

**Akkreditierungsbericht zum Akkreditierungsantrag der  
Hochschule für Gestaltung Stuttgart / Ulm  
1336-xx-2**



**01. Sitzung der ZEvA-Kommission am 27.02.2018**

**TOP 6.01**

| Studiengang                                | Abschluss | ECTS | Regel-<br>studienzeit | Studienart | Kapazität | Master                     |        |
|--|-----------|------|-----------------------|------------|-----------|----------------------------|--------|
|  |           |      |                       |            |           | konsekutiv/<br>weiterbild. | Profil |
| Kommunikationsdesign                       | B.A.      | 180  | 6                     | Vollzeit   | 25        |                            |        |
| Kommunikationsdesign dual                  | B.A.      | 180  | 6                     | dual       | 25        |                            |        |
| Werbung – und Marktkom-<br>munikation      | B.A.      | 180  | 6                     | Vollzeit   | 25        |                            |        |
| Werbung – und Marktkom-<br>munikation dual | B.A.      | 180  | 6                     | dual       | 25        |                            |        |

Vertragsschluss am: 07.03.2017

Datum der Vor-Ort-Begutachtung: 29.11.2017

Ansprechpartner der Hochschule:

Otto Wolff (Präsident)

Kölner Str. 11, 70376 Stuttgart

Tel.: 0711 520 89 86 – 11; [Michaela.goeggelmann@hfk-bw.de](mailto:Michaela.goeggelmann@hfk-bw.de)

Prof. Christiane Nowotny (Vizepräsidentin)

Kölner Str. 11, 70376 Stuttgart;

Tel.: 0711 520 89 86 – 20; [christiane.nowotny@hfk-bw.de](mailto:christiane.nowotny@hfk-bw.de)

Betreuende Referentin: Dr. Barbara Haferkorn

Gutachtergruppe:

- Prof. Matthias Beyrow, Professor für Identität und Zeichen, Dekan des Fachbereichs Design, Fachhochschule Potsdam
- Prof. Dr. Jacqueline Otten, Professur Open Topics on Design, Media & Information, HAW Hamburg
- Prof. Dr. Torsten Spandl, Professur für Marketing und Sales, FHDW Hannover
- Ludger Bröcker, Dipl.-Designer im Bereich Kommunikation, Agravis Raiffeisen AG
- Robert Raback, Hochschule für Nachhaltige Entwicklung, Eberswalde (Vertreter der Studierenden)

**Hannover, den 08.03.2018**



## Inhaltsverzeichnis

|  |      |
|--|------|
| Inhaltsverzeichnis .....   | I-2  |
| I. Gutachtervotum und SAK-Beschluss .....                                  | I-4  |
| 1. ZEKO-Beschluss .....  | I-4  |
| <i>Kommunikationsdesign (B.A.)</i> .....                                   | I-4  |
| <i>Kommunikationsdesign in dualer Studienform (B.A.)</i> .....             | I-4  |
| <i>Werbung – und Marktkommunikation (B.A.)</i> .....                       | I-5  |
| <i>Werbung - und Marktkommunikation in dualer Studienform (B.A.)</i> ..... | I-5  |
| 2. Abschließendes Votum der Gutachter/-innen .....                         | I-6  |
| 2.1 Allgemein .....  | I-6  |
| 2.2 Kommunikationsdesign (B.A.) .....                                      | I-6  |
| 2.3 Kommunikationsdesign in dualer Studienform (B.A.) .....                | I-7  |
| 2.4 Werbung – und Marktkommunikation (B.A.) .....                          | I-7  |
| 2.5 Werbung - und Marktkommunikation in dualer Studienform (B.A.) .....    | I-7  |
| 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 der Studiengänge .....                          | II-2 |
| 1.3 Studierbarkeit .....   | II-3 |
| 1.4 Ausstattung .....  | II-4 |
| 1.5 Qualitätssicherung .....   | II-5 |
| 2. Kommunikationsdesign in klassischer Studienform (B.A.) .....            | II-6 |
| 2.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse .....                   | II-6 |
| 2.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs .....                          | II-6 |
| 2.3 Studierbarkeit .....   | II-7 |
| 2.4 Ausstattung .....  | II-7 |
| 2.5 Qualitätssicherung .....   | II-7 |
| 3. Kommunikationsdesign in dualer Studienform (B.A.) .....                 | II-8 |
| 3.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse .....                   | II-8 |
| 3.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs .....                          | II-8 |
| 3.3 Studierbarkeit .....   | II-9 |
| 3.4 Ausstattung .....  | II-9 |
|  | I-2  |



|      |  |        |
|------|--|--------|
| 4.   | Werbung – und Marktkommunikation in klassischer Studienform (B.A.)                 | II-10  |
| 4.1  | Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse.....                                | II-10  |
| 4.2  | Konzeption und Inhalte des Studiengangs.....                                       | II-10  |
| 4.3  | Studierbarkeit.....  | II-11  |
| 4.4  | Ausstattung.....   | II-11  |
| 4.5  | Qualitätssicherung.....  | II-11  |
| 5.   | Werbung – und Marktkommunikation in dualer Studienform (B.A.)                      | II-12  |
| 5.1  | Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse.....                                | II-12  |
| 5.2  | Konzeption und Inhalte des Studiengangs.....                                       | II-13  |
| 5.3  | Studierbarkeit.....  | II-13  |
| 5.4  | Ausstattung.....   | II-13  |
| 5.5  | Qualitätssicherung.....  | II-13  |
| 6.   | Erfüllung der Kriterien des Akkreditierungsrates                                   | II-14  |
| 6.1  | Qualifikationsziele des Studiengangskonzeptes (Kriterium 2.1).....                 | II-14  |
| 6.2  | Konzeptionelle Einordnung der Studiengänge in das Studiensystem (Kriterium 2.2)... | II-14  |
| 6.3  | Studiengangskonzept (Kriterium 2.3).....   | II-15  |
| 6.4  | Studierbarkeit (Kriterium 2.4).....  | II-15  |
| 6.5  | Prüfungssystem (Kriterium 2.5).....  | II-15  |
| 6.6  | Studiengangsbezogene Kooperationen (Kriterium 2.6).....                            | II-15  |
| 6.7  | Ausstattung (Kriterium 2.7).....   | II-15  |
| 6.8  | Transparenz und Dokumentation (Kriterium 2.8).....                                 | II-16  |
| 6.9  | Qualitätssicherung und Weiterentwicklung (Kriterium 2.9).....                      | II-16  |
| 6.10 | Studiengänge mit besonderem Profilanspruch (Kriterium 2.10).....                   | II-17  |
| 6.11 | Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit (Kriterium 2.11).....              | II-17  |
| III. | Appendix.....  | III-18 |
| 1.   | Stellungnahme der Hochschule vom 02.02.2018  | III-18 |

## I. Gutachtertvetum und SAK-Beschluss

### 1. ZEKO-Beschluss

*Die ZEvA-Kommission begrüßt die Stellungnahme der Hochschule vom 02.02.2018, sieht die Mängel hierdurch aber noch nicht alle als behoben an und beschließt daher die folgende allgemeine Auflage.*

- 1. Es ist eine transparente Darstellung des Lehrpersonals der einzelnen Studiengänge für die Standorte Stuttgart und Ulm nachzureichen. Dabei ist nach haupt- und nebenberuflichem Lehrpersonal zu unterscheiden, und anzugeben, wie viele SWS die einzelnen Lehrenden für welche Studiengänge an welchen Standorten erbringen (Kriterium 2.7, Drs. AR 20/2013).*

#### *Kommunikationsdesign (B.A.)*

*Die ZEvA-Kommission akkreditiert den Studiengang Kommunikationsdesign mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit der oben genannten allgemeinen Auflage für die Dauer von sieben Jahren.*

*Die Auflage ist innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die Kommission 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)*

