

Akkreditierungsbericht

Akkreditierungsverfahren an der

Hochschule Augsburg

Kommunikationsdesign (B.A.), Interaktive Medien (B.A.),

Design- und Kommunikationsstrategie (M.A.),

Interaktive Mediensysteme (M.A.),

Newsdesign (M.A.)

I Ablauf des Akkreditierungsverfahrens

Vertragsschluss am: 29. Januar 2010

Eingang der Selbstdokumentation: 16. Februar 2011

Datum der Vor-Ort-Begehung: 18./19. April 2012

Fachausschüsse: Kunst, Musik und Gestaltung sowie Informatik

Begleitung durch die Geschäftsstelle von ACQUIN: Holger Reimann / Valérie Morelle

Beschlussfassung der Akkreditierungskommission am: 28. März 2013, 26. Juni 2013,
2. Dezember 2014, 24. Juni 2014

Mitglieder der Gutachtergruppe:

- Prof. Dr. Kyrill Alexander Fischer, Hochschule Darmstadt, Fachbereich Media (Campus Dieburg), Bereich Media Arts & Science, Audiovisual Technology
- Heinz-Jürgen Gerdes, Geschäftsführer, Unternehmensberatung Gerdesweb.de
- Prof. Dr. Peter A. Henning, Hochschule Karlsruhe, Fakultät für Informatik und Wirtschaftsinformatik
- Georg Hundt, Student Kommunikationsdesign und Medien, Hochschule Wismar
- Prof. Dr. Annette Leßmöllmann, Hochschule Darmstadt, Fachbereich Media (Campus Dieburg), Institut für Kommunikation und Medien (Leitung), Abteilung Journalismus (Leitung)
- Prof. Ulrich Schendzielorz, Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd, Fachgebiet Media-Authoring
- Prof. Dr. Albrecht Schmidt, Universität Stuttgart, Institut für Visualisierung und Interaktive Systeme, Abteilung Mensch-Computer-Interaktion (Leitung)

Datum der Veröffentlichung: 15. April 2015

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

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

Im vorliegenden Bericht sind Frauen und Männer mit allen Funktionsbezeichnungen in gleicher Weise gemeint und die männliche und weibliche Schreibweise daher nicht nebeneinander aufgeführt. Personenbezogene Aussagen, Amts-, Status-, Funktions- und Berufsbezeichnungen gelten gleichermaßen für Frauen und Männer. Eine sprachliche Differenzierung wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit nicht vorgenommen.

II Ausgangslage

1 Kurzportrait der Hochschule

Die Hochschule Augsburg wirbt für sich mit dem Motto ENGAGIERT für die Studierenden, KREATIV in der täglichen Arbeit, PRAXISNAH in der Ausbildung.

Die Ausbildung der derzeit rund 4.900 Studierenden erfolgt an den sieben Fakultäten für Allgemeinwissenschaften, Architektur und Bauingenieurwesen, Elektrotechnik, Gestaltung, Informatik, Maschinenbau und Wirtschaft. Hier werden neben den auslaufenden Diplom-, vierzehn Bachelor-, neun Master- und drei weiterbildende Masterstudiengänge angeboten.

Eine besondere Initiative stellt das Format „Gefragte Persönlichkeiten“ dar, welches die Potenziale der an der Hochschule Augsburg tätigen Studierenden, Lehrenden und Mitarbeiter in den Mittelpunkt ihrer strategischen Ziele rücken soll.

2 Einbettung der Studiengänge

Die fünf Studiengänge „Kommunikationsdesign“ (B.A.), „Interaktive Medien“ (B.A.), „Design- und Kommunikationsstrategie“ (M.A.), „Interaktive Mediensysteme“ (M.A.) sowie „Newsdesign“ (M.A.) werden an der Fakultät „Gestaltung“ an der Hochschule Augsburg angeboten. Diese Studiengänge sind das gesamte Studienangebot der Fakultät. Der damalige Fachbereich war u.a. bis 2006 im alten Hauptkrankenhaus provisorisch untergebracht. 2006 trat ein neues Hochschulgesetz in Kraft, aus dem Fachbereich wurde die Fakultät für Gestaltung der Hochschule Augsburg. 2007 bekam sie ein neues Gebäude auf dem Gelände der Schüleschen Kattunmanufaktur am Roten Tor. Mit dem Umzug sind auch die neuen Studienstrukturen BA/MA eingeführt worden.

Aktuell sind an der Fakultät für Gestaltung 622 Studierende eingeschrieben. Davon studieren 227 im Bachelorstudiengang „Interaktive Medien“, 316 im Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“, 42 im Masterstudiengang „Interaktive Mediensysteme“ und 37 im Masterstudiengang „Design- und Kommunikationsstrategie“. Der berufsbildende Masterstudiengang „Newsdesign“ ist aufgrund zu geringer Bewerberzahlen noch nicht gestartet.

III Darstellung und Bewertung

1 Ziele

1.1 Allgemein

Die Hochschule Augsburg besitzt ein eingängiges Leitbild und will „gefragte Persönlichkeiten“ aus ihren Studierenden machen. Dieses Leitbild ist nachvollziehbar und überzeugend; es rückt sehr anschaulich die Potenziale aller Angehörigen der Hochschule Augsburg ins Zentrum strategischer Vorgaben. Es wird jedoch nicht deutlich, worin die fachbezogenen Stärken der sieben Fakultäten – in diesem Fall besonders die der Fakultät Gestaltung – bestehen, die Teil dieser erstrebenswerten und umfassenden Persönlichkeitsbildung der Studierenden sein sollen. Die Beschreibungen der besonderen fachlichen Profile der Studiengänge der Fakultät Gestaltung lassen generell Fragen bei der Gutachtergruppe offen. So bleibt die konkrete berufliche und fachliche Kompetenz der Absolventen noch vage und deren Rolle in der akademischen Wertschöpfungsgemeinschaft unklar. Mit Blick auf die Verdrängungssituation in den innovationsorientierten Berufen ist eine Konkretisierung notwendig – sowohl für die inhaltliche Ausrichtung der Fakultät Gestaltung als auch für die Berufsorientierung der Studierenden.

Nach Aussage der Hochschulleitung hat die Fakultät Gestaltung große Außenwirkung durch seine besondere Sichtbarkeit und erfüllt die Funktion eines „Markenzeichens“ für die Hochschule. Die Fakultät für Gestaltung habe bundesweit Anziehungskraft auf Studierende; es liegen jedoch der Gutachtergruppe keine Kennzahlen in den Akkreditierungsunterlagen vor, die das bestätigen.

Die Außendarstellung der Fakultät unter dem in der Wirtschaft verständlichen und akzeptierten Begriff der „Creative Industries“ fehlt bisher. Dies ist vor dem Hintergrund der „Neuentdeckung“ der Kreativen als treibender Wirtschafts- und Erfolgsfaktor auffällig, zumal die aktuelle Diskussion neben der inhaltlichen Aufwertung der „Creative Class“ auch zu einer stärkeren Vernetzung und finanziellen Förderung der definierten Berufsbereiche führt. Hier könnte die Fakultät Gestaltung an der dynamischen Entwicklung partizipieren.

Auch die Eingliederung der Studiengänge der Fakultät für Gestaltung in die Hochschulstrategie ist nicht klar umrissen. Das liegt teilweise daran, dass die Fakultät 2007 aus einem räumlich getrennten Gelände auf den gemeinsamen und baulich erweiterten – aber aus Gestaltersicht – teilweise wenig funktionalen Campus gezogen ist.

Positiv wird von Hochschulleitung, den Lehrenden und den Studierenden die Tatsache beurteilt, dass „die unterschiedlichen Denk- und Herangehensweisen: strukturiertes Denken der Techniker und die Freiheit bei den Gestaltern“ sich gut ergänzen. Gleichwohl wird die Gestaltung laut Hochschulleitung als nachrangige oder flankierende Leistung in Bezug auf die Ingenieurstudiengänge gesehen. Das entspricht weder dem Selbstbild der Fakultät Gestaltung, noch dem aktuel-

len Innovationsverständnis in Zusammenhang mit den Creative Industries. Hier sieht die Gutachtergruppe im Sinne des Zusammenwachsens der Hochschule auf einem Campus erhebliche Potenziale.

Schwierig ist aus Sicht der Gutachter, dass strategische Zielvorgaben für die Fakultät für Gestaltung – nach Ihrer Einschätzung auch für die anderen Fakultäten der Hochschule – noch fehlen. Die Hochschulleitung erwartet von der Fakultät einen Struktur- und Entwicklungsplan, die Fakultät ihrerseits strategische Vorgaben. Die „Wir-machen-weiter-wie-bisher-Lösung“ ist für die Profilentwicklung der Fakultät wenig hilfreich. Erfreulich ist, dass die Fakultät in den Akkreditierungsgesprächen gewillt scheint, diesen Zustand schnell zu ändern. Auch die freundliche und offene Gesprächsatmosphäre mit den Gesprächsgruppen ist sehr positiv zu werten.

Die Fakultät für Gestaltung ist die kleinste der Hochschule. Ihre Belange werden zwar gehört, im Senat ist die Fakultät aber nicht stimmberechtigt. Der Einfluss in der Entscheidungsfindung zu wesentlichen Ressourcen wie Stellen-, Finanz- und Raumausstattung in der so genannten erweiterten Hochschulleitung scheint trotz funktionierender Kommunikationsbasis eingeschränkt.

Der Bezug zu dem „Qualifikationsrahmen für deutsche Hochschulabschlüsse“ wird in den eingereichten Unterlagen zwar nicht explizit hergestellt, die Studienprogramme entsprechen jedoch im Wesentlichen den Vorgaben und sind studierbar.

1.2 Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign (B.A.)

Der Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign (KD) löste zum Wintersemester 2006/07 den ehemaligen Diplomstudiengang Kommunikationsdesign ab. Nach den Angaben in der Selbstdokumentation konzentriert sich der Studiengang „auf die klassischen Aufgaben des Kommunikationsdesigns“ (Selbstdokumentation, Bachelorstudiengang KD, S. 4). Er wird als künstlerisches Programm definiert, der sich den aktuellen fachlichen Entwicklungen verpflichtet sieht. Vor dem Hintergrund der Veränderungen in der Medienlandschaft in den letzten beiden Jahrzehnten „wird die Entwicklung von innovativen und multimedialen Kommunikationskonzepten immer wichtiger. (...) Für Designer ist daher ein umfassendes Wissen im Umgang mit klassischen und mit neuen Medien unverzichtbar.“ (S. 9)

In Kombination mit der Aussage der Programmverantwortlichen in den Gesprächen, ein Designer müsse die Typografie, die Bildgestaltung und konzeptionelles Denken beherrschen, wird deutlich, dass das Studienprogramm dem entspricht, was auch an anderen Hochschulen angeboten wird. Die selbstformulierten Ansprüche: Freiheit, Qualität, Theorie-Praxis-Verbindung, Motivation, Transparenz und Selbstbewusstsein (S. 6) sind zwar begrüßenswert, sollten jedoch mit einem klaren Profilanspruch verbunden sein. Die genannten Bereiche – (1) Kunst: Zeichnung, Illustration, Comic; (2) Publishing: Typografie, Schrift, Text, Infografik; (3) Design und Werbung:

Werbekampagnen, Identity Design, Crossmedia; (4) Medien: Fotografie, Animation, Gamedesign, Mobile Experience – wirken eher wie eine allgemeine Beschreibung von Arbeitsbereichen, denn als Beschreibung von Kompetenzfeldern des Studiengangs. Der nach den Unterlagen geplante Studiengang Animation – offenbar eine Idee, die nicht mehr realisiert werden soll – wäre beispielhaft für eine solche Spezialisierungsrichtung.

Bei dem Studiengang bleibt die Gesamtkompetenz der Studierenden auf Grund einer schwachen Profilierung unklar. Dabei stellt sich die Frage, ob Generalisten mit Spezialkompetenz ausgebildet werden sollen. Die Kopplung individueller Neigungen mit entsprechend spezialisierten Lehrangeboten ist aus Sicht der Studierenden offenkundig attraktiv, aus Sicht der Berufsqualifizierung und fachlichen Kompetenz der Absolventen jedoch auch ein schmaler Grat.

Mit derzeit 316 Studierenden ist der Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign der größte Studiengang der Fakultät. Die Abbrecherquote bewegt sich mit etwa drei Prozent im üblichen Bereich.

