



Kompetent?

UNTERSUCHUNG UND AUSEINANDERSETZUNG ZUR
PROFESSIONALITÄT IM DESIGN



Kompetent?

UNTERSUCHUNG UND AUSEINANDERSETZUNG ZUR
PROFESSIONALITÄT IM DESIGN

MASTERTHESIS

ALEXANDER SELBACH
MAINAUSTRASSE 6, 78464 KONSTANZ
MATRIKEL-NR.: 285775

BETREUT VON: PROF. DR. VOLKER FRIEDRICH
UND PROF. BRIAN SWITZER
IM WINTERSEMESTER 2011/12

HTWG KONSTANZ
HOCHSCHULE KONSTANZ
TECHNIK, WIRTSCHAFT UND GESTALTUNG

STUDIENGANG KOMMUNIKATIONSDESIGN

Inhaltsverzeichnis

KAPITEL NULL: EINLEITUNG

Einleitung und Intention	Seite 6
Aufbau und Struktur	Seite 8
Begriffsdefinition	Seite 10

KAPITEL EINS: ENTWICKLUNG DEUTSCHER DESIGNAUSBILDUNG

Deutsche Designausbildung	Seite 14
Gestaltungsausbildung 1800 bis 1914	Seite 16
Gestaltungsausbildung 1915 bis 1932	Seite 18
Gestaltungsausbildung 1933 bis 1945	Seite 22
Gestaltungsausbildung 1946 bis 1959	Seite 24
Gestaltungsausbildung 1960 bis 1970	Seite 26
Gestaltungsausbildung 1971 bis 1986	Seite 28
Gestaltungsausbildung 1987 bis 2007	Seite 30
Fazit und Zusammenfassung	Seite 34

KAPITEL ZWEI: IST - SITUATION ZUR LAGE DER DESIGNAUSBILDUNG IN DEUTSCHLAND

Herangehensweise	Seite 38
Die Untersuchung	Seite 40
Fachhochschule Aachen	Seite 50
Fachhochschule Augsburg	Seite 54
Kunsthochschule Berlin Weißensee	Seite 60
Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin	Seite 64
Hochschule der bildenden Künste Braunschweig	Seite 68
Hochschule der Künste Bremen	Seite 72
Fachhochschule Düsseldorf	Seite 78
Hochschule Anhalt (Dessau)	Seite 84
Fachhochschule Dortmund	Seite 90
Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle	Seite 96
HAW Hamburg	Seite 100
Fachhochschule Hannover	Seite 104
HAWK Hildesheim	Seite 110
Kunsthochschule Muthesius Kiel	Seite 116
HTWG Konstanz	Seite 120
Fachhochschule Niederrhein Krefeld	Seite 126
Fachhochschule Mainz	Seite 130
Fachhochschule Mannheim	Seite 134
Fachhochschule München	Seite 140
Fachhochschule Münster	Seite 146
Hochschule Nürnberg	Seite 152
Hochschule Pforzheim	Seite 156
Fachhochschule Potsdam	Seite 162
Hochschule der bildenden Künste Saar	Seite 168
Hochschule für Gestaltung Schwäbisch-Gmünd	Seite 174
Fachhochschule Trier	Seite 180
Fachhochschule Wiesbaden	Seite 184
Highscore – wer liegt vorn?	Seite 190
Die Top-Ten	Seite 194
Fazit und Zusammenfassung zur Lage der Designausbildung	Seite 200

KAPITEL DREI: WAS IST PROFESSIONELLES DESIGN

Was ist professionelles Design	Seite 208
Der Einfluss des Internets	Seite 209
Was kostet Design?	Seite 211
Anforderungen an Design-Profis	Seite 213
Verantwortung im Design	Seite 216
Zusammenfassung zur Professionalität im Design	Seite 218

KAPITEL VIER: KOMPETENZEN FÜR DESIGNER MIT ZUKUNFT

Inhalt und Aufbau	Seite 222
Der Fragebogen	Seite 230
Die Auswertung	Seite 234
Die Teilnehmer	Seite 238
Fachkompetenzen	Seite 240
Methodenkompetenzen	Seite 244
Soziale Kompetenz	Seite 250
Persönliche Kompetenz	Seite 256
Allgemeines Basiswissen	Seite 262
Die Wichtigsten Kompetenzen	Seite 266
Die offenen Fragen	Seite 272

KAPITEL FÜNF: DIE INTERVIEWS

Die Fragen	Seite 294
Erstes Interview	Seite 296
Zweites Interview	Seite 300
Drittes Interview	Seite 304

KAPITEL SECHS: FAZIT UND AUSBLICK

Fazit und Ausblick	Seite 308
--------------------	-----------

KAPITEL SIEBEN: ANHANG:

Quellenverzeichnis	Seite 314
Impressum	Seite 316

KAPITEL NULL

EINLEITUNG

Einleitung und Intention

Die Designprofession ist einem bedeutenden Wandel unterworfen. Auf der einen Seite gewinnt Design in der Gesellschaft zunehmend an Bedeutung, auf der anderen Seite verliert es zugleich an Exklusivität. Der Beruf des Designers ist nicht geschützt und durch Einflussfaktoren wie das Internet verschwimmen die Grenzen zwischen Amateur und Profi.

In einer Welt in der alle zu Sendern werden, wer hört da noch zu? Wie kann sich ein Designer in der heutigen Zeit gegen den Volkssport Design behaupten? Eine Antwort könnte lauten: Durch einen professionellen Umgang mit Design! Die Designer müssen ihre Profession auf eine neue Ebene heben, um sich klar und deutlich vom Amateur differenzieren zu können.

Doch was ist ein professioneller Designer? Laut Definition ist ein Profi jemand, der im Gegensatz zu einem Amateur eine bestimmte Tätigkeit als Beruf ausübt. Professionell zu sein bedeutet also mit einer Tätigkeit seinen Lebensunterhalt zu verdienen. Darüber hinaus muss der Einzelne eine gesellschaftlich anerkannte Ausbildung absolvieren und einen entsprechenden Abschluss erlangt haben. Doch was bedeutet das genau? Welche Kompetenzen sind es, die der Einzelne in der Ausbildung erlernt und die ihn dazu befähigen professionell im Bereich Design zu arbeiten?

Die technischen und auch theoretischen Fähigkeiten im Umgang mit Design kann sich ein Amateur in der heutigen Zeit ebenfalls aneignen. Das Internet ist hierbei nur eine entscheidende Quelle, die es ihm ermöglicht, nicht nur an die nötigen Programme zur Umsetzung von Designlösungen zu gelangen, sondern auch an sehr viel theoretisches Wissen. Wodurch aber unterscheiden sich die handwerklichen Fähigkeiten eines professionellen Designers von einem Amateur und welche weiteren Kompetenzen, neben den rein Gestalterischen, machen ihn zu einem Profi?

Wenn Design ein immer wichtigerer Teil der Gesellschaft wird, ist der professionelle Designer ein zunehmend aktiv gestaltendes Mitglied dieser Gesellschaft. Er wird mit unterschiedlichsten Unternehmen, Kulturen und Menschen zusammenarbeiten und ist somit auch dem Wandel, der sich in einer Gesellschaft vollzieht, ausgesetzt. Das bedeutet, er muss sich auch seiner Profession entsprechend mit der Gesellschaft weiterentwickeln.

Welche Kompetenzen sind es aber, die ein Designer heute und in der Zukunft benötigt, um den Anforderungen an Professionalität in seinem Beruf gerecht zu werden?

Auf diese und die zuvor genannten Fragen versucht die vorliegende Arbeit Antworten zu geben.

Um sich dabei von anderen Arbeiten abzugrenzen, die sich ebenfalls mit den Kompetenzen der Designer beschäftigen, wird der Fokus dieser Arbeit vor allem auf jenen Kompetenzen liegen, die über die rein gestalterischen hinausgehen. Es soll nicht darum gehen, herauszufinden, ob der Designer von morgen noch illustrieren können muss oder ob er nur noch am Computer arbeiten wird. Einige sehr gute Arbeiten, die diese Seite der Thematik beleuchten, gibt es bereits.

Die vorliegende Arbeit aber, soll das, was „dazwischen“ liegt und den Profi zu einem professionellen Designer macht, aufzeigen. Dabei soll sie versuchen, aus der Erfahrung und den aktuellen Entwicklungen heraus, eine Aussicht auf die Anforderungen und die benötigten Kompetenzen in diesen Bereichen zu geben.

Meine persönliche Intention, sich mit diesem Thema zu beschäftigen, ist nicht nur auf den aktuellen Wandel im Bereich Design zurückzuführen. Im Laufe meiner Designausbildung ist mir immer wieder aus Beobachtungen und Gesprächen heraus aufgefallen, dass sich viele meiner Kommilitonen (mich einbegriffen) nur sehr wenig, aktiv und bewusst damit beschäftigen, was für Kompetenzen sie außer den gestalterischen und kreativen Kompetenzen noch brauchen könnten, um professionell als Designer arbeiten zu können. Designer neigen meiner Meinung nach dazu, sich häufig nur auf die Designwelt zu fixieren. Die Chancen die ein Studium bietet, um mehr als nur die Entwurfskompetenzen und das gestalterische Auge zu trainieren, werden so von vielen nicht wahrgenommen.

Mit dieser Arbeit sollen nun nicht nur die Chancen, sondern auch die Notwendigkeiten aufgezeigt werden, sich bewusst und aktiv mit diesem Thema auseinanderzusetzen.

Nutzen Sie die Chance!

Aufbau und Struktur der Arbeit

DIE VORLIEGENDE ARBEIT IST WIE FOLGT AUFGEBAUT UND STRUKTURIERT:

WICHTIGE ENTWICKLUNGSSCHRITTE IN DER DESIGNAUSBILDUNG:

In einem einleitenden Teil wird anhand designgeschichtlicher Betrachtungen ein kurzer Einblick in wichtige Entwicklungsstadien der deutschen Designausbildung gegeben. Es wird dabei grundlegend aufgezeigt, unter welchen gesellschaftlichen Veränderungen sich die Designausbildung gewandelt hat. Mit diesem einleitenden Teil soll dabei aufgezeigt werden, wie stark das Design und auch die Ausbildung von der Gesellschaft beeinflusst wird.

DESIGNAUSBILDUNG HEUTE:

Um der Antwort nach Professionalität im Design näher zu kommen, wurden in einem nächsten Schritt 27 Studiengänge an Kunst- und (Fach)Hochschulen aus ganz Deutschland, die im Bereich Kommunikationsdesign, Visuelle Kommunikation, Design, Integrierte Medien und Design Medien Kommunikation ausbilden, untersucht. Dabei wurde analysiert, wie in dem neuen Bachelor- und Mastersystem das durchschnittliche Kompetenzprofil eines Absolventen der jeweiligen Hochschulen aussieht. Ein übergeordneter Vergleich zeigt zudem das sich ergebende Durchschnittsprofil aller untersuchten Kunst- und (Fach)Hochschulen.

Mit Hilfe dieser Untersuchung soll aufgezeigt werden, wo die aktuellen Schwerpunkte in der heutigen Designausbildung liegen. Darüber hinaus schafft die Auswertung einen bis heute nicht vorhandenen Vergleich vieler Kunst- und (Fach)Hochschulen, die in Deutschland mit dem neuen Bachelor-System ausbilden.

AKTUELLER WANDEL:

Anhand aktueller Diskussionen und Literatur zur der Thematik des Volkssport Design, wurden anschließend die wichtigsten Aspekte zu diesen Einflussfaktoren herausgearbeitet und zusammen mit grundlegenden Anforderungen an Professionalität zusammengefasst. Dieser Bereich soll einen groben Einblick in die Thematik geben. Dabei können im Rahmen dieser Arbeit nicht alle Einflüsse und gesellschaftliche Veränderungen beschrieben werden. Die hier untersuchten Faktoren erheben demnach keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern sollen vielmehr einen Einblick zu einem entscheidenden Aspekt, der einen Einfluss auf den Beruf des Designers hat, beleuchten.

WAS ERWARTET WIRD:

Die gewonnen Erkenntnisse und die Ergebnisse der Hochschuluntersuchung dienen nun als Basis für eine empirische Erhebung. So wurden erfahrene Designer in Führungs- und Lehrpositionen aus unterschiedlichsten Agenturen und Hochschulen zu den Anforderungen an Professionalität im Design befragt. Die sich hieraus ergebenden Erkenntnisse wurden anschließend zusammengefasst und noch einmal näher betrachtet.

INTERVIEWS:

Durch einzelne Interviews wurde die Untersuchung abschließend noch einmal in bestimmten Bereichen reflektiert.

Die Interviews gaben dabei einen ganz individuellen aber sehr vertiefenden Einblick zu den einzelnen Erfahrungen und Erwartungen.

FAZIT UND ZUSAMMENFASSUNG:

Das Fazit fasst die wichtigsten Erkenntnisse zu den einzelnen, untersuchten Aspekten zusammen, bringt sie mit einander in Verbindung und gibt einen Ausblick auf die Anforderungen, die an einen Designer in der heutigen Zeit und in Zukunft gestellt werden, um professionell zu arbeiten. Darüber hinaus soll ein Denkansatz zur Integrierung der gewonnenen Ergebnisse in die Designausbildung gegeben werden, der als Diskussionsgrundlage für weitere Auseinandersetzungen mit diesem Thema dienen soll.

Begriffsdefinitionen

QUELLEN:

Brockhaus digitale Enzyklopädie: Kompetenz. URL: http://www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php?document_id=0x1f3b2d12@be
Zugriffsdatum: 05.11.2011

Brockhaus digitale Enzyklopädie: Fähigkeit. URL: http://www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php?document_id=0x1f3b2d12@be
Zugriffsdatum: 05.11.2011

Die nachfolgenden Definitionen dienen als Basis für die folgende Arbeit. Diese Begriffe werden besonders häufig in dieser Arbeit benutzt. Aus diesem Grund soll an dieser Stelle ein gemeinsames Verständnis geschaffen werden.

KOMPETENZ:

„allgemein: im weiteren Sinn Sachverstand, Fähigkeit, Zuständigkeit; im engeren Sinn die Fähigkeit eines Menschen, bestimmten Anforderungen gewachsen zu sein. Kompetenz kann sich auf unterschiedliche Bereiche und Aufgabenstellungen beziehen, so etwa auf den zwischenmenschlichen Bereich (Sozialkompetenz), die eigene Person (Selbstkompetenz) oder bestimmte Wissens- beziehungsweise Arbeitsgebiete (Fachkompetenz).“ (Brockhaus, 2011)

FÄHIGKEIT:

„Im Unterschied zur Begabung, bei der die angeborenen Bedingungen (einschließlich einer gewissen Variationsbreite für frühe Anreize der Umwelt) im Vordergrund stehen, schließt die Fähigkeit gleichwertig auch solche Bedingungen ein, die auf Lernprozesse zurückgehen. Fähigkeiten werden letztlich durch die Tätigkeiten und Tätigkeitsbereiche definiert, denen sie zugeordnet werden (z. B. Sprache, Mathematik, Musik). Die Ergebnisse der empirischen Forschung über den Fähigkeitsbegriff zeigen, dass viele Fähigkeiten sich teilweise überlappen, d. h., dass verschiedenen Fähigkeiten gleiche Bedingungen zugrunde liegen können und dass es andererseits mehrere Bedingungen gibt, von denen keine eindeutig nur einer ganz bestimmten Fähigkeit oder Leistung zugeordnet werden kann.“

Eine formale Analyse der grundlegenden Bedingungen, die verschiedenen Tätigkeiten gemeinsam sind, wird durch die Faktorenanalyse versucht. Seinen praktischen Niederschlag hat das Fähigkeitskonzept v. a. in der angewandten Psychologie bei Eignungsuntersuchungen gefunden.“ (Brockhaus, 2011)

Deutsche Designausbildung

Design – So wandelbar und vielfältig, so austauschbar, unbeständig und abhängig, so intensiv und eingänglich, so kontrovers und unglaubwürdig.

Design scheint eine Disziplin zu sein die sich in einem stetigen Wandel befindet und dabei nicht nur neue Mittel und Wege des Ausdrucks sucht, um sich zu präsentieren, sondern darüber hinaus auch seine Position in der Gesellschaft stetig neu beweisen muss.

„Fast könnte man Parallelen zur Modewelt mit ihren Sommer und Winterkollektionen ziehen. Kein anderes Fach sieht sich gefordert, seine gesellschaftliche Aufgabe und die Notwendigkeit seiner Existenz in regelmäßigen Abständen neu zu definieren, um sich bald darauf in nachdrücklicher Verteidigung der Modelle langsam wieder festzufahren, bis der Stillstand einen erneuten Aufbruch fordert.“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 13)

Das folgende Kapitel soll einen groben Einblick in die wichtigsten Entwicklungsstadien der Design- und Gestaltungsausbildung geben und zum einen den jeweiligen gesellschaftlichen Anspruch und zum anderen die Motive, Ziele und Mittel der einzelnen Phasen aufzeigen.

Diese Basis kann im Folgenden dann als Diskussionsgrundlage für die heutige Ausbildungssituation dienen. Sie soll zum Denken anregen und die Frage aufstellen, welchen Positionen Design im Spannungsfeld von künstlerischer-, gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und technologischer Entwicklung in der Ausbildung heute einnehmen sollte.

QUELLEN

Kai Buchholz, Justus Theinert in Design-
lehren, Wege deutscher Gestaltungs-
ausbildung 1.Aufl. Stuttgart: Arnoldsche
Verlagsanstalt, 2007. ISBN 978-3-89790-
272-5



*„Amateurhaftes Design entsteht aus Liebe zum Design
ohne Interesse an der Aufgabe, professionelles Design ent-
steht aus Interesse an der Aufgabe mit Liebe zum Design.“
Valentin Wormbs – HTWG Konstanz*

Gestaltungsausbildung 1800 bis 1914

QUELLEN

Kai Buchholz, Justus Theinert: in Design-
lehren, Wege deutscher Gestaltungsaus-
bildung. 1. Aufl. Stuttgart: Arnoldsche Ver-
lagsanstalt, 2007. ISBN 978-3-89790-272-5

BIS 1897: STARTSCHUSS DER MODERNEN GESTALTUNGSAUSBILDUNG:

Die ersten Anfänge der gezielten Ausbildung von Design lassen sich in die Folgezeit der Französischen Revolution einordnen. Infolge politischer Umstrukturierungen und technischer Weiterentwicklungen kam es zu dem ersten wichtigen Impulsgeber einer gezielten Ausbildung von Gestaltung und Design. Aufgrund immer stärker wachsender Mechanisierung in der Produktion und der Auflösung des Zunftwesens, verlor auf das traditionelle Handwerk immer mehr an Bedeutung. Durch eine grundlegende Werte Verschiebung in der Gesellschaft rückte nun gleichzeitig der Adel als bisheriges Stilprägendes Vorbild in den Hintergrund. Eine bis dahin noch sehr unerfahrene und unsichere Konsumentenschicht bestimmte nun die Nachfrage. Das Ausmaß dieser Unsicherheit und der Mangel an Erfahrung werden erstmals in vollem Maße auf der 1851 in London stattfindenden Weltausstellung sichtbar. Nicht nur die Unsicherheit, sondern auch ein damit verbundener Mangel an Qualität und Stilsicherheit im Vergleich zu den anderen Nationen wird deutlich. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 14)

Als Folge dieser Beobachtungen wurde auf Empfehlung des Architekten Gottfried Semper ein „Volksunterricht des Geschmacks“ etabliert. Hierbei wurde den Bürgern in organisierten kunstgewerblichen Schausammlungen ein Spektrum an qualitativ hochwertigen Gebrauchsgegenständen verschiedenster Epochen zur Schau gestellt. Man erhoffte sich hieraus eine Sensibilisierung der Gesellschaft für ein gesteigertes Designempfinden. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 15)

Parallel hierzu gab Semper auch den Anstoß zu einer vielschichtigeren Ausbildung im Design. Die praktischen Fertigkeiten sollten durch Werkstätten und Ateliers vertieft werden.

Der „Startschuss für die moderne Ausbildung von Gestaltern“ war gelegt. Die bis dato etablierten Kunstakademien verloren zunehmend an Ansehen, wohingegen das Bestreben Sempers sehr großen Zuspruch fand. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 15)

Dieser erste Meilenstein war der Anstoß zu vielen folgenden Entwicklungen in der gestalterischen Ausbildung.

1897- 1914: LEHRWERKSTÄTTEN UND DIE SUCHE NACH EINEM NEUEN STIL:

Eine entscheidende Wende in der Stilisierung der Gesellschaft brachte der Jugendstil mit sich. Als „schön“ und „zweckmäßig“ empfunden, fand dieser Stil große Zustimmung. Die im Jahre 1898 in München gegründeten vereinigten Werkstätten für Kunst im Handwerk knüpfte ihre Bestrebungen an diese Entwicklung und den neuen Stil an. So war eines ihrer Ziele den Kontakt und den Austausch zwischen Entwerfern und dem produzierenden Gewerbe zu verstärken, um den neuen Stil schneller zu verbreiten. Zum Anderen wurde aber auch die technische Ausbildung der Gestaltungslehre durch die praxisnahen Tätigkeiten in den Werkstatträumen gefördert. Ziel war es, die sich immer stärker entfremdeten Bereiche der gestaltenden und der produzierenden Disziplinen wieder näher zusammenzubringen. Denn im Laufe der Zeit hatten sich diese zwei Bereiche so stark auseinander differenziert, dass die Entwicklungen in der Formgestaltung und der Formerfindung schlicht daran scheiterten, dass sie nicht umsetzbar waren. Eine engere Verbindung mit der Wirtschaft sollte diesem Problem entgegenwirken. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 26-30)

Einer der handlungsweisenden Akteure dieser Zeit war Otto Eckmann. Er war es, der den Fokus zur Inspiration neuer „Verschönerungen der Gebrauchsgegenstände“ nicht mehr länger aus dem Repertoire der vergangenen Epochen zu entwickeln versuchte, sondern die Natur als Vorbild für neue kreative Entwicklungen nutzte. Seiner Meinung nach lässt sich in den Studien der Natur eine Art Schlüssel zu einem veränderten Umgang mit der Gestaltung finden. So stellte Hans Eduard von Berlepsch-Valendas die These auf, in dem Naturstudium nicht nur das rein Äußerliche wahrzunehmen, sondern die Gesamtzusammenhänge der Entwicklung, der Abhängigkeiten zueinander zu betrachten und auf das Studium und die Art zu Gestalten zu übertragen. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 27)

„Gleich weit davon entfernt, an der Naturerscheinung vorwiegend das male-
rischer Element zu sehen und dieses zur Geltung zu bringen oder aber in der
gewachsenen Form ohne weiteres das Motiv zu einer stilisierten Gestalt suchen
zu wollen, geht Meurer vielmehr der Frage der Entstehungsbedingungen, der
logischen Entwicklung des Gesamten und jedes einzelnen Gliedes nach, stellt
ihre wechselseitigen Beziehungen, ihre Abhängigkeiten von einander als erste
Aufgabe des Studiums hin; er verlangt also vom Lehrenden vor allem anderen
logisches Beobachten.“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 15)

Der nächste Schritt in der Entwicklung der Gestaltungsausbildung wurde durch den Einfluss der Architektur begründet. Einer der einflussgebenden Personen war hier der Architekt Hermann Muthesius. Er plädiert dafür das Naturstudium sowie den wirtschaftsnahen Werkstattunterricht um den Aspekt des gesamtheitlichen und proportionalen Wahrnehmens zu ergänzen. Denn seiner Meinung nach geht es nicht mehr nur um „oberflächliche Dekoration, sondern um die ›schöne Gesamterscheinung‹, die sich nur durch ›gute Proportionierung‹, einen ausdrucksvollen Umriss und eine harmonische Farbenstimmung erreichen lasse. Ein solches Vorgehen, das das Konstruktive und Materialmäßige betone, erfordere eine umfassende künstlerische Erziehung.“ Ebenfalls sehr wichtig für die folgende Entwicklung war die Warnung Muthesis, die Gestaltungsausbildung nicht ausschließlich an dem „Modegeschmack“ der Wirtschaft auszurichten. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit., 2007, S. 33)

Durch die Einrichtung kunstgewerblicher Schausammlungen für die breite Öffentlichkeit versucht man den Menschen ein Gespür für Ästhetik und Stil näher zu bringen

Ästhetisierung und Stilisierung

Ausbau der handwerklichen Fähigkeiten

Durch die Einrichtung von Ateliers und Werkstätten mit direkterem Bezug zur Produktion sollten die handwerklichen Fähigkeiten in der Gestaltungsbildung

Entwicklung eines neuen zeitgemäßer Stil

Durch Entsagung historischer Vorbild im Design und einer Neuorientierung am Naturstudium und fachfremden Diziplinen wie Der Architektur, wird der Grundstein eines neuen zeitgemäßen Stils gelegt.

ganzheitliche Gestaltung

Das Naturstudium diente als Basis des ganzheitlichen, zusammenhängenden und logischen Entwerfens. Es wurde später durch gesamtheitliche und proportionale Wahrnehmungsschulung noch weiter ergänzt.

Funktionierende Formgestaltung und Formerfindung

Durch Praxisnahe Tätigkeiten in Lehrwerkstätten und Ateliers wurde ein wirtschaftsnaher Werkstattunterricht ermöglicht, der eine funktionierende Formgestaltung und -erfindung im Dienste der industriellen Fertigungspraxis förderte.

Verbindung und Zusammenarbeit handwerklicher und industrieller Fertigungspraxis

Gestaltungsausbildung 1915 bis 1932

QUELLEN

Kai Buchholz, Justus Theinert: in Design-
lehren, Wege deutscher Gestaltungsaus-
bildung, 1. Aufl. Stuttgart: Arnoldsche Ver-
lagsanstalt, 2007. ISBN 978-3-89790-272-5

1915-1932: NIEDERGANG DES KUNSTGEWERBES UND DER SPAGAT ZWISCHEN MENSCH UND TECHNIK

Noch kurz bevor es zum Ausbruch des ersten Weltkrieges kam wurde im Rahmen des „*Werkbundstreites*“ ein Wendepunkt in der Entwicklung der Gestaltungsausbildung angestoßen. Hermann Muthesius forderte die Einführung von Leitsätzen zur weiteren Arbeit des Werkbundes in der Gestaltungsausbildung. Er verfolgte damit das Ziel, einen gemeinsamen Stil im Design zu schaffen und auszuprägen. Diese Forderung beruhte auf den Entwicklungen der „*zahllosen individuellen Formexperimente des Jugendstils*“.
Muthesius war der Meinung, dass man die sich immer stärker ausbreitende „*Typisierung*“ einzelner Individuen stoppen müsse. Die Gesellschaft sollte wieder stärker in das Zentrum der Gestaltungslehre rücken.
(Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 68)

„*Der Werkbund müsse daran arbeiten, dass das vielgestaltige ästhetische Repertoire der verschiedenen Künstlerpersönlichkeiten nun endlich in einen gemeinsamen Stil münde*“, denn „*(...) nur so könne es deutschen Produkten gelingen, nach innen zur Geschmacksbildung beizutragen und nach außen wirtschaftliche Erfolge zu erzielen.*“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 68)

Es bildeten sich auch Gegenstimmen, die die Meinung vertraten, dass man das individuelle Streben in der angewandten Kunst nicht einschränken und vereinheitlichen dürfe. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 68)

Einen Mittelweg versucht Rudolf Bossel zu definieren. Er vertrat die Meinung, dass es bei der angewandten Kunst vor allem um das Erzeugen lebensnotwendiger Produkte gehe, die vor allem in breiter Masse hergestellt werden. Hierfür brauchte man seiner Meinung nach eine große Anzahl an Entwerfern, die die große Nachfrage auch umsetzen und bedienen können. Infolgedessen war seiner Meinung nach kein Platz für unbegrenzt viele Individualisten. Er vertrat die Einstellung, dass es ein paar sehr ausgeprägte Individualisten geben müsse die neue und innovative Wege suchen, auf der anderen Seite müsse es dann jene größere Gruppe von Entwerfern geben, die die innovativen Ideen in Bezug zur Nachfrage realisieren. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 69)

Der Zugang zu den Kunstgewerbeschulen wurde im Zuge der von Bossel durchgeführten Reformen ebenfalls verschärft. So musste von nun an ein Nachweis vorgelegt werden, der eine mindestens zweijährige handwerkliche Berufserfahrung nachwies. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 69)

Insgesamt lässt sich eine immer stärkere Fokussierung der Gestaltungsausbildung in Bezug zur Wirtschaft feststellen. Es war das Bemühen Bossels, „*die entwerferische Ausbildung im Sinne des Werkbundes so zu gestalten, dass sich die Absolventen am Ende unmittelbar im Produktionszusammenhang einsetzen lassen.*“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 69)

So wurden auch die Aufgaben und die Entwürfe streng an dem „*produzierenden Gewerbe*“ orientiert, um schon in der Ausbildung möglichst viele brauchbare Entwürfe und Erfahrungen zu sammeln. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 69)

Ein weiterer Vertreter dieses Ansatzes war Richard Riemerschmid. Auch er verlangte einen stärkeren Praxisbezug. Einige seiner weiteren Thesen und Ansätze stießen jedoch auf harten Widerstand. So war sein Bestreben, die Ausbildung nicht nur auf diejenigen zu fokussieren, die von sich aus schon überdurchschnittlich begabt waren, sondern eben jene Schüler zu fördern, welche nur mittelmäßig waren. „*Riemerschmid ist der Ansicht, dass die meisten Schüler mit einer kindlichen Begeisterung an die Schule kämen und dass es außerordentlich wichtig sei, >mit großer Vorsicht und Sorgfalt diese frische*

Luft und dieses kindliche Schauen< zu pflegen und zu schonen.“ Er verlangte, den rein auf das Sachliche angelegte Unterricht aufzulockern, da in dieser Form der Lehre jegliche Art der kreativen Entfaltung unterdrückt würde. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit. v. R.Riemerschmid 2007, S. 70)

Entscheidend ist und bleibt aber vor allem der immer wichtiger werdende Praxisbezug mit den produktionsorientierten Werkstätten. Die Handwerksschule in Halle setzt dieses Modell unter der Leitung von Paul Thiersch am erfolgreichsten um. Trotz des damaligen Kriegsgeschehens war er sehr engagiert, die Handwerksschule zu einer der führenden auszubauen und weiterzuentwickeln. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 71)

„*Ich beabsichtige, die Anstalt so zu leiten, dass sie auf handwerklichem Gebiete ihr Bestes leisten wird, und sie so zu fördern, dass sie in künstlerischer Hinsicht allen Anforderungen neuzeitlicher Kunstauffassung gerecht wird. Es ist ferner mein Wunsch, ein reges Verhältnis zwischen Gewerbe- und Kunstgewerbetreibenden sowie Firmen auf kunstgewerblichem Gebiet und der Schule herbeizuführen, derart, dass praktische Aufgaben nach den Forderungen des täglichen Lebens in künstlerischer Weise gelöst werden von ausgewählten Kräften der Schule (Schüler oder Lehrer) und die Erzeugnisse von den ausführenden Kunsthandwerkern oder Firmen praktisch verwertet werden.*“ (K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit. v. P. Thiersch 2007, S. 69)

Der Erste Weltkrieg führt die Gestaltungsausbildung an völlig neue Herausforderungen heran. Der Krieg hinterließ ein starkes Gefühl der Unsicherheit und Orientierungslosigkeit, was dazu führt, dass die ästhetischen Ideale der Vorkriegszeit durch ethische Fragestellungen ersetzt wurden. Die Gestaltungsausbildung wandelte sich nun also von einer stilorientierten hin zu einer sozial orientierten Ausbildung. Dies wurde maßgeblich durch die Ablösung der Monarchie hin zur Republik verstärkt. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 72)

Auf der einen Seite führte die nach dem Krieg vorherrschende Rohstoffknappheit dazu, dass man sich zunächst vermehrt auf die freie Kunst konzentrierte. Gleichzeitig wurde aber durch den gesellschaftlichen Wandel und auch durch die produktionstechnische Entwicklung der Bedarf an neuen Gütern immer größer. Aus diesen Umständen heraus entstand eine der bedeutungstärksten Ausbildungsstätten im Bereich der angewandten Kunst – das Bauhaus. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 72)

Sein Gründer Walter Gropius führte die bereits von Riemerschmid geforderte Idee einer Einheitskunstschule, sprich eine Kunstschule, die sowohl die Architektur, die angewandte Kunst und auch die freie Kunst in einer Institution vereint, ein. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 69)

„*Mit der Orientierung am >Bau< im Gegensatz zum vom Werkbund herausgestellten >Werk< reaktiviert Gropius die vom Jugendstil hervorgebrachte Idee einer gesamt-künstlerischen Gestaltung der Lebenswelt, die im Zuge des Werkbundpraktismus in den Hintergrund getreten war.*“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 72)

Gropius forderte hiermit ein erweitertes Verständnis künstlerischer Gestaltung, bei der nicht nur das zeichnerische und malerische Können gefördert und gefordert wird, sondern Gestaltung vielmehr als ganzheitlicher Ansatz anzusehen ist.

In dem 1923 von Gropius veröffentlichten Ausbildungsprogramm „*Idee und Aufbau des Staatlichen Bauhauses*“ wurde diese Idee Wirklichkeit. Gropius gliederte die Ausbildung in drei aufeinander aufbauende Kernbereiche.

QUELLEN

Kai Buchholz, Justus Theinert: in Design-
lehren, Wege deutscher Gestaltungs-
bildung, 1. Aufl. Stuttgart: Arnoldsche Ver-
lagsanstalt, 2007. ISBN 978-3-89790-272-5

Brockhaus digitale Enzyklopädie:
Bauhaus. URL: [http://www.brockhaus-
enzyklopaedie.de/be21_article.php](http://www.brockhaus-
enzyklopaedie.de/be21_article.php)
Zugriffsdatum: 15.12.2011

An erste Stelle stand die sogenannte Vorlehre, als allgemeine Lehre der Gestaltungselemente und ihrer „*Aufbaugesetze*“. Sie diente als Basis allen weiteren Schaffens und mündete in die Aufnahme einer Lehrwerkstatt, der sogenannten Werklehre und somit dem zweiten Abschnitt des Ausbildungsprogramms. Gropius definierte diesen zweiten Schritt als „*gründliche praktische Werkarbeit in produktiven Werkstätten*“, in der eine intensive Auseinandersetzung mit den unterschiedlichsten Materialien gelehrt und zusätzlich noch durch kaufmännische Grundlagen und eine umfassende Formlehre erweitert wurde. Die letzte Stufe der Ausbildung sah die Einbindung der Studierenden in eine Baulehre vor, in der die Studenten auf Bauplätzen unter Einbringung ihrer handwerklichen Fähigkeiten arbeiteten. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit. v. W. Gropius 2007, S. 73)

„*Besonderes Augenmerk verdient die Vorlehre des Bauhauses, da sie Ideen zur Systematisierung des künstlerischen Elementarunterrichts hervorbringt und gleichsam seismografisch über die Entwicklung des Bauhauses Aufschluss gibt.*“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 73)

Geprägt wurde dieser Vorkurs maßgeblich durch Johannes Itten, der erstmals verstärkt pädagogische Methoden einsetzte, um die „*natürlichen Anlagen des Schülers zur Entfaltung zu bringen*“.
(Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit., 2007, S. 73)

„*Grundsätzlich ist Ittens Unterricht darauf ausgerichtet, sowohl das spürend-subjektive Erkennen als auch das gesetzmäßig-objektive Erkennen als wichtige Dimension im gestalterischen Prozess zu fördern.*“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 74)

Diese Ansätze wurden später durch die Ansichten Ittens Nachfolger, László Moholy-Nagy, der ein sozialistisch-materialistischeres Menschen- und Weltbild vertrat, ersetzt.

„*Der Gesamtaufbau seines Grundlagenunterrichts vollzieht sich in drei Schritten: vom Material über das Volumen (Plastik) zum Raum (Architektur). Das ist sicher ganz im Sinne von Gropius, der ja als Ziel der Bauhauslehre die Mitwirkung am >Bau< im Auge hatte. Auch die weltanschauliche Einstellung Moholy-Nagys scheint sich hier besser als diejenige Ittens einzufügen, ist sie doch mit einer aufgeschlossenen Haltung gegenüber der modernen Technik, wie sie jetzt im Bauhaus gefordert wird, wesentlich leichter in Einklang zu bringen.*“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 75)

ERGÄNZUNG ZUR ENTWICKLUNG DES BAUHAUSES: DEFINITION LAUT BROCKHAUS ONLINE-ENZYKLOPÄDIE

„*Bauhaus:*

Staatliches Bauhaus, von W. Gropius 1919 in Weimar durch Zusammenschluss der dortigen Hochschule für Bildende Kunst mit der Kunstgewerbeschule gegründete Schule mit Werkstätten für gestaltendes Handwerk, Architektur und bildende Künste, die pädagogische und künstlerische Reformideen vertrat und zu einem einflussreichen kulturellen Zentrum in der Weimarer Republik wurde. Beeinflusst vom Deutschen Werkbund und der Arts and Crafts Movement forderte Gropius in dem 1919 veröffentlichten Manifest und ersten Programm die Einheit aller bildenden Künste unter Führung der Baukunst und erklärte das handwerklich-technische Können zur unerlässlichen Grundlage des künstlerischen Schaffens. Bis 1923 vollzog das Bauhaus eine stärkere Hinwendung zur industriellen Produktion (Industriedesign). Zweckmäßige, materialgerechte Entwürfe für die preisgünstige Massenproduktion sollten ansprechendes Design für jedermann käuflich erwerbbar machen, womit das Bauhaus auch sozialutopische Ideen verfolgte. – Die enge Verbindung von Kunst, Handwerk und Industrie spiegelte sich im Lehrbetrieb des Bauhauses wider. Der Vorlehre (bis 1923 von J. Itten geleitet), die eine Einführung in die künstlerische Gestaltung war, folgten die erweiterte Formlehre und die Ausbildung in den Werkstätten, deren Produkte auch verkauft wurden. Zu den ersten Werkstätten gehörten Weberei, Buchbinderei, Druckerei und die Metallwerkstatt. Später kamen u. a. Werkstätten für Bildhauerei, Wandmalerei, Tischlerei, Töpferei sowie eine Bühnenabteilung hinzu. Eine eigene Abteilung für Architektur wurde erst 1927 eingerichtet, zwei Jahre später eine weitere für Fotografie. Als Mitarbeiter begannen unter Gropius 1919: L. Feininger, J. Itten, G. Marcks, Adolf Meyer; 1920: G. Muche; 1921: P. Klee und O. Schlemmer; 1922: W. Kandinsky; 1923: L. Moholy-Nagy.“ (Brockhaus, 2011)

Entwicklung eines gemeinsamen Stils zur Geschmacksbildung und wirtschaftlichen Erfolgssteigerung

Die Einführung eines gemeinsamen Stils wurde maßgeblich durch die Einführung von Leitsätzen und der Forderung nach einzelnen Gestaltungsindividualisten die durch eine große homogene Masse von Gestaltern unterstützt werden sollten, geformt.

Effektivere Verzahnung von Gestaltung und gewerblicher Produktion

Eine stärkere Verzahnung von Ausbildung und gewerblicher Produktion wurde durch verschärfte Zugangsvoraussetzungen (zweijährige handwerkliche Berufserfahrung), sowie durch Entwürfe und Arbeiten die strenger an dem „produzierenden Gewerbe“ orientiert waren, erreicht.

Eine ganzheitlich Orientierte Einheitsschule

Nicht mehr nur die Zeichnerischen und Malerischen Kompetenzen werden gefördert, sondern ein ganzheitliches Gestaltungsverständnis wird geschaffen. (Drei-Stufen Modell von Walter Gropius) Gestaltung wird erstmals aktiv als ganzheitlicher Prozess verstanden, der neben einer handwerklich fundierten Ausbildung auch ein theoretisch-praktischen Grundlagenverständnis und eine aktive Praxiserfahrung am >Bau< als Ziel hat.

Rückbesinnung auf das Handwerk in experimentell - ganzheitlichem Sinne

Nicht in dem Sinne vergangene Stile industriell reproduzieren zu wollen, sondern auf experimentell- ganzheitlichen Wege eine neue Formsprache zu entwickeln, die den neuen industriellen Herstellungsprozessen gerecht wird.

Gestaltungsausbildung 1933 bis 1945

QUELLEN

Kai Buchholz, Justus Theinert: in Design-
lehren, Wege deutscher Gestaltungsaus-
bildung, 1. Aufl. Stuttgart: Arnoldsche Ver-
lagsanstalt, 2007. ISBN 978-3-89790-272-5

1933-1945: ZURÜCK ZUM HANDWERK

Durch den Einfluss der nationalsozialistischen Diktatur wurde auch die Gestaltungslehre neu definiert und in neue Wege gelenkt. Mit der Übernahme der Macht und im Zuge der Schließung des Bauhauses wurde in das Zentrum der Ausbildung die handwerkliche Arbeit gesetzt. Der Fokus der Gestaltungsausbildung diente von nun an überwiegend Propaganda- und Repräsentationszwecken. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 110)

Die Ausbildungsidee und die Motive des Bauhauses werden im Zuge der Schließung, aus Deutschland hinaus und nach Chicago getragen, wo Maholy-Nagy 1937 das „*New Bauhaus*“ gründete. Im Zeichen des Industriedesign entwickelt sich das Bauhaus in Chicago weiter. Maholy-Nagy versucht vor allem den „*Vorkurs*“ des drei-Stufen-Modells von Gropius noch weiter zu optimieren. So war er einer der ersten, die sich dafür einsetzten, Kurse in Semiotik, Kybernetik und Mathematik stärker in die Gestaltungsausbildung zu integrieren. „*Bereits in seiner ersten Ansprache am New Bauhaus betont Maholy-Nagy, dass die gestalterische Arbeit nicht nur unter wirtschaftlichen und ästhetischen, sondern auch unter moralischen Gesichtspunkten betrachtet werden müsse(...)*“ Maholy-Nagys Anregungen stießen jedoch auf Widerstand, da im vorgeworfen wurde, in der Gestaltungsausbildung zu elitär und zu wenig marktorientiert agiert zu haben, woraufhin das New Bauhaus 1938 geschlossen wurde. Aber bereits im folgenden Jahr wurde es unter dem Namen School of Design wiedereröffnet. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit. 2007, S. 112)

Grundsätzlich war von der Ausrichtung der Bauhauslehre in der Gestaltungsausbildung des Dritten Reiches nicht sehr vieles erhalten geblieben. Der Ansatz, das Handwerk als Grundlage künstlerischer Ausbildung zu sehen, wurde jedoch übernommen. Die handwerkliche Ausrichtung wurde zum Leitgedanken der Ausbildung, was letztlich auch zur Umbenennung der Gestaltungsschulen in „*Handwerksschulen*“ führte. Als Maßstab der Reformen ist in dieser Zeit die Staatliche Hochschule für bildende Künste in Weimar zu nennen. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 114)

„*Im Bereich der angewandten Kunst organisiert Schulze-Naumburg die Ausbildung nach den Vorstellungen des praktizierenden Handwerks. Um möglichem >Dilettantismus< vorzubeugen, nimmt er nur Schüler an, die bereits die Gesellenprüfung abgelegt haben: >Auf der sicheren Grundlage handwerklichen Könnens baut die Weimarer Schule auf. Auf dieser Grundlage sucht sie die handwerklichen Aufgaben für unsere Zeit zu meistern.<*“ (K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit. v. Schulze-Naumburg, 2007, S. 114)

Durch die Reformen der Gestaltungsausbildung im Dritten Reich wurde nicht nur die künstlerische Ausbildung wieder näher an das Handwerk herangeführt, auch ein Umdenken in Bezug der gesamten künstlerischen Ausrichtung manifestierte sich stärker denn je. So war nicht mehr die Entwicklung des einzelnen Individuums in der künstlerischen Entwicklung gefragt, sondern der Nutzen, den der einzelne für das „*Volksganze*“ leistete. Die Gestaltungsausbildung stand somit in vollem Dienste des Volkes und sollte einzig dessen Bedürfnisse wunschgemäß befriedigen. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 115)

Als ein Formgeber dieser Reformen und Entwicklung ist unter anderem Hermann Schiebel zu nennen, der die Neuausrichtung der Ausbildung konsequent „im Dienste des bodenständigen Handwerks“ umzusetzen versuchte. Er setzte sich stark dafür ein, dass die zu entwickelnden Gebrauchsgegenstände, den „*deutschen Formen und deutschen Werten, wie Sparsamkeit, Ordnung, Zweckmäßigkeit und Schlichtheit*“ entsprechen sollten. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit. v. Hermann Schiebel, 2007, S. 115)

„*Die starke Betonung der handwerklichen Arbeit an den Schulen darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass im Dritten Reich neben handwerklicher Volkskunst auch ein neoklassizistischer Repräsentationsstil sowie ein sachlich-schlichtes Industriedesign gepflegt werden.*“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 117)

Somit war die Gestaltungsausbildung dieser Zeit durch das Ziel eines handwerklichen, im Dienste des Volkes stehenden Industriedesigns geprägt.

Aber auch die Werbung gewann in der deutschen Gestaltungsausbildung immer mehr an Bedeutung. 1939 wird durch den Werbepsychologen Hans Domizlaff, mit seiner Veröffentlichung „*Lehrbuch der Markentechnik*“ der Grundstein für den Ansatz des Corporate Design gelegt. Sowohl die Werbung als auch der Ansatz eines Corporate Designs wurden im Dritten Reich von den Nationalsozialisten aufgegriffen und verstärkt zum Zwecke der Propaganda angewandt.

Zurück zum Handwerk

Der Schritt zurück zum Handwerk wird sowohl durch die Schließung des Bauhauses, durch eine Fokussierung auf das praktizierenden Handwerk, sowie die Verschärfung der Zugangsberechtigung (Gesellenprüfung als Voraussetzung) umgesetzt. Verdeutlicht und öffentlich wird diese Entwicklung durch die Umbenennung der Gestaltungs-schulen in Handwerksschulen.

Funktionales deutsches Industriedesign

In der Gestaltungsausbildung wird der Fokus von nun an auf Gebrauchsgegenstände mit „deutschen“ Werten (Sparsamkeit, Ordnung, Zweckmäßigkeit, Schlichtheit) gesetzt.

Design als Propagandazweck

Die aufkeimende Werbung und das Corporate Designs werden vom Dritten Reich zu Propagandazwecken genutzt

Gestaltungsausbildung 1946 bis 1959

QUELLEN

Kai Buchholz, Justus Theinert: *Designlehren, Wege deutscher Gestaltungsausbildung*, 1. Aufl. Stuttgart: Arnoldsche Verlagsanstalt, 2007. ISBN 978-3-89790-272-5

1946-1959: VOM HANDWERK ZUR MASSENPRODUKTION

Nach dem Kriegsende standen die Gestaltungsschulen nicht nur vor dem Problem der Zerstörung und des Wiederaufbaus, ihnen wurde auch klar, dass sie vor allem eine „geistig-inhaltliche Erneuerung“ brauchten. Einer Reform standen jedoch viele Gegenstimmen der Schulbehörden im Weg, die an den alten Strukturen festhielten und einen Ausbau und die damit verbundene Reform ausbremsten. Der an der Akademie der bildenden Künste und der Staatlichen Hochschule für Werkkunst in Dresden tätige Architekt Mart Stam führt nach dem Krieg als Erster eine neue Struktur und Ausrichtung der Gestaltungsausbildung durch. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 149)

„Als ehemaliger Bauhaus-Lehrer plädiert er für eine Synthese von bildender Kunst und Formgestaltung unter dem Primat der Architektur, die, wie er zukunftsweisend formuliert, auf ›industrielle Gestaltung‹ abzielen soll.“
(K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 149)

Sein Ziel war es, eine auf die Industrie gerichtete Gestaltungsausbildung zu etablieren. 1950 wird er Rektor der Hochschule Berlin-Weißensee und setzt dort seine Ziele weiter fort. Er gründete hier das Institut für industrielle Gestaltung. Im Zuge der sog. Formalismus-Debatte muss er jedoch 1953 die DDR verlassen. Bis dahin hat er jedoch sein Hauptziel erreicht. Er führte eine neue Abteilung ein, die sich mit der Entwicklung von industriellen Produkten befasste. Auf diese Weise kam er seinem Bestreben nach industrieller Gestaltung in der Praxis näher. So entstand unter der Leitung von Ernst Rudolf Vogenauer der erste Gestaltungsstudiengang für Industrieformgestaltung in der DDR. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 149)

Ansätze der Bauhauslehre fanden wieder vermehrt Anwendung in der Ausbildung. Rudi Högner formte die Entwicklung zur industriellen Formgestaltung mit. So etablierte er das „*technische Design*“ als wichtigen Bestandteil in eine auf die industrielle Gestaltung gerichtete Ausbildung.
„Nicht nur die Regelgeometrie des Bauhauses, sondern auch die Freiformen und ihre rhythmisch-seriellen Verwandlungen in Linien und Netze, in Fläche und Raum, bilden die konstruktive Experimentierbasis seines Unterrichts.“
(Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit., 2007, S. 150)

Einen weiteren sehr prägenden Schritt in der Gestaltungsausbildung begründete die Ulmer Hochschule für Gestaltung, gegründet 1947 von Inge Scholl, Otl Aicher und Hans Werner Richter.
„Sie wollen kritische Literaten, Journalisten und Politiker ausbilden, um ein Wiederaufkeimen des Faschismus zu verhindern, ein demokratisches Bewusstsein zu schaffen und gesellschaftliche Reformen mitzugestalten. Dieser Anspruch findet sich nicht nur in den Lehrinhalten wieder, sondern auch in einer liberal und eigenverantwortlich organisierten Unterrichtsform.“
Dabei soll die Gestaltung in das Zentrum der Konzeption gestellt werden, was durch den ersten Rektor der HfG Ulm Max Bill Realität wird: Die Ulmer Schule – das neue Bauhaus. Durch die Einbindung ausländischer Lehrkräfte gelang es der HfG Ulm schnell zu einer internationalen Ausrichtung zu gelangen. Der Aufbau des Studiums richtete sich in den Grundzügen nach denen des Bauhauses, so gab es für den Einstieg in das Studium die Grundlehre, sowie die erweiterten Fachbereiche der Produktform, der Architektur, des Stadtbau und der Information und Visuellen Kommunikation. Diese dienten einer interdisziplinären Entwicklung in der Ausbildung.
(Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit., 2007, S. 150)

Es entstand in den folgenden Jahren ein Spannungsfeld zwischen dem Bestreben der HfG Ulm und den neu ausgerichteten Ausbildungsstätten der DDR. Hans Schwippert, der damalige Vorsitzende des Deutschen Werkbundes trifft folgende Differenzierung: Während die Werkkunstschulen ihren Schwerpunkt

in dem „*Seelisch-Formalen*“ haben, sind die Kunsthochschulen auf das „*Geistig-Inhaltliche*“ und die Fachschulen auf das „*Materiell-Stoffliche*“ ausgerichtet. Die HfG Ulm beschränkt sich mit ihrer Ausrichtung einen neuen „*Rational-Prozessualen*“ Weg der Ausbildung. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 151)

Immer stärker entwickelte sich eine systematisiertere Vorkurslehre mit grundlegenden, allgemeingültigen und von jeglichen Stilrichtungen losgelösten Tendenzen, als Basis der Gestaltungsausbildung.

Durch die in den 50er Jahren zunehmende Rationalisierung der Produkte wurde eine solche rationale Denkweise auch auf die Gestaltungslehre übertragen.
„Methodische Ansätze aus der Arbeitswissenschaft und dem ›operation research‹ werden durch Bruce Archer und Christopher Jones aus England in die Designdebatte eingebracht.“
Diese Entwicklung führte zu einer Zerspaltung der führenden Gestaltungspersönlichkeiten. Während sich die HfG gegenüber den Rationalisierungstendenzen sehr offen zeigte, war dessen Direktor Max Bill gegen eine solche Entwicklung, da sie zu einer Abkehr und dem Verlust des Bauhausgedankens führen würde. Auf Grund dieser Entwicklungen tritt Max Bill zurück und verlässt kurz darauf die HfG. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 153)

Die Ausrichtung der HfG Ulm wurde in den folgenden Jahren immer wissenschaftlicher (durch Disziplinen wie: Semiotik, Ergonomie, Kybernetik etc.). Die Grundlehre wurde zunehmend systematisierter und auf die Arbeit in den einzelnen Abteilungen ausgerichtet, um schlussendlich die Praxis im Dienste der Industrie zu stärken. Gleichzeitig regt ein Austausch in Arbeitsgruppen zwischen Praktikern (z. B. Otl Aicher), Methodikern (z. B. Horst Rittel) und Theoretikern (z. B. Max Bense) eine sehr vielfältige Entwurfsmethodik mit unterschiedlichen Sichtweisen und Diskussionsgrundlagen an. *„Ein Novum in der deutschen Ausbildungslandschaft.“*
(Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit., 2007, S. 153)

Die HfG Ulm stieg schnell zur führenden Elite auf, die durch ihren steigenden Erfolg und ihr Gebären jedoch auch sehr schnell als dogmatisch und überheblich wahrgenommen wurde.

Die Entwicklungen der HfG, die auf eine rationale Ausrichtung der Gestaltungslehre in Bezug zur Praxis (der Industrie) ausgerichtet war, fand nicht allorts uneingeschränkte Zustimmung. Im Allgemeinen drängten die meisten Hochschulen jedoch auf eine stärkere Ausrichtung der Ausbildung an die industrielle Fertigung. Somit entwickelte sich Design in dieser Zeit im Dienste der Massenproduktion zu einem funktional und rational orientierten Produkt.

Wiederaufbau und inhaltlich- strukturierte Neuausrichtung

Industriedesign im Dienste der **Massenproduktion** als funktional, rationales Produkt

Die Einführung neuer Abteilungen wie „Gerät“ begründeten die Grundlage erster Gestaltungsstudiengänge für Industrieformgestaltung. Durch methodische Ansätze aus der Arbeitswissenschaft (u.a. Dem operation research) wurde der Ansatz des funktionalen, rationalen Industriedesigns weiter voran getrieben.

Steigerung eines **wissenschaftlichen Anspruchs**

Die Systematisierung einer allgemeingültigeren Vorkuslehre als Basis der Gestaltungsausbildung wird durch den Austausch von Praktikern, Methodikern, Theoretikern sowie industrieerfahrene Lehrkräfte und direktem Kontakt zur Industrie, vorangetrieben. Eine vielschichtige Sichtweise wird möglich. Durch Disziplinen wie Semiotik, Ergonomie, Kybernetik etc. wird die wissenschaftliche Sichtweise in die Gestaltungsausbildung eingebunden.

Gestaltungsausbildung 1960 bis 1970

QUELLEN

Kai Buchholz, Justus Theinert in Design-
lehren, Wege deutscher Gestaltungsausbil-
dung, 1. Aufl. Stuttgart: Arnoldsche Verlags-
anstalt, 2007 ISBN 978-3-89790-272-5

Klaus Lehmann in Designlehren, Wege
deutscher Gestaltungsausbildung
Hrg. Kai Buchholz, Justus Theinert
1. Aufl. Stuttgart: Arnoldsche Verlagsan-
stalt, 2007 ISBN 978-3-89790-272-5

1960 - 1970: POLITIK UND REFORM:

Der Erfolg der Gestaltungshochschulen und die steigende Nachfrage in der
Wirtschaft war in den 60er Jahren vor allem auf die „fundierte, differenzierte
und fachbezogene Grundlehre, industrieerfahrene Lehrkräfte, einen direkten
Kontakt zur Industrie sowie ein gutes theoretisches Angebot an technischen,
wirtschaftsorientierten und wissenschaftlichen Fächern“ zurückzuführen.
(Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit., 2007, S. 188)

In den Anfängen der 70er Jahre fand ein großer Umbruch auf verschiedenen
Ebenen der Gestaltungsausbildung statt. Die strukturellen Orientierungsver-
suche nach dem Zweiten Weltkrieg näherten sich ihrem Höhepunkt.

Eine der entscheidenden Reformen dieser Zeit war die Angliederung der
Werkkunstschulen in eigenen Fachbereichen, an Gesamt- oder Fachhoch-
schulen. Die Kunsthochschulen und die Hochschulen für Gestaltung blieben
als weitere Modelle parallel bestehen. Hiermit wurde ein wesentlicher Schritt
zur Annäherung an eine wissenschaftlich fundiertere Grundausbildung
gelegt. In dieser Entwicklung zeigte sich eine klare Orientierung an den
Strukturen und Zielen der HfG Ulm, die stets für eine Verwissenschaftlichung
des Unterrichts plädiert hatte. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 230)

Es stellt sich die Frage, warum eine wissenschaftlichere Grundlage der
Gestaltungsausbildung immer wichtiger wurde. Hierzu trifft Klaus Lehmann
in einem Interview folgende Aussage:

„Bis in die Zeit des Bauhauses war Kunsthandwerk sehr anerkannt. Es gab
noch keine Kluft zwischen Kunsthandwerk und Design. Das änderte sich im
Dritten Reich: Die Entwürfe für Geschmacksgüter wurden nun sehr bäuerlich
und volkstümlich und verloren an Qualität. So gab es hier nach dem Krieg keine
Anknüpfungspunkte. Für die junge Generation war die Abgrenzung zum Kunst-
handwerk, aber auch zur Kunst sehr ausgeprägt. Das war sicherlich ein Motiv,
sich in die wissenschaftliche Richtung zu entwickeln. Möglicherweise hing es
auch mit der mangelnden Akzeptanz der Entwerfer in der Industrie zusammen.
Wenn Gestalter in die Fabriken oder in die Konstruktionsbüros kamen, wurden
sie nicht für voll genommen, weil sie nicht mal eine technische Zeichnung
anfertigen konnten. So bezog sich die Verwissenschaftlichung zunächst auf
Felder wie Konstruktionslehre und Fertigungstechnik. Ulm brachte dann die
Ausrichtung der Lehre nach dem Entwicklungsprozess, also dem Vorgehen in
der professionellen Praxis. Man versuchte, den kreativen Prozess als Folge von
logischen Schlüssen zu definieren.“ (Klaus Lehmann, 2007, S. 197)

Neben dieser Verwissenschaftlichung entwickelte sich jedoch in den Jahren
auch ein zunehmender Machtkampf zwischen den Theoretikern und den
Praktikern in der Ausbildung. So verlangte beispielsweise Otl Aicher das der
Schwerpunkt wieder auf die Gestaltung gelegt werden müsse und man die
Theorie als begleitende Fächer ansehen sollte. Im Zuge der Streitigkeiten,
die mittlerweile sogar an der Öffentlichkeit ausgetragen wurden, war auch
die Forderung nach der Grundlehre als Basis der Ausbildung wieder stärker
geworden. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 189)

Otl Aicher setzte als „Praktiker“ in der Visuellen Kommunikation neue Maß-
stäbe. So schuf er mit dem Erscheinungsbild für die Lufthansa eine bis dato
nicht da gewesene Komplexität, Konsequenz und Detailliertheit in der Gestal-
tung eines Firmenauftrittes. Die Praktiker der HfG Ulm erlebten Hochkon-
junktur. Aber die HfG Ulm litt zunehmend unter den Streitigkeiten zwischen
den Theoretikern und Praktikern so das sich ein Zerfall der HfG bald immer
deutlicher abzeichnete. So verließen viele zentrale Persönlichkeiten u. A. Otl
Aicher die HfG. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 190)

Trotz dessen setzte die HfG Ulm einen weiteren entscheidenden Anstoß in der
Gestaltungsausbildung. Durch die Einbindung neuer Medien wie Film und
Computergrafik wurde eine Grundlage für die Kompetenz des Interface-Designs
gelegt. Welche Rolle dies in der heutigen Zeit spielen würde, war zu der dama-
ligen Zeit jedoch noch nicht absehbar. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 190)

„Gui Bonsiepe, vormals Student der Abteilung Information und nun Dozent an
der HfG, wird einer der wichtigen Theoretiker auf diesem Gebiet, zudem prägt
er die weitere Entwicklung der Lehre durch den gemeinsam mit Herbert Lin-
dinger formulierten Rahmenplan des Verbandes Deutscher Industrie-Designer
(VDID) zur Designausbildung.“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 190)

Die wesentlichen Kernaspekte dieses Rahmenplans sahen vor, dass es eine
vereinheitlichte Grundlagenausbildung in den ersten beiden Studienjahren
an allen Schulen geben sollte, um beispielsweise ein Wechsel zwischen den
Schulen zu ermöglichen und um zu verhindern, dass „an jeder beliebigen
Schulart ein Design-Studium eingeführt wird“. Weiterhin sollte ein einjähriges
Zwischenpraktikum die Praxiserfahrung der Studenten steigern.
(Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit., 2007, S. 190)

Diese Grundüberlegungen sind im wesentlichen bis in die Reformen des
Bologna-Prozesses eingeflossen. Eine verbindende Basis, die einen Aus-
tausch zwischen den Hochschulen ermöglicht (nun sogar international).
Auch das Zwischenpraktikum hat sich an den meisten Hochschulen bis heute
durchgesetzt (doch hierzu im Kapitel „Ist-Situation der Designausbildung in
Deutschland“ mehr).

Diese Reformen, die Orientierung an den Zielen der HfG Ulm, sowie schließ-
lich der im Jahre 1967 ausgearbeitet Darendorfplan (er begründete das
Modell der Fachhochschulen als berufsbildende Universitäten), führten im
wesentlichen zu den bereits erwähnten Angliederungen der Werkkunstschulen
in eigenen Fachbereichen an Gesamt- oder Fachhochschulen, sowie der
Positionierung als Kunsthochschulen oder Hochschulen für Gestaltung.
(Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 192)

„Die bundesweite Errichtung von Fachhochschulen beendete schlagartig alle
Reformbewegungen in der Bundesrepublik. Die zu diesem Zeitpunkt gesicherten
Methoden nach Ulmer Vorbild wurden mehr oder weniger flächendeckend
zur Grundlage der teils bis heute gültigen Studienordnungen.“ (K.Buchholz,
J. Theinert, 2007, S. 195)

Die so genannte „Studentenrevolte“ in den 70er Jahren führte als zweiter
wichtiger Entwicklungsschritt neben den Reformen zu einem inhaltlichen
Umdenken aller Beteiligten. Gesellschaftliche und politische Fragestellungen
rückten wieder zunehmend in den Mittelpunkt der Gestaltungsausbildung.
(Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 230)

„Zeitgleich wird auch in der DDR daran gearbeitet die mittlerweile etablierte
Ausbildung zu verbreitern und weiter zu professionalisieren. Wissenschaftliche
Anforderungen, eine komplexe Technologieentwicklung, neue soziale und
kulturelle Bedürfnisse sowie Veränderungen im Verhältnis der Geschlechter
sind die Zeichen der Zeit.“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 230)

So kann sich die Gestaltungsausbildung nach langen strukturellen
Orientierungsversuche wieder inhaltlichen Fragestellungen widmen.

Reform der Gestaltungsbildung

Neuordnung und Strukturierung eines wissenschaftlich fundierten Studiums

Die Reformen der Gestaltungsbildung werden vor allem durch die Errichtung von Fachhochschulen und die Angliederung der Werkkunstschulen in eigenen Fachbereichen vorangetrieben und schlussendlich durch die Rahmenbedingungen des VDiD, der Orientierung an der HfG Ulm und dem Darendorfplan realisiert.

Eine vereinheitlichte Grundlagenausbildung

Es wird eine vereinheitlichte Grundlagenausbildung in den ersten beiden Studienjahren an allen Schulen angestrebt, um beispielsweise einen Wechsel zwischen den Schulen zu ermöglichen. Gleichzeitig soll ein Praxissemester zur Ausprägung praktischer Fähigkeiten am realen Arbeitsmarkt dienen.

Gestaltungsausbildung 1971 bis 1986

QUELLEN

Kai Buchholz, Justus Theinert: *Designlehren, Wege deutscher Gestaltungsausbildung*. 1. Aufl. Stuttgart: Arnoldsche Verlagsanstalt, 2007. ISBN 978-3-89790-272-5

1971-1986: IM ZEICHEN DER WISSENSCHAFT UND VERANTWORTUNG:

Durch die vorangegangenen Reformen und die Studentenbewegungen rückte eine inhaltliche Ausrichtung der Designausbildung in den Vordergrund der Diskussionen und Entwicklungen.

„Im Zentrum stehen dabei zwei Fragen: 1. Wie lassen sich wissenschaftliche Methoden und Erkenntnisse sinnvoll in das Studium integrieren? 2. Wie kann ein Studium aussehen, das nicht einfach nur den Interessen der produzierenden Unternehmen zu Diensten ist, sondern nach den tatsächlichen Bedürfnissen der Menschen und nach den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen des Entwurfens fragt?“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 230)

Odo Klose verfasste 1973 in einem Studienführer hierzu folgende passenden Annahmen: Seiner Meinung nach werde das Design der Zukunft immer stärker von anderen Disziplinen abhängig werden, gleichzeitig jedoch auch einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, in Zukunft gegen die Zerstörung der Umwelt durch die Industrialisierung zu wirken.

Das Design sollte „nicht im Bereich historischer Imitation, subjektiver Aussagen, funktionalistischen Unvermögens liegen, sondern vom Wunsch des Menschen nach einer schöneren und damit auch humaneren Welt geprägt sein.“ (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, mit e. Zit., S. 231)

Die Designtheorie und mit ihr unterschiedliche Ansätze gewannen zunehmend an Bedeutung in der Designausbildung. „Design wird zu einer Sinngebungshandlung. Mit Hilfe kybernetischer Modelle wird hier der Versuch unternommen, semiotische Methodologie für die Praxis des Planens und Entwurfens verwertbar zu machen.“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 231)

In dem sog. Bauhauskolloquium wurden erstmals in einem gemeinsamen Kontext von Theoretikern, Praktikern und Publizisten aktuelle Probleme in der Architektur, dem Städtebau und der Formgestaltung in Bezug zu aktuellen gesellschaftlichen Prozessen und sozialer Verantwortung diskutiert. In Halle an der Burg Giebichenstein wurde eine Abteilung für Theorie und Methodik gegründet die zum Ziel hatte, ein interdisziplinäres Arbeiten mit anderen Disziplinen und Fachbereichen zu fördern und zu fordern. An der Kunsthochschule Berlin Weißensee entwickelte sich die theoretische Ausrichtung dahin gehend, dass zukünftig die „gesellschaftlichen und ästhetischen Konsequenzen von Design“ im Vordergrund standen. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit., 2007, S. 232)

Victor Papanek bringt diesen Aspekt der gesellschaftlichen Verantwortung von Design zu Beginn der 70er Jahre in die allgemeine Diskussion der Designausbildung mit ein. „Angefangen von seinem viel beachteten Buch ›Design for the Real World‹ (1971) bis zu seiner Monografie ›The Green Imperativ‹ (1995) geht es Papanek darum, ein verantwortungsvolles Design anzumahnen, das seine Scheuklappen ablegt und bewusst nach Strategien gegen soziale Ungerechtigkeit und ökologische Bedrohung sucht: ›Wenn Design ökologisch verantwortungsvoll und sozial mitfühlend sein will, muss es revolutionär und radikal sein. Es muss sich dem Naturprinzip des geringsten Aufwandes verschreiben, anders ausgedrückt: minimales Repertoire für maximale Vielfalt ... oder: aus dem wenigsten das meiste machen. Das bedeutet, weniger zu konsumieren, Dinge länger zu gebrauchen, Materialien wiederzuverwerten (...).“ (K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit. v. Victor Papanek, 2007, S. 232)

Umgesetzt wird diese Vorstellung der Designausbildung erstmals von Hans Roericht an der Hochschule der Künste Berlin. „Auf einzigartige Weise verbindet Roericht in seinem Unterricht methodische Klarheit und kreative Offenheit, wissenschaftlichen Anspruch und schöpferische Freiheit. In einer Vielzahl von Grundlagenübungen und Studienarbeiten lässt er seine Studenten spezifische

Lebensräume und -situationen erkunden, in Vor-Ort-Projekten Erfahrungen sammeln oder künstlerische Repertoirebildung durch Variantenerzeugung entwickeln.“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 233)

Die Designausbildung wurde zunehmend offener gegenüber anderen Disziplinen, verband seine Absichten zunehmend mit den Bedürfnissen der Gesellschaft und dies im Idealfall mit einem bewussten Umgang zur Umwelt. Es entstand eine große Bandbreite an „theoretisch-pädagogischen Konzepten auf dem Hintergrund der Ulmer Methodik (.).“ Einzelne Hochschulen wie beispielsweise die Fachhochschule Schwäbisch Gmünd versuchten jedoch den bestehenden Methoden treu zu bleiben und sich gegen neue Konzepte und Versuche zu sperren. Dadurch gerieten sie jedoch im Laufe der Zeit in eine Art „gestalterische Einseitigkeit“ welcher ein Bezug zu allgemeinen Entwicklungen in der Gesellschaft abhanden gekommen scheint (trotz des Einsatzes moderner Medien). (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit., 2007, S. 233)

Die sich immer weiterentwickelnde theoretische Auseinandersetzung hatte auch Einfluss auf die Grundlehre. Heinz Habermann beispielsweise plädierte im Zuge dieser Entwicklungen für eine Differenzierung in der Grundlehre. „Im gestalterischen Bereich ist die Auseinandersetzung mit irgendwelchen mehr oder minder formalen oder farblichen Phänomenen [...] nicht ausreichend. Vielmehr sind gestalterische Grundlagen auf die jeweilige Zielsetzung der Arbeit auszurichten [...], um dann den Fragen nachzugehen: Wie kann man das damit verbundene Ziel erreichen? Was ist dabei zu bedenken?“

So sieht Habermann es als unabdingbar an, einen eigenen Grundlagenunterricht sowohl für das Kommunikationsdesign (Visuelle Gestaltung) als auch für das Industriedesign zu etablieren. Das daraus entstandene fachbezogene Grundlagenstudium fand zunehmend Anwendung. So z. B. auch an der Kunsthochschule Berlin Weißensee. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit. v. H.Habermann, 2007, S. 233-234)

Diese Differenzierung des fachspezifischen Grundlagenstudiums hat sich bis in die heutigen Strukturen der Designausbildung durchgesetzt. Ob dies auch heute noch der richtige Weg ist, wird sich in den späteren Betrachtungen deutlicher zeigen.

Diese Frage stellt auch der Maler und Kunstpädagoge Fritz Seitz. Seiner Meinung nach diene die Grundlehre eben gerade nicht einer fachspezifischen Grundausbildung, es sei vielmehr ein „originäres Suchen, Erkunden und Erfinden, um jenseits von vorgebahnten Wegen Konventionen und Gebräuchliches abzuschütteln. Eine Herangehensweise, bei der bewusst alle Anfänger - unabhängig von der späteren fachlichen Orientierung - zusammengebracht worden seien und bei der die Lehrer selbst hätten mitlernen dürfen und müssen“. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit., 2007, S. 235)

Auch die Einführung des Computers in die Designausbildung ist im Zuge des Grundlagenunterrichts ein wichtiger Aspekt. Wird der Computer doch als Chance angesehen, die Ziele eines Designs auf die mathematisch-funktionalen Fähigkeiten des Computers herunterzubrechen, was dem Studenten wiederum die Chance gibt, seine Ziele klar und systematisch zu durchdenken. Auch in der grafischen Anwendung wird der Computer als Chance für intuitives Kreieren gesehen, lassen sich doch relativ schnell Form- und Farbvariationen erstellen, die dann bewertet werden könnten. Doch von Beginn an sind erste Kritiker dem neuen Medium als Entwurfs- und Darstellungsform skeptisch gegenüber eingestellt. Wenn auch nur hypotetischer Natur, da die Verbreitung und auch die Technik der Computer doch noch sehr vereinfacht und eher selten war. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 233-234)

Vernetzung der Disziplinen und Spezialisierung der Grundlagenlehre

Die Vernetzung der Fachgebiete und Disziplinen durch Designtheoretische Auseinandersetzung hat zum Ziel interdisziplinärer und wissenschaftlich fundierter arbeiten zu können (Glaubwürdigkeit stärken, vielseitigere Perspektiven erfahren etc.). Der immer stärker werdende interdisziplinäre Austausch, sowie eine immer komplexer werdenden Designtheorie führen schließlich zu einer Spezialisierung der Grundlagenlehre.

Gesellschaftliche Bedürfnisse und Umwelteinflüsse

Durch die Zusammenarbeit von Theoretikern, Praktikern, Verlegern etc. (z. B. Im Bauhaukskolloquium), sowie Methodenlehre, Konzeptionlehre und einer verstärkt theoretische Basis, werden gesellschaftliche und umweltbedingte Bedürfnisse stärker in das Design integriert und umgesetzt.

Gestaltungsausbildung 1987 bis 2007

QUELLEN

Kai Buchholz, Justus Theinert: *Designlehren. Wege deutscher Gestaltungsausbildung*. 1. Aufl. Stuttgart: Arnoldsche Verlagsanstalt, 2007. ISBN 978-3-89790-272-5

1987 - 2007: EUROPA - MEDIEN - THEORIE - MARKETING

Das „*neue deutsche Design*“ stellte einen entscheidenden Wendepunkt in der Entwicklung der Designausbildung und auch im Umgang mit Design dar. Die Studenten sehnten sich zunehmend nach mehr Freiheit, Expressivität und Vielfalt. Die starren Strukturen der Designausbildung nach konventionellen Mustern war für die Studenten nicht mehr zufriedenstellend. Dabei sollte die „*bewährte Lehre*“ nicht völlig umstrukturiert werden, es ging lediglich darum, die gewohnten Strukturen durch verloren gegangene Aspekte der Lehre wieder zu ergänzen.

Die Gründe dieser Entwicklung lassen sich darauf zurückführen, dass durch einen Überschuss an ausgebildeten Designern in wirtschaftlich schwächeren Gegenden, viele studierte Designer keinen Job bekamen. Sie versuchten nun durch handgefertigte, in kleinen Serien produzierte Designartefakte auf der einen Seite zu überleben, sie nutzten aber auch die Chance, durch ihre Arbeiten die Missstände, die steigende Konsumwelt und das „*typisch Deutsche*“ auf eine kritisch-ironische Weise zu bewerten und zu hinterfragen. Design wurde somit erstmals großflächig genutzt, um öffentlich Kritik an bestehenden Systemen und gesellschaftlichen Problemen zu äußern. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 272)

Durch diese neuartige Entwicklung wurde Design in einem bis dahin nicht da gewesenen Ausmaß von der Presse aufgegriffen und in der Öffentlichkeit diskutiert. Durch die steigende öffentliche Wahrnehmung wurde nun auch das Designstudium an sich populärer, was wiederum zu einem steigenden Interesse an Studieninteressierten führte, woraufhin auch die Studiengangsbeschränkungen weiter reformiert wurden. So wurde von nun an nicht nur eine künstlerische Befähigung der Bewerber geprüft, sondern zunehmend auch ein Prozessverständnis, soziale Kompetenzen, kritisches Denkvermögen und Problembewusstsein hinterfragt. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 273)

Das steigende Interesse der Medien weckte gleichzeitig auch verstärkt das Interesse der Industrie, die nun wieder vermehrt in die Designlehre investierte. So beispielsweise die Hochschule Pforzheim, die durch Unterstützung der Automobilindustrie sogar im Jahre 1985 einen Studiengang KFZ-Design einführte. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 273)

Auch die anderen Hochschulen richteten ihr Ausbildung nun wieder stärker an den Interessen der Industrie aus, was schlussendlich zur vermehrten Eingliederung von Schwerpunkten wie: Produktdifferenzierung, Marketing, Konsumsoziologie, Corporate Design und auch von ökologischen Aspekten in der Designausbildung führte. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 273)

Ein steigendes methodisches, ökologisch- und problemorientiertes Bewusstsein verändert nicht nur die Art der Ausbildung, sondern auch die Funktion der entstehenden Designartefakte. Der Besitz von Dingen wurde bewusst in Frage gestellt und an dessen Stelle rückte der Nutzen als zentrales Element in das Zentrum der Bemühungen. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 273)

Es findet also eine zweigleisige Entwicklung statt. Ein neues, kritisches Bewusstsein für Design entsteht, was dazu führt, dass es in den Medien und somit in der Öffentlichkeit diskutiert wird. Dies führt zu einem steigenden Interesse der Industrie und wiederum zu einer Orientierung vieler Hochschulen an deren Bedürfnissen.