#### *Kommunikationsdesign in dualer Studienform (B.A.)*

*Die ZEvA-Kommission akkreditiert den Studiengang Kommunikationsdesign in dualer Studienform mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit der oben genannten allgemeinen Auflage für die Dauer von sieben Jahren.*

*Die Auflage ist innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die Kommission 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)*



/ Gutachtertvetum und SAK-Beschluss

1 ZEKO-Beschluss

*Werbung – und Marktkommunikation (B.A.)*

*Die ZEvA-Kommission akkreditiert den Studiengang Werbung – und Marktkommunikation mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit der oben genannten allgemeinen Auflage für die Dauer von sieben Jahren.*

*Die Auflage ist innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die 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)*

*Werbung - und Marktkommunikation in dualer Studienform (B.A.)*

*Die ZEvA-Kommission akkreditiert den Studiengang Werbung – und Marktkommunikation in dualer Studienform mit dem Abschluss Bachelor of Arts mit der oben genannten allgemeinen Auflage für die Dauer von sieben Jahren.*

*Die Auflage ist innerhalb von 9 Monaten zu erfüllen. Die 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)*

## 2. Abschließendes Votum der Gutachter/-innen

### 2.1 Allgemein

#### 2.1.1 Allgemeine Empfehlungen:

Die Gutachtergruppe empfiehlt,

- von einer Verwendung des Begriffs „klassische Studienform“ abzusehen und die entsprechenden Studiengänge stattdessen als grundständige Vollzeitstudiengänge zu bezeichnen;

#### 2.1.2 Allgemeine Auflagen/Mängel:

- Es ist eine transparente Darstellung des Lehrpersonals der einzelnen Studiengänge für die Standorte Stuttgart und Ulm nachzureichen. Dabei ist nach haupt- und nebenberuflichem Lehrpersonal zu unterscheiden, und anzugeben, wie viele SWS die einzelnen Lehrenden für welche Studiengänge an welchen Standorten erbringen (Kriterium 2.4, Drs. AR 20/2013).
- Es ist der Nachweis der Rechtsprüfung, Inkraftsetzung und Veröffentlichung der speziellen Prüfungsordnungen zu erbringen (Kriterium 2.5 Drs. AR 20/2013).
- Es sind die Unterschiede der dualen Studiengänge gegenüber den Vollzeitstudiengängen zu beschreiben. Dabei ist insbesondere auch deutlich zu machen, wann die Praxiszeiten in den einzelnen Studiengängen zu erbringen sind und wie diese Leistungen kreditiert und bewertet werden. Wenn Praxisunternehmen an der Benotung beteiligt werden, ist deutlich zu machen, wie die Notenvergabe qualitätsgesichert erfolgt (Kriterien 2.8 und 2.9, Drs. AR 20/2013).
- Es ist die Möglichkeit zu beschreiben, durch Anrechnung einer entsprechenden Ausbildung das Studium im 3. Semester zu beginnen (Verfahrensregeln, Nachstudienbereiche, Kriterien für die Anerkennung). In der Außendarstellung ist der Eindruck zu vermeiden, dass es sich dabei um einen eigenen Studiengang handelt („verkürzter Studiengang“) (Kriterium 2.8, Drs. AR 20/2013).

### 2.2 Kommunikationsdesign (B.A.)

#### 2.2.1 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 Aufla-

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

- Es sind das Verfahren und die Kriterien zum Nachweis des lt. § 1 der Zulassungs- und Immatrikulationsordnung durchgeführten Nachweis der Künstlerischen Eignung zu beschreiben (Kriterium 2.9, 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 Kommunikationsdesign in dualer Studienform (B.A.)**

### **2.3.1 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)**

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

- Es sind das Verfahren und die Kriterien zum Nachweis des lt. § 1 der Zulassungs- und Immatrikulationsordnung durchgeführten Nachweis der Künstlerischen Eignung zu beschreiben (Kriterium 2.9, 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)

## **2.4 Werbung – und Marktkommunikation (B.A.)**

### **2.4.1 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)**

Die Gutachter/-innen empfehlen der SAK die Akkreditierung des Studiengangs Werbung – und Marktkommunikation 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)

## **2.5 Werbung - und Marktkommunikation in dualer Studienform (B.A.)**

### **2.5.1 Akkreditierungsempfehlung an die Ständige Akkreditierungskommission (SAK)**

Die Gutachter/-innen empfehlen der SAK die Akkreditierung des Studiengangs Werbung –



I Gutachtervotum und SAK-Beschluss

2 Abschließendes Votum der Gutachter/-innen

und Marktkommunikation in dualer Studienform 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)

## **II. Bewertungsbericht der Gutachter/-innen**

### **Einleitung und Verfahrensgrundlagen**

Die Hochschule für Kommunikation und Gestaltung (HfK+G) ist eine staatlich anerkannte Hochschule in privater Trägerschaft, die seit 2013 an zwei Standorten (Stuttgart und Ulm) besteht. Zum Zeitpunkt der Antragstellung sind an der HfK+G in derzeit fünf aktiv betriebenen Studiengängen insgesamt 230 Studierende eingeschrieben (Stand Oktober 2017). Die hiermit zur Reakkreditierung beantragten Bachelorstudiengänge Kommunikationsdesign sowie Werbung - und Marktkommunikation (jeweils als Vollzeit- und als dualer Studiengang) sollen wie weiterhin an den beiden Hochschulstandorten Stuttgart und Ulm angeboten werden. Für die Studiengänge werden Studiengebühren in Höhe von 500 € pro Monat erhoben.

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

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).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> 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 beantragten Studiengangskonzepte orientieren sich an fachlichen und überfachlichen Qualifikationszielen, die von der Hochschule in den Antragsunterlagen, im Diploma Supplement und in den Internettabellen ausführlich beschrieben wurden.

Nach Einschätzung der Gutachtergruppe sind die intendierten Lernergebnisse den entsprechenden Abschlüssen adäquat und beziehen sich in angemessener Art und Weise auf die künstlerische und wissenschaftliche Befähigung, die Befähigung, eine qualifizierte Erwerbstätigkeit aufzunehmen, die Befähigung zum gesellschaftlichen Engagement und die Persönlichkeitsentwicklung. (Ansonsten siehe 2.1 bis 5.1).

### **1.2 Konzeption und Inhalte der Studiengänge**

Die Studiengänge sind als Vollzeitstudiengänge konzipiert, in denen bei einer Regelstudienzeit von 6 Semestern jeweils 180 ECTS-Punkte vergeben werden.

Die Studiengänge werden jeweils einmal als Vollzeitstudiengang („in klassischer Studienform“) und als dualer Studiengang („in dualer Studienform“) angeboten. Nach Aussagen vor Ort studieren jeweils bislang 2 bis 3 Studienende einen der dualen Studiengänge, die im Wesentlichen wie der entsprechende Vollzeitstudiengang aufgebaut sind, und sich für die Studierenden nur in den Praxisphasen unterscheidet. Die Lehrveranstaltungen an der Hochschule werden von den Studierenden beider Studienformen gemeinsam besucht. Die Studierenden der dualen Studiengänge verbringen die Praxisphasen und die vorlesungsfreie Zeit im Unternehmen, während die Studierenden des „klassischen Modells“ die Praxisphasen in einem von ihnen ausgewählten Unternehmen absolvieren, teilweise aber nach eigener Darstellung in der Vorlesungsfreien Zeit auch als Werkstudenten in Unternehmen arbeiten.

In beiden Studienformen sind die Praxisanteile so ausgestaltet, dass Leistungspunkte erworben werden können. Die Studierenden stimmen Aufgabenstellungen mit der Hochschule und Praxispartnern ab. Sie werden an beiden Lernorten betreut und fertigen nach den Praxisphasen einen bewerteten Bericht an. In den Gesprächen ist auch die gute Kooperation und Kommunikation mit den Praktikumsunternehmen / Ausbildungsbetrieben und eine intensive und individuelle Betreuung und Beratung der Studierenden deutlich geworden. (zur Transparenz in den Dokumenten siehe aber 2.8).

