



## **Gutachten zur Akkreditierung**

### **der Studiengänge**

**Sportmanagement und Sportkommunikation (B.A.)**

**Sport, Medien und Kommunikationsforschung (M.A.)**

**Sportökonomie (M.Sc.)**

**an der Deutschen Sporthochschule Köln**

Begehung der Deutschen Sporthochschule Köln am 9./10.7.2007

### **Gutachtergruppe:**

Prof. Dr. Gregor Daschmann	Johannes-Gutenberg-Universität Mainz, Institut für Publizistik
Prof. Dr. Wolfgang Maennig	Universität Hamburg, Department Wirtschaftswissenschaften
Stefan Ludwig	Deloitte & Touche GmbH, Düsseldorf (Vertreter der Berufspraxis)
Frank Hemmerling	Universität Jena (studentischer Vertreter)

**Koordinator:** Volker Husberg, Geschäftsstelle AQAS

## 1. Akkreditierungsbeschluss

### Bachelor Sportmanagement und Sportkommunikation

Auf der Basis des Berichts der Gutachter und der Beratungen der Akkreditierungskommission in der 28. Sitzung vom 20./21.8.2007 spricht die Akkreditierungskommission folgende Entscheidung aus:

1. Der Bachelor-Studiengang „**Sportmanagement und Sportkommunikation**“ mit dem Abschluss „**Bachelor of Arts**“ wird unter Berücksichtigung der einschlägigen Beschlüsse des Akkreditierungsrats **mit Auflagen akkreditiert**.

Die Auflagen beziehen sich auf im Verfahren festgestellte Mängel hinsichtlich der Erfüllung von Qualitätsanforderungen unwesentlicher Art im Sinne des Beschlusses des Akkreditierungsrats „Entscheidungen der Akkreditierungsagenturen: Arten und Wirkungen“ i.d.F. vom 22.06.2006.

2. Die Auflagen sind umzusetzen. Die **Umsetzung der Auflagen** ist schriftlich zu dokumentieren und AQAS spätestens bis zum **30.9.2008** anzuzeigen.
3. Die Akkreditierung wird für eine Dauer von fünf Jahren (unter Berücksichtigung des vollen zuletzt betroffenen Studienjahres) ausgesprochen und ist gültig bis zum **30.9.2012**.

Sollte der Studiengang zu einem späteren Zeitpunkt anlaufen, kann die Akkreditierung auf Antrag der Hochschule entsprechend verlängert werden.

Die Akkreditierung wird unwirksam, wenn der akkreditierte Studiengang nicht innerhalb von zwei Jahren nach dem Wirksamwerden der Akkreditierungsentscheidung eröffnet wird. In Fällen von konsekutiven BA/MA-Studiengängen, die in einem Verfahren aufgrund desselben Antrags der Hochschule akkreditiert werden, gilt die Eröffnung des Bachelorstudiengangs auch als Eröffnung des konsekutiven Masterstudiengangs im Sinne des oben genannten Beschlusses.

#### Auflagen:

1. Die Hochschule muss eine Zuordnung von qualifizierten Lehrenden zu den Modulen vorlegen, und zwar für den gesamten Studienverlauf.
2. Ein Modellstundenplan muss noch nachgereicht werden, um die Überschneidungsfreiheit der Lehrveranstaltungen nachzuweisen.
3. Die vorgelegten Modulkataloge und –beschreibungen müssen hinsichtlich Verzahnung und Angabe der Prüfungsformen ergänzt werden.

### Empfehlungen:

1. Das Modul Sozialkompetenz I des Basisstudiums sollte schon im ersten Semester angeboten werden.
2. Es sollte erwogen werden, das erste Jahr nicht ausschließlich für das Basis-Studium vorzusehen, sondern auch schon Fachinhalte mit kommunikations- und wirtschaftswissenschaftlichen Schwerpunkten anzubieten, um den Studierenden eine frühzeitige Orientierung und Grundlagenausbildung zu bieten.

### **Master Sport, Medien und Kommunikationsforschung**

Auf der Basis des Berichts der Gutachter und der Beratungen der Akkreditierungskommission in der 28. Sitzung vom 20./21.8.2007 spricht die Akkreditierungskommission folgende Entscheidung aus:

1. Der Master-Studiengang „**Sport, Medien und Kommunikationsforschung**“ mit dem Abschluss „**Master of Arts**“ wird unter Berücksichtigung der einschlägigen Beschlüsse des Akkreditierungsrats **mit Auflagen akkreditiert**.

