

**Akkreditierungsbericht zum Akkreditierungsantrag der
design akademie berlin,
SRH Hochschule für Kommunikation und Design
1483-xx-1**



76. Sitzung der Ständigen Akkreditierungskommission am 10.05.2016

TOP 5.01

Studiengang	Abschluss	ECTS	Regel- studienzeit	Studienart	Kapazität	Master	
						konsekutiv/ weiterbild.	Profil
Kommunikationsdesign	B.A.	180/210	6/7	Vollzeit	40-50		
Marketingkommunikation	B.A.	180/210	6/7	Vollzeit	40-50		
Marketingkommunikation	M.A.	120	4	Vollzeit	20	k	a
Unternehmenskommunikation	M.A.	120	4	Vollzeit	15	k	a
Fotografie	B.A.	180/210	6/7	Vollzeit	15-20		
Film- und Motion Design	B.A.	180/210	6/7	Vollzeit	15-20		
Web Development	B.A.	180/210	6/7	Vollzeit	15-20		
Illustration	B.A.	180/210	6/7	Vollzeit	15-20		

Vertragsschluss am: 20.02.2015

Datum der Vor-Ort-Begutachtung: 26.-28.01.2016

Ansprechpartner/-in der Hochschule:

Prof. Dr. Dörte Schultze-Seehof, design akademie berlin, SRH Hochschule für Kommunikation und Design, Prinzenstr.84.1, 10969 Berlin, schultze-seehof@design-akademie-berlin.de

Betreuender/-e Referent/-in: Henning Schäfer

Gutachter/-innen:

- Prof. Axel Kolaschnik, Hochschule Mannheim, Prodekan der Fakultät für Gestaltung, Professor für Corporate Identity, Corporate Design und Markenbildung/-kommunikation
- Prof. Dr. Ulrike Buchholz, Hochschule Hannover, Fakultät III - Medien, Information und Design, Studiendekanin der Abteilung Information und Kommunikation, Professur für Unternehmenskommunikation
- Prof. Björn Bartholdy, Cologne Game Lab, Fakultät für Kulturwissenschaften, TH Köln
- Prof. Marcus Herrenberger, Fachhochschule Münster, Fachbereich Design, Professur für Zeichnen und Illustration
- Prof. Michael Jostmeier, Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm, Dekan der Fakultät Design, Professor für Fotografie und Mediendesign
- Nobert Gabrysch, Wir-design AG, Braunschweig
- Luisa Todisco, Studentin Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, Wirtschaftskommunikation (M.A.)

Hannover, den 06.04.2016

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I-3
I. Gutachtertutum und SAK-Beschluss	I-6
1. SAK-Beschluss	I-6
2. Abschließendes Votum der Gutachter/-innen	I-10
2.1 Allgemein	I-10
2.2 Kommunikationsdesign (B.A.)	I-10
2.3 Marketingkommunikation (B.A.)	I-11
2.4 Marketingkommunikation (M.A.)	I-11
2.5 Unternehmenskommunikation (M.A.)	I-12
2.6 Fotografie (B.A.)	I-12
2.7 Film und Motion Design (B.A.)	I-13
2.8 Web Development (B.A.)	I-13
2.9 Illustration (B.A.)	I-14
II. Bewertungsbericht der Gutachter/-innen	II-1
Einleitung und Verfahrensgrundlagen	II-1
1. Studiengangübergreifende Aspekte	II-2
1.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse	II-2
1.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs	II-3
1.3 Studierbarkeit	II-7
1.4 Ausstattung	II-7
1.5 Qualitätssicherung	II-8
2. Kommunikationsdesign (B.A.)	II-10
2.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse	II-10
2.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs	II-11
2.3 Studierbarkeit	II-12
2.4 Ausstattung	II-12
2.5 Qualitätssicherung	II-12
3. Marketingkommunikation (B.A.)	II-13
3.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse	II-13
3.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs	II-14
3.3 Studierbarkeit	II-15
3.4 Ausstattung	II-15

3.5	Qualitätssicherung	II-15
4.	Marketingkommunikation (M.A.)	II-16
4.1	Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse	II-16
4.2	Konzeption und Inhalte des Studiengangs	II-17
4.3	Studierbarkeit	II-18
4.4	Ausstattung	II-18
4.5	Qualitätssicherung	II-18
5.	Unternehmenskommunikation (M.A.)	II-19
5.1	Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse	II-19
5.2	Konzeption und Inhalte des Studiengangs	II-20
5.3	Studierbarkeit	II-21
5.4	Ausstattung	II-21
5.5	Qualitätssicherung	II-21
6.	Fotografie (B.A.)	II-22
6.1	Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse	II-22
6.2	Konzeption und Inhalte des Studiengangs	II-23
6.3	Studierbarkeit	II-23
6.4	Ausstattung	II-23
6.5	Qualitätssicherung	II-24
7.	Film und Motion Design (B.A.)	II-25
7.1	Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse	II-25
7.2	Konzeption und Inhalte des Studiengangs	II-26
7.3	Studierbarkeit	II-26
7.4	Ausstattung	II-27
7.5	Qualitätssicherung	II-27
8.	Web Development (B.A.)	II-28
8.1	Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse	II-28
8.2	Konzeption und Inhalte des Studiengangs	II-29
8.3	Studierbarkeit	II-29
8.4	Ausstattung	II-29
8.5	Qualitätssicherung	II-30
9.	Illustration (B.A.)	II-31
9.1	Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse	II-31
9.2	Konzeption und Inhalte des Studiengangs	II-32

9.3	Studierbarkeit.....	II-32
9.4	Ausstattung.....	II-33
9.5	Qualitätssicherung.....	II-33
10.	Erfüllung der Kriterien des Akkreditierungsrates	II-34
10.1	Qualifikationsziele des Studiengangskonzeptes (Kriterium 2.1)	II-34
10.2	Konzeptionelle Einordnung der Studiengänge in das Studiensystem (Kriterium 2.2)...	II-34
10.3	Studiengangskonzept (Kriterium 2.3)	II-35
10.4	Studierbarkeit (Kriterium 2.4).....	II-35
10.5	Prüfungssystem (Kriterium 2.5).....	II-35
10.6	Studiengangsbezogene Kooperationen (Kriterium 2.6)	II-36
10.7	Ausstattung (Kriterium 2.7).....	II-36
10.8	Transparenz und Dokumentation (Kriterium 2.8)	II-36
10.9	Qualitätssicherung und Weiterentwicklung (Kriterium 2.9)	II-36
10.10	Studiengänge mit besonderem Profilanspruch (Kriterium 2.10)	II-36
10.11	Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit (Kriterium 2.11)	II-37
III.	Appendix.....	III-1
1.	Stellungnahme der Hochschule	III-1

I. Gutachtertvetum und SAK-Beschluss

1. SAK-Beschluss

Die SAK stimmt dem Bewertungsbericht im Wesentlichen zu, wandelt aber eine Auflage zum Studiengang Illustration in eine Empfehlung um. Die SAK begrüßt die Stellungnahme der Hochschule und sieht hierdurch einen Teil der Auflagen als erfüllt an. Andere Auflagen müssen bestehen bleiben, da die Umsetzung noch nicht nachgewiesen wurde. Die Ausführungen der Hochschule zum Konzept der Bachelorstudiengänge mit wahlweise sechs oder sieben Semestern Regelstudienzeit sieht die SAK als nicht überzeugend an und sieht es als geboten an, die Studiengänge mit einer eindeutigen ECTS-Punktzahl und Regelstudienzeit zu versehen.

Die SAK beschließt die folgenden allgemeinen Auflagen für alle Studiengänge:

1. Die Hochschule muss die wie in der Stellungnahme angekündigt geänderte Evaluationsordnung vorsehen, in der ein verbindliches Feedback an die Studierenden verlangt wird. (Kriterium 2.9, Drs. AR 20/2013)

Kommunikationsdesign (B.A.)

Die SAK beschließt die Akkreditierung des Studiengangs Kommunikationsdesign mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen und der folgenden Auflage für die Dauer von sieben Jahren.

2. Für den Studiengang muss eine eindeutige Regelstudienzeit und ECTS-Punktzahl definiert werden. Wenn die Hochschule an wahlweise sechs oder sieben Semestern bei 180 oder 210 ECTS-Punkten festhalten möchte, muss dies in zwei formal getrennten Studiengängen erfolgen, deren Qualifikationsziele sich unterscheiden. (Kriterium 2.2, Drs. AR 20/2013)

Die Auflagen sind innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die SAK weist darauf hin, dass der mangelnde Nachweis der Auflagenerfüllung zum Widerruf der Akkreditierung führen kann.

Diese Entscheidung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates "Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung" (Drs. AR 20/2013).

Marketingkommunikation (B.A.)

Die SAK beschließt die Akkreditierung des Studiengangs Marketingkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen und der folgenden Auflage für die Dauer von sieben Jahren.

3. Für den Studiengang muss eine eindeutige Regelstudienzeit und ECTS-Punktzahl definiert werden. Wenn die Hochschule an wahlweise sechs oder sieben Semestern bei 180 oder 210 ECTS-Punkten festhalten möchte, muss dies in zwei formal getrennten Studiengängen erfolgen, deren Qualifikationsziele sich unterscheiden. (Kriterium 2.2, Drs. AR 20/2013)

Die Auflagen sind innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die SAK weist darauf hin, dass der mangelnde Nachweis der Auflagenerfüllung zum Widerruf der Akkreditierung führen kann.

Diese Entscheidung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates "Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung" (Drs. AR 20/2013).

Marketingkommunikation (M.A.)

Die SAK beschließt die Akkreditierung des Studiengangs Marketingkommunikation mit dem Abschluss Master of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen und der folgenden Auflage für die Dauer von sieben Jahren.

4. Die Hochschule muss die wie in der Stellungnahme angekündigt geänderten Modulbeschreibungen vorlegen, durch die das Masterniveau des Studiengangs stärker herausgestellt wird. (Kriterium 2.2, 2.3, Drs. AR 20/2013)

Die Auflagen sind innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die SAK weist darauf hin, dass der mangelnde Nachweis der Auflagenerfüllung zum Widerruf der Akkreditierung führen kann.

Diese Entscheidung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates "Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung" (Drs. AR 20/2013).

Unternehmenskommunikation (M.A.)

Die SAK beschließt die Akkreditierung des Studiengangs Unternehmenskommunikation mit dem Abschluss Master of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen und der folgenden Auflage für die Dauer von fünf Jahren.

5. Die Hochschule muss die wie in der Stellungnahme angekündigt geänderten Modulbeschreibungen vorlegen, durch die das Masterniveau des Studiengangs stärker herausgestellt wird. (Kriterium 2.2, 2.3, Drs. AR 20/2013)

Die Auflagen sind innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die SAK weist darauf hin, dass der mangelnde Nachweis der Auflagenerfüllung zum Widerruf der Akkreditierung führen kann.

Diese Entscheidung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates "Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung" (Drs. AR 20/2013).

Fotografie (B.A.)

Die SAK beschließt die Akkreditierung des Studiengangs Fotografie mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen und der folgenden Auflage für die Dauer von fünf Jahren.

6. Für den Studiengang muss eine eindeutige Regelstudienzeit und ECTS-Punktzahl definiert werden. Wenn die Hochschule an wahlweise sechs oder sieben Semestern bei 180 oder 210 ECTS-Punkten festhalten möchte, muss dies in zwei formal getrennten Studiengängen erfolgen, deren Qualifikationsziele sich unterscheiden. (Kriterium 2.2, Drs. AR 20/2013)

Die Auflagen sind innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die SAK weist darauf hin, dass der mangelnde Nachweis der Aufлагenerfüllung zum Widerruf der Akkreditierung führen kann.

Diese Entscheidung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates "Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung" (Drs. AR 20/2013).

Film und Motion Design (B.A.)

Die SAK beschließt die Akkreditierung des Studiengangs Film und Motion Design mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen und der folgenden Auflage für die Dauer von fünf Jahren.

7. Für den Studiengang muss eine eindeutige Regelstudienzeit und ECTS-Punktzahl definiert werden. Wenn die Hochschule an wahlweise sechs oder sieben Semestern bei 180 oder 210 ECTS-Punkten festhalten möchte, muss dies in zwei formal getrennten Studiengängen erfolgen, deren Qualifikationsziele sich unterscheiden. (Kriterium 2.2, Drs. AR 20/2013)

Die Auflagen sind innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die SAK weist darauf hin, dass der mangelnde Nachweis der Aufлагenerfüllung zum Widerruf der Akkreditierung führen kann.

Diese Entscheidung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates "Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung" (Drs. AR 20/2013).

Web Development (B.A.)

Die SAK beschließt die Akkreditierung des Studiengangs Web Development mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen und der folgenden Auflage für die Dauer von fünf Jahren.

8. Für den Studiengang muss eine eindeutige Regelstudienzeit und ECTS-Punktzahl definiert werden. Wenn die Hochschule an wahlweise sechs oder sieben Semestern bei 180 oder 210 ECTS-Punkten festhalten möchte, muss dies in zwei formal getrennten Studiengängen erfolgen, deren Qualifikationsziele sich unterscheiden. (Kriterium 2.2, Drs. AR 20/2013)

Die Auflagen sind innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die SAK weist darauf hin, dass der mangelnde Nachweis der Auflagenerfüllung zum Widerruf der Akkreditierung führen kann.

Diese Entscheidung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates "Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung" (Drs. AR 20/2013).

Illustration (B.A.)

Die SAK beschließt die Akkreditierung des Studiengangs Illustration mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen und der folgenden Auflage für die Dauer von fünf Jahren.

9. Für den Studiengang muss eine eindeutige Regelstudienzeit und ECTS-Punktzahl definiert werden. Wenn die Hochschule an wahlweise sechs oder sieben Semestern bei 180 oder 210 ECTS-Punkten festhalten möchte, muss dies in zwei formal getrennten Studiengängen erfolgen, deren Qualifikationsziele sich unterscheiden. (Kriterium 2.2, Drs. AR 20/2013)

Die Auflagen sind innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die SAK weist darauf hin, dass der mangelnde Nachweis der Auflagenerfüllung zum Widerruf der Akkreditierung führen kann.

Diese Entscheidung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates "Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung" (Drs. AR 20/2013).

Darüber hinaus empfiehlt die SAK, im Studiengang ein weiteres Modul mit Darstellungstechniken vorzusehen.

2. Abschließendes Votum der Gutachter/-innen

2.1 Allgemein

2.1.1 Allgemeine Empfehlungen:

- Die Gutachter/-innen empfehlen, in den studiengangsspezifischen Bestimmungen bei den Qualifikationszielen die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement deutlicher zu formulieren.
- Die Gutachter/-innen empfehlen, die Zulassungsmodalitäten zu den einzelnen Studiengängen präziser zu formulieren, insbesondere im Hinblick auf den Zulassungsausschuss. Für die Feststellung der Eignung eines Bewerbers oder einer Bewerberin sollte mindestens das 4-Augen-Prinzip vorgesehen sein.
- Die Gutachter/-innen empfehlen, deutlicher den Mehrwert einer 7-semesterigen Studiendauer zu formulieren.