Der Studiengang richtet sich an Gestaltungsinteressierte im ganzen Bundesgebiet. Angaben über Maßnahmen zur Einwerbung von Studierenden (z. B. Bildungsmessen, Werbung an Schulen) wurden nicht vorgelegt – dies betrifft im Übrigen auch die weiteren beantragten Studiengänge der Fakultät –. Es ist allerdings davon auszugehen, dass das Fehlen einer präzisen Beschreibung zum Studiengangsprofil die Einwerbung von Studierenden erschwert.

Die Verantwortlichen des Studiengangs plädieren dafür, zukünftig die Studienzeit auf acht Semester auszudehnen, dies würde allerdings Nachteile bei der Ausgestaltung der Masterstudiengänge – Verkürzung auf zwei Semester – mit sich bringen. Grundlage dieser Überlegung ist nach den Auskünften vor Ort der notwendige Zeitbedarf bei der studentischen Identitäts- und Berufsfindung. Auch wird auf die Zahl von Studierenden hingewiesen – etwa 20 Prozent –, die ihr Studium nicht in der Regelstudienzeit abschließen, was nach Auffassung der Gutachtergruppe eher dem noch unklaren Studiengangsprofil und dem eher breiten Lehrangebot geschuldet ist. Hier fehlt ein klares Bekenntnis der Fakultät bzw. der Hochschule zur Studiendauer.

Der Studiengang gliedert sich in vier Studienabschnitte: Im ersten Studienabschnitt des ersten und zweiten Semesters stehen die Vermittlung von Grundlagen aus dem künstlerisch-gestalterischen Bereich sowie von handwerklichen und technischen Kenntnissen.

Ziel des darauffolgenden Abschnittes des dritten und vierten Semesters (Aufbauphase) ist nach den Angaben in der Selbstdokumentation die Weiterentwicklung des ästhetischen Bewusstseins, die Förderung des konzeptionellen und strukturellen Denkens sowie die Persönlichkeitsbildung der Studierenden (S. 13).

Im fünften Semester steht dann das Praxissemester an, das allerdings nicht zwingend vorgeschrieben ist bzw. durch ein Auslandssemester ersetzt werden kann. Nach Auffassung der Gut-

achter verbessert ein solcher Einblick in die Berufspraxis die Einordnung der von der Hochschule vermittelten Kompetenzen entscheidend. Das breite Spektrum an Lehraufträgen aus der Wirtschaft steuert diesem Umstand zwar entgegen, kann aber nicht als vollwertiger Ersatz für eine Praxisphase gewertet werden. Positiv hervorzuheben sind dagegen die vielfältigen Kontakte zur regionalen Wirtschaft, die der Selbstdokumentation zu entnehmen sind (Allgemeiner Teil, Fakultät für Gestaltung, S. 85 ff). Es wäre daher zu begrüßen, wenn das Career-Center der Hochschule in diesem Zusammenhang für den Studiengang KD eine aktivere Rolle übernehmen würde. Praxiszeiten und interkultureller Austausch könnten so nicht nur ermöglicht, sondern auch aktiv gefördert werden. Auffällig ist der hohe Anteil von Studierenden – etwa 50 Prozent – die sofort nach dem Studium in die Selbstständigkeit wechseln.

In der Spezialisierungsphase des sechsten und siebten Semesters sind interdisziplinär angelegte Projektarbeiten, ein ergänzendes Modul mit kulturtheoretischen und wirtschaftlichen Inhalten und schließlich die Bachelor-Thesis Gegenstand des Studiums.

Soziale, wirtschaftliche und ökologische Kompetenzvermittlung sind nach den Angaben in der Selbstdokumentation (S. 7) Teil des Profilanspruchs des Studiengangs. Ein Teil dieser Kompetenzen lässt sich in Projektarbeiten vermitteln, der andere wird über Soziologie, Wirtschaft und Rhetorik abgebildet. Diese Aspekte sollten allerdings präziser dargestellt werden. Es wird z.B. nicht deutlich, in welchen Bereichen, Kompetenzen in Ökologie vermittelt werden. Wissenschaftliche Grundkompetenzen werden sehr spät bzw. erst im siebten Semester vermittelt. Die Teilhabe am Innovationsprozess in Disziplin übergreifenden Projekten mit den anderen sechs Fakultäten und dem Institut für Technologietransfer und Weiterbildung scheint noch wenig ausgeprägt zu sein. Nach Auffassung der Gutachter werden die Vorteile vorhandener Strukturen der Hochschule Augsburg, insb. das breite Studienangebot, noch nicht adäquat genutzt. In diesem Zusammenhang empfehlen die Gutachter, auch das Angebot der Virtuellen Hochschule Bayern zu nutzen, um beispielsweise überfachliche Inhalte ergänzend vermitteln zu können.

1.3 Bachelorstudiengang Interaktive Medien (B.A.)

Der Bachelorstudiengang Interaktive Medien löste zum Wintersemester 2005/06 den ehemaligen Diplomstudiengang Multimedia ab, welcher 1996 an der Hochschule eingeführt wurde. Die Ziele des Studiengangs sind in der Studien- und Prüfungsordnung nachzulesen und sollen den Studierenden die Befähigung zur selbstständigen Anwendung wissenschaftlicher Kenntnisse und Methoden der Mediengestaltung und der Medieninformatik in der Praxis vermitteln. Für den Studiengang prägend ist hierbei, nach eigener Darstellung, der interdisziplinäre Ansatz, in dem die Elemente der Mediengestaltung und der Medieninformatik ausgewogen aufeinander abgestimmt integriert sind.

Der Studiengang geht daher auch über die Grenzen des eigenen Fachbereichs Gestaltung hinaus und ist auch in dem Fachbereich Informatik verankert. Der Bachelorstudiengang weist somit, nach Aussage der Hochschule ein Alleinstellungsmerkmal aus, welches so nicht an anderen Hochschulen zu finden ist. Allerdings weisen die Gutachter auch hier auf ihre Ausführungen im allgemeinen Teil dieses Kapitels (fehlende Konkretisierung beruflicher und fachlicher Kompetenz der Absolventen).

Die Zielgruppe des Studiengangs sind Bewerber mit allgemeiner Hochschul- und Fachhochschulreife aus dem ganzen Bundesgebiet, die künstlerisch und logisch begabt sind.

Der Studiengang gliedert sich in vier Studienabschnitte: Im ersten Studienabschnitt des ersten und zweiten Semesters stehen die Vermittlung von Grundlagen aus den Bereichen Gestaltung, Informationsverarbeitung und Programmierung im Fokus.

Im darauffolgenden Abschnitt des dritten und vierten Semesters werden die Studierenden an komplexere Problemstellungen herangeführt und setzen Erlerntes Wissen im Rahmen von Seminar- und Semesterarbeiten um. Im fünften Semester steht dann das einsemestrige Firmenpraktikum an.

Im sechsten Semester steht eine teamorientierte Projektarbeit an sowie zum Abschluss eine Bachelor-Thesis, die einen praktischen Teil als auch eine schriftliche Dokumentation beinhaltet.

Die Aufnahmekapazität sieht etwa 60 Studierende im Studienjahr vor, die aber aufgrund der Eignungsfeststellungsprüfung nicht immer erreicht werden. Trotz leicht steigender Bewerberzahlen im gesamten Zeitraum, denn die Tendenz ist nach der Bewerberstatistik eher abnehmend, ist die Studienanfängerzahl nur leicht über den gesamten Zeitraum gestiegen. Die Abbrecherquote bewegt sich mit etwa 15% leicht erhöht im Durchschnitt der Augsburger Studiengänge.

Auch hier tendieren die Verantwortlichen des Studiengangs zu einer Studienzeiterverlängerung auf insgesamt acht Semester; die Gutachtergruppe bewertet dies analog zum Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign.

1.4 Masterstudiengang Design- und Kommunikationsstrategie (M.A.)

Der Masterstudiengang Design- und Kommunikationsstrategie (DKS) ist künstlerisch-wissenschaftlich ausgerichtet. „Ziel ist es, Studierende zu befähigen, selbstständig, analytisch und kreativ Innovationsprozesse in Design und Kommunikation zu erarbeiten und zukunftsfähige Lösungen zu entwickeln.“ (Selstdokumentation, Masterstudiengang DKS, S. 10). „Die Lehrkonstellation ist sowohl wissenschaftlich und künstlerisch, also auch forschungs- und praxisorientiert ausgerichtet und profiliert insbesondere Gestalterpersönlichkeiten. Damit ist der Absolvent qualifiziert, ästhetische Wertvorstellungen in der Gesellschaft zu vermitteln, die Signifikanz

der Gestaltung zu vertreten, mit entsprechender Führungsqualität Designkonzepte anzuleiten, zu begleiten und beim Auftraggeber verantwortungsbewusst durchzusetzen.“ (S. 4).

In den Gesprächen wird der Studiengang im Wesentlichen dahingehend beschrieben, dass er der Persönlichkeitsentwicklung dient. Diese Einschätzung wird auch von Studierenden geteilt, wie aus der Selbstdokumentation zu entnehmen ist (S. 36).

Aus Sicht der Gutachter fehlt, ähnlich wie im Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign, ein besonderer Profilanpruch. Die Frage nach dem berufsfachlichen Mehrwert für Studierende reduziert sich auf die Stärkung individueller Interessen und Persönlichkeitsaspekte. Hier fehlt die nachweisliche Ausrichtung der Studieninhalte an den Erfordernissen einer weiteren – auf dem Bachelorabschluss aufbauenden – echten Berufsqualifizierung. Auch mit dem Projekt, das seitens der Lehrenden als wesentliches Ausbildungsziel und Einstieg in die Berufspraxis beschrieben wird, erscheint die gewollte „individuelle Qualifikation“ der Masterabsolventen wenig konkret.

Inhalte aktueller Medienentwicklungen sind nicht explizit beschrieben. Im Gespräch bemerkt eine Studierende, der Studiengang solle sich besser „Innovationsprozesse und Strategien“ nennen – ein weiterer Hinweis auf das unklare Profil des Studiengangs.

Der Anspruch wissenschaftlich und forschungsorientiert zu arbeiten, bezieht sich in erster Linie auf den „artistic research“ – und nur am Rande auf wissenschaftliches Arbeiten, wie es in Natur- und Sozialwissenschaften betrieben wird. Die „Befähigung zur Promotion“ sollte sich deshalb in der Darstellung zielgenauer auf die Fachbereiche beziehen, in denen eine Promotion tatsächlich möglich ist.

Das Studium ist nach den Angaben in der Selbstdokumentation (S. 14) wie folgt aufgebaut: Im ersten und zweiten Semester finden Projektseminare aus dem konzeptionell-gestalterischen Bereich statt. Sie werden von Workshops begleitet, „in denen vornehmlich das handwerklich-gestalterische Grundwerkzeug – oftmals experimentell – vertieft wird. Bereits ab dem ersten Semester findet ein Masterseminar statt, in dem sich die Studierenden über ihre Masterprojekte austauschen. Im 3. Semester wird die Masterarbeit angefertigt. Ergänzend werden in mehreren Modulen wissenschaftsmethodische Kompetenzen vermittelt, ein Modul Unternehmensgründung und -führung soll die Studierenden an die unternehmerische Berufspraxis vorbereiten.

Aus Sicht der Gutachter kommen in diesem Angebot Wirtschaftskenntnisse, Managementfähigkeiten und Führungskompetenz noch etwas zu kurz.

Erfreulich ist aber die Einbindung der Soziologie in das Studium. Der Anspruch, Gesellschaft verantwortlich gestalten zu wollen, erfordert eine hohe soziale und kulturelle Kompetenz von den Absolventen. An dieser Stelle wird der Fakultät empfohlen, ihren Anspruch auf Teilhabe an sozial relevanten Innovationsprozessen klarer zu formulieren und stärker in das Curriculum zu verankern. Führungskompetenz und Interdisziplinarität sollten in Kooperationsprojekten mit andern

Forschungseinrichtungen, Unternehmen und Institutionen eingeübt werden können. Auch könnte, wie im Bachelorstudiengang angeregt, ergänzend auf das Angebot der virtuellen Hochschule Bayern zurückgegriffen werden.

Der Studiengang richtet sich an Bachelor- und Diplomabsolventen, die oft nach ersten Berufsphasen eine Stärkung ihres individuellen Gestalterprofils anstreben.

Die Auslastung des Studiengangs bleibt allerdings deutlich hinter der Zielzahl von jährlich 25 Studierenden zurück. Angaben über Maßnahmen zur Einwerbung von Studierenden (z. B. Bildungsmessen, Werbung an Schulen) wurden nicht vorgelegt. Es ist hier auch und sogar noch stärker als im Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign davon auszugehen, dass das Fehlen einer präzisen Beschreibung zum Studiengangsprofil die Einwerbung von Studierenden erschwert.

