

Akkreditierungsbericht

Akkreditierungsverfahren an der

Hochschule RheinMain

Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.)

Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) (Erstakkreditierung)

I. Ablauf des Akkreditierungsverfahrens

Vorangegangene Akkreditierung des Bachelorstudiengangs „Kommunikationsdesign“

(B.A.) am: 28. März 2011, **durch:** ACQUIN, **bis:** 30. September 2018; **vorläufig akkreditiert**

bis: 30. September 2019

Vertragsschluss am: 17. November 2018

Eingang der Selbstdokumentation: 11. Juli 2018

Datum der Vor-Ort-Begehung: 6./7. Februar 2019

Fachausschuss: Kunst, Musik und Gestaltung

Begleitung durch die Geschäftsstelle von ACQUIN: Marion Moser/ Nina Soroka

Beschlussfassung der Akkreditierungskommission am: 25. März 2019, 24. März 2020

Zusammensetzung der Gutachtergruppe:

- **Professor Claudia Frey**, Lehrgebiet Gestaltung im Raum, Fakultät Gestaltung, Hochschule für angewandte Wissenschaften, Würzburg-Schweinfurt
- **Stephan Hasselbauer**, DESIGNBÜRO, Fürth
- **Professor Andreas Hogan**, Professor FB Gestaltung - FR Kommunikationsdesign, Hochschule Trier
- **Jonas Kuske**, Bachelorstudiengang „Digitale Medienproduktion“, Hochschule Bremerhaven
- **Professor Dr. Reiner Nachtwey**, Professor für Gestaltungslehre, Fachbereich Design, HS Düsseldorf

Bewertungsgrundlage der Gutachtergruppe sind die Selbstdokumentation der Hochschule sowie die intensiven Gespräche mit Programmverantwortlichen und Lehrenden, Studierenden, Absolventinnen und Absolventen sowie Mitgliedern der Hochschulleitung während der Begehung vor Ort.

Als Prüfungsgrundlage dienen die „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ (AR-Kriterien) in der zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültigen Fassung.

Inhaltsverzeichnis

I.	Ablauf des Akkreditierungsverfahrens.....	1
II.	Ausgangslage	4
1.	Kurzportrait der Hochschule.....	4
2.	Kurzinformationen zu den Studiengängen	4
3.	Ergebnisse aus der vorangegangene Akkreditierung.....	5
III.	Darstellung und Bewertung	7
1.	Gesamtstrategie der Hochschule und des Fachbereichs	7
2.	Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.).....	7
2.1.	Ziele des Studiengangs.....	7
2.2.	Konzept des Bachelorstudiengangs.....	10
2.3.	Weiterentwicklung des Bachelorstudiengangs und Fazit.....	17
3.	Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.).....	18
3.1.	Qualifikationsziele des Masterstudiengangs.....	18
3.2.	Konzept des Masterstudiengangs.....	21
3.3.	Fazit.....	25
4.	Implementierung	26
4.1.	Ressourcen	26
4.2.	Entscheidungsprozesse, Organisation und Kooperation.....	29
4.3.	Transparenz und Dokumentation	32
4.4.	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit	33
4.5.	Fazit.....	34
5.	Qualitätsmanagement.....	35
5.1.	Organisation und Mechanismen der Qualitätssicherung	35
5.2.	Umgang mit den Ergebnissen der Qualitätssicherung	37
5.3.	Fazit.....	37
6.	Resümee.....	37
7.	Bewertung der „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ vom 08.12.2009 in der jeweils gültigen Fassung.....	38
8.	Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe.....	41
IV.	Beschlüsse der Akkreditierungskommission von ACQUIN	42
1.	Akkreditierungsbeschluss	42
2.	Feststellung der Aufлагenerfüllung.....	44

II. Ausgangslage

1. **Kurzportrait der Hochschule**

Die staatliche Hochschule RheinMain für Angewandte Wissenschaften des Landes Hessen wurde im August 1971 durch eine Fusion der Ingenieurschulen in Geisenheim, Idstein und Rüsselsheim sowie der Werkkunstschule in Wiesbaden als Fachhochschule Wiesbaden gegründet. Als eine der fünfzehn größten Fachhochschulen erfolgte im September 2009 im Rahmen der Umsetzung des Bologna-Plans die Umbenennung in Hochschule RheinMain. Heute verfügt die Hochschule RheinMain über Standorte in Wiesbaden und Rüsselsheim mit insgesamt fünf Fachbereichen. Wiesbaden konstituiert sich durch die Fachbereiche Architektur und Bauingenieurwesen, Design Informatik Medien, Sozialwesen sowie die Wiesbaden Business School; in Rüsselsheim am Main sitzt der Fachbereich Ingenieurwesen. Es sind über 13.000 Studierende in 39 grundständigen Bachelor- und 21 sich daran anschließenden Masterstudiengängen immatrikuliert, darunter auch internationale, berufsbegleitende, duale und Online-Studiengänge. Rund 820 Beschäftigte, davon ca. 240 Professorinnen und Professoren arbeiten an der Hochschule. Für eine praxisnahe Ausbildung spielen Labore vor Ort, Lehrbeauftragte aus der Praxis, Praxisprojekte und Praxisaufenthalte im In- und Ausland eine wesentliche Rolle ebenso wie ausbildungs-, berufs- und praxisintegrierte Studiengänge. Studierende bilden das Zentrum allen Handelns der Hochschule. Zudem ist die Hochschule RheinMain anerkannt für ihre berufsqualifizierende Lehre und anwendungsorientierte Forschung. Seit 2017 verfügt sie über das Promotionsrecht für die Fachrichtungen Soziale Arbeit und Angewandte Informatik. Ein zweites gemeinsames Promotionszentrum „Angewandte Informatik“ der Hochschule RheinMain mit weiteren hessischen Hochschulen für Angewandte Wissenschaften ist neu gegründet. Als weltoffene Institution pflegt die Hochschule viele internationale Kontakte zu Partnerhochschulen und es werden auch Studiengänge mit Doppelabschlüssen angeboten. 2017 wurde sie von der Bund-Länder-Initiative als „Innovative Hochschule“ ausgewählt. Ausgehend von ihrem Leitbild als „offene Hochschule“ fördert die Hochschule exzellente Lehre, um berufsqualifizierende Studiengänge anzubieten, die zur Persönlichkeitsentwicklung beitragen.

Die Bildung geeigneter Rahmenbedingungen für anwendungsbezogene Forschung, wissenschaftliche Weiterbildung, Regionalität wie Internationalität sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sind basale Grundpfeiler des Selbstverständnisses der Hochschule RheinMain.

2. **Kurzinformationen zu den Studiengängen**

Die hier zur Akkreditierung stehenden Studiengänge „Kommunikationsdesign“ (B.A.) und „Cross-media Spaces“ (M.A.) sind am Fachbereich Design Informatik Medien der Hochschule RheinMain angesiedelt.

Der Fachbereich vereint die Vermittlung künstlerischer und technischer Kompetenzen in den Bereichen Medien, Gestaltung und Informatik mit betriebswirtschaftlichen Aspekten und bietet ein interessantes Fächerspektrum mit individuellen Vertiefungsmöglichkeiten. Aktuell werden im Fachbereich Design Informatik Medien folgende Studiengänge angeboten: „Angewandte Informatik“ (B.Sc./ B.Sc., dual), „Informatik - Technische Systeme“ (B.Sc./ B.Sc., dual), „Medieninformatik“ (B.Sc./ B.Sc., dual), „Wirtschaftsinformatik“ (B.Sc./B.Sc., dual), „Kommunikationsdesign“ (B.A.), „Media Management“ (B.Sc.), „Media: Conception & Production (B.A.), „Informatik“ (M.Sc.), „Informatik – Smarte Systeme für Mensch und Technik“ (M.Sc.), „Innenarchitektur“ (B.A.), „Innenarchitektur – Conceptual Design“ (M.A.) und „Media & Design Management“ (M.A.).

Im Fachbereich Design Informatik Medien sind ca. 2400 Studierende eingeschrieben, die von ca. 60 Professorinnen und Professoren sowie Lehrbeauftragten und weiteren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern betreut werden.

Der Studiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.) wurde am Fachbereich im Jahr 2006 eingerichtet. Das Bachelorstudienprogramm umfasst 210 ECTS-Punkte, die sich über eine Regelstudienzeit von sieben Semestern verteilen. Die Zulassung erfolgt im Winter- sowie Sommersemester. Jedes Jahr stehen 80 Studienplätze zur Verfügung.

Zielgruppe des Vollzeitstudiengangs sind Studieninteressierte mit gestalterischer und kommunikativer Begabung; Absolventinnen und Absolventen von Fachoberschulen für Gestaltung sowie Mediengestalterinnen und -gestalter mit Hochschulzugangsberechtigung.

Der konsekutive Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) soll zum Wintersemester 2019/2020 eingeführt werden. Der Studiengang soll ebenfalls am Fachbereich Design Informatik Medien angeboten werden. Die Regelstudienzeit des Masterstudiengangs beträgt drei Semester, in denen 90 ECTS-Punkte erreicht werden. Der Masterstudiengang zielt auf Absolventinnen und Absolventen eines Bachelorstudiengangs im Bereich „Kommunikationsdesign“ und vergleichbarer gestalterischer Studiengänge, die sich insbesondere für die Gestaltungsmöglichkeiten durch die analogen und digitalen Medien interessieren und neugierig sind auf die Dynamik der Entwicklungen im Bereich der medialen Gestaltung in ihrer ganzen Breite. Es stehen 30 Studienplätze pro Jahr zur Verfügung.

Beide Studiengänge sind anwendungsorientiert.

3. Ergebnisse aus der vorangegangene Akkreditierung

Der Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.) wurde im Jahr 2011 durch ACQUIN begutachtet und akkreditiert. Die Akkreditierung wurde bis zum 30. September 2018 ausgesprochen. Zur ordnungsgemäßen Durchführung des Reakkreditierungsverfahrens durch ACQUIN

wurde eine vorläufige Akkreditierung beantragt. Diesem Antrag wurde stattgegeben und die Akkreditierung des Studienganges wurde bis zum 30. September 2019 vorläufig ausgesprochen.

Zur Optimierung des Studienprogramms wurden im Zuge der vorangegangenen Akkreditierung die folgenden Empfehlungen ausgesprochen:

- Die Voraussetzungen für eine interdisziplinäre Zusammenarbeit innerhalb der Hochschule sollten geschaffen werden.
- Zur Ergänzung des siebensemestrigen Bachelorstudienganges sollte ein dreisemestriger konsekutiver Masterstudiengang eingeführt werden.
- Die Reinvestitionszeiträume für die Sachmittelausstattung sollten verkürzt werden.

III. Darstellung und Bewertung

1. Gesamtstrategie der Hochschule und des Fachbereichs

Das im Leitbild festgehaltenes Ziel der Hochschule RheinMain ist es, eine der führenden Hochschulen für angewandte Wissenschaften in Deutschland zu sein – anerkannt für ihre wissenschaftlich fundierte und berufsqualifizierende Lehre und für ihre anwendungsbezogene Forschung, die eng mit der Lehre verzahnt ist. Weiterhin ist es ein wichtiges Ziel der Hochschule RheinMain ihre Studierenden auf vielfältige und moderne Berufsfelder vorzubereiten. Die wissenschaftliche Weiterbildung soll als Bindeglied zu Gesellschaft und Markt den Austausch und Transfer zwischen Wissenschaft und beruflicher Praxis fördern.

Der Fachbereich Design Informatik Medien der Hochschule RheinMain vereint die Vermittlung gestalterisch-künstlerischer und technischer Kompetenzen in den Bereichen Medien, Gestaltung und Informatik mit betriebswirtschaftlichen Aspekten und bietet ein Fächerspektrum mit individuellen Vertiefungsmöglichkeiten.

Seit November 2017 ist der Fachbereich bundesweit unter den ersten HAW-Fachbereichen mit Promotionsrecht. Das Promotionszentrum „Angewandte Informatik, Informations- und Kommunikationstechnologien“ wurde in Zusammenarbeit mit den Hochschulen Darmstadt, Frankfurt am Main und Fulda eingerichtet.

2. Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.)

2.1. Ziele des Studiengangs

Das Ziel des Bachelorstudiengangs „Kommunikationsdesign“ (B.A.) besteht in der Ausbildung von Designerinnen und Designern, die dem permanenten Wandel im Berufsfeld Design gewachsen sind und sich auch selbstständig neue Aufgabenfelder erschließen und ihre Kreativität in immer wieder neuen Kontexten erfolgreich zur Anwendung bringen können. Zur Zielerreichung formuliert der Studiengang als wesentliche Teilziele die fachtheoretische Wissensvermittlung, das Einüben gestalterisch-handwerklicher Techniken auch in Bezug auf neue Medien und Softwareskills und die Förderung der kreativen Persönlichkeit, die sich ihrer verantwortungsvollen, gestalterischen Rolle in der Gesellschaft bewusst ist. Die Studierenden erwerben ein breites und integriertes Fachwissen im Bereich Kommunikationsdesign, einschließlich gestalterischer und wissenschaftlicher Grundlagen auf dem neuesten Erkenntnisstand und ein kritisches Verständnis der wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden.

Die Praxisnähe der Ausbildung steht im Zentrum der Zielsetzung. Die Studierenden führen – oft mit realen Kunden – anwendungsorientierte Kommunikations- und Gestaltungs-Projekte durch und tragen im Team zur Lösung komplexer Aufgaben bei. Sie erhalten die Fähigkeit, ihr eigenes

berufliches Handeln mit theoretischem und methodischem Wissen zu begründen und kritisch zu reflektieren.

Zielgruppe

Der Studiengang ist offen für Bewerberinnen und Bewerber mit Hochschul- oder Fachhochschulreife und einer gestalterischen und kommunikativen Begabung, z.B. Absolventinnen und Absolventen von Fachoberschulen für Gestaltung und Mediengestalterinnen und -gestalter mit Hochschulzugangsberechtigung. Zur Feststellung geeigneter Bewerberinnen und Bewerber findet ein Auswahlverfahren statt. Auf Grund der starken Berufsfeldausrichtung richtet sich der Studiengang insbesondere an solche Bewerberinnen und Bewerber, die als Designer, als Art und Creative Directors oder als Texter arbeiten wollen; die Mehrzahl der Studierenden strebt eine Beschäftigung in einer Agentur bzw. eine selbständige Tätigkeit als Kommunikationsdesignerinnen und -designer an.

Im Jahr 2011 wurden pro Semester 33 bis 36 Bewerberinnen und Bewerber aufgenommen, zukünftig soll die Anzahl der Studienplätze nun von 38 auf 40 pro Semester (bei ca. der vier- bis fünffachen Anzahl an Bewerberinnen und Bewerbern) erhöht werden. Die Aufnahme erfolgt im Winter- und Sommersemester. Damit ist in Bezug auf die Größe der Räume und aktuellen Betreuungskapazitäten eine vertretbare Obergrenze erreicht.

