

Akkreditierungsbericht

Programmakkreditierung – Bündelverfahren

Raster Fassung 01 – 14.06.2018



[▶ Link zum Inhaltsverzeichnis](#)

Hochschule	Hochschule Kaiserslautern
Standort	Zweibrücken

Studiengang 1	MBA Vertriebsingenieur/in			
Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung	Master of Business Administration			
Studienform	Präsenz	<input type="checkbox"/>	Blended Learning	<input checked="" type="checkbox"/>
	Vollzeit	<input type="checkbox"/>	Intensiv	<input type="checkbox"/>
	Teilzeit	<input type="checkbox"/>	Joint Degree	<input type="checkbox"/>
	Dual	<input type="checkbox"/>	Lehramt	<input type="checkbox"/>
	Berufsbegleitend	<input checked="" type="checkbox"/>	Kombination	<input type="checkbox"/>
	Fernstudium	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4			
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	90			
Bei Master: konsekutiv oder weiterbildend	weiterbildend			
Aufnahme des Studienbetriebs	01.09.2008			
Aufnahmekapazität pro Semester / Jahr (Max. Anzahl Studierende)	20			
Durchschnittliche Anzahl der Studienanfänger pro Semester	6			
Durchschnittliche Anzahl der Absolventinnen/Absolventen pro Semester	7			

Erstakkreditierung	/
Reakkreditierung Nr.	2
Verantwortliche Agentur	AQAS
Akkreditierungsbericht vom	19.11.2020

Studiengang 2	MBA Marketing-Management			
Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung	Master of Business Administration			
Studienform	Präsenz	<input type="checkbox"/>	Blended Learning	<input checked="" type="checkbox"/>
	Vollzeit	<input type="checkbox"/>	Intensiv	<input type="checkbox"/>
	Teilzeit	<input type="checkbox"/>	Joint Degree	<input type="checkbox"/>
	Dual	<input type="checkbox"/>	Lehramt	<input type="checkbox"/>
	Berufsbegleitend	<input checked="" type="checkbox"/>	Kombination	<input type="checkbox"/>
	Fernstudium	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4			
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	90			
Bei Master: konsekutiv oder weiterbildend	weiterbildend			
Aufnahme des Studienbetriebs	01.09.2008			
Aufnahmekapazität pro Semester / Jahr (Max. Anzahl Studierende)	20			
Durchschnittliche Anzahl der Studienanfänger pro Semester	7			
Durchschnittliche Anzahl der Absolventinnen/Absolventen pro Semester	9			

Erstakkreditierung	/
Reakkreditierung Nr.	2
Verantwortliche Agentur	AQAS
Akkreditierungsbericht vom	19.11.2020

Studiengang 3	MBA Innovations-Management			
Abschlussgrad / Abschlussbezeichnung	Master of Business Administration			
Studienform	Präsenz	<input type="checkbox"/>	Blended Learning	<input checked="" type="checkbox"/>
	Vollzeit	<input type="checkbox"/>	Intensiv	<input type="checkbox"/>
	Teilzeit	<input type="checkbox"/>	Joint Degree	<input type="checkbox"/>
	Dual	<input type="checkbox"/>	Lehramt	<input type="checkbox"/>
	Berufsbegleitend	<input checked="" type="checkbox"/>	Kombination	<input type="checkbox"/>
	Fernstudium	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
Studiendauer (in Semestern)	4			
Anzahl der vergebenen ECTS-Punkte	90			
Bei Master: konsekutiv oder weiterbildend	weiterbildend			
Aufnahme des Studienbetriebs	01.03.2016			
Aufnahmekapazität pro Semester / Jahr (Max. Anzahl Studierende)	20			
Durchschnittliche Anzahl der Studienanfänger pro Semester	5			
Durchschnittliche Anzahl der Absolventinnen/Absolventen pro Semester	4			

Erstakkreditierung	/
Reakkreditierung Nr.	1
Verantwortliche Agentur	AQAS
Akkreditierungsbericht vom	19.11.2020

Ergebnisse auf einen Blick

Studiengang 01 „MBA Vertriebsingenieur/in“

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

Studiengang 02 „MBA Marketing-Management“

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

Studiengang 03 „MBA Innovations-Management“

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

Kurzprofile

Die Hochschule Kaiserslautern ist eine staatliche Hochschule des Landes Rheinland-Pfalz mit einer fachlichen Fokussierung auf Technik, Wirtschaft, Gestaltung und Gesundheit mit der Informatik als Querschnittskompetenz. Zum Zeitpunkt der Antragstellung sind ca. 6.200 Studierende in über 50 Studiengängen und Weiterbildungsangeboten mit rund 550 Mitarbeitenden und etwa 150 Lehrenden an den Studienorten Kaiserslautern, Pirmasens und Zweibrücken eingeschrieben. Die Studiengänge sind am Fachbereich Betriebswirtschaft am Campus Zweibrücken angesiedelt.

Studiengang 01 „MBA Vertriebsingenieur/in“

Der Studiengang richtet sich an berufstätige Akademiker/innen, die Management Kompetenzen erwerben bzw. ausbauen möchten und sich beruflich weiterbilden wollen. Das Studiengangskonzept soll Flexibilität in Zeit, Ort und Studienverlauf ermöglichen, indem das Selbststudium in digitalen Lehreinheiten erfolgt und die Präsenzzeit auf wenige Tage an verschiedenen Orten in Deutschland reduziert ist, um eine berufliche Tätigkeit neben dem Studium zu ermöglichen.

Die Hochschule bietet mit dem Studiengang nach eigenen Angaben eine praxisorientierte und berufsqualifizierende Weiterbildung an, die sowohl die Grundlagen und Methoden aller praxisrelevanten Managementfunktionen vermittelt als auch Vertriebschwerpunkte (insbesondere im technischen Vertrieb) und Inhalte aus den Bereichen Personal und Projektmanagement.

Studiengang 02 „MBA Marketing-Management“

Der Studiengang richtet sich an berufstätige Akademiker/innen, die Management Kompetenzen erwerben bzw. ausbauen möchten und sich beruflich weiterbilden wollen. Das Studiengangskonzept soll Flexibilität in Zeit, Ort und Studienverlauf ermöglichen, indem das Selbststudium in digitalen Lehreinheiten erfolgt und die Präsenzzeit auf wenige Tage an verschiedenen Orten in Deutschland reduziert ist, um eine berufliche Tätigkeit neben dem Studium zu ermöglichen.

Die Hochschule bietet mit dem Studiengang nach eigenen Angaben eine praxisorientierte und berufsqualifizierende Weiterbildung an, die sowohl die Grundlagen und Methoden aller praxisrelevanten Managementfunktionen vermittelt als auch eine kundenorientierte Marketingausbildung gewährleistet. Bestandteile des Studiums sind die Bereiche Management-Techniken im internationalen Wirtschaftsraum, Kommunikations- und Marketingstrategien sowie Internationales Marketing-Management.

Studiengang 03 „MBA Innovations-Management“

Der Studiengang richtet sich an berufstätige Akademiker/innen, die Management Kompetenzen erwerben bzw. ausbauen möchten und sich beruflich weiterbilden wollen. Das Studiengangskonzept soll Flexibilität in Zeit, Ort und Studienverlauf ermöglichen, indem das Selbststudium in digitalen Lehreinheiten erfolgt und die Präsenzzeit auf wenige Tage an verschiedenen Orten in Deutschland reduziert ist, um eine berufliche Tätigkeit neben dem Studium zu ermöglichen.

Die Hochschule bietet mit dem Studiengang nach eigenen Angaben eine praxisorientierte und berufsqualifizierende Weiterbildung an, die sowohl die Grundlagen und Methoden aller praxisrelevanten Managementfunktionen vermittelt als auch Prozesse und Methoden für ein Innovations-Management, insbesondere vor aktuellen Hintergründen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Open Innovation. Zudem sind spezielle Methoden wie Design Thinking Bestandteil des Studiums.

Zusammenfassende Qualitätsbewertungen des Gutachtergremiums

Studiengang 01 „MBA Vertriebsingenieur/in“

Die Qualifikationsziele des weiterbildenden Masterstudiengangs sind klar und transparent ausgewiesen und zielen darauf ab, eine praxisorientierte betriebswirtschaftliche Weiterbildung auf der Basis neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse zu vermitteln. Der Studiengang ermöglicht neben der Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten vor allem den Erwerb praxisorientierter Handlungs- und Problemlösungskompetenzen. Die Absolvent/inn/en erhalten zudem eine Bandbreite an Fähigkeiten, die vor allem für Führungspositionen sehr geeignet sind.

Die Qualifikationsziele wurden schlüssig aus der Grundanforderung abgeleitet, dass Vertriebsingenieure/Vertriebsingenieurinnen als Schnittstellenmanager/innen zwischen verschiedenen Unternehmensbereichen agieren. Dem Konzept der Customer Centricity folgend werden im Curriculum zahlreiche Ansätze verfolgt, die den Studierenden die Bedeutung einer kundenfokussierten Handlungsweise aus strategischer und operativer Sicht nahebringen.

Die kürzlichen Ergänzungen um Nachhaltigkeits- und Digitalisierungsaspekte entsprechen voll und ganz aktuellen Entwicklungen. Auch das verstärkte Aufgreifen internationaler Themenstellungen korrespondiert mit den Anforderungsprofilen in der Praxis.

Der Studiengang wird durch eine gute Balance von Präsenzzeiten und Online-Lehre durchgeführt. Multimediale Lehrmaterialien und ein eigenes Learn-Management-System stellen eine gute Basis für diesen Fernstudiengang dar.