In den Studiengangskonzepten sind die Zugangsvoraussetzungen festgelegt. Gemäß Zulassungs- und Immatrikulationsordnung (§ 1) sind eine Hochschulzugangsberechtigung sowie ein bestandener Eignungstest Voraussetzung zur Zulassung. Bewerber mit im Ausland erworbener Zugangsberechtigung haben eine ausreichende deutsche Sprachkompetenz nachzuweisen (§ 1 (2)). § 2 der Zulassungsordnung beschreibt das Auswahlverfahren.

Für die Studiengänge Kommunikationsdesign ist zusätzlich ein Nachweis der künstlerischen Eignung zu erbringen. Laut Angabe der Hochschule ist in der Ordnung für die Prüfung zur Feststellung der gestalterischen Eignung die Eignungsfeststellung beschrieben. Diese Ordnung ist allerdings noch vorzulegen.

Die Lehrveranstaltungen finden in kleinen Gruppen statt. Damit ist ein intensiver Austausch zwischen Studierenden und Lehrenden möglich. Die vorgesehenen Prüfungen sind dazu geeignet festzustellen, ob die formulierten Qualifikationsziele erreicht wurden. Sie sind modulbezogen sowie wissens- und kompetenzorientiert.

Die Studiengangskonzepte decken nach Einschätzung der Gutachtergruppe die Vermittlung von Fachwissen und fachübergreifendem Wissen ebenso ab, wie den Erwerb von fachlichen, fachübergreifenden und methodischen Kompetenzen und entsprechen den inhaltlichen Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse. Trotz des erhöhten Praxisanteils stellt die Hochschule die wissenschaftliche Befähigung der Absolventen und Absolventinnen sicher. Insgesamt sind die Studiengangskonzepte in der Kombination der einzelnen Module stimmig aufgebaut und sieht adäquate Lehr- und Lernformen vor. Das Angebot erscheint plausibel auf die Bedürfnisse der Studierenden und der Unternehmen zugeschnitten. Es ist deutlich geworden, dass die Hochschule regional sehr gut vernetzt und verankert ist.

Die Hochschule hat mögliche Berufsfelder für die Absolventen identifiziert. Die Studienprogramme sind nach Einschätzung der Gutachtergruppe berufsbefähigend. Die Studienorganisation gewährleistet die Umsetzung der Studiengangskonzepte.

Während der Begehung hatte die Gutachtergruppe Gelegenheit, Einsicht in erste Abschlussarbeiten zu nehmen und sich von der Angemessenheit des erreichten Abschlussniveaus zu überzeugen. Nach Einschätzung der Gutachtergruppe ist die seit der Erstakkreditierung geleistete Aufbauarbeit deutlich geworden.

Die Gutachtergruppe empfiehlt, von einer Verwendung des Begriffs „klassische Studienform“ abzusehen und die entsprechenden Studiengänge stattdessen als grundständige Vollzeitstudiengänge zu bezeichnen.

### **1.3 Studierbarkeit**

Die Studiengänge erscheinen insgesamt studierbar. Die Arbeitsbelastung erscheint angemessen und eine Überprüfung wird im Rahmen der regelmäßig durchgeführten Lehrveranstaltungsevaluation vorgenommen. Ein ECTS-Punkt entspricht einer studentischen Arbeitsbelastung von 30 Stunden (§ 3 der Allgemeinen Prüfungsordnung).

Die anwesenden Studierenden hoben die intensive Betreuung und Beratung durch die Lehrenden besonders positiv hervor. Unter anderem praktiziert die Hochschule ein Mentorenprogramm, das Studierenden des ersten Semesters mit einer Lehrkraft als Mentor/-in verbindet. Die Gutachtergruppe begrüßt die gute Beratungs- und Betreuungssituation und das sehr

gute persönliche Verhältnis von Studierenden und Lehrenden, das bei der Begehung deutlich wurde.

Die Studierbarkeit wird durch die Berücksichtigung der erwarteten Eingangsqualifikation und durch die Studienplangestaltung gewährleistet. Studienorganisation und Prüfungsorganisation unterstützen die Studierbarkeit, indem Überschneidungen von Pflichtveranstaltungen vermieden und die Wiederholung nicht bestandener Prüfungen zeitnah (vor Beginn des folgenden Semesters) ermöglicht wird.

Die Prüfungsdichte und Prüfungsorganisation beeinträchtigen die Studierbarkeit nicht. Die Module schließen in der Regel mit einer Modulprüfung ab. Die Prüfungsbelastung wird den Angaben der Hochschule zufolge regelmäßig durch Befragung der Studierenden und Beobachtung der Studienzeiten überprüft.

Die Belange von Studierenden mit Behinderungen werden berücksichtigt. Ein Nachteilsausgleich ist in § 4 Abs. 4 der Allgemeinen Prüfungsordnung geregelt. Das Hochschulgebäude ist barrierefrei zugänglich. Die Hochschule ist darüber hinaus bemüht, individuellen Bedürfnissen der Betroffenen Rechnung zu tragen.

Durch die Organisation der Studiengänge ist im Bedarfsfall (z.B. beim Abbruch der Ausbildung im Unternehmen) ein reibungsloser Übergang vom dualen Studienmodell in den jeweiligen Vollzeit Studiengang möglich.

#### **1.4 Ausstattung**

Nach Einschätzung der Gutachtergruppe ist die adäquate Durchführung des Studiengangs hinsichtlich der qualitativen und quantitativen sächlichen und räumlichen Ausstattung gesichert. Die Gutachtergruppe hatte im Rahmen der Vor-Ort-Begutachtung Gelegenheit, die gut ausgestatteten Räumlichkeiten der Hochschule (inkl. Eyetracking-Labor, Fotostudio und Ateliers) zu besichtigen. Den Studierenden steht neben einer Präsenzbibliothek am Standort, die sukzessive weiter ausgebaut wird, Zugang zu fachspezifischen Online-Datenbanken zur Verfügung. Daneben bestehen auch Kooperationsvereinbarungen der Hochschule mit dem Fernleihsystem der deutschen Bibliotheken und der Universitätsbibliothek Stuttgart. Weitere Kooperationen sind in Planung. Allen Studierenden wird ein Laptop mit den studienrelevanten Programmen über den gesamten Studienzeitraum zur Verfügung gestellt. Den Antragsunterlagen zufolge ist der Standort Ulm ähnlich gut ausgestattet.

Den eingereichten Unterlagen zufolge stehen für den Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign an beiden Standorten insgesamt 4,55 Vollzeitäquivalente aus hauptberuflichen Professoren und Professorinnen, ein Vollzeitäquivalent sonstige hauptberuflich Lehrende sowie Lehrbeauftragte im Umfang von 32 Stunden pro Semester zur Verfügung. Für den Studiengang Werbung und Marktkommunikation stehen 4 Vollzeitäquivalente aus dem Bereich hauptberufliche Professoren und Professorinnen, ein Vollzeitäquivalent sonstige hauptberuflich Lehrende und Lehrbeauftragte im Umfang von 36 Stunden pro Semester zur Verfügung.

Maßnahmen zur Personalentwicklung und -qualifizierung sind vorhanden.

Um die adäquate Durchführung des Studiengangs hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen Ausstattung abschließend beurteilen zu können, ist nach Einschätzung der Gutachtergruppe eine transparente Darstellung des Lehrpersonals der einzelnen Studiengänge nach Standorten (Stuttgart/Ulm) und unter Angabe der für die einzelnen Studiengänge zu erbringenden SWS zu übermitteln. Dabei ist gegebenenfalls die Verflechtung mit anderen Studiengängen zu berücksichtigen.