Qualifikationsziele

Das Bachelorstudium führt zu einem berufsqualifizierenden Hochschulabschluss, der zur Übernahme wissenschaftlicher oder künstlerischer beruflicher Tätigkeiten unter Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden bzw. deren kritischer Einordnung sowie zu verantwortlichem Handeln befähigt. Die Qualifikationsziele umfassen neben dem Wissenserwerb auch den Erwerb instrumentaler und systemischer Kompetenzen. Die Qualifikationsziele sind dabei konkret formuliert und werden dem Ausbildungsanspruch eines Studienganges „Kommunikationsdesign“ durchweg gerecht.

Die Zielmatrix des Bachelorstudienganges „Kommunikationsdesign“ zeigt einen schlüssigen Zusammenhang zwischen den übergeordneten Qualifikationszielen des Studienganges und den Beiträgen der einzelnen Module zur Realisierung der insgesamt angestrebten Lernergebnisse. So werden die Lernergebnisse in der Zielmatrix in die folgenden Kompetenzbereiche eingeteilt: Fachkompetenz, Methodenkompetenz in Gestaltung und Theorie, Sozialkompetenz und Selbstkompetenz. In den meisten Modulen bestehen Mehrfachzuordnungen. Die Übersicht gibt gut Auskunft über einen konsequenten und strukturierten Studiengangaufbau zur Erreichung der Qualifikationsziele des Studienganges.

Nach wie vor stellt das Studienkonzept den Bereich der konzeptionellen Gestaltung in den

Mittelpunkt. Bereits im Verfahren der dem Studium vorangestellten Eignungsprüfung wird dies berücksichtigt. Der Reflexion von Gestaltungsprozessen und der Verzahnung kreativer und wissenschaftsorientierter intellektueller Fähigkeiten wird unter anderem durch ein Angebot theoretischer Fächer Rechnung getragen. Hier sollen unter anderem die „Fähigkeit, ein komplexes Gestaltungsprojekt in sinnvolle Planungs-, Entwurfs- und Realisationsschritte zu gliedern und diese durchzuführen“ als auch „produktionstechnische Kenntnisse“ und „Einfühlungsvermögen im Umgang mit Teamkollegen und realen Projektpartnern/Auftraggebern“ erworben werden. Der Zielsetzung des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse wird somit deutlich entsprochen.

Die Ziele des Bachelorstudiengangs sind realistisch in Bezug auf das sich im permanenten Wandel befindliche Berufsfeld des Kommunikationsdesigns, das geprägt ist von hoher Dynamik, einem hohen Grad der Vernetzung und zunehmender Interdisziplinarität (Pre-Press und Druck, Foto, Video, Film, Animation, Postproduktion, Internet, Multimedia, interaktive Medien usw.).

Erklärtes Ziel der Hochschule RheinMain ist es daher, diese Vielseitigkeit ihren Wiederklang in dem Bachelorstudiengang finden zu lassen. Studierende haben in den Erweiterungs- und Vertiefungs- sowie in den projektbezogenen Wahlpflichtmodulen die Wahl einer mehr generalistischen oder einer mehr individuell ausgerichteten Schwerpunktbildung.

Employability

Im Bachelorprogramm sollen Generalisten ausgebildet werden, die nach Abschluss ihres Studiums in der Lage sind, direkt in der Praxis, im Arbeitsumfeld der Agenturen, Fuß zu fassen. Es wird angestrebt, selbständig handelnde, verantwortliche Gestaltungspersönlichkeiten hervorzubringen, die die kommunikativen Grundlagen beherrschen, jedoch ebenfalls einen Überblick über die verschiedenen Spezialanforderungen haben, die heute in der Praxis gefordert werden. Die Studienarbeit insbesondere in den Projektfächern ab dem dritten Studiensemester erfolgt überwiegend im Team, was den realen Arbeitsbedingungen der Praxis entspricht und somit in der Studienarbeit abgebildet ist. Unter anderem wurde im Rahmen der Weiterentwicklung des Studiengangs durch Anregungen von Kooperationspartnern aus Wirtschaft und Industrie das Curriculum dahingehend erweitert, dass in gewissem Umfang auch eine Spezialisierung, vor allem in technisch aufwändigen Fächern, möglich ist. Der gesamte Studiengang ist auf den möglichst reibungslosen Übergang in die designerische Berufspraxis ausgerichtet. Dies wird auch weiterhin durch die zahlreichen Verbindungen der Lehrenden zur regionalen und überregionalen Wirtschaft, zu Agenturen und Firmen und zu Kultureinrichtungen unterstützt.

Tätigkeitsfelder für Absolventinnen und Absolventen finden sich in allen Bereichen der Medien- und Kommunikationsbranche, z.B. in Kommunikations- und Multimedia-Agenturen, Grafik-, Design- und Animationsstudios, Fotostudios, Verlagen, Zeitschriften- und Online-Redaktionen,

Fernseh- und Rundfunkanstalten, Kommunikations- und PR-Abteilungen von Unternehmen und Institutionen.

Durch die Lage im Rhein-Main-Gebiet, das eine hohe Dichte an Kultur-Angeboten und innovativen Unternehmen besitzt und in dem sich viele Werbeagenturen angesiedelt haben, haben Studierende es leicht, frühzeitig erste berufliche Kontakte zu knüpfen.

Darüber hinaus haben Absolventinnen und Absolventen in Zukunft die Möglichkeit, durch den ab dem Wintersemester 2019/20 neu eingerichteten, konsekutiven Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ ihre Studien am gleichen Ort fortzusetzen, was den Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ zusätzlich attraktiver machen sollte.

2.2. Konzept des Bachelorstudiengangs

2.2.1 Zugangsvoraussetzungen

Die Zulassung der Studienbewerberinnen und -bewerber wird durch die Satzung zur Zulassung zum Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ geregelt. Das Zulassungsverfahren ist in der Satzung ausreichend detailliert und transparent dargestellt und entspricht dem Verfahren vergleichbarer Studiengänge an anderen Hochschulen. Zusätzlich zur Hochschulzugangsberechtigung ist der Nachweis über die künstlerische oder die hervorragende künstlerische Begabung in einer Prüfung zu erbringen. Die Bewerberinnen und Bewerber müssen sich zur Prüfung schriftlich auf dem Formblatt anmelden. Die Prüfung besteht aus

- Zusammenstellung eigener gestalterischer Arbeiten aus unterschiedlichen Bereichen der Kommunikation (Präsentation als analoge und/oder digitale Zusammenstellung). Hierin sollen ungefähr 20 von der Bewerberin oder dem Bewerber selbst gefertigte Arbeiten eigener Themenstellung enthalten sein, die die bisherige Auseinandersetzung mit dem Thema Gestaltung erkennen lassen. Es soll damit gezeigt werden, inwieweit die gestalterische Umsetzung bestimmter Themen gelingt;
- dem Anfertigen besonderer Arbeiten und der Lösung vorgegebener Aufgaben unter Aufsicht an mehreren Tagen, einer mündlich-praktischen Prüfung oder einem Fachgespräch von maximal 20 Minuten;
- Die mündlich-praktische Prüfung entfällt, wenn bereits aufgrund der übrigen Prüfungsteile die künstlerische Begabung bejaht oder verneint werden kann; zur Feststellung der hervorragenden künstlerischen Begabung müssen jedoch sämtliche Prüfungsteile absolviert werden.

Der organisatorische Ablauf der künstlerischen Eignungsprüfung, die zu erbringenden Leistung und die Beurteilungskriterien werden adäquat abgebildet. Wird eine hervorragende künstlerische

Begabung nachgewiesen, wird gemäß § 54 Abs. 4 Satz 3 HHG für den Studiengang „Kommunikationsdesign“ auf den Nachweis einer Hochschulzugangsberechtigung verzichtet. Über die Anerkennung bestandener künstlerischer Eignungsprüfungen an einer anderen Hochschule entscheidet der Zulassungsausschuss.

2.2.2 Studiengangsaufbau

Studiengangsaufbau

Das Studium hat eine Regelstudiendauer von sieben Semestern und gliedert sich in zwei Studienabschnitte mit deutlich unterschiedener Strukturierung. Demnach werden insgesamt 210 ECTS-Punkte vergeben. Der erste Abschnitt, der das erste und zweite Semester umfasst, dient der Vermittlung der Gestaltungsgrundlagen. Die Fächerstruktur des zweiten Semesters wurde dahingehend verändert, dass Grundlagen des digitalen Designs früher als bisher im Studienverlauf miteinbezogen werden, was in Anbetracht der Entwicklung des Berufsfeldes als gute Entscheidung gewertet werden kann. Während die Modulstruktur im Wahlbereich ab dem dritten Semester seit der ersten Reakkreditierung unverändert geblieben ist, um den Studierenden nach wie vor eine größtmögliche Wahlfreiheit und individuelle Studienplanung zu erhalten, sind zwischenzeitlich folgende wesentliche Veränderungen der Studiengangsstruktur eingeführt worden: Die Modulstruktur ist insgesamt vereinheitlicht worden und basiert jetzt auf Einheiten mit drei, sechs, neun und zwölf ECTS-Punkten. Um die Belastung der Studierenden im ersten Semester realistischer abzubilden, wurden die Grundlagenfächer „Typografie“, „Zeichnen“ und „Fotografie“ von fünf ECTS-Punkten auf sechs ECTS-Punkte erhöht. Die Lehrveranstaltung „Text 1“ entfällt nun im ersten Semester und entlastet damit die Studierenden am Studienanfang. Die Lehrveranstaltungen „Designgeschichte“ und „Kunstgeschichte“ wurden in der Reihenfolge getauscht. Die Veränderungen im ersten Semester gehen vor allem auf Anregungen der Studierenden zurück und sollen die hohen Belastungen am Studienbeginn etwas verringern, ohne die Qualität in den einzelnen Fächern zu vermindern.

Die deutlichsten Veränderungen sind im zweiten Semester zu erkennen: Die Fächer „Typografie 2“ und „Layout“ sind entfallen und ihre Inhalte werden zum Teil in den Wahlpflichtbereich ab dem dritten Semester verlagert. Anstelle dieser beiden Fächer, des bisherigen „Interdisziplinären Entwurfs“ (Printprojekt mit zehn ECTS-Punkten und vier Betreuerinnen bzw. Betreuern) sowie des Moduls „Bewegtbild“ (Filmprojekt mit sieben ECTS-Punkten) gibt es nun vier gleichwertige Einführungsveranstaltungen mit sechs ECTS-Punkten und vereinfachter Betreuungsstruktur. So erhalten die Studierenden bereits im zweiten Semester Einblicke in die vier Bereiche „Text, Dramaturgie und Konzeption“, „Animation“, „Film“ und „Interactive“. Neu im Studienabschnitt B ist die Lehrveranstaltung „Konzept und Marketing“ im Modul „Theorie 2“. Die Veränderungen im zweiten Semester sollen den Studierenden Einblicke in alle Projektbereiche und eine frühzeitige Orientierung ermöglichen, um die Projektwahl ab dem dritten Semester gezielter angehen zu können. Mit dem geänderten Fächerangebot erlangen die Studierenden bereits im zweiten

Semester erste Grundlagen für die technikintensiven Designbereiche mit einer digitalen Ausrichtung, und der Einstieg in die digitalen Medienprojekte ab dem dritten Semester wird erleichtert. Damit wird eine individuelle Spezialisierung in den Semestern drei bis sieben auf höherem Niveau möglich.

Der Studiengang reagiert mit diesen Neuerungen auch auf das veränderte Berufsbild, in dem digitale Medien und Bewegtbild einen immer höheren Stellenwert einnehmen. Die vereinfachte Betreuungsstruktur im zweiten Semester mit einer verantwortlichen Dozentin bzw. einem verantwortlichen Dozenten pro Fach kommt den Wünschen der Studierenden entgegen, von denen die Betreuung des bisherigen Moduls „Interdisziplinärer Entwurf“ durch vier Fachdozentinnen bzw. -dozenten teilweise als unübersichtlich empfunden wurde. Die Veränderungen im Studienprogramm zeigen auf, dass die Hochschule die Kritik und Rückmeldung der Studierenden ernst nimmt und entsprechende Korrekturen in das Studienprogramm implementiert hat. Der Umfang der Pflicht-, Wahlpflicht- und Wahlmodule ist angemessen. Der Aufbau des Studiengangs beginnend mit Pflichtmodulen zur Vermittlung der Grundlagen in den ersten beiden Semestern sowie das darauffolgende Angebot von Wahlpflichtfächern verbunden mit vielfältigen Wahlmöglichkeiten ab dem dritten Semester ist schlüssig.

Ab dem dritten Semester wird das Pflichtmodul „Interkulturelle Kompetenz“ mit den Lehrveranstaltungen „Interkulturelle Kommunikation“ und „Design-Englisch“ neu eingeführt (sechs ECTS-Punkten). Diese Veränderung folgt den aktuellen Entwicklungen im Berufsfeld der Designer, das von einer stark anwachsenden Internationalisierung gekennzeichnet ist. Da es auf Seiten der Auftraggeberinnen und Auftraggeber zunehmend internationale Verflechtungen gibt und auch Teams im Designbereich zunehmend international zusammen besetzt sind, ist ein Fächerangebot in den Bereichen der Interkulturalität und der Vermittlung des englischen Fachvokabulars eine sehr sinnvolle Entscheidung. Mit der Einbeziehung spezifischer überfachlicher Qualifikationen wird auch hier auf Veränderungen des Berufsfeldes reagiert.

Hervorzuheben ist die große Bandbreite an Theorie-Modulen, die ab dem dritten Semester belegt werden können. Sie reicht von „Designwissenschaft“, „Kommunikations- und Medienwissenschaft“, „Kunst- und Kulturwissenschaft“, „Bezugswissenschaften“ und „Creative Conception“ bis hin zu berufspraktischen Themen wie „Gründungskompetenz“ oder „Wissenschaft und Praxis“. Darunter können jeweils wechselnde Themen angeboten werden wie „Urheber- und Vertragsrecht“, „Präsentationstechnik“, „Werbepsychologie“, etc. Je nach Thema erwerben die Studierenden hier zu unterschiedlichen Anteilen Fachkompetenzen, Methodenkompetenzen, Sozial- und Selbstkompetenzen.