2.1.2 Allgemeine Auflagen/Mängel:

- Die Hochschule muss sicherstellen, dass Studierende der eigenen Hochschule, die einen siebensemestriigen Bachelor absolviert haben, zusammen mit dem konsekutiven Masterstudiengang für den Masterabschluss nicht insgesamt 330 ECTS-Punkte erreichen müssen bei einer Regelstudienzeit von 5,5 Jahren. (Kriterium 2.2, Drs. AR 20/2013)
- Die Hochschule muss nachweisen, dass die adäquate Durchführung der Studiengänge für den gesamten (Re-)Akkreditierungszeitraum gesichert ist. Hierfür muss die Hochschule eine verbindliche Entwicklungsplanung vorlegen, die diesem Umstand Rechnung trägt, inklusive eines Plans zum Personalaufwuchs und zur Ausweitung der Räumlichkeiten und der sächlichen Ausstattung. (Kriterium 2.7, Drs. AR 20/2013)
- Die Hochschule muss ein verbindliches Feedback an die Studierenden in der Evaluationsordnung festschreiben und auch umsetzen. (Kriterium 2.9, Drs. AR 20/2013)

2.2 Kommunikationsdesign (B.A.)

2.2.1 Empfehlungen:

- Die Gutachter/-innen empfehlen, den Anteil an Kommunikationswissenschaften im Studiengang zu erhöhen.

2.2.2 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)

Die Gutachter/-innen empfehlen der SAK die Akkreditierung des Studiengangs Kommunikationsdesign mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen für die Dauer von sieben Jahren.

Diese Empfehlung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“. (Drs. AR 20/2013)

2.3 Marketingkommunikation (B.A.)

2.3.1 Empfehlungen:

- Die Gutachter/-innen empfehlen, den Anteil an Kommunikationswissenschaften im Studiengang zu erhöhen.

2.3.2 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)

Die Gutachter/-innen empfehlen der SAK die Akkreditierung des Studiengangs Marketingkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen für die Dauer von sieben Jahren.

Diese Empfehlung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“. (Drs. AR 20/2013)

2.4 Marketingkommunikation (M.A.)

2.4.1 Empfehlungen:

- Die Gutachter/-innen empfehlen, den Anteil an Kommunikationswissenschaften im Studiengang zu erhöhen.

2.4.2 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)

Die Gutachter/-innen empfehlen der SAK die Akkreditierung des Studiengangs Marketingkommunikation mit dem Abschluss Master of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auf-

lagen und der folgenden Auflage für die Dauer von sieben Jahren.

- Die Hochschule muss das Masterniveau des Studiengangs in den Qualifikationszielen, Modulbeschreibungen und Darstellungen deutlich stärker herausstellen (Kriterium 2.2, 2.3, Drs. AR 20/2013)

Diese Empfehlung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“. (Drs. AR 20/2013)

2.5 Unternehmenskommunikation (M.A.)

2.5.1 Empfehlungen:

- Die Gutachter/-innen empfehlen, den Anteil an Kommunikationswissenschaften im Studiengang zu erhöhen.

2.5.2 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)

Die Gutachter/-innen empfehlen der SAK die Akkreditierung des Studiengangs Unternehmenskommunikation mit dem Abschluss Master of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen und der folgenden Auflage für die Dauer von fünf Jahren.

10. Die Hochschule muss das Masterniveau des Studiengangs in den Qualifikationszielen, Modulbeschreibungen und Darstellungen deutlich stärker herausstellen (Kriterium 2.2, 2.3, Drs. AR 20/2013)

Diese Empfehlung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“. (Drs. AR 20/2013)

2.6 Fotografie (B.A.)

2.6.1 Empfehlungen:

- Die Gutachter/-innen empfehlen, die Vertiefungsmöglichkeiten deutlicher herauszustellen.

2.6.2 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)

Die Gutachter/-innen empfehlen der SAK die Akkreditierung des Studiengangs Fotografie mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen für die Dauer von fünf Jahren.

Diese Empfehlung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“. (Drs. AR 20/2013)

2.7 Film und Motion Design (B.A.)

2.7.1 Empfehlungen:

- Die Gutachter/-innen empfehlen, die Vertiefungsmöglichkeiten deutlicher herauszustellen.
- Die Gutachter/- innen empfehlen, mit zunehmender Studierendenzahl die Werkstätten und Studios weiter auszubauen und ein Tonstudio einzurichten.

2.7.2 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)

Die Gutachter/-innen empfehlen der SAK die Akkreditierung des Studiengangs Film und Motion Design mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen für die Dauer von fünf Jahren.

Diese Empfehlung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“. (Drs. AR 20/2013)

2.8 Web Development (B.A.)

2.8.1 Empfehlungen:

- Die Gutachter/-innen empfehlen, die Vertiefungsmöglichkeiten deutlicher herauszustellen.

2.8.2 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)

Die Gutachter/-innen empfehlen der SAK die Akkreditierung des Studiengangs Web Development mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen für die Dauer von fünf Jahren.

Diese Empfehlung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“. (Drs. AR 20/2013)

2.9 Illustration (B.A.)

2.9.1 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)

Die Gutachter/-innen empfehlen der SAK die Akkreditierung des Studiengangs Illustration mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit den oben genannten allgemeinen Auflagen und den folgenden Auflagen für die Dauer von fünf Jahren.

11. Die Hochschule muss ein weiteres Modul mit Darstellungstechniken im Studiengang vorsehen (Kriterium 2.3, Drs. AR 20/2013)
12. Die offene Professur für Illustration muss zeitnah besetzt und bis zur Besetzung auf professoralem Niveau vertreten werden (Kriterium 2.7, Drs. AR 20/2013)

Diese Empfehlung basiert auf Ziff. 3.1.2 des Beschlusses des Akkreditierungsrates „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“. (Drs. AR 20/2013)

II. Bewertungsbericht der Gutachter/-innen

Einleitung und Verfahrensgrundlagen

Die design akademie berlin, SRH Hochschule für Kommunikation und Design wurde 1995 als Berufsfachschule gegründet und ist 2007 in eine Hochschule umgewandelt worden, die 2012 durch den Wissenschaftsrat institutionell akkreditiert wurde. Zum 1. Januar 2014 wurde die Hochschule von der SRH Holding in Heidelberg übernommen. Die Hochschule besteht aus zwei Fachbereichen, dem Fachbereich Marketingkommunikation und dem Fachbereich Kommunikationsdesign. Insgesamt sind ca. 270 Studierende an der Hochschule eingeschrieben, die sich ungefähr hälftig auf die Fachbereiche aufteilen.

Die Studiengänge Kommunikationsdesign (B.A.), Marketingkommunikation (B.A.) und Marketingkommunikation (M.A.) wurden 2011 durch das Akkreditierungs-, Zertifizierungs- und Qualitätssicherungs-Institut (ACQUIN) erstmalig akkreditiert. Die anderen Studiengänge liegen erstmalig zur Akkreditierung vor.

Der nachfolgende Bewertungsbericht ist in zwei Sektionen aufgeteilt. Der erste Abschnitt enthält Bewertungen der Studienqualität der einzelnen Studiengänge. Im darauffolgenden Kapitel erfolgt eine Einschätzung der formalen Erfüllung der Akkreditierungsvorgaben.

Grundlagen des Bewertungsberichtes sind die Lektüre der Dokumentation der Hochschule und die Vor-Ort-Gespräche in Berlin. Während der Vor-Ort-Gespräche wurden Gespräche geführt mit der Hochschulleitung, mit den Programmverantwortlichen und Lehrenden sowie mit Studierenden.

Die Bewertung beruht auf den zum Zeitpunkt der Vertragslegung gültigen Vorgaben des Akkreditierungsrates und der Kultusministerkonferenz. Zentrale Dokumente sind dabei die „Regeln des Akkreditierungsrates für die Akkreditierung von Studiengängen und für die Systemakkreditierung“ (Drs. AR 20/2013), die „Ländergemeinsamen Strukturvorgaben gemäß § 9 Abs. 2 HRG für die Akkreditierung von Bachelor und Masterstudiengängen“ (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i.d.F. vom 04.02.2010) und der „Qualifikationsrahmen für Deutsche Hochschulabschlüsse“ (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 21.04.2005).¹

¹ Diese und weitere ggfs. für das Verfahren relevanten Beschlüsse finden sich in der jeweils aktuellen Fassung auf den Internetseiten des Akkreditierungsrates, <http://www.akkreditierungsrat.de/>

1. Studiengangsübergreifende Aspekte

1.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

Die Hochschule beschreibt die Qualifikationsziele in ihren Antragsunterlagen studiengangsübergreifend wie folgt:

Die Bachelorstudiengänge Marketingkommunikation und Kommunikationsdesign zielen auf eine generalistische berufliche Qualifizierung, die erfolgreiches berufliches Handeln in einem breiten Einsatzfeld des jeweiligen Fachgebietes ermöglichen sollen. In diesen beiden B.A. Studiengängen erhalten die Studierenden die Möglichkeit zur individuellen Profilbildung in einzelnen Bereichen.

Die Bachelorstudiengänge Fotografie, Film- und Motion, Web Development und Illustration zielen auf eine berufliche Qualifikation, die erfolgreiches berufliches Handeln in dem speziellen Einsatzfeld des jeweiligen Fachgebietes ermöglichen sollen.

Ziel aller Bachelorstudiengänge ist die Vermittlung von theoretischen und praxisbezogenen Kenntnissen, Fähigkeiten und Methoden, um komplexe Aufgabenstellungen des Fachgebietes eigenverantwortlich-kreativ und systematisch bearbeiten zu können.

Je nach Fachrichtung gehören dazu:

die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Problemen des Fachgebietes, die gesellschaftlichen und ökonomischen Zusammenhänge, in die das Fachgebiet eingebunden ist, das problemorientierte Erfassen der Situation, die Wirkungsbedingungen und -voraussetzungen zielgruppenorientierter Kommunikation sowie die Methoden derer Erforschung, die zielgerichtete Konzeption adäquater Kommunikationsmaßnahmen, die Gestaltungsregeln verbaler, visueller, audiovisueller und digitaler Kommunikationsmaßnahmen, deren Überwachung und Koordination. In den gestalterischen Studiengängen gehören dazu auch die kreative Entwicklung visueller, verbaler, digitaler und audiovisueller Kommunikationsmaßnahmen und ihre medienbezogene Umsetzung.

Die Bachelorstudiengänge vermitteln neben den Fachkompetenzen überfachliche Kompetenzen. Dazu gehören die Fähigkeit, Probleme zu erkennen und in gesellschaftliche Zusammenhänge einzuordnen, die Fähigkeit zum gesellschaftlichen Engagement, analytisches und kritisches Denken sowie weitere personale Kompetenzen wie Kommunikationsfähigkeit, Kooperations- und Teamfähigkeit. Neben der Vermittlung wissenschaftlich-theoretischer Lehrinhalte in den genannten Bereichen ist das Studium in den praxisbezogenen Bereichen projektorientiert ausgerichtet. Die Bachelorstudiengänge qualifizieren die Absolventen und Absolventinnen in einem ersten berufsqualifizierenden Abschluss für eine berufliche Tätigkeit in verschiedenen Feldern der Kreativwirtschaft, in Unternehmen und Organisationen bzw. staatlichen Institutionen. Das Studium vermittelt die nötigen fachlichen und überfachlichen Kompetenzen für vielfältige Berufsziele, die in den einzelnen Studiengangsbeschreibungen erläutert werden. Neben der beruflichen Perspektive eröffnet der Bachelorabschluss den Anschluss an ein Masterstudium. Die angewandtsorientierten Masterstudiengänge qualifizieren primär für berufliche Perspektiven. Gleichzeitig besteht die Anschlussfähigkeit für eine mögliche Weiterqualifikation im wissenschaftlichen Kontext.

Hierin beschreibt die Hochschule Qualifikationsziele im Hinblick auf die wissenschaftliche Befähigung, die Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, die Befähigung

zum gesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung. Die Ziele der einzelnen Studiengänge werden zudem in den jeweiligen Studiengangsspezifischen Bestimmungen beschrieben und sind somit auch für die Studierenden transparent. Hier könnte die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement lediglich etwas deutlicher formuliert werden, wie z.B. im Antrag für den Studiengang Kommunikationsdesign geschehen: „Ein weiteres Ziel des Studiums ist die Vermittlung überfachlicher Kompetenzen. Dazu gehören die Fähigkeit, Probleme zu erkennen und in Zusammenhänge einzuordnen, analytisches und kritisches Denken sowie Kommunikationsfähigkeit, Kooperations- und Teamfähigkeit und die Fähigkeit sich mittels gestalterischer Lösungen gesellschaftlich zu engagieren.“ Gerade der letzte Halbsatz findet sich nicht in den Prüfungsordnungen und könnte ergänzt werden.

Siehe ansonsten 2.1, 3.1 etc.

1.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Regelstudienzeit und ECTS-Punkte

Anlässlich der Reakkreditierung hat die design akademie berlin ihre bestehenden Bachelorstudiengänge grundsätzlich umgestaltet und auch die neu eingerichteten Studiengänge nach diesem neuen Modell konzipiert. Die Studiengänge sind dementsprechend sehr ähnlich aufgebaut. Alle Studiengänge werden in Vollzeit angeboten. Die Bachelorstudiengänge umfassen generell sechs Semester mit der Option, nach dem fünften Semester ein zusätzliches Semester einzulegen und somit auf sieben Semester aufzustocken. Für die sechssemestrige Variante werden 180 ECTS-Punkte vergeben, für die siebensemestrige 210. Die Studierenden treffen die Entscheidung für eine der Varianten im fünften Semester. Die Hochschule begründet dies mit einer angestrebten Flexibilisierung der Studiengänge. Das zusätzliche Semester bietet die Möglichkeit, sich weiter zu profilieren und berufsfeldbezogene Kompetenzen in Exkursionen oder Design-Wettbewerben zu erlangen. Die Masterstudiengänge hingegen umfassen generell 4 Semester und 120 ECTS-Punkte.

Diese Konstruktion steht auf den ersten Blick im Widerspruch zu den Akkreditierungsvorgaben, auch wenn die Gutachter sie durchaus plausibel finden. Nach den Vorgaben der Kultusministerkonferenz soll ein Studiengang in der Regel eine eindeutige Regelstudienzeit (und somit auch eine eindeutige ECTS-Punktzahl) haben². Allerdings stellt die KMK auch klar, dass es begründete Ausnahmen von dieser Regel geben kann (Z.B. die baden-württembergischen MINT-Kollegs), und dass die Begründungen in der Akkreditierung zu überprüfen seien.