Die Gründe für die hohe Abbrecherquote werden untersucht (Fehleinschreibungen, Fortsetzung des Studiums an einer anderen Hochschule, v.a. aber auch Doppelbelastung zwischen selbstständige Berufstätigkeit und Masterstudium), gegenwirkende Maßnahmen sollten ggf. noch ergriffen werden.

Eine große Zahl von Workshops mit Experten aus der Berufspraxis soll den Studierenden besonderes berufspraktisches Profil geben. Medientechnologische Entwicklungen bleiben dabei hinter strategischen Inhalten zurück.

1.5 Masterstudiengang Interaktive Mediensysteme (M.A.)

Der Masterstudiengang Interaktive Mediensysteme (IMS) wurde zum Sommersemester 2007 eingerichtet. Er erhebt nach Aussage der Hochschule „den Anspruch Absolventen hervorzubringen, die eine hohe fachliche Qualifikation auszeichnet, innovative Projekte konzipieren und umsetzen können und bereits auf die verantwortungsvolle Übernahme von Führungs- und Leitungsaufgaben vorbereitet sind“ (Selbstdokumentation, Masterstudiengang IMS, S.8). Letzteres ist nach eigenen Angaben das zentrale Ausbildungsziel.

Zielgruppe dieses Masterstudiengangs sind Bachelor- und Diplomabsolventen von künstlerischen oder medienbezogenen Studiengängen aus dem ganzen Bundesgebiet, natürlich auch die Bachelorabsolventen des Studiengangs Interaktive Medien, die einen großen Anteil der Studienanfänger ausmachen. Eine Grafik der Bewerberherkunft in der Selbstdokumentation legt diesen Schluss nahe.

Mit den Absolventen soll der wachsende Bedarf der Wirtschaft an Fachkräften mit Informatik- und medialer Gestaltungskompetenz, Nachwuchsexperten und Nachwuchsführungskräften im Schnittbereich Gestaltung interaktiver Medien, Informationsverarbeitung und Mensch-Maschine-

Interaktion befriedigt werden. Der Inhalt und die Struktur des Studiengangs sind dabei auf die folgenden spezifischen Zielsetzungen fokussiert:

- Erweiterung der Fachkenntnisse im Schnittbereich Informatik und Gestaltung.
- Vorbereitung auf Organisations- und Führungsfähigkeiten
- Kompetenz zur wissenschaftlich-analytischen Auseinandersetzung
- Akademische Persönlichkeit

Auch hier bitten die Gutachter um eine Konkretisierung des fachlichen und beruflichen Profils der Absolventen in der Studiengangbeschreibung.

Die quantitativen Ziele liegen bei 20-30 Studierende pro Studienjahr. Insgesamt ergibt sich bei diesem dreisemestrigen Studiengang eine Studierendenzahl von 25-45 Studierenden.

1.6 Masterstudiengang Newsdesign (M.A.)

Der berufsbegleitende Masterstudiengang Newsdesign (M. A.) richtet sich an Journalisten oder Gestalter mit entsprechend abgeschlossenem Bachelorstudium und vorangegangener Berufspraxis. Der Studiengang greift den aktuellen und nachhaltigen Trend zur visuellen Gestaltung des Journalismus auf, der sich in neuen Formaten im Print- und Online-Journalismus zeigt.

Der Studiengang entspricht nach Ansicht der Gutachtergruppe den Empfehlungen der AG „Weiterbildende Studiengänge“ des Akkreditierungsrats. Das besondere Merkmal „weiterbildend/berufsbegleitend“ wird in den vorliegenden Unterlagen deutlich gemacht, unter anderem auch in der Studien- und Prüfungsordnung.

Die Hochschule Augsburg unterstützt die Entwicklung dieses Studiengangs als „Leuchtturmprojekt“ mit einer entsprechenden Deputatsreduktion für den zukünftigen Studiengangsleiter. Der Studiengang erhielt positive Beurteilungen aller Hochschulgremien. Die Hochschulleitung hält das Konzept für sehr überzeugend, weist aber zugleich auf die mangelnde Nachfrage für diesen Studiengang hin. Die Gutachter bedauern in diesem Zusammenhang, dass eine klare Strategie der Hochschule für die Fakultät Gestaltung, die auch diesen Studiengang betreffen würde, bislang nicht existiert, obwohl sie innovativen Entwicklungen auch im gestalterischen Bereich positiv gegenüber steht.

Der Studiengang ist innovativ, da er das Profil „visueller Journalismus“ und „journalistisch fundierte Infografik“ neu in die deutsche Hochschullandschaft einführt. Er greift damit einen Praxisbedarf auf, der in vielen Verlagen und bei freiberuflich arbeitenden Journalisten und Gestaltern gesehen wird, da er veränderte Nutzungs- und Vermittlungsweisen aufgreift. Als interdisziplinärer Studiengang gelingt dem Programm eine Verknüpfung zwischen gestalterischer und journa-

listischer Kompetenz, unterfüttert durch medien- und kommunikationswissenschaftliche Kompetenzen.

Der Studiengang definiert als Zielgruppen: (1) Redakteure und Journalisten mit Führungspotential (2) Freiberufler, die sich auf das Thema Newsdesign spezialisieren (3) Journalisten und Gestalter, die sich auch forschend mit dem Thema auseinandersetzen wollen.

Den Akkreditierungsunterlagen liegt keine Zielgruppenanalyse bei, die die Frage beantwortet, wie viele Journalisten/Gestalter bereit und in der Lage wären, 2.500 Euro für diese Weiterbildung zu bezahlen. Zudem bleibt offen, welche Verlage ihre Mitarbeiter, freien Mitarbeiter und ständige freie Mitarbeiter („Pauschalisten“) bei dieser Weiterbildung organisatorisch oder eventuell sogar finanziell unterstützen würden. Hilfreich wäre auch eine Kosten-Nutzen-Analyse, inwiefern Freiberufler – an die sich der Studiengang überwiegend richtet – finanziellen Nutzen aus dieser Weiterbildung ziehen können (durch Gewinnung neuer Aufträge und Kunden, durch Schärfung ihres Angebotsprofils etc.).

Der Studiengang unterstützt bei den Studierenden die Entwicklung der Persönlichkeit sowie die Teamfähigkeit und die Reflexion der Rolle von Journalismus, Gestaltung und News in der Gesellschaft. Im Gespräch mit den Studierenden wurde deutlich, dass die Fakultät Gestaltung ein sehr positives Umfeld für die Persönlichkeitsentwicklung der Studierenden darstellt. Ihr gesellschaftliches Engagement, Kritik- und Argumentationsfähigkeit waren sehr überzeugend. Zu vermuten ist, dass sich dieses Umfeld auch im Studiengang Newsdesign niederschlägt.

Aus Sicht der Gutachter ist es ein sehr innovativer Studiengang, der im bestehenden Berufsfeld eine Lücke füllt. Newsdesigner stellen journalistische Inhalte infographisch dar und kommen damit dem Bedürfnis nach einer eigenen nachrichtlichen Darstellungsform entgegen.

Zwar sehen Branchenvertreter den Bedarf (Verweis auf die Stellungnahmen in den Selbstdokumentationen), allerdings sollte die Hochschule genauer dokumentieren, welche Auftragschancen sich freiberuflich tätige Newsdesigner erhoffen können.

Da die Newsdesigner nach eigener Aussage überwiegend selbstständig tätig sein werden, sollte der Studiengang auf dieses selbstständige Profil (Selbstvermarktungs- und Projektmanagement-Kompetenzen, Arbeit in projektbezogenen, verteilten Teams, Führung solcher Teams etc.) stärker eingehen.

Die Absolventen sollen einerseits als Führungspersonal in Redaktionen – vermutlich auch in freiberuflichen Redaktionsbüros -, als freiberufliche Newsdesigner oder in der Forschung arbeiten können. Empfohlen wird, diese Berufsfelder genauer zu beschreiben (Überwiegt die Anzahl freiberuflicher Newsdesigner voraussichtlich? Wie stark geht der Trend im Medienmarkt in Richtung Outsourcing, also Auslagerung von redaktionellen Gesamtprozessen in freie Redaktionsbüros? In

welchen Gebieten der Medienforschung besteht Nachfrage nach Arbeiten zum Thema Newsdesign?).

Kritische Stimmen gelten der allgemeinen Marktlage im Journalismus, beispielsweise dass die Medienanbieter im Anfangsstadium eines radikalen Veränderungsprozesses seien. Diese Aussage widerspricht der Aussage in der Selbstdarstellung des Studiengangs, „die Reform der Produktions- und Vertriebsprozesse“ sei „weitestgehend abgeschlossen...“ (Selbstdokumentation, Masterstudiengang Newsdesign, S.3); dass der Veränderungsprozess anhält, gilt in der Branche als gegeben. Falls die Veränderungen, wie vielfach vermutet, andauern, müsste der Studiengang seine Studierenden im Curriculum stärker und explizit darauf vorbereiten. Eine weitere kritische Stimme betrifft die Recherchekompetenz. Nach Auffassung der Gutachter sollte dieser Bereich im Curriculum stärker berücksichtigt werden, weil er in der Praxis einen wesentlichen Teil der Arbeit ausmacht. In seiner Stellungnahme zum Studiengang, die im Zuge einer Bedarfsanalyse in der Berufspraxis eingeholt wurde, schreibt ein Berliner Medien-Designer: „Das Thema würde ich nicht unterschätzen, denn nur mit guten und vor allem richtigen Informationen kann man gute gestalterische News machen“ (Selbstdokumentation, Masterstudiengang Newsdesign, S. 22).

Die Gutachtergruppe gibt schließlich zu bedenken, dass auch die journalistische Ethik nicht zur kurz kommen sollte; Sie macht den Studierenden deutlich, korrekt und wahr – und nicht nur bunt – zu berichten.

2 Konzept

2.1 Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign (B.A.)

Der siebensemestriige Studiengang, der 240 ECTS-Punkte umfasst, nimmt einmal jährlich zum Wintersemester maximal 80 Studierende auf, die in Projektgruppen von 20 Studierenden betreut werden. Das Semester umfasst 30 ECTS Punkte. Ein ECTS-Punkt entspricht 25-30 Arbeitsstunden.

Das Studium ist in eine Grund- und Orientierungsphase und in eine Aufbauphase unterteilt. Es ist organisiert in Modulstränge (Visuelle Kommunikation, Kunst, Gestaltungslehre, Disziplinen und Medienpraxis), die wiederum in 11 Module unterteilt sind. In der Aufbauphase (3. und 4. Semester) sind Projektphasen und Fachklassen vorgesehen.

Die Fachklassen sind nach Angaben der Hochschule Augsburg das Gegenstück zu den Projekten des Hauptstudiums im Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign. Sie bieten die Möglichkeit des vertiefenden Studiums einer Disziplin über drei Semester hinweg, während die Projekte Ihnen stets Wahlmöglichkeiten bieten. Mit den Fachklassen kann „ein vom Studierenden gesetzter Bereich seiner gestalterischen Arbeit umfassend vertieft werden. In ihnen werden anwendungsorientierte Themenstellungen mit disziplinärer[er] Schwerpunktsetzung bearbeitet. Die

Studierenden erwerben Spezialkenntnisse aufbauend auf persönlichen Fähigkeiten und Neigungen. Die Fachklassen bieten je nach Angebot Wahlmöglichkeiten zwischen folgenden Disziplinen: Interaktive Medien, Bewegtbild, Identität und Marke, Fotografie, Grafikdesign, Werbung, Interaktive Medien, Informationsdesign, Schrift, Illustration, Text, Typografie, 3D-Animation, Zeichnen“ (Selbstdokumentation, Bachelorstudiengang KD, S.18). „Im 7. Semester wird das Studium mit einer Bachelorarbeit, die aus der Spezialisierungsrichtung der Fachklassen hervorgehen soll, abgeschlossen“ (S.13).