Das Modul „Berufspraktische Tätigkeit“ im Umfang von sechs ECTS-Punkten mit zugehörigem Begleitseminar, das ab dem dritten Semester belegt werden kann, bereitet die Studierenden auf ihre spätere Berufstätigkeit vor und ermöglicht vor allem den Erwerb von Methodenkompetenzen, Sozial- und Selbstkompetenzen. Hier vertiefen Studierende die Lerninhalte aus dem Studiengang „Kommunikationsdesign“ und erweitern sie durch berufspraktische Erfahrungen. Sie finden

Orientierung im angestrebten Berufsfeld, sammeln Erfahrungen mit spezialisierten und im bestmöglichen Fall internationalen Arbeitswelten und -weisen, können persönliche Kontakte zu angestrebten Branchen und Unternehmen aufbauen und verbessern ihre Arbeitsmarktchancen durch ein um den Praxisbezug erweitertes Studium.

Im ersten Semester wird auch ein Propädeutikum angeboten, um die Studierenden bei der Studienplanung zu unterstützen und grundlegende Kenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens zu vermitteln. Ergänzt wird dies durch ein allgemeines Kreativitätstraining als Grundlage für alle gestalterischen Fächer des Studiums.

Ab dem dritten Semester - im zweiten Studienabschnitt - ist durch die vielfältigen Wahlmöglichkeiten eine eigenverantwortliche Spezialisierung möglich. Eine starke Orientierung an den Anforderungen des Berufsalltags ist in allen Modulangeboten spürbar.

Der Studiengang ist komplett modularisiert. Innerhalb des Grundstudiums in den ersten beiden Semestern sind fünf Module mit sechs ECTS-Punkten zu belegen: im künstlerisch-gestalterischen Bereich vier Pflichtmodule mit je sechs ECTS-Punkten je Semester, im ersten Semester ergänzt durch das Pflichtmodul „Theorie 1“ mit insgesamt sechs ECTS-Punkten mit den Fächern „Kunstgeschichte“, „Kreativitätstraining“ und „Propädeutikum“ sowie im zweiten Semester „Theorie 2“ mit insgesamt sechs ECTS-Punkten mit den Fächern „Designgeschichte“ und „Konzept und Marketing“. Die Module sind so in einem Semester zusammengefasst, dass die Studierenden jeweils 30 ECTS-Punkte erwerben. Dies gilt ebenso für das Hauptstudium, auch wenn hier auf Grund der in diesem Abschnitt vorherrschenden Projektarbeit die arbeits- und betreuungsintensiven Projektmodule mit jeweils neun ECTS-Punkten größer und die Module zur Darstellung und zur Theorie mit drei ECTS-Punkten entsprechend kleiner ausfallen, was jedoch sinnvoll ist. Auf die Bachelorthesis im siebten Semester entfallen 12 ECTS-Punkte sowie für das begleitende Kolloquium drei ECTS-Punkte und für die Dokumentation/Präsentation weitere drei ECTS-Punkte.

Studiengangsinhalte

Das Fundament der curricularen Inhalte bildet die praktische und theoretische Vermittlung von Darstellungs-, Argumentations- und Beurteilungskompetenzen in Bild und Text. Das Studienprogramm ist auf ein breites Spektrum an künstlerisch-gestalterischem Wissen angelegt und bereitet die Studierenden sehr gut für den Einstieg in die designerische Berufstätigkeit mit ihren vielfältigen Ausprägungen vor. Die Module entsprechen von ihrer inhaltlichen Ausgestaltung den qualifikationszielen des Studienprogramms. Auf die Belange der Wirtschaft wird in besonderem Maße eingegangen. Ein starker Praxisbezug zieht sich durch das gesamte Studium und wird von der Gutachtergruppe besonders lobend hervorgehoben. Im Vergleich zu den benachbarten Hochschulen bietet der Studiengang „Kommunikationsdesign“ der Hochschule RheinMain ein Maximum an Praxisbezug verbunden mit einem sehr breiten Wahlangebot ab dem dritten Semester.

Die gut ausgearbeiteten Modulbeschreibungen bieten ausführliche Informationen zu den Zielen und Inhalten der einzelnen Module.

Die Wahl der Kurse des zweiten Studienabschnittes erfolgt in einem vergleichsweise aufwändigen Verfahren: Die unterschiedlichen Projekte werden in einer Veranstaltung (ein Wahltag) vorgestellt. Im Rahmen dessen wird auch das Wahlverfahren erläutert. Die Wahl der Kurse erfolgt am gleichen Tag. Zunächst werden die Projekte von den Projektleitern vorgestellt. Dann gibt es die zweite Runde für die Auswahl der Kurse (in Papierform). Die Studierenden füllen daraufhin ihren Studienplan aus. Das Live-Vortragen der Projekte durch die Dozentinnen und Dozenten hat den Vorteil, dass die Studierenden sofort nachfragen können, dies wird auch von den Studierenden sehr positiv bewertet. Die Gruppengröße der Kurse wird vorher definiert. Ein studentisches Team dokumentiert die Wahlzettel. Die befragten Studierenden äußern folgende Kritik am Verfahren: Da die Kursbelegwünsche der Studierenden aus den höheren Semestern Priorität haben, ist es z. B. für Studierende des dritten Semesters mitunter schwierig oder nicht möglich, manche Kurse zu belegen. Eine frühe Spezialisierung im Studium wird hierdurch erschwert. Die Anzahl der Studierenden, die sich für den einen oder anderen Kurs anmelden, ist nach Auskunft der Lehrenden nicht immer vorhersehbar. Von einer stärkeren Regulierung werde jedoch abgesehen, da dies zu einer Einschränkung der Wahlmöglichkeiten führen würde. Innerhalb der gewählten Kurse ist zudem eine Fluktuation möglich: Im Rahmen einer Frist von drei Wochen können die Studierenden ihre Kurswahl korrigieren. Die Studierenden schlagen vor, über eine Weiterentwicklung des Kurswahlvorganges nachzudenken, eventuell sei ein Online-Ausfüllen der Kurswahlzettel zeitsparender und noch gerechter.

Im Rahmen des Wahlangebots (Projekt- und Darstellungsmodule in den 3.-5. Semestern) wäre es jedoch wünschenswert, den Studierenden noch transparenter zu machen, welche Wahlmodule für welche Semester am besten geeignet sind.

Praxissemester

Die Einführung des Praxissemesters wurde bereits bei der ersten Reakkreditierung 2011 als sehr positiv bewertet. Ein volles sechsmonatiges Praktikum trägt in hohem Maße zur Berufsvorbereitung bei und ermöglicht es den Studierenden nicht zuletzt, frühzeitig Kontakte zur Wirtschaft zu knüpfen. Das Praxissemester kann auch im Ausland absolviert werden.

Das Praxissemester kann nach Abschluss des zweiten Semesters begonnen werden. Hervorzuheben ist, dass der genaue Zeitpunkt für das Praxissemester ab dem dritten Semester von den Studierenden frei gewählt werden kann und damit organisatorischen Freiraum ermöglicht. Somit fügt sich das Praxissemester sinnvoll in den Studienverlauf ein.

In das Curriculum ist die Praxisphase als „Praxismodul“ eingebunden, für das 27 ECTS-Punkte vergeben werden und das durch ein begleitendes Seminar mit drei ECTS-Punkten ergänzt wird. Nach dem absolvierten praktischen Semester stellen die Studierenden ihre Praxiserfahrungen in

einer hochschulöffentlichen Kurzpräsentation und einem Plakat vor.

Internationalisierung

Das Studienkonzept berücksichtigt angemessen, dass das Berufsfeld des Gestalters einer deutlichen Tendenz zur Internationalisierung unterliegt. Es bestehen feste Partnerschaften mit zahlreichen ausländischen Hochschulen. Auslandsaufenthalte werden von der Hochschule ausdrücklich gefördert und unterstützt. Die befragten Studierenden bestätigen ein breitgefächertes Angebot an Möglichkeiten eines Studienaufenthalts im Ausland, der jedoch nicht verpflichtend ist, zu absolvieren. Diese Möglichkeiten werden von den Studierenden gut genutzt. Dies werde auch in den unteren Semestern des Studiums rege genutzt. Dabei werden an einer ausländischen Hochschule belegte Kurse möglichst anerkannt. Eine Besonderheit unter den Lehrveranstaltungen bilden Workshops ausländischer Gastdozentinnen und -dozenten. Die Vermittlung interkultureller Kompetenzen und Sprachkurse im fachsprachlichen Bereich sind im Curriculum fest verankert und ermöglichen eine gute Vorbereitung auf Studienaufenthalte im Ausland.

2.2.3 Modularisierung und Arbeitsbelastung

Die Anzahl der Arbeitsstunden pro ECTS-Punkt ist in der Prüfungsordnung ausgewiesen. Die Größe der Module ist bezogen auf Erreichung der Qualifikationsziele und die hierfür erforderlichen Studieninhalte angemessen. Acht Darstellungsmodule und fünf Theoriemodule weisen drei ECTS-Punkte auf und unterschreiten damit die „Ländergemeinsamen Strukturvorgaben“ in Bezug auf die Anzahl der ECTS-Punkte pro Modul. Die Abweichung ist nachvollziehbar mit einer größeren Wahlmöglichkeiten für die Studierenden und der Möglichkeit einer individuelleren Studiengestaltung begründet, zumal die Module im Bereich Darstellung/Theorie eine Ergänzung zu den größeren Projektmodulen darstellen und je nach Ausrichtung des Projekt die Belegung mehrerer Darstellungsmodule erforderlich ist, ist die Festlegung einer reduzierten Anzahl an ECTS-Punkten verbunden mit einem entsprechend kleineren Workload eine sinnvolle Maßnahme. Die Modulbeschreibungen sind vollständig kompetenzorientiert gestaltet sowie in den Inhalten ausreichend informativ. Das Verhältnis von Präsenz- und Selbstlernzeiten ist in den Modulen adäquat bemessen.

Der Workload wird von den Studierenden als eher hoch aber immer noch als angemessen erachtet. Von Seiten der Studierenden wird der Studiengang als studierbar bewertet, und auch seitens der Gutachtergruppe wird die Arbeitsbelastung für angemessen gehalten.

2.2.4 Lernkontext

Die Ausbildung berufsadäquater Handlungskompetenzen bei den Studierenden wird mit sinnvollen didaktischen Konzepten unterstützt. Die reine Vorlesung im Sinne eines

Frontalunterrichtes ist die Ausnahme. Dem praxisorientierten Profil wird mit unterschiedlichsten guten Lehr- und Lernformen entsprochen, eine ausreichende Varianz und eine stimmige Mischung der verschiedenen Lehrmethoden sind gegeben. Es werden folgende Lehr-Lernformate im Studienprogramm eingesetzt: Seminaristischer Unterricht, Übungen, Projektarbeit vorzugsweise in kleinen studentischen Teams, aber auch individuell, Tutorien, Exkursionen, Gastvorträge und Workshops. Methoden und Vorgehensweisen der Berufspraxis werden in der Studienarbeit sinnvoll abgebildet. Zudem wird in der Lehre eine Diskussionskultur gefördert.

Praxisbezug der Lehrveranstaltungen

Der starke Praxisbezug findet sich auch in der Struktur der Lehrveranstaltungen wieder. Durch zahlreiche Kooperationspartnerinnen und -partner ist es möglich, Projekte ab dem dritten Semester bzgl. Kunden- und Auftragsituationen real oder realitätsnah zu gestalten. In den Projekten werden unter realistischen Bedingungen Ergebnisse erarbeitet, die teilweise auch tatsächlich vermarktet werden können. Auch unter Berücksichtigung praxisnaher Rahmenbedingungen wird darauf geachtet, dass die Studierenden genug kreativen Freiraum haben, um auch ungewöhnliche innovative Ideen zu verwirklichen. Alternativ bzw. ergänzend werden experimentell-künstlerische Projekte ebenso miteinbezogen. Zudem wird der unmittelbare Bezug zur Berufspraxis auch dadurch gewährleistet, dass Kolleginnen und Kollegen aus einschlägigen Bereichen der designerischen Berufspraxis in den Studiengängen als Lehrkräfte tätig sind. Zudem ist beabsichtigt, zukünftig mehr Angebote zur unternehmerischen Berufspraxis wie z. B. Gründungskompetenz, Urheber- und Vertragsrecht als eines der möglichen Angebote im Fach „Theorie – Wissenschaft und Praxis“ anzubieten.

2.2.5 Prüfungssystem

Im Studiengang kommen unterschiedliche Prüfungsformen zum Einsatz: Die Kompetenzen der Studierenden werden durch Klausuren, mündliche Prüfungen, praktische Prüfungen, Präsentationen, Portfolio, Ausarbeitungen abgeprüft. Pro Modul wird eine Prüfung abgenommen und die Gutachtergruppe konnte sich davon überzeugen, dass die Prüfungen wissens- und kompetenzorientiert ausgestaltet sind. Den unterschiedlichen Qualifikationszielen der Module wird durch eine ausreichende Varianz an Prüfungsformen gut Rechnung getragen. Insgesamt stellen die Gutachterinnen und Gutachter fest, dass das Prüfungssystem formal und inhaltlich angemessen und gut konzipiert ist.

Durch den Studiengangaufbau wird eine gleichmäßige Prüfungsbelastung der Studierenden gewährleistet. Pro Semester fallen fünf bis sechs Modulprüfungen an. Insgesamt ist die Prüfungsdichte und Prüfungsorganisation angemessen und tragen zur Studierbarkeit bei.

Nicht bestandene Prüfungsleistungen können zweimal, die Bachelorarbeit kann einmal wiederholt werden. Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderungen oder einer schweren Krankheit ist in den Allgemeinen Bestimmungen für Prüfungsordnungen der Bachelor- und

Master-Studiengänge der Hochschule RheinMain jeweils in Ziff. 4.3 bzw. in 4.1.4 geregelt.

Eine rechtlich geprüfte und verabschiedete Prüfungsordnung (Besondere Bestimmungen für den Bachelor-Studiengang Kommunikationsdesign des Fachbereichs Design Informatik Medien der Hochschule RheinMain) lag zum Zeitpunkt der Begutachtung nicht vor und muss noch in der verabschiedeten Fassung nachgereicht werden.

2.3. Weiterentwicklung des Bachelorstudiengangs und Fazit

Der Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ wurde seit der Erstakkreditierung 2005/06 in seiner Konzeption ebenso konsequent wie kontinuierlich weiterentwickelt und bietet den Studierenden insbesondere ab dem dritten Studiensemester vielfältige Möglichkeiten zur individuellen Gestaltung des Studienverlaufes. Alternativ zu einem inhaltlich breit angelegten Studium bestehen nun Vertiefungsmöglichkeiten, z.B. in technisch-komplexen Bereichen wie Multimedia, Interaktion, Animation und Bewegtbild. Die Fortführung und Weiterentwicklung dieses Konzeptes ist sinnvoll und nachvollziehbar.