Das „Aufbegehren“ hat zu einem unübersehbaren Interesse geführt. Eine Rebellion die letztlich doch wieder dazu geführt hat, dass sich das Design zwar weiterentwickelte, jedoch nun wieder vermehrt im Dienste der Industrie steht.

Nach der Wiedervereinigung wurden nun auch die Hochschulen in den neuen Bundesländern geprüft. Auch hier werden neue Fachhochschulen mit Designstudiengängen gegründet. Insgesamt wird also auch hier das Angebot an Studienmöglichkeiten im Bereich Design deutlich erhöht. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 274)

Die Entwicklungen in der Designausbildung, vor allem das methodenorientierte Arbeiten führte zunehmend dazu, dass weitere Disziplinen in die Ausbildung integrierte wurden, so beispielsweise das Designmanagement oder das 1995 eingeführte Gebiet Gender und Design. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 274)

„*Es formiert sich das Bedürfnis, ein disziplinäres theoretisches Fundament zu erarbeiten.*“ Ein solcher Bedarf wurde vor allem im internationalen Vergleich sichtbar, da in Deutschland wissenschaftliche Studiengänge im Bereich Design völlig fehlten. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit, 2007, S. 275)

„*Vor diesem Hintergrund wird die Deutsche Gesellschaft für Designtheorie und -forschung gegründet, die sich unter anderem zum Ziel setzt, >die gesellschaftliche, kulturelle und wirtschaftliche Relevanz von Design-Theorie, -Geschichte und -Forschung zu fördern< sowie die Lehre auf diesem Gebiet zu unterstützen.*“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 275)

Die Designtheorie ist bis zur heutigen Zeit eine sich stetig weiterentwickelnde Disziplin. Wolfgang Jonas beschreibt sie wie folgt: „*Es gibt bis heute keine allgemein anerkannte, konsistente Designtheorie; es bestehe nicht einmal ansatzweise Konsens zur Frage, was Designtheorie sein könnte.*“ (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit. v. Wolfgang Jonas, 2007, S. 276)

„*Er unternimmt den Versuch, die spezifischen Aspekte des Designs zu formulieren, und legt damit Kernprobleme der Diskussion offen: Design sei generativ, integrativ und antizipativ, daher verändere sich der Gegenstand der Designforschung auch permanent, bleibe oft unscharf, sei nie vollständig greifbar und könne nur rückblickend rationalisiert werden.*“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 276)

Die Designtheoretische Diskussion wird zunehmend wichtiger und findet auf unterschiedlichen Diskussionsforen statt. Beispielsweise in der Zeitschrift „*Formdiskurs*“ oder „*Form und Zweck*“, sowie auf dem Symposium „Die Moderne denken“ und dem jährlich veranstalteten Internationalen Forum für Gestaltung (IFG) Ulm. Gleichwohl stellt sich in dieser Entwicklung aber auch die Frage ob Design überhaupt theoretisierbar sei. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 276)

Einen weiteren wichtigen Impuls in der Designausbildung stellt die sich schnell entwickelnde Medientechnologie dar.

„*Niemand sieht zu diesem Zeitpunkt voraus, wie rasant sich die Medientechnologie entwickeln und wie selbstverständlich sie in wenigen Jahren zu einer Alltagstechnologie reifen wird. Der Zauber des Zukünftigen verblasst sehr schnell. Was bleibt, sind die großartigen Möglichkeiten der Animation und Simulation für Film und Medien. Auf der digitalen Plattform, die im Grunde die ideale Standardisierung darstellt, bietet sich die Möglichkeit, unterschiedlichste analoge Phänomene problemlos auf einer gemeinsamen numerischen Basis zu kombinieren.*“ (K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 274)

In vielen Bereichen des Gestaltens werden neue Möglichkeiten durch die Arbeit an Computern erschlossen, so beispielsweise auch in der Typografie. Es können nun mit vergleichbar geringem Aufwand neue Schriftarten entwickelt werden und gleichzeitig auch relativ einfach skaliert, variiert oder experimentell verändert werden. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 274)

QUELLEN

Kai Buchholz, Justus Theinert: *Designlehren, Wege deutscher Gestaltungsausbildung*. 1. Aufl. Stuttgart: Arnoldsche Verlagsanstalt, 2007. ISBN 978-3-89790-272-5

„Obwohl es oft noch an der Sorgfalt im Umgang mangelt, setzt sich der Computer innerhalb weniger Jahre als Arbeitsmittel in der Lehre durch.“ (K. Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 275)

Im Zuge der Vereinheitlichung der europäischen Hochschullandschaft wird auch die Designausbildung weiter reformiert.

Durch die Bologna-Empfehlungen stellen Ende der 90er Jahre die ersten Fachhochschulen auf das neue Bachelor- und Mastersystem um (z. B. Schwäbisch Gmünd, Dessau, Kassel und Wuppertal). Mit dem neuen System geht eine starke Modularisierung und Verschulung der Ausbildung einher, die nicht bei allen auf Zustimmung trifft und einige Hochschulen dazu bewegt eigene Modelle weiter zu entwickeln oder aber bei dem bewährten Diplomstudiengängen zu bleiben. (Vgl. K. Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 277)

„Ein einzigartiges Ergebnis europäischer Initiativen für die Ausbildung in verschiedenen kulturellen Umfeldern sind die Studiengänge *Master of European Design* und *Bachelor of European Design*, die von der *Glasgow School of Art* in einem Netzwerk führender europäischer Designhochschulen in Glasgow, Stockholm, Helsinki, Paris, Mailand, Stuttgart und Köln initiiert werden.

Das Studium ist auf mindestens drei der beteiligten Hochschulen verteilt und soll den Studierenden die Möglichkeit bieten, ihre Ausbildung in unterschiedlichen kulturellen Zusammenhängen zu absolvieren. Jährlich findet ein *Frühjahrs-Workshop für alle am Programm beteiligten Studenten* statt. Sie kommen aus ganz Europa an einer der Partnerhochschulen zusammen, um an einem lokal-typischen Thema zu arbeiten und sich auszutauschen.“

(K. Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 277)

Kai Buchholz und Justus Theinert werfen der Umstrukturierung der Lehre im Zuge der Bologna-Reformen eine immer stärker werdende Kommerzialisierung vor. „Die zunehmend wirtschaftsorientierte Bildungspolitik, der es nicht mehr um die „wahre Lehre“, sondern um die „Ware Lehre“ geht und das Interesse der Industrie an Entwurfsleistungen der Hochschulen bestätigen sich scheinbar gegenseitig. Immer häufiger werden Wettbewerbe und Kooperationsprojekte durchgeführt. Diese Kooperationen haben zwar oft keinerlei didaktischen Wert, bringen aber etwas Geld in die Abteilungen und lassen sich gegenüber der Politik als *Drittmittelforschung* deklarieren. Dabei liegt auf der Hand, dass die Hochschulen so ihr kulturelles Potential einbüßen werden. In letzter Konsequenz führt ein solches Vorgehen zu einer *eindimensionalen >Professionalisierung<*, die zwar politisch opportun ist, aber Universitäten zu *Berufsschulen* degradiert und *projektorientiertes Studium mit training on the job* verwechselt. Gerade in der Designausbildung sind *praxisunabhängige Experimente* wichtig, um *kritische Reflexion* und die *Entwicklung theoretischer Fundamente* zu fördern.“ (K. Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 278)

Dieser Aspekt der Kommerzialisierung, den die Autoren an dieser Stelle ansprechen, verdient besondere Aufmerksamkeit, betrachtet man die heutige Situation der Designausbildung. Welche Rolle diese Vermutungen auch in Bezug zu der Frage nach professionellem Design darstellen, wird im späteren Kapitel „*Design Professionalism*“ versucht zu klären.

Insgesamt entsteht deutschlandweit ein Wettbewerb unter den Hochschulen, die sich gegenseitig versuchen, mit Studienmodellen die „*innovativ*“, „*integral*“, „*flexibel*“, „*global internationalisiert*“, „*Zukunftsvisionär*“ und „*management-kompatibel*“ seien, zu übertreffen. Für die Studieninteressierten wird die Wahl scheinbar erleichtert, bieten doch alle Hochschulen ähnliche Modelle an, die in der Regel interdisziplinär- und Praxisorientiert sind und von theoretischen Fächern begleitet werden. (Vgl. K. Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 278)

Ob diese Einschätzung einer so monoton wirkenden Hochschullandschaft im Bereich Design tatsächlich auch 2011/2012 noch so richtig ist, wird in der späteren Hochschuluntersuchung dieser Arbeit untersucht und beschrieben.

Durch die Kommerzialisierung verbreiteten sich aber auch zunehmend immer mehr private Designhochschulen, die versuchen sich mit ihren eigenen Studienstrukturen einen Platz in der Designausbildungslandschaft zu suchen. „*Verschiedene Neugründungen wie die Zollverein School of Management and Design in Essen sind die Folge*.“ (Vgl. K. Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit., 2007, S. 278)

Es werden Versuche unternommen, Gestaltungskompetenzen auch in andere Disziplinen zu integrieren. So beispielsweise der berufs begleitende Studiengang *Executive Master of Business Administration* – „*ein Angebot an all diejenigen, die an der Planung oder Umsetzung von Innovations- und Entwicklungsprozessen beteiligt sind. Es geht um Schnittstellenkompetenzen zwischen Kreativen und Planern und um die Ausbildung gegenseitiger Fachkompetenz*.“ (Vgl. K. Buchholz, J. Theinert, mit e. Zit., 2007, S. 278)

Die Designausbildung scheint in manchen Bereichen auch ein Vorreiter gegenüber anderen Disziplinen in der Ausbildung zu sein. So beschreiben die Autoren des Buches „*Designlehren, Wege deutscher Gestaltungsausbildung*“ Kai Buchholz und Justus Theinert, diese Vorreiterrolle wie folgt:

„*Viele Aspekte der Designlehre gelten heute auch für andere Disziplinen als aktuell und erstrebenswert: Projektstudium, Kreativität, ganzheitliches Denken, Interdisziplinarität und Praxisorientierung. Der Vorsprung, den die gestalterische Ausbildung in diesen Themenfeldern hält, ist wenig erstaunlich. Ohne Anwendungsorientiertheit und konkreten Nutzen, wie sie Gesellschaft, Politik und Wirtschaft seit einigen Jahren übergreifend für Forschung und Lehre einfordern, gibt es kein Design. Die Arbeit der Gestalter ist im Vergleich zu allen anderen Berufsfeldern am unmittelbarsten und umfassendsten mit der konkreten Lebensqualität des Menschen verbunden*.“ (K. Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 279)

An welchem Punkt die Designausbildung heute angelangt ist, soll nun in dem folgenden Kapitel mit einer Untersuchung einiger Kunst- und (Fach) Hochschulen aufgezeigt werden. Welche Kompetenzen werden heute gelehrt, welche Schwerpunkte fokussiert und wie sehen die Erwartungen in der Wirtschaft und im Berufsfeld aus? Auf diese Fragen wird im Folgenden näher eingegangen.

Design als politisches Sprachrohr

Aus einem Überfluss an Designern, steigenden Misständen und einer immer stärker werdenden Konsumwelt entsteht eine (wenn auch eher kurze) Protestbewegung die das Design nutzt um auf kritisch-ironische Weise auf die genannten Aspekte aufmerksam zu machen.

Designtheorie und Designmethodik als Basis der Designausbildung

Durch die Schaffung neuer Disziplinen als Schnittstelle zwischen Design und Wissenschaft und immer neuen Diskussionsplattformen rund um die Designtheorie und eine verstärkte methodische Ausrichtung im Designstudium entsteht eine neue Basis der Ausbildung.

Bachelor-Master Studiengänge

als internationales, qualitativ
hochwertiges und Praxisnahes
Studium

Im Zuge der Bologna-Reformen werden neue Studienstrukturen (Bachelor of Arts und Master of Arts) zu einem stärker international und hochwertigerem Designstudium etabliert. Gleichzeitige Gegenbewegungen die sich gegen eine „vereinheitlichte“ Designausbildung aussprechen, bilden neue Reibungspunkte und Wahlmöglichkeiten in der deutschen Designausbildung.

Medientechnologie als neue Kommunikationsplattform

Die schnell voranschreitende Medientechnik wird schnell als neues Werkzeug des systematischen und experimentellen Arbeitens im Designprozess genutzt und schafft gleichzeitig neue Formen der Kommunikation auf multisensueller Ebene.

Fazit und Zusammenfassung:

QUELLEN

Andrej Kupetz in: Designlehren, Wege deutscher Gestaltungsausbildung, Hrsg. Kai Buchholz, Silke Ihden-Rothkirch, Justus Theinert. 1. Aufl. Stuttgart: Arnoldsche Verlagsanstalt, 2007. ISBN 978-3-89790-272-5

Die vorangegangene Beschreibung der wichtigsten Entwicklungsschritte in der Designausbildung hat sehr deutlich aufgezeigt, dass die Designausbildung und auch der Umgang und der Anspruch an Design stets in direkter Abhängigkeit zu den jeweiligen gesellschaftlichen und politischen Veränderungen steht. Einer der wichtigsten Entwicklungsschritte war dabei wohl der Übergang von der Industriegesellschaft hin zur Wissensgesellschaft. Durch diese Entwicklung stand das Design nicht mehr nur als formgebende Hülle im Dienste der Massenproduktion. Das Verständnis, der Umgang und auch die Erwartungen an Design entwickelten sich entscheidend weiter. Ein Großteil der heutigen Designartefakte wird zwar immer noch im Sinne der Industrie gefertigt, jedoch hat Design und die sich entwickelnden Artefakte auch eine neue Dimension der Kommunikation erreicht. Betrachtet man beispielsweise die Entwicklung des Designs in den Dienstleistungssektoren, ergibt sich ein völlig neuer Anspruch an Design. Design als Dienstleistung verlangt eine interaktive Herangehensweise. Es geht nicht mehr länger nur um ein möglichst schnelles, effektives und günstiges „Abarbeiten und Produzieren“ (auch wenn diese Ansprüche natürlich ebenfalls Bestandteil bleiben); es geht vielmehr darum, ein bestimmtes, möglichst individuelles Bedürfnis, durch gezielte Informationsgewinnung zu erfüllen.

Andrej Kupetz, Geschäftsführer des Rats für Formgebung, beschreibt die Entwicklung wie folgt:

„Noch allgemeiner ausgedrückt könnte man sagen, dass bei dieser Interaktion die Informationsgewinnung das zentrale Ziel ist. Hieraus lässt sich für das Design ableiten, dass es auch hier immer stärker um eine Prozess- und Informationsgestaltung, als vielmehr um eine nach Standards vorgegebene „Produktion“ oder Produktgestaltung geht. [...] Dieses Prozessdesign ist dabei nicht mehr durch ein Optimierungsbestreben von technischen Funktionsabläufen gekennzeichnet. Erschwerend kommt hinzu, dass der Prozess der Interaktion, den es zu gestalten gilt, von menschlich motivierten Bedürfnissen wie Erlebnisqualität, Wertvorstellungen oder einer diffusen Sinnsuche gesteuert wird. Für das Design heißt das aber auch: Wir bewegen uns weg von der scheinbaren Objektivität einer technischen Problemlösung hin zum Management differenzierter und vor allem subjektiver Konsumbedürfnisse.“ (A. Kupetz, 2007, S. 8-9)

Um diese Bedürfnisse erfüllen zu können und diesen immer komplexer werdenden Kommunikationsansprüchen gerecht zu werden, wird sich der Designer zunehmend mit anderen Disziplinen zusammenschließen und seine Kompetenzen und Fähigkeiten neu ausrichten müssen. Eine interdisziplinäre, offene, flexible und somit zukunftsweisende Orientierung scheint an dieser Stelle unabdingbar für die zukünftige Designausbildung.

Eine besondere Herausforderung wird die von A. Kupetz angesprochene Informationsvermittlung sein. Entwickelt sich doch in den meisten Disziplinen durch eine immer schneller voranschreitende Entwicklung eine immer fachspezifischere Kommunikation heraus, die für viele andere Disziplinen nicht verständlich ist. Dabei wird es immer wichtiger diese Fachsprachen zu verstehen, zu übersetzen und die damit verbundenen Informationen gezielt weiterverarbeiten zu können, um Wissen austauschen und vorantreiben zu können. *„Vernetzungskompetenzen werden demnach immer wichtiger, also die Fähigkeiten, zu übersetzen, um miteinander zu kommunizieren.“ (Vgl. A. Kupetz, mit e. Zit., 2007, S. 9)*

„Doch dies setzt eine Reihe an neuen Kompetenzen und Fähigkeiten voraus. Der Einzelne muss lernen Informationen effektiv verarbeiten zu können – von der Recherche über die Analyse und der Selektion bis hin zur eigentlichen Kommunikation. (...) Die Ausbildung dieser Fähigkeiten wird zum Szenario einer Designlehre der Wissensgesellschaft oder, wenn wir so wollen, des zweiten Jahrhunderts des Designs.“ (A. Kupetz, 2007, S. 9)



„Professionelles design setzt ein prüfendes und vergleichendes nachdenken voraus. und den blick auf das morgen.“ (Prof. Victor Malsy - FH Düsseldorf)

KAPITEL ZWEI

IST - SITUATION ZUR DESIGNAUSBILDUNG IN DEUTSCHLAND

Designausbildung 2011/2012

QUELLEN

Statistisches Bundesamt Deutschland: Bildung und Kultur, Prüfungen an Hochschulen, Fachserie 11 Reihe 4.2, 23.09.2011. URL: <http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Publikationen/Fachveroeffentlichungen/BildungForschungKultur/Hochschulen/PruefungenHochschulen.templatId-renderPrint.phtml>. Artikelnummer: 2110420107004. Zugriffsdatum: 01.12.2011

Bundesministerium für Bildung und Forschung: Der Bologna-Prozess 03.05.2011. URL: <http://www.bmbf.de/de/3336.php>. Zugriffsdatum: 01.12.2011

Spiegel-Online: Neue Abschlüsse. Bachelor hängt Diplom und Magister ab 23.09.2011. URL: <http://www.spiegel.de/unispiegel/studium/0,1518,788089,00.html>. Zugriffsdatum: 01.12.2011

Um der Fragestellung auf den Grund zu gehen, was professionelles Design ist und welche Kompetenzen und Fähigkeiten Designer benötigen, um professionelles Design konzipieren, entwickeln und kreieren zu können, wird in einem ersten Schritt zunächst einmal untersucht, wie die aktuelle Lage in der Designausbildung in Deutschland aussieht.

Welchen Studienaufbau bietet die (Fach)Hochschulausbildung in Deutschland und welche Kompetenzen und Fähigkeiten werden in einem durchschnittlichen Studium im Bereich Kommunikationsdesign, Visuelle Gestaltung und Design gelehrt? Auf diese Fragen wird der folgenden Abschnitt versuchen eine Antwort zu geben.

Grundlegend lässt sich die Designausbildung in Deutschland in sechs Ausbildungsarten aufteilen.

- *Universitäre Abschlüsse im Bereich Gestaltung*
- *Promotion im Bereich Gestaltung*
- *Lehramtsabschlüsse im Bereich Gestaltung*
- *(Fach)Hochschulabschlüsse im Bereich Gestaltung mit dem Studienabschluss Diplom*
- *(Fach) Hochschulabschlüsse im Bereich Gestaltung mit dem Studienabschluss Bachelor und Master*
- *Private, nicht staatliche Hochschulen im Bereich Gestaltung (Vgl. Statistisches Bundesamt, 2011)*

Das jüngste System ist das Bachelor-Master-System, welches im Rahmen der Bologna-Reform eingeführt wurde. Ziel der Umstellung ist laut dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) „[...]*international akzeptierte Abschlüsse zu schaffen, die Qualität von Studienangeboten zu verbessern und mehr Beschäftigungsfähigkeit zu vermitteln.*“ (BMBF, 2011)

Der partnerschaftliche Ansatz des Bologna-Prozesses steht im Vordergrund der Bemühungen. Hiermit ist vor allem die Einbindung von Hochschulen, Studierenden und Sozialpartnern gemeint (Vgl. BMBF, 2011)

Auf der Webseite des BMBF findet sich folgende Liste mit Inhalten, die im Rahmen des Bologna-Prozesses vereinbart wurden:

- *Einführung eines Systems von verständlichen und vergleichbaren Abschlüssen (Bachelor und Master)*
 - *Einführung einer gestuften Studienstruktur*
 - *Transparenz über Studieninhalte durch Kreditpunkte und Diploma Supplement*
 - *Anerkennung von Abschlüssen und Studienabschnitten*
 - *Verbesserung der Mobilität von Studierenden und wissenschaftlichem Personal*
 - *Sicherung von Qualitätsstandards auf nationaler und europäischer Ebene*
 - *Umsetzung eines Qualifikationsrahmens für den Europäischen Hochschulraum*
 - *Steigerung der Attraktivität des Europäischen Hochschulraums auch für Drittstaaten*
 - *Förderung des lebenslangen Lernens*
 - *Verbindung des Europäischen Hochschulraums und des Europäischen Forschungsraums*
- (Vgl. BMBF, 2011)

Trotz vielseitiger Kritiken an den neuen Bachelor-Master-Systemen lässt sich eine zunehmende Ausbreitung der neuen Systeme in der Hochschullandschaft erfassen. Im Jahr 2010 haben erstmals mehr Studenten die deutschen Hochschulen mit einem Bachelorabschluss verlassen als mit einem Diplom oder Magister (Vgl. Spiegel-Online, 2011)

Eine Studie des Statistischen Bundesamtes hat hierzu folgende Zahlen veröffentlicht: Von den insgesamt 361 697 Hochschulabsolventen erwarben 103 413 Studenten einen universitären Abschluss (ohne Lehramtsprüfung). 112 108 Studenten erlangten einen Bachelorabschluss und 26 722 Studenten einen Masterabschluss (Vgl. Statistisches Bundesamt, 2011).

Prozentual gesehen bedeutet dies:

- *Universitäre Abschlüsse: 28,6%*
- *Bachelorabschlüsse: 31%*
- *Masterabschlüsse: 7,4%*
- *Bachelor- und Masterabschlüsse insgesamt: 38,4%*

Schaut man sich nur den Studienbereich „*Gestaltung*“ in der Fächergruppe „*Kunst, Kunstwissenschaft*“ an, lassen sich folgenden Ergebnisse eruieren: Es gibt im Jahr 2010 insgesamt 4 726 Studienabschlüsse im Bereich Gestaltung.

Davon:

- *854 universitäre Abschlüsse (ohne Lehramtsprüfung) = 18,1%*
- *5 Promotionen = 0,1%*
- *195 Lehramtsprüfungen = 4,1%*
- *1 696 Fachhochschulabschlüsse (ohne BA- und MA) = 35,9%*
- *1 710 Bachelorabschlüsse = 36,2%*
- *266 Masterabschlüsse = 5,6%*

Auch hier zeigt sich also eine Mehrheit von zusammengerechnet 41,5% Bachelor- und Masterabschlüssen. Ergänzend zu diesen Angaben lässt sich die vermehrte Umstellung vieler (Fach)Hochschulen auf das Bachelor-Master-System beobachten. Von insgesamt 41 (Fach)Hochschulen deutschlandweit, sind 28 auf das Bachelor- und Master-System umgestiegen. Nur noch sechs (Fach)Hochschulen bieten einen Diplomstudiengang an. Weiterhin finden sich drei Universitäten und sieben private Hochschulen innerhalb Deutschlands mit der Studienrichtung Design, Kommunikationsdesign oder Visuelle Gestaltung. (Vgl. CI-Portal, 2011)

Da die Bachelor-Master-Studienform trotz einzelner Gegenparteien immer mehr Verbreitung findet und auch ein Großteil der (Fach)Hochschulen in Deutschland auf dieses System umgestiegen ist, wird im Rahmen einer ersten Untersuchung der Fokus auf eben jene (Fach)Hochschulen gelegt. Doch welche Hochschulen wurden im einzelnen untersucht? Was wurde im Detail miteinander verglichen? Und wie wurde verglichen?

Corporate Identity Portal. Robert Paulman: Ausbildung. URL:<http://www.ci-portal.de/index.php?id=47> Zugriffsdatum: 01.12.2011

Die Untersuchung

QUELLEN

Corporate Identity Portal, Robert Paulman: Ausbildung. URL: <http://www.ci-portal.de/index.php?id=47> Zugriffsdatum: 01.12.2011

Designlinks, Interessante Links zum Thema Design: Hochschulen. URL: <http://www.designlinks.de/hochschulen/> Zugriffsdatum 22.11.2011

**Zu der Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt konnten keine Informationen zum Modul Aufbau und Bewertungssystem gefunden werden. Aus diesem Grund wurde auch diese Fachhochschule ausgeschlossen.

WER WURDE UNTERSUCHT?

Insgesamt wurden 27 staatliche Hochschulen in Deutschland untersucht, die sich der Ausbildung im Design, Kommunikationsdesign oder der visuellen Gestaltung widmen. Zur Übersicht und Orientierung möglicher Hochschulen wurde auf das Corporate Identity Portal von Robert Paulmann zurückgegriffen, sowie auf die Webseite Designlinks. Hier findet sich eine Übersicht der deutschen Hochschulen, die im Bereich Design, Kommunikationsdesign oder der visuellen Gestaltung ausbilden (CI-Portal, 2011; Designlinks, 2011).

AUFLISTUNG ALLER AUFGEFÜHRTEN HOCHSCHULEN:

- *Fachhochschule Aachen (BA+MA)*
- *Fachhochschule Augsburg (BA+MA)*
- *Universität der Künste Berlin*
- *Kunsthochschule Berlin-Weißensee (BA+MA)*
- *Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin (BA+MA)*
- *Fachhochschule Bielefeld (privat)*
- *Hochschule der Bildenden Künste Braunschweig (BA+MA)*
- *Hochschule für Künste Bremen (BA+MA)*
- *Fachhochschule Darmstadt (Diplom)*
- *Fachhochschule Düsseldorf (BA+MA)*
- *Hochschule Dessau (BA+MA)*
- *Fachhochschule Dortmund (BA+MA)*
- *Universität Duisburg-Essen*
- *Zollverein School of management and design gGmbH Essen (privat)*
- *Burg Giebichenstein Halle (BA+MA)*
- *Hochschule für angewandte Wissenschaften Hamburg (BA+MA)*
- *Hochschule für Bildende Künste Hamburg (privat)*
- *Fachhochschule Hildesheim/Holzminde/Göttingen (BA+MA)*
- *Hochschule für Gestaltung Karlsruhe (Diplom)*
- *Rheinische Fachhochschule Köln (privat)*
- *Köln International School of Design (privat)*
- *Kunsthochschule Muthesius Kiel (BA+MA)*
- *Fachhochschule Konstanz (BA+MA)*
- *Fachhochschule Niederrhein Krefeld (BA+MA)*
- *Fachhochschule Mainz (BA+MA)*
- *Fachhochschule Mannheim (BA+MA)*
- *Fachhochschule München (BA+MA)*
- *Fachhochschule Münster (BA+MA)*
- *Akademie der Bildenden Künste in Nürnberg (diplom)*
- *Hochschule Nürnberg (BA+MA)*
- *Hochschule für Gestaltung Offenbach (diplom)*
- *Hochschule Pforzheim (BA+MA)*
- *Fachhochschule Potsdam (BA+MA)*
- *Hochschule der Bildenden Künste Saar (BA+MA)*
- *Fachhochschule Schwäbisch Hall (privat)*
- *Hochschule für Gestaltung Schwäbisch-Gmünd (BA+MA)*
- *Staatliche Akademie der Bildenden Künste Stuttgart (diplom)*
- *Merz-Akademie Stuttgart (privat)*
- *Fachhochschule Trier (BA+MA)*
- *Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt (BA+MA)***
- *Bauhaus-Universität Weimar*
- *Fachhochschule Wiesbaden (BA+MA)*
- *Hochschule Wismar (diplom)*

Für die vorliegende Untersuchung wurde die Auswahl von insgesamt 41 Kunst- und (Fach)Hochschulen und drei Universitäten gezielt eingegrenzt. So wurden, wie bereits oben erwähnt, nur staatliche Hochschulen für den Vergleich ausgewählt, die mit dem Studienziel Bachelor of Arts und Master of Arts ausbilden.

Ein entscheidender Aspekt für die Eingrenzung der Untersuchung war neben den bereits genannten, dass sich ein Diplom-Studiengang oder ein privater Studiengang nur sehr schwer mit dem Bachelor-Master-System vergleichen lässt. Im Diplomstudiengang ist beispielsweise die Gewichtung und Benotung der einzelnen Module grundlegend anders aufgebaut. Darüber hinaus ist die Studiendauer mit durchschnittlich 8-9 Semestern deutlich länger als jene im Bachelorstudium (6-8 Semester). Eine direkte Vergleichbarkeit ist hierdurch nicht möglich. Ein zweiter sehr entscheidender Aspekt ist der sehr begrenzte Zeitrahmen dieser Masterthesis, der eine komplette Untersuchung aller (Fach) Hochschulmodelle nicht möglich macht.

Diese Fokussierung der Untersuchung soll somit keinesfalls die anderen Studienmodelle kritisieren oder abwerten. Es wird lediglich bewusst der Fokus auf eines dieser Modelle gelegt. In einer nachträglichen und ergänzenden Untersuchung könnte die Untersuchung noch weiter ausgebaut werden und ein übergreifender Vergleich vorgenommen werden.

Ein Ziel der Untersuchung ist, die bereits im Bologna-Vertrag beschriebene „Vergleichbarkeit und Transparenz“ (siehe oben) der jeweiligen Hochschulen für einen direkten Vergleich zu nutzen.

Dies führt auch schon zu der nächsten Frage:

WAS WURDE UNTERSUCHT?

Untersucht und verglichen wurden zum einen die einzelnen Modulangebote und Modulstrukturen der jeweiligen (Fach)Hochschulen und zum zweiten die jeweilige Selbstdarstellung in Form des formulierten Leitbildes oder Selbstverständnisses.

Im Rahmen dieser Arbeit wurden zunächst einmal die Bachelorstudiengänge der Kunst- und (Fach)Hochschulen untersucht und bewertet. In einer weiterführenden Arbeit könnte diese Untersuchung auf die Masterstudiengänge erweitert werden, um dann anschließend die Unterschiede zwischen den Bachelor- und Masterstudiengängen aufzuzeigen. Eine solche ergänzende Untersuchung würde noch einmal eine genauere Einschätzung der aktuellen Ausbildungssituation und Kompetenzprofile ermöglichen. Dies war jedoch im Rahmen dieser Arbeit aus zeitlichen Gründen und den weiteren Zielsetzung der Arbeit nicht möglich.

WARUM EINE MODULANALYSE?

Durch eine Analyse, Auflistung und Gegenüberstellung der Modulangebote kann ein durchschnittliches Studienprofil eines Absolventen der jeweiligen (Fach)Hochschulen erstellt werden. So wird es beispielsweise möglich aufzuzeigen, wie viel Theoriekompetenzen ein Absolvent im Vergleich zu Grundlagenkompetenzen oder fächerweiternden Kompetenzen bis zum Ende seines Studiums gelehrt bekommen hat (eine genaue Definition zu den eben genannten Kompetenzen folgt im späteren Abschnitt).

Ziel der Untersuchung ist es schließlich, das durchschnittliche Kompetenzprofil eines Bachelorstudenten der (Fach)Hochschule XY mit einem der 27 anderen (Fach)Hochschulen zu vergleichen.

WARUM EINE SELBSTVERSTÄNDNISANALYSE?

Das formulierte Selbstverständnis der jeweiligen Hochschulen lässt in einem zweiten Schritt die Möglichkeit zu, eine Art (Selbst)Kontrolle der Ist- und Soll-Situation durchführen zu können. Werden die in dem Selbstverständnis beschriebenen Kompetenzen tatsächlich auch im Lehrplan angeboten und gelehrt? Zweiteres lässt sich zweifelsfrei nicht so einfach untersuchen und bestimmen, da nicht garantiert werden kann, dass die Beschreibung eines Modulangebotes auch dem entspricht, was tatsächlich gelehrt wird.

Da es aufgrund begrenzter Zeit leider nicht möglich war mit allen Hochschulen Einzelgespräche und Evaluationen in den einzelnen Fächern und Modulen der jeweiligen Hochschulen vorzunehmen (um eben genannte Diskrepanz zwischen Angebot und Durchführung auszuschließen), wurde die Untersuchung auf allgemein zugänglichen Daten aufgebaut und begründet. Die von den (Fach)Hochschulen bereitgestellten Modulhandbücher und Prüfungsordnungen stellten eine solche Quelle dar.

Zu Beginn wurden nun also die Modulhandbücher und die damit verbunden Prüfungsordnungen der einzelnen Hochschulen analysiert.

Um den Vergleich der Modulhandbücher zu ermöglichen, wurde zunächst als Basis ein gemeinsames Raster angelegt. Raster meint in diesem Zusammenhang, eine Kategorisierung in acht Bereiche. Diese Kategorisierung war nötig, um die sehr individuell benannten und geordneten Modulangebote der einzelnen Hochschulen gegenüberstellen und im späteren Verlauf der Untersuchung in eine vergleichbare, visuelle Darstellung übersetzen zu können.

Um dies zu ermöglichen, wurden die individuellen Ordnungen also im einzelnen analysiert und in das Meta-Raster eingeordnet. Hierzu diente die nun folgende Beschreibung der einzelnen Kategorien. Erfüllt die Beschreibung eines der Lehrfächer die jeweiligen Kriterien, wird es in den zugehörigen Bereich eingeordnet.

DIE DEFINIERTEN KATEGORIEN GLIEDERN SICH DABEI IN FOLGENDE ACHT BEREICHE:

1) DESIGNTHEORETISCHE MODULANGEBOTE:

In diese Kategorie werden alle Modulangebote eingeordnet, die sich auf eine rein theoretische Auseinandersetzung mit den zu vermittelnden Inhalten beziehen und dabei in direktem Zusammenhang zur Fachkompetenz Design stehen. So z. B. Designtheorie, Designgeschichte, Semiotik etc.

2) GRUNDLAGENMODULE ALLGEMEIN:

Hierzu zählen alle Module, die sich mit den allgemeinen Grundlagen der Designausbildung beschäftigen. Allgemeine Grundlagen meint hier die grundlegenden handwerklichen und technischen aber auch konzeptionellen Fähigkeiten, die ein Designer benötigt um seine Ideen, Konzepte und Analysen umsetzen und visualisieren zu können. So z. B. Zeichnen, Farben- und Formenlehre, Konzeption, Typografie und Schrift, Text und Bild, Produktion etc.

3) GRUNDLAGENMODULE MEDIEN:

Sie ergänzen die allgemeinen Grundlagenmodule durch die medialen Grundlagen. In dieser Kategorie finden sich Modulangebote, die sich speziell mit den Grundlagen der Gestaltung und Kreation unter Zuhilfenahme der digitalen Medien beschäftigen. So z. B. Grundlagen im Umgang mit den wichtigsten Designprogrammen (Photoshop, InDesign, Illustrator etc.), Fotografie, Film und Video etc.

4) PROJEKTE / WAHLPFLICHT:

Diese Modulgruppe umfasst solche Module, die durch eine deutliche Steigerung der Komplexität der gestellten Aufgaben gekennzeichnet sind. Hier fließen beispielsweise theoretische, konzeptionelle und praktische Fertigkeiten in Projektarbeiten oder kleineren Kurzprojekten zusammen.

Es werden meist mehrere Projekte mit Schwerpunkten zur Auswahl angeboten (dies findet sich vor allem ab dem Hauptstudium wieder). Je nach Studienaufbau und Struktur der einzelnen (Fach)Hochschulen entstehen hier größere Variationen in der Wahlmöglichkeit. Während die einen Hochschulen die Möglichkeit zur freien Wahl lassen, sehen andere einen festen, vordefinierten Lehrplan vor.

5) VERTIEFUNG UND SPEZIALISIERUNG:

Diese Kategorie beschreibt jene Module, die eine Vertiefung oder Spezialisierung in einzelnen Bereichen ermöglichen. So z. B. Vertiefung im Bereich Typografie, Interaktion, Verpackungsdesign, Corporate Design etc. Diese Modulgruppen bieten den Studenten die Möglichkeit, gezielt ein individuelles Profil zu entwickeln und sich bereits während des Bachelorstudiums in einem Bereich zu vertiefen.

6) FACHERWEITERNDE KOMPETENZEN:

In dieser Kategorie finden sich alle Modulangebote, die nicht speziell zu den Fach- und Methodenkompetenzen (designtheoretische oder designpraktische Lehrangebot) zählen. Es sind solche Module, die den Studenten die darüber hinaus wichtigen Kompetenzen in den sozialen, persönlichen, unternehmerischen Bereichen vermitteln und lehren. Wie z. B. Marketing, Recht, Präsentationstechniken, Projektmanagement etc.

Einzelne dieser Kompetenzen werden zum Teil schon (automatisch) in anderen Modulen gelehrt, wie beispielsweise in Projektarbeiten. Hier werden häufig Teamarbeit, Einfühlungsvermögen, Managementqualitäten, Diskussions- und Präsentationsfähigkeiten trainiert, ohne dies jedoch bewusst zu reflektieren.

Eine Besonderheit der Facherweiternden Kompetenzen ist hingegen, dass eben solche Kompetenzen gezielt erkannt, trainiert und verbessert werden.

7) PRAXISSEMESTER:

Dieser Bereich zeigt auf, ob die jeweiligen Hochschulen ein praktisches Studiensemester in Unternehmen im Inn- oder Ausland vorsieht.

8) BACHELORARBEIT:

Hier wird aufgezeigt, wie groß der Anteil der Bachelorarbeit im Verhältnis zu den anderen Modulgruppen ist und ob es ggf. Vorbereitungskurse oder Ähnliches gibt, die speziell auf die Bachelorarbeit vorbereiten.

WIE WURDE VERGLICHEN?

Für die Auswertung musste neben der einheitlichen Kategorisierung der Module ein qualitativer Vergleichswert definiert werden. Es war nicht einfach möglich, die jeweilige Anzahl der angebotenen Module innerhalb der Modulgruppen quantitativ miteinander zu vergleichen. Ein geeigneter Vergleichswert wurde im Rahmen des Bologna-Prozesses definiert und findet sich in allen Bachelor- und Masterstudiengängen wieder. So sind die einzelnen Module entsprechend ihres Zeitaufwandes in Form von Kontaktzeit und Eigenstudium, nach ECTS Punkten gewichtet.

Die Anzahl der genannten ECTS Punkte steht im Idealfall in direktem Zusammenhang mit dem zeitlichen Aufwand der einzelnen Module. Dieser Zeitliche Aufwand setzt sich wiederum aus der Kontaktzeit zwischen Student und Lehrendem und dem Eigenstudium der Studenten zusammen. Diese Gewichtung spielt bei einem solchen Vergleich eine wichtige Rolle. Denn nur so kann aufgezeigt werden, wie groß der tatsächliche Anteil eines Moduls in der Gesamtbetrachtung des Studiums ist.

Diese Bewertung nach ECTS Punkten dient nun auch der Auswertung dieser Untersuchung als Orientierung.

In der Gegenüberstellung und Betrachtung wurden schließlich alle Module einer jeweiligen Modulgruppe anhand ihrer ECTS Punkte zusammen gerechnet und ergeben somit das durchschnittliche Kompetenzprofil eines Absolventen. Die dabei entstandenen Werte dienen dann als Grundlage für eine grafische Visualisierung.

SONDERFÄLLE:

Da es in einigen der analysierten Modulstrukturen Wahlmöglichkeiten zwischen unterschiedlichen Modulgruppen gibt, muss für die Berechnung des Durchschnittsstudenten der jeweiligen Hochschulen eben dies mit einberechnet werden. Wird demnach also beispielsweise die Wahl zwischen Fächern aus Modulgruppe „A“ und Fächern aus der Modulgruppe „B“ gelassen, wird in der Durchschnittsberechnung der Mittelwert aus einer Wahl beider Modulgruppen berechnet. Der durchschnittliche Student hat somit von vier Fächern im Modulbereich „A“ und vier Fächern im Modulbereich „B“ jeweils zwei belegt.

BEISPIEL:

Hier eine beispielhafte Umsetzung der durchgeführten Analyse, bis hin zur Auswertung.

1. KATEGORISIERUNG DER EINZELNEN MODULE AUS DEN MODULHANDBÜCHERN

- 01 Modulart: An dieser Stelle stehen die zuvor definierten Bereiche, nach denen die Module und Fächer sortiert wurden. Die unterschiedlichen Modulgruppen sind zusätzlich farblich kodiert.
- 02 Wahlpflichtbereich: An dieser Stelle ist kodiert, ob es sich um eine Pflichtveranstaltung, eine Wahlveranstaltung oder ein anderweitig gewertetes Fach oder Modul handelt. Die genaue Handhabung wird dann jeweils in der Legende erläutert (05).
- 03 Modulbezeichnung: Hier stehen die jeweiligen Namen der einzelnen Fächer und Module (aus den einzelnen Modulhandbüchern übernommen).
- 04 ECTS: Diese Spalte zeigt die jeweilige Gewichtung nach ECTS-Punkten auf.
- 05 Legende: In der Legende sind die Kodierungen der Wahlpflichtbereiche (03) definiert und erklärt.

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS	
Theoriemodule	*0	Kunst- und Kulturgeschichte	2	
	*0	Theorie und Geschichte des Schreibens	2	
	*0	Designgeschichte	2	
	a*	Filmgeschichte	1	
	a*	Medientheorie	2	
	a*	Massenkommunikation und Medienethik	1	
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Farbe	2	
	*0	Analytisches Zeichnen	2	
	*0	Typografie und Raster	7	
	*0	Analytische Bildgestaltung	5	
	*0	Identifikationselemente Entwickeln; Raster	5	
	*0	Visuelle Kommunikation	7	
	*0	Visualisierung	4	
	*0	Konstruktionslehre	2	
	*0	Sach-, Medien- und formadäquates Schreiben	4	
	*0	Einführung in das experimentelle Gestalten	4	
	*0	Einführung in das konzeptionelle Gestalten	4	
	*0	Mehrdimensionale Typografie	4	
	a*	Wissensdokumentation und Visualisierung	2	
	Grundlagenmodule Medien	*0	Computeranwendung I	4
*0		Computeranwendung II	2	
*0		Fototechnik	2	
*0		Grundlagen des Screendesign	4	
*0		Fotografie	4	
*0		Grundlagen des Timebased Design	4	
*0		Interface Design	4	
*0		Reale und virtuelle Informationsräume	2	
a*		Schnitttechnik und Sound	2	
a*		Digitale und analoge Produktion	2	
Projekt Wahlpflicht		*2	Corporate Communication	10
			Editorial Design	10
		Kommunikationsprogramme	10	
		Informationsarchitektur	10	
	*2	Timebased Design	10	
		Image Design	10	
Vertiefung / Spezialisierung				
Facherweiterungsmodule	*0	Selbstmanagement	2	
	*0	Fachenglisch	2	
	*0	Wahrnehmungspsychologie	2	
	*0	Grundlagen des Schreibens	2	
	*0	Einführung in das Ökonomische Denken	2	
	a*	Recht	2	
	a*	Marketing	2	
	a*	Professionelles Schreiben	4	
	a*	Ökologie	2	
		Architektur, Raum und Soziologie	2	
		Professional English	2	
		Baugeschichte I	2	
	a*	Ökologie	2	
		Architektur, Raum und Soziologie	2	
		Professional English	2	
		Baugeschichte I	2	
	*0	Blockwoche: Workshop, Exkursion	2	
	*0	Studium Generale	2	
	*0	Berufsfeld, Projektmanagement	2	
	*0	Teamwork, Projektmanagement	1	
*0	Interkulturelle Kommunikation	1		
Praktikum	*0	Vorbereitung und Nachbereitende Blockveranstaltung	2	
	*0	Ausbildung in der Praxis	28	
Basis- Thesis	*0	Bachelorseminar	8	
Bachelor Thesis	*0	Bachelorarbeit	12	
	*0	Präsentation und mündliche Prüfung	4	

*0 = Pflichtmodul
 *2 = Aus dieser Gruppe müssen zwei Fächer gewählt werden
 *a = es sind insg. 18 ECTS Punkte aus diesen Gruppen zu belegen

2. GESAMTWERTERMITTLUNG DER EINZELNEN MODULGRUPPEN

- 01 Modulart: An dieser Stelle stehen die zuvor definierten Bereiche nach denen die Module und Fächer sortiert wurden. Die unterschiedlichen Modulgruppen sind zusätzlich farblich kodiert.
- 02 Gesamtwertermittlung: An dieser Stelle wird vermerkt, ob es sich bei der Gesamtwertberechnung nur um Pflichtmodule handelt oder ob bei der Berechnung eine Variable aufgrund von Wahlmöglichkeiten auftaucht (siehe auch Punkt 04).
- 03 ECTS: Die jeweilige Summe der zusammengerechneten Module unter Einbeziehung der Wahlpflicht Optionen. (siehe „Sonderfälle“ Seite 44)
- 04 Die Berechnung des jeweiligen Mittelwertes, um den Anteil der Modulgruppen zu ermitteln in denen Wahlmöglichkeiten zur Verfügung stehen.
- 05 Gesamt-ECTS-Punktzahl. Sie gibt zum einen Aufschluss darüber, wieviel Semester die Regelstudienzeit beträgt (180 = 6 Semester, 210 = 7 Semester, 240 = 8 Semester) und zum anderen dient sie der Kontrolle, um zu überprüfen ob ein Fehler bei der Gesamtwertberechnung aufgetreten ist. Im Falle eines Fehlers würden die zusammengerechneten Modulgruppen nicht auf 180, 210 oder 240 ECTS - Punkte kommen.

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule (*b + Pflichtmodule)	33,2
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	16
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	28
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	92
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	10
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule (*b)	2,8
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	30
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	30

(*b) Durchschnittsberechnung von drei Fächern in Theoriemodulen und einem Fach in Facherweiterungsmodulen bei insgesamt drei Fächern.
Rechnung: $(3 + 1) \cdot 3 = 12$; $12 / 4 = 3$; $3 / 1,33 = 2,3$ Theoriemodule; $1 / 1,33 = 0,7$ Facherweiterungsmodulen

240 ECTS Punkte

3. GRAFISCHE AUSWERTUNG DES KOMPETENZPROFILS

- 01 Die grafische Auswertung veranschaulicht die zuvor berechneten Kompetenzanteile in prozentualen Verhältnis zueinander.

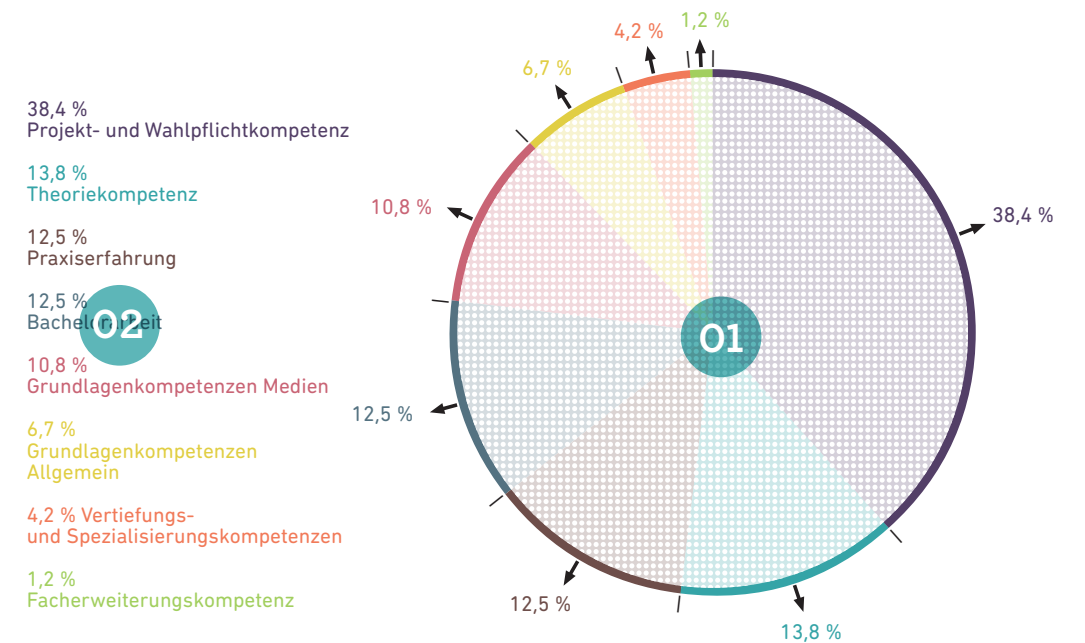
Zur Ermittlung der prozentualen Anteile wurden die jeweiligen ECTS Punkte der einzelnen Module unter Einbeziehung der Gesamt-ECTS-Punktzahl wie folgt berechnet:

$$\frac{(\text{ECTS-Punkte des Moduls XY}) \times 100}{\text{Gesamt-ECTS-Punktzahl}}$$

Beispiel: Prozentuale Berechnung der Theorienkompetenzen

$$\frac{33,3 (\text{ECTS}) \times 100}{240 (\text{ECTS})} = 13,8 \%$$

Die prozentualen Anteile sind in den jeweiligen Farbkodierungen der Modulgruppen angelegt und werden durch eine begleitende Legende in Zusammenhang mit dem Prozentanteil noch einmal benannt.



4. ABWEICHUNG VOM MITTELWERT

Um aufzuzeigen in wie weit die einzelnen Hochschulen und die jeweiligen Kompetenzprofile von dem errechneten Mittelwert aller 27 Hochschulen abweichen, steht am Ende jeder Auswertung eine Vergleichstabelle in der sowohl der Mittelwert, als auch die Abweichung von diesem aufgelistet steht.

- 01 Kompetenzart: An dieser Stelle stehen die sich aus den Modulgruppen ergebenden Kompetenzarten
- 02 Mittelwert: Spiegelt den errechneten Mittelwert aller 27 Kunst- und (Fach) Hochschulen wieder.
- 03 Abweichung vom Mittelwert: Die prozentuale Abweichung der einzelnen Kompetenzbereiche vom Durchschnittskompetenzprofil.

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	4,1 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	-14 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	2 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	11,3 %
Vertiefung- und Spezialisierungs Kompetenz	9,6 %	-5,4 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	-6,7 %
Praxiserfahrung	7,2 %	5,3 %
Bachelor Thesis	9 %	3,5 %



Welches sind die drei wichtigsten Kompetenzen eines professionellen Designers?
„Gewissenhaftigkeit bis ins Detail, Einhaltung von Deadlines, Originalität“ (Marc Philipp Kittel - Scholz & Friends)

Fachhochschule Aachen, Fachbereich Gestaltung

Kommunikationsdesign BA [8 Semester Regelstudienzeit]

Der Fachbereich Gestaltung gliedert sich in zwei Bachelor- und einen Masterstudiengang. Unabhängig von den Studiengängen finden übergreifende Projekte statt, womit dem interdisziplinären Arbeiten in der Praxis Rechnung getragen wird. Durch projektbezogenes Arbeiten, auch in semesterübergreifenden Gruppen, soll Teamarbeit und Kooperation gefördert werden. Nach erfolgreicher Bewerbung beginnt das Studium mit einer Regelstudienzeit von 7 Semestern, wobei das letzte Semester zur Erstellung der Bachelorarbeit vorgesehen ist. Zur Zeit sind am Fachbereich Gestaltung ca. 430 Studenten immatrikuliert.

QUELLEN

Fachhochschule Aachen Fachbereich
Gestaltung, Studium. URL: <http://www2.design.fh-aachen.de/studium/>
Zugriffsdatum: 02.12.201

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	*0	Kunstgeschichte	4
	*0	Designgeschichte	4
	*0	Bezugswissenschaften	3
	*b	Designtheorie / Designgeschichte	4
		Kunstwissenschaften	4
		Medienwissenschaften	4
	*a	Designtheorie / Designgeschichte I	4 (5)
		Kunstwissenschaften I	4 (5)
		Medienwissenschaften I	4 (5)
		Marketing I	4 (5)
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	*0	Farbe Form Komposition I	4
	*0	Zeichnerische Grundlagen I	4
	*0	Farbe Form Komposition II	4
	*0	Zeichnerische Grundlagen II	4
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	*a	Grundlagen Drucktechnologie I	4 (5)
		Grundlagen Photographie I	4 (5)
		Grundlagen AV I	4 (5)
		Grundlagen Computertechnik / EP I	4 (5)
	*a	Grundlagen Drucktechnologie II	4 (5)
		Grundlagen Photographie II	4 (5)
		Grundlagen AV II	4 (5)
		Grundlagen Computertechnik / EP II	4 (5)
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	*0	Gestaltung Grundlagenprojekte I	10
	*0	Gestaltung Grundlagenprojekte II	10
	*0	Projekt I	8
	*0	Projekt II	8
	*0	Projekt III	8
	*0	Projekt IV	8
	*0	Projekt Kommunikationsdesign I	20
	*0	Projekt Kommunikationsdesign II	20
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	*0	Schlüsselqualifikation I	3
	*0	Schlüsselqualifikation II	3
	*0	Fachliche Sondergebiete	4
<u>Facherweiterungsmodule</u>	*b	Marketing I	4
<u>Praktikum</u>	*0	Praxissemester	30
<u>Basis- Thesis</u>	-	-	-
<u>Bachelor Thesis</u>	*0	Praxisprojekt	15
	*0	Bachelorthesis	12
	*0	Kolloquium	3

*0 = Pflichtmodul

*3 = Aus dieser Gruppe müssen drei Fächer gewählt werden

*a = es sind aus jeder Gruppe jeweils zwei Fächer à 4 ECTS Punkte und ein Fach à 5 ECTS Punkte zu belegen (unbenotet / benotet = 13 ECTS Punkte)

*b = Aus diesen Gruppen müssen insgesamt drei Fächer belegt werden

Quelle: <http://www2.design.fh-aachen.de/studium/veranstaltungen/>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	Gesamtwert aller Theoriemodule (*b + Pflichtmodule)	33,2
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	16
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	26
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	92
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	10
<u>Facherweiterungsmodule</u>	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule (*b)	2,8
<u>Praktikum</u>	Gesamtwert Praktikumsanteil	30
<u>Basis- Thesis</u>	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
<u>Bachelor Thesis</u>	Gesamtwert BA Thesis	30

(*b) Durchschnittsberechnung von drei Fächern in Theoriemodulen und einem Fach in Facherweiterungsmodulen bei insgesamt drei benötigten Fächern.
Rechnung: $(3 + 1) / 3 = 1,33$; $3 / 1,33 = 2,3$ **Theoriemodule**; $1 / 1,33 = 0,7$ **Facherweiterungsmodulen**

240 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
<u>Theoriekompetenz</u>	9,7 %	4,1 %
<u>Allgemeine Grundlagenkompetenz</u>	20,7 %	-14 %
<u>Erweiterte Grundlagenkompetenz</u>	8,8 %	2 %
<u>Projekt- und Wahlpflichtkompetenz</u>	27,1 %	11,3 %
<u>Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz</u>	9,6 %	-5,4 %
<u>Facherweiterungskompetenzen</u>	7,9 %	-6,7 %
<u>Praxiserfahrung</u>	7,2 %	5,3 %
<u>Bachelor Thesis</u>	9 %	3,5 %

BESCHREIBUNG UND ZUSAMMENFASSUNG:

Die Fachhochschulen Aachen wirbt mit einem hohen Projektbezug der gleichzeitig interdisziplinär ausgerichtet ist und übergreifende Projekte zwischen den Studiengängen der Fachhochschule vorsieht. Auch Teamfähigkeit und Kooperation sollen durch semesterübergreifende Projektarbeit gefördert werden.

Diese sehr kurze Selbstdarstellung spiegelt im Wesentlichen auch die Auswertung der angebotenen Module wieder. Mit 38,4 % projektbezogenen Angeboten trifft die Aussage mit dem Angebot überein. Ermöglicht wird die Projektarbeit laut Modulangebot durch einen relativ gleich großen Anteil von Theorie, Praxis, und Grundlagenangeboten. Die ausgelobte interdisziplinäre Ausrichtung ist im Modulangebot eher weniger erkennbar. Die Projekte werden zwar interdisziplinär angelegt, an unterstützenden facherweiternden Modulen, die auf eine solche Interdisziplinarität vorbereiten könnten, mangelt es im Modulangebot jedoch (gerade einmal 1,2 & Facherweiterungsmodulen werden angeboten).

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Theoriekompetenzen:

Der Anteil an Theoriekompetenz ist fast ein Drittel größer als beim Durchschnitt aller Hochschulen.

Projekterfahrung:

Auch das Angebot um Projekterfahrungen zu sammeln ist im Vergleich zum Durchschnitt aller Hochschulen um ein Drittel größer, was wiederum sehr positiv in Bezug zu dem formulierten Selbstbild zu sehen ist, indem ein hoher Projektbezug versprochen wird.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Allgemeinen Grundlagenkompetenzen:

Hier ist das Angebot nur etwa ein viertel so groß wie das des Durchschnitts aller Hochschulen.

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

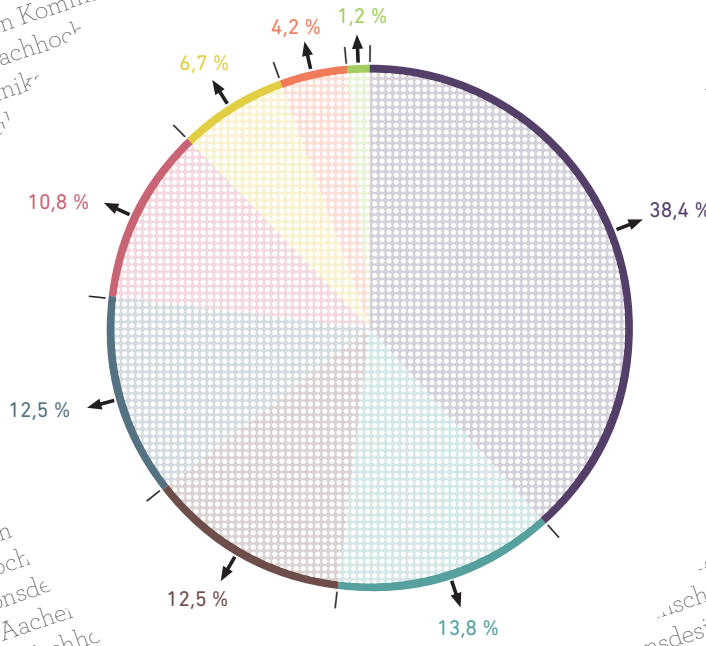
Die durchschnittliche Kompetenz ist nur etwa halb so groß wie die des Durchschnittsprofils aller Hochschulen.

Facherweiternde Kompetenzen:

Dieser Kompetenzbereich fällt sehr klein aus. Gerade einmal ein Zehntel der durchschnittlich erworbenen Kompetenz wird hier erreicht. Bedauerlich ist diese Betrachtung deshalb, weil diese Kompetenzen insbesondere im Selbstbild ausgelobt werden.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 38,4 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz
- 13,8 % Theoriekompetenz
- 12,5 % Praxiserfahrung
- 12,5 % Bachelorarbeit
- 10,8 % Grundlagenkompetenzen Medien
- 6,7 % Grundlagenkompetenzen Allgemein
- 4,2 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen
- 1,2 % Facherweiterungskompetenz



Fachhochschule Augsburg

Fachbereich Gestaltung

Kommunikationsdesign BA [7 Semester Regelstudienzeit]

Das Schöne: Kunst wagen

Kunst braucht Freiheit - diese Freiheit ist gesetzlich garantiert und bildet eine wesentliche Basis unserer Kultur. Auch unsere Arbeit in angewandter Kunst braucht selbstverständlich Freiheit. So wollen wir individuelle Ansätze fördern und persönliche Verantwortung üben. Wir wollen ein Labor sein für Experimente und Freiraum bieten für Grenzüberschreitungen, Versuche und neuartige Entwicklungen. Auch die Freiheit der Lehre ist eine wesentliche Grundlage unserer Arbeit, die gerade durch den zunehmenden Verwertungsdruck immer wieder angegriffen wird. In diesem Sinne wollen wir verschulte Strukturen abbauen und Wahlmöglichkeiten verstärken. Akademische Freiheit entsteht nicht durch Vorgaben, sondern durch Möglichkeiten. So wollen wir unsere Lehre als Angebot verstehen, nicht als Pflicht. Die freie Wahl von Inhalten und Themen nach persönlichen Orientierungen soll für Studierende wie für Lehrende erleichtert und gestärkt werden.

Wir wollen die akademische Freiheit nicht nur bewahren, sondern neue Methoden erproben, die unsere Lehre für die Zukunft weiter entwickelt und die Souveränität von Kunst und Lehre ausbaut.

Vielfalt: Die künstlerische Arbeitsweise kennt keine richtigen Lösungen, sondern sucht nach Alternativen und bewertet die Vielfalt der Möglichkeiten im Diskurs. Wir glauben nicht an Rezepte, sondern suchen nach Methoden. Neugierige Fragen sind uns daher wichtiger als schlaue Antworten. Unser humanistisches Menschenbild drückt sich in Offenheit und Toleranz aus. Unsere Fakultät will geistige Heimat für vielfältige Denkrichtungen und Kunstformen sein. Originalität ist ein wichtiges Qualitätsmerkmal für kreative Arbeit. Daher sind uns unkonventionelle Persönlichkeiten willkommen und wertvoll. Wir fördern Querdenker und stärken Menschen, die nach eigenen Positionen suchen und gegen den Strom schwimmen.

Die Zusammenarbeit unseres Kollegiums sei dafür vitales Vorbild - vielfältig, oft auch widersprüchlich, aber immer konstruktiv und kooperativ. Respekt ist die Basis, auf der wir einen gleichberechtigten und vertrauensvollen Umgang unter uns pflegen wollen. Vielfalt drückt sich auch in Internationalität aus. Der interkulturelle Diskurs ist wesentlicher Teil unseres kulturellen Selbstverständnisses. Wir bauen unsere Auslandsaktivitäten weiter aus und entwickeln unsere Partnerschaften mit ausländischen Hochschulen zu aktiven Kooperationen weiter. Wir suchen nach neuen Möglichkeiten des qualitativen Wachstums und entwickeln eigene Formen der Zusammenarbeit - nicht an Statistiken, sondern an Inhalten orientiert. Dafür wollen wir Freiräume schaffen.

DAS WAHRE: WIRKLICHKEIT SCHAFFEN

Qualität: Wir wollen einen wissenschaftlich und künstlerisch geführten Diskurs um Qualität pflegen. Unsere Visionen für die Zukunft drücken sich nicht in erster Linie quantitativ aus, sondern qualitativ. Dabei beschäftigen uns die kritischen Diskurse der Kunst um Medien- und Marktphänomene ebenso wie aktuelle Erkenntnisse der Wissenschaft und Forschung. Unsere Suche nach Erkenntnissen folgt unserem Streben nach Wahrheit. Wir wollen

in unseren Arbeiten versuchen, exemplarisch eine neue Qualität zu entwickeln, die zukunftsweisend für den gesamten kreativen Bereich sein kann.

Theorie und Praxis: Dass an einer Hochschule nach wissenschaftlichen Kriterien gearbeitet wird, ist selbstverständlich. Der theoretische Diskurs zu Fragen der Gestaltung ist Voraussetzung für unsere Arbeit. Was uns jedoch von anderen Hochschulen abhebt, ist unsere Praxis: Wir können auch tun, was wir erdenken - wir sind Macher! Darin liegt unser Erfolg und unser Potential für die Zukunft. Die wesentliche Basis dafür sind unsere Labore und Werkstätten. Die Fakultät will daher die Werkstätten kontinuierlich weiter ausbauen und für die Zukunft bedarfsgerecht und vorbildlich ausstatten. Die Fachklassen bieten Räume, die von den Klassen als Atelier genutzt werden. Die Fachklassenleiter entwickeln eine eigene Arbeitskultur in ihren Klassen. Daher entscheidet der Fachklassenleiter souverän über die Zugangsmodalitäten und die Nutzung seiner Fachklassenräume. Das Angebot an Arbeitsplätzen für die Projekte soll nach den jeweiligen Bedürfnissen der Fachklassen aktiv ausgebaut werden. Die Seminarräume laden ein, dort jederzeit gemeinsam zu arbeiten und bieten nicht nur eine spannende Atmosphäre der Kooperation und Kreativität, sondern auch die technische Ausstattung auf der Höhe der Zeit, die es erlaubt, bei Schulungen und Workshops allen Studenten einer Arbeitsgruppe einen Arbeitsplatz nach den Erfordernissen der Lehrinhalte anzubieten.

DAS GUTE: GEMEINSCHAFT ENTWICKELN

Motivation: Die Fakultät braucht hoch motivierte Kollegen und Mitarbeiter, die an unserem gemeinsamen Erfolg arbeiten wollen. Freude und Hingabe helfen dabei ebenso wie gegenseitiger Respekt und Toleranz. In diesem Sinne wollen wir alle Kollegen und Mitarbeiter einladen, sich engagiert und verantwortlich an der Gestaltung unserer Zukunft zu beteiligen. Dazu wollen wir als ersten Schritt die Aufgaben und Verantwortungsbereiche aller Mitarbeiter ordnen und in einen strukturellen Zusammenhang bringen, um eine breite Beteiligung aller und eine Kultur der Mitwirkung und Teilhabe zu entwickeln.

Transparenz: Lehren und Studieren ist Sinn und Zweck unserer Institution und steht im Zentrum unseres Engagements. Dementsprechend richten wir alle unsere Entscheidungen und unser Selbstverständnis auf die Lehre (und damit auf die Belange der Studenten und Dozenten) aus. Dafür muss Bürokratie abgebaut und Kommunikation vereinfacht werden. Orientierung für Studenten und Lehrende wird erleichtert durch direkte, einfache und offene Kommunikation innerhalb der Fakultät.

Wir wollen Zentralismus vermeiden und die Entscheidungsfähigkeit für Lehrende und Studierende vermehren. Dazu wird Selbstverantwortung gefördert und Bevormundung abgebaut. Unsere Verwaltung versteht sich in Zukunft als Partner für Studenten und Dozenten. Sie entlastet Dozenten von Verwaltungsaufgaben und organisiert sich nach den Anforderungen der Lehre – unkompliziert, konstruktiv und motiviert.

Selbstbewusstsein: Die Fakultät für Gestaltung ist eine der erfolgreichsten Fakultäten an der HSA, und unter den Gestaltungs-Studiengängen bundesweit einer der renommiertesten. Diesen Erfolg wollen wir ausdrücken - auch in unserer Fakultät selbst. Unser Gebäude soll uns darstellen und unser Schaulfenster sein. Es soll unsere Atmosphäre atmen und integre Heimat sein für alles, was uns ausmacht. Wir wollen die inspirierende Architektur unseres Neubaues durch unsere Alltagskultur beleben und erfüllen mit allem, was uns wichtig ist. Dazu bauen wir Verwaltungshindernisse und technische Probleme (Schließung, Alarmsystem, Öffnungsbeschränkungen etc.) ab und entwickeln einen freien, selbst bestimmten Umgang mit unserem Gebäude, der Studenten wie Dozenten einlädt, sich hier zu Hause zu fühlen. (FH-Augsburg, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule Augsburg: Leitbild und Vision der Fakultät für Gestaltung
URL:<http://www2.hs-augsburg.de/gestaltung/aktuell/leitbild.html> Zugriffsdatum: 02.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Design- und Kunstgeschichte I	2
	*0	Design- und Kunstgeschichte II	2
	*0	Designtheorie	2
	*0	Mediengeschichte	2
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Zeichnen I	5
	*0	Zeichnen II	5
	*0	Gestaltungsgrundlagen I	2
	*0	Gestaltungsgrundlagen II	2
	*0	Schrift I	3
	*0	Schrift II	3
	*0	Typografie I	4
	*0	Typografie II	4
	*0	Text I	3
	*0	Text II	3
	*0	Zeichnen III	5
	*0	Freies Gestalten I	6
	*0	Visuelle Kommunikation: Konzeption, Entwurf, Methodik I	5
	*0	Visuelle Kommunikation: Konzeption, Entwurf, Methodik II	5
	*0	Visuelle Kommunikation: Grafik Design	5
	*0	Visuelle Kommunikation: Text und Bild	5
	*0	Print I	2
	*0	Print II	2
	*0	Schrift III	3
	*0	Typografie III	4
*0	Text III	3	
*0	Freies Gestalten II	6	
Grundlagenmodule Medien	*0	Grundlagen digitaler Medien I	2
	*0	Grundlagen digitaler Medien II	2
	*0	Fotografie I	4
	*0	Fotografie II	4
	*0	Bewegtbild	3
Projekt I Wahlpflicht	*0	Designprojekt I	7
	*0	Fachklasse I	7
	*0	Designprojekt II	8
	*0	Fachklasse II	9
	*0	Fachklasse III	7
	*0	Wissenschaft und Kunst	2
Vertiefung / Spezialisierung			
Facherweiterungsmodule	*0	Fremdsprache	2
	*0	Soziologie	4
	*0	Recht	3
	*0	BWL	3
	*0	Rhetorik	4
Praktikum	*0	Praxismodul: Praktikum oder Auslandssemester	20
	*0	Praxisseminar	6
	*0	Präsentation	4
Basis- Thesis	-	-	-
Bachelor Thesis	*0	Bachelorarbeit	12

*0 = Pflichtmodul
Quelle: <http://www2.hs-augsburg.de/gestaltung/studiengang/kd/studienplan.html#struktur>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	8
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	85
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	18
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	40
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	-
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	16
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	30
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	12

210 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	-5,9 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	19,8 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	-0,2 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	-8,1 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	-9,6 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	-0,3 %
Praxiserfahrung	7,2 %	7,1 %
Bachelor Thesis	9 %	-3,3

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE

Neben einer umfangreichen Ausbildung der Entwurfs- und Grundlagenkompetenzen steht an der Fachhochschule Augsburg die Ausbildung sozialer und persönlicher Kompetenzen im Zentrum der Ausbildung. Individuelle Ansätze sollen gefördert werden, gleichzeitig Verantwortungsbewusstsein, Offenheit und Toleranz geübt werden. Querdenken durch interdisziplinäre Ansätze wird ebenso gefördert, wie die Suche nach dem eigenen persönlichen Profil. Dabei soll experimentell und grenzüberschreitend gearbeitet werden. Internationales und interkulturelles Denken ist genauso Bestandteil des Studiums wie wissenschaftliches und künstlerisches Arbeiten. Werte wie Moral, Wahrheit und Respekt legen eine verantwortungsvolle Basis und werden ergänzt durch theoretisches Wissen. Dabei ist immer eine klare Fokussierung auf einen hohen Praxis- und Projektbezug gelegt.

Das sehr ausführliche Selbstbild der Fachhochschule Augsburg verspricht eine sehr umfangreiche und vielseitige Ausbildung.

Mit Hilfe der Modulauswertung lässt sich nun ablesen, dass die meisten der angesprochenen Kompetenzen im Rahmen eines sehr ausführlichen Grundlagenstudiums (Anteil 40,5 %) und einem dazu ergänzenden hohen Projekt- und Praxisangebot vermittelt werden. Die angesprochene hohe Ausrichtung im Praxis- und Projektbereich spiegelt sich demnach auch im Modulangebot wieder. Ergänzt werden die praxisnahen Angebote durch ein verhältnismäßig kleineres Angebot im theoretisch fachweiternden Bereich (3,8 % Theorie- und 7,6 % Facherweiterungsangebote).

Es stellt sich die Frage, ob die angestrebten Ausbildungsziele, vor allem im sozial-persönlichen Bereich, in dem versprochenen Maße eingehalten werden können. Wie stark in den einzelnen Modulen wie Zeichnen, Schrift, Typografie, Text, Visuelle Kommunikation etc. auf die gezielte Ausprägung von beispielsweise moralischer Reflexion, Teamfähigkeit, Verantwortung, wissenschaftlichem Denken eingegangen wird, ist meist stark von den einzelnen Lehrpersönlichkeiten und der Modulstruktur abhängig und an dieser Stelle demnach nur schwer einschätzbar.

Es bleibt aber die Möglichkeit offen zu hinterfragen, ob es nicht sinnvoll wäre, bei einer so vielfältig angestrebten Ausbildung gezielte Angebote, die in Ergänzung zu den praktisch-gestalterischen Übungen stehen, anzubieten. So beispielsweise Module, die sich gezielt mit dem Thema Teamarbeit und Konfliktmanagement oder mit moralischen sowie Selbstverantwortungsbezogenen Fragestellungen beschäftigen. Auf diese Weise könnte unter Umständen vermieden werden, dass die Studenten die gewünschten Fähigkeiten nicht nur sekundär im „try-and-error“ Verfahren eines Projektverlaufes erlernen, sondern ein noch viel intensiverer, bewussterer Umgang mit den angestrebten Kompetenzen erreicht werden könnte.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Allgemeine Grundlagenkompetenzen:

Der Kompetenzanteil der allgemeinen Grundlagen ist im Verhältnis zum durchschnittlichen Kompetenzprofil aller Hochschulen fast doppelt so groß.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Theoriekompetenz:

Der Anteil an Theoriekompetenz ist nur etwa halb so groß wie beim Durchschnitt aller Hochschulen.

Projekterfahrung:

Der hier ermittelte Anteil ist ca. ein Drittel kleiner als der des Durchschnittsstudenten.

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

Werden gar nicht angeboten.

WEITER ANMERKUNGEN:

Die Frage nach zusätzlichen Angeboten im Bereich der fachweiternden Kompetenzen bleibt trotz geringer Abweichung vom Mittelwert bestehen. So ist der Anteil nahezu identisch dem des Durchschnittsprofils. Insgesamt betrachtet ist dieser Bereich mit gerade einmal 7,9 % aber trotz dessen sehr gering.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

40,5 % Grundlagenkompetenz Allgemein

19 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz

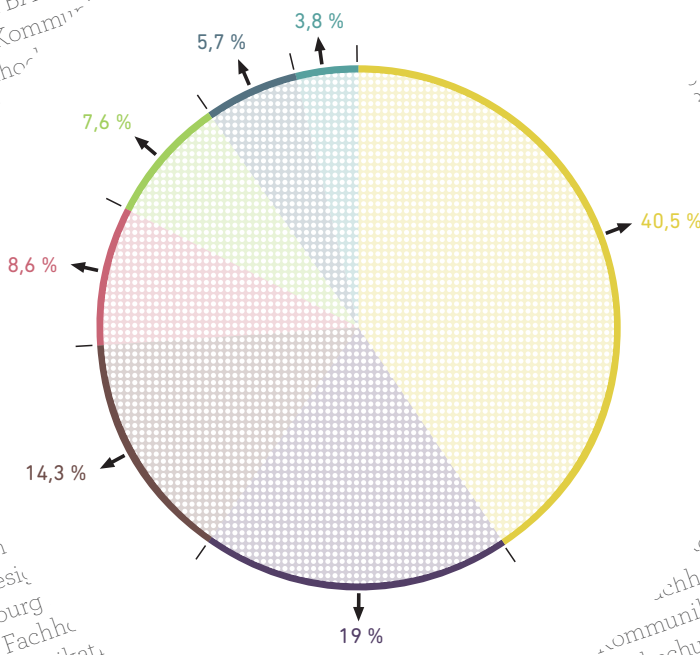
14,3 % Praxiserfahrung

8,6 % Grundlagenkompetenz Medien

7,6 % Facherweiterungskompetenz

5,7 % Bachelorarbeit

3,8 % Theoriekompetenz



Kunsthochschule Berlin Weißensee

Fachbereich Gestaltung

Visuelle Kommunikation BA [8 Semester Regelstudienzeit]

Eine der Besonderheiten, die das Profil der Kunsthochschule Berlin- Weißensee ausmacht ist, dass alle Studenten und Studentinnen ein einjähriges, fach-übergreifendes künstlerisches Grundlagenstudium gemeinsam absolvieren. Dieses Grundlagenstudium ist vor allem auf die Wahrnehmung und Visualisierung von Mensch und Umwelt ausgerichtet.