Die Auflagen beziehen sich auf einen im Verfahren festgestellten Mangel hinsichtlich der Erfüllung von Qualitätsanforderungen unwesentlicher Art im Sinne des Beschlusses des Akkreditierungsrats „Entscheidungen der Akkreditierungsagenturen: Arten und Wirkungen“ i.d.F. vom 22.06.2006.

2. Es handelt sich um einen **konsekutiven** Master-Studiengang.
3. Die Akkreditierungskommission stellt für den Studiengang ein **stärker forschungsorientiertes** Profil fest.
4. Die Auflagen sind umzusetzen. Die Umsetzung der Auflagen ist schriftlich zu dokumentieren und AQAS spätestens bis zum **30.9.2008** anzuzeigen.
5. Die Akkreditierung wird für eine Dauer von fünf Jahren (unter Berücksichtigung des vollen zuletzt betroffenen Studienjahres) ausgesprochen und ist gültig bis zum **30.9.2012**.

Sollte der Studiengang zu einem späteren Zeitpunkt anlaufen, kann die Akkreditierung auf Antrag der Hochschule entsprechend verlängert werden.

Die Akkreditierung wird unwirksam, wenn der akkreditierte Studiengang nicht innerhalb von zwei Jahren nach dem Wirksamwerden der Akkreditierungsentscheidung eröffnet wird. In Fällen von konsekutiven BA/MA-Studiengängen, die in einem Verfahren aufgrund desselben Antrags der Hochschule akkreditiert werden, gilt die Eröffnung des Bachelorstudiengangs auch als Eröffnung des konsekutiven Masterstudiengangs im Sinne des oben genannten Beschlusses.

#### Auflagen:

1. Die Hochschule muss eine Zuordnung von qualifizierten Lehrenden zu den Modulen vorlegen, und zwar für den gesamten Studienverlauf.
2. Die vorgelegten Modulkataloge und –beschreibungen müssen hinsichtlich Verzahnung und Angabe der Prüfungsformen ergänzt werden.

#### Empfehlung:

1. Der Titel des Studiengangs sollte unter den Gesichtspunkten der Konsekutivität zum BA sowie unter dem Gesichtspunkt der klaren Verbindung zu den Inhalten sowie der Erwartungen der potentiellen Nachfrager auf dem Arbeitsmarkt noch einmal überprüft werden.

### **Master Sportökonomie**

Auf der Basis des Berichts der Gutachter und der Beratungen der Akkreditierungskommission in der 28. Sitzung vom 20./21.8.2007 spricht die Akkreditierungskommission folgende Entscheidung aus:

1. Der Master-Studiengang „**Sportökonomie**“ mit dem Abschluss „**Master of Science**“ wird unter Berücksichtigung der einschlägigen Beschlüsse des Akkreditierungsrats **mit Auflagen akkreditiert**.

Die Auflagen beziehen sich auf einen im Verfahren festgestellten Mangel hinsichtlich der Erfüllung von Qualitätsanforderungen unwesentlicher Art im Sinne des Beschlusses des Akkreditierungsrats „Entscheidungen der Akkreditierungsagenturen: Arten und Wirkungen“ i.d.F. vom 22.06.2006.

2. Es handelt sich um einen **konsekutiven** Master-Studiengang.
3. Die Akkreditierungskommission stellt für den Studiengang ein **stärker forschungsorientiertes** Profil fest.
4. Die Auflagen sind umzusetzen. Die Umsetzung der Auflagen ist schriftlich zu dokumentieren und AQAS spätestens bis zum **30.9.2008** anzuzeigen.
5. Die Akkreditierung wird für eine Dauer von fünf Jahren (unter Berücksichtigung des vollen zuletzt betroffenen Studienjahres) ausgesprochen und ist gültig bis zum **30.9.2012**.

Sollte der Studiengang zu einem späteren Zeitpunkt anlaufen, kann die Akkreditierung auf Antrag der Hochschule entsprechend verlängert werden.

Die Akkreditierung wird unwirksam, wenn der akkreditierte Studiengang nicht innerhalb von zwei Jahren nach dem Wirksamwerden der Akkreditierungsentscheidung eröffnet wird. In Fällen von konsekutiven BA/MA-Studiengängen, die in einem Verfahren aufgrund desselben Antrags der Hochschule akkreditiert werden, gilt die Eröffnung des Bachelorstudiengangs auch als

Eröffnung des konsekutiven Masterstudiengangs im Sinne des oben genannten Beschlusses.