Das praktische Studiensemester umfasst einschließlich Praxisseminar und Präsentation 30 ECTS-Punkte. Nach Meinung der Gutachtergruppe ist die Wahlmöglichkeit im 5. Studiensemester zwischen betreutem Praxissemester und Auslandsstudium unbefriedigend. Praxiszeiten sind in diesem Berufsfeld unverzichtbarer Bestandteil der Berufsfähigkeit. Die Möglichkeit im Ausland zu studieren und so andere Denkmuster und Lösungsansätze zu finden, halten die Gutachter für ähnlich wichtig. Die Studierenden sollten daher nicht gezwungen werden, sich für ein Praxis- oder ein Auslandssemester zu entscheiden, sondern zumindest die Möglichkeit bekommen, beides zu absolvieren. An dieser Stelle weisen die Gutachter auch auf die Bedeutung einer guten Studienberatung hin, um zu vermeiden, dass das Studium unnötig in die Länge gezogen wird. Was die Zahlen angeht, so gab es nach den Angaben vor Ort im Sommersemester 2012 zwar 30 „Outgoings“ aber leider nur zwei „Incomings“. An anderer Stelle haben die Gutachter bereits auf die Bedeutung der Einwerbung von Studierenden hingewiesen, die Einwerbung von ausländischen Studierenden sollte zum Bestandteil eines solchen Konzeptes gemacht werden.

Im letzten Studienabschnitt sind neben der Bachelorarbeit (12 ECTS-Punkte) auch Module in den Bereichen Wirtschaft, Recht, Soziologie und Rhetorik vorgesehen.

Die Module der o.g. Modulstränge erstrecken sich z.T. über zwei Semester und sehen je zwei (z.T. auch drei) Teilprüfungen, die zu einer gemeinsamen Modulendnote zusammengefasst werden, wobei die Prüfungsformen (i.d.R. Studienarbeit und Klausur) sich sinnvoll ergänzen und nicht zu einer Häufung von Prüfungen zum Ende des Semesters führen. Die Studierenden halten die Prüfungsbelastung für angemessen, Feedbackrunden bestätigen das.

Die Transparenz der Benotung sollte allerdings nicht durch die IT-Technik bestimmt sein, Teilnoten sollten bei Bedarf ausgewiesen sein, etwa bei Tests, die kreative Leistungen ebenso prüfen wie logisch-mathematisches Verständnis.

Die Länge der Module wird damit begründet, dass „der Unterrichtsstoff in studierbare Einheiten untergliedert werden kann und ein konzentriertes Arbeiten im Jahresrhythmus gewährleistet werden kann. So wird in vielen Modulen mit grundlegenden Prinzipien und mit einfachen experimentellen Übungen begonnen. Im Folgesemester wird dann der Anwendungsaspekt zunehmend deutlicher“ (Selbstdokumentation, Bachelorstudiengang KD, S.15). Durch die besondere Struktur des Studiengangs ergeben sich Modulgrößen zwischen 2 und 10 ECTS-Punkten.

Zusammenfassend stellen die Gutachter fest, dass die Modularisierung des Studiengangs insbesondere hinsichtlich Modulgröße und Anzahl der Prüfungen von den KMK-Strukturvorgaben z.T. stark abweicht und daher überarbeitet werden muss. Teilweise lässt sich die Kleinteiligkeit der Module durch die Tatsache begründen, dass manche Module, die eher den Soft Skills zuzuordnen sind, als in sich geschlossenen Einheiten zu sehen sind. Die größeren Module ergeben sich aus der inhaltlichen Struktur des Studiengangs (Aufteilung in Modulstränge). Dennoch ist die Struktur des Studiengangs entsprechend den Vorgaben zu überdenken.

Die Fachklassen im Modulstrang Disziplinen (3D, Fotografie, Grafikdesign, CD, Illustration, Infodesign, Interaktive Medien, Schrift, Text, Typografie, Werbung, Zeichen und zeitbasierte Medien) werden in den Antragsunterlagen zwar gelobt, auf Nachfrage werden sie aber als eher unpraktikabel beschrieben: Es werden zu viele Spezialisierungsmöglichkeiten angeboten (siehe auch Kap. III.1), so dass weder die Zahl der Studierenden, noch die Zahl der Räume ausreichend sind. Die Förderung jeder individuellen Begabung ist zwar lobenswert, nach Einschätzung der Gutachtergruppe aber nicht möglich. Es wird daher dringend empfohlen, die Module des Fachklassenkonzepts in Projektmodule zu überführen und neu zu beschreiben.

Die Abfolge der Module und die Arbeitsbelastung werden von den Studierenden als sinnvoll beziehungsweise machbar eingeschätzt. Nur im 2. und 4. Semester ergäben sich gelegentlich Engpässe und die Bearbeitungszeit der Thesis wird von Studierenden als zu knapp eingeschätzt. Die zweimonatige Bearbeitungszeit der Bachelorthesis erscheint auch den Gutachtern recht kurz, um ein Projekt in allen Phasen zu bearbeiten, zu dokumentieren und entsprechend zu präsentieren. Es kann dazu führen, dass bei vielen Studierenden das Studium verlängert wird. Es sollte daher überlegt werden, die Bearbeitungszeit für die Bachelorthesis zu verlängern.

Die Beschreibung der Modulziele und -inhalte sollte in Einzelfällen klarer benannt und besser differenziert sein. Beispiele von Zielbeschreibungen: „Sie (die Studierenden) sollen gesellschaftliche Sinnprozesse strategisch steuern und kreativ umsetzen können“ (Selbstdokumentation, Bachelorstudiengang KD, Modulhandbuch, S.39) oder „Befähigung zu eigener künstlerischer Arbeit“ (S.67) tragen nicht zur Transparenz bei. Wünschenswert wäre ein umfassender synoptischer Studienverlaufsplan mit allen wesentlichen formalen Modulbeschreibungen. Der Bereich „Analytisches und konzeptionelles Denken“ (Selbstdokumentation, Bachelorstudiengang KD, S.12) findet sich nur in dem Modul „Konzeption, Entwurf, Methodik“ wieder und sollte entsprechend der eigenen Absichten stärkere Berücksichtigung finden.

In wenigen Einzelfällen entspricht die Anzahl der ECTS-Punkte nicht den Akkreditierungsvorgaben. Beispiel: Das Fach „Gestaltungsgrundlagen 1“ wird mit 5 Stunden wöchentlicher Kontakt- und Selbststudienzeit beschrieben. Dem werden (nur) 2 ECTS-Punkte zugewiesen, obwohl schon 1 ECTS-Punkt einen Arbeitszeitaufwand von 25-30 Stunden entspricht (Selbstdokumentation: Bachelor KD, Modulhandbuch, S. 17).

Die Lehrveranstaltungsformen, -methoden und Prüfungsformen fördern die beschriebenen Ziele in angemessener Weise. Allerdings bleibt wie eingangs erwähnt die Gesamtkompetenz der Studierenden entsprechend der schwachen Profilierung des Studiengangs unklar: Die Studierenden haben die Wahl zwischen einer engen Spezialisierung und der kursorischen Aneignung in zahlreichen Design- und Kunstbereichen.

Ein Modulplan, in dem die Module den jeweiligen Studiensemestern zugeordnet sind, liegt vor.

Bezüglich der Modulbeschreibungen weisen die Gutachter auf ihre allgemeinen Ausführungen im Kapitel 3 hin (fehlende Einheitlichkeit, unterschiedliche Qualität bei den Ziel- und Inhaltsbeschreibungen).

2.2 Bachelorstudiengang Interaktive Medien (B.A.)

Der siebensemestrige Bachelorstudiengang Interaktive Medien mit integriertem Praxissemester umfasst 240 ECTS-Punkte. Pro Semester werden 30 ECTS Punkte erworben. Ein ECTS-Punkt entspricht 25-30 Arbeitsstunden. Der Studiengang sieht eine Aufnahmekapazität von maximal 60 Studienanfängern pro Studienjahr vor. Aufgenommen wird jährlich zum Wintersemester.

Die zu vermittelnden Kompetenzen gliedern sich in drei Modulstränge: Design, Informatik und Interdisziplinär. Ein- und zweisemestrige Module bilden hierbei im Jahresrhythmus didaktische Einheiten. Der interdisziplinäre Strang gewinnt mit zunehmendem Studienfortschritt an Bedeutung, also von der Grundlagenvermittlung zum Anwendungsbezug oder von der Konzeption zur Realisation.

Das Studium gliedert sich insgesamt in vier Phasen:

- Grund- und Orientierungsphase: Elementare Grundlagen aus der Mediengestaltung, der Informatik und Softwareentwicklung.
- Aufbauphase: Heranführen an interdisziplinäres Arbeiten.
- Praxissemester: Anwendungsbezogenes Arbeiten
- Vertiefungsphase: Konzeption und Realisierung von Projekten.

Die Module sind in den ersten vier Semester in der Mehrheit über zwei Semester angelegt und umfassen zwischen 6 und 14 ECTS-Punkten. Mit fortschreitendem Studium folgen einsemestrige Module zwischen 2 und 5 ECTS-Punkten, wobei die Anzahl der Module mit 2 ECTS-Punkten auf lediglich zwei begrenzt ist (Fremdsprache, Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtfach "Wissenschaft und Kunst"). Das Praktikum umfasst 20 ECTS-Punkte und ein Praxisseminar mit einem Umfang von 5 ECTS-Punkten. Das Bachelor-Modul, welches das Studium abschließt, umfasst hierbei neben der eigentlichen Thesis noch eine Präsentation und hat einen Umfang von 12

ECTS-Punkten. Ein Modulplan, in dem die Module den jeweiligen Studiensemestern zugeordnet sind, liegt vor.

Die zweisemestrigen Module der Grundlagen- und Orientierungsphase sowie der Aufbauphase umfassen i.d.R. je zwei Teilprüfungen (Studienarbeit und Klausur, zwei Studienarbeiten oder zwei Klausuren), die zu einer gemeinsamen Modulendnote zusammengefasst werden. Bei den Module „Visuelle Konzepte“ und „Medientheorie“ des 1. und 2. Semesters sind drei (zwei Studienarbeiten, eine Prüfungsstudienarbeit) bzw. 4 Teilprüfungen (Referat und Klausur in jedem Semester) vorgesehen. In den ersten zwei Semestern sind je 8 Prüfungen, im 3. und 4. Semester je 6 Studienarbeiten vorgesehen.

Zusammenstellend fassen die Gutachter fest, dass die Studierbarkeit grundsätzlich gegeben ist, dass die Anzahl der Prüfungen insb. in den ersten beiden Semestern (8 bzw. 7 Teilprüfungen) aber zu einer hohen Belastung für die Studierenden führen kann und daher überdacht werden sollte. Auch wird empfohlen, die Struktur des Curriculums bezüglich der Kleinteiligkeit einiger Module zu überdenken.

2.3 Masterstudiengang Design- und Kommunikationsstrategie (M.A.)

Der Studiengang nimmt zweimal, jeweils im Sommer- und Wintersemester, jeweils 10 Studierende auf. Das Studium umfasst drei Semester (90 ECTS-Punkte) und besteht aus einsemestrigen Modulen, die einen Umfang von 3-5 ECTS-Punkten haben, i.d.R. mit einer Prüfung abschließen und nicht aufeinander aufbauen.

Praxisphasen sind nicht vorgesehen. Viele Studierende auf Masterniveau verfügen allerdings bereits über berufspraktische Erfahrung.

Das Semester umfasst 30 ECTS-Punkte. Ein ECTS-Punkt entspricht 25-30 Arbeitsstunden. Der Studiengang ist aus Sicht der Gutachter studierbar. Allerdings umfasst die Masterthesis nur 13 ECTS-Punkte, was nicht den KMK-Vorgaben entspricht. Die Zahl der ECTS-Punkte für die Abschlussarbeit ist zu erhöhen, so dass die von der KMK mindestens vorgeschriebene Anzahl von 15 ECTS-Punkten erreicht wird.

Die Abfolge der Module und die Arbeitsbelastung werden von den Studierenden als sinnvoll beziehungsweise machbar eingeschätzt. Die Kleinteiligkeit mancher Module sollte allerdings auch hier überdacht werden

Wünschenswert ist aus Sicht der Gutachter ein umfassender synchron-optischer Studienverlaufsplan mit allen wesentlichen formalen Modulbeschreibungen. Das Modul „Wirtschaft“ (Selbstdokumentation, Masterstudiengang DKS, Modulhandbuch, S.35) beinhaltet nicht die im Profil angestrebten Führungskompetenzen. In den Modulen sollten sich im Sinne eines trennscharfen Profils die fachspezifischen Charakteristika des Studienprogramms wiederfinden.

Die Lehrveranstaltungsformen, -methoden und Prüfungsformen fördern die beschriebenen Ziele in angemessener Weise. Die meisten Module erwarten als Studien-/Prüfungsleistung einen „studienbegleitenden Leistungsnachweis“, lediglich das Modul A (Kommunikationsstrategie) sieht zusätzlich noch Prüfungsstudienarbeiten vor. In den Modulen E (Kulturtheorie) und G (Wirtschaft) sind noch je eine Klausur vorgesehen.