### **1.5 Qualitätssicherung**

Die Hochschule hat ihre Evaluationsordnung nebst Musterfragebogen vorgelegt, in der unter anderem die Durchführung Interner Evaluationen der Lehre (§ 4) und Absolventenbefragungen (§ 7) geregelt werden. Gemäß § 1 Absatz 1 sind die Studierenden bei der Evaluation der Lehre zu beteiligen.

Im Rahmen der Gespräche wurde über den Stand der Evaluation berichtet und dabei auch Probleme und daraus abgeleitete Verbesserungsmaßnahmen angesprochen. Derzeit werden beispielsweise in Absprache mit den Studierenden missverständliche Fragen umformuliert, durch die bislang eine sinnvolle Auswertung der Ergebnisse erschwert wurde. Die Gutachtergruppe begrüßt die eingeleiteten Maßnahmen zur Verbesserung der Aussagefähigkeit der Evaluation.

In den Gesprächen mit allen Beteiligten wurde auch ein guter informeller Austausch aller Beteiligten untereinander deutlich. Die Gutachtergruppe empfiehlt allerdings, die Abstimmung zwischen Hochschule und Praxispartnern transparenter darzustellen.

Eine Berücksichtigung von Ergebnissen des hochschulinternen Qualitätsmanagements aber auch informellen Rückmeldungen bei der Weiterentwicklung der Studiengänge war erkennbar.

## 2. Kommunikationsdesign in klassischer Studienform (B.A.)

### 2.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

Die Qualifikationsziele des Studiengangs wurden in den Antragsunterlagen ausführlich beschrieben und werden auch im Internet veröffentlicht. In der studiengangsspezifischen Prüfungsordnung des Studiengangs heißt es:

„§ 2 Ziel des Studiums, Abschlussgrad

(1) Durch die Bachelorprüfung wird festgestellt, ob die Kandidaten die fachlichen, methodischen und Schlüsselqualifikationen erworben haben, die für eine qualifizierte und verantwortungsbewusste Berufsausübung im Bereich Kommunikationsdesign erforderlich sind und ob sie diese nach fachwissenschaftlichen und berufsethischen Grundsätzen anwenden können.

(2) Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Kommunikationsdesign sind befähigt,

- in gestalterischen, ökonomischen, rechtlichen und sozialen Kategorien zu denken,
- sich mit theoretischen Ansätzen ihres Faches auseinanderzusetzen, sich selbständig theoretisches Wissen anzueignen, dieses strukturiert darzustellen und eigene Schlussfolgerungen abzuleiten,
- kommunikationsgestalterische Instrumente und Methoden auf die Praxis und neue Sachverhalte anzuwenden und selbständig Lösungen für gestalterische Probleme in den unterschiedlichsten Kommunikationsmedien zu erarbeiten,
- Kommunikationsdesign als Thema in einer Vielzahl von Branchen und Organisationen mit besonderem Schwerpunkt zu begreifen und mittels Medien- und Informationskompetenz zu vertiefen, an der öffentlichen Meinungsbildung über Plattformen und Medien aller Art sachgemäß mitzuwirken,
- Verantwortung in Teams zu übernehmen,
- effektiv zu kommunizieren und zu kollaborieren, auch in internationalen und kulturübergreifenden Teams und Zusammenhängen,
- Konflikte sachbezogen auszutragen, die eigene Position kritische zu reflektieren und sich persönlich weiterzuentwickeln, in ihrer Tätigkeit berufsethische Gesichtspunkte zu beachten, den Wert zivilgesellschaftlichen Einsatzes zu erkennen und sich innerhalb und außerhalb von Arbeitszusammenhängen zu engagieren.“

Ansonsten siehe 1.1.

### 2.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Der Studiengang ist als Vollzeitstudiengang konzipiert und umfasst 16 Pflichtmodule, 11 Wahlpflichtmodule, ein integriertes praktisches Studiensemester und die Bachelorprüfung. Die Regelstudienzeit beträgt sechs Semester und es werden insgesamt 180 Leistungspunkte vergeben.

Das Studium vermittelt in den ersten beiden Semestern Grundlagen in den klassischen Gestaltungsdisziplinen (Module „Designgrundlagen I und II“, „Zeichnerische Grundlagen“), gibt

eine Einführung und Vertiefung in die erforderlichen technischen Disziplinen (Modul „, Typographie/Layout“, Technik I (Medientechnik I und II), Technik II (Fotografie), Audio-Video), Technik IV (Grundlagen interaktive Medien), Digitale Medien I und II, sowie Einführungen in Recht/Medienrecht (Modul Recht) Mode und in Kunst- und Designwissenschaften (Module Kunst – und Designwissenschaften I und II). Daneben werden Methoden und Sozialkompetenzen vermittelt (Module „Methoden- und Sozialkompetenz I bis IV“. Dabei belegen die Studierenden eine Fremdsprache (Englisch, Französisch oder Spanisch).

Im 3. Semester wählen die Studierenden zwei aus drei angebotenen Vertiefungsfächern. Zur Auswahl stehen dabei die Vertiefungsbereiche „Kommunikationsdesign Crossmedial“, „Kommunikationsdesign Interaktiv“ und „Kommunikationsdesign 3D“.

Im vierten Semester absolvieren alle Studierenden im Vollzeitstudiengang ihr integriertes praktisches Studiensemester im Praxismodul IPS in Unternehmen der Kommunikationswirtschaft, Werbe- oder Kommunikationsabteilungen.

Ab dem 5. und 6. Semester entscheiden sich die Studierenden für eine der im 3. Semester gewählten Vertiefungsrichtungen, die sie dann über zwei Semester hinweg belegen. Dabei wählen sie im fünften Semester zwei aus drei Projekten aus, im sechsten Semester eines aus zwei Angeboten. Im Bereich Experimentelle Gestaltung wird im 5. Und 6. Semester ebenfalls eins von zwei angebotenen Projekten ausgewählt. Daneben werden noch die Module „Entrepreneurship I und II“, „Werbekonzeption und Werbetext“ angeboten und die Methoden und Schlüsselkompetenzen weitergeführt.

Abgeschlossen wird das Studium mit der Bachelorarbeit, für die 12 ECTS-Punkte vergeben werden.

Ansonsten siehe 1.2.

### **2.3 Studierbarkeit**

Siehe 1.3.

### **2.4 Ausstattung**

Siehe 1.4.

### **2.5 Qualitätssicherung**

Siehe 1.5.

### **3. Kommunikationsdesign in dualer Studienform (B.A.)**

#### **3.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse**

Die Qualifikationsziele des Studiengangs wurden in den Antragsunterlagen ausführlich beschrieben und werden auch im Internet veröffentlicht. In der studiengangsspezifischen Prüfungsordnung des Studiengangs heißt es:

„§ 2 Ziel des Studiums, Abschlussgrad

(1) Das Studium zielt darauf ab, den Studierenden durch die Ausbildung an der Hochschule und eine in das Studium integrierte praxisorientierte Ausbildung im Betrieb oder Unternehmen eines Praxispartners unter der Supervision der Hochschule eine Theorie und Praxis eng verbindende Handlungskompetenz zu vermitteln. Die förmliche Umsetzung des Instruments der Lernortverknüpfung ist in einer Praxispartnerordnung der Hochschule geregelt. Durch die Bachelorprüfung wird festgestellt, ob die Kandidaten die fachlichen, methodischen und Schlüsselqualifikationen erworben haben, die für eine qualifizierte und verantwortungsbewusste Berufsausübung im Bereich Kommunikationsdesign erforderlich sind und ob sie diese nach fachwissenschaftlichen und berufsethischen Grundsätzen anwenden können.

