Akkreditierungsbericht zum Akkreditierungsantrag der

Mediadesign Hochschule

Fachbereich Media Design und
Fachbereich Digital Film Design

1699-1

8. Sitzung der ZEvA-Kommission am 05.11.2019

TOP 6.01

Studiengang	Abschluss	ECTS	Regel-studienzeit	Studienart	Kapazität	Master	
						konsekutiv/ weiterbild.	Profil
Design Management	M.A.	90	3	Vollzeit	16	k	WS 2017/18
Media Producing	M.A.	90	3	Vollzeit	16	k	SS 2018

Vertragsschluss am: 29. Dezember 2017

Datum der Vor-Ort-Begutachtung: 13. Juni 2019

Ansprechpartner der Hochschule:

Prof. Christian Malterer, Kanzler der MD.H
Franklinstr. 28-29, 10587 Berlin, c.malterer@mediadesign.de, T: +49 (0) 30 399266–24

Betreuende Referentin: Monika Topper

Gutachtergruppe:

- Elisabeth Budde, Gutachterin aus der Berufspraxis
  Geschäftsführerin TRANSPARENT Design Management GmbH, Frankfurt am Main
- Prof. Ansgar Maria Eidens, Fachgutachter
  Brand Academy Hamburg, Hochschule für Design und Kommunikation, Studiengangsleitung Kommunikationsdesign
- Sven Herkt, Vertreter der Studierenden
  Bachelorstudium Kommunikationsdesign an der HS Mainz, Bachelorstudium Business Administration an der Hochschule RheinMain (beide jetzt abgeschlossen)
- Prof. Stephan Schupbach, Fachgutachter
  Frankfurt University of Applied Sciences, Professur für Industriedesign, Designmanagement und User-Interface Design

Hannover, den 11. Juli 2019

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis I-2
I. Gutachtervotum und ZEKo-Beschluss I-4
1. ZEKo-Beschluss I-4
Design Management, M.A. I-4
Media Producing, M.A. I-5
2. Abschließendes Votum der Gutachtergruppe I-6
2.1 Allgemein I-6
2.2 Design Management, M.A. I-7
2.3 Media Producing, M.A. I-7
II. Bewertungsbericht der Gutachtergruppe II-1
Einleitung und Verfahrensgrundlagen II-1
1. Studiengangsübergreifende Aspekte II-3
1.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse II-3
1.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs II-3
1.3 Studierbarkeit II-4
1.4 Ausstattung II-5
1.5 Qualitätssicherung II-6
2. Design Management, M.A. II-8
2.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse II-8
2.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs II-10
2.3 Studierbarkeit II-11
2.4 Ausstattung II-11
2.5 Qualitätssicherung II-12
3. Media Producing, M.A. II-13
3.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse II-13
3.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs II-15
3.3 Studierbarkeit II-16
3.4 Ausstattung II-16
3.5 Qualitätssicherung II-17
4. Erfüllung der Kriterien des Akkreditierungsrates II-18
4.1 Qualifikationsziele des Studiengangskonzeptes (Kriterium 2.1) II-18
4.2 Konzeptionelle Einordnung der Studiengänge in das Studiensystem (Kriterium 2.2) ... II-18

4.3 Studiengangskonzept (Kriterium 2.3) II-20
4.4 Studierbarkeit (Kriterium 2.4) II-20
4.5 Prüfungssystem (Kriterium 2.5) II-21
4.6 Studiengangsbezogene Kooperationen (Kriterium 2.6) II-21
4.7 Ausstattung (Kriterium 2.7) II-22
4.8 Transparenz und Dokumentation (Kriterium 2.8) II-22
4.9 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung (Kriterium 2.9) II-22
4.10 Studiengänge mit besonderem Profilanspruch (Kriterium 2.10) II-22
4.11 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit (Kriterium 2.11) II-22
III. Appendix III-1
1. Stellungnahme der Hochschule III-1

I. Gutachtervotum und ZEKo-Beschluss

1. ZEKo-Beschluss

Die ZEvA-Kommission stimmt dem Bewertungsbericht der Gutachtergruppe grundsätzlich zu.

Die ZEvA-Kommission beschließt die folgende allgemeine Auflage:

1. Die Hochschule muss nach dem „Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region“ (sog. Lissabon-Konvention) grundsätzlich alle Studien- und Prüfungsleistungen anrechnen, wenn keine wesentlichen Unterschiede nachgewiesen werden können. § 25 der Rahmenprüfungsordnung darf keine darüberhinausgehenden Beschränkungen enthalten und muss entsprechend angepasst werden. (Kriterium 2.2. Drs. 20/2013)

Design Management, M.A.

Die ZEvA-Kommission beschließt die Akkreditierung des Studiengangs Design Management mit dem Abschluss Master of Arts an den Standorten Berlin, Düsseldorf und München mit der oben genannten allgemeinen Auflage und den folgenden Auflagen für die Dauer von fünf Jahren.

2. An jedem Standort muss für die Studierenden eine verantwortliche Ansprechperson aus der Professorenschaft benannt werden. (Kriterium 2.4, Drs. AR 20/2013)
3. Es muss ein Konzept zur systematischen Förderung und Unterstützung der Weiterbildung der Lehrenden erarbeitet werden. (Kriterium 2.7, Drs. AR 20/2013)
4. Unter der Berücksichtigung der Verflechtung mit anderen Studiengängen muss nachgewiesen werden, dass an jedem Standort (Berlin, Düsseldorf, München) 50 % der Lehre von hauptberuflich Lehrenden der Hochschule wahrgenommen werden, die die Einstellungsvoraussetzungen für (Junior)-Professor/innen erfüllen. Die beiden geplanten Professuren (50 %) sind zu besetzen oder adäquat zu vertreten. (Kriterium 2.7, Drs. AR 20/2013)

Die Auflagen sind innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die ZEvA-Kommission 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)

Media Producing, M.A.

Die ZEvA-Kommission beschließt die Akkreditierung des Studiengangs Media Producing mit dem Abschluss Master of Arts am Standort Düsseldorf mit der oben genannten allgemeinen Auflage für die Dauer von fünf Jahren.

Die Auflage ist innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die ZEvA-Kommission 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 System-akkreditierung“. (Drs. AR 20/2013)

2. Abschließendes Votum der Gutachtergruppe

2.1 Allgemein

2.1.1 Allgemeine Empfehlungen:

- Die Studierenden sollten bei der Organisation und Ableistung von Auslandssemestern stärker unterstützt werden. Insgesamt könnte die Internationalität erhöht werden, z.B. indem verstärkt interkulturelle Inhalte vermittelt werden.
- Es sollte geprüft werden, ob die vorausgesetzten Qualifikationen in den Zugangs- und Zulassungsvoraussetzungen präziser definiert werden können.
- Die die Studierbarkeit unterstützende Vorgehensweise zur Terminierung von Prüfungswiederholungen sollte auch in der Rahmenprüfungsordnung abgebildet werden.
- Es sollten Räume geschaffen werden, die den gelebten Methoden des agilen Arbeitens und Design Thinking zugutekommen, d.h. flexibles Arbeiten in sich ändernden Raumkonstellationen ermöglichen.
- Der Literaturbestand in den Standortbibliotheken sollte erweitert und aktuell gehalten werden, dies im Printbereich als auch insbesondere im digitalen Bereich.
- Die Evaluationen sollten entsprechend der Evaluationsordnung umgesetzt werden.
- Die studentische Selbstorganisation sollte gefördert werden. Die Studierenden sollten über ihre diesbezüglichen Möglichkeiten besser informiert und motiviert werden.
- Die Literaturangaben in den Modulbeschreibungen sollten aktualisiert werden.
- Die Zulassungsregelungen in den Prüfungsordnungen sollten auch den Regelfall korrekt beschreiben.
- Die Prüfungsordnung sollte regeln, wann bei Prüfungsform-Alternativen eine verbindliche Festlegung zu erfolgen hat.

2.1.2 Allgemeine Auflagen/Mängel:

- Die Hochschule muss nach dem „Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region“ (sog. Lissabon-Konvention) grundsätzlich alle Studien- und Prüfungsleistungen anrechnen, wenn keine wesentlichen Unterschiede nachgewiesen werden können. § 25 der Rahmenprüfungsordnung darf keine darüberhinausgehenden Beschränkungen enthalten und muss entsprechend angepasst werden. (Kriterium 2.2. Drs. 20/2013)

2.2 Design Management, M.A.

2.2.1 Empfehlungen:

- Kommunikation und Abstimmung der Lehrenden untereinander über die Standorte hinweg sollten deutlich gestärkt werden z.B. über regelmäßige Skype-Meetings etc.

