

Bewertungsbericht
zum Antrag der Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel, auf Akkreditierung der
weiterbildenden Masterfernstudiengänge Umwelt- und Qualitätsmanagement sowie
Vertriebsmanagement mit dem Abschluss
Master of Business Administration (MBA)

Hannover, den 8. Oktober 2007

Vorbemerkung

Die Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel reichte am 24.08.2004 Anträge auf Akkreditierung für drei weiterbildende Masterstudiengänge Umwelt- und Qualitätsmanagement, Vertriebsmanagement sowie Multimedia mit dem Abschluss Master of Business Administration ein.

Entsprechend der ZEvA-Grundsätze für die Akkreditierung fand die Begutachtung des Studiengangskonzeptes auf Grund der eingereichten Antragsunterlagen statt. Das Audit-Team setzte sich wie folgt zusammen:

- Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer, Hochschule Mittweida, Fachbereich Medien
- Prof. Dr. Jörn Littkemann, FernUniversität in Hagen, Fachbereich Wirtschaftswissenschaft, Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Unternehmensrechnung und Controlling
- Sebastian Mertens, EPURON GmbH, Leiter Windenergieprojekte, Hamburg
- Dipl.-Medien-Ing. Bernd Reinecke, Reinecke New Media Marketing und Kommunikation, Stuttgart
- Prof. Dr. Bernd Wagner, Universität Augsburg, Leiter des Zentrums für Weiterbildung und Wissenstransfer
- Prof. Dr. Peter Winkelmann, Hochschule für angewandte Wissenschaften, FH Landshut, Fakultät Betriebswirtschaft, Studienschwerpunkt Marketing und Vertrieb

Das Verfahren wurde seitens der ZEvA durch Valérie Morelle betreut. Eine vorbereitende Sitzung des Audit-Teams fand am 28. April, die Vor-Ort-Begehung am 29. April 2005 statt.

Im Abschlussgespräch der Vor-Ort-Begutachtung haben die Gutachter bereits deutlich gemacht, dass die beantragten Studiengänge in der Form nicht akkreditierungsfähig waren und dass die Angaben aus den eingereichten Akkreditierungsanträgen keine abschließende Bewertung durch die Gutachter ermöglichten. Die Gutachter haben deshalb um eine vollständige Überarbeitung der Akkreditierungsanträge gebeten.

Der Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel wurde mit Schreiben vom 10.06.2005 ein Ergebnisprotokoll der Begehung zugesandt, in dem dargestellt wird, welche Aspekte bei der Überarbeitung der Akkreditierungsanträge besondere Berücksichtigung erfordern.

Mit Schreiben vom 19.07.2007 reichte die Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel überarbeitete Anträge für die Masterstudiengänge Umwelt- und Qualitätsmanagement sowie Vertriebsmanagement ein. Der überarbeitete Antrag für den Masterstudiengang Multimedia wurde zuvor für einen späteren Zeitpunkt (2008) angekündigt.

Im Rahmen der Akkreditierung des Masterstudiengangs Umwelt- und Qualitätsmanagement soll auch die Feststellung der Bildungsvoraussetzungen des Abschlusses Master of Business Administration für den Zugang zum höheren Dienst erfolgen. An der Begutachtung nimmt für diese Frage Herr Uwe Hoffmann vom Niedersächsischen Umweltministerium als Vertreter der Dienstrechtsseite teil.

Sowohl die Antragsunterlagen (insbesondere die überarbeiteten Anträge für die Masterstudiengänge Umwelt- und Qualitätsmanagement und Vertriebsmanagement vom 19.07.2007) als auch die Gespräche während des Begehungstermins stellen die Grundlage dieses Bewertungsberichtes dar.

Bewertung

1. Institutionen

1.1 Allgemeine Informationen

Beantragt ist die Akkreditierung der weiterbildenden Masterstudiengänge Umwelt- und Qualitätsmanagement sowie Vertriebsmanagement, die an der im Jahr 2004 gegründete Karl-Scharfberg-Fakultät (Verkehr-Sport-Tourismus-Medien) der Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel am Standort der Hochschule in Salzgitter angesiedelt sind. Der Studiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement wird seit dem WS 1998, der Studiengang Vertriebsmanagement seit dem Sommersemester 1998 (ab dem SS 2000 als Fernstudium) angeboten. An der Fakultät waren im WS 2006/2007 insgesamt 1.154 Studierende eingeschrieben, davon 60 im Studiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement und 48 im Studiengang Vertriebsmanagement. Die Aufnahmekapazität liegt bei dem Studiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement bei 20 Vollzeit- und 10 Teilzeitstudierenden (Zertifikatsstudium), bei dem Studiengang Vertriebsmanagement bei 20 (Vollzeit-)Studierenden.

Die Angaben zur Institution und zur Struktur der Fakultät sind im Antrag sorgfältig beschrieben.

