



Masterstudiengang ArchitekturProjektEntwicklung

-

Modulhandbuch

Bochum, 01.08.2022

Wahrnehmung und Kommunikation						
Kennnummer M1		Workload 150	Credits 5	Studiense m. 1. bzw. 1. und 2.	Häufigkeit des Angebots jedes Wintersemester	Dauer 1 bzw. 2 Sem.
1	Lehrveranstaltungen M1.1: Stadtforschung. Wahrnehmung von Orten (2 SWS im WS) M1.2: Kommunikation (3 SWS zusammen in WS und SS)		Kontaktzei t 70 h	Selbststudiu m 80 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen M1.1: Fokussierung der Wahrnehmung von Orten. Sensibilisierung auf die örtlichen Faktoren, die ein Projekt beeinflussen M1.2: Die Studierenden • planen Projektkommunikation strategisch und konzeptionell. • berücksichtigen dabei die Voraussetzungen und Interessen der Adressaten. • kennen geeignete Kommunikationsinstrumente und entwickeln Maßnahmen zielführend. • sind in der Lage, ihre Ideen und Konzepte der Architektur:Projektentwicklung verständlich und überzeugend darzustellen und zu begründen.					
3	Inhalte M1.1.: Aufbauend auf individuell vorhandenem Grundwissen geht es in diesem Modul darum, den Einsatz und die Wirkungsweise unterschiedlicher Medien in Bezug auf mögliche Planungsaufgaben zu erforschen und anzuwenden. - Schulung der Sinne durch bewusste visuelle Wahrnehmung von Orten und Situationen - analysierende Handhabung analoger und digitaler Medien- Bewusstmachung der Charakteristika des Ortes oder des Objektes - Unterstützung der Kommunikationsprozesse in der Gruppe der Masterstudierenden - Eingehen auf die unterschiedliche visuelle Wahrnehmung von Prozessbeteiligten (Planer, Investoren, Nutzer) M1.2: Kommunikation ist integraler Bestandteil der Projektentwicklung. Je nach Ausgangssituation – Idee, Standort, Kapital – unterscheidet sich der Prozess. Gleichbleibend geht es darum, die kommunikativen Voraussetzungen für die Realisierung eines Projektes zu schaffen: geeignete Partner zu finden und zu überzeugen, so dass Kooperationsvereinbarungen und Verträge geschlossen werden können. Aus den Phasen der Projektentwicklung sind detailliertere Kommunikationsziele ableitbar. Die Adressaten unterscheiden sich durch ihren Verantwortungsbereich, in Expertise, Interessen, Haltung und Sprache und sind z.B. Kapitalgeber, Vertreter der Kommune oder Betreiber und Nutzer von Einrichtungen. Die späteren Architektur-Projektentwickler treffen strategische Entscheidungen, indem sie abwägen, mit welchen Inhalten und unter welche Bedingungen die potentiellen Partner erreichbar sind. Sie wählen geeignete Kommunikationsinstrumente und entwickeln spezifische Maßnahmen. Erfolgspotentiale lassen sich dabei theoriebasiert einschätzen. Insgesamt entsteht ein projektbezogenes Kommunikationskonzept. Die konzeptionelle Herangehensweise unterstreicht den professionellen Anspruch an kommunikatives Handeln. Einige Instrumente werden vertieft und praktisch umgesetzt: Das Experteninterview kommt während der Positionierung zum Einsatz. Als wissenschaftliche Methode dient es					

	der Datengewinnung und trägt zur inhaltlichen Ausrichtung des Projektansatzes bei. Kommunikative Maßnahmen, die in den Phasen Initiierung und Konzeptionierung erfolgen, werden als Projektmarketing verstanden. Eine besondere Bedeutung hat die persönlich vorgetragene Präsentation. Sie informiert und will überzeugen mithilfe von Sprache und Visualisierung. Projektspezifische Kommunikation kann schließlich auch zur Entstehung projektübergreifender Reputation beitragen. Die Medienmitteilung dient als Anstoß für Berichterstattung gegenüber einer breiteren Fach-/Öffentlichkeit und hat unterstützende Funktion. Die konkrete Ausformung von Modul 1.2 erfolgt in enger Abstimmung mit den Modulen M2, M3 und M5 und ist insofern projekt- und jahrgangsspezifisch.
4	Lehrformen M1.1: Vorlesungen, Saalübungen, Einzel- und Gruppenarbeit, Projektarbeit, Exkursion M1.2: Vorlesung, Seminar, praktische Übungen
5	Teilnahmevoraussetzungen: formal: keine inhaltlich: M1.1: keine M1.2: keine
6	Prüfungsform M1.1: Präsentation mit Kolloquium M1.2: schriftliche Ausarbeitung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nicht vorgesehen
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 12,5% (mit dem nach ECTS-Leistungspunkten gewichteten Notenmittelwert der Module 1 bis 5)
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Xaver Egger</u> M1.1: Prof. Xaver Egger, Stephanie Tanneberger M1.2: Stephanie Tanneberger
11	Sonstige Informationen:

