

Akkreditierungsbericht**Programmakkreditierung – Einzelverfahren**

Raster Fassung 02 – 04.03.2020

► Inhaltsverzeichnis

| | | | |
|---|---|--|--|
| Hochschule | Ostfalia Hochschule | | |
| Ggf. Standort | Salzgitter | | |
| Studiengang | Marketing | | |
| Abschlussbezeichnung | Bachelor of Art (B.A.) | | |
| Studienform | Präsenz <input checked="" type="checkbox"/> | Fernstudium <input type="checkbox"/> | |
| | Vollzeit <input checked="" type="checkbox"/> | Intensiv <input type="checkbox"/> | |
| | Teilzeit <input type="checkbox"/> | Joint Degree <input type="checkbox"/> | |
| | Dual <input type="checkbox"/> | Kooperation § 19 MRVO <input type="checkbox"/> | |
| | Berufs- bzw. ausbil- <input type="checkbox"/> | Kooperation § 20 MRVO <input type="checkbox"/> | |
| | dungsbegleitend | | |
| Studiendauer (in Semestern) | 6 | | |
| Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte | 180 | | |
| Bei Masterprogrammen: | konsekutiv <input type="checkbox"/> | weiterbildend <input type="checkbox"/> | |
| Aufnahme des Studienbetriebs am (Datum) | 22.09.2025 | | |
| Aufnahmekapazität (Maximale Anzahl der Studienplätze) | 35 | Pro Semester <input type="checkbox"/> | Pro Jahr <input checked="" type="checkbox"/> |

| | |
|-----------------------|-------------------------------------|
| Konzeptakkreditierung | <input checked="" type="checkbox"/> |
|-----------------------|-------------------------------------|

| | |
|----------------------------|--------------------|
| Verantwortliche Agentur | ACQUIN |
| Zuständige/r Referent/in | Maximilian Krogoll |
| Akkreditierungsbericht vom | 25.06.2025 |

Inhalt

| | |
|---|-----------|
| Ergebnisse auf einen Blick | 3 |
| Kurzprofil des Studiengangs | 4 |
| Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums | 4 |
| I Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien | 6 |
| 1 Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 MRVO) | 6 |
| 2 Studiengangsprofile (§ 4 MRVO) | 6 |
| 3 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 MRVO) | 6 |
| 4 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 MRVO)..... | 7 |
| 5 Modularisierung (§ 7 MRVO) | 7 |
| 6 Leistungspunktesystem (§ 8 MRVO) | 7 |
| 7 Anerkennung und Anrechnung (Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV) | 8 |
| 8 Nicht einschlägig: Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 9 MRVO)..... | 8 |
| 9 Nicht einschlägig: Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme (§ 10 MRVO)..... | 8 |
| II Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien | 9 |
| 1 Schwerpunkte der Bewertung/ Fokus der Qualitätsentwicklung..... | 9 |
| 2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien | 9 |
| 2.1 Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 MRVO) | 9 |
| 2.2 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO) | 11 |
| 2.2.1 Curriculum (§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 MRVO)..... | 11 |
| 2.2.2 Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 MRVO)..... | 14 |
| 2.2.3 Personelle Ausstattung (§ 12 Abs. 2 MRVO) | 17 |
| 2.2.4 Ressourcenausstattung (§ 12 Abs. 3 MRVO) | 19 |
| 2.2.5 Prüfungssystem (§ 12 Abs. 4 MRVO) | 20 |
| 2.2.6 Studierbarkeit (§ 12 Abs. 5 MRVO) | 23 |
| 2.2.7 Nicht einschlägig: Besonderer Profilanspruch (§ 12 Abs. 6 MRVO) | 24 |
| 2.3 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO): Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen (§ 13 Abs. 1 MRVO) | 24 |
| 2.3.2 Nicht einschlägig: Lehramt (§ 13 Abs. 2 und 3 MRVO)..... | 27 |
| 2.4 Studienerfolg (§ 14 MRVO)..... | 27 |
| 2.5 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 MRVO) | 29 |
| 2.6 Nicht einschlägig: Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme (§ 16 MRVO)..... | 31 |
| 2.7 Nicht einschlägig: Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 19 MRVO) ... | 31 |
| 2.8 Nicht einschlägig: Hochschulische Kooperationen (§ 20 MRVO)..... | 31 |
| 2.9 Nicht einschlägig: Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien (§ 21 MRVO) | 31 |
| III Begutachtungsverfahren | 32 |
| 1 Allgemeine Hinweise | 32 |
| 2 Rechtliche Grundlagen | 32 |
| 3 Gutachtergremium..... | 32 |
| IV Datenblatt | 33 |
| 1 Daten zur Akkreditierung..... | 33 |
| V Glossar | 34 |

Ergebnisse auf einen Blick

**Entscheidungsvorschlag der Agentur zur Erfüllung der formalen Kriterien gemäß Prüfbericht
(Ziffer 1)**

Die formalen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Entscheidungsvorschlag des Gutachtergremiums zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien gemäß Gutachten (Ziffer 2)

Die fachlich-inhaltlichen Kriterien sind

erfüllt

nicht erfüllt

Kurzprofil des Studiengangs

Der Marketingstudiengang ist Teil des Studienangebotes der Fakultät Verkehr-Sport-Tourismus-Medien. Diese ist mit derzeit 1.635 Studierenden (davon ca. 50% weiblich) und 39 besetzten Professuren die größte Fakultät der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften. Eine Besonderheit der Fakultät ist ihr außergewöhnlich vielfältiges Studienportfolio mit Studiengängen in den Bereichen Verkehr und Logistik, Tourismus-, Sport-, Stadt- und Regionalmanagement sowie Medien (Digitales Storytelling, Medienmanagement, Medienkommunikation und Mediendesign). Insgesamt bietet die Fakultät aktuell 18 Studiengänge an, davon 14 Bachelor- und vier Masterstudiengänge.

Der neue Studiengang nutzt den betriebswirtschaftlichen Schwerpunkt der Fakultät und öffnet innerfakultär Synergien mit den Bereichen Kommunikation und Design. Aufgrund der inhaltlichen Nähe wird der Marketingstudiengang in Kooperation mit der Fakultät Wirtschaft (W, Standort Wolfsburg) durchgeführt. Er kann, auch durch die Kooperation mehrerer Fakultäten, zu einem wichtigen strategischen ausgerichteten Baustein werden, um die Ziele der Ostfalia HAW für Lehre und Forschung, u.a. die Durchführung fakultätsübergreifender Lehrveranstaltungen, zu erreichen.

Angesichts zunehmender Konkurrenz und wachsender Kundenansprüche steigt laut Hochschule bei Unternehmen der Bedarf an Marketingexpert:innen, die in der Lage sind, Kundenbedürfnisse zu erkennen, zu strukturieren und innovative, datenbasierte aber auch ressourcenschonende Strategien zu entwickeln. Marketing ist weit mehr als eine unterstützende Funktion. Im Verständnis einer marktorientierten Unternehmensführung ist es maßgeblich für den nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens verantwortlich.

Zusammenfassende Qualitätsbewertung des Gutachtergremiums

Der Studiengang wird vom Gremium als sehr gut bewertet. Die Qualifikationsziele, das Abschlussniveau und die damit verbundenen Lernergebnisse des Studiengangs sind klar formuliert und transparent dargestellt. Die fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen entsprechen dem geforderten Abschlussniveau gemäß dem Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse. Die Studierenden werden sehr gut befähigt, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit auszuüben. Die Berufsfelder und die darin ausgeübten Tätigkeiten/Aufgaben sind hinreichend definiert. Die Persönlichkeitsentwicklung im Studiengang wird durch den Aufbau personaler und sozialer Kompetenzen gut gefördert. Die Gespräche mit den Studierenden bestätigten dies.

Das Curriculum des Studiengangs ist aus Sicht des Gremiums gut aufgebaut. Die fachlich-inhaltliche Struktur der einzelnen Module ist stimmig. Der Studiengangtitel stimmt mit den Inhalten überein. Der gewählte Abschlussgrad und die -bezeichnung sind inhaltlich passend. Die Studierenden werden aktiv in die Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen einbezogen, so dass ein studierendenzentriertes Lehren und Lernen sehr gut ermöglicht wird. Die eingesetzten Lehr- und Lernformen sind angemessen. Sie entsprechen der Fachkultur und sind auf das Studienformat angepasst.

Die Lehre wird mehrheitlich durch hauptamtlich Lehrende abgedeckt. Die Anzahl und die Qualität der Lehrbeauftragten sind als sehr gut zu bewerten. Es bestehen sehr gute Möglichkeiten zu Weiterqualifizierung und Fortbildung des Lehrpersonals.

Die Studierbarkeit des Studiengangs in der Regelstudienzeit ist gut gewährleistet. Durch die rechtzeitige und umfassende Information der Studierenden ist der Studienbetrieb planbar und verlässlich.

Die Ressourcenausstattung am Standort in Salzgitter ist als exzellent zu bewerten.

Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen sind im Studiengang gewährleistet. Die Mechanismen/Maßnahmen zur Feststellung der Stimmigkeit der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen sind sehr gut. Die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch-didaktischen Ansätze des Curriculums werden kontinuierlich überprüft und an fachliche und didaktische Weiterentwicklungen angepasst.

Die Konzepte der Hochschule zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen werden auf der Ebene des Studiengangs sehr gut umgesetzt.

I Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

(gemäß Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV und §§ 3 bis 8 und § 24 Abs. 3 MRVO)

1 Studienstruktur und Studiendauer ([§ 3 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Der Bachelorstudiengang führt zu einem ersten berufsqualifizierenden Studienabschluss. Der Bachelorstudiengang ist ein Vollzeitstudiengang und umfasst gemäß § 3 (1) SPO 6 Semester.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2 Studiengangsprofile ([§ 4 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Es ist eine Abschlussarbeit vorgesehen, mit der die Fähigkeit nachgewiesen wird, innerhalb einer vorgegebenen Frist von drei Monaten eine Aufgabenstellung selbstständig nach wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Diese ist im sechsten und damit letzten Semester der Regelstudienzeit anzufertigen. (§ 19 SPO)

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

3 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten ([§ 5 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Die Zugangsvoraussetzungen für den Bachelorstudiengang sind in § 1 der Immatrikulationsordnung der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften festgelegt und entsprechen den Landesvorgaben.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

4 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen ([§ 6 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Der Bachelorstudiengang Marketing hat den Abschlussgrad / die Abschlussbezeichnung „Bachelor of Arts (B.A.)“ (§4 SPO)

Das Diploma Supplement als Bestandteil des Abschlusszeugnisses liegt in der aktuellen Fassung auf Englisch vor und erteilt über das dem Abschluss zugrundeliegende Studium im Einzelnen Auskunft.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

5 Modularisierung ([§ 7 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Die einzelnen Lehrveranstaltungen sind zu zeitlich abgegrenzten Modulen zusammengefasst, die jeweils mit einer Prüfungsleistung abgeschlossen werden. Der Studiengang gliedert sich in 28 Module. Alle Module sind innerhalb eines Semesters abzuschließen, semesterübergreifende Module sind nicht vorhanden. Die Anzahl der Modulprüfungen je Semester ist mit maximal sechs Modulprüfungen angegeben.

Die Ausweisung der Notenverteilung gemäß ECTS Users' Guide ist in § 16 SPO festgelegt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

6 Leistungspunktesystem ([§ 8 MRVO](#))

Sachstand/Bewertung

Im Studiengang Marketing werden im ersten, vierten, fünften und sechsten Semester jeweils 30 ECTS-Punkte vergeben, im zweiten Semester sind es insgesamt 33 ECTS-Punkte und im dritten Semester 27 ECTS-Punkte. In Summe werden im Studiengang Marketing somit 180 ECTS-Punkte vergeben. Einem ECTS-Punkt werden entsprechend der Prüfungsordnung § 2 jeweils 30 Arbeitsstunden zugeordnet. Dies lässt sich im Modulkatalog auch anhand des Workloads erkennen.

Das Bachelormodul inklusive Kolloquium ist mit 15 ECTS-Punkten angesetzt.

Zum Bachelorabschluss werden 180 ECTS-Punkte erreicht.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

7 Anerkennung und Anrechnung ([Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV](#))

Sachstand/Bewertung

Die Anerkennung bzw. Anrechnung von Studienzeiten und Prüfungsleistungen ist in der Prüfungsordnung BPO § 28 geregelt. Die Umsetzung der Lissabon-Konvention ist dabei gewährleistet.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

8 Nicht einschlägig: Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen ([§ 9 MRVO](#))

9 Nicht einschlägig: Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme ([§ 10 MRVO](#))

II Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

1 Schwerpunkte der Bewertung/ Fokus der Qualitätsentwicklung

Der Studiengang wird als Konzeptakkreditierung begutachtet. Vor diesem Hintergrund wurde insbesondere über die Genese des Studiengangs und die gesetzten inhaltlichen Schwerpunkte gesprochen. Die Hochschule legte dar, wie sich der Studiengang am Standort in Salzgitter in das bestehende Portfolio der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften einfügt. Aktuelle Ansätze im Curriculum und in der Lehre wurden ebenfalls thematisiert. Die für den Studiengang angedachten personellen Ressourcen waren ein zentraler Punkt in den Gesprächen.

2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

(gemäß Art. 3 Abs. 2 Satz 1 Nr. 4 StAkkrStV i.V. mit Art. 4 Abs. 3 Satz 2a und §§ 11 bis 16; §§ 19-21 und § 24 Abs. 4 MRVO)

2.1 Qualifikationsziele und Abschlussniveau ([§ 11 MRVO](#))

Sachstand

Übergeordnetes Ziel des Studiengangs ist laut Hochschule, neben der betriebswirtschaftlichen Grundlagenausbildung, eine zugleich wissenschaftlich fundierte und praxisorientierte fachliche Vertiefung im Berufsfeld Marketing zu ermöglichen, um Studierenden vielfältige Karrieremöglichkeiten zu eröffnen. Sie sind mit Abschluss des Studiums Marketing-Spezialist:innen und können aufgrund ihrer umfassenden, professionellen und vertieften Kenntnisse und Fähigkeiten in den vielfältigen Berufsfeldern des Marketingbereichs unterschiedlichster Branchen tätig sein.

Der Studiengang hat vier thematische Schwerpunkte: Allgemeine BWL, umfassende Marketing-Grundlagen, Vertiefungen im Marketing sowie interdisziplinäre Kompetenzen.