(2) Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Kommunikationsdesign sind befähigt, • in gestalterischen, ökonomischen, rechtlichen und sozialen Kategorien zu denken,

- sich mit theoretischen Ansätzen ihres Faches auseinanderzusetzen, sich selbständig theoretisches Wissen anzueignen, dieses strukturiert darzustellen und eigene Schlussfolgerungen abzuleiten,
- kommunikationsgestalterische Instrumente und Methoden auf die Praxis und neue Sachverhalte anzuwenden und selbständig Lösungen für gestalterische Probleme in den unterschiedlichsten Kommunikationsmedien zu erarbeiten,
- Kommunikationsdesign als Thema in einer Vielzahl von Branchen und Organisationen mit besonderem Schwerpunkt zu begreifen und mittels Medien- und Informationskompetenz zu vertiefen, an der öffentlichen Meinungsbildung über Plattformen und Medien aller Art sachgemäß mitzuwirken,
- Verantwortung in Teams zu übernehmen,
- effektiv zu kommunizieren und zu kollaborieren, auch in internationalen und kulturübergreifenden Teams und Zusammenhängen,
- Konflikte sachbezogen auszutragen, die eigene Position kritische zu reflektieren und sich persönlich weiterzuentwickeln, in ihrer Tätigkeit berufsethische Gesichtspunkte zu beachten, den Wert zivilgesellschaftlichen Einsatzes zu erkennen und sich innerhalb und außerhalb von Arbeitszusammenhängen zu engagieren.“

Ansonsten siehe 1.1.

#### **3.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs**

Inhalt und Aufbau des dualen Studiengangs entsprechen im Wesentlichen dem entsprechenden Vollzeitstudiengang. Die Studierenden beider Studiengänge besuchen die Lehrver-

anstaltungen gemeinsam. Ein Unterschied besteht nur in den Praxisphasen. Während die Praxisphase der Vollzeitstudierenden in einem praktischen Studiensemester im 4. Semester besteht, (Praxismodul Integriertes Praktisches Studiensemester), verbringen die dual Studierenden auch die Vorlesungsfreien Zeiten in ihren Unternehmen. Diese Phasen werden zusammen mit der Praxisphase im 4. Semester in zwei Praxismodulen zusammengefasst. Für das Praxismodul I inklusive des 4. Semesters werden 25, für das Praxismodul II (Praxisphasen 5. und 6. Semester) werden noch einmal 5 ECTS-Punkte vergeben.

Die Prüfungsleistungen in den Praxismodulen werden von einem oder einer hauptberuflich Lehrenden der Hochschule und einer Vertreterin bzw. einem Vertreter der beruflichen Praxis als Prüfer bewertet. Die Hochschule gibt dazu Bewertungskriterien vor, die vorgelegt wurden.

Ansonsten siehe 1.2.

### **3.3 Studierbarkeit**

Siehe 1.3.

### **3.4 Ausstattung**

Siehe 1.4.

## 4. Werbung – und Marktkommunikation in klassischer Studienform (B.A.)

### 4.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

Die Qualifikationsziele des Studiengangs wurden in den Antragsunterlagen ausführlich beschrieben und werden auch im Internet veröffentlicht. In der studiengangsspezifischen Prüfungsordnung des Studiengangs heißt es:

„§ 2 Ziel des Studiums, Abschlussgrad

(1) Durch die Bachelorprüfung wird festgestellt, ob die Kandidaten die fachlichen, methodischen und Schlüsselqualifikationen erworben haben, die für eine qualifizierte und verantwortungsbewusste Berufsausübung im Bereich Werbung und Marktkommunikation erforderlich sind und ob sie diese nach fachwissenschaftlichen und berufsethischen Grundsätzen anwenden können.

(2) Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Werbung und Marktkommunikation sind befähigt,

- in kommunikativen, ökonomischen, rechtlichen und sozialen Kategorien zu denken,
- sich mit theoretischen Ansätzen ihres Faches auseinanderzusetzen, sich selbständig theoretisches Wissen anzueignen, dieses strukturiert darzustellen und eigene Schlussfolgerungen abzuleiten,
- Methoden und Instrumente der Kommunikation und der Kommunikationstechnik auf die Praxis und neue Sachverhalte anzuwenden und selbständig Lösungen für kommunikative Probleme zu erarbeiten,
- Werbung und Marktkommunikation als Verknüpfung unterschiedlichster Disziplinen der Kommunikation und ihrer Techniken in allen Branchen von Wirtschaft und Organisationen mit besonderem Schwerpunkt zu begreifen und mittels Medien- und Informationskompetenz zu vertiefen, so dass der öffentlichen Meinungsbildung über Plattformen und Medien aller Art (von klassischen Medien bis hin zu Social Media, unternehmens- bzw. organisationsspezifischen Informations- und Kommunikationssystemen) sachgemäß begegnet wird,
- Verantwortung in Teams zu übernehmen,
- effektiv zu kommunizieren und zu kollaborieren, auch in internationalen und kulturübergreifenden Zusammenhängen,
- eine selbstkritische Haltung einzunehmen und an ihrer Persönlichkeit zu arbeiten, in ihrer Tätigkeit berufsethische Gesichtspunkte zu beachten, den Wert zivilgesellschaftlichen Einsatzes zu erkennen und sich innerhalb und außerhalb von Arbeitszusammenhängen zu engagieren.“

Ansonsten siehe 1.1.

### 4.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Der Studiengang ist als Vollzeit Studiengang konzipiert und umfasst 16 Pflichtmodule, 10 Wahlpflichtmodule, ein integriertes praktisches Studiensemester und die Bachelorprüfung. Die Regelstudienzeit beträgt sechs Semester. Es werden insgesamt 180 Leistungspunkte

vergeben.

In den ersten beiden Semestern werden Grundlagen in den Bereichen Mathematik und Statistik, Betriebswirtschaftslehre, Marketing, Recht, Unternehmensrechnung Volkswirtschaftslehre, Gestaltung und Medientechnik vermittelt. Daneben werden in zwei Modulen Methoden- und Sozialkompetenz, Wissenschaftliches Arbeiten, Projektmanagement und eine Fremdsprache (Englisch, Französisch oder Spanisch) angeboten.

Ab dem 3. Semester können die Studierenden zwei aus vier Wahlpflichtfächern auswählen. Angeboten werden die Wahlpflichtfächer „Messe- und Eventmanagement“, „Entrepreneurship“, „Branding und Produktmanagement“ sowie „Social Media und Medienmanagement“. Die beiden gewählten Schwerpunkte werden dann bis zum 6. Semester weitergeführt. Daneben werden dann noch die Module „Interaktive Kommunikation“, Volkswirtschaftslehre II“ sowie „Sozialwissenschaften“ angeboten und die Methoden und Sozialkompetenzen weitergeführt.

Das 4. Semester besteht aus einer Praxisphase in einem Unternehmen (Praxismodul Integriertes Praktisches Studiensemester).

Im 5. und 6. Semester werden die beiden gewählten Wahlpflichtfächer und die Methoden- und Schlüsselkompetenzen weitergeführt. Daneben werden noch die Module „Crossmediale Gestaltung“, „Kommunikationsplanung“, „Kommunikation und „Gesellschaft“ und „Aktuelle Themen aus der Kommunikation und Gestaltung“ angeboten. Mit der Bachelorarbeit, die mit 12 ECTS-Punkten kreditiert wird, wird das Studium im 6. Semester abgeschlossen.

Ansonsten siehe 1.2.

#### **4.3 Studierbarkeit**

Siehe 1.3.

#### **4.4 Ausstattung**

Siehe 1.4.

#### **4.5 Qualitätssicherung**

Siehe 1.5.