2.2.2 Akkreditierungsempfehlung an die ZEvA-Kommission (ZEKo)

Die Gutachtergruppe empfiehlt der ZEvA-Kommission die Akkreditierung des Studiengangs Design Management mit dem Abschluss Master of Arts an den Standorten Berlin, Düsseldorf und München mit der oben genannten allgemeinen Auflage und den folgenden Auflagen für die Dauer von fünf Jahren.

- An jedem Standort muss eine verantwortliche Ansprechperson aus der Professorenschaft benannt werden. (Kriterium 2.4, Drs. AR 20/2013)
- Es muss ein Konzept zur systematischen Förderung und Unterstützung der Weiterbildung der Lehrenden erarbeitet werden. (Kriterium 2.7, Drs. AR 20/2013)
- Unter der Berücksichtigung der Verflechtung mit anderen Studiengängen muss nachgewiesen werden, dass an jedem Standort (Berlin, Düsseldorf, München) 50 % der Lehre professoral ist. Die beiden geplanten Professuren (50 %) sind zu besetzen oder adäquat zu vertreten. (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)

2.3 Media Producing, M.A.

2.3.1 Akkreditierungsempfehlung an die ZEvA-Kommission (ZEKo)

Die Gutachtergruppe empfiehlt der ZEvA-Kommission die Akkreditierung des Studiengangs Media Producing mit dem Abschluss Master of Arts am Standort Düsseldorf mit der oben genannten allgemeinen Auflage 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)

II. Bewertungsbericht der Gutachtergruppe

Einleitung und Verfahrensgrundlagen

Die Mediadesign Hochschule für Design und Informatik (MD.H) ist seit 2004 staatlich anerkannte Hochschule mit Sitz in Berlin und weiteren Standorten in Düsseldorf und München. Im Jahr 2010 wurde die MD.H vom Wissenschaftsrat erstmalig akkreditiert. Die letzte Re-Akkreditierung erfolgte im Januar 2019. Insgesamt studieren an den drei Standorten gut 1.000 Studierende (Berlin: ca. 300, Düsseldorf: ca. 300, München: ca. 400).

Die Fachbereiche werden an jedem Standort durch eine/n Dekan/in bzw. Prodekan/in vertreten. Die Dekanate eines jeden Fachbereichs sind für die einheitliche Durchführung der Studiengänge am jeweiligen Standort verantwortlich. Der Studiengang Design Management (M.A.) ist dem Fachbereich Media Design zugeordnet, der Studiengang Media Producing (M.A.) dem Fachbereich Digital Film Design.

Der Masterstudiengang Design Management (M.A.) wurde erstmalig im WS 2017/18 am Standort Berlin gestartet. Im SS 2018 begann dort eine weitere Studiengruppe ihr Masterstudium. Zum WS 2018/19 starteten Studiengruppen an allen drei Standorten.

Der Masterstudiengang Media Producing (M.A.) wird bereits nicht mehr von der MD.H angeboten. Er wurde erst- und einmalig zum SS 2018 am Standort Düsseldorf durchgeführt. Da die Genehmigung der Berliner Senatskanzlei zur Durchführung des Studiengangs abhängig von einer Akkreditierung gemacht wurde, beantragt die Hochschule trotz endgültiger Einstellung dieses Angebots die Akkreditierung des Studiengangs.

Anfang Mai 2019 gab es einen vollständigen Wechsel in der Geschäftsführung der Mediadesign Hochschule. Die neue Geschäftsführung berichtete überzeugend von verschiedenen Verbesserungsvorhaben, was die Gutachtergruppe ausdrücklich begrüßt. Eine besondere Aufbruchsstimmung der neuen verantwortlichen Lehrkräfte ist spürbar.

Grundlagen des Bewertungsberichtes sind die Lektüre der Dokumentation der Hochschule und die Vor-Ort-Gespräche in Berlin. Während der Vor-Ort-Begutachtung wurden Gespräche geführt mit der Hochschulleitung, mit den Programmverantwortlichen und Lehrenden sowie mit Studierenden, wobei in den Gesprächen alle drei Standorte vertreten waren.

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 Kultusminister-

konferenz 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

Es gelten die Ausführungen unter II.2.1 und II.3.1.

1.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Insbesondere der Masterstudiengang Media Producing umfasst interkulturelle Inhalte. Dies begrüßt die Gutachtergruppe. Sie erachtet für beide Studiengänge die Vermittlung von internationalen und interkulturellen Inhalten als sehr wichtig. Zum einen kann dies durch relevante Vorlesungen geschehen sowie darüber hinaus durch die Möglichkeit eines Auslandsaufenthaltes an einer Partnerhochschule. Beide Studiengänge bieten prinzipiell die Möglichkeit eines Auslandsaufenthaltes. Die Gutachtergruppe bedauert, dass diese Möglichkeit von den Studierenden kaum wahrgenommen wird. Während der Vor-Ort-Gespräche entstand der Eindruck, dass die Studierenden hierbei zu wenig von der Hochschule unterstützt werden. Daher empfehlen die Gutachter/innen, die Studierenden bei der Organisation und Ableistung von Auslandssemestern stärker zu unterstützen. Insgesamt könnte die Internationalität der Studiengänge erhöht werden, z.B. indem verstärkt interkulturelle Inhalte (auch im Studiengang Design Management) vermittelt werden. Die Gutachtergruppe begrüßt die Ankündigung der neuen Hochschulleitung, die Internationalisierung der Hochschule deutlich vorantreiben zu wollen. Zudem ist geplant, mehr Veranstaltungen in englischer Sprache durchzuführen. Internationale Erfahrungen sind ein wesentlicher Faktor für den beruflichen Erfolg.

Darüber hinaus begrüßt die Gutachtergruppe die Ankündigung der neuen Hochschulleitung, mehr Gewicht auf Forschungsvorhaben legen zu wollen. Es soll z.B. eine standortübergreifende Forschungskommission gebildet werden. Die Gutachtergruppe unterstreicht die Wichtigkeit der Stärkung der Wissenschaftlichkeit der Studiengänge sowie der Stärkung der Forschungsaktivitäten, dies insbesondere vor dem Hintergrund der noch unbefriedigenden personellen Ausstattung (siehe II-2.4). Aufgrund des zu geringen Anteils an professoraler Lehre könnte die wissenschaftliche Befähigung der Studierenden in Mitleidenschaft gezogen werden.

Die Gutachtergruppe bestätigt, dass beide Masterstudiengänge den inhaltlichen Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse für die Master-Ebene entsprechen.

Die Masterstudiengänge bauen auf dem Wissen und Verstehen auf der Ebene eines zuvor abgeschlossenen Bachelorstudienganges auf und gehen wesentlich darüber hinaus. Die Studierenden werden befähigt, sich selbst neue Themengebiete zu erarbeiten. Die Absolvent/innen sind in der Lage, die Besonderheiten, Grenzen, Terminologien und Lehrmeinungen ihres Lehrgebietes zu definieren und zu interpretieren. Ihr Wissen und

Verstehen bildet die Grundlage für die Entwicklung und Anwendung eigenständiger Ideen sowie für ein tieferes Verständnis auf dem aktuellen Stand des Wissens in ihrem Gebiet.

Die Master-Studierenden erwerben und vertiefen die instrumentale Kompetenz, ihr Wissen und Verstehen sowie ihre Problemlösungsfähigkeiten in neuen Situationen anzuwenden.

Die Studierenden erwerben z.B. durch die Teilnahme an Projekten und die Anfertigung der Masterarbeit die systemischen Kompetenzen, Wissen zu integrieren, mit Komplexität umzugehen und auch auf der Grundlage unvollständiger oder begrenzter Informationen wissenschaftlich fundierte Entscheidungen zu treffen.

Kommunikative Kompetenzen wie die Fähigkeit, auf dem aktuellen Stand von Forschung und Anwendung Informationen und Schlussfolgerungen in klarer und eindeutiger Weise weiterzugeben und sich mit Fachleuten wie mit Laien auszutauschen, werden gefördert und angewendet.

Es gelten darüber hinaus die Ausführungen unter II.2.2 und II.3.2.