Umfassende Veränderungen sowie immer wieder neue Trends und Technologien prägen laut Hochschule die Arbeitsmarktsituation im Marketing. Diese Entwicklungen erweitern das Spektrum der Beschäftigungsmöglichkeiten stetig. Laut Bundesagentur für Arbeit stieg die Anzahl der Beschäftigten im Marketingbereich von 2016 bis 2023 kontinuierlich auf 495.017 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte an (Bundesagentur für Arbeit, 2024). Durch die immer dynamischere Verschiebung von klassischen zu digitalen Medien, vom stationären Handel zu digitalen und Omnichannel-Kanälen ist laut Hochschule eine Weiterverschiebung der Arbeitsplätze hin zu Marketingexpert:innen mit stark digitalem und analytischem Fokus zu erwarten. So konnte die Teilbranche des digitalen Marketings gemäß einer Studie des Digitalverbands Bitkom e.V. im Jahr 2022 eine Wertschöpfung von 19,75 Milliarden Euro erzeugen und ca. 247.000 Arbeitsplätze besetzen (Bitkom e.V. 2023). Innerhalb der vier Jahre von 2018 bis 2022 ist die Wertschöpfung um 58% gestiegen und die Zahl der Arbeitsplätze

um 63.000 gewachsen (ebd.). Zudem verliert transaktionale Push-Kommunikation durch klassische Medien an Bedeutung und Retail Media, Content Marketing etc. werden stärker relevant.

Der Marketingbereich bietet Absolvent:innen viele Möglichkeiten sich zu spezialisieren, wie z.B. im Content-Marketing, Influencer-Marketing, E-Mail-Marketing oder Event-Marketing.

Der Studiengang Marketing ist laut Hochschule darauf ausgerichtet, Studierende auf die vielfältigen Berufsfelder vorzubereiten und ihnen das erforderliche Wissen und die praktischen Fähigkeiten zu vermitteln, um erfolgreich in der schnell wachsenden und sich verändernden Welt des Marketings verschiedener Branchen zu agieren. Auch die regionalen Arbeitsmarktchancen der Absolvent:innen können aktuell als hervorragend eingestuft werden. Die Inhalte sind nicht auf eine Branche festgelegt, die umwelt- und marktbezogenen Schwankungen unterliegen. Beinahe jedes Unternehmen und jede Organisation der Region kommt als potenzieller Arbeitgeber in Frage.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Zielsetzung des Studiengangs in Hinblick auf die Aufnahme einer qualifizierten Erwerbstätigkeit ist nach Ansicht des Gutachter:innengremiums sinnvoll und nachvollziehbar und erfüllt einen drängenden Bedarf in der Region.

Die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden wird durch die Wahlmöglichkeiten im Studium unterstützt.

Die Qualifikation und das Abschlussniveau entsprechen dem Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse. Das Diploma Supplement gibt über Qualifikation und Curriculum Aufschluss. Perspektivisch ist es denkbar, dass die Hochschule einen konsekutiven Masterstudiengang im Bereich Marketing anbietet. Bereits jetzt könnten die Absolvent:innen des hier zu akkreditierenden Bachelorstudiengangs, die bereits bestehenden Masterstudiengänge am Standort Salzgitter belegen.

Die Studierenden erhalten im Studiengang eine fundierte generalistische Ausbildung, die sie für zahlreiche Einsatzmöglichkeiten im Bereich Marketing qualifiziert. Das breite Profil des Studiengangs wird hierbei vom Gremium positiv bewertet um darauf aufbauend entweder eine weitere Spezialisierung im Beruf oder in einem Masterstudiengang vorzunehmen.

Die räumlichen und technischen Ressourcen des Standortes Salzgitter erlauben den Studierenden praktische Erfahrungen im professionellen Setting und tragen zu einer umfassenden Berufsqualifikation bei.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO)

2.2.1 Curriculum ([§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 MRVO](#))

Sachstand

Der Studiengang beinhaltet neun Module mit betriebswirtschaftlichen Grundlagen: Grundlagen BWL, Buchführung & Bilanzierung, Wissenschaftliche Arbeitsweisen, Grundlagen VWL & Rechtsfragen im Management, Kosten- und Leistungsrechnung, Statistische Grundlagen, Managementkompetenz, Grundlagen der Unternehmenssteuerung, Finanzierung & Investition

Der Studiengang beinhaltet 14 Marketingmodule, davon: 10 Module mit Pflichtfächern: Einführung Marketing, Grdl. Content Creation, Kommunikation, Consumer Behaviour, Grdl. Digital Marketing, Marketing Analytics & KI, Conscious Marketing, Marktforschung mit Projekt, Case Studies, Handel & Rechtsfragen im Marketing sowie vier Module mit fakultätsinternen (punktuell fakultätsübergreifenden) Wahlpflichtfächern: Vertiefung Kreativität & Design, Interdisziplinäre Vernetzung, Digitale Vertiefung, Spezialisierung im Marketing.

Marketing ist als wissenschaftliche Disziplin sehr praxisorientiert. Das soll auch in der Forschung spürbar werden. Die Fakultätsstrategie der Karl-Scharfenberg-Fakultät gibt vor, dass eine deutliche Erhöhung der wissenschaftlichen und anwendungsbezogenen Forschungsaktivitäten angestrebt werden soll. Durch die Orientierung an unternehmensnahen Fragestellungen werden Forschende im Fachgebiet Forschungslücken identifizieren und perspektivisch mehr Drittmittelanträge stellen. Auch die Durchführung von Auftragsforschung kann im Studiengang stärker in den Fokus rücken. In Vernetzung mit dem Bereich Lehre werden im Marketingstudiengang mindestens drei Module aus dem Pflichtangebot und Module mit Wahlpflichtfächern als forschendes Lehren gemeinsam mit Unternehmen und Organisationen angestrebt.

Grundsätzlich spiegelt der Aufbau eine ausgewogene Mischung aus theoretischen und anwendungsorientierten Lehr- und Lernformen wider, die auf den Kompetenzerwerb der Studierenden angelegt sind. Ein hoher Stellenwert kommt aktivierenden Lehrmethoden und seminaristischen Lehrformen zu. Sie sollen die Förderung überfachlicher und berufsorientierter Kompetenzen ermöglichen. Die Prüfungsformate sind mit Blick auf die Vermittlungsschwerpunkte und Lernziele gewählt und berücksichtigen einen angemessen hohen Selbststudiums-Anteil: Während bei wissenschaftlich-theoretischen Lehrfächern, die v.a. in Vorlesungen gelehrt werden, als Prüfungsformen Referate, Präsentationen oder Klausuren gewählt werden können, schließen praxisbasierte Seminare mit Projektarbeiten, Referaten oder Studienbüchern ab. Dadurch ist ein didaktisch sinnvoller Zuschnitt zwischen Lehrformat und Prüfungsform möglich.

Die Kooperation der beteiligten Fakultäten sieht grundsätzlich hybride Angebote vor. So ist geplant, eine Professur zu besetzen, die im Studiengang Marketing sowie im Onlinestudiengang der Fakultät

H angesiedelt ist. Onlinelehre wird somit laut Hochschule schlüssig integriert. Im Marketingstudiengang ist eine stärkere Verankerung von Blended Learning vorgesehen, als in den vergleichbaren Bestandsstudiengängen. Auch wenn er im Charakter ein Präsenzstudiengang ist, sollen synchrone und asynchrone Online-Elemente in allen Modulen möglich und gelebte Praxis sein. Einige geeignete Kurse sollen vollumfänglich online stattfinden, sofern es die Stundenplanung und die Präferenzen der Studierenden zulassen. Ziel ist, den Lernerfolg zu begünstigen und die Lebenswirklichkeiten der Studierenden anzuerkennen.

Der Marketingstudiengang kombiniert fundierte Theorie mit praxisnahen Elementen, die sich konsequent durch alle Semester ziehen. Von Beginn an werden klassische Lehrveranstaltungen durch praxisnahe Aufgaben wie Planspiele, Fallstudien und Projektarbeiten ergänzt. Die Projektorientierung nimmt dabei kontinuierlich zu. Im sechsten Semester ist eine Praxisphase von mindestens 3 Monaten vorgesehen, die den Studierenden die Möglichkeit bietet, ihre Kompetenzen im realen Arbeitsumfeld anzuwenden und zu vertiefen. Sie geht mit 15 ECTS-Punkten in die Studienleistungen des Bachelorstudiums ein. Die Studierenden recherchieren eigenständig Praktikumsplätze und bewerben sich in Eigeninitiative. Unterstützt werden sie dabei durch das Career Center am Standort. Dort erhalten sie einen Überblick über Praktikumsunternehmen der Vergangenheit sowie Hilfestellungen im Bewerbungsverfahren. Für fachliche Fragen stehen die Professor:innen als Betreuer:innen zur Verfügung. Die formalen Voraussetzungen zur Durchführung und Anerkennung des Praxissemesters regelt die „Ordnung über die Durchführung des Praxissemesters“. Außerdem erhalten Studierende im Rahmen von Kooperationen die Möglichkeit, über ein Praktikum hinaus ihre Bachelorarbeit mit direktem Bezug zu den Herausforderungen der Industrie zu bearbeiten und damit die Zukunft des Marketings aktiv mitzugestalten.

Der Studiengang wurde intensiv in der Studienkommission II behandelt. Die Studierenden haben mitdiskutiert und zum Curriculum ein eindeutig positives Votum abgegeben. Zukünftig werden die Studierenden durch kontinuierliche Evaluationen und Feedbackrunden an der Gestaltung der Lehre beteiligt. Ein wesentliches Merkmal des Studienganges ist, die Studierenden durch zahlreiche Projektaufgaben in Praxis und Forschung bei der Entwicklung eines eigenen Arbeitsstils zu begleiten und ihnen zunehmend mehr Eigenverantwortung in der Umsetzung ihrer Aufgaben zu gewähren, so dass sie sukzessive auf das eigenständige Arbeiten im Praktikum und in der Bachelorarbeit vorbereitet werden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Gremium bewertet die inhaltliche Ausgestaltung des Studiengangs in Hinblick auf die definierten Eingangsqualifikationen und Zugangsvoraussetzungen als gelungen. Der generalistische Ansatz des Studiengangs wurde in den Gesprächen thematisiert. Die Hochschule legte nachvollziehbar dar, dass dieser Ansatz im Hinblick auf die am Standort vorhandenen Kompetenzen wie auch die Bedarfe von Studierenden und potentiellen Arbeitgebern sinnvoll gewählt ist. Entsprechend ist der

Studiengang unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikation stimmig hinsichtlich der angestrebten Qualifikationsziele aufgebaut. Ebenfalls stimmt die Studiengangsbezeichnung mit den Inhalten überein.

Durch Wahl(pflicht)module eröffnen sich den Studierenden hinreichend Möglichkeiten für ein selbst-gestaltetes Studium. Eine Anschlussfähigkeit an die vor Ort bereit angebotenen Masterprogramme wurde bei der Konzeption des Bachelorstudiengangs mitgedacht.

Die Einbindung von Praxisphasen in das Studium erscheint gut gelöst. Bei Anerkennung und Anrechnung wurde zudem von den Lehrenden wie auch den Studierenden berichtet, dass hier ein starkes Entgegenkommen der Hochschule gegenüber den Studierenden bei Wünschen oder Problemen zu konstatieren wäre, was auch der Studierbarkeit zu Gute kommt.

Die geplanten Lehr- und Lernformen erscheinen sinnvoll eingesetzt. Die Studierenden wurden insbesondere in diesem Punkt in die Planung des neuen Studiengangs einbezogen.

Insgesamt bewertet das Gremium den Punkt Curriculum als gelungen. Dennoch möchte das Gremium in einem Punkt auf Verbesserungspotential hinweisen. Während der Gespräche fiel auf, dass die in das Curriculum integrierten Sprachmodule Englisch inhaltlich wenig Verzahnung mit den Inhalten des Studiengangs aufweisen. Zwar legte die Hochschule nachvollziehbar dar, dass das Angebot weiterer spezieller englischsprachiger Fachmodule einige Schwierigkeiten mit sich bringt, dennoch möchte das Gremium empfehlen, die angebotenen Module inhaltlich stärker auf das Curriculum zu beziehen, auch weil dies wahrscheinlich im späteren Berufsleben von hoher Bedeutung sein wird.

Darüber hinaus fiel auf, dass aktuelle Themen wie Nachhaltigkeit und KI noch nicht in der gebotenen Prominenz im Modulhandbuch verankert sind. In den Gesprächen wurde zwar deutlich, dass diese durchaus als Querschnittsthemen in der Lehre verankert sind, jedoch empfiehlt das Gremium dies auch unbedingt im Modulhandbuch zu verdeutlichen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlungen:

- Die Hochschule sollte überlegen, inwiefern die angebotenen Englischmodule inhaltlich deutlicher mit den Inhalten des Studiengangs verknüpft werden könnten.
- Die Hochschule sollte aktuelle Themen wie Nachhaltigkeit und KI als Querschnittsthemen deutlicher im Modulhandbuch herausstellen.

2.2.2 Mobilität (§ 12 Abs. 1 Satz 4 MRVO)

Sachstand

Das aktuelle Internationalisierungskonzept 2.0 der Hochschule definiert die Förderung der Mobilität von Studierenden als einen strategischen Schwerpunkt und wird seither mit zahlreichen Maßnahmen planvoll umgesetzt. Hierzu wurde als Ergänzung zum zentralen International Student Office, welches sich um alle Belange von Studierenden rund um Auslandsaufenthalte kümmert und auch am Standort Salzgitter berät, sowie dem Career Service, der am Campus speziell zu Praktika im Ausland informiert, eine adäquate Infrastruktur in der Karl-Scharfenberg Fakultät geschaffen. Zusätzlich zur Internationalisierungsbeauftragten der Fakultät unterstützt fakultätsspezifisch eine hauptberufliche Internationalisierungskoordinatorin die Studierenden bei der Vorbereitung und Durchführung von Auslandsaufenthalten. Studiengangs- oder bereichsspezifisch stehen den Studierenden zudem Hochschulpat:innen zur Verfügung, die jeweils eine fachspezifische Kooperation mit einer Partnerhochschule im Ausland betreuen.

