

Stellungnahme des Zentrums für Qualitätssicherung und -entwicklung

Konzept MA Medienmanagement

Das Prozesshandbuch zur Systemakkreditierung sieht vor, dass ein Studiengangskonzept nach einem abgestimmten Spektrum ausgearbeiteter Qualitätskriterien bewertet werden sollte. Neben einer Bestimmung des Studiengangs hinsichtlich seiner **Ziele** und unter Berücksichtigung des Maßes der **Anbindung an Gesamtstrategien des Faches, der regionalen und überregionalen Verortung** und **vorhandener Schwerpunkte** des Faches sowie **bestehender Kooperationen** und vor dem Hintergrund **internationaler Fachstandards**, der Relevanz des Konzeptes für bestehende und zu entwickelnde **Forschungsschwerpunkte** wie auch der **Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses** spielen der **sächliche und personelle Bedarf** des Studiengangs und der Nachweis entsprechender **Ressourcen** eine herausragende Rolle.

Im Folgenden wird analysiert, in welchen Bereichen die dargelegten Aspekte bereits gewährleistet sind bzw. ggf. weiterer Klärung bedürfen. In die Stellungnahme fließen zudem die Anmerkungen externer Berater ein, denen das Konzept zur Beurteilung vorlag. Auf diese Weise werden jeweils die Einschätzungen von Fachexperten, Berufspraktikern und Studierenden einbezogen, die im Falle des vorliegenden Konzeptes bis auf wenige der unten angemerkten Aspekte übereinstimmend positiv ausfallen:

Die für den projektierten viersemestrigen Studiengang explizierten **Ziele** sind hinreichend beschrieben. Der Studiengang ist als Aufbau für die Absolventen des BA Publizistik (mit Beifach Wirtschaftswissenschaften) und des BA Wirtschaftswissenschaften konzipiert und bildet Nachwuchs für den medienwirtschaftlichen Bereich wie auch für die universitäre Forschung und Lehre aus.

Der Studiengang gliedert sich in drei Bereiche: das Modul "Methoden", das Kenntnisse aus dem BA-Studiengang vertieft, der kommunikationsanalytische Bereich ermöglicht Einblicke in Forschungsfragen und der Praxis-Bereich stellt den Berufsfeldbezug her.

Interkulturelle Kompetenzen und **internationale Ausrichtung** sind bei der Präsentation des Studiengangs berücksichtigt. Im dritten Semester ist ein Auslandsaufenthalt möglich. Im Gegenzug wird auch für auswärtige Studenten in Mainz ein Studium "Medienmarketing" angeboten. Hinsichtlich der im Konzept genannten kooperierenden Universitäten könnte noch mitgeteilt werden, um welche es sich handelt. Abschließend ist anzumerken, dass der Auslandsaufenthalt mit lediglich der Hälfte an ECTS-Punkten bewertet wird wie das Semester in Mainz.

Der Fachgutachter betont, dass sich die Medienlandschaft nicht nur aufgrund der Digitalisierung in einem Umbruch befindet, sondern gerade auch die Globalisierung die überkommenen Strukturen verändert habe und empfiehlt, dass diese Sachverhalte zum einen in der Studiengangsbeschreibung deutlicher akzentuiert werden und das Studiengangskonzept stärker prägen sollten, so dass die Internationalisierung nicht nur einem Auslandsaufenthalt überlassen bleibe. Auch aus der Sicht der Berufspraxis sollte ein Auslandsaufenthalt als mehr denn nur als Alternative betrachtet werden.

Die **Anbindung des Studiengangs an angrenzende Fächer und Fachbereiche** wird hinreichend ausgeführt. Vernetzungen des Instituts sind vorgesehen mit geplanten oder eingeführten medienwissenschaftlichen Studiengängen wie dem MA Publizistik oder Journalistik; Kooperationsmöglichkeiten bestehen mit den Buch-, Film-, Musik- und Theaterwissenschaften und lassen einen Mehrwert für die Studierenden erwarten.

Nicht hinreichend ausgeführt wurde jedoch, inwieweit eine **Anbindung an Gesamtstrategien und Schwerpunkte** der Universität besteht und welche Kooperationspartnerschaften mit externen Einrichtungen existieren (Betriebe, Akademie der Wissenschaften und der Literatur etc.). Folgende Fragestellungen sind zu klären: Wie wird eine Anbindung an den geplanten medienwissenschaftlichen Schwerpunkt und die projektierte Graduiertenschule, an

das Gutenberg Research College und das Programm „Promotionsstudien“ an der Universität Mainz mit der Gutenberg Akademie ermöglicht?