1.3 Studierbarkeit

Bzgl. der beiden Masterstudiengänge werden die erwarteten Eingangsqualifikationen berücksichtigt, um die Studierbarkeit zu gewährleisten. Die Gutachtergruppe empfiehlt hier allerdings zu prüfen, ob die vorausgesetzten Qualifikationen präziser definiert werden können. Zurzeit sind die Zugangsvoraussetzungen recht breit definiert.[2]

Die Angaben zur studentischen Arbeitsbelastung erscheinen plausibel. Die Prüfungsdichte und -organisation erscheinen angemessen. Nicht bestandene Prüfungen können zweimal wiederholt werden. § 23 der Rahmenprüfungsordnung besagt, dass nicht bestandene Prüfungen im betreffenden Semester oder spätestens innerhalb der zwei nachfolgenden Semester wiederholt werden, wenn sie angeboten werden. Im Gespräch erläuterten die Hochschulvertreter/innen, dass Termine für Prüfungswiederholungen individuell mit dem/der jeweils Lehrenden abgestimmt werden. Dies begrüßt die Gutachtergruppe, da die Module

[2] Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Design Management (M.A.):
„§ 4(2) Bewerber, die Absolventen eines anderen Studiengangs als auf dem Gebiet der Medien, Informatik, Film- und Fernsehwissenschaft oder AV-Medienwissenschaften sind, können auf Antrag zum Studium zugelassen werden, wenn sie nachweisen, dass sie über Vorkenntnisse, wie sie beim Absolvieren des Bachelor-Studiengangs „Mediadesign (B.A.)“ an der MD.H erworben werden, sowie über einen mindestens gleichwertigen Abschluss verfügen. Über den Antrag, die Durchführung sowie die Prüfung der Vorkenntnisse beschließt der Prüfungsausschuss des Fachbereichs.“
Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Media Producing (M.A.):
„§ 4(2) Bewerber, die Absolventen eines anderen Studiengangs als auf dem Gebiet der Medien, wie Digital Film Design, Animation/VFX, Technical Director, Gamedesign, Mediadesign, Medieninformatik, Grafikdesign, Kommunikationsdesign, Online Medien oder Audiovisuelle Medien, sind, können auf Antrag zum Studium zugelassen werden, wenn sie nachweisen, dass sie über Vorkenntnisse, wie sie beim Absolvieren der Bachelor-Studiengänge „Digital Film Design“, „Mediadesign“ oder „Gamedesign“ an der MD.H erworben werden, sowie über einen mindestens gleichwertigen Abschluss verfügen. Über den Antrag, die Durchführung sowie die Prüfung der Voraussetzungen im Einzelfall beschließt der Prüfungsausschuss des Fachbereichs.“

der beiden Studiengänge jeweils nur jährlich angeboten werden, was bei einer Prüfungswiederholung zu einer unzumutbaren Studienzeitverlängerung führen könnte. Die Gutachtergruppe empfiehlt, diese die Studierbarkeit unterstützende tatsächliche Vorgehensweise auch in der Rahmenprüfungsordnung abzubilden.

Die Hochschule bietet ihren Studierenden Beratung und Betreuung vor, während und nach dem Studium. In Anbetracht der geringen Größe der Hochschule bietet die MD.H eine angemessene allgemeine Betreuung (Studien- und Prüfungsämter, Lehrende, Technik-Abteilungen, Studienberatungen, Karriereservice, psychologische Beratung). Die Gutachtergruppe nimmt insbesondere den Karriereservice sehr positiv zur Kenntnis. Dieser bietet individuelle Unterstützung vor allem hinsichtlich der Kontaktvermittlung zu potenziellen Arbeitgebern und Bewerbungsabläufen.

Sehr positiv sieht die Gutachtergruppe zudem, dass die Studiengänge so organisiert sind, dass die Veranstaltungen an 3-4 Tagen in der Woche stattfinden. 1-2 Tage sind somit vorlesungsfrei. Da die meisten Studierenden Nebentätigkeiten nachgehen, um ihr Studium zu finanzieren, unterstützt diese Maßnahme die Studierbarkeit deutlich.

Die Hochschule gibt an, dass sie keine Massenvorlesungen abhält. Die bewusst klein gehaltenen Seminargruppen sollen den direkten Kontakt zwischen Studierenden und Lehrenden sicherstellen. In den Masterstudiengängen der MD.H sind maximal 16 Studierende je Seminargruppe vorgesehen, so dass der Lern- und Arbeitsprozess in einer überschaubaren Seminargruppe konzentriert erfolgen kann. Dadurch soll der „direkte Draht“ zwischen den Studierenden und Lehrenden sichergestellt werden.

Die Gutachtergruppe nimmt die kleinen Lerngruppen und die persönliche Betreuung der Studierenden positiv zur Kenntnis. Sie stellt allerdings fest, dass die Betreuung nicht an allen Standorten gleich gut funktioniert. Die befragten Studierenden der Standorte Berlin und München fühlten sich gut beraten und betreut. Für die befragten Studierenden des Standortes Düsseldorf ist dies nicht der Fall. Die Studierenden beider Masterstudiengänge haben in Düsseldorf keine Ansprechperson. Bei Problemen können sie sich, ihrem Empfinden nach, an niemanden wenden. Auch in den anderen Gesprächen gewann die Gutachtergruppe den Eindruck, dass das Gelingen der Studiengänge zu einem sehr großen Teil vom individuellen Engagement der einzelnen Lehrenden abhängt. Im Zweifelsfall kann dies jedoch dazu führen, dass sich niemand für zuständig hält. Dies wird von der Gutachtergruppe kritisiert. Daher muss die Hochschule für den Studiengang Design Management an jedem Standort eine verantwortliche Ansprechperson aus der Professorenschaft benennen. Dadurch, dass der Studiengang Media Producing zum Ende des Sommersemesters 2019 bereits ausläuft, sieht die Gutachtergruppe hier von einer Beauflagung ab.

1.4 Ausstattung

Die MD.H hat die hinreichende sächliche und räumliche Ausstattung an den drei Standorten Berlin, Düsseldorf und München dokumentiert. Die Räumlichkeiten am Standort Berlin konnte die Gutachtergruppe persönlich in Augenschein nehmen.

Den Studierenden stehen grundsätzlich alle erforderlichen Räumlichkeiten und Ausstattungen zur Verfügung. Allerdings wird bedauert, dass die Räume eine Umsetzung innovativer Lehre kaum ermöglichen. Die Möblierung der Räume und das Raumplanungskonzept mit ständigen Wechseln zwischen den Vorlesungsräumen behindern ein Arbeiten an Gruppenarbeitstischen oder in Workshopformaten. Die Tische lassen sich nicht zu geschlossenen Flächen zusammenschieben. In den typischen Seminarräumen fehlen bespielbare Wände und eine Grundausstattung mit Design Thinking-Materialien wie Post-Its, Markern und Tape. Daher empfiehlt die Gutachtergruppe, Räume zu schaffen (ggf. zusätzlich anzumieten), die den gelebten Methoden des agilen Arbeitens und Design Thinking zugutekommen, d.h. flexibles Arbeiten in sich ändernden Raumkonstellationen ermöglichen.

An jedem Standort der MD.H haben die Studierenden Zugriff auf eine dem jeweiligen Standort zugehörige Bibliothek. Der Literaturbestand ist aufgrund der geringen Größe der Hochschule begrenzt. Daher begrüßt es die Gutachtergruppe, dass den Studierenden an jedem Standort die Nutzung einer großen öffentlichen Bibliothek offen steht (Berlin: Bibliothek der TU Berlin, Düsseldorf: Universitätsbibliothek, München: Bayerische Staatsbibliothek). (Nur am Standort Düsseldorf müssen die Studierenden für die Nutzung eine Gebühr zahlen.) Die Gutachtergruppe empfiehlt, den Literaturbestand in den Standortbibliotheken zu erweitern und aktuell zu halten, dies im Printbereich als auch insbesondere im digitalen Bereich.

An der MD.H sind zurzeit insgesamt 44 Professor/innen und festangestellte Dozent/innen tätig. Laut Hochschule sind diese Personen praxisqualifiziert und waren bereits mehrere Jahre in der entsprechenden Branche tätig. Die Hochschule gibt zudem an, dass die Professor/innen regelmäßig verschiedene Konferenzen, Tagungen und Messen besuchen, um sich über neue Entwicklungen und Trends zu informieren und sich entsprechend weiterzubilden.

In den Gesprächen vor Ort wurde deutlich, dass Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung bislang eher unkoordiniert erfolgen. Sie hängen vom persönlichen (und auch finanziellen) Engagement der einzelnen Lehrenden ab. Dies kritisieren die Gutachter/innen. Sie fordern die Hochschule auf, ein Konzept zur systematischen Förderung und Unterstützung der Weiterbildung der Lehrenden zu erarbeiten. Aus Sicht der Gutachtergruppe wird diese Maßnahme zum weiteren Erfolg der Hochschule beitragen. Dadurch, dass der Studiengang Media Producing zum Ende des Sommersemesters 2019 bereits ausläuft, spricht die Gutachtergruppe diese Forderung nur für den Studiengang Design Management aus. Die Gutachtergruppe begrüßt die Ankündigung der neuen Hochschulleitung, den Bereich „Weiterbildung“ stärken zu wollen.