Zu den direkten Maßnahmen zur Förderung der Mobilität der Studierenden zählen neben den ins Studium integrierten optionalen Mobilitätsfenstern und der individuellen Beratung mittlerweile zahlreiche Informations- und Unterstützungsangebote: eine semesterweise angebotene Informationsveranstaltung zu studienbezogenen Auslandsaufenthalten und ein Informationsstand für Erstsemesterstudierende; die gezielte Vorstellung von Hochschulpartnerschaften eines Studiengangs in zentralen (Lehr)Veranstaltungen desselben; die Gestaltung einer Website mit Informationen zur Mobilität; das Führen einer Datenbank mit allen Austauschmöglichkeiten bzw. relevanten Informationen zu den Partnerhochschulen sowie einer Datenbank mit Praktikumsplätzen im Ausland; die Erstellung einer Übersicht von Hochschulen im Ausland, die Studierende erfolgreich als free mover besucht haben, sowie von Kursen an Gasthochschulen, die für einen Studiengang der Fakultät anerkannt wurden; die Einrichtung und Betreuung einer Onlinegruppe und mehrere Workshops für die Outgoer jedes Semesters; ein transparentes System zur Auswahl von Studierenden für Studienplätze an Partnerhochschulen; die Produktion von Filmen zur Bewerbung von Auslandsaufenthalten; die Nutzung von outgoing und incoming Studierenden als Correspondents; die Erstellung von Präsentationen zu den einzelnen Partnerhochschulen sowie die Einholung und Bereitstellung von Erfahrungsberichten zu studienbezogenen Auslandsaufenthalten.

Ein Feedbackbogen für zurückkehrende outgoing Studierende dient nicht nur zur Überprüfung der Informations- und Beratungsservices, sondern auch zur Evaluation bestehender und Eruierung möglicher neuer Hochschulkooperationen. Als eine wichtige Maßnahme zur Förderung der Studierendenmobilität wird die strategische Ausweitung und Aktivierung attraktiver Hochschulkooperationen kontinuierlich verfolgt.

Im Rahmen des 5. Semesters sind Fächer an einer nach dem Recht des Herkunftsstaates staatlich anerkannten Hochschule im Ausland erfolgreich zu absolvieren, die den Qualifikationszielen des Studiengangs entsprechen und (ggfs. umgerechnet) einen Gesamtumfang von mindestens 15 ECTS-Punkten haben. Die Inhalte der einzelnen Fächer dürfen nicht überwiegend identisch sein mit den Inhalten von Fächern, die an der Ostfalia HAW bereits absolviert wurden. Um dem Arbeitsaufwand und Kompetenzerwerb Rechnung zu tragen, die die erfolgreiche Vorbereitung und Durchführung eines Studiums im Ausland erfordern, werden diese ersten 15 Credits mit dem Faktor 1,6 multipliziert. Die Anzahl der weiteren zu erbringenden ECTS-Punkte ergibt sich aus der Differenz von 24 zu der Anzahl an ECTS-Punkten, die gemäß Studienverlaufsplan für das Semester vorgesehen ist, in dem das Mobilitätsfenster liegt. Diese ECTS-Punkte können nicht nur durch fachspezifische Studien- und Prüfungsleistungen an der Gasthochschule oder Ostfalia, sondern auch durch fachfremde Studien- und Prüfungsleistungen an der Gasthochschule erbracht werden, die das Qualifikationsprofil erweitern, sowie durch vorbereitende und begleitende Sprachkurse und den Auslandsaufenthalt vor- und nachbereitende Kurse an der Gasthochschule oder Ostfalia.

Die Studien- und Prüfungsleistungen im Rahmen des Mobilitätsfensters müssen vor Antritt des Auslandsstudiums in einer Lernvereinbarung festgehalten und vom Prüfungsausschuss genehmigt werden. Änderungen zur ursprünglichen Lernvereinbarung müssen vom Prüfungsausschuss genehmigt werden. Im Falle des Nichtbestehens einer oder mehrerer gemäß der Lernvereinbarung vorgesehenen Prüfungen können diese, wenn möglich wiederholt werden oder es werden gleichwertige Ersatzleistungen erbracht, die in einer Änderung zur Lernvereinbarung aufgeführt und vom Prüfungsausschuss genehmigt werden müssen. Insgesamt können für eine nicht bestandene Prüfung maximal zwei weitere Prüfungsversuche unternommen werden, entweder in Form einer Wiederholungsprüfung und/oder Ersatzleistung.

Das „Auslandsstudium im Rahmen des Mobilitätsfensters“ kann nur insgesamt „bestanden“ oder „nicht bestanden“ werden. Im Fall des Bestehens sind alle Studien- und Prüfungsleistungen, die im selben Zeitraum bzw. Semester an der Ostfalia zu erbringen wären, erfüllt. Es wird mit der Anzahl der Credits verbucht und ins Zeugnis eingetragen, die gemäß Studienverlaufsplan für das Semester vorgesehen ist, in dem das Mobilitätsfenster liegt. In die Berechnung der Gesamtnote gehen die im Rahmen des Mobilitätsfensters erworbenen Noten für differenziert benotete Prüfungsleistungen nicht ein. Sie werden aber in der Leistungsübersicht des Diploma Supplement unter Punkt 4.3 „Programme details, individual credits gained and grades/marks obtained“ unter Nennung der absolvierten Lerneinheiten mit ihrer Originalbezeichnung der Einrichtung, an der die Lerneinheiten absolviert wurden, sowie der erzielten Credits, genannt.

Die Mobilitätsfenster-Option, welche die Anerkennung und das Auslandsstudium ohne Zeitverlust ganz im Sinne der Lissabon-Konvention erleichtert, schließt dabei Einzel-Anerkennungen nicht aus. Selbst dann, wenn ein Auslandsstudium im Rahmen des Mobilitätsfensters endgültig nicht

bestanden wurde, haben die Studierenden natürlich die Möglichkeit, die Anerkennung von Leistungen aus diesem Auslandsstudium für einzelne Module zu beantragen.

Außerhalb eines Mobilitätsfensters, aber während der Immatrikulation im Sinne von Credit-Mobilität erbrachte Studien- und Prüfungsleistungen im Ausland werden für einzelne Module des Studiengangs anerkannt, wenn im Hinblick auf das zu erreichende Qualifikationsziel des Studiengangs zwischen den erworbenen und den geforderten Lernergebnissen kein wesentlicher Unterschied nachgewiesen werden kann. Dabei wird kein schematischer Vergleich der Lernergebnisse der einzelnen Fächer und Module, sondern eine Gesamtbetrachtung und Gesamtbewertung im Hinblick auf die Bedeutung der Lernergebnisse für den Studienerfolg insgesamt vorgenommen. Die Regelungen zur Anerkennung folgen somit der Lissabon-Konvention und den HRK-Empfehlungen zu dessen Anwendung sowie den Empfehlungen der Europäischen Kommission im ECTS Leitfaden. Die Mobilitätsfenster für ein Praktikum und Studium im Ausland erleichtern die Durchführung von vollumfänglich anerkannten Langzeit-Auslandsaufenthalten während des Studiums und erfüllen sämtliche offizielle Vorgaben und Ziele hierzu.

Maßnahmen wie internationale Exkursionen, Summer Schools und Blended Intensive Programmes stellen an der Karl-Scharfenberg-Fakultät nicht nur selbst studentische Kurzzeitmobilität dar, sondern fördern durch den Abbau von Ängsten und Aufbau von Kontakten und positiven Erfahrungen an Gasthochschulen auch Langzeitaufenthalte. Das im Jahr 2023 verabschiedete „Internationalisierungskonzept 2.0“ der Fakultät setzt das Ziel, allen Studierenden eine attraktive internationale Qualifizierung zu ermöglichen. Neben längerfristigen Auslandsaufenthalten auf Semesterbasis werden deshalb (auch finanziell) kürzere Reisen sowie virtuelle Mobilität gefördert. Studierenden aller Studiengänge wird zudem die Teilnahme an Exkursionen des Sprachenzentrums ermöglicht. Im Studiengang Marketing sind auch internationale Kurzzeitaufenthalte in Form von Exkursionen vorgesehen. In den Studiengängen Medienkommunikation und Medienmanagement werden bereits mehrere Kooperationsprojekte mit Partnerhochschulen im Ausland durchgeführt. An diese wird der Marketingstudiengang anknüpfen und darüber hinaus eigene Projekte initiieren.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Möglichkeiten der studentischen Mobilität sind als sehr gut erfüllt zu bewerten. Es gibt diverse Unterstützungsangebote vor Ort am Campus in Salzgitter und eine zentrale Anlaufstelle in Wolfenbüttel. Die Quote der Outgoings weist erwartungsgemäß zwischen den Studiengängen sehr hohe Unterschiede auf – z.B. ca. 80 – 90% im Tourismusmanagement – scheint jedoch insgesamt in einem hohen Bereich zu liegen. Nach Ansicht der Studierenden könnten Incomings besser in die jeweiligen Kohorten integriert werden, was hier auch angeregt werden soll. Ebenfalls wäre ein Ausbau der personellen Kapazitäten des Int. Office nach Ansicht der Studierenden sinnvoll und könnte nach Ansicht des Gremiums von der Hochschule überlegt werden. Die Studiengänge am Standort Salzgitter weisen alle ein Mobilitätsfenster auf. Ein Auslandsaufenthalt ist sowohl als

Studiensemester wie auch als Praxissemester möglich. Das Sprachenzentrum bietet auch zusätzlich zum Curriculum Unterstützung im Spracherwerb an. Partnerhochschulen im Ausland werden von der Hochschule ausgewiesen.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.3 Personelle Ausstattung ([§ 12 Abs. 2 MRVO](#))

Sachstand

Mit dem neuen Studiengang Marketing soll das bereits bestehende spezielle Bachelor Studienangebot im Bereich II der Fakultät - SPM, SRM, TM - um einen allgemeinen, breit aufgestellten Bachelorstudiengang ergänzt werden. Das Lehrangebot wird vorerst aus vorhandenen Lehrkapazitäten der zwei beteiligten Fakultäten bereitgestellt. Bei anhaltend größerem Studierendenzuspruch kann eine neue Professur für den Studiengang installiert werden. Um die zweite Professur auslasten zu können ist es nötig, dass das Angebot an WPF deutlicher über das Minimum hinausgeht und Gruppenenteilungen bei Kursen mit einem höheren Grad an Interaktion (z.B. Wissenschaftliches Arbeiten, Marktforschung, Case Studies) möglich werden. Als Grenzwert erachtet die Hochschule dafür etwa 30 Erstsemesterstudierende. Zum Personalelement der Fakultät K zählen 53 Professuren, welche durch die Hochschulleitung zugewiesenen wurden. Davon sind aktuell 35 besetzt. Prof. Dr. Boris Blechschmidt, der 2016 an die Ostfalia berufen wurde, besetzt die Professur für Online Marketing. Aktuell lehrt er im Bereich III (Medien). Als Spezialist für Marketing Analytics und alle quantitativen Aspekte des Marketings wird er zukünftig den Schwerpunkt seiner Lehre in Studiengang Marketing verlagern und dort ca. 12 SWS pro Semester als Lehre erbringen. Er wird auch die Studiengangsleitung übernehmen. Die zweite geplante Professur soll mit der Denomination Branding die eher kreativeren Aspekte des Marketings als Kernkompetenz einbringen. Diese Fähigkeiten fordern v.a. Marketingagenturen von Bewerber:innen. Zusätzlich zur Professur für Onlinemarketing und ggf. Branding werden bis zu 24 Professorinnen und Professoren und sieben LfbA der Fakultät K in das Curriculum eingebettet, insbesondere bei den Wahlpflichtfächern und den betriebswirtschaftlichen Grundlagen. Aus der Fakultät W werden fünf Professor:innen und zwei LfbAs im Studiengang Marketing lehren. Zur Abdeckung der Lehrinhalte des Bachelorstudiengangs stehen (punktuell) die in den Tabellen 4 - 8 aufgelisteten hauptamtlich Lehrenden zur Verfügung. Die Stelleninhaber:innen übernehmen gemäß ihrer Denomination die abzudeckenden Lehrveranstaltungen.

Folgende neue Stellen sollen für den Studiengang aus verfügbaren ZSL-Mitteln geschaffen werden:

- Professur (mittelfristig): Branding

- 50% (E 13) Lehrkraft für besondere Aufgaben (längerfristig): Quantitative Methoden der Betriebswirtschaftslehre

Ein neu eingeführtes BWL-Gerüst (Kernfächer der BWL, die von Studierenden aus mehreren Studiengängen besucht werden) bietet die Möglichkeit, Kapazitäten gemeinsam zu nutzen, so dass auch in Zukunft die personellen Ressourcen für die Durchführung der Studiengänge und die Gewährleistung der Profile ausreichend sein werden. Lehraufträge werden lediglich eingesetzt, um spezifische und punktuelle Verbesserungsmaßnahmen im Sinne der Studienqualitätsmittel durchführen zu können. Die Ostfalia verfolgt das Ziel einer geschlechtergerechten Hochschule mit gleichberechtigter Teilhabe auf allen Ebenen. Zur Umsetzung der tatsächlichen Chancengleichheit wird sowohl das Prinzip des Gender Mainstreaming und des Diversity Management als auch die bisherige Frauenförderung als Gesamtkonzept bei der Besetzung der Stellen beachtet. Aktuell ist das Geschlechterverhältnis an der Fakultät bei den Professor:innen in etwa ausgeglichen.

Die Personalentwicklung der Ostfalia Hochschule unterstützt alle Beschäftigten dabei, ihre Arbeit optimal ausführen zu können. Sie hilft u.a. dabei, den Wissens- und Kompetenzerwerb von Beschäftigten zu erweitern, ihre Zufriedenheit durch entsprechende Maßnahmen zu steigern, sowie die Arbeitsfähigkeit und Motivation zu erhalten. Diese Maßnahmen dienen mittelfristig dazu, dass die Ostfalia als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen wird und die Wettbewerbsfähigkeit erhalten bleibt. Die Personalentwicklung leitet sich vom Strategiekonzept ab, welches von einer Arbeitsgruppe aller Statusgruppen der Hochschule entwickelt wurde.

