

**Studien- und Prüfungsordnung
für den Masterstudiengang Kreatives Management
an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach
(SPO KMA/HSAN-20161)**

Vom 12. April 2016

**(eingearbeitet ist die Änderungssatzung
SPO KMA/HSAN-20161-1 vom 19. Juni 2017)**

Auf Grund von Art. 13 Abs. 1 Satz 2, Art. 56 Abs. 6, Art. 58 Abs. 1, Art. 61 Abs. 2, Abs. 8 Satz 2 und Art 66 Abs. 1 Satz 1 des Bayerischen Hochschulgesetzes – BayHSchG – (BayRS 2210–1–1–WFK) vom 23. Mai 2006 (GVBl S. 245, zuletzt geändert durch § 2 des Gesetzes vom 7. Mai 2013, GVBl. S. 252) erlässt die Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach folgende Satzung:

§ 1

Zweck der Studien- und Prüfungsordnung

Diese Studien- und Prüfungsordnung dient der Ausfüllung und Ergänzung der Rahmenprüfungsordnung für die Fachhochschulen – RaPO – (BayRS 2210–4–1–4–1–WFK) vom 17. Oktober 2001 (GVBl S. 686) und der Allgemeinen Prüfungsordnung der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach (APO/HSAN-20122) vom 1. August 2012 in deren jeweils gültigen Fassung.

§ 2

Studienziele und Studieninhalte

(1) ¹Aufbauend auf einem erfolgreich abgeschlossenen Studium und einer qualifizierten berufspraktischen Erfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr vermittelt der Masterstudiengang Kreatives Management Kompetenzen und Schlüsselqualifikationen für leitende Tätigkeiten in allen Bereichen des Marketingmanagements und der marktorientierten Unternehmensführung. ²Durch die zentralen Elemente Kreativität und Intuition sollen Absolventinnen und Absolventen in die Lage versetzt werden, Chancen und Herausforderungen einer dynamischen Unternehmensumwelt erfolgreich zu begegnen. ³Dabei wird die Kreativität als unabdingbare Voraussetzung für die Innovationsfähigkeit in wissensbasierten Gesellschaften gefördert. ⁴Neben gezielter Vertiefung und Ergänzung des marketingwissenschaftlichen Basiswissens werden im Masterstudiengang deshalb vor allem die kreativen und intuitiven Fähigkeiten erweitert, die für eine innovative Führungs- und Teamkompetenz zentrale Erfolgsfaktoren darstellen. ⁵Der Masterstudiengang vermittelt somit neben den klassischen Kompetenzen wie Fachkompetenz, Methodenkompetenz, soziale Kompetenz und persönliche Kompetenz auch die intuitive Kompetenz.

(2) ¹Die inhaltliche Ausgestaltung des Masterstudiengangs orientiert sich am idealtypischen Verlauf eines Innovationsprozesses. ²Beginnend mit der Aufgabenstellung als Zielsetzung muss sich das bearbeitende Team finden und sich aufeinander einstellen. ³Über die klassische Marktforschung wird explizites Wissen zusammengetragen. ⁴Um aber zu neuen Erkenntnissen zu gelangen, werden neue innovative Wege in Richtung Kreativität und Intuition eingeschlagen. ⁵Sie bilden die Quelle für neu geschaffenes implizites Wissen.

§ 3

Studiengangprofil

¹Der Masterstudiengang Kreatives Management ist ein berufsbegleitender weiterbildender Masterstudiengang. ²Er hat ein anwendungsorientiertes Profil und führt zum Abschluss Master of Business Administration.