Wie gestalten sich potenzielle Kontakte zu laufenden Forschungsprojekten?

Der Studiengang ist im **nationalen und regionalen Kontext** als wettbewerbsfähig einzuschätzen. Im Hinblick auf die Zahl der **potenziellen Studienanfänger** - in Mainz sind jährlich lediglich 20 Anfänger zugelassen - ist auch aus Sicht des Fachgutachters eine weit stärkere Nachfrage zu erwarten als vom Angebot her vorgesehen ist. Darauf weisen aus der Sicht der Qualitätssicherung auch die anhaltend hohen Zahlen im Diplomstudiengang Medienmanagement an der JGUM hin.

Aus Sicht des Fachgutachters sei es daher fraglich, wie dabei eine **hinreichend große Teilnehmerzahl für die einzelnen Spezialisierungen** gewährleistet werden könne. Zudem sollte deutlicher werden, dass **eine Durchlässigkeit der Studiengänge** erwünscht ist, d.h. dass die Studiengänge nicht nur hausinternen Absolventen zugänglich sind. (Das entsprechende Schaubild ist in diesem Punkt mehrdeutig.)

Die Frage, ob für **Absolventen dieses Studiengangs** eine hinreichende **Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt** besteht, stellt sich vor dem Hintergrund des breiten Spektrums der Einsatzmöglichkeiten der Absolventen kaum. Arbeitsfelder liegen im privatwirtschaftlichen Sektor wie auch im Bereich der Hochschule.

Personelle und sächliche Ressourcen zur Realisierung des Studiengangs stammen aus den Fächern Publizistik und Medienwirtschaft und scheinen in ausreichendem Maße vorhanden zu sein (s. Stellungnahme der Stabsstelle Hochschulstatistik, Herr Gorges, M.A.).

In Bezug auf die **Konzeption der Module** scheint eine homogene Verteilung von ECTS-Punkte-Wertungen gewährleistet. Jedoch ist anzumerken, dass der Studiengang noch nicht vollständig konzipiert ist. So weist auch der Fachgutachter darauf hin, dass die Module zu den medienpezifischen „**medienwissenschaftlichen Wahlpflichtfächern**“ (Modul 8.2 ff) noch fertig zu stellen seien. Auch das Modul zur „**medienwirtschaftlichen Forschung**“ führe Lehrveranstaltungen auf, deren Titel eher provisorisch klingen und deren Lernziele recht unspezifisch seien und einer Konkretisierung bedürften.

Zudem sei zu begründen, warum eine Vorlesung „**Grundlagen des Zeitungsjournalismus**“ (Modul 6) als Pflichtangebot ausgewiesen werde.

Aus studentischer Perspektive überzeugt die Zusammenstellung der Studieninhalte des Masters Medienmanagement. Durch die Veranstaltungen in den Modulen Medienmärkte, Medienmarketing und Medienbetriebslehre werde in Breite und Tiefe die betriebswirtschaftliche Qualifikation der Studierenden sichergestellt.

Dass dabei ein besonderes Augenmerk auf den Wandel und die Dynamik der Märkte, Technologien und Unternehmen gelegt werde, unterstreiche die Praxisrelevanz der Module.

Besonders positiv sei, dass Studierende mit geringem wirtschaftlichem Hintergrundwissen noch zusätzliche BWL-Veranstaltungen besuchen (Modul 4b).

Es bliebe jedoch unklar, welche Veranstaltungen dafür vorgesehen seien und welche Kenntnisse hier im Speziellen vermittelt würden.

Modul 4b gebe den Studierenden ohne Vorwissen im Bereich der Publizistik einen guten Überblick über das Fach, was zudem einen fundierten Einblick in die für Medienunternehmen relevante nationale und internationale Gesetzgebung ermögliche.

Ein Kritikpunkt im Modul Medienrecht sei aus Sicht der Studierenden das Fehlen der nationalen und internationalen Medienpolitik. Dieser Bereich werde nicht explizit genannt, sei jedoch möglicherweise in den aufgeführten Veranstaltungen enthalten.

Auch das Modul Journalismus/Medienproduktion sei in Anbetracht einer zukünftigen Beschäftigung als Führungskraft eines Medienunternehmens durchaus als sinnvoll anzusehen, allerdings fiel es mit einem Umfang von zehn Semesterwochenstunden relativ umfangreich aus.