Soziologie und Wissenschaftsmethodik						
Kennnummer M2		Workload 150	Credits 5	Studiense m. 1. und 2.	Häufigkeit des Angebots jedes Winter- und Sommersemester	Dauer 2 Sem.
1	Lehrveranstaltungen M2.1: Sozialwissenschaftliche + stadtsoziologische Grundlagen (3 SWS zusammen in WS und SS) M2.2: Methodik wissenschaftlichen Arbeitens (2 SWS zusammen in WS und SS)		Kontaktzei t 70 h	Selbststudiu m 80 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen M2.1: Verständnis für die Grundlagen relevanter soziologischer Theorien, empirischen Sozialforschungen und Handlungsstrategien. Interpretation zielgerichteter empirischer Daten. Entwicklung eigener, sozialwissenschaftlich orientierter Handlungsstrategien. M2.2: Einführung einer wissenschaftlichen Methodik für das weitere Projektstudium. Verbesserung der Kommunikationsfähigkeit. Verbindung von intuitivem und induktiven Denk- und Arbeitsweisen. Erlernen einer zielorientierten Arbeitsweise					
3	Inhalte Das Masterstudium verfolgt das übergeordnete Ziel der Wissenschaftlichkeit der Lern-, Arbeits- und Lösungsprozesse. Eine wissenschaftliche Arbeitsweise bedingt das Finden richtiger Fragestellungen. In diesem Modul wird eine Methodik eingeführt, welche die Relevanz der einzelnen Fragestellungen herausfiltert. Dies erfolgt unter folgender Struktur: M2.1: In diesem Modul werden ausgewählte Theorien, Methoden und Forschungsergebnisse der Soziologie erarbeitet. - Einführung in die Soziologie der Stadt und des Raumes und deren aktuelle Problemstellungen - Diskussion allgemeiner sozialwissenschaftlicher Theorieansätze und Grundlagen zur Beschreibung gesellschaftlicher Entwicklungen und deren struktureller und räumlicher Auswirkungen (z.B. Demografie, Mobilität, Migration, Segregation, Tertiarisierung) - Vermittlung relevanter Methoden empirischer Sozialforschung (Instrumente; statistische Methoden; Grundlagen der Datenerhebung und -analyse); Interpretation und Grenzen- Sozialwissenschaftliche Studien im stadträumlichen Kontext - Diskussion sozialwissenschaftlicher Aspekte der historischen Stadtentwicklung, der Siedlungsplanung und des Wohnungsbaus - Sozialwissenschaftliche Methoden der Entwicklung, Fortschreibung und Überprüfung von Leitbildern der Planung, prognostischer Modelle der Quartiers- und Stadtteilplanung - Sozialräumliche Analyse M2.2: Einblick in die Wissenschaftstheorie. Kriterien für Theorien: (Was ist eine Theorie, Widerspruchsfreiheit, Wissenschaftliche Erklärung, Argumentation, Empirischer Gehalt,					

	Kommunikabilität, Einfachheit). Die empirische Methode des Erkenntnisgewinns (Beobachtung, Hypothesengewinnung, Deduktion der Hypothese, Definition von Begriffen, Überprüfung im Experiment, Verwerfen oder Theoriebildung, Hypothetisch-deduktive Methode). Fazit
4	Lehrformen Vorlesungen, Seminare
5	Teilnahmevoraussetzungen: formal: keine inhaltlich: M2.1: keine M2.2: keine
6	Prüfungsform Präsentation mit Kolloquium
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nicht vorgesehen
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 12,5% (mit dem nach ECTS-Leistungspunkten gewichteten Notenmittelwert der Module 1 bis 5)
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende <u>Dr. rer. Pol. Dipl. Soz. Stefan Hochstadt</u> M2.1: Dr. rer. Pol. Dipl. Soz. Stefan Hochstadt M2.2: Dr. rer. Pol. Dipl. Soz. Stefan Hochstadt
11	Sonstige Informationen:

Urbanistik					
Kennnummer M3	Workload 180	Credits 6	Studiense m. 1. und 2.	Häufigkeit des Angebots jedes Winter- und Sommersemester	Dauer 2 Sem.
1	Lehrveranstaltungen M3.1: zukünftige städtebauliche Aufgabenfelder (3 SWS zusammen in WS und SS) M3.2: städtebauliche Planungsverfahren (3 SWS zusammen in WS und SS)		Kontaktzeit 84 h	Selbststudium 96 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen M3.1: Studierende untersuchen gesellschaftliche Veränderungen (Megatrends) und deren Relevanz für Städtebau und Architektur. Sie recherchieren vorbildliche, realisierte Projektentwicklung, die auf den untersuchten Megatrends aufbauen. Studierende werden befähigt, das Thema der Masterthesis auf der Grundlage von prognostizierbaren, gesellschaftlichen Entwicklungen abzuleiten. M3.2: Studierende lernen, Projekte auf ihre rechtliche und prozessuale Umsetzbarkeit zu untersuchen und zu optimieren, formelle und informelle Planungsverfahren anzuwenden, gängige Einzelbausteine von Planungsverfahren zu einem maßgeschneiderten, gesamteinheitlichen Planungsablauf zusammenzustellen und dabei die Mitwirkung der unterschiedlichen Planungsbeteiligten sinnvoll zu koordinieren.				
3	Inhalte M3.1: Städtebauliche Aufgabenfelder sind dem steten Wandel der Gesellschaft unterworfen und verpflichtet. Das Modul erläutert die gegenseitigen Abhängigkeiten von politischen Entscheidungen, demografischen Entwicklungen, Innovationen in der Stadttechnik und im Verkehrswesen, ökonomischen Rahmenbedingungen, ökologischen Wertvorstellungen und sozialräumlichen Zielen und leitet daraus neue, interdisziplinäre Aufgabenfelder ab. Zehn Seminarveranstaltungen (je vier Stunden) liegt jeweils ein Thema zugrunde, welches aktuelle bzw. zukünftige gesellschaftliche Trends beschreibt. Die Themen werden beispielhaft diskutiert, entweder an Hand einer Region, eines Landes, Kontinentes oder der Welt. Die Themen sind: Silver Society, Individualisierung, New Work, Female Shift, Neo Ökologie, Globalisierung, Neues Lernen, Mobilität, Gesundheit, Konnektivität. Zu jedem Megatrend werden drei Referate a 30 Minuten erarbeitet. Dafür haben die Studierenden je 19 Stunden Vorbereitungszeit (zweieinhalb Tage). Nach jedem 30 minütigen Vortrag einer Studierendengruppe (2-3 Gruppen) wird der Inhalt mit allen Studierenden ausgiebig diskutiert, ggf. auch korrigiert. M3.2: Bei der Konzipierung hochbaulicher und städtebaulicher Projekte ist die frühzeitige Prüfung der Machbarkeit nötig um den Erfolg der Projektarbeit sicherzustellen. In dem Modul werden Kenntnisse zur Einschätzung der rechtlichen, wirtschaftlichen und zeitlichen Realisierungsmöglichkeiten von Bauvorhaben vermittelt. Das Modul vermittelt in zehn Veranstaltungen (je vier Stunden) Kenntnisse der formellen und der informellen Planungsprozesse (Bauleitplanung), der an Planungen beteiligten stake holder, sowie der gängigen Kommunikationsbausteine der informellen Bauleitplanung, z.B. verschiedene Formen der Bürgerbeteiligung, Foren, Wettbewerbsverfahren, Mediationen, öffentliche Auslegungen, Planungszellen, Runde Tische, Workshops, Zukunftswerkstätten, Aktionen, Arbeitsgruppen, Beiräte. Im zweiten Teil des Moduls werden große städtebauliche Projekte untersucht bezüglich der Kombination der Kommunikationsbausteine innerhalb der fünf Projektphasen: Initiierung, Politischer Beschluss, Planung, Umsetzung, Fertigstellung. Beispielhafte Projekte sind: BUGAs, Masterplanungen, Hafenentwicklungen, IBAs, Quartiersentwicklungen, Olympiabewerbungen,				

	Großprojekte, etc..
4	Lehrformen Vorlesungen, Seminare
5	Teilnahmevoraussetzungen: formal: keine inhaltlich: M3.1: keine M3.2: keine
6	Prüfungsform Präsentation / Referate / ggf. Ausarbeitungen
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung, Erlangen des Testats
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nicht vorgesehen
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 15 % (mit dem nach ECTS-Leistungspunkten gewichteten Notenmittelwert der Module 1 bis 5)
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Dipl.-Ing. Andreas Fritzen</u> M3.1: Prof. Dipl.-Ing. Andreas Fritzen M3.2: Prof. Dipl.-Ing. Andreas Fritzen
11	Sonstige Informationen:

das Projekt						
Kennnummer M4		Workload 360	Credits 12	Studiense m. 1. und 2.	Häufigkeit des Angebots jedes Winter- und Sommersemester	Dauer 2 Sem.
1	Lehrveranstaltungen M4.1: Initiierung (3 SWS) M4.2: Programm (3 SWS) M4.3: Konzipierung (3 SWS) M4.4: Zusammenfassung und Ergebnisanalyse (3 SWS)		Kontaktzei t 168 h	Selbststudiu m 192 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen M4.1: Die Studierenden entwickeln intuitiv Projektvisionen. Schnelles und effektives Konkretisieren der Projektidee. Entwicklung einer Darstellungsform der eigenen Erkenntnisse in Text und Bild. Entwicklung der Teamarbeits- und Kommunikationsfähigkeit, da Projektentwicklung meist viele Akteure einbindet. Entscheidungskompetenz bei der Integration von Potenzialen und Erkenntnissen aus Nachbardisziplinen. M4.2: Anwendung und Bewertung der Programming-Methode zur Entwicklung eines Nutzungs- und Funktionsprogramms für das initiierte Projekt. Datenerhebung auf unterschiedlicher Basis zum Nachweis der Relevanz der vorgeschlagenen Nutzungen. Qualitätssicherung innerhalb der Projektentwicklung durch die Architektur. Schaffen der Arbeitsgrundlagen der in die Projektentwicklung involvierten Akteure M4.3: Überprüfen der initiierten Projekthypothese. Ausarbeiten einer individuellen Projektkonzeption. Risikoanalyse und Umsetzung von Maßnahmen zur Risikoreduzierung. Weiterentwicklung neuer Arten und Weisen der Qualitätssicherung. Bewertung des Erfolgspotenzials einer Projektkonzeption 4.4: Zusammenfassung und Wertung der Arbeitsergebnisse. Differenzierte Positionierung als Architektur Projekt Entwickler gegenüber dem klassischen Berufsbild des Projektentwicklers und dem klassischen Berufsbild des Architekten. Bewertung des eigenen Studienverlaufs und des eigenen Profils als Architektur Projekt Entwickler.					
3	Inhalte Das Modul 4 bildet den Schwerpunkt des Masterstudiengangs Architektur Projekt Entwicklung in Form eines Projektstudiums. Die Anfangsfragestellung wird oft aus demografischen Fragen, gesellschaftlichen Themen und politischen Debatten unserer Zeit wie etwa Migration, schrumpfende vs. zu schnell wachsende Städte, das Altern der Gesellschaft, Untersuchung zu Trends, Strömungen und Verhaltensweisen entliehen, also aus dem Alltag. Angestrebt werden Forschungsaufträge von Kommunen, Gemeinden oder der freien Wirtschaft. Es werden drei verschiedene Anfangsszenarien einer Architekturentwicklung unterschieden: - Idee sucht Standort und Kapital - Standort sucht Idee und Kapital - Kapital sucht Idee und Standort Zusätzlich muss der Faktor „Zeit“ bei allen Überlegungen Berücksichtigung finden. Das Modul besteht aus 4 Bereichen. Der erste Bereich ist die Initiierung eines Projekts. Der zweite Bereich behandelt die Programmentwicklung. Der dritte Bereich ist die vertiefende					