Studiengang 02 „MBA Marketing-Management“

Die Qualifikationsziele des weiterbildenden Masterstudiengangs sind klar und transparent ausgewiesen und zielen darauf ab, eine praxisorientierte betriebswirtschaftliche Weiterbildung auf der Basis neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse zu vermitteln. Der Studiengang ermöglicht neben der Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten vor allem den Erwerb praxisorientierter Handlungs- und Problemlösungskompetenzen. Die Absolvent/inn/en erhalten zudem eine Bandbreite an Fähigkeiten, die vor allem für Führungspositionen sehr geeignet sind.

Der Studiengang verbreitert und vertieft das Wissen der Studierenden und befähigt sie, anspruchsvolle Managementaufgaben zu verstehen, zu bearbeiten und Lösungsvorschläge zu entwickeln. Der Fächerkanon ist ausgewogen und abwechslungsreich.

Die kürzlichen Ergänzungen um Nachhaltigkeits- und Digitalisierungsaspekte entsprechen voll und ganz aktuellen Entwicklungen. Auch das verstärkte Aufgreifen internationaler Themenstellungen korrespondiert mit den Anforderungsprofilen in der Praxis.

Der Studiengang wird durch eine gute Balance von Präsenzzeiten und Online-Lehre durchgeführt. Multimediale Lehrmaterialien und ein eigenes Learn-Management-System stellen eine gute Basis für diesen Fernstudiengang dar.

Studiengang 03 „MBA Innovations-Management“

Die Qualifikationsziele des weiterbildenden Masterstudiengangs sind klar und transparent ausgewiesen und zielen darauf ab, eine praxisorientierte betriebswirtschaftliche Weiterbildung auf der Basis neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse zu vermitteln. Der Studiengang ermöglicht neben der Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten vor allem den Erwerb praxisorientierter Handlungs- und Problemlösungskompetenzen. Die Absolvent/inn/en erhalten zudem eine Bandbreite an Fähigkeiten, die vor allem für Führungspositionen sehr geeignet sind.

Den Absolvent/inn/en werden die notwendigen Befugnisse und konzeptionell-analytischen Fähigkeiten vermittelt, um erfolgreich Innovationsprozesse in Unternehmen zu initiieren, planen, koordinieren und kontrollieren. Das in den ersten Semestern vermittelte Managementgrundwissen schafft dafür die Voraussetzungen und gibt bereits ein gutes Verständnis für die Bedeutung und wesentlichen Elemente des Innovationsmanagements. Darauf aufbauend werden in der Vertiefung spezifische Methoden thematisiert, die sowohl dem Stand der Forschung entsprechen als auch aktuelle Anforderungen der Praxis adressieren. Insbesondere wird hier ein Schwerpunkt auf Agilität und nutzerorientierte Innovationsmethoden (Design Thinking) gesetzt.

Die kürzlichen Ergänzungen um Nachhaltigkeits- und Digitalisierungsaspekte entsprechen voll und ganz aktuellen Entwicklungen. Auch das verstärkte Aufgreifen internationaler Themenstellungen korrespondiert mit den Anforderungsprofilen in der Praxis.

Der Studiengang wird durch eine gute Balance von Präsenzzeiten und Online-Lehre durchgeführt. Multimediale Lehrmaterialien und ein eigenes Learn-Management-System stellen eine gute Basis für diesen Fernstudiengang dar.

Inhalt

Ergebnisse auf einen Blick	4
Kurzprofile	6
Zusammenfassende Qualitätsbewertungen des Gutachtergremiums	7
1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien	10
1.1 Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 MRVO)	10
1.2 Studiengangsprofile (§ 4 MRVO)	10
1.3 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 MRVO)	10
1.4 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 MRVO)	11
1.5 Modularisierung (§ 7 MRVO)	11
1.6 Leistungspunktesystem (§ 8 MRVO)	11
1.7 Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 9 MRVO)	12
2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien	13
2.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung	13
2.2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien.....	13
2.2.1 Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 MRVO).....	13
2.2.2 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO)	16
2.2.3 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO)	25
2.2.4 Studienerfolg (§ 14 MRVO).....	26
2.2.5 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 MRVO)	27
2.2.6 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 19 MRVO)	27
3 Begutachtungsverfahren	29
3.1 Allgemeine Hinweise.....	29
3.2 Rechtliche Grundlagen.....	29
3.3 Gutachtergruppe	29
4 Datenblatt	30
4.1 Daten zum Studiengang zum Zeitpunkt der Begutachtung	30
4.2 Daten zur Akkreditierung.....	30

1 Prüfbericht: Erfüllung der formalen Kriterien

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

1.1 Studienstruktur und Studiendauer (§ 3 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 3 MRVO.

Dokumentation/Bewertung

Die Studiengänge werden als Fern- und berufsbegleitendes Studium angeboten und umfassen gemäß § 4 der Prüfungsordnung jeweils eine Regelstudienzeit von vier Semestern und einen Umfang von 90 Credit Points (CP).

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

1.2 Studiengangsprofile (§ 4 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 4 MRVO.

Dokumentation/Bewertung

Es handelt sich um weiterbildende Masterstudiengänge mit einem anwendungsorientierten Profil.

Gemäß § 13 der Prüfungsordnung ist eine Abschlussarbeit vorgesehen. Sie soll zeigen, dass die Studierenden in der Lage sind, innerhalb einer vorgegebenen Frist ein wirtschaftswissenschaftliches Fachproblem selbstständig mit wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten. Die Bearbeitungszeit beträgt gemäß § 13 der Prüfungsordnung vier Monate.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

1.3 Zugangsvoraussetzungen und Übergänge zwischen Studienangeboten (§ 5 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 5 MRVO.

Dokumentation/Bewertung

Zugangsvoraussetzung zu den Studiengängen ist gemäß § 5 der Prüfungsordnung ein erster Hochschulabschluss mit mindestens der Note 2,5 oder Grade C und mindestens sechs Theoriesemestern mit 210 CP; im Falle des Studiengangs „MBA Vertriebsingenieur/in“ muss es sich dabei um einen ingenieurs- oder naturwissenschaftlichen Erstabschluss handeln. § 5 sieht zudem Regelungen vor für Studierende mit einem Bachelorabschluss von weniger als 210 CP.

Darüber hinaus muss eine mindestens einjährige Berufspraxis nach Abschluss des Studiums sowie Englischkenntnisse nachgewiesen werden. Gemäß Landesvorgaben können auch Bewerber/innen ohne ersten Hochschulabschluss unter bestimmten Voraussetzungen zugelassen werden; diesen Fall regelt ebenfalls § 5 der Prüfungsordnung.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

1.4 Abschlüsse und Abschlussbezeichnungen (§ 6 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 6 MRVO.

Dokumentation/Bewertung

Es handelt sich um Studiengänge der Fächergruppe Wirtschaftswissenschaften. Als Abschlussgrad wird gemäß § 3 der Prüfungsordnung „Master of Business Administration“ vergeben.

Gemäß § 21 der Prüfungsordnung erhalten die Absolvent/inn/en zusammen mit dem Zeugnis ein Diploma Supplement. Dem Selbstbericht liegen Beispiele in deutscher und in englischer Sprache in der aktuell von HRK und KMK abgestimmten Fassung bei.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

1.5 Modularisierung (§ 7 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 7 MRVO.

Dokumentation/Bewertung

Die ersten beiden Semester in den drei Studiengängen sind identisch aufgebaut mit jeweils drei Modulen pro Semester. Die Module sind einsemestrig konzipiert und variieren in der CP-Anzahl zwischen fünf und zehn. Im dritten Semester erfolgt die studiengangsspezifische Vertiefung anhand von drei Modulen im Umfang von sechs bis acht CP. Das abschließende Semester beinhaltet die Masterarbeit mit 26 CP und ein Master-Thesis Seminar mit vier CP. Es handelt sich ausschließlich um Pflichtmodule.

Die Modulhandbücher enthalten grundsätzlich alle nach § 7 Abs. 2 MRVO erforderlichen Angaben, insbesondere Angaben zu den Inhalten und Qualifikationszielen, den Lehr- und Lernformen, den Leistungspunkten und der Prüfung sowie dem Arbeitsaufwand. Prüfungsformen sind nach Art und Dauer bzw. Umfang in §§ 11-12 der Prüfungsordnung definiert.

Aus § 21 der Prüfungsordnungen geht hervor, dass auf dem Zeugnis neben der Abschlussnote nach deutschem Notensystem auch die Ausweisung einer relativen Note erfolgt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

1.6 Leistungspunktesystem (§ 8 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 8 MRVO.

Dokumentation/Bewertung

Die insgesamt 90 CP pro Studiengang verteilen sich auf jeweils 20 CP in den ersten drei Semestern und auf 30 CP im letzten Semester, gemäß Studienverlaufsplan in der Anlage der Prüfungsordnung. Von den 90 CP entfallen jeweils 26 CP auf die Masterarbeit inkl. Kolloquium. Pro CP sind 25 Arbeitsstunden angesetzt, wie aus dem Modulhandbuch ersichtlich ist.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

1.7 Besondere Kriterien für Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 9 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 9 MRVO.

Sachstand/Bewertung

In der Durchführung kooperiert die Hochschule mit dem Institut ed-media e.V., einem An-Institut der Hochschule. Die Kooperation ist vertraglich geregelt und umfasst die organisatorische und administrative Unterstützung im Studiengang durch das Institut, vor allem an den Standorten außerhalb des Hochschulstandortes.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2 Gutachten: Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

2.1 Schwerpunkte der Bewertung / Fokus der Qualitätsentwicklung

Die Schwerpunkte der Bewertung lagen auf den Weiterentwicklungen und den curricularen Änderungen an den Studiengängen. Die Gutachtergruppe begrüßt die Änderungen, die davon zeugen, dass die Verantwortlichen die Studiengänge am „Puls der Zeit“ halten.

