ADC Fachbereich Forschung & Lehre:

ADC Hochschul-Kreativindex 2026

Eine Landkarte kreativer Hochschulbildung.

Oder: Wo ausgezeichnete studentische Arbeiten entstehen und wie sich Hochschulen profilieren.



Kommunikationsdesign war vermutlich nie vielfältiger als heute und selten war so unklar, was alles dazugehört. Wer das Fach studieren möchte, begegnet Brand Design, UX, Editorial, Motion, Film, Storytelling, Creative Technology und vielen weiteren Anwendungsbereichen. Hochschulen benennen ähnliche Studiengänge unterschiedlich und unter-schiedliche Studiengänge ähnlich. Manche bilden breit aus, andere setzen klare Schwerpunkte. Das erschwert die Orientierung für Studieninteressierte.

Auch Hochschulen und Kreativwirtschaft müssen klären, welche Kompetenzen gebraucht werden und wie kreative Leistungen zusammenspielen. Denn Kommunikationsdesign prägt einen erheblichen Teil unserer Medien-gesellschaft: Bilder, Filme, Interfaces, Plattformen, Räume und Sprache. Mit generativer KI wird diese Klärung dringlicher, denn wenn sichtbare Ergebnisse immer leichter entstehen, sagt der Output allein wenig über die Leistung dahinter aus: Probleme erkennen, Zusammenhänge verstehen, Strategien entwickeln, entscheiden, gestalten und Wirkung überprüfen.

Je einfacher die Produktion wird, desto wichtiger wird der Blick auf die Kompetenzen, die sie möglich machen.

Das beginnt in der Ausbildung, deshalb haben wir den ADC Hochschul-Kreativindex neu gedacht. Der ADC Talent Award versammelt ausgezeichnete studentische Arbeiten aus unterschiedlichen Hochschulen und Disziplinen. Eine Rangliste zeigt, wie viele Punkte eine Hochschule erzielt, aber kaum, womit sie sich profiliert – oder profilieren könnte. Der Hochschul-Kreativindex macht diese Profile und Unterschiede nachvollziehbar, denn Orientierung entsteht erst, wenn Vielfalt nachvollziehbar wird.

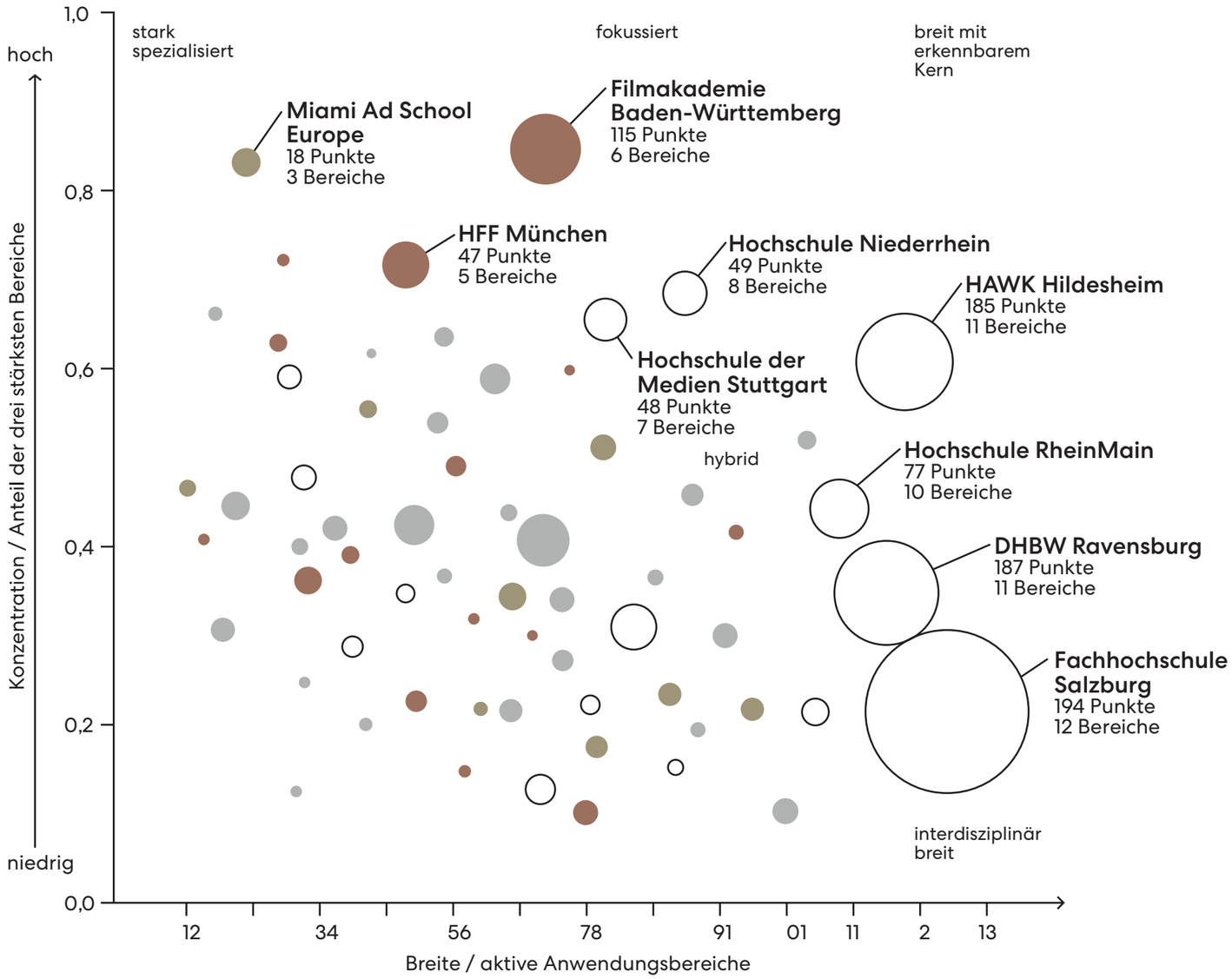
Das ADC White Paper zur Zukunft der Kommunikationsdesign-Ausbildung richtet den Blick nach vorn: Welche Kompetenzen braucht professionelle Kommunikation künftig? Der Index beschreibt die heutige Landschaft, das White Paper fragt nach ihrer Zukunft. Beides soll dabei helfen, den Wert kreativer Arbeit besser zu verstehen und zu vermitteln. Der Index ersetzt die Frage „Wer steht vorne?“ durch eine interessantere: Wer kann was besonders gut und wo wird diese Leistung sichtbar?

Prof. Richard Jung
Vorstand Forschung & Lehre

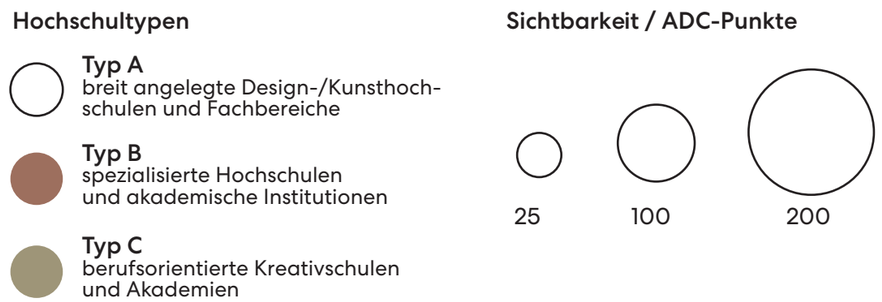
Eine Landkarte kreativer Hochschulbildung 4
Executive Summary 6
Warum ein Index? 8
So funktioniert der ADC Hochschul-Kreativindex 10
Punktzahl ist noch kein Profil 14
Fünf Profilfelder als zweite Lesart 18
Die drei Ausbildungsmodelle 22
Kommunikationsdesign ist mehr als nur eine Disziplin 24
Die Hochschulprofile 36
Top 3 der Hochschulen in 12 Anwendungsbereichen 69
Die kreative Hochschullandschaft ist vielfältig 72
Wozu der Hochschul-Kreativindex künftig dienen kann & Fazit 78
Methodischer Anhang 81

Orientierung in einem Berufsfeld, das immer größer und unübersicht-licher wird.

Eine „Landkarte“ kreativer Hochschulbildung.



59 Hochschulen, 1.723 ADC-Punkte, zwölf Anwendungsbereiche. Der ADC Hochschul-Kreativindex zeigt die erfolgreichsten Hoch-schulen im Wettbewerb nicht nur als Rangliste. Vielmehr wird ein Profil aus Sichtbarkeit, d.h. der Gesamtzahl der Auszeichnungen, und Anwendungsbreite bzw. fachlicher Konzentration dargestellt.



Grafik 1 – Vom Punktwert zum Profil

Die Gesamtpunktzahl zeigt, wie sichtbar eine Institution im ADC Talent Award ist. Erst die Verteilung der Punkte macht erkennbar, in welchen kreativen Feldern diese Sichtbarkeit entsteht.

Executive Summary

Eine Rangliste beantwortet eine einfache Frage: Wer steht vorne? Für kreative Hochschulbildung reicht diese Frage nicht mehr aus. Kommunikationsdesign umfasst heute Brand Design und Advertising ebenso wie Editorial, UX, Motion, Film, Spatial Experience, Storytelling oder Creative Technology. Die Disziplin wird breiter und ihre Grenzen durchlässiger. Gleichzeitig verändern neue Technologien und generative KI die Bedingungen kreativer Arbeit. Deshalb werden folgende Fragen immer dringlicher.

Wofür genau bilden unterschiedliche Hochschulen eigentlich aus? Oder bieten sie alle das Gleiche an?

Deshalb wurde das bisherige Ranking-Modell des ADC Hochschul-Kreativindex 2026 weiterentwickelt. Er bietet einen Einblick in die Entwicklung bzw. den Zustand des Ausbildungsbereichs Kommunikationsdesign (auch Mediendesign oder visuelle Kommunikation) in der Kreativwirtschaft. Grundlage sind die ausgezeichneten studentischen Arbeiten des ADC Talent Award aus den Jahren 2024 bis 2026. Der untersuchte Datensatz umfasst 1.723 ADC-Punkte, 59 institutionell konsolidierte Hochschulen und Ausbildungsstätten sowie zwölf kreative Anwendungsbereiche.

Der Index bewertet nicht die allgemeine Qualität einer Hochschule. Er untersucht weder Curricula noch Ausstattung, Betreuung oder Berufschancen. Er zeigt etwas anderes: Womit profiliert sich eine Hochschule durch ausgezeichnete studentische Arbeiten im ADC Talent Award?

Dafür betrachtet der Index nicht nur die Gesamtpunktzahl, sondern vier Dimensionen:

Sichtbarkeit – Wie stark tritt eine Institution im Wettbewerb in Erscheinung?

Breite – In wie vielen Anwendungsbereichen entstehen ausgezeichnete Arbeiten?

Konzentration – Wie stark bündeln sich die Punkte auf einzelne Felder?

Fachliche Orientierung – Welche Anwendungsbereiche prägen das sichtbare Profil?

Die Analyse zeigt eine wesentlich vielfältigere Hochschullandschaft, als eine Rangliste vermuten lässt. Einige Institutionen werden über nahezu das gesamte Spektrum kreativer Disziplinen sichtbar. Andere besitzen einen klaren fachlichen Kern. Hochschulen mit fast identischer Gesamtpunktzahl können vollkommen unterschiedliche Profile zeigen. Breite ist dabei nicht automatisch besser als Spezialisierung. Und Spezialisierung bedeutet nicht zwangsläufig fachliche Enge. Gerade die besonders sichtbaren Filmhochschulen weisen auf einen weiteren Gedanken hin: Fachliche Tiefe und Interdisziplinarität müssen keine Gegensätze sein. Unterschiedliche Kompetenzen können eigenständig ausgebildet werden und gerade dadurch wirkungsvoll zusammenarbeiten. Damit verändert sich der Blick auf die Daten.

Die Punktzahl gibt lediglich die Platzierung bzw. Sichtbarkeit in einem Qualitätsranking an. Das Profil zeigt, wodurch diese Sichtbarkeit entsteht.