Eine weitere Besonderheit ist das intensive theoretische Lehrangebot für alle Studenten und Studentinnen während des gesamten Studiums. Im zweiten Studienabschnitt muss eine wissenschaftliche Fragestellung bearbeitet und in einer theoretischen Hausarbeit dokumentiert werden. Durch die Betonung des theoretischen Lehrangebots sollen die vielfältigen Möglichkeiten der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit kulturtheoretischen, ästhetischen, kunst- und medienhistorischen Studien und die kommunikative Kompetenz gefördert werden.

Überdies sind die für alle Fachrichtungen offenen, gut ausgestatteten Werkstätten der Kunsthochschule Berlin-Weißensee, in denen Konzepte konkretisiert und überprüft werden können, ein nennenswerter Vorzug. Sie bieten zugleich einen weiteren Ort des Austausches zwischen den Studierenden verschiedener Disziplinen.

Diese spezifischen Voraussetzungen an der Kunsthochschule Berlin-Weißensee ergeben eine gute Grundlage für interdisziplinäres Arbeiten. (KH-Berlin Weißensee, 2011)

QUELLEN

Kunsthochschule Berlin Weißensee. Studium, Allgemeines zum Studium URL: <http://www.kh-berlin.de/index.php5?groupID=54&Action=showGroup>. Zugriffsdatum: 02.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	*0	Kunstgeschichte	6
	*0	Theorie und Geschichte des Design	6
	*0	Geschichte der visuellen Kommunikation	3
	*1	Kulturgeschichte	6
		Medientheorie / Semiotik	6
	*0	Seminar I Theorie und Geschichte	3
	*0	Seminar II Theorie und Geschichte	3
	*0	Theoretische Hausarbeit	6
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	*0	Zeichnen (I + II)	4
	*0	Visuell bildnerisches Gestalten (I + II)	4
	*0	Plastisches und räumliches Gestalten I	6
	*0	Morphologie und Anatomie (I + II)	5
	*0	Darstellende Geometrie/Perspektivlehre I	2
	*0	Druckvorstufe	2
	*0	Visuelle Kommunikation	6
	*0	Zeichnen	6
	*0	Schrift	4
	*0	Räumliches Gestalten	6
	*0	Zeichenentwicklung	4
	*0	Typografie	6
	*0	Kurzzeit-Entwurf I	3
	*0	Kurzzeit-Entwurf II	3
	*0	Fachspezifische Grundlagen Kurs I + II	18
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	*0	Digitale Präsentation I	2
	*0	Fotografie I	2
	*0	Grundlagen der angewandten Informatik I	3
	*0	Fotografie Werkstattkurs	2
	*0	Fotografie	6
	*0	Digitale Werkzeuge I	1
	*0	Digitale Werkzeuge II	2
	*0	Interaktive Medien	6
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	*a	Zeichnen III	6
		Visuell bildnerisches Gestalten	6
		Plastisches und räumliches Gestalten II	12
		Morphologie und Anatomie III	6
		Darstellende Geometrie/Perspektivlehre II	6
		Digitale Präsentation II	6
		Fotografie II	6
		Grundlagen der angewandten Informatik	6
		Grundlagen der Wirtschaftswissenschaften	6
	*0	Entwurfsprojekt I	15
	*0	Entwurfsprojekt II	15
	*0	Entwurfsprojekt III (interdisziplinär)	18
*0	Freie Wahl I	3	
*0	Freie Wahl II	3	
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	-	-	-
<u>Facherweiterungsmodule</u>	*0	Wissenschaftliches Arbeiten	2
	*0	Präsentation und Dokumentation I	2
	*0	Präsentation und Dokumentation II	5
	*0	Berufswirtschaft	3
<u>Praktikum</u>	-	-	-
<u>Basis- Thesis</u>	-	-	-
<u>Bachelor Thesis</u>	*0	Bachelor-Arbeit	20
	*0	Bachelor-Kolloquium	2

*0 = Pflichtmodul

*1 = Aus dieser Gruppe muss ein Fach gewählt werden

*a = Aus dieser Gruppe müssen 2 x 6 ECTS Punkte aus den Fächern gewählt werden (insg. 12 ECTS)

Quelle: <http://www.kh-berlin.de/index.php5?groupID=15&groupID=54&groupID=15&Action=showGroupPage>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	33
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	79
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	28
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	66
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	-
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	12
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	-
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	22

240 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	4 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	12,2 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	3,7 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	0,4 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	-9,6 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	-2,9 %
Praxiserfahrung	7,2 %	-7,2 %
Bachelor Thesis	9 %	0,2 %

ZUSAMMENFASSUNG UND VERGLEICH:

An der Kunsthochschule Berlin Weißensee steht eine sehr stark designtheoretische, interdisziplinäre und wissenschaftliche Ausbildung im Zentrum der Bemühungen. Die Grundlagenkompetenzen und Projekte dienen dabei der angewandten Vertiefung der theoretisch, wissenschaftlichen Konzepte. Interdisziplinäres Arbeiten ist ein sehr deutlich angestrebtes Ziel, dass bereits durch ein einjähriges fachübergreifendes Studiensemester eingeleitet wird und in den offenen Werkstätten und Projekten Vertiefung findet.

Das dargestellte Selbstverständnis der Kunsthochschule Berlin Weißensee im Fachbereich Gestaltung scheint sich auf den ersten Blick nur begrenzt mit dem analysierten Modulangebot zu decken. So ist das theoretische und facherweiternde Angebot im Verhältnis zu den anderen Kompetenzbereichen eher klein und weniger wichtig priorisiert (im Sinne der ECTS-Punkte). Mit 13,7 % und 5 % Anteil liegen sie deutlich hinter den Grundlagenkompetenzen und den Projektkompetenzen. Zwar ist die allgemeine Grundlagenkompetenz und die Projektkompetenz am stärksten ausgeprägt (32,9 % Grundlagenkompetenz und 27,5 % Projektkompetenz), schließt hierdurch jedoch eine intensive theoretische Ausrichtung (13,7 % Theoriekompetenz) nicht aus, wenn wie zuvor beschrieben die praktische Ausbildung zur Vertiefung und Kontrolle des theoretischen Fundaments und der Konzepte dient.

Das konkrete Angebot im Facherweiternden Bereich, zur unterstützenden Ausbildung interdisziplinärer und wissenschaftlicher Fähigkeiten, ist mit einem Anteil von 5 % jedoch sehr mangelhaft ausgebaut und könnte durchaus noch verstärkt werden.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Die Theoriekompetenzen, die allgemeinen und die erweiterten Grundlagenkompetenzen sind etwa ein Drittel größer als beim absoluten Durchschnitt aller Hochschulen. Im direkten Vergleich ist die Kunsthochschule demnach bereits sehr gut positioniert auch wenn aufgrund der Studienbeschreibung eine noch theoretischer wirkende Studenausrichtung zu erwarten wäre.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

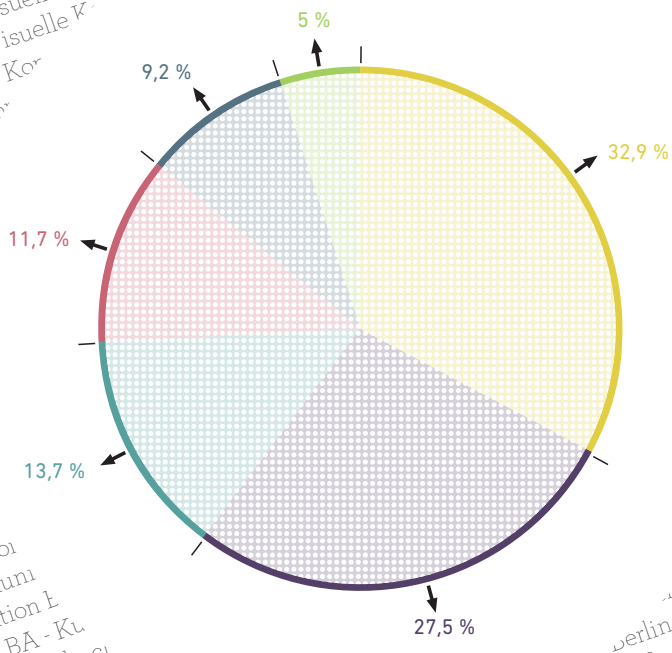
Den Studenten werden keine spezifischen Angebote zur Vertiefung beziehungsweise zur Spezialisierung zur Wahl angeboten. Demnach ist hier der Unterschied zu den anderen Hochschulen sehr deutlich.

Praxiserfahrung:

Ebenso wie bei den Vertiefungskompetenzen ist auch hier kein spezifisches Angebot in Form von beispielsweise einem Praktikum vorgesehen.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 32,9 % **Grundlagenkompetenz Allgemein**
- 27,5 % **Projekt- und Wahlpflichtkompetenz**
- 13,7 % **Theoriekompetenz**
- 11,7 % **Grundlagenkompetenz Medien**
- 9,2 % **Bachelorarbeit**
- 5 % **Facherweiterungskompetenz**



Fachhochschule für Technik und Wirtschaft Berlin

Fachbereich Gestaltung

Kommunikationsdesign BA [8 Semester Regelstudienzeit]

Von der Website oder der App auf dem Smartphone bis zum Corporate Design einer Firma – Kommunikationsdesign ist in nahezu allen Lebenssituationen zu finden. Wo immer Inhalte visuell transportiert werden müssen, sind Kommunikationsdesigner gefragt. Hier genügt nicht allein „eine kreative Ader“: Kommunikation ist ein komplexer Prozess, den es auch wissenschaftlich zu durchdringen gilt. Nur die Kenntnis der Wirkung von Bild- und Formensprache, der unterschiedlichen Kommunikationskanäle oder auch der technischen Mittel ermöglicht es, Informationen zielgerichtet in eine mediale Darstellung umzuwandeln. Denn die Aufmachung einer Information ist heute ebenso wichtig wie ihr Inhalt. Kommunikationsdesigner und -designerinnen müssen daher weit über die Grenzen der grafischen Gestaltung hinausdenken können. Die interdisziplinäre Ausbildung an der HTW Berlin befähigt die Studierenden, den Prozess von der Analyse eines Kommunikationsproblems über die Lösungskonzeption bis hin zur Realisierung umzusetzen.

Ein gelungenes Firmenlogo, die sich von der Masse abhebende Aufmachung eines Magazins oder auch das einfallreiche und zugleich am Nutzen orientierte Verpackungsdesign bedarf vieler Runden des Entwerfens, Verwerfens und Optimierens. Kommunikationsdesigner und -designerinnen müssen daher in der Lage sein, immer neue Varianten zu erdenken und sie gleichzeitig begründen zu können. Ebenso wie die beruflichen Tätigkeiten rund um das Kommunikationsdesign stellt daher auch das Bachelor-Studium an der HTW Berlin umfassende Anforderungen an die strategische Planung wie an die visionäre Umsetzung. Es fordert Teamkompetenz, Eigenständigkeit und die Fähigkeit, analytisch und planvoll vorzugehen. Und an den Spaß daran, in neuen Bahnen zu denken. (HTW-Berlin, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule für Technik und
Wirtschaft Berlin: Kommunikationsdesign an der HTW Berlin studieren. URL:
<http://kd.htw-berlin.de/> Zugriffsdatum:
02.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Gestaltungstheoretische Grundlagen I	5
	*0	Designtheoretische Grundlagen I	5
	*0	Gestaltungstheoretische Grundlagen II	5
	*0	Designtheoretische Grundlagen II	5
	*1	Foto- und Filmgeschichte Kulturwirtschaft I	5
	*0	Theorie und Methodik I	5
	*0	Theorie und Methodik II	5
	Grundlagenmodule Allgemein	*0	Gestaltungsgrundlagen I
*0		Gestaltungsgrundlagen II	5
*0		Gestaltungsgrundlagen III	6
*0		Gestaltungsgrundlagen IV	5
*0		Gestaltungsgrundlagen V	5
*0		Text I	4
*0		Entwurfsmethodik	4
*0		Text II	4
Grundlagenmodule Medien	*0	Technische Grundlagen I	4
	*0	Fachbezogene Grundlagen: Softwareanwendung I	4
	*0	Technische Grundlagen II: Colormanagement	5
	*0	Fachbezogene Grundlagen: Softwareanwendung II	5
	*0	Technische Grundlagen III	5
Projekt I Wahlpflicht	*0	Entwurfsprojekt I: Fachspezifischer Entwurf Phase I	5
	*0	Entwurfsprojekt II: Fachspezifischer Entwurf Phase II	5
	*0	Entwurfsprojekt I: Medienspezifischer Entwurf Phase I	5
	*0	Entwurfsprojekt II: Medienspezifischer Entwurf Phase II	5
	*0	Entwurfsprojekt I: Experimenteller Entwurf Phase I	5
	*0	Entwurfsprojekt II: Experimenteller Entwurf Phase II	5
	*0	Entwurfsprojekt I: Interdisziplinärer Entwurf Phase I	5
	*0	Entwurfsprojekt I: Interdisziplinärer Entwurf Phase II	5
	*0	Entwurfstheoretisches Projekt	5
	*0	Entwurfsprojekt V: Autorendesign	6
	*0	Kurzzeitprojekt I	5
	*0	Kurzzeitprojekt II	5
Vertiefung / Spezialisierung	*0	Projektergänzung I	4
	*0	Projektergänzung II	4
	*0	Projektergänzung III	5
Facherweiterungsmodule	*0	Fremdsprache Englisch I	2
	*0	Fremdsprache Englisch II	2
	*0	Fremdsprache Englisch III	2
	*0	Fremdsprache Englisch IV	2
	*0	Betriebswirtschaftslehre/Marketing	4
	*0	Projektmanagement	5
	*0	Recht/Ethik	5
	*0	Präsentation	5
	*0	Allgemeinwissenschaftliches WP Fach I	2
	*0	Allgemeinwissenschaftliches WP Fach II	2
Praktikum	*0	Fachpraktikum	24
Basis- Thesis	*0	Bachelorseminar/Kolloquium	3
Bachelor Thesis	*0	Bachelorarbeit	12

*0 = Pflichtmodul
*1 = Aus dieser Gruppe muss ein Fach gewählt werden

Quelle: <http://kd.htw-berlin.de/studieren/ordnungen/>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	Gesamtwert aller Theoriemodule	35
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	39
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	23
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	60
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	13
<u>Facherweiterungsmodule</u>	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	31
<u>Praktikum</u>	Gesamtwert Praktikumsanteil	24
<u>Basis- Thesis</u>	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	3
<u>Bachelor Thesis</u>	Gesamtwert BA Thesis	12

240 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
<u>Theoriekompetenz</u>	9,7 %	4,9 %
<u>Allgemeine Grundlagenkompetenz</u>	20,7 %	-4,5 %
<u>Erweiterte Grundlagenkompetenz</u>	8,8 %	0,8 %
<u>Projekt- und Wahlpflichtkompetenz</u>	27,1 %	-2,1 %
<u>Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz</u>	9,6 %	-4,2 %
<u>Facherweiterungskompetenzen</u>	7,9 %	5 %
<u>Praxiserfahrung</u>	7,2 %	2,8 %
<u>Bachelor Thesis</u>	9 %	-2,8 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE

Die HTW Berlin beschreibt in ihrem Selbstbild, dass der Schwerpunkt ihres Studienangebotes im angewandten, praktisch- strategischen und konzeptionellen Arbeiten liegt. Dabei ist eine interdisziplinäre Ausrichtung angestrebt, um Prozesse von der Analyse unterschiedlichster Kommunikationsprobleme bis hin zur Lösung realisieren zu können. Das praktische Probieren und Experimentieren soll dabei durch strategische Planung und interdisziplinäre Fähigkeiten ergänzt werden.

Die Analyse des Modulangebotes und der Prüfungsstruktur ergab ein sehr identisches Ergebnis in Bezug zum Selbstbild. Die Projektkompetenzen bilden mit 25 % Anteil den größten und am wichtigsten bewerteten Bereich. Unterstützt wird die Projektarbeit durch eine relativ gleichmäßig verteilte Grundlagenkompetenz, sowie theorie- und facherweiternde Kompetenzen (Allgemeine Grundlagenkompetenz 16,2 %, Theoriekompetenz 14,6 % und Facherweiterungskompetenz 12,9 %). So wird sowohl die strategisch- theoretische, als auch die interdisziplinäre Basis für das projektbezogene Arbeiten ermöglicht.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Der Bereich der Theoriekompetenzen und der facherweiternden Kompetenzen ist an der HTW Berlin im Schnitt etwa ein drittel größer als beim Durchschnitt der Hochschulen.

So kann vor allem die angestrebte strategische-, theoretische und interdisziplinäre Basis geschaffen werden, auf die im Selbstbild Bezug genommen wird.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Die Vertiefungskompetenzen sind im Verhältnis zum Durchschnitt nur etwa halb so groß und sind insgesamt noch ausbaufähig.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

25 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz

16,2 % Grundlagenkompetenz Allgemein

14,6 % Theoriekompetenz

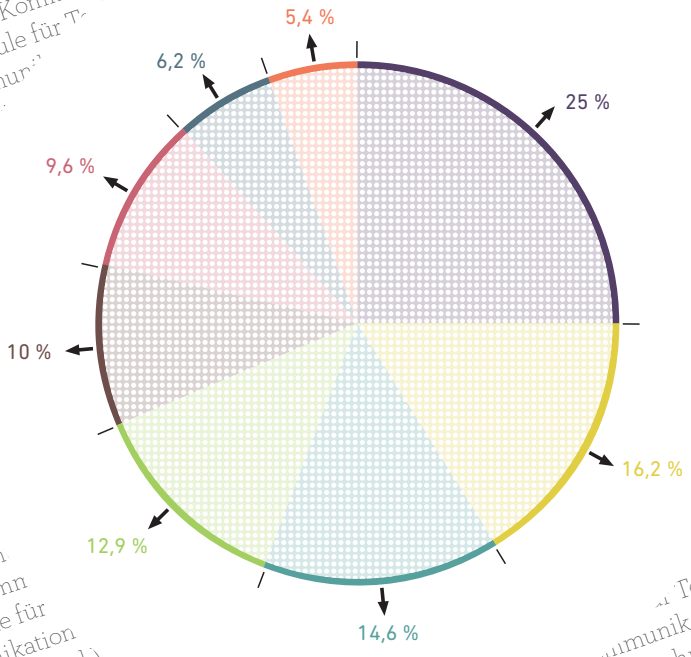
12,9 % Facherweiterungskompetenz

10 % Praxiserfahrung

9,6 % Grundlagenkompetenz Medien

6,2 % Bachelorarbeit

5,4 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz



Hochschule der bildenden Künste Braunschweig Design Information Medien

Kommunikationsdesign BA [6 Semester Regelstudienzeit]

Im Kommunikationsdesign liegen die Schwerpunkte bei Grafikdesign, Buchgestaltung, Illustration, 3D-Gestaltung, Fotografie, Typografie, Mediendesign/Multimedia und Konzeption. Zu Studienbeginn werden die entsprechenden Gestaltungsgrundlagen vermittelt. Beide Designstudiengänge führen gemeinsam in die theoretischen und wissenschaftlichen Fächer ein, etwa in die Designgeschichte, Soziologie, Psychologie, Kunst- und Kommunikationswissenschaft.

In den fortgeschrittenen Semestern wählen die Studierenden freie Entwurfsprojekte, beispielsweise zu fachübergreifenden Dachthemen und entwickeln dabei eine methodisch-gestalterische Arbeitsweise. Sie erschließen sich eigene Gestaltungsschwerpunkte: Individuelle Projektbeiträge werden sowohl konzeptionell als auch gestalterisch ausgearbeitet; hierbei steht die inhaltliche Auseinandersetzung mit dem Thema im Vordergrund. Kooperationsprojekte mit Partnern aus der Wirtschaft wie Lufthansa, Sennheiser und Schwarzkopf, aus Kultur und anderen universitären Einrichtungen sowie die zu absolvierenden Praktika vervollständigen das fundierte, abwechslungsreiche Studium.

QUELLEN

Hochschule der bildenden Künste Braunschweig: Kommunikationsdesign URL: <http://www.hbk-bs.de/studiengaenge/kommunikationsdesign/>
Zugriffsdatum: 06.12.2011

GESELLSCHAFTLICHE AUFGABEN

Die im Studium erarbeitete gestalterische Ausdrucksfähigkeit und die technischen Fertigkeiten sollen den AbsolventInnen ein professionelles Arbeiten ermöglichen. Zusammen mit den erworbenen wissenschaftlichen Kenntnissen tragen sie zur Lösung von gesellschaftlichen Fragestellungen, Kommunikations- und Gestaltungsaufgaben bei.

Als Design-Absolvent/-in unserer Hochschule konzipieren Sie Präsentationen, Kampagnen und Erscheinungsbilder. Sie entwickeln und gestalten Prozesse, Produkte, Printmedien, digitale Medienanwendungen und Ausstellungen. Sie arbeiten in deutschen und internationalen Designbüros und Agenturen als selbstständige Designer/-innen und in den Designabteilungen von Großunternehmen. Auch eröffnen sich derzeit in angrenzenden Bereichen wie Forschung, Beratung und Vermittlung neue interdisziplinäre Arbeitsfelder für Designer. (HBK Braunschweig, 2011)

ALLGEMEINE AUSBILDUNGSZIELE UND DAS QUALIFIKATIONSPROFIL DER ABSOLVENTEN

Der seit 2008 akkreditierte Bachelor-Studiengang bietet Ihnen einen ersten berufsqualifizierenden Abschluss. Gleichzeitig befähigt er zum gestalterischen und wissenschaftlichen Anschlussstudium in gestaltungsorientierten Master-Studiengängen. Designer/-innen arbeiten als Angestellte, als Selbstständige oder als freie Mitarbeiter. Im Bereich der Agenturen geht der Trend zur/zum festen freien Mitarbeiter/-in. Konzeptionsfähigkeiten, allgemeine und spezielle Methodenkenntnis, Analysefähigkeit, Grundfähigkeiten im selbstständigen gestalterischen und wissenschaftlichen Arbeiten, Projekterfahrung, Team- und Gruppenarbeit, Präsentation und Diskussion der eigenen Ideen, interdisziplinäres Denken verbunden mit Grundkenntnissen in der praktischen Anwendung sind die übergeordneten Ziele dieses Studiengangs. Im Kommunikationsdesign findet sich dies in einer engen Verzahnung von Lehre und Forschung wieder und in der besonderen Betonung einer experimentellforschenden Arbeitsweise. (HBK Braunschweig, 2011)

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Ringvorlesung Kommunikationsdesign	1
	*0	Designwissenschaft 1	12
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Buchbinden	1,5
	*0	Design Basics	3
	*0	Farbe, Fläche, Raum	3
	*0	Typografie, Schrift	3
	*0	Naturstudium, Darstellungstechniken	3
	*0	Form, Material Technologie	3
	*0	Design Basics	3
	*0	Schrift, Zeichen, CI	3
	*0	Abstraktionsformen, Darstellungstechniken	2
	*0	Exkursion	1
Grundlagenmodule Medien	*0	Laborwerkstatt satztechnische Software / vektororientierte Bildverarbeitung	1,5
	*0	Satztechnische Software 1	1,5
	*0	Vektororientierte Bildverarbeitung	1,5
	*0	Pixelorientierte Bildverarbeitung	1,5
	*0	Web	1,5
	*0	Laborwerkstatt pixelorientierte Bildverarbeitung	1,5
	*0	Laborwerkstatt Web	1,5
Projekt I Wahlpflicht	*3	Praktisches Modul Text als Buch	12
		Praktisches Modul Text & Bild im Buch	12
		Praktisches Modul Lesetypografie	12
		Praktisches Modul Buchgestaltung non-linear	12
		Praktisches Modul Fotografie	12
		Praktisches Modul Grafik Design : Experimentelle Gestaltung	12
		Praktisches Modul Grafik Design : Konzeptionelle Gestaltung	12
		Praktisches Modul Interactive Narration	12
		Praktisches Modul Konzeptionelle Bilderfindung	12
		Praktisches Modul Illustrative Bildgestaltung	12
		Praktisches Modul Motion Graphics	12
		Praktisches Modul Grundlagen dreidimensionaler Kommunikation Orientierung im Raum	12
		Praktisches Modul Grundlagen dreidimensionaler Kommunikation Kommunikation im Raum	12
		Praktisches Modul Audio/Video – AudioVisionen	12
		Praktisches Modul Audio/Video	12
*0	Projektmodul	12	
Vertiefung / Spezialisierung	*a	Nebenfach Zeitbasierte Medien: Designwissenschaft	6
		Nebenfach Zeitbasierte Medien: Praktisches Modul 1	12
		Nebenfach Zeitbasierte Medien: Praktisches Modul 2	12
		Nebenfach Zeitbasierte Medien: Projektmodul oder praktisches Modul 3	12
		Nebenfach Zeitbasierte Medien: Wahlpflicht	3
	*a	Nebenfach Industriedesign: Bezugsdisziplin	6
		Nebenfach Industriedesign: Grundlagen Technik	6
		Nebenfach Industriedesign: Technisch- gestalterische Praxis	3
		Nebenfach Industriedesign: Formen und Entwerfen	15
		Nebenfach Industriedesign: Entwurfslehre	12
	*a	Nebenfach Medienwissenschaften: Propädeutik, M1 Medienanalyse	12
		Nebenfach Medienwissenschaften: Medienanalyse, K3 oder K4	15
		Nebenfach Medienwissenschaften: Massenkommunikation, K1, K3, oder K4	18
Facherweiterungsmodule	*0	Überfachlicher Professionalisierungsbereich	12
Praktikum	*0	Fachnaher Professionalisierungsbereich Hauptfach Kommunikationsdesign Praktikum	6
Basis- Thesis	*0	Kolloquium Wege zum Bachelor Ausstellung	2 4
Bachelor Thesis	*0	Bachelorarbeit	12

*0 = Pflichtmodul

*3 = Aus dieser Gruppe müssen drei Fächer gewählt werden

*a = es muss jeweils ein Modulblock mit insg. 45 ECTS Punkten gewählt werden

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	13
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	25,5
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	12,5
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	48
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	45
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	12
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	6
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	6
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	12

180 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	-2,5 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	-6 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	-1,9 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	-0,4 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	15,4 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	-1,2 %
Praxiserfahrung	7,2 %	-3,8 %
Bachelor Thesis	9 %	1 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Sowohl technische, gestalterische als auch theoretisch- wissenschaftliche Kompetenzen zeichnen den Studiengang Kommunikationsdesign der Hochschule für Bildende Künste Braunschweig aus. Konzeptionelles Denken, allgemeine und spezielle Methodenkenntnis, sowie Analysefähigkeit sollen dabei gleichermaßen gefördert werden. In dem formulierten Selbstbild des Studiengangs wird weiterhin der Bezug zur Projekterfahrung und Teamfähigkeit, sowie zur Präsentations- und Diskussionsfähigkeit genannt. Besonders betont wird auch eine experimentellforschende Arbeitsweise.

Betrachtet man die Analyse der Modulauswertung und das sich daraus ergebene Kompetenzprofil des Studiengangs, lässt sich noch eine weitere Besonderheit erschließen. Es wird sehr schnell deutlich, dass ein sehr großer Anteil Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz gegeben ist. Zusammen mit einem nahezu identisch großen Anteil Projekterfahrung, bestimmen beide Kompetenzen zusammen etwa die Hälfte des Studiums. Der sehr große Anteil der Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz ist auf das besondere Studienmodell der Hochschule zurückzuführen. So ist es möglich Kommunikationsdesign als Hauptfach (wahlweise auch als Nebenfach) zu wählen und ergänzend hierzu eines von drei Nebenfächern zu belegen. Hierdurch ergibt sich dem Studenten ein sehr hoher grad an individueller Spezialisierungskompetenz.

Darüber hinaus werden aber auch die erwähnten theoretisch und facherweiternden Kompetenzen im Studienprofil aufgezeigt. (7,2 % Theoriekompetenz und 6,7 % Facherweiterungskompetenz). Auch die allgemeine und erweiterte Grundlagenkompetenzen werden anhand der Analyse bestätigt. (14,7 % allgemeine Grundlagen und 6,9 % erweiterte Grundlagen).

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

An der HBK Braunschweig fällt im direkten Vergleich zum Durchschnittsprofil vor allem auf, dass die Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen etwa zwei drittel stärker ausgeprägt sind.

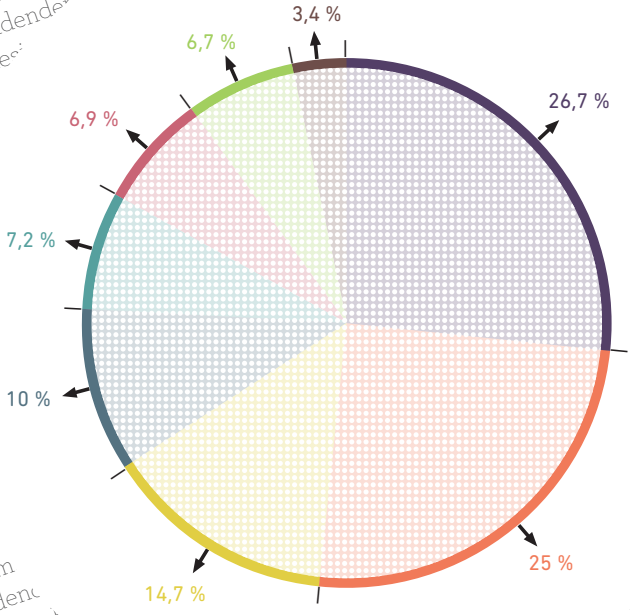
Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Allgemeine Grundlagenkompetenzen:

Dafür, dass die Vertiefungskompetenzen stärker als beim Durchschnitt ausgeprägt sind, ist die allgemeine Grundlagenausbildung etwa ein Drittel kleiner als der des Durchschnitts.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 26,7 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz
- 25 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz
- 14,7 % Grundlagenkompetenz Allgemein
- 10 % Bachelorarbeit
- 7,2 % Theoriekompetenz
- 6,9 % Grundlagenkompetenz Medien
- 6,7 % Facherweiterungskompetenz
- 3,4 % Praxiserfahrung



Hochschule der Künste Bremen Fachbereich Kunst und Design

Integriertes Design BA [6 Semester Regelstudienzeit]

Das Studienmodell Integriertes Design wird an der Hochschule für Künste seit über zehn Jahren erfolgreich gelehrt. In Deutschland ist es nach wie vor einzigartig.

Das Studienangebot stellt kreatives und interdisziplinäres Arbeiten in den Vordergrund und trennt nicht mehr nach den herkömmlichen Disziplinen der Gestaltung. Damit antwortet der Studiengang auf die heutigen Herausforderungen des Designberufs, der sich stark gewandelt hat und so viele Aufgabenfelder und Profile kennt wie nie zuvor.

Das Integrierte Design verfolgt methodisch eine bewusste Öffnung, die verschiedenste Denk- und Handlungsweisen des Designs zu verbinden sucht. Eine zeitgemäße Auffassung von Design erfordert nicht nur ein Denken nach fachlichen oder technologischen Kompetenzen, sondern auch nach übergreifenden Fragestellungen und gesellschaftlicher Verantwortung. Das Designstudium an der Hochschule für Künste qualifiziert hierfür, indem es einerseits breit angelegte Grundlagenkompetenzen vermittelt und andererseits zu individueller Schwerpunktbildung und Positionsbestimmung anregt.

Das Studium ist in aufeinander aufbauende Module gegliedert, die systematisch die zentralen Aspekte des Designs ansprechen. Über diese vorgegebenen Bausteine lernen die Studierenden alle relevanten Fragestellungen des Designprozesses zu bearbeiten. Sie erhalten zunächst gemeinsame Einführungen in die Werkstätten und ihre Materialien bzw. Technologien. Anschließend kann innerhalb eines abgestimmten Angebots zwischen den folgenden Lehrgebieten frei kombiniert werden:

Grundlagen der Gestaltung
Kommunikationsgestaltung/Corporate Design
Interaction Design
Typografie
Illustration
Zeichnen
Stilles Bild/Fotografie
Bewegtes Bild/Film
Interface Design
Produktdesign/CAD
3D/Produktdesign
Konstruktive Geometrie
Temporäre Architektur
Modedarstellung
Modedesign/Experimenteller Entwurf
Modellentwurf, Schnittkonstruktion, CAD
Modedesign/Unikate und Programme

Begleitend zu diesen praktischen Bereichen studieren alle Design-Studierenden und -Studenten gemeinsam in wissenschaftlichen Seminaren zur Theorie und Geschichte des Designs sowie im Lehrangebot zur beruflichen Professionalisierung.

Das Studium umfasst verschiedenste Lehr- und Präsentationsformen (Entwurfs-Projekte in- und außerhalb der Hochschule, kreative Übungen und Workshops, wissenschaftliche Seminare und Vorlesungen, Ausstellungen bzw. Veranstaltungen für die breite Öffentlichkeit, freie Arbeiten, Auftrags-situationen, Exkursionen u. a.), dabei finden künstlerisch-intuitive Methoden und Vorgehensweisen ebenso Anwendung wie planerische, methodische und systematische.

Eine weitere Besonderheit des Designstudiums an der Hochschule für Künste liegt in der Mitgestaltung der Lehre durch die Studierenden: Sie engagieren sich in Arbeitsgemeinschaften um Projekte zu organisieren, sie initiieren eigene Veranstaltungen und laden zu Vortragsreihen mit international renommierten Gästen ein.

Für mögliche Auslandsaufenthalte und Praktika im In- und Ausland verfügt die Hochschule für Künste über bewährte Kontakte zu internationalen Partnerhochschulen und Designern. (HK Bremen, 2011)

QUELLEN

Hochschule der Künste Bremen
Fachbereich Kunst und Design:
Integriertes Design. URL: <http://www.hfk-bremen.de/t/integriertes-design/n/studieng%C3%A4nge-integriertes-design/>
Zugriffsdatum 06.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Einführung in die Design- und Kulturgeschichte	4
	*1	Einführung in die Kunstgeschichte	2
		Material in Kunst und Design	2
		Rührt Euch!	2
		Uniformen von Militär bis Jugendkultur zwischen Individualität und Disziplin	2
	*0	Designtheorie	4
	*1	Designtheorie: Bilderzählungen	2
		Designtheorie: Die Kunst des Kopierens. Zur Geschichte der "Remix-Kultur"	2
		Designtheorie: Die alte Theorie und das neue Design	2
	*0	Mensch und Gesellschaft	2
	*0	Queere Ästhetiken und Theorien	4
	*0	Lernen, Arbeiten, Raum	2
	Grundlagenmodule Allgemein	*1	Prozesse & Methoden (gestalterische Übungen + Seminar)
		Prozesse & Methoden: Brot, Butter und ein wenig Kaviar (gest. Übungen + Seminar)	8
		Prozesse & Methoden: Illustration (gestalterische Übungen + Seminar)	8
*1		Körper & Kognition: Ergonomie und universelles Design (gest. Übungen + Werkstatt)	8
		Körper & Kognition: SEX, DREAMS & DENIM JEANS (gest. Übungen + Werkstatt)	8
		Körper & Kognition: Interaktion (gest. Übungen + Werkstatt)	8
		Material & Technologie: C-Möbel (gest. Übungen + Werkstatt)	8
		Material & Technologie: universeller Draht (gest. Übungen + Werkstatt)	8
		Material & Technologie: Forever Young? (gest. Übungen + Werkstatt)	8
*1		Darstellung und Visualisierung (gest. Übung + Werkstatt)	8
		Darstellung und Visualisierung: Die Erste Hilfe (gest. Übung + Werkstatt)	8
		Darstellung und Visualisierung: Zeichnen (gest. Übung + Werkstatt)	8
*1		Körper & Kognition: Ergonomie und universelles Design	8
		Körper & Kognition: Sex, Dreams & Denim Jeans	8
		Körper & Kognition: Interaktion	8
		Material & Technologie: C-Möbel	8
		Material & Technologie: universeller Draht	8
		Material & Technologie: Forever Young	8
*1		Bildbetrachtung vor Ort	2
		Schreibwerkstatt: Text für die "Zeitschrift der Straße"	2
*1		Grossraumstudio als Lern- & Lehrforum	2
	Tue Gutes und ...	2	
	Zeig Dich	2	
Grundlagenmodule Medien	-	-	-
Projekt I Wahlpflicht	*1	Block-I Dialog zwischen den Dimensionen / Workshop + technische Einführung	4
		Block-I Ohne Worte / Workshop + technische Einführung	4
		Block-I Ohne Worte. Eine fotografische Entdeckungstour durch die neue Hochschule	4
		Block-I STILLgestanden / Workshop + technische Einführung	4
	*1	Block-II Brainstorm Club / Workshop + technische Einführung	4
		Block-II Ohne Worte / Workshop + technische Einführung	4
		Block-II Ohne Worte / Workshop + technische Einführung	4
		Block-II Ohne Worte / Workshop + technische Einführung	4
	*1	Block-III 210 / Workshop + technische Einführung	4
		Block-III 25000+ Worte pro Sekunde / Workshop + technische Einführung	4
		Block-III Ohne Worte oder Wer ist Ich? / Workshop + technische Einführung	4
		Block-III Produktdesign / CAD / Workshop + technische Einführung	4
	*1	Block-IV 3-dim. Objekte >>ohne Worte<< / Workshop + technische Einführung	4
		Block-IV Ohne Worte / Workshop + technische Einführung	4
		Block-IV Ohne Worte / Workshop + technische Einführung	4
		Block-IV wort-, aber nicht sprachlos. Eine Bildergeschichte	4
	*1	Block-V "OHI HO BANG BANG!" - Prozess, Konzept und Ergebnis /	4
		Block-V Ohne Worte / Workshop + technische Einführung	4
		Block-V Ohne Worte / Workshop + technische Einführung	4
		Block-V Produktdesign / CAD / Workshop + technische Einführung	4

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS	
	*1	Block-VI "OHI HO BANG BANG!" - Prozess, Konzept und Ergebnis	4	
		Block-VI Illustration der Kurzgeschichte: "Der Mann, der Angst vor den Menschen hatte"	4	
		Block-VI Ohne Worte - Interaktive Icons / Workshop + technische Einführung	4	
		Block-VI Psst! Geheim. / Workshop + technische Einführung	4	
	*1	Inspiration Künstlerbücher	8	
		Mode und Zeit - Theorie & Schreibwerkstatt	8	
		Naturdarstellungen in der Kunst	8	
	*1	Nur für Dich! aus Porzellan	8	
		Gestalt und Ästhetik - Prozess des Entwurfs	8	
		Systeme	8	
	*1	System & Struktur: Esswerkzeuge - Typologie und Formentwicklung	8	
		System & Struktur: Stilles Bild	8	
		System & Struktur: Laboratorium Brimborium	8	
	*1	Grossraumstudio als Lern- & Lehrforum	12	
		Zeig Dich!	12	
	*0	Freies Designprojekt	8	
	Vertiefung / Spezialisierung	*0	Professionalisierung I	6
		*0	Professionalisierung II	6
*0		Professionalisierung III	6	
Facherweiterungsmodule	*1	Design und Marketing. Eine Einführung	8	
		Exhibition Design	8	
		Illustration zum Thema Ökologie und Ökonomie	8	
		Weniger ist mehr - Back on focus	8	
	*1	Mensch & Gesellschaft: Energie	6	
		Mensch & Gesellschaft: Energiepark	6	
		Mensch & Gesellschaft: Zielgruppe Kind	6	
	*0	Interdisziplinäre Studie	8	
	Praktikum	-	-	
	Basis- Thesis	-	-	
Bachelor Thesis	*0	Bachelorarbeit	16	

*0 = Pflichtfach
*1 = Aus dieser Modulgruppe muss ein Fach gewählt werden

Quelle: <https://artist.hfk-bremen.de/scripts/mgrqspi.dll?APPNAME=CampusNet&PRGNAME=ACTION&ARGUMENTS=-AyP2z3r8M9smSgYQWzEieJAG4FrdjZmGm-NJXvZ4jWRvEZarK7n646dfkyaOoY7K-tl-k-jobNm-2BmWZC3rTuvALQqWSZMcOUHX.1N67VbRa1f1Y5qfgata5TFHlecMXMTD4EDQh7zXl>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	20
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	36
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	-
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	68
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	18
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	22
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	-
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	16

180 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	1,5 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	-0,7 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	-8,8 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	10,7 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	0,4 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	4,3 %
Praxiserfahrung	7,2 %	-7,2 %
Bachelor Thesis	9 %	-0,1 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

An der Hochschule der Künste Bremen steht im Studiengang Integriertes Design das kreative und interdisziplinäre Arbeiten im Vordergrund. Dabei soll den Studenten nicht nur ein fachliches und technologisches Denken und Handeln angeeignet werden, sondern ein offenes Denken, dass die verschiedensten Handlungsweisen des Design miteinander verbinden kann. Als Grundlage werden den Studenten ein breit angelegtes Grundlagenstudium geboten. Darauf aufbauende Module können frei kombiniert werden und bieten so die Chance zur individuellen Vertiefung und Spezialisierung. Abgerundet soll das Studium durch begleitende theoretische und wissenschaftliche Module. Eine Besonderheit des Bremer Studienmodells ist laut formuliertem Selbstbild, dass die Studenten aktiv mit in die Lehre eingebunden werden. Sie sollen gemeinsam Projekte organisieren und eigene Veranstaltungen und Vortragsreihen initiieren.

Im Vergleich zu den angebotenen Modulen und dem sich daraus ergebenden Kompetenzprofil lässt sich eine überwiegende Übereinstimmung zwischen dem Selbstbild und dem Modulangebot feststellen. Auffällig ist allerdings, dass es kaum spezifisch benannte Angebote in den erweiterten Grundlagenmodulen (also in den digitalen Medien) gibt. Die einzelnen Fächerbeschreibungen der Modulgruppen ließen jedoch nicht immer zu 100 % eine korrekte Zuordnung in die definierten Bereiche vor. So ist davon auszugehen, dass im Bereich der allgemeinen Grundlagenmodule kombinierte Angebote von sowohl analogen als auch digitalen Grundlagen gelehrt werden (so beispielsweise im Modul „Körper & Kognition: Interaktion“).

Den größten Bereich des Studiums nimmt die Projekterfahrung mit rund 37,8 % Anteil ein. Die Grundlagenmodule werden mit einer Gewichtung von 20 % festgelegt. Ergänzt und fundiert wird die Projektarbeit durch eine relativ gleichmäßige Verteilung von Facherweiterungskompetenzen, Theoriekompetenzen und Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen (12,2 %, 11,2 % und 10 %).

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Projekterfahrung:

Im Verhältnis zum Durchschnittsprofil fällt auf, dass die Hochschule der Künste Bremen etwa zwei Drittel mehr Projekterfahrung bietet als der Durchschnitt der Hochschulen.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Erweiterte Grundlagenkompetenzen:

Wie schon zuvor erwähnt, ist es sehr auffällig, dass es keine spezifisch benannten Angebote zur Ausprägung der erweiterten Grundlagenkompetenzen gibt. Dies fällt natürlich auch im Verhältnis zum Durchschnittsprofil aller Hochschulen auf.

Praxiserfahrung:

Ebenso ist im Studienmodell kein spezifisches Angebot von Praktika oder einem Auslandssemester vorgesehen, sodass auch hier die Abweichung vom Mittelwert sehr hoch ist.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

37,8 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz

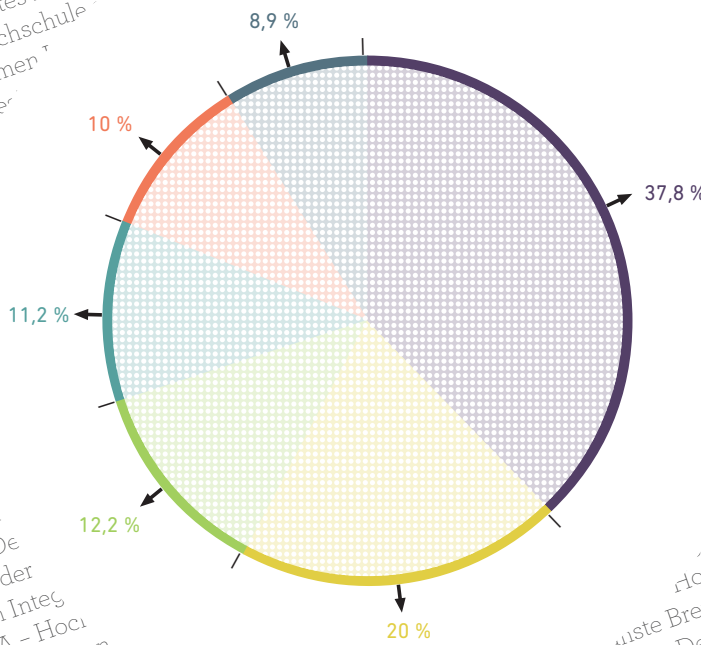
20 % Grundlagenkompetenz Allgemein

12,2 % Facherweiterungskompetenz

11,2 % Theoriekompetenz

10 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz

8,9 % Bachelorarbeit



Fachhochschule Düsseldorf

Fachbereich Design

Kommunikationsdesign BA [6 Semester Regelstudienzeit]

Der Studiengang baut auf dem historisch gewachsenen und national wie international anerkannten Profil des Düsseldorfer Designstudiums auf. Du profitierst vom Standort Düsseldorf als „Meltingpot“ von Design, Kunst, Kultur, Musik, Werbung und Mode.

Durch die engen Verflechtungen des Studienganges mit dem kulturellen und beruflichen Umfeld der Stadt, der Region und mit seinen internationalen Netzwerken, bieten sich Dir vielfältige Möglichkeiten der beruflichen Orientierung. Die Stadt am Rhein bietet sich auch durch viele Möglichkeiten zu Praktikum und Nebenjobs an, das Studium kann man hier wirklich praxisnah erfahren. Herausragende Museen, ungewöhnliche Galerien und freche Showrooms, bieten Einblicke in die Kunst- und Medienszene und Background für eigene Projekte. Raum für Kreation, Werbung, Kunst und Medien. Wir haben einen langen Strand, die Königsallee, getrunken wird Altbier und zu Karneval rufen wir Helau! Genug geschwärmt: Deine Wahl! Herzlich Willkommen.

KOMMUNIKATIONSDESIGN

Gestaltung ist Haltung. Der Studiengang Kommunikationsdesign beschäftigt sich mit Begeisterung, inhaltlicher Kompetenz und gestalterischer Qualität mit dem breiten Panorama des Designs: von klassischen und modernen Printmedien, über audiovisuelle Gestaltung, Ausstellungsdesign und Fotografie bis hin zu Textgestaltung und Konzeption. Dieses Angebot ermöglicht Dir individuelle Schwerpunkte zu setzen oder ein „Spezialist des Generellen“ zu werden. Kommunikationsdesigner arbeiten nicht nur in Agenturen, die Berufsperspektiven werden immer vielfältiger und sind so breit gefächert, wie das Lehrangebot. Gute Gestaltung ist auch in den Bereichen Wirtschaft, Politik, Kultur und Sozialwesen gefragt und vor allem auch nötig. Ein studienbegleitendes Mentoringprogramm fördert zusätzlich Deine Kompetenzen und bereitet Dich auf den Übergang ins Berufsleben vor. Das Team der Düsseldorfer Lehrenden mit individuellem Charakter und vielfältigen Verknüpfungen zur Praxis und Forschung begleitet Dich mit Engagement, Empathie und Begeisterung.

BACHELOR

Seit dem Wintersemester 06/07 gibt es bei uns ein neues modulares Konzept im Bachelor Kommunikationsdesign. Damit wird der jahrzehntelang erfolgreiche Düsseldorfer Diplomstudiengang abgelöst. Statt 8 Semester Regelstudienzeit, wie bei einem Diplomstudiengang, studiert ein Bachelorstudent nur noch 6 Semester. Dem Studierenden wird somit ein straffer Studienplan geboten, der innerhalb kürzester Zeit ins Berufsleben führen kann. Unser Studiengang bietet eine praxisorientierte, gestalterische und konzeptionelle Ausbildung, die einen generalistischen Zugriff auf künftige Berufsfelder ermöglicht. Die Kernkompetenzen des Studiengangs Kommunikationsdesign liegen in den Bereichen Bild, Raum, Schrift, Wort und Zeit und geben dir die Möglichkeit das gesamte Designspektrum voll auszuschöpfen. Durch intensives „Mentoring“ unserer Professoren mit den Studenten, wird die Qualität des Studiums und die persönliche Entwicklung unterstützt. Der erworbene Abschluss „Bachelor of Arts“ ist international anerkannt und ermöglicht anschliessend auch international die Qualifikation des „Master of Arts“ zu erwerben. Dazu bieten wir noch 4-semestrige wissenschaftlich orientierte Master in Kommunikationsdesign, Applied Art and Science und Exhibition Design an. (FH-Düsseldorf, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule Düsseldorf, Fachbereich Design, Studiengang Kommunikationsdesign, Bachelor Kommunikationsdesign URL: http://design.fh-duesseldorf.de/e_stud/a_ba_kom Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Kunst- und Medienwissenschaften	6
	*1	Kunstwissenschaften	6
		Medienwissenschaften	6
		Gestaltungswissenschaften	6
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Gestaltungslabor I - Form und Farbe - Künstlerische Grundlagen	10 (5) (5)
	*0	Gestaltungslabor II - Zeichnung - Bild und Kommunikation	10 (5) (5)
	2	Gestaltungslabor III - Körper, Raum und Gestalt I - Körper, Raum und Gestalt II - Raum und Interior I	8 (2x4) (4) (4) (4)
		Gestaltungslabor IV - Experimentelle Bildkonzeption - Künstlerische Experimente - Raum und Gestalt	8 (2x4)* (4) (4) (4)
		Gestaltungslabor V - Illustratives Gestalten - Bild und zeitbasierte Medien - Freie Grafik und Druck	8 (2x4)* (4) (4) (4)
	*0	Typografie - Schrift und Zeichen - Schrift und Layout	8 (4) (4)
	Grundlagenmodule Medien	*2	Verbale Kommunikation - Sprache und Text - Redaktion und Edition I
		Fotografie - Fotografische Bildgestaltung - Fotografische Lichtgestaltung	8 (4) (4)
		Audiovisuelle Kommunikation - Audiovisuelles Design I - Interaktive Systeme und Hypermedia	8 (4) (4)
*3		Grundlagen I - Satzgestaltung und Produktion - Verlag und Herstellung	8 (4) (4)
		Grundlagen II - Audiovisuelle Medien - Hypermedia I	8 (4) (4)
		Grundlagen III - Perspektivisch- räumliches Zeichnen - Digitaler Modellbau	8 (4) (4)
		Grundlagen IV - Fotografische Grundlagen - Digitale Bildbearbeitung	8 (4) (4)
Projekt I Wahlpflicht		*6	Verlag und Editorial
		Corporate Design	10
		Dreidimensionale Kommunikation I	10
		Dreidimensionale Kommunikation II	10
		Methoden der Werbung	10
		Praxis der Werbung	10
		Interaction Design	10
		Fotografie	10
		Bildgestaltung	10
		Audiovisuelle Kommunikation	10

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Vertiefung / Spezialisierung	-	-	-
Facherweiterungsmodule	*1	Cultural Studies - Gender Media Design - Design Culture And Material Culture	6 (3) (3)
		Bezugswissenschaften I - Medienmanagement - Angewandte Medientheorie und Medienästhetik - Design im Kontext	6 (2x3)* (3) (3) (3)
		Bezugswissenschaften II - Grundzüge des Existenzgründungsmanagements - Wirtschaftsrecht für Nicht-Betriebswirte	6 (6 oder 2x3)** (6) (3) (2x3)
Praktikum	-	-	-
Basis- Thesis		Mentoring	6
Bachelor Thesis		Bachelor Report	12

- *0 = Pflichtmodul
- *1 = Aus dieser Gruppe muss ein Fach gewählt werden
- *2 = Aus dieser Gruppe müssen zwei Fächer gewählt werden
- *3 = Aus dieser Gruppe müssen drei Fächer gewählt werden
- *6 = Aus dieser Gruppe müssen sechs Fächer gewählt werden

- * = Es müssen lediglich zwei der drei angebotenen Fächer belegt werden
- ** = Es muss entweder ein Kurs mit sechs ECTS Punkten oder zwei Kurse à drei ECTS Punkte gewählt werden

Quelle: <http://www.fh-dus.de/vvz/>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	Gesamtwert aller Theoriemodule	12
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	44
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	40
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	60
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	-
<u>Facherweiterungsmodule</u>	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	6
<u>Praktikum</u>	Gesamtwert Praktikumsanteil	-
<u>Basis- Thesis</u>	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
<u>Bachelor Thesis</u>	Gesamtwert BA Thesis	18

180 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
<u>Theoriekompetenz</u>	9,7 %	-3 %
<u>Allgemeine Grundlagenkompetenz</u>	20,7 %	3,8 %
<u>Erweiterte Grundlagenkompetenz</u>	8,8 %	13,5 %
<u>Projekt- und Wahlpflichtkompetenz</u>	27,1 %	6,3 %
<u>Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz</u>	9,6 %	-9,6 %
<u>Facherweiterungskompetenzen</u>	7,9 %	-4,5 %
<u>Praxiserfahrung</u>	7,2 %	-7,2 %
<u>Bachelor Thesis</u>	9 %	1 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Die Fachhochschule Düsseldorf beschreibt ihren Studiengang Kommunikationsdesign als einen sehr praxisorientierten auf Gestaltung und Konzeption ausgerichteten Studiengang. Dabei ist das Studium generalistisch angelegt und befähigt somit zu einem flexiblen, vielseitigen Einstieg in das Berufsleben. Neben der generalistischen Basis soll auch die individuelle Haltung und Fähigkeiten der Studenten gefördert werden.

Das untersuchte Modulangebot hat die sehr stark praxisorientierte Ausrichtung, die im Selbstbild beschrieben ist, bestätigt (33,4 % Projektkompetenz). Ein Praxissemester zur Vertiefung der Erfahrung ist jedoch nicht vorgesehen. Gestützt wird das Studium durch eine relativ intensive Ausbildung der allgemeinen und erweiterten Grundlagenkompetenzen. Sie bilden mit insgesamt 46 % Anteil die zweit- und dritt wichtigsten Kompetenzgruppen (24,5 % und 22,3 %). Die angestrebte generalistische und umfangreiche Entwurfskompetenz sieht sich demnach ebenfalls im Modulplan bestätigt.

Für die Ausprägung der individuellen Haltung sind keine speziellen Vertiefungs- oder Facherweiterungsmodule vorgesehen. Bleibt also zu erwarten, dass in dem umfangreichen Angebot der Grundlagenausbildung Platz für eben diese individuelle Entwicklung gegeben ist. Es stellt sich aber auch hier die Frage, ob es nicht sinnvoll wäre das Angebot dahingehend zu erweitern, dass spezielle facherweiternde Module, die losgelöst von den Grundlagenkompetenzen behandelt werden, eine individuelle, kritische Auseinandersetzung mit der Umwelt und der Gesellschaft ermöglichen. So könnte dann im Anschluss eine viel reflektiertere Auseinandersetzung in die Projektarbeit einfließen, die auf der einen Seite die Entwurfskompetenzen und auf der anderen Seite fundierte facherweiterte Kompetenzen zur Grundlage hat.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Erweiterte Grundlagenkompetenzen:

Die erweiterten Grundlagenkompetenzen sind im Vergleich zum Mittelwert etwa zwei Drittel größer und zeigen somit auch im direkten Hochschulvergleich eine positive Abweichung auf.

Projekterfahrung:

Auch die Projekterfahrung ist im Schnitt etwa ein Viertel größer als beim Durchschnitt der anderen Hochschulen. Der Vergleich bestätigt somit auch die angestrebte Positionierung der Hochschule in dem untersuchten Ausbildungsumfeld.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

Wie schon zuvor beschrieben fehlt es an spezifischen Angeboten zur Vertiefung und Spezialisierung.

Facherweiterungskompetenzen:

Die Facherweiterungskompetenzen sind im Vergleich zum Mittelwert nur etwa halb so groß. Aufgrund der angestrebten Positionierung durch das Selbstbild der Hochschule, sollte darüber nachgedacht werden diesen Bereich langfristig auszubauen.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

33,4 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz

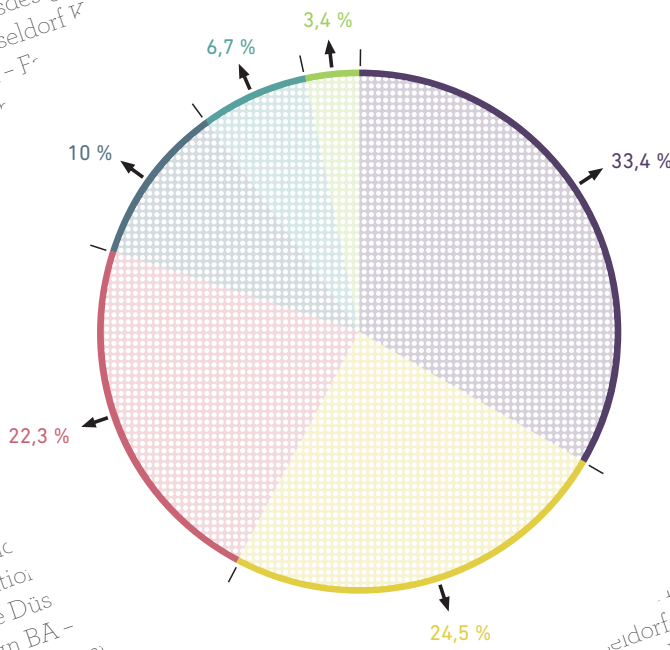
24,5 % Grundlagenkompetenz Allgemein

22,3 % Grundlagenkompetenz Medien

10 % Bachelorarbeit

6,7 % Theoriekompetenz

3,4 % Facherweiterungskompetenz



Hochschule Anhalt (Dessau) Fachbereich Design

Design BA [6 Semester Regelstudienzeit]

„Der 6-semestrige Bachelor ist als „Integrierter Designstudiengang“ konzipiert. Das bedeutet, dass die drei Studienrichtungen Kommunikationsdesign (2D), Produktdesign (3D) und Zeitbasierte Medien (4D) in einem Studienmodell der individuellen Schwerpunktbildung innerhalb eines Studiengangs/Studiums angeboten werden. Durch die Integration der drei Studienrichtungen lernen die Studierenden grafische, typografische, formgestalterische, fotografische, filmische, auditive, interaktive und generell digitale und technologische Gestaltungsmittel in unterschiedlichen Medien einzusetzen, zu kombinieren und zu koordinieren (= zu integrieren). Diese Art der Designausbildung trägt der allgemeinen Konvergenz von Designfunktionen Rechnung.

Inhalte der ersten beiden Semester sind die Gestaltungsgrundlagen. Im 3. Semester konzentrieren sich die Studierenden auf ihre individuelle Studienplattform 2D/3D, 3D/4D oder 4D/2D. Im 4., 5. und 6. Semester vertiefen die Studierenden ihre gestalterischen und konzeptionellen Kompetenzen im Projektstudium. Im 6. Semester bearbeitet der Studierende in seiner Bachelorarbeit ein selbstgewähltes Thema aus dem Bereich seiner Studienplattform. Der BA-Studiengang ist ein praxisorientiertes Studium für gestalterisch und konzeptionell qualifizierte Bewerber mit besonderem Gewicht auf exemplarischer Problemlösung und praxisnahen Projektaufgaben. Das Studienprogramm zielt auf die Entwicklung von Designkompetenzen, wobei praktische und theoretische Anteile in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen.

BA-Absolventen arbeiten als Designer mit dem Schwerpunkt der Konzeption, Umsetzung und Begleitung von Gestaltungsaufgaben als selbstständige, freiberufliche Designer oder Angestellte in Designbüros und Werbeagenturen, Produktionsgesellschaften, Verlagen, in Unternehmen und privaten oder öffentlichen Institutionen.“ (Hochschule Anhalt, 2011)

QUELLEN

Hochschule Anhalt, Fachbereich Design
Dessau Department of Design:
Integriertes Design. URL: http://www.design.hs-anhalt.de/index.php?pos0=150&pos1=153&pos2=156&men=2007-04-12+15*3A16*3A34*23Kurzbeschreibung&lay=14 Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Kunstgeschichte I	2
	*0	Designwissenschaften A I	2
	*0	Kunstgeschichte II	2
	*0	Designwissenschaften A II	2
	*a	Kunstgeschichte III	2
		Designwissenschaften A III	4
		Designwissenschaften B I	2
	*a	Kunstgeschichte IV	2
		Designwissenschaften A IV	4
		Designwissenschaften B II	2
	*a	Kunstgeschichte V	2
		Designwissenschaften A V	4
		Designwissenschaften B III	2
Grundlagenmodule Allgemein	*b	Typografie I	4
		Technologien, 3dimensionales Entwerfen I	4
		2dimensionale Grundlagen, Zeichnen I	4
		2+3dimensionale Systeme + Strukturen I	4
		Darstellungstechniken, Scribble I	4
		Bildnerisches Gestalten I	4
	*b	Typografie II	4
		Technologien, 3dimensionales Entwerfen II	4
		2dimensionale Grundlagen, Zeichnen II	4
		2+3dimensionale Systeme + Strukturen II	4
		Darstellungstechniken, Scribble II	4
		Bildnerisches Gestalten II	4
Grundlagenmodule Medien	*b	Fotografie I	4
		Fotografie II	4
	*0	Grundlagen digitaler Gestaltung	4
Projekt I Wahlpflicht	*1	Typografie + Corporate Design I	5
		Angewandte Technologien I	5
		Zeichnen + Zeichnen I	5
		Fotografie I	5
		Bionische Morphologie I	5
		Scribble + Storyboard I	5
		Bildnerisches Gestalten I	5
	*1	Typografie + Corporate Design II	5
		Angewandte Technologien II	5
		Zeichnen + Zeichnen II	5
		Fotografie II	5
		Bionische Morphologie II	5
		Scribble + Storyboard II	5
		Bildnerisches Gestalten II	5
	*1	Typografie + Corporate Design III	5
		Angewandte Technologien III	5
		Zeichnen + Zeichnen III	5
		Fotografie III	5
		Bionische Morphologie III	5
		Scribble + Storyboard III	5
		Bildnerisches Gestalten III	5
	*1	Typografie + Corporate Design IV	5
		Angewandte Technologien IV	5
		Zeichnen + Zeichnen IV	5
	Fotografie IV	5	
	Bionische Morphologie IV	5	
	Scribble + Storyboard IV	5	
	Bildnerisches Gestalten IV	5	

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Vertiefung / Spezialisierung	*2	Kommunikationsdesign	8
		Produktdesign	8
		Zeitbasierte Medien	8
	*1	Grafik Design (Kurzprojekt, Großprojekt) I	17
		Werbung und visuelle Kommunikation (Kurzprojekt, Großprojekt) I	17
		Technisches Design (Kurzprojekt, Großprojekt) I	17
		Gebrauchsgüter Design (Kurzprojekt, Großprojekt) I	17
		Interface Design (Kurzprojekt, Großprojekt) I	17
		Elektronische Medien (Kurzprojekt, Großprojekt) I	17
		Audiovisuelle Medien (Kurzprojekt, Großprojekt) I	17
	*1	Grafik Design (Kurzprojekt, Großprojekt) II	17
		Werbung und visuelle Kommunikation (Kurzprojekt, Großprojekt) II	17
		Technisches Design (Kurzprojekt, Großprojekt) II	17
		Gebrauchsgüter Design (Kurzprojekt, Großprojekt) II	17
		Interface Design (Kurzprojekt, Großprojekt) II	17
		Elektronische Medien (Kurzprojekt, Großprojekt) II	17
		Audiovisuelle Medien (Kurzprojekt, Großprojekt) II	17
	*2	Grafik Design (Kurzprojekt) III	5
		Werbung und visuelle Kommunikation (Kurzprojekt) III	5
		Technisches Design (Kurzprojekt) III	5
	Gebrauchsgüter Design (Kurzprojekt) III	5	
	Interface Design (Kurzprojekt) III	5	
	Elektronische Medien (Kurzprojekt) III	5	
	Audiovisuelle Medien (Kurzprojekt) III	5	
Facherweiterungsmodule	*0	Fremdsprachen I	2
	*0	Fremdsprachen II	2
	*0	Fremdsprachen III	2
	*0	Fachinformationssysteme	1
Praktikum	*0	Fachpraktika I	2
	*0	Fachpraktika II	2
	*0	Fachpraktika III	2
	*0	Fachpraktika IV	2
	*0	Fachpraktika V	2
Basis- Thesis	-	-	-
Bachelor Thesis	*0	Bachelorarbeit	15

*0 = Pflichtfach
 *1 = Aus dieser Modulgruppe muss ein Fach gewählt werden
 *2 = Aus dieser Modulgruppe müssen zwei Fächer gewählt werden
 *a = Pro Modulgruppe müssen 4 ECTS Punkte erreicht werden
 *b = Aus diesen Modulgruppen müssen insgesamt 11 Fächer belegt werden

Quelle: <http://design.hs-anhalt.de/index.php?pos0=150&pos1=153&pos2=163&men=2007-04-12+15%3A18%3A30%23Curriculum&lay=14>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	20
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein (*b)	38
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien (*b + Pflichtmodule)	10
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	20
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	60
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	7
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	10
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	15

(*b) Durchschnittsberechnung von 12 Grundlagenmodulen Allgemein und zwei Grundlagenmodulen Medien bei insgesamt 11 benötigten Modulen.
 Rechnung: $(12 + 2) / 11 = 1,27$; $12 / 1,27 = 9,5$ Grundlagenmodule Allgemein; $2 / 1,27 = 1,5$ Grundlagenmodule Medien

180 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	1,4 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	0,4 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	-3,2 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	-16 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	23,8 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	-4 %
Praxiserfahrung	7,2 %	-1,6 %
Bachelor Thesis	9 %	-0,6 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Der Schwerpunkt des Studiengangs Design an der Hochschule Anhalt Dessau liegt im Bereich der spezifischen Entwurfskompetenzen, die durch eine vorangegangene allgemeine Grundlagenausbildung und eine theoretische Basis gestützt werden. Ein hoher Praxis- und Projektbezug ist ebenfalls Teil des beschriebenen Selbstbildes.

Die Auswertung der Modulangebote bestätigt dieses Selbstbild durchgehend. Der größte Anteil des Studium baut auf Spezialisierungs- und Vertiefungskompetenzen auf (33,4 %), die durch eine umfangreiche allgemeine Grundlagen- und Theoriekompetenz untermauert wird (Grundlagenkompetenz 21,1 % und 11,1 % Theoriekompetenz). Der etwas geringere Projekt- und Praxisbezug folgt mit einem Gesamtanteil von ca. 27 % (Projektkompetenz 11,1 %, Bachelorarbeit 8,4 % und Praxiserfahrung 5,6 %).

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz:

Sehr auffällig im allgemeinen Vergleich des Durchschnittsprofils ist die mehr als dreifach so große Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz. Damit positioniert sich die Hochschule Anhalt klar im allgemeinen Vergleich aller Hochschulen.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Projekterfahrung:

Die Projekterfahrung ist im Verhältnis zum Mittelwert der Hochschulen nur etwa ein Drittel so groß wie die des Durchschnittsprofils. Diese Betrachtung ist jedoch nur relativ zu betrachten, bedenkt man das sehr große Vertiefungs- und Spezialisierungsangebot indem durchaus auch Projekt- und Praxiserfahrung erlernt werden können.

Facherweiterungskompetenzen:

Auch an dieser Hochschule ist der Anteil der Facherweiternden Kompetenzen nur etwa halb so groß wie der des Durchschnittsprofils.



Welches sind die drei wichtigsten Kompetenzen eines professionellen Designers?
„Teamfähigkeit, Lernbereitschaft, ganzheitliches Denken“
(Prof. Dr.h.c. Erik Spiekermann)

Durchschnittliches Kompetenzprofil

33,4 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz

21,1 % Grundlagenkompetenz Allgemein

11,1 % Theoriekompetenz

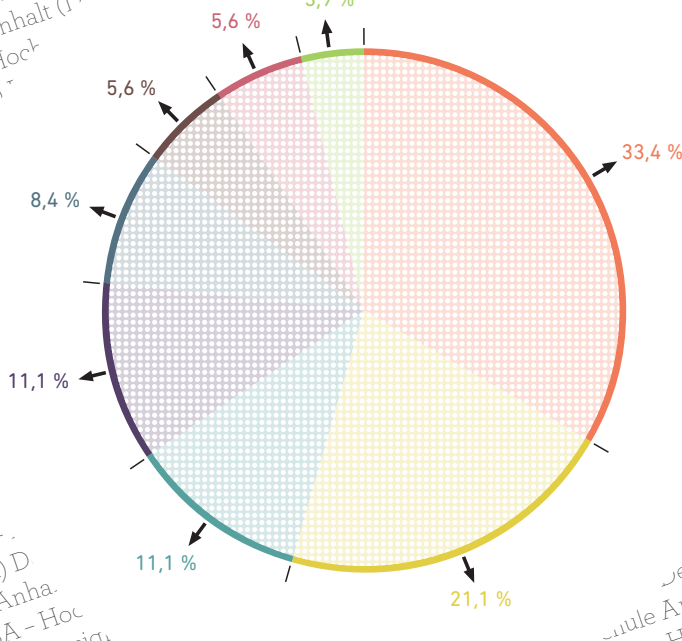
11,1 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz

8,4 % Bachelorarbeit

5,6 % Praxiserfahrung

5,6 % Grundlagenkompetenz Medien

3,9 % Fachweiterungskompetenz



Fachhochschule Dortmund

Fachbereich Design

Design Medien Kommunikation BA [6 Semester Regelstudienzeit]

Warum Design?

Die Lust, mit Ideen, Erfindungen und sensibilisierter Wahrnehmung unser kulturelles und ökonomisches Umfeld mit- und umzugestalten, ist Antrieb unserer Studierenden. Kein Beruf eignet sich hierzu mehr als der des Designers: Durch seine geschulte Wahrnehmung und seine gestalterischen Fähigkeiten kann er sich in nahezu alle Bereiche der Gesellschaft hinein-denken und seinen ganz eigenen kreativen Beitrag dazu leisten. Das Berufsfeld des Designers ist vielfältig und abwechslungsreich: Ob als Grafikdesigner, Fotodesigner, Filmer, Objekt- und Raumdesigner oder Szenograf - die spannende Verbindung von Neugier, Kreativität und angewandtem Wissen einerseits und der Umgang mit modernster Technik andererseits findet sich in jedem Bereich der Gestaltung.

Als Wirtschaftsfaktor ist Design ein starker Motor: Arbeitsplätze und Gründungen in der Kreativwirtschaft steigen seit Jahren stetig. Die Berufschancen für gut ausgebildete Designerinnen und Designer sind ausgezeichnet, dies zeigt nicht zuletzt der Erfolg unserer Absolventinnen und Absolventen. Sie arbeiten als Freiberufler, als Angestellte in Agenturen und Designbüros oder gründen erfolgreich eigene Unternehmen.

WARUM AN DER FACHHOCHSCHULE DORTMUND?

Die Freude am Entdecken der eigenen gestalterischen Fähigkeiten und der direkte persönliche Kontakt mit den an unserer Schule lehrenden Expertinnen und Experten aus den Bereichen des Designs, der Wissenschaft und der Technik machen das Studium am Dortmunder Fachbereich Design zu einer intensiven und prägenden Erfahrung.

Gestaltung wird bei uns in Form von Projektarbeit gelehrt. Die Projekte reichen von experimenteller Gestaltung, sei es mit dem Computer, dem Pinsel oder der Kamera, bis hin zu professionellen Kooperationen mit Partnern aus Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft.

Diese Projekte entstehen aus der engen Vernetzung von Gestaltung, Technik und Wissenschaft. Filmdreh im professionell eingerichteten Filmstudio, Modell- und Prototypenbau in unseren ausgestatteten Werkstätten, die Arbeit in einem der bestausgestatteten Fotostudios an deutschen Hochschulen, das professionelle Gestalten und Umsetzen von Buchprojekten oder die komplette Vertonung von Film-Soundtracks im Surround-Tonstudio sind ebenso möglich wie die Mitarbeit beim Ausrichten wissenschaftlicher Symposien oder bei der Verwirklichung großer internationaler Ausstellungsprojekte. Unser rund um die Uhr geöffnetes, denkmalgeschütztes Haus hält unter anderem modernste Computerarbeitsplätze, eines der besten Fotostudios deutscher Hochschulen, Modellbauwerkstätten, große Druckerpools, ein Filmstudio, zwei voll ausgestattete Tonstudios, eine bestens sortierte Bibliothek und ein Videoarchiv mit über 35.000 Filmen bereit.

Die Lehre unserer Professorinnen und Professoren wird zudem durch externe Fachleute aus allen Bereichen der designrelevanten Forschung und Praxis in Form von Lehraufträgen, Workshops und Vorträgen ergänzt. Das Studium am Fachbereich Design ist international ausgerichtet. Wir fördern internationale Zusammenarbeit und die Mobilität unserer Studierenden durch regen Austausch mit Partnerhochschulen in Australien, China, Dänemark, Frankreich, Großbritannien, Holland, Israel, Italien, Kuba, Mexiko, Norwegen, Österreich, Portugal, Russland, Schweden, der Slowakei, Spanien, Tschechien, Ungarn und den USA. (FH-Dortmund, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule Dortmund, Fachbereich Design, Profil URL: <http://www.fh-dortmund.de/de/studi/fb/2/profil/index.php> Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS	
Theoriemodule	*3	Kunst und Ästhetik	5	
		Medien und Kommunikation	5	
		Gestaltung und Zeichnen	5	
		Designkonzepte	5	
		Kultur und Design	5	
Grundlagenmodule Allgemein	*2	Gestaltung 2D: Zeichnung, Malerei, Fotografie, Typografie, Layout	6	
		Gestaltung 3D: Plastik, Objekt, Raum, Szenografie	6	
		Text, Bild, Raum in der Zeit: Film, Animation, Raumgestaltung, Installation	6	
Grundlagenmodule Medien	*4	Grafische Techniken: analog und digital	3	
		Drucktechniken: analog und digital	3	
		Authoringtools Kommunikationsdesign	3	
		Modell- und Messebau	3	
		3D-Techniken	3	
		Licht- und Beleuchtungstechnik	3	
		Fototechnik: analog und digital	3	
		Bildbearbeitungstechniken	3	
		Filmtechnik: analog und digital	3	
		Videotechnik	3	
		Postproduktion Video Film	3	
		Multimediatools	3	
		*2	Veröffentlichung und Dokumentation: Print	6
			Veröffentlichung und Dokumentation: Video, Film	6
			Veröffentlichung und Dokumentation: Ton, Sprache, Klänge	6
	Veröffentlichung und Dokumentation: Authoring Multimedia	6		
	Projekt I Wahlpflicht	*2	Konzept und Entwurf: Kommunikationsdesign	5
			Konzept und Entwurf: Objekt-, Raumdesign und Szenografie	5
Konzept und Entwurf: Mediendesign			5	
*2		Medienkommunikation, Design und Kunst: Bühne, Theater, Literatur	7,5	
		Medienkommunikation, Design und Kunst: Ausstellung, Öffentlicher Raum	7,5	
Medienkommunikation, Design und Kunst: Fotografie, Video, Film	7,5			
Vertiefung / Spezialisierung	*3	Grafik, Illustration, Layout	4	
		Sprache, Schrift, Text, Layout	4	
		Fotografie, Film, Video, Animation	4	
		Ton, Wort, Musik, Sound	4	
		Räume, Körper, Objekte	4	
		Mediale Netze	4	
	*4	Grafik, Illustration, Layout	4	
		Sprache, Schrift, Text, Layout	4	
		Fotografie, zeitbasierte Medien, Filmsprache	4	
		Ton, Sound, Wort, Musik	4	
		Körper und Raum	4	
		Mediale Netze	4	

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Facherweiterungsmodule	*0	Analyse und Textlektüre	4
	*0	Werk- und Projektkritik	4
	*0	Wissenschaftliches Arbeiten	4
	*2	Präsentationskonzept: Print (Text, Bild, Layout)	6
		Präsentationskonzept: Zeitbasierte Medien	6
		Präsentationskonzept: Ton, Sprache, Klänge	6
	*0	Präsentationskonzept: Körper, Raum, Szene	6
		Projektmanagement Design	4
	*0	Marketing	4
	*0	Kooperation	4
	*2	Theorie und Methoden	5
		Media und Gender	5
		Mediensoziologische Anwendungen	5
	*0	Erhebungs- und Planungsinstrumente	7,5
	*0	Praxis Organisation und Kommunikation im Projekt	7,5
Praktikum	-	-	-
Basis- Thesis	-	-	-
Bachelor Thesis	*0	Bachelorarbeit und Kolloquium	15

*0 = Pflichtmodul
*2 = Aus dieser Gruppe müssen zwei Fächer gewählt werden
*3 = Aus dieser Gruppe müssen drei Fächer gewählt werden

Quelle: http://www.fh-dortmund.de/de/studi/studbuero/sonnenstr/design/mkd_bpo.php

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	Gesamtwert aller Theoriemodule	15
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	12
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	24
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	25
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	24
<u>Facherweiterungsmodule</u>	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	61
<u>Praktikum</u>	Gesamtwert Praktikumsanteil	-
<u>Basis- Thesis</u>	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
<u>Bachelor Thesis</u>	Gesamtwert BA Thesis	15

180 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
<u>Theoriekompetenz</u>	9,7 %	-1,4 %
<u>Allgemeine Grundlagenkompetenz</u>	20,7 %	-14 %
<u>Erweiterte Grundlagenkompetenz</u>	8,8 %	4,6 %
<u>Projekt- und Wahlpflichtkompetenz</u>	27,1 %	-13,2 %
<u>Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz</u>	9,6 %	3,8 %
<u>Facherweiterungskompetenzen</u>	7,9 %	26 %
<u>Praxiserfahrung</u>	7,2 %	-7,2 %
<u>Bachelor Thesis</u>	9 %	-0,7 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Der Studiengang Design Medien Kommunikation, der Fachhochschule Dortmund beschreibt die Motivatuon seiner Studierenden als verantwortungsvoll und reflektiert. Design als Wirtschaftsfaktor muss sich mit seinem kulturellen und ökonomischen Umfeld auseinandersetzen. Neben einem projektbezogenen Studium werden die Entwurfskompetenzen der einzelnen Studenten vor allem im Bereich der erweiterten Grundlagenmodule (der digitalen Medien) individuell gefördert.

