22. Januar 2015 in der Geschäftsstelle einzureichen.**

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms werden folgende Empfehlungen ausgesprochen:

---

<sup>2</sup> Gemäß Ziffer 1.1.3 und Ziffer 1.1.6 der „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und die Systemakkreditierung“ des Akkreditierungsrates nimmt ausschließlich die Gutachtergruppe die Bewertung der Einhaltung der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen vor und dokumentiert diese. Etwaige von den Gutachtern aufgeführte Mängel bzw. Kritikpunkte werden jedoch bisweilen durch die Stellungnahme der Hochschule zum Gutachterbericht geheilt bzw. ausgeräumt, oder aber die Akkreditierungskommission spricht auf Grundlage ihres übergeordneten Blickwinkels bzw. aus Gründen der Konsistenzwahrung zusätzliche Auflagen aus, weshalb der Beschluss der Akkreditierungskommission von der Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe abweichen kann.

- Das Profil des Studiengangs sollte nach Besetzung der ausgeschriebenen Professur im Hinblick auf eine generalistische oder spezialisierte Ausbildung entlang der Kernbegriffe Kommunikation und Management geschärft und in der Außendarstellung entsprechend vermittelt werden. Die Zulassungsvoraussetzungen sollten anschließend auf das geschärfte Profil des Studiengangs hin überprüft und gegebenenfalls angepasst werden.
- Die Hochschule sollte einen Beirat für den Studiengang einrichten, um den Austausch mit der Praxis zu fördern.
- Es sollte im Austausch mit den Beteiligten regelmäßig überprüft werden, ob die Lehrforschungsprojekte den Zielen des Studiengangs entsprechen.

Die Akkreditierungskommission weicht in ihrer Akkreditierungsentscheidung in den folgenden Punkten von der gutachterlichen Bewertung ab:

Änderung von Auflage zu Empfehlung (hier ursprüngliche Formulierung)

- Die Zulassungsvoraussetzungen müssen auf das geschärfte Profil des Studiengangs hin überprüft und gegebenenfalls angepasst werden.

Begründung:

Die Anpassung der Zulassungsvoraussetzungen an ein ggf. verändertes Profil erscheint selbstverständlich. Da diese Profilschärfung von der Gutachtergruppe jedoch nur als Empfehlung formuliert wurde, kann auch diese, davon abhängige Forderung nur den Rang einer Empfehlung besitzen.

## **2 Feststellung der Auflagenerfüllung**

Die Hochschule reichte fristgerecht die Unterlagen zum Nachweis der Erfüllung der Auflagen ein. Diese wurden an den Fachausschuss mit der Bitte um Stellungnahme weitergeleitet. Der Fachausschuss sah die Auflagen als erfüllt an. Auf Grundlage der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 28. März 2017 folgenden Beschluss:

**Die Auflage des Masterstudiengangs „Kommunikationsmanagement“ (M.A.) ist erfüllt.**

**Die Akkreditierung wird bis zum 30. September 2021 verlängert.**