Der ADC Hochschul-Kreativindex fragt deshalb nicht nur, welche Hochschule die beste ist. Er stellt die Frage: Wo wird diese kreative Exzellenz einer Hochschule sichtbar? Aus Punkten entstehen Profile. Aus diesen Profilen entsteht eine „Landkarte“. Und aus dieser Landkarte ergibt sich Orientierung.

Warum ein Index statt einesRankings?

Kommunikationsdesign wird vielfältiger. Orientierung wird wichtiger.

Kommunikationsdesign ist längst kein klar abgegrenztes Berufsfeld mehr. Marken entstehen in digitalen Produkten ebenso wie in Kampagnen, Bewegtbild, Sprache oder räumlichen Erfahrungen. Editorial trifft auf Daten und Technologie, UX auf Markenführung, Film auf Social Media, Gestaltung auf Strategie. Traditionelle Disziplinen verschwinden dadurch nicht. Die Anwendungsbereiche werden vielfältiger und damit das Berufsfeld größer. Für Studieninteres-sierte wird deshalb eine Frage wichtiger:

Statt: Wo kann ich Kommunikationsdesign studieren?

Vor allem: Welche Hochschule steht für welche Form von Kommunikationsdesign?

Hier setzt der ADC Hochschul-Kreativindex an.

Mit dem Talent Award verfügt der ADC über einen besonderen Datensatz: ausgezeichnete studentische Arbeiten aus unterschiedlichen Hochschulen und kreativen Anwendungsbereichen werden innerhalb desselben Wettbewerbssystems beurteilt.

Bislang wurde daraus vor allem eine Rangfolge abgeleitet. Doch eine Gesamtpunktzahl zeigt lediglich, wie sichtbar eine Hochschule im Wettbewerb ist. Sie sagt wenig darüber aus, womit diese Sichtbarkeit entsteht. Eine Hochschule kann ihre Punkte über viele unterschiedliche Anwendungsbereiche verteilen. Eine andere erreicht eine ähnliche Gesamtpunktzahl mit einem klaren fachlichen Schwerpunkt. Eine dritte ist institutionell bereits auf ein bestimmtes Feld spezialisiert.

Gerade diese Unterschiede sind interessant. Der Hochschul-Kreativindex 2026 liest die Daten deshalb nicht mehr ausschließlich als Rangfolge, er liest sie als Profile. Damit verschiebt sich auch der Anspruch des Index. Er soll nicht bestimmen, welche Hochschule die „beste“ ist, denn dafür reichen AwardDaten nicht aus.

Er soll sichtbar machen:

Wo entstehen ausgezeichnete studentische Arbeiten? Wie breit verteilen sie sich? Wo bilden sich Schwerpunkte? Und welche unterschiedlichen Hochschulprofile entstehen daraus? Aus der Rangliste wird eine Landkarte.

Damit diese Landkarte belastbar gelesen werden kann, muss zunächst klar sein, was der Index tatsächlich misst. Und was nicht.

So funktioniert der ADC Hochschul-Kreativindex

Daten, Vergleichsprinzip und Grenzen.

Der ADC Hochschul-Kreativindex basiert auf den ausgezeichneten studentischen Arbeiten des ADC Talent Award aus den Jahren 2024 bis 2026. Der untersuchte Datensatz umfasst 1.723 ADC-Punkte, verteilt auf 59 institutionell konsolidierte Einrichtungen und zwölf Anwendungsbereiche. Grundlage sind 729 Auszeichnungseinträge aus drei Wettbewerbsjahren.

Die Auszeichnungen werden unterschiedlich gewichtet:

Auszeichnung	1 Punkt
Bronze	2 Punkte
Silber	4 Punkte
Gold	6 Punkte
Grand Prix	zusätzlich 10 Punkte

Die Gesamtpunktzahl beschreibt zunächst die Sichtbarkeit einer Institution innerhalb des ADC Talent Award. Für den neuen Index ist sie jedoch nur der Ausgangspunkt.

Die vier Dimensionen:

Sichtbarkeit – Wie viele ADC-Punkte erreicht eine Institution?

Breite – In wie vielen der zwölf Anwendungsbereiche erzielt sie Punkte?

Konzentration – Welcher Anteil der Gesamtpunkte entfällt auf die drei stärksten Bereiche?

Fachliche Orientierung – Welche Anwendungsbereiche prägen das sichtbare Profil?

Erst das Zusammenspiel dieser vier Dimensionen macht aus einer Punktzahl ein Profil. Die offizielle ADC-Struktur.

Die zwölf Anwendungsbereiche sind drei Wettbewerbsfeldern zugeordnet:

Concept
Brand Identity / Brand Design
Advertising / Brand Communication
Digital Products / User Experience
Spatial Experience / Extended Reality
Editorial / Corporate Publishing

Craft
Graphic Design / Motion Design
Film / Animation
Photography / Illustration
Copywriting / Storytelling
Audio / Sound Design / Music

Arts
Communication Arts
Creative Digital Technology

Die Institutionen und ihre Unterschiede.

Eine Filmhochschule, ein breit angelegter Designfachbereich und eine berufsorientierte Kreativschule verfolgen unterschiedliche Ausbildungsaufträge. Ihre Ergebnisse können deshalb nicht ohne Kontext gleich gelesen werden.

Der Index unterscheidet drei institutionelle Ausgangslagen:

Typ A

Breit angelegte Design-/Kunsthochschulen und Fachbereiche
44 Institutionen · 1.382 Punkte · 80,2 %

Hier können unterschiedliche gestalterische und kommunikative Felder grundsätzlich nebeneinander existieren. Gerade deshalb ist diese Gruppe für Profilvergleiche besonders interessant: ähnliche institutionelle Ausgangslage, unterschiedliche fachliche Sichtbarkeit.

Typ B

Spezialisierte Hochschulen und akademische Institutionen
7 Institutionen · 279 Punkte · 16,2 %

Hierzu gehören beispielsweise Film- und Medienhochschulen. Ein klarer Schwerpunkt kann hier bereits Teil des institutionellen Auftrags sein.

Typ C

Berufsorientierte Kreativschulen und Akademien
8 Institutionen · 62 Punkte · 3,6 %

Diese Einrichtungen verfolgen stärker schulische, portfolioorientierte oder unmittelbar berufsfeldbezogene Ausbildungsmodelle.

Die Typisierung bewertet nicht, sie schafft Vergleichbarkeit durch Kontext. Eine hohe Konzentration auf Film bedeutet bei einer Filmhochschule etwas anderes als innerhalb eines breit angelegten Designfachbereichs.

Was der Index nicht misst.

Der ADC Hochschul-Kreativindex ist keine statistische Vollerhebung aller Designhochschulen im deutschsprachigen Raum. Sichtbar werden ausschließlich Institutionen, deren studentische Arbeiten am ADC Talent Award teilgenommen und Auszeichnungen erhalten haben. Teilnahme, Zahl der Einreichungen, Größe eines Studiengangs und Wettbewerbsaktivität können die Ergebnisse beeinflussen.

Der Index misst deshalb nicht die Gesamtqualität einer Hochschule.

Gemessen wird ein klar definierten Ausschnitt: ausgezeichnete studentische Arbeiten innerhalb eines gemeinsamen professionellen Wettbewerbssystems.

Für vertiefte Profilinterpretationen werden zunächst nur Institutionen mit mindestens zehn Punkten betrachtet. Diese 32 Einrichtungen vereinen 93,6 Prozent aller ausgewerteten ADC-Punkte.

Auch diese Schwelle ist keine Qualitätsgrenze. Sie verhindert lediglich, dass aus einzelnen Auszeichnungen bereits ein vermeintlich stabiles Hochschulprofil abgeleitet wird.Damit stehen die Regeln fest. Nun lässt sich die Rangliste auseinandernehmen und die Kommunikationsdesignausbildung wie eine Landkarte neu lesen.

Punktzahl ist noch kein Profil.

59 Institutionen, 1.723 Punkte, zwölf Anwendungsbereiche und drei Wettbewerbsfelder ergeben keine homogene Hochschullandschaft.

An der Spitze des untersuchten Dreijahreszeitraums stehen:

Fachhochschule Salzburg	194 Punkte
DHBW Ravensburg	187 Punkte
HAWK Hildesheim	185 Punkte
Filmakademie Baden-Württemberg	155 Punkte

Als Rangfolge erscheinen diese Ergebnisse zunächst vergleichbar. Die Profile dahinter könnten unterschiedlicher kaum sein. FH Salzburg wird in allen zwölf Anwendungsbereichen sichtbar. DHBW Ravensburg und HAWK in jeweils elf Bereichen. Die Filmakademie Baden-Württemberg erzielt dagegen 115 ihrer 155 Punkte allein in Film / Animation sowie Audio / Sound Design / Music.

Breite und Schwerpunkt.

Die Zahl der aktiven Anwendungsbereiche zeigt, wie breit ausgezeichnete Arbeiten verteilt sind. FH Salzburg bildet mit zwölf Bereichen das breiteste Profil. DHBW Ravensburg und HAWK folgen mit elf. Rhein-Main und die TH Würzburg-Schweinfurt sind in jeweils zehn Feldern sichtbar.

Breite bedeutet jedoch nicht Gleichverteilung.

Die HAWK besitzt trotz elf aktiver Bereiche mit Spatial Experience / Extended Reality einen deutlich sichtbaren Kern. Die Hochschule Niederrhein erreicht Punkte in acht Bereichen, konzentriert aber rund 73 Prozent ihrer Punkte auf Brand Identity / Brand Design, Advertising / Brand Communication und Copywriting / Storytelling.

Damit werden unterschiedliche Profilformen sichtbar:

- interdisziplinär breit
- breit mit erkennbarem Schwerpunkt
- hybrid
- fokussiert
- stark spezialisiert

Keine dieser Formen ist automatisch besser, sie erzählen unterschiedliche „Geschichten“. Besonders deutlich wird das beim Vergleich von Hochschulen mit nahezu identischen Gesamtwerten. Die Hochschule Niederrhein erreicht 49 Punkte. Die Hochschule der Medien Stuttgart erreicht 48 Punkte. In einer klassischen Rangliste lägen beide unmittelbar nebeneinander.

Fachlich liegen Welten dazwischen.

An der Hochschule Niederrhein entstehen 36 der 49 Punkte in Marke & Kommunikation. An der Hochschule der Medien Stuttgart liegen 32 der 48 Punkte in Digital & Experience.

49 Punkte können für Markenkommunikation stehen.
48 Punkte für Technologie und digitale Erfahrung.

Hier wird aus dem Ranking ein Index.