Weiterhin hat die KMK festgelegt, dass konsekutive Bachelor-Masterstudiengänge in Vollzeit an derselben Hochschule zusammen in keinem Fall 5 Jahre Regelstudienzeit (also 300 ECTS-Punkte) überschreiten dürfen, selbst wenn der Bachelorstudiengang eine variable

² Siehe das Rundschreiben des Akkreditierungsrates vom 19.12.2013: http://www.akkreditierungsrat.de/fileadmin/Seiteninhalte/AR/Sonstige/AR_Rundschreiben_Regelstudienzeit2.pdf

Regelstudienzeit hat.

Die Hochschule hat ihr Modell zum einen mit einer besseren Anschlussfähigkeit an verschiedene Masterstudiengänge begründet. An der eigenen Hochschule haben die Masterstudiengänge zwar eine Regelstudienzeit von 4 Semestern mit 120 ECTS-Punkten, jedoch sind viele Fach-nahe Masterstudiengänge an anderen Hochschulen auf drei Semester und 90 ECTS-Punkte ausgelegt. Mit dem flexiblen Modell wird den Studierenden eine Aufnahme in einen 90-ECTS-Masterstudiengang erleichtert. Da diese Entscheidung möglicherweise erst spät im Studiengang fällt, haben die Studierenden entsprechend genügend Zeit, sich für eine der beiden Varianten zu entscheiden.

Als weitere Begründung wird angeführt, dass Studierende – u.a. abhängig von ihren Vorkenntnissen – ein unterschiedliches Studientempo an den Tag legen. Leistungsstarke Studierende könnten das Studium somit in sechs Semestern abschließen, während eher langsame Studierende die Möglichkeit der Verlängerung des Studiengangs nutzen können. Darüber hinaus können sie sich durch ein verlängertes Studium bei Bedarf zusätzliche ECTS-Punkte für besondere oder vertiefte wissenschaftliche Qualifikationen (etwa in Veranstaltungen des Hochschulverbundes) aneignen, die für die Bewerbung um einen Studienplatz in einem Masterstudiengang einer anderen Hochschule Voraussetzung sind.

Die Gutachter/-innen akzeptieren diese Begründungen und begrüßen grundsätzlich die Möglichkeit, die Studiendauer im Bachelorstudiengang flexibel zu gestalten. Die Hochschule sollte jedoch deutlicher den Mehrwert einer 7-semesterigen Studiendauer formulieren. Diese sollte einen echten Mehrwert bieten, die nicht in der einfachen Addition einer weiteren Projektarbeit bestehen sollte.

Zudem muss die Hochschule das Verhältnis der Bachelorstudiengänge zu den eigenen Masterstudiengängen deutlicher darlegen, die sämtlich als konsekutiv bezeichnet werden. Mit der Neufassung der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben 2010 hat die KMK die zuvor verbreitete Bezeichnung „nicht-konsekutiv“ gestrichen und den Begriff konsekutiv entsprechend weit gefasst. Er bezeichnet nun Studiengänge, die als „vertiefende, verbreiternde, fachübergreifende oder fachlich andere Studiengänge“ ausgestaltet sind, als konsekutiv. Die Hochschule hat während der Vor-Ort-Gespräche versichert, dass die vorliegenden Masterstudiengänge nicht fachlich auf den eigenen Bachelorstudiengängen aufbauen sondern sich dezidiert an Absolventen/-innen anderer Hochschulen wenden. Sie wären somit als „fachlich andere“ Studiengänge einzustufen, die nach alter Klassifizierung als nicht-konsekutiv gegolten hätten. Dies wird aber aus den Studiendokumenten nicht hinreichend deutlich. Die Zugangsregelungen der Masterstudiengänge, und dabei insbesondere im Master Unternehmenskommunikation, schließen eine Aufnahme der eigenen Studierenden nicht eindeutig aus (siehe im Folgenden die Ausführungen zu den Zulassungsregelungen). Unter der Voraussetzung, dass diese Studiengänge tatsächlich nicht die eigenen Studiengänge fachlich weiterführen, sähen die Gutachter/-innen die Überschreitung der 5 Jahre Regelstudienzeit nicht als regelwidrig an, sehen jedoch die Notwendigkeit, dass die Hochschule diesen Charakter der Studiengänge transparent macht und den Nachweis erbringt, dass dementsprechend verfahren wird.

Zulassung

Die Zugangsregelungen sind in den entsprechenden Zulassungsordnungen festgehalten. Für die Design-Bachelorstudiengänge wird laut § 3 neben der Hochschulzugangsberechtigung und deutschen und englischen Sprachkenntnissen auch die fachliche Eignung der Studierenden anhand einer vorzulegenden Mappe überprüft:

3) Die Eignung zum Studium setzt eine fachliche Eignung der Bewerberin oder des Bewerbers zum Studium voraus. Die fachliche Eignung erfordert gute fachlich einschlägige Grundkenntnisse und nachgewiesenes Interesse am Fach Gestaltung in dem jeweiligen Studienschwerpunkt. Dazu ist ein Nachweis durch Vorlage einer Mappe mit eigenen Arbeiten aus den verschiedenen Gebieten der Gestaltung wie Grafik, Sachzeichnen, Illustrationen, Foto, Film, Webgestaltung zu führen.

Im Bachelorstudiengang Marketingkommunikation muss keine Mappe vorgelegt werden, hier werden stattdessen vor allem „analytische und konzeptionelle Fähigkeiten“ erwartet, die anhand des Aufnahmetests überprüft werden.

Die Masterstudiengänge setzen neben einem ersten berufsqualifizierenden Studienabschluss ebenfalls die fachliche Eignung voraus. Im Masterstudiengang Marketingkommunikation wird diese ähnlich wie im Bachelorstudiengang formuliert:

(3) Die Zulassung setzt eine fachliche und eine persönliche Eignung des Bewerbers sowie eine klare berufliche Orientierung voraus. Voraussetzung für die fachliche Eignung ist die Fähigkeit, analytisch, konzeptionell und strategisch zu denken und zu handeln.

Zudem wird vorausgesetzt, dass der vorausgegangene Studienabschluss in einem Studiengang erworben wurde, „der nicht fachlich vergleichbar ist“, was zumindest im Ansatz den „fachlich anderen“ Charakter des Studiengangs verdeutlicht, aber z.B. Studierende aus den eigenen Designstudiengängen nicht kategorisch ausschließt.

Im Master Unternehmenskommunikation ist diese Einschränkung nicht vorgesehen:

(1) Zum konsekutiven Masterstudiengang Unternehmenskommunikation kann zugelassen werden, wer einen Bachelor-, Diplom- oder Magisterabschluss in einem grundständigen Studiengang in den Fachrichtungen BWL/Marketing, Management, Marketingkommunikation, Public Relations, Kommunikationsmanagement, Publizistik oder vergleichbar. Zulassungsvoraussetzung sind Kenntnisse und Fähigkeiten der sozialwissenschaftlichen empirischen Methoden bzw. sind diese bis zum Ende des ersten Semesters nachzuweisen.

Diese Zulassungsvoraussetzungen würden auch den Studierenden des eigenen Bachelorstudiengangs Marketingkommunikation den Einstieg ermöglichen. Eine Regelung, dass die Studierenden der eigenen Hochschule, die den Bachelorstudiengang mit 210 ECTS-Punkten abschließt, in das zweite Semester einsteigen können oder dass ihnen 30 ECTS-Punkte erlassen werden, gibt es nicht, ebenso wenig Regelungen, die die eigenen Bachelorabsolventen/-innen vom Zugang ausschließen, so dass nicht ausgeschlossen werden kann, dass Studierende in einem konsekutiven Bachelor/Master-Studium an der design akademie für den Masterabschluss 330 ECTS-Punkte erwerben müssen bei einer Gesamt-Regelstudienzeit von 5,5 Jahren. Wie bereits oben erwähnt, steht eine solche Konstruktion im Widerspruch zu den KMK-Strukturvorgaben. Gleiches gilt auch für den konsekutiven Mas-

II Bewertungsbericht der Gutachter/-innen

1 Studiengangsübergreifende Aspekte

terstudiengang Strategic Design, der nicht Gegenstand dieses Verfahrens ist aber für die Studierenden der eigenen Bachelorabsolventen ebenfalls Anschlussmöglichkeiten bieten würde. Eine Flexibilisierung der Bachelorstudiengänge ist nur unter der Voraussetzung möglich, dass sichergestellt ist, dass Studierende dieser Studiengänge zusammen mit einem an der eigenen Hochschule anschließenden konsekutiven Masterstudiengang eine Regelstudienzeit von 5 Jahren bei 300 ECTS-Punkten Umfang nicht überschreiten. Diesen Nachweis muss die Hochschule noch erbringen.

Insbesondere im Hinblick auf den Zulassungsausschuss sollten die Zugangsmodalitäten noch präzisiert werden. Für die Feststellung der Eignung eines Bewerbers oder einer Bewerberin sollte mindestens das 4-Augen-Prinzip vorgesehen sein.

Studieninhalte

Auch der inhaltliche Aufbau der Bachelorstudiengänge verläuft nach einem sehr ähnlichen Muster, und die Studiengänge haben viele inhaltliche Überschneidungen. In den Design-Studiengängen wird das erste Semester („Orientierungssemester“) mit „Studium Generale“ überschrieben und dient der fachlichen und überfachlichen Einführung in das Design-Studium. Dieses Semester ist für alle Studierenden weitgehend identisch und soll die Wahl einer bestimmten Designrichtung unterstützen. Nach dem ersten Semester kann relativ einfach ein Studiengangswechsel erfolgen. Die weiteren Module unterteilen sich in Pflichtmodule, Wahlpflichtmodule und spezielle Wahlpflichtmodule als „Transdisziplinäres Angebot“. Weiterhin wollte die Hochschule alle Studiengänge deutlich stärker auf Kompetenzerwerb ausrichten und vermehrt als Projektstudium ausgestalten.

Die Studiengänge sind insgesamt stark auf die Anwendung und Berufsqualifizierung der Studierenden ausgerichtet. Dies entspricht dem Profil und dem Anspruch der Hochschule. In den Bachelorstudiengängen sehen die Gutachter/-innen dies als zielführend an, in den Masterstudiengängen ergeben sich jedoch Zweifel an dem wissenschaftlichen Niveau. Die Studiengänge erwecken in ihrer Darstellung, den Qualifikationszielen und den Modulbeschreibungen ein wenig den Eindruck, als ob dort auf Bachelorniveau studiert wird. Die Hochschulvertreter vor Ort haben zwar versichert, dass, auch wenn die Studierenden zum Teil in die Masterfächer erst neu eingeführt werden sollen, dies nichtsdestotrotz auf Masterniveau geschieht, dies geht jedoch aus den Unterlagen zu wenig hervor und muss deutlich stärker herausgestellt werden. Siehe hierzu auch 4.2 und 5.2.

Praxisanteile

Das vierte Semester der Bachelorstudiengänge dient jeweils einer Praxis- oder Mobilitätsphase, in der die Studierenden in einem Unternehmen berufliche Praxis erwerben und eigenständig ein Praxisprojekt durchführen sollen. Über die Modulbeschreibungen werden diese praktischen Studienanteile hinreichend inhaltlich bestimmt. Sie sind curricular eingebunden und werden angemessen betreut und vor- und nachbereitet. Das erfolgreiche Absolvieren dieser Module wird von der Hochschule geprüft. Die Praxisanteile sind also so ausge-

stattet, dass ECTS-Punkte dafür erworben werden können. Das vierte Semester dient zudem auch dazu, einige Zeit im Ausland zu verbringen, vor allem in der beruflichen Praxis.

Siehe ansonsten 2.2, 3.2 etc.

1.3 Studierbarkeit

Die Gutachter/-innen sehen die Studiengänge allgemein als studierbar an. Über die Aufnahmetests wird sichergestellt, dass die Studierenden die für das Studium nötigen Voraussetzungen mitbringen. Somit wird die erwartete Eingangsqualifikation bei der Durchführung der Studiengänge berücksichtigt. Der Studienplan ist so gestaltet, dass Lehrveranstaltungen überschneidungsfrei angeboten werden.

Die Studierbarkeit wird regelmäßig überprüft, was auch eine Überprüfung der Arbeitsbelastung einschließt. Für die zu reakkreditierenden Studiengänge wurden jedoch keine Ergebnisse der Evaluationen vorgelegt, die aufgrund der grundsätzlichen Umgestaltung der Studiengänge hingegen auch wenig Aussagekraft hätten.

Die Prüfungsdichte und Organisation erlaubt ebenfalls eine Studierbarkeit in der Regelstudienzeit. Pro Modul ist nur eine Prüfung vorgesehen und alle Module haben einen Umfang von 5 ECTS-Punkten oder einem Vielfachen davon

Die Betreuung und Beratung wurde von den Studierenden vor Ort allgemein als sehr gut angesehen, was auch die Belange von Studierenden mit Behinderung betrifft. Hierfür ist vor allem die Gleichstellungsbeauftragte zuständig. Die Räumlichkeiten der design akademie sind barrierefrei zugänglich. Ein Nachteilsausgleich wird in der Studien- und Prüfungsordnung gewährt.

1.4 Ausstattung

Die Hochschule hat erst vor kurzem ein neues Gebäude mit dem sogenannten „Aufbauhaus“ bezogen, das gute Voraussetzungen bietet für ihre Studiengänge. Es sind Fotostudios, eine Dunkelkammer, ein Filmstudio, ein Postproduction-Raum und ein Atelier für Package Design und Modellbau vorhanden, die gut ausgestattet sind. Zudem stehen 9 Seminarräume für jeweils 15-50 Studierende zur Verfügung. Zurzeit sind 15 Professoren/-innen an der Hochschule angestellt.

Die Bibliothek der design Akademie ist nicht sehr umfangreich, jedoch besteht eine Kooperation mit der Universität der Künste, so dass die Studierenden auch dort auf den Bücherbestand zurückgreifen können.