§ 4

Qualifikationsvoraussetzungen, Zulassung zum Studium

- (1) Qualifikationsvoraussetzungen für die Zulassung zum Masterstudiengang sind:
1. ein Hochschulabschluss oder gleichwertiger Abschluss in einem mindestens die Regelstudienzeit von sieben Semestern umfassenden Studiengang an einer deutschen oder ausländischen Hochschule,
 2. ¹der Nachweis einer an das Hochschulstudium nach Nr. 1 angeschlossenen und damit verbundenen qualifizierten berufspraktischen Erfahrungen von in der Regel nicht unter einem Jahr. ²Im Sinne des Durchlässigkeitsprozesses in der Berufsbildung werden die während eines Dualen Bachelorstudiums erbrachten Praxiszeiten auf akademischen Niveau, einer nach Nr. 1 angeschlossenen qualifizierte berufspraktische Erfahrung gleichgesetzt,
 3. ¹der Nachweis der erforderlichen deutschen Sprachkenntnisse von Studienbewerbern und Studienbewerberinnen, die ihre Studienqualifikation nicht an einer deutschsprachigen Einrichtung erworben haben. ²Der entsprechende Nachweis erfolgt durch das Bestehen der Deutschen Sprachprüfung für den Hochschulzugang (DSH). ³Deutsche Sprachkenntnisse gelten für den MBA-Studiengang Kreatives Management als ausreichend, falls in allen Prüfungsteilen (Leseverstehen, Hörverstehen, Schriftlicher Ausdruck (=Textproduktion) und Mündlicher Ausdruck) mindestens das DSH-Niveau 2 (DSH2) bzw. TestDaF-Niveau 4 (TDN4) erreicht wurde,
 4. der Nachweis der studienspezifischen Eignung als besondere Qualifikationsvoraussetzung durch ein Eignungsverfahren.
- (2) Beträgt die Regelstudienzeit des Studiengangs nach Abs. 1 Nr. 1 weniger als sieben Semester, ist § 8 Abs. 2 anzuwenden.
- (3) Ob die Berufserfahrung mit den in Abs. 1 Nr. 2 genannten Erfordernissen übereinstimmt, entscheidet die Prüfungskommission.
- (4) Die Gleichwertigkeit ausländischer Abschlüsse stellt die Prüfungskommission unter Beachtung des Art. 63 BayHSchG fest.
- (5) Ein Anspruch darauf, dass der Masterstudiengang bei nicht ausreichender Anzahl von Studienbewerberinnen bzw. Studienbewerbern durchgeführt wird, besteht nicht.
- (6) Studienbewerberinnen oder Studienbewerber, die die Qualifikationsvoraussetzungen nicht erfüllen, erhalten einen Ablehnungsbescheid.

§ 5

Aufnahmeverfahren

(1) ¹Die Aufnahme des Masterstudiums ist sowohl zum Sommersemester als auch zum Wintersemester möglich. ²Die Bewerbung muss fristgerecht vom 2. November bis 31. Januar für das Sommersemester bzw. vom 2. Mai bis 15. Juli für das Wintersemester erfolgen.

(2) ¹Die Bewerbung ist nur online über die Internetseiten der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach möglich. ²Der Antrag auf Zulassung zum Studium (Zulassungsantrag) muss form- und fristgerecht gemäß den Fristen nach Abs. 1 Satz 2 unter Verwendung der online zur Verfügung gestellten Unterlagen erfolgen. ³Folgende Unterlagen müssen bis spätestens drei Wochen nach Ende der Bewerbungsfrist bei der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach eingegangen sein:

das Abschlusszeugnis des Studiengangs, in dem die Bewerberin oder der Bewerber den ersten berufsqualifizierenden Abschluss nach § 4 Abs. 1 Nr. 1 erworben hat.

der Nachweis nach der mindestens zwölfmonatigen beruflichen Praxis nach § 4 Abs. 1 Nr. 2 durch hierfür geeignete Unterlagen.

(1) Die Unterlagen nach Abs. 2 sind in deutscher Sprache einzureichen.

§ 6 Eignungsverfahren

(1) Das Eignungsverfahren dient dazu sicherzustellen, dass nur Bewerber mit der studiengangspezifischen Eignung zum Studium zugelassen werden.