Auffällig bei den Angaben zu den Studierenden im Antrag, ist dass viele der Studierenden weit mehr als vier Semester für das Studium benötigen. Diese Beobachtung hatten die Gutachter bereits während der Begutachtung der Studiengänge im Jahr 2005 gemacht. Nach Auskunft der Hochschule liegt die hohe Zahl an Studierenden über die RSZ und an Studienabbrechern an der fehlerhaften Konzipierung der Studiengänge bzw. mangelnde Berücksichtigung der Zielgruppe zum Zeitpunkt ihrer Einrichtung (beide Studiengänge wurden ursprünglich als Präsenzstudiengänge konzipiert). Die Gutachter gehen davon aus, dass mit dem neuen Konzept (insb. auch durch die verbesserte Struktur des Präsenz-, Fern- und Selbststudiums) dieses Problem künftig gelöst werden kann. Sie regen dennoch an, der Frage der Studierbarkeit im Reakkreditierungsprozess besondere Berücksichtigung zu schenken.

1.2 Ausstattung

Die Fakultät verfügt über eine gute räumliche und technische Ausstattung.

Die Literaturversorgung ist gesichert; den Studierenden steht an dem Hochschulstandort Salzgitter eine lokale Bibliothek zur Verfügung. Darüber hinaus haben die Studierenden online Zugriff auf weitere Bibliotheken (u. a. auf die drei weiteren Bibliotheken der Hochschule an den Standorten in Wolfenbüttel, Braunschweig und Wolfsburg, und auf die Universitätsbibliothek der Technischen Universität Braunschweig) und Kataloge.

1.3 Unterstützung von Lehre und Studium

Die Studierenden erhalten zu Beginn jeden Semesters (vor der vorlesungsfreien Zeit) Selbststudienmaterialien für die jeweiligen Module.

Zur multimedialen Unterstützung des Lehrangebots (insbesondere auch in Fern- und Weiterbildungsstudiengängen) wurde im WS 2006/07 ein Lern-Managementsystem Stud.-IP eingeführt. Eine Schulung der Dozenten und Studierenden wurde bei der Einführung durchgeführt. Zur Unterstützung der Lehrenden wird der Support am Standort Salzgitter durch einen Administrator und einen wissenschaftlichen Mitarbeiter gewährleistet.

1.4 Qualitätssicherungsmaßnahmen

Bisher wurde die Qualität der Lehre/des Studiums im Rahmen von regelmäßigen Feedbackrunden/Reflexionsgesprächen mit den Studierenden evaluiert. Zudem wurde im Masterstudiengang im WS 2002/03 Umwelt- und Qualitätsmanagement eine einmalige Befragung der Studierenden durchgeführt. In den Angaben zum Studiengang

Vertriebsmanagement sind die Veränderungen seit der Einrichtung des Studiengangs angegeben, die durch die o. g. Reflexionsgesprächen entstanden sind, aufgelistet.

Mit Verkündungsblatt vom 29.04.2005 trat die Evaluationsordnung der Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel in Kraft. Die Evaluationsordnung sieht (seit dem WS 2005/06) jedes Semester eine Evaluation aller Lehrveranstaltungen vor. Geplant ist noch eine Anpassung des Fragebogens der Hochschule an die Besonderheiten des Fernstudiums. Somit ist der Prozess der Evaluierung institutionalisiert und wird regelmäßig durchgeführt.

Ab dem WS 2007/08 übernimmt ein Weiterbildungsbeauftragter (Prodekan der Fakultät) die Aufgaben der Qualitätssicherung und -entwicklung in den beantragten Masterstudiengängen. Diese Maßnahme begrüßen die Gutachter nachdrücklich.

In Vorbereitung auf das Akkreditierungsverfahren wurde im Januar 2004 im Studiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement eine Absolventenbefragung durchgeführt, die trotz der geringen Rückläufe (erst wenig Absolventen) recht aussagekräftig, insb. im Hinblick auf die Stärken und Schwächen des Studiengangs ist. Nach den Rückmeldungen der Absolventen (10) wird deutlich, dass sie alle berufstätig sind (6 von 10 haben eine Anstellung nach dem Studium erhalten, vier von 10 setzten zum damaligen Zeitpunkt ihre bisherige Tätigkeit fort), und Arbeitstätigkeiten nachgehen, die zum großen Teil einen eindeutigen Bezug zu dem Masterstudiengang haben. Die größte Kritik der Absolventen galt damals der Organisation des Studiums und der Kommunikation.

Im Studiengang Vertriebsmanagement werden die Absolventen im Jahr nach ihrem Abschluss befragt. 28 Personen haben sich bisher an der Befragung beteiligt. Viele von ihnen haben eine neue Arbeitstelle gefunden oder sind innerhalb ihres Unternehmens aufgestiegen, einer hat promoviert.

2. Studienprogramm

2.1 Begründung für seine Einrichtung, Kooperationen

Hochschulinterne Kooperationen sind im Studiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement im Bereich technischer Umweltschutz (Lehre und Nutzung der Labore für Chemie und Kunststoffchemie und für Umweltechnik) mit dem Fachbereich Fahrzeug-, Produktions- und Verfahrenstechnik (Standort Wolfsburg) vorgesehen.

Externe Kooperationen bestehen u. a. mit dem Doktoranden-Netzwerk Nachhaltiges Wirtschaften e. V. im Bereich Umweltmanagement und mit der deutschen Gesellschaft für Qualität e. V. im Bereich Qualitätsmanagement.

Der Studiengang Vertriebsmanagement kooperiert hochschulintern mit den Fachbereichen Recht und Maschinenbau.