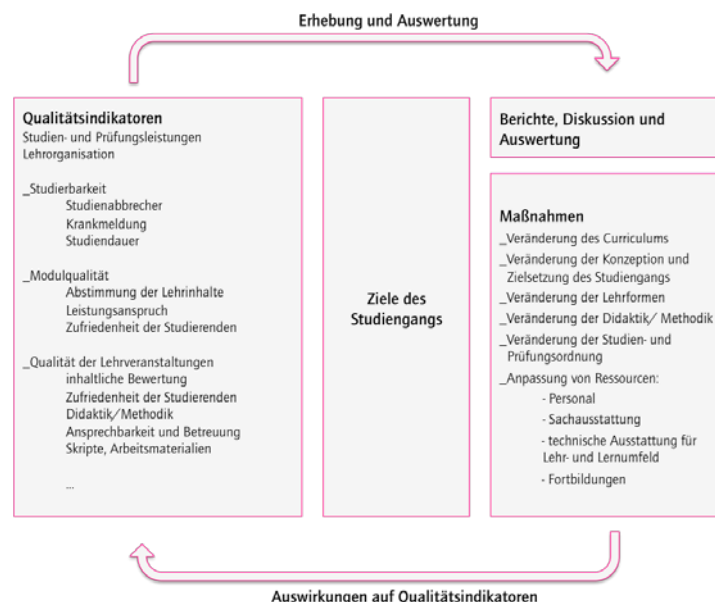
Die Studiengänge sind gebührenfinanziert und tragen sich aus diesen Gebühren selbst. Für die Bachelorstudiengänge werden monatlich € 650-690 erhoben, für die Masterstudiengänge € 850-900. Hinzu kommt eine Immatrikulationsgebühr von € 200. Die Hochschule hat eine Finanzplanung nachgereicht, die die Gutachter/-innen für nachvollziehbar halten.

An der Hochschule angesiedelt ist zudem das Forschungsinstitut für Ludologie, das zu 95% vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) und zu 5% aus der Wirtschaft finanziert wird.

Für die derzeitige Anzahl an Studierenden und die ersten Semester der neuen Studiengänge ist ausreichend räumliche und personelle Kapazität vorhanden, doch wenn alle Studiengänge unter Volllast fahren, wird die Ausstattung nicht mehr ausreichen. Die Gutachter/-innen sehen daher die Notwendigkeit, dass die Hochschule eine verbindliche Entwicklungsplanung vorlegt, die diesem Umstand Rechnung trägt, inklusive eines Plans zum Personalaufwuchs und zur Ausweitung der Räumlichkeiten und der sächlichen Ausstattung. Die Hochschule muss zeigen, dass die adäquate Durchführung der Studiengänge für den gesamten (Re-)Akkreditierungszeitraum gesichert ist. Zudem muss die offene Professur für Illustration zeitnah besetzt und bis zur Besetzung auf professoralem Niveau vertreten werden. Auch aus den Nachreichungen geht dies nicht deutlich hervor.

1.5 Qualitätssicherung

Die design akademie berlin führt Verfahren des hochschulinternen Qualitätsmanagements durch. Dies beinhaltet Lehrveranstaltungsevaluationen, in denen auch die Arbeitsbelastung untersucht wird. In der Evaluationsordnung ist ein Regelkreis für die Evaluation beschrieben, der sicherstellen soll, dass die Ergebnisse zur Weiterentwicklung des Studiengangs dienen:



Absolventen-Befragungen werden durchgeführt, und für die zu reakkreditierenden Studiengänge wurde eine Verbleibsstudie vorgelegt.

Der Studienerfolg wird über die erhobenen statistischen Daten über Studiendauer, Abbrecherquoten und Durchfallquoten untersucht. Im ersten Drittel des Semesters wird zudem eine informelle mündliche Befragung der Studierenden durchgeführt, in der auch Feedback zu den vorangegangenen Evaluationen gegeben wird.

II Bewertungsbericht der Gutachter/-innen

1 Studiengangübergreifende Aspekte

Die Gutachter/-innen sehen die Qualitätssicherungsinstrumente größtenteils als hinreichend an, jedoch fehlt in der Evaluationsordnung eine Verpflichtung zum Feedback an die Studierenden. Dies muss die Hochschule verbindlich festschreiben und durchführen.

2. Kommunikationsdesign (B.A.)

2.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

In der Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang werden die folgenden Ziele genannt:

- (1) Der Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign zielt auf eine generalistische berufliche Qualifizierung, die erfolgreiches berufliches Handeln in einem breiten Einsatzfeld des Kommunikationsdesign ermöglichen soll.
So qualifiziert es die Absolventen und Absolventinnen z.B. für eine berufliche Tätigkeit in Werbeagenturen, Designbüros, Verlagen, Werbe- und Grafikabteilungen von Unternehmen und Organisationen bzw. staatlichen Institutionen. Das Studium vermittelt die nötigen fachlichen und überfachlichen Kompetenzen für Berufsziele wie Kommunikationsdesigner/Kommunikationsdesignerin (Gestaltung), Art Director, Layouter, Konzeptioner/Konzeptionerin oder Werbeleiter/Werbeleiterin.
- (2) Ziel des Studiums ist die Vermittlung von theoretischen und praxisbezogenen Kenntnissen, Fähigkeiten und Methoden, um komplexe Aufgabenstellungen des Kommunikationsdesigns eigenverantwortlich-kreativ, strategisch und systematisch bearbeiten zu können.
Im Einzelnen gehören dazu:
 - die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit kommunikativen Problemen im Bereich Kommunikationsdesign,
 - das problemorientierte Erfassen der Situation,
 - die gesellschaftlichen und ökonomischen Zusammenhänge, in die Kommunikationsdesign eingebunden ist,
 - die Wirkungsbedingungen und -voraussetzungen zielgruppenorientierten Kommunikationsdesign - sowie die Methoden zu deren Erforschung,
 - die zielgerechte Konzeption adäquater Kommunikationsmaßnahmen,
 - die kreative Entwicklung visueller, verbaler, digitaler und audiovisueller Kommunikationsmaßnahmen,
 - die gestalterische, medienbezogene Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen.
- (3) Das Studium vermittelt neben den Fachkompetenzen überfachliche Kompetenzen. Dazu gehören die Fähigkeit, Probleme zu erkennen und in Zusammenhänge einzuordnen, analytisches und kritisches Denken, sowie Kommunikationsfähigkeit, Kooperations- und Teamfähigkeit.
- (4) Neben der Vermittlung wissenschaftlich-theoretischer Lehrinhalte in den genannten Bereichen ist das Studium in den praxisbezogenen Bereichen projektorientiert ausgerichtet.
- (5) Die Studierenden erhalten die Möglichkeit zur individuellen Profilbildung in den Bereichen
 - Interactive Development,
 - Film und Motion Design
 - FotografieDas Studium vermittelt hierzu spezifische Fachkompetenzen als Spezialisierungen.

Diese intendierten Lernergebnisse beziehen sich in angemessener Art und Weise auf die wissenschaftliche Befähigung, die Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung.

Siehe ansonsten 1.1

2.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Nach Auskunft der Hochschule soll der Studiengang „basierend auf fachtheoretischen gestalterischen und kommunikations-/wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen wie Darstellungs- und Entwurfsmethodik, Fotografie, Typographie und Kommunikationswissenschaften, Soziologie und Marketing für verschiedene Designdisziplinen (Kommunikationsdesigner, Grafikdesigner, Multimedia-Screen, Interaction- und Animationsdesigner, Packagedesigner, Designer im Bereich Film- und Foto, Editorial Designer, Schriftgestalter, Art- und Creative Director)“ qualifizieren. Dabei ist er zunächst generalistisch angelegt, doch in den höheren Semestern erfolgt eine individuelle Profilbildung in den Bereichen Interactive Development, Fotografie, Film- und Motion Design. Das erste Semester („Studium Generale“) dient der Orientierung im Feld Design und im 4. Semester ist eine Mobilitäts- und Projektphase vorgesehen. Innerhalb des Studiengangs werden zudem sogenannte „Kamera- und Studioführerschein“ erworben.

Die weiteren Semester nach der Orientierungsphase vertiefen die Kenntnisse und bauen inhaltlich aufeinander auf. Ab dem zweiten Semester wird stärker auf Konzeption eingegangen als Grundlage für Entwurfs- und Ideenprozesse zur Visualisierung und Gestaltung. Dabei werden bereits zu diesem Zeitpunkt Praxisprojekte mit Kooperationspartnern durchgeführt. Im dritten Semester sollen die Studierenden Modul-übergreifend ein Corporate Design für ein Unternehmen oder eine Marke erstellen. In der Praxisphase im vierten Semester sollen die Studierenden Zeit in einem Unternehmen im In- oder Ausland verbringen und haben zudem die Gelegenheit, Module an anderen Hochschulen zu belegen (z.B. den anderen Berliner SRH-Hochschulen). Weiterhin besteht die Möglichkeit, über ein Projekt eine Schwerpunktsetzung vorzunehmen. Die letzten Semester dienen dann dazu, neue Anwendungsgebiete zu vermitteln und sich zu profilieren. Während des optionalen sechsten Semesters können die Studierenden an einer Exkursion teilnehmen, einen Wettbewerbsbeitrag erstellen und das Studium weiter vertiefen.

Die Gutachter/-innen sehen das Konzept als überzeugend an. Der Studiengang vermittelt in angemessenem Maße Fachwissen und fachübergreifendes Wissen sowie fachliche, methodische und generische Kompetenzen. Er ist im Hinblick auf die formulierten Qualifikationsziele stimmig aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Insgesamt lässt sich feststellen, dass der Studiengang die inhaltlichen Anforderungen des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse für die Bachelor-Ebene in vollem Umfang erfüllt. Aufbauend auf dem Niveau der Hochschulzugangsberechtigung wird das Wissen und Verstehen der Studierenden angemessen verbreitert und vertieft und die Studierenden lernen die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden des Kommunikationsdesign kennen. Insbesondere durch die Praxisorientierung des Studiums und das integrierte Praxis- und Mobilitätssemester werden in angemessenem Umfang instrumentale und systemische Kompetenzen vermittelt. Kommunikative Kompetenzen werden durch den generellen seminaristischen Charakter der Lehre und durch das Projektstudium gefördert. Anschlussmöglichkeiten an

einen Masterstudiengang sind gegeben. Die Gutachter/-innen möchten lediglich empfehlen, den Anteil an Kommunikationswissenschaften im Studiengang zu erhöhen.

Siehe ansonsten 1.2

2.3 Studierbarkeit

Siehe 1.3

2.4 Ausstattung

Siehe 1.4

2.5 Qualitätssicherung

Siehe 1.5

3. Marketingkommunikation (B.A.)

3.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

In der Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang werden die folgenden Ziele genannt:

- (1) Der Bachelorstudiengang Marketingkommunikation zielt auf eine generalistische berufliche Qualifizierung, die erfolgreiches berufliches Handeln in einem breiten Einsatzfeld ermöglichen soll.
Er qualifiziert die Absolventen und Absolventinnen z. B. in Werbe-, PR-, Event-, Sponsoring- und Media- Agenturen oder bei Wirtschaftsunternehmen, bei Sozial- und Kultureinrichtungen oder in den Medien. Das Studium vermittelt die nötigen fachlichen und überfachlichen Kompetenzen für Berufsziele in Agenturen wie Kontakter/ Kontakterin (Kundenberater/Kundenberaterin), Konzeptioner/Konzeptionerin, Texter/Texterin, PR- Berater/PR-Beraterin oder Event-Manager/Event-Managerin. In Unternehmen arbeiten sie im Bereich Produktmanagement, Marketing, Werbung oder PR.
- (2) Ziel des Studiums ist die Vermittlung von theoretischen und praxisbezogenen Kenntnissen, Fähigkeiten und Methoden, um komplexe Aufgabenstellungen der Marketingkommunikation eigenverantwortlich kreativ und systematisch bearbeiten zu können.
Im Einzelnen gehören dazu:
 - die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit kommunikativen Problemen im Bereich Marketingkommunikation
 - das problemorientierte Erfassen der Situation
 - die Wirkungsbedingungen und -voraussetzungen zielgruppenorientierter Marketingkommunikation sowie die Methoden zu deren Erforschung
 - die zielgerichtete Konzeption adäquater Kommunikationsmaßnahmen
 - die Gestaltungsregeln verbaler, visueller, audiovisueller und digitaler Kommunikationsmaßnahmen
 - die Überwachung und Koordination bzw. gestalterische, medienbezogene Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen
 - die gesellschaftlichen und ökonomischen Zusammenhänge, in die Marketingkommunikation eingebunden ist
- (3) Darüber hinaus qualifiziert der Bachelorstudiengang Marketingkommunikation für ein weiterführendes Masterstudium in den Bereichen der Wirtschafts-, Sozial- und Kulturwissenschaften.
- (4) Das Studium vermittelt neben den Fachkompetenzen überfachliche Kompetenzen. Dazu gehören die Fähigkeit, Probleme zu erkennen und in Zusammenhänge einzuordnen, analytisches und kritisches Denken sowie Kommunikationsfähigkeit, Kooperations- und Teamfähigkeit.
- (5) Neben der Vermittlung wissenschaftlich-theoretischer Lehrinhalte in den genannten Bereichen ist das Studium in den praxisbezogenen Bereichen projektorientiert ausgerichtet.
- (6) Die Studierenden erhalten die Möglichkeit zur individuellen Studienvertiefung in den Bereichen
Brand Planning
Interactive Media

Kommunikationsmanagement

Das Studium vermittelt hierzu spezifische Fachkompetenzen als Wahlpflichtangebot.

Diese intendierten Lernergebnisse beziehen sich in angemessener Art und Weise auf die wissenschaftliche Befähigung, die Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung.

Siehe ansonsten 1.1

3.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Der Studiengang soll Kenntnisse und Fertigkeiten in 10 Wissens- und Kompetenzbereichen vermitteln, Marketingkommunikation, Betriebswirtschaftslehre, Marketing, Kommunikations- und Kampagnenplanung, Wirtschaftspsychologie, Kommunikations- und Medienwissenschaften, Kreation und Innovation, Karriere und Kompetenzen, Projektorientiertes Arbeiten und Thesis. Dabei soll der Studiengang auf der einen Seite wissenschaftlich-theoretisch, auf der anderen anwendungsorientiert-praktisch ausgestaltet sein, wobei die Praxisorientierung im Vordergrund steht.

In den ersten drei Semestern sollen neben der Einführung in die wesentlichen Themenbereiche auch Kompetenzen im Bereich Kommunikation, Präsentation und Mediennutzung vermittelt werden. Zudem wird das anschließende Praxissemester gezielt vorbereitet, das an einem externen Unternehmen absolviert wird. Im fünften Semester soll eine empirische Studie erstellt werden, deren Ergebnisse auch für die Thesis genutzt werden können. In dem optionalen sechsten Studiensemester haben die Studierenden die Möglichkeit, aus anderen Fächern Module zu wählen und ihre Studien weiter zu vertiefen. Zudem besteht hier die Gelegenheit, ein Auslandsstudium zu absolvieren. Im Abschlussemester wird die Thesis absolviert. Zudem werden noch weitere Fächer vertieft, um die Studierenden sollen noch einmal gezielt auf den Einstieg in das Berufsleben vorbereitet werden.