(2) Studienbewerberinnen bzw. Studienbewerber die sich form- und fristgerecht beworben haben und die Qualifikationsvoraussetzungen nach § 4 Abs. 1 Nrn. 1 bis 4 erfüllt haben, werden zu dem Eignungsverfahren zugelassen. ²Eine gesonderte Anmeldung zum Eignungsverfahren ist nicht notwendig. ³Das Eignungsverfahren wird von der Fakultät Wirtschafts- und Allgemeinwissenschaften der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach durchgeführt und soll spätestens zwei Wochen vor Semesterbeginn abgeschlossen sein. ⁴Der Termin des Eignungsverfahrens ist den Studienbewerberinnen bzw. Studienbewerbern spätestens eine Woche vorher mitzuteilen.

(3) ¹Das Eignungsverfahren wird in Form eines Auswahlgesprächs durchgeführt, das zwischen 45 bis 60 Minuten dauert. ²Im Auswahlgespräch werden insbesondere die Motivation zum Masterstudiengang sowie die für den Masterstudiengang notwendig vorausgesetzten Kompetenzen, insbesondere aus den Bereichen Kommunikation, Kreativität und interdisziplinäres Denken, überprüft. ³Die Kriterien und Bewertungsmaßstäbe, anhand derer im Eignungsverfahren die studiengangspezifische Eignung beurteilt wird, ist im Anhang 2 zu dieser Satzung geregelt. ⁴Das Auswahlgespräch wird von zwei Prüfern aus dem Personenkreis des § 12 Abs. 2 als „bestanden“ oder „nicht bestanden“ beurteilt; näheres wird in Anhang 2 zu dieser Satzung geregelt.

(4) ¹Im Falle der Nicht-Zulassung ist eine Bewerbung zu einem weiteren Termin möglich. ²Eine dritte Bewerbung ist ausgeschlossen.

(5) Wird ein Studienjahrgang bei einer nicht ausreichenden Anzahl von Studienbewerberinnen bzw. Studienbewerber nicht durchgeführt, behalten die absolvierten Eignungsverfahren der Studienbewerberinnen bzw. Studienbewerber, im Falle einer erneuten Bewerbung, für das folgende Aufnahmeverfahren ihre Gültigkeit.

§ 7 Gebühren

(1) Der Masterstudiengang stellt ein spezielles Angebot des weiterbildenden Studiums gemäß Art. 1 Satz 2 Nr. 1 HSchGebV dar und deshalb erhebt die Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach von Studierenden des Masterstudiengangs Gebühren gemäß Art. 71 Abs. 8 BayHSchG.

(2) ¹Die Höhe der Gebühren beträgt für die ersten vier Semester 3.750,00 € pro Semester, ab dem fünften Semester 1.875,00 € pro Semester. ²Die Gebühren werden fällig mit der Immatrikulation für das 1. Semester in Höhe von 3.750,00 € bzw. mit der Rückmeldung für das 2. bis 4. Semester in Höhe von 3.750,00 € pro Semester bzw. ab dem fünften Semester in Höhe von jeweils 1.875,00 € pro Semester. ³Auf Art. 46 Satz 1 Nr. 5 BayHSchG wird verwiesen.

(3) Ein Rückerstattung der Gebühren aufgrund Nichtbestehen der Masterprüfung, fehlender Rückmeldung oder Exmatrikulation ist ausgeschlossen.

(4) ¹Die Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach führt Aufzeichnungen über die Grundlagen der Gebührenfestsetzung und überprüft die Höhe der Gebühren alle zwei Jahre beginnend mit dem Ende des Wintersemesters 2012/13. ²Aufgrund dieser Überprüfung werden die Gebühren in ihrer Höhe so angepasst, dass sie den Aufwand der Hochschule decken. ³Die neu festgesetzten Gebühren gelten nicht für die bereits eingeschriebenen oder bereits exmatrikulierten Studierenden; nachträgliche Forderungen oder Rückerstattungen sind ausgeschlossen.

§ 8

Regelstudienzeit und Aufbau des Studiums

(1) ¹Der Masterstudiengang wird als Teilzeitstudium angeboten. ²Die Regelstudienzeit beträgt vier Semester mit einem Gesamtvolumen von 90 ECTS-Punkten.