Hochschule Niederrhein

49 ADC-Punkte

8 Anwendungsbereiche

73,5%

Marke & Kommunikation

36 von 49 ADC-Punkten

Verteilung auf die fünf Profilfelder	Punkte	Anteil
Marke & Kommunikation	36	73,5%
Digital Experience	3	6,1%
Editorial & visuelle Gestaltung	9	18,4%
Bewegtbild & Sound	0	0%
Communication Arts	1	2,0%

Stärkste Anwendungsbereiche	Punkte
Brand Identity / Brand Design	15
Advertising / Brand Communication	11
Copywriting / Storytelling	10

Hochschule der Medien Stuttgart

48 ADC-Punkte

7 Anwendungsbereiche

66,7%

Digital Experience

32 von 48 ADC-Punkten

Verteilung auf die fünf Profilfelder	Punkte	Anteil
Marke & Kommunikation	12	25,0%
Digital Experience	32	66,7%
Editorial & visuelle Gestaltung	4	8,3%
Bewegtbild & Sound	0	0%
Communication Arts	0	0%

Stärkste Anwendungsbereiche	Punkte
Brand Identity / Brand Design	21
Advertising / Brand Communication	8
Copywriting / Storytelling	4

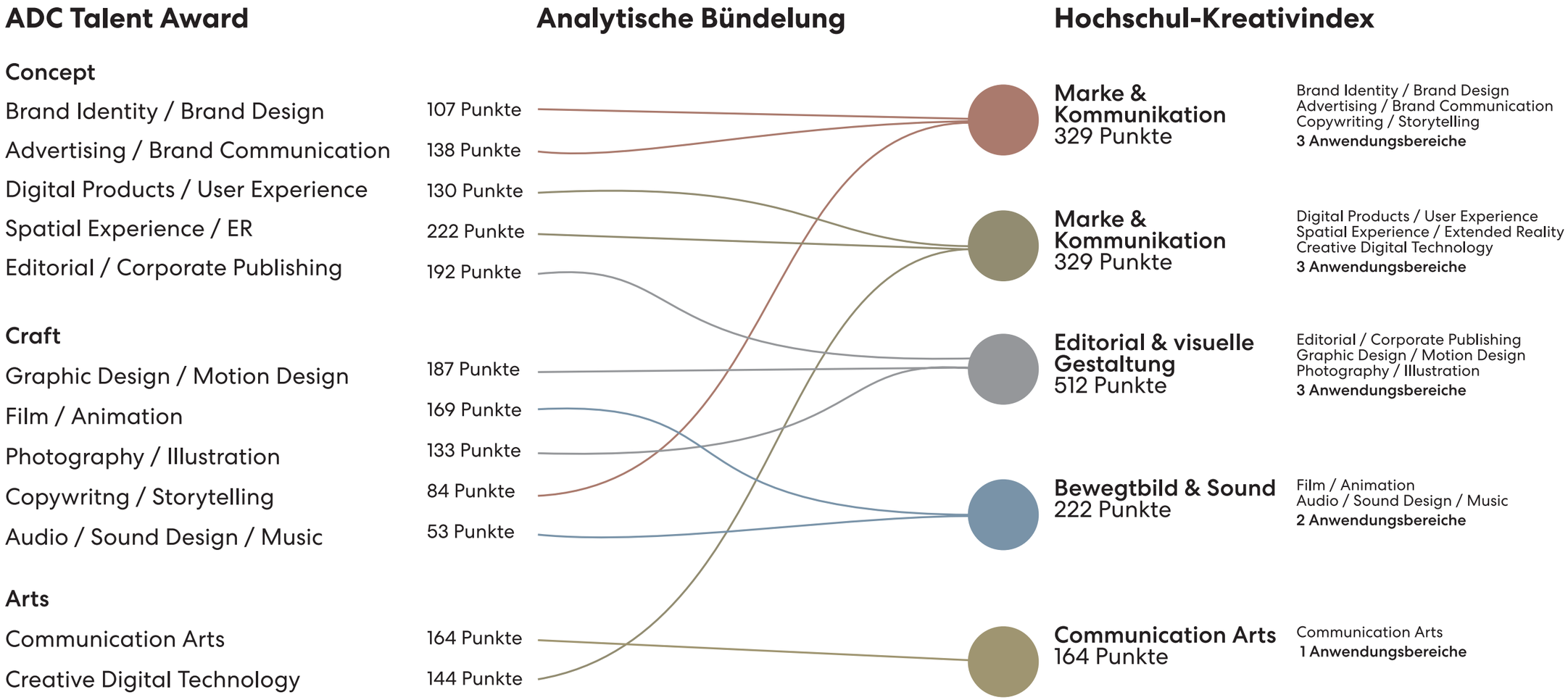
Grafik 2 – Vergleichbarkeit & Profil

Die Gesamtpunktzahl zeigt wie erfolgreich eine Hochschule beim Talent Award ist. Erst die Verteilung der Punkte macht erkennbar, in welchen kreativen Anwendungsbereichen dieser Erfolg entsteht.

Fünf Profilbilder als zweite Leseart.

Concept, Craft und Arts bilden die offizielle Wettbewerbsstruktur.

Um Orientierungen nachvollziehbarer zu machen, bündelt der Index die zwölf Anwendungsbereiche zusätzlich in fünf Profilfelder. Daraus ergibt sich eine zusätzliche Perspektive auf die fachlichen Profile der Hochschulen.



Grafik 3 – Die zweite Lesart.

Die zwölf ADC-Anwendungsbereiche werden für die Profilanalyse zusätzlich zu fünf größeren Feldern gebündelt. DieMakrofelder bieten eine weitere Perspektive auf die Hochschullandschaft.

Marke & Kommunikation

Brand Identity / Brand Design
Advertising / Brand Communication Copywriting / Storytelling
329 Punkte

Digital & Experience

Digital Products / UX
Spatial Experience / XR
Creative Digital Technology
496 Punkte

Editorial & (typo-)grafische Gestaltung

Editorial / Corporate Publishing
Graphic Design / Motion Design Photography / Illustration
512 Punkte

Bewegtbild & Sound

Film / Animation
Audio / Sound Design / Music
222 Punkte

Communication Arts

Communication Arts
164 Punkte

Diese Punkte ermöglichen eine zweite Leseart. So wird beispielsweise sichtbar, dass ein markenorientiertes Profil nicht allein aus Brand Design bestehen muss, sondern sich aus Brand Design, Advertising und Storytelling zusammensetzen kann. Ein digitales Profil wiederum kann UX, Spatial Experience und Creative Digital Technology verbinden.

Damit lässt sich der Index auf fünf Ebenen lesen:

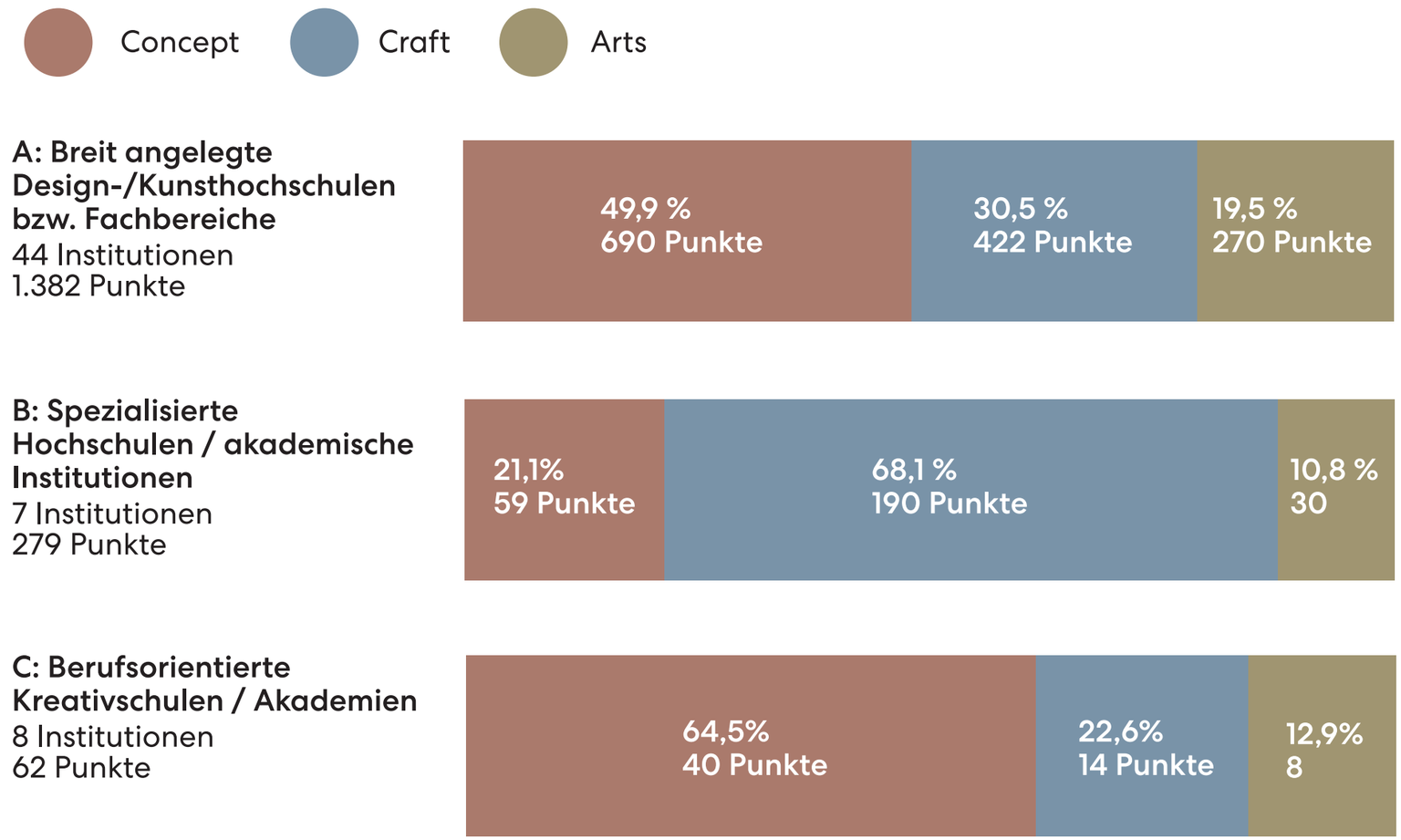
- Die Sichtbarkeit zeigt, wie stark eine Hochschule erscheint, d. h. wie viele Auszeichnungen sie erhalten hat.
- Breite zeigt, über wie viele Felder sich diese erstreckt.
- Die Konzentration zeigt, wie deutlich die Schwerpunkte sind.
- Die Profilfelder zeigen, womit.
- Der Institutionstyp liefert den Kontext.

Drei Ausbildungs-modelle. Drei unterschiedliche Verteilungen.

Wie sich die ADC-Punkte innerhalb der drei Institutionstypen auf die drei offiziellen Wettbewerbsfelder verteilen.

Grafik 4 – Die Unterschiede zwischen den Institutionen.

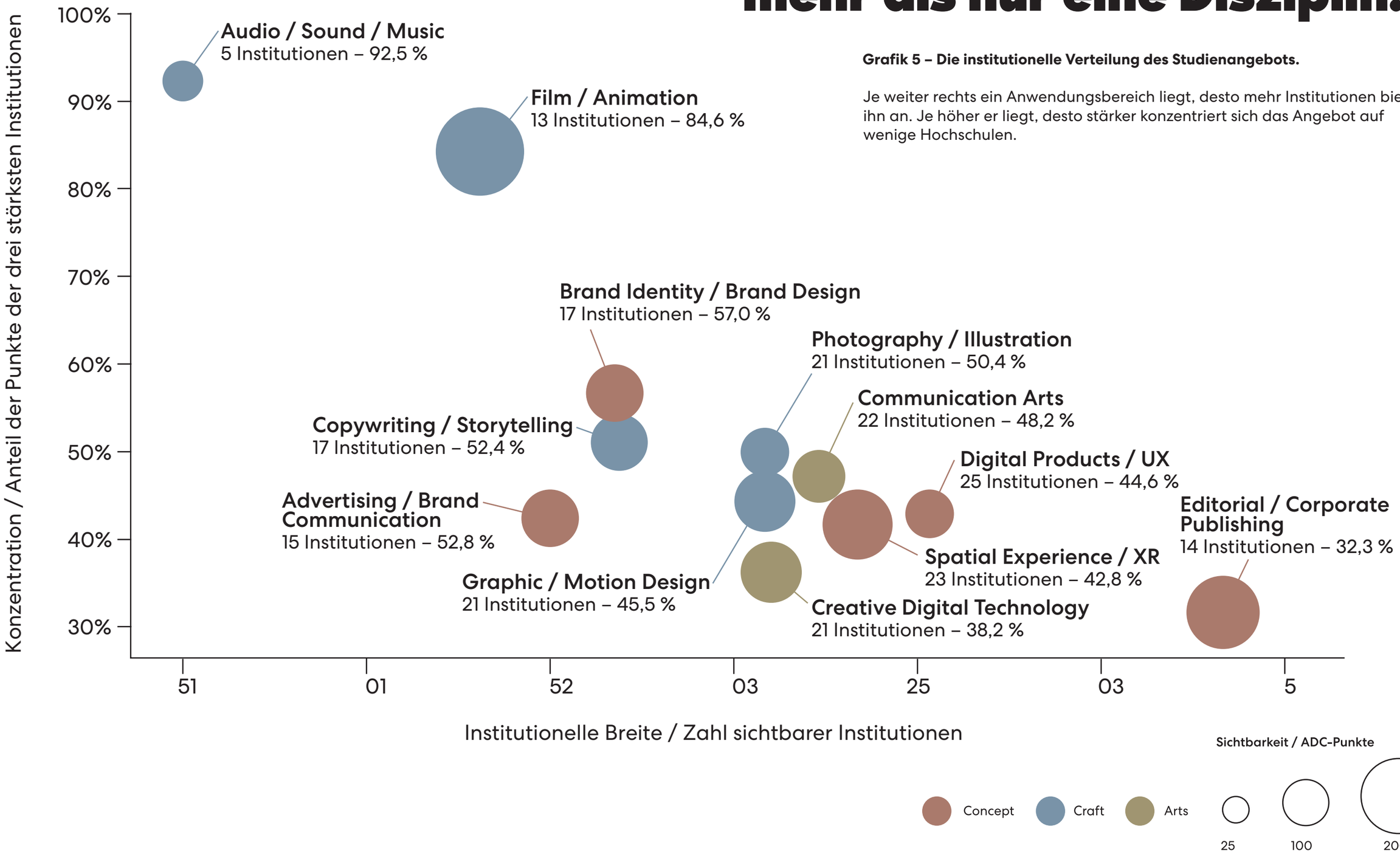
Die drei Institutionstypen verteilen ihre ADC-Punkte unterschiedlich auf die offiziellen Wettbewerbsfelder. Breit angelegte Hochschulen und berufsorientierte Kreativschulen sind stärker durch Concept geprägt; bei spezialisierten akademischen Institutionen dominiert Craft



