

Drs. 2363-12
Berlin 13 07 2012

Stellungnahme zur Akkreditierung der design akademie berlin – Hochschule für Kommunikation und Design

INHALT

| | | |
|----------------|--|-----------|
| | Vorbemerkung | 5 |
| A. | Kenngroßen | 7 |
| B. | Akkreditierungsentscheidung | 9 |
| Anlage: | Bewertungsbericht zur Akkreditierung der design akademie berlin – Hochschule für Kommunikation und Design | 13 |

Vorbemerkung

Der Wissenschaftsrat hat auf der Basis seiner Empfehlungen zur Institutionellen Akkreditierung privater Hochschulen |¹ einen Akkreditierungsausschuss eingesetzt, dessen Aufgabe die Institutionelle Akkreditierung nichtstaatlicher Hochschulen ist. Jede Hochschule in nichtstaatlicher Trägerschaft soll mindestens einmal eine Institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat erfolgreich durchlaufen. Der Wissenschaftsrat übernimmt damit eine die Aufnahme in das Hochschulsystem steuernde Funktion. |² Bei der Institutionellen Akkreditierung handelt es sich um ein Verfahren zur Qualitätssicherung, das klären soll, ob eine nichtstaatliche Hochschuleinrichtung in der Lage ist, Leistungen in Lehre und Forschung zu erbringen, die anerkannten wissenschaftlichen Maßstäben entsprechen. Vornehmliches Ziel des Verfahrens ist damit sowohl die Sicherung der wissenschaftlichen Leistungsfähigkeit einer Hochschuleinrichtung einschließlich ihres eigenen Systems der Qualitätskontrolle als auch der Schutz der Studierenden sowie der privaten und öffentlichen Institutionen als künftige Arbeitgeber der Absolventinnen und Absolventen. |³ Die Akkreditierung erfolgt befristet.

Mit Schreiben vom 29. Juni 2011 hat das Land Berlin den Antrag auf Institutionelle Akkreditierung der design akademie berlin – Hochschule für Kommunikation und Design gestellt. Der Akkreditierungsausschuss des Wissenschaftsrates hat in seiner Sitzung am 22./23. September 2011 die Voraussetzungen für die Aufnahme des Akkreditierungsverfahrens geprüft und eine Arbeitsgruppe eingesetzt, die die design akademie berlin am 9. und 10. Februar 2012 besucht und in einer weiteren Sitzung am 2. April 2012 den vorliegenden Bewertungsbericht vorbereitet hat. In dem Verfahren wirkten auch Sachverständige mit, die nicht

|¹ Wissenschaftsrat: Empfehlungen zur Akkreditierung privater Hochschulen, in: Wissenschaftsrat: Empfehlungen und Stellungnahmen 2000, Bd. I, Köln 2001, S. 201-227.

|² Vgl. Wissenschaftsrat: Stellungnahme zur Zukunft der institutionellen Akkreditierung nichtstaatlicher Hochschulen in Deutschland durch den Wissenschaftsrat (Drs. 8925-09), Berlin Januar 2009, S.11.

|³ Siehe hierzu Wissenschaftsrat: Leitfaden der Institutionellen Akkreditierung (Drs. 9886-10), Potsdam Mai 2010.

6 Mitglieder des Wissenschaftsrates sind. Ihnen ist er zu besonderem Dank verpflichtet.

Am 1. Juni 2012 hat der Akkreditierungsausschuss auf der Grundlage des Bewertungsberichts die Stellungnahme zur Akkreditierung der design akademie berlin – Hochschule für Kommunikation und Design erarbeitet.

Der Wissenschaftsrat hat die Stellungnahme am 13. Juli 2012 verabschiedet.

A. Kenngrößen

Die design akademie berlin – Hochschule für Kommunikation und Design wurde 2007 als Hochschule aus zwei berufsbildenden Vorgängereinrichtungen gegründet. Im gleichen Jahr erfolgte die befristete staatliche Anerkennung durch das Land Berlin, die 2011 bis zum 24. August 2012 verlängert wurde mit der Auflage, bis zu diesem Zeitpunkt die Institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat abzuschließen.

Das Leitbild der Hochschule hebt vor allem die Leitgedanken „Aktualität und Praxisnähe“ sowie „Vernetzung“ hervor. Die Hochschule hat den Anspruch, Studierenden aktuelle und praxisbezogene Kompetenzen für die Berufspraxis in der Marketing- und Kommunikationsbranche zu vermitteln. Auf berufspraktische Anforderungen zielt auch die interdisziplinäre Vernetzung der Studiengänge in den Fachbereichen Strategie (Marketingkommunikation) und Design (Kommunikationsdesign). Damit positioniert sich die design akademie berlin an der „Schnittstelle zwischen künstlerischem, kommunikations- und wirtschaftswissenschaftlichem Hochschulprofil“.

Die Trägergesellschaft der Hochschule hat zwei Gesellschafter, die zugleich als Professorin bzw. Professor an der Hochschule tätig sind, ohne Leitungsfunktionen auszuüben. Organe der design akademie berlin sind die Rektorin oder der Rektor, die oder der die Hochschule leitet; der akademische Senat, der die Ordnungen und die Einrichtung und Aufhebung von Studiengängen verantwortet; die Fachbereichsräte, die u. a. für den Erlass von Studien- und Prüfungsordnungen sowie für die Koordinierung von Lehre und Forschung zuständig sind; ein Hochschulbeirat i. Gr., der die Entwicklung der Hochschule beratend unterstützen soll. Weitere Gremien sind Prüfungsausschüsse, Ausbildungs-, Zulassungs- und Berufungskommissionen, deren Tätigkeit durch entsprechende Ordnungen geregelt ist. An Berufungsverfahren wirken jeweils zwei externe Sachverständige mit.

Die design akademie berlin bietet in den Fachbereichen Kommunikationsdesign und Marketingkommunikation zwei Bachelor-Studiengänge und einen Master-Studiengang an, die fachlich akkreditiert sind. Die Einrichtung zweier weiterer Master-Studiengänge ist für 2012 vorgesehen. Als Spezifikum aller Studiengän-

ge wird der Praxisbezug hervorgehoben, der durch Praxisphasen in Zusammenarbeit mit Unternehmen unterstützt wird. Im Wintersemester 2011 waren insgesamt 315 Studierende immatrikuliert und bestand eine Betreuungsrelation von 1 : 36,5. Bis 2015 werden ein Aufwuchs der Studierendenzahl auf 462 und eine Verbesserung der Betreuungsrelation auf 1 : 28,2 erwartet.

Zum Aufbau des Leistungsbereichs Forschung hat sich an der design akademie berlin eine Arbeitsgruppe konstituiert, die sich die Entwicklung eines Forschungskonzepts zum Ziel gesetzt hat. Befristete Freistellungen von Professorinnen und Professoren zur Durchführung von Forschungsvorhaben sind grundsätzlich möglich. Auch sollen Qualifikationen in der Forschung bei der Neubesetzung von Professuren künftig verstärkt berücksichtigt werden.

Bei 10,8 Vollzeitäquivalenten (VZÄ) im Bereich der Professuren beschäftigt die Hochschule 2012 insgesamt 14 Professorinnen und Professoren, davon zwei in Vollzeit und zwölf in Teilzeit. Auch die Teilzeitprofessuren, die mindestens 50 Prozent des vollen Lehrdeputats umfassen, werden hauptberuflich wahrgenommen. Lehrbeauftragte werden im Umfang von 7,9 VZÄ beschäftigt und tragen ca. 40 Prozent der Lehre. Weiteres wissenschaftliches Personal ist nicht vorhanden und auch nicht vorgesehen.

Die design akademie berlin hat ihren Sitz in zwei benachbarten, für den Lehrbetrieb ausgestatteten Gebäuden in Berlin-Kreuzberg mit einer Nutzfläche von ca. 1.720 qm. Sie stellt den Studierenden in verschiedenen Räumlichkeiten ca. 65 Computer zur Verfügung, außerdem eine Hausbibliothek mit einem Buchbestand von ca. 2.000 Titeln und sieben Fachzeitschriften-Abonnements. Den Studierenden wird darüber hinaus durch einen Kooperationsvertrag die Nutzung der Bibliothek der Universität der Künste ermöglicht.

Die Hochschule, die sich nahezu ausschließlich durch Studiengebühren finanziert – erhoben werden monatlich ca. 670 Euro in den Bachelor-Studiengängen und 850 Euro im Master-Programm –, hat 2010 die Gewinnschwelle erreicht und erwartet weiterhin positive Geschäftsergebnisse. Künftig sollen Drittmittel eingeworben werden. Vorsorge für den Fall des Scheiterns wurde durch eine selbstschuldnerische Bürgschaft in Höhe von 463.000 Euro getroffen.

Zur Qualitätssicherung wurden Qualitätsindikatoren definiert, Ausbildungskommissionen eingerichtet und verschiedene Erhebungsverfahren eingeführt, u. a. Evaluierungen durch die Studierenden und Lehrberichte der Lehrenden. Die Auswertung der Ergebnisse und der Beschluss von Änderungsmaßnahmen obliegen den Fachbereichsräten.

Neben informellen Kontakten zu Hochschulen unterhält die design akademie berlin projektbezogene Kooperationen mit Unternehmen. Nach der Institutionellen Akkreditierung sollen weitere Kooperationen zum Studierendenaustausch etabliert werden.

B. Akkreditierungsentscheidung

Der Wissenschaftsrat hat die in Forschung und Lehre erbrachten Leistungen der design akademie berlin – Hochschule für Kommunikation und Design sowie die dafür eingesetzten und für die weitere Entwicklung der Hochschule vorgesehenen Ressourcen geprüft. Diese Prüfung, die sich im Wesentlichen auf den Bewertungsbericht der Arbeitsgruppe stützt, hat ergeben, dass die design akademie berlin den wissenschaftlichen Maßstäben einer Fachhochschule entspricht. Der Wissenschaftsrat gelangt somit zu einem positiven Akkreditierungsvotum.

Die für das Leitbild der Hochschule zentralen Leitgedanken Praxisnähe, Aktualität und Vernetzung werden durch den Einsatz berufspraktisch qualifizierter Lehrender, durch die Ausgestaltung der Studienangebote und die interdisziplinäre Nähe der Fachbereiche realisiert. Weniger ausgeprägt ist die Vernetzung mit Hochschulen, Unternehmen und anderen Partnern vor allem im internationalen Bereich. Empfohlen wird daher insbesondere die Entwicklung eines Internationalisierungskonzepts, das u. a. die internationale Mobilität von Studierenden und Lehrenden fördern soll.

Die Leitungs- und Organisationsstrukturen sowie Berufungsverfahren sind insgesamt hochschuladäquat geregelt. Allerdings erfordert die Personalunion von Gesellschaftern und Professorin bzw. Professor weitere Maßnahmen zur strikteren Abgrenzung von Träger- und akademischen Interessen. Der Wissenschaftsrat macht daher zwei Änderungen der Grundordnung zur Auflage:

- _ Die Grundordnung darf die Gesellschafter nicht berechtigen, an allen Sitzungen der akademischen Gremien teilzunehmen.
- _ Die Bestellung der Rektorin oder des Rektors ist vom Senat zu bestätigen und mit einer Amtszeitbefristung zu verbinden.