Die berufsbezogene Gesamtkompetenz der Studierenden bleibt – entsprechend der wenig ausgeprägten Profilierung – allerdings unklar.

2.4 Masterstudiengang Interaktive Mediensysteme (M.A.)

Der Masterstudiengang Interaktive Mediensysteme umfasst drei Semester im Umfang von 90 ECTS-Punkten. Er ist konzipiert für 20-30 Studienanfänger im Jahr, die zum Winter- sowie zum Sommersemester beginnen können.

Der Studiengang ist interdisziplinär ausgelegt und wird zu gleichen Teilen von der Fakultät Gestaltung und der Fakultät Informatik betrieben.

Die Studierenden haben zu Beginn ihres Studiums eine der drei Spezialisierungsrichtungen zu wählen. Es handelt sich dabei um:

- Mobile Experience
- Gamedevelopment
- Animation

Angeboten werden insgesamt 13 Pflichtmodule, die mehrheitlich 5 ECTS-Punkte umfassen. Zwei Projektmodule umfassen 10 ECTS-Punkte und die Masterarbeit umfasst 20 ECTS-Punkte. Die Module sind sinnvoll gestaltet und zur Zielerreichung geeignet.

Der Studiengang ist nach den KMK-Vorgaben modularisiert. Die Semester umfassen gleichmäßig 30 ECTS-Punkte. Ein ECTS-Punkt entspricht 25-30 Arbeitsstunden. Alle Module schließen mit einer Prüfung ab, i.d.R. eine Prüfungsstudienarbeit. In fünf Modulen sind keine Prüfungen, sondern studienbegleitende Leistungsnachweise vorgesehen. Die Lehrveranstaltungsformen, hauptsächlich Projektarbeiten und in theoretischen Modulen seminaristischer Unterricht, unterstützen die Zielerreichung des Studiengangs. Es wird ein großer Wert auf selbständiges Arbeiten in Arbeitsgruppen gelegt.

2.5 Masterstudiengang Newsdesign (M.A.)

Der berufsbegleitende Weiterbildungsmasterstudiengang setzt 90 ECTS-Punkte für eine Studiendauer von 5 Semestern an, das entspricht 18 ECTS-Punkte/Semester und 36 ECTS-

Punkte/Jahr. Die Präsenzzeit pro Semester liegt höchstens bei 12 SWS (2. Semester), in den anderen Semestern ist sie geringer. Hohe Anteile an Eigenstudium ermöglichen den Studierenden eine flexible Arbeitseinteilung. Die Kontaktzeiten werden in Form von Blockveranstaltungen angeboten, in denen teilweise Module gebündelt werden. Das Studium ermöglicht demnach eine parallele berufliche Tätigkeit, unter der Annahme, dass die Studierenden auch „Urlaubstage, Feiertage und Wochenenden in das Masterprogramm investieren“ (S. 62) oder mit den Arbeitgebern Anrechenbarkeit aushandeln. Die Regelstudienzeit ist dem berufsbegleitenden Charakter des Studiums angemessen, falls sich die oben genannten Rahmenbedingungen erfüllen lassen (zeitliche Belastung). Der Studiengang stellt eine angemessene Arbeitsbelastung dar, allerdings unter der Maßgabe, dass Arbeitgeber kooperieren. Hier ist der Fakultät zu empfehlen, entsprechende Willensbekundungen einzuholen. Zudem ist zu klären, inwieweit der Zielgruppe der weiterbildungswilligen Freiberufler diese zeitliche Belastung durch das Studium zuzumuten ist.

Die Gutachter vermissen in den Akkreditierungsunterlagen eine Auskunft darüber, wie die Hochschule sicherstellt, dass mit dem Masterabschluss 300 ECTS-Punkte erzielt werden. So gibt es etwa keinen Hinweis darauf, wie sich Studierende auch außerhalb des Hochschulwesens erworbene Kenntnisse und Fähigkeiten als äquivalente Leistung anrechnen lassen können. Dies gilt auch für Absolventen von Bachelorstudiengängen mit nur 180 statt 210 ECTS-Punkte.

Der Studiengang entspricht wie folgt den Empfehlungen der AG „Weiterbildende Studiengänge“ des Akkreditierungsrats: Er setzt einen qualifizierten Hochschulabschluss voraus. Qualifizierte berufspraktische Erfahrung soll durch praktische Arbeiten nachgewiesen werden (Mappe) in der Studien- und Prüfungsordnung wird auf die Zielgruppe von Studierenden „mit beruflicher Erfahrung“ (§ 1, Abs. 4) hingewiesen.

Die Anrechenbarkeit außerhochschulisch erworbener Leistungen ist laut § 2 der Studien- und Prüfungsordnung möglich. Die Anrechenbarkeit von Zertifikatsstudien ist nicht gegeben.

Der Studiengang führt zum Qualifikationsniveau vergleichbarer Masterstudiengänge, die anwendungsbezogen ausgerichtet sind. Drei Module widmen sich der Forschung und den wissenschaftlichen Methoden.

Der Transfer Studium – Berufspraxis soll durch die praxisnahe Gestaltung insbesondere der vier Masterprojekt-Module gewährleistet werden (Forschung und Entwicklung nach eigenen Fragestellungen), allerdings fehlt hier die Nennung konkreter Praxispartner und Lehrbeauftragter aus der Berufspraxis. Die besondere Rolle des Newsdesigners in einem sich wandelnden Medienumfeld wird im Studium trainiert. Im ersten Semester sollen Qualifikationsunterschiede der Studierenden ausgeglichen werden, wobei hier explizite Angaben im Modulhandbuch fehlen.

Flexible Formen der Lehr-, Lern- und Arbeitsorganisation werden in der Fakultät Gestaltung nach Aussage von Dozenten und Studierenden gelebt und eingesetzt, so dass dies voraussichtlich auch für diesen Studiengang gilt.

Zum Einsatz von Lehrenden aus Hochschule und Praxis (neben dem designierten Studiengangsleiter) machen die Akkreditierungsunterlagen keine Angaben.

Angaben zur spezifischen Informations-, Beratungs- und Betreuungsbedarf von Studierenden und Interessierten weiterbildender Studiengänge werden nicht gemacht.

Die rechtlichen Voraussetzungen für das Ablegen von Prüfungen an der Hochschule sind gegeben. Der Studiengang ist modularisiert, wobei hier darauf zu achten ist, dass Studienplan und Anlage 1 zur Studien- und Prüfungsordnung in Einklang zu bringen sind (Modulbezeichnungen, Anzahl der ECTS-Punkte pro Modul).

Die Lernziele sind klar beschrieben. Das Studium baut sich aus sechs inhaltlich gut abgegrenzten Modulen sowie einem Mastermodul auf. Jedes Modul befasst sich im Schwerpunkt mit einer Kompetenz (Gestaltungskompetenz, Teamkompetenz etc.) und verläuft über mehrere Semester, wobei die Semesterinhalte sinnvoll aufeinander aufbauen. Die Module stellen zudem sinnvoll Querbezüge her, z.B. im 3. Semester: Hier befassen sich die Studierenden in Modul A mit einem crossmedialen Projekt, in Modul E mit Medientrends und in Modul F mit Change Management. Dies bildet sowohl Lernziele als auch Medienrealität sehr gut ab. Allerdings wird hier auch auf die Größe der Module (zwischen 6 und 28), die entsprechend der KMK-Strukturvorgaben noch überdacht werden sollte.

Die Inhalte sind aktuell, allerdings könnten einzelne Punkte noch stärker fokussiert werden, die gerade in den vergangenen zwei Jahren höhere Aufmerksamkeit im Berufsfeld erfahren, z.B.: Statistisches Wissen zur Stärkung der journalistischen Recherchekompetenz; Datenjournalismus; Einsatz von Newsdesign im nicht-nachrichtlichen Journalismus (multimediale Narration/Storytelling).

Im Modul B sind Exkursionen, Forschungsreisen und der Besuch von Kongressen und Vortragsreihen vorgesehen. Praxisphasen im Sinne eines betreuten Praktikums sowie ein festes „Window of Mobility“ scheinen noch nicht integriert zu sein. Hier bietet sich eine entsprechende Kooperation mit einer der Hochschulen im Ausland an, mit denen der Studiengang zusammenarbeiten will.

Der Studiengang zeichnet sich durch Methodenvielfalt und innovativen Methodeneinsatz aus. Fast alle Module erwarten als Studien-/Prüfungsleistung einen „studienbegleitenden Leistungsnachweis“, lediglich das Modul E (Medienwissenschaft/Wissenschaftskompetenzen) schließt mit einer Prüfung ab.

Der Studiengang vermittelt Gestaltungs-, Team-, Sach-, Technik-, Wissenschafts- und Vermittlungskompetenzen für das Fach Newsdesign. Er trainiert praktische Projektarbeiten im visuellen Journalismus und legt hier besonderen Wert auf neue und zukünftige mediale Entwicklungen (mono-, multi- und crossmediale Projekte, die aufeinander aufbauen; Arbeiten im Newsroom;

integrated/augmented/virtual reality; Medientrends etc.). Studierende können ihre Team- aber auch ihre Leitungsfähigkeiten unter Beweis stellen. Zudem bekommen sie Einblick in relevante Forschungsgebiete.

Diese Vielzahl an Aspekten ist eine Stärke, aber auch eine mögliche Schwäche des Studiengangs. Es stellt sich hier die Frage, ob die Absolventen wirklich in der Lage sind, eine journalistische anspruchsvolle Recherche nach den aktuellen Anforderungen (Stichworte „Computer-assisted reporting“ und „Datenjournalismus“) durchzuführen, oder ob Studierende mit gestalterischem Hintergrund genügend journalistisches Handwerkszeug besitzen, um auch die journalistische Ethik zu berücksichtigen, die heute in der Praxis unter vielfältigem Beschuss steht (Stichwort Vermischung Journalismus und PR). Auch werden die Fragen beantwortet werden müssen, ob die Zielgruppe der zukünftigen Entscheider ausreichend Gelegenheit bekommt, Teamführung in aktuellen redaktionellen Kontexten zu üben (z.B. verteilte/virtuelle Teams) und die Absolventen wirklich in der Lage sein werden, eigenständig Forschungsarbeiten durchzuführen.

Zu empfehlen wäre demnach eine Fokussierung des Curriculums, beispielsweise auf den selbstständigen Newsdesigner mit Change-Management-Kompetenz.

Ein konkreter Studienverlaufsplan liegt den Akkreditierungsunterlagen nicht bei, allerdings sollte durch Blockunterricht die Studierbarkeit gewährleistet werden.

3 Implementierung

3.1 Ressourcen

Die personellen Ressourcen der Studiengänge (mit Ausnahme des berufsbegleitenden Studiengangs Newsdesign) erscheinen ausreichend, aber nicht komfortabel gesichert. Ein durch unterschiedliche Aussagen widersprüchliches Bild ergibt sich in Bezug auf die Mittelzuweisung durch die Hochschulleitung, möglicherweise werden zugeteilte Stellen mangels einer strategischen Planung durch die Fakultät nicht freigegeben.

Große Teile des Curriculums werden durch Lehrbeauftragte abgedeckt, dies wird mit der Berufsorientierung der Studierenden begründet. Die Studierenden empfinden dies nicht uneingeschränkt positiv, weil sowohl die Studieninhalte als auch die Art und Qualität der Benotung dadurch stark von den jeweiligen Lehrpersonen abhängen.

Auch steht dem nach Auffassung der Gutachter entgegen, dass in den beiden Masterstudiengängen letztlich eine „Promotionsfähigkeit“ erreicht werden soll. Der Anspruch der Wissenschaftlichkeit lässt sich aber nur bei einer klaren Profilbildung und einem stringenten Fachkonzept erreichen, nicht durch eine eher unsystematische Mischung von rasch wechselnden und sehr individuellen Spezialangeboten.

Studiengang KD

Die Finanzausstattung des Studiengangs ist gesichert. Budgetierte Sachmittel von etwa 100.000 Euro jährlich machen den Betrieb des Studiengangs möglich. Administratives Personal steht ausreichend zur Verfügung. Dabei ist zu beachten, dass die geplante fakultätsbezogene Alumni-Verwaltung noch nicht einbezogen ist; bisher arbeitet die Alumni-Verwaltung fakultätsübergreifend.