2.2 Qualifikationsziele

Die Qualifikationsziele sind im Antrag bei beiden Studiengängen ausführlich und realistisch beschrieben.

Nach den Angaben im Antrag werden im weiterbildenden Fernstudiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement Umwelt- und Qualitätsmanagement sowie Grundlagen der Arbeitssicherheit in kombinierter Form angeboten. Den Studierenden werden neben den fundierten fachspezifischen Kenntnissen insbesondere auch Ansätze zur interdisziplinären Betrachtungsweise der Managementsysteme sowie aktuelle Entwicklungen in diesen Fachgebieten vermittelt. Das Studium richtet sich an Personen, die sich in Bereichen Managementsysteme für Qualität, Umwelt- und Arbeitsschutz weiterbilden möchten.

Zielsetzung im weiterbildenden Fernstudiengang Vertriebsmanagement ist es, Hochschulabsolventinnen und -absolventen, vor allem Ingenieure, in den Bereichen Marketing und Vertrieb zu qualifizieren. Steigender internationaler Wettbewerb zwingt alle Unternehmen zu offensiven Marketing- und Vertriebsstrategien. Der Studiengang orientiert

sich überwiegend an der VDI-Richtlinie 4501 zur Qualifizierung von Ingenieur/-innen im Vertrieb und ist sehr praxisnah konzipiert.

2.3 Zugang und Zulassungsvoraussetzungen

Zugangsvoraussetzung ist im Studiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement ein erster berufsqualifizierender Abschluss mit einer Durchschnittsnote von „befriedigend“ oder besser, (bei ausländischen Studierenden) ausreichende Deutschkenntnisse und eine mindestens zweijährige Berufspraxis.

Im Studiengang Vertriebsmanagement sind ein erster berufsqualifizierender Abschluss vorzugsweise in den Ingenieur- oder Naturwissenschaften mit einer Durchschnittsnote von „gut“ oder besser, (bei ausländischen Studierenden) ausreichende Deutschkenntnisse und eine mindestens zweijährige Berufspraxis. Absolvent/-innen betriebs- und wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge werden nicht zugelassen.

Die Zugangsvoraussetzungen entsprechen den Vorgaben der KMK und den MBA-Guidelines.

2.4 Curriculum

2.4.1 Art und Struktur des Studiums einschließlich Abschlussgrad, Verhältnis von Präsenz und Selbststudium

Der Studiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement umfasst in Vollzeit vier Semester und 120 LP und ist gebührenpflichtig. Die Zulassung erfolgt jährlich zum Wintersemester. Das Studium beträgt 236 Stunden Kontakt-, 352 Stunden Fernstudium (als strukturiertes Kontaktstudium), 506 Stunden Fernstudium (ohne Dozentenkontakt) und 2.506 Stunden Selbststudium. Der Workload beträgt in jedem Semester 900 Stunden (30 LP).

Der Studiengang Vertriebsmanagement wird nur in Vollzeit angeboten und umfasst vier Semester. Das Studium ist ebenfalls gebührenpflichtig und kann jährlich zum Sommersemester, optional auch zum Wintersemester aufgenommen werden. Das Studium beträgt 250 Stunden Kontakt-, 336 Stunden Fernstudium (als strukturiertes Kontaktstudium), 358 Stunden Fernstudium (ohne Dozentenkontakt) und 2.656 Stunden Selbststudium. Der Workload beträgt in jedem Semester 900 Stunden (30 LP).

Das Präsenz-, Fern- und Selbststudium wird im Antrag wie folgt definiert:

- Präsenzstudium: Lehrveranstaltungen vor Ort an den Präsenzwochenenden (Freitagnachmittag bis Samstag, zzgl. zwei Wochen à 40 Stunden im ersten und zweiten Semester)
- Fernstudium als strukturierter Kontakt: Institutionalisierte Kontakt mit den Dozenten und Sprechzeiten mit den Lehrenden unter Einbeziehung unterschiedlicher methodisch-didaktischer und organisatorischer Nutzungsformen (z. B. Stud-ip) ergänzend zur Präsenzlehre i. S. eines blended learning (ca. 1 Stunde je Woche und Fach)
- Fernstudium ohne Dozentenkontakt: Vor- und nachbereitende Aufgaben in unmittelbarem Zusammenhang mit den Lehrveranstaltungen und dem institutionalisierten Dozentenkontakt
- Selbststudium: Selbständige Erarbeitung und Aneignung von Studieninhalten und selbstgesteuertes Lernen zur Vorbereitung und Ergänzung der Lehrinhalte, Vertiefung ausgewählter Themen, Prüfungsvorbereitung, Erstellung der Masterarbeit und Kolloquium

Beide Studiengänge schließen mit dem Hochschulgrad Master of Business Administration. Die Begründung, dass es sich bei dem Studiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement und dem Studiengang Vertriebsmanagement um MBA-Studiengänge handelt, ist schlüssig. Die Voraussetzungen gemäß MBA-Guidelines sind gegeben.

2.4.2 Berufsqualifikation

Die Berufsqualifikation haben die Studierenden mit ihrem ersten berufsqualifizierenden Abschluss bereits erworben. Beide Masterstudiengänge bedeuten für die Studierenden dementsprechend eine berufliche und persönliche Weiterentwicklung, die einen Aufgabenwechsel oder eine neue berufliche Orientierung mit sich bringen kann.