Zur Verbesserung der Leitungsstrukturen werden darüber hinaus folgende Maßnahmen empfohlen:

- _ Da der Hochschulrat i. Gr. die Hochschule vor allem durch externe Expertise in ihrer weiteren Entwicklung unterstützen soll, sollten ihm mehrheitlich hochschulexterne Mitglieder angehören.
- _ Die Grundordnung sollte hinsichtlich der Präzision der Formulierung überarbeitet werden. Dies betrifft vor allem die Bestimmungen zu Wahl und Kompetenzbereichen von Dekaninnen und Dekanen sowie die Aufgaben der Rektorin oder des Rektors in Berufungsverfahren.

Die Studienangebote der design akademie berlin zeichnen sich durch ihren Anwendungs- und Praxisbezug aus und sind in der Berliner Hochschullandschaft gut positioniert. Allerdings sollte die Hochschule bei der Ausgestaltung der Studiengänge Schlüsselqualifikationen der wissenschaftlichen Arbeit systematisch vermitteln und theoretische Perspektiven deutlicher akzentuieren. Dies gilt vor allem für den Master-Studiengang und für die Konzeption von Masterarbeiten, sollte jedoch auch in den Bachelor-Studiengängen berücksichtigt werden.

Die personelle Ausstattung der Hochschule im Bereich der Professuren ist zwar beim derzeitigen Aufbaustand dem Umfang nach ausreichend, doch ist die Relation von zwei in Vollzeit und zwölf weiteren hauptberuflichen, jedoch in Teilzeit beschäftigten Professorinnen und Professoren noch nicht geeignet, einen für die Hochschulformigkeit konstitutiven „akademischen Kern“ strukturell zu gewährleisten. |⁴ Der Wissenschaftsrat erteilt daher folgende Auflage:

- _ Zur Sicherung ihrer Hochschulformigkeit muss die design akademie berlin mehr Vollzeitprofessuren einrichten.

Zur Forschung haben Professorinnen und Professoren der design akademie berlin zwar individuelle Beiträge geleistet, doch ist dies als Grundlage für mehrere Master-Studiengänge noch nicht ausreichend. Zur Erweiterung der Master-Programme ist somit eine Stärkung des wissenschaftlichen Profils der Hochschule erforderlich. Diese Erweiterung kann daher erst erfolgen, wenn eine wissenschaftsadäquate Durchführung der Master-Studiengänge gesichert ist. Hierfür wird folgende Auflage ausgesprochen:

- _ Für die geplanten Master-Studiengänge müssen (1.) Programmakkreditierungen vorliegen; die Hochschule muss (2.) ein Forschungskonzept erarbeiten und (3.) mehr Vollzeitstellen für Professorinnen und Professoren einrichten (s. o.), um die Wahrnehmung von Forschungsaufgaben zu ermöglichen.

|⁴ Vgl. Wissenschaftsrat: Private und kirchliche Hochschulen aus Sicht der Institutionellen Akkreditierung, Köln 2012, S. 123ff.

Die räumliche und technische Ausstattung der Hochschule ist angemessen und wird sich durch einen möglichen Umzug voraussichtlich weiter verbessern. Da die Studierenden die Bibliothek einer staatlichen Hochschule vollumfänglich nutzen können, ist die Unterhaltung einer nur kleinen hauseigenen Bibliothek ausreichend. Allerdings wird der design akademie berlin empfohlen, in Abstimmung mit ihrer Partnerhochschule ein möglichst präzises Konzept für den Ausbau ihrer Hausbibliothek zu entwickeln und deren Ausstattung den Anforderungen des Studienbetriebs anzupassen.

Die Finanzierung der design akademie berlin ist beim derzeitigen Aufwuchsstand gesichert und erscheint weiterhin tragfähig.

Zur Qualitätssicherung hat die Hochschule mit der Evaluierung von Lehrveranstaltungen, Lehrberichten und Ausbildungskommissionen angemessene Einzelmaßnahmen getroffen, deren Systematisierung durch ein Qualitätsmanagement-Konzept weiter gefördert werden könnte.

Zur Durchführung von Praxisphasen und -projekten ist die design akademie berlin gut in die regionale Wirtschaft eingebunden. Sie sollte darüber hinaus Kontakte zu Hochschulen, insbesondere auch zu ausländischen Partnern aufbauen, um den Leitgedanken der Vernetzung u. a. auf internationaler Ebene weiter zu fördern.

Darüber hinaus macht sich der Wissenschaftsrat die im Bewertungsbericht ausgesprochenen Empfehlungen zu eigen. Mit Blick auf die erteilten Auflagen und den weiteren Ausbau der Leistungsbereiche Forschung und Lehre wird die Akkreditierung für fünf Jahre erteilt. Im Verfahren der Reakkreditierung wird die wissenschaftliche Fundierung der Master-Studiengänge besonders zu prüfen sein.

Anlage:
Bewertungsbericht zur Akkreditierung der
design akademie berlin – Hochschule für Kommunikation und
Design

2012

Drs. 2104-12
Köln 07 05 2012

INHALT

| | |
|---|-----------|
| Vorbemerkung | 17 |
| A. Ausgangslage | 18 |
| A.I Leitbild und Profil | 18 |
| A.II Leitungsstruktur, Organisation und Verwaltung | 19 |
| A.III Studium, Lehre und Weiterbildung | 21 |
| III.1 Studienangebote | 21 |
| III.2 Zugangsbedingungen, Studiengebühren und Serviceleistungen | 23 |
| A.IV Forschung | 24 |
| A.V Ausstattung | 24 |
| V.1 Personelle Ausstattung | 24 |
| V.2 Sächliche Ausstattung | 25 |
| A.VI Finanzierung | 26 |
| A.VII Qualitätssicherung | 26 |
| A.VIII Kooperationen | 27 |
| | |
| B. Bewertung | 28 |
| B.I Leitbild und Profil | 28 |
| B.II Leitungsstrukturen, Organisation und Verwaltung | 29 |
| B.III Studium, Lehre und Weiterbildung | 31 |
| B.IV Forschung | 32 |
| B.V Ausstattung | 32 |
| V.1 Personelle Ausstattung | 32 |
| V.2 Sächliche Ausstattung | 33 |
| B.VI Finanzierung | 34 |
| B.VII Qualitätssicherung | 34 |
| B.VIII Kooperationen | 35 |
| | |
| Anhang | 37 |

Vorbemerkung

Der vorliegende Bewertungsbericht ist in zwei Teile gegliedert: Teil A fasst als Ausgangslage die relevanten Fakten und Entwicklungen zusammen und enthält keine Bewertungen. Der Bewertungsteil B gibt die Einschätzung der wissenschaftlichen Leistungen, Strukturen und Organisationsmerkmale wieder.

A. Ausgangslage

Die design akademie berlin – Hochschule für Kommunikation und Design (design akademie berlin) wurde 2007 als Hochschule aus zwei berufsbildenden Vorgängereinrichtungen gegründet. Im gleichen Jahr erfolgte die auf vier Jahre befristete staatliche Anerkennung durch das Land Berlin, verbunden mit der Auflage, die Institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat so rechtzeitig einzuleiten, dass das Verfahren etwa ein Jahr vor Ablauf der befristeten staatlichen Anerkennung abgeschlossen ist. Die staatliche Anerkennung wurde bis zum 24. August 2012 verlängert.

Trägerin der Hochschule ist die design akademie berlin, Hochschule für Kommunikation und Design GmbH. Die Hochschule bildet Fach- und Führungsnachwuchs für die Berufsfelder Marketing, Kommunikation und Design aus. Sie bietet in den Fachbereichen Kommunikationsdesign und Marketingkommunikation zwei Bachelor-Studiengänge und einen Master-Studiengang an. Im Sommersemester (SS) 2011 waren insgesamt ca. 300 Studierende immatrikuliert.

A.1 LEITBILD UND PROFIL

Neben allgemeinen Grundwerten – demokratisches Hochschulleben, Transparenz, Leistungsorientierung, Motivation, persönlicher Kontakt und verantwortungsbewusste Förderung der Studierenden – prägen vor allem zwei Leitgedanken das Leitbild der design akademie berlin: „Aktualität und Praxisnähe der Studiengänge“ sowie „Vernetzung als überfachliches wie auch hochschuldidaktisches Konzept“. Den Zielen Aktualität und Praxisnähe entspricht die Absicht, alle Kompetenzen, die für die Berufspraxis auftragsgebundener Kommunikation relevant sind, zu vermitteln und dabei die aktuellen und sich stetig verändernden Handlungsbedingungen der Marketing- und Kommunikationsbranche in gesellschaftlicher, medialer und technischer Hinsicht zu berücksichtigen. Im Einzelnen wird verwiesen auf eine Studienkonzeption, die einen Schwerpunkt auf reale Aufgabenstellungen aus der Praxis legt, auf den Einsatz von Dozentinnen und Dozenten aus Wissenschaft und Praxis und auf die projektbezogene Zusammenarbeit mit Unternehmen. Als flankierende Maßnahmen werden Ex-

kursionen und Kontaktvermittlung zu Unternehmen und studienbegleitende Vorträge namhafter Praktiker (*master talks*) genannt.

Der Leitgedanke der Vernetzung entspricht den in der Berufspraxis komplexen, arbeitsteiligen Prozessen, die fachübergreifende Kompetenzen erfordern. So zielt das Studienangebot auf eine interdisziplinäre Vernetzung der Studiengänge, auf die „Kopplung von Strategie und Kreation“, die in Teilen der Curricula verankert ist und das fachübergreifende Profil der Hochschule bestimmen soll. Auch in der gemeinsamen Bearbeitung von Projekten sollen die Kompetenzen von Studierenden beider Fachbereiche verknüpft werden. Zum SS 2011 wurde eine „vernetzte Projektwoche“ eingeführt, die künftig einmal pro Semester stattfinden und den Austausch zwischen den Fachbereichen intensivieren soll.

Laut Selbstbericht zeichnet sich die design akademie berlin gegenüber vergleichbaren Hochschulen auch durch die fachliche Ausrichtung ihres Studienangebots aus, das sich an der „Schnittstelle zwischen künstlerischem, kommunikations- und wirtschaftswissenschaftlichem Hochschulprofil“ bewegt und das Thema Auftragskommunikation ins Zentrum stellt. Die Entwicklung weiterer Studiengänge ist in Vorbereitung. Weitere Merkmale der Hochschule sind nach eigener Darstellung der enge persönliche Kontakt Lehrender und Studierender und eine hohe Betreuungsqualität.

Mit einem praxisorientierten Studium über die gesamte Breite der Kommunikationsberufe soll die Qualifizierung von Fach- und Führungsnachwuchs in den Bereichen Kommunikation, Werbung, Marketing und Design realisiert werden.

Ihr internationales Profil will die design akademie berlin durch eine in das vierte Semester der Bachelor-Studiengänge integrierte Praxisphase zeigen, die für Auslandsaufenthalte genutzt werden kann. Auslandssemester sowie das Anfertigen der Masterthesis im Ausland werden unterstützt. Die Hochschule unterhält dazu internationale Kontakte zu Unternehmen, Hochschulen und Organisationen und beteiligt sich an internationalen Projekten. Die Hochschule fördert die internationale Orientierung der Studierenden und hat derzeit einen Anteil von 11,1 % ausländischer Studierender.