Auflagen:

1. Die Hochschule muss eine Zuordnung von qualifizierten Lehrenden zu den Modulen vorlegen, und zwar für den gesamten Studienverlauf.
2. Die vorgelegten Modulkataloge und –beschreibungen müssen hinsichtlich Verzahnung und Angabe der Prüfungsformen ergänzt werden.

Empfehlung:

1. Der Titel des Studiengangs sollte unter den Gesichtspunkten der Konsekutivität zum BA sowie unter dem Gesichtspunkt der klaren Verbindung zu den Inhalten sowie der Erwartungen der potentiellen Nachfrager auf dem Arbeitsmarkt noch einmal überprüft werden.

## **2. Profil und Ziele**

Die Deutsche Sporthochschule stellt ihr gesamtes Lehrangebot – mit Ausnahme des Lehramtes – auf eine gestufte Bachelor- und Master-Struktur um. Alle Bachelor-Studiengänge werden fachbereichs- und institutsübergreifend angeboten.

### **Bachelor „Sportmanagement und Sportkommunikation“**

Der Studiengang soll eine Spezialqualifikation in Sportmanagement und Sportkommunikation vermitteln. Gegenstand des Studiengangs sind nicht nur betriebswirtschaftliche, sondern auch interdisziplinäre sozialwissenschaftliche Aspekte. Ökonomie und Kommunikationswissenschaft sollen dabei integrativ eingebunden werden. Einzelne Veranstaltungen werden in Englisch angeboten.

Der Bachelor-Studiengang bietet eine insgesamt einzigartige, interdisziplinäre, gut durchdachte und an den Bedürfnissen des Arbeitsmarktes orientierte Qualifikation an der Schnittstelle von „Sportmanagement und Sportkommunikation“ an. Ebenfalls einzigartig ergänzt werden diese Fähigkeiten durch DSHS-typische Fertigungsziele in sport- und trainingswissenschaftlichen Erkenntnissen. Aufgrund der letzteren Lernziele können die Erkenntnisgewinne in den management- und kommunikationswissenschaftlichen Bereichen nicht so tief gehen, wie in anderen, auch internationalen Studiengängen. Dieser Nachteil wird jedoch durch die sporttheoretischen und –praktischen Erkenntnisse aufgewogen und ist den Studierenden bei der Wahl des Studiengangs bekannt.

## **Master „Sportökonomie“**

Der Master-Studiengang „Sportökonomie“ reagiert auf eine steigende Nachfrage nach Expertise, die durch einen wachsenden Sportmarkt, die Kommerzialisierung und Professionalisierung des Sports sowie den Rückbau der Sportsubventionierung hervorgerufen wird. Der Studiengang zielt darauf, seine Absolventinnen und Absolventen auf der Basis sportökonomischer Methoden und Systemkompetenzen zu eigenständiger Forschungsarbeit zu befähigen und sie für Tätigkeiten im höheren Management von Sportorganisationen, für die Beratungsbranche sowie für die universitäre und kommerzielle Forschung auszubilden.

Der Studiengang gewichtet betriebswirtschaftliche und ökonomische Fragestellungen ungefähr gleich und liegt damit auf der Nahtstelle zwischen den beiden Erkenntnisgebieten. Es ist zu erwarten, dass die Nachfrager der Absolventinnen und Absolventen auf dem Arbeitsmarkt tendenziell eher die Management-Fähigkeiten nachfragen werden. Auch dürfte die Mehrzahl der Master-Interessierten sich eher den Managementfragen zuwenden wollen. Allerdings ist es richtig, dass eine erfolgreiche Tätigkeit als (Sport-)Manager gesamtwirtschaftliche Kenntnisse voraussetzt. Insofern ist die inhaltliche Zielsetzung und Gestaltung des Studienganges sinnvoll. Der Titel des Studiengangs sollte überprüft werden (Vgl. Empfehlung). Der Studiengang ist sowohl für Absolventinnen und Absolventen des Bachelor-Studiengangs „Sportmanagement und Sportkommunikation“ als Vertiefung anschlussfähig, als auch für andere Bachelor-Absolventinnen und -Absolventen aus den Wirtschaftswissenschaften, die sich für eine Spezialisierung an der Schnittstelle zwischen Sport und Wirtschaft interessieren.