Kommunikationsdesign ist mehr als nur eine Disziplin.

Grafik 5 – Die institutionelle Verteilung des Studienangebots.

Je weiter rechts ein Anwendungsbereich liegt, desto mehr Institutionen bieten ihn an. Je höher er liegt, desto stärker konzentriert sich das Angebot auf wenige Hochschulen.



Kommunikations-design ist mehr als nur eine Disziplin.

12 Anwendungen, 12 unterschiedliche Ausbildungslandschaften.

Die Bezeichnung „Kommunikationsdesign” (aka Mediendesign; visuelle Kommunikation) sagt noch wenig darüber aus, welche professionellen Kompetenzen in diesem Studiengang tatsächlich vermittelt werden. Marken entwickeln, Menschen überzeugen, digitale Anwendungen gestalten, Geschichten erzählen oder neue visuelle Ausdrucksformen schaffen: Die Aufgaben des Kommunikationsdesigns sind vielfältig. Jede stellt eigene Anforderungen an Wissen, Kreativität, Technologie und gestalterisches Können.

Die Anwendungsbereiche des ADC Hochschul-Kreativindex machen diese Unterschiede sichtbar. Sie zeigen, in welchen Disziplinen Hochschulen kreative Exzellenz hervorbringen und welche unterschiedlichen Kompetenzen und Fähigkeiten dahinterstehen. Je vielfältiger und anspruchsvoller Kommunikationsdesign wird, desto wichtiger werden fachliche Spezialisierung und interdisziplinäre Zusammenarbeit. Die Anwendungsbereiche unterscheiden sich auch in ihrer institutionellen Verteilung. Editorial ist über besonders viele Hochschulen verteilt. Film und Audio bilden dagegen deutlich stärker konzentrierte Kompetenzzentren.

Die fünf Profilfelder zeigen größere fachliche Zusammenhänge. Die zwölf Anwendungsbereiche zeigen, wo diese Zusammenhänge konkret werden.

Dabei unterscheiden sich die Felder nicht nur in ihrer Größe. Manche sind breit über die Hochschullandschaft verteilt, andere konzentrieren sich auffällig stark auf wenige Institutionen.

Communication Concept

Brand Identity / Brand Design

Unternehmen, Institutionen und Organisationen müssen erkennbar machen, wofür sie stehen und was sie von anderen unterscheidet. Brand Identity/Brand Design entwickelt eine eigenständige Markenidentität und übersetzt diese in ein konsistentes, medienübergreifendes Gestaltungssystem.

Das erfordert ein strategisches Markenverständnis, analytisches Denken und die Fähigkeit, visuelle Systeme zu entwickeln. Qualität zeigt sich in Eigenständigkeit, Glaubwürdigkeit, Wiedererkennbarkeit und langfristiger Anwendbarkeit.

107 Punkte · 17 Institutionewn

Besonders sichtbar:

TH Augsburg	35 Punkte
Hochschule Niederrhein	15 Punkte
DHBW Ravensburg	11 Punkte
Fachhochschule Salzburg	10 Punkte
Hochschule Bielefeld	9 Punkte

Die drei stärksten Institutionen vereinen rund **57 Prozent** der Punkte.

Augsburg zeigt hier einen besonders klaren Schwerpunkt. An der Hochschule Niederrhein ist Brand Design dagegen Teil eines größeren marken- und kommunikationsorientierten Profils.

Advertising / Brand Communication

Um Menschen zu erreichen, ihr Interesse zu wecken und ihre Einstellungen oder ihr Verhalten zu beeinflussen, müssen Marken und Organisationen mit ihnen in Kontakt treten. Advertising/Brand Communication entwickelt dafür kreative Kommunikationsideen, die Botschaften auf verständliche, relevante und überzeugende Weise vermitteln.

Das erfordert strategisches Kommunikationsverständnis, Zielgruppenkenntnis, psychologisches Einfühlungsvermögen sowie die Fähigkeit, überraschende Ideen zu entwickeln und diese medienübergreifend umzusetzen. Qualität zeigt sich in Originalität, Relevanz, Verständlichkeit und kommunikativer Wirkung.

138 Punkte · 15 Institutionen

Besonders sichtbar:

HAWK Hildesheim	28 Punkte
Hochschule Wismar	17 Punkte
IU Internationale Hochschule Hamburg	14 Punkte
Filmakademie Baden-Württemberg	13 Punkte
Miami Ad School Europe	13 Punkte
Hochschule Niederrhein	11 Punkte

Auffällig ist die Vielfalt der Institutionen: breite Designhochschulen stehen neben einer Filmhochschule und einer berufsorientierten Kreativschule.

Digital Products / User Experience (UX)

Digitale Produkte und Anwendungen müssen nicht nur Informationen vermitteln, sondern Menschen ermöglichen, Aufgaben einfach, verständlich und möglichst barrierefrei zu erfüllen. Digital Products / User Experience entwickelt dafür nutzerorientierte Konzepte, Informationsstrukturen und interaktive Anwendungen, deren Gestaltung sich im praktischen Gebrauch bewährt.

Das erfordert analytisches und systemisches Denken, Kenntnisse in Nutzerforschung, Informations-architektur und Interaktionsdesign sowie technisches Verständnis und die Fähigkeit, Lösungen durch Prototypen und Tests zu überprüfen. Qualität zeigt sich in Verständlichkeit, Zugänglichkeit, Benutzerfreundlichkeit und dem tatsächlichen Nutzen für die Menschen.

130 Punkte · 25 Institutionen

Besonders sichtbar:

DHBW Ravensburg	31 Punkte
Hochschule Wismar	16 Punkte
Mediadesign Hochschule	11 Punkte
Fachhochschule Salzburg	9 Punkte
Hochschule Darmstadt	7 Punkte

Mit 25 sichtbaren Institutionen ist UX vergleichsweise breit in der Hochschullandschaft verankert.

Spatial Experience / Extended Reality

Kommunikation findet nicht nur auf Bildschirmen oder gedruckten Flächen, sondern auch in physischen und virtuellen Räumen statt. Spatial Experience/ Extended Reality entwickelt räumliche und immersive Erlebnisse, durch die Menschen Marken, Informationen oder Geschichten unmittelbar erfahren und mit ihnen interagieren können.

Das erfordert räumliches Denken, dramaturgische Konzeption, Verständnis für menschliche Wahrnehmung und Verhalten sowie Kenntnisse interaktiver Technologien. Die Qualität zeigt sich in der Orientierung, der Zugänglichkeit, der überzeugenden Interaktion und der kommunikativen Wirkung des Erlebnisses.

222 Punkte · 23 Institutionen

Besonders sichtbar:

HAWK Hildesheim	51 Punkte
Fachhochschule Salzburg	25 Punkte
DHBW Ravensburg	19 Punkte
Hochschule RheinMain	18 Punkte
Hochschule Mainz	16 Punkte
Hochschule Kaiserslautern	15 Punkte

Spatial Experience / XR ist der punktstärkste einzelne Anwendungsbereich des Datensatzes. Für die HAWK bildet er zugleich einen deutlich erkennbaren fachlichen Kern.

Editorial / Corporate Publishing

Komplexe Informationen und Inhalte müssen so aufbereitet werden, dass Menschen sie verstehen, einordnen und sich mit ihnen auseinandersetzen können. Editorial / Corporate Publishing entwickelt dafür redaktionelle Konzepte und gestaltet Inhalte für gedruckte und digitale Publikationen.

Das erfordert journalistisches und redaktionelles Denken, Informationskompetenz, sowie die Fähigkeit, Text, Bild und Gestaltung zu einem verständlichen Ganzen zu verbinden. Qualität zeigt sich in inhaltlicher Relevanz, Glaubwürdigkeit, Orientierung und einer überzeugenden Vermittlung komplexer Zusammenhänge.

192 Punkte · 34 Institutionen

Besonders sichtbar:

HAWK Hildesheim	25 Punkte
Universität der Künste Berlin	19 Punkte

Bauhaus-Universität Weimar	18 Punkte
DHBW Ravensburg	15 Punkte
Fachhochschule Salzburg	14 Punkte
Hochschule RheinMain	10 Punkte

Designfachbereiche lehren vor allem noch traditionell: Editorial ist der über die größte Zahl von Institutionen verteilte Anwendungsbereich. Die drei stärksten Einrichtungen vereinen lediglich rund **32 Prozent** aller Punkte.

Communication Craft

Graphic Design / Motion Design

Kommunikative Ideen und Inhalte müssen visuell bzw. audiovisuell so gestaltet werden, dass sie verständlich, unverwechselbar und wirkungsvoll sind. Graphic Design/Motion Design verbindet Typografie, Bilder, Farben und Formen dafür zu einer gestalterischen Einheit. Motion Design erweitert dieses Prinzip um Bewegung, Rhythmus, Sound, Musik und zeitliche Abläufe.

Das erfordert ein ausgeprägtes gestalterisches Können, Kenntnisse der visuellen und audiovisuellen Wahrnehmung, typografische und kompositorische Kompetenz sowie ein Verständnis für zeitliche Dramaturgie. Qualität zeigt sich in gestalterischer Präzision, Eigenständigkeit, Ausdruckskraft und der überzeugenden Verbindung von Form und Inhalt. Graphic / Motion tritt an den ausgezeichneten Hochschulen selten isoliert auf. Diese Disziplin wirkt häufig im Kontext Brand, Editorial, Digital oder Communication Arts.

187 Punkte · 21 Institutionen

Besonders sichtbar:

DHBW Ravensburg	38 Punkte
Fachhochschule Salzburg	24 Punkte
TH Augsburg	23 Punkte
HAWK Hildesheim	18 Punkte
Hochschule RheinMain	16 Punkte

Film / Animation

Film und Animation können als eigenständige Werke Geschichten erzählen, Botschaften vermitteln, Perspektiven eröffnen und Emotionen auslösen.

Zugleich können sie Bestandteil übergeordneter Kommunikationskonzepte sein und dazu beitragen, eine bestimmte Wirkung zu erzielen. Dazu gestalten sie Bildwelten mit bewegten Bildern, in denen Bildsprache, Inszenierung, Bewegung, Zeit und Ton zusammenwirken. Dies erfordert dramaturgisches Denken, filmische bzw. animatorische Gestaltungskompetenz sowie Kenntnisse über Kamera, Schnitt, Bewegung und Sound.