A.II LEITUNGSSTRUKTUR, ORGANISATION UND VERWALTUNG

Trägerin der Hochschule ist die design akademie berlin, Hochschule für Kommunikation und Design GmbH mit Sitz in Berlin. Gesellschafter sind zwei natürliche Personen, die (neben einem Fremdgeschäftsführer) auch die Geschäftsführung wahrnehmen und der Hochschule ebenfalls als Professorin bzw. Professor angehören. Im Sinne der Abgrenzung von Träger- und akademischen Interessen nehmen die Gesellschafter an der Hochschule jedoch keine Leitungs-

funktionen wahr und haben laut Grundordnung § 17 in den Gremien der akademischen Selbstverwaltung auch als Professoren kein Stimmrecht.

Weiterhin ist die Wissenschaftsfreiheit nach Art 5 Abs. 3 GG Bestandteil der arbeitsvertraglichen Regelungen mit den Professorinnen und Professoren.

Die Trägerin bekennt sich in der Grundordnung zur freien Entfaltung von Wissenschaft und Kunst. Die Grundordnung führt folgende Organe der Hochschule auf:

Die **Rektorin** oder der **Rektor** leitet die Hochschule. Sie bzw. er ist verantwortlich für die Struktur- und Entwicklungsplanung der Hochschule in Abstimmung mit der Trägerin und schlägt dieser die Professorinnen und Professoren, die Lehrbeauftragten, die wissenschaftlichen und künstlerischen Hilfskräfte sowie die sonstigen Angestellten der Hochschule zur Einstellung vor. In Zusammenarbeit mit der Verwaltungsleiterin bzw. dem Verwaltungsleiter sowie den zuständigen Organen erstellt sie oder er den Haushaltsplan und legt ihn der Trägerin zur Genehmigung vor. Die Rektorin oder der Rektor wird durch die Gesellschafter bestellt.

Zum Zeitpunkt der Antragstellung war eine Rektorenstelle ausgeschrieben, doch kam ein Vertragsabschluss zunächst nicht zustande. Derzeit (Stand: März 2012) ist die Dekanin des Fachbereichs Kommunikationsdesign von den Gesellschaftern als Rektorin bestellt.

Mitglieder des **akademischen Senats** sind die Rektorin oder der Rektor, die Professorenschaft, je ein Studierender der Fachbereiche, je eine Vertreterin oder ein Vertreter der Lehrbeauftragten der Fachbereiche, eine Vertreterin oder ein Vertreter der sonstigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die oder der Gleichstellungsbeauftragte. Der Senat wird mindestens einmal im Semester von der Rektorin bzw. dem Rektor einberufen. Die Beschlussfassung erfolgt mit den Stimmen der Mehrheit der Mitglieder. Der akademische Senat ist verantwortlich für den Erlass und die Änderungen der Grundordnung und anderer Ordnungen sowie für die Beschlussfassung über die Einrichtung und Aufhebung von Studiengängen jeweils in Abstimmung mit der Trägerin. Er kann Gremien einrichten und zur Hochschulentwicklungsplanung Stellung nehmen. Er wählt die oder den Gleichstellungsbeauftragten.

Die **Fachbereichsräte** werden von den Mitgliedern des Fachbereichs, die Dekanin bzw. der Dekan als Vorsitzende aus dem Kreis der professoralen Mitglieder der Fachbereichsräte gewählt. Den Fachbereichsräten obliegen der Erlass von Studien- und Prüfungsordnungen, die Durchführung der Lehre und der Prüfungen sowie die Koordinierung von Lehre und Forschung. Zu den weiteren Aufgaben zählen die Mitarbeit bei der Aufstellung des Haushaltsplans, die Verteilung der dem Fachbereich zugewiesenen Mittel und die Abstimmung von Forschungs- und Entwicklungsvorhaben. Neben der Denomination der Professuren

und der Beschlussfassung zu den Berufungsvorschlägen sind die Fachbereichsräte mit der Erarbeitung von Vorschlägen für die Beauftragung von Lehrbeauftragten betraut. Die Fachbereichsräte können weitere Gremien einrichten.

Der **Hochschulbeirat**, der erstmals 2012 tagen soll, hat beratende Funktion insbesondere bei der Vernetzung der Hochschule mit Wissenschaft, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Er soll sich aus den beiden Gesellschaftern, der Rektorin oder dem Rektor, den Dekaninnen und Dekanen sowie insgesamt vier Vertreterinnen und Vertretern aus Wissenschaft, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zusammensetzen. Letztere werden für einen Zeitraum von zwei Jahren von der Rektorin oder dem Rektor im Einvernehmen mit der Trägerin berufen.

Als weitere **Gremien** wurden Prüfungsausschüsse, je Fachbereich eine Ausbildungskommission mit Zuständigkeit für die Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung, je eine Zulassungskommission sowie Berufungskommissionen etabliert. Den Gremien, in denen unmittelbar über Forschung und Lehre entschieden wird, gehören mehrheitlich Professorinnen und Professoren an. Die Tätigkeit der Ausschüsse und Kommissionen wird durch entsprechende Ordnungen geregelt.

Die **Studierenden** haben die Möglichkeit, sich entsprechend §§ 18 ff. BerlHG zu organisieren. Eine Studierendenvertretung hat sich jedoch noch nicht etabliert.

Zur Durchführung von **Berufungsverfahren** setzen die Dekanin oder der Dekan eine Berufungskommission ein, der Professorinnen und Professoren des Fachbereichs und eine Vertreterin oder ein Vertreter der Studierenden angehören. Vorgesehen sind u. a. ein Probevortrag und eine Beteiligung externer Sachverständiger als Mitglieder der Berufungskommission oder als Gutachter. Die Berufungskommission erarbeitet einen Berufungsvorschlag, den der Fachbereichsrat mit der Mehrheit der Stimmen von Professorinnen und Professoren beschließt. Über den Berufungsvorschlag entscheidet die Trägerin.

A.III STUDIUM, LEHRE UND WEITERBILDUNG

III.1 Studienangebote

Die design akademie berlin bietet drei Vollzeit- und Präsenzstudiengänge in zwei Fachbereichen an:

- _ FB Kommunikationsdesign: Kommunikationsdesign (B.A.)
- _ FB Marketingkommunikation: Marketingkommunikation (B.A.) und Marketingkommunikation (M.A.)

Der Studienbetrieb wurde zum WS 2007/2008 in beiden Fachbereichen mit den Bachelor-Studiengängen aufgenommen, ein Jahr später folgte der Master-Studiengang. Alle drei Studiengänge wurden 2010 durch ACQUIN mit Auflagen für fünf Jahre akkreditiert; die Auflagenerfüllung erfolgte 2011.

Zwei weitere Master-Programme, deren Einführung bereits zum WS 2011 vorgesehen war, sollen 2012 zur Programmakkreditierung eingereicht werden und zum WS 2012 starten. Geplant sind die Studiengänge *Creative Direction* (M.A.) und Unternehmenskommunikation (M.A.).

Zu den bestehenden Studiengängen:

Ziel des **B.A. Kommunikationsdesign** (RSZ 6 Semester, 180 ECTS) ist ein erster berufsqualifizierender Abschluss für eine Tätigkeit in Werbeagenturen, Werbeabteilungen, Designbüros oder Verlagen. Nach Angaben der Hochschule vermittelt das Studium wissenschaftlich-theoretische Inhalte und praxisbezogene Kenntnisse, die u. a. in projektorientierten Arbeiten gefördert werden. Schwerpunkte des Curriculums sind neben Grundlagen und Methoden des Gestaltens die Themengebiete Fotografie und Typografie.

Der **B.A.-Studiengang Marketingkommunikation** (RSZ 6 Semester, 180 ECTS) soll theoretische und praxisbezogene Kenntnisse der Marketingkommunikation für eine berufliche Tätigkeit in Werbe- und PR-Agenturen, Werbe- und Marketingabteilungen von Unternehmen bzw. Institutionen und Unternehmensberatungen vermitteln. Konkrete Berufsziele sind Kontakter, Kundenberater, Konzeptioner, Werbeleiter, PR-Referent oder Texter.

Der **M.A.-Studiengang Marketingkommunikation** (RSZ 4 Semester, 120 ECTS) will zum eigenständigen wissenschaftlichen Arbeiten und für die Übernahme von Führungspositionen in der Kommunikationswirtschaft sowie in den für Kommunikationsaufgaben verantwortlichen Bereichen in Politik, Gesellschaft und Kultur befähigen.

Zu den geplanten Studiengängen:

Der konsekutive Studiengang *Creative Direction* (M.A.) (RSZ 4 Semester, 120 ECTS) soll potentielle Führungskräfte in Agenturen und Unternehmen ausbilden. Die Studierenden sollen befähigt werden, komplexe kreative Aufgabenstellungen eigenverantwortlich zu lösen und ein kreatives Team zu leiten.

Der konsekutive **Studiengang Unternehmenskommunikation** (M.A.) (RSZ 4 Semester, 120 ECTS) greift interdisziplinär auf Erkenntnisse der Sozial-, Rechts-, Wirtschafts- und Kommunikationswissenschaften zurück und ist anwendungsorientiert. Er soll insbesondere Problemlösungs- und Leitungskompetenzen ausbilden und für eine Tätigkeit in Unternehmen, Medien, Kommunikationsagenturen, Unternehmensberatungen und anderen Organisationen im Bereich der internen und externen Kommunikation qualifizieren.

Während die Bachelor-Studiengänge als generalistisch verstanden werden, streben die Master-Studiengänge Spezialisierungen an. Eine Überarbeitung der Bachelor-Studiengänge (mit Start der Änderungen zum WS 2012) soll der zunehmenden Spezialisierung der Berufsbilder in der Kommunikationsbranche Rechnung tragen. Im Fachbereich Kommunikationsdesign soll der Bachelor-Studiengang um die Schwerpunkte Fotografie, Film und *Motion Design* sowie *Interactive Developing* erweitert werden.

Zum „Profilkern“ aller Studiengänge gehört der Praxisbezug, der durch Praxisphasen in Zusammenarbeit mit Unternehmen (Agenturen, Design-Studios, Marketingabteilungen etc.) hergestellt wird. Aufgabenstellungen aus der Arbeitswelt sollen in die Lehrveranstaltungen einfließen und darüber hinaus in fachgebietsübergreifenden Projekten bearbeitet werden (Praxissimulation). Dargestellt wird eine Reihe von Praxisprojekten, die in verschiedenen Modulen durchgeführt wurden. Alle Studiengänge sollen darüber hinaus überfachliche Kompetenzen vermitteln: die Fähigkeit, Probleme zu erkennen und einzuordnen, analytisches und kritisches Denken, Kommunikations- und Kooperationsfähigkeit.

Die Studiengänge streben kein internationales Profil an, doch werden in einzelnen Modulen internationale Themen und Projekte bearbeitet. Im Fachbereich Marketingkommunikation werden Lehrinhalte wie Präsentation in englischer Sprache vermittelt. Auch werden studienbegleitende Sprachkurse (Englisch, Spanisch, Japanisch) angeboten.

III.2 Zugangsbedingungen, Studiengebühren und Serviceleistungen

Zulassungsvoraussetzung für die Bachelor-Studiengänge ist die allgemeine oder Fachhochschulreife. Die gestalterischen Studiengänge setzen zusätzlich eine künstlerische Eignung voraus, die durch eine Mappe und ein Kolloquium nachzuweisen ist. Der Master-Studiengang Marketingkommunikation soll auch Absolventen fachfremder B.A.-Studiengänge die Möglichkeit zur Profilierung bieten. Die in Vorbereitung befindlichen Master-Programme sollen an einen B.A.-Abschluss in einem gestalterischen Studiengang (M.A. *Creative Direction*) bzw. in einem kommunikations- oder wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang (M.A. Unternehmenskommunikation) anschließen.

