



Gutachten zur Akkreditierung

des Studiengangs

„Online-Journalismus“ (B.A.)

an der Hochschule Darmstadt

Begehung am 18. März 2009

Gutachtergruppe:

Prof. Dr. Thorsten Quandt

Universität Hohenheim, Professur für Kommunikationswissenschaft, insbesondere interaktive Medien- und Onlinekommunikation

Prof.'in Dr. Wibke Weber

Hochschule der Medien Stuttgart, Professorin für Informationsdesign

Björn Sievers, M.A.

FOCUS Online, stellvertretender Ressortleiter Wirtschaft/Finanzen (Vertreter der Berufspraxis)

Nina Olek, M.A.

Studentin der Universität Bonn (studentische Gutachterin)

Koordination:

Ninja Fischer

Geschäftsstelle AQAS, Bonn

1. Akkreditierungsentscheidung

Auf Basis des Berichts der Gutachterinnen und Gutachter und der Beratungen der Akkreditierungskommission in der Sitzung am 11. und 12. Mai 2009 spricht die Akkreditierungskommission folgende Entscheidung aus:

1. Der Bachelor-Studiengang „**Online-Journalismus**“ mit dem Abschlussgrad „**Bachelor of Arts**“ wird unter Berücksichtigung der einschlägigen Beschlüsse des Akkreditierungsrates **ohne Auflagen** akkreditiert.
2. Die Akkreditierung wird für eine Dauer von fünf Jahren ausgesprochen (unter Berücksichtigung des vollen letzten betroffenen Studienjahrs) und ist gültig bis zum **30.09.2014**. Sollte der Studiengang zu einem späteren Zeitpunkt anlaufen, kann die Dauer der Akkreditierung auf Antrag der Hochschule entsprechend verlängert werden.

Zur Weiterentwicklung des Studiengangs werden die folgenden Empfehlungen gegeben:

1. Der Studiengangstitel sollte entsprechend der Inhalte präzisiert werden. Hierbei sollte deutlich werden, dass neben Online-Journalismus auch Online-PR ein Bestandteil des Studiengangs ist.
2. Inhaltlich sollten insbesondere die Integration des Schwerpunkts Public Relations sowie die Spezifizierung auf Online-Medien überdacht werden. Dementsprechend sollten die Spezifika des Studiengangs nach außen und innen deutlicher kommuniziert werden.
3. Der Wahlpflicht-Bereich sollte zugunsten einer größeren Wahlfreiheit der Studierenden zur Schwerpunktbildung erhöht werden
4. Das Curriculum sollte inhaltlich geschärft werden, um den Studierenden eine vertiefende Beschäftigung mit Teilaspekten des Online-Journalismus' zu ermöglichen.
5. Die Arbeitsbelastung der Studierenden erscheint hoch. Der Workload sollte daher von Anfang an überprüft und die Arbeitsbelastung ggf. verringert werden
6. Das Lehrangebot sollte um berufsspezifische Angebote wie Kurse in MS Office/Excel, Marketing, Kostenrechnung etc. erweitert werden, insbesondere im Schwerpunkt Public Relations.
7. Die Möglichkeiten der Kooperation mit anderen Disziplinen im Fachbereich Media sollten stärker genutzt werden, um die vorhandenen sächlichen und personellen Ressourcen und die Kompetenzen besser in den Studiengang integrieren zu können und um das interdisziplinäre Arbeiten zu fördern.

2. Profil und Ziele des Studiengangs

Der geplante Bachelor-Studiengang „Online-Journalismus“ an der Hochschule Darmstadt soll praxisnah journalistische Kompetenzen für die Arbeit im Online-Bereich vermitteln. Zudem sollen vertiefte Kenntnisse über Technik, Formate, Nutzungs- und Produktionsweisen digitaler Medien von den Studierenden erworben werden. Durch diese Verknüpfung werden Studierende für eine Tätigkeit in einem Feld mit sich schnell wandelnden Berufsbildern vorbereitet, wobei sowohl eine Vertiefung mit journalistischem Profil als auch eine Vertiefung im Bereich PR nach dem 3. Semester angeboten werden.

Positiv fällt am Studiengangskonzept der hohe Anteil an angewandten Kursen auf, die praxistaugliche Kenntnisse und Fähigkeiten für die angestrebten Berufsfelder vermitteln. Trotz zum Teil sehr spezifischer Veranstaltungen wird aber auch eine gewisse Vielfalt an Themen angeboten, und die Studierenden erhalten darüber hinaus die Möglichkeit, im Projektstudium eigene Schwerpunkte zu setzen. Dabei wird Wert auf ‚learning by doing‘ und Arbeit in Teams gelegt, was durchaus auf die spätere Berufstätigkeit vorbereitet. Zudem erproben die Studierenden in Lehrredaktionen journalistisches Arbeiten unter alltagsnahen Bedingungen. Die berufsfeldorientierte Ausbildung des Studiengangs wird durch eine integrierte Praxisphase abgerundet, die Bachelor-typisch allerdings mit 14 Wochen zeitlich eng begrenzt ist.