Studiengang IM

Die Finanzierung des Studiengangs ist gesichert. Für den Studiengang sind sechs Professoren tätig, deren Berufung noch auf den Vorgängerstudiengang Multimedia fokussiert war. Eine Berufung für eine siebte Professur steht kurz vor dem Abschluss. Dieses Kernteam wird noch von weiteren acht Professoren und Lehrbeauftragten unterstützt.

Studiengang DKS

Die Finanzausstattung des Studiengangs im Fakultätshaushalt ist gesichert. Ein eigenes Budget des Studiengangs ist allerdings nicht ausgewiesen.

Studiengang IM

Die Finanzierung des Studiengangs ist gesichert. Für den Studiengang sind sechs Professoren tätig, die je nach einer der drei Spezialisierungen ein Professorenteam aus Gestalter und Informatiker bilden. Dieses Kernteam, das auch die meisten übrigen Lehrveranstaltungen abhält, wird noch von weiteren zwei Professoren und je nach Bedarf in den Spezialisierungen von Lehrbeauftragten unterstützt.

Studiengang Newsdesign

Neben dem designierten Studiengangsleiter sind keine weiteren Mitarbeiter genannt worden, ebenso wenig administratives sowie technisches Personal. Eine Implementierung ist demnach nicht erfolgt und mit den vorhandenen Randbedingungen aus Sicht der Gutachtergruppe auch nicht denkbar.

Der Studiengang weist keine ersichtliche Vernetzung mit dem Lehrpersonal der Fakultät oder anderer Fakultäten auf. In der Fakultät „Gestaltung“ sind Kompetenzen wie Schreiben und Texten aber durchaus vorhanden, zudem gibt es sozialwissenschaftliche Kompetenzen. Die Fakultät arbeitet traditionell mit der Fakultät Informatik zusammen, auch hier ließen sich beispielsweise für den Bereich Datenjournalismus oder Computerassisted reporting womöglich Vernetzungen finden. Auch eine Vernetzung mit einem externen Journalismus-Studiengang wäre denkbar, wodurch sich die Recherchekompetenzen ausbauen ließen.

Der Studiengang „Newsdesign“ soll nach Aussage der Hochschule „ressourcenneutral“ implementiert werden. Die Anschubfinanzierung der Hochschulleitung beispielsweise für Marketing-

maßnahmen ist nach Angaben des designierten Studiengangsleiters offen. Die Hochschulleitung nennt ihrerseits das hochschuleigene „Institut für Technologietransfer und Weiterbildung“ (ITW) als mögliche Unterstützungsquelle für diese Finanzierung, wartet aber auf ein entsprechendes Signal der Fakultät.

3.2 Räumliche Ausstattung

Die räumliche Situation stellt bei allen beantragten Studiengängen ein Mangel dar. Bei der Begehung fiel der Gutachtergruppe auf, dass viele spezielle Laborräume und Werkstätten mit sehr guter Raumausstattung existieren – so beispielsweise eine eigene traditionelle Setzerei. So bemerkenswert diese Ausstattungen sind, so wenig ist es verständlich, dass dafür Seminarräume geopfert wurden. Einige dieser in Laborräumen und Werkstätten vermittelten Fächer finden sich auch nicht in den Zielen des Studiengangs wieder.

Unbefriedigend ist die Raumsituation auch für die Projektarbeiten der Studierenden, denn adäquate studentische Arbeitsplätze für diesen Kernbestandteil des Curriculums sind fast nicht vorhanden. Stattdessen weichen die Studierenden in die Mensa aus, was dazu führte, dass die Mensaleitung bereits ein Verbot der Laptopnutzung zu bestimmten Zeiten erlassen hat.

In großen Teilen ist aus Sicht der Gutachtergruppe das Raumproblem selbst verursacht. So etwa bieten sich im Kopfbereich des Gebäudes großzügige Durchgangsräume an, die mit Schubladenschränken zugestellt wurden. Es entsteht deshalb auch hier der Eindruck, dass einerseits Ressourcen luxuriös eingesetzt werden, auf der anderen Seite aber ein Mangel herrscht. Ein klares Konzept oder eine Priorisierung sind nicht erkennbar, das Angebot der Hochschulleitung zur Anmietung von Räumen außerhalb der Hochschule wird nicht angenommen. Die Gutachtergruppe empfiehlt daher zu prüfen, ob die Einrichtung studentischer Arbeitsplätze in den Durchgangsräumen des renovierten Altbaus möglich ist. Die Schränke dort könnten sinnvoll in die Verkehrsflächen umgelagert werden.

3.3 Prüfungssystem

Zahl und Zeitpunkt der Prüfungen in den beantragten Studiengängen sind in der jeweiligen Studien- und Prüfungsordnung dokumentiert, die wiederum Teil der Hochschulprüfungsordnung sind. Alle vorgelegten Studien- und Prüfungsordnungen sind beschlossen und wurden einer Rechtsprüfung unterzogen.

Bei den Bachelorstudiengängen „Kommunikationsdesign“ und „Interaktive Medien“ weisen die Gutachter darauf hin, dass die zu erbringenden Prüfungsleistungen nicht im Modulhandbuch ausgewiesen sind bzw. klar ausgewiesen sein sollten.

Bei den Masterstudiengängen werden als Studien-/Prüfungsleistungen oft „studienbegleitende Leistungsnachweise“ angegeben. Hier sollte für die Studierenden noch genauer spezifiziert werden, was unter „(endnotenbildende) studienbegleitende Leistungsnachweise“ erwartet wird.

In der Hochschulprüfungsordnung fehlt noch die wechselseitige Anerkennung von Modulen bei Hochschul- und Studiengangwechsel entsprechend den Regelungen der Lissabon-Konvention (Art. III). Demzufolge ist die Anerkennung zu erteilen, sofern keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen bestehen (Art. V). Dies ist mit handhabbaren Regelungen in den Studien- und Prüfungsordnungen zu verankern.

3.4 Zugangsvoraussetzungen

Die Zugangsvoraussetzungen sind im Online-Auftritt der Hochschule und der jeweiligen Studien- und Prüfungsordnungen der Studiengänge klar dargestellt. Sie werden ergänzt bei den Bachelorstudiengängen durch Informationsveranstaltungen und Mappenberatung. Die Eignungsfeststellungsprüfung bei den Bachelorstudiengängen ist mehrstufig und sichert die Eingangsqualität der Studienanfänger.

Die Aussage des Kollegiums, diese Eingangsprüfung stelle sicher, dass alle Studienanfänger gute Abschlüsse erreichten (Studienerfolgsquote 95 Prozent), kann nicht uneingeschränkt gefolgt werden, auch wenn angegeben wird, dass der Betreuungsaufwand im Einzelfall sehr hoch ist. Das Gespräch mit den Studierenden zeigt beispielsweise, dass es eine eher geringe Korrelation zwischen den Anforderungen der Eignungsprüfung und den des Studiums gibt. Aus den Unterlagen und den Vorgesprächen wurde auch deutlich, dass die Aufnahmeprüfung nicht im Sinne fest definierter Leistungsanforderungen stattfindet. Vielmehr ist sie eine durch die Bewertung der Lehrenden vorgenommene Auslese eines jeden Jahrgangs, dessen Durchlässigkeit qualitativ subjektiv und quantitativ an den Zielwerten ausgerichtet ist.

Bei dem Masterstudiengang Newsdesign müssen Bewerber ein einschlägiges Studium sowie ihre Praxiserfahrung (mindestens ein Jahr entsprechend der Vorgaben für Weiterbildungsmasterstudiengänge) und Studieneignung durch eine Mappe nachweisen. Durch ein Auswahlgespräch kann sichergestellt werden, dass die Kandidaten für dieses anspruchsvolle und facettenreiche Studium geeignet sind. Das Auswahlverfahren entspricht somit den Studieninhalten. Die Kriterien sind transparent dargestellt.

3.5 Entscheidungsprozesse, Organisation und Kooperation

Die Entscheidungsprozesse in der Hochschule erscheinen der Gutachtergruppe intransparent. Hochschulleitung, Fakultät und Studierende geben beispielsweise vollkommen unterschiedliche Darstellungen der Gründe für die Raumsituation an. Für die Gutachtergruppe entsteht der Ein-

druck, dass diese Gruppen nicht an einem gemeinsamen Strang ziehen, der den Zielen der Studiengänge dient. Die Fakultät wird zwar einerseits von der Hochschulleitung als wichtig und traditionsgebend für die gesamte Hochschule eingestuft, verfügt aber andererseits nicht über einen Vertreter im Senat der Hochschule. Dort ist sie nur mit einer Person als beratendes Mitglied (ohne Stimmrecht) vertreten.

Nach Auffassung der Gutachtergruppe führt diese Situation zu einer diffusen Unzufriedenheit aller Seiten, die es zu überwinden gilt. Probleme werden vielfach nicht gelöst, sondern vor sich her geschoben. So hält beispielsweise die Hochschulleitung Personalmittel zurück, weil die Fakultät keine strategische Planung vorlegt. Die Fakultät hingegen verweist darauf, dass „Design“ ein Aushängeschild der Hochschule sein sollte, lässt aber keinen Ansatz erkennen, sich diesen eingeforderten Platz zu erobern.

Die Einbindung des Masterstudiengangs Newsdesign in die Entscheidungsprozesse der Hochschule sollte gestärkt werden. Zwar ist der Studiengang in allen Gremien erfolgreich gewesen, allerdings liegen diese Entscheidungen schon einige Zeit zurück. Die aktuellen Entscheidungsprozesse innerhalb der Fakultät und zwischen Studiengang, Fakultät und Hochschulleitung sollten geebnet werden. Die konkrete Umsetzung bestehender Kooperationen könnte hier auch deutlicher herausgearbeitet werden, d. h. in Bezug auf die Partnerhochschulen im Ausland, aber auch in Bezug auf vorhandene Praxispartner.

Die Fakultät allgemein pflegt partnerschaftliche Beziehungen zu mehreren ausländischen Hochschulen, erarbeitet gemeinsame Projekte mit Hochschuleinrichtungen in Augsburg und München, mit der Stadt Augsburg und mit der Wirtschaft in der Region – etwa der Augsburger Allgemeinen Zeitung, BMW, Audi, Roedel und anderen.

Die Gutachter bedauern, dass Verflechtungen der beantragten Studiengänge mit anderen Studiengängen kaum vorhanden sind. Sie begrüßen aber, dass eine bessere Verflechtung zwischen dem Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign (KD) und dem Bachelorstudiengang Interaktive Medien (IM) sowie zwischen dem Masterstudiengang Design- und Kommunikationstrategie (DKS) und dem Masterstudiengang Interaktive Mediensysteme (IMS) angestrebt wird. Lehrimporte aus den Fakultäten Informatik und Wirtschaft bieten sich auch an.

Beispiel: Gerade für den Masterstudiengang DKS ist die enge Verzahnung der Bereiche Gestaltung und Wirtschaft an der Hochschule Augsburg ein im Vergleich mit anderen Standorten herausragendes Merkmal. Vor allem die örtliche Konzentration der Fakultäten ist über die vorher beschriebenen Raumnutzungskonflikte hinaus von großem Vorteil. Dieses Potenzial wird im Wettbewerb kommunikativ unzureichend genutzt. Vor allem aber wird es inhaltlich offensichtlich nicht ausgeschöpft. Vor dem Hintergrund der in Deutschland sehr ingenieurlastigen Definition von Innovation ist die Hochschule Augsburg prädestiniert, hier sinnvolle und wegweisende Brückenschläge zu schaffen, wie dies in anderen europäischen Ländern wie in Holland, England

oder in Skandinavien längst gängige Praxis ist. Mit dem Rückenwind der Debatte um die im Innovationsprozess wichtigen Impulsgeber der Creativ Class kann die Fakultät Gestaltung hier ihren Wirkungsrahmen neu abstecken und als kleinste aber öffentlichkeitswirksamste Fakultät ein besseres Standing schaffen. Eine bessere Markenpositionierung der Fakultät Gestaltung käme sicher den Absolventen des Masterstudiengangs während und nach dem Studium zugute.

Die Hochschulleitung gibt an, die Virtuelle Hochschule Bayern (VHB) zu kennen und ihre Ziele zu unterstützen. Allerdings ist in der Fakultät Gestaltung die Möglichkeit einer Nutzung der VHB offenbar noch nicht diskutiert worden.

3.6 Beratung

Erfreulich ist, dass die Studierenden bei Problemen und Fragen gut beraten werden: Durch den Fakultätsrat, das Kollegium, den Dekan, die Fachstudienberatung, die Prüfungskommission, den Praktikumsbetreuer, den Auslandbeauftragten und durch die Studierendenvertretung.