Die Studiengebühren für die Bachelor-Studiengänge liegen bei durchschnittlich 670 Euro pro Monat, für den Master-Studiengang bei 850 Euro. Zusätzlich wird eine Einschreibegebühr von 200 Euro erhoben und ist bei Abschluss eines Studienvertrages die Annahme eines Semesterticketvertrages der örtlichen Verkehrsbetriebe verpflichtend. Seit 2007 hat die Hochschule insgesamt 18 Vollstipendien vergeben.

Im WS 2011 waren 315 Studierende immatrikuliert. Die Hochschule rechnet bis 2014 mit 462 Studierenden. Als Serviceleistungen werden angegeben: formelle und informelle Gelegenheiten zur Rücksprache mit den Lehrenden; Hinweise auf Praktika, Stellenangebote, Stipendien, Finanzierungsmöglichkeiten und Wettbewerbe; Beratung zu Bologna-Modalitäten und zum Auslandsstudium; Unterstützung bei der Beteiligung an Wettbewerben und individuelle Beratung bei der Gestaltung der Studienverläufe.

A.IV FORSCHUNG

Die Forschung an der design akademie berlin befindet sich noch in der konzeptionellen Phase, eine explizite Forschungsausrichtung oder -anbindung ist nicht vorhanden. Es hat sich eine Arbeitsgruppe von Lehrenden gebildet, die sich die Bestandsaufnahme individueller Forschungsfelder und die Entwicklung eines Forschungskonzepts zum Ziel gesetzt hat. In Planung sind ein kooperatives Forschungsvorhaben mit der Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR) und ein fakultatives Modul „Akademisches Kolloquium“ für die Studierenden aller künftigen Master-Studiengänge.

Bei der Besetzung von Professuren sollen zukünftig weitere Qualifikationsanforderungen an das Forschungsprofil gestellt werden. Professorinnen und Professoren können zur Durchführung von Forschungsvorhaben befristet freigestellt werden, sofern das Lehrangebot und die Durchführung von Prüfungen gewährleistet sind. Zusätzlich kann ein projektbezogener Forschungsetat von maximal 5.000 Euro zur Verfügung gestellt werden. Im Rahmen der geplanten Kooperation mit der HWR sind Fördergelder beantragt (2012: 15.000 Euro; 2013: 5.000 Euro), weitere Drittmittel in Höhe von jährlich ca. 12.000 Euro werden für Kooperationsprojekte mit Unternehmen eingeworben.

A.V AUSSTATTUNG

V.1 Personelle Ausstattung

Zum Zeitpunkt der Antragstellung (Juni 2011) waren an der Hochschule Professorinnen und Professoren im Umfang von 8,4 Vollzeitäquivalenten (VZÄ) tätig und wurden fünf Berufungsverfahren durchgeführt (WS 2011: 9,7 VZÄ). Bis 2014 ist ein Aufwuchs auf 18,1 VZÄ vorgesehen. In der Aufbauphase bis Ende WS 2012/2013 erhalten die Professorinnen und Professoren auf zwei Jahre befristete Verträge.

Eine Vollzeitprofessur ist mit einem Lehrdeputat von 18 SWS verbunden, wobei für Dekane und Dekaninnen sowie für die Betreuung von Bachelor- und Mas-

terarbeiten Deputatsreduktionen gewährt werden. Im SS 2011 beschäftigte die Hochschule 14 Professorinnen und Professoren, davon zwei in Vollzeit (mit einem Lehrdeputat von 18 SWS) und zwölf in Teilzeit. Da die Teilzeitprofessuren mindestens 50 % des vollen Lehrdeputats umfassen (9 SWS), sind sie ebenfalls als hauptberuflich einzustufen.

Im wissenschaftlichen Bereich sind außerdem Lehrbeauftragte nebenberuflich tätig, die laut Planung ca. 40 % der Lehre tragen. Der Umfang der Beschäftigung von Lehrbeauftragten soll von derzeit 7,5 VZÄ bis auf 12 VZÄ in 2014 zunehmen. Stellen für wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind nicht vorgesehen. Nichtwissenschaftliches Personal ist im Umfang von 12,3 VZÄ (17,0 VZÄ bis 2014) vorhanden.

Im WS 2011 bestand eine Betreuungsrelation von ca. 1 : 32. Im Zuge der Ausdifferenzierung der B.A.-Studiengänge ab WS 2012 wird die Anzahl der Professuren erhöht, so dass sich die Betreuungsrelation bis 2014 auf ca. 1 : 25 verbessern soll.

V.2 Sächliche Ausstattung

Die design akademie berlin ist angesiedelt in zwei benachbarten Gebäuden in Berlin-Kreuzberg mit einer Nutzfläche von ca. 1.720 qm. Einer der Standorte wurde 2010 käuflich erworben. Die Hochschule verfügt über 14 in der Mehrzahl behindertengerecht ausgestattete Unterrichtsräume, zwei Computerräume für Programmlehre, zwei Film- und Fotostudios, ein Analogfotolabor, einen Schnittraum, ein Atelier, eine Bibliothek und Aufenthaltsräume. Dazu kommen 13 Büroräume mit ca. 35 Arbeitsplätzen für Professorinnen, Professoren und Verwaltungspersonal. Entsprechend der Aufwuchsplanung sollen ab WS 2013 zwei weitere Unterrichtsräume und ein Büroraum angemietet werden.

Alle Unterrichtsräume sind nach Angaben der Hochschule mit moderner Technik, u. a. mit Wireless Lan ausgestattet. In Unterrichts-, Computer- und Aufenthaltsräumen stehen den Studierenden ca. 65 Computer zur Verfügung, zusätzlich können Notebooks genutzt werden. Die Softwarepakete (u. a. Adobe CS 5 Master Suite, SPSS-Statistics, Unipark) sind allen Studierenden zugänglich und werden jeweils auf dem aktuellsten Stand lizenziert. Für Fotografie und audiovisuelle Produktionen stellt die Hochschule Foto- und Videokameras sowie Schnittplätze bereit.

Die Bibliothek mit einem Buchbestand von 2.000 Titeln und sieben Fachzeitschriften-Abonnements ist täglich für eine Stunde geöffnet und wird von einer Bibliotheksbeauftragten aus der Professorenschaft, einer studentischen Hilfskraft und einem sonstigen Mitarbeiter betreut. Der Bibliotheksetat, der in 2011 10.000 Euro betrug und in den Folgejahren auf 8.000 Euro reduziert werden soll, ist vor allem für Neuanschaffungen im Bereich aktueller Literatur vorgese-

hen. Daneben können Studierende der design akademie berlin die Bibliothek der Universität der Künste Berlin (UdK) in Berlin-Charlottenburg mit gleichen Rechten wie UdK-Angehörige nutzen (Kooperationsvertrag).

A.VI FINANZIERUNG

Die design akademie berlin finanziert sich nahezu ausschließlich (zu ca. 95 %) durch Studiengebühren. Mit einem Jahresüberschuss von 62.000 Euro hat sie 2010 die Gewinnschwelle erreicht und rechnet weiterhin mit positiven Geschäftsergebnissen. Drittmittel wurden in der Vergangenheit nicht eingeworben. Für 2012/2013 wurden erstmals Fördergelder in Höhe von insgesamt 20.000 Euro beantragt.

Das Anlagevermögen ist zu ca. 90 % durch Eigenkapital und langfristige Verbindlichkeiten finanziert. Nachdem zum Jahreswechsel 2010/2011 eine Immobilie an einem der Standorte in Berlin erworben wurde, sind für die nächsten Jahre keine größeren Investitionen geplant. Eine Erweiterung der Medienausstattung ist im Investitionsplan für 2012 und 2013 berücksichtigt.

Das wirtschaftliche Management wird von einem Fremdgeschäftsführer in Abstimmung mit den Gesellschaftern der Trägerin ausgeübt. Das Controlling ist beim Verwaltungsleiter angesiedelt, während der Jahresabschluss von einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft wird.

Vorsorge für den Fall des Scheiterns wurde durch eine selbstschuldnerische Bürgschaft der Deutschen Bank AG zugunsten des Landes Berlin in Höhe von 463.000 Euro getroffen. Die Trägerin verfügt über ein Stammkapital von 25.000 Euro.

A.VII QUALITÄTSSICHERUNG

Die design akademie berlin hat für das Qualitätsmanagement einen Regelkreis entwickelt. Den Zielen der Studiengänge entsprechend wurden Qualitätsindikatoren definiert (Studierbarkeit, Modulqualität, Qualität der Lehrveranstaltungen), die in verschiedenen Verfahren erhoben und nach Auswertung der Ergebnisse in den Fachbereichen ggf. durch Änderungsmaßnahmen verbessert werden. Im Bereich der internen Qualitätssicherung nennt die Hochschule insbesondere

- _ standardisierte quantitative Semesterevaluationen durch die Studierenden und Erstellung von Lehrberichten durch die Modulverantwortlichen,
- _ Evaluation des Praxissemesters,
- _ offene Befragung der Studierenden im ersten Semesterdrittel,

_ Erhebung statistischer Daten zu Studiendauer, Abbrecher- und Durchfallerquoten.

Eine Befragung zum Verbleib und zur rückblickenden Studienzufriedenheit von Absolventinnen und Absolventen ist in Vorbereitung.

Zur Durchführung der Evaluierungen wurde in jedem Fachbereich eine Ausbildungskommission gegründet, die sich zu gleichen Teilen aus Studierenden und Lehrenden zusammensetzt. Der Ausbildungskommission obliegt die Berichterstattung an die Fachbereichsräte, die als zentrale QM-Steuerungsgremien über erforderliche Konsequenzen beraten. Änderungsmaßnahmen betrafen bisher den Stoffumfang, Prüfungsformen, Schnittstellenprobleme sowie Didaktik und Methodik. Bei der derzeitigen Überarbeitung der Bachelor-Studiengänge sollen weitere Verbesserungen vorgenommen werden.

Als externe Maßnahmen zur Qualitätssicherung werden die Studiengangskreditierungen genannt, die zu Änderungen u. a. bei Prüfungs- und Studienordnungen, Modulbeschreibungen und -konzepten geführt haben.

A.VIII KOOPERATIONEN

Die design akademie berlin unterhält seit SS 2011 eine projektbezogene Kooperation mit der HWR Berlin und eine Kooperation zum Studierendenaustausch mit der Ecole de Communication Visuelle, Paris. Weitere Kooperationen z. B. zum Studierendenaustausch sollen erst nach der Institutionellen Akkreditierung eingegangen werden. Die Hochschule pflegt daneben informelle Kontakte zur UdK Berlin, zu mehreren ausländischen Hochschulen sowie zu Verbänden und Kammern.

Eine Zusammenarbeit mit Unternehmen findet in projektbezogenen Lehrveranstaltungen statt, außerdem in Form von Workshops, Firmenbesuchen und im Kontext der integrierten Praxisphase.