Es gelten darüber hinaus die Ausführungen unter II.2.4 und II.3.4.

1.5 Qualitätssicherung

Die Hochschule konnte in der Dokumentation und in den Gesprächen darlegen, dass Ergebnisse des hochschulinternen Qualitätsmanagements bei den Weiterentwicklungen der

Studiengänge (bzw. in diesem Fall bei der Weiterentwicklung des Studienganges Design Management) prinzipiell berücksichtigt werden. Dabei berücksichtigt die Hochschule Evaluationsergebnisse, Untersuchungen der studentischen Arbeitsbelastung, des Studienerfolgs und des Absolventenverbleibs.

Die MD.H gibt an, zur Qualitätssicherung ein bereichsübergreifendes Evaluationsverfahren einzusetzen, dessen Elemente turnusmäßig wiederholt werden. Auf diese Art sei eine kontinuierliche formative und summarische Evaluation möglich. Rechtsgrundlage bilde die Evaluationsordnung der MD.H. Das Konzept zur Qualitätssicherung umfasst die beiden Teilbereiche „interne Evaluation“ und „externe Evaluation“. Die interne Evaluation umfasst insbesondere die Bereiche Erstsemesterbefragung, studentische Lehrveranstaltungsbefragung, Studienabschlussbefragung und Absolventenverbleibstudien.

Die Verantwortung für die Weiterentwicklung und Realisierung geeigneter Maßnahmen zur Qualitätssicherung liegt bei der Hochschulleitung sowie den Dekanaten. Auf Grundlage der Ergebnisse der Evaluationsberichte beschließt die Hochschulleitung ggf. geeignete kurzfristige und langfristige Maßnahmenkataloge sowie einen Terminplan für deren Umsetzung.

Die Hochschule verfügt über eine Evaluationsordnung, die die verschiedenen Evaluationsinstrumente regelt. Die Gespräche vor Ort ergaben, dass z.B. Lehrveranstaltungsevaluationen nicht regelmäßig erfolgen bzw. nur aufgrund der Eigeninitiative einzelner Lehrender. Die Lehrenden berichteten, dass aufgrund der kleinen Gruppengrößen vieles im direkten Gespräch geklärt werden könne. Die Gutachtergruppe begrüßt den direkten Kontakt zwischen Lehrenden und Studierenden. Sie weist jedoch auch auf die Wichtigkeit anonymer Befragungen hin. Auch sollten die Ergebnisse der Erhebungen an die beteiligten Studierenden rückgemeldet werden. Über alle Standorte hinweg sollten daher regelmäßig, in gleicher Art und Weise durch eine anonymisierte Befragung die einzelnen Unterrichtsfächer evaluiert werden. Zudem sollte für alle Beteiligten ersichtlich sein, was mit den Ergebnissen geschieht und wie sie ggf. in Maßnahmen münden. Daher empfiehlt die Gutachtergruppe, die Evaluationen entsprechend der eigenen Evaluationsordnung umzusetzen.

Während der Vor-Ort-Begutachtung stellte die Gutachtergruppe mit Bedauern fest, dass die Studierenden sich kaum in Gremien engagieren. Daher empfiehlt sie, die studentische Selbstorganisation zu fördern. Die Studierenden sollten über ihre diesbezüglichen Möglichkeiten besser informiert und motiviert werden.

2. Design Management, M.A.

2.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

Die Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Design Management (M.A.) definiert die Studienziele unter § 2 wie folgt:

„Die Absolventen des Design Management Master (M.A.) sind in der Lage, design- und medienwirtschaftliche Führungsaufgaben in nationalen- wie internationalen Agenturen und Unternehmen wahrzunehmen, die Design als strategisches Schlüsselelement betrachten. Die Absolventen haben vertiefte Kenntnisse des strategischen, taktischen und operativen Managements von Design in seinen unterschiedlichen materiellen und immateriellen Ausprägungen. Sie sind in der Lage, Designstrategien, mit Schwerpunkt Markenpositionierungen, in forschungs- wie anwendungsorientierten Projekten mit den Methoden des Design Thinkings optimierend zu planen, zu vermitteln und zu implementieren.“

Die Gutachtergruppe begrüßt die Tatsache, dass darüber hinaus die Gesamtqualifikationsziele des Studiengangs im Vorwort des Modulhandbuchs sehr ausführlich beschrieben werden. Die Hochschule gibt hier an:

„Die Qualifikationsziele des Studiengangs Design Management M.A. gründen in der engen Verzahnung von Design- und Managementkompetenzen in den Fachgebieten Strategic Design und Design Management, im erweiterten Diskurs der soziokulturellen Interferenzen und Abhängigkeiten zwischen Design und Wissenskultur. Die Studierenden im Studiengang Design Management M.A. erwerben dazu in den zwei Fachgebieten des Studiums vertiefende fachliche- und generische Kompetenzen, die in Kooperationen zu Institutionen aus Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft eine methodische, wie praktische Vertiefung erfahren.

Fachgebiet Strategic Design
Die Studierenden lernen in den Modulen „Brand Identity“, „Strategisches Ideenmanagement“, „Kulturwissenschaft“ und „Zukunfts- und Trendforschung“ – aufbauend auf den Bachelorqualifikationen – den aktuellen Forschungsstand dieser Teilfächer kennen.
Aufgrund ihrer vertieften und erweiterten wissenschaftlich fundierten Kenntnisse können sie auf dem neuesten Stand des Wissens,

- *Design als eine strategische Komponente für gestalterische Prozesse in der Entwicklung, Vermittlung und Implementierung von Designleistungen eigenständig einer kritischen Analyse und Bewertung unterziehen,*
- *Vorgehensweisen für eine ganzheitliche und integrierte Markenpositionierung optimierend planen,*
- *mit Methoden und Modellen der Unternehmens- und Markenpersönlichkeit, dem Unternehmens- und Markenwert sowie der Unternehmens- und Markenpositionierung, nachhaltige und authentische Positionierungen in zunehmend hybriden Märkten, in Teamprozessen projektbezogen konzeptionieren,*

- *kulturwissenschaftliches Know-how für die Anwendungsfelder des Kulturmanagements nutzen,*
- *Marktforschungsmethoden projektbezogen einsetzen.*

Fachgebiet Design Management

In den Modulen „Design und Management, „Design und Leadership", „Design Thinking" und „Innovatives Marketing" lernen die Absolventinnen und Absolventen,

- *das grundlegende Aufgabengebiet des strategischen, taktischen und operativen Managements von Design in seinen unterschiedlichen materiellen und immateriellen Ausprägungen zu verstehen und zu bewerten,*
- *Innovationsprozesse als Projekte nach humanen, technischen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten, als gleichberechtigte Faktorenschnittmenge für ganzheitlich interdisziplinäre Designprozesse methodisch zu planen und zu optimieren,*
- *Design und Produktinnovationen, Kreativprozesse und die Prozesse des Marketing-Managements integrativ für strategische Prozesse zu nutzen, und hierbei in Projektteams herausragende Verantwortung zu übernehmen,*
- *in Projektmaßnahmen die Pflege einer Innovationskultur und die Verankerung identitätsstiftender und kulturfördernder Maßnahmen zu betreiben.*

Der Studiengang befähigt die Absolventinnen und Absolventen, zukünftig design- und medienwirtschaftliche Führungsaufgaben in Agenturen und Unternehmen wahrzunehmen, die Design als strategisches Schlüsselelement betrachten, mit der besonderen Berücksichtigung von kreativen und produktionsbezogenen Aspekten. Der Studiengang kommt so der Nachfrage nach methodisch agierenden Führungspersönlichkeiten in der Design- und Medienbranche nach.

Die Berufsziele einer/eines Absolventin/Absolventen des Design Management (M.A.) können unter anderem sein:

- *Corporate Design-Koordinator/in*
- *Operativer Designmanager/in*
- *Markendesign Manager/in*
- *Visual Identity Manager/in*
- *Visual Communication Manager/in*
- *Design & Innovationmanager/in*
- *Innovation Design Director/in*

Zusätzlich sind die Absolventinnen und Absolventen in der Lage, flankierende fachliche wie generische Methoden integrativ und fachgebietsübergreifend anzuwenden:

- *wissenschaftliches Arbeiten, belegt durch Dokumentation von Projekten, der Reflexion abstrakter Forschungsfragen, dem Diskurs im aktuellen Forschungsumfeld,*
- *Darstellung der Methodik und Argumentation strategischer Designentscheidungen auf einem höheren Komplexitätsgrad,*
- *Reflektion ethisch moralischer Gesichtspunkte durch Kontextstellung von Design als ökonomischer und ökologischer Wertfaktor und als Träger von Kultur.*
- *Persönlichkeitsentwicklung durch kommunikative Instrumentarien und individuelle*

Betreuung und Beratung durch den Hochschulapparat,

- *zivilgesellschaftliches Engagement durch Positionierung innerhalb des gesellschaftlich relevanten Forschungsfeldes, beispielsweise durch Veröffentlichungen in entsprechenden Medien und Institutionen.“*

Die Gutachtergruppe stellt fest, dass sich das Studiengangskonzept an Qualifikationszielen orientiert, die fachliche und überfachliche Aspekte umfassen und sich insbesondere auf die Bereiche der wissenschaftlichen Befähigung, der Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, der Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement sowie der Persönlichkeitsentwicklung beziehen.

