

Neuer Name für neue Perspektiven: „Hochschule Macromedia“ ist jetzt „Macromedia University“

Die Macromedia University of Applied Sciences verbindet bewährte Stärken mit frischem Profil und intensiviert ihre internationale Vernetzung

München, 01. Oktober 2025 – Zum 1. Oktober startet die Hochschule Macromedia als Macromedia University in eine neue Phase ihrer Entwicklung. Mit neuem Namen, einem Logo-Refresh und dem Sitzlandwechsel nach Brandenburg schärft sie ihr Profil als eine der führenden privaten Hochschulen Deutschlands und als aktiver Teil der internationalen akademischen Gemeinschaft.

Die **Umbenennung in Macromedia University of Applied Sciences** ist ein bewusster Schritt, um die Marke klarer und verständlicher zu positionieren. Für die wachsende Zahl nationaler wie internationaler Studierender steht damit ein Name zur Verfügung, der weltweit eindeutig anschlussfähig ist, ohne den Bezug zu Qualität und Tradition in Deutschland zu verlieren.

„Der Schritt zur Macromedia University zeigt klar: Wir sind fest in der internationalen akademischen Community verankert und wollen unsere Rolle dort weiter stärken. Wir wollen den Austausch mit Partnerhochschulen weltweit intensivieren, Kooperationen ausbauen und unsere Studierenden bestmöglich darauf vorbereiten, wissenschaftlich exzellent und interkulturell kompetent zu agieren,“ sagt Hochschulpräsident Prof. Dr. Dr. Castulus Kolo.

Das **neue Sitzland Brandenburg** bietet ideale Bedingungen für weiteres Wachstum. Die dynamische Wissenschafts- und Innovationslandschaft in unmittelbarer Nähe zu Berlin eröffnet neue Impulse für Forschung, Lehre und Kooperationen mit Wirtschaft und Kultur.

„Die Entscheidung für Brandenburg und der Auftritt als Macromedia University sind Schritte, die uns strategisch nach vorn bringen. Wir sichern damit Wachstum, internationale Sichtbarkeit und neue Perspektiven zum Vorteil unserer Studierenden, Partner:innen und Mitarbeitenden,“ erklärt Marc Irmisch-Petit, CEO.

Mit dem **Redesign des Logos** verbinden wir Vertrautes mit neuen Elementen. Das Logo bleibt dem bisherigen Markenbild treu, setzt jedoch frische Akzente, die die Dynamik und Innovationskraft der Macromedia University unterstreichen.

Die Macromedia University setzt mit ihrem neuen Auftritt ein klares Signal für Weiterentwicklung und Vernetzung. Sie bleibt ein Ort praxisnaher, kreativer Lehre und bietet zugleich erweiterte Chancen für internationale Kooperationen und die persönliche wie fachliche Entwicklung ihrer Studierenden.

Über die Macromedia University

Die Macromedia University of Applied Sciences ist eine führende private Hochschule vertreten in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln, Leipzig, München, Stuttgart, Düsseldorf, Freiburg und Hannover. Aktuell zählt sie rund 5.500 Studierende und bietet ein vielfältiges Studienportfolio an. Das Angebot umfasst staatlich anerkannte Bachelor- und Masterabschlüsse in deutscher und englischer Sprache. Mit 15 Studiengängen und knapp 50

Vertiefungsrichtungen deckt die Hochschule ein breites Spektrum ab – von Management, Medien und Kommunikation über digitale Technologien und Design bis hin zu Psychologie, Games, Journalismus, Film, Fashion, Musik und Schauspiel. Als praxisorientierte Hochschule bereitet die Macromedia ihre Studierenden optimal auf die Herausforderungen der modernen Arbeitswelt vor.

Pressekontakt:

Lea Mentzel
presse@macromedia.de