B. Bewertung

Die staatliche Anerkennung der design akademie berlin erfolgte im Jahr ihrer Gründung (2007) befristet auf vier Jahre und verbunden mit der Auflage des Landes Berlin, die Institutionelle Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat etwa ein Jahr vor Ablauf der Anerkennungsfrist abzuschließen. Das Land Berlin ist jedoch zwischenzeitlich dazu übergegangen, privaten Hochschulen generell eine Aufbauphase von fünf Jahren zuzugestehen, bevor die Akkreditierung durch den Wissenschaftsrat zu beantragen ist. Demnach bewertet das Land Berlin die Antragstellung in 2011 nicht als Verstoß und hat seine staatliche Anerkennung bis zum voraussichtlichen Abschluss des Institutionellen Akkreditierungsverfahrens (August 2012) verlängert.

Die Arbeitsgruppe des Wissenschaftsrates, die die design akademie berlin am 9. und 10. Februar 2012 besucht hat, stellt fest, dass die Aufbauphase der Hochschule zwar noch nicht abgeschlossen ist, jedoch in vieler Hinsicht bereits zu überzeugenden Ergebnissen geführt hat. Die Bereitschaft, mögliche Auflagen und Empfehlungen des Wissenschaftsrates zur weiteren erfolgreichen Entwicklung der Einrichtung, insbesondere zur Verbesserung der Leitungsstrukturen und zum Aufbau des Leistungsbereichs Forschung umzusetzen, wurde seitens der Hochschule, ihres Trägers und des Landes Berlin erklärt.

B.1 LEITBILD UND PROFIL

Das von der Hochschule formulierte Leitbild erscheint mit seinen Eckpunkten überzeugend und realistisch. Der Leitgedanke der Praxisnähe manifestiert sich u. a. in unterschiedlichen berufspraktischen Qualifikationen der Lehrenden, in der projektbezogenen Zusammenarbeit mit Unternehmen und in der konkreten Ausgestaltung der Studienangebote. Er kommt im Übrigen den fachlichen Prioritäten der Studierenden entgegen, so wie auch die im Leitbild zugesagte Betreuungsqualität den Erwartungen der Studierenden entspricht.

Mit dem Anspruch auf Nähe zur Berufspraxis verbindet sich auch der Leitgedanke der Vernetzung, der zwar in der fachlichen Konzeption des Studienangebotes und in der interdisziplinären Nähe von Studiengängen in den Bereichen

Kommunikationsdesign und Marketingkommunikation zum Ausdruck kommt, der allerdings in der Orientierung nach außen noch stärker umgesetzt werden sollte. Bestehende Kontakte bilden eine Grundlage für den weiteren Ausbau des Netzwerks mit Unternehmen, Hochschulen und anderen Partnern. Die engagierte Weiterentwicklung in diesem Bereich sollte auch deswegen intensiv betrieben werden, da mit dem Ausbau der Studienplätze der Bedarf an Praxisprojekten und dergleichen steigen wird. Empfohlen wird der Hochschule insbesondere ein verstärkter Ausbau ihrer internationalen Vernetzung, der in der Aufbauphase der Hochschule noch nicht nachdrücklich betrieben wurde. Internationale Kontakte verdanken sich bislang persönlichen Verbindungen einzelner Professorinnen und Professoren und sind nicht institutionell gefestigt. Zur Ausbildung eines internationalen Profils und zur Förderung der internationalen Mobilität von Studierenden und Lehrenden wird der Hochschule daher die Entwicklung eines Internationalisierungskonzepts empfohlen.

B.II LEITUNGSSTRUKTUREN, ORGANISATION UND VERWALTUNG

Die etablierten Leitungsstrukturen entsprechen insgesamt den Anforderungen an Hochschulförmigkeit und Unabhängigkeit von Forschung und Lehre. Der besonderen Konstellation von Träger und Hochschule – die beiden Gesellschafter der Trägergesellschaft sind zugleich als Professorin bzw. Professor an der eigenen Hochschule tätig – hat die design akademie berlin bisher dadurch Rechnung getragen, dass die Gesellschafter an der Hochschule keine Leitungsfunktionen wahrnehmen und in den Gremien der akademischen Selbstverwaltung ohne Stimmrecht sind. Diese Regelung ist anzuerkennen, doch sind in der Personalunion von Gesellschaftern und Professoren beide Funktionen nicht zu trennen. Auch wenn eine unangemessene Dominanz des Trägers und Konflikte zwischen unternehmerischen und akademischen Interessen derzeit nicht erkennbar sind, ist es erforderlich, dass die Hochschule im Sinne akademischer Unabhängigkeit eine striktere Abgrenzung von ihrem Träger resp. dessen Gesellschaftern vornimmt. Zur Verbesserung der Leitungsstrukturen wird aus diesem und anderen Gründen eine Überarbeitung bzw. Präzisierung der Grundordnung in zwei Punkten für notwendig erachtet, die vom Land Berlin überprüft werden sollte:

- _ Zu § 17: Die Gesellschafter dürfen nicht berechtigt sein, an allen Sitzungen der akademischen Gremien teilzunehmen. Unabhängig davon kann die Grundordnung den Gremien die Möglichkeit einräumen, die Gesellschafter in ihrer Eigenschaft als Professorin bzw. Professor als Gäste zu Sitzungen einzuladen.
- _ Zu § 5: Die Bestellung einer Rektorin oder eines Rektors durch die Gesellschafter muss im Einvernehmen mit dem Senat vorgenommen und von die-

sem bestätigt werden. Außerdem ist eine Amtszeitbefristung der Rektorin bzw. des Rektors in der Grundordnung vorzusehen.

Die geplante Gründung eines Hochschulbeirats ist zu begrüßen, doch wird eine Überprüfung seiner Zusammensetzung empfohlen. Vorgesehen sind laut Grundordnung § 8 neben vier Vertreterinnen und Vertretern aus Wissenschaft, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft bis zu fünf Vertreterinnen und Vertreter der Hochschule und ihres Trägers. Zur Erfüllung seiner beratenden Aufgaben, zur Förderung auch der internationalen Vernetzung der Hochschule sollte der Hochschulbeirat jedoch ein Gremium sein, das die Hochschule schwerpunktmäßig durch externe Expertise unterstützt. Ihm sollten daher mehrheitlich hochschulexterne Mitglieder angehören.

Zu empfehlen ist auch eine präzisere Regelung von Wahl und Aufgaben der Dekaninnen und Dekane, die in der Grundordnung nicht explizit dargelegt sind. Vor allem die Kompetenzbereiche von Dekaninnen und Dekanen gegenüber den Fachbereichsräten sollten – unter Berücksichtigung des Berliner Hochschulgesetzes – klar voneinander abgegrenzt werden. Im Übrigen ist eine Überarbeitung der Grundordnung hinsichtlich der Präzision der Formulierung und der Konsistenz der Terminologie dringend erforderlich. So sollte unmissverständlich formuliert werden, dass der Rektorin oder dem Rektor in Berufungsverfahren kein Vorschlagsrecht zukommt, sondern dass sie oder er, wie in der Berufsordnungsordnung dargestellt, Berufungsvorschläge des Senats an den Träger weiterleitet (was nach Auskunft der Hochschule der gelebten Praxis entspricht).

Darüber hinaus wird der akademische Senat angeregt, seine Bedeutung als Zentrum des akademischen Diskurses zu stärken und seine Mitwirkungsrechte bewusst wahrzunehmen.

Perspektivisch sollte zudem überprüft werden, ob die Organisation der inhaltlich nahe stehenden Studienangebote in zwei getrennten Fachbereichen erforderlich und im Sinne ressourceneffizienter Strukturen ist. Auch sollten die Studierenden darauf hingewiesen werden, dass sie, wie in der Grundordnung § 4 vorgesehen, die Möglichkeit haben, sich zu organisieren und eine Studierendenvertretung zu wählen. Die Hochschule sollte dabei administrative Unterstützung leisten.

Ausdrücklich anzuerkennen ist die Berufsordnungsordnung, die gemäß Hochschulgesetz des Landes Berlin sicherstellt, dass an Berufungsverfahren jeweils zwei externe Gutachterinnen und Gutachter beteiligt werden, sei es durch Teilnahme an der Berufungskommission oder durch gutachterliche Stellungnahmen.

Im Sinne einer Sicherung und Stabilisierung der Leitungssituation wird ebenfalls die bereits erfolgte Neuausschreibung der Rektorenstelle begrüßt.

Positiv ist festzuhalten, dass alle bestehenden Studienprogramme – zwei Bachelor- und ein Master-Studiengang – akkreditiert sind und die mit den Akkreditierungen verbundenen Auflagen erfüllt wurden. Im Kontext der Berliner Hochschullandschaft sind die anwendungsbezogenen Studienangebote in den Bereichen Design und Marketing gut positioniert und dürften auch nach Einschätzung des Landes Berlin weiterhin nachgefragt werden. Nicht nur für ihren Master-Studiengang, sondern auch für ihre B.A.-Studiengänge erhebt die Hochschule den Anspruch der Vermittlung wissenschaftlich-theoretischer Inhalte. Bei der inhaltlichen Ausgestaltung der Module sollte die Hochschule daher theoretische und wissenschaftliche Perspektiven deutlicher akzentuieren, um die Studierenden zu eigenständiger wissenschaftlicher Arbeit zu befähigen. Auch bei praxisbetonten und anwendungsbezogenen Studiengängen sollte darauf geachtet werden, dass Schlüsselqualifikationen der wissenschaftlichen Arbeit in ausreichendem Maße und nicht erst in der Abschlussphase des Studiums vermittelt werden. Dies gilt vor allem für den Master-Studiengang, aber auch für Bachelor-Studiengänge, die auf die Aufnahme eines Masterstudiums vorbereiten. Im Fachbereich Kommunikationsdesign ist den Semester- und Abschlussarbeiten durchaus ein gestalterisch hohes Niveau zu attestieren. Ein theoretischer Unterbau ist allerdings auch hier wünschenswert. Im Fachbereich Marketingkommunikation sollten Abschlussarbeiten mit Blick auf eben diesen wissenschaftlichen Anspruch aber nicht auf reine Konzeptentwicklungen beschränkt werden.

Die Einführung zweier weiterer Master-Studiengänge (*Creative Direction* und *Unternehmenskommunikation*), die bereits zum WS 2011 vorgesehen war, wurde nach Auskunft der design akademie berlin aufgrund zu geringer Bewerberzahlen zurückgestellt. Diese Studiengänge sollen nach Planung der Hochschule 2012 zur Programmakkreditierung eingereicht und zum WS 2012 angeboten werden. Mit dann drei Master-Programmen (neben zwei Bachelor-Studiengängen) würde die Hochschule jedoch ein dezidiert wissenschaftliches Profil beanspruchen, das derzeit nicht gegeben ist. Die dargestellten Forschungsaktivitäten und -perspektiven der Hochschule sind zur Durchführung dreier wissenschaftlich basierter Master-Studiengänge nicht ausreichend und müssen daher vor einer Erweiterung des Masterangebots konkretisiert und nachgewiesen werden. Die geplante Erweiterung zum WS 2012 wird daher nicht befürwortet. Die Einrichtung weiterer Master-Studiengänge kann erst dann erfolgen, wenn ihre wissenschaftsadäquate Durchführung durch drei Voraussetzungen gesichert ist: Für diese Studiengänge müssen (1.) Programmakkreditierungen vorliegen, die ihre fachliche und strukturelle Qualität bestätigen. Die Hochschule muss (2.) ein Konzept für ihre künftige Forschung erarbeiten (s. u. B.IV) und (3.) mehr Vollzeitstellen für Professorinnen und Professoren einrichten, um die

Wahrnehmung von Forschungsaufgaben zu ermöglichen und die Umsetzung des zu erarbeitenden Forschungskonzepts zu realisieren (s. u. B.V.1).