	und prüfende Phase der Konzipierung. Der letzte und vierte Bereich ist die Zusammenfassung der Ergebnisse und deren nachbereitende Evaluation. Die Unter-Module verfolgen jeweils eine eigene Fragestellung und bauen so aufeinander auf. M4.1: Unter Anwendung der im Modul M2.2 erlernten wissenschaftlichen Methodik des forschenden Konzipierens werden vergleichende Startsznarien von Projekten erarbeitet und dargestellt. Bestimmung einer Arbeitsstrategie. intuitives Entwickeln einer Vision. Zusammenstellen von Elementen, Schlüsselbegriffen und konzeptionellen Darstellungen und Diagrammen für diese Vision und Entwicklung einer Projekthypothese. Festlegung erster Schritte für das Projekt in Form von Tabellen und „Work-Flows“. Zu beteiligende Akteure werden identifiziert. Potenziale und Erkenntnisse aus Nachbardisziplinen werden integriert, analysiert und projektoptimierend angewandt. M4.2: Dieses Modul bildet den Abschluss der Studienphase der Initiierung. Um die Ergebnisse und Erfahrungen aus dem Modul 4.1 als Grundlage für die sich anschließende Phase der Konzipierung zu definieren, wird das organisatorisch/analytische Werkzeug des Programming eingeführt. Aufbauend auf die erfolgten Analysen muss für das initiierte Projekt in der Phase der Konzipierung ein individuelles Raum- und Funktionsprogramm entwickelt werden. Es wird in die Struktur und Organisation dieses wichtigen Bausteins der Architektur-Entwicklung eingeführt und im Rahmen einer modulübergreifenden Projektarbeit dessen Anwendung exemplarisch geübt. M4.3: Durch eine individuelle Ausarbeitung der initiierten Projekte erarbeiten die Studierenden eine Projektkonzeption. Planungstiefe und Darstellungsform sind zwar projektabhängig, aber in diesem Teilmodul erfolgt eine inhaltlich-thematische Vertiefung des Projekts. Parallel werden weitere Thematiken eingeführt, welche die Studierenden befähigen, Projektrisiken zu erkennen und im Sinne eines Business Case zu beherrschen. Den Abschluss dieses Moduls bildet die Bewertung des Erfolgspotentials der individuellen Projektkonzeptionen der Studierenden. 4.4: Die Bestätigung des Erfolgspotenzials eines Projekts in der Phase der Konzipierung hat die Einleitung einer Verhandlungs- und Entscheidungsphase zu Folge, die Projektkonkretisierung. Im klassischen Verständnis der Projektentwicklung setzt erst hier die Beteiligung des Architekten ein, welcher unter weiterer Federführung des „Entwicklers“ Dienstleister für die architektonische Gestaltung ist. Die Studierenden erkennen in Rückblick und Bewertung der Lehrinhalte des Masterstudiums den Wert und die Einsatzmöglichkeiten des Erlernten. Die entwickelten Projekte werden besprochen und diskutiert. Hierbei sollen insbesondere die Chancen und Vorteile des Architekten als Architektur Projekt Entwickler gegenüber dem klassischen Berufsbild des Projektentwicklers und auch dem klassischen Berufsbild des Architekten zusammenfassend herausgestellt werden. Teilweise wird es bei den entwickelten Projekten auch darum gehen, sie in die Form einer Publikation zu bringen, der Öffentlichkeit oder Fachöffentlichkeit zu präsentieren, etc. Zum Abschluss dieses Moduls haben die Studierenden zwei Projekte zu unterschiedlichen Themen bis ins Detail entwickelt, welche alle erlernten Inhalte des Studiums beinhalten und die Bewertung des Erlernten und die Evaluation der Lehrinhalte zulassen.
4	Lehrformen Vorlesung, Seminar, Lehrvortrag und Diskussion, Fallstudien, Rollenspiele, Simulationen und Übungen, Einzel- und Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen: formal: keine inhaltlich: M4.1: Microsoft Office, CAD, Bildbearbeitung, Internetrecherche, Notebook M4.2: Microsoft Office, CAD, Bildbearbeitung, Internetrecherche, Notebook

	M4.3: Microsoft Office, CAD, Bildbearbeitung, Internetrecherche, Notebook M4.4: Microsoft Office, CAD, Bildbearbeitung, Internetrecherche, Notebook
6	Prüfungsform Präsentationen mit Kolloquium, in Teilmodul 4.1 schriftliche Ausarbeitung
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nicht vorgesehen
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 30% (mit dem nach ECTS-Leistungspunkten gewichteten Notenmittelwert der Module 1 bis 5)
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Xaver Egger</u> M4.1: Prof. Xaver Egger, Prof. Klaus Legner M4.2: Prof. Xaver Egger, Prof. Klaus Legner M4.3: Prof. Xaver Egger, Prof. Klaus Legner M4.4: Prof. Xaver Egger, Prof. Klaus Legner
11	Sonstige Informationen: Exkursion zur Besichtigung von Best-Practice-Beispielen, Exkursion zur Expo Real als führende Messe der Immobilienbranche sowie zur polis Convention, Einbindung von Playern der Immobilienbranche in die Lehre, Stadtspaziergänge zur Identifizierung von Entwicklungspotenzialen und stegreifartige überschlägige Prüfung der Potenziale.