## **Master „Sport, Medien und Kommunikationsforschung“**

Der Studiengang sieht sich als Reaktion auf gestiegenes wissenschaftliches Interesse an Fragen der Sportkommunikation sowie verstärkte Nachfrage nach kommunikationswissenschaftlicher Expertise auf dem sportbezogenen Arbeitsmarkt. Der Master-Studiengang legt seinen Schwerpunkt auf den Bereich der empirischen Kommunikationsforschung. Er verbindet die Inhaltsbereiche der Kommunikationstheorie, Medienökonomie, Medienpsychologie und Mediensoziologie in einer Weise, die sowohl akademisch-wissenschaftlichen als auch außerwissenschaftlichen-wirtschaftsbezogenen Ansprüchen genügen soll.

Ein Teil der Veranstaltungen wird in Englisch angeboten. Kooperationen mit US-amerikanischen und australischen Hochschulen werden angestrebt.

Der Studiengang hat eine klare kommunikationswissenschaftliche Ausrichtung mit quantitativ empirischer Prägung und medienökonomischen Begleitmodulen. Diese Inhalte werden besonders auf die Anwendung im Sportbereich bezogen. Das Profil ist eindeutig forschungsorientiert und viel versprechend. Betont wird die Kommunikationsanalyse ebenso wie Kommunikationsgestaltung und kommunikationsstrategisches Handeln, beides wird speziell auf Vorgänge im Sportbereich abgestimmt. Der Studiengang ist sowohl für Absolventinnen und

Absolventen des Bachelor-Studiengangs „Sportmanagement und Sportkommunikation“ als Vertiefung anschlussfähig, als auch für andere Bachelor-Absolventinnen und -Absolventen aus den Kommunikationswissenschaften, die sich für eine Kommunikationstätigkeit im Sport interessieren. Der Studiengang verspricht einen guten Einstieg in die Berufsfelder des Sportjournalismus, Sportkommunikation/-marketing oder auch in die kommerzielle oder akademische Forschung. Der Titel des Studiengangs ist ein wenig sperrig, andererseits ist die Argumentation der Hochschule nachzuvollziehen, dass im Titel weder auf den Sportbegriff (aufgrund der Hochschulidentität) noch auf den Medienbegriff (aufgrund der Außenwirkung) verzichtet werden kann.

### **3. Qualität des Curriculums**

Die Bachelor-Studiengänge der Deutschen Sporthochschule gliedern sich in vier inhaltliche Bereiche. Alle Studierenden absolvieren ein sportwissenschaftliches Basisstudium im Umfang von 47 Credits sowie drei Module zum Themenkreis Schlüsselqualifikationen im Umfang von 12 Credits. Dazu kommt ein studiengangsspezifischer Kernbereich (berufsorientiertes Studium) mit einer darin enthaltenen Schwerpunktbildung (profilvertiefendes Studium). Weitere 12 Credits werden im profilergänzenden Wahlpflichtbereich erworben, den die Studierenden aus einer Vielzahl von Modulangeboten nach individuellem Interesse wählen können. Den Abschluss des Studiengangs bildet die Bachelor-Arbeit (12 Credits).

#### **Bachelor „Sportmanagement und Sportkommunikation“**

Zulassungsvoraussetzung ist neben den formalen Anforderungen der Nachweis über die besondere Eignung für das Sportstudium.

Im Kernbereich des Studiengangs müssen neun Module absolviert werden: Grundlagen der Ökonomie, Marketing, Managementlehre, Finanzierung, Sportmanagement, Sportökonomie, Sport- / Medienrecht sowie Kommunikationswissenschaft I und II. Dazu kommen drei Module (aus sechs möglichen) im profilvertiefenden Studium. Diese entstammen den Bereichen Sportmanagement oder Sportkommunikation.

Das Curriculum des Bachelor-Studiengangs stellt eine schlüssige und ausgewogene Mischung der integrierten Teildisziplinen bei gleichzeitig notwendiger Schwerpunktbildung im Sportbereich dar. Die Idee des Basis-/Schlüsselqualifikationsbereichs mit aufbauender Berufsfeldorientierung sowie Profilvertiefung und -ergänzung erscheint sinnvoll. Allerdings sollte die Platzierung der Sozialkompetenzmodule und die mögliche Verschiebung von Fachinhalten mit kommunikations- und wirtschaftswissenschaftlichen Schwerpunkten in das erste/zweite Semester geprüft werden (vgl. Empfehlungen), um den Studierenden eine frühzeitige Orientierung (Reduzierung der Gefahr des späten Dropouts) und Grundlagenausbildung zu bieten. Aus dem Bereich der Kommunikationswissenschaft werden die zentralen Felder in den Modulen

Kommunikation I und Kommunikation II vermittelt. Auch der wirtschaftswissenschaftliche Anteil erscheint stimmig. Die geforderte Sparteignungsprüfung erscheint mit Blick auf den DSHS-typischen sportpraktischen Anteil vertretbar.