Die grundlegende Entscheidung, speziell auf eine Vermittlungsform – nämlich ‚online‘ – abzuheben, kann angesichts der aktuell beobachtbaren Medienkonvergenz und zugleich unklarer Perspektiven des Online-Bereichs kritisch diskutiert werden. Hier gilt es einerseits zu bedenken, dass am Standort bereits Erfahrungen mit einem erfolgreichen und im CHE-Ranking top platzierten Studiengang gleichen Namens gesammelt wurden. Mit diesem Studiengang konnte man eine ‚Marke‘ in der hochschulgebundenen Journalistenausbildung etablieren, die mit dem neuen Angebot aufgegriffen werden kann. Diese nachweislichen Erfolge im Rahmen des ‚Vorläufer-Studiengangs‘ und eine erkennbare Ausbildungszufriedenheit der Studierenden lassen darauf schließen, dass auch das neue Bachelor-Angebot mit ähnlicher Zielrichtung und teilweise vergleichbaren Ausbildungsinhalten ein solides Angebot ist.

Andererseits ist unsicher, inwieweit Studieninhalte, welche auf die spezielle Vermittlungsform ‚Online‘ und die Beherrschung entsprechender Technologien abzielen, auch auf längere Dauer eine berufsadäquate, zeitgemäße Ausbildung garantieren; zumal heute schon in Online-Redaktionen weniger spezifisches Wissen über bestimmte Programme oder gar angewandte Informatik-Kenntnisse gefragt sind, sondern vielmehr klassisches journalistisches Handwerkszeug verbunden mit einem tieferen Verständnis für das Internet als Informationsnetzwerk (z.B. im Rahmen der Online-Recherche). Gleichzeitig bedarf es eher basaler technischer Fähigkeiten zur Beherrschung von Content Management Systemen. In dieser Hinsicht erscheint es angezeigt, die spezielle Ausrichtung auf ‚Online‘ – verbunden mit einigen Veranstaltungen, die sehr spezifisch auf die Vermittlung von technologiebezogenen Kenntnissen und Fertigkeiten (wie z.B. Flash) abzielen – nach gegebener Zeit (beispielsweise bei einer Re-Akkreditierung) nochmals einer genaueren Prüfung zu unterziehen. Dies könnte helfen, den Studiengang in Hinblick auf eine sich verändernde Praxis zu justieren und zu optimieren.

Die Vertiefung in den Bereichen Journalismus oder PR nach dem 3. Semester ist ebenfalls diskutabel. Für diese Entscheidung lässt sich argumentieren, dass die Erfahrungen mit Absolventen zeigen, dass auch in Journalismus-Studiengängen ein nicht unerheblicher Teil der Studierenden nach dem Abschluss in die PR geht und zudem die in der PR genutzten Kompetenzen und Grundfertigkeiten den journalistischen nahestehen. Die enge Verbindung von Journalismus und PR in einem Studiengang erscheint jedoch in zweierlei Hinsicht nicht ganz unproblematisch zu sein: Aus der Perspektive der Journalistenausbildung wäre eine klarere Trennung wünschenswert, um den Studierenden nicht bereits im Studium eine Nähe zur PR zu suggerieren, die eine spätere Einflussnahme Dritter auf journalistische Produkte als akzeptabel oder sogar normal erscheinen lässt. Aus Sichtweise der PR-Ausbildung wäre wiederum ein noch spezifischeres Angebot mit stärkeren Vertiefungen u.a. im Bereich der strategischen Planung, der Kostenrechnung, des (Online-)Marketing usw. angezeigt. Zu be-

fürchten ist, dass der Studiengang durch die Verquickung von PR- und Journalismus-Ausbildung – zudem unter dem eindeutigen Label ‚Online-Journalismus‘ als Studiengangstitel – den doppelten Ausbildungszielen nicht vollständig gerecht werden kann. Auch hier wäre also angezeigt, zu gegebener Zeit nochmals kritisch zu prüfen, ob mit der skizzierten Kombination optimal ausgebildet wird oder nicht andere Optionen (wahlweise Konzentration auf Journalismus oder Aufsplitten in zwei Studiengänge) besser geeignet wären.

Positiv hervorzuheben sind unterdessen die Möglichkeiten an der Hochschule Darmstadt bzw. im Fachbereich Media, in Zukunft möglicherweise modifizierte, innovative Studiengangsprofile anzubieten. Durch die weiteren themennahen Studiengänge und das entsprechend geschulte Personal des Fachbereichs ergeben sich interessante Kooperationsmöglichkeiten. Die Potenziale für innovative Ausbildungskonzepte sind hier bei weitem noch nicht erschöpft, und es wäre bei einer künftigen Optimierung des vorliegenden Studiengangprofils zu überdenken, ‚In-House‘-Synergien noch stärker zu nutzen.

3. Qualität des Curriculums

Die Regelstudienzeit beträgt sechs Semester (180 CP). Nach dem vierten Semester ist eine 14-wöchige begleitete Praxisphase vorgesehen. Das Studium schließt mit einem sechswöchigen Bachelor-Projekt ab. Der Studiengang soll ab dem Wintersemester 2009/10 angeboten werden.

Der Studiengang ist modularisiert und entspricht dem ECTS. Pro Semester können 30 CP erreicht werden. Das Studium umfasst aufeinander aufbauende Module, die sich teilweise über zwei Semester erstrecken, aber jeweils mit dem Studienjahr abschließen. Module und Lernziele sind klar beschrieben im Modulhandbuch und wissens- und kompetenzorientiert ausgestaltet.