B.IV FORSCHUNG

Forschung wurde zwar in der Vergangenheit von einzelnen an der design akademie berlin tätigen Professorinnen und Professoren geleistet, doch hat sich die Hochschule in der Aufbauphase ganz auf die Sicherung der Lehre konzentriert. Eine Arbeitsgruppe forschungsinteressierter Professorinnen und Professoren wurde eingerichtet, doch konnte das Ziel, ein gemeinsames Forschungskonzept zu entwickeln, auch aufgrund mehrerer in 2011 erfolgter Neuberufungen bisher nicht erreicht werden. Diese Zielsetzung ist weiter zu verfolgen, so wie auch die Absicht der Hochschule, bei der Besetzung von Professuren künftig die Forschungsleistungen von Bewerberinnen und Bewerbern noch stärker als Auswahlkriterium zu gewichten, nachdrücklich zu begrüßen ist. Unterstützt wird die Hochschule auch in ihrer Absicht, bei der Kooperation mit Unternehmen und Agenturen in Zukunft vermehrt Drittmittel einzuwerben.

Zur wissenschaftlichen Basierung des Master-Studiengangs, zumal für einen Ausbau der Master-Programme, sind die Entwicklung eines Forschungskonzepts und die stärkere Verortung der Lehrenden in der Forschung unerlässlich. Dabei sollte sich anwendungsorientierte Forschung im Fachbereich Marketingkommunikation nicht auf die Durchführung von Marktforschungsprojekten beschränken. Im Fachbereich Kommunikationsdesign sollte neben dem gestalterischen das wissenschaftliche Profil geschärft werden. Zur Förderung von Forschungskapazitäten und -aktivitäten der überwiegend jungen Professorenschaft wird insbesondere die vermehrte Einrichtung von Vollzeitstellen nachdrücklich empfohlen (s. u. B.V.1).

B.V AUSSTATTUNG

V.1 Personelle Ausstattung

Die Ausstattung der design akademie berlin mit wissenschaftlichem Personal ist insgesamt angemessen und ausreichend. Allerdings ist im Bereich der Professuren eine deutliche Dominanz von Teilzeit-Arbeitsverhältnissen gegeben. Mit mindestens 50 % des vollen Lehrdeputats sind diese Teilzeitprofessuren als hauptberuflich einzustufen und entsprechen insofern den landesgesetzlichen Bestimmungen. Der hohe Anteil von in Teilzeit beschäftigten Professorinnen und Professoren wird begründet zum einen mit dem Anspruch auf Praxisnähe und Aktualität der Lehre, die durch Berufungen von Praktikerinnen und Prak-

tikern gewährleistet werde. Zum anderen ergebe sich an einer kleinen Hochschule zur Abdeckung vieler Fachgebiete kein Vollzeit-Beschäftigungsbedarf.

In der Aufbauphase der Hochschule war die quantitative Relation von derzeit zwei Vollzeit- und zwölf Teilzeitprofessuren zur Abdeckung des Lehrangebots ausreichend. Bei zunehmenden Studiengängen und Studierendenzahlen hat der Träger die Einrichtung weiterer Vollzeitprofessuren in Aussicht gestellt. Diese Absichtserklärung ist nachdrücklich zu unterstützen: Für den weiteren Ausbau der Hochschule – insbesondere zum Aufbau des Leistungsbereichs Forschung und zur Durchführung weiterer Master-Studiengänge, bei zunehmenden Aufgaben auch der akademischen Selbstverwaltung, u. a. mit Blick auf den erforderlichen Aufbau internationaler Kooperationen – bietet die derzeitige personelle Relation keine ausreichende Grundlage. Der Hochschule wird daher die deutliche Erweiterung der Vollzeitstellen für Professorinnen und Professoren dringend empfohlen, wobei sich die Ausgestaltung im Einzelnen an den Erfordernissen der Studienprogramme orientieren muss.

Zur Sicherung der wissenschaftlichen Qualifikation von Professorinnen und Professoren bildet die Berufsordnung der design akademie berlin gute Voraussetzungen. Der Umfang der Beschäftigung von Lehrbeauftragten wie auch die Betreuungsrelation von Professorinnen und Professoren gegenüber Studierenden sind angemessen.

V.2 Sächliche Ausstattung

Die räumliche Ausstattung der design akademie berlin an zwei benachbarten Standorten in Berlin-Kreuzberg entspricht den Anforderungen des Studienbetriebs. Die technische Ausstattung mit Computerarbeitsplätzen ist als gut, die Geräteausstattung vor allem im Bereich Fotografie als sehr gut zu bewerten. Für 2014 ist ein Umzug in einen Neubau am Moritzplatz geplant, womit eine Zusammenlegung der beiden Standorte und weitere Verbesserungen der räumlichen Situation verbunden sein werden. Im sog. „Aufbauhaus“ sollen u. a. ein Plenar- und Veranstaltungsraum, mehr Ausstellungsfläche und mehr Raum für die Bibliothek zur Verfügung stehen und ist zudem ein uneingeschränkter Zugang für Behinderte zu erwarten.

Der Bestand der hauseigenen Bibliothek mit ca. 2.000 Titeln und der Jahresetat, von 10.000 auf 8.000 Euro abnehmend, sind sehr gering, doch wird diese Bibliothek nur als Handbibliothek betrachtet und genutzt. Durch den Kooperationsvertrag mit der Bibliothek der Universität der Künste (UdK) sichert die design akademie berlin ihren Studierenden den Zugang zur sehr gut ausgestatteten Bibliothek einer staatlichen Hochschule mit vollen Nutzungsrechten. Auch hat die design akademie berlin die Möglichkeit, Anschaffungswünsche geltend zu machen. Die design akademie berlin sollte die Abstimmung mit ihrer Partnerhochschule möglichst genau und systematisch gestalten und daneben ein Kon-

zept für den weiteren Aufbau ihrer Hausbibliothek entwickeln. Die Ausstattung der Bibliothek sollte kontinuierlich auf ihre Angemessenheit überprüft und ggf. den Anforderungen des Studienbetriebs und dem Bedarf der Studierenden angepasst werden.

B.VI FINANZIERUNG

Die wirtschaftlichen Grundlagen der design akademie berlin erscheinen insgesamt solide und weiterhin tragfähig. Die Hochschule hat in ihrem vierten Betriebsjahr (2010) die Gewinnschwelle erreicht, so dass ihre wirtschaftliche Basis – bei derzeit drei Studienangeboten und ca. 320 Studierenden – auch ohne weiteren Aufwuchs gesichert ist. Nach dem Erwerb einer Immobilie an einem der Standorte Ende 2010 sind weitere erhebliche Investitionen in den nächsten Jahren nicht vorgesehen. Im Zuge des geplanten Umzugs soll die 2010 erworbene und derzeit genutzte Immobilie wieder veräußert werden und der Ertrag in das Vermögen der Hochschule zurückfließen. Da Entnahmen aus dem Vermögen bisher nicht vorgenommen wurden und auch in der Aufbauphase nicht beabsichtigt sind, erscheint die Liquidität der Hochschule gegeben. Bei einem Ausbau des Studienangebots und einem Aufwuchs der Studierendenzahlen dürfte sich die finanzielle Situation weiter verbessern. Zudem beabsichtigt die Hochschule, bei der Kooperation mit Unternehmen und Agenturen künftig auch Drittmittel einzuwerben. Allerdings ist zu beachten, dass die als Vorsorge für den Fall des Scheiterns gestellte Bürgschaft entsprechend dem Aufwuchs der Hochschule und dem erweiterten Geschäftsvolumen zu erhöhen sein wird. Die Hochschule sollte gegenüber dem Land Berlin nachweisen, dass die erforderlichen Anpassungen vorgenommen werden.

B.VII QUALITÄTSSICHERUNG

Mit der Definition von Qualitätsindikatoren, die u. a. durch Evaluierung von Lehrveranstaltungen und Praxisphasen sowie durch Lehrberichte der Modulverantwortlichen erhoben und über Ausbildungskommissionen an die Fachbereichsräte weitergegeben werden, hat die design akademie berlin angemessene Maßnahmen zur Qualitätssicherung ihrer Lehr- und Studienangebote getroffen. Auch wurden aus den Studiengangakkreditierungen Konsequenzen zur inhaltlichen und strukturellen Verbesserung von Studien- und Prüfungsordnungen gezogen.

Zur Systematisierung und Dokumentation der diversen Einzelmaßnahmen wäre darüber hinaus die Entwicklung eines Qualitätsmanagement-Konzepts hilfreich.

Damit könnte auch die – in der Vergangenheit nicht durchgängig gegebene – Umsetzung der Qualitätssicherungsprogramme unterstützt werden.

B.VIII KOOPERATIONEN

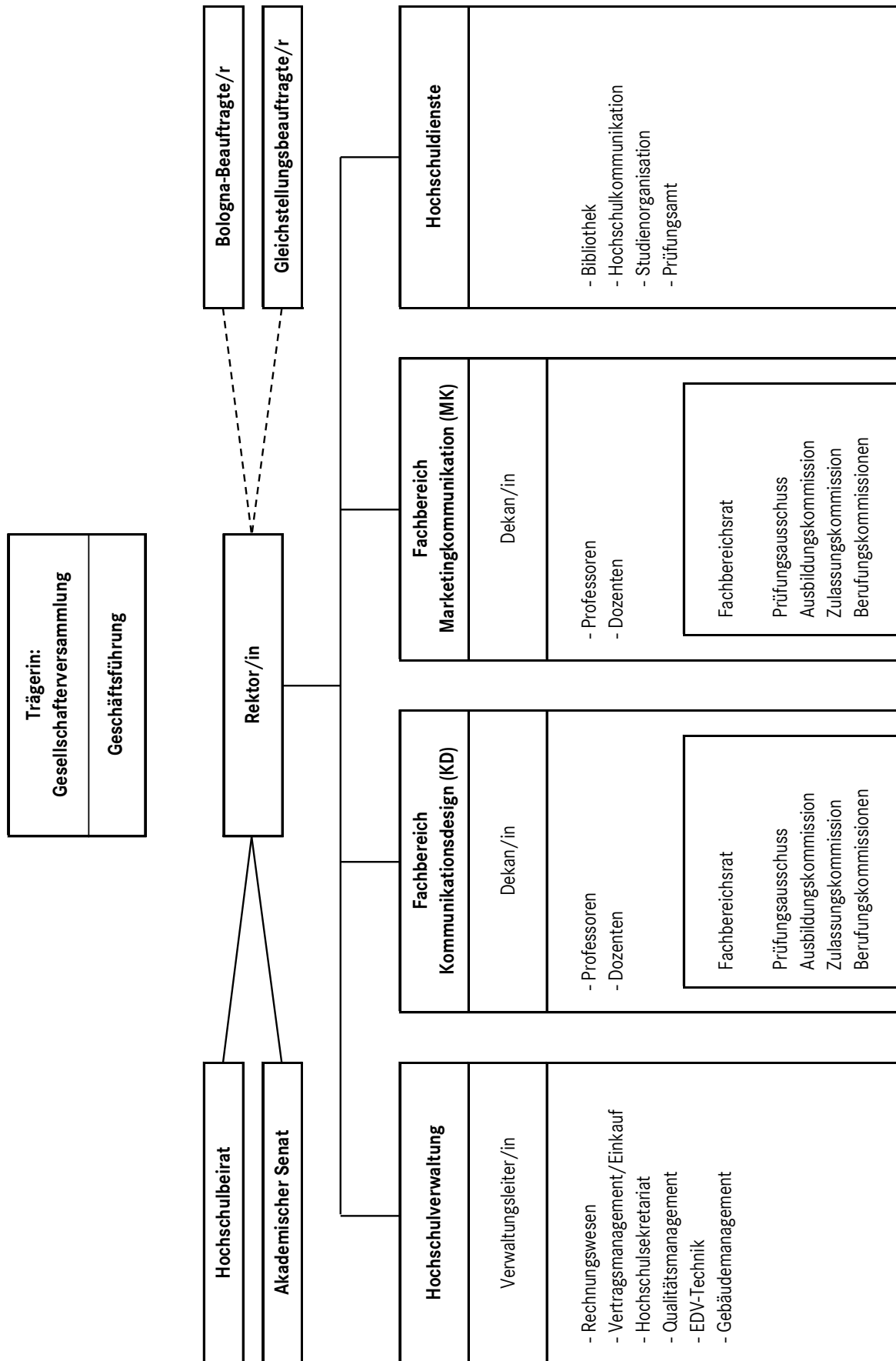
Die design akademie berlin unterhält einige projektbezogene Kooperationen mit Praxispartnern, vor allem mit Marketingabteilungen von Unternehmen und PR-Agenturen, die die Durchführung von Praxisphasen und Praxisprojekten gewährleisten und eine praxisnahe Ausbildung begünstigen. Insofern ist der Hochschule eine gute Einbindung in lokale bzw. regionale Wirtschaftsstrukturen zu bescheinigen. Erste hochschulische Kooperationen sind mit projektbezogenen Kontakten zur Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin (Forschungsprojekt) und zu einzelnen Hochschulen in Paris und Tokio (Studierendenaustausch) gegeben.