### **Master „Sport, Medien und Kommunikationsforschung“**

Zulassungsvoraussetzungen: Zum Studiengang werden Absolventinnen und Absolventen der folgenden Studiengänge mit einer Abschlussnote von 2,0 oder besser, zugelassen: Bachelor-Studiengang „Sportmanagement und Kommunikation“ an der Deutschen Sporthochschule, Studiengänge der Fachrichtung Kommunikations-, Medien- und Publizistikwissenschaft, sportbezogene Bachelor-Studiengänge.

Der Studiengang besteht aus neun Modulen, einem sechswöchigen Forschungspraktikum sowie der abschließenden Master-Arbeit (30 Credits). Als Module müssen absolviert werden: Wissenschaftliches Arbeiten I und II, Kommunikationsforschung I und II, Medienpsychologie, Mediensoziologie, Medientheorien, Medien und Sport sowie Ökonomie mit Schwerpunkt Medienökonomie / Marketing.

Im Master-Studiengang „Sport, Medien und Kommunikationsforschung“ wird die Kommunikationswissenschaft in ihrer ganzen Breite abgedeckt und sportspezifisch aufbereitet. Die Lernziele und Lehrinhalte entsprechen aus fachlicher Sicht dem State of the Art der Disziplin und sind durchaus konkurrenzfähig zu anderen Masterangeboten im Fach. Die sportspezifische Anbindung sorgt hier für das Alleinstellungsmerkmal. Auf dieses Modul sollte daher bei der Umsetzung besonderes Augenmerk gelegt werden.

### **Master „Sportökonomie“**

Zulassungsvoraussetzungen: Die Bewerberinnen und Bewerber müssen über ein erfolgreich abgeschlossenes Bachelor-Studium des Sportmanagements oder der Wirtschaftswissenschaften verfügen und sich einem standardisierten Auswahlverfahren unterziehen.

Der Studiengang umfasst elf Module sowie die Master-Arbeit im Umfang von 30 Credits. Die Module widmen sich den Themen International Sport Governance, Sportökonomische Methoden, Sportökonomik I und II, Sportbetriebslehre, Sportmarketingforschung, Sportmanagementforschung sowie Finanzwirtschaft im Sport. Dazu kommen als weitere Module die Durchführung eines wissenschaftlichen Projekts sowie eines Tutoriums und die Teilnahme an einem Kolloquium, das mit der Master-Arbeit in Verbindung steht.

Das Curriculum gewichtet betriebswirtschaftliche und ökonomische Inhalte ungefähr gleich und verbindet dies in allen Lehrveranstaltungen mit den spezifischen Aspekten der Sportindustrie. Die Lernziele und Lehrinhalte sind durchaus konkurrenzfähig zu anderen (internationalen) Masterangeboten im Bereich Sportmanagement/-

ökonomik. Über die Master-Arbeit ist eine weitere Vertiefung/Spezialisierung in einem betriebs-/volkswirtschaftlichen Themenbereich möglich.

#### **4. Studierbarkeit der Studiengänge**

Studienbegleitende Veranstaltungen werden durch die Zentrale Studienberatungsstelle in Abstimmung mit Vertretern der Studiengänge und des AStA koordiniert und durchgeführt; dazu gehören z.B. eine Einführungswoche, Beratungen bzgl. der Studiengangsplanung, semesterbegleitende Informationsveranstaltungen zu Prüfungen, Praktika, wiss. Projekten und der Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt.

Der Koordinierungsausschuss „Lehre“ trägt dafür Sorge, dass die zentralen und aufeinander aufbauenden Veranstaltungen entzerrt werden und überschneidungsfrei studierbar sind.

Etwa ein Viertel des Studiumumfangs der Bachelor-Studiengänge bietet den Studierenden Wahlmöglichkeiten.