In den ersten beiden Semestern sind Einführungen in Theorie und Praxis des Journalismus‘ sowie technische und gestalterische Grundlagenkenntnisse vorgesehen werden. Im Bereich „SuK“ (Sozial- und Kulturwissenschaften) sollen die Studierenden vom ersten bis zum vierten Semester Seminare aus dem fachübergreifenden Angebot des Begleitstudiums wählen. Hierbei können z. B. weitere Fremdsprachenkurse, aber auch Veranstaltungen zum wissenschaftlichen Arbeiten und Präsentieren belegt werden.

Ab dem dritten Semester werden Veranstaltungen und Projekte in den Vertiefungsrichtungen angeboten. Zudem sollen die fachwissenschaftlichen Kompetenzen vertieft und ergänzt werden. Das fünfte Semester soll der Berufsvorbereitung dienen. Neben der Praxisphase werden Veranstaltungen z. B. zur Geschäftsgründung, zu empirischen Methoden der Sozialwissenschaft oder Bewerbungstrainings angeboten. Im sechsten Semester wird das Studium mit der Erstellung der Bachelorarbeit und einem Kolloquium abgeschlossen.

Im Studium sollen neue Lehr- und Lernkonzepte wie das Coaching zwischen den Jahrgangsstufen und Blended Learning zum Einsatz kommen. Der Fokus soll auch auf Prüfungsformen liegen, die auf das selbstgesteuerte Lernen zugeschnitten sind. Bei Projekten, die im Team erarbeitet werden, soll dazu z. B. der Lernprozess reflektiert oder Lernportfolios erstellt werden. In Modulen, in denen praktische Kompetenzen erworben werden, sollen praktische Leistungen bewertet werden (z. B. journalistische Texte, PR-Konzepte, Fotoreportagen, Audiobeiträge, Videobeiträge etc.). Die Prüfungsformen (überwiegend praktische, anwendungsorientierte Arbeiten) sind angemessen zu den angestrebten Kompetenzen.

Die Gestaltung des Curriculums beruht auf den Erfahrungen des 8-semesterigen Diplomstudiengangs Online-Journalismus. Acht Semester lassen den Studierenden genügend Zeit, ihre Kenntnisse und ihr Wissen in Projekten anzuwenden und zu vertiefen, sich auszuprobieren in journalistischen Darstellungsformen und multimedialen Erzählweisen, Sicherheit zu erlangen in Software-Tools und Methoden, Erfahrungen zu sammeln bez. Soft Skills. Das 6-semesterige Bachelorstudium kann diese zeitli-

chen Vertiefungsphasen nicht mehr bieten. Das Modulhandbuch erweckt den Eindruck, dass die vielen Aspekte des Studiums zwar abgedeckt werden, die Inhalte aber nur angerissen werden können. Daher sollte die Breite des Lehrangebots überprüft und geschärft werden („weniger ist mehr“). Das Studienangebot gestaltet sich insgesamt sehr ambitioniert für sechs Semester. Die Gutachter empfehlen daher, die Arbeitsbelastung der Studierenden in dem Studienprogramm, das viel Projektarbeit/Selbststudium vorsieht, verstärkt zu überprüfen und ggf. kurzfristig darauf zu reagieren.

In Zusammenhang mit der Arbeitsbelastung stellt sich den Gutachtern die Frage, ob das Angebot „SuK“ in einem 6-semesterigen Studiengang noch Platz hat. Das Angebot „SuK“ ist ein USP der Hochschule Darmstadt und ist in allen Studiengängen integriert: Die Studierenden haben dadurch die Möglichkeit, über den Tellerrand zu blicken und Einblick zu bekommen in andere, fachübergreifende Disziplinen, und sie werden angeregt, ihre Arbeit, ihren zukünftigen Beruf in gesellschaftliche Zusammenhänge einzuordnen und kritisch zu reflektieren. Dieses Angebot ist zweifellos sinnvoll und wichtig und passte ideal als Ergänzung in einen 8-semesterigen Diplomstudiengang. Bei sechs Semestern, in denen die Zeit zum Studieren knapp bemessen ist und in denen kaum die Inhalte des Studiengangs umfassend vermittelt werden können, sollte das Angebot, vor allem aber der Umfang von „SuK“ überdacht werden zugunsten studiengangsrelevanterer Fächer (z. B. mehr Grundkenntnisse in MS Office/Excel für Kostenkalkulationen, in Projektmanagement-Tools und Marketing – insbesondere für den Schwerpunkt PR).

Was für „SuK“ gesagt wurde, gilt auch für das Fremdsprachen-Angebot und das Modul „International Journalism“. Hier sollte überlegt werden, ob Fremdsprachen nicht fakultativ angeboten werden könnten. Da die Bachelorabsolventen mit Schwerpunkt Journalismus nur bedingt im Ausland arbeiten werden können (es sei denn, jemand ist perfekt zweisprachig) und eine internationale Ausrichtung des Studiengangs nicht geplant ist, stellt sich die Frage, wie notwendig das Modul „International Journalism“ für den Bachelorstudiengang ist. In der Vertiefungsrichtung PR dagegen würde sich ein Modul, das Internationalität und Interkulturalität thematisiert, durchaus anbieten.