Der Aufbau von Kooperationen mit Unternehmen, vor allem auch mit Hochschulen sollte fortgesetzt werden. Dabei sollten im Rahmen eines Internationalisierungskonzepts (s. o. B.I) insbesondere Kontakte im Ausland gesucht bzw. intensiviert werden, um die internationale Orientierung der Einrichtung zu stärken und den Leitgedanken der Vernetzung auch auf internationaler Ebene zu realisieren.

Anhang

| | | |
|--------------|--|----|
| Übersicht 1: | Struktur der Hochschule (Organigramm) | 39 |
| Übersicht 2: | Studienangebote (einschl. geplanter Studiengänge) 2009 bis 2015 | 40 |
| Übersicht 3: | Historie Studierendenzahl 2009 bis 2011 / Studierendenabbruchquote 2010 bis 2011 in Prozent | 41 |
| Übersicht 4: | Prognose Studierendenzahl 2012 bis 2015 | 43 |
| Übersicht 5: | Personalausstattung in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) 2011 bis 2015 | 44 |
| Übersicht 6: | Dritt- und Fördermittel (nach Drittmittelgebern und Fachbereichen) 2008 bis 2014 | 45 |
| Übersicht 7: | Bilanzen 2008 bis 2011 | 46 |
| Übersicht 8: | Gewinn- und Verlustrechnungen 2008 bis 2014 | 47 |

Übersicht 1: Struktur der Hochschule (Organigramm)



Übersicht 2: Studienangebote (einschl. geplanter Studiengänge) 2009 bis 2015

laufendes Jahr: 2012

| Studiengänge (Schwerpunkte) | Studienabschlüsse | RSZ in Sem. | Studienformen | Standorte | Kooperationen mit anderen Hochschulen | Aktuelle Studien- gebühren pro Monat in Euro | Übersicht des Studienangebotes in den letzten und den kommenden Semestern | | | | | | |
|---------------------------------------|-------------------|----------------|----------------|-----------|---|--|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | | | | | | | SS 2009 | WS 2009 | SS 2010 | WS 2010 | SS 2011 | WS 2011 | SS 2012 |
| B.A. Kommunikationsdesign | Bachelor of Arts | 6,0 | Präsenzstudium | Beflin | - | 690 | ja | ja | ja | ja | ja | ja | ja |
| M.A. Creative Direction | Master of Arts | 4,0 | Präsenzstudium | Beflin | - | 850 | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein |
| B.A. Marketingkommunikation | Bachelor of Arts | 6,0 | Präsenzstudium | Beflin | - | 650 | ja | ja | ja | ja | ja | ja | ja |
| M.A. Marketingkommunikation | Master of Arts | 4,0 | Präsenzstudium | Beflin | - | 850 | nein | nein | ja | ja | ja | ja | ja |
| M.A. Unternehmenskommunikation | Master of Arts | 4,0 | Präsenzstudium | Beflin | - | 850 | nein | nein | nein | nein | nein | nein | nein |
| Alle Studiengänge (Mittelwert) | | | | | | | 778 | | | | | | |

| Studiengänge (Schwerpunkte) | Übersicht des Studienangebotes in den letzten und den kommenden Semestern | | | | | |
|--------------------------------|---|---------|---------|---------|---------|---------|
| | WS 2012 | SS 2013 | WS 2013 | SS 2014 | WS 2014 | SS 2015 |
| B.A. Kommunikationsdesign | ja | ja | ja | ja | ja | ja |
| M.A. Creative Direction | ja | ja | ja | ja | ja | ja |
| B.A. Marketingkommunikation | ja | ja | ja | ja | ja | ja |
| M.A. Marketingkommunikation | ja | ja | ja | ja | ja | ja |
| M.A. Unternehmenskommunikation | ja | ja | ja | ja | ja | ja |

Quelle: Wissenschaftsrat nach Angaben der Hochschule

**Übersicht 3: Historie Studierendenzahl 2009 bis 2011 /
Studierendenabbruchquote 2010 bis 2011 in Prozent**

laufendes Jahr: 2012

| Studiengänge | SS 2009 | | | | | | WS 2009 | | | | | | SS 2010 | | | | | |
|---------------------------------|------------|---------------------------------|-------------|-----------------------|----------------------------------|------------|---------------------------------|---------------------------------|-----------------------|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|-----------------------|----------------------------------|----------------------------------|--|--|
| | Bewerber | Studienanfänger 1. Fachsemester | Absolventen | Studierende insgesamt | Mittlere Studiendauer (Semester) | Bewerber | Bewerber | Studienanfänger 1. Fachsemester | Absolventen | Studierende insgesamt | Mittlere Studiendauer (Semester) | Bewerber | Studienanfänger 1. Fachsemester | Absolventen | Studierende insgesamt | Mittlere Studiendauer (Semester) | | |
| B. A. Kommunikationsdesign | 26 | 19 | 0 | 70 | 6,0 | 54 | 25 | 0 | 95 | 6,0 | 23 | 19 | 19 | 103 | 6,0 | | | |
| M. A. Creative Direction | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| B. A. Marketingkommunikation | 31 | 24 | 0 | 119 | 6,0 | 80 | 47 | 0 | 164 | 6,0 | 25 | 16 | 27 | 180 | 6,0 | | | |
| M. A. Marketingkommunikation | 0 | 0 | 0 | 6 | 4,0 | 16 | 7 | 0 | 13 | 4,0 | 0 | 0 | 5 | 13 | 4,0 | | | |
| M. A. Unternehmenskommunikation | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alle Studiengänge | 57 | 43 | 0 | 195 | 5,3 | 150 | 79 | 0 | 272 | 5,3 | 48 | 35 | 51 | 296 | 5,3 | | | |
| Studiengänge | WS 2010 | | | | | | SS 2011 | | | | | | WS 2011 | | | | | |
| | Bewerber | Studienanfänger 1. Fachsemester | Absolventen | Studierende insgesamt | Mittlere Studiendauer (Semester) | Bewerber | Studienanfänger 1. Fachsemester | Absolventen | Studierende insgesamt | Mittlere Studiendauer (Semester) | Bewerber | Studienanfänger 1. Fachsemester | Absolventen | Studierende insgesamt | Mittlere Studiendauer (Semester) | | | |
| B. A. Kommunikationsdesign | 51 | 25 | 9 | 108 | 6,0 | 19 | 14 | 16 | 110 | 6,0 | 50 | 26 | 11 | 118 | 6,0 | | | |
| M. A. Creative Direction | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| B. A. Marketingkommunikation | 65 | 31 | 22 | 183 | 6,0 | 25 | 14 | 41 | 172 | 6,0 | 67 | 28 | 23 | 160 | 6,0 | | | |
| M. A. Marketingkommunikation | 24 | 16 | 0 | 23 | 4,0 | 0 | 0 | 0 | 23 | 4,0 | 42 | 20 | 0 | 37 | 4,0 | | | |
| M. A. Unternehmenskommunikation | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alle Studiengänge | 140 | 72 | 31 | 314 | 5,3 | 44 | 28 | 57 | 305 | 5,3 | 159 | 74 | 34 | 315 | 5,3 | | | |

| Studiengänge | SS 2010 | WS 2010 | SS 2011 | WS 2011 |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| | Studien- abbruch- quote % | Studien- abbruch- quote % | Studien- abbruch- quote % | Studien- abbruch- quote % |
| B. A. Kommunikationsdesign | 4,1 | 3,7 | 3,6 | 3,5 |
| M. A. Creative Direction | | | | |
| B. A. Marketingkommunikation | 0,6 | 1,6 | 1,2 | 1,9 |
| M. A. Marketingkommunikation | 7,7 | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| M. A. Unternehmenskommunikation | | | | |
| Alle Studiengänge | 4,1 | 1,8 | 1,6 | 1,8 |

Quelle: Wissenschaftsrat nach Angaben der Hochschule

Übersicht 4: Prognose Studierendenzahl 2012 bis 2015

laufendes Jahr: 2012

| Studiengänge | SS 2012 | | WS 2012 | | SS 2013 | | WS 2013 | |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | Studienanfänger 1. FS | Studierende insgesamt | Studienanfänger 1. FS | Studierende insgesamt | Studienanfänger 1. FS | Studierende insgesamt | Studienanfänger 1. FS | Studierende insgesamt |
| B. A. Kommunikationsdesign | 15 | 112 | 40 | 127 | 20 | 134 | 38 | 153 |
| M. A. Creative Direction | 0 | 0 | 10 | 10 | 0 | 10 | 10 | 20 |
| B. A. Marketingkommunikation | 15 | 152 | 44 | 146 | 22 | 154 | 44 | 167 |
| M. A. Marketingkommunikation | 0 | 37 | 17 | 37 | 0 | 32 | 17 | 34 |
| M. A. Unternehmenskommunikation | 0 | 0 | 10 | 10 | 0 | 10 | 10 | 20 |
| Alle Studiengänge | 30 | 301 | 121 | 330 | 42 | 340 | 119 | 394 |

| Studiengänge | SS 2014 | | WS 2014 | | SS 2015 | | WS 2015 | |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | Studienanfänger 1. FS | Studierende insgesamt | Studienanfänger 1. FS | Studierende insgesamt | Studienanfänger 1. FS | Studierende insgesamt | Studienanfänger 1. FS | Studierende insgesamt |
| B. A. Kommunikationsdesign | 20 | 158 | 40 | 173 | 20 | 162 | 40 | 177 |
| M. A. Creative Direction | 0 | 20 | 10 | 20 | 0 | 20 | 10 | 20 |
| B. A. Marketingkommunikation | 22 | 175 | 50 | 197 | 22 | 205 | 50 | 215 |
| M. A. Marketingkommunikation | 0 | 32 | 15 | 30 | 0 | 30 | 15 | 30 |
| M. A. Unternehmenskommunikation | 0 | 20 | 10 | 20 | 0 | 20 | 10 | 20 |
| Alle Studiengänge | 42 | 405 | 125 | 440 | 42 | 437 | 125 | 462 |