Die Master-Studiengänge verfügen auf Grund ihrer hohen Spezialisierung dagegen vorwiegend über Pflichtveranstaltungen.

Da alle Studiengänge neu konzipiert worden sind, sind Lehrinhalte und Lehrangebote innerhalb der interdisziplinären Arbeitsgruppen abgestimmt worden. Diese Arbeitsgruppen existieren auch weiterhin. Darüber hinaus werden durch die Modulbeauftragten Absprachen über das Lehrangebot koordinieren.

Für die Studiengänge ist ein Grundschema für die Bewertung von Leistungen in Abhängigkeit von ECTS und Workload entwickelt worden, das im Rahmen der Evaluation überprüft werden wird.

Für alle drei Studiengänge kommen die Gutachter zu folgender Einschätzung. Die Verteilung der Credits, des Workloads und der Prüfungsanforderungen über die Module hinweg erscheint stimmig und gelungen und alle drei Studiengänge erscheinen gut strukturiert und studierbar. Dennoch wird die Studierbarkeit wesentlich dadurch beeinflusst werden, welche Arten von Prüfungsformen letztendlich auf den Modulkatalogen verankert werden. Diese lagen der Gutachtergruppe leider noch nicht vor. Die vorgelegten Modulkataloge und –beschreibungen benötigen eine redaktionelle Bearbeitung hinsichtlich Verzahnung und Angabe der Prüfungsformen. Die Berechnung des Workloads erscheint schlüssig. Dennoch werden erst die Evaluationen der folgenden Semester Aufschluss darüber geben, inwieweit diese den echten Arbeitsaufwand wiedergeben. Ein Modellstundenplan wäre wünschenswert um die Überschneidungsfreiheit der Lehrveranstaltungen nachzuweisen (Vgl. Auflage).

Die Einrichtung eines Teilzeitstudiums sollte von der Uni möglichst zügig in Angriff genommen werden, da insbesondere durch die Gespräche mit den Studierenden deutlich wurde, wie wichtig dieses vor allem für die spätere Berufsfeldqualifizierung ist. Diese Problematik ist den Verantwortlichen bewusst und soll angegangen werden. Es findet zurzeit eine Sondierung von Konzepten statt.

## **5. Berufsfeldorientierung**

### **Bachelor „Sportmanagement und Sportkommunikation“**

Für die Absolventinnen und Absolventen wird ein breites Betätigungsfeld gesehen. Sie verfügen über verschiedenartige Kompetenzen, die den Schlagworten „Wirtschaften“, „Managen“, „Kommunizieren“, „Verkaufen“ und „Finanzieren/Rechnen“ zugeordnet werden. Dazu kommen spezielle sportbezogene Qualifikationen, die sich in sportwissenschaftliche, produktbezogene und organisationsbezogene Kenntnisse und Fähigkeiten einteilen lassen.

Curricular findet die Berufsfeldorientierung in besonderer Weise ihren Niederschlag durch die Arbeit an Fallbeispielen, die Integration von Unternehmensplanspielen, das Praktikum, die Einbindung von Lehrbeauftragten aus der beruflichen Praxis sowie durch die drei Module zur Vermittlung von Schlüsselqualifikationen.

Der Studiengang vermittelt ausreichendes Basiswissen für die vorgesehenen Berufsfelder bei gleichzeitig ausreichender Spezialisierung, um in der Bewerberkonkurrenz (Management/Ökonomik oder Kommunikation) im sportspezifischen Umfeld auch Alleinstellungsmerkmale vorweisen zu können. Das Studium ist somit geeignet, die Berufschancen der Absolventen im Vergleich zu den bisherigen DSHS-Studiengängen unter Beibehaltung der spezifischen sportpraktischen Ausbildungsschwerpunkte der Hochschule zu erhalten, gegebenenfalls aufgrund der klaren Profilierung als Bachelor „Sportmanagement und Sportkommunikation“ zu steigern.

Die Deutsche Sporthochschule sollte prüfen, ob Sportjournalismus nicht schon ein Berufsfeld für Bachelor-Absolventinnen und -Absolventen ist und ob daher praktische Übungen im Sportjournalismus nicht bereits im Bachelor-Studiengang angesiedelt sein sollten.