Der Masterstudiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement qualifiziert durch die Vermittlung von Kompetenzen in den Bereichen Qualitätsmanagement, des Umwelt- und Arbeitsschutzes, Managementsysteme, des Zivil- und Handelsrecht, der Volks- und Betriebswirtschaftslehre sowie Schlüsselkompetenzen (Unternehmensführung, Projektmanagement, Managementtechniken) für die Übernahme von (Führungs)Aufgaben in Bereichen Managementsysteme für Qualität, Umwelt- und Arbeitsschutz Industrial Engineering.

Der Masterstudiengang Vertriebsmanagement qualifiziert Absolventen eines technischen Studiums durch die Vermittlung von Kompetenzen insbesondere im Bereich der Betriebswirtschaft und Schlüsselqualifikationen für Aufgaben im Vertrieb technischer und sonstiger Produkte. Der Studiengang ist insbesondere auf die Bedürfnisse von kleineren und mittelgroßen Unternehmen (KMU) zugeschnitten. Nach den Angaben im Antrag, die von den Gutachtern bestätigt werden, trägt der Studiengang den aktuellen Anforderungen auf dem Arbeitsmarkt Rechnung und stellt ein Angebot dar, das den Erfordernissen des Arbeitsmarktes gerecht wird.

2.4.3 Internationalisierung

Bestandteil des Studiums im Masterstudiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement ist ein Modul „Fremdsprache“ im Umfang von 8 LP, in dem auf das Studienziel zugeschnittene bzw. fachbezogene englische Sprachkenntnisse vermittelt werden.

2.4.4 Lehrmethoden

Die Lehre erfolgt in den Präsenzphasen in Form von Vorlesungen, kombiniert mit praktischen Übungen, Diskussionen und Präsentationen. Das Fernstudium wird durch betreute Fernlehre, Lernbücher und Skripte begleitet (siehe auch 2.4.1).

2.4.5 Prüfungsformen

Gem. § 8 (1) der Masterprüfungsordnung für beide Studiengänge besteht die Masterprüfung aus Modulprüfungen und der Masterarbeit mit Kolloquium. Jedes Modul enthält eine Modulprüfung sowie semesterbegleitende Prüfungen.

Prüfungsformen sind: Hausarbeiten, Klausuren, Einsendeaufgaben und Referate.

Nicht bestandene Prüfungen können einmal wiederholt werden. Wiederholungsprüfungen werden jeweils zu Beginn des Folgesemesters angeboten.

Die Angaben zu den Prüfungen weichen bei dem Studiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement in der Darstellung in der Modulübersicht und dem Modulhandbuch voneinander ab und sollten daher noch spezifiziert werden. In der Modulübersicht ist eine Prüfung je Lehrveranstaltung und zusätzlich eine Modulprüfung vorgesehen. Im Modulhandbuch wird (mit Ausnahme des Moduls Umweltmanagement und des Moduls Fremdsprache) nur ein Leistungsnachweis, nämlich die Modulprüfung in Form einer Klausur K2, je Modul angegeben. Einsendeaufgaben usw. sind den Lehr- und Lernformen zugeordnet, nicht aber dem Leistungsnachweis.

Im Studiengang Vertriebsmanagement wird als Leistungsnachweis je Modul durchgängig eine Prüfung („Klausur 90 Min./Hausarbeit/Referat“) angegeben. In der Modulübersicht ist i. d. R. eine studienbegleitende Prüfung je Lehrveranstaltung sowie eine zusätzliche Modulprüfung (Hausarbeit oder Klausur) vorgesehen. Mit der Modulprüfung wird zwar gewährleistet, dass das Zusammenhangswissen eines Moduls abgeprüft wird. Nicht klar ist aber, warum diese Prüfung zusätzlich zu den Lehrveranstaltungsprüfungen und nicht als einzige Prüfung innerhalb des Moduls stattfindet.

In beiden Studiengängen ist daher die Prüfungsorganisation zu spezifizieren und der Nachweis zu erbringen, dass durch die Prüfungen das Kriterium 6 (Prüfungssystem) des Beschlusses „Kriterien zur Akkreditierung von Studiengängen“ des Akkreditierungsrates vom 17.07.2006 erfüllt ist. Darin heißt es: „Die Prüfungen orientieren sich am Erreichen und Verifizieren von definierten Bildungszielen und sind wissens- und kompetenzorientiert ausgestaltet. Dabei wird die Studierbarkeit des Studiengangs durch eine adäquate, belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation gewährleistet.“ Dabei sind auch die „Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktesystemen und die Modularisierung von Studiengängen“ der KMK zu berücksichtigen.

Die Gutachter empfehlen in diesem Zusammenhang ggf. die Größe der Module (bis zu 17 LP, siehe 2.4.6) zu überdenken.

2.4.6 Studienverlauf und Modularisierung

Das Studium ist modularisiert und mit einem Leistungspunktesystem versehen.

Der Studiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement umfasst acht Pflichtmodule im Umfang von 6-17 LP und die Masterarbeit (inkl. Kolloquium) im Umfang von weiteren 20 LP. Insgesamt sind 120 LP zu erwerben. Die Module erstrecken sich (mit Ausnahme des Moduls Fremdsprachen, das vom 1.-4. Semester angeboten wird) über zwei Semester.