(2) ¹Soweit Bewerber ein abgeschlossenes Hochschulstudium nachweisen, für das weniger als 210 ECTS-Punkte (jedoch mindestens 180 ECTS-Punkte) vergeben wurden, ist Voraussetzung für das Bestehen der Masterprüfung der Nachweis der fehlenden Leistungspunkte aus dem fachlich einschlägigen Studienangebot der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach bzw. einer anderen Hochschule. ²Die Prüfungskommission legt fest, welche Studien- und Prüfungsleistungen abgelegt werden müssen.

(3) Das Studium ist in folgende Modulgruppen gegliedert:

- Kreativität und Management
- Kreativität und Leadership,
- Internationalität und Interdisziplinarität
- Masterthesis.

§ 9

Modulstruktur

(1) Jedes Modul gliedert sich in eine feste Struktur bestehend aus einer Vorbereitungsphase, einer anwendungsorientierten Coachingphase und einer Nachbereitungsphase.

(2) ¹In der Vorbereitungsphase bereiten sich Studierende selbstständig auf ein vorgegebenes Thema vor und erarbeiten eigenverantwortlich die notwendigen wissenschaftlichen Grundlagen. ²Qualifikationsziele hierbei bestehen in der eigenständigen Recherche und der Durchdringung von Wissen. ³Gekennzeichnet ist die Vorbereitungsphase durch Selbststudium und Gruppenarbeit.

(3) ¹In der anwendungsorientierten Coachingphase setzen die Studierenden unterstützt von den Dozenten ihr angelerntes Wissen praxisorientiert um. ²Qualifikationsziele hierbei sind die praxisorientierte Umsetzung und die experimentelle Modellbildung. ³Die Zusammenarbeit mit den Dozenten erfolgt in Präsenzunterricht. ⁴Dieser findet entweder maximal an drei aufeinander folgenden Wochen jeweils am Freitag sechs Stunden und am Samstag neun Stunden oder konzentriert in einer Blockwoche statt. ⁵Der Zeitpunkt sowie der Studienort des Präsenzunterrichts wird im Studienplan bestimmt.

(4) ¹In der Nachbereitungsphase wird das vermittelte Wissen verarbeitet und weiterentwickelt. ²Qualifikationsziele hierbei sind die Weiterentwicklung des Erlernten und die kritische Beurteilung und die Bewertung neuen Wissens.

§ 10

Module und Prüfungen

(1) ¹Die Module mit ihrer Anzahl der ECTS-Punkte, Art und Dauer der Prüfungsleistungen sowie deren Zulassungsvoraussetzungen sind in der Anlage 1 geregelt.

(2) Lehrveranstaltungen und Prüfungen können nach Maßgabe des Studienplans in einer Fremdsprache abgehalten werden.

§ 11

Studienplan

¹Die Fakultät Wirtschafts- und Allgemeinwissenschaften der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach erstellt einen Studienplan. ²Der Studienplan dient der Sicherstellung des Lehrangebots und enthält die Informationen, aus denen sich der Ablauf des Studiums ergibt. ³Der Studienplan wird vom Fakultätsrat beschlossen und ist spätestens bis zum Beginn der Vorlesungszeit öffentlich bekanntzumachen. ⁴Der Studienplan enthält insbesondere folgende Regelungen und Angaben:

1. die Aufteilung der Semesterwochenstunden je Modul und Studiensemester,
2. die Kurse in den einzelnen Modulen, soweit sie nicht in der Anlage abschließend festgelegt wurden,
3. nähere Bestimmungen zu den Leistungs- und Teilnahmenachweisen,
4. die Zuordnung von ECTS-Punkten zu den einzelnen Modulen,
5. der Zeitpunkt sowie der Studienort des Präsenzunterrichts nach § 9 Abs. 3 Sätze 3-5.

§ 12

Prüfungskommission

Für den Studiengang wird nach Maßgabe der einschlägigen rechtlichen Bestimmungen eine Prüfungskommission gebildet.

§ 13

Masterthesis

(1) ¹Die Ausgabe des Themas der Masterthesis setzt voraus, dass mindestens 60 ECTS-Punkte des Master-Studiums erbracht wurden. ²Die Bearbeitung der Masterarbeit erfolgt ab dem vierten Semester des Master-Studiums.