Für die Beschäftigten hat die Personalentwicklung der Ostfalia eine Reihe verschiedener Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten zusammengestellt. Über die vielfältigen internen Weiterbildungsmöglichkeiten der Personalentwicklung hinaus können Interessierte ebenfalls an der hochschulübergreifenden Weiterbildung (HüW) teilnehmen, die Angebote des Zentrums für erfolgreiches Lehren und Lernen (ZeLL) nutzen oder externe Weiterbildungen in Anspruch nehmen. Das ZeLL hilft als zentrale Einrichtung der Ostfalia Lehrenden bei der didaktischen Umsetzung ihrer Lehrveranstaltungen. Mithilfe der kontinuierlichen Weiterentwicklung von Lehr-Lernprozessen und innovativen Lehrveranstaltungskonzeptionen arbeitet das ZeLL daran, die Qualität der Lehre an der Ostfalia Hochschule kontinuierlich zu erhöhen. Die Lehrenden haben unter anderem die Möglichkeit, Workshops, Seminare, Weiterbildungsangebote, Lehrbegleitungen oder individuelle Beratungen in Anspruch zu nehmen und können sich so persönlich weiterentwickeln und ihre Lehre hinsichtlich der Anforderungen der Studierenden optimieren.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die personelle Ausstattung zur Umsetzung des Studiengangskonzepts ist gesichert. Die Hochschule stellte überzeugend dar, dass die erforderlichen Ressourcen sowohl im Bereich der Studiengangsleitung, als auch in den Lehrveranstaltungen ausreichend vorhanden sind. Die Kompetenzen vor Ort

wurden bei der Entwicklung des Studiengangs mitgedacht. Die Hochschule stellte außerdem überzeugend dar, inwiefern Lehrbeauftragte akquiriert und eingesetzt werden sollen. Die Maßnahmen zur Personalauswahl entsprechen den gängigen Standards.

Die Möglichkeiten zur didaktischen Weiterqualifizierung sind sehr gut. In Niedersachsen steht den Lehrenden u.a. das HüW (Hochschulübergreifende Weiterbildung) zur Verfügung. Zusätzlich bietet die Ostfalia mit dem ZeLL (Zentrum für erfolgreiches Lehren und Lernen) eine zentrale Einrichtung an. Insgesamt ist der Aspekt Personelle Ausstattung als sehr gut erfüllt zu bewerten.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.4 Ressourcenausstattung ([§ 12 Abs. 3 MRVO](#))

Sachstand

Nach Rücksprache mit den zuständigen Stunden- und Raumplaner:innen sowie dem Leiter der Ausbildungstechnik ist der neue Marketingstudiengang laut Hochschule in das bestehende Studien- und Raumangebot integrierbar. Engpässe können sich bei der Belegung der Medienlabore ergeben, welche durch eine vorausschauende Planung lösbar sind. Insbesondere die Module Content Creation, Vertiefung Kreativität und Design sowie Digitale Vertiefung brauchen eine angemessene Lernumgebung und spezifische technische Ausstattung. Durch den Medienschwerpunkt der Fakultät verfügt sie über moderne Computerlabore, Ton- und TVStudio sowie Kamera- und Audioequipment auf hohem Niveau. Den Studiengängen der Fakultät stehen fünf Gebäude mit einer gesamten Nutzungsfläche von ca. 7.400 m² zur Verfügung.

Die installierte Technik in den Räumen ist in einem regelmäßig gewarteten Zustand. Die Poolräume der Fakultät verfügen über eine weit über Hochschulstandard hinausgehende Ausstattung, sowohl in Bezug auf die Hardware, als auch im Hinblick auf die Software. Alle gängigen Programme sind in der jeweils aktuellen Version installiert, um den Lernerfolg der Studierenden bestmöglich zu unterstützen. Dieses Angebot wird großzügig genutzt und von allen Beteiligten sehr geschätzt, was an den Ergebnissen der Evaluation deutlich erkennbar ist. Alle Gebäude sind barrierefrei zugänglich und es stehen ausreichend behindertengerechte Toiletten zur Verfügung. In den Gebäuden sind alle Etagen einschließlich Untergeschoss und Keller durch einen Aufzug erschlossen, so dass alle Lehr- und Funktionsräume des Hauses auch von mobilitätseingeschränkten Personen erreicht werden können.

Die Standortbibliothek in Salzgitter ist mit vielfältiger Fachliteratur für alle Studiengänge der Fakultät ausgestattet. Darüber hinaus steht den Studierenden selbstverständlich die Möglichkeit offen, auf die Bibliotheken der anderen Standorte der Ostfalia zuzugreifen sowie die Fernleihe zu nutzen. Die

Literaturbestellung von einem anderen Ostfalia-Standort ist in der Regel am nächsten Tag verfügbar. Neben der Literaturrecherche bietet die Bibliothek ruhige Arbeitsplätze sowie Gruppenarbeitsplätze, die zu den Öffnungszeiten genutzt werden können.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Umfang des administrativen und technischen Personals ist als exzellent zu bewerten. Lediglich das International Office könnte nach Ansicht der Studierenden zusätzliche personelle Ressourcen erhalten. Das Gremium regt eine Überprüfung dieses Wunsches durch die Hochschule an.

Die Raum- und Sachausstattung ist hervorragend. Dies betrifft sowohl die Ebene der Verfügbarkeit von Lehr- und Lernräumen, wie auch die Ausstattung der Räume selbst. Es gibt zahlreiche Möglichkeiten für stud. Arbeiten, zudem können die Studierenden Lehrräume als Arbeitsräume buchen und nutzen.

Die Bibliothek verfügt über eine gute Ausstattung und modern eingerichtete Arbeitsplätze, auch für Gruppenarbeiten. Verschiedene Medienlabore und ein modernes Fernsehstudio komplettieren die gute Ausstattung.

Für die stud. Selbstverwaltung stehen ebenfalls umfangreiche Räumlichkeiten zur Verfügung. Ebenfalls gibt es Sportmöglichkeiten (u.a. ein Fitnessstudio) am Campus.

Wünschenswert wäre auf einer Makroebene sicherlich eine bessere Anbindung des Campus an das Umland, dies ist jedoch nach Ansicht des Gremiums mit diversen externen Faktoren behaftet, die die Hochschule nicht beeinflussen kann.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.5 Prüfungssystem ([§ 12 Abs. 4 MRVO](#))

Sachstand

Das Studium umfasst Pflicht- und Wahlpflichtmodule sowie die Bachelorarbeit mit Kolloquium. Insgesamt werden zwei Prüfungszeiträume im Jahr durchgeführt. Der Prüfungszeitraum im Wintersemester findet im Januar statt, der Prüfungszeitraum im Sommersemester im Juni. Beide Prüfungszeiträume sind auf die Dauer von vier Wochen festgelegt. Die Prüfungsleistungen im Marketingstudiengang sind kompetenzorientiert an die einzelnen Module ausgerichtet, so dass diese in Form von verschiedenen Prüfungsformen im Curriculum verankert sind und sowohl mündlich, schriftlich oder praktisch erbracht werden können. Für ein Modul sind mehrere Prüfungsformen angegeben, um bei der Wahl der Prüfungsleistung den dynamischen Anforderungen von Studierenden und Lehrenden gerecht zu werden. Als verbindendes Element der einzelnen Fächer werden Modulthemen

beschlossen, für die je eine Modulprüfung gefordert wird. Die Studierenden sollen durch die Prüfungen nachweisen, dass sie die erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten erworben haben und die fachlichen Zusammenhänge überblicken, um in den beruflichen Tätigkeitsfeldern selbstständig, lösungsorientiert und auf wissenschaftlicher Grundlage zu arbeiten. Die Bachelorprüfung besteht aus bewerteten Modulprüfungen und der bewerteten Bachelorarbeit. Studienbegleitende Prüfungen, wie z.B. Projektarbeiten, Studienbücher, Referate und Hausarbeiten werden innerhalb des Semesters durchgeführt. Klausuren und mündliche Prüfungen finden in einem festgelegten Prüfungszeitraum statt. Alle Prüfungsleistungen, bis auf die Bachelorarbeit, können bei Nichtbestehen zweimal wiederholt werden. Ein Nicht-Antreten dieser Prüfungen wird als Rücktritt gewertet. Wurde eine Klausur einer nicht kombinierten Prüfungsleistung in einer zweiten Wiederholungsprüfung mit der Note „nicht ausreichend“ bewertet, hat die oder der Studierende einen Anspruch auf eine zusätzliche mündliche Prüfung. Die zusätzliche mündliche Prüfung wird als Einzelprüfung in der Regel im nächsten Prüfungszeitraum durchgeführt. Über einen früheren Prüfungszeitpunkt entscheidet der Prüfungsausschuss auf Antrag der:des Studierenden. Während des gesamten Studiums ist die Anzahl der zusätzlichen mündlichen Prüfungen auf insgesamt drei begrenzt.

Klausuren können eingesetzt werden, um das erlernte Fachwissen der einzelnen Fächer gesammelt abzufragen und so auch mögliche Zusammenhänge der Inhalte auf Dauer miteinander zu verankern. Darüber hinaus dienen sie dem Nachweis, dass die/der zu Prüfende in der Lage ist, in begrenzter Zeit (z.B. 80 Minuten), ohne oder mit festgelegten Hilfsmitteln und unter Aufsicht mit den geläufigen Methoden des Fachs eine Fragestellung zu bearbeiten und ihre/seine analytischen und methodischen Kompetenzen zur Problemlösung unter Beweis zu stellen.

Bei Hausarbeiten erarbeiten die Studierenden selbstständig und in schriftlicher Form eine Auseinandersetzung mit einem Thema aus dem Arbeitszusammenhang der Lehrveranstaltung unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden, bei der sie sich mit der Thematik der Aufgabe auseinandersetzen und so das geforderte Thema ausführlich und tiefgehend bearbeiten.

Präsentationen werden eingesetzt, um die Fertigkeiten des Vortragens der Studierenden weiter zu schulen und beispielsweise Projektideen zu erläutern, welche auch die Planung des zu realisierenden Projekts miteinschließen. Daher umfassen Präsentationen die theoretische Vorbereitung, die Durchführung sowie die Darstellung der Arbeitsschritte und der Ergebnisse, welche in einem mündlichen Vortrag erläutert und anschließend diskutiert werden sollen.

Projektarbeiten stellen einen bedeutenden Anteil an den Prüfungsleistungen im Studiengang dar. Die Projektarbeit schließt die theoretische Vorbereitung, die Durchführung sowie die schriftliche Darstellung der Arbeitsschritte mit ein und umfasst die Ergebnisse des Projektes sowie deren kritische Würdigung. Aus diesem Grund werden in den meisten Fällen die erarbeiteten Projekte in einem mündlichen Vortrag erläutert, um diese anschließend zu diskutieren und so die Bearbeitung weiterer

Projektarbeiten zu fördern. Die:der Prüfer:in entscheidet über eine zusätzliche mündliche Darstellung.

Anhand einer mündlichen Prüfung soll die:der zu Prüfende nachweisen, dass sie:er die Zusammenhänge des Prüfungsgebietes erkennt und spezielle Fragestellungen in diese Zusammenhänge einzuordnen vermag. Die mündliche Prüfung findet vor mindestens zwei Prüfenden (Kollegialprüfung) oder einem:einer Prüfenden und einem:einer sachkundigen Beisitzer:in als Einzelprüfung oder als Gruppenprüfung für bis zu fünf Studierende gleichzeitig statt. Der:die Beisitzer:in ist vor der Notenfestsetzung zu hören. Es ist ein Ergebnisprotokoll anzufertigen und von den Prüfenden und Beisitzenden zu unterschreiben. Die mündliche Prüfung dauert i.d.R. mindestens 20 Minuten und kann von den Prüfenden bei Bedarf auf maximal 45 Minuten verlängert werden.

Bei einer elektronische Prüfung legen die Studierenden die Prüfungsleistung am Computer mittels Rechnerprogramm ab. Angaben der oder des zu Prüfenden werden elektronisch entgegengenommen und mittels vorgegebener, nachvollziehbarer Kriterien bewertet werden.

Ein Referat umfasst eine selbständige schriftliche Auseinandersetzung mit einem Thema aus dem Arbeitszusammenhang der Lehrveranstaltung unter Anwendung wissenschaftlicher Methoden und die Darstellung der Arbeit und die Vermittlung ihrer Ergebnisse im mündlichen Vortrag sowie in einer anschließenden Diskussion. Die Bearbeitungszeit und die Dauer des mündlichen Vortrages legt die Prüferin/der Prüfer fest.

Das Studienbuch ist eine Sammlung zu bearbeitender Aufgaben. Das Studienbuch wird begleitend zum Semester und damit parallel zum Lernfortschritt geführt. Die:der Modulverantwortliche entscheidet über die Abgabezeitpunkte der Arbeitsergebnisse. Im Rahmen der Aufgaben werden im Wesentlichen Transferaufgaben zu den Inhalten des Kurses gestellt, die die Studierenden zu Argumentation, Analyse, Hypothesenbildung und Synthese anregen sollen. Es ist standardmäßig ein gemeinsames Studienbuch für alle Lehrveranstaltungen eines Moduls anzufertigen.