2.2 Erfüllung der fachlich-inhaltlichen Kriterien

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

2.2.1 Qualifikationsziele und Abschlussniveau (§ 11 MRVO)

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 11 MRVO.

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Dokumentation

Als Kernziel der Master-Fernstudiengänge definiert die Hochschule eine praxisorientierte und berufsqualifizierende betriebswirtschaftliche Weiterbildung auf Basis neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse. Die Absolvent/inn/en sollen befähigt werden, auf Grund der erworbenen fundierten Fach- und Methodenkompetenz eine erfolgreiche berufliche Tätigkeit in ihrem gewählten Vertiefungsbereich auszuüben. Dafür sollen die notwendigen Befugnisse und konzeptionell-analytischen Fähigkeiten vermittelt werden, um Probleme der beruflichen Praxis erfolgreich und kreativ lösen zu können.

Während des Studiums sollen praxisrelevante Inhalte so vermittelt werden, dass die Absolvent/inn/en in der Lage sind, ihr erworbenes Fach- und Methodenwissen in der beruflichen Praxis umzusetzen und selbstständig zu erweitern. Studierende werden laut Hochschule ebenso dazu angehalten, bspw. in Seminararbeiten oder der Master-Thesis wissenschaftliche Vorgehensweisen innerhalb ihrer praxisrelevanten Themenstellungen zu integrieren, fachübergreifend zu denken und eigene Forschungsarbeit zu leisten. Darüber hinaus sollen Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenzen gefördert werden.

Die Studiengänge richten sich in erster Linie an berufstätige Akademiker/innen, die Management-Kompetenz erwerben möchten, um den Herausforderungen des Arbeitsmarktes zu begegnen. Die mindestens einjährige Berufserfahrung der Teilnehmenden wird laut Hochschule in die Lehre eingebunden.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Qualifikationsziele der drei betriebswirtschaftlichen Masterstudiengänge sind klar und transparent ausgewiesen und zielen darauf ab, eine praxisorientierte betriebswirtschaftliche Weiterbildung auf der Basis neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse zu vermitteln. Für alle Studiengänge gilt, dass sie neben der Befähigung zum wissenschaftlichen Arbeiten vor allem den Erwerb praxisorientierter Handlungs- und Problemlösungskompetenzen vorsehen.

Die Qualifikationsziele haben sich seit der Einrichtung der Studiengänge bewährt. Sie sind durchaus als anspruchsvoll einzustufen. Dabei stehen anwendungsbezogene Ausbildungsinhalte gegenüber explizit wissenschaftlich orientierten Lehrveranstaltungen im Vordergrund, was für einen weiterbildenden Masterstudiengang durchaus üblich ist und klar kommuniziert wird. Die Absolvent/inn/en werden fachlich passend für ihre berufliche Weiterentwicklung qualifiziert.

Das Studium enthält ausreichend Elemente, die über die fachliche Ausbildung hinaus geeignet sind, die Studierenden auch in ihrer Persönlichkeit weiterzuentwickeln. Zu nennen sind bspw. Gruppenarbeiten und gemeinsame Exkursionen, aber auch Lehrveranstaltungen in einzelnen Modulen (z. B. „Kommunikation &

Soft Skills für Führungskräfte“). Die Absolvent/inn/en erhalten zudem eine Bandbreite an Fähigkeiten, die vor allem für Führungspositionen sehr geeignet sind.

Die Zugangsvoraussetzungen sind so gestaltet, dass die Studierenden die Anforderungen im jeweiligen Studiengang erfüllen können. Dabei werden die beruflichen Erfahrungen der Studierenden in das Studienkonzept sinnvoll integriert. So werden unterschiedliche Vorbildungen (sofern in der jeweiligen Veranstaltung relevant) erkannt und in Gruppenarbeiten oder auch durch individuell spezifizierte Arbeitshinweise der Dozierenden in den veranstaltungsrelevanten Punkten angeglichen.

Die Anforderungen der vorliegenden weiterbildenden Studiengänge entsprechen den Anforderungen, die in konsekutiven Masterstudiengängen an der Hochschule gestellt werden.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01 „MBA Vertriebsingenieur/in“

Dokumentation

Im Studiengang sollen neben den grundlegenden Vertriebschwerpunkten wie Instrumente für den Technischen Vertrieb, Vertriebsorganisation, Kundenservice und Verkaufsförderung auch Inhalte aus den Bereichen Personal, Projekt- und Managementtechniken vermittelt werden, um für die Aufgaben des Vertriebs technischer Produkte und dessen zunehmend unternehmerischen Charakter zu qualifizieren.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Qualifikationsziele wurden schlüssig aus der Grundanforderung abgeleitet, dass Vertriebsingenieure/Vertriebsingenieurinnen als Schnittstellenmanager/innen zwischen verschiedenen Unternehmensbereichen agieren. In diesem Zusammenhang wurden Module, welche z. B. Controlling, Projekt- und Managementtechniken behandeln, nachvollziehbar in das Curriculum aufgenommen. Dies entspricht auch generell dem Anforderungsprofil eines MBA.

Vertriebsmitarbeiter/innen stellen den Gateway zum Markt dar und beeinflussen über Informations-, Güter- und Preisströme wesentlich den wahrgenommenen Kundennutzen und damit die Wettbewerbsfähigkeit einer Organisation. Die dargelegten Qualifikationsziele formulieren klar, dass Absolvent/inn/en des Studiengangs damit sowohl über klassische Marketing- als auch Vertriebskenntnisse verfügen müssen. Sales Automation prägt zunehmend die planerischen Arbeitsprozesse auch im operativen Vertrieb. Es wird angeregt, diesen Aspekt in zukünftige Ausführungen zu den Qualifikationszielen mit aufzunehmen.

Dem Konzept der Customer Centricity folgend werden im Curriculum zahlreiche Ansätze verfolgt, die den Studierenden die Bedeutung einer kundenfokussierten Handlungsweise aus strategischer und operativer Sicht nahebringen. Kompetenzorientiert verweisen die Studiengangsverantwortlichen treffend auf die umfangreichen kommunikativen, sozialen und interkulturellen Kompetenzen, die Vertriebsingenieure/Vertriebsingenieurinnen in der heutigen kompetitiven Zeit benötigen. Auch hier finden sich die entsprechenden Lehrinhalte im Modulplan wieder.

Die aufgezeigten Ziele werden nachvollziehbar in die Lernergebnisse der einzelnen Module überführt. Sie beinhalten sowohl Aspekte der Wissensvermittlung (z. B. Formen von Vertriebssystemen) als auch vertiefende Aspekte wie die Abwehr von Preisdruck-Verhandlungen. Damit weist der Studiengang eine treffende Balance aus Inhalten zur Wissenserweiterung und -vertiefung auf. Um den Transfer zu anwendungsbezogenen Problemstellungen herzustellen, werden Case Studies und Gruppenarbeiten zu realen Praxisfällen in den Unterricht integriert. Auch dem wissenschaftlichen Anspruch des MBA-Studiengangs wird Rechnung getragen. In verschiedenen Modulen werden zentrale Paradigmen des jeweiligen Lehrgebietes besprochen, z. B. Ansätze zur Führungsforschung in „Personalführung“.

Insgesamt sind die fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen stimmig auf das Abschlussniveau „MBA-Vertriebsingenieur/in“ ausgerichtet und orientieren sich am „Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse“. Die Studiengangsbezeichnung lautet gezielt nicht „MBA Vertriebsmanagement“,

welches eine stärkere Akzentuierung auf Führungsthematiken bedeutet hätte. Die Modulbezeichnungen sind in diesem Sinne mit Formulierungen wie „Technischer Vertrieb“ verständlich und stimmig ausgerichtet.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang 02 „MBA Marketing-Management“

Dokumentation

Der Studiengang bietet laut Hochschule eine kundenorientierte Marketingausbildung. Neben grundlegenden Marketinginstrumenten sollen Inhalte aus den Bereichen Management-Techniken im internationalen Wirtschaftsraum, Kommunikations- und Marketingstrategien sowie Internationales Marketing-Management vermittelt werden. Die Absolvent/inn/en sollen als Marketing Manager/innen ein Produkt, eine Marke, ein Unternehmen oder eine Dienstleistung erfolgreich bewerben können.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Qualifikationsziele entsprechen inhaltlich vollumfänglich dem Standard, wie er für vergleichbare akkreditierte Masterstudiengänge an zahlreichen anderen Standorten üblich ist. Im Studiengang wird eine praxisorientierte Ausbildung angestrebt, die anhand nachvollziehbarer Lernergebnisse erfolgt und den Bedürfnissen der Studierenden sowie der Unternehmenspraxis entgegenkommt. Die Transparenz der Lernziele ist jederzeit gegeben, sowohl die Studien- und Prüfungsordnung als auch die Modulbeschreibungen lassen an Klarheit und Übersichtlichkeit keine Defizite erkennen.

Der Masterstudiengang liegt vom Niveau klar über dem der Bachelorstudiengänge und der dualen Ausbildung und korrespondiert damit mit dem Masterniveau gemäß „Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse“. Er verbreitert und vertieft das Wissen der Studierenden und befähigt sie, anspruchsvolle Managementaufgaben zu verstehen, zu bearbeiten und Lösungsvorschläge zu entwickeln. Die Absolvent/inn/en werden auch dazu befähigt, innovative Technologien in die betrieblichen Aufgaben einzubringen und in betrieblichen sowie überbetrieblichen Teams zusammenzuarbeiten.