Qualität zeigt sich in erzählerischer Kraft, Eigenständigkeit, emotionaler Ausdruckskraft, handwerklicher Präzision und dem überzeugenden Beitrag zum jeweiligen Kommunikationsziel.

169 Punkte · 13 Institutionen

Besonders sichtbar:

Filmakademie Baden-Württemberg	85 Punkte
HFF München	40 Punkte
Fachhochschule Salzburg	18 Punkte
Hochschule Kaiserslautern	12 Punkte

Die drei stärksten Institutionen vereinen rund **85 Prozent** der Punkte. Film gehört damit zu den am stärksten konzentrierten Feldern des Index.

Photography / Illustration

Fotografie und Illustration können als eigenständige Bildwerke Geschichten erzählen, Perspektiven eröffnen, Wirklichkeit interpretieren und Emotionen auslösen. Zugleich können sie Bestandteil übergeordneter Kommunikationskonzepte sein und deren Aussagen und beabsichtigte Wirkung unterstützen. Dafür entwickeln sie eigenständige Bildwelten durch fotografische Inszenierung oder illustrative Darstellung. Das erfordert ausgeprägtes visuelles Vorstellungsvermögen, Kenntnisse von Bildkomposition, Licht, Perspektive und visueller Wahrnehmung sowie die Beherrschung fotografischer beziehungsweise illustrativer Techniken. Qualität zeigt sich in Eigenständigkeit, Ausdruckskraft, gestalterischer Präzision und der überzeugenden Verbindung von Bildaussage und Kommunikationsziel.

133 Punkte · 21 Institutionen

Besonders sichtbar:

TH Würzburg-Schweinfurt	29 Punkte

HAWK Hildesheim	21 Punkte
Hochschule Wismar	17 Punkte
HTWG Konstanz	9 Punkte
Hochschule Düsseldorf	7 Punkte

Die TH Würzburg-Schweinfurt verbindet einen klaren Schwerpunkt in Photography / Illustration mit einem insgesamt breiten Profil.

Copywriting / Storytelling

Kommunikation entsteht nicht nur durch Bilder, sondern auch durch Sprache und Geschichten. Copywriting/Storytelling entwickelt dafür prägnante Botschaften und überzeugende Erzählungen, als eigenständige kreative Leistungen oder als Bestandteil übergeordneter Kommunikationskonzepte. Während Copywriting Inhalte sprachlich auf den Punkt bringt, verbindet Storytelling Informationen, Gedanken und Emotionen zu sinnvollen Erzählzusammenhängen, auch über visuelle und audiovisuelle Medien hinweg.

Dies erfordert Sprachgefühl, konzeptionelles und dramaturgisches Denken, Kenntnisse menschlicher Kommunikation und kultureller Zusammenhänge sowie die Fähigkeit, unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen. Qualität zeigt sich in Originalität, sprachlicher Präzision, erzählerischer Kraft, Verständlichkeit und kommunikativer Wirkung.

Storytelling erscheint in sehr unterschiedlichen Zusammenhängen: als Teil breiter Kommunikationsprofile, im Umfeld von Film und im Zusammenspiel mit Markenkommunikation.

84 Punkte · 17 Institutionen

Besonders sichtbar:

DHBW Ravensburg	20 Punkte
Fachhochschule Salzburg	12 Punkte
Filmakademie Baden-Württemberg	12 Punkte
Hochschule Niederrhein	10 Punkte
HAWK Hildesheim	8 Punkte

Audio / Sound Design / Music

Kommunikation findet nicht nur visuell, sondern auch akustisch statt. Audio-/Sounddesign/Music entwickelt eigenständige Klangwelten, musikalische Ausdrucksformen und akustische Erzählungen oder setzt diese als Bestandteil übergeordneter Kommunikationskonzepte ein. Sprache, Geräusche, Klänge und Musik können Informationen vermitteln, Identität schaffen, Geschichten erzählen und Emotionen auslösen. Dies erfordert geschultes Hören, musikalisches und dramaturgisches Denken, Kenntnisse der akustischen Wahrnehmung sowie Kompetenzen in Komposition, Klanggestaltung und Audioproduktion. Qualität zeigt sich in Eigenständigkeit, klanglicher Präzision, emotionaler Ausdruckskraft und der überzeugenden Verbindung von akustischer Gestaltung und kommunikativer Wirkung.

53 Punkte · 5 Institutionen

Besonders sichtbar:

Filmakademie Baden-Württemberg	30 Punkte
Fachhochschule Salzburg	15 Punkte
Hochschule Ravensburg-Weingarten	4 Punkte
Hochschule RheinMain	3 Punkte
HAWK Hildesheim	1 Punkte

Audio / Sound ist das kleinste und zugleich am stärksten konzentrierte Feld des Datensatzes. Drei Institutionen vereinen rund 93 Prozent aller Punkte.

Communication Arts

Communication Arts

Nicht jede kreative Arbeit verfolgt ein vorab festgelegtes Kommunikationsziel und nicht jede lässt sich einer einzelnen gestalterischen Disziplin zuordnen. Communication Arts erforscht an der Schnittstelle von Kommunikationsdesign und Kunst neue Formen des Ausdrucks und der Verständigung. Experimentelle Arbeiten verbinden dafür unterschiedliche Medien, Materialien und Gestaltungsmethoden, hinterfragen Konventionen und eröffnen neue Perspektiven.

Dies erfordert künstlerisches und konzeptionelles Denken, Experimentierfreude, interdisziplinäre Kompetenz und die Fähigkeit, eigenständige Fragestellungen zu entwickeln. Qualität zeigt sich in Originalität, gedanklicher Tiefe, Ausdruckskraft und dem Potenzial, neue Möglichkeiten für Gestaltung und Kommunikation zu eröffnen.

164 Punkte · 22 Institutionen

Besonders sichtbar:

Fachhochschule Salzburg	41 Punkte
DHBW Ravensburg	21 Punkte
HAWK Hildesheim	17 Punkte
TH Augsburg	14 Punkte
TH Würzburg-Schweinfurt	14 Punkte

Communication Arts macht Arbeiten sichtbar, die sich bewusst zwischen klassischen Disziplinen bewegen oder deren Schwerpunkt weniger in einem definierten Anwendungsgebiet als in einer eigenständigen kommunikativen oder künstlerischen Idee liegt.

Creative Digital Technology

Digitale Technologien verändern nicht nur die Art und Weise, wie Kommunikation gestaltet wird, sondern eröffnen auch völlig neue Möglichkeiten des Ausdrucks und der Interaktion. Creative Digital Technology erforscht dieses Potenzial durch experimentelle Anwendungen, interaktive Systeme und innovative Gestaltungsmethoden. Dabei werden Technologien wie künstliche Intelligenz, Programmierung, Datenverarbeitung oder Sensorik selbst zu Bestandteilen kreativer Ideen.

Dies erfordert technologisches Verständnis, gestalterisches und konzeptionelles Denken, Experimentierfreude sowie die Fähigkeit, unterschiedliche Disziplinen miteinander zu verbinden. Qualität zeigt sich in Originalität, technischer Innovationskraft, gestalterischer Eigenständigkeit und dem Potenzial, neue Möglichkeiten für Kommunikation und Gestaltung zu erschließen.

144 Punkte · 21 Institutionen

Besonders sichtbar:

Hochschule der Medien Stuttgart	21 Punkte
DHBW Ravensburg	18 Punkte
Fachhochschule Salzburg	16 Punkte
TH Würzburg-Schweinfurt	13 Punkte
Muthesius Kunsthochschule	12 Punkte

Creative Digital Technology verteilt sich vergleichsweise breit über unterschiedliche Hochschulen. Technologische Sichtbarkeit ist damit keineswegs auf spezialisierte Technologieinstitutionen beschränkt.

Die Detailbetrachtung zeigt ein klares Muster:

- Editorial ist ausgesprochen breit verteilt.
- UX, Spatial, Graphic / Motion, Communication Arts und Creative Digital Technology werden ebenfalls von zahlreichen Hochschulen getragen.
- Film und Audio konzentrieren sich dagegen stark auf wenige Institutionen. Damit gibt es nicht die eine Hochschullandschaft.
- Für Brand Design sieht sie anders aus als für Film.
- Für UX anders als für Illustration.
- Für Studieninteressierte verändert sich dadurch die Perspektive.
- Es geht nicht nur darum, welche Hochschule viele Punkte erzielt.

Vielmehr sollte man sich fragen:

In welchem Kommunikationsdesign Anwendungsbereich/Berufsfeld möchte ich arbeiten und welche kreative Bildungsstätte bieten mir dort eine ausgezeichnete Ausbildung?

Für Auftrag- und Arbeitgebende gilt: Welche Ausbildungsinstitution bietet die qualifiziertesten Absolvent:innen für einen bestimmten KD-Anwendungsbereich?

Bislang haben wir von den Disziplinen auf die Hochschulen geschaut, jetzt drehen wir diese Perspektive um.

Hochschulprofile oder für welche kreative Exzellenz einzlne Hochschulen stehen.

Die Gesamtpunktzahl zeigt, wie stark eine Hochschule im ADC Talent Award sichtbar wird bzw. ausgezeichnet wurde. Ein Profil zeigt, womit dies erreicht wird. Vorab sieben Beispiele, die zeigen, wie unterschiedlich diese Profile aussehen können.

Fachhochschule Salzburg

194 Punkte · 12 von 12 Anwendungsbereichen

Digital & Experience	50 Punkte
Editorial & visuelle Gestaltung	42 Punkte
Communication Arts	41 Punkte
Bewegtbild & Sound	33 Punkte
Marke & Kommunikation	28 Punkte

Salzburg besitzt das breiteste Profil des gesamten Datensatzes. Kein einzelnes Profilfeld dominiert. Die Sichtbarkeit entsteht gerade aus der Breite unterschiedlicher kreativer Ausdrucksformen.

HAWK Hildesheim

185 Punkte · 11 Anwendungsbereiche

Digital & Experience	65 Punkte
Editorial & visuelle Gestaltung	64 Punkte
Marke & Kommunikation	38 Punkte

Spatial Experience / XR ist mit 51 Punkten der stärkste Einzelbereich. Die HAWK zeigt damit, dass hohe Breite und ein klar erkennbarer fachlicher Kern gleichzeitig möglich sind.

Hochschule RheinMain

77 Punkte · 10 Anwendungsbereiche

Editorial & visuelle Gestaltung	32 Punkte
Digital & Experience	30 Punkte

Rhein-Main besitzt kein dominantes Profilfeld. Die nahezu gleichgewichtige Verbindung von visueller Gestaltung sowie digitalen und räumlichen Erfahrungen macht die Hochschule zu einem Beispiel für ein hybrides Profil.

Hochschule Niederrhein

49 Punkte · 8 Anwendungsbereiche

Marke & Kommunikation	36 Punkte / 73,5 %
Brand Identity / Brand Design	15 Punkte
Advertising / Brand Communication	11 Punkte
Copywriting / Storytelling	10 Punkte

Die Hochschule Niederrhein zeigt qualitativ innerhalb der breit angelegten Hochschulen ein besonders klares marken- und kommunikationsorientiertes Profil.

Hochschule der Medien Stuttgart

48 Punkte · 7 Anwendungsbereiche

Digital & Experience	32 Punkte / 67 %
Creative Digital Technology	21 Punkte

Fast dieselbe Gesamtpunktzahl wie an der Hochschule Niederrhein steht qualitativ für eine vollkommen andere fachliche Orientierung.

Filmakademie Baden-Württemberg

155 Punkte · 6 Anwendungsbereiche

Bewegtbild & Sound	15 Punkte / 74 %
Film / Animation	85 Punkte
Audio / Sound Design / Music	30 Punkte

Die Filmakademie steht für ein spezialisiertes institutionelles Modell. Ihre zusätzlichen Punkte in Advertising, Storytelling, Graphic / Motion und Communication Arts zeigen zugleich: Spezialisierung muss nicht Eindimensionalität bedeuten.