### **Master „Sport, Medien und Kommunikationsforschung“**

Als Berufsfelder werden, neben Hochschulen und Forschungseinrichtungen, PR-Abteilungen von Sportorganisationen, Verlage und Rundfunkanstalten, Werbe- und Mediaagenturen, Sportartikelhersteller sowie Marktforschungsinstitutionen gesehen. Die Absolventinnen und Absolventen sollen in der Lage sein, komplexe Fragestellungen mit empirisch-wissenschaftlichen Methoden zu bearbeiten, relevante Informationen zu beschaffen, aufzuarbeiten und zu analysieren sowie sie angemessen zu präsentieren.

Bei der Konzeption des Studiengangs wurden Gespräche mit Institutsleitern sozialwissenschaftlicher Forschungsinstitutionen aber auch mit Unternehmen der Kommunikationsbranche und der Konsumgüterindustrie geführt.

Der Studiengang ermöglicht eine Vertiefung der Grundlagen sowie eine weitere Spezialisierung für die vorgesehenen Berufsfelder, um auch hier in der Bewerber-

konkurrenz (Kommunikationswissenschaften) im sportspezifischen und möglicherweise auch im weiteren Umfeld bestehen zu können. Dieser Studiengang ist somit geeignet, die Berufschancen der Absolventen im Vergleich zu den bisherigen DSHS-Studiengängen unter Beibehaltung der spezifischen sportpraktischen Ausbildungsschwerpunkte der Hochschule zu steigern.

### **Master „Sportökonomie“**

Die Absolventinnen und Absolventen sollen für Tätigkeiten im höheren Management von Sportorganisationen, für die Beratungsbranche sowie für die universitäre und kommerzielle Forschung qualifiziert werden. Sie verfügen über spezifische Kompetenzen in den Bereichen sportökonomische Evaluation, Analyse und Konzeption sowie die damit verbundenen Methodenkompetenzen.

Bei der Konzeption des Studiengangs wurden Erkenntnisse der Berufsfeldforschung des eigenen Instituts der Deutschen Sporthochschule berücksichtigt.

Der Studiengang vermittelt eine weitere Spezialisierung, um in der Bewerberkonkurrenz (Management/Ökonomik) im sportspezifischen Umfeld bestehen zu können. Der Studiengang ist somit geeignet, die Berufschancen der Absolventen im Vergleich zu den bisherigen DSHS-Studiengängen unter Beibehaltung der spezifischen sportpraktischen Ausbildungsschwerpunkte der Hochschule zu steigern.

## **6. Qualitätssicherung**

Die Deutsche Sporthochschule verfügt über eine Evaluationsordnung, die Qualitätssicherungsmaßnahmen regelt. Dazu gehören eine regelmäßige Lehrveranstaltungsevaluation, die Teil des Lehrberichts ist, sowie eine in zweijährigem Turnus geplante Absolventenbefragung sowie in dreijährigem Turnus eine Arbeitgeberbefragung. Für die Behebung etwaiger Mängel ist der Prorektor für Lehre verantwortlich.

Für Nachwuchswissenschaftler/innen wird eine hochschuldidaktische Fortbildung angeboten. Gemeinsam mit dem Hochschuldidaktischen Zentrum der Universität Heidelberg wurde ein spezielles Schulungsprogramm für die Deutsche Sporthochschule geschaffen, das die Lehrenden für die Lehre im gestuften Studiengangsystem weiterbilden soll.

Das Qualitätsmanagement, die Regel- und Evaluationsinstrumente sowie die regelmäßigen Absolventenbefragungen sind geeignet, eine permanente Evaluation, Anpassung und Optimierung des Angebots der drei Studiengänge zu gewährleisten.

## **7. Personelle und sächliche Ressourcen**

*Personelle Ressourcen:*

Für alle Studiengänge und Studienbereiche hat die Hochschule Kapazitätsberechnungen durchgeführt. Die Zuordnung von Lehrenden im Bereich der „Basics“,

der durch Lehrende aller Fachbereiche bedient wird, und im Bereich „Ergänzendes Profil“ war zur Zeit der Antragstellung noch nicht abgeschlossen.

#### *Sächliche Ressourcen:*

Für alle Studiengänge und Studienbereiche hat die Hochschule Kapazitätsberechnungen durchgeführt. Im Bereich der „Basics“, der durch Lehrende aller Fachbereiche bedient wird, und im Bereich „Ergänzendes Profil“ findet zurzeit eine Zuordnung von Lehrenden zu den Modulen statt.