2.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Es gelten die Ausführungen unter II.1.2.

Die MD.H gibt an, dass der Masterstudiengang Design Management sich an qualifizierte designaffine Interessierte mit im Rahmen eines Bachelorstudiums erworbenen Grundlagenkenntnissen der Gestaltung, der relevanten Designtheorien und der jeweiligen Fachterminologie richtet. Die Fachgebiete „Strategic Design“ und „Design Management und Design Leadership“ bilden folgend zu je gleichen Teilen die Basis eines interdisziplinären Designansatzes.

Die gestalterisch-methodischen Seminarschwerpunkte fundieren in dem Fachgebiet „Strategic Design“ mit den Modulen „Brand Identity“ und „Strategisches Ideenmanagement“. Als strategisch-operative Komponente soll das Fachgebiet „Design Management und Design Leadership“ die koordinierende Basis für die Planung zukunftweisender Designstrategien bilden.

Gestalterisch-kreative Standpunkte bilden mit medientechnischen und wirtschaftlich-strategischen Erwägungen eine Faktorenschnittmenge. Vor dem Hintergrund aktueller Debatten (Kulturwissenschaften, Zukunfts- und Trendforschung) sollen Fragestellungen gesellschaftlich relevanter Neukonstituierungen im Kontext nachhaltiger Designmaßnahmen diskutiert und Lösungsmodelle in Projektstudien integriert werden. Die Erarbeitung von Projektstudien soll einen integrativen Bestandteil in den angebotenen Modulen bilden.

Die Studienanfänger/innen münden flexibel in die Semesterblöcke 1 oder 2, so dass ein Einstieg in das Studium sowohl zum Wintersemester als auch zum Sommersemester bei bereits laufenden Studiengruppen möglich ist.

Der Semester-Block 1 (Semester 1) umfasst die folgenden Module:

- 1.1. Brand Identity (9 LP)
- 1.3. Kulturwissenschaft (6 LP)
- 2.1. Design und Management (9 LP)
- 2.3. Design Thinking (6 LP)

Der Semester-Block 2 (Semester 2) umfasst die Module:

- 1.2. Strategisches Ideenmanagement (9 LP)
- 1.4. Zukunfts- und Trendforschung (6 LP)
- 2.2. Design und Leadership (9 LP)
- 2.4. Innovatives Marketing (6 LP)

Das dritte Semester beinhaltet neben der Masterarbeit mit Kolloquium (24 LP) das Modul „Wissenschaftliches Arbeiten“ (6 LP).

Die Gutachtergruppe stellt insgesamt fest, dass das Studiengangskonzept in der Kombination der einzelnen Module stimmig im Hinblick auf formulierte Qualifikationsziele aufgebaut ist und adäquate Lehr- und Lernformen vorsieht. Sie begrüßt das schlüssige Konzept im Hinblick auf die zukünftigen hohen Anforderungen in diesen Berufsfeldern.

2.3 Studierbarkeit

Es gelten die Ausführungen unter II.1.3.

Die Zulassungsvoraussetzungen für den Studiengang Design Management enthalten zurzeit u.a. einige nicht direkt designrelevante Studienfächer wie z.B. Informatik als qualifizierende Bachelor-Abschlüsse. Wie unter II.1.3 dargelegt, empfiehlt die Gutachtergruppe, diese pauschale Liste zu überdenken und/oder zusätzlich zum Letter of Intent auf die Prüfung des nötigen designspezifischen Grundlagenwissens im Einzelfall zu verweisen.

2.4 Ausstattung

Es gelten die Ausführungen unter II.1.4.

Die Landesspezifischen Strukturvorgaben für das Land Berlin[3] sehen vor, dass Lehraufgaben mindestens zur Hälfte von hauptberuflich Lehrenden der Hochschule wahrgenommen werden, die die Einstellungsvoraussetzungen für (Junior)-Professor/innen erfüllen.

Die MD.H weist nach, dass diese Anforderung am Standort Berlin gut erfüllt wird. An den Standorten Düsseldorf und München wird der erforderliche Wert jedoch unterschritten. Der Standort München verfügt im Sommersemester 2019 sogar über keine eigene professorale Lehrleistung für den Studiengang Design Management. Die Hochschule plant, für den Studiengang Design Management an den Standorten Düsseldorf und München je eine halbe Professorenstelle (je neun SWS) einzurichten, um an allen Standorten eine angemessene professorale Lehrabdeckung zu gewährleisten. Das Berufungsverfahren für den Standort München ist bereits weit fortgeschritten. Es ist geplant, die Stelle zum 1. Oktober 2019 zu besetzen.

3 http://archiv.akkreditierungsrat.de/fileadmin/Seiteninhalte/AR/Beschluesse/AR_Landesspezifische_Strukturvorgaben_aktuell.pdf

Die befragten Studierenden des Standortes Düsseldorf monierten, von fachfremden Lehrenden unterrichtet zu werden.

Dadurch, dass zurzeit die Standorte Düsseldorf und München professoral unterbesetzt sind, ist die adäquate Durchführung des Studienganges hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen Ausstattung nicht hinreichend gesichert. Daher fordert die Gutachtergruppe die Hochschule auf, unter der Berücksichtigung der Verflechtung mit anderen Studiengängen nachzuweisen, dass an jedem Standort (Berlin, Düsseldorf, München) 50 % der Lehre professoral ist. Die beiden geplanten Professuren (50 %) sind zu besetzen oder adäquat zu vertreten.

2.5 Qualitätssicherung

Es gelten die Ausführungen unter II.1.5.

Die Hochschule gibt an, dass der Studiengang Design Management an allen drei Standorten (Berlin, Düsseldorf, München) in identischer Form durchgeführt wird. Während der Vor-Ort-Gespräche entstand allerdings der Eindruck, dass die Lehrenden der verschiedenen Standorte zu wenig miteinander kommunizieren und der Studiengang an den verschiedenen Standorten durchaus eigenständige Ausprägungen und Herangehensweisen entwickelt. Zur Sicherung der Studiengangsqualität empfiehlt die Gutachtergruppe daher dringend, Kommunikation und Abstimmung der Lehrenden untereinander über die Standorte hinweg deutlich zu stärken z.B. über regelmäßige Skype-Meetings etc.

3. Media Producing, M.A.

3.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

Die Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Media Producing (M.A.) definiert die Studienziele unter § 2 wie folgt:

„Der Masterabschluss Media Producing (M.A.) qualifiziert die Studierenden für leitende Positionen im Bereich Producing und Projektleitung in Unternehmen, die im Bereich der Konzeption und Herstellung digitaler Medien tätig sind. Die Endprodukte (Filme, Werbung, Computerspiele, mobile Anwendungen, Visualisierungen, Onlineprodukte, …) der Unternehmen in der Kreativwirtschaft im In- und Ausland, können im Bereich der digitalen Medien dabei sehr unterschiedlich sein. Die Anforderungen, die an Media Producer in den unterschiedlichen Unternehmen gestellt werden, sind aber immer die gleichen. Alle Projekte müssen innerhalb des definierten Budgetrahmens, in der geplanten Qualität und im vorgegebenen Zeitraum fertiggestellt werden. Und genau dafür zeichnet der „Media Producer“ mit verantwortlich. Die Studierenden erwerben im Master-Studiengang Media Producing alle benötigten theoretischen und praktischen Fähigkeiten und Kenntnisse, um Projekte im kreativen Umfeld sowohl von der strategisch, wirtschaftlichen als auch der organisatorischen Seite her einschätzen und in leitender Funktion in der Durchführung betreuen zu können. Die Fähigkeit, theoretische Modelle wissenschaftlich fundiert auszuwerten und zu vergleichen, gehört im Master-Studiengang ebenso dazu, wie die theoretischen Modelle anhand von zahlreichen Praxisbeispielen mit unterschiedlichen Technologien auszuprobieren.“