Der Fächerkanon des Masterstudiengangs ist ausgewogen und abwechslungsreich. Für einzelne Lehrveranstaltungen wurden im Zuge der Begutachtung kleinere Anpassungen vorgeschlagen, zu deren Berücksichtigung sich die Hochschule im Rahmen der laufenden Weiterentwicklung des Studiengangs offen gezeigt hat (siehe § 12, Curriculum). Insgesamt produziert der Studiengang gut qualifizierte Absolvent/inn/en, die von der Unternehmenspraxis gerne aufgenommen werden, wie die Hochschule zu belegen versteht.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Studiengang 03 „MBA Innovations-Management“

Dokumentation

Aufbauend auf einem Management-Wissen thematisiert der Studiengang gemäß Angaben der Hochschule Prozesse und Methoden für ein Innovations-Management, insbesondere vor den aktuellen Hintergründen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Open Innovation. Dabei sollen auch Aspekte wie das Management geistigen Eigentums im Rahmen des Intellectual Property Managements berücksichtigt werden.

Ferner soll die systematische Anwendung spezieller Methoden (wie z. B. Design Thinking, TRIZ, trendbasierte Vorgehensweisen) behandelt werden, um die Absolvent/inn/en auf die Handlungsschnelligkeit der Akteure vorzubereiten.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Qualifikationsziele und angestrebten Lernergebnisse des Studiengangs sind klar definiert. Den Absolvent/inn/en werden die notwendigen Befugnisse und konzeptionell-analytischen Fähigkeiten vermittelt, um erfolgreich Innovationsprozesse in Unternehmen zu initiieren, zu planen, zu koordinieren und zu kontrollieren. Das in den ersten Semestern vermittelte Managementgrundwissen schafft dafür die Voraussetzungen und gibt bereits ein gutes Verständnis für die Bedeutung und wesentlichen Elemente des Innovationsmanagements. Darauf aufbauend werden in der Vertiefung spezifische Methoden thematisiert, die sowohl dem Stand der Forschung entsprechen als auch aktuelle Anforderungen der Praxis adressieren (z. B. Digitalisierung, Nachhaltigkeit). Insbesondere wird hier ein Schwerpunkt auf Agilität und nutzerorientierte Innovationsmethoden (Design Thinking) gesetzt. Die fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen sind dabei stimmig im Hinblick auf das Abschlussniveau eines weiterbildenden Masterstudiengangs. Insgesamt tragen die Qualifikationsziele angemessen zur wissenschaftlichen und fachlichen Befähigung der Absolvent/inn/en bei.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.2 Schlüssiges Studiengangskonzept und adäquate Umsetzung (§ 12 MRVO)

2.2.2.1 Curriculum

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 12 Abs. 1 Sätze 1 bis 3 und 5 MRVO.

a) Studiengangsübergreifende Aspekte

Dokumentation

Die Curricula der drei Studiengänge folgen einem identischen Aufbau und bedienen sich zum Teil der gleichen Module. In den ersten beiden Semestern soll die systematische Vermittlung von Grundlagen und Methoden aller praxisrelevanten Managementfunktionen erfolgen, wie Management-Framework, Marketing-Politik und Strategie, Kommunikation und Soft Skills, erfolgs- und finanzorientierte Unternehmensführung, Market Research und Kundenmanagement sowie Economics & quantitative Analysen. Darauf aufbauend erfolgt im dritten Semester die studiengangsspezifische Vertiefung. Im vierten Semester ist die Anfertigung der Masterarbeit vorgesehen sowie der Besuch eines „Internationalen Master-Thesis Seminars“.

Seit der letzten Akkreditierung hat die Hochschule Änderungen an den Curricula vorgenommen, darunter die inhaltliche Überarbeitung der Module und die Aufnahme von aktuellen Themen, die Umgewichtung von Präsenz- und Selbstlernzeiten und die Änderung von Prüfungsformen (siehe auch Kapitel „Studierbarkeit“).

Die Studiengänge sind als berufsbegleitendes Fernstudium mit vereinzelter Präsenzlehre an den Standorten Zweibrücken, Augsburg und Nürburgring und Selbstlernanteilen konzipiert (siehe auch Kapitel „Besonderer Profilanspruch“). Konkret werden die Lehrinhalte gemäß Angaben im Selbstbericht als Kombination

verschiedener Lehrformen vermittelt, bestehend aus schriftlichen Unterlagen als Kurseinheiten (Studienbriefe) und Lehrbüchern, E-Learning-Einheiten (Web Based Trainings, Lehrbücher im E-Book Format, Online Selbstlernkurse), Präsenzphasen, Lernspielen, Fallstudien, didaktischen Lernhilfen sowie aktuellen Artikeln und Fragestellungen.

In den Präsenzphasen sollen eine Vertiefung und Anwendung der Lehrinhalte aus den Kurseinheiten, die Klärung von Fragen, Überlegungen zum Transfer in die Praxis, das Diskutieren von praktischen Anwendungsbereichen vor allem aus dem eigenen beruflichen Arbeitsumfeld der Studierenden sowie das Präsentieren von Seminararbeiten erfolgen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Konzeption eines gemeinsamen Grundlagenstudiums und einer Spezialisierung im dritten und vierten Semester hat sich als sinnvoll herausgestellt. In den ersten beiden Semestern ist das Ziel, Basiswissen in den wichtigsten Managementfunktionen zu vermitteln, während im dritten Semester die jeweiligen vertiefenden Fächer der Spezialisierungsrichtung erfolgen. Die Curricula spiegeln die zum Ziel gesetzte Anwendungsorientierung angemessen wider (u. a. praxisnahe Lehrformen, berufsbegleitendes Studium mit einjähriger Berufspraxis als Zulassungskriterium, enge Kooperation mit externen Partnern).

Seit der letzten Akkreditierung wurden treffende inhaltliche Verbesserungen vorgenommen. Nachhaltigkeitsaspekte und Digitalisierungsthemen wurden praxiskonform erweitert.

Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens bilden die Basis für fundierte Seminar- und Abschlussarbeiten. Es ist nicht komplett nachvollziehbar, wie diese Thematik als Exkurs in das Modul „Kommunikation & Soft Skills für Führungskräfte“ – laut Hochschulrückmeldung – integriert ist. Zukünftig könnte dies klarer herausgestellt werden.

Der Anspruch der Internationalität wird in der Berufspraxis immer wichtiger. Die Gutachtergruppe regt daher an, den Aspekt der Internationalisierung noch weiter auszubauen, indem z. B. einige englischsprachige Module angeboten werden.

Die Studiengänge werden durch eine gute Balance von Präsenzzeiten und Online-Lehre durchgeführt. Die Module beinhalten die Vermittlung von Fachwissen, methodischen und generischen Kompetenzen mit einer angemessenen Kombination verschiedener Lehr- und Lernformern (Studienbriefe, Lehrbücher, Präsenzphasen, E-Learning-Einheiten, Fallstudien). Multimediale Lehrmaterialien und ein eigenes Learn-Management-System stellen eine gute Basis für die Fernstudiengänge dar. Unter anderem werden Case Study-Diskussionen in den Modulen verwendet und damit eine anwendungsorientierte Lehre umgesetzt, in der die Studierenden aktiv in den Lernprozess eingebunden werden. Seit der letzten Akkreditierung wurden des Weiteren zahlreiche Onlineselbstlernkurse implementiert. Darüber hinaus wird angeregt, den Studierenden weitere digitale Lehrformate zur Verfügung zu stellen und über das Angebot einer neuen mobilen Website noch weitere Lehrplattformen virtuell anzubieten.

Dadurch, dass die Studierenden ihre beruflichen Hintergründe in die Studiengänge einbringen, gibt es Möglichkeiten für ein selbstgestaltetes Studium, wenn auch Wahlmodule nicht im Curriculum vorgesehen sind.

b) Studiengangsspezifische Bewertung

Studiengang 01 „MBA Vertriebsingenieur/in“

Dokumentation

Die studiengangsspezifischen Module sind „Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix“, „Personal-, Projekt- und Managementtechniken“ sowie „Management des Technischen Vertriebes“.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Fachübergreifendes Agieren zwischen unterschiedlichen Unternehmensbereichen ist ein immanentes Charakteristikum des Arbeitsalltags von Vertriebsmitarbeiter/inne/n in technisch geprägten Unternehmen. Dazu kombiniert der Studiengang grundständige Inhalte wie Finanz- und Erfolgsmessung mit Spezialaspekten des Berufsbildes in angebrachter Weise. Das Curriculum ist in Bezug auf die aufgezeigten Qualifikationsziele gut aufgebaut. In der Gesamtsicht wird der kombinatorischen Anforderung aus der Vermittlung von Marketing- und Vertriebskenntnissen entsprochen. Die Modulbeschreibungen sind verständlich formuliert.

Nach dem Absolvieren der grundständigen ersten beiden Semester erhalten die Studierenden einen vertiefenden Einblick in strategische und operative Fragestellungen der Distribution. Im Modul „Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix“ werden zunächst Aspekte der Vertriebsorganisation und der praktischen Arbeitstechniken in Verkaufsgesprächen thematisiert. Die Veranstaltung „Gegenleistung und Preispolitik“ behandelt dazu im Detail Aspekte der Preisfindung und -durchsetzung. Diese Inhalte sind thematisch passend zum Berufsbild des Vertriebsingenieurs/der Vertriebsingenieurin.