Die Gutachter weisen daraufhin, dass es zwischen den Ausbildungsinhalten und dem Titel des Studiengangs eine Diskrepanz gibt. Es erscheint irritierend, wenn ein Studiengang mit Online-Journalismus betitelt ist, laut Curriculum aber auch PR-Spezialisten ausbildet. Hier ist das Curriculum inhaltlich nicht stimmig in Bezug auf den Titel und das definierte Ausbildungsziel: nämlich Journalisten auszubilden. Der Titel vernachlässigt zudem die Tatsache, dass Online-PR als ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal des Studiengangs angesehen wird und dass 40 bis 50 Prozent der Studierenden den PR-Schwerpunkt wählen sollen. Da stellt sich die Frage, warum der Schwerpunkt Online-PR nicht klar nach außen hin kommuniziert wird, und zwar auch im Titel (z. B. Online-Journalismus und Online-PR).

Die Vermischung von PR und Journalismus in einem Studiengang halten die Gutachter aber generell für bedenklich (siehe auch „Profil und Ziele“). Eine klare Trennung (z.B. durch den Aufbau eines eigenen Studiengangs Online-PR) wäre sicher die ideale Lösung, wofür derzeit jedoch die Kapazitäten fehlen. Insofern betonen die Gutachter, dass im Curriculum die Schwerpunkte Journalismus und PR klar voneinander abgegrenzt sein sollen.

Die Gutachter geben auch zu bedenken, ob im Zeitalter von Medienkonvergenz und Crossmedia-Produktion die Fokussierung auf ein Medium, nämlich Online, noch zeitgemäß ist. Im Curriculum spielt die crossmediale Ausbildung eine entscheidende Rolle – es wäre also zu überlegen, ob dieser wichtige Aspekt sich nicht im Titel widerspiegeln sollte. Damit der Studiengang auch zukünftig für den Arbeitsmarkt optimal ausbildet, empfehlen die Gutachter, wichtige Berufsbilder wie Entwicklungsredakteur oder Multimedia-Redakteur zu berücksichtigen und entsprechende Inhalte im Lehrangebot zu verankern.

Zudem sollten die Studierenden mehr Wahlmöglichkeiten haben, um eigene Schwerpunkte zu bilden, die sie dann gezielt vertiefen können. Die Wahlpflichtveranstaltungen belaufen sich laut Modulhand-

buch auf nur 20 CP (11 Prozent). Da laut Aussage des Professorenteams die Studierenden aber auch in den „Projektmodulen“ wählen könnten, sollten die „Projektmodule“ dem Wahlpflichtbereich zugeordnet werden. Wichtig sind in diesem Zusammenhang die individuellen Zielvereinbarungen, die die Professoren mit den Studierenden in den Wahlpflichtfächern schließen.

Als äußerst positiv und auch notwendig bewerten die Gutachter das Angebot der Frühjahrs- und Herbstschulen, in denen Studierende zusätzlich Kenntnisse erwerben und/ oder vertiefen können (z.B. Flash). Eine gewinnbringende Projektidee ist auch der „Media Monday“, an dem Experten aus der Praxis Vorträge und Kolloquien halten; die Studierenden haben hier die Möglichkeit, Kontakte zu potenziellen Arbeitgebern zu knüpfen.

4. Studierbarkeit

Die Studienberatung sowie die Organisation des Studiengangs soll der Studiengangsleiter übernehmen. Zu Beginn des Studiums wird eine Einführungswoche angeboten. Der Studiengangsleiter organisiert jahrgangsweise zu Anfang und Ende sowie bei Bedarf in der Mitte des Semesters die Lehrenden und Studierenden Rück- und Ausblickssitzungen. Hierbei sollen Studienverlauf, Stundenplan und Wünsche bezüglich Infrastruktur und Lehrplanung besprochen werden können. Informationen zum Studium sind u. a. über die Plattform „Blackboard“ abrufbar, außerdem kommt das E-Learning-System „Moodle“ bei Bedarf zum Einsatz. Am Ende des dritten Semesters findet eine Informations- und Beratungsveranstaltung zu den Vertiefungsrichtungen statt. Den Studierenden steht eine Mailing-Liste zur Verfügung, über die Neuigkeiten sowie Praktika- und Jobangebote verschickt werden, sodass sie in diesem Bereich eine gute Unterstützung erfahren.

Das hessische Hochschulgesetz sieht ein Mentoring-Programm für die ersten beiden Semester vor. Jedem Studierenden wird eine Professorin oder ein Professor zur Unterstützung bzw. zur Betreuung zugeteilt. Die Mentoren sind feste Ansprechpartner und stehen bei Fragen und Problemen zur Verfügung. Außerdem werden im Semester zwei Termine mit den Mentoren vereinbart. Von den befragten Studierenden ist das Mentoring-System als sehr hilfreich bezeichnet und auch der generell enge und gute Kontakt zwischen Lehrenden und Studierenden positiv hervorgehoben worden. Neben den Mentoren gibt es zudem einen studentischen Studienberater aus dem Studiengang, der immer ansprechbar ist. Auch in den Feedbackrunden am Anfang und am Ende des Semesters haben die Studierenden die Möglichkeit, auf Positives und Negatives hinzuweisen. In den Gesprächen wurde dargestellt, dass hier angesprochene Probleme – wenn möglich – schnell behoben werden und die Lehrenden bemüht sind, die Studierbarkeit zu gewährleisten.