Ökonomie und Marketing					
Kennnummer	Workload	Credits	Studiensem.	Häufigkeit des Angebots	Dauer
M5	360	12	1. und 2.	jedes Winter- und Sommersemester	2 Sem.
1	Lehrveranstaltungen M5.1: wirtschaftliche Grundlagen der Projektentwicklung (Märkte, Wettbewerber, Nutzungen, Standorte, Umsetzungs- und Akteurskonstellationen) (3 SWS) M5.2: Wirtschaft 1: Grundlagen der Volks- und Betriebswirtschaftslehre (3 SWS) M5.3: Wirtschaft 2: Bauwirtschaft und Baubetrieb, Planungsökonomie, Rechenmodelle, Wirtschaftlichkeitsberechnungen, Immobilienfinanzierung, Immobilienmanagement (3 SWS) M5.4: Immobilienmarketing (visuelle Kommunikation und Real Estate Branding, Markenkommunikation) (3 SWS)	Kontaktzeit 168 h	Selbststudium 192 h	geplante Gruppengröße 20 Studierende	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen M5.1: Die Studierenden sind in der Lage, auf Grundlage der Trends aus Modul 3 und der Analysen aus Modul 4 Märkte zu identifizieren und Nutzungskonzepte zu entwickeln, welche wirtschaftlich tragfähig sind. Sie nehmen eine Positionierung ihres Projekts auf dem Markt vor unter Berücksichtigung möglicher Wettbewerber und Abwägung möglicher Entwicklungsrisiken. Sie sind in der Lage, Standorte auf ihr wirtschaftliches Potenzial hin einzuschätzen, was sowohl harte als auch weiche Faktoren betrifft und sie erarbeiten selbständig Akteurskonstellationen für ihre Projekte unter Berücksichtigung der Beziehung zwischen Investoren, Entwicklern, Nutzern, Betreibern, Planern, Träger öffentlicher Belange, Multiplikatoren, Vermarktung, Vertrieb, etc. M5.2: Die Studierenden können ökonomische Gesamtprozesse auf Makro- und Mikroebene einschätzen, können Wirtschaftlichkeit einordnen und einschätzen. Sie kennen Rechtsformen von Unternehmen und können diese im Hinblick auf unterschiedliche Akteurskonstellationen in der Projektentwicklung beurteilen. M5.3: Die Studierenden sind in der Lage, Projekte unter ökonomischen Gesichtspunkten einzuschätzen. Sie sind in der Lage, in der mit Ökonomie- und Wirtschaftsfachleuten über Fachbegriffe zu kommunizieren und selbständig Investitionsrechnungen zu erstellen bzw. externe Berechnungen zu verstehen und zu beurteilen. Sie sind in der Lage, Finanzwirtschaft (d.h. Investition und Finanzierung) als Gesamtheit zu erkennen und diese Aspekte in alle Phasen eines Projekts in Form von wirtschaftlichen Betrachtungen und Berechnungen zu integrieren. M5.4: Die Studierenden kommunizieren mithilfe grafischer Tools. Sie sind in der Lage, Grafiken zu erstellen, die komplexe Zusammenhänge einfach anschaulich machen und				