Letztlich trägt das optimierte Konzept des Studienprogrammes den Veränderungen sowohl in den Bereichen Technik, Markt, Marketing und Medienentwicklung als auch des Arbeitsmarktes für Kommunikationsdesigner Rechnung. Als verlässliches Werkzeug der Weiterentwicklung des Studienganges wird das Feedback durch die Berufspraxis gesehen. Zwischen der Fakultät und Kooperationspartnern aus Wirtschaft, der Kultursparte und Industrie findet ein reger Austausch statt, der sich permanent in einer Aktualisierung und Anpassung des Curriculums niederschlägt. Insbesondere in Relation zu den gesetzten Zielen des Studiums kann dieses Vorgehen als schlüssig betrachtet werden.

Der Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ an der Hochschule RheinMain wurde bereits bei der ersten Reakkreditierung als außerordentlich stimmig bewertet und wurde nun mit zahlreichen Einzelmaßnahmen in wichtigen Details erfolgreich weiterentwickelt.

Der Studiengang verfügt nach Bewertung der Gutachtergruppe über transparent dargelegte, klar definierte und schlüssige Ziele und orientiert sich inhaltlich überzeugend an den Anforderungen der designerischen Berufspraxis. Dabei spielt der Austausch mit der Wirtschaft eine zentrale Rolle.

Diese Ziele des Studiengangs werden in allen Bereichen der Lehre konsequent umgesetzt. Die Studierenden werden fachlich, aber auch im Bereich der Entwicklung einer kreativen Persönlichkeit auf die Anforderungen des beruflichen Alltags vorbereitet. Die zunehmend bedeutender werdende Internationalisierung wird im Studiengang angemessen berücksichtigt, um die Studierenden auf ein stark internationales Berufsfeld vorzubereiten.

Eine inhaltliche Weiterentwicklung ist durch die frühe Heranführung der Studierenden durch Pflichtfächer an die digitalen Medien wie Interactive Design, Animation und Film sichergestellt.

Das Konzept des Studiengangs ist nach wie vor gut zur Erreichung der Studiengangsziele

geeignet. Die Ausgestaltung der Studiengangsmodule ist konform mit den definierten Studiengangszielen.

Insgesamt wird der Bachelorstudiengang von der Gutachtergruppe in seiner aktuellen Form und in seiner beständigen Weiterentwicklung als überzeugend und schlüssig bewertet. Die Lehrenden des Fachbereichs sind alle sehr engagiert und stehen in einem engen kontinuierlichen Austausch mit den Studierenden und den Absolventinnen und Absolventen.

Folgende Hinweise möchte die Gutachtergruppe für eine zukünftige Weiterentwicklung des Studiengangs geben:

Es ist zu wünschen, dass die zeitgemäße Ausstattung des Studiengangs durch eine geeignete Bemessung der Investitionszeiträume auch zukünftig sichergestellt wird.

Grundlagen des räumlichen und dreidimensionalen Gestaltens sollten insbesondere in Hinblick auf den konsekutiven Masterstudiengang im Curriculum des Bachelorstudienganges „Kommunikationsdesign“ stärker berücksichtigt werden und noch deutlicher im Modulhandbuch abgebildet werden.

Entwicklungsmöglichkeiten bestehen nach Ansicht der Gutachtergruppe noch im Bereich der interdisziplinären Zusammenarbeit innerhalb der Hochschule. Es wird empfohlen, die inhaltliche Vernetzung der Bachelor- und Masterstudiengänge mit anderen Fachgebieten, insbesondere der Innenarchitektur, zu intensivieren, wie dies bereits bei der Reakkreditierung 2011 empfohlen wurde.

3. Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.)

3.1. Qualifikationsziele des Masterstudiengangs

Die Einführung des konsekutiven Masterstudiengangs geht auf Anregungen im Rahmen der vorangegangenen Reakkreditierung des Bachelorstudiengangs „Kommunikationsdesign“ (B.A.) zurück.

Der Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) wird von der Hochschulleitung eindeutig befürwortet da die Hochschule zu jedem Bachelorstudiengang möglichst auch einen konsekutiven Masterstudiengang anbieten möchte. Diese strategische Zielsetzung stimmt überein mit den Intentionen des Fachbereichs, der durch die Einführung eines konsekutiven Masterstudiengangs auch den Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.) für Studierende am Standort Wiesbaden noch attraktiver machen möchte.

Der Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) richtet sich an Absolventinnen und Absolventen eines Bachelorstudiengangs „Kommunikationsdesign“ (B.A.) und vergleichbarer gestalterischer Studiengänge. Er soll den Absolventinnen und Absolventen eine designspezifische Qualifikationsmöglichkeit auf höherem Niveau anbieten.

Im Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) sollen die Studierenden auf der Grundlage eines breit qualifizierenden vorangegangenen Bachelorstudiengangs eine raum- und medienbezogenen Spezialisierung erwerben.

Die allgemeinen und fachlichen Qualifikationsziele für den Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) sind klar benannt. Der Studiengang ist ein künstlerisch-gestalterisch anwendungsorientiertes Studienangebot, das die Studierenden dazu befähigt soll, eigene, multimediale Design-Lösungen für kommunikative Aufgaben in unterschiedlichen Raumkontexten erarbeiten zu können. Sie sollen Kompetenzen im Sinne einer kreativen Autorschaft erwerben, um dann Führungspositionen in der beruflichen Praxis übernehmen zu können.

Wesentliches Qualifikationsziel des Studiengangs „Crossmedia Spaces“(M.A.) ist die Entwicklung von Creative Leadership / kreativer Autorschaft bei den Graduierten. Sie sollen in der Lage sein, im sich dynamisch entwickelnden Berufsfeld der crossmedialen Gestaltung und der Kommunikation im Raum auf der Höhe der Zeit und im kritisch-kreativen Dialog mit Auftraggebern und Zielgruppen eigenständige gestalterische Lösungen zu entwickeln und interdisziplinäre Teams zur Realisierung ihrer Konzepte anzuleiten.

Als Creative oder Design Director sollen sich die Absolventinnen und Absolventen im Agenturauftrag oder direkt für Institutionen und Unternehmen mit der Gestaltung von Informations- und Kommunikationsräumen sowie Medien-Environments in den Bereichen Marken, Attraktionen, Freizeit und Medien beschäftigen.

Die Einsatzbereiche der Absolventinnen und Absolventen sind vielfältig, da es sich um einen gesamtgesellschaftlich attraktiven, stark wachsenden Sektor handelt. Beispielhaft seien hier genannt: Museen, Gedenkstätten, Freizeit- und Themenparks, Science Center, interaktive Environments, Wanderausstellungen, Infocenter, Markenwelten, Messepräsentationen, Besucherzentren, Markenerlebnisse und -kommunikation, Roadshows, Flagship Stores etc.

Bei all diesen Formen der kommunikativen Bespielung des Raums spielt die professionelle Kreation eine zentrale Rolle. Der Bedarf an Absolventinnen und Absolventen mit der geschilderten Qualifikation ist eindeutig gegeben. Die disziplinen- und medienübergreifende Inszenierung von Begegnungen zwischen Menschen und Marken im Raum gilt als ausgesprochener Wachstumsmarkt. Der Bedarf an weiterführenden Studienangeboten für Absolventinnen und Absolventen eines Bachelorstudiengangs „Kommunikationsdesign“ ist dementsprechend sehr hoch. Im Umfeld weiterer, schon im Großraum und in Deutschland existierender Masterstudiengänge für Kommunikati-

onsberufe, ist das spezifisch auf crossmediale Anwendungen und auf interdisziplinäre Kooperationsfähigkeit ausgerichtete Profil des Masterstudiengangs „Crossmedia Spaces“ (M.A.) mit der Heranbildung von „Universalspezialisten“ sehr zu begrüßen.

Der Studiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) soll den Studierenden zudem die Möglichkeit eröffnen, auch komplexere Forschungs- und Entwicklungsprojekte im Bereich Design anzugehen, als diejenigen, die derzeit im Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.) umgesetzt werden können. Insbesondere von Seiten der Unternehmen und Institutionen, die als Kooperationspartner für die beiden Studiengänge in Frage kommen, ist über solche Projekte eine stärkere Wahrnehmung der Potenziale kreativer Arbeit sowohl innerhalb des Fachbereichs, als auch in der gesamten Hochschule und am Standort in der Rhein-Main-Region zu erwarten. So erhofft sich die Hochschule die Wertschätzung und die beruflichen Chancen für Nachwuchsdesignerinnen und -designer zu steigern.

Als Rückstrahleffekt auf den Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.) erwartet sich der Fachbereich, noch mehr geeignete Bewerberinnen und Bewerber für ein Designstudium an der Hochschule RheinMain zu interessieren. Zusätzlich eröffnen sich über komplexere Forschungs- und Entwicklungsprojekte in Kooperation mit externen Partnern neue Chancen, Drittmittel zu generieren und damit langfristig die finanzielle Ausstattung der Studiengänge zu verbessern.

Die fachspezifischen Studienziele des Masterstudiengangs „Crossmedia Spaces“ (M.A.) zeigen in Abgrenzung von Zielen benachbarter Studiengänge ein eigenes klar ersichtliches kommunikations- und medienorientiertes Profil. Die Qualifikationsziele des Masterstudiengangs sind in der Studien- und Prüfungsordnung und dem Diploma Supplement umfassend dargestellt.

Über die fachspezifischen Ziele hinaus erwerben die Studierenden auch fachübergreifende sowie berufsfeldspezifische Kompetenzen, die sie befähigen sollen, führende Positionen im zukünftigen Berufsfeld übernehmen zu können. Die Befähigung der Studierenden zu einer gestalterischen und ethisch fundierten Autorenschaft ist den Initiatoren des Studiengangs sehr wichtig. Sie sehen diese nicht in einem Widerspruch zu der im Studium präferierten Teamarbeit / Projektarbeit, sondern die Eine soll sich im Anderen entwickeln und qualifizieren. Die im Studium und in den gestalterischen Modulen angebotene Projektarbeit ist didaktisch gut auf dieses Ziel hin angelegt.

Hinsichtlich seiner Internationalisierungsstrategien ist der zukünftige Studiengang durch u.a. das Modul „Globalization & Digitization“ gut in die Strategie der Hochschule insgesamt eingebettet. Es erweitert das im vorgelagerten Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ angelegte Pflichtmodul „Interkulturelle Kompetenzen“, welches neben sprachliche Kompetenzen auch interkulturelle Kenntnisse, Fähigkeiten und Fertigkeiten vermittelt werden.

3.2. Konzept des Masterstudiengangs

3.2.1 Zugangsvoraussetzungen

Voraussetzung für den Zugang zum Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) ist der erfolgreiche Abschluss eines Bachelor- oder Diplomstudiums im Fach Kommunikationsdesign oder eines vergleichbaren künstlerisch-gestalterischen Studiengangs.

Die Zugangsvoraussetzungen sind ausreichend in der Zulassungssatzung dargestellt.

Die Satzung über die Zulassung zum Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) regelt das Auswahlverfahren in § 7 im Detail. Als Nachweis der geforderten fachlichen, gestalterischen und persönlichen Kompetenzen sind zwei Bausteine einzureichen. Zum einen ein Portfolio, das in den gezeigten gestalterischen Arbeiten auch ein Projekt 3D oder im Raum enthalten muss; zum anderen ein Motivationsschreiben für das Studium mit Projektskizze.

Ein Aufnahmegespräch mit den Bewerberinnen und Bewerbern ist nicht vorgesehen.

Anhand eines angemessenen Punktesystems für die festgelegten Kriterien werden Portfolio, Motivationsschreiben und Projektskizze bewertet und die Eignung festgestellt.

Die in der Satzung formulierten Zugangsvoraussetzungen sind für den Masterstudiengang angemessen.

3.2.2 Studiengangsaufbau

Der Masterstudiengang hat eine Regelstudiezeit von drei Semestern, in denen die Studierenden insgesamt 90 ECTS-Punkte erwerben.

Der Studiengangsaufbau ist nach Bewertung der Gutachtergruppe schlüssig im Hinblick auf die Zielsetzung des Studiengangs.

Die praktischen, technischen, theoretischen und wissenschaftlichen Module im ersten Studienjahr gewährleisten ein ausgewogenes Lehrangebot.

Die fachspezifisch gestalterischen Kompetenzen des Masterstudiengangs „Crossmedia Spaces“ (M.A.) werden insbesondere in den gestalterisch-praktisch orientierten Modulen „Crossmediales Projekt 1“ und „Crossmediales Projekt 2“ mit jeweils neun ECTS-Punkten sowie in den eher technisch orientierten Modulen „Crossmedia Software 1“ und „Crossmedia Software 2“ mit je sechs ECTS-Punkten vermittelt. Die gestalterischen, crossmedialen Projekte sind als medienorientierte Projekte konzipiert, die insgesamt als sinnvoll für das angestrebte Ausbildungsziel bewertet werden.

Theoretisches und methodisches Wissen wird im ersten Semester in den Modulen „Organization and Entrepreneurship“ mit neun ECTS-Punkten und „Design Thinking und Konzeption“ mit sechs

ETCS-Punkten vermittelt, im zweiten Semester in den Modulen „Media and Communication Science“ mit neun ETCS-Punkten und „Globalization and Digitization“ mit sechs ETCS-Punkten.

Das dritte Mastersemester konzentriert sich in einem Modul auf die Bearbeitung der Master-Thesis mit eigener Themenstellung und der Master-Arbeit als Projekt der Crossmedialen Gestaltung und Kommunikation im Raum im Umfang von 27 ECTS-Punkten, die in einem Kolloquium sowie einer Präsentation im Umfang von drei ECTS-Punkten geprüft werden.

Das Thema Raum wird im Lehrkontext sehr weit gefasst und reicht vom architektonischen Innenraum über den Außenraum bis hin zum urbanen, öffentlichen Raum. Die mediale Bespielung und Inszenierung dieser Räume steht im Zentrum und der Arbeit im Studiengang.

Die narrativen und dramaturgischen Aspekte in der crossmedialen Gestaltung sind im Curriculum sehr gut verankert. Deutlicher herausgearbeitet werden könnten Ausbildungsanteile die explizit an den Schnittstellen von analogem Raum, medialem und/oder digitalem Raum orientiert sind und die auf Methoden, Fähigkeiten und Kenntnissen analoger Raumgestaltung (Raum- und Objektbeziehungen, Szenografie, Wahrnehmung des Betrachters/Benutzerzentrierte Gestaltung) aufbauen und diese im Hinblick auf die Verflechtung mit medialer Gestaltung weiter qualifizieren. Diese Kompetenzen könnten bspw., vergleichbar mit den technischen Modulen über beide Mastersemester mit aufgebaut werden.