Auch hier zeigte sich bei der Auswertung der angebotenen Module unter Einbeziehung der Prüfungsordnungen, dass das dargestellte Selbstbild des Studiengangs mit den angebotenen Modulen übereinstimmt. Die reflektierte Auseinandersetzung mit der kulturellen und ökonomischen Umwelt wird durch ein sehr umfangreiches Angebot in facherweiternden Modulen abgedeckt (33,9 % Anteil). Gefolgt von einem sehr ausgewogenen Studium in den Bereichen Projektkompetenz (13,9 %), erweiterter Grundlagenkompetenz (13,4 %) und Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz (13,4 %).

Mit dieser Ausrichtung nimmt die Fachhochschule Dortmund eine Sonderposition unter den untersuchten (Fach)Hochschulen ein. Als eine der einzigen (Fach)Hochschulen legt sie ihren Fokus nicht auf Projekt und Grundlagenkompetenzen, sondern auf Facherweiternde Kompetenzen in Verbindung mit einer Ausgewogenen Basis im projekt- medialen- und spezialisierenden Kompetenzbereich.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Facherweiterungskompetenzen:

Der enorm hohe Anteil an Facherweiterungskompetenzen ist im direkten Vergleich zu dem Durchschnittsprofil etwa dreimal so groß. Damit nimmt, wie bereits beschrieben, die Hochschule eine Sonderposition ein.

Erweiterte Grundlagenkompetenzen:

Auch hier ist der Anteil etwa ein drittel größer als bei dem des Durchschnittsprofils. Dies gleicht sich jedoch wieder aus, betrachtet man die verhältnismäßig geringere Ausbildung der allgemeinen Grundlagenkompetenzen.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Allgemeine Grundlagenkompetenzen:

Dieser Kompetenzbereich ist im Verhältnis zu den anderen Hochschulen sehr klein ausgeprägt und nimmt nur etwa ein drittel des Durchschnittlichen Anteils ein. Auch im Verhältnis zur angestrebten Positionierung und zu den anderen angebotenen Kompetenzbereichen fällt die allgemeine Grundlagenkompetenz sehr gering aus.

Projekterfahrung:

Da der Fokus des Studiengangs vielmehr im facherweiternden- theoretischen Bereich liegt, ist es nicht verwunderlich, dass der Projektbezug im allgemeinen Vergleich zum Mittelwert eher gering ausfällt. So ist er nur etwa halb so groß wie der des Durchschnittsprofils.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

33,9 % **Facherweiterungskompetenz**

13,9 % **Projekt- und Wahlpflichtkompetenz**

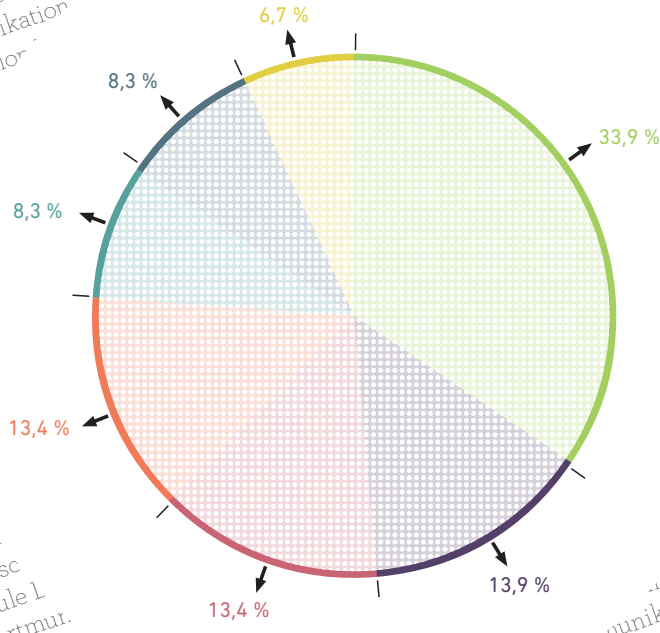
13,4 % **Grundlagenkompetenz Medien**

13,4 % **Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz**

8,3 % **Theoriekompetenz**

8,3 % **Bachelorarbeit**

6,7 % **Grundlagenkompetenz Allgemein**



Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle Fachbereich Design

Kommunikationsdesign BA [8 Semester Regelstudienzeit]

„Der viel zitierte Satz „Man kann nicht nicht kommunizieren“ von Watzlawick macht das Kommunikationsdesign zu einer Art Königsdisziplin. In der Tat liegt in allem, was wir tun, ein kommunikativer Akt: mit der Kleidung, die wir tragen, mit den Autos, die wir fahren (und ob wir überhaupt Auto fahren), mit der Zeitung, die wir lesen, mit jeder Handlung wird auch etwas mitgeteilt. Den Dingen und Botschaften zugrunde liegt in der Regel ein Gedanke, eine Absicht, oder auch (nur) ein Gefühl. Das Begreifen der Intentionen, die Bedeutung der Zeichen und nicht zuletzt ihre adäquate Transformation im Sinne der Absichten sind zentrale Bereiche des Kommunikationsdesigns. Studieren heißt: lehren und lernen im Austausch, spinnen, denken und machen, experimentieren, vielleicht auch scheitern und wieder neu beginnen; sich auf jeden Fall ein Stück Leidenschaft und Besessenheit leisten, am Fundus für später bauen. Die Studierenden des Kommunikationsdesigns sollen profitieren von der Nähe der Kunst, der Mode, der Innenarchitektur und der angrenzenden Designbereiche, wir wollen ein Studium mit allen Sinnen. Sprache ist wichtig und das Fragenstellen, ein wacher Blick und die Beherrschung der Werkzeuge sowieso.

Niemand kann sagen, in welchen Zusammenhängen Designer und Designerinnen, die heute ihr Studium beginnen, in zehn Jahren arbeiten werden. Umso wichtiger ist es, in der Lage zu sein, Gesellschaft und Markt zu reflektieren und sich die entsprechenden Plätze auch selbst zu schaffen. Kommunikationsdesigner und -designerinnen sehen sich vor der komplexen Aufgabe, aus einer Menge von vielschichtigen Informationen die jeweils relevante auszuwählen, strukturell zu überdenken und diese Botschaften für eine moderne Gesellschaft erfahr- und begreifbar zu machen. Neben der Befähigung, sich in den modernen Gestaltungssprachen professionell auszudrücken, wird die Kompetenz für interdisziplinäres Arbeiten und Konzipieren komplexer Informations- und Kommunikationsstrategien entwickelt – mit dem Ziel, in den Gestaltungs- und Umsetzungsprozessen einer globalen Welt eine verantwortungsvolle Rolle zu spielen.“

(Prof. A.Berkenbusch, 2011)

QUELLEN

Prof. Anna Berkenbusch: Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle, Fachbereich Design, Kommunikationsdesign.
URL: <http://www.burg-halle.de/design/kommunikationsdesign.html> Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Basismodul Kunst-, Design- und Architekturgeschichte	3
	*0	Basismodul Psychologie der Gestaltung	3
	*0	Basismodul Designtheorie	3
	*0	Basismodul Ästhetik	3
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Grundlagen der visuellen Gestaltung I	2
	*0	Grundlagen der visuellen Gestaltung II	6
	*0	Grundlagen der Typografie KD1	3
	*0	Schrift KD I	3
	*0	Schrift KD II	3
	*0	Typografie KD II	3
	*0	Typografie KD III	3
	*0	Zeichnerische Darstellung / Illustration I	3
	*0	Zeichnerische Darstellung / Illustration II	3
	*0	Einführung in die manuellen Drucktechniken	2
	*0	Typografie KD IV (experimentell)	2
	*a	Typografie KD IV (experimentell)	2
		Wahrnehmung, Kommunikationskompetenz	2
		Bleisatz	2
		Kalligrafie	2
		Siebdruck	2
		Sprache und Text	2
		Freies Projekt	2
		Digital- und Offsetdruck	2
		Manuelle Drucktechniken	2
*0	Basismodul Farbe Licht Raum	6	
*0	Basismodul Material Form Objekt	6	
*0	Basismodul Plastik / Naturstudium	6	
*0	Basismodul Schrift / Typografie	6	
*0	Basismodul Zeichnen	6	
Grundlagenmodule Medien	*0	Fotografie I	3
	*0	Fotografie II	6
	*0	Grundlagen interaktive Medien	2
	*0	Interaktive Medien I	3
	*0	Interaktive Medien II	3
	*a	Fotografie III	2
		Interaktive Medien / Animation	2
*0	Basismodul Interaktives Gestalten	6	
Projekt I Wahlpflicht	*0	Komplexes Gestalten / Entwurf, Projekt I	20
	*0	Komplexes Gestalten / Entwurf, Projekt II	20
	*0	Komplexes Gestalten / Entwurf, Projekt III	20
	*0	Portfolio	5
Vertiefung / Spezialisierung	*0	Basismodul Vertiefung	3
	*0	Basismodul Vertiefung	3
	*0	Aufbaumodul Zeichnen	2
	*0	Aufbaumodul Zeichnen	2
	*10	Aufbaumodul Farbe Licht Raum	2
		Aufbaumodul Interaktives Gestalten	2
		Aufbaumodul Mediale Darstellung	2
		Aufbaumodul Material Form Objekt	2
		Aufbaumodul Plastik / Naturstudium	2
		Aufbaumodul Schrift / Typografie	2
		Aufbaumodul Zeichnen	2
		Vertiefungsmodul Kunst-, Design- und Architekturgeschichte	2
		Vertiefungsmodul Psychologie der Gestaltung	2
		Vertiefungsmodul Designtheorie	2
		Extramodul Kunst-, Design- und Architekturgeschichte	2
		Extramodul Psychologie der Gestaltung	2
		Extramodul Designtheorie	2
	*0	Aufbaumodul Kunst-, Design- und Architekturgeschichte	2
	*0	Aufbaumodul Psychologie der Gestaltung	2
	*0	Aufbaumodul Designtheorie	2

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Facherweiterungsmodule	*0	Basismodul Philosophie	3
	*0	AG X	3
	*2	Briefing, Brainstorming, Ideenmanagement	2
		Projektplanung	2
		Kreatives Schreiben/Sprache und Text	2
		Vertrags- Urheberrecht / Medienrecht	2
		Designmanagement / Marketing	2
		Existenzgründung / Betriebsführung	2
		Planungsmanagement I	2
		Planungsmanagement II	2
		Projektplanung, Kalkulation digitaler Produkte	2
Praktikum	-	-	-
Basis- Thesis	-	-	-
Bachelor Thesis	*0	Bachelor Arbeit	20
	*0	Dokumentation Bachelor Projekt	5

*0 = Pflichtmodul
 *2 = Aus dieser Gruppe müssen zwei Fächer gewählt werden
 *10 = Aus dieser Gruppe müssen 10 Fächer gewählt werden
 *a = Aus diesen Gruppen müssen insgesamt drei Fächer belegt werden

Quellen: <http://www.burg-halle.de/hochschule/studium/studierenden-info/studien-und-pruefungsordnungen.html>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	12
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein (*a + Pflichtmodule)	68
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien (*a + Pflichtmodule)	24
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	65
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	36
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	10
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	-
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	25

(*a) Durchschnittsberechnung von neun Fächern in Grundlagenmodule Allgemein und zwei Fächern in Grundlagenmodule Medien bei insgesamt drei benötigten Fächern.
 Rechnung: $(9 + 2) / 3 = 3,66$; $9 / 3,66 = 2,5$ Grundlagenmodule Allgemein; $2 / 3,66 = 0,5$ Grundlagenmodule Medien

240 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	-4,7 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	7,7 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	1,2 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	0 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	5,4 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	-3,7 %
Praxiserfahrung	7,2 %	-7,2 %
Bachelor Thesis	9 %	1,4 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE

Der Studiengang Kommunikationsdesign der Kunsthochschule Halle beschreibt sich als ein Studium mit allen Sinnen. Von den Studenten wird ein wacher Blick, die Beherrschung der Werkzeuge und eine reflektierte Wahrnehmung der Umwelt erwartet. Das Studium bietet eine umfangreiche und interdisziplinäre Grundlagenausbildung mit hohem Praxisbezug, unterstützt durch ein theoretisches Fundament aber auch der Möglichkeit zum Spinnen, experimentieren und machen.

Betrachtet man die Auswertung der Modulangebote, wird das formulierte Selbstverständnis weitestgehend widerspiegelt. Die allgemeinen Grundlagenkompetenzen bilden gemeinsam mit der Projekterfahrung den Schwerpunkt des Studiums (28,4 % allgemeine Grundlagenkompetenz und 27,1 Projekterfahrung). Den dritten Schwerpunkt des Studiums bilden die Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen, die neben den allgemeinen Grundlagenerfahrungen Raum zum experimentieren und zum individuellen Gestalten lassen. Die theoretischen und facherweiternden Kompetenzen bilden die am wenigsten wichtigen Bereiche des Studiums (insgesamt ca. 9 %). Es stellt sich somit die Frage, ob in den projekt- und grundlagenbezogenen Angeboten die Ausprägung der erwarteten Reflexion mit der Umwelt eine fundierten Betrachtung der Gesellschaft und des Marktes in dem angestrebten Maße möglich ist.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Allgemeine Grundlagenkompetenzen:

Der Schwerpunkt des Studiums in Form der allgemeinen Grundlagenkompetenzen ist auch im Vergleich zum Mittelwert deutlich sichtbar. So ist der Anteil im Vergleich etwa ein Drittel größer als bei dem Durchschnittsprofil.

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

Auch dieser Kompetenzbereich ist im Verhältnis zum Mittelwert etwa ein Drittel größer.

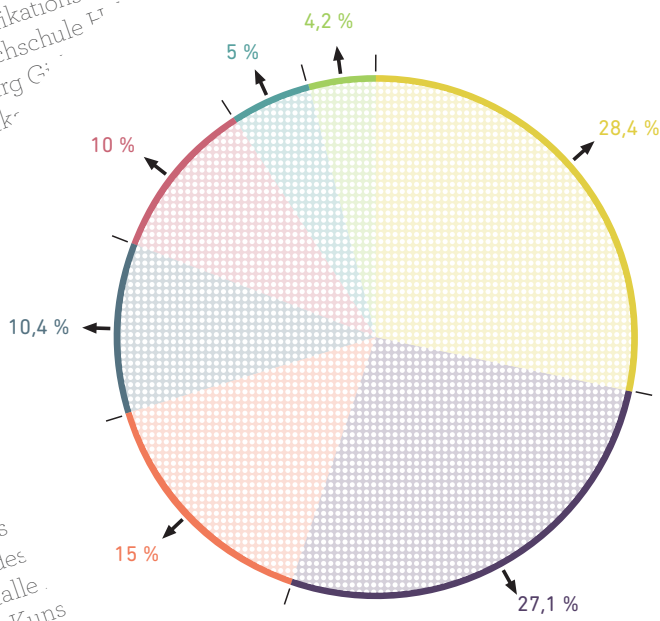
Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Theoriekompetenzen und Facherweiterungskompetenzen:

Beide Kompetenzbereiche sind im Verhältnis zum Durchschnittsprofil nur etwa halb so groß und könnten, wenn man sie als fundierte Basis des hohen praktischen Anteils ansehen würde, durchaus noch weiter ausgebaut werden.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 28,4 % **Grundlagenkompetenz Allgemein**
- 27,1 % **Projekt- und Wahlpflichtkompetenz**
- 15 % **Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen**
- 10,4 % **Bachelorarbeit**
- 10 % **Grundlagenkompetenzen Medien**
- 5 % **Theoriekompetenz**
- 4,2 % **Facherweiterungskompetenz**



HAW Hamburg Fakultät DMI, Department Design

Kommunikationsdesign BA [6 Semester Regelstudienzeit]

Generalisten und Spezialisten - intermediales Arbeiten.

Die Kommunikations- und Medienbereiche in Kultur, Bildung und Wirtschaft verlangen nach fachlich kompetenten, sich ihrer Verantwortung bewussten Designerinnen und Designern. Um für eine hochgradig bildbestimmte Gesellschaft Informationen strukturieren und als Botschaften vermitteln zu können, planen, entwerfen und realisieren Kommunikationsdesignerinnen und Kommunikationsdesigner Produkte mit den Ausdrucks- und Gestaltungsmitteln der visuellen Kommunikation – mit Text, Bild und Ton.

Der zu gestaltende Informationsaustausch beschränkt sich nicht mehr auf den Einsatz traditioneller grafischer Ausdrucksmittel. Es geht vielmehr darum, visuelle Systeme für komplexe Informationen auf den verschiedenen kommunikativen Plattformen wie Print, Film, Web und Raum zu entwickeln. Damit ist das Tätigkeitsfeld einer Kommunikationsdesignerin/ eines Kommunikationsdesigners nicht mehr präzise abzugrenzen. Eine zeitgemäße Ausbildung sollte somit interdisziplinär sein und erfordert die Einbindung und Vernetzung eines breiten Spektrums unterschiedlichster Fachgebiete des Kommunikationsdesigns und fachübergreifender Angebote. Die neuen Technologien der verschiedenen Kommunikationsplattformen verlangen zudem von Kommunikationsdesignerinnen und Kommunikationsdesignern in wachsendem Maße die Fähigkeit, sowohl gestalterische Kompetenz und Kreativität mit analytisch-strukturellem Denken zu verknüpfen als auch die Schnittstellen der Technologien zu kennen und zu verstehen. Nur mit diesen Voraussetzungen lassen sich die schönen, leicht zugänglichen, dynamischen und interaktiven Dinge realisieren, welche die moderne Kommunikationsgesellschaft prägen sollten.

QUELLEN

Hochschule für angewandte Wissenschaften Hamburg, Fakultät DMI, Department Design, Kommunikationsdesign B.A. URL: <http://www.design.haw-hamburg.de/studium/bachelorstudium/kommunikationsdesign/intermediales-arbeiten.html> Zugriffsdatum: 05.12.2011

Den Studiengang Kommunikationsdesign an der HAW zeichnet aus, dass er sich als ein Generalstudium versteht, das sich erst aus dem Zusammenwirken der spezialisierten Disziplinen Advertising Design, Editorial Design, Fotografie, Interaktives Design (Web), Typografie, Type Design und Zeitbezogene Medien (Video/Film) generiert. Allen Fächern ist die Auseinandersetzung mit der Gestaltung von Inhalten und deren Wirkungen nach ästhetischen und funktionalen Aspekten in den verschiedenen Medien/ Plattformen gemeinsam. Das Studium erschließt die Schnittstellen dieser Disziplinen und die Studierenden können aus diesem Fächerkanon eigene Studienschwerpunkte auswählen. Durch eine Ausbildung zum Generalisten oder Spezialisten können die angehenden Kommunikationsdesignerinnen und Kommunikationsdesigner ihr individuelles Profil entwickeln und sich den ständig veränderten Anforderungen in der Berufswelt selbstbewusst stellen. (HAW-Hamburg, 2011)

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Kunst-/Designgeschichte I	5
	*0	Kunst-/Designgeschichte II	5
	*a	Kunst- und Designgeschichte	5
		Kunst- und Modegeschichte	5
		Kulturphilosophie/Ästhetik	5
		Dramaturgie	5
		Spezielle Angebote	5
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Malerei	5
	*0	Labor KoDe	5
	*0	Zeichnen	5
	*0	KoDe Basis I	10
	*0	Typo Basic	10
	*0	KoDe Basis II	10
	*b	Malerei	5
		Zeichnen	5
Creative Writing		5	
Grundlagenmodule Medien	*0	Computerlabor	5
	*b	Computergest. Experiment	5
Projekt I Wahlpflicht	*6	Advertising Design	10
		Editorial Design	10
		Fotografie	10
		Interaction Design	10
		Type Design	10
		Typografie	10
		Zeitbezogene Medien	10
Vertiefung / Spezialisierung	*2	Bleisatzwerkstatt	5
		Computerlabore	5
		Fotolabore	5
		Labore Zeitbezogene Medien	5
		Manuelle Drucktechniken	5
Facherweiterungsmodule	*a	Soziologie	5
		Poetik/Rhetorik	5
Praktikum	-	-	-
Basis- Thesis	-	-	-
Bachelor Thesis	*0	Thesis	12
	*0	Präsentation	8

*0 = Pflichtmodul
 *2 = Aus dieser Gruppe müssen zwei Fächer gewählt werden
 *3 = Aus dieser Gruppe müssen drei Fächer gewählt werden
 *6 = Aus dieser Gruppe müssen sechs Fächer gewählt werden
 *a = Aus diesen Gruppen müssen insgesamt drei Fächer belegt werden
 *b = Aus diesen Gruppen müssen insgesamt drei Fächer belegt werden

Quelle: <http://www.design.haw-hamburg.de/studium/studienplaene.html>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	Gesamtwert aller Theoriemodule (*a + Pflichtmodule)	20,5
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein (*b + Pflichtmodule)	56,5
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien (*b + Pflichtmodule)	8,5
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	60
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	10
<u>Facherweiterungsmodule</u>	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule (*a)	4,5
<u>Praktikum</u>	Gesamtwert Praktikumsanteil	-
<u>Basis- Thesis</u>	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
<u>Bachelor Thesis</u>	Gesamtwert BA Thesis	20

(*a) Durchschnittsberechnung von fünf Fächern in Theoriemodule und zwei Fächer in Facherweiterungsmodule bei insgesamt drei benötigten Fächern.
Rechnung: $(5 + 2) / 3 = 2,33$; $5 / 2,33 = 2,1$ **Theoriemodule**; $2 / 2,33 = 0,9$ **Facherweiterungsmodule**

(*b) Durchschnittsberechnung von drei Fächern in Grundlagenmodule Allgemein und einem Fach in Grundlagenmodule Medien bei insgesamt drei benötigten Fächern.
Rechnung: $(3 + 1) / 3 = 1,33$; $3 / 1,33 = 2,3$ **Grundlagenmodule Allgemein**; $1 / 1,33 = 0,7$ **Grundlagenmodule Medien**

180 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
<u>Theoriekompetenz</u>	9,7 %	1,7 %
<u>Allgemeine Grundlagenkompetenz</u>	20,7 %	10,7 %
<u>Erweiterte Grundlagenkompetenz</u>	8,8 %	-4,1 %
<u>Projekt- und Wahlpflichtkompetenz</u>	27,1 %	6,3 %
<u>Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz</u>	9,6 %	-3,9 %
<u>Facherweiterungskompetenzen</u>	7,9 %	-5,4 %
<u>Praxiserfahrung</u>	7,2 %	-7,2 %
<u>Bachelor Thesis</u>	9 %	2,1 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Das als generalistisch beschriebene Studium an der HAW Hamburg im Bereich Kommunikationsdesign wirbt mit einem breiten Angebot an Gestaltungskompetenzen im analogen und digitalen Bereich. Neben der breiten Grundlagenausbildung ist jedoch auch eine Vertiefung und Spezialisierung möglich, um seine eigenen Schwerpunkte zu entwickeln. In dem Selbstbild wird davon gesprochen, dass eine zeitgemäße Ausbildung interdisziplinär und fachübergreifend aufgebaut sein sollte. Darüber hinaus ist eine Vernetzung von unterschiedlichsten Fachgebieten erstrebenswert. Es ist das Ziel der HAW die gestalterischen Kompetenzen mit analytisch-strukturellem Denken zu verknüpft.

Allgemeine Grundlagenkompetenzen und ein großer Projektbezug bilden die Kernpunkte des Studiums im Bereich Kommunikationsdesign an der HTW Hamburg. Der große Projektbezug mit über 33 % Anteil wird jedoch nicht in dem formulierten Selbstbild erwähnt. Auch wird von einer übergreifenden Grundlagenausbildung gesprochen, die sowohl die allgemeinen analogen Bereiche abdeckt, als auch die neuen Medien bedient. Schaut man sich nun aber das Modulangebot an, so liegt der Schwerpunkt eindeutig stärker auf der Ausbildung allgemeiner, analoger Grundlagenkompetenzen. Mit 4,7 % Anteil sind die versprochenen medialen Grundlagen nur sehr schwach vertreten. Auch die erwartete Interdisziplinäre und vor allem fachübergreifende Ausbildung ist mit einem Minimalanteil von 2,5 % eher gering. Die Möglichkeit der Vertiefungs- und Spezialisierungsangebote ist ebenfalls nur begrenzter möglich.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Allgemeine Grundlagenkompetenzen:

Der Schwerpunkt des Studiengangs an der HAW Hamburg wird auch im direkten Vergleich zum Durchschnittsprofil deutlich. So sind die allgemeinen Grundlagenkompetenzen etwa ein Drittel größer als die des allgemeinen Durchschnitts.

Projekterfahrung:

Ebenso verhält es sich mit der Projekterfahrung. Sie ist etwa ein Viertel größer als die des Durchschnittsprofils, nimmt dadurch zwar noch keine Sonderstellung im allgemeinen Vergleich ein, unterstützt aber die beabsichtigte Ausrichtung des Studiengangs.

Die klare projektbezogene und auf die allgemeinen Grundlagenkompetenzen fokussierte Ausbildung scheint aber auch zur Vernachlässigung einiger anderer Kompetenzen zu führen.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Erweiterte Grundlagenkompetenzen:

Sie sind im Vergleich zum Mittelwert nur etwa halb so groß.

Facherweiterungskompetenzen:

Auch die facherweiternden Kompetenzen werden noch sehr wenig ausgebildet. So ist der allgemein noch sehr geringe Anteil der Facherweiterungskompetenzen (im Durchschnitt nur etwa 8 %) an der HAW nur etwa ein Viertel so groß (also gerade einmal 2,5 % des gesamten Studiums).

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

Aufgrund der sehr generalistischen Ausrichtung des Studiengangs ist auch im Bereich der Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen der Anteil im Vergleich zum Mittelwert nur etwa zwei Drittel so groß.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

33,4 % Grundlagenkompetenz Allgemein

31,4 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz

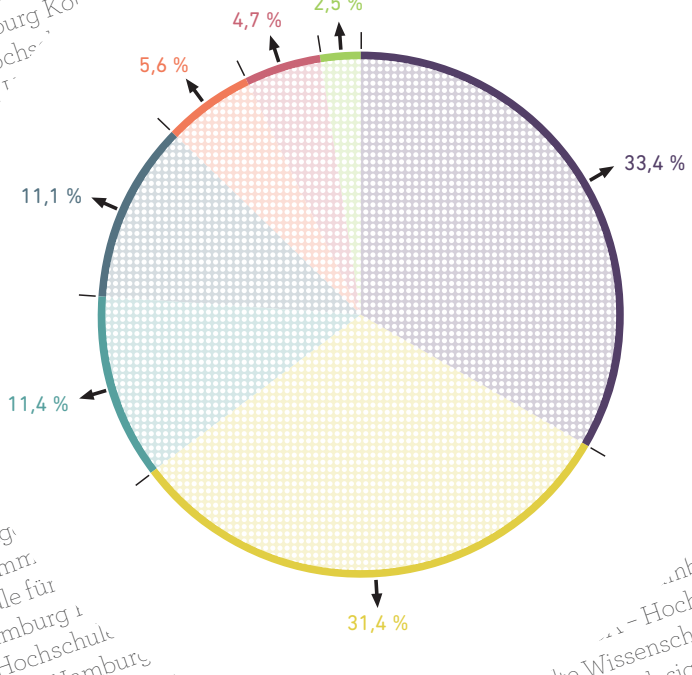
11,4 % Theoriekompetenz

11,1 % Bachelorarbeit

5,6 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz

4,7 % Grundlagenkompetenz Medien

2,5 % Facherweiterungskompetenz



Fachhochschule Hannover Grafikstudenten

Visuelle Kommunikation BA [8 Semester Regelstudienzeit]

Was bedeutet heute Visuelle Kommunikation?

Der Begriff Visuelle Kommunikation umfasst heute eine stetig wachsende Zahl von Tätigkeiten in den unterschiedlichsten Bereichen der Werbe-, Medien- und Kulturwirtschaft. Die Nachfrage nach gut ausgebildeten, teamfähigen und kreativen Gestaltern mit hoher inhaltlicher Flexibilität, sozialer Kompetenz, professionellem gestalterischen und technischen Können sowie einem Blick für innovative, zukunftssträchtige Kommunikationskonzepte ist hoch. Innovative Kreativität und professionelles Gestaltungskönnen werden vorausgesetzt. Darüber hinaus wird in allen Medienbereichen die Fähigkeit zur Analyse, Konzeption und Kreation von Kommunikationsinhalten sowie zum vernetzten Denken und Handeln immer wichtiger.

Warum ein Studium der Visuellen Kommunikation wichtig ist!

Visuelle Kommunikation in einer sich immer dynamischer entwickelnden Medienwelt erfordert eine möglichst fundierte Ausbildung, welche neben erstklassiger handwerklich-gestalterischer Kompetenz und aktuellem Fachwissen vor allem die Fähigkeit zur Reflektion des eigenen Handelns im gesellschaftlichen, sozialen oder ökologischen Zusammenhang, Kommunikationsbereitschaft und ausgeprägte Teamfähigkeit einschließt. Die sieben Kreativstudiengänge der Hochschule Hannover bieten deshalb ein achtsemestriges integratives Studium, in dessen Verlauf durch studiengangübergreifende Lehrangebote und transdisziplinäre Entwurfsprojekte auch interdisziplinäre Problemlösungen erarbeitet werden. Das Studium der Visuellen Kommunikation umfasst die Konzeption, Entwicklung und Kreation analoger und digitaler Medieninhalte, Designlösungen sowie deren praxisnahe Realisierung und Marktaufbereitung. Die Vermittlung dieser methodischen und theoretischen Kompetenzen nimmt einen entsprechend breiten Raum des Studiums ein.

VORAUSSETZUNGEN FÜR DAS STUDIUM ODER WEN MACHT VISUELLE KOMMUNIKATION GLÜCKLICH?

Neben den formalen Anforderungen und Studienvoraussetzungen (allg. Voraussetzungen) ist vor allem eines wichtig: Begeisterung! Wer schon immer Lust zum Zeichnen hatte, wer gerne mit Bildern und Texten gestaltet, wer gerne fotografiert, collagiert, filmt und die äußere Gestalt der ihn umgebenden Dinge hinterfragt, verändert und neu komponiert, wer sich für Kultur, Kunst, Design, Kreativität, unsere Gesellschaft - ja, eigentlich für alles in unserer Welt - interessiert, der wird sich auch in der Visuellen Kommunikation wiederfinden und stetig weiterentwickeln können.

Merke: Die Beschäftigung mit der Visuellen Kommunikation macht entweder süchtig oder unglücklich - manchmal allerdings auch beides! Man sollte seine Entscheidung für dieses Studium allerdings überdenken, wenn man feststellt, dass das Unglücklichsein überwiegt und man eigentlich doch eher einen sicheren, planbaren und bequemen Job sucht. Weder lassen sich in unserem Metier Erfolge und Karrieren noch Einkommen, Freizeit und Urlaub zielsicher planen. Wer sich dennoch unbeirrt auf seine Kreativität und Gestaltungslust einläßt, wird kaum etwas vermissen - und in der visuellen Gestaltung glücklich werden!

WAS BRAUCHT MAN SONST NOCH?

Eigentlich nicht viel! Kreative Begabung wird oft überschätzt! Wir alle können unbewusst beobachten, zeichnen und malen - wenn wir nur wollen! Meister fallen jedoch nicht vom Himmel, sondern haben zu allen Zeiten ihr Talent und Können aus genauer Beobachtung, intensivem Lernen und noch viel mehr Übung entwickelt. Darüber hinaus braucht man eigentlich nur noch ein gewisses Maß an Intelligenz, Kreativität, Ausdauer und sportlichem Ehrgeiz. Alles weitere wird sich dann ergeben... (FH-Hannover, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule Hannover, Grafikstudenten: Profil URL: http://www.grafikstudenten.de/dev_09/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=5&lang=de
Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Designgeschichte/Kunstgeschichtel	3
	*0	Denken/Wahrnehmen/Zeichnen	3
	*0	Designgeschichte/Kunstgeschichte II	3
	*0	Medien/Kommunikation/Text	3
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Farbe I	1
	*0	Material I	1
	*0	Form I + Bild I	2
	*0	Farbe II	1
	*0	Material II	1
	*0	Form I + Bild II	2
	*0	Zeichnen I	3
	*0	Zeichnen II	3
	*0	Visuelle Methodiken und Bildsprache	6
	*0	Konzept- und Entwurfsgrundlagen	6
	*0	DMW I	4
	*0	Kreativität und Innovation	2
	*0	Illustration I	2
	*0	Grundlagen der Typografie	2
	*0	Experimentelle Visualisierung, Farbe und Form	8
	*0	Schrift, Zeichnen, Fläche, Bild	8
	*0	Entwurf I GD (Phase II) : Entwurfskooperation intern	4
	*0	Entwurf II GD (Phase II) : Entwurfskooperation intern	4
	*0	Entwurf III GD (Phase II) : Entwurfskooperation intern	4
	*0	Künstlerisches Arbeiten I	3
*0	Künstlerisches Arbeiten II	3	
Grundlagenmodule Medien	*0	Layout-Software I	2
	*0	Layout-Software II	2
	*0	Digitales Arbeiten I	2
	*0	Digitales Arbeiten II	2
	*0	Digitale Techniken: Internettechnik	2
	*0	Digitale Techniken: Bildbearbeitung	2
	*0	Digitale Techniken: Illustration	2
	*0	Grundlagen der Fotografie	2
	*0	Storyboard I	2
	*0	Digitale Schriftgestaltung	8
Projekt I Wahlpflicht	*0	Projekt I GD (interdisziplinär): Visual Design (Print, Multimedia, Online)	12
	*0	Projekt II GD (studiengangspezifisch): Visual Design (Print, Multimedia, Online)	12
	*0	Projekt III GD (studiengangspezifisch): Visuelle Konzepte für komplexe Inhalte	12
	*0	Projektergänzung I: - Illustration II - Comic/Graphic Novel/Storyboard	6 (3) (3)
	*0	Projektergänzung II: - Corporate Culture - Sprachen, Journalistik	6 (3) (3)
*0	Portfolio	6	
Vertiefung / Spezialisierung	*0	Digitale Techniken: Composing	2
	*0	Digitale Techniken: Interaktive Systeme	2
	*0	Fotografie und Editorialdesign	3
	*0	PETM I	3
	*0	Produktionsplanung und Produktionsmanagement	2
	*0	Konzeption für elektronische Medien	2
*0	Digitale Techniken: Medienintegration	2	
Facherweiterungsmodule	*0	Marketing/Konzeptplanung	2
	*0	Wirtschaft, Recht, Soziologie, Darstellung, Musikgeschichte etc.	6
	*0	Konzeptionsentwicklung und Kommunikation	6
	*0	Projektentwicklung, Konzeption, Planung	6
Praktikum	*0	Praxisphase I: Betriebliche Abläufe	8
	*0	Praxisphase II: Projektentwicklung	8
	*0	Praxisphase III: Kommunikationsprozesse	8
	*0	Praxisphase IV: Präsentation und Kolloquium	6
Basis- Thesis	-	-	-
Bachelor Thesis	*0	Bachelorarbeit und Kolloquium	12

*0 = Pflichtmodul

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	12
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	70
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	26
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	54
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	16
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	20
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	30
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	12

240 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	-4,7 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	8,5 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	2 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	-4,6 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	-2,9 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	0,5 %
Praxiserfahrung	7,2 %	5,7 %
Bachelor Thesis	9 %	-4 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE

Visuelle Kommunikation erfordert eine möglichst fundierte Ausbildung, sowohl der handwerklichen Kompetenzen als auch der Fähigkeiten zur Reflexion des eigenen Handelns im gesellschaftlichen, sozialen oder ökonomischen Zusammenhang. Durch Studienübergreifende und transdisziplinäre Angebote wird an der Fachhochschule Hannover im Studiengang Kommunikationsdesign darauf vorbereitet interdisziplinäre Probleme im Team lösen zu können. Dabei nehmen eine praxisnahe Umsetzung und die Vermittlung methodischer und theoretischer Kompetenzen einen breiten Raum des Studiums ein. Diese kurze Zusammenfassung des formulierten Selbstbildes spiegelt die gewünschten Kernaspekte des Studiengangs wieder.

Im direkten Vergleich mit der Auswertung der Modulangebote ergeben sich sowohl Übereinstimmungen als auch Differenzen. Die praxisnahe und projektbezogene Ausrichtung spiegelt sich auch in dem Kompetenzprofil der Modulangebote wieder. Sie bilden die drei größten Bereiche des Studiums (29,2 % allgemeine Grundlagenkompetenz, 22,5% Projekterfahrung und 12,5 % Praxiserfahrung).

Die methodisch- theoretischen Kompetenzen, sowie facherweiternde Kompetenzen werden angeboten, jedoch noch nicht in dem formulierten und versprochenen Ausmaß.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Allgemeine Grundlagenausbildung:

Im Vergleich zum Mittelwert ist die allgemeine Grundlagenausbildung im Studiengang der Fachhochschule Hannover etwa ein Drittel größer und trägt damit positiv zur angestrebten Ausrichtung des Studiengangs bei.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Theoriekompetenzen:

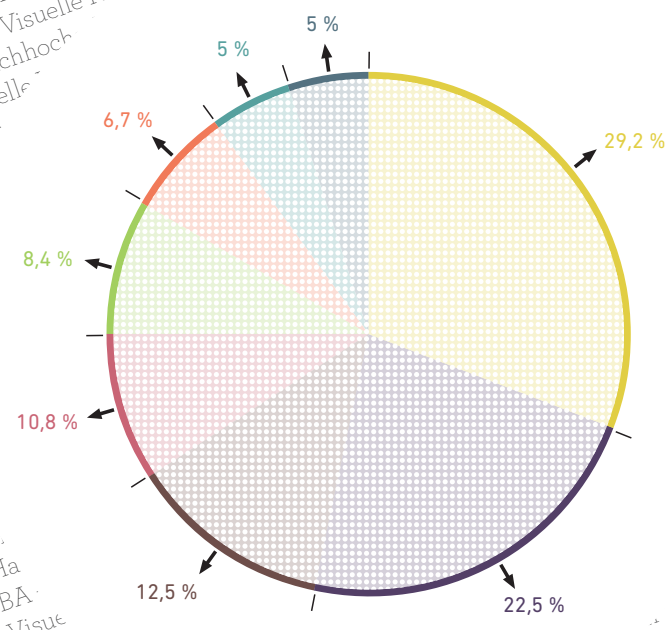
Wie bereits beschrieben liegt die Ausbildung der Theoriekompetenz noch nicht in dem angestrebten und formulierten Bereich in dem sich der Studiengang positionieren möchte. Dies wird auch im Verhältnis zum allgemeinen Durchschnittsprofil sichtbar, da die angebotene Theoriekompetenz nur etwa die Hälfte des ohnehin schon geringen Mittelwertes erreicht.



Welches sind die drei wichtigsten Kompetenzen eines professionellen Designers?
„Analyse- und Ausdrucksfähigkeit, Konzeptionelle Fähigkeiten, Querdenken“ (Gesche Joost - Deutsche Telekom Laboratories)

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 29,2 % **Grundlagenkompetenz Allgemein**
- 22,5 % **Projekt- und Wahlpflichtkompetenz**
- 12,5 % **Praxiserfahrung**
- 10,8 % **Grundlagenkompetenz Medien**
- 8,4 % **Facherweiterungskompetenz**
- 6,7 % **Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz**
- 5 % **Theoriekompetenz**
- 5 % **Bachelorarbeit**



HAWK Hildesheim Studiengang Gestaltung

Gestaltung BA [6 Semester Regelstudienzeit]

Der künstlerisch-wissenschaftliche Bachelor-Studiengang Gestaltung bietet mit seinem großen Spektrum von neun sich ergänzenden und vernetzten Kompetenzfeldern (Advertising Design, Corporate Identity/Corporate Design, Digitale Medien, Farbdesign, Grafikdesign, Interior Architecture/Interior Design, Lighting Design, Metallgestaltung, Produktdesign) eine interdisziplinäre Ausbildungssituation, die in dieser Vielfalt und im Zusammenhang mit ihren hochqualifizierten Werkstätten eine Besonderheit darstellt.

Das Studienprogramm ermöglicht den Studierenden sowohl in klassischer Form ein Kompetenzfeld zu vertiefen als auch in völlig neuer Art Kompetenzfelder zu kombinieren. Studienverlaufspläne dienen den Studierenden zur Orientierung. Damit ermöglicht diese Studienstruktur in umfassender Form interdisziplinäre Zusammenarbeit, individuelle Entwicklungen und neuartige Kompetenzverknüpfungen, die auch auf die Lehrinhalte positiv und innovativ zurückwirken. (HAWK-Hildesheim, 2011)

QUELLEN

Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim,
Fachbereich Gestaltung: Bachelor of Arts
- Studiengang Gestaltung URL: <http://www.hawkehg.de/gestaltung/154721.php>
Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS	
Theoriemodule	*c	Kunst- und Kulturgeschichte I	6	
		Kunst- und Kulturgeschichte II	6	
		Designgeschichte	6	
		Kulturgeschichte der angewandten Kunst	6	
		Designwissenschaften I	6	
		Designwissenschaften II	6	
		Werbe- und Sozialpsychologie	6	
		Theorie: CI/CD, Produkt-Design, Farbe und Licht, Raum, Zeitbasierte Medien, Advertising Design	6	
		Wahrnehmung	6	
		Geschichte des Lichts	6	
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Grundlehre 2D	6	
		Grundlehre 3D	6	
		Grundlehre Zeichnen	6	
	*a	Künstlerischer Druck	6	
		Druck	6	
		Modellentwicklung	6	
		Farbe, Struktur, Oberfläche	6	
		Holz, Oberfläche	6	
		Licht	6	
		Metall I	6	
		Metall II	6	
		Objektumsetzung	6	
		*b	Gestaltungstechniken Fotografie	6
			Gestaltungstechniken Farbe	6
			Gestaltungstechniken Druckgrafik	6
			Gestaltungstechniken Schrift	6
			Gestaltungstechniken Bau I	6
			Gestaltungstechniken Bau II	6
			Gestaltungstechniken Bau III	6
			Gestaltungstechniken Bau IV	6
	Gestaltungstechniken Licht		6	
	Gestaltungstechniken Metall I		6	
	Gestaltungstechniken Metall II		6	
	Gestaltungstechniken Produkt I		6	
	Gestaltungstechniken Produkt II		6	
	Gestaltungstechniken Zeichnen und Darstellen	6		
	Ausstellungs/Symposium-gestaltung und -management	6		
	Gestaltungstechniken Licht Innenraum	6		
	Gestaltungstechniken Objekt	6		
	Layout- und Entwurfstechniken/Zeichnen und Darstellen	6		
Grundlagenmodule Medien	*a	Webdesign	6	
		DTP Medien I	6	
		DTP Medien II	6	
		Fotografie I	6	
		CAD	6	
		CAD AutoCad	6	
		Zeitbasierte Medien	6	
		Oberflächenrendering und Animation	6	
	*b	Gestaltungstechniken Zeitbasierte Medien	6	
		Gestaltungstechniken Interaktive Medien I	6	
		Gestaltungstechniken CAS Visualisierung	6	
		Gestaltungstechniken DTP II	6	
		Gestaltungstechniken Webdesign	6	
		Gestaltungstechniken Interaktive Medien II	6	
Projekt I Wahlpflicht	*4	Projekt Advertising I	6	
		Projekt Advertising II	6	
		Projekt CI/CD I	6	
		Projekt CI/CD II	6	
		Projekt Packaging I	6	
		Projekt Packaging II	6	
		Projekt Farbe und Architektur I	6	
		Projekt Farbe und Architektur II	6	
		Projekt Farbe und Produkt I	6	

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
		Projekt Farbe und Produkt II	6
		Projekt Illustrative Grafik I	6
		Projekt Illustrative Grafik II	6
		Projekt Editorial Design I	6
		Projekt Editorial Design II	6
		Projekt Fotografie	6
		Projekt Zeitbasierte Medien I	6
		Projekt Zeitbasierte Medien II	6
		Projekt Bau-Raum I	6
		Projekt Bau-Raum II	6
		Projekt Bau-Raum III	6
		Projekt Bau-Raum IV	6
		Lichtplanung I	6
		Lichtplanung II	6
		Lichtplanung III	6
		Lichtplanung IV	6
		Projekt Metallgestaltung I	6
		Projekt Metallgestaltung II	6
		Projekt Schmuckgestaltung I	6
		Projekt Schmuckgestaltung II	6
		Projekt Produktgestaltung I	6
		Projekt Produktgestaltung II	6
		Projekt Produktgestaltung III	6
		Projekt Produktgestaltung IV	6
		Projekt Messe und Ausstellung	6
		Projekt Interaktive Medien I	6
		Projekt Interaktive Medien II	6
		Projekt Designmanagement	6
		Projekt Barrierefreiheit	6
		Projekt Ausstellungsmanagement	6
		Projekt Kommunikationsdesign I	6
		Projekt Kommunikationsdesign II	6
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	*0	Orientierung Gestaltung	6
	*8	Experimentelle Bildgestaltung	3
		Experimentelles Plastisches Gestalten	3
		Experimentelle Druckgrafik	3
		Künstlerische Buchgestaltung	3
		Unternehmensauftritt im Internet	3
		Webdesign für Fortgeschrittene	3
		Typografie I	3
		Typografie II	3
		Typografie III	3
		Typografie IV	3
		Fotografie I	3
		Fotografie II	3
		Glasgestaltung	3
		Zeitbasierte Medien	3
		Interaktive Medien	3
		Bibliophiles Buch	3
		Trendscouting	3
		Experimentelle Grafik	3
		Text und Bild	3
		Denkmalpflege I	3
		Denkmalpflege II	3
		Experimenteller Entwurf Raum/Produkt	3
		Innenraumkonstruktion	3
		Ökologie und Recycling	3
		Ergänzung Bau Raum	3
		Büromanagement	3
		Experimentelle Gestaltung Gerät-Gefäß	3
		Experimentelle Gestaltung Schmuck	3
		Experimentelle Produktgestaltung I	3
		Experimentelle Produktgestaltung II	3
		Licht-Raum-Material-Interaktion	3

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
		Recht	3
		Urheberrecht	3
		Schrift Vertiefung	3
		Zeichnerische Anwendungen	3
		Farbenlehre Vertiefung	3
		Figürliches Zeichnen & Aktzeichnen	3
		Produktkonstruktion/ - entwurf I	3
		Produktkonstruktion/ - entwurf II	3
		Experimentelles Plastisches Gestalten II	3
		Experimentelle Bildgestaltung II	3
		Experimentelle Druckgrafik II	3
		Experimentelle Malerei	3
		Ausstellungsgestaltung	3
		Wettbewerb	3
		Grundlagen Kunststoffe	3
		Kunststoff im Anwendungsbezug	3
		Gendered Interface	3
		Kooperation "In Bewegung bleiben"	3
		Licht Installieren Steuern Regeln	3
		Geschichte des Lichts	3
		Objektumsetzung I	3
		Objektumsetzung II	3
		Entw. Kü.-gest. Ko.Pro.Re	3
		Guerilla u Virale Kampagnen	3
		Int. Des. Physical Computing	3
		Licht Sonderthema	3
<u>Facherweiterungsmodul</u>	*b	Gestaltungstechniken Präsentation und Ausdruck	6
	*c	Marketinggrundlagen	6
		Designmanagement	6
		Unternehmensstrategie	6
		Projektentwicklung	6
		Trendscouting	6
		Ökologie und Recycling	6
		Büromanagement	6
		Recht	6
		Urheberrecht	6
		Gender Interface	6
	*0	Out of College I	6
	*0	Out of College II	6
<u>Praktikum</u>	-	-	-
<u>Basis- Thesis</u>	-	-	-
<u>Bachelor Thesis</u>	*0	Praxisprojekt	12
	*0	Bachelorthesis	18

*0 = Pflichtmodul
 *4 = Aus dieser Gruppe müssen vier Fächer gewählt werden
 *8 = Aus dieser Gruppe müssen acht Fächer gewählt werden
 *a = Aus diesen Modulgruppen müssen insgesamt drei Module belegt werden (= insg. 18 ECTS Punkte)
 *b = Aus diesen Modulgruppen müssen insgesamt vier Module belegt werden (= insg. 24 ECTS Punkte)
 *c = Aus diesen Modulgruppen müssen insgesamt vier Module belegt werden (= insg. 24 ECTS Punkte)

Quelle: <http://www.hawk-hhg.de/gestaltung/173326.php#pflichtmodule>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	Gesamtwert aller Theoriemodule (*c)	12,6
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein (*a + *b + Pflichtmodule)	45
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien (*a + *b)	13,8
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	24
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	30
<u>Facherweiterungsmodule</u>	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule (*b + *c + Pflichtmodule)	24,6
<u>Praktikum</u>	Gesamtwert Praktikumsanteil	-
<u>Basis- Thesis</u>	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
<u>Bachelor Thesis</u>	Gesamtwert BA Thesis	30

(*a) Durchschnittsberechnung von neun Grundlagenmodulen Allgemein und acht Grundlagenmodule Medien bei insgesamt drei benötigten Modulen. **180 ECTS Punkte**
Rechnung: $(9 + 8) / 3 = 5,6$; $9 / 5,6 = 1,6$ **Grundlagenmodule Allgemein**; $8 / 5,6 = 1,4$ **Grundlagenmodule Medien**

(*b) Durchschnittsberechnung von 18 Grundlagenmodulen Allgemein, sechs Grundlagenmodul Medien und einem Facherweiterungsmodul bei insgesamt vier benötigten Modulen.
Rechnung: $(18 + 6 + 1) / 4 = 6,25$; $18 / 6,25 = 2,9$ **Grundlagenmodule Allgemein**; $6 / 6,25 = 0,9$ **Grundlagenmodule Medien**,
 $1 / 6,25 = 0,2$ **Facherweiterungsmodule**

(*c) Durchschnittsberechnung von 11 Theoriemodulen und 10 Facherweiterungsmodulen bei insgesamt vier benötigten Modulen.
Rechnung: $(11 + 10) / 4 = 5,25$; $11 / 5,25 = 2,1$ **Theoriemodule**; $10 / 5,25 = 1,9$ **Facherweiterungsmodule**

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
<u>Theoriekompetenz</u>	9,7 %	-2,7 %
<u>Allgemeine Grundlagenkompetenz</u>	20,7 %	4,3 %
<u>Erweiterte Grundlagenkompetenz</u>	8,8 %	-1,1 %
<u>Projekt- und Wahlpflichtkompetenz</u>	27,1 %	-13,7 %
<u>Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz</u>	9,6 %	7,1 %
<u>Facherweiterungskompetenzen</u>	7,9 %	5,1 %
<u>Praxiserfahrung</u>	7,2 %	-7,2 %
<u>Bachelor Thesis</u>	9 %	7,7 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Das sehr kurze Selbstbild der HAWK Hildesheim lässt sich im wesentlichen auf eine Kernaussage zusammenfassen: Der Studiengang Gestaltung bietet vernetzte, kompetenzübergreifende Angebote zur interdisziplinären und/oder spezialisierten Ausrichtung. Die gut ausgerüsteten Werkstätten lassen weiterhin auf einen direkten Praxis- und Projektbezug schließen.

Schaut man nun die analysierte Modulauswertung in Bezug zu den gegebenen Prüfungsordnungen an, ist zu erkennen, dass sich das Studium wie bereits definiert aufteilt. Die meisten Kompetenzbereiche sind relativ gleich gewichtet, so beispielsweise die Spezialisierung- und Vertiefungskompetenzen, fachweiternde Kompetenzen und Projekterfahrung (16,7 %, 13,7 % und 13,4 % Anteil). Die allgemeine Grundlagenausbildung bildet den größten Schwerpunkt mit 25 %. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass bei diesem Studienmodell in allen Modul- und Kompetenzbereichen relativ frei gewählt werden kann. Das bedeutet, die angesprochene Neuverzaunung und eine interdisziplinäre Ausrichtung kann individuell vom Studenten zusammengestellt und beliebig vertieft werden. Die Studienverlaufspläne dienen hierbei lediglich als „Empfehlung“, um eine definierte Ausrichtung, beispielsweise im Bereich Corporate Identity/Corporate Design, zu verfolgen.

Negativ zu bewerten ist, dass kein Praxissemester oder Auslandssemester vorgesehen ist, um die sehr breit angelegten Grundlagenkompetenzen und Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen in der realen Praxis zu erproben. Auch wenn einzelne Projekte im Sinne von Drittmittelprojekten einen direkt-Bezug zur Praxis haben, wäre ein regulär eingeplantes Praxissemester wichtig, um auch außerhalb der Hochschule seine Praxiserfahrung zu erweitern. Dies ist vor allem deshalb sehr wertvoll, da in der Praxis andere Bedingungen, Arbeitsweisen und auch neue Herausforderungen im Umgang mit neuen Menschen (Kollegen) vorzufinden sind, die bei einem hochschulinternen Projekt nur bedingt „simulierbar“ sind.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Allgemeine Grundalgenkompetenzen:

Der Anteil der allgemeinen Grundlagenkompetenzen ist im Vergleich zum Mittelwert etwa ein Viertel größer. Hierdurch nimmt die Hochschule noch keine Sonderposition ein, spiegelt jedoch ihr angestrebtes Studienprofil positiv wieder.

Vertiefungs-, Spezialisierungs und Facherweiterungskompetenzen:

Beide Kompetenzbereiche sind im Vergleich zum allgemeinen Studienprofil etwa doppelt so groß. Auch dies entspricht dem angestrebte Studienprofil.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Projekterfahrung:

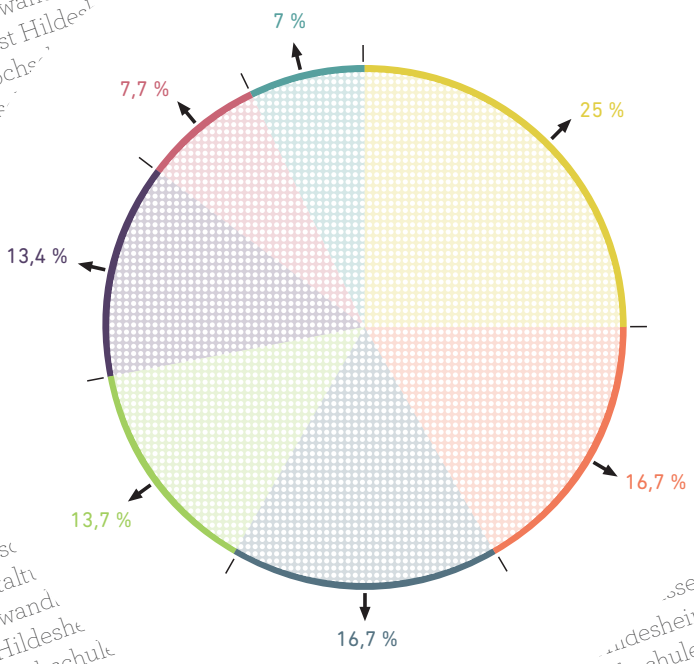
Im Verhältnis zur durchschnittlichen Projekterfahrung aller Hochschulen ist der Anteil der Projekterfahrung an der HAWK nur etwa halb so groß. Der hohe Vertiefungsanteil gleicht diese Differenz etwas aus, da in diesem Bereich auch projektähnliche Angebote zu finden sind.

Praxiserfahrung:

Leider wird, wie bereits zu Anfang erwähnt, das Angebot der Praxiserfahrung in Form von einem Praxissemester nicht angeboten. Was auch in diesem Bereich eine klare Abweichung vom Mittelwert erkennen lässt.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 25 % Grundlagenkompetenz Allgemein
- 16,7 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz
- 16,7 % Bachelorarbeit
- 13,7 % Facherweiterungskompetenz
- 13,4 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz
- 7,7 % Grundlagenkompetenz Medien
- 7 % Theoriekompetenz



Kunsthochschule Muthesius Kiel

Fachbereich Design

Kommunikationsdesign BA [6 Semester Regelstudienzeit]

Ziel des Studiums ist die Qualifizierung von Designerinnen und Designern für die Aufgabenfelder der visuellen Kommunikation oder des Industriedesigns in der modernen Gesellschaft. Dabei spannt sich der Bogen der Ausbildung an einer Kunsthochschule zwischen freier ästhetischer Innovation und angewandter Praxis in Wirtschaft und Kultur.

Die Ausbildung im Kommunikationsdesign umfasst neben dem Erwerb technischer und gestalterischer Fähigkeiten in den klassischen Bereichen der Printmedien, des Ausstellungsdesigns und der Fotografie auch den Umgang mit digitalen Medien in allen Bereichen. Die praktische Arbeit wird ergänzt durch die systematische Ausbildung in begleitenden Theoriefächern zur Kunst- und Designgeschichte, Kunstsoziologie und Wahrnehmungspsychologie, Marketing und allgemeiner Ästhetik. Hinzu kommt die Ausbildung im Umgang mit künstlerischer und praktischer Sprache im Bereich der verbalen Kommunikation. Ziel des Studiums ist zudem, in einer immer komplexeren und dynamischeren Welt des Kommunikationsdesigns, ihr durch eine gleichermaßen künstlerisch-innovative, handwerklich-technisch anspruchsvolle und berufspraktische Ausbildung gerecht zu werden.

Die zunehmend größere Bedeutung visueller Kommunikation in der modernen Gesellschaft erfordert schließlich, dass überkommene Traditionen des Fachs einer permanenten kritischen Reflexion unterzogen werden ; d. h. die neuen Berufsbilder im Design erfordern eine gleichermaßen intuitiv-gestalterische wie distanziert reflektierende gestalterische Praxis, die im Studium in Seminaren, Übungen, Projekten und Praktika innerhalb und außerhalb der Kunsthochschule erlernt werden soll. Mit dieser Zielsetzung und einem entsprechenden Ausbildungsprogramm bietet der Studiengang Kommunikationsdesign die Basis für das spätere Wirken im Beruf.“ (KH-Kiel, 2011)

QUELLEN

Kunsthochschule Muthesius Kiel,
Fachbereich Design: Kommunikations-
design. URL: <http://www.muthesius-kunsthochschule.de/de/design/index.php>
Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS	
<u>Theoriemodule</u>	*0	Kunstgeschichte I		
	*0	Designgeschichte I		
	*0	Kunstgeschichte II		
	*0	Designgeschichte II		
	*0	Kunst, Kultur und Medien I		
	*0	Ästhetik und Soziologie I		
	*0	Kunst, Kultur und Medien II		
	*0	Ästhetik und Soziologie II		
	*0	Designdiskurs: Vortragsreihe		
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	*0	Farbenlehre I		
	*0	Aktzeichnen		
	*0	Naturstudium		
	*0	Materialübungen		
	*0	Typografie I / Satztechnik		
	*0	Drucktechnik		
	*0	Visuelle Grundübungen II		
	*0	Farbenlehre II		
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	*0	Einführung Rechner		
	*0	Werkstattschein Fotolabor		
	*0	Digitaler Satz I		
	*0	Digitaler Satz II		
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	*0	Projekt I: Fotografie Grundlagen - Fototechnik - Einführung in die Fotografie - Theorie der Fotografie		
	*0	Projekt II: Typografie, Time Based Media I, Mediendesign I - Schriftgeschichte - Typografie - Visuelle Grundübungen I - Time Based Media - Werkzeuge digitaler Bildgestaltung - Grundlagen Mediengestaltung - Werkzeuge der Mediengestaltung		
	*1	Projekt III a: Konzeption und Entwurf I Projekt III b: Fotografie II Projekt III c: Time Based Media II		
	*1	Projekt Time Based Media III Projekt Mediendesign II Projekt Illustration I		
	*1	Projekt IV a: Typo I Projekt IV b: Time Based Media IV Projekt IV c: Illustration II Projekt IV d: Fotografie		
	*1	Konzeption und Entwurf II / Projekt I, DMI Fotografie Time Based Media		
	*1	Projekt V a: Fotografie Projekt V b: Typografie Projekt V c: Konzeption und Entwurf Projekt V d: DMI Projekt V e: Time Based Media Projekt V f: Illustration		
	<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	*1	Druckvorstufe Digitale Fotobearbeitung	
		*0	Materialübungen II, Reprinttechnik	
		*0	Digitale Fotobearbeitung, Werkzeuge der Mediengestaltung	
		*0	Wahlfächer, Vertiefung oder Vortragsreihe	
		*0	Digitale Fotobearbeitung oder Werkzeuge der Mediengestaltung oder Druckvorstufe	
	<u>Facherweiterungsmodule</u>	*0	Marketing / Designmanagement	
		*0	Designrecht	
		*0	Verbale Kommunikation I	
		*0	Verbale Kommunikation II	
*0		Verbale Kommunikation III		
*0		Forum, Interdisziplinäre Woche Präsentationstechniken oder interdisziplinäre Projekte oder theoretische Vertiefungen		
<u>Praktikum</u>		Mobilität: Studienaustausch, Praktikum, Sonderaktivitäten, Interdisziplinäre Projekte		
<u>Basis- Thesis</u>	*0	Vorbereitung Thesis		
<u>Bachelor Thesis</u>	*0	Thesis I Schwerpunkt-Projekt II Bachelor-Seminar Kolloquium		

*0 = Pflichtmodul

*1 = Aus dieser Gruppe muss ein Fach gewählt werden

Allgemeine Info: Über die einzelne Gewichtung in Form von ECTS Punkten, der Fächer und Module liegen keine Auskünfte vor. Es gibt lediglich eine Zusammenfassende Darstellung (siehe Folgende Seite)

Quelle: <http://www.muthesius-kunsthochschule.de/de/design/kommunikationsdesign/index.php>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	19
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	8
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	6
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	68
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	55
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	4
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	-
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	20

180 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	0,9 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	-16,3 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	-5,5 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	10,7 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	21 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	-5,7 %
Praxiserfahrung	7,2 %	-7,2 %
Bachelor Thesis	9 %	2,1 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE

Den Schwerpunkt des Studiengang Kommunikationsdesign an der Kunsthochschule Muthesius Kiel bildet laut formuliertem Selbstbild eine umfangreiche projekt- und praxisbezogene Ausbildung. Diese soll dabei sowohl künstlerisch-innovativ als auch handwerklich anspruchsvoll sein. Intuitive Kompetenzen werden dabei ebenso gefördert wie reflektiertes und fundiertes Arbeiten. Durch digitale und analoge Grundlagenkompetenzen und eine theoretische Basis soll diese vielseitige und anspruchsvolle Praxiskompetenz gefestigt werden.

Im direkten Vergleich des Selbstbildes und des analysierten Modulprofils wird ein entscheidender Schwerpunkt in dem Studienverlauf sichtbar, welcher in der formulierten Beschreibung nicht erwähnt wird. So bietet das Kommunikationsstudium der Kunsthochschule ein sehr breites Angebot an Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz (mit einem beachtlichen Anteil von 30,6 %), in welchem sich die Studenten individuell spezialisieren können. Der versprochen hohe Praxis- und Projektbezug ist darüber hinaus aber eindeutig gegeben. Mit 37,8 % ist er der größte und am wichtigsten bewertete Bereich des Studiums. Die theoretische Basis ist ebenfalls gegeben (10,6 %). Die allgemeine und erweiterte Grundlagenausbildung tritt dagegen eher in den Hintergrund (4,4 % und 3,3 %) und wird statt dessen durch die Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz vertreten.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz:

Mit rund 31% Anteil ist der Studiengang im Vergleich zu den anderen Hochschulen in dieser Kompetenzgruppe am stärksten vertreten. Im Verhältnis zum Mittelwert ist der Anteil etwa dreimal so groß. Hierdurch nimmt der Studiengang ein Alleinstellungsmerkmal ein.

Projekterfahrung:

Auch in diesem Kompetenzbereich ist der Studiengang sehr stark vertreten und ist im Vergleich etwa ein Viertel größer als der des Durchschnittsprofils.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Allgemeine und erweiterte Grundlagenkompetenz:

Der Anteil der allgemeinen Grundlagenkompetenzen ist nicht nur im Vergleich zum Durchschnittsprofil sehr klein. Es könnte sich auch die Frage stellen, ob zur Vertiefung und Spezialisierung nicht eine etwas größer angelegte Grundlagenausbildung sinnvoll wäre. Da eine reflektierte Vertiefung und Spezialisierung zunächst einmal eine gute Basis braucht, bevor sie ausgebaut werden kann. Mit nur 4,4 % beziehungsweise 3,3 % Anteil könnte die Ausbildung einer solchen Basis jedoch eher erschwert werden.

Facherweiterungskompetenzen:

Auch hier liegt der Anteil mit 2,2 % eher beim absoluten Minimum, um der gewünschten Studienausrichtung gerecht zu werden.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

37,8 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz

30,6 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz

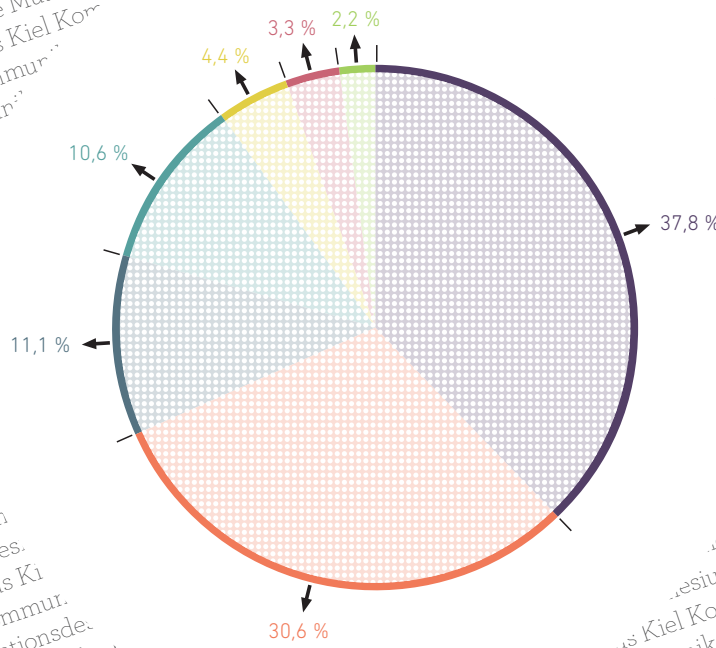
11,1 % Bachelorarbeit

10,6 % Theoriekompetenz

4,4 % Grundlagenkompetenz Allgemein

3,3 % Grundlagenkompetenz Medien

2,2 % Facherweiterungskompetenz



HTWG Konstanz Fakultät Architektur und Gestaltung

Kommunikationsdesign BA [7 Semester Regelstudienzeit]

Design ist ein Spagat zwischen Kunst und Alltag. Design umgibt Menschen in nahezu allen Lebenssituationen. Design entscheidet darüber, ob man Dinge liebt oder nicht. Und es entscheidet darüber, ob ein neuer Trend entsteht.

Kommunikationsdesigner arbeiten mit unterschiedlichsten Medien – vom Buch bis zum Interface. Sie entscheiden, mit welchem visuellen Erscheinungsbild eine Firma nach außen tritt. Sie entwickeln Leit- und Orientierungssysteme, gestalten Bücher und Magazine, entwerfen Ausstellungen und konzipieren multimediale Internetauftritte.

Als Kreativköpfe des Kommunikationsmarktes sind Kommunikationsdesigner sowohl an der Entwicklung wie an der Umsetzung der Produkte beteiligt. Sie arbeiten als Freiberufler oder Angestellte in Agenturen, Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen.

Bereits seit 2004 bietet die Fakultät Architektur und Gestaltung an der renommierten Konstanzer Hochschule die akkreditierten Studiengänge zum Bachelor und Master im Fach Kommunikationsdesign an. In kleinen Gruppen werden die Studenten von neun Professoren und zahlreichen Lehrbeauftragten betreut. Das ermöglicht eine Ausbildung, die über das reine Vermitteln von Wissen und Techniken hinausgeht. Studenten erhalten so die Möglichkeit sich zu Gestalterpersönlichkeiten zu entwickeln. (HTWG-Konstanz, 2011)

KOMMUNIKATIONSDESIGN B.A.

Ein gutes Studium verändert das Leben. Es macht aus Absolventen Persönlichkeiten. Talente sollen in Konstanz zu solchen Gestalterpersönlichkeiten heranreifen. Deshalb arbeiten hier neun Professoren mit nur 20 Studenten pro Semester. Sie bieten eine fundierte Ausbildung in allen Bereichen des Kommunikationsdesigns. Und sie haben Zeit. Für Gespräche, Projekte, Experimente. Es geht um fachliche Perfektion – und um menschliche Entwicklung. Damit dreieinhalb Jahre das Leben verändern können.

Persönlichkeit entwickeln, Projekte umsetzen: Kommunikation bestimmt den modernen Alltag. Menschen kommunizieren, um sich zu informieren, um in soziale Interaktion zu treten, um sich zu unterhalten. In der Dienstleistungsgesellschaft wird Kommunikation selbst zunehmend zum Wirtschaftsfaktor. Dabei stand noch nie eine so umfangreiche mediale Bandbreite zur Verfügung wie am Beginn des 21. Jahrhunderts: Sie reicht vom Buch bis zur Homepage, vom Ausstellungsbanner bis zum interaktiven Interface.

Kommunikationsdesigner beschäftigen sich in vielfältiger Weise mit der Gestaltung von Kommunikation. Sie entscheiden, mit welchem visuellen Erscheinungsbild eine Firma nach außen tritt. Sie entwickeln Leit- und Orientierungssysteme, gestalten Bücher und Magazine, entwerfen Ausstellungen und konzipieren multimediale Internetauftritte und Interfaces. Sie arbeiten im öffentlichen Raum, für private und institutionelle Auftraggeber. Bereits seit 2004 bietet die Fakultät Architektur und Gestaltung an der renommierten Konstanzer Hochschule den akkreditierten Bachelorstudiengang Kommunikationsdesign an – mit einem besonderen Profil:

- Neun Professoren betreuen 160 Studenten
- Eine umfassende Ausbildung mit einzigartigen Schwerpunkten
- Interdisziplinäre Zusammenarbeit mit dem Fachbereich Architektur
- Sichtbare Perspektive: Der Neubau
- ... und natürlich: Design am See

(HTWG-Konstanz, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule Konstanz, Studiengang Kommunikationsdesign: Architektur und Gestaltung - Das Wesentliche sichtbar machen. URL: http://www.htwg-konstanz.de/Studiengaenge-Kommunikationsdesign/3164_0.html Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS	
Theoriemodule	*0	Kunst- und Kulturgeschichte	2	
	*0	Theorie und Geschichte des Schreibens	2	
	*0	Designgeschichte	2	
	a*	Filmgeschichte	1	
	a*	Medientheorie	2	
	a*	Massenkommunikation und Medienethik	1	
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Farbe	2	
	*0	Analytisches Zeichnen	2	
	*0	Typografie und Raster	7	
	*0	Analytische Bildgestaltung	5	
	*0	Identifikationselemente Entwickeln; Raster	5	
	*0	Visuelle Kommunikation	7	
	*0	Visualisierung	4	
	*0	Konstruktionslehre	2	
	*0	Sach-, Medien- und formatäquates Schreiben	4	
	*0	Einführung in das experimentelle Gestalten	4	
	*0	Einführung in das konzeptionelle Gestalten	4	
	*0	Mehrdimensionale Typografie	4	
	a*	Wissensdokumentation und Visualisierung	2	
	Grundlagenmodule Medien	*0	Computeranwendung I	4
		*0	Computeranwendung II	2
*0		Fototechnik	2	
*0		Grundlagen des Screendesign	4	
*0		Fotografie	4	
*0		Grundlagen des Timebased Design	2	
*0		Interface Design	4	
*0		Reale und virtuelle Informationsräume	2	
a*		Schnitttechnik und Sound	2	
a*		Digitale und analoge Produktion	2	
Projekt I Wahlpflicht		*2	Corporate Communication	10
			Editorial Design	10
		Kommunikationsprogramme	10	
		Informationsarchitektur	10	
	*2	Timebased Design	10	
		Image Design	10	
Vertiefung / Spezialisierung	-	-	-	
Facherweiterungsmodule	*0	Selbstmanagement	2	
	*0	Fachenglisch	2	
	*0	Wahrnehmungspsychologie	2	
	*0	Grundlagen des Schreibens	2	
	*0	Einführung in das Ökonomische Denken	2	
	a*	Recht	2	
	a*	Marketing	2	
	a*	Professionelles Schreiben	4	
	a*	Ökologie	2	
		Architektur, Raum und Soziologie	2	
		Professional English	2	
		Baugeschichte I	2	
	a*	Ökologie	2	
		Architektur, Raum und Soziologie	2	
		Professional English	2	
		Baugeschichte I	2	
	*0	Blockwoche: Workshop, Exkursion	2	
	*0	Studium Generale	2	
*0	Berufsfeld, Projektmanagement	2		
*0	Teamwork, Projektmanagement	1		
*0	Interkulturelle Kommunikation	1		
Praktikum	*0	Vorbereitung und Nachbereitende Blockveranstaltung	2	
	*0	Ausbildung in der Praxis	28	
Basis- Thesis	*0	Bachelorseminar	8	
Bachelor Thesis	*0	Bachelorarbeit	12	
	*0	Präsentation und mündliche Prüfung	4	

*0 = Pflichtmodul
*2 = Aus dieser Gruppe müssen zwei Fächer gewählt werden
*a = es sind insg. 18 ECTS Punkte aus diesen Gruppen zu belegen
Quelle: <http://www.hwg-konstanz.de/Studium/1529.0.html>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule (*a + Pflichtmodule)	8,1
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein (*a + Pflichtmodule)	51,1
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien (*a + Pflichtmodule)	26,1
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	40
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	-
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule (*a + Pflichtmodule)	30,7
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	30
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	24

(*a) Durchschnittsberechnung von 4 ECTS Punkten in Facherweiterungsmodulen, 2 ECTS Punkten in Grundlagenmodule Allgemein, vier ECTS Punkten in Grundlagenmodule Medien und 24 ECTS Punkte in Facherweiterungsmodulen, bei insgesamt 18 benötigten ECTS Punkten.
Rechnung: $(4 + 2 + 4 + 24) / 18 = 1,88$; $4 / 1,88 = 2,1$ ECTS Punkte in Facherweiterungsmodulen; $2 / 1,88 = 1,1$ ECTS Punkte in Grundlagenmodule Allgemein; $4 / 1,88 = 2,1$ ECTS Punkte in Grundlagenmodule Medien; $24 / 1,88 = 12,7$ ECTS Punkte in Facherweiterungsmodulen

210 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	-5,9 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	3,7 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	3,6 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	-8,1 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	-9,6 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	6,7 %
Praxiserfahrung	7,2 %	7,1 %
Bachelor Thesis	9 %	2,4 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Design ist vielfältig und umgibt Menschen in nahezu allen Lebensbereichen.