Der Studiengang Vertriebsmanagement umfasst acht Pflichtmodule im Umfang von 5 bis 15 LP, ein Wahlpflichtmodul (Vertiefungsmodul im Bereich Dienstleistungen oder Investitionsgüter) im Umfang von 15 LP und die Masterarbeit (inkl. Kolloquium) im Umfang von weiteren 20 LP. Insgesamt sind 120 LP zu erwerben. Jedes Modul wird innerhalb eines Semesters abgeschlossen.

Bei Bedarf ist in beiden Studiengängen ein Grundlagen-/Harmonisierungsmodul zur Kompensierung der Defizite in Grundlagenfächer vor oder während des ersten Semesters zu absolvieren.

Die Modulbeschreibungen sind aussagekräftig aufgebaut, ausreichend detailliert und formal den Vorgaben entsprechend.

Studierbarkeit:

Die Richtlinie für einen MBA-Studiengang sieht mindestens 1.200 Stunden vor bezogen auf ein akademisches Jahr also 2 Semester). Aus dem Studienverlaufsplan ergeben sich 1.800 Stunden je akademisches Jahr, was auch den Vorgaben der KMK entspricht.

Die unter 1.4 beschriebene Evaluation (von 2004) ergab jedoch, dass die Studierenden des Masterstudiengangs Umwelt- und Qualitätsmanagement der Ansicht sind, dass der zeitliche Anspruch eine besondere Anstrengung im Studium darstellt. Der fachliche Anspruch wurde relativ geringer eingestuft. Dieses Verhältnis sollte in beiden Studiengängen geprüft und, wenn durch weitere Evaluierungen bestätigt, hin zu einem höheren fachlichen und geringeren zeitlichen Anspruch verbessert werden.

Anzahl von Präsenzstunden:

Die Richtlinie für einen MBA-Studiengang sieht mindestens 400 Stunden Präsenz- bzw. strukturierte Lehrstunden vor. Mit 236 Präsenzstunden und 352 Stunden strukturierten Kontakts im Studiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement und mit 250 Präsenzstunden und 336 Stunden strukturierten Kontakts im Studiengang Vertriebsmanagement wird diese Vorgabe erfüllt. Jedoch setzt dies voraus, dass das Angebot des strukturierten Kontakts durch die Studierenden wahrgenommen wird und die Ressourcen auch für eine individuelle Bereuung vorhanden sind. Die o. g. Evaluierung legt hier einen positiven Schluss nahe, ist jedoch ein wichtiger Punkt dessen Einhaltung durch regelmäßige Evaluierung überprüft werden sollte.

Weiterbildender Masterstudiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement:

Anmerkungen/Vorschläge zu den Modulen:

Die Einführung des Moduls 5200 (Harmonisierungsmodul) ist sehr zu begrüßen, um einen möglichst homogenen Wissensstand der Studierenden zu erreichen.

Im Modul 5235 (Umweltmanagement) gibt es einen Fokus auf Umweltmanagementsysteme (UMS), andere Bereiche des Umweltmanagement (UM) (z. B. ökologische Rechnungslegung, ökologisches Marketing) bleiben außen vor. Diese sollten zumindest der Vollständigkeit halber in diesem Modul zur Sprache kommen. UM ist schließlich mehr als nur UMS.

Beim Modul 5236 (Unternehmensführung) sollte neben der Shareholder Value Diskussion auch der Stakeholder Value Ansatz aufgenommen werden (ist zumindest in der Modulbeschreibung nicht enthalten).

Generell gilt für alle Module, dass ein höherer Anteil von englischen Veranstaltungen angeboten werden sollte. Bisher wird dies Neben dem Modul 5249 (Masterarbeit) nur im Modul 5235 (Umweltmanagement) angeboten. Die sehr gute Beherrschung der englischen (Fach-)Sprache ist für alle Führungs- und Fachkräfte (also auch für Spezialisten) von essentieller Bedeutung, da sich alle Unternehmen im internationalen Kontext bewegen und zunehmend auch interne Prozesse in Englischer Sprache durchgeführt und dokumentiert werden. Zudem ist generell ein hoher Anteil an Präsentationen der Studierenden (wie in Modul 5236 thematisiert) zu empfehlen (ggf. durch mehr Referate als schriftliche Prüfungen). Das Durchsetzen von Qualitätmanagementsysteme (QMS) und UMS in Unternehmen bedarf einer hohen Kompetenz in der Darstellung und Präsentation, um die entsprechenden stakeholder zu überzeugen und zur Mitarbeit zu motivieren.

Weiterbildender Masterstudiengang Vertriebsmanagement:

Inhaltlich berücksichtigt das Studienprogramm zunächst die zumeist fehlenden BWL-Grundlagen der technisch vorgebildeten Studierenden. Das Modul 1 umfasst als BWL-Basismodul in sinnvoller Weise Lehrinhalte zu den betriebswirtschaftlichen Grundlagen, den betriebswirtschaftlichen Abläufen im Unternehmen und auch zu den volkswirtschaftlichen Prozessen.