Dem Agieren zwischen unterschiedlichen Funktionsbereichen und zwischen Unternehmen und Kunden wird die Veranstaltung „Projektmanagement“ gerecht. Im Teil-Modul „Unternehmensplanung und Risikomanagement“ werden die Studierenden für Aspekte wie Produkthaftung etc. sensibilisiert und erhalten ein übergreifendes Verständnis für Risiken in Austauschbeziehungen. Den dritten Bestandteil des Moduls bildet die Personalführung. Die Elemente „Personalführung“ und „Unternehmensplanung und Risikomanagement“ greifen stärker strategische Themen auf, wie sie für Vertriebsmanager/innen mit Personalverantwortung typisch sind. Dies entspricht dem Ziel des Studiengangs, Teilnehmende auf weitere Karriereschritte vorzubereiten.

Die Veranstaltungen „CRM, E-Business“ und „Kundenservice“ werden dem Fokus der Kundenorientierung gerecht. Dem Kundenbindungsmanagement obliegt mehr denn je eine hohe Relevanz. Hier werden treffend Digitalisierungsthemen aufgegriffen. Dem persönlichen Vertrieb wird auch in der Zukunft ein zentraler Stellenwert im Rahmen des technischen Vertriebs zukommen. Fragestellungen der Vertriebsorganisation z. B. der Außendienststeuerung greift das Teilmodul „Vertriebsmanagement“ dazu treffend auf. Das Teilmodul „Verkaufsförderung“ thematisiert Maßnahmen der kurzfristigen Absatzstimulierung.

Die Teilmodule „Vertriebsmanagement I + II“ wurden zum Teilmodul „Vertriebsorganisation“ zusammengeführt. Dies stellt eine klarere inhaltliche Kommunikation im Vergleich zu den vorherigen Allgemeinbezeichnungen dar.

Die Hochschule formuliert, dass die Studierenden zugleich Managementkompetenzen erwerben sollen. Dies wird in den Modulen adäquat umgesetzt.

Insgesamt behandeln die drei studiengangsspezifischen Module die für das Berufsbild relevanten Themenkreise. Beim Gesamtblick auf die drei Kompaktmodule erschließt sich jedoch nicht gänzlich deren Logik im Sinne von Folgerichtigkeit und Abgrenzung zueinander. Für die Weiterentwicklung des Studiengangs empfiehlt die Gutachtergruppe daher folgende Aspekte: Bei der zukünftigen inhaltlichen Weiterentwicklung könnten einige Module mit tätigkeitsspezifischen Aspekten angereichert werden. Beispielsweise spielen im Bereich der Personalführung besonders Aspekte der Personalleitung ohne disziplinarische Vorgesetztenfunktion für Vertriebsingenieure/Vertriebsingenieurinnen eine Rolle.

Teilweise entsprechen die Moduloberbezeichnungen nicht gänzlich den Modulhalten und könnten angepasst werden. Zum Beispiel konzentriert sich das Modul „Instrumente für den Technischen Vertrieb: Marketing-Mix“ auf Distributions- und Preisaspekte, erweckt jedoch den Eindruck der umfänglichen Behandlung des Marketing-Mixes.

Ebenfalls wird angeregt, die Zusammenstellung der Module in Bezug auf die Stimmigkeit der Teilmodule zu reflektieren. Beispielsweise passen Inhalte der Personalführung („Personalführung“) gut zu Aspekten, die die Außendienststeuerung aufgreifen („Vertriebsmanagement“). Insgesamt passen die Studiengangsbezeichnung und der Abschlussgrad jedoch zu den vermittelten Studieninhalten. In Abgrenzung zu Bezeichnungen wie Vertriebsmanagement vermittelt die aktuelle Namensgebung den Eindruck einer stärkeren Fokussierung auf operative Vertriebsaufgaben in technologiegeprägten Organisationen. Dies ist in den Modulen auch zum Teil der Fall. Dennoch werden zugleich übergeordneten Prinzipien der unternehmerischen Steuerung aufgegriffen, die für das Verständnis der Bedeutung der Tätigkeiten von Vertriebsingenieur/inn/en und damit deren Selbstverständnis relevant sind. Die Bezeichnung Vertriebsingenieur/in steht für den im Studiengang gelegten Fokus auf den Vertrieb erklärungsbedürftiger Produkte und ist damit stringent.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

Die Gutachtergruppe empfiehlt, einzelne Modulbezeichnungen und die Ausweisung von bestimmten Lehrinhalten entsprechend den Anmerkungen im Gutachten zu ändern.

Studiengang 02 „MBA Marketing-Management“

Dokumentation

Als studiengangsspezifische Module sind „Managementtechniken im internationalen Wirtschaftsraum“, „Internationales Marketing-Management“ und „Marketing-Instrumente: Strategie, Operation, Politik“ vorgesehen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die studiengangsspezifischen Module bieten den Studierenden eine sinnvolle Kombination und fokussieren gleichermaßen strategische wie operative Elemente des Marketings.

Sinnvoll erscheint insbesondere die Differenzierung von internationalem Marketing im Modul „Internationales Marketing-Management“ und den Marketing-Instrumenten im Modul „Marketing-Instrumente: Strategie, Operation, Politik“. Das Modul „Management-Techniken im internationalen Wirtschaftsraum“ enthält Elemente, die in Teilen mit den beiden anderen Modulen korrespondieren. Alle drei Module enthalten ohne Zweifel aktuelle, relevante und für spätere Beschäftigungen zielführende Inhalte.

Terminologisch und inhaltlich wurde vorgeschlagen, bei nächster Gelegenheit die Beschränkung des Teilmoduls „Planung, Organisation und Durchführung von Großevents“ zugunsten einer allgemeineren Bezeichnung (z. B. allgemein „Eventmarketing“) zurückzunehmen. An der Bedeutung des Eventmarketings kann angesichts der Konkurrenz durch Online-Angebote in Handel und Dienstleistung kein Zweifel bestehen, insofern ist dieser Lehrinhalt für den Masterstudiengang zielführend.

Die Veranstaltung „Internationales Management“ enthält gängige Inhalte zum internationalen Marketing, die für Absolvent/inn/en eines Marketing-Masterstudiengangs zum Pflichtprogramm gehören. Anzumerken ist lediglich, dass, wenn schon eine Differenzierung der Veranstaltung in „Internationales Marketing I + II“ erfolgen soll, eine „sprechende“ Bezeichnung mit gleichzeitiger klarer inhaltlicher Differenzierung der beiden Teile die Nachvollziehbarkeit für die Studierenden und die Interessenten erhöhen würde. Auch für die Dozierenden ist solch eine Selbstverpflichtung zur Bezeichnung der Inhalte nicht selten am Ende hilfreich.

Das Modul „Marketing-Instrumente: Strategie, Operation, Politik“ enthält die Marketing-Instrumente in der üblichen Ausgestaltung der „4P“. Die Inhalte sind anhand der Modulbeschreibungen differenziert und enthalten auch Elemente des Online-Handels und E-Commerce. Es ist davon auszugehen, dass die zentralen strategischen und operativen Fragen der Programmpolitik im Teilmodul „Produkt-Management“ mit behandelt werden; daher wäre zu überlegen, ob man nicht statt des etwas restriktiven Titels „Produkt-Management“ den üblichen Titel „Produkt- und Programmpolitik“ (oder auch „-management“) einsetzt und die programmpolitischen Fragen in der Beschreibung auch explizit mit aufzählt.

Möchte man den Studiengang terminologisch noch attraktiver gestalten, wäre zu überlegen, bei nächster Überarbeitung der Prüfungsordnung die Elemente des Onlinemarketings „auch außerhalb der 4P“ prominent in Form von Teilmodulen auszuweisen und zu lehren. Zum ersten zieht dies weitere Bewerber/innen für den Studiengang an, zum zweiten werden solche Lehrinhalte auch von einstellenden Unternehmen gezielt gesucht.

Im Bereich des „Distributionsmanagements“ gilt ähnliches beispielsweise für die Kernthematik des Supply-Chain-Managements, das gelehrt wird, sich rein terminologisch aber bisher nicht wiederfindet.

Die Studiengangsbezeichnung, der Abschlussgrad und die Abschlussbezeichnung ergeben sich logisch aus den gelehrteten Inhalten und versprechen nichts, was die inhaltliche Ausbildung nicht zu erfüllen in der Lage ist.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

Die Gutachtergruppe empfiehlt, einzelne Modulbezeichnungen und die Ausweisung von bestimmten Lehrinhalten entsprechend den Anmerkungen im Gutachten zu ändern.

Studiengang 03 „MBA Innovations-Management“

Dokumentation

Das studiengangsspezifische Curriculum im dritten Semester umfasst die Module „Innovations-Management in Unternehmen“, „Personalführung als Teil einer innovationsförderlichen Unternehmenskultur“ und „Methodik für ein systematisches Innovations-Management“.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Curriculum ist sehr gut geeignet, die Lernziele des Studiengangs zu erreichen. Alle Module haben angemessene Umfänge und sind klar im Modulhandbuch dokumentiert. Die drei Vertiefungsmodule des Masterstudiengangs „Innovations-Management“ decken alle wesentlichen Themenbereiche des Technologie- und Innovationsmanagements ab. Das Curriculum wurde zudem seit der letzten Akkreditierung stark aktualisiert und weiterentwickelt, um bisher weniger fokussierte Themen wie Open Innovation und Geschäftsmodellinnovationen klarer zu positionieren und neuere Themen wie beispielsweise Digitalisierung, Nachhaltigkeit, New Work oder Design Thinking zu integrieren. Insgesamt liegt also Aktualität und Adäquanz der wissenschaftlichen Anforderungen vor. Auch gibt es eine kontinuierliche Auseinandersetzung mit dem neusten Stand der Forschung: Es finden regelmäßige Besuche der Studierenden auf internationalen Konferenzen statt und bestimmte Veranstaltungen (z. B. „Digital Disruption im Innovationsmanagement“ oder das Modul „Internationales Master-Thesis Seminar“) fokussieren explizit die Auseinandersetzung mit aktuellen Forschungsthemen. Insgesamt ist das Curriculum unter Berücksichtigung der Eingangsqualifikation und in Hinblick auf die Erreichbarkeit der Qualifikationsziele adäquat aufgebaut.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.2.2 Mobilität

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 12 Abs. 1 Satz 4 MRVO.