Der Mentor/die Mentorin sowie der Studiengangsleiter stehen zudem für Studierende mit Behinderung als Ansprechpartner zur Verfügung. An der Hochschule gibt es zudem einen Beauftragten für Behinderte, der sich um die Integration der Studierenden kümmert.

Die inhaltliche Abstimmung der Lehrenden untereinander soll über regelmäßige Absprachen geschehen. Bei zweizügigen Veranstaltungen sollen sich die Lehrenden im Rahmen des Co-Teachings abstimmen, um ein gleiches Angebot zu gewährleisten. Die Organisation der Module übernehmen die Modulbeauftragten in Abstimmung mit dem Studiengangsleiter.

Die Stundenpläne der beteiligten Fach- bzw. Studienbereiche sollen auf Überschneidungsfreiheit achten. Hierzu wurde hochschulweit ein verbindliches Stundenschema erarbeitet. Zudem sollen viele Lehrveranstaltungen als Blockseminare angeboten werden, um ein projektbezogenes Arbeiten zu ermöglichen.

Die Modulbeauftragten sind für die Abstimmung der Standards verantwortlich. Die Voraussetzungen für die Vergabe der CP und die Bewertungsmaßstäbe sollen den Studierenden zu Beginn jeder Lehrveranstaltung mitgeteilt werden. Die letzten drei Semesterwochen sind jeweils als Projektabschluss-

und Prüfungsphase geplant. Nicht bestandene Prüfungen sollen am Beginn des nachfolgenden Semesters wiederholt werden können.

Im Curriculum gibt es eine Vielzahl an einführenden, praktischen Veranstaltungen, wie beispielsweise Veranstaltungen zu Flash, Bildbearbeitung, Screendesign etc. Von den Studierenden wird die Möglichkeit, unterschiedliche Bereiche und Mediengattungen kennenzulernen, als sehr angenehm und hilfreich empfunden. Wer Interesse hat, eine oder mehrere bestimmte Richtungen zu vertiefen oder Wiederholungsbedarf hat, kann in den Semesterferien die – in der Regel von den Studierenden gestaltet – sogenannten Frühjahrs- und Herbstschulen besuchen. Zur Unterstützung werden bei Bedarf Tutorien angeboten, z. B. eine Textwerkstatt für ausländische Studierende.

Der Studienverlauf ist fest vorgegeben, wodurch eine flexible Modulbelegung nicht möglich ist. Positiv daran ist aber, dass Überschneidungen von Lehrveranstaltungen ausgeschlossen werden können. Im bisherigen Diplomstudiengang waren die Studienanforderungen sehr gut zu schaffen, was die Absolventenzahlen innerhalb der Regelstudienzeit belegen. Vielen Studierenden war es sogar möglich, neben dem Studium berufsbezogene Praxiserfahrungen zu sammeln. Der Bachelor-Studiengang ist als Vollzeit-Studium konzipiert und die Arbeitsbelastung scheint sehr hoch zu sein. Inwiefern das Pensum bei einer Regelstudienzeit von sechs Semestern eingehalten werden kann, muss sich zeigen. Es wird zumindest schwierig, weiterhin zusätzlich praktische Erfahrungen zu sammeln. Hier sollte sich die Hochschule bemühen, regelmäßig und von Anfang an den tatsächlichen Workload zu erheben und auf mögliche Probleme sehr schnell zum Beispiel durch Umstrukturierungen des Curriculums reagieren.

5. Personelle und sächliche Ressourcen

Der Bachelor-Studiengang „Online-Journalismus“ wird in der Hauptsache von fünf Professorinnen und Professoren getragen, die zudem am Bachelor-Studiengang „Wissenschaftsjournalismus“ beteiligt sind. Die Stellen sind zurzeit besetzt und stehen laut Stellenplan der Hochschule unbefristet zur Verfügung. Weitere Teile des Angebots werden von Lehrenden aus den Fachbereichen Gesellschafts- und Sozialwissenschaften sowie Wirtschaft zugeliefert. Etwa 30 Prozent des Lehrangebots (entspricht 60 SWS/Jahr) sollen durch insgesamt zehn Lehraufträge abgedeckt werden. Ergänzend zum Lehrpersonal sind eine Verwaltungskraft (50%) und ein Laboringenieur in beiden angebotenen Bachelor-Studiengängen tätig.