Ein weiterer Aspekt ist die Vermittlung der Bandbreite der genannten Raumkontexte, von Museen und Ausstellungen bis hin zu Messen und Events. Hier zeigt sich eine große Komplexität hinsichtlich möglicher interdisziplinärer Projektteams und der damit verbundenen fachlichen Anforderungen. Eine kreative Führungsperson, die im Kontext solcher Projekte tätig ist, sollte die unterschiedlichen räumlich-medialen Formate differenzieren können sowie die Rollen der verschiedenen Akteure und Beteiligten kennen. Im Modul „Media and Communication Science“ werden diese Themen zwar anhand von aktuellen Beispielen analysiert und dargestellt, es sollte jedoch nochmals geprüft werden, inwieweit die beiden Lehrveranstaltungen im Modul die Komplexität auch in der ganzen Breite vermitteln können. Der Gutachtergruppe ist noch nicht ganz deutlich geworden inwieweit die Schnittstellenkompetenzen im architektonischen und urbanen Raum tatsächlich im Studiengang verankert sind und vertieft werden und durch das Modul „Media and Communication Science“ abgedeckt werden können. Nach jetzigem Eindruck ist dieser Bereich noch nicht adäquat im Hinblick auf die Studiengangsziele im Curriculum verankert und demzufolge ist das Curriculum in dieser Hinsicht zu stärken.

Wenn davon ausgegangen wird, dass im Sinne eines konsekutiven Masterstudiengangs solche Kompetenzen voraussetzen sind, dann sollten solche Kompetenzen in ihren Grundlagen schon im eigenen Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ gestärkt werden und die Aufnahmeordnung des Masterstudiengangs sollte in dieser Hinsicht präzisiert werden.

Im Rahmen der Weiterentwicklung sollte über eine stärkere Studiengangübergreifende Kooperation im Rahmen des Studienprogramms nachgedacht werden. Insbesondere der Bereich Innenarchitektur, der sich im selben Gebäude befindet wie der Bereich Kommunikationsdesign und der geplante Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“, bietet aufgrund inhaltlicher Überschneidungen die Chance, Synergien zu nutzen. Aber auch die Informatik und audiovisuell ausgerichtete Studiengänge wie „Media: Conception & Production“ bieten sich für kooperative Projekte an. Eine Zusammenarbeit mit weiteren Studiengängen und Fachbereichen, wie Sozialwesen und Architektur liegt nahe und kann ebenfalls synergetische Effekte für den geplanten Masterstudiengang erbringen.

Für den Studiengang könnte ebenfalls überlegt werden, inwieweit eine aktuell ausgeschriebene Professur zu einer Schärfung des curricularen Profils kurzfristig beitragen kann.

3.2.3 Modularisierung und Arbeitsbelastung

Die Module beinhalten ausschließlich Pflichtveranstaltungen.

Der Workload und die Studien- und Prüfungsbelastung der Studierenden ist aus der gutachterlichen Sicht realistisch eingeschätzt. Die Anzahl der Prüfungen führt zu keiner Überlastung der Masterstudierenden.

Die erforderliche Kommunikation der Lehrenden untereinander zur Abstimmung der angebotenen Projekte und Projektbeteiligungen ist formell durch die Lehrgebiets- und Studiengangskonferenz gewährleistet. Sie wird als eine curriculare und didaktische Herausforderung für die Lehrenden und die Studierenden betrachtet und diskutiert.

Im dem Modulhandbuch des Masterstudiengangs fällt auf, dass die Modultitel durchgängig englischsprachig sind. Als Unterrichtssprachen sind in den Modulbeschreibungen „Deutsch“, „Deutsch, Englisch“ oder „Deutsch oder Englisch“ angegeben. Gemäß den Allgemeinen Bestimmungen für Prüfungsordnungen der Master-Studiengänge der Hochschule RheinMain vom 24.01.2017 (AM Nr. 475) können Lehrveranstaltungen, Prüfungs- und Studienleistungen aus dem Pflichtbereich auf Englisch angeboten werden, wenn parallel oder zumindest innerhalb eines dem Studienplan entsprechenden Zeitraumes diese samt Leistungsnachweis auch auf Deutsch angeboten werden. Im Modul „Globalization and Digitization“ wird die Lehrveranstaltung „International scientific presentation skills“ nach der Modulbeschreibung ausschließlich englischsprachig gehalten. Diese Abweichung ist im Punkt 11 der Besonderen Bestimmungen für den Master-Studiengang Crossmedia Spaces des Fachbereichs Design Informatik Medien der Hochschule RheinMain geregelt.

Die interdisziplinäre Ausrichtung des Masterstudiengangs bildet sich im Ansatz in fächerübergreifenden Modulen und Lehrveranstaltungen ab. Im Modulhandbuch ist jedoch nicht beschrieben, ob es sich um ein Import- oder Export-Modul handelt und welche Fachbereiche oder Studiengänge

damit vernetzt werden. Die Information bezüglich der Vernetzung der Lehre mit anderen Bereichen ist für die Studienorganisation der Studierende relevant. Daher muss diese interdisziplinäre Vernetzung in der Lehre für die Masterstudierenden im Modulhandbuch eindeutig ablesbar sein und beschrieben werden.

Die Qualifizierung der Studierenden einerseits für die Kenntnisse der komplexen Vielfalt von Raumkontexten sowie für die Vermittlung methodischer Kompetenz der analogen Raumgestaltung andererseits, muss im Lehrangebot sinnvoll verankert sowie im Modulhandbuch verständlich beschrieben werden.

3.2.4 Lernkontext

Der Unterricht zielt darauf ab, Kenntnisse der multimedialen Potenziale des Kommunikationsdesigns im räumlichen Kontext zu vertiefen und speziell einer interdisziplinären Verknüpfung zu zuführen. In diesem Zusammenhang könnten fächerübergreifende Lehrangebote in Kooperation mit anderen Studiengängen weiter ausgebaut werden.

Die im Modulhandbuch beschriebenen Lehr- und Lernformen wie Vorlesung, Seminaristischer Unterricht, Projekt, Übung und Kolloquium bieten grundsätzlich eine gute Varianz.

Der Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) versteht sich als anwendungs- und gleichzeitig forschungsorientiertes Studienangebot. Damit gehört ausdrücklich auch die Arbeit an experimentellen, freieren, künstlerischen Projekten zum Profil des Studiengangs, die mit zur Bildung kreativer Persönlichkeiten zählt.

Um diesem Ziel und dem Anspruch der ästhetischen Forschung in der Crossmedialen Gestaltung im räumlichen Kontext gerecht zu werden, könnte weiter über innovative Lernformen nachgedacht werden. Die Arbeit an der Schnittstelle von architektonischem, medialem und digitalem Raum benötigt ein spezielles Setting, eine Art „Medien-Raum-Labor“, in dem räumlich-crossmediale Experimente und gestalterische Lösungen entwickelt werden können.

3.2.5 Prüfungssystem

Im Selbstbericht wird das Prüfsystem allgemein beschrieben. In den besonderen Bestimmungen für den Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) ist das Prüfsystem im Einzelnen in den Kapiteln 3 und 4 geregelt und bezieht sich größtenteils auf die allgemeinen Bestimmungen der Hochschule.

Für die Form der Master-Thesis/Master-Arbeit ist die Abgabe von Unikaten, der Ausarbeitung und deren Dokumentation in gedruckter Form möglich. Offen bleibt in dieser Beschreibung, ob die Prüfungsleistung nur die Ausarbeitung der künstlerisch-praktischen Arbeit und deren Dokumentation meint, oder ob zusätzlich eine theoretisch-schriftliche Ausarbeitung zu Themenstellung und Konzept der Master-Thesis einzureichen ist. Dies könnte weiter präzisiert werden.

Eine rechtlich geprüfte und verabschiedete Prüfungsordnung (Besondere Bestimmungen für den Master-Studiengang Crossmedia Spaces des Fachbereichs Design Informatik Medien der Hochschule RheinMain) lag zum Zeitpunkt der Begutachtung nicht vor und muss noch nachgereicht werden.

3.3. Fazit

Der Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) ist klar gegliedert und sinnvoll auf ein wichtiges Berufsfeld hin fokussiert. Er ist in seinen medialen und berufsfeldspezifischen Inhalten und Zielen klar fokussiert und beschrieben und grenzt sich sinnvoll von benachbarten Masterstudiengängen ab. Er ist von daher sehr zukunftsfähig und kann den Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ konsekutiv sinnvoll fortführen.

Dem Studiengang mangelt es allerdings noch an einer notwendigen basalen und weiterführenden Kompetenzvermittlung an der Schnittstelle von analog architektonischem und oder urbanem Raum zum medialen und digitalen Raum. Crossmediale Kommunikation im Raum muss von der Raum- und Objektseite her curricular geschärft und vertieft werden. Im Hinblick auf den Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.) sollten diese Aspekte im Hinblick auf die Konsekutivität des Studienangebots auch stärkeren Eingang in den Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ finden.

4. Implementierung

4.1. Ressourcen

Dem Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.) stehen zahlreiche gut ausgestattete Räumlichkeiten zur Verfügung, sodass dieser gut auf die Anforderungen des Projektunterrichts reagieren kann.

Positiv hervorzuheben ist, dass die Studierenden nicht belegte Räume und Einrichtungen in weiten Bereichen (teilweise mit Vorankündigung) rund um die Uhr nutzen können. Ferner können die Studierenden Räume in der Bibliothek für Lernzwecke buchen. Somit sind die Voraussetzungen zum Lernen gegeben.

Auch die Studierenden zeigten sich zufrieden, merkten allerdings an, dass die räumliche Ausstattung für Zwecke des Aufenthalts und des Erlernens theoretischer Inhalte verbessert werden könnte.

Nicht optimal ist die Situation mit der Verpflegung am Standort „Unter den Eichen“ der Hochschule RheinMain. Statt einer eigenen Kantine gibt es auf dem Campus lediglich ein privat geführtes Restaurant, das insbesondere mit Blick auf die Preislage und die Öffnungszeiten den Anforderungen der Studierenden nicht ganz gerecht werden kann. Die eigentliche Kantine der Hochschule befindet sich auf einem anderen Campus und ist für die Studierenden dadurch aus zeitlichen Gründen leider nur eingeschränkt nutzbar.

Die räumlichen, sächlichen und personellen Ressourcen der Fachgruppe Design sind für einen klassischen Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ ausreichend und sinnvoll.

Von Hochschuleseite werden keine weiteren räumlichen, sachlichen und finanziellen Ressourcen zur Verfügung gestellt, so dass der Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) diese aus dem Bestand des Fachbereichs sowie aus den zusätzlichen Mitteln für neue Masterstudierende bestreiten muss. Eine konsekutive Fortführung des Bachelorstudiengangs „Kommunikationsdesign“ in einem Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) stellt allerdings neue Ansprüche für beide Studiengänge hinsichtlich räumlicher Ressourcen.

Die personale Ausstattung und Qualifikation der Fächergruppe Design ist hinsichtlich ihrer medialen, digitalen, theoretischen und konzeptionellen Kompetenzen hinreichend ausgestattet um diese Aspekte in einem Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) bestreiten zu können.

Räumliche Ressourcen

Die räumliche und sachliche Ausstattung des Fachbereichs bzw. der Fachgruppe Design ist ausreichend für die Einrichtung des gewünschten Masterstudiengangs, was die allgemeinen Lehr- und Veranstaltungsräume angeht sowie deren medialer Ausstattung.

Da Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) sich durch seine Ausrichtung auf das Gestalten von Raum curricular, aber durch die Auslegung als Masterstudiengang auch im Anspruch vom Bachelorstudiengang abhebt, sollte für die Umsetzung des Konzeptes von „Crossmedia Spaces“ jedoch ein eigenes Labor zur Verfügung stehen, das das Arbeiten im Raum ermöglicht und es den Masterstudierenden erlaubt, sich als zusammengehörige Gruppe zu identifizieren. Es handelt sich um einen fachspezifischen Raum für experimentelle, temporäre crossmediale / multimediale Raumexperimente, ein „mediales Raumlabor“.

Die Hochschulleitung hat in dem Gespräch mit der Gutachtergruppe darauf hingewiesen, dass Sonderbedarfe im Rahmen der Möglichkeiten erfüllt werden. Sie verwies im Kontext der Raumfragen darauf, dass es ein Raumproblem mit Arbeitsplätzen für Studierende gebe, das durch einen Neubau behoben werden soll, der 2022 fertig gestellt sein wird und in dem studentische Arbeitsplätze 24 Stunden zur Verfügung stehen. Dieses Haus steht Studierenden der gesamten Hochschule und allen Fachrichtungen zur Verfügung.

Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Arbeitsplätze eines solchen Hauses nicht den Anforderungen für künstlerisch-gestalterische und raumbezogene Studienarbeiten entsprechen. Insofern sind die Studierenden des neuen Studiengangs, was den Kernbereich ihres Studiums anbelangt, von der Nutzung dieses zukünftigen Studienhauses / Studienzentrums ausgeschlossen.

In den Gesprächen mit den Programmverantwortlichen und den Lehrenden wurde bestätigt, dass ein Raum „zum Ausprobieren/zum Bespielen“ bislang fehlt. Gleichzeitig bestätigt der Fachbereich, dass zahlreiche Möglichkeiten bestehen die vorhandenen Räumlichkeiten der Hochschule RheinMain zu nutzen. Beispielsweise gibt es eine Möglichkeit im Bereich Innenarchitektur, der sich ebenfalls an diesem Standort befindet. Es gibt Versuche für eine interdisziplinäre Arbeit z.B. mit dem Bereich Soziale Arbeit. Ferner gibt es Möglichkeiten externe Räumlichkeiten zu mieten. Es wurde beispielsweise vereinbart, einen Tanzsaal eines ehemaligen Hotels in der Stadt für die Projekte und Ausstellungen zu nutzen.

Solche studiengangsspezifischen Räumlichkeiten, sind aus der Sicht der Gutachtergruppe für die Einrichtung des neuen Studiengangs selber eine zentrale, sinnvolle und notwendige Voraussetzung. Hier wäre der Hochschule zu empfehlen, diesem räumlichen Sonderbedarf an studentischen Arbeitsplätzen Rechnung zu tragen und den Fachbereich bzw. die Fächergruppe bei der Erschließung neuer und notwendiger Räumlichkeiten zu unterstützen.