Quelle: Wissenschaftsrat nach Angaben der Hochschule

Übersicht 5: Personalausstattung in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) 2011 bis 2015

laufendes Jahr: 2012

| Fachbereiche | Studiengänge | Hauptberufliche Professoren pro Studiengang | | | | | | Dozenten und Lehrbeauftragte pro Studiengang | | | | | |
|--------------------------|---------------------------------|---|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--|--------------|--------------|--------------|------|------|
| | | Ist | Soll | | | | | Ist | Soll | | | | |
| | | | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| Kommunikationsdesign | B. A. Kommunikationsdesign | 2,87 | 2,94 | 5,01 | 6,06 | 6,04 | 2,86 | 2,63 | 3,34 | 4,04 | 4,03 | | |
| | M. A. Creative Direction | 0,00 | 0,66 | 1,32 | 1,32 | 1,32 | 0,00 | 0,45 | 0,90 | 0,90 | 0,90 | | |
| | B. A. Marketingkommunikation | 4,32 | 5,23 | 6,03 | 6,08 | 6,37 | 3,26 | 3,49 | 4,02 | 4,05 | 4,24 | | |
| Marketing-kommunikation | M. A. Marketingkommunikation | 1,45 | 1,32 | 1,32 | 1,32 | 1,32 | 0,81 | 0,90 | 0,90 | 0,90 | 0,90 | | |
| | M. A. Unternehmenskommunikation | 0,00 | 0,66 | 1,32 | 1,32 | 1,32 | 0,00 | 0,45 | 0,90 | 0,90 | 0,90 | | |
| Alle Studiengänge | | 8,64 | 10,81 | 15,00 | 16,10 | 16,37 | 6,93 | 7,92 | 10,06 | 10,79 | 10,97 | | |

| Fachbereiche | Studiengänge | Wissenschaftliche Mitarbeiter pro Fachbereich | | | | | | Sonstige Mitarbeiter pro Fachbereich | | | | | |
|--------------------------|---------------------------------|---|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|------|------|
| | | Ist | Soll | | | | | Ist | Soll | | | | |
| | | | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
| Kommunikationsdesign | B. A. Kommunikationsdesign | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 5,68 | 5,93 | 6,68 | 7,28 | 8,28 | | |
| | M. A. Creative Direction | | | | | | | | | | | | |
| Marketing-kommunikation | B. A. Marketingkommunikation | | | | | | | | | | | | |
| | M. A. Marketingkommunikation | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 6,20 | 6,70 | 6,95 | 7,80 | 8,80 | | |
| | M. A. Unternehmenskommunikation | | | | | | | | | | | | |
| Alle Studiengänge | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 11,88 | 12,63 | 13,63 | 15,08 | 17,08 | | |

Quelle: Wissenschaftsrat nach Angaben der Hochschule

**Übersicht 6: Drittmittel (nach Drittmittelgebern und Fachbereichen)
2008 bis 2014**

laufendes Jahr: 2012

| Fachbereiche / und Drittmittelgeber | Name des Förderers | 2008 | | 2009 | | 2010 | | 2011 | | 2012 (Plan) | | 2013 (Plan) | | 2014 (Plan) | |
|--|--------------------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|-------------|-----------|
| | | Anzahl | Tsd. Euro | Anzahl | Tsd. Euro | Anzahl | Tsd. Euro | Anzahl | Tsd. Euro | Anzahl | Tsd. Euro | Anzahl | Tsd. Euro | Anzahl | Tsd. Euro |
| Alle Fachbereiche | | | | | | | | | | 1 | 15 | 1 | 5 | 1 | 5 |
| Land/Länder | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bund | | | | | | | | | | | | | | | |
| EU | | | | | | | | | | | | | | | |
| DFG | | | | | | | | | | | | | | | |
| Wirtschaft | | | | | | | | | | | | | | | |
| Stiftungen | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sonstige Förderer | | | | | | | | | | | | | | | |
| Insgesamt | | | | | | | | | | 1 | 15 | 1 | 5 | 1 | 5 |

Alle nicht belegten Felder sind als Null zu interpretieren.

Quelle: Wissenschaftsrat nach Angaben der Hochschule

Übersicht 7: Bilanzen 2008 bis 2011

laufendes Jahr: 2012

| Aktiva | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|----------------|------------------|------------------|------------------|
| A. Anlagevermögen | 79.856 | 143.427 | 1.066.482 | 1.092.248 |
| I. Immaterielle Vermögensgegenstände | 7.620 | 3.951 | 1.327 | 486 |
| II. Sachanlagen | 72.236 | 139.476 | 1.065.155 | 1.091.762 |
| III. Finanzanlagen | 0 | 0 | 0 | 0 |
| B. Umlaufvermögen | 441.520 | 679.292 | 651.727 | 784.581 |
| I. Vorräte/Vorratsvermögen | 0 | 0 | 0 | 0 |
| II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände | 34.941 | 87.834 | 82.147 | 71.281 |
| - davon Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 33.378 | 81.950 | 74.549 | 66.596 |
| III. Wertpapiere | 0 | 0 | 0 | 0 |
| IV. Kassenbestand, Bundesbankguthaben, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks | 406.579 | 591.458 | 569.580 | 713.300 |
| C. Rechnungsabgrenzungsposten | 5.680 | 4.146 | 10.418 | 7.841 |
| D. (ggf.) Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag | 138.295 | 192.242 | 0 | 0 |
| Bilanzsumme Aktiva | 665.351 | 1.019.107 | 1.728.627 | 1.884.670 |

| Passiva | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|----------------|------------------|------------------|------------------|
| A. Eigenkapital | 0 | 0 | 45.614 | 230.796 |
| I. gezeichnetes Kapital | 25.000 | 25.000 | 25.000 | 25.000 |
| II. Kapitalrücklagen | 70.000 | 70.000 | 245.000 | 245.000 |
| III. Gewinnrücklagen | 0 | 0 | 0 | 0 |
| IV. Gewinnvortrag/Verlustvortrag | -41.179 | -233.295 | -287.242 | -224.385 |
| V. Jahresüberschuss/Jahresfehlbetrag | -192.116 | -53.947 | 62.856 | 185.181 |
| VI. (ggf.) Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag | 138.295 | 192.242 | 0 | 0 |
| B. Rückstellungen | 24.730 | 49.848 | 79.550 | 75.663 |
| I. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen | 0 | 0 | 0 | 0 |
| II. Steuerrückstellungen | 0 | 0 | 0 | 0 |
| III. Sonstige Rückstellungen | 24.730 | 49.848 | 79.550 | 75.663 |
| C. Verbindlichkeiten | 471.412 | 477.182 | 1.169.720 | 1.100.520 |
| - Davon langfristige Verbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von mehr als 5 Jahren | 220.000 | 0 | 0 | 771.059 |
| - Davon mittelfristige Verbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von 1-5 Jahre | 0 | 206.292 | 168.290 | 156.322 |
| - Davon kurzfristige Verbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr | 251.412 | 270.890 | 1.001.430 | 173.139 |
| D. Rechnungsabgrenzungsposten | 169.209 | 492.077 | 433.743 | 477.691 |
| Bilanzsumme Passiva | 665.351 | 1.019.107 | 1.728.627 | 1.884.670 |

Quelle: Wissenschaftsrat nach Angaben der Hochschule

Übersicht 8: Gewinn- und Verlustrechnungen 2008 bis 2014

laufendes Jahr: 2012

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 (Plan) | 2013 (Plan) | 2014 (Plan) |
|---|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Tsd. Euro (gerundet) | | | | | | | |
| Umsatzerlöse | 834.429 | 1.706.134 | 2.430.078 | 2.519.309 | 2.609.180 | 2.981.860 | 3.504.340 |
| Erlöse aus Studiengebühren (inkl. Prüfungsgebühren etc.) | 831.929 | 1.705.134 | 2.430.078 | 2.519.309 | 2.609.180 | 2.981.860 | 3.504.340 |
| Sonstige Umsatzerlöse | 2.500 | 1.000 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Erträge aus Dritt- und Fördermitteln (inkl. Sponsoring und Spenden) | 0 | 0 | 0 | 0 | 15.000 | 5.000 | 5.000 |
| Erträge aus Stiftungserlösen | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Erträge aus Wertpapieren, sonstige Zinsen und ähnliche Erträge | 2.177 | 9.815 | 6.811 | 8.064 | 6.000 | 6.000 | 6.000 |
| Sonstige betriebliche Erträge | 3.196 | 3.904 | 121.905 | 107.980 | 120.000 | 120.000 | 120.000 |
| Außerordentliche Erträge | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Materialaufwand | 140.128 | 218.380 | 254.103 | 247.229 | 219.593 | 254.795 | 264.018 |
| Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren und Leistungen (ohne Lehraufträge) | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Aufwendungen für Lehraufträge | 140.128 | 218.380 | 254.103 | 247.229 | 219.593 | 254.795 | 264.018 |
| Personalaufwand | 322.228 | 817.224 | 1.205.488 | 1.185.947 | 1.334.287 | 1.615.987 | 1.855.747 |
| Löhne und Gehälter | 275.221 | 695.959 | 1.018.761 | 1.004.898 | 1.111.906 | 1.346.706 | 1.546.456 |
| - Professorengehälter | 110.126 | 352.709 | 578.980 | 570.007 | 655.222 | 870.822 | 1.038.072 |
| - Dozentengehälter | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| - wissenschaftliche Mitarbeiter | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| - Sonstiges Personal | 165.095 | 343.250 | 439.781 | 434.891 | 456.684 | 475.884 | 508.384 |
| Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung | 47.007 | 121.265 | 186.727 | 181.049 | 222.381 | 269.281 | 309.291 |
| - Professoren | 7.255 | 50.269 | 94.537 | 92.538 | 131.044 | 174.164 | 207.614 |
| - Dozenten | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| - wissenschaftliche Mitarbeiter | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| - Sonstiges Personal | 39.752 | 70.996 | 92.190 | 88.511 | 91.337 | 95.117 | 101.677 |
| Abschreibungen | 18.412 | 33.257 | 55.661 | 81.559 | 90.000 | 99.000 | 108.000 |
| Sonstige betriebliche Aufwendungen | 551.150 | 704.939 | 980.686 | 935.436 | 1.027.040 | 1.062.630 | 1.224.570 |
| Außerordentliche Aufwendungen | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Jahresüberschuss/-fehlbetrag | -192.116 | -53.947 | 62.856 | 185.182 | 79.260 | 80.448 | 183.005 |

Quelle: Wissenschaftsrat nach Angaben der Hochschule