## 5. Werbung – und Marktkommunikation in dualer Studienform (B.A.)

### 5.1 Qualifikationsziele/Intendierte Lernergebnisse

Die Qualifikationsziele des Studiengangs wurden in den Antragsunterlagen ausführlich beschrieben und werden auch im Internet veröffentlicht. In der studiengangsspezifischen Prüfungsordnung des Studiengangs heißt es:

„§ 2 Ziel des Studiums, Abschlussgrad

Das Studium zielt darauf ab, den Studierenden durch die Ausbildung an der Hochschule und eine in das Studium integrierte praxisorientierte Ausbildung im Betrieb oder Unternehmen eines Praxispartners unter der Supervision der Hochschule eine Theorie und Praxis eng verbindende Handlungskompetenz zu vermitteln. Die förmliche Umsetzung des Instruments der Lernortverknüpfung ist in einer Praxispartnerordnung der Hochschule geregelt. Durch die Bachelorprüfung wird festgestellt, ob die Kandidaten die fachlichen, methodischen und Schlüsselqualifikationen erworben haben, die für eine qualifizierte und verantwortungsbewusste Berufsausübung im Bereich Werbung und Marktkommunikation erforderlich sind und ob sie diese nach fachwissenschaftlichen und berufsethischen Grundsätzen anwenden können.

Die Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Werbung und Marktkommunikation sind befähigt, in kommunikativen, ökonomischen, rechtlichen und sozialen Kategorien zu denken,

- sich mit theoretischen Ansätzen ihres Faches auseinanderzusetzen, sich selbständig theoretisches Wissen anzueignen, dieses strukturiert darzustellen und eigene Schlussfolgerungen abzuleiten,
- Methoden und Instrumente der Kommunikation und der Kommunikationstechnik auf die Praxis und neue Sachverhalte anzuwenden und selbständig Lösungen für kommunikative Probleme zu erarbeiten,
- Werbung und Marktkommunikation als Verknüpfung unterschiedlichster Disziplinen der Kommunikation und ihrer Techniken in allen Branchen von Wirtschaft und Organisationen mit besonderem Schwerpunkt zu begreifen und mittels Medien- und Informationskompetenz zu vertiefen, so dass der öffentlichen Meinungsbildung über Plattformen und Medien aller Art (von klassischen Medien bis hin zu Social Media, unternehmens- bzw. organisationsspezifischen Informations- und Kommunikationssystemen) sachgemäß begegnet wird,
- Verantwortung in Teams zu übernehmen,
- effektiv zu kommunizieren und zu kollaborieren, auch in internationalen und kulturübergreifenden Zusammenhängen,
- eine selbstkritische Haltung einzunehmen und an ihrer Persönlichkeit zu arbeiten, in ihrer Tätigkeit berufsethische Gesichtspunkte zu beachten, den Wert zivilgesellschaftlichen Einsatzes zu erkennen und sich innerhalb und außerhalb von Arbeitszusammenhängen zu engagieren.“

Ansonsten siehe 1.1.

## 5.2 Konzeption und Inhalte des Studiengangs

Inhalt und Aufbau des dualen Studiengangs entsprechen im Wesentlichen dem entsprechenden Vollzeitstudiengang. Die Studierenden beider Studiengänge besuchen die Lehrveranstaltungen gemeinsam. Ein Unterschied besteht nur in den Praxisphasen. Während die Praxisphase der Vollzeitstudierenden in einem praktischen Studiensemester im 4. Semester besteht, (Praxismodul Integriertes Praktisches Studiensemester), verbringen die dual Studierenden auch die vorlesungsfreien Zeiten in ihren Unternehmen. Diese Phasen werden zusammen mit der Praxisphase im 4. Semester in zwei Praxismodulen zusammengefasst. Für das Praxismodul I inklusive des 4. Semesters werden 25, für das Praxismodul II (Praxisphasen 5. und 6. Semester) werden noch einmal 5 ECTS-Punkte vergeben.

Die Prüfungsleistungen in den Praxismodulen werden von einem oder einer hauptberuflich Lehrenden der Hochschule und einer Vertreterin bzw. einem Vertreter der beruflichen Praxis als Prüfer bewertet. Die Hochschule gibt dazu Bewertungskriterien vor, die vorgelegt wurden.

Ansonsten siehe 1.2.

## 5.3 Studierbarkeit

Siehe 1.3.

## 5.4 Ausstattung

Siehe 1.4.

## 5.5 Qualitätssicherung

Siehe 1.5.

## **6. Erfüllung der Kriterien des Akkreditierungsrates**

### **6.1 Qualifikationsziele des Studiengangskonzeptes**

(Kriterium 2.1)

Das Kriterium 2.1 ist erfüllt.

Siehe 1.1.

### **6.2 Konzeptionelle Einordnung der Studiengänge in das Studiensystem**

(Kriterium 2.2)

Das Kriterium 2.2 ist erfüllt.

Die formalen Anforderungen des Qualifikationsrahmens für deutsche Hochschulabschlüsse und der Ländergemeinsamen Strukturvorgaben werden in vollem Umfang erfüllt. Zu den inhaltlichen Anforderungen des Qualifikationsrahmens siehe 1.2.

Für die Bachelorstudiengänge werden 180 ECTS-Punkte vergeben. Die Regelstudienzeit beträgt 6 Semester. Es ist eine Abschlussarbeit im Umfang von 12 ECTS-Punkten vorgesehen. Der Bachelor ist als erster berufsqualifizierender Abschluss konzipiert. Die Studiengänge schließen mit dem Abschluss „Bachelor of Arts“ (B.A.) ab. Dies entspricht den inhaltlichen Profilen der Studiengänge.

Für die abgeschlossenen Studiengänge wird nur ein Grad vergeben. Es wird jeweils in ein Diploma Supplement in englischer und deutscher Sprache ausgegeben, in dem das Profil des Ausbildungsgangs beschrieben wird und in dem auch eine relative ECTS-Note in Form eines Notenspiegels angegeben wird (§ 27 (4) APO).

Die Studiengänge sind vollständig modularisiert und mit einem Leistungspunktesystem versehen. Alle Module umfassen mindestens 5-ECTS-Punkte können innerhalb eines Semesters abgeschlossen werden. Die Modulbeschreibungen enthalten alle benötigten Informationen und unterscheiden angemessen zwischen Qualifikationszielen und Inhalten.

Zu den Modulprüfungen siehe 2.5. Ein ECTS-Leistungspunkt entspricht einer studentischen Arbeitsbelastung von 30 Stunden.

Die wechselseitige Anerkennung von Modulen ist in § 6 der Prüfungsordnung im Einklang mit dem Gesetz zu dem Übereinkommen vom 11. April 1997 über die Anerkennung von Qualifikationen im Hochschulbereich in der europäischen Region (vom 16. Mai 2007) ("Lissabon-Konvention") geregelt.

Es liegen Regelungen für die Anrechnung von außerhalb des Hochschulbereichs erworbenen Kompetenzen und Fähigkeiten im Umfang von bis zur Hälfte der vorgesehenen Leistungspunkte vor (siehe Prüfungsordnung § 6).

### **6.3 Studiengangskonzept**

(Kriterium 2.3)

Das Kriterium 2.3 ist erfüllt.

Siehe 1.2.

### **6.4 Studierbarkeit**

(Kriterium 2.4)

Das Kriterium 2.4 ist erfüllt.

Siehe 1.3.

### **6.5 Prüfungssystem**

(Kriterium 2.5)

Das Kriterium 2.5 ist teilweise erfüllt.

Zum Prüfungssystem siehe 1.2. und 1.3.

Zum Nachteilsausgleich siehe 1.3.

Die speziellen Prüfungsordnungen wurden im Entwurf vorgelegt. Es ist der Nachweis der Rechtsprüfung, Inkraftsetzung und Veröffentlichung der speziellen Prüfungsordnungen der vier Studiengänge zu erbringen.

### **6.6 Studiengangsbezogene Kooperationen**

(Kriterium 2.6)

- Entfällt -

### **6.7 Ausstattung**

(Kriterium 2.7)

Das Kriterium 2.7 ist teilweise erfüllt.