Design ist Entscheidungsträger und Wegbereiter neuer Trends.

Damit der Designer von heute diesem vielfältigen Anspruch gerecht wird setzt die HTWG Konstanz auf die Ausbildung von Gestaltungspersönlichkeiten.

Dabei steht die Ausbildung fachlicher Perfektion sowie menschlicher Entwicklung im Fokus des Studiums. Eine sehr intensive und persönliche Ausbildung wird durch eine verhältnismäßig geringe Studentenzahl im Verhältnis zu den Lehrenden gewährleistet. Allgemeine und erweiterte Grundlagenkompetenzen bilden die Basis fachlichen Perfektion. Interdisziplinäre Angebote, projektnahes und experimentelles Arbeiten sollen das Profil der angestrebten Gestaltungspersönlichkeiten schärfen.

Die durchschnittlichen Kompetenzen, die sich aus dem analysierten Modulangebot und Prüfungsrahmen ergeben, bestätigen das formulierte Selbstbild des Studiengangs Kommunikationsdesign an der HTWG Konstanz.

Allgemeine Grundlagenkompetenz macht zusammen mit einem relativ hohen projektbezogenen Angebot etwa ein Drittel des Studieninhaltes (24,4 % allgemeine Grundlagenkompetenz und 19 % Projekterfahrung) aus. Facherweiternde Kompetenz und interdisziplinäre Projekte unterstützen die interdisziplinäre Entwicklung. Praxisnahe Erfahrung und erweiterte mediale Grundlagen ermöglichen darüber hinaus eine vielseitige Auseinandersetzung und Sichtweise auf Design.

Die relativ intensive Betreuung durch die Lehrenden scheint eine gute Basis zur Ausbildung der angestrebten Gestaltungspersönlichkeiten mit individuellem Profil zu sein. Der feste Studienverlauf und die eingeschränkten Wahlmöglichkeiten fördern dabei jedoch grundlegend eine generalistische Ausbildung, bei der es darum geht, ein Gespür für gutes Design in allen Medien zu entwickeln.

Dennoch bleibt die Frage offen, ob es zur Ausbildung einer Gestaltungspersönlichkeit und eines individuellen Profils nicht auch nötig wäre ein Angebot zur Vertiefung- und Spezialisierung anzubieten. In allen Bereichen „nur“ ein grundlegendes Gespür zu entwickeln, macht noch keine Gestaltungspersönlichkeit aus die auch ein eigenes Profil, mit ganz persönlichen Stärken entwickelt hat. Es geht also nicht nur darum, seine Stärken und Schwächen zu erkennen, es sollte ebenso möglich sein sich in einem Bereich zu vertiefen, um diese Erfahrung der vertiefenden Auseinandersetzung mit einer bestimmten Thematik auch auf andere Prozesse und Aufgaben übertragen zu können.

Warum dieser Punkt relevant für die Entwicklung einer Gestalterpersönlichkeit sein könnte, wird am Ende dieser Arbeit noch einmal aufgegriffen und genauer erläutert.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Facherweiterungskompetenzen:

Im Vergleich zum durchschnittlichen Studienprofil aller Hochschulen ist die Facherweiterungskompetenz des Studiengangs Kommunikationsdesign an der HTWG Konstanz etwa doppelt so groß. Damit nimmt der Studiengang in dieser Kompetenzgruppe eine der Führungspositionen ein.

Allgemeine und erweiterte Grundlagenkompetenzen:

Die erweiterten Grundlagenkompetenzen sind in etwa ein Drittel größer als die des durchschnittlichen Studienprofils. Zusammen mit einem sehr guten Angebot der allgemeinen Grundlagenkompetenz spiegelt ist die HTWG im allgemeinen Vergleich sehr gut aufgestellt. Darüber hinaus spiegelt das Angebot sehr schön das angestrebte Studienprofil des Studiengangs wider.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Theoriekompetenzen:

Die rein designspezifischen Theorieangebote sind im Verhältnis zum allgemeinen Durchschnittsprofil deutlich kleiner. Dabei ist jedoch zu beachten, dass hier nur die rein theoretischen Angebote gewertet wurden, die losgelöst von praktischen Übungen oder Aufgaben vermittelt werden. Da aber das Angebot im Bereich der allgemeine Grundlagen sehr groß ist und auch hier theoretische und konzeptionelle Inhalte in Verbindung mit Übungen und praktischer Anwendung vermittelt werden, relativiert sich der geringe Anteil an Theoriekompetenzen.

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz:

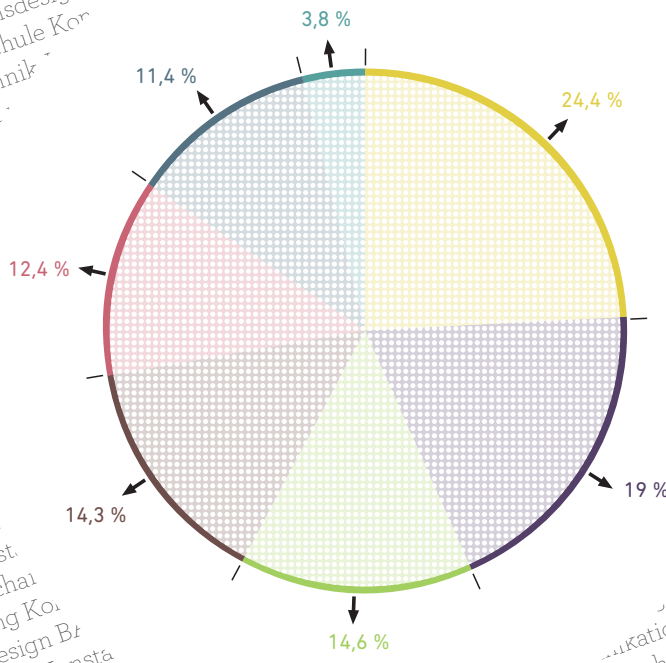
Wie schon in der allgemeinen Zusammenfassung beschrieben lässt der Studiengang keine spezifischen Angebote zur Vertiefung und Spezialisierung zu, was sich demnach auch im allgemeinen Vergleich widerspiegelt.

Projekterfahrung:

Das Projektangebot der HTWG ist im direkten Vergleich zum Mittelwert aller Hochschulen nur etwa ein Drittel so groß. Im spezifischen Studienprofil des Studiengangs ist dieser Kompetenzbereich jedoch verhältnismäßig stark vertreten, so bildet er doch den zweitgrößten Anteil im Studienverlauf. Aus diesem Grund ist dieser Kompetenzbereich nur im Verhältnis zum allgemeinen Mittelwert als negativ zu bewerten.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 24,4 % Grundlagenkompetenz Allgemein
- 19 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz
- 14,3 % Facherweiterungskompetenz
- 14,3 % Praxiserfahrung
- 12,4 % Grundlagenkompetenzen Medien
- 11,4 % Bachelorarbeit
- 3,8 % Theoriekompetenz



Fachhochschule Niederrhein Krefeld

Fachbereich Design

Kommunikationsdesign BA [7 Semester Regelstudienzeit]

Der Fachbereich Design geht aus einer über 100-jährigen Tradition der Gestaltungsausbildung in Krefeld hervor. Mit dieser Erfahrung vermitteln wir Design als Disziplin aktiver Weltgestaltung für Kommunikation, Räume und Produkte. Design aus Krefeld übernimmt Verantwortung für eine ganzheitlich gestaltete Welt, in der die Beziehungen zwischen Menschen und ihrer künstlich erschaffenen Umgebung die Gesellschaft maßgeblich prägen.

Unsere Designausbildung in Bachelor und Master verbindet künstlerische Gestaltung mit angewandter Designpraxis und theoretischem Designwissen. Aus diesem Selbstverständnis heraus entwickeln sich unsere Studierenden zu individuell selbstbestimmt arbeitenden Gestalterpersönlichkeiten und teamorientierten Problemlösern.

designkrefeld bietet mit 24 hauptamtlich Lehrenden, rund 15 Lehrbeauftragten, sehr engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und hervorragenden Werkstätten ein ideales Studiumfeld und vielfältige Möglichkeiten für Projekte mit Externen.

Die etwa 110 Studierenden pro Jahrgang wählen wir sorgfältig aus, denn wir legen großen Wert auf eine intensive, individuelle Betreuung und persönliche Atmosphäre.

Lernen Sie uns näher kennen, wir freuen uns auf Sie.
(FH-Niederrhein, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule Niederrhein Krefeld:
Fachbereich Design. URL: <http://www.hs-niederrhein.de/fb02/> Zugriffsdatum:
05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	*0	Theorie zum Design I	2
	*0	Designspezifische Grundlagen	2
	*0	Theorie zum Design II	2
	*0	Kunst- und Kulturgeschichte I	2
	*0	Theorie zum Design III	2
	*0	Kunst- und Kulturgeschichte II	2
	*1	Theorie zum Design IV	3
		Kunst- und Kulturgeschichte III	3
	*0	Designdiskurs	3
	*0	Designwissenschaft	7
	*0	Theoretische Ergänzung "Designdenken / Designmethoden" zu Projekt II	2
*0	Theoretische Ergänzung "Designdenken / Designmethoden" zu Projekt III	2	
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	*0	Zeichnen I	4
	*0	Typografie	3
	*0	Zeichnen II	4
	*2	Typografie / Editorial Design I	2
		Fotografie / Film 2	2
		Sprache und Text	2
		Digital Design Basics	2
	*0	Gestaltungslehre I	6
	*0	Gestaltungslehre II	6
	*1	Flächensysteme	2
		Dekorentwicklung Druck	2
		Farbgestaltung Grundlagen	2
	*a	Farbgestaltung	4
		Dreidimensionales Gestalten	4
		Zeichnen	4
	Grafikdesign	4	
	Typografie / Editorial Design II	4	
*b	Textdesign	3	
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	*1	Fotografie / Film I	3
		Experimentelles Visualisieren 2D	3
		Experimentelles Visualisieren 3D	3
	*0	Drucktechniken / DTP I	4
	*0	Digitale Medientechnik I	6
	*0	Drucktechniken DTP II	4
	*0	Digitale Medientechnik II	4
	*a	Digital Interface / Design	4
		Digital Interaction / Design	4
	*b	Digital Design / Technologie	3
		Markertechniken II	3
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	*0	Fachspezifisches Orientierungsprojekt	2
	*3	Social Design	8
		Corporate und Brand Design	8
		Surface Design	8
		Werbung und PR	8
		Sigital Design / Information Visualisation	8
		Digital Products	8
		Physical Interaction Design	8
		Editorial Design	8
		Experimentelles Mediendesign	8
		Illustration	8
		Informationsdesign	8
	*0	Projektspezifische Ergänzung zu Projekt I	2
	*0	Projektspezifische Ergänzung zu Projekt II	2
	*0	Projektspezifische Ergänzung zu Projekt III	2
*0	Freies Projekt I	8	
*0	Freies Projekt II	6	

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	-	-	-
<u>Facherweiterungsmodul</u>	*b	Präsentationstechnik	3
		Rhetorik	3
	*0	Marken- und Designrecht	2
	*0	Medienmarketing	3
	*0	Veröffentlichen als Designer I	4
	*0	Wissenschaftliches Arbeiten	3
	*1	Veröffentlichen als Designer II	4
		Portfolio	4
<u>Praktikum</u>	*0	Praxis- oder Auslandsstudiensemester	32
<u>Basis- Thesis</u>	-	-	-
<u>Bachelor Thesis</u>	*0	Bachelorarbeit Präsentation mit Kolloquium	15

*0 = Pflichtmodul
 *1 = Aus dieser Gruppe muss ein Fach gewählt werden
 *2 = Aus dieser Gruppe müssen zwei Fächer gewählt werden (= 4 ECTS Punkte)
 *3 = Aus dieser Gruppe müssen drei Fächer gewählt werden (= 24 ECTS Punkte)
 *a = Aus diesen Gruppen müssen insgesamt vier Fächer gewählt werden (=16 ECTS Punkte)
 *b = Aus diesen Gruppen müssen insgesamt zwei Fächer gewählt werden (=6 ECTS Punkte)

Quelle: http://195.138.54.186/popup/2011.2012/site/stundenplan/stundenplan_ba_block.php

MODULART	GESAMTWERTMITTLUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	Gesamtwert aller Theoriemodule	29
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein (*a + *b + Pflichtmodule)	41,8
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien (*a + *b + Pflichtmodule)	27,8
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	46
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodul	-
<u>Facherweiterungsmodul</u>	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodul (*b + Pflichtmodule)	18,4
<u>Praktikum</u>	Gesamtwert Praktikumsanteil	32
<u>Basis- Thesis</u>	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
<u>Bachelor Thesis</u>	Gesamtwert BA Thesis	15

(*a) Durchschnittsberechnung von fünf Fächern in Grundlagenmodule Allgemein und zwei Fächer in Grundlagenmodule Medien bei insgesamt vier benötigten Fächern.
 Rechnung: $(5 + 2) / 4 = 1,75$; $5 / 1,75 = 2,9$ **Grundlagenmodule Allgemein**; $2 / 1,75 = 1,1$ **Grundlagenmodule Medien**

(*b) Durchschnittsberechnung von einem Fach in Grundlagenmodule Allgemein, zwei Fächer in Grundlagenmodule Medien und zwei Fächer in Facherweiterungsmodul bei insgesamt zwei benötigten Fächern.
 Rechnung: $(1 + 2 + 2) / 2 = 2,5$; $1 / 2,5 = 0,4$ **Grundlagenmodule Allgemein**; $2 / 2,5 = 0,8$ **Grundlagenmodule Medien**,
 $2 / 2,5 = 0,8$ **Facherweiterungsmodul**

210 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
<u>Theoriekompetenz</u>	9,7 %	4,1 %
<u>Allgemeine Grundlagenkompetenz</u>	20,7 %	-0,8 %
<u>Erweiterte Grundlagenkompetenz</u>	8,8 %	4,4 %
<u>Projekt- und Wahlpflichtkompetenz</u>	27,1 %	-5,2 %
<u>Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz</u>	9,6 %	-9,6 %
<u>Facherweiterungskompetenzen</u>	7,9 %	0,9 %
<u>Praxiserfahrung</u>	7,2 %	8 %
<u>Bachelor Thesis</u>	9 %	-1,9 %

KONTROLLE SELBSTBILD UND LEHRANGEBOT:

Die Fachhochschule Niederrhein beschreibt ihren Studiengang im Bereich Kommunikationsdesign als einen traditionsbezogenen Studiengang in dem die Studenten künstlerisch- gestalterische Grundlagenkompetenzen in angewandtem Praxisbezug erlernen. Durch theoretische Angebote wird die Basis zur Ausbildung einer Gestalterspersönlichkeit ergänzt. Auf dieser Basis soll sich der Studierende dann zu einer individuell selbstbestimmt arbeitenden Gestalterspersönlichkeit, die in selben Maße teamfähig ist, ausbilden.

Das sehr ausgewogenen Modulprofil bestätigt das angestrebte Selbstbild der Hochschule. Neben der allgemeinen Grundlagenkompetenz bildet ein sehr großer projekt- und praxisbezogener Teil die Basis des Studiums (21,9 % Projekterfahrung, 19,9 % Grundlagenkompetenz und 15,2 % Praxiserfahrung). Ergänzt wird dieses Profil durch Theoriekompetenz, erweiterter Grundlagenkompetenzen im Bereich digitaler Medien und Facherweiterungskompetenzen. Es gibt zwar keine speziellen Angebote der Vertiefung und Spezialisierung, jedoch wird den Studierenden im projekt- und grundlagenbezogenen Studienanteil die Möglichkeit geboten, aus einem relativ großen Angebot zu wählen und sich nach ihren persönlichen Interessen und Begabungen zu orientieren.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Theoriekompetenzen und erweiterte Grundlagenkompetenzen:

In beiden Kompetenzbereichen stellt sich der Studiengang der Hochschule Krefeld positiv dar und ist im Vergleich zum Mittelwert in beiden Bereichen etwa doppelt so groß.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

Auch in diesem Studiengang gibt es kein spezifisches Angebot im Bereich der Vertiefung und Spezialisierung. Es wird jedoch versucht, dies durch die bereits beschriebenen Angebote im Projekt- und Grundlagenbereich auszugleichen.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

21,9 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz

19,9 % Grundlagenkompetenz Allgemein

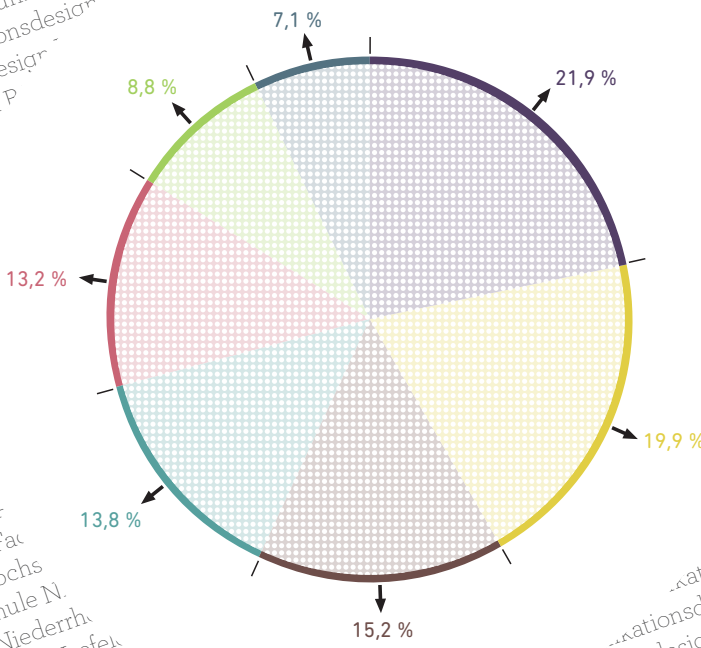
15,2 % Praxiserfahrung

13,8 % Theoriekompetenz

13,2 % Grundlagenkompetenz Medien

8,8 % Facherweiterungskompetenz

7,1 % Bachelorarbeit



Fachhochschule Mainz Gestaltung

Kommunikationsdesign BA [7 Semester Regelstudienzeit]

Kommunikationsdesign ist visuelle und verbale Gestaltung mit kommunikativer Absicht.

Kommunikationsdesign ermöglicht oder verbessert die Vermittlung von Inhalten, macht die Vermittlung verständlicher, überzeugender und wirksamer. Das Erlernen, Anwenden und Weiterentwickeln der dafür am besten geeigneten künstlerischen und technischen Mittel steht im Mittelpunkt der Ausbildung und ihrer wissenschaftlich fundierten Methodik. Das Studium ist modular aufgebaut. Es ermöglicht eine individuelle Studiengestaltung und ist an der beruflichen Wirklichkeit orientiert.

Kommunikationsdesigner arbeiten heute sowohl im Bereich konventioneller Druckmedien als auch in allen Sparten der elektronischen Medien. Internet-Gestaltung und interaktive Gestaltung sind in den letzten Jahren hinzugekommen. Die beruflichen Perspektiven sind gut. Die Absolventen finden Beschäftigung in Buch-, Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen, Fernsehanstalten, Werbeagenturen und Designbüros.

Das Studium umfasst sieben Semester einschließlich eines Praxissemesters und wird mit dem akademischen Grad des „Bachelor of Arts“ abgeschlossen. (FH-Mainz, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule Mainz Studiengang
Gestaltung Kommunikationsdesign
B.A URL: <http://www.fh-mainz.de/gestaltung/kommunikationsdesign/kommunikationsdesign-bachelor-vollzeit/index.html> Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	*0	Designgeschichte/Designtheorie	4
	*0	Kunst- und Kulturgeschichte	4
	*a	Kommunikations- und Medientheorie	4
		Kunst- und Kulturgeschichte	4
		Designgeschichte/Designtheorie	4
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	*0	Gestaltung I (Werkstatteinführung Buchbinderei)	7
	*0	Gestaltung II (Werkstatteinführung Layoutprogramm)	7
	*0	Typografie I (Werkstatteinführung Layoutprogramm)	7
	*0	Typografie II (Werkstatteinführung Offsetwerkstatt)	7
	*0	Freies Gestalten/Zeichnen	6
	*0	Freies Gestalten/Zeichnen (Werkstatteinführung Originalgrafische Techniken)	6
	*0	Textgestaltung	6
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	*0	Fotografie I	6
	*2	Projekt A	15
		Projekt B	15
		Projekt C	15
		Projekt D	15
		Projekt E	15
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	*2	Arbeitsgemeinschaften A	4
		Arbeitsgemeinschaften B	4
		Arbeitsgemeinschaften C	4
		Arbeitsgemeinschaften D	4
		Arbeitsgemeinschaften E	4
		Arbeitsgemeinschaften F	4
		Arbeitsgemeinschaften G	4
		Arbeitsgemeinschaften H	4
		Arbeitsgemeinschaften I	4
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	*4	Audiovisuelle Gestaltung	9
		Buchgestaltung	9
		Corporate Design	9
		Editorial Design	9
		Fotografie	9
		Freies Gestalten	9
		Illustration	9
		Informationsdesign	9
		Interaktive Medien	9
		Marken- und Packungsdesign	9
		Messe- und Ausstellungsdesign	9
		Textgestaltung	9
		Drehbuch	9
		Konzeptionelles Gestalten	9
		Produktdesign	9
	Typografie	9	
	Werbung	9	
<u>Fächerweiterungsmodule</u>	*a	Psychologie	4
		Marketing	4
		Kulturelle Orientierung	4
	*2	Designmanagement	4
		Recht	4
		Betriebswirtschaft	4
		Rhetorik	4
		Fachspezifische Fremdsprachen	4
	*0	Vortragstechnik	5
	*0	Ausstellung	5
<u>Praktikum</u>	*0	Praxissemester/Auslandssemester	26
	*0	Praxis-Kolloquium	4
<u>Basis- Thesis</u>			
<u>Bachelor Thesis</u>	*0	Bachelorarbeit Designtheorie	12

*0 = Pflichtmodul

*2 = Aus dieser Gruppe müssen zwei Fächer gewählt werden

*3 = Aus dieser Gruppe müssen drei Fächer gewählt werden

*a = Aus diesen Modulgruppen müssen insgesamt vier Fächer gewählt werden

Quelle: http://195.138.54.186/popup/2011.2012/site/stundenplan/stundenplan_ba_block.php

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule (*a + Pflichtmodule)	16
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	46
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	36
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	8
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	36
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule (*a + Pflichtmodule)	26
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	30
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	12

(*a) Durchschnittsberechnung von drei Theoriemodulen und drei Facherweiterungsmodulen bei insgesamt vier benötigten Modulen.
Rechnung: $(3 + 3) / 4 = 1,5$; $3 / 1,5 = 2$ **Theoriemodule**; $3 / 1,5 = 2$ **Facherweiterungsmodule**

210 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	-2,1 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	1,2 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	8,3 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	-23,3 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	7,5 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	4,5 %
Praxiserfahrung	7,2 %	7,1 %
Bachelor Thesis	9 %	-3,3 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Die Fachhochschule Mainz formuliert in der Beschreibung des Studiengangs Kommunikationsdesign, dass sie als primäres Ziel eine umfangreiche Ausbildung künstlerischer und technischer Kompetenzen anstrebt.

Eine individuelle Studiengestaltung soll durch einen modularen Aufbau ermöglicht werden. Der Praxisbezug soll dann vor allem über das vorgesehene Praxissemester entstehen.

Auch die Auswertung der Module und das sich daraus ergebende Kompetenzprofil bestätigen diese Selbstdarstellung. Die drei Kernbereiche und Kompetenzen des Studiums sind die allgemeinen und erweiterten Grundlagenkompetenzen und Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen (21,9 % allgemeine Grundlagen, 17,1 % Grundlagenkompetenz in digitalen Medien und 17,1 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz).

Ein relativ großer Anteil an Facherweiterungskompetenzen (12,4 %) und ein eher geringer Anteil an Theoriekompetenz und Projekterfahrung (7,6 % und 3,8 %) runden das Studium an der Fachhochschule Mainz ab.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Erweiterte Grundlagenmodule:

Betrachtet man den Anteil der erweiterten Grundlagenmodule im Vergleich zum Mittelwert aller Hochschulen, wird sichtbar, dass dieser etwa doppelt so groß ist. Die Hochschule nimmt hiermit die Führungsposition in diesem Kompetenzbereich ein.

Facherweiterungskompetenzen:

Diese Kompetenzgruppe ist im Verhältnis zum Mittelwert etwa ein Drittel größer und gliedert sich dadurch im oberen Mittelfeld eines direkten Vergleichs ein.

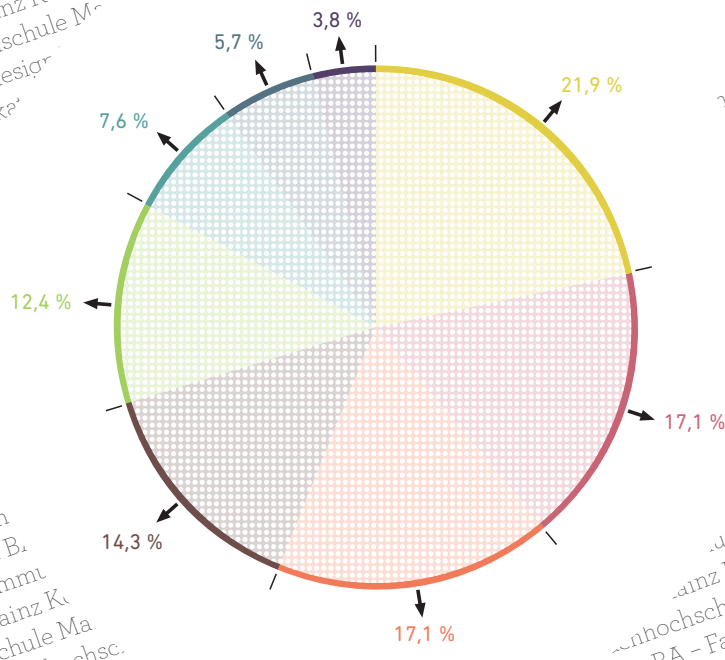
Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Projekterfahrung:

Sehr schnell fällt auf, dass die Projekterfahrung nicht nur im Vergleich zum Mittelwert sehr gering ausfällt. Mit gerade einmal 3,8 % Anteil im Studienverlauf ist sie allgemein sehr gering. Es stellt sich die Frage, ob die sehr stark auf die Grundlagenausbildung fokussierte Ausbildung bei einem so geringen Anteil von Projekterfahrung genügend Anwendung findet. Zwar ist der Praxisbezug etwa doppelt so groß wie der des Durchschnittsprofils, jedoch ist auch hier nicht immer die Erfahrung im Projektbereich garantiert. Zumal Erfahrung in der realen Praxis im Idealfall auf Erfahrungen im Projektbereich zurückgreift, was hier nur eingeschränkt möglich wird.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 21,9 % Grundlagenkompetenz Allgemein
- 17,1 % Grundlagenkompetenz Medien
- 17,1 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz
- 14,3 % Praxiserfahrung
- 12,4 % Facherweiterungskompetenz
- 7,6 % Theoriekompetenz
- 5,7 % Bachelorarbeit
- 3,8 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz



Fachhochschule Mannheim Fakultät für Gestaltung

Kommunikationsdesign BA [7 Semester Regelstudienzeit]

Mannheimer Kommunikationsdesigner sind Problemlöser. Sie lösen die Kommunikationsprobleme ihrer Auftraggeber. Diese können vielfältig sein. Das neue Produkt findet keine Käufer, das Traditionsunternehmen soll Trendmarke werden oder die bahnbrechende Idee zur Rettung des Regenwaldes muss verbreitet werden.

In jedem Fall wird der Kommunikationsdesigner zuerst herausfinden, um was es eigentlich genau geht. Was zeichnet das Produkt, die Idee, das Vorhaben aus? Wo ist es besser als andere, wo schlechter? Was will der Auftraggeber eigentlich genau erreichen? Wir nennen das Produkt- und Zielanalyse.

Daraus ergibt sich eine weitere Frage. Wer soll davon erfahren? Wie leben die, was denken die und was ist ihnen wichtig? Das ist für uns die Zielgruppenanalyse.

Aus diesen beiden Analysen entwickeln Kommunikationsdesigner dann ihre Idee. Was muss ich der Zielgruppe zeigen, damit sie das Wesentliche des Produkts erkennt? Die Idee gibt eine Antwort auf diese Frage.

Jetzt muss sie nur noch gestaltet werden. Aber in welchem Medium? Internet oder Kinofilm? Werbespot oder Anzeigen in Zeitschriften? Radiowerbung oder Sandwichmännchen in der Fußgängerzone? Antwort darauf gibt die Medienanalyse. Sie zeigt auf, welche Medien die Zielgruppe nutzt. Da das meistens mehrere sind, muss die Idee auch in mehreren Medien umgesetzt werden.

Aus diesem Verständnis heraus haben wir unsere Studiengänge konzipiert. Sie sind nicht auf nur ein Medium ausgerichtet, sie sind breit angelegt.

Da unsere Auffassung von Kommunikationsdesign nicht nur hervorragendes Gestaltungsvermögen braucht, sondern darüber hinaus ein tiefes Verständnis der Medien und Ihrer gesellschaftlichen Bedeutung, vermitteln wir weitreichende theoretische Kenntnisse. Diese reichen von der Designtheorie und Designkritik, über Designgeschichte und Philosophie bis hin zur konkreten Anwendung in Strategie und Designmanagement.

Wir bilden so spezialisierte Generalisten aus, die sich in allen Medien auskennen und spezielle Schwerpunkte haben. Das führt zu effektiven Design-Lösungen, die alle Aspekte und Medien berücksichtigen. Diese Effektivität und Praxisrelevanz, die wir immer wieder in realen Projekten unter Beweis stellen, macht unsere Absolventen zu gefragten Kommunikationsdesignern, die auch in Krisenzeiten Anstellungen und Auftraggeber finden.

Bei unseren vielfältigen Bemühungen ist stets der Mensch im Mittelpunkt. Grundlage aller Bildung ist die Möglichkeit sich zu einer autonomen, schöpferischen Persönlichkeit zu entwickeln und nicht die Zurichtung von Menschenmaterial für die Verwertungsmechanismen der Wirtschaft. Dieses Prinzip verfolgen wir konsequent und mit großer Leidenschaft.“

BACHELORSTUDIENGANG

Die Ausbildung im Bachelorstudiengang orientiert sich an unserm Grundverständnis von Kommunikationsdesign und Bildung, die den Menschen in den Mittelpunkt aller Bemühungen stellt.

Die Studenten werden an alle relevanten Medien herangeführt. Im Grundstudium des Bachelorstudienganges vermitteln wir Einblicke in die Fotografie, in das Internet, in die 3D Animation, in die Filmtechnik, in die Werbung, in die Typografie, in die Illustration, das Zeichnen u.v.m. Im Hauptstudium können unsere Studenten sich Schwerpunkte wählen, um die herum sie ihre Fächer legen können.

Der Regelstudienplan unterscheidet zwischen semesterzugeordneten Pflichtveranstaltungen (◊), nicht semesterzugeordneten Pflichtveranstaltungen (x) und nicht semesterzugeordneten Wahlveranstaltungen (*). (FH-Mannheim, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule Mannheim, Fakultät für Gestaltung: Kommunikationsdesign. URL: <http://www.gestaltung.hs-mannheim.de/designwiki/kommunikationsdesign/> Zugriffsdatum 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Kunstgeschichte I	3
	*0	Kommunikations- und Medientheorie I	3
	*0	Einführung Kommunikationsdesign	1
	*0	Kommunikationsstrategie	2
	*0	Kunstgeschichte II	3
	*0	Kunstgeschichte III	4
	*0	Design- und Mediengeschichte	4
	*0	Kommunikations- und Medientheorie II	3
	*0	Kommunikations- und Medientheorie III	4
	*0	Fototheorie	3
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Zeichnen I und Farbenlehre	6
	*0	Zeichnen II	4
	*0	Gestaltung Grundlagen I	3
	*0	Gestaltung Grundlagen II	5
	*0	Schrift/Typografie Grundlagen	3
Grundlagenmodule Medien	*0	Labor- und Kameratechnik	2
	*0	Studiotechnik	2
	*0	Digitale Technik	2
	*0	Internet Technik	2
	*0	Drucktechnik (digitale Publikation)	2
	*0	DTP-Technik I	2
	*0	DTP-Technik II	2
	*0	Audiovisuelle Grundlagen I	3
	*0	Audiovisuelle Grundlagen II	5
	*0	Internetkommunikation	3
*0	Design digitaler Medien	5	
Projekt I Wahlpflicht	*3	Grafik-Design - Typografie und Editorial Design - Vertiefungsangebot I - Vertiefungsangebot II	18 (8) (5) (5)
		Advertising Design - Advertising Design - Vertiefungsangebot I - Vertiefungsangebot II	18 (8) (5) (5)
		Gesellschafts- und Unternehmenskommunikation - Brand Design - Vertiefungsangebot I - Vertiefungsangebot II	18 (8) (5) (5)
		Bewegung und Raum - Bewegtbild - Vertiefungsangebot I - Vertiefungsangebot II	18 (8) (5) (5)
		Interaktive Medien - Interaction Design - Vertiefungsangebot I - Vertiefungsangebot II	18 (8) (5) (5)
		Fotografie - Fotografie - Vertiefungsangebot I - Vertiefungsangebot II	18 (8) (5) (5)
	*0	Studienarbeit	2

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Vertiefung / Spezialisierung	*3	Aufbau Design und Schrift - Corporate Design Typografie - Schrift und Typografie	6 (4) (2)
		Aufbau Design und Werbung - Advertising Design Basic - Werbung Theorie	6 (4) (2)
		Aufbau Bewegtbild - Motion Graphics - Filmgeschichte	6 (4) (2)
		Aufbau Digitale Medien - Information und Kommunikation - Interface und Vernetzung	6 (4) (2)
		Aufbau Fotografie - Foto Design - Fotogeschichte	6 (4) (2)
Facherweiterungsmodule	*0	Recht Grundlagen	3
	*0	Urheber- und Internetrecht	3
	*0	Psychologie	3
	*0	Fremdsprache	4
Praktikum	*0	Praxismodul - Praktisches Studiensemester - Präsentationstechnik - Blockseminar	26 2 2
	-	-	-
Bachelor Thesis	*0	Bachelorarbeit	12

*0 = Pflichtmodul
*3 = Aus dieser Gruppe müssen drei Fächer gewählt werden

Quelle: <http://www.gestaltung.hs-mannheim.de/designwiki/curriculum-bachelor-neu/>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	30
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	21
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	30
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	56
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	18
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	13
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	30
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	12

210 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	4,6 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	-10,7 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	5,5 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	-0,4 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	-1 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	-1,7 %
Praxiserfahrung	7,2 %	7,1 %
Bachelor Thesis	9 %	-3,3 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Der Schwerpunkt des Studiums an der Fachhochschule Mannheim im Studiengang Kommunikationsdesign wird laut formuliertem Selbstverständnis durch eine umfangreiche Ausbildung der Grundlagenkompetenzen in allen Medien gebildet. Weiterhin wird ein tiefes Verständnis der Medien und ihrer gesellschaftlichen Bedeutung, sowie eine umfangreiche theoretische Auseinandersetzung angeboten. Neben der generalistischen Grundlagenausbildung werden den Studenten Möglichkeiten zur Vertiefung und individuellen Spezialisierung geboten.

Betrachtet man die Auswertung des Kompetenzprofils anhand der Modulangebote, fällt auf, dass während des Studiums neben den genannten Kompetenzschwerpunkten ein relativ großer Anteil an Projekt- und Praxiserfahrung gegeben ist (26,7 % Projekterfahrung und 14,3 % Praxiserfahrung). Eine umfangreiche theoretische Ausbildung wird anhand des Modulangebotes sichtbar und bestätigt das formulierte Selbstbild in diesem Punkt. So bilden die Theoriekompetenzen den am zweitwichtigsten bewerteten Bereich des Studiums (mit 14,3 %). Die angesprochene Grundlagenausbildung und Angebote im Bereich der Vertiefung und Spezialisierung werden durch die Untersuchung ebenfalls bestätigt und bilden jeweils einen ähnlich großen Anteil im Studium (14,3 % allgemeine Grundlagen, 10 % erweiterte Grundlagen und 8,6% Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz).

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Erweiterte Grundlagenausbildung:

Dieser Kompetenzbereich ist im Vergleich zum durchschnittlichen Kompetenzprofil etwa ein Drittel größer und bestätigt in diesem Punkt die gewünschte Ausrichtung des Studiengangs.

Theoriekompetenz:

Die Theoriekompetenz fällt ebenfalls sehr positiv auf und ist auch etwa ein Drittel größer als die des Mittelwertes.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Allgemeine Grundlagenkompetenzen:

In Anbetracht der angestrebten Ausrichtung des Studiengangs fällt dieser Bereich im Vergleich zu den anderen Hochschulen eher etwas klein aus. Die sehr breite Grundlagenausbildung in allen Medien beschränkt sich tendenziell eher auf die erweiterten Grundlagen im digitalen Bereich. Der Anteil der allgemeinen Grundlagen ist nur etwa halb so groß wie der des allgemeinen Durchschnittsprofils.

Facherweiterungskompetenzen:

In diesem Bereich ist die Abweichung vom Mittelwert nur sehr gering. Es stellt sich aber die Frage, ob bei der angestrebten Studienausrichtung nicht eine Erweiterung dieses Kompetenzprofils sinnvoll wäre.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

26,7 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz

14,3 % Theoriekompetenz

14,3 % Grundlagenkompetenz Medien

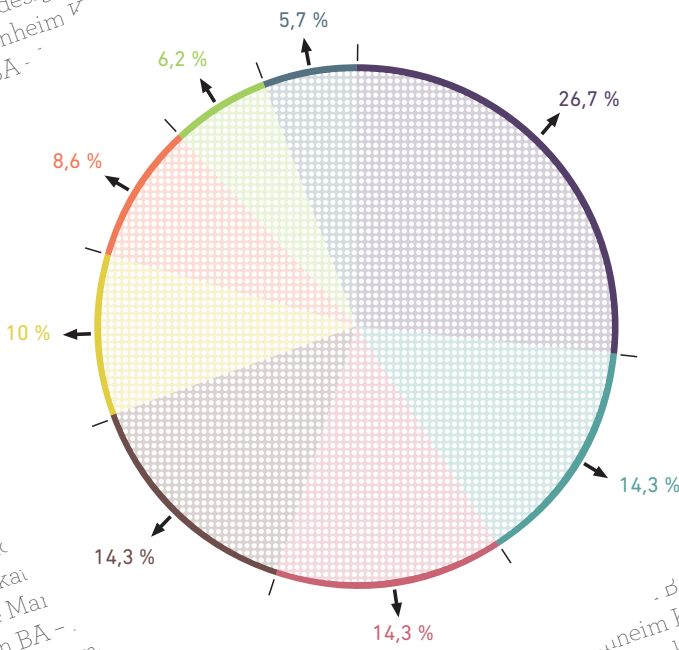
14,3 % Praxiserfahrung

10 % Grundlagenkompetenz Allgemein

8,6 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz

6,2 % Facherweiterungskompetenz

5,7 % Bachelorarbeit



Fachhochschule München Fakultät für Design

Kommunikationsdesign BA [7 Semester Regelstudienzeit]

Die Hochschule München, mit Ihrem Anspruch aus Wissen Können und aus Personen Persönlichkeiten zu machen, bietet jungen Menschen im Fachgebiet Design eine ideale Synthese von theoretischer und praktischer Auseinandersetzung mit allen Fragen der Gestaltung.

Die profunde Designausbildung an der Fakultät für Design schafft sowohl den konzeptionellen Freiraum für das kreative Experiment, vermittelt aber auch alle praktischen Fähigkeiten, die ein selbstbewusstes Arbeiten im Beruf als Gestalter möglich machen.

Im Designstudium gilt es intellektuelle, künstlerische und handwerkliche Herausforderungen in einem Gestaltungsprozess zu einem innovativen Ergebnis zusammenzuführen. Als Disziplin im Zentrum vieler Prozesse ist das Design ein wesentlicher Netzwerkknoten innerhalb von Unternehmen und Institutionen. Daher haben wir uns in der Ausbildung den Aspekt interdisziplinären Wirkens zur zentralen Aufgabe gemacht.

Die Studienrichtungen Fotodesign, Industriedesign und Kommunikationsdesign wurden in einem Campus räumlich zusammengelegt und in der neuen Bachelor-Studienstruktur auch inhaltlich verzahnt.

Wir wollen so unseren Studentinnen und Studenten die bestmöglichen Voraussetzungen für ein erfülltes und erfolgreiches Berufsleben mit auf den Weg geben. (FH-München, 2011)

ZIEL DES STUDIUMS:

Ziel des Studiums ist es, den Studierenden sowohl für eine projekt- und anwendungsbezogene als auch eine eigenständige künstlerische und medien-spezifische Arbeit in allen Aufgabengebieten des Kommunikationsdesigns auszubilden.

Die Studienrichtung Kommunikationsdesign bildet Gestalter für die Themen- und Arbeitsfelder Illustration, Publikation, Lehrmittel, Internetseiten, Zeichen und Signets, Gebrauchs- und Bedienungsanleitungen, Informationsgrafik, Fotografie, Orientierungssysteme, Corporate Identity aus. Das Studium im Kommunikationsdesign beinhaltet ebenfalls die aktive Auseinandersetzung mit angrenzenden Medien. Die Gestaltungsmittel umfassen grafische, typografische, illustrative und fotografische, computer-gestützte digitale Informationsmedien sowie Techniken der Vernetzung und Interaktivität. Neben den praxisbezogenen Kommunikationsdesign Fächern werden bereits im Grundstudium wissenschaftlich-theoretische, berufswirtschaftliche und rechtliche Fächer belegt. Die analytische Kompetenz und die wissenschaftlich-historischen Fächer werden gefördert, der reflektierte Einsatz in angewandter und künstlerischer Arbeit angeregt. Die vielfältigen Gestaltungsaufgaben der Kommunikation in der heutigen Industrie-, Konsum- und Kulturgesellschaft stellen die Bandbreite der beruflichen Tätigkeit im Berufsfeld Kommunikationsdesign.

BERUFSBILD KOMMUNIKATIONSDESIGNER:

Der Kommunikationsdesigner arbeitet mit visuellen Zeichen. Seine Aufgabe ist es, mit der Auswahl und dem Einsatz optischer Chiffren Wirkung zu erzielen. Damit beeinflusst er das Kommunikationsverhalten der Menschen. Über die Verständigungstechnik des geschriebenen und gesprochenen Wortes hinaus schafft er eine weitgefächerte Zeichensprache. Er verwendet ihre Symbole zur Informationsübermittlung, dadurch wird komplexe Kommunikation schneller verständlich.

Zur Erreichung seines Designziels benötigt er nicht nur ein breites fachspezifisches Wissen, das alle grafischen Techniken und Medien umfasst, sondern auch ein hohes Maß an künstlerischer Kreativität und ein Bewusstsein für seine gesellschaftliche Verantwortung. Aufgaben und Berufsfelder sind alle Bereiche der Massenmedien: Werbung, Video, Film, TV, Presse-Publikationen, Aufgaben aus Wissenschaft und Bildung, Schaffung von Orientierungssystemen, Arbeit als Autor mit eigenen Projekten zum Zwecke der Vermarktung, bis hin zur Betätigung im dreidimensionalen Ausstellungsbereich.

Die Tätigkeit als selbständiger Kommunikationsdesigner gestaltet sich in der Regel in Form einer Auftragsarbeit für direkte Kunden oder für mittelbare Kunden, wie z.B. Agenturen, die ihre Auftraggeber repräsentieren. Ein weiteres Betätigungsfeld des selbständig agierenden Kommunikationsdesigners ist die Entwicklung eigener Gestaltungsprojekte, die er als Autor den entsprechenden Vertretern der Branche anbietet.

Weitere Betätigungsfelder für den angestellten Kommunikationsdesigner sind Werbeagenturen, Designateliers, Werbeabteilungen großer Firmen, Verlage, Institutionen, Behörden und Verbände. (FH-München, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule München, Fakultät für Design: Design studieren. URL: http://www.design.hm.edu/die_fakultaet/ueber_uns/index.de.html Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Gestaltungstheorie	6
	*0	Designkultur	6
	*0	Designstrategie	6
	*0	Gesellschaftliche Grundlagen des Desings	6
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Gestaltungsgrundlagen I	6
	*0	Zeichnen Grundlagen	6
	*0	Gestaltungsgrundlagen II	6
	*0	Kreativität	6
	*0	Zeichnen	6
	*0	Typografie	6
	*0	Drucktechnik	6
Grundlagenmodule Medien	*0	Fotografie und Typografie Grundlagen	6
	*0	Grundlagen digitaler Gestaltung	6
	*0	Fotografie	6
	*0	Digitale Medien	6
Projekt I Wahlpflicht	*1	Projekt-Wahlpflichtmodul I: Forschung und Experiment	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul I: Editorial	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul I: Werbung	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul I: Digitale Medien	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul I: Lebenswelten	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul I: Technische Innovation	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul I: Transportation	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul I: Designmanagement	12
	*1	Projekt-Wahlpflichtmodul II: Forschung und Experiment	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul II: Editorial	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul II: Werbung	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul II: Digitale Medien	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul II: Lebenswelten	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul II: Technische Innovation	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul II: Transportation	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul II: Designmanagement	12
	*0	Grundlagen Wahlpflichtmodul	6
	*1	Projekt-Wahlpflichtmodul III: Forschung und Experiment	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul III: Editorial	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul III: Werbung	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul III: Digitale Medien	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul III: Lebenswelten	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul III: Technische Innovation	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul III: Transportation	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul III: Designmanagement	12
	*1	Projekt-Wahlpflichtmodul IV: Forschung und Experiment	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul IV: Editorial	12
		Projekt-Wahlpflichtmodul IV: Werbung	12
Projekt-Wahlpflichtmodul IV: Digitale Medien		12	
Projekt-Wahlpflichtmodul IV: Lebenswelten		12	
Projekt-Wahlpflichtmodul IV: Technische Innovation		12	
Projekt-Wahlpflichtmodul IV: Transportation		12	
Projekt-Wahlpflichtmodul IV: Designmanagement		12	
Vertiefung / Spezialisierung			
Facherweiterungsmodule	*0	Designmanagement	6
	*0	Existenzgründung	6
	*0	Wissenschaftliches Arbeiten	6
	*0	Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul	4
Praktikum	*0	Praktikumsseminar	6
	*0	Betriebliches Praktikum	24
Basis- Thesis			
Bachelor Thesis	*0	Bachelorarbeit	14

*0 = Pflichtmodul
*1 = Aus dieser Gruppe muss ein Fach gewählt werden

Quelle: http://www.design.hm.edu/studienangebote/bachelor_struktur/index.de.html

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	24
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	42
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	24
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	54
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	-
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	22
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	30
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	14

210 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	1,7 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	-0,7 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	2,6 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	-0,4 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	-9,6 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	2,7 %
Praxiserfahrung	7,2 %	7,1 %
Bachelor Thesis	9 %	-2,3 %

ZUSAMMENFASSUNG:

Die Fachhochschule München beschreibt in ihrem formulierten Selbstbild des Studiengangs Kommunikationsdesign, dass ein wesentlicher Schwerpunkt des Studiums die Synthese von theoretischer und praktischer Auseinandersetzung darstelle.

Es werden sowohl konzeptionelle Kompetenzen als auch kreatives Experimentieren gefördert. Und all dies in einem praxis- und projektbezogenen Rahmen. Interdisziplinäre Kompetenzen werden dabei durch ein vernetztes, fächerübergreifendes Studium gefördert. Eine umfassende Grundlagenausbildung im digitalen und analogen Bereich bildet eine fundierte praktische Basis.

Im Vergleich zum analysierten Kompetenzprofil, spiegelt sich dieses formulierte Selbstbild sehr deutlich wieder. Die Projekterfahrung bildet den größten Anteil des Studiums (25,7 %) und wird ergänzt durch einen verhältnismäßig großen Praxisanteil (14,3 %). Ebenfalls relativ stark vertreten ist die Ausbildung der allgemeinen und erweiterten Grundlagenkompetenzen (20 % allgemeine Grundlagenkompetenz und 11,4 % erweiterte Grundlagenkompetenz). Auch die formulierte Ausbildung der Theoriekompetenzen findet sich mit einem Anteil von 11,4 % im Studienverlauf wieder.

Das fächerübergreifende Studium zur Ausprägung der interdisziplinären Fähigkeiten wird ergänzt durch Angebote im Bereich der fachweiternden Module (10,5 % Anteil).

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Das Studienprofil des Studiengangs Kommunikationsdesign der Fachhochschule München ist dem allgemeinen, durchschnittlichen Kompetenzprofil sehr nahe. Aus diesem Grund gibt es außer in einem Kompetenzbereich keine deutlichen Abweichungen vom ermittelten Mittelwert.

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

Dieser Kompetenzbereich weist als einziger eine große Abweichung zum durchschnittlichen Studienprofil auf, was wiederum darauf zurückzuführen ist, dass es in diesem Bereich kein spezifisches Angebot gibt.



Welches sind die drei wichtigsten Kompetenzen eines professionellen Designers?
„Konzeptionelles Arbeiten, Innovationsfähigkeit (mutige Ansätze, Provokation), Überzeugungskraft“ (Christina John - Milch und Honig)

Durchschnittliches Kompetenzprofil

25,7 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz

20 % Grundlagenkompetenz Allgemein

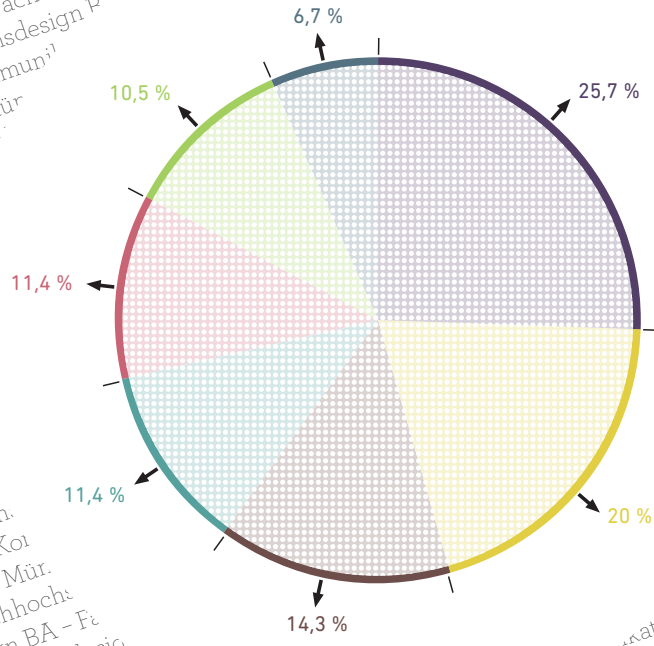
14,3 % Praxiserfahrung

11,4 % Theoriekompetenz

11,4 % Grundlagenkompetenz Medien

10,5 % Facherweiterungskompetenz

6,7 % Bachelorarbeit



Fachhochschule Münster Fachbereich Design

Design BA [6 Semester Regelstudienzeit]

Eine zeitgemäße Ausbildung mit Tradition:

Der FB Design kann auf eine lange und gute Tradition zurückblicken. Seit 1878 werden in Münster Gestalter ausgebildet. Was damals die »*Zeichen-Mal- und Modeller-Schule*« in der kunsthandwerklich-gewerblichen Lehre vermittelte, hat jedoch mit den aktuellen Anforderungen an den Beruf des Designers und der Designerin nur noch wenig zu tun.

Wir bieten eine zeitgemäße und zukunftsorientierte Ausbildung, in der die Studierenden sich die methodischen, technischen und gestalterischen Kompetenzen aneignen, die sie befähigen, als eigenständige, kritisch und verantwortlich denkende Gestalterpersönlichkeiten an der Lösung gesellschaftlicher Problemstellungen mitzuwirken.

Der Neubau, den der FB Design 2009 auf dem Leonardo-Campus in Münsters Norden bezogen hat, verbessert die Arbeitsbedingungen für Studierende und Lehrende wesentlich. Die technische Ausstattung der Werkstätten, neue Foto- und Filmstudios, Räume für Arbeitsgruppen und flexibel nutzbare Seminarräume bieten mehr Chancen zum eigenständigen Arbeiten in der Hochschule. Studienschwerpunkte Kommunikationsdesign, Illustration, Mediendesign, Produktdesign

Das Lehrangebot im Bachelorstudium umfasst 4 Studienschwerpunkte: Kommunikationsdesign, Illustration, Mediendesign und Produktdesign. Unser spezifisches Profil ist die enge Verzahnung aller vier Studienschwerpunkte in Projekten, die die unterschiedlichen Arbeitsfelder miteinander verknüpfen: Informationsgestaltung, funktionale Typografie, Editorialdesign, Corporate Design und Corporate Identity, Fiction und Buchillustration, Sach- und Wissenschaftsillustration, Bewegtbild und Animation, Interaktive und Online-Medien, Dokumentarfotografie und Bildjournalismus, Ausstellungs- und Messeinszenierung, Entwicklung und Gestaltung von Verpackungen, Konsumgütern und Produktsystemen.

Als fachliches Spezialisierungsangebot startet ab dem Wintersemester 2010/11 der Masterstudiengang »Information und Kommunikation«. Internationale Ausrichtung Globalisierung ist nicht nur ein Thema in Wirtschaft und Gesellschaft, sondern längst auch im Design. Wer international kommunizieren will, benötigt Kenntnisse über andere Kulturen und Gesellschaften. Diese sind am besten durch eigene Erfahrung erworben, z.B. über die internationalen Workshops und Partnerschaften des FB Design mit Hochschulen in Europa, in Ägypten, Korea, der Türkei oder Kanada. (FH Münster, 2011)

DER BACHELORSTUDIENGANG AM FACHBEREICH DESIGN

Als einer der wenigen Standorte in Deutschland bietet der FB Design einen übergreifenden „integrierten“ Bachelor-Studiengang Design an.

Alle Studierenden starten gemeinsam ihr Studium in der Gestaltungslehre. Je nach persönlicher Neigung und individuellem Interesse können Studierende die eigene Qualifizierung und Schwerpunktsetzung im Verlauf des Studiums selbst mitbestimmen. Der FB Design setzt im Gegensatz zu anderen auf ein offenes Konzept, ausgehend von der Überzeugung, dass die eigenen kreativen Neigungen und Fähigkeiten am besten in der praktischen gestalterischen Arbeit erkannt werden können.

In den ersten Semestern werden die wesentlichen Aspekte der Gestaltung auf der Basis der aktuellen technischen Standards sowie der relevanten theoretischen und gestalterisch-praktischen Erkenntnisse vermittelt. Übungen in den Werkstätten und Computerpools vermitteln grundlegende Qualifikationen in allen Facetten der Gestaltung.

Im weiteren Verlauf werden praxisnah in Projektkursen alle methodischen, konzeptionellen und gestalterischen Kompetenzen in den Entwurfs- und Designprozess eingebunden. Der Weg vom Experiment zum anwendungsorientierten Entwurf eröffnet Möglichkeiten, neue innovative Lösungen für konkrete Aufgabenstellungen zu finden. Konkrete Kooperationen mit Partnern aus der Industrie wechseln sich mit fiktiven Problemstellungen ab.

Die Themenstellungen der Projektkurse orientieren sich an relevanten Fragestellungen der Gesellschaft. Sie sind zwar den vier Studienschwerpunkten zugeordnet, doch kommen hier die Vorteile des „integrierten“ Studienmodells von Münster zum Tragen. In den Kursen arbeiten je nach Thema Studierende verschiedener Schwerpunkte gemeinsam an Lösungswegen. Dabei stehen die Lehrenden als Berater dem jeweiligen Projekt zur Verfügung. Mediendesigner arbeiten mit Kommunikations- und Produktdesignern zusammen, um beispielsweise die verschiedenen Bestandteile einer Ausstellung zu gestalten: vom Plakat über den Katalog bis zum interaktiven Infopoint, der Website und der Ausstellungsarchitektur. (FH Münster, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule Münster, Fachbereich Design. Der Fachbereich Design stellt sich vor. URL: <https://www.fh-muenster.de/fb7/ueberuns/index.php?p=0> Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Grundlagentheorie I	6
	*0	Grundlagentheorie II	3
	*0	Designtheorie und Methodik	3
	*0	Design-Kunstwissenschaft	3
	*0	Designtheorie und Methodik	3
	*0	Design-Kunstwissenschaft	3
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Zeichnerische Darstellung I	6
	*0	Typografie I	6
	*0	Gestaltungslehre I	12
	*0	Zeichnerische Darstellung II	6
	*0	Typografie II	6
	*0	Gestaltungslehre II	6
Grundlagenmodule Medien	*0	Digitale Werkzeuge	9
Projekt I Wahlpflicht	*1	Realisierungsprozesse: Produkt	9
		Realisierungsprozesse: Print	9
		Realisierungsprozesse: Bild	9
	*0	Einführung in die Projektarbeit	9
	*0	Designprojekt I	9
	*0	Designprojekt II	9
	*0	Designprojekt III	9
	*0	Designprojekt IV	9
Vertiefung / Spezialisierung	*1	Projektbegleitende Technik: Print	9
		Projektbegleitende Technik: Produkt	9
		Projektbegleitende Technik: Medien	9
		Projektbegleitende Technik: Bild	9
	*1	Projektbegleitende Technik: Print	9
		Projektbegleitende Technik: Produkt	9
		Projektbegleitende Technik: Medien	9
		Projektbegleitende Technik: Bild	9
	*1	Projektbegleitende Technik: Print	9
		Projektbegleitende Technik: Produkt	9
		Projektbegleitende Technik: Medien	9
		Projektbegleitende Technik: Bild	9
Facherweiterungsmodule	-	-	-
Praktikum	-	-	-
Basis- Thesis	*0	Konzeptmodul	12
Bachelor Thesis	*0	Bachelorthesis	12
	*0	Kolloquium	3

*0 = Pflichtmodul
*1 = Aus dieser Gruppe muss ein Fach gewählt werden

Quelle: <https://www.fh-muenster.de/fb7/studierende/bachelorstudverl.php?p=4,1>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	21
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	42
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	9
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	54
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	27
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	-
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	-
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	27

180 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	2 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	2,6 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	-3,8 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	2,9 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	5,4 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	-7,9 %
Praxiserfahrung	7,2 %	-7,2 %
Bachelor Thesis	9 %	6 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Neben den relevanten Grundlagenkompetenzen sowohl im analogen als auch im digitalen Bereich, bietet der Studiengang Design der Fachhochschule Münster auch eine grundlegende theoretische Basis. Dabei werden eigenständiges und kritisches Denken gefördert. Den Studenten wird die Möglichkeit gegeben, sich neben einer generalistischen Basis in individuellen Bereichen zu spezialisieren und zu vertiefen.

Als eine Besonderheit des Studiums wird im Selbstbild das integrierte Grundlagenstudium, in dem fächerübergreifend interdisziplinäre Fähigkeiten gefördert werden, beschrieben. Dabei werden im Verlauf des Studiums alle methodischen, konzeptionellen und gestalterischen Kompetenzen in einem Praxis- und Projektarbeiten Bezug eingebunden.

Auch hier wird eine sehr große Übereinstimmung des formulierten Selbstbildes mit dem analysierten Kompetenzprofil der Modulangebote sichtbar. Lediglich die Grundlagenausbildung im erweiterten digitalen Bereich ist mit einem Anteil von 5 % geringer angelegt als es die Selbstbeschreibung vermuten lässt. Darüber hinaus stellt sich auch hier wieder die Frage, ob neben dem integrierten Grundlagenstudium zur Ausbildung überfachlicher und interdisziplinärer Fähigkeiten, Angebote im facherweiternden Bereich ein noch reflektierteres Studium ermöglichen würden (da in diesem Bereich noch keinerlei Angebote vorhanden sind).

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

Im Vergleich zum Mittelwert ist der Anteil dieses Kompetenzbereiches etwa ein Drittel größer als der des durchschnittlichen Kompetenzprofils, was in Bezug zum angestrebten Studienprofil der Hochschule sehr positiv zu bewerten ist.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Erweiterte Grundlagenkompetenzen:

In diesem Bereich ist der Studiengang verhältnismäßig klein aufgestellt, um die beschriebenen Studienziele in dieser Intensität erfüllen zu können.

Mit nur 5 % Anteil ist dieser Bereich nur nahezu halb so groß wie der des Durchschnittsprofils.

Facherweiterungskompetenzen:

Wie schon einleitend erwähnt, könnte es sinnvoll sein, das bis dato noch nicht vorhandene Kompetenzangebot in diesem Bereich zu erweitern, um eine noch reflektiertere und vielseitigere Basis zur Auseinandersetzung mit unterschiedlichsten Themen zu schaffen.

Praxiserfahrung:

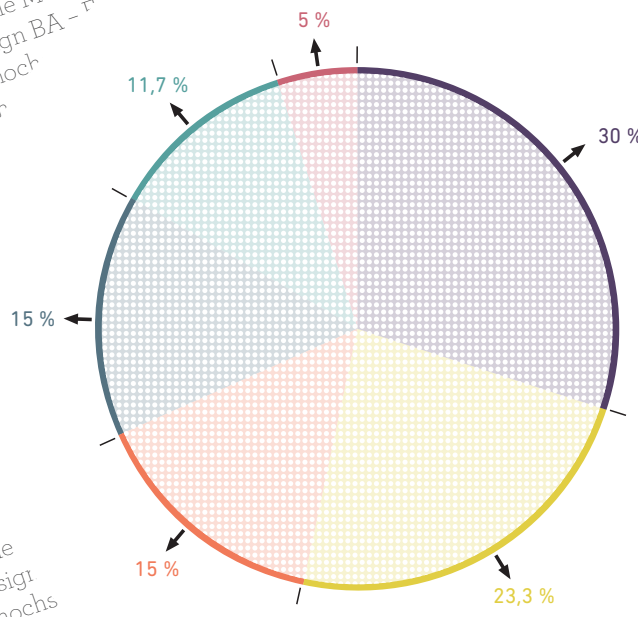
Auch an dieser Stelle wäre es sinnvoll darüber nachzudenken, ob ein spezifisches Angebot im Bereich der praxisnahen Erfahrung die umfangreiche Grundlagenausbildung positiv erweitern könnte.



Welches sind die drei wichtigsten Kompetenzen eines professionellen Designers?
"Leidenschaft für Gestaltung, Neugierde, konzeptionelles Denken" (Gregor Ade - Peter Schmidt Group)

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 30 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz
- 23,3 % Grundlagenkompetenz Allgemein
- 15 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz
- 15 % Bachelorarbeit
- 11,7 % Theoriekompetenz
- 5 % Grundlagenkompetenz Medien



Hochschule Nürnberg Fakultät Design

Design BA [7 Semester Regelstudienzeit]

Ziel des Studiums ist die Qualifizierung für berufliche Tätigkeitsfelder als Designer oder Designerin (erster berufsqualifizierender Abschluss) und die Vermittlung der Befähigung zum gestalterischen und wissenschaftlichen Arbeiten in weiterführenden gestaltungsorientierten Masterstudiengängen. Das Studienkonzept zielt auf den Aufbau von reflexiven, handlungsorientierten und kulturellen Kompetenzen im Kontext von themenzentriertem und projektorientiertem Lernen.

Im Studium werden für das Design wichtige Schlüsselqualifikationen, wie Flexibilität und eigenverantwortliches Handeln erprobt und die Fähigkeit, individuell und im Team kreative Lösungen zu entwickeln, gefördert. Das Studium leitet zu Kritikfähigkeit und Argumentationssicherheit an.

Das Studium vermittelt Grundlagen aus dem gestalterischen, konzeptionellen und technischen Bereich des Designs, sowie allgemeine kommunikationstheoretische, gesellschaftliche und kulturhistorische Grundlagen. Außerdem werden Fachkenntnisse erworben zu Konzeption und Planung, gestalterischem Entwerfen, verschiedenen Realisationstechniken und dem Einsatz von Kommunikationsmitteln. Das Studium bietet die Möglichkeit, sich gegenüber Veränderungen der beruflichen Anforderungen lernfähig zu verhalten und neue Arbeitsbereiche zu erschließen.
(HS-Nürnberg, 2011)

QUELLEN

Hochschule Nürnberg, Fakultät Design:
Kommunikationsdesign. URL: <http://www.ohm-hochschule.de/seitenbaum/fakultaeten/design/bachelor/page.html>
Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS	
Theoriemodule	*a1	Ikonografie	2	
		Designgeschichte	2	
		Kommunikations- und Medientheorie	2	
	*a2	Geschichte der Werbung	2	
		Drucktechnik Colormanagement	2	
	*a3	Designgeschichte II	2	
	*a4	Kunstgeschichte	2	
	Grundlagenmodule Allgemein	*0	Grundlagen CGI	3
		*0	Grundlagen Entwurf	3
		*0	Grundlagen Illustration	3
*0		Grundlagen Grafikdesign	3	
*0		Grundlagen Typografie	3	
*0		Grundlagen Text	3	
Grundlagenmodule Medien	*0	Grundlagen Film und Animation	3	
	*0	Grundlagen Fotografie	3	
	*0	Grundlagen Cast	3	
	*0	Grundlagen Interaktionsdesign	3	
Projekt I Wahlpflicht	*a1	Cast: Wahrnehmen, Analysieren, Gestalten	8 + (2)	
		CGI: Wahrnehmen, Analysieren, Gestalten	8 + (2)	
		Entwurf: Wahrnehmen, Analysieren, Gestalten	8 + (2)	
		Film und Animation: Wahrnehmen, Analysieren, Gestalten	8 + (2)	
		Fotografie: Wahrnehmen, Analysieren, Gestalten	8 + (2)	
		Grafikdesign: Wahrnehmen, Analysieren, Gestalten	8 + (2)	
		Illustration: Wahrnehmen, Analysieren, Gestalten	8 + (2)	
		Interaktion: Wahrnehmen, Analysieren, Gestalten	8 + (2)	
		Typografie: Wahrnehmen, Analysieren, Gestalten	8 + (2)	
		Text: Wahrnehmen, Analysieren, Gestalten	8 + (2)	
	*a2	Cast: Angewandtes Design	8 + (2)	
		CGI: Angewandtes Design	8 + (2)	
		Entwurf: Angewandtes Design	8 + (2)	
		Film und Animation: Angewandtes Design	8 + (2)	
		Fotografie: Angewandtes Design	8 + (2)	
		Grafikdesign: Angewandtes Design	8 + (2)	
		Illustration: Angewandtes Design	8 + (2)	
		Interaktion: Angewandtes Design	8 + (2)	
		Typografie: Angewandtes Design	8 + (2)	
		Text: Angewandtes Design	8 + (2)	
	*a3	Cast: Kontext	8 + (2)	
		CGI: Kontext	8 + (2)	
		Entwurf: Kontext	8 + (2)	
		Film und Animation: Kontext	8 + (2)	
		Fotografie: Kontext	8 + (2)	
		Grafikdesign: Kontext	8 + (2)	
		Illustration: Kontext	8 + (2)	
		Interaktion: Kontext	8 + (2)	
		Typografie: Kontext	8 + (2)	
		Text: Kontext	8 + (2)	
	*a4	Cast: Alltagskultur	8 + (2)	
		CGI: Alltagskultur	8 + (2)	
		Entwurf: Alltagskultur	8 + (2)	
		Film und Animation: Alltagskultur	8 + (2)	
		Fotografie: Alltagskultur	8 + (2)	
		Grafikdesign: Alltagskultur	8 + (2)	
		Illustration: Alltagskultur	8 + (2)	
		Interaktion: Alltagskultur	8 + (2)	
		Typografie: Alltagskultur	8 + (2)	
		Text: Alltagskultur	8 + (2)	

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Vertiefung / Spezialisierung			
Facherweiterungsmodule	*a1	Wahrnehmungspsychologie	2
		Kreativtechniken	2
		Ideenentwicklung und Ideenmanagement	2
		Teamentwicklung und Feedback-Kultur	2
	*a2	Werbepsychologie	2
		Marketing- und Werbeplanung	2
		Sprache	2
	*a3	Projektmanagement	2
		Marketing II	2
		Sprachsoziologie	2
		Rhetorik	2
	*a4	Sprache II	2
		Ästhetik / Ethik	2
		Recht / Urheberrecht	2
		Strategieforschung / Trendforschung	2
Praktikum	*0	Praxisteil Seminar zum Praxisteil + LV zum Praxisteil	26 2 + 2
Basis- Thesis	*0	Konzeption	6
	*0	Existenzgründung und Businessplanung	6
	*0	Rhetorik / Präsentation	6
Bachelor Thesis	*0	Bachelorarbeit	12

*0 = Pflichtmodul
 *a1,2,3,4 = Setzt sich jeweils aus einem Projektfach und einem Theorie- bzw. Facherweiterungsfach zusammen (8 + 2 ECTS Punkte).
 Aus diesen Gruppen müssen insgesamt 12 Module (jeweils ein Projekt + ein Theorie- oder Facherweiterungsfach) gewählt werden (=120 ECTS Punkte),
 dabei aus den ersten beiden Gruppen (a1 und a2) jeweils maximal fünf Module und aus den letzten beiden Gruppen (a3 und a4) jeweils maximal drei Module.

Quelle: <http://www.ohm-hochschule.de/seitenbaum/fakultaeten/design/bachelor/studienverlauf/page.html>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule (*a)	7,6
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	18
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	12
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	96
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	-
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule (*a)	16,4
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	30
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	18
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	12

*a Durchschnittsberechnung aus sieben Fächern in Theoriemodulen und 15 Fächern in Facherweiterungsmodulen, bei insgesamt 12 benötigten Modulen. Rechnung: $(7 + 15) / 12 = 1,83$; $7 / 1,83 = 3,8$ **Theoriemodule**; $15 / 1,83 = 8,2$ **Facherweiterungsmodule**

210 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	-6,1 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	-12,1 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	-3,1 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	18,6 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	-9,6 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	-0,1 %
Praxiserfahrung	7,2 %	7,1 %
Bachelor Thesis	9 %	5,3 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE

Die sehr kurze Selbstbeschreibung des Studiengangs Design an der Hochschule Nürnberg beschränkt sich auf ein paar grundlegende Aussagen über die Ziele der Ausbildung. So werden den Studenten neben der Vermittlung der Grundlagenkompetenzen allgemeine kommunikationstheoretische, gestalterische und kulturhistorische Kompetenzen gelehrt.

Das Studium soll die Studenten dazu befähigen, gestalterisch, wissenschaftlich und projektbezogen zu arbeiten. Dabei soll das Studium zu Kritikfähigkeit und Argumentationsfähigkeit anregen.

Diese sehr allgemeine und eher unspezifische Beschreibung kann durch ein paar grundlegende Aussagen des analysierten Modulangebotes ergänzt werden. So ist das Design-Studium an der Hochschule Nürnberg zu fast 50% projektorientiert. Mit 45,4 % Anteil bildet es den größten Schwerpunkt des Studiums. Dieser Schwerpunkt wird noch erweitert durch den ebenfalls insgesamt fast 30 % großen Anteil von Praxiserfahrung und Bachelorarbeit (14,3% Praxiserfahrung und 14,3 % Bachelorarbeit). Der Praxisbezug liegt somit bei beachtlichen 74 %. Die restlichen 26 % werden durch eine verhältnismäßig sehr geringe Grundlagen-, Theorie- und Facherweiterungsausbildung ergänzt. Ein Vertiefungs- und Spezialisierungsangebot ist nicht vorgesehen. Es stellt sich die Frage, ob bei einer so geringen Ausbildung theoretischer und auch facherweiternder Kompetenzen die gewünschte wissenschaftliche Basis im Regelfall erreicht werden kann.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

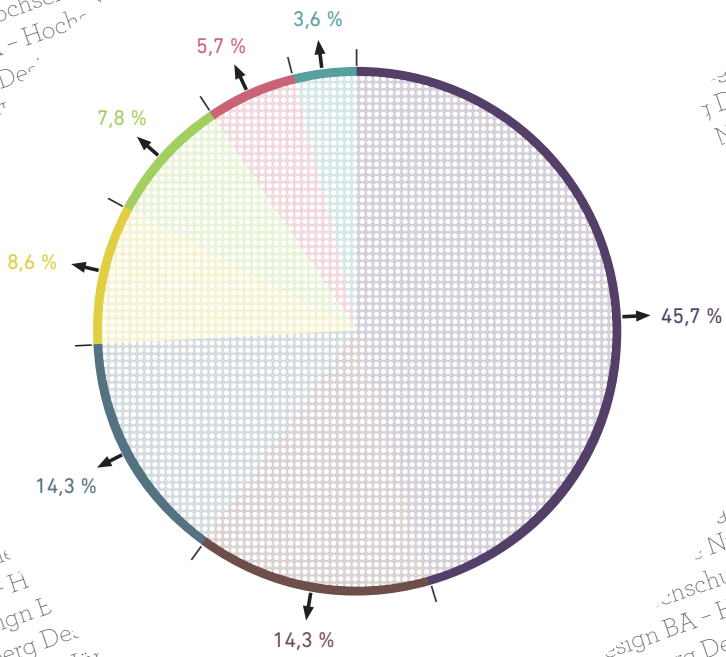
Projekterfahrung:

In diesem Bereich nimmt der Studiengang der Hochschule Nürnberg eine Führungsposition ein. So ist der Anteil im Verhältnis zum Mittelwert über ein Drittel groß.

In den Bereichen der Grundlagenkompetenzen, der Theoriekompetenzen und der Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen liegen die Anteile jedoch sehr stark unter dem des Durchschnittsprofils. Was wie zuvor erläutert gegebenenfalls überdacht werden sollte.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 45,7 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz
- 14,3 % Praxiserfahrung
- 14,3 % Bachelorarbeit
- 8,6 % Grundlagenkompetenz Allgemein
- 7,8 % Facherweiterungskompetenz
- 5,7 % Grundlagenkompetenz Medien
- 3,6 % Theoriekompetenz



Hochschule Pforzheim Fakultät Design

Visuelle Kommunikation BA [7 Semester Regelstudienzeit]

Kommunikationsdesigner gestalten Botschaften. Sie sind Dienstleister, übernehmen jedoch für Ihre Kreationen die Autorenschaft.

Kommunikationsdesigner wirken mit ihrem eigenständigen Beitrag in den öffentlichen und privaten Raum ein. Sie gestalten also das „Erscheinungsbild“ der Gesellschaft mit und sind deshalb durch Ihre Beiträge mit verantwortlich. Kommunikationsdesign hat inzwischen alle Lebensbereiche erreicht und durchdrungen. Es spielt eine zentrale Rolle bei der Verarbeitung und Verbreitung von Wissen, Nachrichten und Unterhaltung. Im ökonomischen Bereich, im gesellschaftlichen Umfeld und im Austausch zwischen Organisation und Person und von Individuum zu Individuum.

Der Bedarf und das Volumen des Informationsaustauschs ist stark steigend. Dabei wird die Gefahr sichtbar, dass mit der Überfülle an Kommunikation ihre Rezeption schwieriger wird. Dem ist nur mit Kreativität und professioneller Aufbereitung zu begegnen. Dabei ist die Mitarbeit gut ausgebildeter Kommunikationsdesigner gefragt. Um tatsächlich bemerkenswerte und bemerkbare Botschaften zu gestalten, die zuverlässig ihr Zielpublikum und ihren Zweck erreichen. Der Kommunikationsdesigner muss die Fähigkeit und die Bereitschaft besitzen, sich in fremde Sachverhalte einzuarbeiten. Denn sein Aufgabenspektrum ist außerordentlich breit. Zu ihm gehören die Werbung für Konsum- und Investitionsgüter, die Kultur- und Unternehmenskommunikation, die Imagewerbung und die Selbstdarstellung, das Leiten und Orientieren im Raum, das Aufbereiten von Wissensstoff zur leichten Rezeption, die Gestaltung und die Animation für Events und Unterhaltung, die Orientierung im digitalen Raum und die Gestaltung von Multimedia. Andererseits muss er auf der Rezipientenseite sehr verschiedene Lebenswelten und Kommunikationsgewohnheiten einschätzen können.