Miami Ad School Europe

18 Punkte · 3 Anwendungsbereiche

17 der 18 Punkte entstehen in Marke & Kommunikation. Innerhalb der Gruppe berufsorientierter Kreativschulen wird damit ein ausgesprochen klares werbe- und agenturorientiertes Profil sichtbar.

Von 59 Rangplätze zu 59 Profilen

Wofür Hochschulen im ADC Talent Award im Zeitraum 2024 bis 2026 sichtbar werden im Überblick. Die Reihenfolge richtet sich nach der Gesamtpunktzahl. Bei Punktgleichheit gilt die alphabetische Reihenfolge.

Fachhochschule Salzburg

194 ADC-Punkte

12 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	28
Digital Experience	50
Editorial & visuelle Gestaltung	42
Bewegtbild & Sound	33
Communication Arts	41

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Communication Arts	41
02	Spatial Experience / Extended Reality	25
03	Grapic Design / Motion Design	24

Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg (DHBW)

187 ADC-Punkte

11 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	41
Digital Experience	68
Editorial & visuelle Gestaltung	54
Bewegtbild & Sound	3
Communication Arts	21

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Grapic Design / Motion Design	38
02	Digital Products / User Experience	31
03	Communication Arts	21

HAWK Hochschule für Angewandte Wissenschaften und Kunst Hildesheim

185 ADC-Punkte

11 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	38
Digital Experience	65
Editorial & visuelle Gestaltung	64
Bewegtbild & Sound	1
Communication Arts	17

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Spatial Experience / Extended Reality	51
02	Advertising / Brand Communication	28
03	Editorial / Corporate Publishing	25

Filmakademie Baden-Württemberg

155 ADC-Punkte

5 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	25
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	11
Bewegtbild & Sound	115
Communication Arts	4

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Film / Animation	85
02	Audio / Sound Design / Music	30
03	Advertising / Brand Communication	13

Technische Hochschule Augsburg

87 ADC-Punkte

8 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	36
Digital Experience	8
Editorial & visuelle Gestaltung	29
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	14

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Brand Identity / Brand Design	35
02	Graphic Design / Motion Design	23
03	Communication Arts	14

Hochschule Rheinmain

77 ADC-Punkte

10 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	5
Digital Experience	30
Editorial & visuelle Gestaltung	32
Bewegtbild & Sound	3
Communication Arts	7

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Spatial Experience / Extended Reality	32
02	Graphic Design / Motion Design	21
03	Editorial / Corporate Publishing	14

Technische Hochschule Würzburg-Schweinfurt

76 ADC-Punkte

10 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	4
Digital Experience	26
Editorial & visuelle Gestaltung	31
Bewegtbild & Sound	1
Communication Arts	14

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Photography / Illustration	29
02	Communication Arts	14
03	Creative Digital Technology	13

Hochschule Niederrhein

49 ADC-Punkte

8 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	36
Digital Experience	3
Editorial & visuelle Gestaltung	9
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	1

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Brand Identity / Brand Design	15
02	Advertising / Brand Communication	11
03	Copywriting / Storytelling	10

Hochschule Wismar

68 ADC-Punkte

6 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	17
Digital Experience	27
Editorial & visuelle Gestaltung	24
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Advertising / Brand Communication	17
02	Photography / Illustration	17
03	Digital Products / User Experience	16

Hochschule der Medien Stuttgart

48 ADC-Punkte

7 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	12
Digital Experience	32
Editorial & visuelle Gestaltung	4
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Creative Digital Technology	21
02	Spatial Experience / Extended Reality	11
03	Advertising / Brand Communication	10

Hochschule für Fernsehen und Film München

47 ADC-Punkte

3 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	3
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	4
Bewegtbild & Sound	40
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Film / Animation	40
02	Editorial / Corporate Publishing	4
03	Copywriting / Storytelling	3

Hochschule Kaiserslautern

41 ADC-Punkte

5 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	28
Editorial & visuelle Gestaltung	0
Bewegtbild & Sound	12
Communication Arts	1

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Spatial Experience / Extended Reality	15
02	Film / Animation	12
03	Creative Digital Technology	8

Bauhaus-Universität Weimar

45 ADC-Punkte

8 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	6
Digital Experience	13
Editorial & visuelle Gestaltung	21
Bewegtbild & Sound	1
Communication Arts	4

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Editorial / Corporate Publishing	18
02	Spatial Experience / Extended Reality	7
03	Creative Digital Technology	6

HTWG Hochschule Konstanz

35 ADC-Punkte

7 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	6
Digital Experience	17
Editorial & visuelle Gestaltung	10
Bewegtbild & Sound	2
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Spatial Experience / Extended Reality	14
02	Photography / Illustration	9
03	Brand Identity / Brand Design	6

Muthesius Kunsthochschule

29 ADC-Punkte

5 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	18
Editorial & visuelle Gestaltung	10
Bewegtbild & Sound	4
Communication Arts	1

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Creative Digital Technology	12
02	Editorial / Corporate Publishing	6
03	Spatial Experience / Extended Reality	6

Universität der Künste Berlin

25 ADC-Punkte

2 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	25
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Editorial / Corporate Publishing	19
02	Photography / Illustration	6

Hochschule Mainz

28 ADC-Punkte

4 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	21
Editorial & visuelle Gestaltung	1
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	6

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Spatial Experience / Extended Reality	16
02	Communication Arts	6
03	Creative Digital Technology	5

Hochschule Düsseldorf

24 ADC-Punkte

5 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	3
Editorial & visuelle Gestaltung	19
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	2

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Graphic Design / Motion Design	7
02	Photography / Illustration	7
03	Editorial / Corporate Publishing	5

Hochschule Bielefeld

22 ADC-Punkte

5 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	9
Digital Experience	4
Editorial & visuelle Gestaltung	9
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Brand Identity / Brand Design	9
02	Graphic Design / Motion Design	6
03	Editorial / Corporate Publishing	3

European School of Design Frankfurt

19 ADC-Punkte

6 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	8
Digital Experience	3
Editorial & visuelle Gestaltung	2
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	6

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Communication Arts	6
02	Advertising / Brand Communication	4
03	Copywriting / Storytelling	4

AMD Akademie Mode & Design

20 ADC-Punkte

5 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	7
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	13
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Graphic Design / Motion Design	7
02	Photography / Illustration	6
03	Brand Identity / Brand Design	3

Miami Ad School Europe

18 ADC-Punkte

3 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	17
Digital Experience	1
Editorial & visuelle Gestaltung	0
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Advertising / Brand Communication	13
02	Copywriting / Storytelling	4
03	Creative Digital Technology	1

Universität für Angewandte Kunst Wien

18 ADC-Punkte

6 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	1
Digital Experience	6
Editorial & visuelle Gestaltung	8
Bewegtbild & Sound	2
Communication Arts	1

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Digital Products / User Experience	6
02	Graphic Design / Motion Design	6
03	Editorial / Corporate Publishing	2

HAW Hamburg

14 ADC-Punkte

5 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	2
Editorial & visuelle Gestaltung	11
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	1

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Editorial / Corporate Publishing	7
02	Graphic Design / Motion Design	4
03	Communication Arts	1

Mediadesign Hochschule

15 ADC-Punkte

5 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	1
Digital Experience	15
Editorial & visuelle Gestaltung	1
Bewegtbild & Sound	1
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Digital Products / User Experience	11
02	Brand Identity / Brand Design	1
03	Editorial / Corporate Publishing	1

Hochschule Hannover

14 ADC-Punkte

5 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	8
Editorial & visuelle Gestaltung	6
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Creative Digital Technology	3
02	Digital Products / User Experience	3
03	Editorial / Corporate Publishing	3

IU Internationale Hochschule Hamburg

14 ADC-Punkte

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	14
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	0
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Advertising / Brand Communication	14

Hochschule für Angewandte Wissenschaft Hof

13 ADC-Punkte

4 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	10
Editorial & visuelle Gestaltung	3
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Creative Digital Technology	4
02	Digital Products / User Experience	4
03	Graphic Design / Motion Design	3

Hochschule Darmstadt

13 ADC-Punkte

3 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	12
Editorial & visuelle Gestaltung	1
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Digital Products / User Experience	7
02	Spatial Experience / Extended Reality	5
03	Editorial / Corporate Publishing	1

Fachhochschule Dortmund

11 ADC-Punkte

4 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	1
Digital Experience	4
Editorial & visuelle Gestaltung	6
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Photography / Illustration	6
02	Creative Digital Technology	2
03	Digital Products / User Experience	2

Folkwand Universität der Künste

11 ADC-Punkte

3 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	6
Editorial & visuelle Gestaltung	5
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Spatial Experience / Extended Reality	6
02	Photography / Illustration	3
03	Editorial / Corporate Publishing	2

Fachhochschule Potsdam

9 ADC-Punkte

3 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	2
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	1
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	6

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Communication Arts	6
02	Brand Identity / Brand Design	2
03	Graphic Design / Motion Design	1

University of Europe for Applied Sciences

10 ADC-Punkte

3 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	8
Editorial & visuelle Gestaltung	2
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Creative Digital Technology	6
02	Graphic Design / Motion Design	2
03	Spatial Experience / Extended Reality	2

Design Factory International

8 ADC-Punkte

2 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	8
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Editorial / Corporate Publishing	5
02	Photography / Illustration	3

Deutsche Meisterschule für Mode und Designschule München

8 ADC-Punkte

3 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	1
Editorial & visuelle Gestaltung	6
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	1

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Editorial / Corporate Publishing	6
02	Communication Arts	1
03	Digital Products / User Experience	1

Media University of Applied Sciences (ehemals HMKW)

8 ADC-Punkte

5 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	2
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	2
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	4

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Communication Arts	4
02	Advertising / Brand Communication	1
03	Copywriting / Storytelling	1

Hochschule Ravensburg-Weingarten

8 ADC-Punkte

4 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	1
Editorial & visuelle Gestaltung	1
Bewegtbild & Sound	6
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Audio / Sound Design / Music	4
02	Film / Animation	2
03	Digital Products / User Experience	1

Hochschule für Gestaltung Offenbach am Main

7 ADC-Punkte

2 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	1
Editorial & visuelle Gestaltung	6
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Editorial / Corporate Publishing	6
02	Digital Products / User Experience	1

Hochschule Rhein-Waal

6 ADC-Punkte

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	6
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Editorial / Corporate Publishing	6

Münster School of Design

6 ADC-Punkte

3 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	1
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	4
Bewegtbild & Sound	1
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Editorial / Corporate Publishing	4
02	Brand Identity / Brand Design	1
03	Film / Animation	1

HTW Berlin – Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

6 ADC-Punkte

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	0
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	6

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Communication Arts	6

Hamburg Media School

5 ADC-Punkte

2 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	4
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	0
Bewegtbild & Sound	1
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Advertising / Brand Communication	4
02	Film / Animation	1

Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd

5 ADC-Punkte

3 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	3
Editorial & visuelle Gestaltung	2
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Digital Products / User Experience	2
02	Editorial / Corporate Publishing	1
03	Creative Digital Technology	1

Fachhochschule Aachen

4 ADC-Punkte

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	4
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Editorial / Corporate Publishing	4

Kunstuniversität Linz

4 ADC-Punkte

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	0
Digital Experience	0
Editorial & visuelle Gestaltung	0
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	4

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Communication Arts	4

KW Design Akademie (ehemals Kunstschule Wandsbek)

4 ADC-Punkte

3 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder	Punkte
Marke & Kommunikation	2
Digital Experience	1
Editorial & visuelle Gestaltung	1
Bewegtbild & Sound	0
Communication Arts	0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Advertising / Brand Communication	2
02	Digital Products / User Experience	1
03	Editorial / Corporate Publishing	1

Technische Hochschule Köln

4 ADC-Punkte

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder		Punkte
Marke & Kommunikation		0
Digital Experience		0
Editorial & visuelle Gestaltung		4
Bewegtbild & Sound		0
Communication Arts		0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Photography / Illustration	4