Siehe 1.4.

## **6.8 Transparenz und Dokumentation**

(Kriterium 2.8)

Das Kriterium 2.8 teilweise erfüllt.

Die Allgemeinen Ordnungen mit Informationen zu Prüfungsanforderungen und Zugangsvoraussetzungen einschließlich der Nachteilsausgleichsregelungen für Studierende mit Behinderung sind dokumentiert und auf der Homepage der Hochschule veröffentlicht.

Für die Studiengänge in der dualen Studienform wurden ebenfalls Prüfungsordnungen und Diploma Supplements vorgelegt. Allerdings ist die duale Studienform in den Antragsunterlagen wenig beschrieben worden. Auch in Diploma Supplement werden die Unterschiede zur Vollzeitstudienform („klassische Studienform“) kaum deutlich. Nach Einschätzung der Gutachtergruppe sind daher die Unterschiede der dualen Studiengänge gegenüber den Vollzeitstudiengängen zu beschreiben. Dabei ist insbesondere auch deutlich zu machen, wann die Praxiszeiten in den einzelnen Studiengängen zu erbringen sind und wie diese Leistungen kreditiert und bewertet werden. Wenn Praxisunternehmen an der Benotung beteiligt werden ist deutlich zu machen, wie die Notenvergabe qualitätsgesichert erfolgt.

In den Gesprächen wurde auch die bestehende Möglichkeit beschrieben, im Studiengang Kommunikationsdesign (Vollzeit und dual) durch Anrechnung einer entsprechenden Ausbildung das Studium im 3. Semester zu beginnen. Dies ist in den Antragsunterlagen so nicht deutlich geworden. Nach Einschätzung der Gutachtergruppe ist die Möglichkeit zu beschreiben, durch Anrechnung einer entsprechenden Ausbildung das Studium im 3. Semester zu beginnen (Verfahrensregeln, Nachstudienbereiche, Kriterien für die Anerkennung). In der Außendarstellung ist der Eindruck zu vermeiden, dass es sich dabei um einen eigenen Studiengang handelt („verkürzter Studiengang“).

Der für die Studiengänge Kommunikationsdesign (Vollzeit und dual) vorgesehene Nachweis der künstlerischen Eignung ist transparent darzustellen.

Die Gutachtergruppe empfiehlt, von einer Verwendung des Begriffs „klassische Studienform“ abzusehen und die entsprechenden Studiengänge stattdessen als grundständige Vollzeitstudiengänge zu bezeichnen.

## **6.9 Qualitätssicherung und Weiterentwicklung**

(Kriterium 2.9)

Das Kriterium 2.9 ist erfüllt.

Siehe 1.5.

## **6.10 Studiengänge mit besonderem Profilanspruch**

(Kriterium 2.10)

Die vorgenannten Kriterien sind unter Berücksichtigung der Anforderungen für Studiengänge mit besonderem Profilanspruch (dual) weitgehend erfüllt (siehe allerdings 2.7 und 2.8).

Die dualen Studiengänge entsprechen im Aufbau im Wesentlichen dem jeweiligen Vollzeitstudiengang. Nach Angaben der Hochschule studieren zurzeit jeweils 2 bis 3 Studierende einen der dualen Studiengänge. Es ist nach Einschätzung der Gutachtergruppe bei der Begehung deutlich geworden, dass die Hochschule die Studierenden individuell und intensiv berät und betreut. Dies gilt auch für die Praxisphasen im Unternehmen. Trotz des erhöhten Praxisanteils ist die wissenschaftliche Befähigung der Absolventen und Absolventinnen sichergestellt. Die Unternehmen stehen in einem engen Austausch mit der Hochschule. Durch den Aufbau der Studiengänge ist im Bedarfsfall auch ein problemloser Wechsel vom dualen Studiengang in den Vollzeitstudiengang möglich.

Die Auswahl der Studierenden erfolgt durch die Hochschule. Eine vertragliche Regelung besteht in allen Studiengängen zwischen der Hochschule und den Studierenden, die auch die Studiengebühr zahlen. Darüber hinaus schließen die Studierenden der dualen Studiengänge einen Ausbildungsvertrag mit ihrem Unternehmen ab. Hierzu stellt die Hochschule Musterverträge zur Verfügung.

## **6.11 Geschlechtergerechtigkeit und Chancengleichheit**

(Kriterium 2.11)

Das Kriterium 2.11 ist erfüllt.

Gemäß § 9 Grundordnung („Gleichbehandlung“) fördert die Hochschule bei der Wahrnehmung aller Aufgaben entsprechend § 4 LHG BW die tatsächliche Durchsetzung der Chancengleichheit von Frauen und Männern und wirkt auf die Beseitigung bestehender Nachteile hin. An beiden Hochschulstandorten sind vom Senat gewählte Gleichstellungsbeauftragte eingesetzt. Über die Ergebnisse der Gleichstellungsaktivitäten wird dem Senat der Hochschule jährlich berichtet.

Der Nachteilsausgleich für Studierende, der in § 4, Abs. 4 Allgemeiner Teil der PO geregelt ist, wird durch das Prüfungsamt umgesetzt und durch die Studiengangsleitung überwacht. Für Studierende mit körperlicher Behinderung ist das Hochschulgebäude in Stuttgart barrierefrei zugänglich und mit Aufzügen ausgestattet. Für spezielle Anforderungen wird sich die Hochschule nach eigenen Angaben stets um eine den individuellen Erfordernissen und den Bedürfnissen der Betroffenen angemessene Lösung bemühen, um ein Studium zu ermöglichen.

III Appendix

1 Stellungnahme der Hochschule vom 02.02.2018

### III. Appendix

#### 1. Stellungnahme der Hochschule vom 02.02.2018

##### **Kriterium 1.2, S., I-3 und Kriterium 2.8, S. I-16**

*„Laut Angabe der Hochschule ist in der Ordnung für die Prüfung zur Feststellung der gestalterischen Eignung die Eignungsfeststellung beschrieben. Diese Ordnung ist allerdings noch vorzulegen.“...*

*„Der für die Studiengänge Kommunikationsdesign (Vollzeit und dual) vorgesehene Nachweis der künstlerischen Eignung ist transparent darzustellen.“*

##### **Stellungnahme HfK+G:**

Die vom Senat der HfK+G beschlossene Ordnung über den Nachweis der studiengangsbezogenen gestalterischen Eignung für die Bachelor-Studiengänge des Studienbereichs „Gestaltung“ vom 17.6.2016 ist dieser Stellungnahme als Anlage 1 beigelegt.

##### **Kriterium 1.2, S., I-3**

*„Die Gutachtergruppe empfiehlt, von einer Verwendung des Begriffs „klassische Studienform“ abzusehen und die entsprechenden Studiengänge stattdessen als grundständige Vollzeitstudiengänge zu bezeichnen.“*

##### **Stellungnahme HfK+G:**

Die HfK+G wird diese Empfehlung aufgreifen und bei der nächsten Revision der Studiengangsdokumente umsetzen.

##### **Kriterium 1.4, S. I-4/I-5 und Kriterium 2.7, S. I-15**

*„Um die adäquate Durchführung des Studiengangs hinsichtlich der qualitativen und quantitativen personellen Ausstattung abschließend beurteilen zu können, ist nach Einschätzung der Gutachtergruppe eine transparente Darstellung des Lehrpersonals der einzelnen Studiengänge nach Standorten (Stuttgart/Ulm) und unter Angabe der für die einzelnen Studiengänge zu erbringenden SWS zu übermitteln. Dabei ist gegebenenfalls die Verflechtung mit anderen Studiengängen zu berücksichtigen.“*

##### **Stellungnahme HfK+G:**

Der Lehrbedarf ist nach Standorten in der beigelegten Verflechtungsmatrix dargestellt (Anlage 2). In der Berechnung und Darstellung wird nicht zwischen dualen und Vollzeitstudienvariante differenziert, weil die akademisch-theoretischen Module beider Varianten inhaltlich und hinsichtlich der organisatorischen bzw. zeitlichen Anordnung identisch sind.