Die Gutachtergruppe begrüßt die Tatsache, dass darüber hinaus die Gesamtqualifikationsziele des Studiengangs im Vorwort des Modulhandbuchs sehr ausführlich beschrieben werden. Die Hochschule gibt hier an:

„Absolventen des Masterstudiengangs „Media Producer“ besitzen fachliche, analytisch-methodische, sowie kommunikative Kompetenzen zur strategischen und operativen Führung interdisziplinärer Medienprojekte. Dafür haben die Absolventinnen und Absolventen des Master-Studiums managementorientierte Kompetenzen aus dem erfolgreich abgeschlossenen Bachelorstudium ergänzt bzw. erweitert. Daneben befähigt der erfolgreiche Abschluss des Masterstudiums zu verstärkt wissenschaftlicher Arbeit und schafft die formalen Voraussetzungen zur Promotion.
Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Media Producer (M.A.) haben auf der Grundlage eines breiten Basis- und Überblickswissens (Kenntnisse):

- *vertiefte Kenntnisse in ausgewählten Bereichen des Medien- und Kommunikationsmanagements in Theorie und Praxis erworben. Sie kennen unterschiedliche Projektmanagement- und Controlling-Methoden und können diese den Projektanforderungen entsprechend anwenden;*
- *vertiefte Kenntnisse in den wesentlichen Bereichen des Team- und Kommunikationsmanagements in Theorie und Praxis erworben. Sie verstehen deshalb das*

Zusammenwirken methodischer und theoretischer sowie strategischer und planerischer Anforderungen in unterschiedlichen Medienproduktionen. Sie können eigenständig entsprechende Modelle weiterentwickeln;

- *vertiefte Kenntnisse zur Kalkulation, Umsetzung und Evaluation von konkreten Projekten aus dem Spektrum der Medienbranche;*
- *vertiefende Kenntnisse im Bereich der empirisch orientierten Kommunikations- und Medienforschung und sind mit selbstständiger wissenschaftlicher Arbeitsweise sowie den Datenerhebungsmethoden und Analyseinstrumenten der empirischen Kommunikations- und Medienforschung vertraut.*

Die Absolventinnen und Absolventen sind in der Lage (Fertigkeiten),

- *ihre Eingangsqualifikationen und Kompetenzen zu systematisieren, zu erweitern, zu reflektieren und zu schärfen;*
- *komplexe ökonomische Aufgabenstellungen in einem breiten Umfeld mit teilweise unbekannten Einflussgrößen zu identifizieren, zu strukturieren und durch zielführende Strategieansätze zu lösen;*
- *relevante Daten im ökonomischen Kontext nach wissenschaftlichen Methoden zu erfassen, auszuwerten und zu interpretieren;*
- *vertiefende Literaturrecherchen durchzuführen und aktuelle Forschungsergebnisse für ihre Arbeit konstruktiv zu nutzen;*
- *normative Zielvorgaben als ökonomischen, ökologischen und sozialen Wertfaktor in Managementprozessen mit dem Ziel einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung einzubeziehen;*
- *crossmedial vernetzte Medien- und Kommunikationsstrukturen für strategische Prozesse im Unternehmen verstehen, analysieren und effektiv nutzen.*

Die Absolventinnen und Absolventen können (Kompetenz)

- *die ökonomischen, politischen, sozialen und rechtlichen Rahmenbedingungen der Wirtschaft verstehen und beurteilen;*
- *rationale und normativ gut begründete Entscheidungen in einem komplexen Unternehmensumfeld treffen sowie kritisch denken, um innovative Lösungen für fachübergreifende Probleme zu finden;*
- *fachübergreifend und vernetzt denken, um Problemlösungen und Argumente in ihrem Fachgebiet zu erarbeiten und selbstständig weiterführende Lernprozesse gestalten zu können;*
- *Inhalte und Probleme des Fachgebiets argumentativ kommunizieren und präsentieren, um den kritischen Diskurs im aktuellen Forschungsumfeld zu fördern;*
- *anwendungs- und forschungsorientierte Projekte in Kooperation mit Praxispartnern aus der Wirtschaft, Kultur und Politik konzeptionieren, realisieren und kommunizieren, um sich damit unmittelbar in das berufliche Umfeld zu integrieren und mit Partnern auf unterschiedlichen Ebenen zusammenarbeiten sowie gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen;*
- *effektiv mit anderen Menschen in unterschiedlichen Situationen fachübergreifend zusammenarbeiten;*

- *Führungsaufgaben in interdisziplinären Teams übernehmen;*
- *sich durch selbstständiges Lernen auf dem aktuellen Stand der Forschung halten.“*

Die Gutachtergruppe stellt fest, dass sich das Studiengangskonzept an Qualifikationszielen orientiert, die fachliche und überfachliche Aspekte umfassen und sich insbesondere auf die Bereiche der wissenschaftlichen Befähigung, der Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, der Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement sowie der Persönlichkeitsentwicklung beziehen.

3.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Es gelten die Ausführungen unter II.1.2.

Der Masterstudiengang Media Producing beinhaltet insbesondere die Bereiche:

1. Studium Generale
    a. Wahlpflichtkatalog: Technologien I + II
    b. Wahlpflichtkatalog: Innovatives Game Design I + II
2. Projekt- und Kommunikationsmanagement
3. Betriebswirtschaft

Im 1. Semester liegen die Schwerpunkte auf der Historie und der Weiterentwicklung der genutzten Technologien für die Herstellung unterschiedlicher Medienproduktionen. Bereits vorhandene Grundlagen im Bereich Projektmanagement werden über Analysen und Tests unterschiedlicher Projektmanagement-Methoden und den dazugehörigen Tools vertieft. Auf dem Gebiet des Teammanagements sollen in erster Linie die Kommunikationsprozesse anhand psychologischer und wissenschaftlicher Untersuchungen vertieft und der Bereich „Soft-Skills“ als einer der zentralen Erfolgsfaktoren im Teammanagement analysiert werden. Theoretische Grundlagen sollen anhand zahlreicher Praxisbeispiele erprobt, analysiert und ausgewertet werden. In den Bereichen Vertrieb und Marketing sollen die relevanten Gebiete der Betriebsökonomie angesprochen und vertieft werden. Kalkulationen mit entsprechenden Vertriebs- und Marketingstrategien bilden hier die Schwerpunkte für die Studierenden.

Das erste Semester gliedert sich in folgenden Fachgebieten mit den Modulen:

- 1 Studium Generale / Studienmodul I aus dem Wahlpflichtkatalog (1.1.1 Technologien I oder 1.2.1 Innovatives Game Design I / Theorie und Geschichte der Spieleentwicklung) (9 LP)
- 2 Projekt- und Kommunikationsmanagement / 2.1 Projektmanagement: Tools und Methoden (9 LP)
- 3 Betriebswirtschaft / 3.1 Strategisches Management (6 LP); 3.2 Vertrieb und Marketing (6 LP)

Im 2. Semester sollen die Studierenden ihre Kenntnisse im Bereich des Teammanagements vertiefen, wobei hier die Kommunikationsprozesse eine besondere Rolle spielen. Aktuelle Technologien sollen auf ihre möglichen Einsatzgebiete und deren qualitativen und wirtschaft-

lichen Nutzen hin überprüft werden. Bei der Erstellung von Businessplänen sollen die Studierenden lernen, unterschiedliche Geschäftsideen zu bewerten und die finanziellen Risiken einzuschätzen. Im Projekt „Media Producing“ werden die Studierenden als Producer/in und Projektleiter/in in unterschiedlichen Projekten von Bachelorstudierenden eingesetzt, um ihre theoretischen Kenntnisse in der Praxis einzusetzen.

Das zweite Semester gliedert sich in folgenden Fachgebieten mit den Modulen:

- 1 Studium Generale / Studienmodul II aus dem Wahlpflichtkatalog (1.2.1 Technologien II oder 1.2.2 Innovatives Game Design II / Innovative Spielkonzepte) (9 LP)
- 2 Projekt- und Kommunikationsmanagement / 2.2 Interkulturelle Kommunikation und Rhetorik (6 LP), 2.3 Projekt Media Producing (9 LP)
- 3 Betriebswirtschaft / 3.3 Entrepreneurship (6 LP)

Das dritte Semester beinhaltet neben der Masterarbeit mit Kolloquium (24 LP) das Modul „Wissenschaftliches Arbeiten“ (6 LP).

Die Gutachtergruppe stellt insgesamt fest, dass das Studiengangskonzept in der Kombination der einzelnen Module stimmig im Hinblick auf formulierte Qualifikationsziele aufgebaut ist und adäquate Lehr- und Lernformen vorsieht.