Die Gutachter/-innen sehen das Konzept als überzeugend an. Der Studiengang vermittelt in angemessenem Maße Fachwissen und fachübergreifendes Wissen sowie fachliche, methodische und generische Kompetenzen. Er ist im Hinblick auf die formulierten Qualifikationsziele stimmig aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Insgesamt lässt sich feststellen, dass der Studiengang die inhaltlichen Anforderungen des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse für die Bachelor-Ebene in vollem Umfang erfüllt. Aufbauend auf dem Niveau der Hochschulzugangsberechtigung wird das Wissen und Verstehen der Studierenden angemessen verbreitert und vertieft und die Studierenden lernen die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Marketingkommunikation kennen. Insbesondere durch die Praxisorientierung des Studiums und das integrierte Praxis- und Mobilitätssemester werden in angemessenem Umfang instrumentale und systemische Kompetenzen vermittelt. Kommunikative Kompetenzen werden durch den generellen seminaristischen Charakter der Lehre und durch das Projektstudium gefördert. Anschlussmöglichkeiten an einen Masterstudiengang sind gegeben. Die Gutachter/-innen möchten lediglich empfehlen,

den Anteil an Kommunikationswissenschaften im Studiengang zu erhöhen.

Siehe ansonsten 1.2

3.3 Studierbarkeit

Siehe 1.3

3.4 Ausstattung

Siehe 1.4

3.5 Qualitätssicherung

Siehe 1.5

4. Marketingkommunikation (M.A.)

4.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

In der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang werden die folgenden Ziele genannt:

- (1) Gegenstand des Masterstudiengangs Marketingkommunikation ist das Management von marktorientierter Kommunikation von Unternehmen und anderen Organisationen.
- (2) Ziel des Studiums ist die Vermittlung von wissenschaftlichen und praxisbezogenen Kenntnissen, Fähigkeiten und Methoden, um komplexe Aufgabenstellungen des Marketing, der Marketingkommunikation und des Kommunikationsmanagements in allen kommunikationsspraktischen Arbeitsphasen eigenverantwortlich und systematisch bearbeiten und lösen zu können

Im Einzelnen gehören dazu:

- die wissenschaftliche und problemorientierte Analyse kommunikativer Probleme der Marketingkommunikation, das problemorientierte Erfassen der Situation und die Entwicklung von Kommunikationsstrategien und Kommunikationskonzepten zur Lösung der Probleme,
 - die Wirkungsbedingungen und -voraussetzungen zielgruppenorientierter Marketingkommunikation sowie die Methoden derer Erforschung,
 - die Gestaltungsregeln verbaler, visueller und audiovisueller Kommunikationsmaßnahmen,
 - die gesellschaftlichen, kulturellen und ökonomischen Zusammenhänge, in die Marketingkommunikation eingebunden ist,
 - die künftigen Entwicklungen in der Marketingkommunikation vor dem Hintergrund aktueller Theorien und Prognosen,
 - die Überwachung und Koordination der gestalterischen Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen
 - sowie das Management und die Leitung von Projektteams.
- (3) Neben der Vermittlung wissenschaftlich-theoretischer Lehrinhalte in den genannten Bereichen ist das Studium in den praxisbezogenen Bereichen projektorientiert ausgerichtet.
 - (4) Das Ziel des Studiums ist die Befähigung zum eigenständigen wissenschaftlichen Arbeiten und zu einem selbständigen Entscheidungsverhalten als Voraussetzung für die Übernahme von Führungspositionen im Marketing, in der Marketingkommunikation und im Kommunikationsmanagement
 - (5) Das Masterstudium qualifiziert die Absolventen/Absolventinnen für eine berufliche Tätigkeit als Spezialisten und Führungskräfte in der Kommunikationswirtschaft sowie in den für Kommunikationsaufgaben verantwortlichen Bereichen der Politik, Gesellschaft und Kultur für Berufsziele wie Kontakter/Kontakterin (Kundenberater/Kundenberaterin), Konzeptioner/Konzeptionerin, Planner/Plannerin, Produktmanager/Produktmanagerin, Marketingleiter/Marketingleiterin, Werbeleiter/Werbeleiterin oder PR-Leiter/PR-Leiterin.
 - (6) Darüber hinaus vermittelt das Studium überfachliche Kompetenzen. Dazu gehören die Fähigkeit, Probleme zu erkennen und in Zusammenhänge einzuordnen, analytisches und kritisches Denken sowie Kommunikationsfähigkeit, Kooperations-, Team- und Teamleitungsfähigkeit.

Diese intendierten Lernergebnisse beziehen sich in angemessener Art und Weise auf die

wissenschaftliche Befähigung, die Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung.

Siehe ansonsten 1.1

4.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Die Hochschule beschreibt in Ihrem Antrag, dass der Masterstudiengang vor allem vier Kompetenzbereiche bedient:

- Fundiertes, anwendungsorientiertes Wissen über die fach- und gegenstandsspezifischen theoretischen Grundlagen und Modelle (z. B. Kommunikations- und Medientheorie, Marken- und Konsumentensoziologie und -psychologie, Wirtschaftswissenschaften).
- Fähigkeit zur kritischen Kontextualisierung der Branche, ihrer Entwicklungen sowie des eigenen Handelns darin. Dazu gehört die Reflexionsfähigkeit über die gesellschaftlichen, ökonomischen und ökologischen Folgen und Nebenwirkungen von Marketinghandeln, das Bewusstsein über ethische Implikationen, aber auch der Blick „über den Tellerrand“ des eigenen Fachs – aktuell z. B. auf die Entwicklungen im Bereich „Big Data“ oder der so genannten „Share Economy“.
- Souveräne Beherrschung der aktuellen Werkzeuge und Instrumente in den Kerndisziplinen der Marketingkommunikation. Dazu gehören nicht nur die Basis-Instrumente wie die unterschiedlichen Kommunikationsinstrumente (einschließlich der dynamischen Entwicklungen im Bereich Social Media) sowie die analytischen Instrumente wie empirische Forschung, sondern auch z. B. Techniken zur Stimulierung und Steuerung von Kurations- und Innovationsprozessen.
- Umfassende Erfahrung in der konzertierten Anwendung des Wissens und der Fertigkeiten in unmittelbar praxisrelevanten oder direkt aus der Praxis kommenden Aufgabenstellungen. Dies beinhaltet nicht nur die professionelle Bearbeitung gegebener Aufgaben, sondern auch deren kritisches Hinterfragen, das Beleuchten des gesellschaftlichen Kontextes und ggf. das Aufzeigen von Lösungswegen jenseits der geforderten Umsetzung.

Hierdurch sollen die Studierenden auf Führungsaufgaben vorbereitet und in die Lage versetzt werden, „wissenschaftlich und analytisch fundierte Entscheidungen in komplexen Systemen zu treffen“ und „in größeren Zusammenhängen zu denken und dies kritisch und selbstkritisch zu reflektieren“. Hierfür ist der Studiengang in vier Stränge von Pflichtmodulen („Grundlagen der Marketingkommunikation“, „Instrumente“, „Praxisprojekte“ sowie „Theorie für die Praxis“), in denen die Module zumeist konsekutiv aufeinander aufbauen, drei inhaltlich zusammenhängende Stränge von Wahlpflichtmodulen („Kreation & Innovation“, „Wirtschaft & Gesellschaft“, „Wissenschaftliches Kolloquium“), aus denen in jedem Semester zwei Module gewählt werden können, sowie freie Wahlmodule aufgeteilt, die studiengangs-, semester- und hochschulübergreifend (z.B. aus den anderen Berliner SRH-Hochschulen) absolviert werden können.

Die Gutachter/-innen sehen das Konzept größtenteils als positiv an. Der Studiengang vermit-

telt Fachwissen und fachübergreifendes Wissen sowie fachliche, methodische und generische Kompetenzen. Er ist im Hinblick auf die formulierten Qualifikationsziele stimmig aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Insgesamt ist aus der Darstellung heraus jedoch nicht ganz erkennbar, ob der Studiengang die inhaltlichen Anforderungen des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse für die Master-Ebene in vollem Umfang erfüllt. Insbesondere lässt sich nicht erkennen, ob der Studiengang aufbauend auf dem Niveau der Hochschulzugangsberechtigung das Wissen und Verstehen der Studierenden angemessen verbreitert und vertieft. Die Studierenden lernen die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Marketingkommunikation kennen, aber ob sie in der Lage sind, die Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen des Fachs zu definieren und zu interpretieren und ein breites, detailliertes und kritisches Verständnis auf dem neusten Stand des Wissens erwerben, wird nicht deutlich. Die Gutachter/-innen möchten weiterhin empfehlen, den Anteil an Kommunikationswissenschaften im Studiengang zu erhöhen.

Insbesondere durch die Praxisorientierung des Studiums und das integrierte Praxis- und Mobilitätssemester werden hingegen in angemessenem Umfang instrumentale und systemische Kompetenzen vermittelt. Kommunikative Kompetenzen werden durch den generellen seminaristischen Charakter der Lehre und durch das Projektstudium gefördert. Anschlussmöglichkeiten an eine Promotion sind gegeben.

Siehe ansonsten 1.2

4.3 Studierbarkeit

Siehe 1.3

4.4 Ausstattung

Siehe 1.4

4.5 Qualitätssicherung

Siehe 1.5

5. Unternehmenskommunikation (M.A.)

5.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

In der Studien- und Prüfungsordnung für den Masterstudiengang werden die folgenden Ziele genannt:

- (1) Gegenstand des Masterstudiengangs Unternehmenskommunikation ist das Management von Kommunikation von Unternehmen und anderen Organisationen mit allen relevanten Stakeholdern.
- (2) Ziel des Studiums ist die Vermittlung von sowohl wissenschaftlichen als auch insbesondere praxisbezogenen Kenntnissen, Fähigkeiten und Methoden, um komplexe Aufgabenstellungen der Unternehmenskommunikation und ihrer Handlungsfelder sowie des Kommunikationsmanagements in allen kommunikationspraktischen Arbeitsphasen eigenverantwortlich und systematisch bearbeiten und lösen zu können.

Im Einzelnen gehören dazu:

- die theoriebasierte Analyse kommunikativer Probleme der Unternehmenskommunikation, das problemorientierte Erfassen der Situation und die Entwicklung von Kommunikationsstrategien und -konzepten zur Lösung der Probleme,
 - das Erfassen und Beurteilen gesellschaftlicher, kultureller und ökonomischer Zusammenhänge, in die die Unternehmenskommunikation eingebunden ist,
 - Kenntnisse und ihre Anwendung zu Wirkungsbedingungen und -voraussetzungen zielgruppenorientierter Unternehmenskommunikation sowie der Methoden ihrer Erforschung,
 - die strategische Planung und Umsetzung von Kommunikation im Rahmen der internen und externen Kommunikation,
 - Gestaltungsgrundlagen und integrierte Konzeption verbaler und visueller Kommunikationsmaßnahmen in allen Kanälen, ihre Koordination und das Controlling,
 - die künftigen Entwicklungen in der Unternehmenskommunikation vor dem Hintergrund aktueller Theorien und Prognosen,
 - sowie die Leitung von Kommunikationsprojekten innerhalb von Unternehmen und in Zusammenarbeit mit Dienstleistern.
- (3) Neben der Vermittlung wissenschaftlich-theoretischer Lehrinhalte in den genannten Bereichen ist das Studium in den praxisbezogenen Bereichen projektorientiert ausgerichtet.
 - (4) Das Ziel des Studiums ist die Befähigung zum eigenständigen wissenschaftlichen Arbeiten und zu einem selbständigen Entscheidungsverhalten als Voraussetzung für die Übernahme von Führungspositionen in der Unternehmenskommunikation und im Kommunikationsmanagement.
 - (5) Das Masterstudium qualifiziert die Absolventen/Absolventinnen für eine berufliche Tätigkeit als Spezialisten und Führungskräfte in der Kommunikationswirtschaft sowie in den für Kommunikationsaufgaben verantwortlichen Bereichen der Politik, Gesellschaft und Kultur für Berufsziele wie Pressesprecherin/Pressesprecher, PR-Leiter/-Leiterin, Referentin/Referent im Bereich Unternehmenskommunikation bzw. Beraterpositionen.
 - (6) Darüber hinaus vermittelt das Studium überfachliche Kompetenzen. Dazu gehören die Fähigkeit, Probleme zu erkennen und in Zusammenhänge einzuordnen, analytisches und kritisches Denken sowie Kommunikationsfähigkeit, Kooperations-, Team- und Teamleitungsfähigkeit.

Diese intendierten Lernergebnisse beziehen sich in angemessener Art und Weise auf die wissenschaftliche Befähigung, die Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung.

Siehe ansonsten 1.1

5.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Die Hochschule beschreibt in Ihrem Antrag, dass der Masterstudiengang vor allem vier Kompetenzbereiche bedient:

- Theorie und Handeln: Die Vermittlung des **wissenschaftsbasierten und anwendungsorientierten Wissens** beinhaltet fach- und gegenstandsspezifische Grundlagen und Modelle in Themengebieten wie der aktuellen Kommunikations- und Medientheorie, des Stakeholder-, Kommunikations- und Reputationsmanagements, der Evaluation und des Controllings von Kommunikation, von Agenda-, Innovations- und Trend-Prozessen. Auf dieser Basis entwickeln die Studierenden eine praxisorientierte und zugleich theoriebasierte Auseinandersetzung mit kommunikativen Problemen und Situationen inkl. Lösungsansätzen im beruflichen Feld der Unternehmenskommunikation.
- Kommunikationsinstrumente: Durch das Studium wird ein souveränes Beherrschen des **Instrumentariums** in den wichtigsten Handlungsfeldern der Unternehmenskommunikation erworben werden. Dazu gehören nicht nur eine reflektierte Planung und der Einsatz von Instrumente innerhalb der relevanten Kommunikationskanäle und -zusammenhänge, sondern auch ein tiefergehendes Wissen über die Evaluation von Kommunikation und der dazugehörigen Forschungsmethoden, um ein ganzheitliches, integriertes Kommunikationsmanagement zu ermöglichen. Ergänzt wird dieses Wissen durch Techniken zur Steuerung von Kurations- und Innovationsprozessen und ihrer gestalterischen, medienbezogenen Umsetzung.
- Praxisorientierung: Die Fähigkeit, die Kommunikation von Unternehmen zu kontextualisieren und in größere Zusammenhänge einzubetten, ist eine wichtige Dimension kommunikativen Handelns in der **Praxis**, und wesentlicher Bestandteil des Studiums. Dazu gehört die Reflexionsfähigkeit über gesellschaftliche, ökonomische und ökologische Folgen bzw. Wirkungen kommunikativen Handelns. Das Bewusstsein hierfür wird u. a. auch durch den engen Kontakt mit Partnern und Dozierenden aus Wirtschaft und Gesellschaft und ein weitgefächertes Exkursions- und Projektprogramm im Studium angestrebt.
- Persönlichkeit: **Personale Kompetenzen**, wie die Fähigkeit, für neue Aufgaben Ziele unter Einbeziehen potenzieller gesellschaftlicher wie ökonomischer Auswirkungen zu definieren, bedeuten auch das Umsetzen mit geeigneten Kommunikationsmitteln. Grundlage hierfür sind Erfahrungen der Studierenden in der konzertierten Anwendung des erworbenen Wissens und dessen Umsetzung in realitätsnahen Aufgaben und Projekten. Dies beinhaltet sowohl die eigenständige Leitung von Teams und das Erwerben von Entscheidungskompetenz unter Berücksichtigung des sozialen, kulturellen und ökonomischen Kontextes als auch eine darüber hinausgehende, kritische Reflexion des eigenen Handelns.