Die Prüfungsformen sind so gestaltet, dass die zunehmende Eigenverantwortung und Reflektionsfähigkeit beobachtbar wird.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die geplanten Prüfungsformen wurden während der Begehung intensiv besprochen. Hierbei wurde v.a. das Konzept des Studienbuchs diskutiert. Die Hochschule stellte dar, inwiefern diese Prüfungsform ein Versuch der Hochschule ist, Prüfungen kompetenzorientiert zu gestalten und gleichzeitig die Studierbarkeit zu verbessern. Das Gremium kann der Argumentation der Hochschule folgen und regt an, diese Prüfungsform in der Praxis genau zu beobachten um bei Handlungsbedarf schnell Anpassungen vornehmen zu können. Das Gremium regt weiterhin an, bei den Prüfungsformen im Semester für einen “guten Mix” im Sinne der Erhöhung der Studierbarkeit zu sorgen. So wäre es wünschenswert, Prüfungsformen während des Semesters (z.B. Studienbuch), am Ende des

Semesters (z.B. Klausur) und in den Semesterferien anzubieten, und dieses unter den Lehrenden regelmäßig abzustimmen. Insgesamt erfolgen Prüfungen kompetenzorientiert und modulbezogen. Der Aspekt wird als erfüllt bewertet.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.6 Studierbarkeit ([§ 12 Abs. 5 MRVO](#))

Sachstand

Die Studierbarkeit des Studiengangs Marketing wird laut Hochschule gewährleistet, indem:

- die Module so gestaltet sind, dass sie in der Regel innerhalb eines Semesters abgeschlossen werden können
- die Module nicht zu umfangreich sind und mit einer Prüfung abschließen
- die Lehrveranstaltungen pro Studiengang überschneidungsfrei und mit ausreichend Kapazität für alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer angeboten werden
- bei der Prüfungsorganisation darauf geachtet wird, dass an einem Tag jeweils nur eine Prüfung stattfindet. Im Falle von Wiederholungsprüfungen kann dies nicht immer gewährleistet werden, jedoch wird durch das Prüfungssekretariat sichergestellt, dass es zu keinen zeitlichen Überschneidungen innerhalb eines Studiengangs kommt
- Klausuren in jedem Prüfungszeitraum geschrieben werden können
- nicht mehr als sechs Prüfungen pro Semester abzulegen sind
- ein Teil der Prüfungsleistungen so strukturiert ist, dass er vorlesungsbegleitend erarbeitet werden kann, so dass sich der Aufwand verteilt und extreme Stresssituationen vermieden werden können; zudem können Studierende auf diese Weise vielfach den Aufwand mit den persönlichen zeitlichen Erfordernissen abstimmen
- regelmäßig Evaluationen und Befragungen der Studierenden analysiert und bei Bedarf in konkrete Verbesserungsmaßnahmen übersetzt werden

Bei rechtzeitiger Vorbereitung können somit keine Belastungsspitzen für die Studierenden auftreten. Klausuren finden am Semesterende innerhalb eines vorab vom Prüfungsausschuss festgelegten Prüfungszeitraums von vier Wochen statt. Um die Planbarkeit sowohl für die Lehrenden als auch für die Studierenden zu erhöhen, wurde vom Prüfungssekretariat ein Rahmenprüfungsplan für die Fakultät ausgearbeitet und implementiert.

Neben den genannten Rahmenbedingungen stehen den Studierenden bei Bedarf Unterstützungsangebote zur Verfügung. Zum einen wurde eine Schreibwerkstatt eingerichtet, bei der sich die Studierenden rund um das Thema wissenschaftliches Arbeiten beraten lassen und Hilfe in Anspruch nehmen können. Darüber hinaus steht allen Studierenden das Angebot des Lerncoachings der Fakultät in Salzgitter zur Verfügung. Hier werden gemeinsame Workshops durchgeführt oder bei Individualfragen rund um das Studium beratend unterstützt.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studierbarkeit wird durch einen planbaren und verlässlichen Studienbetrieb gewährleistet. Lehrveranstaltungen und Prüfungen werden überschneidungsfrei angeboten. Den Lehrimport aus der Fakultät W in Wolfsburg werden die Lehrenden in Salzgitter leisten. Ein Ortswechsel wird für die Studierenden entsprechend nicht erforderlich sein. Der Arbeitsaufwand (Workload und Prüfungsbelastung) für die Studierenden ist angemessen. Prüfungen können innerhalb eines Studienjahres (oft früher) wiederholt werden. Die Prüfungsdichte ist angemessen. Einige Module werden mit weniger als 5 ECTS-Punkten ausgewiesen, jedoch werden Module ansonsten meist mit 6 ECTS-Punkten bewertet und somit ausgeglichen. Ein Mobilitätsfenster ist ausgewiesen und sinnvoll integriert, was die Studierbarkeit unterstützt. Insgesamt ist der Punkt Studierbarkeit als gut erfüllt zu bewerten.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.7 Nicht einschlägig: Besonderer Profilanspruch ([§ 12 Abs. 6 MRVO](#))

2.3 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge ([§ 13 MRVO](#)): Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ([§ 13 Abs. 1 MRVO](#))

Sachstand

Der Wettbewerb um Studierende wird sich laut Hochschule in den nächsten Jahren aufgrund fehlender Abitur-Jahrgänge durch Schulzeitverlängerungen sowie durch den demografischen Wandel verschärfen. Das Kultusministerium prognostiziert für das Jahr 2030 insgesamt 2,1 % Studienanfänger weniger als 2019. Mit dem Marketingstudiengang soll nicht nur die unmittelbare „Employability“ gestärkt werden, sondern er soll den Studierenden sehr viel Freiraum und Flexibilität für den Karriereweg ermöglichen. Das Thema ist – gerade im Kontext der Diversität der betriebswirtschaftlichen Ausbildung – sehr am Interesse der Studierenden orientiert.

Die Lehr- und Forschungsinhalte sind explizit berufsbefähigend und anwendungsorientiert, ohne die wissenschaftliche Fundierung zu vernachlässigen.

Für den Bereich Forschung ist Marketing v.a. in den Feldern Digitalisierung sowie Gesellschaftliche Veränderungsperspektiven verankert. Zusammen mit neuen Kolleg:innen, die den verschiedenen am Marketingstudiengang beteiligten Fakultäten angehören, kann laut Hochschule das Ostfalia-Institut für Marketing gegründet werden. Alternativ bieten je nach inhaltlicher Kompetenz der Personen die bestehenden Institute der Fakultäten eine Heimat.

Neben einem Schwerpunkt auf dem Feld unternehmensbezogener Dienstleistungen steht in der Region Salzgitter-Braunschweig-Wolfsburg klar die industrielle Produktion im Fokus. Alle Unternehmen verbindet dabei in der internationalen Konkurrenz das Bestreben, die eigenen Leistungen marktgerecht zu gestalten, sodass das Produktpotential stimmig, die Preisfindung fundiert, die Kommunikationspolitik erfolgreich und der Vertrieb passgenau ist. Die Absolvent:innen werden darauf vorbereitet. Sie können nahtlos in den spezifischen Funktionsbereichen regionaler Konzerne sowie bei deren Zulieferern und in ihren Beteiligungen Fuß fassen und auf diese Weise dazu beitragen, dass der regionale Wirtschaftsstandort zukunftsfähig bleibt.

Neben den bereits umfänglich adressierten Bereichen digitales Marketing, Content Creation und datengetriebenes Marketing wird in Lehre und Forschung auch das Nachhaltigkeitsmarketing einen hohen Stellenwert einnehmen. Schon heute hat die Fakultät einen anwendungsorientierten Forschungsschwerpunkt im Bereich der Nachhaltigkeitskommunikation entwickelt, auf den aufgebaut werden kann. Ressourcenschutz und soziale Nachhaltigkeit prägen zunehmend Unternehmensentscheidungen, sodass die Lehre im Studiengang fraglos holistischer ausgerichtet sein wird. Marketingexpert:innen in Unternehmen müssen Antworten auf die Restriktionen wie Klimawandel, Verantwortung für globale Produktionsnetzwerke oder Fachkräftemangel geben können.

Die Lehrenden des Studiengangs Marketing haben in unterschiedlichen Marketing- und Managementfunktionen in der Praxis gearbeitet. Durch die Interdisziplinarität haben die Studierenden dadurch Zugang zu Expertisen verschiedenster Praxisbereiche. Ehemalige CMOs (Chief Marketing Officer) und CCOs (Chief Commercial Officer), Unternehmensberater, Experten aus Medien, Verkehr, Sport, Tourismus, Stadt- und Regionalmanagement können in den Lehrveranstaltungen facettenreiche Einblicke in die verschiedenen spezifischen Perspektiven des Marketings auf Basis der eigenen Praxiserfahrung geben. Zudem haben Lehrende bereits diverse Praxisprojekte mit Marketingsschwerpunkten durchgeführt, beispielsweise zu analytischem CRM und Database-Marketing, Treiberanalysen oder auch digitaler Transformation im Handel.

Alle Lehrenden engagieren sich aktiv in der Forschung in ihrem jeweiligen professionellen Bereich sowie im weiteren Feld des Marketings. Beispielhaft genannt seien die Forschungsthemen Social Media als Instrument der Kundenkommunikation, Business-Intelligence-Lösungen im E-Commerce, Public Relations und Unternehmenskommunikation, Agilität und Unternehmenskommunikation, die Wirkung von Native Advertising in Online Plattformen auf die User Akzeptanz sowie der Empirischer Vergleich von Rentabilitätskennzahlen im Einzelhandel und bei Konsumgüterherstellern in

Deutschland. Eine detaillierte Darstellung der Praxis-, Forschungs- und Lehrtätigkeiten der einzelnen Lehrenden kann den Qualifikationsprofilen der hauptamtlichen Lehrenden entnommen werden.

Wie im Abschnitt über die Maßnahmen zur Personalentwicklung erläutert, steht Lehrenden der Ostfalia und damit auch Lehrenden des Marketingstudiengangs zur Weiterentwicklung ihrer methodisch-didaktischen Kompetenzen vor allem das Zentrum für erfolgreiches Lehren und Lernen (ZELL) mit einem Kurs- und Beratungsangebot zur Verfügung. Darüber hinaus haben Professor:innen die Möglichkeit, ein Forschungs- oder Lehrentwicklungssemester zu beantragen, um ihre Lehrangebote didaktisch weiterzuentwickeln. Desweitere sichern Fortbildungen nicht nur didaktischer Art, sondern auch Forschungsreisen, nationale und internationale Exkursionen mit Studierenden, Tagungs- und Konferenzbesuche Kontakte, aktualisieren den Wissens- und Kompetenzstand und fördern den ständigen Austausch innerhalb der Marketingbranche. Wissenschaftliche und/oder kreative Projektvorhaben der Professor:innen werden mit Lehrentlastung unterstützt.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen im Studiengang sind in Hinblick auf bspw. fachlich-inhaltliche Gestaltung und methodisch-didaktische Ansätze unter Berücksichtigung des Diskurses auf nationaler und ggf. internationaler Ebene gegeben.

Die Lehrenden am Standort Salzgitter haben Zugriff auf diverse Weiterbildungsangebote der HAW Ostfalia, die didaktische Weiterbildung fördern, aber auch forschungsbezogene Weiterbildung einschließen. Die Ostfalia ermöglicht Forschungssemester und Freisemester zur Überarbeitung und Neugestaltung der Lehre (Lehrentwicklungssemester). Dies sichert nach Ansicht des Gremiums, dass sich die Lehrinhalte am aktuellen Forschungsdiskurs orientieren.

Bei der Konzeption des Studiengangs wurden nach Auskunft der Hochschulvertreter:innen Fachexperten aus der Praxis hinzugezogen. Ebenfalls wird bei der Weiterentwicklung von Studiengängen üblicherweise auf Rückmeldungen aus der Praxis wertgelegt. Nach Ansicht des Gremiums wäre es wünschenswert, wenn die Abstimmung und Koordination innerhalb der Fakultät und mit den weiteren beteiligten Fakultäten der Ostfalia weiterhin für die kontinuierliche Entwicklung des Studiengangs genutzt werden würde.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.3.2 Nicht einschlägig: Lehramt ([§ 13 Abs. 2 und 3 MRVO](#))

2.4 Studienerfolg ([§ 14 MRVO](#))

Sachstand

Die Studienkommissionen haben laut Hochschule aktuell begonnen, verstärkt auf ein umfassendes Monitoring zu setzen, das den Erfolg der Studiengänge detaillierter erfasst. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der Analyse von Studienabbrüchen und der Entwicklung gezielter Maßnahmen zur Verbesserung der Erfolgsquoten. So wird nicht nur ein Bewusstsein für die Gründe und Herausforderungen von Studienabbrechern geschaffen, sondern es werden auch langfristige Strategien entwickelt, um die Abbruchrate zu senken und die Studienqualität insgesamt zu steigern.

Neben den verpflichtenden Lehrevaluationen, herrscht laut Hochschule eine offene Gesprächsatmosphäre mit vergleichsweise kurzen Kommunikationswegen, so dass Studierende auch fortlaufend um Feedback und ihre Einschätzungen zu didaktischen Fragen gebeten werden können. Als vermittelnd zwischen Lehrenden und Studierenden wirken auch die studentischen und wissenschaftlichen Hilfskräfte und/oder Tutor:innen.

Alle Veranstaltungen werden regelmäßig evaluiert, damit die Qualität der Lehre die Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse erfüllt.

Zur Evaluierung und Entwicklung der Studiengänge wurde und wird die Hochschuldidaktik der Ostfalia Hochschule regelmäßig konsultiert. Die Lehrevaluationen werden seit einigen Semestern zunehmend per Online-Befragung durchgeführt, so dass eine zeitnahe Rückmeldung der Ergebnisse und die Diskussion der studentischen Bewertungen im Kurs erleichtert werden. Die Gespräche mit den Studierenden über die Befunde erweisen sich dabei meist als fruchtbar für die Weiterentwicklung der Lehre. Dementsprechend wird den Studierenden rückgemeldet, welche ihrer Hinweise in welche Verbesserungsmaßnahmen seitens der Lehrenden münden.

Zudem gibt es folgende vom Qualitätsmanagement der Ostfalia zentral durchgeführte Befragungen: Erstsemesterbefragung, Lehrveranstaltungsevaluation, Studienabschlussbefragung und die Alumnibefragung. Auf Schlussfolgerungen und Maßnahmen aus den Befragungen wird im Lehrbericht der Fakultät eingegangen.

Ein Alumni-Netzwerk, das dem Austausch von Lehrenden, Studierenden und Absolvent:innen dient, soll mit den ersten Absolvent:innen des Studiengangs Marketing gegründet werden. Bereits bestehende Alumninetzwerke aus benachbarten Studiengängen (z.B. Medienstudiengänge, Sportmanagement) sind Impulsgeber. Es ist geplant, dass ehemalige Marketing-Studierende Gastvorträge in Lehrveranstaltungen halten, aus ihrer Berufspraxis berichten und Studierende auf Stellenausschreibungen aufmerksam machen. Offene Stellenausschreibungen werden zudem fortlaufend in

das Karriereportal der Ostfalia („Treffpunkt Karriere“) eingepflegt. Der Career Service der Ostfalia unterstützt die Studierenden bei der Suche nach Praktika und Anstellungen.

Der überwiegende Teil der Lehrenden weist, wie bereits erwähnt, mehrjährige Praxiserfahrung auf und ist dementsprechend gut mit Berufspraktiker:innen vernetzt, die fortlaufend Feedback und Input zur Studiengangsentwicklung geben. Zudem lehren im Studiengang externe Lehrbeauftragte aus der Praxis, deren Meinungen zum Curriculum entsprechend berücksichtigt wurden.