(2) ¹Das Thema wird von einem Professor oder einer Professorin, von einer Lehrkraft für besondere Aufgaben bzw. von einer oder einem Lehrbeauftragten i.S.d. des Art. 2 BayHSchPG ausgegeben. ²Über Ausnahmen entscheidet die Prüfungskommission.

(3) Die Bearbeitungszeit der Masterthesis beträgt sechs Monate.

(4) Die Masterthesis ist in zweifacher Ausfertigung abzugeben.

§ 14

Benotung von Prüfungsleistungen

¹Die Gewichtung der Noten der Module zur Bildung der Prüfungsgesamtnote ergibt sich aus den in Anlage 1 festgelegten ECTS-Punkten der Module. ²Besteht ein Modul aus mehreren Kursen, so errechnet sich die Modulnote aus dem arithmetischen Mittel der gewichteten Noten der Teilprüfungen. ³Die Gewichtung der Teilprüfungen wird im Studienplan festgelegt, ansonsten werden die Teilprüfungen gleich gewichtet.

§ 15

Akademischer Grad

Aufgrund des erfolgreichen Abschlusses des Studiums wird von der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach der akademische Grad Master of Business Administration, Kurzform: MBA, verliehen.

§ 16

Inkrafttreten

Diese Studien- und Prüfungsordnung tritt mit Wirkung vom 1. Mai 2016 in Kraft und gilt für die Studierenden, die ihr Studium zum Wintersemester 2016/17 aufnehmen.

Ausgefertigt aufgrund des Beschlusses des Senats der Hochschule vom 06. April 2016 und der rechtsaufsichtlichen Genehmigung der Präsidentin vom 12. April 2016

Ansbach, den 12. April 2016

gez.

Prof. Dr. Ambrosius
Präsidentin

Diese Satzung wurde am 12. April 2016 in der Hochschule niedergelegt. Die Niederlegung wurde am 12. April 2016 durch Anschlag in der Hochschule bekannt gegeben. Tag der Bekanntmachung ist daher der 12. April 2016

nicht-amtliche konsolidierte Fassung

Anhang 1: Übersicht über die Module im Masterstudiengang Kreatives Management an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach

Kreativität und Management

Modul-Nr.	Module	ECTS-Punkte	Prüfungsleistungen *		Zulassungs- voraussetzungen
			Art	Dauer	
KMA 1100	Kreatives Marketing Management	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
KMA 1200	Controlling und Business Exzellenz	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
KMA 1300	Crea Matching – Rollen und Kompetenzen	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
KMA 1400	Strukturierte Kreativität	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP

Kreativität und Leadership

Modul-Nr.	Module	ECTS-Punkte	Prüfungsleistungen *		Zulassungs- voraussetzungen
			Art	Dauer	
KMA 2100	Crea Leader und Wertesystem	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
KMA 2200	Intuition und Entscheidungsfindung	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
KMA 2300	Mental- und Erfolgstraining	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
KMA 2400	Erlebnisorientiert Präsentieren und Begeistern	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP

Internationalität und Interdisziplinarität

Modul-Nr.	Module	ECTS-Punkte	Prüfungsleistungen *		Zulassungs- voraussetzungen
			Art	Dauer	
KMA 3100	Interkulturelles Management	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
KMA 3200	Kunst und Design	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
KMA 3300	Multimedia und Kommunikation	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP
KMA 3400	Kreative Systemische Analyse	5	StA / FS / Ref / schrLN	- / - / - / 90-120	TNP

Anhang 1: Übersicht über die Module im Masterstudiengang Kreatives Management an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach

Masterthesis

Modul-Nr.	Module	ECTS-Punkte	Prüfungsleistungen *		Zulassungsvoraussetzungen
			Art	Dauer	
KMA 4100	Master-Thesis	30	MAtHesis		60 ECTS

Abkürzungen

schrLN	schriftlicher Leistungsnachweis
mündLN	mündlicher Leistungsnachweis
StA	Studienarbeit / Seminararbeit
FS	Fallstudie
Ref	Referat
MAtHesis	Masterthesis
TNP	Teilnahmenachweis Präsenzveranstaltung

Anhang 2: Eignungsverfahren für den Masterstudiengang Kreatives Management an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Ansbach

1. Das Eignungsverfahren wird in Form eines Auswahlgesprächs durchgeführt, bei dem die Bewerberinnen oder Bewerber maximal 60 Punkte erreichen können.