Nur dann wird er seine Aufgabe lösen und Verbindung zwischen Botschaft und Empfänger herstellen können.

Der Kommunikationsdesigner ist Generalist, wenngleich mit einer speziellen Aufgabe. Er muss in hohem Maße mit allen Facetten des gesellschaftlichen Lebens und den ökonomischen Bedingungen vertraut sein. Er muss offen sein für die dynamischen Veränderungen der Gesellschaft, soziale und technologische Entwicklungen und für den Wandel der Sichten und Moden. Denn nur dann kann er der Sache und der Zeit gerecht konzipieren und designen.

AUSBILDUNGSZIELE

Das Ausbildungsziel des Studiengangs Visuelle Kommunikation ist es, praxisorientierte Kenntnisse auf wissenschaftlicher Grundlage zu vermitteln. Dazu gehört als wichtige Voraussetzung die Ausbildung von autonomen Künstlerpersönlichkeiten, die imstande sind, eigene Sichten und Ausdrucksmöglichkeiten zu entwickeln und für ihre Arbeiten Autorenschaft übernehmen können. Deshalb beginnt die Gestalterausbildung in Pforzheim mit der intensiven Beschäftigung mit den Künstlerischen Grundlagen: Zeichnung, Malerei, Skulptur, stehendes und bewegtes Bild.

Dazu gehört als Voraussetzung die Auseinandersetzung mit den Designwissenschaften und mit berufsrelevanten Theoriefeldern wie Kultursoziologie, Philosophie, Psychologie, Wirtschaftswissenschaften und Recht.

Die fachspezifische Ausbildung beginnt mit Vorlesungen und Projektarbeiten zu den gestalterischen Grundlagen und der Typografie, zu Kommunikation im Raum, Corporate Design, Multimedia und Fotografie. Erweitert und vertieft werden diese Grundkenntnisse durch weiterführende Module in den Themenkomplexen Multimedia, Printmedien, Werbung und Text, Informationsstrukturen und Kommunikation im Raum, Multimedia Animation, Kulturmanagement, Illustration.

Sie werden tiefes Wissen über die Medienlandschaft, über Darstellungs- und Produktionstechniken, den professionellen Umgang mit dem Werkzeug und Kommunikationsmittel Computer erwerben. Sie werden Sicherheit gewinnen im Verfolgen von eigenen Gestaltungsideen, von der ersten Skizze über das präsentable Layout bis hin zur Produktionsreife.

Die Studierenden werden zum Abschluss des Studiums Stellenwert, strategische Bedeutung und Funktion Ihres Beitrags zur Kommunikation einschätzen können. Ebenso ihren Zusammenhang mit und ihre Einwirkung auf ökonomische Folgen sowie gesellschaftliche Prozesse.

Sie werden die Kompetenz und die Sicherheit erworben haben, komplexe Kommunikationsaufgaben selbständig zu lösen. Sie werden das Ergebnis präsentieren und argumentativ vertreten können. Sie werden es technisch einwandfrei und mediengerecht umsetzen. Und dies mit der abschließenden Arbeit (Thesis) unter Beweis stellen. (HS-Pforzheim, 2011)

QUELLEN

Hochschule Pforzheim, Fakultät für Gestaltung, Bachelor of Arts in Visual Communication/Visuelle Kommunikation URL: http://www.gestaltung.hs-pforzheim.de/popup_flash.html
Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Allgemeine Designgeschichte	2
	*0	Spezifische Designgeschichte	2
	*0	Kunstanalyse	2
	*0	Kreativitätstheorie	2
	*0	Ästhetik	2
	*0	Wahrnehmungstheorie	2
	*0	Semiotik	2
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Zeichnung I	4
	*0	Zeichnung II	4
	*0	Malerei/Medien/angrenzende Gebiete I	4
	*0	Malerei/Medien/angrenzende Gebiete II	4
	*0	Bild/Raum/Skulptur I	4
	*0	Bild/Raum/Skulptur II	4
	*0	Einführung Typografie	2
Grundlagenmodule Medien	*0	Audiovisuelle Medien	4
	*0	Interdisziplinäres Kurzprojekt	2
	*0	Einführung Fotografie	2
	*0	IT-Grundlagen	2
	*0	IT-Bild still/motion	2
	*0	IT-DTP layout/publishing	2
	*0	Fotodesign	2
Projekt I Wahlpflicht	*0	Grundständige Gestaltungsübungen	4
	*0	Projektarbeit Typografie	8
	*0	Projekt I / Multimedia Grundlagen	6
	*0	Projekt II / Corporate Design	6
	*0	Projekt III / Kommunikation im Raum	6
	*0	Projekt IV / Fotodesign-Projekt	4
	*0	Projekt V / Trickfilm	6
	*0	Abschlussprojekt	8
	*0	Stehgreifprojekt (food Design)	2
Vertiefung / Spezialisierung	*1	Multimedia	32
		- User Centred Interface Design	(8)
		- Werbung/Text	(8)
		- New Media Design	(8)
		- Informationsstrukturen	(8)
		Klassische visuelle Kommunikation	32
		- Print-Medien Einführung	(8)
		- Werbung/Text	(8)
		- Print/Publicationen	(8)
		- Illustration	(8)
		Kommunikation im Raum	32
		- Informationsstrukturen	(8)
	- Print-Medien Einführung	(8)	
	- Inszenierung im Raum	(8)	
	- New Media Design	(8)	
Facherweiterungsmodule	*0	Kultursoziologie I	2
	*0	Kultursoziologie II	2
	*0	BWL für Designer	4
	*0	Design und Management	4
	*0	Design und Marke/Branding	4
	*0	Design und Marketing	4
	*0	Recht für Designer	4
	*0	Unternehmensrecht	4
	*0	Präsentationstechnik/Rhetorik	2
Praktikum	*0	Unternehmenspraxis	24
	*0	IT Pre-Press/Multimedia	6
Basis- Thesis			
Bachelor Thesis	*0	Bachelor Thesis	12
	*0	Mündliche Bachelor-Prüfung	0

*0 = Pflichtmodul
*1 = Aus dieser Gruppe muss ein Fach gewählt werden

Quelle: <http://www.hs-pforzheim.de/De-de/Gestaltung/Bachelor/Visuelle-Kommunikation/Bachelor-Studium/Seiten/Inhaltseite.aspx>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	14
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	26
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	16
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	50
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	32
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	30
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	30
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	12

210 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	-3 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	-8,3 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	-1,2 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	-3,3 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	5,6 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	6,4 %
Praxiserfahrung	7,2 %	7,1 %
Bachelor Thesis	9 %	-3,3 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Das präsentierte Selbstbild des Studiengangs Visuelle Kommunikation an der Hochschule Pforzheim verspricht ein sehr umfassendes und vielschichtiges Studium. Neben der umfangreichen Ausbildung der Grundlagenkompetenzen, werden gesellschaftlich-moralische und ökonomische Reflexion gefördert. Eine praxisnahe Orientierung wird durch wissenschaftlich fundierte und theoretische Kompetenzen untermauert.

Neben der generalistischen Grundlagenausbildung werden die Studenten zu autonomen Künstlerpersönlichkeiten mit individueller Ausdrucksweise ausgebildet.

Das Kompetenzprofil der analysierten Modulangebote hat diese doch sehr umfangreiche Beschreibung durchweg bestätigt. Auch hier wird das sehr breite Angebot, durch eine sehr ausgewogene Verteilung der Kompetenzen sichtbar. Projektkompetenzen, Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen und facherweiternde Kompetenzen bilden die drei Schwerpunkte des Studiums (23,8 % Projekterfahrung, 15,2 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz und 14,3 % Facherweiterungskompetenz). Ergänzt werden sie durch die allgemeine und erweiterte Grundlagenausbildung sowie Theoriekompetenzen (12,4 % allgemeine Grundlagen und 6,7 % Theoriekompetenz).

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Facherweiterungskompetenzen:

Der Anteil der Facherweiterungskompetenzen ist im Vergleich zum Mittelwert der anderen Hochschulen fast doppelt so groß.

Dies bestätigt sehr gut die von der Hochschule angestrebte Positionierung des Studiengangs.

Vertiefungs- und Spezialisierungsangebot:

Auch in diesem Bereich zeigt sich das angestrebte Studienprofil bestätigt. Im Vergleich zum allgemeinen Durchschnittsprofil ist der Anteil etwa ein Drittel größer.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Allgemeine Grundlagenkompetenzen und Theoriekompetenzen:

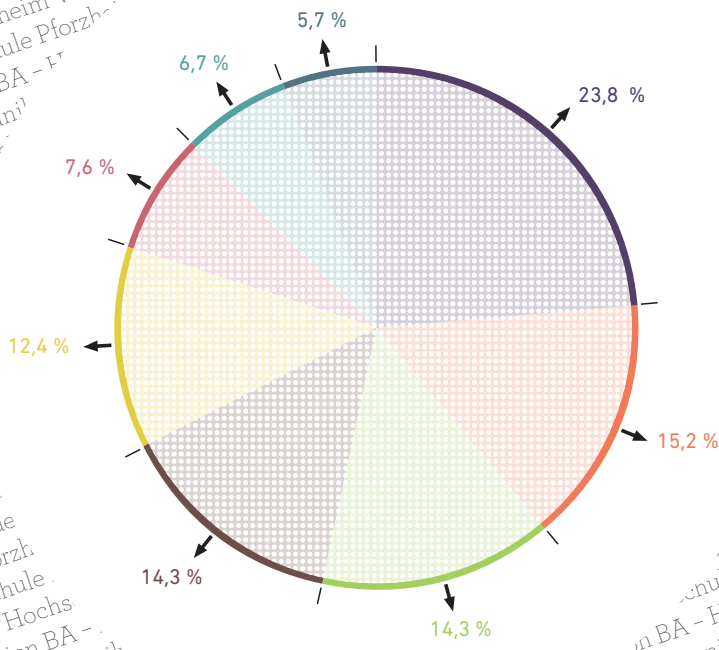
Im Vergleich zum Mittelwert aller Hochschulen fällt der Kompetenzbereich der allgemeinen Grundlagenkompetenzen etwa ein Drittel kleiner aus als der des Durchschnittsprofils. Ebenso der Bereich der Theoriekompetenzen. Auch dieser ist etwa ein Drittel kleiner als der des Durchschnittsprofils. In Bezug zum angestrebten Studienprofil, ist diese Aufteilung und „Kompetenzverlagerung“ jedoch noch sehr ausgewogen und stimmig.



Welches sind die drei wichtigsten Kompetenzen eines professionellen Designers?
„Ausdruckskraft, Kommunikationsfähigkeit und der Wille zur Veränderung“ (Jochen Rädiker - Strichpunkt)

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 23,8 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz
- 15,2 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz
- 14,3 % Facherweiterungskompetenz
- 14,3 % Praxiserfahrung
- 12,4 % Grundlagenkompetenz Allgemein
- 7,6 % Grundlagenkompetenz Medien
- 6,7 % Theoriekompetenz
- 5,7 % Bachelorarbeit



Fachhochschule Potsdam Fachbereich Design

Kommunikationsdesign BA [7 Semester Regelstudienzeit]

Man kann nicht nicht kommunizieren, heißt es profan – professionell visuell zu kommunizieren allerdings bedeutet Arbeit. Kommunizieren heißt somit auch immer: Information gestalten.

Kommunikationsdesigner zielen mit ihrer Tätigkeit maßgeblich auf die Wahrnehmung, Interpretation und Wirkung von Informationen. Sie nehmen mit ihrer Arbeit gezielt Einfluss auf die Wertvorstellungen und Verhaltensleitbilder in unterschiedlichen sozialen, altersbedingten und kulturellen Kontexten. Voraussetzung für die enge Zusammenarbeit mit den an Planung, Konzeption und Produktion beteiligten Personen und Institutionen ist die Fähigkeit, integrativ zu wirken, Anliegen anderer zu antizipieren, die eigenen Anliegen deutlich zu machen und diese mit fachlicher Kompetenz und gestalterischem Vermögen durchzusetzen.

Design wird an der FH Potsdam als organisierte Sinnlichkeit unserer gegenständlichen Erfahrung in der Korrespondenz zu einer rationalen Struktur verstanden. Dabei korrespondieren Subjektivität und Authentizität im Entwurf mit objektivierenden Modellen von Leitbildern und Normen in der Gestaltung. Design versteht sich dabei sowohl als wirtschaftliche wie auch als kulturelle Intervention.

Die umfassende visuelle Gestaltung innerhalb der herkömmlichen wie digitalen Medien und das komplexe Zusammenspiel der Designdisziplinen untereinander spiegelt sich im Fächerspektrum, in der Praxisorientierung und der Lehrstruktur wieder. Unsere Entwurfs- und Konzeptionsfächer Typografie, Grafikdesign, Illustration, Schriftentwicklung, Corporate Design, Editorial/Advertising Design, Digitale Medien, Motiongraphics/Bewegtbild und Fotografie werden von Grundlagenfächern (Farbe, Raum, Fläche), einer Vielzahl von Werkstätten und in allen Phasen des Studiums von analytisch/theoretischen Fächern, insbesondere Designtheorie, Designgeschichte und Designmanagement/Marketing ergänzt.

Das moderne Kommunikationsdesign kennt keine Königsdisziplin mehr – Plakatentwurf, Corporate Identity oder Interfacedesign. Analytisches, problemorientiertes Gestalten bedarf eines wachen, sozialen und integrativen Vermögens und Engagements ebenso wie umfassender gestalterischer Kompetenz und Kreativität. Denn im Grunde geht es um so etwas profanes wie ernstes: mit unseren Interventionen die uns umgebende Welt schöner und besser zu machen. (FH-Potsdam, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule Potsdam, Fachbereich Design: Bachelor-Studiengang Kommunikationsdesign. URL: <http://design.fh-potsdam.de/studiengaenge/kommunikationsdesign.html> Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*b	Design- und Medientheorie	4
		Kultur-, Kunst- und Designgeschichte	4
		Design - und Medientheorie II	4
		Kultur-, Kunst- und Designgeschichte II	4
		Fachtheorie Kommunikationsdesign	4
		Fachtheorie Produktdesign	4
		Fachtheorie Interfacedesign	4
Grundlagenmodule Allgemein	*c	Grundlagen Farbe und Form	6
		Grundlagen Fläche und Struktur	6
		Grundlage Körper	6
		Grundlagen der handwerklichen Darstellung	6
		Fachtechnische Grundlagen	6
	*a	Grundlagen der grafischen Gestaltung	6
		Typografische Grundlagen	6
		Designkonzeption	6
	*2	Werkstätten 2D	2
		Werkstätten 3D	2
Grundlagenmodule Medien	*a	Grundlagen Interfacedesign	6
	*c	Grundlagen der digitalen Darstellung	6
	*0	Medienlabore	2
Projekt I Wahlpflicht	*0	Projekte / Projektwochen I	4
	*0	Projekte / Projektwochen II	4
	*0	Interdisziplinäres Zusatzfach I	4
	*0	Interdisziplinäres Zusatzfach II	4
	*8	Typografie	8
		Grafikdesign	8
		Illustration	8
		Schriftentwicklung	8
		Advertising Design	8
		Corporate Design	8
		Digitale Medien	8
		Multimedia / AV	8
		Fotografie	8
		Produktdesign	8
		Produkt- und Umweltdesign	8
		Industrial Design	8
		Raum- und Ausstellungsdesign	8
		Produktdesign mit digitalen Medien	8
		Design of Physical and Virtual Interfaces	8
		Design of Software Interfaces	8
Information Architecture and Visualisation	8		
Advanced Media	8		

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Vertiefung / Spezialisierung	*a	Grafikdesign	6
		Illustration	6
		Schriftentwicklung	6
		Advertising Design	6
		Corporate Identity	6
		Digitale Medien	6
		Multimedia / AV	6
		Fotografie	6
		Produktdesign	6
		Produkt- und Umweltdesign	6
		Industrial Design	6
		Raum- und Ausstellungsdesign	6
		Produktdesign mit digitalen Medien	6
		Design of Physical and Virtual Interfaces	6
		Interaction Design	6
		Design of Software Interfaces	6
		Information Architecture and Visualisation	6
		Advanced Media	6
		*0	Freies Gestalten
	*0	Plastisches Gestalten	4
	Facherweiterungsmodule	*b	Grundlagen der geisteswissenschaftlichen Theorie
Designmanagement			4
Designmanagement II			4
Praktikum	*0	3-monatiges Fachpraktikum	10
Basis- Thesis	*0	Präsentation und Kolloquium des 1. Studienabschnittes	4
	*0	Präsentation und Kolloquium des 2. Studienabschnittes	4
Bachelor Thesis	*0	Präsentation, Kolloquium, Bachelorarbeit	6

*0 = Pflichtmodul
 *2 = Aus dieser Gruppe müssen zwei Fächer gewählt werden
 *5 = Aus dieser Gruppe müssen fünf Fächer gewählt werden
 *8 = Aus dieser Gruppe müssen acht Fächer gewählt werden
 *a = Aus diesen Modulgruppen müssen insgesamt 5 Module belegt werden (= insg. 30 ECTS Punkte)
 *b = Aus diesen Modulgruppen müssen insgesamt 8 Module belegt werden (= insg. 32 ECTS Punkte)
 *c = Aus diesen Modulgruppen müssen insgesamt 5 Module belegt werden (= insg. 30 ECTS Punkte)

Quelle: <http://design.fh-potsdam.de/footer/downloads-links.html>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	Gesamtwert aller Theoriemodule (*a)	23,2
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein (*b + *c + Pflichtmodule)	34 (4,8+25,2+4)
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien (*b + *c + Pflichtmodule)	8 (1,2+4,8+2)
<u>Projekt Wahlpflicht</u>	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	80
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule (*b + Pflichtmodule)	32 (24+8)
<u>Facherweiterungsmodule</u>	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule (*a)	8,8
<u>Praktikum</u>	Gesamtwert Praktikumsanteil	10
<u>Basis- Thesis</u>	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	8
<u>Bachelor Thesis</u>	Gesamtwert BA Thesis	6

(*a) Durchschnittsberechnung von acht Theorie- und drei Facherweiterungsmodulen bei insgesamt acht benötigten Modulen.
Rechnung: $(8 + 3) / 8 = 1,37$; $8 / 1,37 = 5,8$ **Theoriemodule**; $3 / 1,37 = 2,2$ **Facherweiterungsmodule**

210 ECTS Punkte

(*b) Durchschnittsberechnung von vier Grundlagenmodulen Allgemein, einem Grundlagenmodul Medien und 18 Vertiefungs- und Spezialisierungsmodulen bei insgesamt fünf benötigten Modulen.
Rechnung: $(4 + 1 + 18) / 5 = 4,6$; $4 / 4,6 = 0,8$ **Grundlagenmodule Allgemein**; $1 / 4,6 = 0,2$ **Grundlagenmodule Medien**.
 $18 / 4,6 = 4$ **Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule**

(*c) Durchschnittsberechnung von fünf Grundlagenmodulen Allgemein und einem Grundlagenmodul Medien bei insgesamt fünf benötigten Modulen. Rechnung: $(5 + 1) / 5 = 1,2$; $5 / 1,2 = 4,2$ **Grundlagenmodule Allgemein**; $1 / 1,2 = 0,8$ **Grundlagenmodule Medien**

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
<u>Theoriekompetenz</u>	9,7 %	1,3 %
<u>Allgemeine Grundlagenkompetenz</u>	20,7 %	-4,5 %
<u>Erweiterte Grundlagenkompetenz</u>	8,8 %	-5 %
<u>Projekt- und Wahlpflichtkompetenz</u>	27,1 %	10,9 %
<u>Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz</u>	9,6 %	5,7 %
<u>Facherweiterungskompetenzen</u>	7,9 %	-3,7 %
<u>Praxiserfahrung</u>	7,2 %	-2,4 %
<u>Bachelor Thesis</u>	9 %	-2,3 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Die Fachhochschule Potsdam wirbt in der Selbstbeschreibung ihres Studiengangs Design mit einer umfassenden Ausbildung der Grundlagenkompetenzen sowie einer klaren Praxisorientierung. Begleitet werden diese Kompetenzen von theoretisch- analytischen Angeboten. Waches, soziales und integratives Engagement werden dabei ebenso wichtig angesehen wie gestalterische und kreative Kompetenzen.

Die starke Praxisorientierung wird auch in der Auswertung des Kompetenzprofils der Modulangebote sichtbar.

Mit 38 % Anteil bildet sie den größten und am wichtigsten bewerteten Teil des Studiums. Allgemeine Grundlagenkompetenzen und Angebote im Bereich der Vertiefung und Spezialisierung nehmen den zweit- und drittgrößten Anteil des Studiums ein (16,2 % allgemeine Grundlagen und 15,3 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen).

Eine theoretische Basis wird mit 11 % Anteil vorgesehen. Facherweiternde Kompetenzen und erweiterte Grundlagenkompetenzen in digitalen Medien bilden den kleinsten Anteil mit gerade einmal 4,2 und 3,8 % und könnten in Bezug zum definierten Selbstbild noch ausgebaut werden. Vor allem zur Ausprägung der sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und vielleicht auch moralischen Kompetenzen könnte ein hierfür spezifischeres Angebot das Studium gut ergänzen.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Projekterfahrung:

Der im Selbstbild formulierte Projektschwerpunkt wird auch im Vergleich zum Mittelwert deutlich. So ist dieser Kompetenzbereich etwa ein Viertel größer als der des allgemeine Durchschnittsprofils.

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz:

Im Vergleich zum Mittelwert lässt sich eine positive Abweichung von etwa einem Drittel feststellen. Somit bestätigt sich in diesem Bereich und der Projekterfahrung das angestrebte Studienprofil.

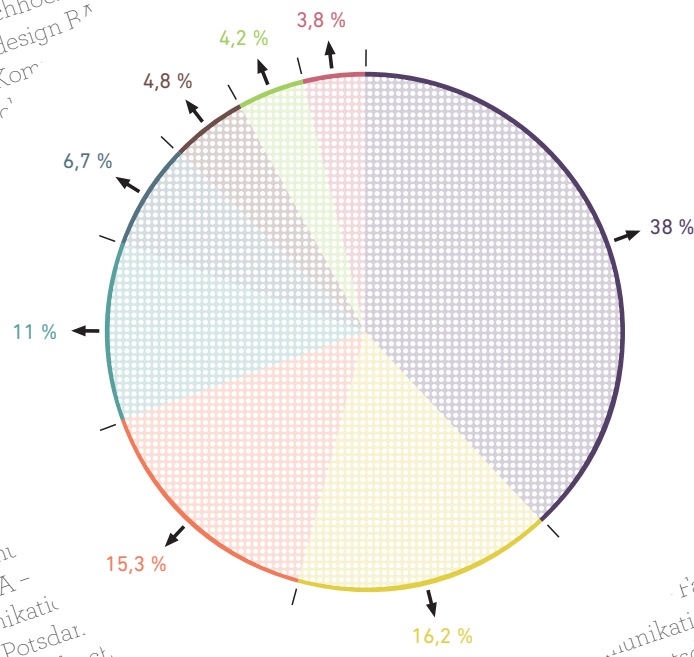
Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Erweiterte Grundlagenkompetenzen und Facherweiterungskompetenzen:

Beide Bereiche sind, wie schon zuvor beschrieben eher mit einem kleineren Anteil im Studienverlauf vorgesehen. Dies wird auch im Vergleich zum Mittelwert deutlich, sind doch beide Kompetenzbereiche nur etwa halb so groß wie die des allgemeinen Durchschnittsprofils.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 38 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz
- 16,2 % Grundlagenkompetenz Allgemein
- 15,3 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz
- 11 % Theoriekompetenz
- 6,7 % Bachelorarbeit
- 4,8 % Praxiserfahrung
- 4,2 % Facherweiterungskompetenz
- 3,8 % Grundlagenkompetenz Medien



Hochschule der Bildenden Künste Saar

Kommunikationsdesign BFA [8 Semester Regelstudienzeit]

Studienangebot und Studienverlauf

An der HBKsaar sind die Studiengänge Freie Kunst, Kommunikationsdesign, Produktdesign, Media Art & Design und Kunsterziehung eingerichtet. Das Studium kann jeweils zum Wintersemester aufgenommen werden.

Seit dem Wintersemester 2009/2010 erfolgt das Studium an der HBK Saar im modularen System. Der Studierende hat wahlweise die Möglichkeit einen Bachelor- oder Diplomabschluss anzustreben. Bei der Immatrikulation an der HBKsaar ist der angestrebte Abschluss anzugeben.

Alle Studienanfänger absolvieren in den ersten zwei Semestern ein gemeinsames Basisstudium, in dem sie die Grundlagen des Gestaltens anhand wechselnder Themenstellungen kennenlernen. Ab dem zweiten Semester orientieren sich die Studierenden in die einzelnen Bereiche der Freien Kunst und des Designs.

REGELSTUDIENZEIT UND ABSCHLÜSSE

Die Regelstudienzeit in einem Bachelorstudiengang beträgt acht Semester, in einem Diplomstudiengang neun Semester und umfasst das Grundstudium (vier Semester) und das Hauptstudium. Die Regelstudienzeit für das Studium Kunsterziehung für für das Lehramt an Gymnasien und Gesamtschulen sowie für berufliche Schulen beträgt zehn Semester, für das Lehramt an Real- und Gesamtschulen und Haupt- und Gesamtschulen acht Semester. Als ersten berufsqualifizierenden Abschluss verleiht die HBKsaar in einem Bachelorstudiengang den Grad »Bachelor of Fine Arts«, in einem Diplomstudiengang den Grad »Diplom«. Nachfolgend kann in einem Masterstudiengang der Grad »Master of Fine Arts« erlangt werden. Die Studiengänge Kunsterziehung schließen mit der Ersten Staatsprüfung ab.

BILDUNGSKONZEPT

Das Bildungskonzept der HBKsaar ist projektorientiert, das heißt, es beruht auf dem Prinzip des Zusammenführens unterschiedlicher Disziplinen und Kompetenzen. So werden permanent neue, grenzüberschreitende Lehr- bzw. Studienprojekte entwickelt. Die auf Flexibilität setzende Bildungsstruktur sieht daher eine weitgehende Durchlässigkeit zwischen den einzelnen Studiengängen vor.

Neben der Vernetzung des Studienangebots mit wissenschaftlichen und kulturellen Einrichtungen - u.a. mit der Universität des Saarlandes, der Hochschule für Musik und dem Saarländischen Staatstheater, der Stadtgalerie Saarbrücken oder mit den Nachbarhochschulen in Frankreich - sieht die HBKsaar in der Auseinandersetzung mit konkreten Aufgabenstellungen seitens öffentlicher und privater Unternehmen einen weiteren Schwerpunkt in der Heranführung der Studierenden an aktuelle und zukünftige gesellschaftliche Entwicklungen. Aus dieser Zusammenarbeit resultieren laufend Semesterarbeiten zu konkreten Design- und Kunstprojekten im öffentlichen Raum.

Daneben pflegt die HBKsaar internationale Kontakte zu Kunst- und Designhochschulen in Europa, Asien und Nordamerika. Die internationale Ausrichtung, das praxisbezogene Lehrangebot wie auch eine integrative Behandlung von künstlerisch-gestalterischer und wissenschaftlicher Forschung machen das Studienangebot der HBKsaar für Studierende aus vielen Nationen interessant. (HBK-Saar, 2011)[1]

QUELLEN

Hochschule der Bildenden Künste Saar
Studium. URL: <http://www.hbksaar.de/studium.html> Zugriffsdatum: 05.12.2011

KOMMUNIKATIONSDESIGN

Kommunikation ist immer und überall – darum ist gutes Kommunikationsdesign in Zeiten der Reizüberflutung wichtiger denn je. Es kann Leben erleichtern oder gar Leben retten, Bedürfnisse wecken oder befriedigen, strukturieren und dokumentieren, bilden oder einfach unterhalten.

Die Studierenden des Fachbereichs Design werden auf ihrem Weg von zeitgemäßen Fragestellungen hin zu nachhaltigen Lösungen von sieben Professoren, sowie einer reichen Zahl von Mitarbeitern und Lehrbeauftragten unterstützt. Darüber hinaus ermöglicht und fördert das Saarbrücker Projektstudium die fächerübergreifende Zusammenarbeit mit den anderen Studiengängen der HBKsaar, aber auch Instituten der Universität des Saarlandes und Partner-Hochschulen im In- und Ausland.

Die Arbeitsfelder, bzw. Lehrgebiete, in denen die Studierenden berufsrelevante Fähigkeiten integriert erwerben, sind dementsprechend vielfältig und selbstbestimmt:

- *klassische und unkonventionelle Werbung*
- *Corporate- und Social-Design*
- *Schrift und Typografie*
- *Print- und Online-Medien*
- *Orientierung und Ausstellungen*
- *analoge und digitale Bilder*
- *informierende und illustrierende Grafik*
- *ergänzt durch theoretische Angebote zu Ästhetik, Semiotik, Rhetorik, Designgeschichte, Philosophie und Managementfragen*

Am Ende stehen selbständige, interdisziplinär denkende Gestalter und Berater mit einem breiten Erfahrungsspektrum in Konzeption und Realisation, sowie der Fähigkeit, sich schnell in neue, ungewohnte Aufgaben einzuarbeiten. (HBK-Saar, 2011)

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Architektur, Desing, Kunst und Meiden	4
	*0	Kunstgeschichte des 20 Jahrhunderts	4
	*0	Designgeschichte	4
	*0	Wahl aus dem Theorieangebot	4
	*0	Wahl aus Kunst-, Designgeschichte- theorie	7
	*0	Wahl aus dem Theorieangebot	7
	*0	Theorie Exkursion	1
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Fachpraktische Studie: Zeichnen I	2
	*0	Fachpraktische Studie: Werkstatt I	4
	*0	Fachpraktische Studie: Studio Kommunikationsdesign I	4
	*0	Fachpraktische Studie: Zeichnen II	2
	*0	Fachpraktische Studie: Werkstatt II	4
	*0	Fachpraktische Studie: Zeichnen III	2
	*0	Fachpraktische Studie: Werkstatt III	4
	*0	Fachpraktische Studien: Studio Kommunikationsdesign II	4
	*0	Fachpraktische Studien: Werkstatt	4
Grundlagenmodule Medien	-	-	-
Projekt I Wahlpflicht	*0	Atelierprojekt: Grundlagen der Gestaltung	14
	*0	Atelierprojekt: Kommunikationsdesign I	14
	*0	Atelierprojekt kurz/Workshop	7
	*0	Atelierprojekt: Wahl aus dem Hochschulangebot	14
	*0	Atelierprojekt kurz/Workshop	7
	*0	Atelierprojekt	14
	*0	Atelierprojekt: Kommunikationsdesign II	14
	*0	Atelierprojekt: Wahl aus dem Hochschulangebot	14
	*0	Atelierprojekt: Wahl aus dem Hochschulangebot	14
Vertiefung / Spezialisierung	*0	Fachpraktische Studie oder Theorie I: Wahl aus dem Hochschulangebot	4
	*0	Fachpraktische Studie oder Theorie II: Wahl aus dem Hochschulangebot	4
	*0	Fachpraktische Studie oder Theorie III: Wahl aus dem Hochschulangebot	4
	*0	Fachpraktische Studie oder Theorie III: Wahl aus dem Hochschulangebot	4
	*0	Fachpraktische Studie	4
	*0	Fachpraktische Studie I: Wahl aus dem Hochschulangebot	4
	*0	Fachpraktische Studie II: Wahl aus dem Hochschulangebot	4
	*0	Fachpraktische Studie III: Wahl aus dem Hochschulangebot	4
	*0	Fachpraktische Studie IV: Wahl aus dem Hochschulangebot	4
	*0	Fachpraktische Studie V: Wahl aus dem Hochschulangebot	4
	*0	Fachpraktische Studie VI: Wahl aus dem Hochschulangebot	4
	*0	Fachpraktische Studien: Professionalisierung I	4
	*0	Fachpraktische Studien: Professionalisierung II	4
*0	Exkursion	1	
Facherweiterungsmodule	-	-	-
Praktikum	-	-	-
Basis- Thesis	-	-	-
Bachelor Thesis	*0	Bachelorthesis	14

*0 = Pflichtmodul

Quelle: <http://www.hbksaar.de/1117.html>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	31
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	30
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	-
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	112
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	53
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	-
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	-
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	14

240 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	3,2 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	-8,2 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	-8,8 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	19,6 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	12,5 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	-7,9 %
Praxiserfahrung	7,2 %	-7,2 %
Bachelor Thesis	9 %	-3,2 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Eine Besonderheit des Studiengangs Kommunikationsdesign an der HbK Saar ist laut Selbstbild eine sehr intensive fachübergreifende Vernetzung mit anderen Studiengängen aber auch kulturellen Institutionen.

In einem intensiven Projektstudium werden diese interdisziplinären Kompetenzen vertieft. Selbstständiges Arbeiten wird dabei ebenso gefordert und gefördert wie theoretische, wissenschaftliche Kompetenzen.

Das analysierte Kompetenzprofil zeigt sehr deutlich die sehr hohe Fokussierung der Projektkompetenzen (46,7 %). Den zweitgrößten Bereich bilden die Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen in denen die Studenten eigene, individuelle Kompetenzen ausbauen können (22,1 %). Theoriekompetenzen und allgemeine Grundlagenkompetenzen werden mit einem Anteil von jeweils ca. 12 % angeboten.

Auffällig ist, dass es keine speziellen Angebote in den neuen digitalen Medien gibt, was wahrscheinlich darauf zurückzuführen ist, dass es einen eigenen Studiengang „Media Art & Design“ gibt. Es bleibt die Frage offen, ob durch die vernetzte und studiengangübergreifende Projektarbeit Fähigkeiten oder zumindest ein Gespür für die neuen Medien ausgebildet werden können ohne selber eigene Grundlagenmodule in diesen Bereichen anzubieten.

Auch fehlt es gänzlich an facherweiternden Kompetenzen. Und auch hier wäre zu überdenken ob die fachübergreifende Projektarbeit alle relevanten Fähigkeiten zur Ausbildung einer reflektierten Facherweiterungskompetenz bedienen kann.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Projekterfahrung und Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

Diese beiden Kompetenzbereiche sind im Verhältnis zum Mittelwert sehr ausgeprägt. So sind sie fast doppelt so groß wie die Vergleichsbereiche des durchschnittlichen Kompetenzprofils aller Hochschulen.

Der Studiengang nimmt sogar die Führungsposition in der Kompetenzgruppe der Projekterfahrung ein.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Allgemeine und erweiterte Grundlagenkompetenzen:

Die allgemeinen und erweiterten Grundlagenkompetenzen fallen im Vergleich zum Mittelwert eher klein aus. Bei den allgemeinen Grundlagenkompetenzen ist der Anteil nur etwa halb so groß wie der des Durchschnittsprofils.

Die erweiterten Grundlagenkompetenzen werden, wie bereits zu Anfang beschrieben, nicht angeboten.

Facherweiterungskompetenzen und Praxiserfahrung:

Auch für diese beiden Kompetenzbereiche gibt es keine spezifischen Angebote im Studienverlauf, was in Bezug zum angestrebten Studienprofil und auch im Vergleich zu den anderen Hochschulen eher als negativ zu bewerten ist.

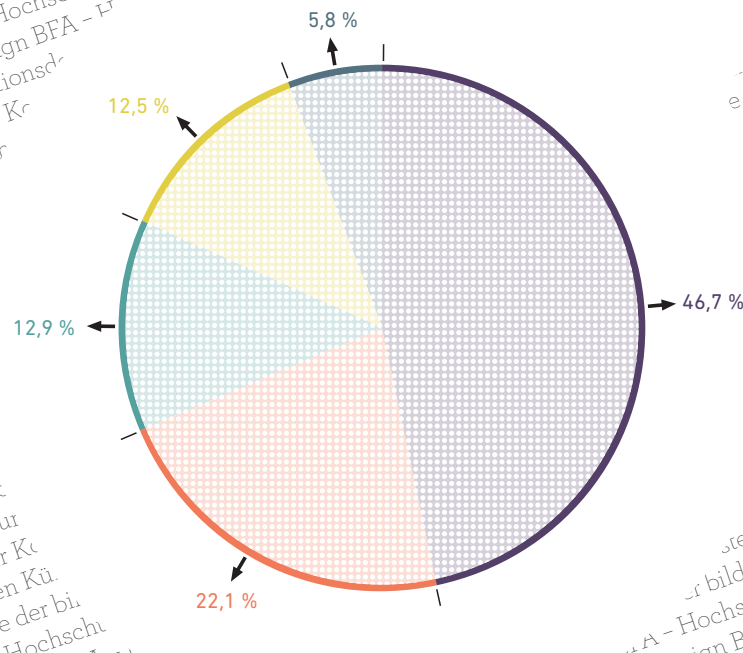


Welches sind die drei wichtigsten Kompetenzen eines professionellen Designers?

„Strategisches Denken, Skepsis gegenüber der ersten Idee (es gibt immer noch eine bessere), Neugierde“
(Eva Jung - gobasil Strategisches Kommunikations-Design)

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 46,7 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz
- 22,1 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz
- 12,9 % Theoriekompetenz
- 12,5 % Grundlagenkompetenz Allgemein
- 5,8 % Bachelorarbeit



Hochschule für Gestaltung Schwäbisch-Gmünd

Kommunikationsdesign BA [7 Semester Regelstudienzeit]

Die Hochschule für Gestaltung (HfG) Schwäbisch Gmünd ist eine staatliche Einrichtung des Landes Baden-Württemberg.

Die Hochschule bildet in drei grundständigen Studiengängen Interaktions-, Kommunikations- und Produktgestalter aus. Sie beenden ihr Studium nach sieben Semestern mit dem Abschluss Bachelor of Arts (BA), der in allen europäischen Ländern anerkannt ist. In den beiden Aufbaustudiengängen „Communication Planning and Design“ sowie „Product Planning and Design“ können Studierende ihre Kompetenzen ausweiten und nach drei erfolgreichen Semestern mit dem Master of Arts (MA) abschließen.

Studierende haben damit die Chance auf einen frühen Start ins Berufsleben und können - ganz nach Wunsch - auch nach einigen Jahren beruflicher Erfahrung ein Masterstudium aufnehmen. Mit dieser Studienreform sind die Abschlüsse der HfG Schwäbisch Gmünd mit denen universitärer Einrichtungen vergleichbar.

Die Lehrinhalte sind als zusammengehörige Einheiten - oder Module - organisiert und erlauben den Studierenden, Schwerpunkte nach ihren eigenen Vorstellungen zu setzen (Gmünder Modell). Zu allen Gestaltungsprojekten werden ergänzende Seminare, Workshops oder Vorlesungen angeboten. Die offene Gesprächskultur mit international erfahrenen Dozenten, hochqualifizierten Lehrbeauftragten und Werkstattleitern zeichnet die Studienatmosphäre an der Hochschule aus.

Wesentlich ist die internationale Ausrichtung der HfG Schwäbisch Gmünd. Ein großer Teil der Studierenden nutzt die Chance und verbringt ein Semester an einer der ausgewählten Partnerhochschulen im Ausland. (HFG-Gmünd, 2011)

DAS GMÜNDER MODELL

Kreative, wissenschaftliche, technische und soziale Fähigkeiten sind gleichberechtigte Lehrziele der Hochschule.

Die Daten- und Informationsflut steigt, Wissen veraltet immer schneller. Gefordert sind deshalb keine statisch fixierten Lernblöcke, sondern ein flexibler Lernprozess, der auf Veränderungen eingeht und gleichzeitig Überblick verschafft. Das Fundament des Studiums an der HfG Schwäbisch Gmünd ist die Vermittlung gestalterischer Grundlagen. Die Ausbildungsziele liegen dann in der Erarbeitung intelligenter Lösungsprinzipien, um so künftige Problemstellungen zu erkennen und zu bewältigen.

Durch das Gmünder Modell erfahren die Studierenden die interdisziplinäre Tätigkeit der Gestaltung und die Kenntnis der theoretischen Hintergründe als Einheit. Während des Hauptstudiums entwickeln sie eigenständige Projekte mit frei kombinierbaren Lehrinhalten aus selbst gewählten Schwerpunkten, und festigen neben praktischen Fertigkeiten auch ihre Fähigkeit zu kritischem Nachdenken.

Die Schwerpunkte für den Studiengang Kommunikationsgestaltung (KB) sind:

- *Transmediale Gestaltung und*
- *Digitale Medien*

Schwerpunkte für den Studiengang Produktgestaltung (PB) sind:

- *Produktgestaltung*
- *Prozessgestaltung*

Die Stärke des Gmünder Modells zeigt sich in der großen Zahl von Preisen und Auszeichnungen für Studienarbeiten und nicht zuletzt in den beruflichen Erfolgen der Absolventen. (HFG-Gmünd, 2011)

QUELLEN

Hochschule für Gestaltung Schwäbisch-Gmünd: Das Studium. URL: <http://www.hfg-gmuend.de/studium/index.html>
Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	*0	Wissenschaftliche Grundlagen	2
	*0	Design/Mediengeschichte I	2
	*0	Soziologie der Gestaltung	2
	*0	Seminar-/Laborwoche	2
	*0	Deigntheorie I	2
	*0	Kommunikationstheorie	2
	*0	Kognitionswissenschaften	2
	*0	Seminar-/Laborwoche	2
	*0	Design-/Mediengeschichte II	2
	*0	Semiotik	2
	*0	Seminar-/Laborwoche	2
	*0	Sprache/Text/Bild II	2
	*0	Designtheorie II	2
	<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	*0	2dimensionales Gestalten I
*0		Typografische Grundlagen	6
*0		Einführung Gestaltungsschwerpunkte	4
*0		Darstellen I	4
*0		Konstr. Darstellen I	2
*0		Bild I	3
*0		2dimensionales Gestalten II	4
*0		3dimensionales Gestalten	3
*0		Zeichensysteme	2
*0		Typografie/Bild/Layout	5
*0		Darstellen II	3
*0		Konstr. Darstellen II	2
*0		Sprache/Text/Bild I	2
*0		Bild II	2
*0		Visualisierungsmodelle der Wissensorganisation	6
<u>Grundlagenmodule Medien</u>		*0	Medientechnologie 1
	*0	Technologische Systemeinführung	1
	*0	Projekt Fotografie	3
	*0	Audiovisuelle Gestaltung	4
	*0	Interaktive Gestaltung	4
	*0	Medientechnologie 2	2
	*0	Programmiersprachen	2
	*0	Simulation	2
	*0	Digitale Strukturmodelle	2
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	*0	Projekt Kommunikationsgestaltung I - Schwerpunkt Kurs I (Informieren/Wissenvermitteln oder Orientieren/Navigieren) - Schwerpunkt Kurs II (Informieren/Wissenvermitteln oder Orientieren/Navigieren)	12 (6) (6)
	*1	WP Gestaltung I (Flexible Corporate Identities, Informationssystem im Raum)	4
		WP Gestaltung II (Ergonomie, Nachhaltigkeit)	4
		WP Gestaltung III (Ergonomie, Nachhaltigkeit, Designmanagement 2)	4
	*0	Projekt Kommunikationsgestaltung II - Schwerpunkt Kurs I (Informieren/Wissenvermitteln oder Orientieren/Navigieren) - Dokumentation	9 (7) (2)
	*0	Projekt Kommunikationsgestaltung II - Schwerpunkt Kurs I (Informieren/Wissenvermitteln oder Orientieren/Navigieren) - Dokumentation	9 (7) (2)
	*1	WP Gestaltung I (Flexible Corporate Identities, Informationssystem im Raum)	4
		WP Gestaltung II (Ergonomie, Nachhaltigkeit)	4
		WP Gestaltung III (Ergonomie, Nachhaltigkeit, Designmanagement 2)	4

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>			
<u>Facherweiterungsmodule</u>	*0	Projektplanung I	2
	*0	Präsentationstechniken I	2
	*0	Designmanagement I	2
	*0	Fremdsprachen Konversation	2
	*0	Gesellschaftsanalyse	2
	*0	Recht I	2
<u>Praktikum</u>	*0	Praxisphase	20
	*0	Praxisbericht	4
	*0	Zwischenbericht	3
	*0	Kolloquium	3
<u>Basis- Thesis</u>	*0	Bachelortheorie KG - Projektplanung II - Recht II	8 (6) (2)
<u>Bachelor Thesis</u>	*0	Bachelor Projekt	12
	*0	Bachelor Dokumentation	6
	*0	Präsentation	2
	*0	Kolloquium	2

*0 = Pflichtmodul

*1 = Aus dieser Gruppe muss ein Fach gewählt werden

Quelle: <http://www.hfg-gmuend.de/studiengaenge/kg/index.html>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	Gesamtwert aller Theoriemodule	24
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	54
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	22
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	38
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	-
<u>Facherweiterungsmodule</u>	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	12
<u>Praktikum</u>	Gesamtwert Praktikumsanteil	30
<u>Basis- Thesis</u>	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
<u>Bachelor Thesis</u>	Gesamtwert BA Thesis	30

210 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
<u>Theoriekompetenz</u>	9,7 %	1,7 %
<u>Allgemeine Grundlagenkompetenz</u>	20,7 %	5 %
<u>Erweiterte Grundlagenkompetenz</u>	8,8 %	1,7 %
<u>Projekt- und Wahlpflichtkompetenz</u>	27,1 %	-9 %
<u>Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz</u>	9,6 %	-9,6 %
<u>Facherweiterungskompetenzen</u>	7,9 %	-2,2 %
<u>Praxiserfahrung</u>	7,2 %	7,1 %
<u>Bachelor Thesis</u>	9 %	5,3 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Das „Gmünder Modell“ stellt sich und ihren Studiengang Kommunikationsdesign als einen international ausgerichteten Studiengang dar, der kreative, wissenschaftliche, technische und soziale Fähigkeiten gleichermaßen fördert. Gestalterische Grundlagen dienen dabei ebenso als Basis wie interdisziplinäre und theoretische Kompetenzen.

Laut Studienbeschreibung können die Studenten eigene Schwerpunkte nach ihren Interessen belegen.

Leider ist eine solche individuell ausgerichtete Wahlmöglichkeit im analysierten Modulplan des Studiengangs nur bedingt erkennbar. Es werden keine speziellen Module zur Vertiefung und Spezialisierung angeboten, lediglich in den Projektmodulen kann ein individueller Schwerpunkt belegt werden. Die Grundlagenausbildung stellt wie beschrieben einen großen Anteil am Studium (25,7 %) dar, gefolgt von der Projekt- und Praxiserfahrung (18,1 und 14,3 % Anteil). Theoriekompetenz, erweiterte Grundlagenkompetenz in digitalen Medien und Facherweiterungskompetenz runden das Studium ab. Theorie- und erweiterte Grundlagenkompetenz sind jeweils mit einem relativ gleich großen Anteil (11,4 % Theoriekompetenz und 10,5 % erweiterte Grundlagenkompetenz) vertreten.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Das Studienprofil des Studiengangs Kommunikationsdesign der HfG-Gmünd ist dem Durchschnittsprofil aller Hochschulen relativ ähnlich.

Lediglich in zwei Bereichen ist eine deutliche Abweichung erkennbar.

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

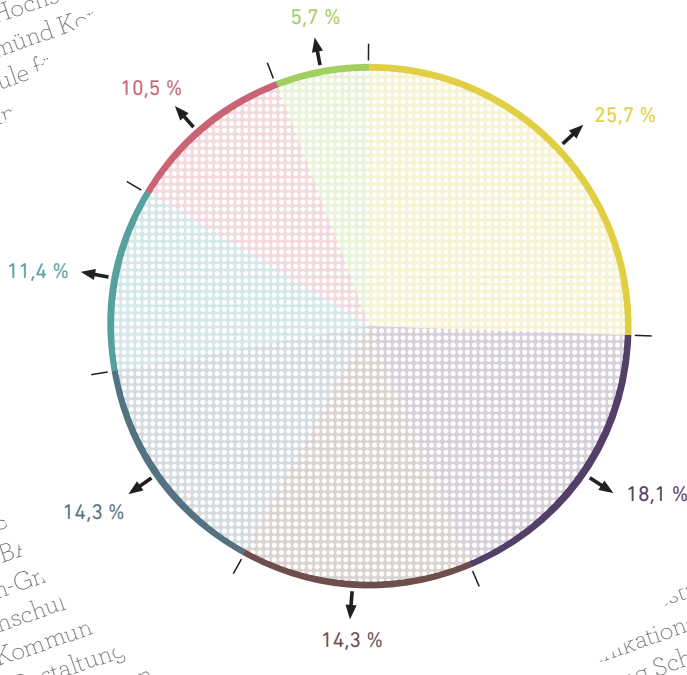
In diesem Bereich gibt es wie eingangs erwähnt kein Angebot, was dementsprechend auch im Vergleich mit dem Durchschnittsprofil sichtbar wird.

Projekterfahrung und Facherweiterungskompetenz:

Die Projekterfahrung ist im Vergleich zum Mittelwert etwa ein Drittel kleiner, was aber wiederum durch eine fast doppelt so große Praxiserfahrung wieder ausgeglichen wird. Die Facherweiterungskompetenzen sind nur etwa ein Viertel kleiner als die des Durchschnittsprofils, jedoch allgemein noch sehr schwach vertreten in Hinblick auf die angestrebte Ausrichtung des Studiengangs.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 25,7 % **Grundlagenkompetenz Allgemein**
- 18,1 % **Projekt- und Wahlpflichtkompetenz**
- 14,3 % **Praxiserfahrung**
- 14,3 % **Bachelorarbeit**
- 11,4 % **Theoriekompetenz**
- 10,5 % **Grundlagenkompetenz Medien**
- 5,7 % **Facherweiterungskompetenz**



Fachhochschule Trier

Fachbereich Gestaltung

Kommunikationsdesign BA [6 Semester Regelstudienzeit]

Das Studium dauert entweder sechs Semester oder unter Einschluss eines Praxissemesters (auch Auslandssemester oder Praxisprojekt an der Hochschule sind stattdessen möglich) sieben Semester. Im letzten Semester des BA-Studiengangs wird eine Bachelor-Arbeit als Abschlussarbeit angefertigt.

Das Bachelor-Studium soll den Studierenden unter Berücksichtigung der Anforderungen und Veränderungen in der Berufswelt die erforderlichen fachlichen Kenntnisse, Fähigkeiten und Methoden so vermitteln, dass sie befähigt sind zu künstlerisch gestalterischer und wissenschaftlicher Arbeit, zur kritischen Einordnung der gestalterischen und wissenschaftlichen Erkenntnisse und zu verantwortlichem gesellschaftlichem Handeln.

Durch die im Laufe des Studiums zu erbringenden Studien- und Prüfungsleistungen soll festgestellt werden, ob die Studierenden die für den Übergang in die Berufspraxis notwendigen Fachkenntnisse erworben haben, die Zusammenhänge des Faches überblicken und die Fähigkeiten besitzen, Problemstellungen künstlerisch-gestalterisch und/oder wissenschaftlich zu kommunizieren sowie praxisorientiert und im Team zu lösen. (FH-Trier, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule Trier, Fachbereich Gestaltung, Kommunikationsdesign. URL: <http://www.fh-trier.de/index.php?id=2712>
Zugriffsdatum: 05.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
<u>Theoriemodule</u>	*0	Designtheorie / Praxis I + II	3
	*0	Text-Bild-Kommunikation	3
	*0	Kunst-/Designgeschichte I + II	3
	*0	Berufsbild/Berufspraxis	3
<u>Grundlagenmodule Allgemein</u>	*0	Zeichnen / Entwurf I	6
	*0	Zeichnerische Wahrnehmung	6
	*0	Schriftgestaltung / Typografie I	3
	*0	Typografische Grundlagen I	3
	*0	Werkstatt / Druck	0
	*0	Zeichnen / Entwurf II	6
	*0	Konstruktion Raum/Farblehre	3
	*0	Gestaltungsgrundlagen 2D	6
	*0	Konzeptionelle Gestaltung	3
	*0	Design/Werbung	3
	*0	Gestaltungsgrundlagen 3D	3
	*0	Typografische Grundlagen II	3
	*0	Schriftgestaltung / Typografie II	6
	*0	Typografische Grundlagen III	3
*0	Werkstatt/Buchbinden	0	
*0	Werkstatt/Modellbau	0	
<u>Grundlagenmodule Medien</u>	*0	Design in digitalen Medien	3
	*0	Werkstatt / Digital	0
	*0	Labor / Foto	0
	*0	Das bewegte interaktive Bild	3
<u>Projekt I Wahlpflicht</u>	*3	Entwerfen 3D	6
		Zeitbasierte Medien/Entwurf	6
		Illustration/Buchgestaltung	6
		Entwurf Design Werbung	6
		Zeichnen/Entwurf III	6
		Zeichnen Experiment	6
	*3	Zeichnen und Medien I-III	9
		Experimentelle Gestaltung I-III	9
		Design Körper Raum I-III	9
		Digitale Medien interdisziplinär I-III	9
		Design Typografie I-III	9
		Medienkonzepte/-projekte I-III	9
		Design Buch I-III	9
		Design Werbung I-III	9
		Fotografie I-III	9
		Original grafische Techniken I-III	9
	*2	Design Körper Raum IV+V	12
		Design Typografie IV+V	12
Mediensysteme/-räume I+II		12	
Design Buch IV+V		12	
		Design Werbung IV+V	12
<u>Vertiefung / Spezialisierung</u>			
<u>Facherweiterungsmodule</u>	*0	Recherchieren	3
	*0	Präsentationsrhetorik	3
	*0	Konsumentenpsychologie	3
	*0	Textverständlichkeit	3
	*0	Marketing/Recht/Wirtschaft	3
<u>Praktikum</u>	*0	1 Semester	12
<u>Basis- Thesis</u>			
<u>Bachelor Thesis</u>	*0	Bachelor Seminar	6
	*0	Bachelor-Arbeit	3

*0 = Pflichtmodul
*2 = Aus dieser Gruppe müssen zwei Fächer gewählt werden
*3 = Aus dieser Gruppe müssen drei Fächer gewählt werden

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	15
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	54
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	6
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	69
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	-
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	15
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	12
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	9

180 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	-1,4 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	9,3 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	-5,5 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	11,3 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	-9,6 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	0,4 %
Praxiserfahrung	7,2 %	-0,5 %
Bachelor Thesis	9 %	-4 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Die sehr knappe Beschreibung des Studiengangs Kommunikationsdesign an der Fachhochschule Trier scheint sehr generell ausgelegt zu sein und schafft kaum Möglichkeiten, Näheres über die Kernkompetenzen oder die Art der Lehrstruktur zu erfahren. Einzig auf die Ausbildung von Gestaltungskompetenzen, sowie wissenschaftlicher und gesellschaftlicher Reflexionsfähigkeiten wird hingewiesen.

Das ausgewertete Kompetenzprofil des Studiengangs kann diese allgemeinen Aussagen in Bezug auf die Kernkompetenzen und die ausgebildeten Fähigkeiten ein wenig erweitern.

Die Hauptausrichtung des Studiums liegt demnach vor allem im Projektbereich und nimmt etwa 40 % des gesamten Studiums ein. Die Grundlagenkompetenzen werden als zweitwichtigster Bereich gewertet und nehmen einen Anteil von rund 30 % ein. Mit jeweils 8,3 % werden die Grundlagenkompetenzen und Projekterfahrung durch Facherweiterungskompetenzen und Theoriekompetenzen ergänzt und untermauert. Relativ gering ist das Angebot und die Ausbildung der erweiterten Grundlagenkompetenzen mit gerade einmal 3,3 % Anteil im Studium.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Projekterfahrung:

Wie schon in der Zusammenfassung beschrieben, wird auch im Vergleich zum Mittelwert die stark dominierende Projektkompetenz sichtbar. Sie ist etwa ein Drittel größer als die des durchschnittlichen Kompetenzprofils.

Allgemeine Grundlagenkompetenzen:

Auch der Anteil der allgemeinen Grundlagenkompetenzen von etwa 30 % ist im Vergleich zum Mittelwert etwa ein Drittel größer und wirkt ebenso positiv auf das angestrebte Studienprofil wie die hohe Projekterfahrung.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Erweiterte Grundlagenkompetenzen:

Sie sind mit gerade einmal 3,3 % Anteil insgesamt sehr schwach vertreten. Im Vergleich zum Mittelwert nur etwa ein Drittel so groß.

Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

Sind nicht im Studienverlauf vorgesehen.

Durchschnittliches Kompetenzprofil

38,4 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz

30 % Grundlagenkompetenz Allgemein

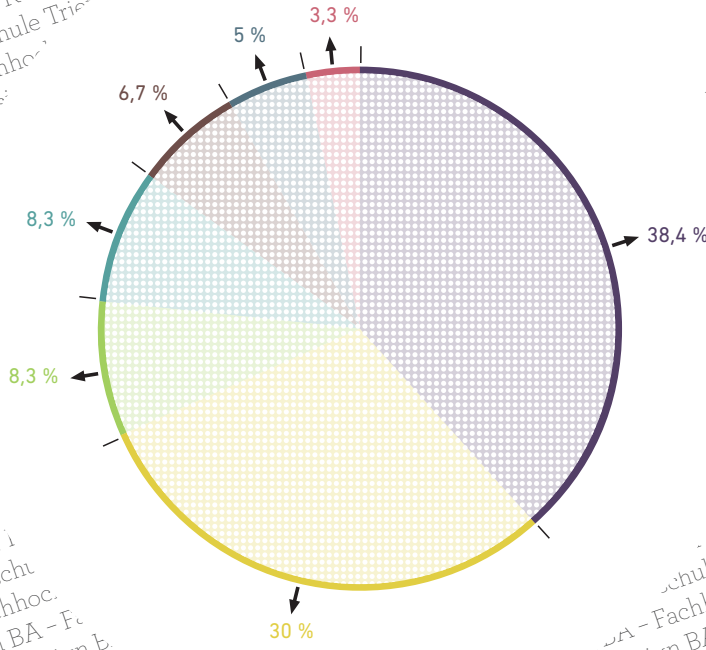
8,3 % Facherweiterungskompetenz

8,3 % Theoriekompetenz

6,7 % Praxiserfahrung

5 % Bachelorarbeit

3,3 % Grundlagenkompetenz Medien



Fachhochschule Wiesbaden Design Information Medien

Kommunikationsdesign BA [6 Semester Regelstudienzeit]

Lehren, was die Praxis lehrt.

Das Studium Kommunikationsdesign an der Hochschule RheinMain bietet eine praxisnahe Ausbildung und befähigt die Studierenden zu selbstständigem, strategischem Denken, zu kreativem Gestalten und zu gesellschaftlich verantwortlichem Handeln.

Dazu werden umfassende medienpezifische Kenntnisse vermittelt sowie konzeptionelle und gestalterische Fähigkeiten trainiert. Ziel ist es, überzeugende kommunikative Konzepte für die unterschiedlichsten Zielgruppen und Medienbereiche entwickeln zu können und bei der visuellen Umsetzung eine anspruchsvolle, eigenständige Formensprache zu finden. Der hohe Anteil an realer Projektarbeit bringt Praxiserfahrung und fördert Flexibilität, Teamfähigkeit und Verantwortungsbereitschaft. Das breit gefächerte Studienangebot und die vertraute Atmosphäre mit 30 Studienbeginnern pro Semester erleichtern es, die Studierenden in ihrer Entwicklung zu Gestalterpersönlichkeiten individuell zu fördern und zu begleiten.

EIN GANZES MEDIENORCHESTER DIRIGIEREN Kommunikationsdesignerinnen und -designer

- *planen und gestalten komplexe Kommunikationsvorhaben und alle dafür benötigten Medien.*
- *erarbeiten strategische Konzepte und gestalterische Lösungen sowohl individuell als auch in Teamarbeit.*
- *müssen Querdenker sein und sensibel im Umgang mit anderen, denn jede Aufgabe erfordert aufs Neue, sich in die unterschiedlichsten Zielpersonen, Situationen und Zusammenhänge hinein zu versetzen.*
- *verfügen über eine umfassende Allgemeinbildung, denn die Themen, die zu strukturieren und zu vermitteln sind, erweitern permanent den eigenen Horizont.*
- *übernehmen gesellschaftliche Verantwortung, sie wissen per Wort und Bild zu beeinflussen.*
- *arbeiten am Puls der Zeit und reagieren flexibel auf die rasanten Veränderungen in Technik und Markt.*

DAS STUDIUM FÜHRT VOM BAUSTEIN ZUM KOMPLEXEN PROJEKT

Das Studienprogramm Kommunikationsdesign an der Fachhochschule Wiesbaden umfasst 6 Semester und endet mit dem Abschluss Bachelor of Arts (B.A.). Der Zugang zum Studium erfolgt über einen künstlerischen Eignungstest.

Studienabschnitt A: Entdeckung und Orientierung

In den ersten beiden Semestern wird theoretisches Wissen und praktisches Know-how vermittelt, künstlerisch-handwerkliches Können trainiert und dabei die Wahrnehmung sensibilisiert.

Studienabschnitt B: Integration

Im dritten Semester werden die Einzeldisziplinen zu fachübergreifenden Konzepten zusammengeführt und erprobt. Die Theorie wird um medien-spezifische Aspekte erweitert.

Studienabschnitt C: Entwicklung und Konzentration

Im Hauptstudium liegt der Fokus auf der Projektarbeit und der späteren beruflichen Praxis. Die Projekte konzentrieren sich auf fünf Tätigkeitsfelder und werden durch externe Praxisphasen von insgesamt vier Monaten ergänzt. (FH-Wiesbaden, 2011)

QUELLEN

Fachhochschule Wiesbaden, Design
Informatik Medien: Kommunikations-
design BA URL: [http://www.hs-rm.de/
dcsm/studiengaenge/kommunikations-
design-ba/index.html](http://www.hs-rm.de/dcsm/studiengaenge/kommunikations-design-ba/index.html) Zugriffsdatum
06.12.2011

MODULART	WAHLPFLICHT	MODULBEZEICHNUNG	ECTS
Theoriemodule	*0	Kommunikationstheorie I	3
	*0	Kunstgeschichte	3
	*0	Kommunikationstheorie II	3
	*0	Designgeschichte	3
	*0	Konzeption	2
	*0	Medienkunde	1
	*0	Kommunikations- und Medienwissenschaften	6
	*0	Kunst-/Kulturwissenschaften	6
Grundlagenmodule Allgemein	*0	Typografie I	4
	*0	Typografie II	4
	*0	Zeichnen	4
	*0	Fläche, Körper, Raum	3
	*0	Farbe	3
	*0	Text Grundlagen	3
	*0	Kreativitätstraining	3
	*0	Zeichnen II	4
	*0	Zeichnen III	3
	*0	Layouttechniken I	4
	*0	Layouttechniken II	6
	*0	Realisation, Satz, Print	5
	*0	Bildsprache	6
	*0	Entwurf	6
	Grundlagenmodule Medien	*0	Fotografie I
*0		Fotografie II	4
*0		Technik	6
Projekt I Wahlpflicht	*0	Einführung Print-Projekt	4
	*0	Einführung Multimedia-Projekt	4
	*0	Einführung Text-Projekt	4
	*0	Entwurfsprojekt: Fachübergreifende Entwurfsarbeit	6
	*4	Projekt Profil I: Corporate Kommunikation	6
		Projekt Profil II: Werbliche Kommunikation	6
		Projekt Profil III: Redaktionsorientierte Kommunikation	6
		Projekt Profil IV: Angewandte Kunst	6
	Projekt Profil V: Audiovisuelle Kommunikation	6	
*0	Wahlpflichtangebot Wissenschaft und Praxis	9 (3x3)	
Vertiefung / Spezialisierung			
Facherweiterungsmodule	*0	Präsentationstechnik	1
	*0	Marketing Grundlagen	2
Praktikum	*0	Praxismodul - Begeleitseminar - Praxisphase	15
Basis- Thesis			
Bachelor Thesis	*0	Thesis	9
	*0	Kolloquium	3

*0 = Pflichtmodul
*4 = Aus dieser Gruppe müssen vier Fächer gewählt werden

Quelle: <http://www.hs-rm.de/dcsn/studiengaenge/kommunikationsdesign-ba/module-und-lehrveranstaltungen/index.html?type=0&F=hxlxfbronzjxeihm>

MODULART	GESAMTWERTERMITTLUNG	ECTS
Theoriemodule	Gesamtwert aller Theoriemodule	27
Grundlagenmodule Allgemein	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Allgemein	58
Grundlagenmodule Medien	Gesamtwert aller Grundlagenmodule Medien	14
Projekt I Wahlpflicht	Gesamtwert aller Projekt und Wahlpflichtmodule	51
Vertiefung / Spezialisierung	Gesamtwert aller Vertiefungs- und Spezialisierungsmodule	-
Facherweiterungsmodule	Gesamtwert aller Facherweiterungsmodule	3
Praktikum	Gesamtwert Praktikumsanteil	15
Basis- Thesis	Gesamtwert Thesis Vorbereitung	-
Bachelor Thesis	Gesamtwert BA Thesis	12

180 ECTS Punkte

KOMPETENZART	MITTELWERT	ABWEICHUNG VOM MITTELWERT
Theoriekompetenz	9,7 %	5,3 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	20,7 %	11,5 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	8,8 %	-1 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	27,1 %	1,2 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	9,6 %	-9,6 %
Facherweiterungskompetenzen	7,9 %	-6,2 %
Praxiserfahrung	7,2 %	1,1 %
Bachelor Thesis	9 %	-2,3 %

ZUSAMMENFASSUNG UND KONTROLLE:

Das Studienprogramm Kommunikationsdesign der Fachhochschule Wiesbaden legt seinen Fokus auf eine praxis- und projektnahe Ausbildung, die durch die nötigen Grundlagenkompetenzen und eine theoretische Basis untermauert wird.

Fachübergreifendes Arbeiten fördert flexibles, teamfähiges aber auch selbstständiges Arbeiten und regt zum Querdenken an. Dabei soll gesellschaftlich-verantwortliches Handeln ebenso ausgebildet werden, wie gestalterische Fähigkeiten und Kompetenzen.

Die Auswertung des Modulhandbuchs und das sich daraus ergebene Kompetenzprofil bestätigen das angestrebte Selbstbild des Studiengangs grundlegend. Allgemeine Grundlagenkompetenzen (32,2 %) und Theoriekompetenzen (15 %) bilden die Basis für das ebenfalls sehr breit angelegte Projektstudium (28,3 %). Ergänzt werden diese Kompetenzen durch einen kleineren Praxisanteil und erweiterte Grundlagenkompetenzen in den digitalen Medien (8,3% und 7,8 %).

Nur sehr gering vertreten sind die Angebote im Facherweiternden Kompetenzbereich (1,7 %). Da dieser Bereich für die Ausbildung von Fähigkeiten wie Teamfähigkeit oder gesellschaftlich verantwortungsvollem Handeln aber sehr wichtig ist, sollte hier über ein erweitertes Angebot nachgedacht werden.

ABWEICHUNGEN VOM MITTELWERT:

Betrachtet man die Abweichungen vom Mittelwert, fallen besonders folgende Kompetenzbereiche positiv durch ihre Abweichungen auf:

Allgemeine Grundlagenkompetenzen:

Die beschriebene Basis des Studiengangs in Form der allgemeinen Grundlagenkompetenzen ist im Vergleich zum Mittelwert etwa ein Drittel größer als die des Durchschnittsprofils und scheint somit schon sehr umfangreich zu sein.

Theoriekompetenzen:

Auch die Theoriekompetenzen sind ähnlich wie die allgemeinen Grundlagenkompetenzen etwa ein Drittel größer als die des Durchschnittsprofils. Der Studiengang ist also auch in diesem Bereich in Bezug auf das beschriebene Selbstbild gut aufgestellt.

Folgende Kompetenzbereiche fallen im Verhältnis eher negativ auf:

Facherweiterungs- und Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen:

Im Bereich der Facherweiterungskompetenzen ist der Anteil von 1,7 % nicht nur im Vergleich zum Mittelwert als sehr gering zu bewerten. Dabei wäre eine Erweiterung dieses Bereiches in Bezug zum formulierten Selbstbild dringend notwendig. Die Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen sind gar nicht vorgesehen, könnten aber auch zur Ausprägung eines persönlichen Profils positiv beitragen.



Welches sind die drei wichtigsten Kompetenzen eines professionellen Designers?
„Allgemeinbildung, Innovationskraft, Empathie“
(Kilian Palis - Interbrand Hamburg)

Durchschnittliches Kompetenzprofil

32,2 % Grundlagenkompetenz Allgemein

28,3 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz

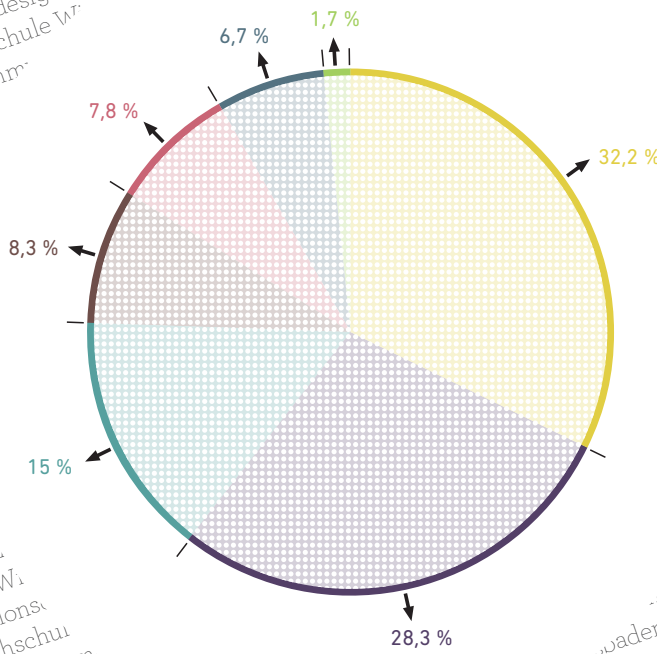
15 % Theoriekompetenz

8,3 % Praxiserfahrung

7,8 % Grundlagenkompetenz Medien

6,7 % Bachelorarbeit

1,7 % Facherweiterungskompetenz



Highscore – wer liegt vorn?

Welche Hochschule nimmt eine Sonderposition ein oder führt eine der jeweiligen Kompetenzgruppen an? Die nachfolgende Tabelle soll einen kleinen Einblick darin geben, welches die jeweils führenden Kunst oder (Fach)Hochschulen in den einzelnen Kompetenzbereichen sind.

Danach folgt eine Tabelle zur Übersicht der am stärksten variierenden Kompetenzbereiche. Sie soll dazu dienen einen Einblick zu bekommen, in welchen Bereichen die größte Uneinigkeit in Bezug zur Designausbildung herrscht. Darüber hinaus lässt sich dann aus der Auflistung natürlich auch erkennen in welchen Bereichen die stärksten Parallelen zu finden sind.

MODULART	HOCHSCHULE	PROZENTUALER ANTEIL
Theoriekompetenz	Fachhochschule Wiesbaden	15 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	Fachhochschule Augsburg	40,5 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	Fachhochschule Mainz	17,1 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	Hochschule der Bildenden Künste Saar	46,7 %
Vertiefungs- und Spezialisierungs Kompetenz	Hochschule Anhalt (Dessau)	33,4 %
Facherweiterungskompetenzen	Fachhochschule Dortmund	33,9 %
Praxiserfahrung	Fachhochschule Niederrhein Krefeld	15,2 %
Bachelor Thesis	Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst Hildesheim	16,7 %*

* Der Kompetenzbereich der Bachelorarbeit wurde in dem allgemeinen Vergleich zurückgestellt, da an dieser Stelle lediglich Aufschluss darüber gewonnen wird wie wichtig die Bachelorarbeit im Verhältnis zum Gesamtstudium ist und wie stark sie schlussendlich gewertet wird. Es werden jedoch keine spezifischen Eigenschaften oder Besonderheiten in Bezug zum formulierten Selbstbild sichtbar.

MODULART	HÄUFIGKEIT (H)	ABWEICHUNG (A)
Theoriekompetenz	H: 27 von 27 = 100%	A: 3,8 % - 15 % = 11,2 %
Allgemeine Grundlagenkompetenz	H: 27 von 27 = 100%	A: 4,4 % - 40,5 % = 36,1 %
Erweiterte Grundlagenkompetenz	H: 25 von 27 = 92,6 %	A: 3,3 % - 17,1 % = 13,8 %
Projekt- und Wahlpflichtkompetenz	H: 27 von 27 = 100 %	A: 3,8 % - 46,7 % = 42,9 %
Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz	H: 17 von 27 = 63 %	A: 4,2 % - 33,4 % = 29,2 %
Facherweiterungskompetenzen	H: 25 von 27 = 92,6 %	A: 1,2 % - 33,9 % = 32,7 %
Praxiserfahrung	H: 17 von 27 = 63 %	A: 3,4 % - 15,2 % = 11,8 %
Bachelor Thesis	H: 27 von 27 = 100 %	A: 5 % - 16,7 % = 11,7 %

Um eine genaue Betrachtung der Abweichungen im Kursangebot zu ermitteln, werden an dieser Stelle zwei Werte berechnet. Zum einen wird untersucht, wieviele der Hochschulen den jeweiligen Kompetenzbereich überhaupt anbieten. Dieser Wert kann eine erste grundlegende Erkenntnis dazu geben, ob dieser Kompetenzbereich als wichtig oder nicht so wichtig angesehen wird.

Ein zweiter Wert soll dann die Schwankung innerhalb des Angebotes aufzeigen. Also wie klein ist der geringste Anteil im Studienverlauf und wie groß ist der größte Anteil im Studenverlauf. Diese Differenz soll aufzeigen wie groß, bzw. klein die Uneinigkeit und Priorisierung der Hochschulen untereinander ist.

HÄUFIGKEIT:

Betrachtet man zunächst einmal die Häufigkeit, also die Tatsache, ob bestimmte Kompetenzbereiche an den Hochschulen angeboten werden, fallen zwei der acht Kompetenzbereiche besonders auf.

Zum einen die Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen und zum anderen die Praxiserfahrung. Im Bereich der Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen bieten nur 17 der 27 Kunst- und (Fach)Hochschulen spezielle Angebote an, also gerade einmal 63 %. Diese Uneinigkeit ist wahrscheinlich im wesentlichen auf die Frage zurückzuführen, in wieweit ein Designstudium eher generalistisch oder eher spezialisierend sein sollte.

Eine immer wiederkehrende Thematik in der Ausbildungslandschaft, wie sich auch in den später durchgeführten Interviews herausstellen wird. Trotz dessen sind an vielen der Kunst- und (Fach)Hochschulen in den Studienbeschreibungen Begriffe wie „Gestalterpersönlichkeit“ oder „persönliche Schwerpunktentwicklung“, „individuelle Förderung der Begabungen“ etc. gefallen (zum Teil auch bei jenen, die keine speziellen Angebote in diesem Bereich anbieten).

Wie die späteren Untersuchungen zeigen werden, könnte es in Zukunft immer wichtiger werden, sich einer Verwässerung und der Vermischung der Grenzen zwischen Amateur und Profi dadurch zu entziehen, ein eigenes, klares Profil zu entwickeln. Sich bewusst zu reflektieren, seine Stärken und Schwächen kennen zu lernen. Doch hierauf soll später in dieser Arbeit noch einmal näher eingegangen werden.

Betrachtet man den zweiten Kompetenzbereich, die Praxiserfahrung, spiegelt sich ein ähnliches Bild wider. Ebenfalls nur 17 der 27 Hochschulen bieten Angebote in diesem Bereich an, die beispielsweise ein Praxissemester oder ein Auslandssemester umfassen.

Auch hierfür scheinen sich zwei Antwortmöglichkeiten zu ergeben: Zum einen ist es sicherlich eine rein organisatorische Entscheidung. Im Rahmen des Bachelor-Master Systems können die Kunst- und (Fach)Hochschulen relativ frei darüber entscheiden, wie die Gewichtung zwischen Bachelor- und Masterstudium sein soll. Sprich, soll es sechs Semester Bachelor und vier darauf aufbauende Semester Master geben, oder sieben im Verhältnis zu drei oder sogar acht im Verhältnis zu zwei. Aus den jeweiligen Entscheidungen ergeben sich zwangsläufig gewisse strukturelle Veränderungen. In einem 6-semesterigen Studium ist tendenziell keine Zeit für ein Praxissemester gegeben. Und auch keine der Hochschulen, die den Bachelor in 6 Semestern anbieten, sehen ein reguläres Praxissemester vor.