Die Lehrenden sind auch wissenschaftlich gut vernetzt und Mitglieder der relevanten akademischen Fachgesellschaften. Sie stehen im regelmäßigen Austausch mit Fachkolleg:innen an Hochschulen in ganz Deutschland und dem benachbarten Ausland, so dass der Transfer von aktuellem wissenschaftlichen Wissen gegeben ist.

Im Rahmen des Programms „Qualitätssicherung der Dienstleistungen für Studierende im Verwaltungsbereich“ wurde unter anderem eine Prozesslandkarte der Ostfalia sowie Beschreibungen diverser Prozesse erstellt und diese online als zentrales Ostfalia-Informationssystem (ZOIS, <http://zois.ostfalia.de/>) sowie als Informationssystem für die Fakultät K (OFIS-K, <http://ofisk-sz.ostfalia.de>) verfügbar gemacht. Der Ausbau dieser Informationssysteme zu einem umfassenden „Hochschul-Wiki“ und die sukzessive Dokumentation weiterer Prozesse wurde seit 2018 weiter vorangetrieben.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Prozesse des kontinuierlichen Monitorings und der möglichen Nachjustierung des Studienprogramms bewertet das Gremium als gelungen. Evaluationen werden sehr regelmäßig (i.d.R. einmal pro Veranstaltung) durchgeführt. Darüber hinaus wurde in den Gesprächen mit Lehrenden und Studierenden deutlich, dass an der HAW Ostfalia eine Politik der offenen Tür praktiziert wird, sodass Rückmeldungen auch außerhalb der offiziellen Kanäle möglich sind.

Die Ergebnisse der Evaluationen werden an der HAW Ostfalia abschließend an zentraler Stelle aggregiert und ausgewertet und im Anschluss veröffentlicht. Die Hochschule stellte im Gespräch zudem weitere Maßnahmen vor, die gerade in Planung sind, u.a. um einer Evaluationsmüdigkeit der Studierenden entgegen zu wirken, was das Gremium ausdrücklich begrüßt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.5 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich ([§ 15 MRVO](#))

Sachstand

Die Verwirklichung von Geschlechtergerechtigkeit ist als strategisches Querschnittsthema der Hochschule u.a. im Strategiekonzept, in der Zielvereinbarung der Hochschule mit dem Land Niedersachsen sowie im Gleichstellungskonzept verankert. Die Ostfalia verfolgt das strategische Ziel einer geschlechtergerechten Hochschule mit gleichberechtigter Teilhabe auf allen Ebenen.

Die Fakultät Verkehr - Sport - Tourismus - Medien hat laut Gleichstellungsplan der Hochschule ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis in der Gruppe der Studierenden, im akademischen Mittelbau und der Verwaltung. Dies ist auf die disziplinäre Vielfalt der Studiengänge und die gezielte Ansprache einer möglichst diversen Bewerber:innenklientel zurückzuführen. In der Gruppe der Professor:innen dagegen konnte eine entsprechende Anpassung bisher nicht erreicht werden. Neben dem formalen Hinweis in der Ausschreibung werden gewidmete Professuren inhaltlich sehr weit gefasst, um die Bewerber:innenlage zu verbessern. Damit erhofft sich die Fakultät eine signifikante Erhöhung des Frauenanteils im Bewerber:innenfeld. Dennoch sind weitere Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils in der Hochschullehrergruppe notwendig, um dem Ziel eines ausgeglichenen Geschlechterverhältnisses in der Hochschullehrergruppe näher zu kommen. Aus diesem Grunde arbeitet die Fakultät eng mit dem zentralen Referat für Gleichstellungsangelegenheiten der Hochschule zusammen und engagiert sich im Programm ProProf zur Gewinnung qualifizierter Bewerber:innen für Professuren. Darüber hinaus hat die Fakultät eine dezentrale (nebenamtliche) Gleichstellungsbeauftragte in Ergänzung zur zentralen Gleichstellungsbeauftragten der Hochschule gewählt. Diese sorgt für die Wahrung der Gleichstellungsinteressen vor Ort und berichtet regelmäßig im Fakultätsrat über die aktuellen Entwicklungen in Bezug auf Chancengleichheit und Nachteilsausgleich. Die Ostfalia ist eine familienfreundliche Hochschule. Um sich auf diesem Weg kontinuierlich weiterzuentwickeln, ist die Hochschule Mitglied im Netzwerk „Charta Familie in der Hochschule“ geworden und 2018 dem in diesem Rahmen neu gegründeten Verein „Familie in der Hochschule e. V.“ beigetreten. Die Förderung der Chancengleichheit wird u. a. durch Maßnahmen im Bereich der Vereinbarkeit von Familie und Studium gesichert. Bspw. werden reguläre und flexible Kinderbetreuungsangebote organisiert, Wickel-/Still- und Ruhemöglichkeiten geschaffen und eine kindgerechte Ausstattung der Menschen umgesetzt, um studierenden Eltern eine weitgehend problemlose Fortsetzung ihres Studiums zu ermöglichen. Das Gleichstellungsbüro bietet Beratungen zu allen Fragen rund um eine Schwangerschaft im Studium oder Studium mit Kind für Studierende an. An den Fakultäten stehen außerdem Kontaktpersonen für Familienfragen sowie Lerncoaches zur Verfügung, die ebenfalls Beratung und Unterstützung anbieten. Die Beauftragte für die Belange von Studierenden mit Behinderungen oder chronischen Erkrankungen berät diesen Personenkreis. Der Gleichstellungsplan 2023 – 2026 dient außerdem als verbindliches Instrument zur Umsetzung des

Gleichstellungsauftrages der Hochschulen. Er zeigt den aktuellen Stand der Gleichstellung an der Fakultät auf und legt für den festgelegten Zeitraum fünf zentrale Handlungsfelder fest.

Innerhalb dieser Handlungsfelder legt der Gleichstellungsplan jeweils konkrete Zielsetzungen und Umsetzungsmaßnahmen fest. Ein wichtiges Instrument, um Chancengerechtigkeit zu sichern, sind Nachteilsausgleichsregelungen bzw. die Möglichkeit zur Beantragung von Erleichterungen der Studien- und Prüfungsorganisation für Studierende mit familiären Verpflichtungen, Krankheit oder Behinderung. Diese Regelungen und Möglichkeiten sind in der Prüfungsordnung enthalten und betreffen insbesondere die Gewährung von individuell angepassten Nachteilsausgleichen bei Prüfungen. Dies gilt für Studierende mit Kindern oder pflegebedürftigen Angehörigen, Studierende mit Behinderung oder chronischer Erkrankung, die an der fristgemäßen Erbringung der Studien- und Prüfungsleistungen erheblich gehindert sind. Mögliche Maßnahmen zur Kompensation einer Benachteiligung sind zum Beispiel eine verlängerte Bearbeitungszeit, ein separater Raum, die Anpassung der Prüfungsform oder persönliche Betreuung.

Um soziale Diversität und Gerechtigkeit an der Ostfalia zu gewährleisten wurden weitere Maßnahmen im Diversity-Konzept und im Gender-Equality-Plan formuliert.

Seit 2002 nimmt die Hochschule regelmäßig an der bundesweiten Aktion Girls' Day und Boys' Day (in Niedersachsen: „Zukunftstag für Mädchen und Jungen“) teil. Das Gleichstellungsbüro bietet in Kooperation mit zahlreichen Fakultäten zielgruppenspezifische Angebote, in denen die Schüler:innen des unterrepräsentierten Geschlechts erste Erfahrungen mit einem Fach bzw. Berufsfeld sammeln. Sie erhalten einen Eindruck von Hochschule und Studium und werden ermutigt, sich für „geschlechtsuntypische“ Fächer zu interessieren.

Die Hochschule hat 2013 die Charta der Vielfalt unterzeichnet und setzt sich aktiv für die Wertschätzung der Diversität ihrer Angehörigen ein.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die hochschulischen Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen können als gut bewertet werden. Studierende berichteten von versch. Fällen von gewährtem Nachteilsausgleich. Der Prozess der Beantragung wurde nach Angaben der Studierenden in den letzten Jahren wesentlich vereinfacht.

In den Räumen, die den Studierenden zur Verfügung gestellt werden, befindet sich auch ein Raum zur Kinderbetreuung. Auch die Mitnahme von Kleinkindern in Lehrveranstaltungen ist gestattet. Wickel-, Still- und Ruheräume sind in recht großer Anzahl vorhanden. Der Campus ist barrierefrei gestaltet. Es gibt Gleichstellungsbeauftragte vor Ort sowie eine zentrale Stelle in Wolfenbüttel. Des Weiteren wurde von den Studierenden das Angebot der Lerncoaches sehr positiv hervorgehoben.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.6 Nicht einschlägig: Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme ([§ 16 MRVO](#))

2.7 Nicht einschlägig: Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen ([§ 19 MRVO](#))

2.8 Nicht einschlägig: Hochschulische Kooperationen ([§ 20 MRVO](#))

2.9 Nicht einschlägig: Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien ([§ 21 MRVO](#))

III Begutachtungsverfahren

1 Allgemeine Hinweise

2 Rechtliche Grundlagen

Akkreditierungsstaatsvertrag

Musterrechtsverordnung (MRVO)/Landesrechtsverordnung

3 Gutachtergremium

a) Hochschullehrerinnen/ Hochschullehrer

- Prof. Dr. Christina Hofmann-Stölting, HAW Hamburg
- Prof. Dr. Norbert Drees, FH Erfurt

b) Vertreterin/Vertreter der Berufspraxis

- Christian Bach, Braunschweig

c) Vertreterin/Vertreter der Studierenden

- Susanna Mönchenberg, LMU München

IV Datenblatt

Keine, da Konzeptakkreditierung

1 Daten zur Akkreditierung

| | |
|--|---|
| Vertragsschluss Hochschule – Agentur: | 27.11.2024 |
| Eingang der Selbstdokumentation: | 27.02.2025 |
| Zeitpunkt der Begehung: | 28.04.-29.04.2025 |
| Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind: | Rektorat, Leitung QM, Studiengangsleitung, Lehrende, Studierende, wiss. und admin. Personal |
| An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde berücksichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt): | Lehr- und Lernräume, versch. Labore, Fernsehstudio, Bibliothek, Campus Salzgitter |

V Glossar

| | |
|-----------------------------------|---|
| Akkreditierungsbericht | Der Akkreditierungsbericht besteht aus dem von der Agentur erstellten Prüfbericht (zur Erfüllung der formalen Kriterien) und dem von dem Gutachtergremium erstellten Gutachten (zur Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien). |
| Akkreditierungsverfahren | Das gesamte Verfahren von der Antragstellung der Hochschule bei der Agentur bis zur Entscheidung durch den Akkreditierungsrat (Begutachtungsverfahren + Antragsverfahren) |
| Antragsverfahren | Verfahren von der Antragstellung der Hochschule beim Akkreditierungsrat bis zur Beschlussfassung durch den Akkreditierungsrat |
| Begutachtungsverfahren | Verfahren von der Antragstellung der Hochschule bei einer Agentur bis zur Erstellung des fertigen Akkreditierungsberichts |
| Gutachten | Das Gutachten wird vom Gutachtergremium erstellt und bewertet die Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien |
| Internes Akkreditierungsverfahren | Hochschulinternes Verfahren, in dem die Erfüllung der formalen und fachlich-inhaltlichen Kriterien auf Studiengangsebene durch eine systemakkreditierte Hochschule überprüft wird. |
| MRVO | Musterrechtsverordnung |
| Prüfbericht | Der Prüfbericht wird von der Agentur erstellt und bewertet die Erfüllung der formalen Kriterien |
| Reakkreditierung | Erneute Akkreditierung, die auf eine vorangegangene Erst- oder Reakkreditierung folgt. |
| StAkkrStV | Studienakkreditierungsstaatsvertrag |

Anhang

§ 3 Studienstruktur und Studiendauer

(1) ¹Im System gestufter Studiengänge ist der Bachelorabschluss der erste berufsqualifizierende Regelabschluss eines Hochschulstudiums; der Masterabschluss stellt einen weiteren berufsqualifizierenden Hochschulabschluss dar. ²Grundständige Studiengänge, die unmittelbar zu einem Masterabschluss führen, sind mit Ausnahme der in Absatz 3 genannten Studiengänge ausgeschlossen.

(2) ¹Die Regelstudienzeiten für ein Vollzeitstudium betragen sechs, sieben oder acht Semester bei den Bachelorstudiengängen und vier, drei oder zwei Semester bei den Masterstudiengängen. ²Im Bachelorstudium beträgt die Regelstudienzeit im Vollzeitstudium mindestens drei Jahre. ³Bei konsekutiven Studiengängen beträgt die Gesamtregelstudienzeit im Vollzeitstudium fünf Jahre (zehn Semester). ⁴Wenn das Landesrecht dies vorsieht, sind kürzere und längere Regelstudienzeiten bei entsprechender studienorganisatorischer Gestaltung ausnahmsweise möglich, um den Studierenden eine individuelle Lernbiografie, insbesondere durch Teilzeit-, Fern-, berufsbegleitendes oder duales Studium sowie berufspraktische Semester, zu ermöglichen. ⁵Abweichend von Satz 3 können in den künstlerischen Kernfächern an Kunst- und Musikhochschulen nach näherer Bestimmung des Landesrechts konsekutive Bachelor- und Masterstudiengänge auch mit einer Gesamtregelstudienzeit von sechs Jahren eingerichtet werden.

(3) Theologische Studiengänge, die für das Pfarramt, das Priesteramt und den Beruf der Pastoralreferentin oder des Pastoralreferenten qualifizieren („Theologisches Vollstudium“), müssen nicht gestuft sein und können eine Regelstudienzeit von zehn Semestern aufweisen.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 4 Studiengangsprofile

(1) ¹Masterstudiengänge können in „anwendungsorientierte“ und „forschungsorientierte“ unterschieden werden. ²Masterstudiengänge an Kunst- und Musikhochschulen können ein besonderes künstlerisches Profil haben. ³Masterstudiengänge, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden, haben ein besonderes lehramtsbezogenes Profil. ⁴Das jeweilige Profil ist in der Akkreditierung festzustellen.