Die hohe Zahl an Lehraufträgen ist im Hinblick auf die Verzahnung mit der Praxis zu begrüßen. Die Finanzierung ist kurz- und mittelfristig dadurch gesichert, dass zum einen der Fachbereich zurzeit nicht voll besetzt ist: Laut Stellenplan sind 37,5 Stellen vorgesehen, aber bislang erst 34 besetzt. Eine weitere Stelle soll 2009 besetzt werden, für 2010 ist ebenfalls eine Besetzung geplant. Die fehlenden Stellen werden durch Lehraufträge ausgeglichen, welche aus zentralen Mitteln finanziert werden. Zum anderen besteht die Möglichkeit, durch Sachmittel des FB, zusätzliche Qualitäts-Verbesserungs-Mittel und das Budget des Studiengangs, die notwendigen Lehraufträge zu finanzieren. Eine solche Finanzierung nicht allein aus dem Studiengangs-Budget heraus erscheint auch deshalb angeraten, da die bislang zur Verfügung stehenden Mittel limitiert sind: Im Diplomstudiengang Online-Journalismus standen laut Akkreditierungsantrag im Jahr 2008 lediglich EUR 21.600,— Grundmittel und EUR 20.800,— Erfolgsbudget zur Verfügung. Würde der Studiengang sich allein aus diesen Mitteln speisen, so wäre er angesichts der Zahl an Lehraufträgen und der im Studiengang auch notwendigen regelmäßigen Investitionen in Technik nicht durchführbar.

Laut Informationen der Hochschulleitung und der Fachbereichsvertreter soll eine solide Finanzierung, gegebenenfalls durch Mittel des Fachbereichs und die oben genannten QVM gewährleistet werden. Hier wäre es freilich wünschenswert, wenn die Vergabe-Regeln transparenter wären. Die Ausführungen im Akkreditierungsantrag erscheinen in dieser Hinsicht etwas knapp bemessen. Das Vorgehen der Haushaltskommission für die Vergabe von Budget-Mitteln ist nicht genauer skizziert. Durch die

Vor-Ort-Gespräche konnte zwar der Eindruck gewonnen werden, dass die momentanen Regelungen zur Vergabe Elemente der Verteilung auf kollegialer Basis im Sinne eines ‚gentlemen’s agreement‘ enthalten, welche dem Studiengang zugute kommen. Zu empfehlen wäre aber, solche Regeln stärker zu formalisieren, damit diese belastbar und krisenfest sind. Kurz- und mittelfristig scheint die Finanzierung der Lehraufträge gesichert zu sein, so dass der Studienbetrieb zunächst gewährleistet ist. Empfehlenswert wäre aber, bei einer erneuten, späteren Überprüfung des Studiengangs die Finanzierungsgrundlage auf ihre dauerhafte Belastbarkeit hin nochmals zu überprüfen.

Wenig Bedenken bestehen bezüglich der sächlichen Ausstattung. Für die beiden Studiengänge stehen vier Redaktionsräume zur Verfügung, die jeweils mit 20 Laptops, einem Beamer und Drucker ausgestattet sind. Außerdem können das Radio- sowie das Fernsehstudio des Fachbereichs „Media Arts“ genutzt werden. Diese Studios sind in einem hervorragenden Zustand und für die Arbeit im Online-Bereich luxuriös dimensioniert (da sie auch für andere, in dieser Hinsicht aufwändigere Studiengänge genutzt werden). In der Praxis des Online-Bereichs wird meist mit weitaus beschränkteren Mitteln gearbeitet. Zwar gibt es in einzelnen Medienhäusern große, konvergente Redaktionen mit mehrmedialen Produktionseinrichtungen; doch letztlich ist dies zurzeit eher die Ausnahme denn die Regel. Zudem ließe sich gegen die Einrichtung eines solchen integrierten Newsrooms einwenden, dass die dort zu erstellenden tagesaktuellen und mehrmedialen Publikationen an einem Standort wie Darmstadt gar nicht mit adäquatem Content zu füllen wären.

Einzig die Aufrechterhaltung der Ressourcen erscheint angesichts der zur Verfügung stehenden Studiengangsmittel zunächst nicht ganz unproblematisch: Gerätewartung, Reparaturen und ggfs. auch Verbrauchsmaterial können ein Budget durchaus stark belasten. Freilich werden die teuren Studio-Einrichtungen nicht allein vom Studiengang ‚Online-Journalismus‘ getragen. Hier kommt der Planung erneut zu Gute, dass am Standort Ressourcen durch mehrere ‚verwandte‘ Studiengänge genutzt werden können.

Insofern lässt sich insgesamt konstatieren, dass der Studiengang entsprechend der Planung im Akkreditierungsantrag mit Hilfe der zur Verfügung stehenden Ressourcen getragen werden kann, wenn gleich sicherzustellen ist, dass insbesondere die Mittel für die Lehre dauerhaft auf dem skizzierten Niveau zur Verfügung stehen werden.

6. Arbeitsmarkt-/Berufsfeldorientierung

Der Studiengang soll für alle im weitesten Sinne journalistischen Berufe in den digitalen Medien qualifizieren, z. B. für eine Tätigkeit als Online-Redakteur/in, Reporter/in, Content Manager/in oder Datenbank-Journalist/in. Ebenfalls angestrebt werden Berufe im Bereich Konzeption und Entwicklung neuer Medien. Daher sollen die Studierenden eine crossmediale und multimediale Ausbildung erhalten.

Die breite des Lehrangebots ist in diesem Zusammenhang eine Stärke des Studiengangs, die jedoch zur Schwäche werden kann. Es besteht die Gefahr, dass Studierende in nur sechs Semestern zwar sehr viel hören und ausprobieren, jedoch keine echten Fertigkeiten erwerben. Aufgrund des dichten Curriculums kommt den Praxisprojekten in diesem Zusammenhang eine große Bedeutung zu. Die Lehrenden sollten darauf hin wirken, dass Studierende in diesen Projekten ihr Wissen und ihr Handwerk vertiefen. Für eine Bewerbung im Anschluss an das Studium kann es entscheidend sein, dass ein Kandidat auf ein erfolgreiches Projekt und insbesondere seine Rolle darin verweisen kann.