FSG Freie Schule für Gestaltung

3 ADC-Punkte

2 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder		Punkte
Marke & Kommunikation		1
Digital Experience		2
Editorial & visuelle Gestaltung		0
Bewegtbild & Sound		0
Communication Arts		0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Digital Products / User Experience	1
02	Brand Identity / Brand Design	2

Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm

4 ADC-Punkte

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder		Punkte
Marke & Kommunikation		0
Digital Experience		0
Editorial & visuelle Gestaltung		4
Bewegtbild & Sound		0
Communication Arts		0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Editorial / Corporate Publishing	4

Hochschule München

2 ADC-Punkte

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder		Punkte
Marke & Kommunikation		0
Digital Experience		0
Editorial & visuelle Gestaltung		2
Bewegtbild & Sound		0
Communication Arts		0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Editorial / Corporate Publishing	2

Merz Akademie – Hochschule für Gestaltung, Kunst und Medien

2 ADC-Punkte

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder		Punkte
Marke & Kommunikation		0
Digital Experience		0
Editorial & visuelle Gestaltung		0
Bewegtbild & Sound		0
Communication Arts	■	2

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Communication Arts	2

Ecosign / Akademie für Gestaltung

1 ADC-Punkt

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder		Punkte
Marke & Kommunikation	■	1
Digital Experience		0
Editorial & visuelle Gestaltung		0
Bewegtbild & Sound		0
Communication Arts		0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Copywriting / Storytelling	1

Brand University of Applied Sciences

1 ADC-Punkt

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder		Punkte
Marke & Kommunikation		0
Digital Experience	■	1
Editorial & visuelle Gestaltung		0
Bewegtbild & Sound		0
Communication Arts		0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Creative Digital Technology	1

FH Johanneum

1 ADC-Punkt

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder		Punkte
Marke & Kommunikation		0
Digital Experience		0
Editorial & visuelle Gestaltung	■	1
Bewegtbild & Sound		0
Communication Arts		0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Photography / Illustration	1

Hochschule für Künste Bremen

1 ADC-Punkt

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder		Punkte
Marke & Kommunikation		0
Digital Experience		0
Editorial & visuelle Gestaltung	■	1
Bewegtbild & Sound		0
Communication Arts		0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Editorial / Corporate Publishing	1

Hochschule Osnabrück

1 ADC-Punkt

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder		Punkte
Marke & Kommunikation		0
Digital Experience		0
Editorial & visuelle Gestaltung	■	1
Bewegtbild & Sound		0
Communication Arts		0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Photography / Illustration	1

Hochschule für Technik Stuttgart

1 ADC-Punkt

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder		Punkte
Marke & Kommunikation		0
Digital Experience	■	1
Editorial & visuelle Gestaltung		0
Bewegtbild & Sound		0
Communication Arts		0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Spatial Experience / Extended Reality	1

HTK Academy

1 ADC-Punkt

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder		Punkte
Marke & Kommunikation		0
Digital Experience		0
Editorial & visuelle Gestaltung	■	1
Bewegtbild & Sound		0
Communication Arts		0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Editorial / Corporate Publishing	1

Technische Hochschule Deggendorf

1 ADC-Punkt

1 / 12 Anwendungsbereiche

Profilfelder		Punkte
Marke & Kommunikation	■	1
Digital Experience		0
Editorial & visuelle Gestaltung		0
Bewegtbild & Sound		0
Communication Arts		0

Stärkste Anwendungsbereiche		Punkte
01	Copywriting / Storytelling	1

Grafik 6 – Die einzelne kreativen Bildungsprofile

Im Profilatlas sind alle 59 institutionell konsolidierten Hochschulen und Ausbildungsstätten nach demselben Raster aufgeführt. Dadurch werden Sichtbarkeit, Breite und fachliche Orientierung vergleichbar. Es folgen 53 weitere Profile.

Die Top 3 Hochschulen in den zwölf Anwendungsbereichen.*

Concept

Anwendungsbereich	Rang Institution	Punkte
Brand Identity / Brand Design	1 Technische Hochschule Augsburg	35 Punkte
	2 Hochschule Niederrhein	15 Punkte
	3 DHBW Ravensburg	11 Punkte
Advertising / Brand Communication	1 HAWK Hildesheim	28 Punkte
	2 Hochschule Wismar	17 Punkte
	3 IU Internationale Hochschule Hamburg	14 Punkte
Digital Products / User Experience	1 DHBW Ravensburg	31 Punkte
	2 Hochschule Wismar	16 Punkte
	3 Mediadesign Hochschule	11 Punkte
Spatial Experience / Extended Reality	1 HAWK Hildesheim	51 Punkte
	2 Fachhochschule Salzburg	25 Punkte
	3 DHBW Ravensburg	19 Punkte

Editorial / Corporate Publishing	1 HAWK Hildesheim	25 Punkte
	2 Universität der Künste Berlin	19 Punkte
	3 Bauhaus-Universität Weimar	18 Punkte

Craft

Anwendungsbereich	**Rang Institution**	**Punkte**
Graphic Design / Motion Design	1 DHBW Ravensburg	38 Punkte
	2 Fachhochschule Salzburg	24 Punkte
	3 Technische Hochschule Augsburg	23 Punkte
Film / Animation	1 Filmakademie Baden-Württemberg	85 Punkte
	2 Hochschule für Fernsehen und Film München	40 Punkte
	3 Fachhochschule Salzburg	18 Punkte
Photography / Illustration	1 TH Würzburg-Schweinfurt	29 Punkte
	2 HAWK Hildesheim	21 Punkte
	3 Hochschule Wismar	17 Punkte
Copywriting / Storytelling	1 DHBW Ravensburg	20 Punkte
	2 = Fachhochschule Salzburg	12 Punkte
	2 = Filmakademie Baden-Württemberg	12 Punkte
Audio / Sound Design / Music	1 Filmakademie Baden-Württemberg	30 Punkte
	2 Fachhochschule Salzburg	15 Punkte
	3 Hochschule Ravensburg-Weingarten	4 Punkte

Arts

Anwendungsbereich	**Rang Institution**	**Punkte**
Communication Arts	1 Fachhochschule Salzburg	41 Punkte
	2 DHBW Ravensburg	21 Punkte
	3 HAWK Hildesheim	17 Punkte
Creative Digital Technology	1 Hochschule der Medien Stuttgart	21 Punkte
	2 DHBW Ravensburg	18 Punkte
	3 Fachhochschule Salzburg	16 Punkte

*Datengrundlage: ADC Talent Awards 2024–2026

Die kreative Hochschullandschaft ist vielfältig.

Genauer: Die kreative Hochschullandschaft ist vielfältiger, als ein Ranking sichtbar machen kann.

Vier Beobachtungen stechen hervor.

1. Traditionelle und neue Felder existieren gleichzeitig.

Editorial & visuelle Gestaltung erreicht mit 512 Punkten eine hohe Sichtbarkeit.

Digital & Experience folgt mit 496 Punkten nahezu gleichauf.

Technologische Entwicklung verdrängt klassische Gestaltung in den ausgezeichneten Arbeiten also bislang nicht.

Beide Bereiche existieren nebeneinander und an vielen Hochschulen gemeinsam.

Die Hochschullandschaft wird nicht einfach digitaler, sie wird breiter.

2. Hybride Profile werden sichtbar.

RheinMain, HAWK, Wismar oder DHBW Ravensburg lassen sich nicht sinnvoll auf ein einziges Profilfeld reduzieren.

Ihre ausgezeichneten Arbeiten verteilen sich über unterschiedliche kreative Bereiche.

Aus den Award-Daten lässt sich nicht ableiten, wie diese Felder curricular organisiert sind oder ob sie innerhalb gemeinsamer Projekte tatsächlich miteinander arbeiten.

Sichtbar wird jedoch:

Ausgezeichnete studentische Arbeiten entstehen an vielen Hochschulen nicht mehr nur in einem einzigen kreativen Anwendungsbereich.

Das passt zu einem Berufsfeld, in dem Marken, Interfaces, Räume, Film, Sprache und Technologie zunehmend zusammenwirken.

3. Fachliche Tiefe bleibt wichtig.

Aus wachsender Breite folgt nicht, dass alle Studierenden alles beherrschen müssen.

Gerade fokussierte Profile machen den Wert fachlicher Tiefe sichtbar.

Niederrhein zeigt einen klaren Schwerpunkt in Marke & Kommunikation.

Augsburg in Brand Identity / Brand Design.

Mainz und Kaiserslautern in digitalen und räumlichen Feldern.

Filmhochschulen besitzen einen deutlich audiovisuellen Kern.

Damit greift die Gegenüberstellung breit oder spezialisiert zu kurz.

Die interessantere Frage lautet:

Welche Kompetenzen müssen fachlich stark ausgebildet werden und wie können sie anschließend mit anderen Kompetenzen zusammenarbeiten?

4. Filmhochschulen zeigen ein interessantes Modell.

Film ist strukturell arbeitsteilig. Drehbuch, Regie, Kamera, Produktion, Montage, Ton und weitere Gewerke verlangen jeweils eigenständige Fachkompetenz. Ein Film entsteht aber erst durch ihr Zusammenspiel.

Gerade die im ADC Talent Award besonders sichtbaren bzw. erfolgreichen Filmhochschulen öffnen deshalb eine interessante Perspektive:

Interdisziplinarität muss Spezialisierung nicht ersetzen, sie kann gerade aus dem Zusammenspiel spezialisierter Kompetenzen entstehen. Der Erfolg dieser Institutionen im Talent Award macht eine bemerkenswerte Möglichkeit sichtbar.

Je stärker sich Kommunikationsdesign in Brand, UX, Motion, Film, Editorial, Spatial Experience, Storytelling und Creative Technology ausdifferenziert, desto weniger überzeugend erscheint die Vorstellung, eine einzelne Person müsse all diese Bereiche auf demselben professionellen Niveau beherrschen.

Kurz: Das Erfolgsrezept ist fachliche Tiefe, verbunden durch gemeinsame Projekte. Oder noch kürzer:
Spezialisieren. Verbinden. Zusammenarbeiten.

Der Index zeigt nicht alles, aber er stellt bessere Fragen.

Award-Ergebnisse zeigen nicht, wie intensiv Hochschulen mit generativer KI arbeiten, wie Strategie oder Forschung vermittelt werden oder wie interdisziplinäre Zusammenarbeit curricular organisiert ist. Auch Urteilsvermögen, Verantwortung oder Zukunftsfähigkeit lassen sich daraus nicht zuverlässig ableiten. Der Index sollte nicht mehr behaupten, als seine Daten hergeben, das muss er auch nicht.

Seine Stärke liegt darin, Fragen sichtbar zu machen, die eine Rangliste gar nicht stellt:

- Warum entstehen an manchen Hochschulen besonders breite Profile?
- Warum bilden andere klare Schwerpunkte?
- Welche Felder treten häufig gemeinsam auf?
- Welche Kompetenzen werden an spezialisierten Institutionen sichtbar?

Damit wird aus einer Rankingfrage eine größere Frage nach unterschiedlichen Modellen kreativer Ausbildung.