Im Gespräch mit den Studierenden stellte sich heraus, dass das grundsätzlich gute und schlüssige Studiengangskonzept nicht vollständig umgesetzt wurde. Das Curriculum wurde nicht wie angekündigt eingehalten. Auch das größere Projekt im zweiten Semester habe nicht wie vorgesehen stattgefunden. Dadurch, dass die eingeschriebenen Studierenden Ende des Sommersemesters 2019 den Studiengang bereits abschließen, sieht die Gutachtergruppe von weiterer Kritik zu diesem Punkt ab.

Der Masterstudiengang Media Producing (M.A.) wird bereits nicht mehr von der MD.H angeboten. Er wurde erst- und einmalig zum SS 2018 am Standort Düsseldorf durchgeführt. Die Hochschulvertreter/innen erläuterten die schnelle Einstellung des Studienangebots damit, erkannt zu haben, dass das Curriculum zu breit aufgestellt ist. Es ist geplant, ein vollständig neues Studiengangskonzept zu erarbeiten, das zu gegebenen Zeit in einem neuen Akkreditierungsverfahren geprüft werden soll. Aufgrund der Anforderungen der Berliner Senatskanzlei durchläuft das vorliegende, eingestellte Studienangebot dennoch die Akkreditierung.

3.3 Studierbarkeit

Es gelten die Ausführungen unter II.1.3.

3.4 Ausstattung

Es gelten die Ausführungen unter II.1.4.

Die befragten Studierenden berichteten, dass ihnen nicht immer die benötigten Studios zur

Verfügung gestanden haben (z.B. Motion Capturing Studio). Dadurch, dass der Studiengang bereits keine neuen Studierenden mehr aufnimmt, sieht die Gutachtergruppe von einer weiterführenden Kritik ab.

Die Landesspezifischen Strukturvorgaben für das Land Berlin sehen vor, dass Lehraufgaben mindestens zur Hälfte von hauptberuflich Lehrenden der Hochschule wahrgenommen werden, die die Einstellungsvoraussetzungen für (Junior)-Professor/innen erfüllen. Die Hochschule weist nach, dass diese Anforderung gut erfüllt wird. Die adäquate Durchführung des Studiengangs Media Producing ist daher hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen Ausstattung gesichert. Dabei werden Verflechtungen mit anderen Studiengängen berücksichtigt.

3.5 Qualitätssicherung

Es gelten die Ausführungen unter II.1.5.

4. Erfüllung der Kriterien des Akkreditierungsrates

4.1 Qualifikationsziele des Studiengangskonzeptes
(Kriterium 2.1)

Das Kriterium 2.1 ist erfüllt. Es gelten die Ausführungen unter II.2.1 und II.3.1.

4.2 Konzeptionelle Einordnung der Studiengänge in das Studiensystem
(Kriterium 2.2)

Das Kriterium 2.2 ist teilweise erfüllt.

Die formalen Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse werden erfüllt (zu den inhaltlichen Anforderungen siehe II.1.2).

Die beiden Masterstudiengänge Design Management und Media Producing führen zum Abschluss "Master of Arts“. Abschlüsse und Bezeichnungen sind zutreffend.

Die Regelstudiendauer der beiden Masterstudiengänge beträgt je drei Semester und umfasst 90 LP. Die Abschlussarbeit mit Kolloquium umfasst jeweils 24 LP und entspricht somit den Strukturvorgaben.

Für die beiden konsekutiven Masterstudiengänge erfolgte keine Zuordnung zu den Profilen anwendungsorientiert, forschungsorientiert oder künstlerisch.

Für beide Studiengänge wurde je ein Diploma Supplement in deutscher und englischer Sprache vorgelegt.

Die Arbeitsbelastung der Studierenden wird in beiden Studiengängen mit 30 Stunden pro LP berechnet[4].

Beide Studiengänge sind mit Leistungspunkten versehen und durchgehend modularisiert. Die Gutachtergruppe stellt fest, dass die Module thematisch und zeitlich abgerundete, in sich geschlossene und mit Leistungspunkten belegte Studieneinheiten darstellen.

Die Module beider Studiengänge sind innerhalb eines Semesters zu absolvieren. Die Module beider Studiengänge umfassen entweder sechs oder neun LP und berücksichtigen damit die Mindestmodulgröße.

Die Modulbeschreibungen beider Studiengänge entsprechen den formalen Vorgaben der KMK. Sie enthalten Angaben zu Inhalten und Qualifikationszielen der Module, Lehr- und Prüfungsformen, Voraussetzungen für die Teilnahme, Verwendbarkeit des Moduls, Voraussetzungen für die Vergabe von Leistungspunkten, Häufigkeit des Angebots der Module, Arbeitsaufwand und Dauer der Module. Die Gutachtergruppe weist lediglich darauf hin, dass die Literaturangaben in den Modulbeschreibungen veraltet erscheinen. Sie empfiehlt daher,

[4] Rahmenprüfungsordnung, § 17

die Literaturangaben in den Modulbeschreibungen zu aktualisieren.

Die Rahmenprüfungsordnung sieht unter § 36 die Vergabe von relativen Noten vor.[5] Die Gutachtergruppe weist darauf hin, dass die KMK die Verwendung der jeweils gültigen Fassung des ECTS Users' Guide empfiehlt, d.h. es sollten nach Möglichkeit die Grading Tables aus dem ECTS Users' Guide von 2015[6] verwendet werden.

Die Rahmenprüfungsordnung regelt zudem unter § 24 korrekt die Anrechnung von nachgewiesenen gleichwertigen Kenntnissen und Fähigkeiten, die außerhalb des Hochschulbereichs erworben wurden. Bis zu 50 % können angerechnet werden.

Unter § 25 regelt die Rahmenprüfungsordnung die wechselseitige Anerkennung von extern erbrachten Leistungen gemäß der Lissabon-Konvention. Allerdings bemängelt die Gutachtergruppe die diesbezüglichen Ausführungen unter Abs. 6. Hier heißt es, dass max. 50 % (bezogen auf die Anzahl der Leistungspunkte im Studiengang) angerechnet werden können. Laut „Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region" (sog. Lissabon-Konvention) müssen grundsätzlich alle Studien- und Prüfungsleistungen angerechnet werden, wenn diese nach Qualifikationszielen (und Inhalten) keine wesentlichen Unterschiede aufweisen, d.h. es darf keine pauschale Begrenzung der Anrechnung geben.[7] Auch die Regelung unter Abs. 1, den wesentlichen Unterschied an der studentischen Arbeitsbelastung festzumachen, erscheint ungewöhnlich. Es sollte überprüft werden, ob dies gesetzeskonform ist. Die Gutachtergruppe fordert die Hochschule daher auf, die Regelungen unter § 25 an das „Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region" (sog. Lissabon-Konvention) anzupassen. Alle Studien- und Prüfungsleistungen sind grundsätzlich anzurechnen, wenn keine wesentlichen Unterschiede nachgewiesen werden können. Es darf keine darüber hinausgehenden Beschränkungen geben.

Beide fachspezifischen Prüfungsordnungen regeln jeweils unter § 4 die Zugangs- und Zulassungsvoraussetzungen[8]. Bewerber/innen beider Studiengänge müssen zudem einen

---

[5] Hierbei referiert die Hochschule auf einen veralteten Beschluss. Dies sollte aktualisiert werden.
Alt: „Rahmenvorgaben für die Einführung von Leistungspunktsystemen und die Modularisierung von Studiengängen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 15.09.2000 i. d. F. vom 22.10.2004)"
Aktuell: „Ländergemeinsame Strukturvorgaben für die Akkreditierung von Bachelor- und Masterstudiengängen (Beschluss der Kultusministerkonferenz vom 10.10.2003 i.d.F. vom 04.02.2010)"

[6] https://ec.europa.eu/education/ects/users-guide/docs/ects-users-guide_en.pdf

[7] Vgl. Rundschreiben des Akkreditierungsrates vom 6.10.2016:
http://archiv.akkreditierungsrat.de/fileadmin/Seiteninhalte/AR/Sonstige/20161006_Lissabon_Konvention_Rundschreiben.pdf

[8] Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Design Management (M.A.):
„(1) Zugangsvoraussetzung ist der berufsqualifizierende Abschluss eines Hochschulstudiums auf den Gebieten des Designs, der Medien, Informatik, Film- und Fernsehwissenschaft oder AV-Medienwissenschaften.
(2) Bewerber, die Absolventen eines anderen Studiengangs als auf dem Gebiet der Medien, Informatik, Film- und Fernsehwissenschaft oder AV-Medienwissenschaften sind, können auf Antrag zum Studium zugelassen werden, wenn sie nachweisen, dass sie über Vorkenntnisse, wie sie beim

„Letter of Motivation“ in englischer Sprache verfassen.