Die Studierenden, die die Vertiefung im PR-Bereich wählen, sollen zudem strategische Fähigkeiten zur Planung und Evaluierung von Kommunikation sowie detaillierte Kenntnisse des Online-Kommunikationsmanagements erwerben. Sie sollen klassische PR-Aufgaben in PR-Agenturen oder -Abteilungen wahrnehmen können, insbesondere dort, wo vertiefte Online-Kompetenzen notwendig sind.

Auch hier kann sich die Stärke des breiten Angebots (Absolventen steht auch die PR als Arbeitsmarkt offen) zur Schwäche werden. Es besteht die Gefahr, dass die PR-Ausbildung im Vergleich zu reinen PR-Studiengängen zu oberflächlich ist. Im Gespräch mit Studierenden des Diplomstudiengangs (die zwei Semester mehr Zeit haben) wurde deutlich, dass zwar viele Themengebiete der PR angeschnitten, jedoch kaum etwas vertiefend behandelt wird. Der Bereich Marketing kommt ebenso zu kurz wie betriebswirtschaftliche Aspekte, also z.B. die Kalkulation eines Angebots.

Die stetigen Veränderungen und Weiterentwicklungen auf dem Gebiet der digitalen Medien mit neuen Trends und Entwicklungen in Theorie und Praxis sollen schnellen Eingang in das Studium finden. Hierzu wurde ein eigenes Modul im Curriculum verankert. Die Anpassung an neue Trends und Entwicklungen soll dadurch gewährleistet sein, dass die Lehrenden intensiv mit der Praxis vernetzt sind und eine Reihe von Lehrbeauftragten eingesetzt wird. Eine Überprüfung des Lehrangebots mit Blick auf die Anforderungen des Arbeitsmarkts soll stetig erfolgen. Eine weitere Rückkopplungsmöglichkeit wird in den Praxisphasen gesehen, in denen eine direkte Rückmeldung durch die Praxisstellen erfolgen kann. Daneben werden Projekte mit Kooperationspartnern wie dem HR, Geo, Handelsblatt, der Deutschen Welle etc. durchgeführt. Zudem findet bereits eine aktive Alumni-Arbeit statt. Für die Koordination, Organisation und inhaltliche Weiterentwicklung des Studiengangs ist Studiengangsleiter verantwortlich.

Die Vernetzung mit Praxispartnern ist sehr eng. Jedoch mangelt es offenbar an Partnern aus dem Segment klassischer Medienunternehmen bzw. deren Online-Ableger. Wünschenswert wäre ein Ausbau der Partnerschaften über die Region hinaus, möglicherweise auch mithilfe der Alumni.

Der Schwerpunkt der Ausbildung liegt – wie an einer FH zu erwarten – auf der Berufspraxis. Der Kontakt zur Praxis und zum künftigen Arbeitsmarkt der Studenten wird durch Semesterprojekte gewährleistet, die in der Regel zusammen mit Partnern gestaltet werden. Eine weitere wichtige Rolle sollten in diesem Zusammenhang die Lehrbeauftragten einnehmen, die Erfahrungen aus ihrem Berufsfeld in die Lehre mit einfließen lassen. Aus dem Gespräch mit den Studenten (des Diplomstudiengangs) ergibt sich der Eindruck, dass diese ihre potenziellen Berufsfelder sehr genau kennen; vor allem höhere Semester hatten eine sehr genaue Vorstellung von möglichen Einstiegen ins Berufsleben. Reflexion und wissenschaftliches Arbeiten kommen dagegen vermutlich zu kurz. Hier ist zu befürchten, dass aufgrund des gedrängten Curriculums dafür im BA-Studium noch weniger Raum bleiben wird.

Der Studiengang bildet für einen sehr dynamischen Markt aus. Der Strukturwandel in der Medienbranche hat sich in den vergangenen Jahren deutlich beschleunigt, das Internet ist Massenmedium, für junge Menschen sogar schon Medium Nummer eins. Und die Online-Nutzung steigt weiter rasant. Gleichzeitig fehlt es weiterhin an nachhaltigen Geschäftskonzepten zur Refinanzierung von Qualitätsjournalismus im Netz. Werbung ist eine unsichere Basis, Bezahlmodelle funktionieren nicht. Es ist zu erwarten, dass sich der Wandel in der Medienlandschaft – nicht zuletzt auch durch die aktuelle Rezession – weiter beschleunigen wird. Diese Veränderungen werden auch die PR betreffen, ist sie doch nicht mehr (nur) auf den Journalisten angewiesen, sondern kann selbst zum Medium werden und etwa über Social Media direkt mit den Rezipienten kommunizieren.

Für den Erfolg des Studiengangs ist es daher elementar, dass nicht der Kontakt zur Praxis (über Projekt und Lehrbeauftragte) sehr eng bleibt. Die Hochschule sollte außerdem sicherstellen, dass das Curriculum und die konkreten Inhalte der Lehrveranstaltungen veränderten Markterfordernissen angepasst werden können (ohne dabei Basishandwerk wie Recherche, Schreiben und Ethik zu vernachlässigen). Hier sollte nicht erst zur Reakkreditierung in fünf Jahren nachjustiert werden.