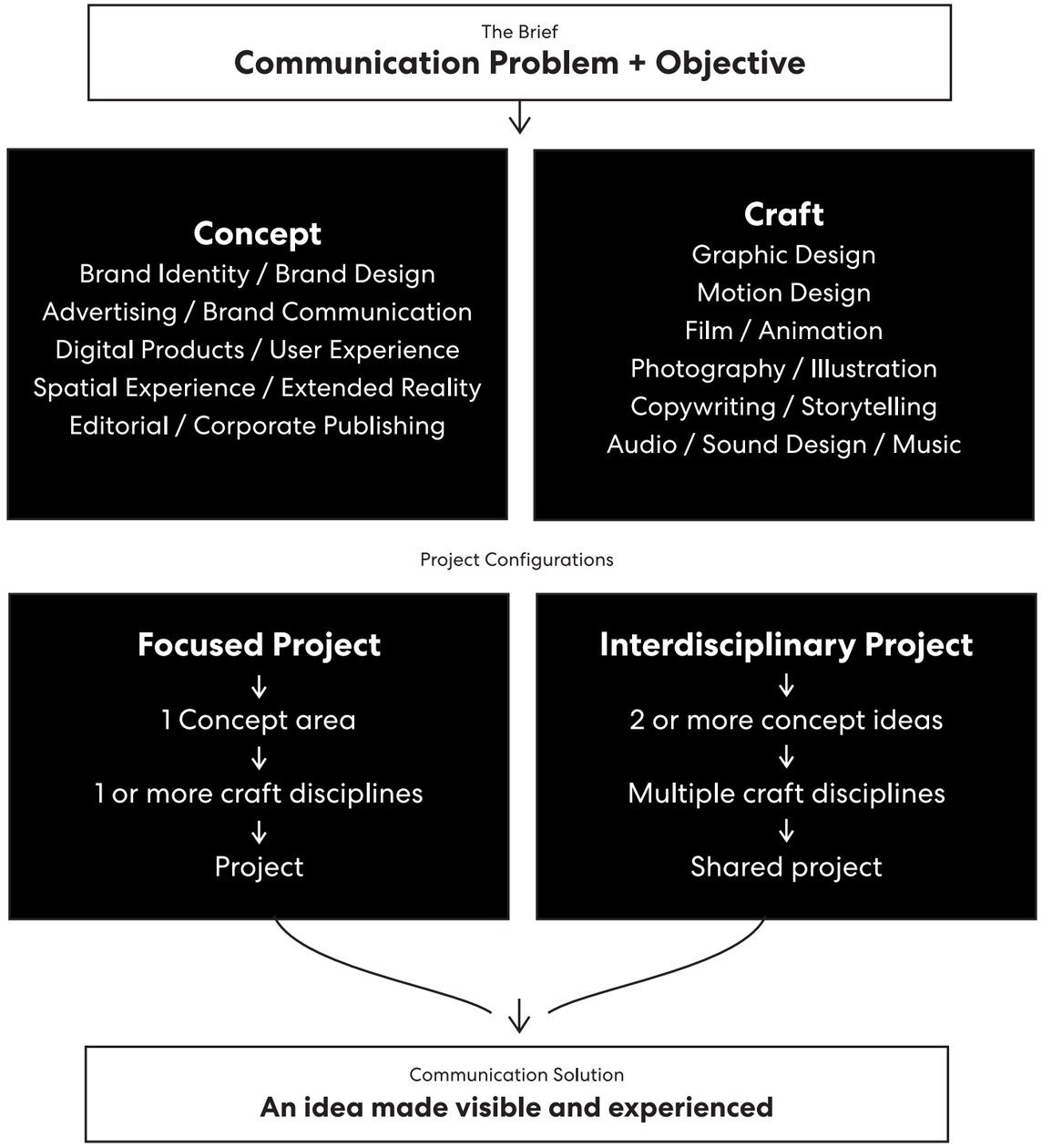
Der Index liefert darauf keine endgültige Antwort, aber er schafft erstmals eine Datengrundlage, auf der sich diese Diskussion genauer führen lässt.

Ein Briefing. Viele Möglichkeiten der Zusammen-arbeit.

Wie Konzept und handwerkliches Können Kommunikationsprobleme lösen.

Grafik 7 – Projekt & Kollaboration

Es geht nicht nur um interdisziplinäre Zusammenarbeit, es geht darum zu verstehen wie heute ein konkreter Kommunikationsauftrag durch unterschiedliche konzeptionelle Zugänge und gestalterische Kompetenzen bearbeitet wird.



Orientierung statt Ranking oder wozu der Hochschul-Kreativindex künftig dienen kann.

Rankings sind einfach.

Sie reduzieren komplexe Informationen auf eine Reihenfolge und beantworten eine scheinbar klare Frage: Wer steht vorne? Für kreative Hochschulbildung ist das zu wenig. Der ADC Hochschul-Kreativindex ersetzt deshalb nicht die Daten einer Rangliste. Er liest sie anders, denn er zeigt: wie sichtbar eine Hochschule ist, in welchen Feldern ausgezeichnete Arbeiten entstehen, wie breit oder konzentriert sich diese Sichtbarkeit verteilt und welcher institutionelle Kontext dahintersteht. Damit verändert sich die zentrale Frage:

Nicht mehr nur: „Welche Hochschule ist die beste?“.

Stattdessen vor allem: „Für welche exzellente kreative Leistung wird eine Hochschule wahrgenommen?“

Orientierung für Studieninteressierte.

Wer ein kreatives Studium sucht, entscheidet nicht nur über einen Hochschulnamen. Es geht auch darum, welche Form kreativer Arbeit man kennenlernen und entwickeln möchte.

- Brand Design?
- UX?
- Film?
- Fotografie?
- Illustration?
- Creative Technology?
- Etc?
- Oder ein Umfeld, in dem unterschiedliche Felder zusammentreffen?

Der Index kann diese Entscheidung niemandem abnehmen, aber er kann etwas leisten, das eine Rangliste kaum leisten kann: Unterschiede sichtbar machen. Damit wird aus einem Punktestand ein Orientierungsinstrument.

Orientierung für Hochschulen.

Auch Hochschulen können ihre Ergebnisse anders lesen, nicht mehr nur als Platzierung, sondern als extern sichtbares Profil.

- Entspricht dieses Profil dem eigenen Selbstverständnis?
- Werden die Felder sichtbar, für die eine Hochschule stehen möchte? Entstehen neue Schwerpunkte?
- Verschiebt sich das Verhältnis zwischen Concept, Craft und Arts?

Der Index beantwortet diese Fragen nicht vollständig. Aber er zeigt, womit eine Hochschule im Talent Award sichtbar wird – unabhängig davon, wie sie sich selbst beschreibt. Der ADC Hochschul-Kreativindex ist ein externer Impuls sein, der Hochschulen hilft, sich selbst besser kennenzulernen.

Ein Beobachtungsinstrument für den ADC.

Mit jedem neuen Wettbewerbsjahr wächst dieser Datensatz. Wird dieselbe Methodik fortgeführt, lässt sich künftig nicht nur zeigen, wo Hochschulen heute sichtbar werden. Es lassen sich Veränderungen beobachten:

- Welche Felder gewinnen an Bedeutung?
- Welche Kombinationen entstehen?
- Welche Profile verändern sich?
- Wo bilden sich neue Schwerpunkte?
- Welche Institutionen treten neu auf?
- Wie verschiebt sich das Verhältnis zwischen Concept, Craft und Arts?

Damit kann der Hochschul-Kreativindex langfristig mehr werden als die jährliche Auswertung eines Wettbewerbs. Er kann Entwicklungen kreativer Hochschulbildung sichtbar machen.

Es geht nicht darum, Hochschulen jedes Jahr neu zu sortieren. Für die Entwicklung bzw. für Impulse zur Verbesserung der Ausbildung in einer ganz besonderen Branche im Medienzeitalter ist es wertvoller, zu beobachten, wie sich die Landkarte verändert.

Fazit: Aus Punkten werden Profile.

Der ADC Hochschul-Kreativindex 2026 beginnt mit denselben Daten, aus denen sich auch eine klassische Rangliste erstellen ließe, aber er stellt eine andere Frage: Nicht mehr nur: „Wer steht oben?", sondern vielmehr: Was wird sichtbar?

Aus Punkten werden Profile und aus Profilen entsteht eine Landkarte. Und aus dieser Landkarte entsteht Orientierung, denn eine Landkarte entscheidet nicht, welchen Weg jemand gehen sollte.

Sie macht sichtbar, welche Wege möglich sind.

Methodischer Anhang

Datengrundlage und Beobachtungszeitraum

Im Ausgangsdatensatz fanden sich 61 unterschiedliche institutionelle Namensangaben. Nach der Prüfung wurden sie 59 Hochschulen und Ausbildungsstätten zugeordnet, die mit mindestens einer ausgezeichneten Arbeit im Datensatz vertreten sind.

Der ADC Hochschul-Kreativindex 2026 wertet die ausgezeichneten studentischen Arbeiten des ADC Talent Award aus den Jahren 2024 bis 2026 aus. Der Datensatz umfasst 729 Auszeichnungseinträge und 1.723 ADCPunkte von 59 institutionell konsolidierten Hochschulen und Ausbildungsstätten in Deutschland und Österreich.

Die Zahl 59 bezeichnet die konsolidierten Institutionen. Im Ausgangsmaterial wurden 61 Rohbezeichnungen erfasst. Wie diese Bezeichnungen zusammengeführt wurden, ist in der Dokumentation der institutionellen Konsolidierungen nachvollziehbar aufgeführt.

Punktesystem

Für die Auszeichnungen gelten folgende Punktwerte:

Auszeichnung	1 Punkt
Bronze	2 Punkte
Silber	4 Punkte
Gold	6 Punkte
Grand Prix	zusätzlich 10 Punkte

Die vergebenen Punkte bilden die Grundlage für die institutionellen und fachlichen Auswertungen.

Die zwölf Anwendungsbereiche sind drei Wettbewerbsfeldern zugeordnet:

Concept
Brand Identity / Brand Design
Advertising / Brand Communication
Digital Products / User Experience
Spatial Experience / Extended Reality
Editorial / Corporate Publishing

Craft
Graphic Design / Motion Design
Film / Animation
Photography / Illustration
Copywriting / Storytelling
Audio / Sound Design / Music

Arts
Communication Arts
Creative Digital Technology

Die zwölf Anwendungsbereiche bilden die detaillierte Auswertungsebene des Index.

Der Index beschreibt die Profile der Institutionen anhand von vier Kennzahlen:

Sichtbarkeit: die im Beobachtungszeitraum erzielten ADC-Punkte.

Breite: die Zahl der Anwendungsbereiche, in denen eine Institution mit ausgezeichneten Arbeiten vertreten ist.

Konzentration: die Verteilung der Punkte innerhalb eines Profils auf einzelne Anwendungsbereiche. Eine hohe Konzentration weist auf einen deutlichen Schwerpunkt hin.

Fachliche Orientierung: die Verteilung der Punkte auf die fünf analytischen Profilfelder.

Diese Kennzahlen beschreiben die Sichtbarkeit im ADC Talent Award. Sie messen weder die Qualität der Lehre noch Ausstattung, Betreuung oder Berufschancen.

Fünf analytische Profilfelder

Für die übergreifende Betrachtung werden die zwölf Anwendungsbereiche zusätzlich zu fünf Profilfeldern gebündelt:

1. Marke & Kommunikation
2. Digital & Experience
3. Editorial & visuelle Gestaltung
4. Bewegtbild & Sound
5. Communication Arts

Die Profilfelder sind eine analytische Bündelung für die Auswertung. Sie ersetzen nicht die zwölf offiziellen ADC-Anwendungsbereiche. Ihre genaue Zuordnung ist in der Zuordnungstabelle im methodischen Anhang dokumentiert.

Institutionstypen

Für den Vergleich werden die 59 Institutionen drei Typen zugeordnet:

Typ	Beschreibung	Institutionen	Punkte
A	Breit angelegte Design- und Kunsthochschulen sowie Fachbereiche	44	1.382
B	Spezialisierte Hochschulen und akademische Institutionen	7	279
C	Berufsorientierte Kreativschulen und Akademien	8	62

Die Typologie dient der Einordnung institutioneller Ausbildungsmodelle. Sie ist keine Bewertung der Institutionen.

Aussagekraft und Grenzen

Der Index bildet ausgezeichnete studentische Arbeiten im ADC Talent Award ab. Er zeigt, wo und in welchen Anwendungsbereichen diese Arbeiten im Beobachtungszeitraum sichtbar wurden.

Die Ergebnisse erlauben keine unmittelbaren Aussagen über die Qualität oder Breite der gesamten Lehre einer Institution. Sie hängen auch davon ab, welche Arbeiten eingereicht und ausgezeichnet wurden. Der Index ist deshalb eine Orientierung über sichtbare Profile im Wettbewerb, kein umfassendes Hochschulranking.



ADC, 2026