Hierdurch sollen die Studierenden in die Lage versetzt werden, „wissenschaftlich fundierte Entscheidungen in komplexen Organisationen (Non-Profit und For-Profit) zu treffen. Hierzu

ist der Studiengang in Pflicht- und Wahlpflichtmodule aus den oben genannten Kompetenzbereichen und studiengangs-, semester- bzw. hochschulübergreifende freie Wahlmodule (z.B. aus den anderen Berliner SRH-Hochschulen) aufgeteilt. Die Module bauen dabei nicht konsekutiv aufeinander auf. In den ersten drei Semestern sind jeweils Praxisprojekte vorgesehen die ab dem zweiten Semester mit externen Praxispartnern durchgeführt werden sollen.

Die Gutachter/-innen sehen das Konzept größtenteils als überzeugend an. Der Studiengang vermittelt Fachwissen und fachübergreifendes Wissen sowie fachliche, methodische und generische Kompetenzen. Er ist im Hinblick auf die formulierten Qualifikationsziele stimmig aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Insgesamt ist aus der Darstellung heraus jedoch nicht ganz erkennbar, ob der Studiengang die inhaltlichen Anforderungen des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse für die Master-Ebene in vollem Umfang erfüllt. Insbesondere lässt sich nicht erkennen, ob der Studiengang aufbauend auf dem Niveau der Hochschulzugangsberechtigung das Wissen und Verstehen der Studierenden angemessen verbreitert und vertieft. Die Studierenden lernen die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Unternehmenskommunikation kennen, aber ob sie in der Lage sind, die Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen des Fachs zu definieren und zu interpretieren und ein breites, detailliertes und kritisches Verständnis auf dem neusten Stand des Wissens erwerben, wird nicht deutlich. Die Gutachter/-innen möchten weiterhin empfehlen, den Anteil an Kommunikationswissenschaften im Studiengang zu erhöhen.

Insbesondere durch die Praxisorientierung des Studiums und das integrierte Praxis- und Mobilitätssemester werden hingegen in angemessenem Umfang instrumentale und systemische Kompetenzen vermittelt. Kommunikative Kompetenzen werden durch den generellen seminaristischen Charakter der Lehre und durch das Projektstudium gefördert. Anschlussmöglichkeiten an eine Promotion sind gegeben.

Siehe ansonsten 1.2

5.3 Studierbarkeit

Siehe 1.3

5.4 Ausstattung

Siehe 1.4

5.5 Qualitätssicherung

Siehe 1.5

6. Fotografie (B.A.)

6.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

In der Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang werden die folgenden Ziele genannt:

- (1) Der Bachelorstudiengang Fotografie zielt auf eine generalistische berufliche Qualifizierung, die erfolgreiches berufliches Handeln in einem breiten Einsatzfeld der Fotografie ermöglichen soll. Er qualifiziert die Absolventen und Absolventinnen z. B. für eine berufliche Tätigkeit als Fotograf/Fotografin, sowie eine Tätigkeit in Werbeagenturen, Designbüros, Verlagen, Bildagenturen, Postproduktions-Agenturen, Werbe- und Grafikabteilungen von Unternehmen und Organisationen bzw. staatlichen Institutionen. Das Studium vermittelt die nötigen fachlichen und überfachlichen Kompetenzen für Berufsziele wie z. B. angewandte(r) oder künstlerische(r) Fotograf/Fotografin, Bildredakteur/Bildredakteurin, Art Director, Art Buying, Kurator/Kuratorin.
- (2) Ziel des Studiums ist die Vermittlung von theoretischen und praxisbezogenen Kenntnissen, Fähigkeiten und Methoden, um komplexe Aufgabenstellungen der Fotografie eigenverantwortlich-kreativ und systematisch bearbeiten zu können.
Im Einzelnen gehören dazu:
 - die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit kommunikativen Problemen im Bereich der Fotografie,
 - das problemorientierte Erfassen der Situation,
 - die gesellschaftlichen und ökonomischen Zusammenhänge, in die Fotografie eingebunden ist,
 - die Wirkungsbedingungen und -voraussetzungen zielgruppenorientierter fotografischer Gestaltung und Kommunikation sowie die Methoden zu deren Erforschung,
 - die zielgerichtete Konzeption, kreative Entwicklung und gestalterische, medienbezogene Umsetzung adäquater Kommunikationsmaßnahmen.
- (3) Das Studium vermittelt neben den Fachkompetenzen überfachliche Kompetenzen. Dazu gehören die Fähigkeit, Probleme zu erkennen und in Zusammenhänge einzuordnen, analytisches und kritisches Denken, sowie Kommunikationsfähigkeit, Kooperations- und Teamfähigkeit.
- (4) Neben der Vermittlung wissenschaftlich-theoretischer Lehrinhalte in den genannten Bereichen ist das Studium in den praxisbezogenen Bereichen projektorientiert ausgerichtet.
- (5) Die Studierenden erhalten die Möglichkeit zur individuellen Vertiefung in den Bereichen
 - Film und Motion Design (Crossmediale Gestaltung)
 - Web Development (Crossmediale Gestaltung)
 - Fotografie, weitere Angebote (Crossmediale Gestaltung)
 - Transdisziplinäre Angebote (semester-, studiengangs- und hochschulübergreifend).Das Studium vermittelt hierzu spezifische Fachkompetenzen als Spezialisierungen.

Diese intendierten Lernergebnisse beziehen sich in angemessener Art und Weise auf die wissenschaftliche Befähigung, die Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung.

Siehe ansonsten 1.1

6.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Der Studiengang umfasst 37 Module, die in sieben Kompetenzbereiche aufgeteilt sind, Fotografie, (klassische) Printmedien, (neue) Bildmedien, Wissenschaften, crossmediale Gestaltung, Transdisziplinäres Angebot und die Bachelorthesis. Nach dem allgemeinen Orientierungssemester (Studium Generale) werden die Studierenden im zweiten und dritten Semester stark anwendungsorientiert in diese Teilbereiche eingeführt. Hiernach folgt das Mobilitäts- und Praxissemester, in dem die Studierenden ein externes Praktikum absolvieren sollen und auch die Gelegenheit bekommen, Kurse in anderen Fächern oder an anderen Hochschulen zu absolvieren (z.B. den anderen Berliner SRH-Hochschulen). Zudem soll in einem Projektmodul eine freie fotografische Arbeit erstellt werden. Das fünfte und optionale sechste Semester sind deutlich künstlerischer ausgerichtet und die Studierenden werden darauf vorbereitet, eine Ausstellung zu planen und ein eigenes künstlerisches Profil zu entwickeln. Im optionalen sechsten Semester ist dies dann stark experimentell geprägt. Das Abschlusssemester ist dann wieder stärker auf die Anwendung fokussiert und die Studierenden werden neben der Thesis auch auf eine bevorstehende berufliche Selbstständigkeit vorbereitet.

Die Gutachter/-innen sehen das Konzept als überzeugend an. Der Studiengang vermittelt in angemessenem Maße Fachwissen und fachübergreifendes Wissen sowie fachliche, methodische und generische Kompetenzen. Er ist im Hinblick auf die formulierten Qualifikationsziele stimmig aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Insgesamt lässt sich feststellen, dass der Studiengang die inhaltlichen Anforderungen des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse für die Bachelor-Ebene in vollem Umfang erfüllt. Aufbauend auf dem Niveau der Hochschulzugangsberechtigung wird das Wissen und Verstehen der Studierenden angemessen verbreitert und vertieft und die Studierenden lernen die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Fotografie kennen. Insbesondere durch die Praxisorientierung des Studiums und das integrierte Praxis- und Mobilitätssemester werden in angemessenem Umfang instrumentale und systemische Kompetenzen vermittelt. Kommunikative Kompetenzen werden durch den generellen seminaristischen Charakter der Lehre und durch das Projektstudium gefördert. Anschlussmöglichkeiten an einen Masterstudiengang sind gegeben. Die Gutachter/-innen möchten lediglich empfehlen, die Vertiefungsmöglichkeiten deutlicher herauszustellen.

Siehe ansonsten 1.2

6.3 Studierbarkeit

Siehe 1.3

6.4 Ausstattung

Speziell für den Studiengang verfügt die Hochschule nach eigenen Angaben über die fol-

gende Ausstattung:

- ein Fotostudio mit professioneller 90°-Foto-Hohlkehle und darüber angeordnetem Decken-Schienen-System für eine stationäre Blitzlichtanlage, einem semitransparenten Aufnahme-tisch für die Produktfotografie, sowie einem vollautomatisierten Hintergrundsystem mit diver-sen wählbaren Hintergrundfarben für die Mode- und Portraitfotografie;
- sieben leistungsstarke Blitzlicht-Generatoren (Profoto, Blasing) und ein umfangreiches Sor-timent an Lampenköpfen, unterschiedlichen Lichtformern und weiterem Studiozubehör;
- professionelle Kameramodelle der Hersteller Canon und Nikon mit einer breite Auswahl an Objektiven;
- ein Videostudio mit einer großen Green-Screen mit Doppel-90°-Hohlkehle. und professionel-lem Decken-Lichtsystem mit Hochleistungs-Scheinwerfern (Arri) und Flächenleuchten zur Verfügung;
- Software für Foto-, Film- und CGI-Produktionen (Adobe CC, Avid, Cinema4D u. a.);
- ein professioneller 3D Studio-Monitor und ein 3D Fernseher für stereoskopische Bildbearbei-tung und –Betrachtung.

Siehe ansonsten 1.4

6.5 Qualitätssicherung

Siehe 1.5

7. Film und Motion Design (B.A.)

7.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

In der Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang werden die folgenden Ziele genannt:

- (1) Der Bachelorstudiengang Film und Motion Design zielt auf eine generalistische berufliche Qualifizierung, die erfolgreiches berufliches Handeln in einem breiten Einsatzfeld der Film- und TV-Branche ermöglichen soll. Das Studium vermittelt die nötigen fachlichen und überfachlichen Kompetenzen für Berufsziele wie z. B. Regisseur, Kameramann, Cutter, Motion Designer oder Art Director und qualifiziert die Absolventinnen und Absolventen für eine Tätigkeit in Filmproduktionsunternehmen, Agenturen, TV-Sendern, Postproduktions- Firmen, Designbüros, Werbe- und Grafikabteilungen von Unternehmen und Organisationen bzw. staatlichen Institutionen.
- (2) Ziel des Studiums ist die Vermittlung von theoretischen und praxisbezogenen Kenntnissen, Fähigkeiten und Methoden, um komplexe Aufgabenstellungen im Bereich Film und Motion Design eigenverantwortlich-kreativ und systematisch bearbeiten zu können.
Im Einzelnen gehören dazu:
 - die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit kommunikativen Problemen im Bereich Film und Motion Design,
 - das problemorientierte Erfassen einer Situation,
 - die gesellschaftlichen und ökonomischen Zusammenhänge, in die Film und Motion Design eingebunden sind,
 - die Wirkungsbedingungen und -voraussetzungen zielgruppenorientierter audiovisueller Gestaltung und Kommunikation sowie die Methoden zu deren Erforschung,
 - die zielgerichtete Konzeption, kreative Entwicklung und gestalterische, medienbezogene Umsetzung adäquater Kommunikationsmaßnahmen.
- (3) Das Studium vermittelt neben den Fachkompetenzen überfachliche Kompetenzen. Dazu gehören die Fähigkeit, Probleme zu erkennen und in Zusammenhänge einzuordnen, analytisches und kritisches Denken, sowie Kommunikationsfähigkeit, Kooperations- und Teamfähigkeit.
- (4) Neben der Vermittlung wissenschaftlich-theoretischer Lehrinhalte in den genannten Bereichen ist das Studium in den praxisbezogenen Bereichen projektorientiert ausgerichtet.
- (5) Die Studierenden erhalten die Möglichkeit zur individuellen Vertiefung unter anderem in den Bereichen
 - Fotografie (Crossmediale Gestaltung),
 - Web Development (Crossmediale Gestaltung)
 - Illustration (Crossmediale Gestaltung),
 - Transdisziplinäre Kurs-Angebote (semester-, studiengangs- und hochschulübergreifend).

Das Studium vermittelt hierzu spezifische Fachkompetenzen als Spezialisierungen.

Diese intendierten Lernergebnisse beziehen sich in angemessener Art und Weise auf die wissenschaftliche Befähigung, die Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung.

Siehe ansonsten 1.1

7.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Das Studium ist in sechs Kompetenzbereiche aufgeteilt, Produktion audiovisueller Inhalte, Postproduktion audiovisueller Inhalte, Crossmediale und interaktive Gestaltung, Kommunikations-, Film-, Wirtschafts- und Medienwissenschaften, Thesis und Transdisziplinäres Angebot. Diese ziehen sich mit Ausnahme der Bachelorthesis in Strängen durch das gesamte Studium. In den transdisziplinären Modulen können frei Angebote der gesamten Hochschule oder auch an anderen Hochschulen (z.B. den anderen Berliner SRH-Hochschulen) gewählt werden. Das erste Semester dient auch hier der Orientierung (Studium Generale). Anschließend erwerben die Studierenden Grundlagen und erweiterte Fähigkeiten und Kompetenzen in den einzelnen Kompetenzbereichen. Das vierte Semester dient einer Mobilitäts- und Projektphase, in dem die Studierenden ein externes Praktikum absolvieren können. Im optionalen sechsten Semester sollen die Studierenden Kompetenzen im Bereich der Augmented Reality erwerben und erhalten die Gelegenheit, an Wettbewerben und Exkursionen teilzunehmen und Ihre Fähigkeiten und Kenntnisse weiter zu vertiefen. Im Abschlussemester werden die Studierenden neben der Thesis auch auf eine bevorstehende berufliche Selbstständigkeit vorbereitet.

Die Gutachter/-innen sehen das Konzept als überzeugend an. Der Studiengang vermittelt in angemessenem Maße Fachwissen und fachübergreifendes Wissen sowie fachliche, methodische und generische Kompetenzen. Er ist im Hinblick auf die formulierten Qualifikationsziele stimmig aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Insgesamt lässt sich feststellen, dass der Studiengang die inhaltlichen Anforderungen des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse für die Bachelor-Ebene in vollem Umfang erfüllt. Aufbauend auf dem Niveau der Hochschulzugangsberechtigung wird das Wissen und Verstehen der Studierenden angemessen verbreitert und vertieft und die Studierenden lernen die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden des Film- und Motiondesign kennen. Insbesondere durch die Praxisorientierung des Studiums und das integrierte Praxis- und Mobilitätssemester werden in angemessenem Umfang instrumentale und systemische Kompetenzen vermittelt. Kommunikative Kompetenzen werden durch den generellen seminaristischen Charakter der Lehre und durch das Projektstudium gefördert. Anschlussmöglichkeiten an einen Masterstudiengang sind gegeben. Die Gutachter/-innen möchten lediglich empfehlen, die Vertiefungsmöglichkeiten deutlicher herauszustellen.