Studiengangübergreifende Aspekte

Dokumentation

Die Hochschule führt an, ein Netzwerk an Partnerhochschulen zu pflegen. In den Studiengängen besteht darüber hinaus die Möglichkeit, an einer wissenschaftlichen Tagung teilzunehmen, die jährlich an einem anderen Ort der Welt stattfindet.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Der Gutachtergruppe ist bewusst, dass ein Auslandsaufenthalt in den vorgelegten Studiengängen sehr schwer realisierbar ist. Da sich die Studierenden in der Regel schon im Berufsleben befinden, ist ein Auslandsaufenthalt ohne weiteres nicht immer möglich. Jedoch berichteten die Studierenden davon, dass sie über die Möglichkeiten und über Angebote der Hochschule informiert wurden. Den Wunsch nach einem Auslandssemester gab es laut Hochschule aber bisher noch nicht. Sollte es doch einmal vorkommen, hat die Hochschule Regelungen für die Anrechnung der im Ausland erbrachten CP getroffen. Die Hochschule bietet für diesen Fall auch Partnerhochschulen, an welche sich die Studierenden wenden können.

Aus Sicht der Gutachtergruppe sollte die Hochschule weiterhin alle Studierenden über die Möglichkeiten eines Auslandsaufenthaltes informieren.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.2.3 Personelle Ausstattung

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 12 Abs. 2 MRVO.

Studiengangübergreifende Aspekte

Dokumentation

Die Lehre in den Studiengängen wird aufgrund der landesrechtlichen Regelungen zum Angebot weiterbildender Studiengänge über Lehraufträge auf Honorarbasis realisiert. Die Hochschule rekrutiert Lehrende aus einem Pool an Dozierenden aus der Hochschule Kaiserslautern selbst sowie aus weiteren verschiedenen Universitäten, Hochschulen, Unternehmen und Institutionen. Die Hochschule führt zehn Professor/inn/en an sowie drei Dozierende aus der Praxis, die aktuell im Studiengang lehren.

Das didaktische Weiterbildungsangebot der Hochschule Kaiserslautern steht den Lehrenden der Studiengänge offen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Das Lehrpersonal hat ein breites Spektrum fachlicher Hintergründe und verfügt über langjährige Lehrerfahrung, überwiegend an mehreren Hochschulen und zum Teil sogar international. Es sind überwiegend hauptberufliche Dozierende im Einsatz. Insgesamt besteht an der Befähigung des Lehrpersonals kein Zweifel. Diesen stehen ausreichend Weiterbildungsangebote zu Weiterqualifizierung zur Verfügung.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.2.4 Ressourcenausstattung

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 12 Abs. 3 MRVO.

Studiengangübergreifende Aspekte

Dokumentation

Die Präsenzphasen der Studiengänge werden am Hochschul-Standort Zweibrücken sowie in angemieteten Räumlichkeiten in Augsburg und am Nürburgring abgehalten. Am Standort Zweibrücken stehen Hörsäle, Seminarräume, die Bibliothek sowie weitere Serviceeinrichtungen bereit. Auf den E-Book-Bereich der Bibliothek haben Studierende von überall aus Zugriff.

Die Selbstlerneinheiten werden u. a. auf einer Online-Plattform, einem Learn-Management-System, zur Verfügung gestellt, die passwortgeschützt jederzeit einsehbar ist.

Zur Betreuung der Studierenden und für die organisatorische Unterstützung sind beim Kooperationspartner ed-media e. V. laut Angaben im Selbstbericht drei Mitarbeiter/inn/enstellen eingerichtet (siehe § 19).

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Ressourcenausstattung der Hochschule Kaiserslautern alleine stellt eine adäquate Durchführung der Studiengänge bereits sicher. Hinzu kommen weitere sächliche Ressourcen, die von ed-media e. V. zugesteuert werden, sodass in der Summe eine sehr gute sächliche Ausstattung für die Durchführung der Studiengänge gegeben ist.

Es existiert bereits ein Learn-Management-System, das jedoch laut Angaben der Hochschule im nächsten Jahr durch ein leistungsstärkeres System ersetzt werden soll, das unter anderem einen besseren mobilen Zugang ermöglicht. Die Seminarräume auf den Abbildungen im Selbstbericht ermitteln einen soliden bis modernen Eindruck. Das komplette Angebot der Hochschulbibliothek steht den MBA-Studierenden zur Verfügung (Volltext von ca. 20.000 elektronischen Büchern der Erscheinungsjahre 2006-2018). Studierende, die nicht in der Nähe des Standorts Zweibrücken wohnen, haben mit ihrem Studierendenausweis Zugang zu allen Bibliotheken der Universitäten und Hochschulen in Deutschland. Dies kommt den Rahmenbedingungen von Studieren an anderen Heimatorten entgegen.

Insgesamt verfügt der Studiengang über eine angemessene Ressourcenausstattung; dies betrifft auch nichtwissenschaftliches Personal.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.2.5 Prüfungssystem

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 12 Abs. 4 MRVO.

Studiengangübergreifende Aspekte

Dokumentation

Alle Module schließen laut Hochschule mit einer Modulprüfung ab. Dabei können Klausuren, Seminararbeiten und Präsentationen zum Einsatz kommen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

In den Studiengängen wird ein ausgewogener Mix an Klausuren, Präsentationen und Seminararbeiten eingesetzt. Die Prüfungen sind modulbezogen und beziehen sich sinnvoll auf die zu vermittelnden Kompetenzen. Zusätzlich werden in den Präsenzphasen, die im Workshop-Charakter gehalten werden, kleinere Gruppenarbeiten präsentiert und diskutiert, was nicht nur Fähigkeiten wie Teamarbeit und Selbstorganisation schult, sondern auch den sozialen Austausch der Fernstudierenden fördert.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.2.6 Studierbarkeit

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 12 Abs. 5 MRVO.

Studiengangsübergreifende Aspekte

Dokumentation

Präsenzveranstaltungen finden dreimal pro Semester am jeweiligen Präsenort statt; zu Überschneidungen bei Lehrveranstaltungen soll es nicht kommen. Beratung bieten u. a. die Studiengangsleitungen sowie die Mitarbeiter/innen von ed-media e. V. an.

Der Prüfungsausschuss ist für die Einhaltung der Bestimmungen der Prüfungsordnung und Entscheidungen in Prüfungsangelegenheiten zuständig. Vorgesehen ist, alle Prüfungsleistungen in jedem Semester an allen Standorten einmal anzubieten. Für die Durchführung und Organisation der Prüfungen an allen Standorten ist laut Hochschule das Institut ed-media e. V. zuständig, was die Beschaffung und Bereitstellung der schriftlichen Prüfungen, die Durchführung und Organisation der Prüfungsaufsicht, die Weiterleitung der Prüfungen an die zuständigen Prüfer/innen sowie die Weitergabe der Noten an das Prüfungsamt bzw. das Prüfungssystem beinhaltet. Das Prüfungsamt der Hochschule Kaiserslautern führt die Studierendenakte.

Bis auf das Modul „Internationales Master-Thesis Seminar“ mit vier CP weisen alle Module einen Workload von fünf oder mehr CP auf. Im Modul „Internationales Master-Thesis Seminar“ ist eine benotete Studienleistung zu erbringen, wodurch das Modul laut Hochschule aber nicht wesentlich zur Prüfungsbelastung beiträgt. Der Workload aller Module wird im Rahmen der Lehrevaluation überprüft und soll sich im Wesentlichen für die Module als realistisch herausgestellt haben.

Die Hochschule gibt im Selbstbericht an, dass aufgrund der geringsten Erfolgsquote und der größten Zahl an Wiederholungsprüfungen im Modul „Economics: Management: & Quantitative Analysen“ die Modulprüfung zu einer Portfolioprfung, einer Kombination aus Klausur und Seminararbeit, abgewandelt wurde. In den Modulen „Marketing-Politik und Strategie“ sowie „Marketing: Market Research“ wird die Seminararbeit mit einer Präsentation vorgestellt.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studierenden werden in jedem Semester gut durch die Hochschule informiert, wann Präsenzen oder Prüfungen stattfinden. Dies geschieht i. d. R. sechs Monate im Voraus. Die Studierenden scheinen diese frühen Informationen sehr zu schätzen, da sie sich dadurch gut auf das Semester einstellen können.

Der Workload wurde von den Studierenden teilweise als hoch, aber durchweg als machbar eingestuft. Die Hochschule gibt den Workload mit 25 Stunden pro CP an. Der Workload wird durch Fragebögen evaluiert, wobei kleinere Schwankungen bei bestimmten Modulen aufgetreten sind, was sich auch aus Sicht der Gutachtergruppe auf den gegebenen Mathematik-Teil dieser Module zurückführen lässt, der häufig – abhängig von individuellen Vorkenntnissen – zu einem Mehraufwand führen kann. Insgesamt zeigt sich eine realistische Angabe der Stunden pro CP.