Ungewöhnlich erscheint, dass in den Zugangs- und Zulassungsbestimmungen nicht explizit angegeben wird, dass das vorangehende Studium 210 LP umfassen soll. Es werden hingegen Ausnahmemöglichkeiten sowie das Angebot eines „Presemesters“ für Bewerber/innen beschrieben, die weniger als 210 LP mitbringen. Die Gutachtergruppe empfiehlt, dass die Zulassungsregelungen in den Prüfungsordnungen auch den Regelfall korrekt beschreiben sollten.

Die spezifischen Strukturvorgaben des Landes Berlin werden größtenteils eingehalten. Allerdings erfüllt der Studiengang Design Management bislang nicht die Vorgabe, dass Lehraufgaben mindestens zur Hälfte von hauptberuflich Lehrenden der Hochschule wahrgenommen werden müssen, die die Einstellungsvoraussetzungen für (Junior)-Professor/innen erfüllen. (Siehe hierzu II.2.4)

4.3 Studiengangskonzept
(Kriterium 2.3)

Das Kriterium 2.3 ist erfüllt. Es gelten die Ausführungen unter II.1.2, II.2.2 und II.3.2.

4.4 Studierbarkeit
(Kriterium 2.4)

Das Kriterium 2.4 ist teilweise erfüllt. Es gelten die Ausführungen unter II.1.3 und II.2.3.

Die Gutachtergruppe fordert die Hochschule auf, für den Studiengang Design Management an jedem Standort eine verantwortliche Ansprechperson aus der Professorenschaft zu benennen.

Absolvieren des Bachelor-Studiengangs „Mediadesign (B.A.)“ an der MD.H erworben werden, sowie über einen mindestens gleichwertigen Abschluss verfügen. Über den Antrag, die Durchführung sowie die Prüfung der Vorkenntnisse beschließt der Prüfungsausschuss des Fachbereichs.
(…)“
Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Media Producing (M.A.)
„(1) Zugangsvoraussetzung ist berufsqualifizierende Abschluss eines Hochschulstudiums auf dem Gebiet der Medien, wie Digital Film Design, Animation/VFX, Technical Director, Gamedesign, Mediadesign, Medieninformatik, Grafikdesign, Kommunikationsdesign, Online Medien, Audiovisuelle Medien.
(2) Bewerber, die Absolventen eines anderen Studiengangs als auf dem Gebiet der Medien, wie Digital Film Design, Animation/VFX, Technical Director, Gamedesign, Mediadesign, Medieninformatik, Grafikdesign, Kommunikationsdesign, Online Medien oder Audiovisuelle Medien, sind, können auf Antrag zum Studi-um zugelassen werden, wenn sie nachweisen, dass sie über Vorkenntnisse, wie sie beim Absolvieren der Bachelor-Studiengänge „Digital Film Design“, „Mediadesign“ oder „Gamedesign“ an der MD.H er-worben werden, sowie über einen mindestens gleichwertigen Abschluss verfügen. Über den Antrag, die Durchführung sowie die Prüfung der Voraussetzungen im Einzelfall beschließt der Prüfungsausschuss des Fachbereichs.
(…)“

4.5 Prüfungssystem
(Kriterium 2.5)

Das Kriterium 2.5 ist erfüllt.

Das Prüfungssystem ist für die Überprüfung des Erreichens der formulierten Qualifikationsziele (intendierten Lernergebnisse) geeignet. Die Prüfungen sind modulbezogen sowie wissens- und kompetenzorientiert.

Pro Modul wird jeweils nur eine Prüfungsleistung verlangt. Nur das Modul „Innovatives Game Design“ im Studiengang Media Producing umfasst drei Prüfungsleistungen (Pitching Dokument, Game Concept Dokument und Projektskizze). Die Gutachtergruppe akzeptiert dieses Vorgehen in diesem Ausnahmefall.

Für einige Module wird in der Prüfungsordnung und in den Modulbeschreibungen angegeben: „Schriftliche Prüfung“. Ob es sich dabei z.B. um eine Klausur oder um eine Hausarbeit handelt, wird jeweils zu Beginn des Semesters verbindlich festgelegt. Die Gutachtergruppe empfiehlt, auch in die Rahmenprüfungsordnung eine Regelung aufzunehmen, wann bei Prüfungsform-Alternativen eine verbindliche Festlegung zu erfolgen hat. Dies sollte wie beschrieben zumindest zu Beginn des Semesters sein.

Die Gutachtergruppe begrüßt die Tatsache, dass die Hochschule für drei Module des Studiengangs Design Management, für die ursprünglich eine schriftliche Prüfung vorgesehen war, nun die Prüfungsform Projektarbeit vorsieht, da aus ihrer Sicht in einem Studiengang wie Design Management Klausuren nur in Einzelfällen zur Anwendung kommen sollten.

Der Nachteilsausgleich für behinderte Studierende hinsichtlich zeitlicher und formaler Vorgaben im Studium sowie bei allen abschließenden oder studienbegleitenden Leistungsnachweisen ist sichergestellt (§ 20 der Rahmenprüfungsordnung).

Die Ordnungen[9] sind veröffentlicht und in Kraft gesetzt.

4.6 Studiengangsbezogene Kooperationen
(Kriterium 2.6)

entfällt

[9] Rahmenprüfungsordnung für die Bachelor- und Master-Studiengänge an der MEDIADESIGN HOCHSCHULE (MD.H) (6. Fassung gültig ab 1. Oktober 2016)
Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Design Management (M.A.) (2. Fassung gültig ab 1. Oktober 2019)
Studien- und Prüfungsordnung für den Studiengang Media Producing (M.A.) (1. Fassung gültig ab 1. April 2017)

4.7 Ausstattung
(Kriterium 2.7)

Das Kriterium 2.7 ist teilweise erfüllt. Es gelten die Ausführungen unter II.1.4, II.2.4 und II.3.4.

Die Gutachter/innen fordern die Hochschule auf, ein Konzept zur systematischen Förderung und Unterstützung der Weiterbildung der Lehrenden zu erarbeiten.

Bzgl. des Studiengangs Design Management fordern sie die Hochschule auf, unter Berücksichtigung der Verflechtung mit anderen Studiengängen nachzuweisen, dass an jedem Standort (Berlin, Düsseldorf, München) 50 % der Lehre professoral ist. Die beiden geplanten Professuren (50 %) sind zu besetzen oder adäquat zu vertreten.

4.8 Transparenz und Dokumentation
(Kriterium 2.8)

Das Kriterium 2.8 ist erfüllt.

Informationen über den Studiengang, Studienverlauf, Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung sind dokumentiert und veröffentlicht. Unter www.mediadesign.de/downloads stehen alle Ordnungen sowie weitere Informationen bereit.

4.9 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung
(Kriterium 2.9)

Das Kriterium 2.7 ist erfüllt. Es gelten die Ausführungen unter II.1.5 und II.2.5.

4.10 Studiengänge mit besonderem Profilanspruch
(Kriterium 2.10)

entfällt

4.11 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit
(Kriterium 2.11)

Das Kriterium 2.11 ist erfüllt.

Die Hochschule hat keine ausdrücklichen Regelungen zur Herstellung von Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit aufgestellt. Auch eine/n speziell ernannte/n Gleichstellungsbeauftragte/n gibt es an der MD.H nicht. Dennoch setzt sie sich glaubwürdig für die Förderung von Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit sowie die Förderung von

Studierenden in besonderen Lebenslagen auch auf Studiengangsebene ein.

Die MD.H gibt an, ein sozial-engagiertes und familienfreundliches Unternehmen zu sein. Beschäftigungsverhältnisse werden derart gestaltet, dass Elternschaft, Erziehung und die Betreuung pflegebedürftiger Angehöriger mit der Wahrnehmung der dienstlichen Aufgaben vereinbart werden können. Anträgen von Arbeitnehmer/innen auf Teilzeitbeschäftigung, Beurlaubung oder flexible Arbeitszeit zur Betreuung von Kindern oder pflegebedürftigen Angehörigen werden grundsätzlich entsprochen, wenn nicht dringende dienstliche Belange entgegenstehen.

Bei allen Entscheidungen und Maßnahmen, auch in hochschulpolitischen Fragen, werde das Thema Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit berücksichtigt. Bereits in der Konzeptionsphase von Studiengängen werden mögliche Auswirkungen der Entscheidungen im Lichte der Geschlechtergerechtigkeit betrachtet, unter anderem wie sich bestimmte Maßnahmen auf die Situation bei Frauen und Männern an der Hochschule auswirken könnten.

III. Appendix

1. Stellungnahme der Hochschule

Die Mediadesign Hochschule verzichtet auf eine Stellungnahme.