	den Adressaten unmittelbar erreichen und seine Neugier wecken. Sie lernen Inhalte zur grafischen Vermittlung zu definieren und zu ordnen, Farben und Schriften passend zum Projekt einzusetzen, damit den Look and Feel eines Projekts zu bestimmen und passende Moods dazu zu finden. Die Studierenden können selbständig und aufbauend auf die anderen relevanten Aspekte der Projektentwicklung ihr Projekt auf dem Markt positionieren. Sie sind in der Lage, ein schlüssiges Marketingkonzept in seinen Grundzügen zu entwickeln und in der Praxis professionellen Marketingexperten auf Augenhöhe zu begegnen. Sie kennen die Begriffe der Marketingbranche wie Real Estate Brands, können in Local Brands und Product Brands unterscheiden, sind in der Lage, Markenbildungsprozesse zu verstehen und zu begleiten, sowie Zielgruppen zu analysieren, Benchmarking zu betreiben, eine Leitidee zu formulieren und ein Branding und eine Kommunikationsstrategie zu entwickeln bzw. einem Marketingexperten zu vermitteln.
3	Inhalte M5.1: Die Entwicklung architektonischer Projekte basiert wirtschaftlich zum einen darauf, Bedarfe zu identifizieren, also in Folge ein Nutzungskonzept zu entwickeln, für das ein Markt vorhanden ist. Weiter geht es darum, Kriterien zu erarbeiten, mithilfe derer sich der geeignete Standort finden lässt und sich mögliche Risiken identifizieren, abwägen und minimieren lassen. Zum anderen basiert die Entwicklung architektonischer Projekte wirtschaftlich auf der für das Projekt geeigneten Konstellation. Inhalt des Moduls ist es, die Studierenden dafür zu sensibilisieren, dass in der Projektentwicklung ganz neue Akteure zum aus der Architektur bekannten Team aus Bauherr, Planer und ausführender Firma hinzutreten. Die Akteure sind deutlich mehr, ihr Zusammenspiel deutlich komplexer, die Sprachen unterschiedliche. In seminaristischem Unterricht mit Fallbeispielen und anschließender intensiver Diskussion wird vermittelt, welcher Akteur welche wirtschaftliche Erwartung an ein Projekt hat und in welcher Konstellation sich diese Erwartungen erfüllen lassen. Welcher Investor passt zu welchem Projekt, welche Finanzierungsform? Welche Exit-Strategien sind die geeigneten für eine Immobilien-Projektentwicklung, resultieren daraus eine Zielgruppenfokussierung für Erwerber oder ein Betreibermodell für einen Bestandshalter, etc.? Aufbauend auf diese wirtschaftlichen Grundlagen sowie die Grundlagen des Moduls 5.2 lassen sich die wirtschaftlichen Berechnungen in Modul 5.3 anstellen. M5.2: Das Teilmodul bildet die Grundlage für ökonomische Zusammenhänge im Allgemeinen und im Berufsfeld des Architekten im Speziellen. Ausgehend von den Betrachtungsfeldern Mikro- und Makroökonomie werden in diesem Rahmen Grundkenntnisse gelehrt und erarbeitet und eine wirtschaftliche Basis für die nachfolgenden wirtschaftlichen Berechnungen gelegt. Vorlesungsorientiert werden ökonomische Grundlagen aufgezeigt. Die Studierenden erarbeiten sich selbständig in Referaten Detailwissen zu konkreten Fragestellungen und tauschen diese in Form von Arbeitsworkshops untereinander aus. M5.3: Der Erfolg einer Entwicklungsmaßnahme ist die Realisierung und Vermarktung eines Immobilienprojekts. Bereits zu Beginn der Projektentwicklung müssen daher sowohl die planerischen als auch markttechnischen Untersuchungen darauf hin- zielen, das Produkt später erfolgreich auf dem Markt platzieren zu können. Hierbei bedarf es der Kenntnis über die Marktteilnehmer, die als Kunde in Frage kommen, als auch die Kenntnis der Indikatoren bzw. der immobilienwirtschaftlichen Parameter, die Grundlage für eine wirtschaftliche Vermarktbarkeit sind bzw. für den wirtschaftlichen Erfolg des Projekts stehen. Jede Entwicklungsmaßnahme ist neben der planerischen Umsetzung mit einer wirtschaftlichen Auswirkung für den Vorhabenträger, aber auch für die potentiellen Kunden verbunden. Diese müssen in der Regel bereits in der frühen Projektphase ermittelt und dargestellt werden. Durch verschiedene Berechnungsmethoden und auf Basis bestimmter Indikatoren kann die Wirtschaftlichkeit eines Projekts dargestellt werden. Ziel ist es dabei, bereits im Vorfeld einer Entwicklung, deren Risiken und Chancen erkennbar zu machen und diese zu bewerten. Je nach Art der Maßnahme und Gewinnerwartungen der Marktteilnehmer sind dabei verschiedene Faktoren (z. B.

	Zeitraum der Entwicklung, Nutzungsschwerpunkt der Entwicklung, Eigenkapitalbeschaffenheit des Entwicklers etc.) innerhalb der Berechnungen zu berücksichtigen. In diesem Teilmodul werden die im Rahmen der Wirtschaftlichkeitsberechnung aufzustellenden immobilienwirtschaftlichen Parameter einer Entwicklung, gegliedert nach Einnahmen und Ausgaben, vermittelt. Anschließend werden die einzelnen Renditebegriffe und deren Berechnungsformeln dargestellt und erläutert und in unterschiedlichen Berechnungsmethoden zur Anwendung gebracht. . M5.4: Das Teilmodul Immobilienmarketing umfasst die Bereiche visuelle Kommunikation sowie Markenbildung im Immobilienbereich und deren Markenkommunikation. Das klassische Kommunikationstool des Architekten ist die Zeichnung, also ein visuelles Kommunikationsmedium. Diesem grafischen Medium kommt durch die komplexeren Zusammenhänge in der Projektentwicklung eine besondere Bedeutung zu. Es werden Grundlagen vermittelt, wie Layout funktioniert, welche Bedeutung bestimmte Farben, Formen, Schriftfonts haben, wie sie auf den nicht geschulten Betrachter wirken, mit dem man es meist zu tun hat. Grafiken erklären komplexe Zusammenhänge, sie machen Unsichtbares sichtbar, sie bieten eine Verständnisebene, die Text oder Architekturzeichnung alleine nicht liefern, sie vermitteln Glaubwürdigkeit und sie erreichen den Adressaten unmittelbar und wecken seine Neugier. Angesichts sich stark verändernder Immobilienmärkte wird die Vermarktung von Projektentwicklungen kaum mehr dem Vertrieb überlassen, sondern ein schlüssiges Marketingkonzept zur klaren Positionierung auf dem Markt entwickelt. Die Entwicklung des Konzepts basiert auf den in Modul 1.2 vermittelten Grundlagen der Kommunikation, die hier im Hinblick auf die Vermarktung in die Praxis überführt werden. Die Studierenden erhalten eine Einführung in Real Estate Brands, werden ganz allgemein und dann speziell im Hinblick auf Immobilien mit dem Prozess der Markenbildung vertraut gemacht anhand von Case Studies. Sie erlernen die Anwendung des Markenbildungsprozesses an individuellen Architekturbeispielen. Es werden Analysen wie SWOT und PEST aus dem Modul 4 im Hinblick auf die Vermarktung angewendet, Zielgruppen analysiert, Benchmarking, Produkt- Zielgruppen Workshop, Positionierung/ Leitidee, Branding und Kommunikationsstrategie entwickelt.
4	Lehrformen Vorlesung, Seminar, Lehrvortrag und Diskussion, Fallstudien, Rollenspiele, Simulationen und Übungen, Organisation eines Symposiums zu einem bestimmten Thema. Einzel- und Gruppenarbeit
5	Teilnahmevoraussetzungen: formal: keine inhaltlich: M5.1: Microsoft Office, CAD, Bildbearbeitung, Internetrecherche, Notebook M5.2: keine M5.3: Microsoft Office, Internetrecherche, Notebook M5.4: Microsoft Office, CAD, Bildbearbeitung, Internetrecherche, Notebook
6	Prüfungsform Abgabeleistung, Präsentation mit Kolloquium, Symposium
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten mit mindestens „ausreichend“ bewertete Prüfungsleistung
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nicht vorgesehen
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 30% (mit dem nach ECTS-Leistungspunkten gewichteten Notenmittelwert der Module 1