Personelle Ressourcen

Der Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ und der Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) können weitgehend auf die bestehenden Ressourcen zurückgreifen. Das Team setzt sich zusammen aus elf Professorinnen und Professoren, einer Vertretungsprofessur (darunter zwei ½ Stellen), einen Honorarprofessor und ca. 20 – 25 Lehrbeauftragten aus der Praxis. Etwa 30 Prozent des Lehrangebots wird durch Lehrbeauftragte durchgeführt. Dadurch ist zum einen

ein zusätzlicher Praxisbezug hergestellt, zugleich aber auch sichergestellt, dass der Großteil der Lehre durch hauptamtlich tätiges Personal geleistet wird. Dazu kommen die Kooperationen mit den anderen Bereichen der Hochschule RheinMain – Lehimporte und -exporte, wie beispielweise mit dem Bachelorstudiengang „Media Konzeption und Produktion“.

Die Professorinnen und Professoren werden unterstützt von sieben wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bzw. Laboringenieurinnen und -ingenieuren / technischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und zwei Sekretärinnen. Neu dazu kommen soll für das Masterprogramm eine halbe Stelle im Sekretariat.

Laut den zu begutachtenden Unterlagen ergibt sich eine Studierenden/Professuren-Relation von ca. 32,5 Studierenden pro Professur. Bei dieser Berechnung wurde der Masterstudiengang bereits berücksichtigt.

Die inhaltlichen neuen Raumaspekte des Masterstudiengangs stellen neue Anforderungen an das in beiden Studiengängen tätige Personal. Um den curricularen Ansprüchen gerecht zu werden, gestalterische und konzeptionelle Kompetenzen an der Schnittstelle von analogen und digitalen Räumen ausbilden zu wollen, bedarf es entsprechender Lehr- und Forschungskompetenzen. Diese sind bezüglich analoger Raumgestaltung und analoger, raumbezogener Konzeptentwicklung nicht in ausreichendem Maße bisher im Kollegium repräsentiert bzw. abrufbar. Bei zukünftigen und aktuellen Berufungen und Stellenbesetzungen sollten diese neuen Raumbezüge sowohl in der Grundlagenvermittlung als auch in der weiterführenden Vermittlung auf einem Masterniveau stärkere Berücksichtigung finden um den eigenen Ansprüchen gerecht werden zu können.

Die Frauenquote beträgt bei den Professorenstellen und Lehrbeauftragten ca. 20 Prozent, bei den technischen und wissenschaftlichen Mitarbeitern 26 Prozent und im Sekretariat 100 Prozent. Dem steht ein wachsender Anteil von momentan über 70 Prozent weiblicher Studierender gegenüber.

Die Professorinnen und Professoren sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können umfangreiche Fortbildungsmöglichkeiten in Anspruch nehmen. Die Hochschule verfügt dazu über eine zentrale Einrichtung für die interne Weiterbildung und kann auf einen hessenweiten Verbund für Weiterbildungsmaßnahmen zurückgreifen. Neu zum Studiengang hinzukommende Professorinnen und Professoren erhalten bei der Aufnahme ihrer Lehrtätigkeit eine hochschuldidaktische Einführung, die Lehrverpflichtung wird im Gegenzug um vier SWS reduziert.

Die Weiterbildungsmöglichkeiten stehen allen Lehrenden – also auch den Lehrbeauftragten – kostenlos zur Verfügung, wobei sie bei Lehrbeauftragten nicht verpflichtend sind.

Finanzielle Ressourcen

Das hessische Modell der Hochschulfinanzierung basiert auf dem Hochschulpakt zwischen Land und Hochschulen, Zielvereinbarungen und einer leistungsorientierten Mittelzuweisung. Innerhalb

der Hochschule RheinMain erfolgt die Fachbereichsfinanzierung ebenfalls formelbasiert. Der Fachbereich trägt die Verantwortung für sein Personal- und Sachbudget.

Die Grundfinanzierung, die in Hessen 85 Prozent des Wirtschaftsplanbudgets ausmacht, ist solide. Ein Indikator ist die Anzahl der Studierenden in der Regelstudienzeit bzw. die für die Hochschule im Rahmen der Ziel- und Leistungsvereinbarung festgelegten Leistungszahlen. Die restlichen 15 Prozent werden anhand weiterer Faktoren vergeben, darunter unter anderem die Höhe der eingeworbenen Drittmittel. Auch hier scheinen die Studiengänge gut aufgestellt zu sein. Die finanziellen Ressourcen zum Erreichen der Studiengangziele sind daher als vorhanden anzusehen.

Laut der Auskunft des Fachbereichs wurde die Sicherung der finanziellen und sächlichen Ressourcen zur Durchführung des Masterstudiengangs von der Hochschulleitung zugesagt. Es liegt eine „Förmliche Erklärung der Hochschulleitung zur Sicherung der räumlichen, sächlichen und apparativen Ausstattung“ (Anlage C.3) vor.

4.2. Entscheidungsprozesse, Organisation und Kooperation

4.2.1 Organisation und Entscheidungsprozesse

Die Organisations- und Entscheidungsprozesse, wie Dekanat, Fachbereichsrat und Prüfungsausschuss sind entsprechend dem hessischen Hochschulgesetz geregelt. Die Zuständigkeiten und Ansprechpartner sind klar definiert.

Die Veränderungen des Studiengangaufbaus geschahen auf Grundlage einer Evaluation, in der auch die Studierenden mit eingebunden waren. Nach Angaben der Studierenden gab es oft die Möglichkeit, Vorschläge einzubringen. Laut den Aussagen der Lehrenden waren die Studierenden auch bei der Konzeptionsentwicklung des neuen Masterstudiengangs beteiligt.

Um hinsichtlich des Studienverlaufs und bei Entscheidungen bezüglich der Kurswahl zu beraten, stehen den Studierenden mehrere Lehrende als Mentoren unterstützend zur Seite. Zumeist geht es um die Klärung studienorganisatorischer Fragen. Das Mentoring-Programm gewährleistet einen insgesamt reibungsloseren Studienverlauf und ist ein außerordentlich positiver Beitrag als studienbegleitende Maßnahme.

Darüber hinaus werden zur Durchführung der Praktika in regelmäßigen Abständen Infoveranstaltungen angeboten. Die Vernetzung der Lehrenden wird von den Studierenden bei der Suche nach Praktikumsstellen in Anspruch genommen.

Die Möglichkeit der individuellen Studienplanung und die unterstützenden Angebote der Hochschule und der Fachrichtung werden auch durch die Studierenden positiv bewertet.

Die Voraussetzungen für Mitbestimmung durch Studierende über offizielle Kanäle sind gegeben, lassen jedoch Raum für Verbesserung. Studentische Vertreterinnen und Vertreter sind in den relevanten Gremien des Fachbereichs vertreten. Diese erlaubt den jeweiligen Vertreterinnen und

Vertretern Positionen im Namen der Studierenden des Fachbereichs zu vertreten. Da der Fachbereich verschiedene Fächerkulturen beheimatet, wäre aus Sicht der Gutachtergruppe eine aktivere Beteiligung der Studierenden des Bachelorstudiengangs „Kommunikationsdesign“ in den Gremien wünschenswert.

Die Hochschule leistet einen Support in der Öffentlichkeitsarbeit durch Studien-Infoveranstaltungen, Präsentation auf Fachmessen usw. Es gibt eine zentrale Abteilung in der Hochschulverwaltung, die die Studiengänge in diesen Angelegenheiten unterstützt. Ca. 1.000 Schülerinnen und Schüler besuchen jährlich die hochschulweiten Infoveranstaltungen, die von einer eigenen Schulverbindungsstelle betreut werden.

4.2.2 Kooperationen

Wissenschaftliche Kooperationen mit in- und/oder ausländischen Hochschulen/Einrichtungen

Der Studiengang „Kommunikationsdesign“ hatte im Jahr 2007 die Aufgabe übernommen, für die Deutsch-Jordanische Hochschule in Amman ein Studienprogramm für „Design and Visual Communication“ zu konzipieren und aufzubauen. Bis heute liegt die Koordination des Netzwerks „Design“ für die deutsche Seite in der Verantwortung der Internationalisierungsbeauftragten des Studiengangs „Kommunikationsdesign“ an der Hochschule RheinMain.

Der Fachbereich pflegt einen intensiven Austausch mit der Deutsch-Jordanischen Universität in Amman (Jordanien) auf Dozentenebene, der unterstützt wird vom Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD). Regelmäßig finden beiderseitig Lehrveranstaltungen, Workshops und temporäre Projekte durch Dozentinnen und Dozenten der Partnerhochschule statt, die bei den Studierenden sehr beliebt sind und teilweise zusätzlich zum normalen Studienprogramm freiwillig besucht werden. Immer wieder entscheiden sich Studierende für den Schritt ins Ausland, nachdem sie durch einen Workshop in Wiesbaden Kolleginnen und Kollegen aus der Partnerhochschule kennen gelernt haben. Auf jordanischer Seite dient die Einbindung deutscher Dozentinnen und Dozenten als „Flying Faculty“ der Vorbereitung der Studierenden auf ihr Pflichtjahr in Deutschland.

Auch mit einer Filmschule in Kampala / Uganda und verschiedenen europäischen Erasmus-Partnerinnen und Partnern sind Austauschaktivitäten auf Dozentenebene angelaufen.

Des Weiteren findet studentischer Austausch mit über 20 Partnerhochschulen im europäischen und weltweiten Ausland statt.

Für den Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) ist geplant, mit einer Universität oder Akademie einen Kooperationsvertrag zu schließen, sodass Absolventinnen und Absolventen die Möglichkeit erhalten, an dieser Institution zur Promotion geführt zu werden.

Kooperationen mit der beruflichen Praxis

Im Rhein-Main-Gebiet findet sich bundesweit einer der stärksten Standorte der Kommunikations- und Medienbranche. Die Werbewirtschaft hält ein breit gefächertes Spektrum an kleinen, mittleren und großen Kommunikationsunternehmen bis hin zu spezialisierten Unternehmen aus den Bereichen Interaktives, Video, Film, Animation, Postproduktion sowie Pre-Press und Druck vor. Studierende finden hier ein besonders reichhaltiges Erfahrungs- und Betätigungsfeld, das schon während des Studiums (Berufspraktische Tätigkeit) als auch nach dem Abschluss günstige Startchancen in den erfolgreichen Berufseinstieg bietet.

Der Studiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.) pflegt intensive Kooperationen mit Berufsverbänden (u.a. GWA, ADC, DDC, AGD), mit Kommunikations- und Designagenturen und -organisationen.

So können ohne großen Aufwand Vertreterinnen und Vertreter von Network-Agenturen für Kooperationsprojekte und Gastvorlesungen gewonnen werden und Kooperationen mit Lokal-, Regional- und Fachmedien eingegangen werden.

Für den Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) ist geplant, spezifische Praxiskontakte auszubauen, die den Bereich der crossmedialen Gestaltung und Kommunikation im Raum betreffen. Erste Kontakte zu spezialisierten Agenturen bestehen bereits. Sie sollen z.B. über Gastvorträge und Lehraufträge von deren Designerinnen und Designern sowie über Praktikumsplätze resp. Kooperationen hinsichtlich der Master-Thesisprojekte für die Studierenden in das Curriculum des Masterstudiengangs „Crossmedia Spaces“ eingebunden werden.

Kooperationen innerhalb der Hochschule RheinMain

Seit dem Sommersemester 2017 konzipiert und organisiert der Studiengang „Kommunikationsdesign“ abwechselnd mit dem Studiengang „Innenarchitektur“ das Kooperationsprojekt „Ringvorlesung“. Dafür werden jedes Semester zu einem aktuellen Thema namhafte externe Expertinnen und Experten für Einzelvorträge eingeladen. Über die Teilnahme an der Vortragsreihe und Reflexionsberichte zu ausgewählten Themen sammeln die Studierenden Leistungspunkte im Theoriebereich.

Im Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ können die Studierenden ab dem dritten Semester eines der sechs Theorie-Wahlfächer aus dem hochschulweiten Lehrangebot wählen. Z.B. kann auch ein zusätzlicher Sprachkurs im Sprachenzentrum der Hochschule angerechnet werden.

Für den zukünftigen Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ sollen einzelne Module mit den Masterstudiengängen „Screen Arts“ sowie „Media & Design Management“ geteilt werden.

Generell bietet die Hochschule über den Mediacampus „Unter den Eichen“ und über ihre vielseitige Studiengangsstruktur in Wiesbaden Studierenden spannende Begegnungen und interessante fachlich-theoretische Auseinandersetzungen.

Diese trans- und interdisziplinäre Vielfalt und inhaltlichen Vernetzungen sollte weiter intensiviert und wo möglich sinnvoll ausgebaut werden.

4.3. Transparenz und Dokumentation

Die relevanten studienorganisatorischen Dokumente (Prüfungsordnung, Anerkennungssatzung, Zulassungssatzung, Modulhandbücher, Diploma Supplement und Transcript of Records) liegen vor.

Das Diploma Supplement entspricht der zwischen Kultusministerkonferenz und Hochschulrektorenkonferenz zum Zeitpunkt der Begutachtung aktuellen Fassung. Im Diploma Supplement wird u.a. die relative ECTS-Note ausgewiesen.

Die Modulhandbücher der Studiengänge sind vollständig und sinnvoll strukturiert sowie ausreichend informativ gestaltet.

Regelungen für die Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistungen nach der Lissabon-Konvention bzw. außerhochschulisch erworbener Kompetenzen sind in der Satzung der Hochschule RheinMain zur Anerkennung von Studienabschlüssen, Studien und Prüfungsleistungen und Außerhochschulisch erworbenen vom 18.02.2015 klar und regelkonform definiert.

Die Besonderen Bestimmungen der Studiengänge und die Satzungen über die Zulassung zum Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign sowie zum Masterstudiengang sind noch nicht verabschiedet und müssen noch nachgereicht werden.

Zusätzlich zu den schriftlichen Unterlagen werden Informationsveranstaltungen, eine fachliche und überfachliche Studienberatung angeboten, wodurch es gut gelingt, das Studienangebot hinreichend zu vermitteln. Für die Erstsemester des Bachelorstudiengangs „Kommunikationsdesign“ wird eine Einführungswoche angeboten, die den neuen Studierenden den Einstieg in das Studium und die Hochschule erleichtern soll. Im Studiengang existiert auch ein Mentorenprogramm, hier begleiten Lehrenden als Mentoren die Studierenden.

Das Büro für Internationales berät Studierende im Hinblick auf Auslandsaufenthalt und ausländische Studierende bei Fragen zu ihrem Studienaufenthalt an der Hochschule RheinMain. Die Geschäftsstelle Prüfungswesen ist Anlaufstelle für alle Fragen zu Prüfungsordnungen und Prüfungsrecht. Ebenso steht den Studierenden eine zentrale Studienberatung zu angemessenen Öffnungszeiten zur Verfügung. Unterstützt wird die zentrale Studienberatung durch das Service Center, das zusätzlich den Studierenden als Beratungsstelle zur Verfügung steht. Das Studienbüro berät zu Bewerbungs- und Zulassungsverfahren. Das Competence & Career Center steht den Studierenden für die Berufsorientierung und die Karriereplanung unterstützend zur Seite. Fachspezifische Fragen werden von den Professorinnen und Professoren im Rahmen ihrer Sprechstunden beantwortet.