2. Kriterien und Bewertungsmaßstäbe für das Eignungsverfahren:

2.1 Motivation für das Masterstudium

Da der Erfolg für das Studium von der Leistungsbereitschaft und diese wiederum von der Motivation abhängt, wird im Auswahlgespräch die Motivation der Bewerberin bzw. des Bewerbers festgestellt.

Es werden zwischen 0 und 10 Punkte vergeben.

2.2 Fachlicher Zusammenhang zwischen grundständigen Studiengang und dem Masterstudiengang Kreatives Management

Der grundständige Studiengang nach § 4 Abs. 1 Nr. 1 dieser Satzung wird hinsichtlich seiner fachlichen Ausrichtung zum Masterstudiengang Kreatives Management eingestuft. Bewertungsmaßstab ist der fachliche Zusammenhang der im grundständigen Studium erworbenen Fähigkeiten und Kompetenzen zu den Qualifikationszielen des Masterstudiums.

Es werden zwischen 0 und 5 Punkte vergeben.

2.3 Art und Dauer der beruflichen Tätigkeit

Überprüft wird die Qualität der beruflichen Tätigkeit nach § 4 Abs. 1 Nr. 2 dieser Satzung. Dabei werden Arbeitsleistungen anhand Arbeitszeugnissen oder Leistungsnachweisen ebenso berücksichtigt wie die Dauer der beruflichen Tätigkeit. Außerdem wird überprüft, inwieweit die berufliche Tätigkeit inhaltlich mit den Qualifikationszielen des Masterstudiengangs Kreatives Management verbunden sind. Dabei ist nicht nur die Branche bzw. Tätigkeit heranzuziehen, sondern auch welche Fähigkeiten und Kompetenzen für die Berufsausübung notwendig waren bzw. während der Berufsausübung angewandt wurden.

Es werden zwischen 0 und 10 Punkte vergeben.

2.4 Überprüfung der studiengangspezifischen Fähigkeiten und Kompetenzen

Im Auswahlgespräch werden durch Fragen oder Aufgabenstellungen die Fähigkeiten und Kompetenzen auf folgende Themenfelder überprüft:

2.4.1 Kreativität

Es werden zwischen 0 und 5 Punkte vergeben.

2.4.2 Intelligenz (logisches und mathematisches Denken)

Es werden zwischen 0 und 10 Punkte vergeben.

2.4.3 Intuition und Wahrnehmung

Es werden zwischen 0 und 5 Punkte vergeben.

2.4.4 Empathie

Es werden zwischen 0 und 5 Punkte vergeben.

2.4.5 Allgemeinwissen

Es werden zwischen 0 und 5 Punkte vergeben.

2.4.6 Kompetenzen

Es werden zwischen 0 und 5 Punkte vergeben.

3. Bestehen des Eignungsverfahrens

Das Bestehen des Eignungsverfahrens ist abhängig von den erreichten Punkten und der Prüfungsgesamtnote im grundständigen Studiengang nach Punkt 2.2 dieses Anhangs:

Bei einer Prüfungsgesamtnote

- von 1,0 bis 1,5 müssen 55 von 60 Punkten
- von 1,6 bis 2,5 müssen 45 von 60 Punkten
- von 2,6 bis 3,5 müssen 35 von 60 Punkten
- von 3,6 bis 4,0 müssen 30 von 60 Punkten

erreicht werden.

4. Niederschrift

Aus der Niederschrift müssen die Themen des Gesprächs, die Fragen oder Aufgabenstellungen sowie die wesentlichen Gründe für die Bewertung ersichtlich sein.

nicht-amtliche konsolidierte Fassung