Siehe ansonsten 1.2

7.3 Studierbarkeit

Siehe 1.3

7.4 Ausstattung

Zur speziellen Ausstattung für den Studiengang macht die Hochschule noch die folgenden Angaben:

Das Filmstudio des Bachelorstudiengangs Film und Motion Design verfügt über eine Längsachse von 10m. Die Vorhangkonstruktion besteht aus einem dreiläufigen Schienensystem (Cromagrün, inkl. 180 Grad Hohlkehle + Bodenabdeckung / Schwarz / Weiß) mit einer Breite von 6,50m und einer Tiefe von 3m.

An dem Traversensystem hängen für die Vorhangsbeleuchtung 10 LED Leuchten sowie 9 Stufenlinsenscheinwerfer (Tages- und Kunstlicht) für die szenische Ausleuchtung. Die Steuerung erfolgt über ein Lichtstellpult.

Für Außendrehen stehen mobile Lichtsets (LED und ARRI Scheinwerfer) zur Verfügung.

Im Bereich DSLR-Kameratechnik stehen rd. 8 Canon EOS 5D Kameras (Mark II und III) einschließlich einer großen Objektivauswahl und Zubehör (Riggs, Stative, etc.) zur Verfügung.

Im 4K Kamerabereich wird eine Blackmagic URSA (BM Ursa EF) genutzt, mit einem 3er Optikset von Zeiss (35mm / 50mm / 85mm), inkl. Teleprompter, Stativ und Mattebox.

Im Tonaufnahmebereich stehen neben Zoom Aufnahmegegeräten und professioneller Mikrofontechnik auch Funkstrecken und Zubehör (Angel, etc.) zur Verfügung.

Für die Postproduktion stehen in einem eigenen Arbeitsraum 4 PC-Workstations zur Verfügung, ausgestattet mit 32 GB Arbeitsspeicher / 1TB SSD Festplatte sowie jeweils zwei Monitoren, ein Videomonitor und ein Videomonitor 3D / 4K. Für den mobilen Einsatz gibt es einen 8 GB PC-Laptop mit 500 GB SSD Festplatte.

Für die Postproduktion stehen außerdem 4 Apple-Workstations mit 32 GB Arbeitsspeicher sowie (kalibrierbaren) Monitoren zur Verfügung.

Als Software werden die Programme der Adobe Cloud verwendet, im 3D Bereich wird mit der R16 Version von Cinema 4D gearbeitet, sowie aus der Autodesk Entertainment Creation Suite mit 3ds Max + Maya.

Als Schnittprogramm wird neben Premiere und Final Cut AVID-Software benutzt mit einem eigenen 64 TB-Server. Für das Colour-Grading wird das Programm DaVinci Resolve verwendet.

Für den Moment ist diese Ausstattung ausreichend, jedoch möchten die Gutachter/-innen empfehlen, mit zunehmender Studierendenzahl die Werkstätten und Studios weiter auszubauen und auch ein Tonstudio einzurichten

Siehe ansonsten 1.4

7.5 Qualitätssicherung

Siehe 1.5

8. Web Development (B.A.)

8.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

In der Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang werden die folgenden Ziele genannt:

- (1) Der Bachelorstudiengang Web Development zielt auf eine generalistische berufliche Qualifizierung, die erfolgreiches berufliches Handeln in einem breiten Einsatzfeld der digitalen Produktentwicklung ermöglichen soll.
Das Studium vermittelt die nötigen fachlichen und überfachlichen Kompetenzen zu zielgerichteten Konzeption und zur problemorientierten Gestaltung und Entwicklung von interaktiven Produkten und Diensten. Absolventen besetzen damit leitende Schlüsselpositionen in interdisziplinären Entwicklungsteams u. a. als Web Entwickler/in, Software Entwickler/in, Mobile Developer / Entwickler/in, Web Designer/in, Interaction Designer/in, Front- und Backend Entwickler/in oder Social Media Engineer / Strategie/in.
- (2) Ziel des Studiums ist die Vermittlung von theoretischen und praxisbezogenen Kenntnissen, Fähigkeiten und Methoden, um komplexe Aufgabenstellungen der Entwicklung von Webtechnologie eigenverantwortlich-kreativ, strategisch und systematisch bearbeiten zu können.
Im Einzelnen gehören dazu:
 - die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit strategischen, kommunikativen und entwicklungstechnischen Problemen im Bereich der Webtechnologie,
 - das problemorientierte Erfassen der Aufgabenstellung inkl. Anforderungsanalyse und des jeweils aktuellen technischen Entwicklungsstandes,
 - die gesellschaftlichen und ökonomischen Zusammenhänge, auf die Webtechnologie umfassend Einfluss hat,
 - die Wirkungsbedingungen und -voraussetzungen zielgruppen- und aktivitätszentrierter Konzeption, Entwicklung und Kommunikation sowie die Methoden zu deren Erforschung,
 - die zielgerichtete, sachrichtige Umsetzung adäquater Lösungen.
- (3) Das Studium vermittelt neben den Fachkompetenzen überfachliche Kompetenzen. Dazu gehören die Fähigkeit, Probleme zu erkennen und in Zusammenhänge einzuordnen, analytisches und kritisches Denken, sowie Kommunikationsfähigkeit, Kooperations- und Teamfähigkeit.
- (4) Neben der Vermittlung wissenschaftlich-theoretischer Lehrinhalte in den genannten Bereichen ist das Studium in den praxisbezogenen Bereichen projektorientiert ausgerichtet.
- (5) Die Studierenden erhalten die Möglichkeit zur individuellen Vertiefung in den Bereichen
 - Film und Motion Design (Crossmediale Gestaltung)
 - Illustration (Crossmediale Gestaltung)
 - Fotografie, weitere Angebote (Crossmediale Gestaltung)
 - Transdisziplinäre Kurs-Angebote (semester-, studiengangs- und hochschulübergreifend).

Diese intendierten Lernergebnisse beziehen sich in angemessener Art und Weise auf die wissenschaftliche Befähigung, die Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung.

Siehe ansonsten 1.1

8.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Das Studium ist in fünf Kompetenzbereiche aufgeteilt, Web Engineering, Kreation und Innovation interaktiver Medien, Methodikwissen, Kommunikations-, Wirtschafts- und Medienwissenschaften und die Thesis. Diese ziehen sich mit Ausnahme der Bachelorthesis in Strängen durch das gesamte Studium. In den transdisziplinären Modulen können frei Angebote der gesamten Hochschule oder auch an anderen Hochschulen (z.B. den anderen Berliner SRH-Hochschulen) gewählt werden. Das erste Semester dient auch hier der Orientierung (Studium Generale). Anschließend erwerben die Studierenden Grundlagen und erweiterte Fähigkeiten und Kompetenzen in den einzelnen Kompetenzbereichen. Das vierte Semester dient einer Mobilitäts- und Projektphase, in dem die Studierenden ein externes Praktikum absolvieren können. Im optionalen sechsten Semester sollen die Studierenden Kompetenzen im Bereich der transmedialen Gestaltung (z.B. Game Development, AR/VR-Techniken, Social und Content Marketing) erwerben. Im Abschlusssemester werden die Studierenden neben der Thesis auch auf eine bevorstehende berufliche Selbstständigkeit vorbereitet.

Die Gutachter/-innen sehen das Konzept als überzeugend an. Der Studiengang vermittelt in angemessenem Maße Fachwissen und fachübergreifendes Wissen sowie fachliche, methodische und generische Kompetenzen. Er ist im Hinblick auf die formulierten Qualifikationsziele stimmig aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Insgesamt lässt sich feststellen, dass der Studiengang die inhaltlichen Anforderungen des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse für die Bachelor-Ebene in vollem Umfang erfüllt. Aufbauend auf dem Niveau der Hochschulzugangsberechtigung wird das Wissen und Verstehen der Studierenden angemessen verbreitert und vertieft und die Studierenden lernen die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden des Web Development kennen. Insbesondere durch die Praxisorientierung des Studiums und das integrierte Praxis- und Mobilitätssemester werden in angemessenem Umfang instrumentale und systemische Kompetenzen vermittelt. Kommunikative Kompetenzen werden durch den generellen seminaristischen Charakter der Lehre und durch das Projektstudium gefördert. Anschlussmöglichkeiten an einen Masterstudiengang sind gegeben. Die Gutachter/-innen möchten lediglich empfehlen, die Vertiefungsmöglichkeiten deutlicher herauszustellen.

Siehe ansonsten 1.2

8.3 Studierbarkeit

Siehe 1.3

8.4 Ausstattung

Speziell für den Studiengang hält die Hochschule nach eigenen Angaben die folgende tech-

nische Ausstattung vor:

- Mehrkanal Glasfaser-Internetanbindungen mit bis zu 100MBit/s Upload,
- Web- und Application Server (intern und extern) zur Bereitstellung von Entwicklungsumgebungen für jeden Student über die gesamte Ausbildungsdauer inkl. gängiger Frameworks und Dienste,
- 20 iOS und Android Tablets (Test Devices),
- 20 iOS, Windows Mobile und Android Smartphones (iPods, Nexus 5),
- aktuell 4 VR-HMD (Oculus, Zeiss Mobile HMD),
- Build-Lizenzen Adobe,
- iOS, MacOS Developer Accounts,
- Integrated Development Environments wie z. B. UnityDev, PHPstorm.

Siehe ansonsten 1.4

8.5 Qualitätssicherung

Siehe 1.5

9. Illustration (B.A.)

9.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

In der Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang werden die folgenden Ziele genannt:

- (1) Der Bachelorstudiengang Illustration zielt auf eine generalistische berufliche Qualifizierung, die erfolgreiches berufliches Handeln in einem breiten Einsatzfeld der Illustration ermöglichen soll.
Das Studium vermittelt die nötigen fachlichen und überfachlichen Kompetenzen zur zielgerichteten Konzeption und zur problemorientierten Gestaltung und Entwicklung im Fachgebiet der Illustration und Motion Graphics. Absolventen besetzen Berufsfelder wie Illustrator/in, Grafikdesigner/in, Editorial Designer/in, Multimedia Designer/in, Screen/Interaction/Animations- und Motion Designer/in, Package Designer, Art- und Creative Director/in und als Animator/ Storyboard Artist bei TV-Sendern und Filmproduktionsfirmen.
- (2) Ziel des Studiums ist die Vermittlung von theoretischen und praxisbezogenen Kenntnissen, Fähigkeiten und Methoden, um komplexe Aufgabenstellungen eigenverantwortlich-kreativ, strategisch und systematisch bearbeiten zu können.
Im Einzelnen gehören dazu:
 - die wissenschaftliche und künstlerische Auseinandersetzung mit kommunikativen Problemen im Bereich Illustration,
 - das problemorientierte Erfassen der Situation,
 - die gesellschaftlichen und ökonomischen Zusammenhänge, in die das Fachgebiet Illustration eingebunden ist,
 - die Wirkungsbedingungen und -voraussetzungen zielgruppenorientierter Illustration - sowie die Methoden zu deren Erforschung,
 - die zielgerechte Konzeption adäquater illustrativer Gestaltung und
 - die kreative Entwicklung von Illustration im Kontext von klassischem Grafikdesign, analoger und digitaler Fotografie, Real- und Animationsfilm sowie Web.
- (3) Das Studium vermittelt neben den Fachkompetenzen überfachliche Kompetenzen. Dazu gehören die Fähigkeit, Probleme zu erkennen und in Zusammenhänge einzuordnen, analytisches und kritisches Denken, sowie Kommunikationsfähigkeit, Kooperations- und Teamfähigkeit.
- (4) Neben der Vermittlung wissenschaftlich-theoretischer Lehrinhalte in den genannten Bereichen ist das Studium in den praxisbezogenen Bereichen projektorientiert ausgerichtet.
- (5) Die Studierenden erhalten die Möglichkeit zur individuellen Vertiefung in den Bereichen
 - Film und Motion Design (Crossmediale Gestaltung)
 - Web Development (Crossmediale Gestaltung)
 - Fotografie, weitere Angebote (Crossmediale Gestaltung)
 - Transdisziplinäre Kurs-Angebote (semester-, studiengangs- und hochschulübergreifend).

Diese intendierten Lernergebnisse beziehen sich in angemessener Art und Weise auf die wissenschaftliche Befähigung, die Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung.

Siehe ansonsten 1.1

9.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Das Studium ist in sechs Kompetenzbereiche aufgeteilt, Illustration, Klassische Illustrations- und Gestaltungstechniken, Neue Illustrationsmedien, Wissenschaften, Thesis, Crossmediale Gestaltung und Transdisziplinäres Angebot. Diese ziehen sich mit Ausnahme der Bachelorthesis in Strängen durch das gesamte Studium. In den transdisziplinären Modulen können frei Angebote der gesamten Hochschule oder auch an anderen Hochschulen (z.B. den anderen Berliner SRH-Hochschulen) gewählt werden. Das erste Semester dient auch hier der Orientierung (Studium Generale). Anschließend erwerben die Studierenden Grundlagen und erweiterte Fähigkeiten und Kompetenzen in den einzelnen Kompetenzbereichen. Das vierte Semester dient einer Mobilitäts- und Projektphase, in dem die Studierenden ein externes Praktikum absolvieren und parallel eine freie illustrative Arbeit erstellen sollen. Im optionalen sechsten Semester sollen die Studierenden Kompetenzen im Bereich Next Generation Media erwerben und können an Exkursionen teilnehmen und Ihre Kenntnisse weiter vertiefen. Im Abschlusssemester werden die Studierenden neben der Thesis auch auf eine bevorstehende berufliche Selbstständigkeit vorbereitet.

Die Gutachter/-innen sehen das Konzept größtenteils als überzeugend an. Der Studiengang vermittelt in angemessenem Maße Fachwissen und fachübergreifendes Wissen sowie fachliche, methodische und generische Kompetenzen. Zum Erreichen der Qualifikationsziele sehen sie es jedoch als erforderlich an, ein weiteres Modul mit Darstellungstechniken zu integrieren. Hierfür könnte z.B. die Wirtschaftswissenschaft reduziert werden. Insgesamt lässt sich aber feststellen, dass der Studiengang die inhaltlichen Anforderungen des Qualifikationsrahmens für Deutsche Hochschulabschlüsse für die Bachelor-Ebene in vollem Umfang erfüllt. Aufbauend auf dem Niveau der Hochschulzugangsberechtigung wird das Wissen und Verstehen der Studierenden angemessen verbreitert und vertieft und die Studierenden lernen die wichtigsten Theorien, Prinzipien und Methoden der Illustration kennen. Insbesondere durch die Praxisorientierung des Studiums und das integrierte Praxis- und Mobilitätssemester werden in angemessenem Umfang instrumentale und systemische Kompetenzen vermittelt. Kommunikative Kompetenzen werden durch den generellen seminaristischen Charakter der Lehre und durch das Projektstudium gefördert. Anschlussmöglichkeiten an einen Masterstudiengang sind gegeben.