(2) ¹Bei der Einrichtung eines Masterstudiengangs ist festzulegen, ob er konsekutiv oder weiterbildend ist. ²Weiterbildende Masterstudiengänge entsprechen in den Vorgaben zur Regelstudienzeit und zur Abschlussarbeit den konsekutiven Masterstudiengängen und führen zu dem gleichen Qualifikationsniveau und zu denselben Berechtigungen.

(3) Bachelor- und Masterstudiengänge sehen eine Abschlussarbeit vor, mit der die Fähigkeit nachgewiesen wird, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein Problem aus dem jeweiligen Fach selbstständig nach wissenschaftlichen bzw. künstlerischen Methoden zu bearbeiten.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 5 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten

(1) ¹Zugangsvoraussetzung für einen Masterstudiengang ist ein erster berufsqualifizierender Hochschulabschluss. ²Bei weiterbildenden und künstlerischen Masterstudiengängen kann der berufsqualifizierende Hochschulabschluss durch eine Eingangsprüfung ersetzt werden, sofern Landesrecht dies vorsieht. ³Weiterbildende Masterstudiengänge setzen qualifizierte berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr voraus.

(2) ¹Als Zugangsvoraussetzung für künstlerische Masterstudiengänge ist die hierfür erforderliche besondere künstlerische Eignung nachzuweisen. ²Beim Zugang zu weiterbildenden künstlerischen Masterstudiengängen können auch berufspraktische Tätigkeiten, die während des Studiums abgeleistet werden, berücksichtigt werden, sofern Landesrecht dies ermöglicht. Das Erfordernis berufspraktischer Erfahrung gilt nicht an Kunsthochschulen für solche Studien, die einer Vertiefung freikünstlerischer Fähigkeiten dienen, sofern landesrechtliche Regelungen dies vorsehen.

(3) Für den Zugang zu Masterstudiengängen können weitere Voraussetzungen entsprechend Landesrecht vorgesehen werden.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 6 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen

(1) ¹Nach einem erfolgreich abgeschlossenen Bachelor- oder Masterstudiengang wird jeweils nur ein Grad, der Bachelor- oder Mastergrad, verliehen, es sei denn, es handelt sich um einen Multiple-Degree-Abschluss.

²Dabei findet keine Differenzierung der Abschlussgrade nach der Dauer der Regelstudienzeit statt.

(2) ¹Für Bachelor- und konsekutive Mastergrade sind folgende Bezeichnungen zu verwenden:

1. Bachelor of Arts (B.A.) und Master of Arts (M.A.) in den Fächergruppen Sprach- und Kulturwissenschaften, Sport, Sportwissenschaft, Sozialwissenschaften, Kunstwissenschaft, Darstellende Kunst und bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung in der Fächergruppe Wirtschaftswissenschaften sowie in künstlerisch angewandten Studiengängen,

2. Bachelor of Science (B.Sc.) und Master of Science (M.Sc.) in den Fächergruppen Mathematik, Naturwissenschaften, Medizin, Agrar-, Forst- und Ernährungswissenschaften, in den Fächergruppen Ingenieurwissenschaften und Wirtschaftswissenschaften bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung,

3. Bachelor of Engineering (B.Eng.) und Master of Engineering (M.Eng.) in der Fächergruppe Ingenieurwissenschaften bei entsprechender inhaltlicher Ausrichtung,

4. Bachelor of Laws (LL.B.) und Master of Laws (LL.M.) in der Fächergruppe Rechtswissenschaften,

5. Bachelor of Fine Arts (B.F.A.) und Master of Fine Arts (M.F.A.) in der Fächergruppe Freie Kunst,

6. Bachelor of Music (B.Mus.) und Master of Music (M.Mus.) in der Fächergruppe Musik,

7. ¹Bachelor of Education (B.Ed.) und Master of Education (M.Ed.) für Studiengänge, in denen die Bildungs voraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden. ²Für einen polyvalenten Studiengang kann entsprechend dem inhaltlichen Schwerpunkt des Studiengangs eine Bezeichnung nach den Nummern 1 bis 7 vorgesehen werden.

²Fachliche Zusätze zu den Abschlussbezeichnungen und gemischtsprachige Abschlussbezeichnungen sind ausgeschlossen. ³Bachelorgrade mit dem Zusatz „honours“ („B.A. hon.“) sind ausgeschlossen. ⁴Bei interdisziplinären und Kombinationsstudiengängen richtet sich die Abschlussbezeichnung nach demjenigen Fachgebiet, dessen Bedeutung im Studiengang überwiegt. ⁵Für Weiterbildungsstudiengänge dürfen auch Mastergrade verwendet werden, die von den vorgenannten Bezeichnungen abweichen. ⁶Für theologische Studiengänge, die für das Pfarramt, das Priesteramt und den Beruf der Pastoralreferentin oder des Pastoralreferenten qualifizieren („Theologisches Vollstudium“), können auch abweichende Bezeichnungen verwendet werden.

(3) In den Abschlussdokumenten darf an geeigneter Stelle verdeutlicht werden, dass das Qualifikationsniveau des Bachelorabschlusses einem Diplomabschluss an Fachhochulen bzw. das Qualifikationsniveau eines Masterabschlusses einem Diplomabschluss an Universitäten oder gleichgestellten Hochschulen entspricht.

(4) Auskunft über das dem Abschluss zugrundeliegende Studium im Einzelnen erteilt das Diploma Supplement, das Bestandteil jedes Abschlusszeugnisses ist.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 7 Modularisierung

(1) ¹Die Studiengänge sind in Studieneinheiten (Module) zu gliedern, die durch die Zusammenfassung von Studieninhalten thematisch und zeitlich abgegrenzt sind. ²Die Inhalte eines Moduls sind so zu bemessen, dass sie in der Regel innerhalb von maximal zwei aufeinander folgenden Semestern vermittelt werden können; in besonders begründeten Ausnahmefällen kann sich ein Modul auch über mehr als zwei Semester erstrecken. ³Für das künstlerische Kernfach im Bachelorstudium sind mindestens zwei Module verpflichtend, die etwa zwei Drittel der Arbeitszeit in Anspruch nehmen können.

(2) ¹Die Beschreibung eines Moduls soll mindestens enthalten:

1. Inhalte und Qualifikationsziele des Moduls,

2. Lehr- und Lernformen,

3. Voraussetzungen für die Teilnahme,

4. Verwendbarkeit des Moduls,

5. Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten entsprechend dem European Credit Transfer System (ECTS-Leistungspunkte),

6. ECTS-Leistungspunkte und Benotung,

7. Häufigkeit des Angebots des Moduls,

8. Arbeitsaufwand und

9. Dauer des Moduls.

(3) ¹Unter den Voraussetzungen für die Teilnahme sind die Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten für eine erfolgreiche Teilnahme und Hinweise für die geeignete Vorbereitung durch die Studierenden zu benennen.

²Im Rahmen der Verwendbarkeit des Moduls ist darzustellen, welcher Zusammenhang mit anderen Modulen desselben Studiengangs besteht und inwieweit es zum Einsatz in anderen Studiengängen geeignet ist. ³Bei den Voraussetzungen für die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten ist anzugeben, wie ein Modul erfolgreich absolviert werden kann (Prüfungsart, -umfang, -dauer).

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 8 Leistungspunktesystem

(1) ¹Jedem Modul ist in Abhängigkeit vom Arbeitsaufwand für die Studierenden eine bestimmte Anzahl von ECTS-Leistungspunkten zuzuordnen. ²Je Semester sind in der Regel 30 Leistungspunkte zu Grunde zu legen. ³Ein Leistungspunkt entspricht einer Gesamtarbeitsleistung der Studierenden im Präsenz- und Selbststudium von 25 bis höchstens 30 Zeitstunden. ⁴Für ein Modul werden ECTS-Leistungspunkte gewährt, wenn die in der Prüfungsordnung vorgesehenen Leistungen nachgewiesen werden. ⁵Die Vergabe von ECTS-Leistungspunkten setzt nicht zwingend eine Prüfung, sondern den erfolgreichen Abschluss des jeweiligen Moduls voraus.

(2) ¹Für den Bachelorabschluss sind nicht weniger als 180 ECTS-Leistungspunkte nachzuweisen. ²Für den Masterabschluss werden unter Einbeziehung des vorangehenden Studiums bis zum ersten berufsqualifizierenden Abschluss 300 ECTS-Leistungspunkte benötigt. ³Davon kann bei entsprechender Qualifikation der Studierenden im Einzelfall abgewichen werden, auch wenn nach Abschluss eines Masterstudiengangs 300 ECTS-Leistungspunkte nicht erreicht werden. ⁴Bei konsekutiven Bachelor- und Masterstudiengängen in den künstlerischen Kernfächern an Kunst- und Musikhochschulen mit einer Gesamtregelstudienzeit von sechs Jahren wird das Masterniveau mit 360 ECTS-Leistungspunkten erreicht.

(3) ¹Der Bearbeitungsumfang beträgt für die Bachelorarbeit 6 bis 12 ECTS-Leistungspunkte und für die Masterarbeit 15 bis 30 ECTS-Leistungspunkte. ²In Studiengängen der Freien Kunst kann in begründeten Ausnahmefällen der Bearbeitungsumfang für die Bachelorarbeit bis zu 20 ECTS-Leistungspunkte und für die Masterarbeit bis zu 40 ECTS-Leistungspunkte betragen.

(4) ¹In begründeten Ausnahmefällen können für Studiengänge mit besonderen studienorganisatorischen Maßnahmen bis zu 75 ECTS-Leistungspunkte pro Studienjahr zugrunde gelegt werden. ²Dabei ist die Arbeitsbelastung eines ECTS-Leistungspunktes mit 30 Stunden bemessen. ³Besondere studienorganisatorische Maßnahmen können insbesondere Lernumfeld und Betreuung, Studienstruktur, Studienplanung und Maßnahmen zur Sicherung des Lebensunterhalts betreffen.

(5) ¹Bei Lehramtsstudiengängen für Lehrämter der Grundschule oder Primarstufe, für übergreifende Lehrämter der Primarstufe und aller oder einzelner Schularten der Sekundarstufe, für Lehrämter für alle oder einzelne Schularten der Sekundarstufe I sowie für Sonderpädagogische Lehrämter I kann ein Masterabschluss vergeben werden, wenn nach mindestens 240 an der Hochschule erworbenen ECTS-Leistungspunkten unter Einbeziehung des Vorbereitungsdienstes insgesamt 300 ECTS-Leistungspunkte erreicht sind.

(6) ¹An Berufsakademien sind bei einer dreijährigen Ausbildungsdauer für den Bachelorabschluss in der Regel 180 ECTS-Leistungspunkte nachzuweisen. ²Der Umfang der theoriebasierten Ausbildungsanteile darf 120 ECTS-Leistungspunkte, der Umfang der praxisbasierten Ausbildungsanteile 30 ECTS-Leistungspunkte nicht unterschreiten.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

Art. 2 Abs. 2 StAkkrStV Anerkennung und Anrechnung*

Formale Kriterien sind [...] Maßnahmen zur Anerkennung von Leistungen bei einem Hochschul- oder Studiengangswechsel und von außerhochschulisch erbrachten Leistungen.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 9 Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen

(1) ¹Umfang und Art bestehender Kooperationen mit Unternehmen und sonstigen Einrichtungen sind unter Einbezug nichthochschulischer Lernorte und Studienanteile sowie der Unterrichtssprache(n) vertraglich geregelt und auf der Internetseite der Hochschule beschrieben. ²Bei der Anwendung von Anrechnungsmodellen

im Rahmen von studiengangsbezogenen Kooperationen ist die inhaltliche Gleichwertigkeit anzurechnender nichthochschulischer Qualifikationen und deren Äquivalenz gemäß dem angestrebten Qualifikationsniveau nachvollziehbar dargelegt.

(2) Im Fall von studiengangsbezogenen Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen ist der Mehrwert für die künftigen Studierenden und die gradverleihende Hochschule nachvollziehbar dargelegt.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 10 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme

(1) Ein Joint-Degree-Programm ist ein gestufter Studiengang, der von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten aus dem Europäischen Hochschulraum koordiniert und angeboten wird, zu einem gemeinsamen Abschluss führt und folgende weitere Merkmale aufweist:

1. Integriertes Curriculum,
2. Studienanteil an einer oder mehreren ausländischen Hochschulen von in der Regel mindestens 25 Prozent,
3. vertraglich geregelte Zusammenarbeit,
4. abgestimmtes Zugangs- und Prüfungswesen und
5. eine gemeinsame Qualitätssicherung.

(2) ¹Qualifikationen und Studienzeiten werden in Übereinstimmung mit dem Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region vom 16. Mai 2007 (BGBl. 2007 II S. 712, 713) (Lissabon-Konvention) anerkannt. ²Das ECTS wird entsprechend §§ 7 und 8 Absatz 1 angewendet und die Verteilung der Leistungspunkte ist geregelt. ³Für den Bachelorabschluss sind 180 bis 240 Leistungspunkte nachzuweisen und für den Masterabschluss nicht weniger als 60 Leistungspunkte. ⁴Die wesentlichen Studieninformationen sind veröffentlicht und für die Studierenden jederzeit zugänglich.

(3) Wird ein Joint Degree-Programm von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten koordiniert und angeboten, die nicht dem Europäischen Hochschulraum angehören (außereuropäische Kooperationspartner), so finden auf Antrag der inländischen Hochschule die Absätze 1 und 2 entsprechende Anwendung, wenn sich die außereuropäischen Kooperationspartner in der Kooperationsvereinbarung mit der inländischen Hochschule zu einer Akkreditierung unter Anwendung der in den Absätzen 1 und 2 sowie in den §§ 16 Absatz 1 und 33 Absatz 1 geregelten Kriterien und Verfahrensregeln verpflichtet.

[Zurück zum Prüfbericht](#)

§ 11 Qualifikationsziele und Abschlussniveau

(1) ¹Die Qualifikationsziele und die angestrebten Lernergebnisse sind klar formuliert und tragen den in [Artikel 2 Absatz 3 Nummer 1 Studienakkreditierungsstaatsvertrag](#) genannten Zielen von Hochschulbildung wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung sowie Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung nachvollziehbar Rechnung. ²Die Dimension Persönlichkeitsbildung umfasst auch die künftige zivilgesellschaftliche, politische und kulturelle Rolle der Absolventinnen und Absolventen. Die Studierenden sollen nach ihrem Abschluss in der Lage sein, gesellschaftliche Prozesse kritisch, reflektiert sowie mit Verantwortungsbewusstsein und in demokratischem Gemeinsinn maßgeblich mitzugestalten.