Die Webseite des Bachelorstudiengangs ist übersichtlich und bietet eine gute Informationsbasis für Studienbewerberinnen und -bewerber sowie Studierende. Dort sind Informationen zur Bewerbung, zum Studienverlauf und zur Prüfungsangelegenheiten, Terminen und Fristen sowie Gremien vorhanden. Darüber hinaus sind Informationen zu Wettbewerben, Praktika, Kooperationen und Möglichkeiten des Auslandsstudiums aufgeführt. Ferner ist über die Website eine Werkschau möglich. Zum Zeitpunkt der Begutachtung gab es auf der Homepage der Hochschule noch keine Informationen zum Masterstudiengang, der erst zum Wintersemester 2019/20 starten wird.

Die Ziele der Ausbildung werden eindeutig zum Ausdruck gebracht und sind transparent dargestellt. Das Gespräch mit den Studierenden ergab, dass die Außendarstellung der Hochschule den tatsächlichen Zielen entspricht. Eine Entscheidung für ein Studium an der Hochschule RheinMain ist deshalb eine klare Entscheidung für deren Zielsetzung. Starker Praxisbezug und konzeptionelle Stärke werden als ausschlaggebend für die Entscheidung dargestellt, an der Hochschule RheinMain ein Studium zu beginnen. Bei aller Nähe zur Realität wird jedoch auch darauf geachtet, dass sich die Studierenden kreativ entwickeln. Gestalterisch experimentelle Freiräume sind in den Inhalten des Studiums verankert. Darüber hinaus gehört die Vermittlung konzeptioneller Kompetenz zu den wichtigen Zielen der Hochschule.

4.4. Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

Die Hochschule RheinMain versteht sich als „Eine Hochschule für Alle“, sie möchte Studieninteressierten einen breiten Zugang zum Studium ermöglichen. Dies betrifft sowohl Studierende mit unterschiedlichen Bildungsbiographien als auch Studierende mit Behinderung bzw. die von Benachteiligung betroffen sind.

Geschlechtergerechtigkeit und Familienfreundlichkeit sind weitere wichtige Ziele der Hochschule. Seit 2006 ist der Frauenförderplan ein zentrales Instrument zur Hochschulentwicklung. Die Maßnahme wird durch verschiedene gleichstellungspolitische Zielvereinbarungen ergänzt. Eine Frauenbeauftragte unterstützt und berät Hochschule und Studierende, Fachbereiche und Gremien in allen relevanten Angelegenheiten gemäß § 5 des Hessischen Hochschulgesetzes und des Frauenförderplans. Sie ist auch Ansprechpartnerin in Fällen von sexueller Belästigung nach dem Beschäftigtenschutzgesetz.

Die Hochschule hat im 2016/17 ein weiteres Mal das Zertifikat „familienfreundliche Hochschule“ erhalten. Zur Erreichung ihrer Ziele hat die Hochschule verschiedene Maßnahmen, wie z.B. eine flexible Arbeitszeitregelung, ein Kontakthalte- und Wiedereingliederungskonzept für Beschäftigte in Elternzeit, Kinderbetreuungsmöglichkeiten für Studierende und Beschäftigte mit Kind, Eltern-Kind-Zimmer, Spielecken, Still- und Wickelmöglichkeiten, umgesetzt. Eine Kindertagesstätte ist an die Hochschule angeschlossen. Zur weiteren Unterstützung einer familienfreundlichen Studienplanung werden die E-Learning-Angebote weiter ausgebaut.

Die Hochschule ist bestrebt, in den Studiengängen ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis herzustellen. In traditionell männerdominierten Studiengängen soll der Anteil der Studentinnen mindestens im Bundesdurchschnitt liegen. Die Hochschule RheinMain beteiligt sich an einem hessenweiten Mentorinnen-Netzwerk für Frauen. Dieses wird durch spezielle Konzepte und Veranstaltungen speziell für Frauen flankierend unterstützt.

Der Anteil weiblicher Studierenden liegt studiengangübergreifend zurzeit bei 46 Prozent (Stand Sommersemester 2017). Die Frauenquote am Fachbereich Design Informatik Medien liegt bei 67 Prozent. In dem Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ liegt der Anteil weiblicher Studierender bei 74 Prozent, so dass eine zukünftige Aufgabe darin besteht, durch die gezielte Ansprache von männlichen Studieninteressierten hier einen Ausgleich zu schaffen.

Studierende mit Behinderung oder Krankheit werden durch die Behindertenbeauftragten unterstützt. Bereits im Vorfeld wird eine individuelle Studienberatung im Hinblick auf die Studiengangswahl und Studienverlaufsplanung von der Hochschule angeboten. Auch das Studentenwerk bietet Unterstützung und Beratung an. Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung und chronischer Krankheit ist jeweils in Punkt 4.3 der besonderen Bestimmungen und in einer Verordnung auf Landesebene verbindlich geregelt.

Fünf Prozent der zu vergebenden Studienplätze sind grundsätzlich für Fälle außergewöhnlicher Härte vorgesehen. Die Verordnung ermöglicht weiterhin eine Anrechnung auf die Wartezeit oder eine Verbesserung der Durchschnittsnote aufgrund eines nachgewiesenen Nachteils.

Internationale Studierende werden durch das Büro für Internationales beraten und betreut bspw. zu Fragen der Aufenthalts- und Arbeitserlaubnis. Ein wichtiges Betreuungselement ist dabei das Buddy-Programm, das internationale Gaststudierenden und deutsche Studierenden zusammenbringt. Das Programm fördert somit u.a. die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden.

Eine psychologische Beratungsstelle bietet Studierenden Unterstützung bei persönlichen Problemen oder bei Arbeits- und Orientierungsschwierigkeiten an.

4.5. Fazit

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die notwendigen Ressourcen und organisatorischen Voraussetzungen gegeben sind, um die Studiengangskonzepte konsequent und zielgerichtet umzusetzen. Allerdings stellt der neue konsekutive Maststudiengang „Crossmedia Spaces“ hinsichtlich seiner Raumorientierung neue quantitative und qualitative Anforderungen an den Fachbereich.

Die räumlichen Ressourcen von Hochschule und Fachbereich sollten neu auf den Raum Aspekt hin fokussiert werden. Ein Stammraum für die Gruppe der Masterstudierenden sowie ein „Medialen Raumlabor“ für temporäre und experimentelle Raumarbeiten erscheint als sehr sinnvolle und notwendige Ausstattung des neuen Masterstudiengangs.

Bei zukünftigen Berufungen sowie Stellenbesetzungen im Mittelbau sollte das Thema Raum bezüglich seiner grundlegenden, haptisch-analogen wie auch seiner weiterführenden medialen und digitalen Aspekte verstärkt berücksichtigt werden.

Mögliche synergetische Effekte mit dem benachbarten Studiengang Innenarchitektur sollten verstärkt ins Auge gefasst werden.

Insgesamt bewertet die Gutachtergruppe die zur Verfügung stehenden Informations- und Beratungsangebote als sehr gut.

Die Gutachtergruppe konnte sich davon überzeugen, dass den Anforderungen an Geschlechtergerechtigkeit, Chancengleichheit und Nachteilsausgleich an der Hochschule RheinMain mit hochschulweiten Regelungen und Beratungsangeboten angemessen Rechnung getragen wird.

5. Qualitätsmanagement

5.1. Organisation und Mechanismen der Qualitätssicherung

Die Hochschule RheinMain hat ein integriertes Qualitätsmanagement-System implementiert, das fachbereichsübergreifend mit einer zentralen QM-Stabstelle für reibungslose Prozesse in Verwaltung und Lehre sowie Forschung und Weiterentwicklung sorgt. Das Qualitätsmanagement folgt dabei dem „Plan-Do-Check-Act“-Kreislauf, um kontinuierlich zentrale Prozesse zu identifizieren, zu begutachten und an aktuelle Anforderungen anzupassen. Die Gutachtergruppe konnte vor Ort feststellen, dass die hier gegenständlichen Studiengänge in den Bereichen Qualitätssicherung und Weiterentwicklung involviert sind.

Zentrales Instrument zur Qualitätssicherung und Dokumentation ist die „Academic Scorecard“. Die Zielsetzungen, die mithilfe der „Academic Scorecard“ festgehalten und zum Teil bereits operationalisiert wurden und weiterhin werden, beinhalten insbesondere die Erfassung und Analyse der Lehrqualität und der Lehrkräfte, der Dienstleistungen und der technischen Prozesse, sowie die Koordination und Regelung der Schnittstellenprozesse zwischen den verschiedenen beteiligten Organisationseinheiten.

Um die strategischen Ziele in den Kernbereichen zu erreichen und vor allem die Rückmeldekreisläufe zur kontinuierlichen Verbesserung der Studienqualität zu schließen, werden vielfältige Anstrengungen unternommen. Einen wesentlichen Beitrag zur Qualitätssicherung leistet dabei die zentrale Evaluation. Zu den verwendeten Methoden zählen die Studieneingangsbefragung, Lehrveranstaltungsevaluationen, Befragungen zu den Bedingungen in Studium und Lehre (BSL) sowie Absolventenbefragungen und Lehrendenbefragungen. Um die Relevanz der Befragungen zu erhöhen, können die Fachbereiche den zentralen Fragenkatalog ergänzen, außerdem führt der Studiengang „Kommunikationsdesign“ eigene Befragungen durch.

Die Studieneingangsbefragung wird bei erstmalig akkreditierten Studiengängen sowie nach Bedarf durchgeführt, um Erkenntnisse darüber zu gewinnen, warum sich Bewerberinnen und Bewerber für das Studium entschieden haben. Entscheidende Faktoren für Studierende, „Kommunikationsdesign“ an der Hochschule RheinMain zu studieren sind laut Auswertung dieser Befragung u.a. die Ausstattung des Studiengangs sowie die Atmosphäre und der gute Ruf.

Lehrveranstaltungsevaluationen finden mindestens alle zwei Semester statt. In den Evaluationen werden unter anderem die didaktische Qualität und die Ausstattung der Räume evaluiert, außerdem werden Lehrende und Lehrbeauftragte bewertet, was diese bei der Selbstreflexion unterstützt und so dazu beiträgt, die Qualität der Lehre zu sichern und zu verbessern. Der Vergleich der Ergebnisse mit den Ergebnissen vergangener Evaluationen und die Entscheidung, wie Konsequenzen daraus abgeleitet werden, ist Aufgabe der einzelnen Dozentinnen und Dozenten. Neben den jeweiligen Lehrenden hat außerdem der zuständige Dekan Einsicht in die Ergebnisse der Evaluation, die Evaluationsbeauftragten jedoch nicht, was sich durch geänderte Datenschutzbestimmungen begründet.

Die BSL-Befragung wird jedes Jahr zum Sommersemester durchgeführt, um die Studierbarkeit und den Workload zu evaluieren. Diese werden auch genutzt, um sicher zu stellen, dass die zu erbringende Leistung und die zu vergebenden Leistungspunkte in einem fairen Verhältnis zueinander stehen.

Darüber hinaus führt die Hochschule auch ein Monitoring von Kennzahlen, wie beispielsweise Bewerber- und Einschreibezahlen, Herkunft der Studierenden, Studienverlaufsanalysen und Erfolgsquoten durch.

Zusätzlich werden Absolventenbefragungen durchgeführt, um die Weiterentwicklung der Studiengänge zu unterstützen. Außerdem finden alle fünf Jahre Lehrendenbefragungen statt, die dabei helfen, die Lehre, Forschungsbedingungen und die Bedingungen der Selbstverwaltung zu verbessern.

Ein auf die Hochschule abgestimmtes webbasiertes QM-Portal wird eingesetzt, um einen Überblick über die laufenden Qualitätsmanagement-Prozesse zu geben. Dieses stellt Dokumente und Informationen zur Verfügung und entlastet so Sekretariate und das Kollegium bei Verwaltungsabläufen. Dieses Portal wird laufend weiterentwickelt.

Abseits dieser offiziellen Qualitätsmanagements-Maßnahmen sind die Lehrenden offen für unmittelbares Feedback durch die Studierenden und reagieren auch auf dieses. Das wurde auch im Gespräch mit Studierenden sehr positiv angemerkt. Insgesamt zeigten sich die Studierenden zufrieden mit der Entwicklung der Studienbedingungen.

5.2. Umgang mit den Ergebnissen der Qualitätssicherung

Am Fachbereich finden Lehrveranstaltungsevaluationen in der Regel in jedem Semester im letzten Drittel der Vorlesungszeit statt. Die Evaluationsergebnisse werden den jeweiligen Lehrenden, dem Evaluationsbeauftragten sowie dem Dekan übermittelt. Die Lehrenden sind angehalten, die Ergebnisse mit den Studierenden zu besprechen. In ihrem Ermessen liegt es auch, die Ergebnisse zu interpretieren und entsprechende Maßnahmen daraus abzuleiten.

Im Rahmen der Weiterentwicklung bzw. Neukonzeption der Studiengänge wurden die Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements berücksichtigt. Neben den Evaluationsergebnissen fanden auch Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs Berücksichtigung.

Die Gutachtergruppe konnte vor Ort feststellen, dass dieser Prozess funktioniert. Beispielsweise wurden Modifikationen des Bachelorstudienprogramms im ersten und zweiten Semester in enger Zusammenarbeit mit Studierendenvertretern entwickelt.

5.3. Fazit

Die Hochschule RheinMain hat ein tragfähiges Qualitätsmanagementsystem installiert. Das Qualitätsmanagement verfügt über eine Reihe von sinnvollen Instrumenten und bindet Lehrende und Studierende gleichermaßen ein. Sowohl auf Hochschulebene als auch auf Ebene des Fachbereichs und des Studienganges selbst existiert eine gute Basis, um systematisch für eine durchgehende Verbesserung der Qualität von Studium und Lehre zu sorgen. Die Qualitätsmanagementinstrumente werden von der Fachgruppe Design durch situative Maßnahmen im Studiengang, wie beispielsweise das Mentoring-Programm, qualitativ ergänzt.

Die Qualitätsmanagementziele und -methoden werden in einem eigenen Portal der Hochschule transparent dargestellt.

6. Resümee

Der Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.) ist ein gut strukturiertes und sinnvoll aufgebautes Studienprogramm, das die Studierenden zu Generalisten mit Medienkompetenz ausbildet. Der Studiengang ist nach Ansicht der Gutachtergruppe gut geeignet, ein grundständiges wissenschaftliches und berufsqualifizierendes Studium zu leisten. Seit der letzten Akkreditierung wurde der Studiengang sinnvoll weiterentwickelt.