So wird empfohlen, die Ressourcen mehr in Richtung des Moduls Medienwirtschaftliche Forschung zu verschieben, wodurch **mehr Zeit für aktuelle Forschungsergebnisse** bliebe. Gravierender Kritikpunkt am Masterstudiengang Medienmanagement aus Studierendensicht sei die Tatsache, dass die **Methoden der empirischen Kommunikationswissenschaft** im Masterstudiengang lediglich als Wahlpflichtfach angeboten werden, denn gerade im Management würden häufig Entscheidungen basierend auf Daten der Markt- und Mediaforschung getroffen, so dass ein zumindest grundlegendes Verständnis für diese Inhalte vermittelt werden müsse.

Aus Sicht der Berufspraxis erscheint die Verzahnung der Kontextmodule in Abhängigkeit vom jeweiligen Bachelor-Abschluß plausibel, die Studieninhalte bauen nachvollziehbar aufeinander auf. Sie entsprächen weitestgehend dem, was in der beruflichen Praxis erwartet und benötigt werde.

Zur **Berufsfeldorientierung** wird lediglich "projektbezogenes Arbeiten" erwähnt; hier wäre eine nähere Spezifizierung des didaktischen Konzeptes wünschenswert.

Aus dem Blickwinkel der Berufspraxis stellten die Wahlpflichtfächer Buch-, Film-, Musik- und Theaterwissenschaften eine interessante Variante mit Blick darauf dar, dass ganze Kultursparten in Zeiten zurückgehender Alimentation durch die öffentliche Hand sich künftig mit den wirtschaftlichen und den Management-Aspekten ihrer Arbeit zu befassen hätten. Insofern ließe sich die Beschreibung der Berufsfelder durchaus auf Management-Aufgaben in Theatern, Museen etc. ausweiten.

Möglichkeiten, während des Studiums neben berufsfeldorientiertem Wissen auch **Einblicke in Forschungsfragen** zu gewinnen, sind aus Perspektive der Qualitätssicherung gewährleistet durch die Module "Medienwirtschaftliche Forschung" und "Medienrecht". Damit existieren für die Studierenden günstige Rahmenbedingungen, eigene Ideen für Forschungsansätze zu entwickeln, etwa im Hinblick auf eine Promotion.

Die Modulprüfungen bieten durch Klausuren, Hausarbeiten und Praxisarbeiten im Sinne der Qualitätssicherung ein hinreichend breites Angebot zum Erwerb entsprechender Kenntnisse. Voraussetzungen, fachliches Wissen in Form eines Vortrags zu präsentieren, sind durch entsprechende Aufgabenstellungen im Rahmen von Seminaren und Übungen gewährleistet.

Allerdings wird aus Sicht des Fachgutachters angeregt, dass eine Praxisorientierung auch über **praxisorientierte Lehrveranstaltungen** gewährleistet werden sollte, deren Qualität durch die Universität zu sichern sein.

Zudem könnten bei den **Lehrveranstaltungen** nach Auffassung des Fachgutachters die überwiegend klassischen Formen (Vorlesung mit begleitender Übung und Seminar) durch **studentische Projekte** wie beim Master „Publizistik/Kommunikationsanalyse“ ergänzt werden (**z.B. als Lehrforschungsprojekt**). Auch identitätsstiftende Formen wie **Masterforum** oder **Kolloquien** sollten Platz in einem Studienangebot finden. Zudem könne die **Varianz bei den Prüfungen** noch etwas vergrößert werden, um unterschiedlichen Lerntypen besser gerecht zu werden.

Es sollte darüber hinaus aus Gründen der Qualitätssicherung noch dargelegt werden, wie eine angemessene **Studienberatung** gewährleistet ist und wer dafür verantwortlich zeichnet.

Synopse

Das Zentrum für Qualitätssicherung und -entwicklung empfiehlt die Einrichtung des MA-Studiengangs Medienmanagement ohne Auflagen. Mit Hinblick auf die Weiterführung (Reakkreditierung) des Studiengangs werden neben den obligatorischen Fragestellungen insbesondere die folgenden Aspekte berücksichtigt:

- Gewährleistung einer hinreichend großen Teilnehmerzahl für die einzelnen Spezialisierungen (bei der geringen Zulassungszahl zum Studiengang)
- Präzisierung der Berufsfeldorientierung
- Anbindung des Fachs an die Gesamtstrategien und vorhandene Schwerpunkte der Hochschule
- Praxisorientierung der Lehrveranstaltungen
- Betreffend den Bereich ‚Internationalisierung‘: ECTS-Bewertung des Auslandsaufenthalts im Verhältnis zum Semester in Mainz
- Einrichtung einer angemessenen Studienberatung