III Appendix

1 Stellungnahme der Hochschule vom 02.02.2018

**Kriterium 1.5, S. I-5**

*„Die Gutachtergruppe empfiehlt allerdings, die Abstimmung zwischen Hochschule und Praxispartnern transparenter darzustellen.“*

**Stellungnahme HfK+G:**

Siehe unten, Stellungnahme zum Kriterium 2.8.

**Kriterium 2.5, S. I-15**

*„Die speziellen Prüfungsordnungen wurden im Entwurf vorgelegt. Es ist der Nachweis der Rechtsprüfung, Inkraftsetzung und Veröffentlichung der speziellen Prüfungsordnungen der vier Studiengänge zu erbringen.“*

**Stellungnahme HfK+G:**

Die speziellen Prüfungsordnungen werden rechtsgeprüft und in der nächsten Senatssitzung vom Senat verabschiedet. Alle übrigen Ordnungen der HfK+G sind rechtsgeprüft. Der Nachweis fehlte versehentlich in den Antragsunterlagen und ist dieser Stellungnahme als Anlage 3 beigefügt.

**Kriterium 2.8, S. I-16**

*„Allerdings ist die duale Studienform in den Antragsunterlagen wenig beschrieben worden. Auch in Diploma Supplement werden die Unterschiede zur Vollzeitstudienform („klassische Studienform“) kaum deutlich. Nach Einschätzung der Gutachtergruppe sind daher die Unterschiede der dualen Studiengänge gegenüber den Vollzeitstudiengängen zu beschreiben. Dabei ist insbesondere auch deutlich zu machen, wann die Praxiszeiten in den einzelnen Studiengängen zu erbringen sind und wie diese Leistungen kreditiert und bewertet werden. Wenn Praxisunternehmen an der Benotung beteiligt werden ist deutlich zu machen, wie die Notenvergabe qualitätsgesichert erfolgt.“*

**Stellungnahme HfK+G:**

Das wesentliche formale Merkmal der dualen Studienvariante besteht im Abschluss eines Ausbildungsvertrags zwischen Studierenden und den dualen Partnerbetrieben; darin unterscheidet es sich von der Vollzeitvariante. Ferner bestehen Unterschiede in der zeitlichen Organisation der Praxiszeiten, die bei den dual Studierenden in den vorlesungsfreien Zeiten liegen, während im Vollzeitstudium ein praktisches Studiensemester (4. Semester) integriert ist.

Durch Praxispartner-Ordnung (Anlage 4) und vertragliche Vereinbarungen (Anlagen 5 und 6 beispielhaft für den Standort Ulm) sind Vorkehrungen getroffen, dass beginnend mit der Auswahl der Praxispartner über die Betreuung der Studierenden während der Praxisphasen

III Appendix

1 Stellungnahme der Hochschule vom 02.02.2018

sowie durch regelmäßige Kontakte mit den dualen Partnerunternehmen durch Professorinnen bzw. Professoren bis hin zu den Ergebnissen, die in Form von Praxisberichten der Studierenden dokumentiert sind, die Qualität der Praxisphasen einer durchgehenden und kontinuierlichen Überprüfung durch die HfK+G auf Basis der von ihr festgelegten Prinzipien unterliegt. Auch bewerten die Studierenden die Praxisphasen nach den gleichen Grundsätzen und Vorgaben, die auch für die in der Hochschule durchgeführten Lehrveranstaltungen gelten.

Exemplarisch für andere Studiengänge kann die Praxis anhand des Studiengangs Kommunikationsdesign dargestellt werden:

Die Studierenden erhalten vor Antritt ihrer Praxisphasen im dualen Studium eine ausführliche Einführung und Handreichung für die Praxismodule I und II. (s. Anlage 7 beispielhaft für Kommunikationsdesign) Sie werden dabei in den gesamten Praxisphasen von der/dem betreuenden Professor/in oder der/dem Praxisbeauftragten unterstützt. Das Praxismodul I besteht aus den Praxisphasen I, II und III. Das Praxismodul II umfasst die Praxisphasen IV und V. In der Praxisphase III befinden sich die dual Studierenden über den langen Zeitraum von 8 Monaten in der Praxis. Das ermöglicht eine intensive und vertiefende Mitarbeit an umfangreichen Projekten im Betrieb. Diese werden in der Projektarbeit dargestellt, dokumentiert und wissenschaftlich reflektiert. Die Projektarbeit ist als zusätzliche Leistung am Ende der Praxisphase III abzugeben und wird ergänzt durch eine mündliche Prüfung, die von der/dem betreuenden Professor/in und einer/m Vertreter/in des Unternehmens abgenommen wird.

Darüber hinaus wird der Austausch und Dialog zwischen Praxisbetrieb und Lehre durch regelmäßige Besuche der/des betreuenden Professors und des Praxisbeauftragten vor Ort aktiv gefördert. Führungskräfte aus den Unternehmen werden regelmäßig mit Lehraufträgen in die Hochschule eingebunden. Ein jährlich stattfindendes Meet&Greet, in dem sich Praxisunternehmen präsentieren und den Kontakt mit Studierenden suchen und sich mit der Hochschule vernetzen, fördert die Kommunikation zwischen Hochschule und dualen Partnern. Ebenso dienen unterstützende Transferprojekte der Vernetzung mit und Einbindung der Unternehmen.

**Kriterium 2.8, S. I-16**

*„In den Gesprächen wurde auch die bestehende Möglichkeit beschrieben, im Studiengang Kommunikationsdesign (Vollzeit und dual) durch Anrechnung einer entsprechenden Ausbildung das Studium im 3. Semester zu beginnen. Dies ist in den Antragsunterlagen so nicht deutlich geworden. Nach Einschätzung der Gutachtergruppe ist die Möglichkeit zu beschreiben, durch Anrechnung einer entsprechenden Ausbildung das Studium im 3. Semester zu beginnen (Verfahrensregeln, Nachstudienbereiche, Kriterien für die Anerkennung). In der Außendarstellung ist der Eindruck zu vermeiden, dass es sich dabei um einen eigenen Studiengang handelt („verkürzter Studiengang“).“*

**Stellungnahme HfK+G:**

Die Regelungen, durch pauschale Anrechnung einer einschlägigen Ausbildung das Studium



III Appendix

1 Stellungnahme der Hochschule vom 02.02.2018

im 3. Semester beginnen zu können, ist in der Anrechnungsordnung (Anlage 8) und deren Anlagen beschrieben. Die pauschale Anrechnung wird nur in der Studienform Vollzeit gewährt. Die generellen Regelungen für Anrechnungen sind in § 10 der allgemeinen Studien- und Prüfungsordnung festgeschrieben. Die Regelungen für die pauschale Anrechnung wurden mittels einer Prüfung durch die ZEvA (Bescheid vom 11.5.2016, siehe Anlage 9) fachlich abgesichert.

Die spezielle Studien- und Prüfungsordnung für den „verkürzten Studiengang“ in Kommunikationsdesign werden bei nächster Gelegenheit durch den Senat in eine Durchführungsverordnung der regulären Studien- und Prüfungsordnung für Studierende mit Anerkennung umgewandelt. Um sicher zu stellen, dass die anerkannten Module im Diploma Supplement berücksichtigt werden und die nachzuholenden Module in Bezug auf den Workload entsprechend verortet werden. Außerdem wird in der regulären SPO ein Verweis auf die Anrechnungsordnung mit der Möglichkeit einer Verkürzung der Studienzeit aufgenommen.