Das Modul 2 (Unternehmenslogistik und Vertrieb) hat als eine Grundlage des Vertriebs die logistischen Prozesse im Auge. Zu diesen besteht ja auch eine besondere Affinität der technisch vorgebildeten Studierenden. Obwohl das Modul als Ganzes stimmig ist, wird von Gutachterseite noch vorgeschlagen, in Beschaffungslogistik einerseits und Vertriebslogistik andererseits zu trennen. Der Begriff Distributionslogistik ist dann entbehrlich (Vertriebslogistik und Distributionslogistik sind praktisch Synonyme für Warenverteilung, Verpackung, Lager, Transport, Kommissionierung). Die Absatzplanung und Absatzsteuerung (s. Modulbeschreibung 5312) gehören in der Praxis gemeinhin nicht zur Logistik. Gerade die Absatzplanung und -budgetierung sollte im Finanz- bzw. Controllingmodul untergebracht werden.

Das Modul 3 (Finanz- und Rechnungswesen im Vertrieb) nimmt vertriebsrelevante Elemente des Finanz- und Rechnungswesens in den Fokus. Insbesondere die kostenrechnerischen Grundlagen sind für die technisch vorgebildeten Studierenden sehr zu begrüßen.

Mit dem Modul 4 (Controlling im Vertrieb) ist den Gutachterwünschen entsprochen worden. Wichtig ist, dass die Verkaufsplanung und -budgetierung entweder in Modul 3 oder (besser) in Modul 4 noch deutlicher herausgestellt wird.

Bei Modul 5 (Marketingrelevante Elemente des Vertriebs) fällt auf, dass die Bezeichnung der Modulbeschreibung von den Angaben der Tab. 2 (Curriculum) abweicht. Es geht hier in der Tat um die "marketingrelevanten Elemente des Vertriebs" und nicht um ein Marketing für den Vertrieb. Noch einmal zu hinterfragen ist, ob im Sinne einer besseren Eindeutigkeit des

Konzeptes nicht besser von *Integration von Marketing und Vertrieb in die internationale Unternehmensführung*, von *Internationalen Marketing- und Vertriebsentscheidungen* und von *internationalen Marketing- und Vertriebskonzeptionen* gesprochen werden sollte. Sonst verliert das Modul vielleicht die Vertriebsbezüge zu stark aus den Augen.

Modul 6 (Spezielles Know How im Vertrieb, Vertiefung) sollte ein Herzstück des Ausbildungsgangs ein. Im Mittelpunkt sollten Funktionen und Abläufe im Kundenmanagement, speziell im technischen Vertrieb, stehen. Bezüglich dieses Moduls möchten die Gutachter noch folgende Hinweise geben:

1.) Business im Internet / Computer Added Selling: Hier liegt offenbar ein Tippfehler vor. Es heißt richtig: Computer Aided Selling (CAS). CAS war bis 1998 die Vorstufe von Customer Relationship Management (CRM). Die Wirtschaft versteht darunter (bis heute) die computergestützte (klassische) Vertriebssteuerung. Diese Thematik sollte mit dem Business im Internet nicht in Verbindung gebracht werden. CAS gehört zum Themenbereich Vertriebsinformationssysteme / Vertriebssteuerung inkl. unterstützende IT-Systeme (CAS) / CRM.

(Anmerkung: CRM geht über CAS hinaus und integriert auch die außerhalb des Vertriebsliegenden kundenbezogenen Abläufe und Kundenberührungspunkte.)

2.) siehe Punkt 1: Die Lehrinhalte sollten Vertriebsinformationssysteme, klassische Vertriebssteuerung à la CAS und das weiterführende CRM umfassen. Gerade bei CRM kommt es darauf an, die Verbindung zwischen Markt- und Kundenstrategie und den operativen Funktionalitäten der Vertriebssteuerung aufzuzeigen.

3.) Ganz wichtig ist aus Sicht der Gutachter: Key Account Management, d. h. die Gewinnung, Betreuung und Weiterentwicklung von Schlüsselkunden (inkl. Projektverkauf, Problemlösungsverkauf, Objektverkauf) ist das große Thema für Vertriebsingenieure. Ganze Branchen (Automobilzulieferer) arbeiten ausschließlich nach KAM-Konzepten. Es sollte überprüft werden, ob dieses Thema wirklich in die Wahlfreiheit der Studierenden gestellt werden soll.

Wenn hier wirklich praxisrelevantes Know-how für angehende Vertriebsmanager vermittelt werden soll, dann sind die Bereiche KAM sowie CAS/CRM-Vertriebssteuerung unverzichtbar (Essentials). Eine Wahlmöglichkeit könnte dann für die Spezialgebiete Business im Internet und Vertrieb technischer Dienstleistungen angeboten werden.

Die Module 7 (Vertriebsorganisation), 8 (Kommunikation im Vertrieb) und 9 (Recht im Vertrieb) runden das Ausbildungskonzept durch theoretisch gehaltvolle und praxisrelevante Spezialgebiete ab. Optimierung der Vertriebsorganisation, Qualitätssicherung im Vertrieb, Projektmanagement und Personalführung wie auch Sprachen und Recht sind hier z. B. Lehrgebiete, die den Masterstudiengang attraktiv machen. Die Gutachter schlagen vor, das Thema CRM im Rahmen des Moduls 6 zu behandeln und hier herauszunehmen. CRM ist in der Praxis weniger eine Frage der Vertriebsorganisation; es sei denn, es stehen ausdrücklich Fragen der organisatorischen Integration kundenorientierter Prozesse im Vordergrund. Dazu wird aber die Prozessthematik in diesem Modul nicht stark genug konturiert.