Die Regelstudienzeit liegt bei vier Semestern. Laut Aussage der Studierenden ist ein Studium in der Regelstudienzeit möglich. Die durchschnittliche Studiendauer liegt bei fünf Semestern und liegt aus Sicht der Gutachtergruppe bei einem berufsbegleitenden Angebot in einem akzeptablen Bereich. Die Erfolgsquote der Prüfungen kann auch als sehr gut eingeschätzt werden. Auch die eher „schwierigeren“ Module haben mit Erfolgsquoten von über 80% gute Werte.

Laut Angabe der Hochschule und der Studierenden gibt es keine Überschneidungen bei Lehrveranstaltungen und Prüfungen. Die Hochschule scheint die Herausforderung von drei verschiedenen Präsenzzorten durch die langfristige Planung gut zu meistern.

Die Module haben alle einen Workload von fünf oder mehr CP, bis auf die angezeigte Ausnahme. Bei der Ausnahme handelt es sich um ein Modul mit vier CP, welches als Vorbereitung auf die Erstellung der Master-Thesis dienen soll. Die CP sind aus Sicht der Gutachtergruppe für dieses Modul angemessen und schränken die Studierbarkeit nicht ein. Es gibt verschiedene Prüfungsformen und für jedes Modul ist die Prüfungsform angegeben. Die gewählten Prüfungsformen sind angemessen, um den Kompetenzerwerb der Studierenden in adäquater Weise abzu prüfen. Die ausgewiesenen Teilprüfungen sind didaktisch sinnvoll und vom Workload so gestaltet, dass die Prüfungsdichte im vertretbaren Rahmen bleibt.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.2.7 Besonderer Profilan spruch

Die Studiengänge entsprechen den Anforderungen gemäß § 12 Abs. 6 MRVO.

Studiengangsübergreifende Aspekte

Dokumentation

Die Hochschule hat nach eigenen Angaben das besondere Profil eines berufsbegleitenden Fernstudiengangs bei der Konzeption der Programme berücksichtigt: Der Workload ist auf 20 CP pro Semester reduziert (mit Ausnahme des vierten Semesters, in dem die Masterarbeit im Umfang von 26 CP anzufertigen ist), um eine Berufstätigkeit parallel zum Studium zu ermöglichen. Die Präsenzveranstaltungen der Module finden dreimal pro Semester am jeweiligen Präsenzzort Zweibrücken, Augsburg und Nürburgring statt. Lehrmaterialien sind in Studienbriefen und Online-Lehreinheiten realisiert, um einen hohen Anteil an Selbstlernanteilen zu gewährleisten.

Die Prüfungstermine werden zum Ende des Semesters bekannt gegeben. Klausuren und Präsentationen werden an den regulär geplanten Präsenztagen durchgeführt, um die Anwesenheitspflicht der Studierenden an den Standorten auf ein Minimum zu reduzieren.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Studiengangskonzepte sind anwendungsorientiert und insgesamt gut ausgelegt, dabei ist das Verhältnis zwischen Präsenzzeiten und Onlinestudium gut ausgewogen, sodass die Studierenden berufsbegleitend in einem angemessenen Rahmen studieren können. Weiterhin sind die zu erlernenden Elemente direkt für die Praxis nutzbar und in sich schlüssig aufgebaut. Aus den Rückmeldungen der Studierenden kann der Anspruch des Blended Learnings zudem bestätigt werden. Weiterhin werden in den Praxisphasen auch internationale Aspekte berücksichtigt. Insgesamt wird die Hochschule dem besonderen Profilan spruch gerecht.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.3 Fachlich-Inhaltliche Gestaltung der Studiengänge (§ 13 MRVO)

2.2.3.1 Aktualität der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 13 Abs. 1 MRVO.

Studiengangsübergreifende Aspekte

Dokumentation

Die Aktualität und Adäquanz der fachlichen und wissenschaftlichen Anforderungen obliegt den Studiengangsleitungen und unterstützenden Gremien, der Fachkommission und dem Advisory Board. Für die Aktualität der einzelnen Module sind die Modulverantwortlichen zuständig.

Die Aufgabe der Fachkommission, der Professor/inn/en verschiedener Hochschulen sowie Mitarbeiter/innen der Kooperationspartner angehören, ist es laut Hochschule die Nachhaltigkeit und Aktualität des Lehrangebots zu sichern. Sie ist am Zentrum für Fernstudien im Hochschulverbund (zfh) angesiedelt und tagt zweimal pro Semester.

Das Advisory Board soll bei der Qualitätssicherung und Weiterentwicklung der Studiengänge unterstützen. Die Mitglieder setzen sich zusammen aus Vertreter/inne/n der Hochschule und von kooperativen Organisationen der Hochschule.

Darüber hinaus sind die Lehrenden laut Hochschule in den wissenschaftlichen Diskurs eingebunden und besuchen internationale Tagungen und Konferenzen.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die in den Studienprogrammen gestellten Anforderungen sind aktuell und beziehen sich auf relevante Themenkreise. In den ersten beiden Semestern erfolgt eine inhaltliche Vertiefung in Grundlagenbereichen. Ebenfalls können die Studierenden ihre Methodenkompetenz ausweiten, welches eine wichtige Basis für das Erkennen fächerübergreifender Zusammenhänge und wissenschaftliches Arbeiten darstellt.

Mit der inhaltlichen Überarbeitung von zwölf Modulen wurde ein erheblicher Anteil der Studienprogramme verändert. Dies ist als sehr positiv zu bewerten. Die Ergänzungen um Nachhaltigkeits- und Digitalisierungsaspekte entsprechen voll und ganz aktuellen Entwicklungen. Auch das verstärkte Aufgreifen internationaler Themenstellungen korrespondiert mit den Anforderungsprofilen in der Praxis.

Der Gutachtergruppe ist bewusst, dass die Hochschule das Angebot der drei Studiengänge mit begrenzten Kapazitäten anbietet und sie sieht daher die Studienkonzeption und die darin genutzten Synergien (für Hochschule und Studierende) als besonders gelungen an. Dennoch werden die Studiengangsverantwortlichen ermuntert, die Logik der Gesamtstruktur der Module noch einmal zu reflektieren. In Gänze ist die Zuordnung der Gesamt- und Teilmodule zu dem studiengangsübergreifenden Grundlagenbereich in Relation zu den Spezialisierungsrichtungen nicht gänzlich stimmig und stringent. Dies ist als Anregung zu verstehen, da sich die Konzeption der Studiengänge als erfolgreich und zielführend herausgestellt hat.

Besonders positiv ist das ausgeprägte Netzwerk der Hochschule zu bewerten. Es umfasst Partner aus Industrie, Akademia und dem Bereich der Verbände. Der fachliche Diskurs baut damit auf einer Kooperation auf, die für Perspektivenvielfalt steht. Das Netzwerk trägt zu innovativen Impulsen bei, indem z. B. Themen für Abschlussarbeiten eingebracht werden. Die fachlich-inhaltliche Gestaltung der Studieninhalte – unter Einbezug der existierenden Gremien wie der Fachkommission – wird damit kontinuierlich reflektiert. Insgesamt ist ein sehr gutes System vorhanden, das sicherstellt, dass die Inhalte die Absolvent/inn/en für die Erwerbstätigkeit geeignet qualifizieren. Wissenschaftliche, forschungsorientierte Anforderungen werden durch entsprechend qualifiziertes Personal gewährleistet. Der Pool an Lehrenden wurde in diesem Zusammenhang erweitert.

Im Lehr-/ Präsenzplan wird sich bemüht, die Fächer folgerichtig aufeinander aufzubauen, sodass Methodenkenntnisse vermittelt werden, die darauffolgend Anwendung finden. Die methodisch-didaktischen Ansätze des Curriculums sind vielfältig und passend ausgelegt. Im Detail werden sie kontinuierlich im Rahmen von Evaluierungen überprüft.

Positiv ist zu werten, dass die Formulierung „ein studiengangsspezifisches Fachproblem in der Master-Thesis zu behandeln“ in die Prüfungsordnung aufgenommen werden soll. Hieraus erwächst ein stimmiger Gesamtumfang an CP für die Rechtfertigung einer Spezialisierungsrichtung.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.4 Studienerfolg (§ 14 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 14 MRVO.

Studiengangsübergreifende Aspekte

Dokumentation

Als qualitätssichernde Maßnahmen in den Studiengängen führt die Hochschule Lehrevaluationen an, die sowohl die Präsenzlehre als auch den Workload thematisieren, Absolventenstudien sowie das direkte Feedback der Studierenden. Statistiken zum Studienverlauf und -erfolg werden ebenfalls erhoben.

Die Ergebnisse der Lehrevaluation werden an die Lehrenden weitergeleitet; sie haben sich nach Angaben der Hochschule als unauffällig erwiesen. Auch die Veranschlagung des Workloads hat sich für die Hochschule als realistisch herausgestellt.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Hochschule führt regelmäßig Erhebungen zur Evaluation durch. Die Lehrveranstaltungen und der Workload werden evaluiert, die Absolvent/inn/en befragt und die Daten statistisch ausgewertet. Die dazugehörige Rücklaufquote war in den vergangenen Jahren stets hoch. Die Zeit während der Coronapandemie ist davon ausgenommen, da online das Feedback geringer war.

Die Ergebnisse werden zunächst auf Studiengangsebene gesichtet und bei Handlungsbedarf Vorschläge einer Fachkommission zur Diskussion übermittelt. Damit ist gewährleistet, dass diese auch einen direkten Einfluss auf die Weiterentwicklung der Module und des Studiums haben. Es ist zu bescheinigen, dass sich das Verfahren etabliert hat und ein großes Interesse der Dozierenden und Lehrenden vorhanden ist, um den Studienerfolg stetig zu überprüfen und zu sichern.