	bis 5)
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende <u>Prof. Dipl.-Ing. Xaver Egger</u> M5.1: Prof. Dipl.-Ing Xaver Egger M5.2: NN M5.3: Prof. Klaus Legner, NN M5.4: Stephanie Tanneberger, Marketing und Markenkommunikation
11	Sonstige Informationen: Exkursion zur Besichtigung von Best-Practice-Beispielen, Exkursion zur polis Convention als führende Messe für Projekt- und Stadtentwicklung in der Region NRW, Einbindung von Playern der Immobilienbranche in die Lehre.

Thesis					
Kennnummer M6	Workload 600	Credits 20	Studiense m. 2	Häufigkeit des Angebots jedes Sommersemester	Dauer 1 Sem.
1	Lehrveranstaltungen Thesisbetreuung	Kontaktzei t 72 h	Selbststudiu m 600 h	geplante Gruppengröße Einzelbearbeitung	
2	Lernergebnisse (learning outcomes) / Kompetenzen Die Studierenden sind sicher in der Anwendung wissenschaftlicher Analyse und Konzeption, können eigenständige Thesen formulieren und nachvollziehbar argumentieren, sind in der Lage, komplexe Sachverhalte zu durchdringen, nachvollziehbar aufzubereiten und grafische zu gestalten sowie kritisch zu reflektieren, können überzeugend präsentieren und in der Diskussion eine eigene Haltung vertreten.				
3	Inhalte Die Master-Arbeit kann entweder eine konzeptionell-theoretische Ausprägung haben oder eine projektbezogene Konzeptentwicklung darstellen. In jedem Fall muss das Ergebnis der selbstständigen zwölfwöchigen Bearbeitung in Form eines Kolloquiums der Hochschulöffentlichkeit vorgestellt werden. Die Master-Arbeit besteht immer aus einer schriftlich-grafisch-zeichnerischen Ausarbeitung. Erarbeitung und Einsatz prototypischer Produkte als Anschauung des Marketingkonzepts, Filmtrailer zur Darstellung von Stimmungen, o.ä. im Rahmen des Kolloquiums unterliegen der eigenen Einschätzung der Studierenden und werden von den Prüfern nicht explizit gefordert. Im Falle eines Einsatzes sind sie in jedem Fall inhaltlich und ablauftechnisch ins Kolloquium zu integrieren und nicht zusätzlich und isoliert zu zeigen.				
4	Lehrformen persönliche Einzelgespräche zur Betreuung während der Bearbeitungszeit				
5	Teilnahmevoraussetzungen: formal: Bestandene Modulprüfungen und Testate				
6	Prüfungsform Abgabeleistung und Masterkolloquium				
7	Voraussetzungen für die Vergabe von Kreditpunkten mit mindestens „ausreichend“ bewertete Thesis/bewertetes Masterkolloquium				
8	Verwendung des Moduls (in anderen Studiengängen) nicht vorgesehen				
9	Stellenwert der Note für die Endnote: 40%				
10	Modulbeauftragte/r und hauptamtlich Lehrende Prof. Dipl.-Ing. <u>Xaver Egger</u>				
11	Sonstige Informationen: Details zu den Prüfungsmodalitäten: siehe Prüfungsordnung				