Bei einem 7-semesterigen Bachelor ist es in der Regel üblich ein Praxissemester zu integrieren. Ebenso bei den 8-semesterigen Bachelor-Angeboten.

Diese Aufteilung scheint nun einer weiteren Grundfrage unterworfen zu sein: Wie viel reale Praxiserfahrung sollte während eines Studiums gegeben sein? Sollte ein Designstudium also eher praxisnahe Angebote bieten oder möglichst experimentell und praxisunabhängig sein? Auch auf diese Frage wird im folgenden Fazit (und später in den Interviews) eingegangen.

In zwei weiteren Bereichen sind kleine Abweichungen bei der Häufigkeit des Angebotes zu beobachten. So werden die beiden Kompetenzbereiche „erweiterte Grundlagenkompetenzen“ und „Facherweiterungskompetenzen“ nur an 25 der 27 Hochschulen angeboten.

Im Bereich der erweiterten Grundlagenkompetenzen scheint die Antwort sehr naheliegend, da an besagten Hochschulen jeweils ein eigener Studiengang in diesem Bereich der digitalen Medien angeboten wird. Die entsprechenden Hochschulen versuchen dann durch Studiengangübergreifende Projekte oder Werkstattarbeiten die Kompetenzen zu vermitteln.

Die Facherweiterungskompetenzen sind im Zuge einer immer wissenschaftlicheren und auch theoriebewussteren Ausbildung an allen Hochschulen angekommen. Spezielle Angebote, die sich hingegen von den gestaltungsbezogenen Kompetenzen abheben und dafür in fachfremde Gebiete vordringen oder aber speziell die sozialen und persönlichen Skills der Studenten trainieren, sind eher an wenigen der Kunst- und (Fach)Hochschulen zu finden (Siehe hierzu auch die Auflistung aller angebotenen Module und Kurse der 27 Hochschulen). Die Tendenz ist jedoch steigend, wie anhand vieler Studienbeschreibungen zu erkennen ist, und findet sich auch zunehmend in anderen Arbeiten und Auseinandersetzungen rund um das Thema des Designberufes wider (näheres in den folgenden Kapiteln).

ABWEICHUNGEN:

Wie die einzelnen Auswertungen und die Abweichungen vom Mittelwert gezeigt haben, sind ein großer Teil der Kunst- und (Fach) Hochschulen im Bereich des Mittelwertes positioniert.

Die deutlichen Abweichungen entstehen hauptsächlich durch einzelne Sonderstellungen einzelner Kunst- und (Fach)Hochschulen, beispielsweise die Fachhochschule Dortmund mit ihrem überdurchschnittlich großen Anteil an Facherweiterungskompetenzen oder die Kunsthochschule Muthesius Kiel mit einem sehr geringen Anteil allgemeiner Grundlagenkompetenzen.

Allgemein betrachtet fallen jedoch bei allen Hochschulen intern differenzierte Gewichtungen auf, sodass sich bei genauem Betrachten auch wieder deutliche Unterschiede aufzeigen.

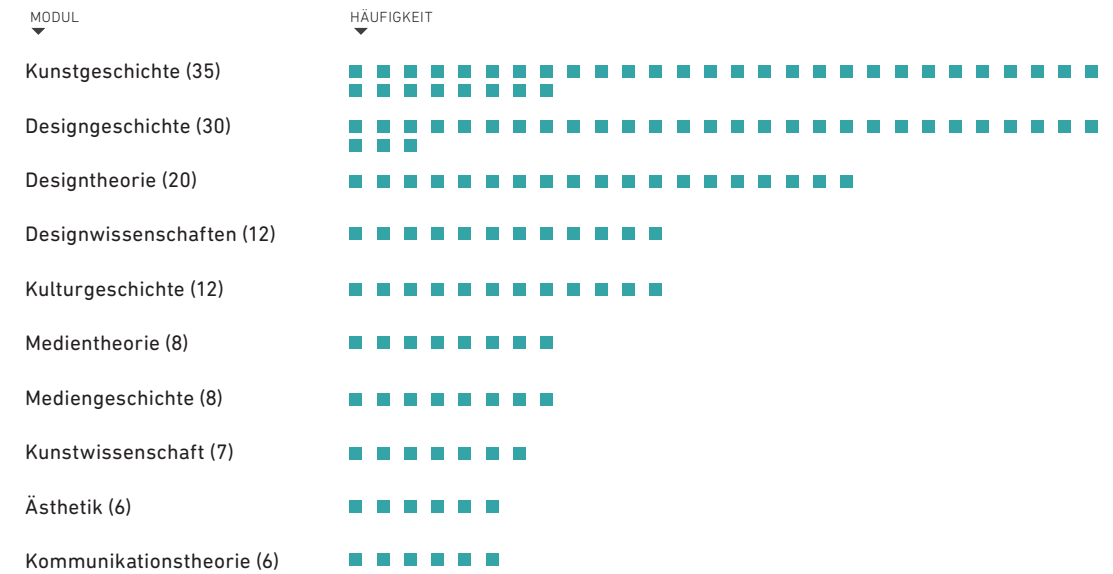
Die Top-Ten

Bei der Analyse der Modulhandbücher und der Übertragung in das Vergleichsraster sind immer wieder unterschiedliche Module aufgefallen, die sich bei vielen der 27 untersuchten Kunst- und (Fach)Hochschulen wiederholt haben. Um einmal genau aufzuzeigen, welche Module besonders häufig und an wievielen Hochschulen gelehrt werden, folgt eine Übersicht der jeweiligen Top-Ten der einzelnen Modulbereiche.

Die Skala der Häufigkeit reicht dabei von 1 - 27. Da einige der Module jedoch an manchen Hochschulen mehrmals angeboten werden, beispielsweise in Aufbaukursen, ist auch das Zusatzangebot hier mit dargestellt. Nach den top-ten der beliebtesten Module folgen die anderen Module, nach Häufigkeit geordnet, in einem abschließenden Block.

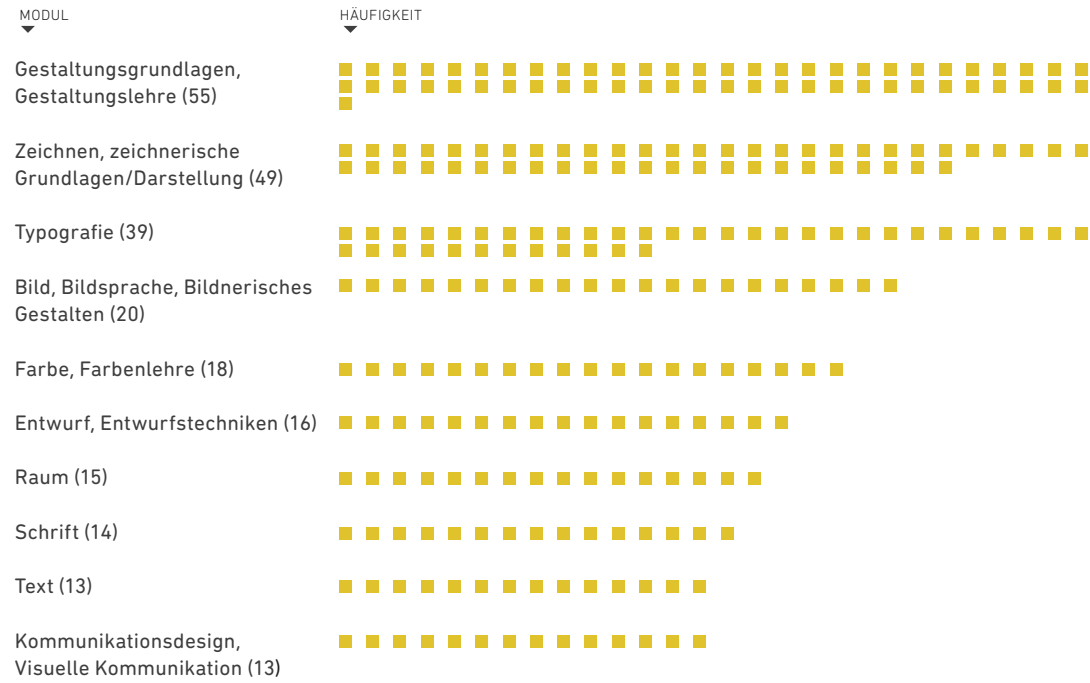
Diese Top-Ten Liste wird nur für die vier Bereiche Theoriemodule, allgemeine Grundlagenmodule, erweiterte Grundlagenmodule und Facherweiterungsmodule angelegt. Bei den anderen Modulgruppen, vor allem bei den Projektmodulen und den Vertiefungsmodulen, sind die Angebote so unterschiedlich, dass sich letztendlich keines der Angebote überschneidet, sondern alle als Einzelfall betrachtet werden müssen.

THEORIEMODULE



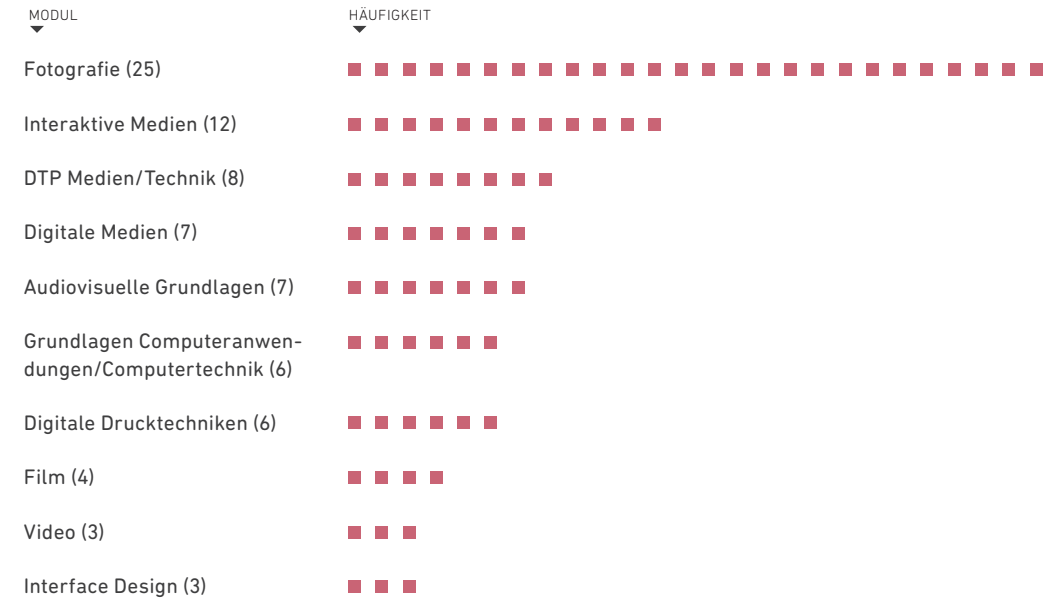
Kulturwissenschaft (6), Medienwissenschaften (5), Methodik (4), Kommunikationswissenschaften (3), Semiotik (2), Wahrnehmung (2), Fototheorie (2), Architekturgeschichte (2), Grundlagentheorie (2), Filmgeschichte (2), Gestaltungstheorie (2), Soziologie (2), Designdiskurs (2), Designdenken (2), Designmethoden (2), Fachtheorie Kommunikationsdesign (1), Fachtheorie Produktdesign (1), Fachtheorie Interfacedesign (1), Kulturgeschichte der Angewandten Kunst (1), Werbe- und Sozialpsychologie (1), Theorie CI/CD, Theorie Produktdesign, Theorie Farbe und Licht, Theorie Raum, Theorie Zeitbasierte Medien, Theorie Advertising Design, (1), Geschichte des Lichts (1), Geschichte des Lichts (1), Text-Bild-Kommunikation (1), Berufsbild/Berufspraxis (1), Kunstanalyse (1), Kreativitätstheorie (1), Wahrnehmungstheorie (1), Theorie und Geschichte des Schreibens (1), Massenkommunikation und Medienethik (1), Psychologie der Gestaltung (1), Bezugswissenschaften (1), Geschichte der Visuellen Kommunikation (1), Gestaltungswissenschaften (1), Kommunikationsdesign (1), Kommunikationsstrategie (1), Denken, Wahrnehmen, Zeichnen (1), Gestaltung und Zeichnen (1), Designkonzepte (1), Kultur und Design (1), Modegeschichte (1), Kulturphilosophie (1), Dramaturgie (1), Gestaltungstheorie (1), Designstrategie (1), Konzeption (1), Gesellschaftliche Grundlagen des Design (1), Designspezifische Grundlagen (1)

GRUNDLAGENMODULE ALLGEMEIN



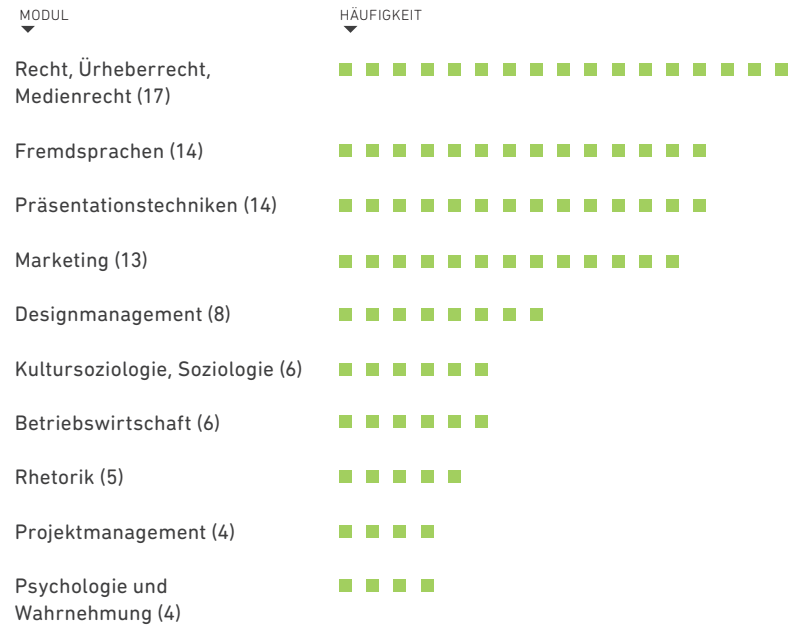
Drucktechnik (12), Grundlehre 3D (9), Formlehre (9), Grundlehre 2D (8), Layouttechniken (8), Konzeption, Designkonzeption (7), Darstellen (7), Experimentelles Gestalten (6), Fläche (5), Malerei (5), Illustration (5), Künstlerische Grundlagen (5), Grafik (4), Körper (4), Materialkunde (4), Freies Gestalten (4), Objekt (4), Kreativität (3), Methodik (3), Print (3), Sprache (3), Visualisierung (3), Editorial (2), Plastik (2), Naturstudium (2), Metall (2), Analyse (2), Morphologie und Anatomie (2), Bleisatz (1), Satztechnik (1), Druckvorstufe (1), Szenografie (1), Dekorentwicklung (1), Dreidimensionales Gestalten (1), Visuelle Grundübungen (1), Realisation, Satz (1), Creative Writing (1), DMW (1), Geometrie/Perspektivenlehre (1), Wahrnehmung (1), Kalligrafie (1), Identifikationselemente Entwickeln; Raster (1), Konstruktionslehre (1), Sach-, Medien- und Formatäquates Schreiben (1), Wissensdokumentation (1), Design/Werbung (1), Werkstatt/Buchbinden (1), Werkstatt/Modellbau (1), Holz, Licht (1), Ausstellungs/Symposium (1), 2+3dimensionale Systeme + Strukturen (1), Darstellungstechniken, Scribble (1).

GRUNDLAGENMODULE MEDIEN



CAD (3), zeitbasierte Medien (3), Digitale Werkzeuge (3), Grundlagen digitaler Gestaltung (2), Webdesign (2), Medientechnologie (2), Grundlagen AV (2), Animation (2), Digitaler Satz (2), Screendesign (1), Medienlabore (1), Bewegtbild (1), Grundlagen der digitalen Darstellung (1), Oberflächenrendering (1), Gestaltungstechniken CAS Visualisierung (1), Werkstatt / Digital (1), Labor / Foto (1), Das bewegte Bild (1), Technologische Systemeinführung (1), Programmiersprachen (1), Simulation (1), Digitale Strukturmodelle (1), IT-Grundlagen (1), Bild still/motion (1), Fotodesign (1), Fototechnik (1), Reale und virtuelle Informationsräume (1), Schnitttechnik und Sound (1), Digitale und analoge Produktion (1), Digitale Präsentation (1), Grundlagen der angewandten Informatik (1), Fotografische Bildgestaltung (1), Fotografische Lichtgestaltung (1), Satzgestaltung und Produktion Verlag und Herstellung (1), Hypermedia (1), Perspektivisch- räumliches Zeichnen (1), Digitaler Modellbau (1), Fotografische Grundlagen (1), Digitale Bildbearbeitung (1), Labor- und Kameratechnik (1), Studioteknik (1), Digitale Technik (1), Internet Technik (1), Internetkommunikation (1), Digitale Techniken: Internettechnik (1), Digitale Techniken: Bildbearbeitung (1), Digitale Techniken: Illustration (1), Storyboard (1), Digitale Schriftgestaltung (1), Grafische Techniken: analog und digital (1), Authoringtools Kommunikationsdesign (1), Modell- und Messebau (1), 3D-Techniken (1), Licht- und Beleuchtungstechnik (1), Fototechnik: analog und digital (1), Bildbearbeitungstechniken (1), Multimediatools (1), Veröffentlichung und Dokumentation: Print (1), Veröffentlichung und Dokumentation: Ton, Sprache, Klänge (1), Veröffentlichung und Dokumentation: Authoring Multimedia (1), Technische Grundlagen (1), Fachbezogene Grundlagen: Softwareanwendung (1), Technische Grundlagen: Colormanagement (1), Fachbezogene Grundlagen: Softwareanwendung (1), Technische Grundlagen Einführung Rechner (1), Experimentelles Visualisieren 2D (1), Experimentelles Visualisieren 3D (1), Digital Design / Technologie (1), Markertechniken (1).

FACHERWEITERUNGSMODULE



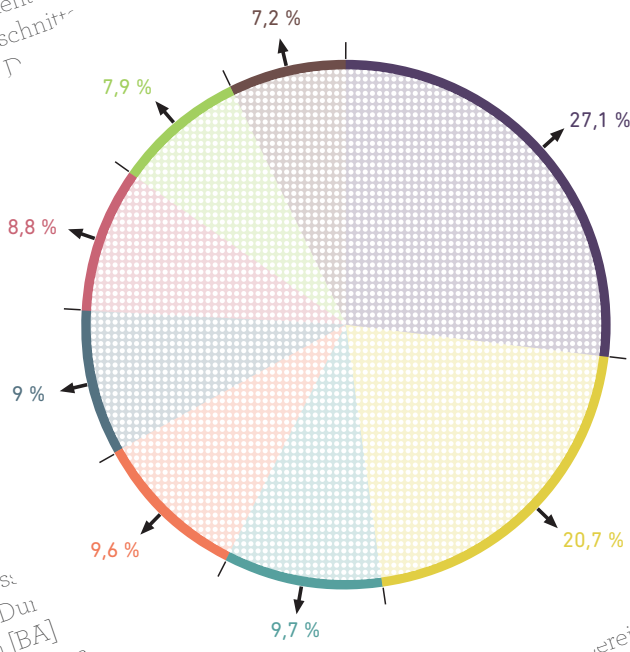
Fachinformationssysteme, Grundlagen der geisteswissenschaftlichen Theorie, Unternehmensstrategie, Trendscouting, Ökologie und Recycling, Büromanagement, Gender Interface, Out of College I, Out of College II, Recherchieren, Textverständlichkeit, Gesellschaftsanalyse, BWL für Designer, Design und Management, Design und Marke/Branding, Kulturelle Orientierung, Vortragstechnik, Ausstellung, Selbstmanagement, Grundlagen des Schreibens, Einführung in das Ökonomische Denken, Professionelles Schreiben, Ökologie, Baugeschichte I, Ökologie, Baugeschichte I, Blockwoche: Workshop, Exkursion, Studium Generale, Berufsfeld, Teamwork, Interkulturelle Kommunikation, Basismodul Philosophie, AG X, Briefing, Brainstorming, Ideenmanagement, Kreatives Schreiben/Sprache und Text, Existenzgründung /Betriebsführung, Planungsmanagement I, Planungsmanagement II, Kalkulation digitaler Produkte, Wissenschaftliches Arbeiten, Cultural Studies, Gender Media Design, Design Culture And Material Culture, Bezugswissenschaften I, Medienmanagement, Angewandte Medientheorie und Medienästhetik, Design im Kontext, Bezugswissenschaften II, Grundzüge des Existenzgründungsmanagements, Konzeptplanung, Konzeptionsentwicklung und Kommunikation, Konzeption, Planung, Bildanalyse und Textlektüre, Werk- und Projektkritik, Wissenschaftliches Arbeiten, Kooperation, Produktion, Theorie und Methoden, Media und Gender, Mediensoziologische Anwendungen, Erhebungs- und Planungsinstrumente, Praxis Organisation und Kommunikation im Projekt, Existenzgründung, Wissenschaftliches Arbeiten, Allgemeinwissenschaftliches Wahlpflichtmodul, Verbale Kommunikation I, Forum, Interdisziplinäre Woche, Veröffentlichen als Designer I, Wissenschaftliches Arbeiten, Veröffentlichen als Designer II, Portfolio.



Welches sind die drei wichtigsten Kompetenzen eines professionellen Designers?
„Analytische Fähigkeiten, Souveränität in der Wahl der Ausdrucksmittel, Argumentative Stringenz, Sorgfalt und Ausdauer bei der Umsetzung“
 (Valentin Wormbs - HTWG Konstanz)

Durchschnittliches Kompetenzprofil

- 27,1 % Projekt- und Wahlpflichtkompetenz
- 20,7 % Grundlagenkompetenz Allgemein
- 9,7 % Theoriekompetenz
- 9,6 % Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenz
- 9 % Bachelorarbeit
- 8,8 % Grundlagenmodule Medien
- 7,9 % Facherweiterungskompetenz
- 7,2 % Praxiserfahrung



Fazit und Zusammenfassung zur Lage der Designausbildung

QUELLEN

Kai Buchholz, Justus Theinert in Design-
lehren, Wege deutscher Gestaltungsausbil-
dung, 1. Aufl. Stuttgart: Arnoldsche Verlags-
anstalt, 2007 ISBN 978-3-89790-272-5

Betrachtet man das durchschnittliche Kompetenzprofil eines Designabsolventen, das sich aus der Untersuchung der 27 Hochschulen ableitet, lassen sich folgende Aussagen treffen.

PROJEKT- UND PRAXISERFAHRUNG:

Der Durchschnittsabsolvent hat am Ende seines Studiums (Regelstudienzeit zwischen 6-8 Semestern) etwa ein viertel seiner Studienzeit damit verbracht, erlernte gestalterische, methodische und theoretische Kompetenzen in Projektarbeiten zu vertiefen bzw. zu erproben (27,1 % Projekterfahrung). Versucht man nun einen Bezug zu den von Kai Buchholz und Justus Theinert angesprochenen Vorwürfen (Seite 32) bezüglich einer immer stärker werdenden Kommerzialisierung der Designausbildung zu ziehen, lässt sich folgende Tendenz erkennen:

Anhand der einzelnen Modulbeschreibungen und der formulierten Selbstbilder der Studiengängen lässt sich ablesen, dass die angedachten Projektarbeiten in den meisten Fällen eine ausgewogene Balance zwischen angewandter-experimenteller Ausrichtung und praxisorientierter wirtschaftlicher Ausrichtung anstreben. An etwa 63 % der Kunst- und (Fach)Hochschulen wird vor allem das eingebundene Praxissemester als Chance genutzt, die Studenten mit dem realen Praxisbezug in Kontakt zu bringen (der Anteil liegt hierbei bei 7,2 %).

Eine entsprechende Ausgewogenheit (auch innerhalb eines Projektes) halte ich demnach für sehr wichtig. Ein rein experimentell ausgerichtetes Studium würde maßgeblich die Entwicklung von Gestalterpersönlichkeiten und Querdenkern mit (vergleichbar) höherem Kreativitätspotenzial und ausgeprägtem Sinn für Innovationen fördern.

Ihnen würde jedoch aufgrund mangelnder Praxiserfahrungen das Gefühl für die Gesetzmäßigkeiten realer Projekte fehlen. Dies könnte ihnen unter Umständen den direkten Berufseinstieg sowie das Verständnis für wirtschaftliche Prozesse, Sachverhalte und Auseinandersetzungen erschweren. Ein rein an der Praxis ausgerichtetes Studium würde im Gegensatz viel innovatives und kreatives Potential im Keim ersticken, liese man doch viele experimentelle (unkonventionelle) Ideen aufgrund der mangelnden Erfahrungen und der Angst vor „Pannen“ unrealisiert.

Eine besondere Gefahr liegt laut den Autoren Kai Buchholz und Justus Theinert vor allem in den sogenannten Drittmittel-Projekten. Diese bringen den Kunst- und (Fach)Hochschulkassen auf der einen Seite dringend benötigte Gewinne ein (und sind aus diesem Grund politisch besonders gern gesehen), bergen aber gleichzeitig die Gefahr, die eigene Kultur und damit das individuelle Profil einer jeden Kunst- und (Fach) Hochschule zu untergraben und ein offenes, neuartiges und experimentelles Denken zu unterdrücken. (Vgl. K.Buchholz, J. Theinert, 2007, S. 278)

Diese Beobachtung sollte aber auch nicht bedeuten, jede Art solcher Kooperationsprojekte zu unterbinden. Bieten sie doch auch die Möglichkeit, die späteren Auftraggeber und deren Denkweisen kennen zu lernen und ein Gespür dafür zu bekommen, welches Maß an Verantwortung und Einfluss das eigene Schaffen bergen kann. Es sollte aber in jedem Fall gut abgewogen werden, ob ein den Hochschulen entsprechendes offenes und experimentelles Herangehen möglich ist.

Die Auftraggeber sollten sich darüber unbedingt im Klaren sein und einer offenen Zusammenarbeit mit den Studenten entgegenkommen. Die Hochschulen müssen die Unternehmen „abholen“ und ihnen die Chancen einer experimentellen und offenen Auseinandersetzung mit ihren Problemen darlegen. Auch wenn dies bedeuten kann, dass am Ende kein im wirtschaftlichen Sinne brauchbares Ergebnis dabei herauskommt. Wenn sich die

Unternehmen darauf einlassen und die Studenten und Hochschulen in diesem Bestreben unterstützen würden, kann eine solche Zusammenarbeit für beide Parteien sehr fruchtbar sein.

Geht es jedoch nur darum, möglichst „günstig“ an Ideen zu gelangen, weil die Unternehmen nicht die Notwendigkeit sehen, dass gutes und professionelles Design, das sie sich bei Agenturen einkaufen müssten, auch entsprechendes Geld kostet, sollte dringender Handlungsbedarf von Seiten der Hochschulen entstehen, die eine solche Entwicklung nicht zulassen dürfen.

Ein ausgewogenes Verhältnis von Experiment und Realbezug und ein bewusster und reflektierter Umgang mit dem Thema ist demnach umso wichtiger und sollte auch in Zukunft ausgebaut werden.

In Bezug zur Praxiserfahrung der einzelnen Kunst- und (Fach)Hochschulen ist noch zu ergänzen, dass nicht nur die im vorigen Abschnitt beschriebene Uneingigkeit darüber, wieviel Praxiserfahrung ein Designstudent braucht eine Herausforderung für die Designausbildung darstellt. Es bedeutet auch, sich konkret dafür zu entscheiden, die Studenten möglichst zügig in die reale Praxis zu entlassen und das Praktikum als Anschluss an den Bachelor zu sehen oder dieses bereits in das Studium zu integrieren.

Unabhängig von der Antwort, welche Variante die richtige auf die Frage nach der Praxiserfahrung ist, entsteht unweigerlich eine weitere Herausforderung. Einer der Grundgedanken des Bachelor-Master Programms ist die allgemeine Anerkennung dieses Abschlusses und die damit verbundene Möglichkeit zwischen den Hochschulen zu wechseln. Also seinen Bachelor an der Hochschule „XY“ zu machen und den aufbauenden Master dann an der Hochschule „Z“ zu absolvieren. Ein grundlegend sehr guter Gedanke, um seine eigenen Fähigkeiten und Ziele erneut zu hinterfragen und auch in einem neuen Umfeld unter Beweis zu stellen – ein neuer Einfluss der einem neue Sichtweisen ermöglicht und darüber hinaus die sozialen Kompetenzen im Umgang mit neuen Menschen positiv beeinflussen kann.

Wenn aber ein Bachelor-Absolvent, der 6 Semester Bachelor studiert hat, seinen Master an einer Hochschule machen möchte, die acht Semester als Bachelorstudium vorsieht, funktioniert das System nur noch bedingt. Zwar bieten die entsprechenden Hochschulen dann entsprechende „Ausgleichsangebote“ an um die fehlenden 2 Semester auszugleichen, dies entspricht dann aber nicht der Intensität, die unter Umständen ein vier-semestriger Master geboten hätte. Es könnte demnach also eher zu einer abschreckenden Haltung seitens der Bewerber kommen, was schlussendlich dazu führt, dass die Hochschulen größtenteils wieder ihre eigenen Studenten im Masterstudium ausbilden.

Meiner Meinung nach werden die Chancen, die in dem „Austauschprogramm“ dieses Ansatzes zu sehen sind, zu wenig genutzt. Auch stellt sich die Frage, ob die Kunst- und (Fach)Hochschulen ihre Studenten nicht aktiv dazu anhalten sollten diesen Wechsel und die damit verbundenen Chancen zu nutzen.

GRUNDLAGEN-, THEORIE- UND VERTIEFUNGSKOMPETENZEN:

Betrachtet man nun, welche Basis den zuvor beschriebenen Projektarbeiten zugrunde liegt, lässt sich anhand der Auswertung folgende Tendenz erkennen. Als Basis der Projektarbeit hat der durchschnittliche Student etwa 20,7 % allgemeine Grundlagenkompetenzen erlernt. Theoretische Kompetenzen werden mit einem Anteil von 9,7 % vermittelt. Fast identisch groß ist der Anteil an Vertiefungs- und Spezialisierungskompetenzen (9,6 %).

QUELLEN

John Brockman: *Wie hat das Internet Ihr Denken verändert? Die führenden Köpfe unsere Zeit über das digitale Dasein*. 1. Auflage. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag 2011. ISBN: 978-3-596-19058-4

Es wird also sichtbar, dass das durchschnittliche Studienmodell eine generalistische Basis im Umgang mit Design bietet, die aber auch durch individuelle Vertiefungs- und Spezialisierungsangebote ergänzt werden kann. So kann der Durchschnittsstudent nicht nur ein allgemein gutes Gespür für den Umgang mit Design entwickeln, sondern zusätzlich auch seine eigenen besonderen Fähigkeiten und Interessen im Rahmen des Studiums vertiefen und ausbauen. Zur Ausprägung eines eigenen Profils, in dem man sich seiner Stärken und Schwächen bewusst wird, sehe ich diese Möglichkeit als ebenso wichtig an, wie die Ausbildung einer generalistischen Basis.

Die Bachelorarbeit wird im Schnitt mit einem Anteil von 9 % bewertet. Mit 8,8 % Anteil sind die erweiterten Grundlagenkompetenzen in den digitalen Medien etwa genauso gewichtet wie die Theoriekompetenzen. Betrachtet man sie aber im Verhältnis zu den allgemeinen Kompetenzen, sind sie nur etwa ein Drittel so groß. So scheint die „analoge“ allgemeine Basis der Grundlagenkompetenzen auch in der heutigen Zeit, in der wir zunehmend von digitalen Medien umgeben werden, immer noch sehr wichtig zu sein.

Die Medientechnologie entwickelt sich sehr schnell und stetig weiter. Sie wird unser tägliches Leben immer stärker beeinflussen und auch den Umgang mit Design dadurch auf eine andere Ebene bringen. Dies wird beispielsweise sichtbar, schaut man sich die Entwicklungen im Bereich der Smartphones, Tablet-PCs etc., also generell dem interaktiven und multisensualen Umgang mit Informationen und Kommunikation an. Aber gerade aus diesem Grunde (des stetigen Wandels) scheint es auch immer wichtig zu sein, sich an bestehenden, zeit-unabhängigen Strukturen zu orientieren. So hilfreich die Technik auch ist und so sehr sie viele Arbeitsschritte vereinfachen kann, so sehr verleitet sie doch aber auch dazu, sich zu schnell in ihr zu verlieren.

Um diese Vermutung zu unterstützen, möchte ich an dieser Stelle ein Zitat von Clay Shirky aus dem Buch *„Wie hat das Internet Ihr Denken verändert“* anbringen, dass zwar an dieser Stelle in einem andern Kontext zum Ausdruck gebracht wurde, dessen Inhalt sich aber auf die Situation und den Umgang mit dem digitalen Dasein übertragen lässt.

„Es ist unser Unglück, die größte Zunahme an Ausdrucksmöglichkeiten in der Geschichte der Menschheit zu durchleben – ein Unglück, weil Überfluss immer gefährlicher als Knappheit ist. Knappheit bedeutet, dass wertvolle Dinge noch wertvoller werden. Überfluss bedeutet, dass Dinge, die früher wertvoll waren, nicht mehr wertvoll sind, was die Menschen verunsichert.“
(J. Brockman, 2011, S. 36)

Und ich denke ebenso verhält es sich mit dem Umgang der neuen Medien. Um zu einer zielführenden Idee zu gelangen, bedarf es nicht zwangsläufig vieler technischer Möglichkeiten, sondern vielmehr der Reduzierung der Mittel, um die zur Verfügung stehende Kraft in eine gute Idee zu investieren.

Das originäre Suchen, Erkunden und Erfinden, um jenseits von vorgebauten Wegen Konventionen und Gebräuchliches abzuschütteln, könnte durch einen falschen Umgang mit den digitalen Medien verloren gehen.

Es sollte also ein ausgewogenes Verhältnis bestehen bleiben, um weder das eine (die digitale Revolution) zu unterdrücken - was sich schlussendlich nicht unterdrücken lässt, möchte man am Puls der Zeit mitwirken und den technischen Anforderungen im Beruf gerecht werden - noch das andere (die bewährte Grundlehre) auf Grund viel zu kurzlebiger Entwicklungen und Trends auszutauschen.

FACHERWEITERUNGSKOMPETENZEN:

Betrachtet man nun abschließend den Anteil der Facherweiterungskompetenzen, also jener Kompetenzen, die über die fachbezogenen kreativen und künstlerischen Fähigkeiten sowohl im Theoretischen als auch im Praktischen hinausgehen, so lässt sich bei den einzelnen Hochschulen ein scheinbar zunehmendes Interesse an diesen Kompetenzen feststellen. Bei einem Großteil der analysierten Selbstbeschreibungen der Hochschulen wurde damit geworben, dass das Studium interdisziplinäre Fähigkeiten, Teamkompetenz, wissenschaftliches Arbeiten, soziale Fähigkeiten etc. fördert und den Studenten somit die Möglichkeit gibt, in der Arbeitswelt von morgen bestehen zu können. Die spezifischen Angebote, die losgelöst von Projektarbeiten angeboten werden, sind im Schnitt mit etwa 7,9 % im Studium vertreten. Dieser Bereich ist jedoch auch einer derjenigen, in welchem große Schwankungen zwischen den betrachteten Hochschulen auftreten.

Während die einen Kunst- und (Fach)Hochschulen diesem Bereich einen sehr großen Stellenwert einräumen (siehe hierzu Abweichungen vom Mittelwert) ist er bei vielen nur sehr schwach ausgeprägt. Und zwar auch dann, wenn in den formulierten Selbstbildern der Studiengänge explizit diese Kompetenzen ausgelobt wurden.

Generell ist zu beobachten, dass in vielen Fällen die Kunst- und (Fach)Hochschulen versuchen, soziale, methodische, wissenschaftliche und persönliche Kompetenzen (also Schlüsselqualifikationen - hierzu später mehr) in direkter praktischer Einbeziehung von Projekten oder Grundlagenfächern abzudecken. Diese Fähigkeiten werden als wichtig anerkannt und in vielen Fällen auch als klares Ziel des Studienverlaufes ausgelobt.

Diese praxisnahe Auseinandersetzung ist im Grunde genommen sehr zu befürworten, kann doch an konkreten Beispielen und realen Situationen wirkungsvoller (im Sinne von einprägsamer) der Bezug zur realen Berufssituation erlernt werden. Dennoch stellt sich die Frage, ob es nicht sinnvoll wäre, die als so wichtig angepriesenen Kompetenzen mit einem ergänzenden, spezifischen Angebot zu festigen. So könnte die sehr wichtige, gestalterische und kreative Ausbildung untermauert und gefestigt werden, durch eine wissenschaftlichere, effektivere und gezieltere Arbeitsweise in Bezug auf soziale, persönliche und auch methodische Kompetenzen.

Hierzu ein kurzes Beispiel:

Teamfähigkeit – Alle sprechen von der Wichtigkeit und Relevanz guter Teamarbeit. Sie wird durch zum Teil semesterübergreifende oder interdisziplinäre Projekte erlernt und ausgeprägt. Studenten werden in Gruppen (Teams) zusammengewürfelt, um gemeinsam an einer Problemstellung zu arbeiten. So weit so gut. Ein sehr begrüßenswerter Ansatz.

Aber! Fast niemand der Beteiligten hat sich im Vorfeld mit der Frage auseinandergesetzt oder wurde damit konfrontiert, was ein Team ist, wie es funktioniert, mit wieviel Personen es funktioniert, welche Arten von Rollen im Team eingenommen werden können, welche Fähigkeiten er selber hat und welche Rolle er dadurch einnehmen wird oder welche er gerne einnehmen würde.

Wäre dieses Wissen vorhanden, könnten diverse Teamarbeiten und Prozesse einer Gruppenarbeit viel positiver, effektiver und zielführender gelöst werden. Sicherlich ist auch die Erfahrung, die aus einem Konflikt heraus entsteht, sehr wichtig. Sie kann jedoch mit dem nötigen Wissen gezielter zum positiven gelenkt werden, ohne dass unweigerlich eine Verhärtung zweier Fronten entsteht, bei der am Ende niemand mehr weis, warum es dazu gekommen ist.

QUELLEN

Brockhaus digitale Enzyklopädie: Schlüsselqualifikationen. URL: http://www.brockhaus-enzklopaedie.de/be21_article.php?document_id=0x1f3b2d12@be
Zugriffsdatum: 05.11.2011

Wichtig schein aber auch zu sein, solche Zusatzangebote immer noch in Bezug zu der Designdisziplin zu setzten. Also beispielsweise konkrete oder immer wieder auftauchende Probleme in die Facherweiterungsausbildung zu integrieren und sie nicht fach-losgelöst zu erlernen. Der Brockhaus trifft hierzu folgende Aussage:

„In der konkreten Ausbildungspraxis in Lehre oder Hochschulstudium muss die Vermittlung von Schlüsselqualifikationen nicht zulasten der fachlichen Inhalte gehen. Eine von den Inhalten losgelöste Vermittlung von Schlüsselqualifikationen ist häufig sogar kontraproduktiv, da sie ihre Unabhängigkeit von Fachkompetenzen suggeriert. In der Arbeitswelt jedoch werden gerade Methoden- und Sozialkompetenz nahezu ausschließlich an fachliche Probleme gekoppelt gefordert. Deshalb ist es wenig sinnvoll, wenn bestehende Ausbildungsprogramme in ihrer fachlichen Ausrichtung durch parallel laufende Lehreinheiten zur Schlüsselqualifikationen nur ergänzt werden. Ein tatsächlicher Mehrwert kann deshalb nur dann erreicht werden, wenn Lehrmethoden und -inhalte so verändert werden, dass sie über die fachliche Ausbildung zur Ausprägung von Schlüsselqualifikationen führen.“ (Brockhaus, 2012)

Eine über die fachliche Ausbildung führende Vermittlung der Kompetenzen, die nur eine rein „praktische“ Ausbildung der Facherweiternden Kompetenzen ohne bewusste theoretische Reflexion des Themas vorsieht, sehe ich aber ebenso als schwierig und auf lange Sicht gesehen nicht erfolgreich an. Es gilt demnach ein gesundes Mittelmaß zu finden, um die wie in dem zuvor beschrieben Beispiel gewonnenen Erfahrungen bewusst einsetzen zu können.

Welche Kompetenzen im Speziellen weiter gefördert und ausgeprägt werden sollten, ob sich die zuvor beschriebenen Vermutungen bestätigen und auf welchem Wege diese „Förderung“ von statten gehen könnte, wird in den folgenden Kapiteln in die Auseinandersetzung mit eingebracht werden.

CHANCEN UND NUTZEN:

Neben dem eigentlichen Ziel, herauszufinden was an den einzelnen Hochschulen gelehrt wird, um der Frage nach professionellem Design in der heutigen Zeit etwas näher zu kommen, könnte die durchgeführte Untersuchung auch darüber hinaus einen langfristigen Nutzen erzielen:

Es liegt schlussendlich an der Überzeugungskraft der Hochschulen, potenzielle Studenten von ihrem Modell zu überzeugen und mit guten Argumenten für die entsprechende Aufteilung und Positionierung des Studiengangs zu werben. Darüber hinaus kann ein potenzieller Student, wenn er schon von sich aus weiß wie das „ideale“ Studium für ihn aussehen sollte, bzw. ob er beispielsweise praxisorientierter oder theoretischer im Bereich Design studieren möchte, anhand einer solchen Kompetenzanalyse, in Verbindung mit den anderen Informationsmedien schneller und deutlicher die für ihn ideale Kunst- oder (Fach)Hochschule finden.

Hinzu kommt, dass durch häufig sehr große Distanzen nicht immer ein persönliches Gespräch möglich ist. So informieren sich die Studienanwerter häufig erst einmal nur über die Webseiten, Imagebroschüren, Flyer etc.

Möchte man näheres über den Studienverlauf und das Modulangebot herausfinden, ist man häufig damit konfrontiert, die einzelnen Modulhandbücher der jeweiligen Hochschulen anzuschauen. Grundlegend ist dies eine gute Möglichkeit, einen ersten Eindruck zu bekommen, würden die einzelnen Kunst- und (Fach)Hochschulen nicht dazu neigen, das Thema Modulhandbuch immer wieder aufs neue zu erfinden. Was damit an dieser Stelle zum Ausdruck gebracht werden soll, ist die Tatsache, dass viele der Modulhandbücher und Studienverlaufspläne sehr kompliziert und undurchsichtig aufgebaut sind. Jede Kunst- und (Fach)Hochschule hat ein eigenes Modell entwickelt, was durchaus auch einen Sinn ergibt (da sie ja auch unterschiedliche Studienmodelle verfolgen). Dies wird jedoch durch zum Teil sehr experimentelle und unverständliche Darstellungen unnötig verkompliziert. Ein zusätzlich vergleichendes Modell, welches einen gemeinsamen Nenner findet, um einen Gesamtvergleich erzeugen zu können, könnte ein leichteres Verständnis positiv unterstützen.

KAPITEL DREI

PROFESSIONALITÄT IM DESIGN

Was ist professionelles Design?

Um der Frage näher zu kommen, was professionelles Design in der heutigen Zeit ist und welche Kompetenzen und Fähigkeiten ein Designer haben sollte, um professionelles Design kreieren zu können, soll dieses Kapitel einen kleinen Einblick in bereits vorhandenen Arbeiten und Auseinandersetzungen zu dem Thema des professionellen Designs geben.

An erster Stelle soll hierfür das Thema „*Volkssport Design*“ betrachtet werden. Was ist mit Volkssport Design gemeint? Ist Design zu einer Art Freizeitvergnügen für Jedermann geworden?

Herbert Grüner und Florian A. Schmidt beschreiben in der Dokumentation des Symposiums zur Lage der Designprofession dieses Thema wie folgt:

„Die Designprofession ist einem tief greifenden Wandel unterworfen: Während das Design an Bedeutung gewinnt, verliert es zugleich an Exklusivität. Der Beruf ist nicht geschützt und das Web fördert ein Verschwimmen der Grenzen zwischen Amateur und Profi. Kurzum, Design ist zum Volkssport geworden.“ (H. Grüner, F.A. Schmidt, 2010, S.1)

Die Kunsthochschule Berlin Weißensee hat in Zusammenarbeit mit der Allianz deutscher Designer im Juli 2010 zu diesem Thema, das zuvor benannte Symposium „Volkssport Design - Symposium zur Lage der Designprofession“ veranstaltet, bei welchem unterschiedlichste Aspekte und Schwerpunkte dieser Thematik diskutiert wurden. Die wichtigsten Ergebnisse und Anregungen dieses Symposiums sollen im Folgenden nun zusammengefasst werden

QUELLEN

Herbert Grüner, Florian A. Schmidt in:
Volkssport Design - Symposium zur
Lage der Designprofession - Nachspiel
1. Auflage, Berlin, Hrg. Kunsthochschule
Berlin Weißensee, 2010, ISBN: 978-3-
9805489-9-1

DER EINFLUSS DES INTERNET:

AMATEURDESIGN VS. PROFESSIONELLEM DESIGN:

Einen ersten Überblick über den strukturellen Wandel der Designprofession gibt Florian A. Schmidt. Er sieht für das Verschwimmen der Grenzen zwischen Amateuren und Profis im Design vor allem die Entwicklung des Web 2.0 verantwortlich. „Web 2.0 hat das Design demokratisiert.“ (F.A. Schmidt, 2010, S.4) Durch das Internet sei es zunehmend für Jedermann möglich auf Wissen, Produktions- und Publikationsmittel zuzugreifen. Hinzu kommt, dass heute fast jeder die Möglichkeit hat, die nötige Hard- und Software zu bekommen, um selber designen zu können.

„Ohne Grundkenntnisse in der Gestaltung kommt man in unserer medialisierten Gesellschaft nicht mehr über die Runden: >Man kann nicht nicht gestalten, so Schmidts These.“ (F.A. Schmidt, 2010, S.4)

Die Mittelmäßigkeit und die Unterschiede von amateurhaftem Design seien meist unverkennbar und doch drängt das amateurhafte Design zunehmend in die „Angebot-Nachfrage“ Schleife des Designberufes ein. Ein Beispiel sind an dieser Stelle die Crowdsourcing Plattformen, doch hierzu später mehr.

Die Frage, die Herr Schmidt in den Raum stellt ist, ob der Einfluss der Amateurdesigner ausschließlich als Gefahr zu bewerten ist. Er stellt die These auf, dass sich ein zunehmender Wettstreit zwischen Amateurdesignern und Professionellen Designern nicht verhindern lasse und das die professionellen Designer sich nur vor dem Amateurdesign schützen können, wenn sie ihre Profession auf eine andere Ebene heben würden.

Nur ein professionell ausgebildeter Designer ist in der Lage komplexe Designlösungen zu erarbeiten. Und eben genau dieser komplexen Aufgaben sollten sich die professionellen Designer in Zukunft widmen. Einfache Aufgaben werden zunehmend von Amateurdesignern übernommen werden, die zu Niedrigpreisen arbeiten, gegen die kein professioneller Designer anhalten kann. (Vgl. H. Grüner, F.A. Schmidt, 2010, S.4)

CROWDSOURCING:

Durch die Demokratisierung des Designs im Internet ergeben sich auch zunehmend neu Arten der Angebote und Arbeitsformen. Arbeitsformen bei denen Amateure in den Angebot- Nachfragezyklus einbezogen werden (zum Teil gewollt, zum Teil ungewollt). Eines dieser Formen ist das sogenannten Crowdsourcing.

Kurzdefinition Crowdsourcing:

„Unter Crowdsourcing versteht man das Involvieren einer Gruppe von Internetnutzern außerhalb der Strukturen des Unternehmens in einem vorher klar definierten Rahmen (Software, Zeitraum, Teilnahmebedingungen, Incentivierung) zur Generierung unterschiedlichster Mehrwerte (siehe weiter unten) für einen Auftraggeber (Unternehmen, Dienstleister, Webplattform, Einzelperson).“

Dabei kommen die vielfältigen Mechanismen des Social Web zum Einsatz, um eine Zusammenarbeit der Nutzer zu ermöglichen. Dazu zählt man Kommentare, Wertungsmechanismen, Weiterempfehlungen und Verschlagwortungen. Crowdsourcing ist ein Prozess, der auf einer eigenen Plattform oder unter Nutzung diverser schon vorhandener Web-Plattformen stattfinden kann. Unabdingbar ist das Nutzen des Internets, damit die Teilnehmer orts- und zeitunabhängig sich einbringen können. Crowdsourcing ist ein noch sehr junger Baustein der virtuellen Wertschöpfungskette und setzt auf die Kraft der Vielen - die Kraft, die Kreativität und die Vielfalt der Menschen im Internet und ihre Ideen, kulturellen Backgrounds, beruflichen Qualifikationen und Erfahrungen sowie ihr Können.

QUELLEN

Florian A. Schmidt in: Volkssport Design - Symposium zur Lage der Designprofession - Nachspiel 1. Auflage, Berlin, Hrg. Kunsthochschule Berlin Weißensee, 2010, ISBN: 978-3-9805489-9-1

Herbert Grüner, Florian A. Schmidt in: Volkssport Design - Symposium zur Lage der Designprofession - Nachspiel 1. Auflage, Berlin, Hrg. Kunsthochschule Berlin Weißensee, 2010, ISBN: 978-3-9805489-9-1

QUELLEN

Socialnetworkstrategien.de: Crowdsourcing. URL: <http://www.socialnetworkstrategien.de/2010/07/crowdsourcing-mehrwerte-chancen-definition/> Zugriffsdatum: 18.01.2012

Bastian Unterberg in: Volkssport Design - Symposium zur Lage der Designprofession - Nachspiel. 1. Auflage, Berlin, Hrg.: Herbert Grüner, Florian A. Schmidt, Kunsthochschule Berlin Weißensee, 2010, ISBN: 978-3-9805489-9-1

Herbert Grüner, Florian A. Schmidt in: Volkssport Design - Symposium zur Lage der Designprofession - Nachspiel. 1. Auflage, Berlin, Kunsthochschule Berlin Weißensee, 2010, ISBN: 978-3-9805489-9-1

S. Koppelkamm in: Volkssport Design - Symposium zur Lage der Designprofession - Nachspiel. 1. Auflage, Berlin, Hrg.: Herbert Grüner, Florian A. Schmidt, Kunsthochschule Berlin Weißensee, 2010, ISBN: 978-3-9805489-9-1

Torsten Stapelkamp in: Volkssport Design - Symposium zur Lage der Designprofession - Nachspiel. 1. Auflage, Berlin, Hrg.: Herbert Grüner, Florian A. Schmidt, Kunsthochschule Berlin Weißensee, 2010, ISBN: 978-3-9805489-9-1

Egal ob Profi oder Amateur. Jeder kann sich beim Crowdsourcing als wertvoller Bestandteil der Crowdsourcing-Community mit einbringen. Mit einer eigenen Idee oder auch als jemand, der seine Meinung in Form von Bewertungen und Kommentaren in konstruktiver Form einbringt. Oft sind gerade sogenannte Amateure, die aber häufig über ein tiefes Fachwissen verfügen, sowie „Querdenker“, die aus ganz fremden Disziplinen kommen, diejenigen, die neue Sichtweisen, Ideen und vorwärtstreibende Denkanstöße einbringen. Die Summe der Ideen, Erfahrungen und Meinungen führt zu neuen Ergebnissen und Mehrwerten, wie sie bisher ohne das Internet nicht möglich waren.“ (Socialnetworkstrategien, 2011)

Das Thema des Corwdsourcings wird kontrovers diskutiert und ist vor allem im Bereich des Designs ein sehr umstrittenes Thema. Aus diesem Grund ist es auch Teil des Symposiums. Es treten sowohl die Befürworter als auch die Gegner des Crowdsourcings auf die Bühne und geben somit zwei Sichtweisen auf das Thema vor.

Bastian Unterberg von der Crowdsourcing Webseite „*javoto.com*“ versucht eine vorschnelle Verurteilung des Thema zu entkräften. Die Grundlegende Idee, diejenigen zusammenzubringen die Ideen suchen und diejenigen, die Ideen haben, sieht er als eine große Chance an. Wichtig ist dabei jedoch, dass dieser Austausch zu fairen Konditionen stattfinden muss.

„Die Plattform wurde 2007 an der Universität der Künste von Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer und Bastian Unterberg gegründet, unter anderem aus der Erkenntnis heraus, wie sehr junge Designer ausgebeutet werden und wie hoch die Einstiegshürden für sie sind. Fairness stand bei der Konzeption von javoto an erster Stelle, und so wurden z. B. die Richtlinien von Fidius e. V. Für faire Wettbewerbe berücksichtigt. Offenheit, Transparenz und klare Konditionen sind Eckpfeiler der Arbeit von javoto.“ (B. Unterberg, 2010, S.5)

Wichtig scheint in diesem Zusammenhang auch die Information, dass auf javoto vor allem Ideen und keine fertigen Artworks gehandelt werden. Die Ausarbeitung der Ideen werden dann häufig in extra vergüteten Folgeaufträgen realisiert.

Unterberg plädiert dafür, Crowdsourcing nicht von vorne herein abzulehnen, sondern das Prinzip des Crowdsourcings erst einmal neutral als Prozesstechnik zu begreifen. Alles entscheidend sei bei dem Umgang mit dieser Technik, nach welchen Rahmenbedingung die Beteiligten in den Prozess eingebunden werden. *„In der ausdrücklichen Betonung von Transparenz und Fairness liegt Unterberg zufolge der Unterschied zu anderen Crowdsourcing-Projekten im Netz.“* (Vgl. H. Grüner, F.A. Schmidt, mit e. Zit., 2010, S.5)

Als Negativbeispiele sind im Folgenden Seiten wie *„designenlassen.de“* benannt, bei der zu absoluten Niedrigpreisen Designlösungen gehandelt werden, von denen am Ende niemand (außer dem Amateurdesigner) profitiert. Die Auftraggeber werden mit kurzfristigen und qualitativ mittelwertigen Designlösungen abgespeist. Gleichzeitig werden den professionellen Designer die Jobs weggenommen, bei denen sie durch die Niedrigpreise nicht mithalten können. Am Ende profitiert also nur der Amateurdesigner, der aus Spaß an der Sache (nicht aus der Notwendigkeit heraus Geld für den Lebensunterhalt verdienen zu müssen) ein kleines Taschengeld verdient hat.

„Selbst wenn man einen hohen Idealismus >der Sache Wegen< mit in die Überlegung einbezieht, lautet die Antwort für einen professionellen Designer, der erwerbswirtschaftlich tätig ist: >Lass' die Finger davon<! Die Hoffnung, sich durch den Wettbewerb zu profilieren und den viel zitierten Fuß in die Tür zu bringen, erweist sich zumeist als unbegründet.“

(..)Der Amateur wird durch den Wettbewerb an sich angereizt. Er kann kostenlos beschaffte Designwerkzeuge ausprobieren, seine Freizeit sinnvoll nutzen, seine Ideen verwirklicht finden, in der Community Anerkennung finden etc. Nur er rechnet nicht mit den 500 Euro. Sie sind nice to have, kein notwendiger Einkommensanteil. Der Amateur arbeitet auch umsonst!“ (Grüner, 2010, S.18)

Wenn solch eine Arbeitsweise in den Wettbewerb drängt, muss sich der professionelle Designer klar davon differenzieren, um auch in Zukunft bestehen zu können. Auch hier gilt wieder (oder umso mehr) in der Kommunikation die Notwendigkeit von professionellem Design zu kommunizieren und sich über die Kernkompetenzen im Umgang mit professionellem Design bewusst zu werden.

„Das Gute an solchen Entwicklungen sei, dass sich die Designerinnen und Designer über ihre Kernkompetenzen im Klaren werden müssen. Der Beruf des Designers besteht weder darin, technische Dienstleistungen zu erbringen, noch darin, zusammen mit Amateuren an Logowettbewerben teil zu nehmen.“ (S. Koppelkamm, 2010, S.13)

Professor Torsten Stapelkamp tritt als klarer Gegner des Crowdsourcing auf. Er stellt die Grundausrichtung und die Aufgabenfelder des Designers in Frage und fordert eine höhere Wertschätzung des Design im Wirtschaftsgeschehen. *„Designer seien eben nicht bloß Zulieferer von Ideen, sondern erst sie gäben Unternehmen Identität und Bedeutung. Sie lösen Aufgaben von hoher Komplexität und leisten in erster Linie Unternehmensberatung mit anschließender Produktentwicklung.“* (Stapelkamp, 2010, S.6)

WAS KOSTET DESIGN?

Ein klarer Unterschied von amateurhaftem Design und professionellem Design ist, dass das professionelle Design Geld kostet. Wieviel ist es wert und welche Positionen nehmen die einzelnen Fachleute zu dem Thema ein?

Wolfgang Beinert, Fotograf und Grafikdesigner plädiert für eine Positionierung im Hochpreissegment. Er wirft der Designbranche vor: *„Sie stehe nicht im Stau, Sie sind der Stau.“* Er kenne keine Branche, die sich so wenig fortbilden würde und bei der so viel Mittelmäßigkeit vorherrsche. *„Beinert weist außerdem darauf hin, dass die Grafikdesigner durch die Nutzung billiger Stockphotos einem ähnlichen Preisverfall in der Foto-Branche Vorschub geleistet hätten, wie sie ihn jetzt am eigenen Leib erfahren.“* (H. Grüner, F.A. Schmidt, 2010, S.8)

Seiner Auffassung nach ist die einzige Möglichkeit sich dieser Entwicklung zu entziehen, indem man die Designprofession auf eine neue Ebene hebt und sich klar positioniert. *„Wichtig sei die Entscheidung, wo man selber stehen wolle, auf welches Marktsegment man ziele.“* Um sich in dem Hochpreissegment durchsetzen zu können, müsse der Designer sich nicht nur klar positionieren sondern auch seine Kompetenzfelder erweitern. *„Auf Humankompetenz komme es an, um auf Vorstandsebene verhandeln zu können und als Profi ernst genommen zu werden.“* (Vgl. H. Grüner, F.A. Schmidt, mit zwei Zit., 2010, S.8)

Boris Buchholz, Pressesprecher der Allianz Deutscher Designer führt die Diskussion weiter fort. Er betrachtet das Thema von der unteren Skala aus. Welches sind die Mindestlöhne, die ein professioneller Designer verlangen sollte. Hierfür präsentiert er den Vergütungstarifvertrag Design. *„Dieser ist eine wichtige Kalkulationshilfe für Designer.“* Es sei aber darüber hinaus sehr wichtig und zentrale Grundlage, den eigenen finanziellen Bedarf zu berechnen, um sich mit seinen Preisvorstellungen positionieren zu können. Herr Buchholz macht deutlich: *„Wer keine ordentliche Kalkulation als Basis hat, landet ganz schnell auf Hartz IV-Niveau.“* (Vgl. H. Grüner, F.A. Schmidt, mit zwei Zit., 2010, S.9)

QUELLEN

Herbert Grüner, Florian A. Schmidt in: Volkssport Design - Symposium zur Lage der Designprofession - Nachspiel. 1. Auflage, Berlin, Kunsthochschule Berlin Weißensee, 2010, ISBN: 978-3-9805489-9-1

Gesche Joost in: Volkssport Design - Symposium zur Lage der Designprofession - Nachspiel. 1. Auflage, Berlin, Hrg.: Herbert Grüner, Florian A. Schmidt, Kunsthochschule Berlin Weißensee, 2010, ISBN: 978-3-9805489-9-1

KERNAUSSAGE FÜR DIE KOMPETENZEN DER DESIGNER:

Durch eine zunehmende Demokratisierung des Wissens und der Mittel, wird sich der Einfluss der Amateurdesigner immer stärker auf den Designberuf auswirken. Die professionellen Designer müssen sich zum Teil gegen einen drastischen Werteverfall und gegen Niedrigpreise im Design behaupten. Bezieht man die angesprochenen Veränderungen und Schwierigkeiten im gesellschaftlichen Wandel nun auf die Frage der zukünftig benötigten Kompetenzen, ergeben sich folgende Tendenzen:

Professionelles Design muss sich auf eine neue Ebene begeben, um sich von dem amateurhaften Design abzuheben. Dabei geht es laut Schmidts vor allem um eine Neufokussierung auf bestimmte Aufgaben- und Themenbereiche. „Einfache Designaufgaben“ werden zunehmend auch von Amateurdesignern übernommen werden. Auch wenn es vielen Arbeiten dabei an Qualität mangelt werden sie auf Grund von Niedrigpreisen immer wieder Abnehmer finden. Der professionelle Designer muss wenn er sich gegen diese Entwicklung langfristig behaupten will seine besonderen Fähigkeiten erkennen, die ihm durch seine professionelle Ausbildung und durch seine Erfahrung zu eigen sind. So ist laut Schmidt beispielsweise nur ein professioneller Designer in der Lage komplexe Designlösungen zu erarbeiten. Das Komplexe, ganzheitliche Denken, sowie konzeptionelles Denken und Handeln spielt demnach eine immer wichtiger Rolle.

Design als einen ganzheitlichen Prozess zu verstehen indem jeder Baustein eine ganz bestimmte Rolle einnimmt ist zunehmend unverzichtbarer. Es geht darum den Unterschied zu erkennen, sich entsprechend zu positionieren und dies auch aktiv zu kommunizieren. Denn der Auftraggeber erkennt den Unterschied meist erst wenn es schon zu spät ist. Aufklärung in der Kommunikation könnte demnach ein ebenso wichtiger Faktor sein, wie die eigene Reflexion und Positionierung.

Wichtiger denn je scheint in der Auseinandersetzung um das Thema Crowdsourcing der Zusammenhalt der Designer und die bewusste Auseinandersetzung mit dem Thema. Wissen zu teilen sich auszutauschen, den Konsumenten aktiv in die Entwicklung von Ideen und Produktlösungen mit einzubeziehen kann grundlegend sehr erfolgreich sein, es müssen jedoch klar die Grenzen, Aufgabenfelder und Konditionen abgesteckt werden. Ein solcher Ansatz sollte jedoch keinesfalls damit verwechselt werden, seine professionelle Fähigkeiten in unlauteren Ausschreibungen mit Amateuren zu messen, die aus einer völlig anderen Intention heraus in die Situation drängen.

Professionelles Design ist Bestandteil einer erwerbswirtschaftlichen Tätigkeit, die zur Sicherung des Einkommens des Ausübenden dienen soll. Professionelles Design kostet also Geld! Und um dies glaubhaft zu vermitteln, braucht der Designer laut Beinart neben seinen kreativen Kompetenzen auch zunehmend soziale Kompetenzen. Ein Facherweiternder Blick ist demnach also unabdingbar.

„Wir müssen als Designer endlich zusammenhalten, uns nicht unter Wert verkaufen und auch scheinbar Fachfremdes wie Jura, Betriebswirtschaften und Buchhaltung als Teil des Berufs verstehen, um Kunden gegenüber als ernstzunehmende Unternehmen auftreten zu können.“ (Grüner, 2010, S.7)

KERNASPEKTE IN SCHLAGWORTEN:

- *Bewusste Reflexion und Neupositionierung*
- *Kommunikation der Neupositionierung*
- *Komplexes Denken zur Erarbeitung komplexer Aufgaben wird immer wichtiger → Ganzheitliches Denken, Konzeptionelles Denken und Handeln,*
- *Facherweiterungs- und Humankompetenzen werden wichtiger, um mit anderen Disziplinen zusammenarbeiten zu können und als ernstzunehmend wahrgenommen zu werden*

ANFORDERUNGEN AN DESIGN-PROFIS:

In dem folgenden Abschnitt geht es um die Anforderungen an professionelles Design. Welche Herausforderungen kommen aufgrund der Entwicklungen auf den Design-Profi in Zukunft zu?

Thomas Klein, Creative Director bei der MetaDesignAG beschreibt die Ausrichtung des zukünftigen Designers wie folgt:

„Früher ging es um Ästhetik, Klarheit und Funktion, heute sind wir ganzheitlich, sinnlich und intuitiv. Wir sind in der Lage, Wertsteigerungen für Unternehmen zu schaffen – nicht zuletzt das macht den Wert von Design aus.“ Bei der Frage danach welche Kompetenzen der Designer in Zukunft braucht, fallen dann schließlich Begriffe wie: Ganzheitlichkeit, Empathie, Interdisziplinarität, Nachhaltigkeit und Internationalität. (Vgl. H. Grüner, F.A. Schmidt, mit e. Zit., 2010, S.12)

„Wir sind nicht nur die Hübschmacher!“ Mit dieser Aussage versucht Prof. Dr. Gesche Joost aufzuzeigen, dass Design zunehmend auch im Bereich der Forschung wichtig wird. *„Der Abwärtsspirale in der Vergütung von Designleistungen gelte es mit einer Aufwärtsspirale in den designspezifischen Kompetenzen zu begegnen. Es gebe keinerlei Grund in den Abgesang auf die Profession zu verfallen, so Joost, im Gegenteil: Wir erleben eine Rekontextualisierung von dem, was wir können und machen.“* (H. Grüner, F.A. Schmidt, 2010, S.13)

Auch Sie macht damit deutlich, dass die Designer den Wandel als Chance nutzen sollten sich selber neu zu positionieren und sich ihrer Stärken und auch Schwächen bewusst zu werden. Darüber hinaus sieht sie Designer in der Zukunft als ein wichtiges Bindeglied zwischen Theorie und Praxis.

„Anders als klassische Wissenschaftler, sind Designforscher nicht nur damit befasst, Kontexte und Alltagssituationen zu analysieren, sondern sie sind es gewohnt, Lösungen für komplexe Problemstellungen des Alltags zu entwickeln. Am Ende des Prozesses stehen nicht bloß Studien, sondern marktfähige Produkte und Servicekonzepte. Diese praktischen Kompetenzen, spezifisch für das Design, werden in Forschungszusammenhängen immer wichtiger.“ (G. Joost, 2010, S.13)

Der Designtheoretiker Prof. Dr. Walter Scheiffele schließt die Runde zu diesem Thema ab. Er spricht eine der zentralen Gründe an, warum der Designer sein Denken und seine Fähigkeiten weiter ausbauen sollte:

„>Er macht eben alles und hat deshalb auch alle Probleme am Hals, und alle machen ihm seine Kompetenz streitig.< Kooperationsfähigkeit mit verschiedenen Disziplinen sei deshalb vermutlich die wichtigste Eigenschaft der Designer, so Scheiffele.“ (Vgl. H. Grüner, F.A. Schmidt, mit e. Zit., 2010, S.14)

Die Autoren und Veranstalter des Symposiums zur Lage der Designprofession fassen das Ergebnis der Veranstaltung folgendermaßen zusammen:

„Professionelles Design steht für umfassende Kompetenz, für Beteiligung in komplexen Prozessen, für Mehrwert. Es verkauft sich nicht unter Wert, es ist kooperativ und klar positioniert. Es geht seinen eigenen Weg und weist Wege in die Zukunft.“ (H. Grüner, F.A. Schmidt, 2010, S.9)

Diese Einschätzungen zur Frage nach der Designprofession wird im folgenden Abschnitt noch etwas mehr vertieft.

Andy Rutledge beschreibt hierzu in dem Buch *„Design Professionalism“* entscheidende und immer wiederkehrende Schwierigkeiten, die zu einem Großteil losgelöst von aktuellen Entwicklungen, eher ein grundlegendes Problem im Bereich der Designprofession zu sein scheinen.

QUELLEN

Andy Rutledge in: Design Professionalism. 1. Auflage, Online Edition, 2007, ISBN 978-0-9836578-2-8

So hat er aus Gesprächen mit vielen Designer, Kollegen und Partnern herausgehört, dass sich häufig über die vielen Kompromisse im kreativen Prozess beklagt wird. Doch diese Kompromisse sind laut Rutledge zu einem Großteil auf ein grundlegend falsches Verhalten seitens der Designer zurückzuführen. Er drückt sich sehr drastisch aus und wirft den Designern vor, wenn sie nicht so faul wären und die Verantwortung immer an andere abgeben würden, könnte man insgesamt eine größerer Erfolgsquote erreichen. (Vgl. A. Rutledge, 2007, Position 72)

Die Designer würden gerne einfach abwarten und Kompromisse in Kauf nehmen, so Rutledge. Sie neigen dazu den bequemen Weg zu gehen. (Vgl. A. Rutledge, 2007, Position 77)

Rutledge ist der Meinung, dass es bereits in der Ausbildung daran mangelt, sich mit dem Thema des professionellen Arbeitens auseinanderzusetzen. Hier bestehe dringender Handlungsbedarf. (Vgl. A. Rutledge, 2007, Position 90)

Ein sehr wichtiger Punkt den Rutledge anspricht, ist zum einen die Tatsache, dass viele glauben, wenn sie professionell arbeiten, müsste man sie auch besonders würdigen. Zum anderen verweist er darauf, dass ein berühmter Designer nicht zwangsläufig auch ein professioneller Designer sein muss. Weiterhin stellt er fest, dass die kreative Begabung zwar eine Voraussetzung für den Designberuf darstelle, sie aber nur ein kleiner Bestandteil der Eigenschaft ist, professionell zu sein. (Vgl. A. Rutledge, 2007, Position 102)

Im Folgenden stellt Rutledge ein paar grundlegende Eigenschaften und Einstellungen auf, die ein Profi erfüllen sollte.

GROSSE VERANTWORTUNG:

„Professionals deal in matters of vital importance to their clients and are therefore entrusted with grave responsibilities and obligations.“

Profis tragen gegenüber ihren Kunden eine sehr große Verantwortung, weil sie zum Teil über lebensnotwendige Dinge ihrer Kunden mitentscheiden! In Anbetracht dieser innewohnenden Verpflichtungen ist professionelle Arbeit also damit verbunden, dass Achtlosigkeit, unzulängliche Sachkenntnis, oder ethisches Fehlverhalten nicht tollerierbar sind, da dem Kunden hierdurch ein sehr großer Schaden entstehen könnte. (Vgl. A. Rutledge, 2007, Position 133)

VERANTWORTLICHKEIT:

„Professionals hold themselves ultimately accountable for the quality of their work with the client.“

Profis machen sich selbst für die Qualität ihrer Arbeit gegenüber dem Kunden verantwortlich. Sie sind sich ihrer Verantwortung bewusst. Der Profi hat unter Umständen Mechanismen zur Hand, um das Einhalten der Prinzipien gegenüber seinen Mitgliedern zu gewährleisten und einhalten zu können. (Vgl. A. Rutledge, 2007, Position 136)

INSTITUTSBEZOGENE VORBEREITUNG:

Ein spezieller Beruf verlangt in der Regel eine entsprechende Auseinandersetzung mit dem Fachgebiet. Auf spielerischer Ebene, durch praktische Erfahrung. Und dies meist unter Aufsicht von erfahrenen älteren Mitarbeitern. Erst dann kann man zu einem Fachmann werden. (Vgl. A. Rutledge, 2007, Position 143)

SELBSTSTÄNDIGKEIT/EIGENSTÄNDIGKEIT:

„Professionals have control over and, correspondingly, ultimate responsibility for their own work.“

Profis haben die Kontrolle über ihre eigene Arbeit und tragen letztendlich dann auch die Verantwortung ihr gegenüber. (Vgl. A. Rutledge, 2007, Position 145)

DIREKTER KUNDENBEZUG:

„Professionals habitually work directly with their clients rather than through intermediaries or proxies.“

Ein Profi arbeitet direkt mit seinem Kunden zusammen nicht über Umwege oder dritte Instanzen. (Vgl. A. Rutledge, 2007, Position 149)

ETHISCHE RICHTLINIEN:

„Due to the other characteristics on this list, there is a clear requirement for ethical constraints in the professions. Professionals are bound to a code of conduct or ethics specific to the distinct profession (and sometimes the individual). Professionals also aspire toward a general body of core values, which are centered upon an uncompromising and unconflicted regard for the client's benefit and best interests.“

Profis müssen sich an ethische Richtlinien halten. Gewisse Grundwerte müssen immer beachtet werden um professionell zu sein. (Vgl. A. Rutledge, 2007, Position 152)

LEISTUNGSORIENTIERT:

„In a profession, members achieve employment and success based on merit and corresponding voluntary relationships rather than on corrupted ideals such as social principle, mandated support, or extortion (.). Therefore, a professional is one who must attract clients and profits due to the merits of his work.“

Ein Profi ist jemand, der seine Kunden durch die Leistungen seiner Arbeit anzieht und überzeugen kann. Ohne diese Eigenschaften werden Aspekte wie Verantwortung, Zurechenbarkeit und ethische Grenzen irrelevant. (Vgl. A. Rutledge, 2007, Position 157)

Eines der zentralen Themen die Rutledge anspricht, scheint das Thema der Verantwortung in der professionellen Arbeit zu sein. Verantwortung in Bezug zur Qualität, Verantwortung dem Kunden und der Gesellschaft gegenüber, Verantwortung sich mit ethischen Grundlagen auseinanderzusetzen – schlussendlich Verantwortung auf allen Ebenen zu erkennen, sich ihrer bewusst zu werden und sich ihr zu stellen.

Das dieses Thema immer wieder in der Auseinandersetzung mit Design auftaucht, soll an einigen sehr kurzen Ausschnitten von der Vergangenheit bis in die heutige Zeit aufgezeigt werden. Da dieses Thema aber sehr umfangreich ist und einer eigenen Masterarbeit würdig ist, soll an dieser Stelle erwähnt werden, dass die angeführten Beispiele keinerlei Anspruch auf Vollständigkeit haben. Sie sollen lediglich dazu dienen ein Gefühl dafür zu bekommen, dass dieses Thema immer wieder von Bedeutung zu sein scheint und im Idealfall sollen sie dazu animieren sich intensiver mit der Thematik auseinanderzusetzen (hierzu folgen am Ende ein paar Quellenhinweise zu weiterführender Literatur).

QUELLEN

Bjorn Küenzlen in: Designhelps - Design und Verantwortung. 1. Auflage, Stuttgart, Hrg., Merz Akademie, Hochschule für Gestaltung Stuttgart. 2007. ISBN: 978-3-937982-14-4

VERANTWORTUNG IM DESIGN:

Schaut man die Entwicklung des Designs an (siehe auch „Geschichtliche Entwicklung der Designausbildung“) lässt sich zusammenfassend sagen, dass das Design in seiner Anfangszeit vor allem ein Werkzeug der Industrie war. Es diente der industriellen Massenproduktion.