Siehe ansonsten 1.2

9.3 Studierbarkeit

Siehe 1.3

9.4 Ausstattung

Über die sächliche Ausstattung schreibt die Hochschule in ihrem Antrag das folgende:

An mobilen Zeichengeräten stehen den Studierenden 8 Grafik-Tablets des Typs Tablet Wacom PTH-651S-DEIT Intuos Pro Grafik-Tablett und 2 Grafik Tablets des Typs Wacom Cintiq 22HD zur Verfügung.

Für den Kurs Aktzeichnen stehen den Studierenden 8 Atelierstaffeln und zur Aufbewahrung der Arbeiten Planschränke und ein spezieller Laserdrucker für Druckerarbeiten zur Verfügung.

Das Filmstudio des Bachelorstudiengangs Film und Motion Design verfügt über eine Längsachse von 10m. Die Vorhangkonstruktion besteht aus einem dreiläufigen Schienensystem (Cromagrün, inkl. 180 Grad Hohlkehle + Bodenabdeckung / Schwarz / Weiß) mit einer Breite von 6,50m und einer Tiefe von 3m.

An dem Traversensystem hängen für die Vorhangsbeleuchtung 10 LED Leuchten sowie 9 Stufenlinsenscheinwerfer (Tages- und Kunstlicht) für die szenische Ausleuchtung. Die Steuerung erfolgt über ein Lichtstellpult.

Im Bereichameratechnik stehen rd. 8 Canon EOS 5D Kameras (Mark II und III) einschließlich einer großen Objektivauswahl und Zubehör (Riggs, Stative, etc.) zur Verfügung.

Für die Postproduktion stehen in einem eigenen Arbeitsraum 4 PC-Workstations zur Verfügung, ausgestattet mit 32 GB Arbeitsspeicher / 1TB SSD Festplatte sowie jeweils zwei Monitoren, ein Videomonitor und ein Videomonitor 3D / 4K. Für den mobilen Einsatz gibt es einen 8 GB PC-Laptop mit 500 GB SSD Festplatte.

Für die Postproduktion stehen außerdem 4 Apple-Workstations mit 32 GB Arbeitsspeicher sowie (kalibrierbaren) Monitoren zur Verfügung.

Als Software werden die Programme der Adobe Cloud verwendet, im 3D Bereich wird mit der R16 Version von Cinema 4D gearbeitet, sowie aus der Autodesk Entertainment Creation Suite mit 3ds Max + Maya.

Wie bereits unter 1.4 gesagt, muss die noch vakante Professur für Illustration zeitnah besetzt oder auf professoralem Niveau vertreten werden.

Siehe 1.4

9.5 Qualitätssicherung

Siehe 1.5

10. Erfüllung der Kriterien des Akkreditierungsrates

10.1 Qualifikationsziele des Studiengangskonzeptes

(Kriterium 2.1)

Das Kriterium 2.1 ist erfüllt.

Siehe 1.1, 2.1, 3.1 etc.

10.2 Konzeptionelle Einordnung der Studiengänge in das Studiensystem

(Kriterium 2.2)

Das Kriterium 2.2 ist weitgehend erfüllt.

Die Studiengänge erfüllen die formalen Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse in vollem Umfang. Zu den inhaltlichen Anforderungen siehe die Kapitel zu den einzelnen Studiengängen.

Die Ländergemeinsamen Strukturvorgaben werden zum größten Teil erfüllt. Eine strukturelle Vermischung der Studiengangssysteme (Diplom und Bachelor/Master) liegt nicht vor.

Die Bachelorstudiengänge umfassen wahlweise 180 oder 210 ECTS-Punkte in sechs oder sieben Semestern in Vollzeit. Die Masterstudiengänge umfassen 120 ECTS-Punkte in Vollzeit. Aus dieser flexiblen Ausgestaltung der Bachelorstudiengänge ergibt sich ein Konflikt mit den Strukturvorgaben, weil diese damit keine eindeutige Regelstudienzeit und ECTS-Punktzahl aufweisen und nicht auszuschließen ist, dass Studierende an derselben Hochschule in einem konsekutiven Bachelor-/Masterstudium die 300 ECTS-Punkte und 5 Jahre Regelstudienzeit überschreiten müssen zur Erlangung des Mastergrades (Siehe 1.2.).

Alle Studiengänge schließen mit einer Abschlussarbeit ab. In den Bachelorstudiengängen umfasst diese 10 ECTS-Punkte, in den Masterstudiengängen 30 ECTS-Punkte, was den Vorgaben entspricht.

Die Zugangsvoraussetzungen sind in den jeweiligen Zulassungsordnungen festgelegt und entsprechen den Vorgaben (siehe auch 1.2). Hierdurch ist auch der Charakter der Masterstudiengänge als weitere berufsqualifizierende Studiengänge gesichert. Die Masterstudiengänge sind korrekt als anwendungsorientiert und konsekutiv gekennzeichnet. Unklarheit bestand lediglich darin, ob die Masterstudiengänge als „fachlich andere“ Studiengänge konzipiert sind, die nicht inhaltlich auf den eigenen Bachelorstudiengängen aufbauen (siehe 1.2).

Die gewählten Abschlussbezeichnungen Bachelor of Arts und Master of Arts entsprechen dem inhaltlichen Profil der Studiengänge. Es wird jeweils nur ein Grad vergeben. Für alle Studiengänge wurde ein Diploma Supplement vorgelegt.

In der Rahmenstudien- und Prüfungsordnung § 15 Abs. 5 ist die Vergabe von relativen Noten nach dem System der ECTS-Grades A-E aus dem ECTS-User's Guide von 2005 vorgesehen. Die KMK empfiehlt, stattdessen die „Grading Tables“ (Notenspiegel) gemäß dem ECTS User's Guide von 2015 zu verwenden.

Die Studiengänge sind durchgehend modularisiert und mit einem Leistungspunktesystem versehen. Ein Leistungspunkt ist in der Rahmenstudien- und Prüfungsordnung unter § 2 Abs. 5 mit 30h Arbeitsbelastung definiert. Alle Module umfassen 5 ECTS-Punkte oder ein Vielfaches davon, sind innerhalb eines Semesters abschließbar und werden mit nur jeweils einer Prüfung abgeschlossen. Die Modulbeschreibungen enthalten alle geforderten Informationen und unterscheiden in angemessener Weise zwischen Inhalten und Kompetenzen.

Die Anerkennung von Studien- und Prüfungsleistung und von außerhalb des Hochschulwesens erworbenen Kenntnissen und Fähigkeiten ist unter § 24 der Rahmenstudien- und Prüfungsordnung geregelt. Diese Regeln entsprechen vollumfänglich den Anforderungen der KMK und des Gesetzes zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region ("Lissabon-Konvention"). Durch diese Regelungen wird eine Mobilität der Studierenden ermöglicht. In den Bachelorstudiengänge bieten sich vor allem das vierte und das optionale sechste Semester für eine Mobilität an, sowohl für einen Praxisaufenthalt als auch für ein Studium an einer anderen Hochschule. Da die SRH Holding in Berlin drei Hochschulen betreibt, ist auch generell immer die Möglichkeit gegeben, an den anderen beiden Hochschulen Module zu absolvieren.

10.3 Studiengangskonzept (Kriterium 2.3)

Das Kriterium 2.3 ist weitgehend erfüllt.

Zur Anerkennung siehe 10.2

Zum Nachteilsausgleich siehe 10.5

Siehe ansonsten 1.2, 2.2, 3.2 etc.

10.4 Studierbarkeit (Kriterium 2.4)

Das Kriterium 2.4 ist erfüllt.

Siehe 1.3

10.5 Prüfungssystem (Kriterium 2.5)

Das Kriterium 2.5 ist erfüllt.

Die Gutachter/-innen sind zu der Auffassung gelangt, dass die Prüfungen generell dazu dienen, das Erreichen der Qualifikationsziele zu überprüfen. Sie sind kompetenzorientiert ausgestaltet und modulbezogen. Alle Module schließen mit nur jeweils einer Prüfungsleistung

ab. In manchen Modulen sind zwar mehrere Prüfungsleistungen genannt, diese sind jedoch alternativ und nicht additiv zu absolvieren. Die Art der Prüfung wird zu Beginn des Moduls einheitlich festgelegt.

Der Nachteilsausgleich für Studierende mit Behinderungen ist unter § 19 der Rahmenstudien- und Prüfungsordnung geregelt.

Die Prüfungsordnungen wurden einer Rechtsprüfung unterzogen, in Kraft gesetzt und veröffentlicht.

10.6 Studiengangsbezogene Kooperationen

(Kriterium 2.6)

entfällt

10.7 Ausstattung

(Kriterium 2.7)

Das Kriterium 2.7 ist teilweise erfüllt.

Siehe hierzu 1.4.

10.8 Transparenz und Dokumentation

(Kriterium 2.8)

Das Kriterium 2.8 ist erfüllt.

Alle relevanten Dokumente zu Studiengang, Studienverlauf, den Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen werden auf den Internetseiten der Hochschule veröffentlicht.

10.9 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung

(Kriterium 2.9)

Das Kriterium 2.9 ist weitgehend erfüllt.

Siehe 1.5

10.10 Studiengänge mit besonderem Profilspruch

(Kriterium 2.10)

entfällt

10.11 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit

(Kriterium 2.11)

Das Kriterium 2.11 ist erfüllt.

Die Hochschule hat Konzepte zur Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit vorgelegt, die auch auf Studiengangsebene umgesetzt werden. An der Hochschule ist eine Gleichstellungsbeauftragte benannt, die für solche Fälle als Ansprechpartnerin dient. Zudem enthalten die Prüfungsordnungen und Zulassungsordnungen Regelungen, die die Anpassung des Studiums an individuelle Lebenssituationen ermöglichen. Die Räume der Hochschule sind barrierefrei erreichbar.

III. Appendix

1. Stellungnahme der Hochschule

Hiermit möchten wir zum Vorbericht in folgenden Punkten Stellung beziehen:

1. Faktische Fehler

1.1 Regelstudienzeit und ECTS Punkte (S.II-4)

Verhältnis Bachelor- und Masterstudiengänge, Aspekt Konsekutiv

Wie im Bericht beschrieben, werden unsere M.A. Studiengänge als konsekutiv bezeichnet, da sie den neuen Vorgaben der KMK entsprechend in die Kategorie "vertiefend, verbreiternd, fachübergreifend oder fachlich anders" fallen. Zur besseren Darlegung (vgl. II-4) sollen folgende ergänzende Ausführungen dienen:

Die Anschlussfähigkeit unserer B.A. Studiengänge an die Masterstudiengänge ist unterschiedlich gestaltet und wird in den jeweiligen Zulassungsordnungen beschrieben. Dies scheint sich beim Akkreditierungsbesuch nicht deutlich herausgestellt zu haben und ist ein faktischer Fehler. Folgender Sachverhalt liegt vor:

Der B. A. Marketingkommunikation ist nicht anschlussfähig an den M.A. Marketingkommunikation, da fachlich ähnlich.

Der B.A. Marketingkommunikation (Option 6-semesterig) ist jedoch anschlussfähig an den M.A. Unternehmenskommunikation, da verbreiternd.

Alle B.A. Studiengänge aus dem Design Bereich (Option 6- semesterig) sind anschlussfähig an den M.A. Marketingkommunikation, da fachlich anders.

Alle B.A. Studiengänge aus dem Design Bereich (Option 6- semesterig) sind anschlussfähig an den Master Strategic Design, da verbreiternd.

Es können zukünftig ausschließlich Studierende, die sich für das sechssemesterige Studienmodell entscheiden, an der design akademie berlin konsekutiv weiterstudieren. Es eröffnet sich über die Anschlussmöglichkeit im Haus hinaus jedoch mit der Wahlmöglichkeit 7-semesterig zu studieren, die Möglichkeit für unsere Absolventen an anderen Hochschulen einen 3-semesterigen Studiengang ihrer Wahl zu wählen. Damit wird dem Interesse der Studierenden entgegen gekommen, unterschiedliche Anschlussmöglichkeiten im Zweitstudium zu verfolgen.

Um dies zu verdeutlichen, könnte in den Zulassungsordnungen der Masterstudiengänge

III Appendix

1 Stellungnahme der Hochschule

darauf hingewiesen werden, dass die unserem Haus angebotenen Master nur an sechs semestrige B.A. Studiengänge anschlussfähig sind. Vgl. hier die im Bewertungsbericht zu erbringende erwähnte Nachweisforderung

(II-6).

2. Allgemeine Aspekte

2.1. Studieninhalte

Im Bericht (II,6) wird darauf verwiesen, dass die Unterlagen nicht ausreichend das Masterniveau der Masterstudiengänge dokumentieren. Dem wird insofern widersprochen, als die im B.A. Niveau und M.A. Niveau vermittelten Inhalte deutlich in Komplexität und Anforderungen durch die Vermittlung des neuesten Wissenstandes differieren, wie die Modulbeschreibungen zeigen. Grundlagenthemen werden stets auf Masterniveau vermittelt und setzen auf bereits im Erststudium erworbenen Kompetenzen auf, insbesondere in Bezug auf eigenverantwortliche Wissensaneignung sowie strategisches und konzeptionelles Denken. Gerne wird jedoch die Empfehlung angenommen, die Modulbeschreibungen dahingehend zu präzisieren, dass im Bereich zu erwerbende Kompetenzen (Wissen, Fertigkeiten, Sozialkompetenz, Selbstständigkeit) die DQR Niveau 7 Einordnung deutlicher herausgearbeitet wird.

2.2. Bereich Ausstattung

Beigefügt wird die ausführlichere Aufwuchsplanung für jeden Studiengang.

Der Zeile Lehrbedarf Prof. 50% kann die professorale Aufstockung entnommen werden.

2.3. Berufungsverfahren Illustration

Das Berufungsverfahren für die Professur Illustration ist abgeschlossen. Die Berufung erfolgt voraussichtlich zum 1. Juni, vorbehaltlich der Zustimmung der Berliner Senatsverwaltung

2.3. Qualitätssicherung

Die Integration des Studierenden-Feedbacks wird in der nächsten Sitzung des akademischen Senates thematisiert und soll im Anschluss in die Evaluationsordnung integriert werden.