Die konkreten Ergebnisse der Evaluation werden zwar nach der Evaluations-Satzung der Hochschule Kaiserslautern veröffentlicht (z. B. Aushang am Fachbereich). Da die Studierenden berufsbegleitend das Studium absolvieren und somit wenig vor Ort sind, scheinen diese daher aber wenig über die konkreten Ergebnisse informiert zu sein. Die Veröffentlichung entspricht den Regularien, könnte aber für die Studierenden in ihrer besonderen Studiensituation verbessert werden.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

Das Gutachtergremium gibt folgende Empfehlung:

Die Gutachtergruppe empfiehlt, das Verfahren zur Bekanntgabe der Ergebnisse zu den jeweiligen Evaluationen besser an die Bedürfnisse der berufsbegleitenden Studierenden (weniger Präsenz vor Ort, mehr Onlinestudium) anzupassen.

2.2.5 Geschlechtergerechtigkeit und Nachteilsausgleich (§ 15 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 15 MRVO.

Studiengangsübergreifende Aspekte

Dokumentation

Die Gleichstellung von Frauen und Männern ist als Ziel im Leitbild der Hochschule verankert. Die Hochschule hat einen Frauenförderplan erstellt, dessen Umsetzung u. a. von einer Stabsstelle Gleichstellung, der Zentralen Gleichstellungsbeauftragten sowie dem Senatsausschuss für Gleichstellungsfragen umgesetzt wird. Auch im Fachbereich ist die Position der/des Gleichstellungsbeauftragten besetzt.

Der Nachteilsausgleich von Studierenden mit Behinderung wird laut Hochschule zum einen durch bauliche/technische Einrichtungen und zum anderen durch organisatorische Regelungen, wie z. B. einen Nachteilsausgleich, gewährleistet.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Hochschule achtet auf die Herstellung von Geschlechtergerechtigkeit und fördert Diversität. Die Gebäude und die Webseiten sind barrierefrei. Einen Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderungen gibt es auch.

Die Hochschule hat gleich mehrere Stellen, die sich um das Thema Gleichstellung kümmern. Hinsichtlich der Studierendenzahl lassen die Studiengänge allerdings geschlechterspezifische Neigungen erkennen. Diese sind aber auch an anderen Hochschulen in dieser Form festzustellen und nicht einer spezifischen Studiensituation an der Hochschule Kaiserslautern anzulasten. Grundsätzlich stellen die Fernstudiengänge ein gutes Angebot dar, Familie und Studium miteinander zu vereinbaren.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

2.2.6 Kooperationen mit nichthochschulischen Einrichtungen (§ 19 MRVO)

Der Studiengang entspricht den Anforderungen gemäß § 19 MRVO.

Studiengangsübergreifende Aspekte

Dokumentation

In der Durchführung der weiterbildenden Masterstudiengänge kooperiert die Hochschule mit dem ed-media e. V. Institut für Innovation in Bildungs- und Unternehmensprozessen, welches gemäß Kooperationsvertrag folgende Aufgaben wahrnimmt: außerfachliche, organisatorische Betreuung der Fernstudierenden und Dozierenden, Organisation des Studien- und Prüfungsbetriebes, Durchführen von Öffentlichkeitsarbeit und Marketing, Durchführen von Einführungs- und Informationsveranstaltungen, Hosten und Pflegen der Lernplattform und des Webauftritts, Organisation der Weiterentwicklung, Pflege und Formatierung von Studienmaterial sowie Beratung in Organisations- und Gebührenfragen. Laut Kooperationsvertrag obliegt die Verantwortung für die Durchführung des Lehr- und Prüfungsbetriebes bei der Hochschule.

Bewertung: Stärken und Entwicklungsbedarf

Die Kooperation mit dem ed-media e.V. Institut, das ein An-Institut der Hochschule Kaiserslautern ist, ist eine langjährige und etablierte Zusammenarbeit, die vor allem zur organisatorischen Unterstützung des Fernstudiengangs mit seinen drei Präsenzzorten dient. Die Aufgaben des Instituts sind in einem Kooperationsvertrag geregelt und betreffen organisatorische Aspekte wie z. B. die Bereitstellung der Prüfungsmaterialien an den Studienorten und die Weiterleitung an den/die Prüfende/n oder die Information von Studieninteressierten. Die inhaltliche Verantwortung für die Studiengänge (Inhalt und Organisation des Curricu-

lums, Zulassung und Anerkennung/Anrechnung, Aufgabenstellung und Bewertung von Prüfungsleistungen, die Verwaltung von Prüfungs- und Studierendendaten, Verfahren der Qualitätssicherung sowie die Entscheidung zu Kriterien und Verfahren der Auswahl des Lehrpersonals) obliegt der Hochschule. Die Auslagerung der genannten Aspekte an das An-Institut erfolgt insbesondere aufgrund des gebührenpflichtigen Angebots der Studiengänge und damit in Zusammenhang stehender rechtlicher Rahmenbedingungen und ist auch vor diesem Hintergrund sinnvoll.

Entscheidungsvorschlag

Das Kriterium ist erfüllt.

3 Begutachtungsverfahren

3.1 Allgemeine Hinweise

Wegen der Reise- und Versammlungsbeschränkungen aufgrund der Corona-Pandemie konnte keine Begehung vor Ort stattfinden. Entsprechend dem Beschluss des Vorstands der Stiftung Akkreditierungsrat vom 10.03.2020 wurde die Begutachtung in Absprache mit den Beteiligten gemäß § 24 Abs. 5 MRVO auf Aktenlage durchgeführt. Dabei wurden auf Seiten der Hochschule Kaiserslautern alle unter 4.2 genannten Gruppen in die Befragung durch das Gutachtergremium eingebunden. Die Räumlichkeiten und die sächliche Ausstattung wurden im Selbstbericht dokumentiert.

3.2 Rechtliche Grundlagen

Akkreditierungsstaatsvertrag

Rheinland-pfälzische Landesverordnung zur Studienakkreditierung

3.3 Gutachtergruppe

Vertreterin/Vertreter der Hochschule:

Prof. Dr. Alexander Kock, Technische Universität Darmstadt, Fachbereich Rechts- und Wirtschaftswissenschaften, Fachgebiet Technologie- und Innovationsmanagement

Prof. Dr. Kathrin Reger-Wagner, Ernst-Abbe-Hochschule Jena, Fachbereich Wirtschaftsingenieurwesen, Professur für Betriebswirtschaftslehre - Marketing und Technischer Vertrieb

Prof. Dr. Joachim Riedl, Hochschule Hof, Fakultät Wirtschaft, Leiter Masterstudiengang Marketing Management

Vertreter der Berufspraxis:

Gregor Berg, Neuland-Medien GmbH & Co. KG, Rheda-Wiedenbrück

Vertreter der Studierenden:

Roland Meister, Student der Fachhochschule Münster

4 Datenblatt

4.1 Daten zum Studiengang zum Zeitpunkt der Begutachtung

Studiengang 01

Erfolgsquote	87 %
Notenverteilung	Durchschnittsnote aller Absolvent/inn/en: 2,1
Durchschnittliche Studiendauer	5 Semester
Studierende nach Geschlecht	0 weiblich, 36 männlich

Studiengang 02

Erfolgsquote	91 %
Notenverteilung	Durchschnittsnote aller Absolvent/inn/en: 2,1
Durchschnittliche Studiendauer	5 Semester
Studierende nach Geschlecht	25 weiblich, 25 männlich

Studiengang 03

Erfolgsquote	91 %
Notenverteilung	Durchschnittsnote aller Absolvent/inn/en: 1,8
Durchschnittliche Studiendauer	5 Semester
Studierende nach Geschlecht	12 weiblich, 25 männlich

4.2 Daten zur Akkreditierung

Studiengang 01

Vertragsschluss Hochschule – Agentur:	22.10.2019
Eingang der Selbstdokumentation:	16.12.2019
Zeitpunkt der Begehung:	Siehe 3.1
Erstakkreditiert am: durch Agentur:	18.08.2008 AQAS e.V.
Re-akkreditiert (1): durch Agentur:	Von 30.05.2014 bis 30.09.2020 AQAS e.V.
Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind:	Hochschulleitung Fachbereichsleitung Studiengangsverantwortliche Lehrende Studierende
An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt):	Wegen des Entfallens der Begehung vor Ort aufgrund der Corona-Pandemie konnten keine Räumlichkeiten besichtigt werden. Diese wurden im Selbstbericht der Hochschule dokumentiert.

Studiengang 02

Vertragsschluss Hochschule – Agentur:	22.10.2019
Eingang der Selbstdokumentation:	16.12.2019
Zeitpunkt der Begehung:	s.o.
Erstakkreditiert am: durch Agentur:	18.08.2008 AQAS e.V.
Re-akkreditiert (1): durch Agentur:	Von 30.05.2014 bis 30.09.2020 AQAS e.V.
Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind:	Hochschulleitung Fachbereichsleitung Studiengangsverantwortliche Lehrende Studierende
An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt):	s.o.

Studiengang 03

Vertragsschluss Hochschule – Agentur:	22.10.2019
Eingang der Selbstdokumentation:	16.12.2019
Zeitpunkt der Begehung:	s.o.
Erstakkreditiert am: durch Agentur:	23.02.2016 AQAS e.V.
Personengruppen, mit denen Gespräche geführt worden sind:	Hochschulleitung Fachbereichsleitung Studiengangsverantwortliche Lehrende Studierende
An räumlicher und sächlicher Ausstattung wurde besichtigt (optional, sofern fachlich angezeigt):	s.o.