Technische Fertigkeiten wie beispielsweise die Bedienung wichtiger Computerprogramme werden in Tutorien vermittelt, die von der studentischen Selbstverwaltung organisiert werden. Prüfungsrelevante Inhalte werden dort nicht vermittelt. Der Hochschulleitung sind diese „SVG-Tutorien“ nach eigener Aussage unbekannt. Es wird von Seiten der Gutachtergruppe empfohlen, die Studienrelevanz dieser Tutorien zu überprüfen und sie ggf. als reguläre Lehrveranstaltung in das Curriculum aufzunehmen.

Die Studierenden haben vielfältige Möglichkeiten, sich in der Studierendenvertretung zu engagieren. Nach den Angaben vor Ort veranstalten sie Aktionen und Präsentationen und sind an zahlreichen Publikationen beteiligt. Nach Auffassung der Gutachter sollten sie sich auch aktiv an der aktuellen Diskussion innerhalb der Fakultät bezüglich der Raumaufteilung und -organisation beteiligen.

Beratung zu Wohnraum und familiären Umständen finden Studierende im zentralen Servicebereich „familiengerechte Hochschule.“ Darüber hinaus ist sich die Hochschule ihrer sozialen und menschlichen Verantwortung bewusst, was sich im „Oberschönenfelder Qualitätskodex“ widerspiegelt. Ein Nachteilsausgleich hinsichtlich zeitlicher und formaler Angaben im Studium sowie bei Leistungsnachweisen und Eignungsfeststellungsverfahren, findet sich in der Rahmenprüfungsordnung der Hochschule Augsburg unter § 5.

Die Hochschule Augsburg verfügt über einen Behindertenbeauftragten, auch das Studentenwerk kümmert sich um Studierende mit Behinderungen. Auch verfügt sie zudem über eine Kindertagesstätte. Das Studentenwerk bietet zahlreiche Informationsmöglichkeiten für Studierende in besonderen Situationen.

3.7 Transparenz und Dokumentation

Die Studiengänge sind mit Ausnahme des Masterstudiengangs Newsdesign, der noch nicht läuft, im Online-Auftritt angemessen dokumentiert. Für diesen Studiengang liegen noch keine Informationsmaterialien für Studieninteressierte vor, Informationsveranstaltungen und Marketingmaßnahmen wurden bislang nicht angeboten. Ein spezielles Tutoriensystem für den Studiengang Newsdesign ist bislang nicht vorgesehen.

Die Inhalte der weiteren Studiengänge sind auf der Website ausreichend und nachvollziehbar beschrieben. Die Module sind auf der Website der Hochschule einsehbar. Weitere Informationen für die Studierenden sind online zugänglich.

Die Studienziele sind auch in der Studien- und Prüfungsordnung beschrieben. Semesterpräsentationen, Veröffentlichungen von Abschlussarbeiten und weitere Aktivitäten ergänzen die Darstellung der Studienprogramme.

Es liegen alle relevanten Dokumente vor: Modulhandbuch, Diploma Supplement und Transcript of Records. Nur bei dem Masterstudiengang Newsdesign ist das Diploma Supplement noch zu erstellen und einzureichen.

Die Transparenz für Studierende ist allerdings durch die z.T. noch unklaren Modulbeschreibungen eingeschränkt. Die Modulhandbücher sind insgesamt sehr unsystematisch. Je nach Studiengang gibt es einmal Modulnummern oder Modulnamen, Lehrveranstaltungskürzel oder nicht, Gesamtarbeitsaufwände oder Arbeitsaufwände, didaktische Konzepte oder nicht, Zuordnung zum Curriculum oder nicht. Für die Gutachtergruppe ergibt sich deshalb ein uneinheitliches Bild der Fakultät. Auch werden innerhalb eines Studiengangs die Lernziele/Qualifikationsziele im Modulhandbuch sehr unterschiedlich beschrieben. Die Modulhandbücher müssen daher überarbeitet und dabei einheitlicher gestaltet werden.

4 Qualitätsmanagement

Lehrveranstaltungsbefragungen werden alle drei Semester veranstaltet, um Kurse des Sommer wie auch des Wintersemesters evaluieren zu können (zuvor zweijährig). Dieser Turnus ist verhältnismäßig kurz (oft), was v.a. langfristig betrachtet die kaum vorhandene Institutionalisierung (v.a. der Auswertung) nicht ausgleichen kann.

Nach Selbstdarstellung der Fakultät in Unterlagen und Gesprächen folgten den Evaluationen bereits einige Ergebnisse, wie die Umbesetzung von Lehraufträgen, Änderungen der Nutzungsbedingungen der Werkstätten und die Arbeitsbelastung in den ersten Semestern. Diese Konsequenzen sind also eher ad hoc und kaum systematisch behandelt.

Aus der noch zu wenig institutionalisierten Absolventenbefragung gingen bereits wichtige Erkenntnisse über Studiendauer, Beschäftigungssituation und Berufseinstieg der Studierenden hervor, die zu Änderungen des Studienablaufs führen – auch wenn dies noch wenig systematisch zu geschehen scheint. Hier wird eine stärkere Systematisierung empfohlen.

Weitere Qualitätssicherungsmaßnahmen sind Anregungen und Kritik der Studentenvertretung, Feedbackrunden mit den Studierenden (z.B. „Bachelor 2.0“ bei KD), Treffen der Studiengangsverantwortlichen, sowie monatliche Studiengangs-Koordinierungstreffen. Diese Mittel können allerdings nicht als langfristiges Qualitätsmanagementsystem gelten, auch wenn in Gesprächen mit allen Beteiligten hervor geht, dass sie ernst genommen werden und bereits einige Probleme besprochen und gelöst werden konnten.

Das Expertenhearing vom März 2006, das in den Selbstdokumentationen zu den Studiengängen Kommunikationsdesign (B.S.) und „Design- und Kommunikationsstrategie“ (M.A.) beschrieben wird, trug nach den entsprechenden Ausführungen wesentlich zur Entwicklung beider Curricula im Hinblick auf die Berufsqualifizierung bei und ist zudem ein herausragendes Instrument zur Qualitätssicherung.

Maßnahmen wie regelmäßige Fortbildungen der Lehrenden (z.B. Didaktikzentrum Ingolstadt) und viele externe Lehrbeauftragte sollen die Qualität der Lehre außerdem erhalten.

Aus den Akkreditierungsunterlagen geht hervor, dass die Hochschule plant – von „soften“ Maßnahmen wie Gesprächsrunden und einer nichtinstitutionalisierten Evaluation abgesehen –, ein Qualitätsmanagementsystem und ein -handbuchs auf Hochschul- und Fakultätsebene zu entwickeln.

Eine zentrale Stelle zum „Controlling und Qualitätsmanagement“ ist an der Hochschule Augsburg vorhanden und hat zum Ziel, „die Prozessqualität der Qualitätssicherung in Studium und Lehre zu entwickeln“.

Eine Zielvereinbarung v.a. zum QM zwischen Hochschulleitung und Dekanen ist noch in Arbeit, wäre aber für die eine kontinuierliche Qualitätssicherung dringend nachzuholen.

Die Einarbeitung von Lehrenden, ein intensives Mentoring (direktes Feedback), feste Sprechzeiten der Professoren, die bei den meisten Studiengängen statt findenden Eignungsprüfungen und die daraus resultierenden Konsequenzen werden von den Studiengangsverantwortlichen außerdem für wichtige Instrumente der Qualitätssicherung gehalten.

5 Resümee und Bewertung der „Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen“ vom 08.12.2009

Die begutachteten Studiengänge entsprechen nicht vollumfänglich den Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse vom 21.04.2005, den landesspezifischen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen sowie der verbindlichen Auslegung und Zusammenfassung dieser Dokumente durch den Akkreditierungsrat (Kriterium 2 „Konzeptionelle Einordnung des Studiengangs in das Studiensystem“). Davon betroffen sind die noch fehlende Berücksichtigung der Grundsätze der Lissabon-Konvention in den Studien- und Prüfungsordnungen.

Die Studiengänge entsprechen nicht vollumfänglich den Anforderungen der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen vom 10.10.2003 i.d.F. vom 04.02.2010. Das Modularisierungskonzept des Bachelorstudiengangs „Kommunikationsdesign“ muss überarbeitet werden. Der Umfang der Masterarbeit für den Masterstudiengang „Design- und Kommunikationsstrategie“ entspricht noch nicht den Vorgaben.

Nur teilweise erfüllt sind ferner die Kriterien

- „Prüfungssystem“ (Kriterium 5) [die Vergabe von ECTS-Punkten entspricht dem durchschnittlichen Arbeitsaufwand der Studierenden nicht, die Anzahl der Prüfungen ist nicht angemessen.],
- „Transparenz und Dokumentation“ (Kriterium 8) [die Modulbeschreibungen müssen überarbeitet werden] und
- „Qualitätssicherung und Weiterentwicklung“ (Kriterium 9) [das Qualitätsmanagementsystem der Fakultät muss dokumentiert und systematisiert werden].

Das Kriterium „Ausstattung“ (Kriterium 7) ist bezogen auf den Studiengang „Newsdesign“ nicht erfüllt. Die personellen Ressourcen sind für eine adäquate Durchführung des Studiengangs nicht in ausreichendem Maß vorhanden.

Hinsichtlich der weiteren Kriterien des Akkreditierungsrates stellen die Gutachter fest, dass die Kriterien „Qualifikationsziele“ (Kriterium 1), „Studiengangskonzept“ (Kriterium 3), „Studierbarkeit“ (Kriterium 4), „Studiengangsbezogene Kooperationen“ (Kriterium 6) sowie „Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit“ (Kriterium 11) erfüllt sind.

Zu Kriterium 10 „Studiengänge mit besonderem Profilanspruch“: Da es sich bei dem Studiengang „Newsdesign“ um einen weiterbildenden Studiengang handelt, wurde er unter Berücksichtigung der Handreichung der AG „Studiengänge mit besonderem Profilanspruch“ (Beschluss des Akkreditierungsrates vom 10.12.2010) begutachtet. Die darin aufgeführten Kriterien bzgl.

personeller Ausstattung, fachdidaktischer Anforderungen und Barrierefreiheit werden als erfüllt bewertet.

IV Beschlüsse der Akkreditierungskommission von ACQUIN¹

1 Akkreditierungsbeschlüsse

Auf der Grundlage des Gutachterberichts, der Stellungnahme der Hochschule und der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 28. März 2013 folgende Beschlüsse:

Die Studiengänge „Kommunikationsdesign“ (B.A.), „Interaktive Medien“ (B.A.), „Design- und Kommunikationsstrategie“ (M.A.) und „Interaktive Mediensysteme“ (M.A.) werden mit folgenden allgemeinen und zusätzlichen Auflagen erstmalig akkreditiert:

Allgemeine Auflagen:

- **Da die wechselseitige Anerkennung von Modulen bei Hochschul- und Studiengangswechsel auf den erworbenen Kompetenzen der Studierenden (Lernergebnisse) entsprechend den Regelungen der Lissabon-Konvention (Art. III) beruht, ist die Anerkennung zu erteilen, sofern keine wesentlichen Unterschiede hinsichtlich der erworbenen Kompetenzen bestehen (Art. V). Dies ist mit handhabbaren Regelungen in den Studien- und Prüfungsordnungen zu verankern.**
- **Die Hochschule muss ein Nutzungskonzept bezüglich der fehlenden Projekt Räume vorlegen.²**
- **Die Modulhandbücher sind zu überarbeiten und in Bezug auf die Systematik und den Umfang der dargestellten Informationen mit den anderen Studiengängen der Fakultät abzustimmen.**
- **Das Qualitätssicherungssystem der Fakultät Gestaltung muss noch dokumentiert und systematisiert werden. Auch muss ein Qualitätssicherungsmechanismus installiert werden, der eine insbesondere bei den Lehrbeauftragten**

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.

² Ursprüngliche Formulierung: „Es ist ein Nutzungskonzept der vorhandenen räumlichen Ressourcen zur erstellen, aus dem sich eine Priorisierung für deren Nutzung ablesen lässt. Dabei sind die gesetzlichen Mindeststandards für die Raumversorgung von Studierenden der Fakultät Gestaltung einzuhalten.“ Diese Formulierung wurde nach Rückfrage durch die Hochschule von der Akkreditierungskommission in der Sitzung am 26. Juni 2013 präzisiert (s.o.).

zu stark von der Lehrperson abhängende Durchführung und Benotung verhindert („Sechs-Augen-Prinzip“).