Hat man das strategische Marketing (Marketing als marktorientierte Unternehmensführung) im Auge, dann rückt der beantragte postgraduale Studiengang trotz der Anmerkungen ein anspruchsvolles Vertriebsmanagement an die Stelle des konsumgüterlastigen, "angestaubten" Marketingmix-Instrumentes "Distributionspolitik" (entsprechend den Ansätzen von Homburg, Krafft, Winkelmann).

Hat man die operativen Funktionen des Arbeitsalltags im Auge, dann profiliert der Studiengang die typischen Tätigkeiten (Prozesse) der Kundengewinnung und -betreuung neben den Marketingfunktionen der klassischen Hochschulausbildung. Der Vertrieb bekommt in dem Masterstudiengang das eigenständige Gesicht, das in der Praxis (nicht an den wissenschaftlichen Hochschulen) auch außer Frage steht. Zudem bekommen die

technisch vorgebildeten Masterstudierenden ein solides betriebswirtschaftliches Grundgerüst.

Hier liegt die Attraktivität des beantragten postgradualen Studiengangs Vertriebsmanagement.

2.5 Lehrpersonal

An der Lehre sind im Studiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement vier Professoren, fünf Lehrkräfte für besondere Aufgaben (LbfA) und drei wissenschaftliche Mitarbeiter/-innen der Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel beteiligt. Darüber hinaus sind fünf externe Dozenten (insb. aus der Berufspraxis) tätig.

An der Lehre sind im Studiengang Vertriebsmanagement sechs Professoren, eine Lehrkraft für besondere Aufgaben (LbfA) und sieben externe Dozenten (insb. aus der Berufspraxis) beteiligt.

Beide Studiengänge haben eine Studiengangsleiter und je Modul einen Modulbeauftragten.

Die organisatorische Betreuung beider Studiengänge wird durch das Trainings- und Weiterbildungszentrum Wolfenbüttel e. V. (TWW) sichergestellt.

Die personelle Ausstattung ist aus Sicht der Gutachter in beiden Studiengängen angemessen, die Verantwortlichkeiten klar geregelt.

Den Unterlagen sind Finanzierungspläne beigelegt, die sich an den Erfahrungen der letzten Jahre richten und von einer Studierendenzahl von 18 pro Studiengang ausgehen. Die Kalkulation sieht vor, dass aus Budgetsicht der „Break-Even“ bereits ab 13 Studierende erreicht wird.

2.6 Profil der Masterstudiengänge einschließlich Konsekutivität und FH-Master mit ggf. Befähigung über den Zugang zum höheren Dienst

Beide Masterstudiengänge sind weiterbildend. Die in den Strukturvorgaben der KMK für weiterbildende Masterstudiengänge festgelegten Voraussetzungen (mindest. einjährige einschlägige Berufserfahrung, Berücksichtigung der beruflichen Erfahrungen der Studierenden, Darlegung des Zusammenhangs von beruflicher Qualifikation und Studienangebot) sind gegeben. Die Kriterien aus den MBA-Guidelines sind erfüllt.

Beide Studiengänge haben einen eindeutigen Bezug zur Praxis und sind, auch gemessen an den vom Akkreditierungsrat formulierten Deskriptoren eindeutig anwendungsorientiert.

Im Rahmen der Akkreditierung soll auch die Befähigung des Masterabschlusses für die Übernahme in den höheren Dienst geprüft werden. Nach Auffassung der Gutachter entspricht die Darstellung der Hochschule im Antrag den in der IMK-KMK-Vereinbarung genannten Kriterien.

3. Abschließendes Votum der Gutachter für den weiterbildenden Mastersfernstudiengang Umwelt- und Qualitätsmanagement

3.1 Empfehlungen

- Die Gutachter empfehlen die Größe der Module ggf. zu überdenken (vgl. 2.4.5).
- Mit Blick auf die vorgelegten Evaluationsergebnisse von 2004 empfehlen die Gutachter, sofern die Aussagen der Studierenden durch weitere Evaluierungen bestätigt werden, das Verhältnis zwischen dem zeitlichen und dem fachlichen im Studiengang zu verbessern (vgl. 2.4.6).
- Ob das Angebot des strukturierten Kontakts durch die Studierenden wahrgenommen wird, sollte durch regelmäßige Evaluierung überprüft werden (vgl. 2.4.6).

- Der Vollständigkeit halber sollten im Modul 5235 (Umweltmanagement) weitere Bereiche des Umweltmanagement (z. B. ökologische Rechnungslegung, ökologisches Marketing) als nur Umweltmanagementsysteme zur Sprache kommen (vgl. 2.4.6).
- Beim Modul 5236 (Unternehmensführung) sollte neben der Shareholder Value Diskussion auch der Stakeholder Value Ansatz aufgenommen werden (ist zumindest in der Modulbeschreibung nicht enthalten) (vgl. 2.4.6).
- Generell gilt für alle Module, dass ein höherer Anteil von englischen Veranstaltungen angeboten werden sollte. Zudem ist generell ein hoher Anteil an Präsentationen der Studierenden (wie in Modul 5236 thematisiert) zu empfehlen (ggf. durch mehr Referate als schriftliche Prüfungen) (vgl. 2.4.6).