Der Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) ist eine sinnvolle Weiterentwicklung und wird seitens der Gutachtergruppe stark befürwortet. Der Masterstudiengang bietet eine designspezifische Qualifikationsmöglichkeit auf höherem Niveau an. Die Studiengangsziele sind klar definiert und das Konzept ist weitgehend geeignet diese Ziele zu erreichen. Jedoch muss noch die

Qualifizierung der Studierenden einerseits für die Kenntnisse der komplexen Vielfalt von Raumkontexten sowie für die Vermittlung methodischer Kompetenz der analogen Raumgestaltung andererseits, im Lehrangebot sinnvoll verankert sowie im Modulhandbuch transparent beschrieben werden.

Die didaktischen Konzepte und das Prüfungssystem sind auf die Anforderungen der Bachelor- und Masterstudiengänge abgestimmt. Die Studienbedingungen können sowohl hinsichtlich Ressourcen und Organisation der Studienprogramme als auch im Hinblick auf die Beratung und Betreuung der Studierenden als sehr gut eingeschätzt werden. Organisation und Durchführung der Studiengänge sind klar geregelt und auch nach außen transparent dargestellt. Hinsichtlich der räumlichen Ressourcen besteht noch Entwicklungspotenzial. In Bezug auf die studienorganisatorischen Dokumente müssen noch die rechtlich geprüften und verabschiedeten Ordnungsmittel der Studiengänge nachreicht werden.

Die verwendeten Qualitätssicherungsinstrumente sind geeignet, die angestrebten Ziele zu erreichen und sie ermöglichen eine kontinuierliche Weiterentwicklung und Optimierung der Studiengänge.

Insgesamt hat die Gutachtergruppe einen sehr positiven Eindruck von den Studiengängen erhalten.

7. Bewertung der „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ vom 08.12.2009 in der jeweils gültigen Fassung

(zusammenfassende Bewertung der Gutachterinnen und Gutachter)

AR-Kriterium 1 Qualifikationsziele des Studiengangskonzeptes: Das Studiengangskonzept orientiert sich an Qualifikationszielen. Diese umfassen fachliche und überfachliche Aspekte und beziehen sich insbesondere auf die Bereiche wissenschaftliche oder künstlerische Befähigung, Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und Persönlichkeitsentwicklung.

Das Kriterium ist **erfüllt**.

AR-Kriterium 2 Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem: Anforderungen in Bezug auf rechtlich verbindliche Verordnungen (KMK-Vorgaben, spezifische Ländervorgaben, Vorgaben des Akkreditierungsrates, Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse) wurden berücksichtigt.

Das Kriterium ist **erfüllt**.

AR-Kriterium 3 Studiengangskonzept: Das Studiengangskonzept umfasst die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen sowie von fachlichen methodischen und generischen Kompetenzen. Es ist in der Kombination der einzelnen Module stimmig im Hinblick auf formulierte Qualifikationsziele aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Gegebenenfalls vorgesehene Praxisanteile werden so ausgestaltet, dass Leistungspunkte (ECTS) erworben werden können. Es legt die Zugangsvoraussetzungen und gegebenenfalls ein adäquates Auswahlverfahren fest sowie Anerkennungsregeln für an anderen Hochschulen erbrachte Leistungen gemäß der

Lissabon Konvention und außerhochschulisch erbrachte Leistungen. Dabei werden Regelungen zum Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderung getroffen. Gegebenenfalls vorgesehene Mobilitätsfenster werden curricular eingebunden. Die Studienorganisation gewährleistet die Umsetzung des Studiengangskonzeptes.

Das Kriterium ist im Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.) **erfüllt**.

Das Kriterium ist im Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) **teilweise erfüllt**, weil der Themenkomplex „Raum“ noch nicht ausreichend im Curriculum berücksichtigt ist. Daher muss die Qualifizierung der Studierenden einerseits für die Kenntnisse der komplexen Vielfalt von Raumkontexten sowie für die Vermittlung methodischer Kompetenz der analogen Raumgestaltung andererseits, im Lehrangebot sinnvoll verankert sowie im Modulhandbuch verständlich beschrieben werden.

AR-Kriterium 4 Studierbarkeit: Die Studierbarkeit des Studiengangs wird gewährleistet durch: a) die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikationen, b) eine geeignete Studienplanung, c) die auf Plausibilität hin überprüfte (bzw. im Falle der Erstakkreditierung nach Erfahrungswerten geschätzte) Angabe der studentischen Arbeitsbelastung, d) eine adäquate und belastungsangemessene Prüfungsdichte und -organisation, e) entsprechende Betreuungsangebote sowie f) fachliche und überfachliche Studienberatung. Die Belange von Studierenden mit Behinderung werden berücksichtigt.

Das Kriterium ist **erfüllt**.

AR-Kriterium 5 Prüfungssystem: Die Prüfungen dienen der Feststellung, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Sie sind modulbezogen sowie wissens- und kompetenzorientiert. Jedes Modul schließt in der Regel mit einer das gesamte Modul umfassenden Prüfung ab. Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt. Die Prüfungsordnung wurde einer Rechtsprüfung unterzogen.

Das Kriterium ist **erfüllt**.

AR-Kriterium 6 Studiengangsbezogene Kooperationen: Bei der Beteiligung oder Beauftragung von anderen Organisationen mit der Durchführung von Teilen des Studiengangs, gewährleistet die Hochschule die Umsetzung und die Qualität des Studiengangskonzeptes. Umfang und Art bestehender Kooperationen mit anderen Hochschulen, Unternehmen und sonstigen Einrichtungen sind beschrieben und die der Kooperation zu Grunde liegenden Vereinbarungen dokumentiert.

Das Kriterium **nicht zutreffend**.

AR-Kriterium 7 Ausstattung: Die adäquate Durchführung des Studiengangs ist hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen, sächlichen und räumlichen Ausstattung gesichert. Dabei werden Verflechtungen mit anderen Studiengängen berücksichtigt. Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind vorhanden.

Das Kriterium ist **erfüllt**.

AR-Kriterium 8 Transparenz und Dokumentation: Studiengang, Studienverlauf, Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung sind dokumentiert und veröffentlicht.

Das Kriterium ist **teilweise erfüllt**, weil die Ordnungsmittel für die beiden Studiengänge noch nicht veröffentlicht sind. Ferner muss die interdisziplinäre Vernetzung in der Lehre (Import- oder Export-Module) für die Masterstudierenden im Modulhandbuch eindeutig ablesbar sein und beschrieben werden.

AR-Kriterium 9 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung: Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements werden bei den Weiterentwicklungen des Studienganges berücksichtigt. Dabei berücksichtigt die Hochschule Evaluationsergebnisse, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs.

Das Kriterium ist **erfüllt**.

AR-Kriterium 10 „Studiengänge mit besonderem Profilspruch“: Da es sich bei dem Studiengang um einen weiterbildenden / berufsbegleitenden / dualen / lehrerbildenden Studiengang/ Teilzeitstudiengang / Intensivstudiengang handelt, wurde er unter Berücksichtigung der Handreichung der AG „Studiengänge mit besonderem Profilspruch“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 10.12.2010) begutachtet.

Das Kriterium **nicht zutreffend**.

AR-Kriterium 11 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit: Auf der Ebene des Studiengangs werden die Konzepte der Hochschule zur Geschlechtergerechtigkeit und zur Förderung der Chancengleichheit von Studierenden in besonderen Lebenslagen wie beispielsweise Studierende mit gesundheitlichen Beeinträchtigungen, Studierende mit Kindern, ausländische Studierende, Studierende mit Migrationshintergrund, und/oder aus sogenannten bildungsfernen Schichten umgesetzt.

Das Kriterium ist **erfüllt**.

8. Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe

Die Gutachtergruppe empfiehlt die Akkreditierung des Bachelorstudiengangs „Kommunikationsdesign“ (B.A.) und des Masterstudiengangs „Crossmedia Spaces“ (M.A.) mit Auflagen.

Allgemeine Auflagen:

Auflagen

- **Die folgenden verabschiedeten Ordnungsmittel müssen nachgereicht werden:**
 - **Besondere Bestimmungen für den Bachelor-Studiengang Kommunikationsdesign des Fachbereichs Design Informatik Medien der Hochschule RheinMain,**
 - **Besondere Bestimmungen für den Master-Studiengang Crossmedia Spaces des Fachbereichs Design Informatik Medien der Hochschule RheinMain,**
 - **Satzung über die Zulassung zum Bachelor-Studiengang Kommunikationsdesign,**
 - **Satzung über die Zulassung zum Master-Studiengang Crossmedia Spaces.**

Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.)

Auflage:

- **Der Bereich der komplexen Vielfalt von Raumkontexten und der methodischen Kompetenz der analogen Raumgestaltung muss im Lernprogramm verstärkt und im Modulhandbuch transparent beschrieben werden.**
- **Die interdisziplinäre Vernetzung in der Lehre (Import- oder Export-Module) muss für die Masterstudierenden im Modulhandbuch eindeutig ablesbar sein und beschrieben werden.**

IV. Beschlüsse der Akkreditierungskommission von ACQUIN¹

1. Akkreditierungsbeschluss

Auf der Grundlage des Gutachterberichts und der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 25. März 2019 folgende Beschlüsse:

Die Studiengänge werden mit folgenden allgemeinen und zusätzlichen Auflagen akkreditiert:

Allgemeine Auflage

- **Die folgenden verabschiedeten Ordnungsmittel müssen nachgereicht werden:**
 - **Besondere Bestimmungen für den Bachelor-Studiengang Kommunikationsdesign des Fachbereichs Design Informatik Medien der Hochschule RheinMain,**
 - **Besondere Bestimmungen für den Master-Studiengang Crossmedia Spaces des Fachbereichs Design Informatik Medien der Hochschule RheinMain,**
 - **Satzung über die Zulassung zum Bachelor-Studiengang Kommunikationsdesign,**
 - **Satzung über die Zulassung zum Master-Studiengang Crossmedia Spaces.**

Allgemeine Empfehlung

- In den Studiengängen sollte eine inhaltliche Vernetzung mit anderen Fächern, insbesondere der Innenarchitektur, deutlich intensiviert werden.

Kommunikationsdesign (B.A.)

Der Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.) wird ohne zusätzliche Auflagen akkreditiert.

Die Akkreditierung ist befristet und gilt bis 30. September 2020.

Bei Feststellung der Erfüllung der Auflagen durch die Akkreditierungskommission nach Vorlage des Nachweises bis 17. Januar 2020 wird der Studiengang bis 30. September

¹ Gemäß Ziffer 1.1.3 und Ziffer 1.1.6 der „Regeln für die Akkreditierung von Studiengängen und die Systemakkreditierung“ des Akkreditierungsrates nimmt ausschließlich die Gutachtergruppe die Bewertung der Einhaltung der Kriterien für die Akkreditierung von Studiengängen vor und dokumentiert diese. Etwaige von den Gutachtern aufgeführte Mängel bzw. Kritikpunkte werden jedoch bisweilen durch die Stellungnahme der Hochschule zum Gutachterbericht geheilt bzw. ausgeräumt, oder aber die Akkreditierungskommission spricht auf Grundlage ihres übergeordneten Blickwinkels bzw. aus Gründen der Konsistenzwahrung zusätzliche Auflagen aus, weshalb der Beschluss der Akkreditierungskommission von der Akkreditierungsempfehlung der Gutachtergruppe abweichen kann.

2025 akkreditiert. Bei mangelndem Nachweis der Auflagenerfüllung wird die Akkreditierung nicht verlängert.

Falls die Hochschule zu der Einschätzung gelangt, dass die Auflagen nicht innerhalb von neun Monaten behebbar sind, kann das Akkreditierungsverfahren nach Stellungnahme der Hochschule für eine Frist von höchstens 18 Monaten ausgesetzt werden. Diese Stellungnahme ist bis 17. Mai 2019 in der Geschäftsstelle einzureichen.

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms wird folgende Empfehlung ausgesprochen:

- Grundlagen des räumlichen und dreidimensionalen Gestaltens sollte insbesondere in Hinblick auf den konsekutiven Masterstudiengang im Curriculum stärker berücksichtigt werden.

Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.)

Der Masterstudiengang „Crossmedia Spaces“ (M.A.) wird mit folgenden zusätzlichen Auflagen erstmalig akkreditiert:

- **Der Bereich der komplexen Vielfalt von Raumkontexten und der methodischen Kompetenz der analogen Raumgestaltung muss im Lernprogramm verstärkt und im Modulhandbuch transparent beschrieben werden.**
- **Die interdisziplinäre Vernetzung in der Lehre (Import- oder Export-Module) muss für die Masterstudierenden im Modulhandbuch eindeutig ablesbar sein und beschrieben werden.**

Die Akkreditierung ist befristet und gilt bis 30. September 2020.

Bei Feststellung der Erfüllung der Auflagen durch die Akkreditierungskommission nach Vorlage des Nachweises bis 17. Januar 2020 wird der Studiengang bis 30. September 2024 akkreditiert. Bei mangelndem Nachweis der Auflagenerfüllung wird die Akkreditierung nicht verlängert.

Falls die Hochschule zu der Einschätzung gelangt, dass die Auflagen nicht innerhalb von neun Monaten behebbar sind, kann das Akkreditierungsverfahren nach Stellungnahme der Hochschule für eine Frist von höchstens 18 Monaten ausgesetzt werden. Diese Stellungnahme ist bis 17. Mai 2019 in der Geschäftsstelle einzureichen.

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms werden folgende Empfehlungen ausgesprochen:

- Den Masterstudierenden sollte ein „Medien-Raum-Labor“ zur Verfügung gestellt werden.

- Bei zukünftigen Berufungen sowie Stellenbesetzungen im Mittelbau sollte das Thema Raum bezüglich seiner grundlegenden, haptisch-analogen wie auch seiner weiterführenden medialen und digitalen Aspekte verstärkt berücksichtigt werden.

2. Feststellung der Auflagenerfüllung

Die Hochschule reichte fristgerecht die Unterlagen zum Nachweis der Erfüllung der Auflagen ein. Diese wurden an den Fachausschuss mit der Bitte um Stellungnahme weitergeleitet. Der Fachausschuss sah die Auflagen als erfüllt an. Auf Grundlage der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 24. März 2020 folgenden Beschluss:

Die Auflage des Bachelorstudiengangs „Kommunikationsdesign“ (B.A.) ist erfüllt. Die Akkreditierung wird bis zum 30. September 2025 verlängert.

Die Auflagen des Masterstudiengangs „Crossmedia Spaces“ (M.A.) sind erfüllt. Die Akkreditierung wird bis zum 30. September 2024 verlängert.