7. Qualitätssicherung

An der Hochschule werden flächendeckende Lehrveranstaltungsevaluationen durchgeführt. Verantwortlich für deren Durchführung ist der Fachbereich, der hierfür eine Kommission eingerichtet hat. Die

Kommission legt den Fragebogen fest. Innerhalb von zwei Jahren müssen vier Lehrveranstaltungen pro Lehrendem evaluiert werden. Es gibt einen Rahmen-Fragebogen, der in Papier- und Online-Form eingesetzt werden kann. Die Satzung gibt ebenfalls vor, dass die Ergebnisse mit den Studierenden besprochen werden sollen. Eine allgemeine Pflicht zur Veröffentlichung der Ergebnisse gibt es allerdings nicht. Die Lehrenden erhalten eine detaillierte Auswertung der Ergebnisse, die sie zu Reflexion und Verbesserung ihrer Lehre und zu Gesprächen mit Studierenden und Kollegen anregen soll. Gegebenenfalls sollen die Lehrenden Weiterbildungsangebote nutzen, die von der Arbeitsgemeinschaft „Wissenschaftliche Weiterbildung“ der hessischen Fachhochschulen organisiert werden. Auch der Dekan erhält die Ergebnisse und sucht ggf. mit den Lehrenden nach Verbesserungsmöglichkeiten. Eine externe Evaluation findet im Rhythmus von zwei bis drei Jahren auf Ebene des Fachbereichs statt, dabei werden die Studiengänge aber nicht intensiv evaluiert.

Hervorzuheben sind auch die Feedbackrunden, die am Anfang und am Ende des Semesters stattfinden. Hier haben die Studierenden die Gelegenheit, auf Probleme aufmerksam zu machen. Geäußerte Kritik kann dadurch zeitnah aufgegriffen werden. Im Rahmen des Mentoring-Programms sollen die Verantwortlichen ebenfalls Rückmeldungen zur Qualität der Lehrveranstaltungen erhalten.

Der Fachbereich erhebt die Daten von Prüfungsergebnissen. Auch die Absolventinnen und Absolventen sollen zur Qualität des Studiums befragt werden. Die Ergebnisse von Evaluation, Mentoring, Datenerhebung und Absolventenbefragung sollen von den Lehrenden diskutiert und ggf. Verbesserungsmaßnahmen entwickelt werden. Während des Semesters finden wöchentlich Gespräche der Professoren statt, in denen sie sich über Lehrinhalte, Methoden und Konzepte sowie ggf. Probleme austauschen sollen. Hierbei soll ebenfalls diskutiert werden, ob und welche neuen Inhalte in das Curriculum aufgenommen werden.

Positiv hervorzuheben ist auch die Qualitätssicherung durch den Kontakt zur Praxis. Die Ausbaupläne des Campus Dieburg sehen zudem vor, dass sich mittelständische Unternehmen aus dem Medienbereich vor Ort ansiedeln und der Fachbereich sich entsprechend weiterentwickeln soll. Außerdem ist die Einrichtung eines Career-Centers, Stipendien für die Unternehmensgründung etc. geplant. Auch durch diese Maßnahmen sollten zur Qualitätssicherung des Studiengangs beitragen.

Ebenso dient die Vor- und Nachbereitung der Praktikumsphase zur Eruierung der Anwendbarkeit der vorher vermittelten praktischen Inhalte des Studiums im Praktikum („reality check“). Praktikumpartner sind auch ein Element der Qualitätssicherung, da es eine Rückkopplung zur Qualifikation der Studierenden gibt. Es gibt außerdem eine Sammlung von potenziellen Praktikumsplätzen für die Studierenden. Derzeit wird sogar ein Wiki mit kurzen Erfahrungsberichten aufgebaut.

Die dargestellten Maßnahmen entsprechen den Standards und können genügen, um die Qualität des Studiengangs im „laufenden Betrieb“ unter Berücksichtigung aller Aspekte – von der Qualität des Curriculums bis zur Studierbarkeit und der Berufsfeldorientierung – gewährleisten zu können.

8. Zusammenfassende Bewertung

Der Studiengang Online-Journalismus wird insgesamt positiv bewertet und kann in der vorliegenden Konzeption zum Wintersemester 2009/10 ohne großen Überarbeitungsbedarf starten. Die Gutachter kommen zu dem Ergebnis, dass der Studiengang die fachlichen Anforderungen sowie die für die Akkreditierung geltenden allgemeinen Vorgaben der Kultusministerkonferenz und des Akkreditierungsrates erfüllt.

Die Gutachter empfehlen jedoch, den Studiengangstitel zu überdenken und einen Titel zu wählen, der mit den Ausbildungsinhalten übereinstimmt. Ebenso sollten Journalismus und PR klar getrennt und für beide Disziplinen ein konsequentes Angebot gestaltet werden. Zudem geben sie zu bedenken, dass das Studium vermutlich zu ambitioniert aufgestellt ist und hier Anpassungen notwendig werden könnten.