3.2 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)

Die Gutachter empfehlen der SAK die Akkreditierung des weiterbildenden Masterfernstudiengangs Umwelt- und Qualitätsmanagement mit dem Abschluss Master of Business Administration (MBA) mit einer Auflage für die Dauer von fünf Jahren.

3.3 Auflage

- Die Prüfungsorganisation ist zu spezifizieren. Zudem ist der Nachweis zu erbringen, dass durch die Prüfungen das Kriterium 6 (Prüfungssystem) des Beschlusses „Kriterien zur Akkreditierung von Studiengängen“ des Akkreditierungsrates vom 17.07.2006 erfüllt ist (vgl. 2.4.5).

4. Abschließendes Votum der Gutachter für den weiterbildenden Mastersfernstudiengang Vertriebsmanagement

4.1 Empfehlungen

- Die Gutachter empfehlen die Größe der Module ggf. zu überdenken (vgl. 2.4.5).
- Mit Blick auf die vorgelegten Evaluationsergebnisse für den Studiengang Umwelt und Qualitätsmanagement von 2004 empfehlen die Gutachter, sofern die Aussagen der Studierenden auch im Studiengang Vertriebsmanagement durch Evaluierungen bestätigt werden, das Verhältnis zwischen dem zeitlichen und dem fachlichen im Studiengang zu verbessern (vgl. 2.4.6).
- Ob das Angebot des strukturierten Kontakts durch die Studierenden wahrgenommen wird, sollte durch regelmäßige Evaluierung überprüft werden (vgl. 2.4.6).
- Obwohl das Modul 2 (Unternehmenslogistik und Vertrieb) als Ganzes stimmig ist, wird von Gutachterseite noch vorgeschlagen, in Beschaffungslogistik einerseits und Vertriebslogistik andererseits zu trennen (vgl. 2.4.6).
- Mit dem Modul 4 (Controlling im Vertrieb) ist den Gutachterwünschen entsprochen worden. Wichtig ist, dass die Verkaufsplanung und -budgetierung entweder in Modul 3 oder (besser) in Modul 4 noch deutlicher herausgestellt wird (vgl. 2.4.6).
- Bei Modul 5 (Marketingrelevante Elemente des Vertriebs) fällt auf, dass die Bezeichnung der Modulbeschreibung von den Angaben der Tab. 2 (Curriculum) abweicht. Es geht hier in der Tat um die "marketingrelevanten Elemente des Vertriebs" und nicht um ein Marketing für den Vertrieb. Noch einmal zu hinterfragen ist, ob im Sinne einer besseren Eindeutigkeit des Konzeptes nicht besser von *Integration von Marketing und Vertrieb in die internationale Unternehmensführung*, von *Internationalen Marketing- und Vertriebsent-*

scheidungen und von *internationalen Marketing- und Vertriebskonzeptionen* gesprochen werden sollte. Sonst verliert das Modul vielleicht die Vertriebsbezüge zu stark aus den Augen (vgl. 2.4.6).

- Modul 6 (Spezielles Know How im Vertrieb, Vertiefung): Die Lehrinhalte sollten Vertriebsinformationssysteme, klassische Vertriebssteuerung à la CAS und das weiterführende CRM umfassen. Gerade bei CRM kommt es darauf an, die Verbindung zwischen Markt- und Kundenstrategie und den operativen Funktionalitäten der Vertriebssteuerung aufzuzeigen (vgl. 2.4.6).
- Key Account Management, d. h. die Gewinnung, Betreuung und Weiterentwicklung von Schlüsselkunden (inkl. Projektverkauf, Problemlösungsverkauf, Objektverkauf) ist das große Thema für Vertriebsingenieure. Ganze Branchen (Automobilzulieferer) arbeiten ausschließlich nach KAM-Konzepten. Es sollte daher überprüft werden, ob dieses Thema wirklich in die Wahlfreiheit der Studierenden (Modul 6) gestellt werden soll. Eine Wahlmöglichkeit könnte dann für die Spezialgebiete Business im Internet und Vertrieb technischer Dienstleistungen angeboten werden. (vgl. 2.4.6).
- Die Gutachter schlagen vor, das Thema CRM im Rahmen des Moduls 6 zu behandeln und aus den Modulen 7-9 herauszunehmen (vgl. 2.4.6).

4.2 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)

Die Gutachter empfehlen der SAK die Akkreditierung des weiterbildenden Masterfernstudiengangs Vertriebsmanagement mit dem Abschluss Master of Business Administration (MBA) mit einer Auflage für die Dauer von fünf Jahren.

4.3 Auflage

- Die Prüfungsorganisation ist zu spezifizieren. Zudem ist der Nachweis zu erbringen, dass durch die Prüfungen das Kriterium 6 (Prüfungssystem) des Beschlusses „Kriterien zur Akkreditierung von Studiengängen“ des Akkreditierungsrates vom 17.07.2006 erfüllt ist (vgl. 2.4.5).