Die räumliche Ausstattung sowie die Ausstattung mit Sportstätten wird als hervorragend bezeichnet. Die Bibliothek besitzt lt. Antrag mit rund 375.000 Bänden und 1.660 laufend gehaltenen Zeitschriften die weltweit größte Sammlung von Medien zur Sportwissenschaft. In den letzten drei Jahren wurden jeweils knapp 320.000 Euro für Neuanschaffungen und Bestandserhaltung ausgegeben.

Es stehen vier Räume mit PC-Ausstattung (je 20 Rechner) für Studierende zur Verfügung. Darüber hinaus weisen das HRZ sowie die Bibliothek weitere 82 Computer-Arbeitsplätze auf.

Aufgrund der von der Deutschen Sporthochschule genannten Kennzahlen scheinen die vorhandenen Sach-, Raum und Personalmittel ausreichend, das Angebot der Studiengänge sicherzustellen. Eine genaue Überprüfung ist allerdings nur anhand der in der Auflage eingeforderten Zuordnungstabelle möglich. Hier sollte neben der vorhandenen Kapazität auch nachgewiesen werden, dass eingesetzte Lehrbeauftragte über die für ihre Veranstaltungen notwendige Qualifikation (vor allem bei Veranstaltungen mit wissenschaftlichem Charakter) verfügen sowie dass auch im Bachelor-Programm die Professorinnen und Professoren in angemessenem Umfang Lehre anbieten. Die Raumressourcen erscheinen ausreichend, die von der Hochschule zugesagte Verbesserung der Raumsituation des Instituts für Sportpublizistik sollte zügig umgesetzt werden, um die zur Zeit unerträgliche Situation fehlender Räume für Betreuungs- und Beratungsgespräche abzuschaffen. Sehr positiv ist insgesamt anzumerken, dass die Hochschule mit der Änderung ihres gesamten Studienangebotes auch ihre gesamte Verwaltungs- und Fachbereichsstruktur umstellt: Hier wird beispielhaft umgesetzt, dass nicht die Studienstruktur den vorgehaltenen Hochschulressourcen, sondern die aufzubauenden Strukturen den vorgehaltenen Angeboten entsprechen sollten.

## **8. Zusammenfassende Wertung**

Alle drei Studiengänge können inhaltlich, strukturell und organisatorisch überzeugen. Wie bereits mehrfach betont gilt es den Nachweis zu erbringen, dass für alle Module qualifizierte Lehrkräfte zur Verfügung stehen und, dass Professorinnen und Professoren auch im Bachelor-Studiengang in angemessenem Umfang Lehrangebote machen.

### **Bachelor „Sportmanagement und Sportkommunikation“**

Der Studiengang verbindet sportpraktische Lehrinhalte mit Kommunikations- und Wirtschaftswissenschaftlichen Schwerpunkten. Damit bereitet er gezielt und überzeugend Absolventinnen und Absolventen auf Management- und Kommunikations-tätigkeiten im Sportbereich vor. Die Ausbildungsziele sind besonders berufsfeldorientiert.

### **Master „Sport, Medien und Kommunikationsforschung“**

Der Studiengang ist eindeutig forschungsorientiert und viel versprechend. Er ist sowohl für Studierende des Bachelor-Studiengangs „Sportmanagement und Sportkommunikation“ als Vertiefung anschlussfähig als auch für andere BA-Absolventen aus den Kommunikationswissenschaften, die sich für eine Kommunikationstätigkeit im Sport interessieren und verspricht einen guten Einstieg in die Berufsfelder des Sportjournalismus, Sportkommunikation/-marketing oder auch in die kommerzielle oder akademische Forschung. Der Titel des Studiengangs sollte überprüft werden (Vgl. Empfehlung).

### **Master „Sportökonomie“**

Der Studiengang gewichtet betriebswirtschaftliche und ökonomische Fragestellungen ungefähr gleich und liegt damit auf der Nahtstelle zwischen den beiden Erkenntnisgebieten. Der Studiengang ist sowohl für Studierende des Bachelor-Studiengangs „Sportmanagement und Sportkommunikation“ als Vertiefung anschlussfähig, als auch für andere Bachelor-Absolventinnen und -Absolventen aus den Wirtschaftswissenschaften, die sich für eine Spezialisierung an der Schnittstelle zwischen Sport und Wirtschaft interessieren. Insofern ist die inhaltliche Zielsetzung, Gestaltung und Berufsorientierung des Studienganges sinnvoll. Der Titel des Studiengangs sollte überprüft werden (Vgl. Empfehlung).