Für die Weiterentwicklung der Studienprogramme wird folgende allgemeine Empfehlung ausgesprochen:

- Die Fakultät sollte sich systematisch mit den Berufsfeldern ihrer Absolventen auseinandersetzen und ggf. Anpassungen bezüglich der Benennung der zu erwerbenden Fertigkeiten und Kompetenzen in den einzelnen Studiengängen vornehmen.
- Die Fakultät Gestaltung sollte sich stärker nach außen profilieren und für Ihre Studiengänge werben. In diesem Zusammenhang wird der Fakultät empfohlen, ihren Anspruch auf Teilhabe an sozial relevanten Innovationsprozessen klarer zu formulieren und stärker in die Curricula zu verankern.
- Die Fakultät/Hochschule sollte sich bezüglich der Regelstudienzeit der Studiengänge der Fakultät Gestaltung (Bachelor mit 7 bzw. 8 Semestern) klar bekennen.
- Die Kommunikation zwischen Hochschulleitung und Fakultät sollten verbessert werden. In diesem Zusammenhang wird eine Zielvereinbarung zwischen der Fakultät Gestaltung und der Hochschulleitung dringend empfohlen.
- Die Einbindung der Fakultät Gestaltung in die Entscheidungsprozesse der Hochschule sollte verbessert werden (z.B. durch Stimmrecht im Senat).
- Es wird empfohlen, die Modularisierung der Studiengänge hinsichtlich Modulgröße und Anzahl der Prüfungen pro Modul zu überdenken.
- Die Studienrelevanz der so genannten SVG-Tutorien (von der studentischen Selbstverwaltung organisiert) sollte überprüft und ggf. als reguläre Lehrveranstaltungen in das Curriculum übernommen werden.
- Insbesondere bei den Masterstudiengängen sollte für die Studierenden noch genauer spezifiziert werden, was unter „(endnotenbildende studienbegleitende) Leistungsnachweise“ erwartet wird.

Kommunikationsdesign (B.A.)

Der Bachelorstudiengang „Kommunikationsdesign“ (B.A.) wird mit folgenden zusätzlichen Auflagen erstmalig akkreditiert:

- **Die Modularisierung des Studiengangs insbesondere hinsichtlich Modulgröße und Anzahl der Prüfungen weicht z.T. stark von den KMK-Strukturvorgaben ab und muss daher überarbeitet werden.**

- Die Zuordnung von ECTS-Punkten zu einzelnen Modulen muss im gesamten Curriculum dem tatsächlichen durchschnittlichen Arbeitsaufwand der Studierenden entsprechen.

Die Akkreditierung ist befristet und gilt bis 30. September 2014.

Bei Feststellung der Erfüllung der Auflagen durch die Akkreditierungskommission nach Vorlage des Nachweises bis 1. Januar 2014 wird der Studiengang bis 30. September 2018 erstmalig akkreditiert. Bei mangelndem Nachweis der Aufлагenerfüllung wird die Akkreditierung nicht verlängert.

Das Akkreditierungsverfahren kann nach Stellungnahme der Hochschule für eine Frist von höchstens 18 Monaten ausgesetzt werden, wenn zu erwarten ist, dass die Hochschule die Mängel in dieser Frist behebt. Diese Stellungnahme ist bis 30. Mai 2013 in der Geschäftsstelle einzureichen.

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms werden folgende zusätzlichen Empfehlungen ausgesprochen:

- Das Modell des Fachklassenkonzepts sollen in entsprechende Projekteinheiten überführt und neu dokumentiert werden.
- Die Vermittlung sozial-, wirtschaftlicher und ökologischer Kompetenzen sollte in den Modulbeschreibungen stärker zum Ausdruck kommen.
- Angesichts der schnellen Entwicklung medialer Anwendungen wird empfohlen, durch übergreifende Veranstaltungen den Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign und den Bachelorstudiengang Interaktive Medien stärker miteinander zu verbinden.

Design- und Kommunikationsstrategie (M.A.)

Der Masterstudiengang „Design- und Kommunikationsstrategie“ (M.A.) wird mit folgender zusätzlichen Auflage erstmalig akkreditiert:

- Die Zahl der ECTS-Punkte für die Abschlussarbeit ist zu erhöhen, so dass die von der KMK mindestens vorgeschriebene Anzahl von 15 ECTS-Punkten erreicht wird.

Die Akkreditierung ist befristet und gilt bis 30. September 2014.

Bei Feststellung der Erfüllung der Auflagen durch die Akkreditierungskommission nach Vorlage des Nachweises bis 1. Januar 2014 wird der Studiengang bis 30. September 2018 erstmalig akkreditiert. Bei mangelndem Nachweis der Aufлагenerfüllung wird die Akkreditierung nicht verlängert.

Das Akkreditierungsverfahren kann nach Stellungnahme der Hochschule für eine Frist von höchstens 18 Monaten ausgesetzt werden, wenn zu erwarten ist, dass die Hochschule die Mängel in dieser Frist behebt. Diese Stellungnahme ist bis 30. Mai 2013 in der Geschäftsstelle einzureichen.

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms werden folgende zusätzlichen Empfehlungen ausgesprochen:

- Der Begriff „Promotionsfähigkeit“ sollte in der Darstellung des Studiengangs durch eine spezifische Beschreibung der betreffenden Kompetenzen ersetzt werden.
- Die Vermittlung von Kompetenzen hinsichtlich aktueller Medienentwicklungen sollte in den Modulbeschreibungen stärker zum Ausdruck kommen.
- Auch sollte das Angebot in den Bereichen Bereich Wirtschaftskennntnisse, Managementfähigkeiten und Führungskompetenz gestärkt werden.
- Angesichts der schnellen Entwicklung medialer Anwendung wird empfohlen, dass mehr übergreifende Veranstaltungen die beiden Masterstudiengänge miteinander verbinden.

Interaktive Medien (B.A.)

Der Bachelorstudiengang „Interaktive Medien“ (B.A.) wird ohne zusätzliche Auflagen erstmalig akkreditiert.

Die Akkreditierung ist befristet und gilt bis 30. September 2014.

Bei Feststellung der Erfüllung der allgemeinen Auflagen durch die Akkreditierungskommission nach Vorlage des Nachweises bis 1. Januar 2014 wird der Studiengang bis 30. September 2018 erstmalig akkreditiert. Bei mangelndem Nachweis der Aufgabenerfüllung wird die Akkreditierung nicht verlängert.

Das Akkreditierungsverfahren kann nach Stellungnahme der Hochschule für eine Frist von höchstens 18 Monaten ausgesetzt werden, wenn zu erwarten ist, dass die Hochschule die Mängel in dieser Frist behebt. Diese Stellungnahme ist bis 30. Mai 2013 in der Geschäftsstelle einzureichen.

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms wird folgende zusätzliche Empfehlung ausgesprochen:

- Angesichts der schnellen Entwicklung medialer Anwendungen wird empfohlen, durch übergreifende Veranstaltungen den Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign und den Bachelorstudiengang Interaktive Medien stärker miteinander zu verbinden.

Interaktive Mediensysteme (M.A.)

Der Masterstudiengang „Interaktive Mediensysteme“ (M.A.) wird ohne zusätzliche Auflagen erstmalig akkreditiert.

Die Akkreditierung ist befristet und gilt bis 30. September 2014.

Bei Feststellung der Erfüllung der allgemeinen Auflagen durch die Akkreditierungskommission nach Vorlage des Nachweises bis 1. Januar 2014 wird der Studiengang bis 30. September 2018 erstmalig akkreditiert. Bei mangelndem Nachweis der Aufлагenerfüllung wird die Akkreditierung nicht verlängert.

Das Akkreditierungsverfahren kann nach Stellungnahme der Hochschule für eine Frist von höchstens 18 Monaten ausgesetzt werden, wenn zu erwarten ist, dass die Hochschule die Mängel in dieser Frist behebt. Diese Stellungnahme ist bis 30. Mai 2013 in der Geschäftsstelle einzureichen.

Für die Weiterentwicklung des Studienprogramms wird folgende zusätzliche Empfehlung ausgesprochen:

Angesichts der schnellen Entwicklung medialer Anwendung wird empfohlen, dass mehr übergreifende Veranstaltungen die beiden Masterstudiengänge miteinander verbinden.

2 Feststellung der Aufлагenerfüllung

Die Hochschule reichte fristgerecht die Unterlagen zum Nachweis der Erfüllung der Auflagen ein. Diese wurden an die Fachausschüsse mit der Bitte um Stellungnahme weitergeleitet. Die Fachausschüsse sahen die Auflagen als teilweise erfüllt an. Auf Grundlage der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 24. Juni 2014 folgenden Beschluss:

Die Auflagen

- **Die Hochschule muss ein Nutzungskonzept bezüglich der fehlenden Projekträume vorlegen;**
- **Die Modulhandbücher sind zu überarbeiten und in Bezug auf die Systematik und den Umfang der dargestellten Informationen mit den anderen Studiengängen der Fakultät abzustimmen**

sind nicht erfüllt.

Begründung:

Ein verbindliches Konzept für die Raumnutzung wurde noch nicht vorgelegt bzw. verabschiedet. Das angekündigte Raumnutzungskonzept ist daher noch nachzureichen.

Die von der Hochschule vorgelegten Modulbeschreibungen reichen nicht aus, um beurteilen zu können, ob die Auflage erfüllt ist. Auch erschwert die gewählte Struktur durch die Stückelung der Module die Erfüllung der Vorgaben (Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktesystemen und die Modularisierung von Studiengängen, Kriterien des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen, insbesondere Kriterium 5). Darüber hinaus ist nicht nachvollziehbar, warum – anders als bei den weiteren Mustern – für Beschreibungen von Modulen mit Teilmodulen (was man als das Deckblatt des Moduls bezeichnen könnte) zwischen Lernzielen und Inhalten nicht unterschieden wird.

Die anderen Auflagen werden als erfüllt bewertet. Der Nachweis der Erfüllung der noch ausstehenden allgemeinen Auflagen ist bis zum 1. Oktober 2014 bei ACQUIN einzureichen. Die Akkreditierung der Studiengänge „Kommunikationsdesign“ (B.A.), „Interaktive Medien“ (B.A.), „Design- und Kommunikationsstrategie“ (M.A.) und „Interaktive Mediensysteme“ (M.A.) wird bis 31. März 2015 verlängert. Es werden aktualisierte Urkunden ausgestellt.

Die Hochschule reichte fristgerecht die Unterlagen zum Nachweis der Erfüllung der verbliebenen Auflagen ein. Diese wurden an die beteiligten Fachausschüsse mit der Bitte um Stellungnahme weitergeleitet. Die Fachausschüsse sahen die Auflagen nunmehr als erfüllt an. Auf Grundlage der Stellungnahme des Fachausschusses fasste die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 2. Dezember 2014 folgende Beschlüsse:

Die Auflagen des Studiengangs „Kommunikationsdesign“ (B.A.) sind erfüllt. Die Akkreditierung wird bis zum 30. September 2018 verlängert.

Die Auflagen des Studiengangs „Interaktive Medien“ (B.A.) sind erfüllt. Die Akkreditierung wird bis zum 30. September 2018 verlängert.

Die Auflagen des Studiengangs „Design- und Kommunikationsstrategie“ (M.A.) sind erfüllt. Die Akkreditierung wird bis zum 30. September 2018 verlängert.

Die Auflagen des Studiengangs „Interaktive Mediensysteme“ (M.A.) sind erfüllt. Die Akkreditierung wird bis zum 30. September 2018 verlängert.

3 Einstellung des Studiengangs Newsdesign (M.A.)

Nachdem die von der Gutachtergruppe formulierten Kritikpunkte auch von der Akkreditierungskommission als so gravierend bewertet wurden, dass es ihrer Ansicht nach der Hochschule nicht gelänge, die Kritikpunkte innerhalb des vorgesehenen Zeitraums von neun Monaten zu beheben, gab die Akkreditierungskommission in ihrer Sitzung am 26. Juni 2013 dem Antrag der Hochschule auf Aussetzung des Verfahrens statt. Mit Datum vom 26. Juni 2014 beschloss die Hochschule die Einstellung des Studiengangs und somit des Akkreditierungsverfahrens.

In ihrer Sitzung am 2. Dezember 2014 stellte die Akkreditierungskommission fest:

Die Beschlussgrundlage für das Akkreditierungsverfahren des Masterstudiengangs „Newsdesign“ (M.A.) entfällt aufgrund der Einstellung des Studiengangs durch die Hochschule. Das Verfahren wird als zurückgezogener Antrag in der Akkreditierungsstatistik geführt.