(2) Die fachlichen und wissenschaftlichen/künstlerischen Anforderungen umfassen die Aspekte Wissen und Verstehen (Wissensverbreitung, Wissensvertiefung und Wissensverständnis), Einsatz, Anwendung und Erzeugung von Wissen/Kunst (Nutzung und Transfer, wissenschaftliche Innovation), Kommunikation und Kooperation sowie wissenschaftliches/künstlerisches Selbstverständnis / Professionalität und sind stimmig im Hinblick auf das vermittelte Abschlussniveau.

(3) ¹Bachelorstudiengänge dienen der Vermittlung wissenschaftlicher Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogener Qualifikationen und stellen eine breite wissenschaftliche Qualifizierung sicher. ²Konsekutive Masterstudiengänge sind als vertiefende, verbreiternde, fachübergreifende oder fachlich andere Studiengänge ausgestaltet. ³Weiterbildende Masterstudiengänge setzen qualifizierte berufspraktische Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr voraus. ⁴Das Studiengangskonzept weiterbildender Masterstudiengänge berücksichtigt die beruflichen Erfahrungen und knüpft zur Erreichung der Qualifikationsziele an diese an. ⁵Bei der Konzeption legt die Hochschule den Zusammenhang von beruflicher Qualifikation und

Studienangebot sowie die Gleichwertigkeit der Anforderungen zu konsekutiven Masterstudiengängen dar.⁶Künstlerische Studiengänge fördern die Fähigkeit zur künstlerischen Gestaltung und entwickeln diese fort.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung

§ 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und Satz 5

(1) ¹Das Curriculum ist unter Berücksichtigung der festgelegten Eingangsqualifikation und im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut. ²Die Qualifikationsziele, die Studiengangsbezeichnung, Abschlussgrad und -bezeichnung und das Modulkonzept sind stimmig aufeinander bezogen. ³Das Studiengangskonzept umfasst vielfältige, an die jeweilige Fachkultur und das Studienformat angepasste Lehr- und Lernformen sowie gegebenenfalls Praxisanteile. ⁵Es bezieht die Studierenden aktiv in die Gestaltung von Lehr- und Lernprozessen ein (studierendenzentriertes Lehren und Lernen) und eröffnet Freiräume für ein selbstgestaltetes Studium.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 1 Satz 4

⁴Es [das Studiengangskonzept] schafft geeignete Rahmenbedingungen zur Förderung der studentischen Mobilität, die den Studierenden einen Aufenthalt an anderen Hochschulen ohne Zeitverlust ermöglichen.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 2

(2) ¹Das Curriculum wird durch ausreichendes fachlich und methodisch-didaktisch qualifiziertes Lehrpersonal umgesetzt. ²Die Verbindung von Forschung und Lehre wird entsprechend dem Profil der Hochschulart insbesondere durch hauptberuflich tätige Professorinnen und Professoren sowohl in grundständigen als auch weiterführenden Studiengängen gewährleistet. ³Die Hochschule ergreift geeignete Maßnahmen der Personalauswahl und -qualifizierung.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 3

(3) Der Studiengang verfügt darüber hinaus über eine angemessene Ressourcenausstattung (insbesondere nichtwissenschaftliches Personal, Raum- und Sachausstattung, einschließlich IT-Infrastruktur, Lehr- und Lernmittel).

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 4

(4) ¹Prüfungen und Prüfungsarten ermöglichen eine aussagekräftige Überprüfung der erreichten Lernergebnisse. ²Sie sind modulbezogen und kompetenzorientiert.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 5

(5) ¹Die Studierbarkeit in der Regelstudienzeit ist gewährleistet. ²Dies umfasst insbesondere
1. einen planbaren und verlässlichen Studienbetrieb,
2. die weitgehende Überschneidungsfreiheit von Lehrveranstaltungen und Prüfungen,

3. einen plausiblen und der Prüfungsbelastung angemessenen durchschnittlichen Arbeitsaufwand, wobei die Lernergebnisse eines Moduls so zu bemessen sind, dass sie in der Regel innerhalb eines Semesters oder eines Jahres erreicht werden können, was in regelmäßigen Erhebungen validiert wird, und
4. eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation, wobei in der Regel für ein Modul nur eine Prüfung vorgesehen wird und Module mindestens einen Umfang von fünf ECTS-Leistungspunkten aufweisen sollen.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 12 Abs. 6

(6) Studiengänge mit besonderem Profilanspruch weisen ein in sich geschlossenes Studiengangskonzept aus, das die besonderen Charakteristika des Profils angemessen darstellt.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 13 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge

§ 13 Abs. 1

(1) ¹Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen ist gewährleistet. ²Die fachlich-inhaltliche Gestaltung und die methodisch-didaktischen Ansätze des Curriculums werden kontinuierlich überprüft und an fachliche und didaktische Weiterentwicklungen angepasst. ³Dazu erfolgt eine systematische Berücksichtigung des fachlichen Diskurses auf nationaler und gegebenenfalls internationaler Ebene.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 13 Abs. 2 und 3

(2) In Studiengängen, in denen die Bildungsvoraussetzungen für ein Lehramt vermittelt werden, sind Grundlage der Akkreditierung sowohl die Bewertung der Bildungswissenschaften und Fachwissenschaften sowie deren Didaktik nach ländergemeinsamen und länderspezifischen fachlichen Anforderungen als auch die ländergemeinsamen und länderspezifischen strukturellen Vorgaben für die Lehrerausbildung.

- (3) ¹Im Rahmen der Akkreditierung von Lehramtsstudiengängen ist insbesondere zu prüfen, ob
1. ein integratives Studium an Universitäten oder gleichgestellten Hochschulen von mindestens zwei Fachwissenschaften und von Bildungswissenschaften in der Bachelorphase sowie in der Masterphase (Ausnahmen sind bei den Fächern Kunst und Musik zulässig),
 2. schulpraktische Studien bereits während des Bachelorstudiums und
 3. eine Differenzierung des Studiums und der Abschlüsse nach Lehrämtern erfolgt sind. ²Ausnahmen beim Lehramt für die beruflichen Schulen sind zulässig.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 14 Studienerfolg

¹Der Studiengang unterliegt unter Beteiligung von Studierenden und Absolventinnen und Absolventen einem kontinuierlichen Monitoring. ²Auf dieser Grundlage werden Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs abgeleitet. ³Diese werden fortlaufend überprüft und die Ergebnisse für die Weiterentwicklung des Studiengangs genutzt. ⁴Die Beteiligten werden über die Ergebnisse und die ergriffenen Maßnahmen unter Beachtung datenschutzrechtlicher Belange informiert.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 15 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich

Die Hochschule verfügt über Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen, die auf der Ebene des Studiengangs umgesetzt werden.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 16 Sonderregelungen für Joint-Degree-Programme

(1) ¹Für Joint-Degree-Programme finden die Regelungen in § 11 Absätze 1 und 2, sowie § 12 Absatz 1 Sätze 1 bis 3, Absatz 2 Satz 1, Absätze 3 und 4 sowie § 14 entsprechend Anwendung. ²Daneben gilt:

1. Die Zugangsanforderungen und Auswahlverfahren sind der Niveaustufe und der Fachdisziplin, in der der Studiengang angesiedelt ist, angemessen.

2. Es kann nachgewiesen werden, dass mit dem Studiengang die angestrebten Lernergebnisse erreicht werden.

3. Soweit einschlägig, sind die Vorgaben der Richtlinie 2005/36/EG vom 07.09.2005 (ABl. L 255 vom 30.9.2005, S. 22-142) über die Anerkennung von Berufsqualifikationen, zuletzt geändert durch die Richtlinie 2013/55/EU vom 17.01.2014 (ABl. L 354 vom 28.12.2013, S. 132-170) berücksichtigt.

4. Bei der Betreuung, der Gestaltung des Studiengangs und den angewandten Lehr- und Lernformen werden die Vielfalt der Studierenden und ihrer Bedürfnisse respektiert und die spezifischen Anforderungen mobiler Studierender berücksichtigt.

5. Das Qualitätsmanagementsystem der Hochschule gewährleistet die Umsetzung der vorstehenden und der in § 17 genannten Maßgaben.

(2) Wird ein Joint Degree-Programm von einer inländischen Hochschule gemeinsam mit einer oder mehreren Hochschulen ausländischer Staaten koordiniert und angeboten, die nicht dem Europäischen Hochschulraum angehören (außereuropäische Kooperationspartner), so findet auf Antrag der inländischen Hochschule Absatz 1 entsprechende Anwendung, wenn sich die außereuropäischen Kooperationspartner in der Kooperationsvereinbarung mit der inländischen Hochschule zu einer Akkreditierung unter Anwendung der in Absatz 1, sowie der in den §§ 10 Absätze 1 und 2 und 33 Absatz 1 geregelten Kriterien und Verfahrensregeln verpflichtet.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 19 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen

¹Führt eine Hochschule einen Studiengang in Kooperation mit einer nichthochschulischen Einrichtung durch, ist die Hochschule für die Einhaltung der Maßgaben gemäß der Teile 2 und 3 verantwortlich. ²Die gradverleihende Hochschule darf Entscheidungen über Inhalt und Organisation des Curriculums, über Zulassung, Anerkennung und Anrechnung, über die Aufgabenstellung und Bewertung von Prüfungsleistungen, über die Verwaltung von Prüfungs- und Studierendendaten, über die Verfahren der Qualitätssicherung sowie über Kriterien und Verfahren der Auswahl des Lehrpersonals nicht delegieren.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 20 Hochschulische Kooperationen

(1) ¹Führt eine Hochschule eine studiengangsbezogene Kooperation mit einer anderen Hochschule durch, gewährleistet die gradverleihende Hochschule bzw. gewährleisten die gradverleihenden Hochschulen die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes. ²Art und Umfang der Kooperation sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen dokumentiert.

(2) ¹Führt eine systemakkreditierte Hochschule eine studiengangsbezogene Kooperation mit einer anderen Hochschule durch, kann die systemakkreditierte Hochschule dem Studiengang das Siegel des Akkreditierungsrates gemäß § 22 Absatz 4 Satz 2 verleihen, sofern sie selbst gradverleihend ist und die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes gewährleistet. ²Abs. 1 Satz 2 gilt entsprechend.

(3) ¹Im Fall der Kooperation von Hochschulen auf der Ebene ihrer Qualitätsmanagementsysteme ist eine Systemakkreditierung jeder der beteiligten Hochschulen erforderlich. ²Auf Antrag der kooperierenden Hochschulen ist ein gemeinsames Verfahren der Systemakkreditierung zulässig.

[Zurück zum Gutachten](#)

§ 21 Besondere Kriterien für Bachelorausbildungsgänge an Berufsakademien

(1) ¹Die hauptberuflichen Lehrkräfte an Berufsakademien müssen die Einstellungsvoraussetzungen für Professorinnen und Professoren an Fachhochschulen gemäß § 44 Hochschulrahmengesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 19. Januar 1999 (BGBl. I S. 18), das zuletzt durch Artikel 6 Absatz 2 des Gesetzes vom 23. Mai 2017 (BGBl. I S. 1228) geändert worden ist, erfüllen. ²Soweit Lehrangebote überwiegend der Vermittlung praktischer Fertigkeiten und Kenntnisse dienen, für die nicht die Einstellungsvoraussetzungen für Professorinnen oder Professoren an Fachhochschulen erforderlich sind, können diese entsprechend § 56 Hochschulrahmengesetz und einschlägigem Landesrecht hauptberuflich tätigen Lehrkräften für besondere Aufgaben übertragen werden. ³Der Anteil der Lehre, der von hauptberuflichen Lehrkräften erbracht wird, soll 40 Prozent nicht unterschreiten. ⁴Im Ausnahmefall gehören dazu auch Professorinnen oder Professoren an Fachhochschulen oder Universitäten, die in Nebentätigkeit an einer Berufsakademie lehren, wenn auch durch sie die Kontinuität im Lehrangebot und die Konsistenz der Gesamtausbildung sowie verpflichtend die Betreuung und Beratung der Studierenden gewährleistet sind; das Vorliegen dieser Voraussetzungen ist im Rahmen der Akkreditierung des einzelnen Studiengangs gesondert festzustellen.

(2) ¹Absatz 1 Satz 1 gilt entsprechend für nebenberufliche Lehrkräfte, die theoriebasierte, zu ECTS-Leistungspunkten führende Lehrveranstaltungen anbieten oder die als Prüferinnen oder Prüfer an der Ausgabe und Bewertung der Bachelorarbeit mitwirken. ²Lehrveranstaltungen nach Satz 1 können ausnahmsweise auch von nebenberuflichen Lehrkräften angeboten werden, die über einen fachlich einschlägigen Hochschulabschluss oder einen gleichwertigen Abschluss sowie über eine fachwissenschaftliche und didaktische Befähigung und über eine mehrjährige fachlich einschlägige Berufserfahrung entsprechend den Anforderungen an die Lehrveranstaltung verfügen.

(3) Im Rahmen der Akkreditierung ist auch zu überprüfen:

1. das Zusammenwirken der unterschiedlichen Lernorte (Studienakademie und Betrieb),
2. die Sicherung von Qualität und Kontinuität im Lehrangebot und in der Betreuung und Beratung der Studierenden vor dem Hintergrund der besonderen Personalstruktur an Berufsakademien und
3. das Bestehen eines nachhaltigen Qualitätsmanagementsystems, das die unterschiedlichen Lernorte umfasst.

[Zurück zum Gutachten](#)

Art. 2 Abs. 3 Nr. 1 Studienakkreditierungsstaatsvertrag

Zu den fachlich-inhaltlichen Kriterien gehören

1. dem angestrebten Abschlussniveau entsprechende Qualifikationsziele eines Studiengangs unter anderem bezogen auf den Bereich der wissenschaftlichen oder der künstlerischen Befähigung sowie die Befähigung zu einer qualifizierten Erwerbstätigkeit und Persönlichkeitsentwicklung

[Zurück zu § 11 MRVO](#)

[Zurück zum Gutachten](#)