*„Design war ein Werkzeug der Industrie, das zur Teilung der Gesellschaft beitrug, ohne aber eine Verantwortung dafür zu übernehmen.“
(B. Küenzlen, 2007, S.17)*

Erst in den 70er Jahren entstanden dann erste ideologische Auseinandersetzungen mit Design und mit der Frage, welche sozialen Funktionen es in der Gesellschaft erfüllt. Hier ist beispielsweise die „Arts & Craft“ Bewegung zu nennen. (Vgl. B. Küenzlen, 2007, S.18)

Mit der Gründung des Bauhauses und den damit verbundenen Idealen sollte ein Design für eine klassenlose Gesellschaft entwickelt werden. Design sollte einem sozial ausgerichteten funktionalistischen Ideal folgen. Dabei sollten Effizienz und Funktionalität auf die sozialen und politischen Bedürfnisse abgestimmt werden. (Vgl. B. Küenzlen, 2007, S.22-23)

Die „Gute Form“ die als Ideal der Ulmer Schule hervorging, war vor allem auf die Qualität im Design bezogen. *„Qualität war in Ulm das Schlagwort, das sich in der ‚Guten Form‘ äußern sollte. Die ‚Gute Form‘ war ein von Max Bill geprägter Begriff. Er beschreibt eine ›[...] einfache, funktionale und materialgerechte Form von zeitloser Gültigkeit mit hohem Gebrauchswert, langer Lebensdauer, guter Verständlichkeit, Verarbeitung und Technologie, ergonomischer Anpassung und ökologischer Nachhaltigkeit‹. In dieser Definition zeigt sich, dass die HfG die Verantwortung des Designs ins Zentrum ihrer Anstrengungen rückte. Die Qualität sollte dieser Verantwortung gerecht werden, sie sollte in ihrer Form auf die gesamte Gesellschaft in ihre sozialen und kulturellen Bereiche Einfluss nehmen und den Gebrauchswert dem Tauschwert (dem finanziellen Wert) vorziehen.“* (B. Küenzlen, mit e. Zit. v. B. Schneider, 2007, S.33)

Mit dem erstmalig 1963 erschienen „First Things First“ Manifest versuchte der britische Grafikdesigner Ken Garland die Designer dazu aufzurufen, Verantwortung für ihre Arbeit in der Gesellschaft zu übernehmen. Das Manifest wurde seit dem immer wieder von Designern und der Öffentlichkeit aufgegriffen und im Jahre 1999 unter dem Namen „First Things First 2000“ neu veröffentlicht. (Vgl. B. Küenzlen, 2007, S.35)

Das das Thema Verantwortung in der heutigen Zeit nichts an Aktualität verloren hat, zeigt zum einen die immer wiederkehrende Kritik um die westliche Konsumgesellschaft, zum andern wird sie aber auch gerade in Zeiten der Globalisierung wichtiger denn je. Hierzu ein kurzer Ausschnitt aus dem Buch „Designhelps - Design und Verantwortung“ von Bjorn Küenzlen:

„Betrachtet man Design unter dem Aspekt von Verantwortung, dann sind Politik und Gestaltung zwei Dinge, die immer wieder aufeinander stoßen. In der Tat ist verantwortungsvolles Design oft nur dann möglich, wenn sich der Designer mit den Mechanismen der Politik auseinander setzt. (...) Design ist ein in sozialer Hinsicht äußerst einflussreiches Instrument, das in seinem Wirken oft politische Dimensionen annimmt.“ (B. Küenzlen, 2007, S.84)

Was Küenzle an dieser Stelle zum Ausdruck bringt, ist die Tatsache das ein professioneller Designer auf grund seiner im zugesprochenen Verantwortung über eine gute Allgemeinbildung verfügen sollte und sich im besten Fall auch mit politischen Fragestellungen auseinandersetzt.

„Design ist heute mehr denn je allgegenwertig und erfüllt eine Vielzahl von unterschiedlichen Aufgaben. Design löst immer noch Probleme und soll das menschliche Leben einfacher und angenehmer machen. Es ist heute aber auch vor allem ein Werkzeug der Industrie, um ständig neue Bedürfnisse zu erzeugen. Im Zeitalter der Globalisierung, in dem mit der ›Globalisierung der Weltwirtschaft eine Globalisierung der Weltprobleme einhergeht‹, muss man auch den Wirkungsgrad und den Maßstab der Verantwortung von Design als global ansehen.“

In den letzten 150 Jahren hat Design zwar viel bewegt und viele Probleme gelöst, aber auch viele Probleme geschaffen. Die Beziehung von Gestaltung und Industrie muss noch immer ständig hinterfragt werden, denn an diesen Schnittstellen ist Verantwortung heutzutage am meisten gefragt.“
(B. Küenzlen, 2007, S.45)

Und genau damit spricht Küenzlen einen sehr wichtig Punkt an: Wir sollten uns immer wieder kontrollieren und unsere Arbeit auf Ihre Inhalte und Ziele hin überprüfen, um schlussendlich nicht wieder am Anfang der Designentwicklung zu stehen, indem Design ein reines Werkzeug der Industrie war.

Design hat etwas zu sagen, Design kann etwas bewegen und Design trägt Verantwortung der Gesellschaft gegenüber.

Ein weiterer wichtiger Punkt der mit der Verantwortung einhergeht und der sowohl von Küenzlen als auch Rutledge angesprochen wird, ist das Thema der Ethik, das unweigerlich mit dem Thema der Gesellschaft einhergeht. Ebenfalls ein Thema das einer eigenen Auseinandersetzung bedarf will man es ausführlich und umfassend beschreiben. An dieser Stelle deshalb nur ein Ausschnitte der einen (von sicherlich vielen) wichtigen Aspekten in Bezug zum Design darstellt.

„Als Ethik bezeichnet man die Auseinandersetzung mit menschlichen Handlungen und Überzeugungen und ihrer Bewertung in ›gut‹ und ›nicht gut‹. Dabei beschäftigt sich die Ethik mit der Frage nach dem Guten.“

(...) Design findet innerhalb der Gesellschaft statt und wirkt sich daher auf die Gesellschaft und ihrer Kultur aus. Also kann Design nicht außerhalb der Moral betrieben werden. Die Ethik im Design muss ebenso auf den moralischen Überzeugungen der Gesellschaft beruhen wie die Ethik in der Medizin, die Ethik in der Rechtswissenschaft oder die Ethik in der Betriebswissenschaft. Sie muss die Praktiken und Prinzipien des Designvorgangs sowie die kulturellen und sozialen Folgen von Design berücksichtigen und diese anhand der gesellschaftlichen Moral bewerten und eigene Werte für das Design begründen.“ (B. Küenzlen, 2007, S.49)

Was Küenzlen hier als unausweichlich und als Muss definiert, ist vielerorts nicht der Fall. Diese sicherlich sehr idealistische Vorstellung von Design würde aber schon dann eine erste Wirkung erzielen, wenn sich die Designer über ein solches Idealbild im Klaren werden würden, sich und auch ihre Ziele anfangen würden zu hinterfragen und aus dieser Erkenntnis heraus, die eingangs beschrieben Verantwortung übernehmen würden.

WEITERFÜHRENDE QUELLEN UND LITERATUR:

- Designhelps - Design und Verantwortung
- First Things First - Manifest
- Ethikkodex der Industrial Designers Society of America
- Kodex der Graphic Designers Association of Canada

Zusammenfassung zur Professionalität im Design

QUELLEN

Herbert Grüner, Florian A. Schmidt in:
Volksport Design - Symposium zur
Lage der Designprofession - Nachspiel,
1. Auflage, Berlin, Hrg.: Kunsthochschule
Berlin Weißensee, 2010, ISBN: 978-3-
9805489-9-1

Fasst man nun die Erkenntnisse des letzten Kapitels unter dem Aspekt der benötigten Kompetenzen zusammen, ergeben sich folgende Erkenntnisse:

Der Designer von heute braucht immer umfassendere und vielfältigere Kompetenzen. Er muss unter Druck in der Lage sein, einem breiten Feld von Aufgaben gewachsen zu sein. Die Naivität, die Flexibilität und die Freiheiten des Amateurs kann sich der Profi nicht erlauben. Dies kann ihm aber auch helfen sich klar von ihm zu distanzieren. Der professionelle Designer wird zunehmend in komplexe Zusammenhänge involviert, die er erfassen, abstrahieren, ordnen und umsetzen können muss. Dabei sollte er seine Auftraggeber durch die Leistung seiner Arbeit anziehen und überzeugen können.

Er muss sich klar positionieren, diese Positionierung aktiv kommunizieren und sich nicht unter Wert verkaufen. Seine Ideen und Arbeiten muss er erläutern und verteidigen können. Er muss Überzeugungsarbeit leisten und sollte dabei gleichzeitig aber immer noch offen und neugierig für „Anderes“ sein.

Ein professioneller Designer ist ebenso kooperativ wie Verantwortungsbewusst. Verantwortungsbewusst in Bezug zur Qualität seiner Arbeit, im Bezug zu seinem Kunden und in Bezug zur Gesellschaft. Er muss sich im sozialen Kontext als Gestalter beweisen und kann sich demnach nicht gegenüber seiner Außenwelt abschotten, sondern sollte vielmehr eine große Portion Menschenkenntnis besitzen und sich mit politischen, sozialen und ethischen Grundlagen und Zusammenhängen auseinandersetzen und seine Position dazu einnehmen.

DIE KERNKOMPETENZEN IN SCHLAGWORTEN:

- *Bewusste Reflexion und Neupositionierung*
- *Kommunikation der Neupositionierung*
- *Komplexes Denken, ganzheitliches Denken, konzeptionelles Denken und Handeln*
- *Leistungsorientiert*
- *Überzeugungskraft, Argumentationsfähigkeit und Durchsetzungsfähigkeit*
- *Verantwortungsbereitschaft*
- *Soziale Kompetenzen (Humankompetenzen)*
- *Moralische Reflexion*
- *Mut, Selbstbewusstsein*

Zieht man nun wiederum den Bezug zur Designausbildung, so ist doch deutlich zu erkennen, dass in der Zukunft auf der einen Seite facherweiternde Kompetenzen immer wichtiger werden, auf der anderen Seite vor allem daran gearbeitet werden sollte, den Studenten eine bewusste Reflexion ihrer Fähigkeiten und Ziele anzutrainieren. Konzeptionelle Arbeitsweisen und komplexes Denken sollte ebenso gefördert werden, wie Überzeugungskraft und Argumentationsfähigkeit. Die Studenten müssen lernen, Verantwortung zu erkennen und zu übernehmen – für die Qualität ihrer Arbeit und für die Inhalte und Ziele ihrer Arbeit. Soziale Kompetenzen sollten bewusster reflektiert und ausgebaut werden. Ein eigenes Profil zu entwickeln ist dabei ebenso wichtig wie eine grundlegende Basis in allen Bereichen des Designs zu entwickeln und immer neugierig und offen für Neues und Anderes zu sein.

Als ein kurzes Beispiel ist an dieser Stelle die Kunsthochschule Berlin Weißensee zu nennen, die im Rahmen des Symposiums und der aktuellen Veränderungen bereits begonnen hat, in der Lehre auf diese Entwicklungen einzugehen.

„Im Rahmen der Professur für Wirtschaftswissenschaften werden bereits seit geraumer Zeit unter einem betriebswirtschaftlichen Aspekt Themenstellungen zur beruflichen Selbstständigkeit und Positionierung von Designern/-innen in der Wettbewerbsarena behandelt. Dies geschieht unter der Zielsetzung, Studierende mit ökonomischen Kompetenzen auszustatten. Dabei geht es nicht darum, den Designern/-innen das Rechnen beizubringen, sondern deren Wirtschafts- und Gesellschaftsverständnis zu verbessern und sie mit ökonomischen Qualifikationen auszustatten, die für den Erfolg professionellen Arbeitens erforderlich sind.“ (H. Grüner, 2010, S.19)

Um nun diese Anforderungen und Kompetenzen genauer benennen zu können, wurde im folgenden Kapitel eine empirische Erhebung unter Designern in Führungspositionen durchgeführt. Bei dieser wurden Aspekte, die sich aus der Ausbildungsanalyse, diesem Kapitel sowie aus weiteren Quellen ergaben, auf ihre Wichtigkeit hin untersucht. Wer genau befragt wurde, wie befragt wurde und was im Detail abgefragt wurde wird im Folgenden genau beschrieben.



KAPITEL VIER

UMFRAGE: KOMPETENZEN FÜR DESIGNER MIT ZUKUNFT

Kompetenzen für Designer mit Zukunft!

Eine Umfrage zur Einschätzung der aktuellen Erwartungen an professionelles Design.

Die vorangegangenen Kapitel haben auf der einen Seite einen Einblick darin gegeben, wie die aktuelle Lage der Designausbildung aussieht und welche Kompetenzen an den Hochschulen gelehrt werden. Auf der anderen Seite wurde betrachtet, aus welcher Sicht sich bereits bestehende Arbeiten mit dem Thema des professionellen Designs in der heutigen Zeit beschäftigen. Es wurde dabei ein kleiner Einblick in gesellschaftliche Veränderungen gegeben und wie sich diese auf den professionellen Designberuf ausüben.

Die sich daraus ergebenden Kompetenzen und Fähigkeiten, die aus den genannten Gründen immer wichtiger werden, sollen nun unter Einbeziehung der aktuellen Ausbildungslage in einer Umfrage erweitert und einer Gegenkontrolle unterzogen werden.

Es wird in dem nun folgenden Kapitel untersucht, wie erfahrene Designer in Führungspositionen aus ganz Deutschland professionelles Design einschätzen. Was ist professionelles Design? Welche Erwartungen werden in Zukunft an den Designberuf gestellt und welche Kompetenzen und Fähigkeiten sollte ein Gestalter haben oder ausbilden, um in der heutigen Zeit professionelles Design entwickeln zu können? Entscheidend ist dabei auch die Frage danach, welche Erwartungen an einen Berufseinsteiger gestellt werden und welche an einen fortgeschrittenen Designer.

DIE METHODE:

Zu diesem Zweck wurde eine empirische Erhebung durchgeführt, bei der Einschätzungen und Erwartungen von Designern in Führungs- und Lehrpositionen zu diesem Thema erfasst wurden. Wie genau diese Befragung aufgebaut ist, wer befragt wurde, was abgefragt wurde und wie abgefragt wurde wird in den folgenden Punkten näher erläutert.

WER WURDE BEFRAGT:

Befragt wurden Designer, die ein hohes Maß an Berufserfahrung gesammelt haben und aus ihren Erfahrungen und Einschätzungen eine fundierte, reflektierte Antwort zu diesem Thema geben können. So wurden gezielt Art Directoren, Creative Directoren, Mitglieder der Geschäftsführung und Professoren befragt. Bei dieser Zielgruppe ist davon auszugehen, dass sie aufgrund ihrer Position die nötige Berufserfahrung und die damit verbundene Erfahrung in Bezug zu diesem Thema mit sich bringen.

Um nun möglichst viele der Ansprechpartner der beschriebenen Zielgruppe zu erreichen, wurden unterschiedlichste Agenturen und Hochschulen deutschlandweit angeschrieben und um ihre Mithilfe gebeten. Auch eine Zusammenarbeit mit den drei großen Berufsverbänden (ADC, AGD, BDG) wurde angestrebt. Ebenso mit zwei Presseverbänden und mehreren Selbstständigen Designern. Leider wurde seitens der Berufsverbände keine Zusammenarbeit möglich, da laut Auskunft zu viele Umfragen täglich an sie gerichtet werden.

So wurde die Befragung zu einem Großteil durch persönliche Anschriften und durch Mithilfe zahlreicher Kontakte weitervermittelt. Darüber hinaus wurde auf der Webseite des „Slanted - Typo Weblog und Magazin“ das Thema vorgestellt und der Fragebogen zum Download bereit gestellt.

WAS WURDE GEFRAGT:

ALLGEMEINE DATEN ZUR PERSON:

Um im Anschluss an die Erhebung einen durchschnittlichen Überblick darüber zu bekommen, wer an der Umfrage teilgenommen hat und aus welchen Einflusskriterien sich dementsprechend die Antworten abgeleitet haben, wurden zu Beginn des Fragebogens einzelne Daten rund um die Person und den Arbeitsort abgefragt. Im Detail wurden folgende Positionen abgefragt:

Die Position:

In welcher beruflichen Position befinden sich die Teilnehmer. Hierzu wurden vier mögliche Antworten vorgegeben, da die Umfrage ja auch spezifisch an Personen in diesen Positionen versandt wurde.

Folgende Positionen standen zur Auswahl:

„Art Director“, „Creative Director“, „Mitglied der Geschäftsleitung“ und „Professor/-in“. Unter Sonstiges konnten dann noch vergleichbare Positionen eingetragen werden. Da beispielsweise ein Mitglied der Geschäftsleitung auch ein Art Director sein kann, wurde an dieser Stelle die Wahl zur Mehrfachnennung gegeben.

Ausbildung und Studium:

Um einen Einblick zu bekommen welchen Studienabschluss die Befragten haben, wurde als nächstes der entsprechende Abschluss abgefragt.

QUELLEN

Herbert Beck in: Schlüsselkompetenzen: Qualifikation für Studium und Beruf. Hrg. Vera Nünning. 1. Auflage. Stuttgart - Weimar. Verlag J.B. Metzler 2008. ISBN: 978-3-476-02242-4

Vera Nünning in: Schlüsselkompetenzen: Qualifikation für Studium und Beruf. 1. Auflage. Stuttgart - Weimar. Verlag J.B. Metzler 2008. ISBN: 978-3-476-02242-4

Folgende Antwortmöglichkeiten waren gegeben:

„Ich habe einen Studienabschluss im Design“, „Einen anderen Studienabschluss“ und „Keinen“. Ergänzend zu der Frage, welchen Studienabschluss die Befragten haben, wurde weiterhin nach der Länge der Berufstätigkeit gefragt. An dieser Stelle gab es folgende Antwortmöglichkeiten: Ich bin im Beruf seit „0-5 Jahren“, „6-10 Jahren“, „11-20 Jahren“ oder „21 und mehr Jahre“.

DATEN DES UNTERNEHMENS:

Ergänzend zu den Daten der Person wurden noch Daten des jeweiligen Unternehmens abgefragt, in dem die Befragten tätig sind. Hierzu wurden der Firmenname, die Anzahl der Mitarbeiter, die Anzahl der Mitarbeiter im Design und die Tätigkeitsbereiche des Unternehmens abgefragt.

DIE KOMPETENZEN:

Die befragten Teilnehmer sollten aus Ihrer Erfahrung heraus zu fünf unterschiedlichen Kompetenzgruppen Einschätzungen abgeben. Dabei war ein wichtiges Entscheidungskriterium, dass die Befragten bei ihren Antworten zwischen Anforderungen an einen Berufseinsteiger und einen fortgeschrittenen Designer unterscheiden sollten. Hierdurch soll im Zuge der Auswertung gezeigt werden, welche Bereiche bereits im Laufe des Studiums ausgebildet werden sollten und welche Kompetenzen sich überwiegend erst im Rahmen des aktiven Berufslebens entwickeln.

Die Kompetenzgruppen gliedern sich in folgende Bereiche:

- *Fachkompetenzen*
- *Methodenkompetenzen*
- *Soziale Kompetenzen*
- *Persönliche Kompetenzen*
- *Allgemeines Basiswissen*

Die Umfrage ist somit in zwei übergeordnete Bereiche eingeteilt.

An erster Stelle werden Kompetenzen abgefragt, die einen direkten fachlichen Bezug aufweisen und sich speziell in dieser Berufsgruppe wiederfinden und dort eine wichtige Rolle spielen.

Die weiteren vier Bereiche sprechen sogenannte Schlüsselqualifikationen an. Im Folgenden eine kurze Definition zu dem Begriff Schlüsselkompetenz: „Schlüsselqualifikationen sind relativ lange verwertbare Kenntnisse, Fähigkeiten, Fertigkeiten, Einstellungen und Werthaltungen zum Lösen gesellschaftlicher Probleme. Als Berufsqualifikationen sind es funktions- und berufsübergreifende Qualifikationen zur Bewältigung beruflicher Anforderungssituationen. Diese Fähigkeiten, Einstellungen und Haltungen reichen über die fachlichen Fähigkeiten und Kenntnisse hinaus und überdauern sie. Qualifikationsziel ist die berufliche Flexibilität und Mobilität“ (Beck, 1993, S. 6)

Wie die zuvor durchgeführten Untersuchungen ergeben haben und auch die geschichtliche Entwicklung gezeigt hat, ist der Designberuf durch den ständigen gesellschaftlichen und politischen Wandel einer ständigen Veränderung unterworfen.

Es wird also wichtig sein, gewisse zeitunabhängige sowie aktuelle zeitbezogene handwerkliche Fähigkeiten zu erlernen. Doch welche Kompetenzen helfen den jeweiligen Designern, sich in der ständig weiterentwickelnden Umwelt mitzuentwickeln und diese handwerklichen Fähigkeiten anwenden zu können? Es sind eben genannte

Schlüsselkompetenzen. „Schlüsselkompetenzen geben denjenigen, die über sie verfügen, gleichsam einen Schlüssel in die Hand, der ihnen im Studium und späteren Berufsleben viele Türen öffnen kann. Während Fachwissen zumeist auf das jeweils studierte Fach beschränkt ist, eröffnen Schlüsselkompetenzen aufgrund ihrer Übertragbarkeit vielfältige Berufsperspektiven. (...) es handelt sich um fachübergreifende Kompetenzen, die es ermöglichen, ganz unterschiedliche berufliche Anforderungssituationen zu bewältigen.“ (V. Nünning, 2008, S. 5-6)

Schlüsselqualifikationen sollen dazu befähigen, dass sich der Einzelne immer wieder neue Qualifikationen aneignen kann und damit in der Lage ist auf die unterschiedlichsten Veränderungen zu reagieren und sich weiterzuentwickeln. Sie bewahren dem Einzelnen eine lebenslange Handlungsfähigkeit. (Vgl. V. Nünning, 2008, S. 6)

„Gerade in der modernen Medien- und Wissensgesellschaft, in der lebenslanges Lernen sowie Flexibilität und Mobilität in nahezu allen Berufs- und Lebensbereichen eine zentrale Rolle spielen, kommt der Aneignung von Schlüsselqualifikationen daher eine enorm gestiegene Bedeutung zu. Während fachliche und wissenschaftliche Kenntnisse nicht zuletzt durch den rasanten technischen Fortschritt sowie die Dynamik der Wissensproduktion immer schneller veralten, steigt die Bedeutung von Qualifikationen und Kompetenzen, die Menschen für ein breites Spektrum von Situationen und Tätigkeiten in unterschiedlichen Berufsfeldern qualifizieren.“ (V. Nünning, 2008, S. 6)

Ein weitere Beschleunigungsfaktor, der die Schlüsselkompetenzen besonders wichtig macht, ist die Internationalisierung und Globalisierung, die nicht nur starke Auswirkungen auf die Wirtschaft sondern auch auf die Wissenschaft hat. (Vgl. V. Nünning, 2008, S. 6)

Aus diesem Grund und den vorausgegangen Erkenntnissen der Untersuchungen, wurde diesen Bereichen ein entsprechend großer Anteil in der Umfrage gewidmet. Wichtig ist hierbei nun noch die Frage danach, welche Schlüsselkompetenzen in der heutigen Zeit besonders wichtig sind und sich auch in Zukunft als besonders wichtig herausstellen werden.

Die Entstandene Liste mit den abgefragten Kompetenzen wurde nun zum einen aus den zuvor gewonnen Erkenntnissen, zum anderen aus dem Buch „Schlüsselkompetenzen - Qualifikationen für Studium und Beruf“ und einem Vortrag von Dr. Herbert Schlotter (Wüstenrot Württembergische) zum dem Thema „Soziale Kompetenz -Erfolgsfaktor oder Worthülse“ im Rahmen der Vortragsreihe „Kraft und Macht der Worte“ an der HTWG Konstanz, zusammengetragen.

Welche Kompetenzen und Fähigkeiten genau abgefragt wurden wird in den einzelnen Kompetenzgruppen noch einmal genauer beschrieben.

Schlüsselkompetenzen: Qualifikation für Studium und Beruf. Hrg. Vera Nünning. 1. Auflage. Stuttgart - Weimar. Verlag J.B. Metzler 2008. ISBN: 978-3-476-02242-4

Herbert Schlotter: Soziale Kompetenz - Erfolgsfaktor oder Worthülse? 13. Vortragsreihe an der HTWG Konstanz im Studium Generale des Studiengang Kommunikationsdesign.

QUELLEN

Gabler Verlag (Herausgeber), Gabler
Wirtschaftslexikon, Stichwort: Methoden-
kompetenz, online im Internet:
[http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Ar-
chiv/85642/methodenkompetenz-v7.html](http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/85642/methodenkompetenz-v7.html)

FACHKOMPETENZEN:

In diesem Bereich wurden Kompetenzen aus dem direkten Fachbezug des Designs abgefragt. Hierzu wurden sowohl die Erkenntnisse aus den vorangegangenen Untersuchungen zur Lage der Designausbildung als auch die Tendenzen zur allgemeinen Entwicklung der Designprofession herangezogen. So wurde beispielsweise bewusst die Kompetenz der Interdisziplinarität abgefragt, weil sie sowohl in der Ausbildung ein immer größeren Bereich einnimmt (sichtbar in den Selbstbildern der Hochschulen und dem Modulangebot), als auch in der Lage zur Designprofession immer wieder angesprochen wird.

Die Entwurfskompetenzen des Basishandwerks und des erweiterten Handwerks wurden bewusst zusammengefasst, da der Fokus der Umfrage auf diejenigen Kompetenzen bezogen war, die ein Designer außer den rein gestalterischen Kompetenzen noch benötigt, um schlussendlich professionelles Design kreieren zu können. Eine detaillierte Abfrage diverser handwerklicher Fähigkeiten hätte darüber hinaus in diesem Rahmen den Umfang der Umfrage gesprengt.

Bei Interesse an einer solch detaillierten Abfrage der handwerklichen Fähigkeiten, wird an dieser Stelle aber auf die Arbeit des Prof. Jo Wickert (HTWG Konstanz, Studiengang Kommunikationsdesign) verwiesen, der im Rahmen eines Forschungssemesters zu eben diesen handwerklichen Fähigkeiten eine detaillierte Umfrage bei einer ähnlichen Zielgruppe durchgeführt hat.

Folgende Kompetenzen wurden im Anschluss in der Umfrage im Bereich der Fachkompetenzen abgefragt:

1. *Entwurfskompetenz Basishandwerk (Produktion, Typografie, Schrift, Form, Farbe, Satz, Zeichen ect.)*
2. *Entwurfskompetenz erweitertes Handwerk (Digitale Anwendungen, Fotografie, Film, DTP, Interface etc.)*
3. *Designtheoretische Kompetenz (Medientheorie, Semiotik, Wahrnehmungstheorie, Ästhetik, Designrhetorik etc.)*
4. *Designgeschichtliche Kompetenz (Designgeschichte, Kunstgeschichte, Mediengeschichte etc.)*
5. *Interdisziplinarität*
6. *Konzeptionelles Denken und Handeln*
7. *Zielgruppenspezifische Kommunikation*

METHODENKOMPETENZEN:

Methodenkompetenzen sind Teil der Schlüsselkompetenzen und lassen sich wie folgt definieren:

„Fähigkeit zur Anwendung von Arbeitstechniken, Verfahrensweisen und Lernstrategien. Methodenkompetenz beinhaltet die Fähigkeit, Informationen zu beschaffen, zu strukturieren, wiederzuverwerten, darzustellen, Ergebnisse von Verarbeitungsprozessen richtig zu interpretieren und sie geeignet zu präsentieren. Ferner gehört dazu die Fähigkeit zur Anwendung von Problemlösungstechniken und zur Gestaltung von Problemlösungsprozessen. Neben Fachkompetenz und Sozialkompetenz ist dies Teil einer umfassenden Handlungskompetenz. Gewinnt v.a. im Zusammenhang mit neuen Formen der Arbeitsstrukturierung (Jobenrichment, teilautonome Arbeitsgruppe) wachsende Bedeutung.“ (Wirtschaftslexikon, 2012)

Die Methodenkompetenzen die im Rahmen der Umfrage abgefragt wurden sind:

1. *Abstraktionsvermögen*
2. *Transferfähigkeit*
3. *Analysefähigkeit*
4. *Selektions- und Kombinationsvermögen*
5. *Projektmanagement*
6. *Präsentationstechniken*
7. *Schriftliche und mündliche Ausdrucksfähigkeit*
8. *Ganzheitliches Denken*
9. *Moderation, Steuerung von Gruppenprozessen*

SOZIALE KOMPETENZEN:

Die Sozialkompetenz lässt sich laut Gabler Wirtschaftslexikon folgendermaßen definieren:

„1. I.w.S.: kommunikative (Dialogfähigkeit), integrative (Konsensfähigkeit) und kooperative (Teamfähigkeit) Fähigkeiten eines Menschen, die aus der Sozialisation bzw. aus dem sozialen Lernen entstehen.“

2. I.e.S.: vorzügliche kommunikative Fähigkeiten, die im Zusammenhang mit Gruppen- und Teamarbeit, aber auch im Kontakt mit Kunden und Lieferanten (wachsende) Bedeutung erlangen. Gilt neben Fachkompetenz und Methodenkompetenz als Teil einer umfassenden Handlungskompetenz. (Wirtschaftslexikon, 2012)

Folgende Sozialkompetenzen wurden im Rahmen der Umfrage abgefragt:

1. *Konflikt- und Kritikfähigkeit*
2. *Teamfähigkeit*
3. *Einfühlungsvermögen, Empathie*
4. *Durchsetzungsvermögen, Überzeugungskraft*
5. *Diskussionsfähigkeit*
6. *Kooperationsfähigkeit*
7. *Internationalität, Kulturkompetenz*
8. *Moralische Reflexion*

PERSÖNLICHE KOMPETENZEN:

Bei den persönlichen Kompetenzen werden solche Kompetenzen abgefragt, die bestimmte Persönlichkeitsmerkmale eines Einzelnen betreffen.

Die im folgenden aufgeführten Persönlichkeitsmerkmale haben sich im Laufe der Untersuchungen als immer wieder sehr wichtig erwiesen und werden aus diesem Grund auch im Rahmen der Umfrage nach ihrer Wichtigkeit abgefragt.

1. *Flexibilität*
2. *Innovationsfähigkeit*
3. *Lernfähigkeit, Umgang mit Nichtwissen*
4. *Eigeninitiative*
5. *Verantwortungsbereitschaft*
6. *Belastbarkeit*
7. *Mut, Durchsetzungsfähigkeit*
8. *Selbstkritik*

Gabler Verlag (Herausgeber), Gabler
Wirtschaftslexikon, Stichwort: Sozialkom-
petenz, online im Internet:
[http://wirtschaftslexikon.gabler.de/
Archiv/85643/sozialkompetenz-v5.html](http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/85643/sozialkompetenz-v5.html)

ALLGEMEINES BASISWISSEN:

Das allgemeine Basiswissen „rundet“ die Schlüsselkompetenzen ab und fragt nach Kompetenzen, die dem allgemeinen Basiswissen der (aktuellen) gesellschaftlichen Entwicklung und den daraus resultierenden Bedürfnissen entsprechen.

1. Allgemeinbildung
2. EDV-Kenntnisse
3. Fremdsprachen
4. Interkulturelles Wissen
5. Wirtschaftliches Grundwissen
6. Juristisches Grundwissen

DIE OFFENEN FRAGEN:

Nach diesem allgemeinen Teil des Fragebogens wurden noch vier offene Fragen an die Teilnehmer gestellt, um die Einschätzungen zu den Kompetenzen noch zu ergänzen und eine direkte Stellungnahme zu dem behandelten Thema zu erfragen. Mit diesen offenen Fragen sollte darüber hinaus indirekt noch einmal auf einzelne Kompetenzen und deren Bedeutung für den Designberuf eingegangen werden.

1. Offene Frage:

An erster Stelle wurden die Teilnehmer danach befragt, ob ihnen ihrer Meinung nach wichtige Kompetenzen in dem Fragebogen gefehlt haben. Es wurde somit die Chance gegeben, die als wichtig erachteten Kompetenzen an dieser Stelle zu ergänzen.

Die Frage lautete wie folgt:

„Falls Ihrer Meinung nach wichtige Kompetenzen oben stehend nicht genannt wurden, bitte ergänzen Sie diese.“

2. Offene Frage:

Die zweite offene Frage zielte auf die individuelle Erfahrung der Befragten im Umgang mit den zuvor abgefragten Kompetenzen. So sollten sie, die ihrer Meinung nach wichtigsten drei Kompetenzen, die einen professioneller Designer ausmachen benennen.

Die Frage lautete wie folgt:

„Welches sind Ihrer Erfahrung nach die drei wichtigsten Kompetenzen, die einen professionellen Designer ausmachen?“

3. Offene Frage:

In der folgenden Frage sollten die Teilnehmer versuchen eine Antwort darauf zu geben, woran ein Auftraggeber erkennen kann, dass sie professionelles Design anbieten.

Die Frage lautete wie folgt:

„Woran erkennt der Kunde Ihrer Meinung nach, dass Sie professionelles Design machen?“

4. Offene Frage:

Zu letzt wurden die Teilnehmer noch einmal spezifisch danach gefragt, wie sie professionelles Design von amateurhaftem differenzieren würden.

Die Frage lautete wie folgt:

„Wie differenzieren Sie professionelles Design von amateurhaftem?“

WIE WURDE GEFRAGT:

Grundlegend wurde der Fragebogen als interaktives PDF angelegt, in dem die Teilnehmer durch Ankreuzen und Ausfüllen die jeweiligen Fragen beantworten konnten. Der Fragebogen konnte dann einfach am PC ausgefüllt, abgespeichert und per E-Mail oder per Post zurückgesandt werden. Es wurde bewusst die persönliche Ansprache via PDF und E-Mail gewählt und nicht auf eine Onlineumfrage zurückgegriffen, da es ein Ziel war, die persönlichen Meinungen einzelner Designer in Führungspositionen abzufragen, die dann auch im Rahmen dieser Arbeit zitiert werden sollten.

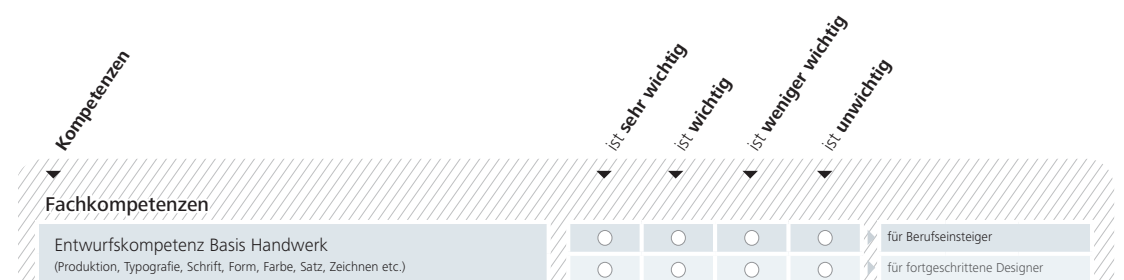
Wie schon zuvor beschrieben, sollte bei der Kompetenzabfrage jeweils zu einer Kompetenz eine Einschätzung in Bezug zu einem Berufseinsteiger und in Bezug zu einem fortgeschrittenen Designer gegeben werden. Hierfür wurde jeweils eine separate Spalte angelegt, in der zu jeder Kompetenz eben beschriebene Unterscheidung getroffen werden konnte (siehe Beispiel).

Die vorgesehene Bewertungsskala der einzelnen Kompetenzen gab vier Antwortmöglichkeiten vor:

1. Ist sehr wichtig
2. Ist wichtig
3. Ist weniger wichtig
4. Ist unwichtig

Durch die Vorgabe von vier Antwortmöglichkeiten wurde bewusst darauf verzichtet eine mögliche „Zwischenantwort“ zu geben. Die Befragten wurden so dazu aufgefordert, sich klar für eine Tendenz zu entscheiden – eher ins Positive gehend oder eher ins Negative gehend.

Beispielhafte Darstellung:



Der Fragebogen

KOMPETENZEN FÜR DESIGNER MIT ZUKUNFT

► Ein Fragebogen für Designer in Führungspositionen
(Wenn in dem Folgenden von „Designer“ gesprochen wird, ist immer die weibliche und männliche Person gleichermaßen angesprochen.)

Im Rahmen meiner Masterthesis untersuche ich, ob bestimmte Kompetenzen für Designer im Bereich Kommunikationsdesign, in Zukunft wichtig sein werden. Mit dem vorliegenden Fragebogen möchte ich zu diesem Thema Einschätzungen und Erwartungen von Designern in Führungspositionen erfassen.

Ich möchte Sie bitten, mich bei dieser Umfrage durch Ihre Teilnahme zu unterstützen.
Das Ausfüllen des Fragebogens nimmt nicht mehr als 10 Minuten in Anspruch.

Besonders interessant ist nicht nur, ob Sie eine der genannten Kompetenzen als wichtig oder weniger wichtig erachten, sondern auch, ob Sie diese Kompetenz bereits von einem Berufsanfänger oder erst von einem fortgeschrittenen Designer mit Berufserfahrung erwarten.

Die anzukreuzenden Angaben in diesem Fragebogen werden statistisch erfasst.
Textantworten werden möglicherweise zitiert, können aber auf Wunsch anonymisiert werden.
Ich möchte Sie bitten diesen Fragebogen bis spätestens zum 05.01.2012 vollständig ausgefüllt zurückzusenden.
Die Studie kann auf Wunsch nach Fertigstellung als PDF zugesandt werden.

Abschnitt 1: Allgemeines

Daten zur Person

Name (freiwillig Angabe):

E-Mail (wird zur Zusendung der Auswertung benötigt):

Ich bin (Mehrfachnennung möglich):

Art Director Creative Director Mitglied der Geschäftsführung ProfessorIn

Ausbildung und Studium (Mehrfachnennung möglich):

Ich habe einen Studienabschluss im Design Einen anderen Studienabschluss Keinen akademischer Grad:

Ich bin im Beruf seit 0 – 5 Jahren 6 – 10 Jahren 11 – 20 Jahren 21 und mehr Jahren

Daten des Unternehmens

Firma:

Anzahl der Gesamtmitarbeiter: 0 – 5 6 – 10 11 – 20 21 – 50 50 und mehr

Anzahl der Mitarbeiter im Bereich Design: 0 – 5 6 – 10 11 – 20 21 – 50 50 und mehr

Tätigkeitsbereiche des Unternehmens (Mehrfachnennung möglich):

Strategie Design PR Marketing Event Werbung Sonstiges

Abschnitt 2: Welche Kompetenzen, Fähigkeiten braucht ein Designer?

Welche Kompetenzen sollte ein Designer besitzen und ausprägen, um sowohl einfache als auch sehr komplexe Prozesse einer Designentwicklungen (mit) durchlaufen zu können?

In dem nun folgenden Abschnitt sind eine Reihe von Fähigkeiten aus unterschiedlichen Kompetenzgruppen aufgeführt. Aus Ihrer Erfahrung als Führungsperson im Designberuf möchte ich nun gerne erfahren, welche Fähigkeiten Sie als wichtig oder weniger wichtig erachten, um als Designer professionelles Design anbieten zu können. Dabei möchte ich Sie bitten, zwischen Berufsanfängern und fortgeschrittenen Designern zu unterscheiden (falls dies im Einzelnen möglich ist). Es gibt entsprechend jeder Kompetenz und Fähigkeit eine Bewertungsskala für Berufsanfänger und eine Bewertungsskala für fortgeschrittene Designer.

Kompetenzen	Wichtigkeit				
	ist sehr wichtig	ist wichtig	ist weniger wichtig	ist unwichtig	
Fachkompetenzen					
Entwurfskompetenz Basis Handwerk (Produktion, Typografie, Schrift, Form, Farbe, Satz, Zeichnen etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Entwurfskompetenz Erweitertes Handwerk (Digitale Anwendungen, Fotografie, Film, DTP, Interface etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Designtheoretische Kompetenz (Medientheorie, Semiotik, Wahrnehmungstheorie, Ästhetik, Designrhetorik etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Designgeschichtliche Kompetenz (Designgeschichte, Kunstgeschichte, Mediengeschichte etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Interdisziplinarität	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Konzeptionelles Denken und Handeln	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Zielgruppenspezifische Kommunikation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Methodenkompetenzen					
Abstraktionsvermögen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Transferfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Analysefähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Selektions- und Kombinationsvermögen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Projektmanagement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Präsentationstechniken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Schriftliche und mündliche Ausdrucksfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Ganzheitliches Denken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Moderation, Steuerung von Gruppenprozessen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Soziale Kompetenzen					
Konflikt- und Kritikfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Teamfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer
Einfühlungsvermögen, Empathie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für fortgeschrittene Designer

Kompetenzen	Wichtigkeit				
	ist sehr wichtig	ist wichtig	ist weniger wichtig	ist unwichtig	
Durchsetzungsvermögen, Überzeugungskraft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Diskussionsfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Kooperationsfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Internationalität, Kulturkompetenz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Moralische Reflexion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Persönliche Kompetenzen					
Flexibilität	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Innovationsfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Lernfähigkeit, Umgang mit Nichtwissen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Eigeninitiative	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Verantwortungsbereitschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Belastbarkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Mut, Durchsetzungsfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Selbstkritik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Allgemeines Basiswissen					
Allgemeinbildung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
EDV-Kenntnisse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Fremdsprachen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Interkulturelles Wissen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Wirtschaftliches Grundwissen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer
Juristisches Grundwissen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	für Berufseinsteiger für fortgeschrittene Designer

Abschnitt 3: Ergänzende Angaben

Falls Ihrer Meinung nach wichtige Kompetenzen oben stehend nicht genannt wurden, bitte ergänzen Sie diese.

Welches sind Ihrer Erfahrung nach die drei wichtigsten Kompetenzen, die einen professionellen Designer ausmachen?

Woran erkennt der Kunde Ihrer Meinung nach, dass Sie professionelles Design machen?

Wie differenzieren Sie professionelles Design von amateurhaftem?

Vielen Dank!

Bitte senden Sie diesen Fragebogen bis spätestens zum 05.01.2012 vollständig ausgefüllt zurück, entweder per E-Mail an:
Alexander.Selbach@gmx.de

oder per Post an:
Alexander Selbach
Mainaustr. 6
78464 Konstanz

Haben Sie Fragen oder Anmerkungen zu diesem Fragebogen?
Ich stehe Ihnen gerne zur Verfügung unter: Alexander.Selbach@gmx.de

Vielen Dank das Sie sich die Zeit genommen haben, diesen Fragebogen auszufüllen und zurückzusenden.

Alexander Selbach
3. Semester Master I HTWG Konstanz I Kommunikationsdesign

Die Auswertung

DIE RESONANZ:

Die Resonanz der einzelnen Antwortschreiben bezüglich des Themas war durchweg sehr positiv, sodass auf ein grundlegend großes Interesse an dem befragten Thema geschlossen werden kann.

Lediglich zwei der Befragten regten eine Diskussion über die Relevanz des Themas an, da sich ihrer Meinung nach schon zu viele Arbeiten mit diesem Thema beschäftigt hätten. Mit einem dieser beiden Teilnehmer wurde im späteren Verlauf dann noch ein Gespräch und ein Interview geführt, um sich mit diesen Anregungen bewusst auseinanderzusetzen.

DER RÜCKLAUF:

Die ursprünglich angestrebte Zielgruppengröße konnte unter anderem aufgrund der Absagen der Berufsverbände nicht erreicht werden.

Das Interesse seitens der Agenturen war grundsätzlich sehr groß, aber auch hier war in vielen Fällen die Teilnahme an der Umfrage aus zeitlichen Gründen nicht möglich (Weihnachtsgeschäft & Ferien).

So konnte insgesamt ein Rücklauf von 55 Antworten verzeichnet werden. Dabei konnte von den insgesamt ca. 140 persönlich angesprochenen Kontakten ein Rücklauf von ca. 35 Antworten verzeichnet werden. Die übrigen 20 Beiträge sind durch Weitergabe dritter initiiert worden.

Bei den von mir persönlich angesprochenen Kontakten konnte demnach ein Rücklauf von ca. 25 Prozent erreicht werden.

Da nicht exakt nachvollziehbar ist, wie viele Designer der Fragebogen erreicht hat, ist eine Gesamtbeteiligung leider nicht berechenbar.

DIE ANTWORTEN:

Gründlegend ist festzustellen, dass bei allen zurückgesandten Fragebögen die anzukreuzenden Kompetenzbereiche zu 100% ausgefüllt wurden.

Auch die Daten zur Person und zum Unternehmen (bis auf Namen und E-Mailadresse) wurden zu einem Großteil vollständig ausgefüllt. Name und E-Mailadresse waren freiwillige Angaben und dienten vor allem der anschließenden Zusendung der Auswertung und sind aus diesem Grund für die Auswertung nicht weiter relevant.

Die offenen Fragen wurden in etwa 60 % der zurückgesandten Fragebögen ausgefüllt.

Etwa ein Drittel der Befragten antwortete anonym oder wollte die Antworten anonym behandelt wissen.

WIE WURDE AUSGEWERTET?

Um die ausgefüllten Fragebögen auszuwerten, wurde zunächst eine Tabelle in Excel aufgebaut in die, die einzelnen Antworten dann übertragen wurden.

Mithilfe dieser Tabelle konnte nun zunächst einmal ausgerechnet werden, wieviele der befragten Personen die einzelnen Kompetenzen nach der jeweiligen Wichtigkeit bewertet haben. Diese Daten wurden anschließend in eine Übersichtstabelle übertragen, aus der dann im Vergleich entsprechende Schlussfolgerungen gezogen werden konnten.

Die Daten zur Person und zum Unternehmen wurden ebenfalls auf diese Weise erfasst und in eine eigene Tabelle zur Veranschaulichung übertragen.

Die offenen Fragen wurden zunächst einmal zusammengefasst und dann auf ihre inhaltlichen Aussagen hin untersucht und in einzelnen Kategorien geordnet.

Beispieltabelle: Kompetenzen:

KOMPETENZ	WERTUNGSSKALA	WERTUNG FÜR FORTG. DESIGNER	WERTUNG FÜR BERUFSEINSTEIGER	PROZENTUALER ANTEIL FORTG. DESIGNER	PROZENTUALER ANTEIL BERUFSEINSTEIGER
Entwurfskompetenz basis Handwerk (Produktion, Typografie, Schrift, Form, Farbe, Satz, Zeichen ect.)	ist sehr wichtig	34	43	61,8 %	78,2 %
	ist wichtig	20	18	36,4 %	32,7 %
	ist weniger wichtig	0	0	0 %	0,5 %
	ist unwichtig	1	0	1,8 %	0 %
Entwurfskompetenz erweitertes Handwerk (Digitale Anwendungen, Fotografie, Film, DTP, Interface etc.)	ist sehr wichtig	16	15	29,1 %	27,3 %
	ist wichtig	33	35	60 %	63,6 %
	ist weniger wichtig	6	5	10,9 %	9,1 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Designtheoretische Kompetenz (Medientheorie, Semiotik, Wahrnehmungstheorie, Ästhetik, Designrhetorik etc.)	ist sehr wichtig	6	21	10,9 %	38,2 %
	ist wichtig	23	27	41,8 %	49,1 %
	ist weniger wichtig	25	6	45,5 %	10,1 %
	ist unwichtig	1	1	1,8 %	1,8 %

- 01 Kompetenz: In diesem Bereich der Tabelle werden die jeweiligen Kompetenzen benannt.
- 02 Wertung: Die Wertung beschreibt die jeweiligen Antwortmöglichkeiten, die von den Teilnehmern gegeben werden konnten. Die unterschiedlichen Wertungen sind zusätzlich farbig markiert um eine bessere Differenzierung und eine spätere Zuordnung zur grafischen Darstellung zu ermöglichen.
- 03 Anzahl Stimmen: Hier wird die Anzahl der Stimmen zu den jeweiligen Wertungen eingetragen. In die erste Spalte werden dabei die Wertungen für die fortgeschrittenen Designer und in die zweite Spalte die Wertungen für die Berufseinsteiger eingetragen.
- 04 Prozentualer Anteil: Um eine Übersicht darüber zu bekommen, wie groß der prozentuale Anteil der abgegebenen Stimmen ist, wird hier dieser Prozentualanteil eingetragen. Auch hier dient die erste Spalte der Wertung der fortgeschrittenen Designer und die zweite Spalte der Wertung der Berufseinsteiger.

GRAFISCHE DARSTELLUNG:

Um eine bessere Vergleichbarkeit der einzeln bewerteten Kompetenzen zu ermöglichen, wurde als Ergänzung der tabellarischen Darstellung zusätzlich eine grafische Darstellung angelegt. Diese soll die Kernaussagen und Tendenzen der einzelnen Erkenntnisse schnell und intuitiv vermitteln und darüber hinaus die gewünschte Vergleichbarkeit besser darstellen.

Beispielhafte grafische Darstellung:



- 01 Kompetenzen: Die einzelnen Kompetenzen werden in der grafischen Darstellung mittig zentriert angeordnet. Auf diese Weise kann links und rechts vergleichend die Bewertung der jeweiligen Kompetenz dargestellt werden.
- 02 Wertung für Berufseinsteiger: Auf dieser Seite werden die Wertungen für die Berufseinsteiger abgebildet. Die Wertungen sind entsprechen der farbigen Kodierung aus den Tabellen angelegt. Jedes Rechteck steht dabei für eine abgegebene Stimme. Am Ende eines jeden „Balkens“ steht dann noch einmal ergänzend der prozentuale Anteil der Wertung.
- 03 Wertung für fortgeschrittene Designer: Auf dieser Seite werden die Wertungen für die fortgeschrittenen Designer abgebildet. Der Aufbau und die farbliche Kodierung sind identisch mit der Darstellung der Berufseinsteiger.

AUSWERTUNG DER EINZELNEN KOMPETENZEN

Im Folgenden werden zunächst die einzelnen Kompetenzen anhand der Auswertung bewertet und in Bezug zu den Erwartungen an Berufseinsteiger und fortgeschrittene Designer untersucht. Im Anschluss folgt dann eine Gesamtbewertung der ganzen Modulgruppe. Sprich welche Kompetenzen werden in dieser Modulgruppe als besonders wichtig angesehen oder als völlig unwichtig bewertet.

Danach folgt ein direkter Bezug und Vergleich zu den in der Designausbildung gewonnen Erkenntnissen und den recherchierten Anforderungen an Designprofessionalismus.

Zum Abschluss werden die wichtigsten Kompetenzen der einzelnen Modulgruppen noch einmal zusammengefasst und etwas genauer beschrieben.

Die Auswertung der offenen Antworten soll das Gesamtbild der Erwartungen an professionelles Design ergänzen und einen individuellen persönlichen Bezug der einzelnen Teilnehmer in die Arbeit einfließen lassen.

Die Teilnehmer

Die folgende Tabelle soll veranschaulichen, welche Qualifikationen der durchschnittliche Teilnehmer der Umfrage vorzuweisen hatte. Es werden dabei die unterschiedlichen Positionen, Berufserfahrung, Anzahl der Mitarbeiter (allgemein und im Design) und die Tätigkeitsbereiche berücksichtigt.

An dieser Stelle ist anzumerken, dass mit Hilfe dieser Art von Daten über die grundlegende Auswertung noch eine vertiefende Auswertung erfolgen könnte. So wäre es beispielsweise möglich, Rückschlüsse darauf zu ziehen, ob ein Teilnehmer, der länger als 10 Jahre im Beruf ist oder der einen anderen Studienabschluss erlangt hat als im Bereich Design, gewisse Kompetenzen anders bewertet hat.

Eine solch detaillierte Untersuchung ist an dieser Stelle jedoch aus mehreren Gründen nicht möglich. Der wohl entscheidende Grund ist die Tatsache, dass „nur“ 55 Personen an der Umfrage teilgenommen haben und sich deshalb das Problem ergibt, dass noch keine empirisch erwiesene Schlussfolgerung in Bezug auf die eben beschriebene Vermutung gezogen werden kann. Die entsprechende Zeit, die in eine solch detaillierte Auswertung investiert werden müsste, wäre somit nur bedingt gerechtfertigt und wird aus diesem Grund in die Ausarbeitung der anderen Themengebiete investiert.

Entscheidend für die Umfrage war an erste Stelle, dass die Teilnehmer die nötige Berufserfahrung vorweisen konnten, um auf die Fragen bezüglich der Kompetenzen, fundiert antworten zu können.

Grundlegend lässt sich feststellen, dass relativ viele der Teilnehmer Mitglieder der Geschäftsführung, Professoren und Creative Directoren sind. Der Großteil von ihnen hat im Bereich Design studiert und die durchschnittliche Berufserfahrung liegt zwischen 11 und 20 Jahren.

Es haben sowohl Designer aus kleinen als auch aus großen Agenturen an der Umfrage teilgenommen. Dabei arbeiten die Befragten vor allem im Bereich Design, Strategie und Werbung. Aber auch Sonstige Aufgabengebiete wie beispielsweise Ausstellungsdesign fallen in die Aufgabengebiete der Befragten.

DATEN ZUR PERSON/UNTERNEHMEN	SPEZIFIZIERUNG	ANZAHL (VON 55)
Position	Art Director	11*
	Creative Director	14*
	Geschäftsführer	23*
	Professor	21*
	Sonstiges	8*
Ausbildung und Studium	Studienabschluss im Design	44 *
	Einen anderen Studienabschluss	10 *
	keinen Studienabschluss	3*
Berufserfahrung	0 - 5 Jahre	11
	6 - 10 Jahre	13
	11 - 20 Jahre	18
	21 und mehr Jahre	13
Anzahl der Gesamtmitarbeiter	0 - 5	17
	6 - 10	4
	11 - 20	10
	21 - 50	6
	50 und mehr	13
Anzahl der Mitarbeiter im Bereich Design	0 - 5	21
	6 - 10	9
	11 - 20	10
	21 - 50	3
	50 und mehr	7
Tätigkeitsbereiche	Strategie	32
	Design	47
	PR	6
	Marketing	8
	Event	3
	Werbung	18
	Sonstiges	28

* Da bei der Umfrage insgesamt 55 Personen teilgenommen haben, bei manchen Angaben zur Person und zum Unternehmen jedoch Mehrfachnennungen möglich waren, ist die Anzahl der Antworten entsprechend höher.

Fachkompetenzen

KOMPETENZ	WERTUNGSSKALA	WERTUNG FÜR FORTG. DESIGNER		PROZENTUALER ANTEIL FORTG. DESIGNER	
		ist sehr wichtig	ist wichtig	ist weniger wichtig	ist unwichtig
Entwurfskompetenz Basishandwerk (Produktion, Typografie, Schrift, Form, Farbe, Satz, Zeichen ect.)	ist sehr wichtig	34	34	61,8 %	61,8 %
	ist wichtig	18	20	32,7 %	36,4 %
	ist weniger wichtig	3	0	5,5 %	0 %
	ist unwichtig	0	1	0 %	1,8 %
Entwurfskompetenz erweitertes Handwerk (Digitale Anwendungen, Fotografie, Film, DTP, Interface etc.)	ist sehr wichtig	15	16	27,3 %	29,1 %
	ist wichtig	35	33	63,6 %	60 %
	ist weniger wichtig	5	6	9,1 %	10,9 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Designtheoretische Kompetenz (Medientheorie, Semiotik, Wahrnehmungstheorie, Ästhetik, Designrhetorik etc.)	ist sehr wichtig	21	6	38,2 %	10,9 %
	ist wichtig	27	23	49,1 %	41,8 %
	ist weniger wichtig	6	25	10,1 %	45,5 %
	ist unwichtig	1	1	1,8 %	1,8 %
Designgeschichtliche Kompetenz (Designgeschichte, Kunstgeschichte, Mediengeschichte etc.)	ist sehr wichtig	7	3	12,7 %	5,5 %
	ist wichtig	22	16	40 %	29,1 %
	ist weniger wichtig	24	33	43,6 %	60 %
	ist unwichtig	2	3	3,6 %	5,5 %
Interdisziplinarität	ist sehr wichtig	43	26	78,2 %	47,3 %
	ist wichtig	10	19	18,2 %	34,5 %
	ist weniger wichtig	1	10	1,8 %	18,2 %
	ist unwichtig	1	0	1,8 %	0 %
Konzeptionelles Denken und Handeln	ist sehr wichtig	51	25	92,7 %	45,5 %
	ist wichtig	4	26	7,3 %	47,3 %
	ist weniger wichtig	0	4	0 %	7,3 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Zielgruppenspezifische Kommunikation	ist sehr wichtig	32	12	58,2 %	21,8 %
	ist wichtig	18	23	32,7 %	41,8 %
	ist weniger wichtig	3	16	5,5 %	29,1 %
	ist unwichtig	2	4	3,6 %	7,3 %

ENTWURFSKOMPETENZ BASISHANDWERK:

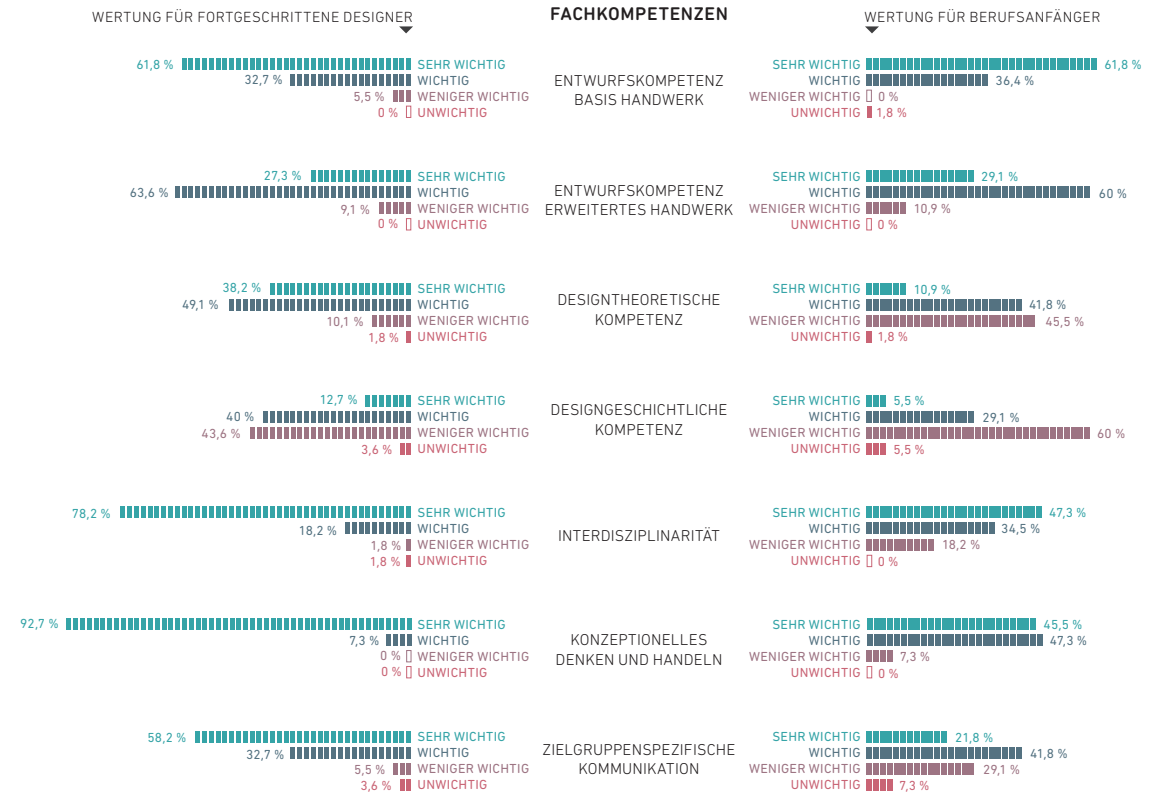
Betrachtet man die Auswertung zu der Entwurfskompetenz „Basishandwerk“, so fällt sehr schnell auf, dass die Erwartungshaltung an einen Berufsanfänger sich nahezu deckt mit der Erwartungshaltung an einen fortgeschrittenen Designer. Die Kompetenz wird sowohl für Berufseinsteiger als auch für einen fortgeschrittenen Designer als sehr wichtig und wichtig bewertet (61 % sehr wichtig, ca. 30 % wichtig). Lediglich 5,5 % der Befragten bewerten diese Kompetenz für einen fortgeschrittenen Designer als weniger wichtig.

ENTWURFSKOMPETENZ ERWEITERTES HANDWERK:

Auch bei der Entwurfskompetenz des erweiterten Handwerks zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. So ist auch hier die Erwartungshaltung an Berufseinsteiger nahezu identisch mit der Erwartungshaltung an fortgeschrittene Designer. Die erweiterten handwerklichen Kompetenzen werden von etwa 63 % der Befragten als wichtig und von etwa 30 % als sehr wichtig bewertet. Nur etwa 10 % der Teilnehmer sehen diese Kompetenz sowohl für Berufseinsteigern als auch für fortgeschrittenen Designern als weniger wichtig an und keiner der Teilnehmer bewertet diesen Kompetenzbereich als unwichtig.

DESIGNTHEORETISCHE KOMPETENZ:

Die designtheoretischen Kompetenzen werden dagegen eher von fortgeschrittenen Designern als von Berufseinsteigern erwartet. So werden sie von den Befragten für einen fortgeschrittenen Designer zu ca. 40 % als sehr wichtig und zu ca. 50 % als wichtig bewertet. Nur etwa 10 % der Befragten schätzen diese Kompetenz für fortgeschrittene Designer als weniger wichtig ein. In Bezug zu den Berufseinsteigern ist die Erwartungshaltung nahezu umgekehrt.



Nur 10 % der Befragten sehen die designtheoretischen Kompetenzen für einen Berufseinsteiger als sehr wichtig an. Etwa 45 % bewerten sie sogar eher als weniger wichtig. Da aber auch etwa 40 % der Befragten die Designtheorie als wichtig für einen Berufseinsteiger ansehen, relativiert sich die Bewertung der Extreme ein wenig. Ein Berufseinsteiger muss diese Kompetenz demnach noch nicht sehr gut beherrschen, sie scheint jedoch im Laufe der Entwicklung zu einem fortgeschrittenen Designer stetig an Bedeutung zu gewinnen.

DESIGNGESCHICHTLICHE KOMPETENZEN:

Die Auswertung zeigt, dass die Meinungen zu dieser Kompetenz stark auseinander gehen. Grundlegend ist zu erkennen, dass Designgeschichte ähnlich wie Designtheorie erst mit steigender Erfahrung des Desingers wichtiger wird.

In Bezug zu einem Berufseinsteiger werden die designgeschichtlichen Kompetenzen von 60 % der Befragten als weniger wichtig bewertet. Etwa 5,5 % bewerten sie sogar als unwichtig. Gerade einmal 30 % der Befragten sehen die designgeschichtlichen Kompetenzen für den Berufseinsteiger als wichtig an.

In Bezug zu einem fortgeschrittenen Designer steigt die Erwartungshaltung ein wenig. Etwa 13 % sehen diese Kompetenz für einen fortgeschrittenen Designer als sehr wichtig, 40 % als wichtig aber auch etwa 43 % als weniger wichtig an. Es scheint also tendenziell Uneinigkeit darüber zu herrschen, ob diese Kompetenz für einen fortgeschrittenen Designer wichtig ist oder nicht.

INTERDISZIPLINARITÄT:

Interdisziplinarität wird von den Befragten als grundlegend sehr wichtig eingeschätzt. Die Erwartungshaltung an Berufseinsteiger ist dabei jedoch noch etwas geringer als an einen fortgeschrittenen Designer. Etwa 50 % der Befragten sehen Interdisziplinarität bereits für Berufseinsteigern als sehr wichtig an und etwa 35 % bewerten sie als wichtig.

Für einen fortgeschrittenen Designer wird diese Kompetenz überwiegend als sehr wichtig bewertet. So stimmten fast 80 % für sehr wichtig. Die Übrigen, knapp 20 %, bewerteten sie als wichtig.

Somit wird deutlich, dass Interdisziplinarität eine sehr wichtige Rolle für einen fortgeschrittenen Designer spielt. Dabei sollte diese Kompetenz bereits in der Ausbildung trainiert werden, da sie auch für einen Berufseinsteiger als wichtig angesehen wird.

KONZEPTIONELLES DENKEN UND HANDELN:

Bei dieser Kompetenz ist eine ganz klare Aussage aus der Auswertung abzulesen. Sowohl für Berufseinsteiger als auch fortgeschrittene Designer scheint diese Kompetenz sehr wichtig zu sein.

Sie wurde für die Berufseinsteiger zu 45 % als sehr wichtig und zu 47 % als wichtig bewertet. Die Aussage zur Erwartung an die fortgeschrittenen Designer ist sogar noch deutlicher. So wurde hier von den Befragten zu 93 % für sehr wichtig gestimmt. Keiner der Befragten schätzte diese Kompetenz für einen fortgeschrittenen Designer als weniger wichtig oder gar unwichtig ein. Auch in Bezug zu den Berufseinsteigern haben nur etwa 7 % der Teilnehmer für weniger wichtig abgestimmt.

Es wird also bereits von einem Berufseinsteiger ein sehr hohes Maß an konzeptionellem Denken und Handeln erwartet. Diese Kompetenz wird dann im Laufe der Entwicklung zu einem fortgeschrittenen Designer zunehmend unverzichtbar.

ZIELGRUPPENSPEZIFISCHE KOMMUNIKATION:

Bei der Bewertung der Zielgruppenspezifischen Kommunikation ist zu erkennen, dass sie bereits für einen Berufseinsteiger wichtig ist, er jedoch noch mehr Freiheiten hat als ein fortgeschrittener Designer. Etwa 20 % der Befragten bewerten diese Kompetenz für einen Berufseinsteiger als sehr wichtig, 41 % bewerteten sie als wichtig, 30 % als weniger wichtig und ca. 7 % als unwichtig.

Der fortgeschrittene Designer sollte die Zielgruppenspezifische Kompetenz deutlich besser beherrschen. So bewerteten etwa 60 % der Befragten diese Kompetenz für einen fortgeschrittenen Designer als sehr wichtig und etwa 33 % als wichtig. Nur etwa 5,5 % der Befragten sehen sie für ihn als weniger wichtig oder unwichtig an (3,6 %).

So scheinen mit zunehmender Erfahrung die anfänglichen „Freiheiten“ eines Berufseinsteigers abzunehmen und eine Zielgruppenspezifische Kommunikation immer wichtiger zu werden.

GESAMTBEWERTUNG DER FACHKOMPETENZEN:

Betrachtet man die gesamte Modulgruppe der Fachkompetenzen im Vergleich, so lassen sich folgende Aussagen treffen:

Die Entwurfskompetenzen scheinen sowohl für einen Berufseinsteiger als auch für einen fortgeschrittenen Designer eine wichtige Rolle zu spielen. Sie bilden die „Grundlage“ der Fachkompetenzen. Dabei werden die basis-handwerklichen Entwurfskompetenzen als noch wichtiger angesehen als die erweiterten Entwurfskompetenzen.

Designtheorie, Designgeschichte und Zielgruppenspezifische Kommunikation scheinen für einen Berufseinsteiger eine eher untergeordnete Rolle zu spielen und werden erst im Laufe der Entwicklung zu einem fortgeschrittenen Designer immer wichtiger. Um diese Entwicklung jedoch durchlaufen zu können, sollte ein Berufseinsteiger grundsätzlich mit diesen Kompetenzen vertraut sein – Eine Basis, die ausgebaut werden kann und sollte.

Dabei ist jedoch zu beobachten, dass die Designgeschichtlichen Kompetenzen im Gesamtvergleich am schlechtesten bewertet wurden (im Sinne von weniger wichtig) und scheinbar immer mehr an Bedeutung verlieren.

Absolut unabdingbar scheinen hingegen die Kompetenzen „*Interdisziplinarität*“ und „*Konzeptionelles Denken und Handeln*“ zu sein. Sie sind in dieser Gruppe, die am wichtigsten bewerteten Kompetenzen für einen fortgeschrittenen Designer. Für einen Berufseinsteiger sind sie in etwa genauso wichtig bewertet worden wie die Entwurfskompetenzen.

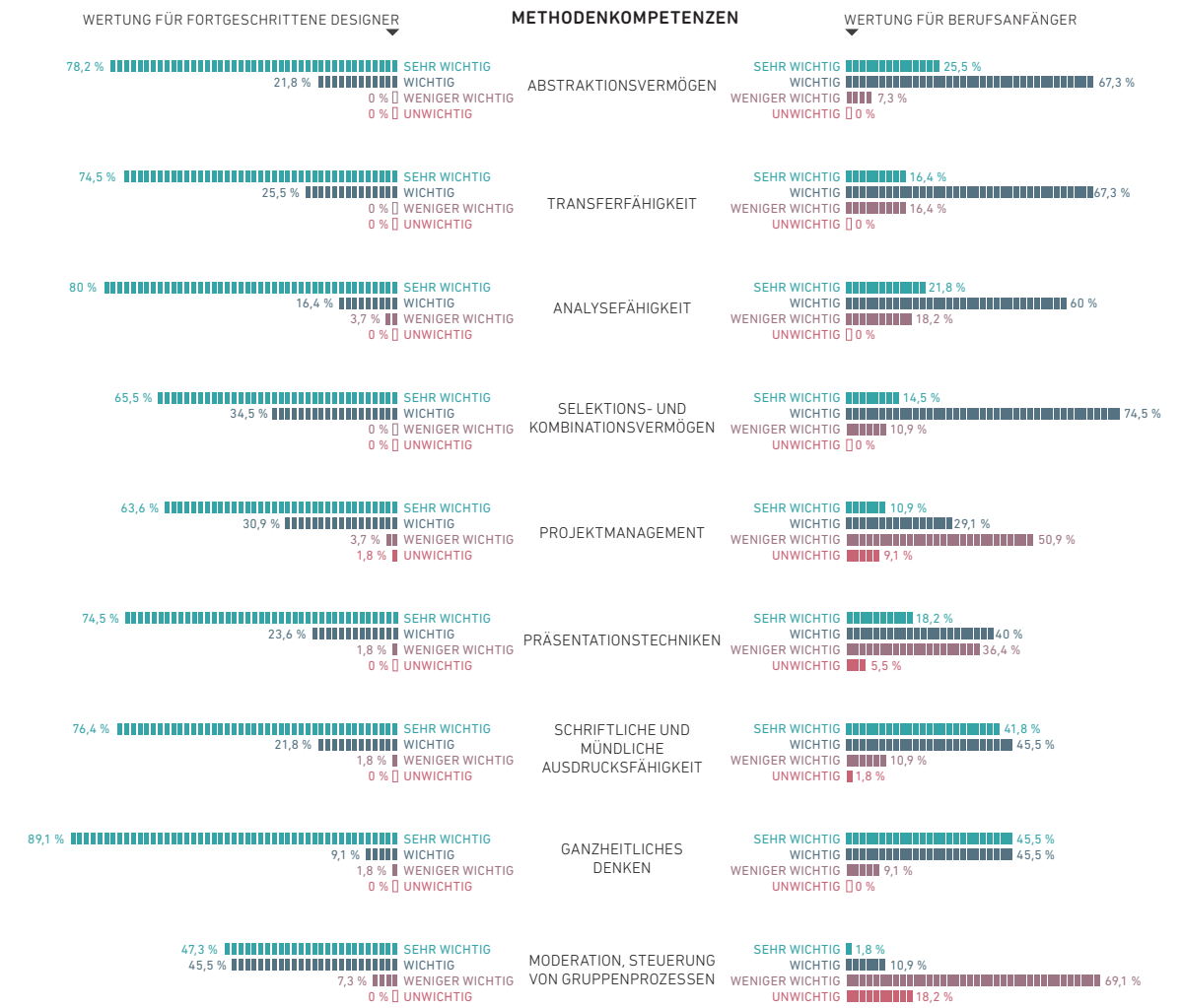
In Bezug zu den Erkenntnissen aus der Designausbildung und der Frage nach den Anforderungen an professionelles Design bestätigt die Auswertung der Umfrage die zuvor gewonnenen Einschätzungen.

Sowohl in den Studienbeschreibungen, den Modulangeboten und auch in der Untersuchung zum Volkssport Design werden beispielsweise immer wieder die konzeptionellen und interdisziplinären Ausrichtungen angesprochen. Interdisziplinäre Projektarbeiten finden sich verstärkt im Studienverlauf wieder. In der Auseinandersetzung um das professionelle Design wird die interdisziplinäre Kompetenz als zunehmend wichtiger bewertet, um in der globalisierten und immer stärker spezialisierten Gesellschaft mit Mitarbeitern aus anderen Disziplinen erfolgreich zusammenarbeiten zu können. Aber auch das konzeptionelle Denken und Handeln wird im Vergleich von professionellem und amateurhaftem Design als ein wichtiges Unterscheidungskriterium genannt. So kann doch nur ein professioneller Designer komplexe Designaufgaben bewältigen. Und eben hierfür bedarf es des konzeptionellen Denkens und Handelns.

Die Entwurfskompetenzen werden nicht nur, wie zuvor beschreiben, als wichtige Grundlage für Berufseinsteiger und fortgeschrittene Designer angesehen, sondern bilden im Durchschnitt auch die Basis der Designausbildung (siehe Kompetenzprofil des Durchschnittsabsolventen). Sie ist die Kernkompetenz des Designers und sollte dementsprechend auch in Zukunft in der Ausbildung einen großen Anteil des Studiums einnehmen.

Methodenkompetenzen

KOMPETENZ	WERTUNGSSKALA	WERTUNG FÜR FORTG. DESIGNER		WERTUNG FÜR BERUFSEINSTEIGER	
		PROZENTUALER ANTEIL FORTG. DESIGNER	PROZENTUALER ANTEIL BERUFSEINSTEIGER	PROZENTUALER ANTEIL FORTG. DESIGNER	PROZENTUALER ANTEIL BERUFSEINSTEIGER
Abstraktionsvermögen	ist sehr wichtig	43	14	78,2 %	25,5 %
	ist wichtig	12	37	21,8 %	67,3 %
	ist weniger wichtig	0	4	0 %	7,3 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Transferfähigkeit	ist sehr wichtig	41	9	74,5 %	16,4 %
	ist wichtig	14	37	25,5 %	67,3 %
	ist weniger wichtig	0	9	0 %	16,4 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Analysefähigkeit	ist sehr wichtig	44	12	80 %	21,8 %
	ist wichtig	9	33	16,4 %	60 %
	ist weniger wichtig	2	10	3,7 %	18,2 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Selektions- und Kombinationsvermögen	ist sehr wichtig	36	8	65,5 %	14,5 %
	ist wichtig	19	41	34,5 %	74,5 %
	ist weniger wichtig	0	6	0 %	10,9 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Projektmanagement	ist sehr wichtig	35	6	63,6 %	10,9 %
	ist wichtig	17	16	30,9 %	29,1 %
	ist weniger wichtig	2	28	3,7 %	50,9 %
	ist unwichtig	1	5	1,8 %	9,1 %
Präsentationstechniken	ist sehr wichtig	41	10	74,5 %	18,2 %
	ist wichtig	13	22	23,6 %	40 %
	ist weniger wichtig	1	20	1,8 %	36,4 %
	ist unwichtig	0	3	0 %	5,5 %
Schriftliche und mündliche Ausdrucksfähigkeit	ist sehr wichtig	42	23	76,4 %	41,8 %
	ist wichtig	12	25	21,8 %	45,5 %
	ist weniger wichtig	1	6	1,8 %	10,9 %
	ist unwichtig	0	1	0 %	1,8 %
Ganzheitliches Denken	ist sehr wichtig	49	25	89,1 %	45,5 %
	ist wichtig	5	25	9,1 %	45,5 %
	ist weniger wichtig	1	5	1,8 %	9,1 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Moderation, Steuerung von Gruppenprozessen	ist sehr wichtig	26	1	47,3 %	1,8 %
	ist wichtig	25	6	45,5 %	10,9 %
	ist weniger wichtig	4	38	7,3 %	69,1 %
	ist unwichtig	0	10	0 %	18,2 %



ABSTRAKTIONSVERMÖGEN, TRANSFERFÄHIGKEIT & ANALYSEFÄHIGKEIT:

Zu diesen drei Kompetenzen lassen sich nahezu identische Ergebnisse aus der Auswertung ablesen. Alle drei Kompetenzen scheinen für fortgeschrittene Designer sehr wichtig oder wichtig zu sein. So bewerteten die Teilnehmer diese drei Kompetenzen für einen fortgeschrittenen Designer zu ca. 80 % mit sehr wichtig und ca. 20 % mit wichtig. Keiner der Befragten schätzte sie als weniger wichtig oder gar unwichtig ein.

In Bezug zu den Erwartungen an einen Berufseinsteiger wurden diese drei Kompetenzen mit etwa 65 % als wichtig und mit ca. 20 % als sehr wichtig bewertet. Transfer- und Analysefähigkeit wurden mit etwa 16 % bzw. 18 % und das Abstraktionsvermögen mit ca. 7 % als weniger wichtig bewertet. Auch bei den Berufseinsteigern wurden alle drei Kompetenzen nicht als unwichtig angesehen.

Der Anspruch an diese Fähigkeiten scheint sich jedoch mit steigender Berufserfahrung zu erhöhen, sodass diese Kompetenzen einen unverzichtbaren Part im professionellen Umgang mit Design darstellen.

SELEKTIONS-UND KOMBINATIONSVERMÖGEN:

Die Auswertung zur Kompetenz des Selektions- und Kombinationsvermögens fasst im Grunde genommen die zuvor getroffenen Kompetenzen noch einmal zusammen. Betrachtet man sie also als eine Art Kontrolle zu den zuvor genannten Kompetenzen, ist es umso erfreulicher, dass die Einschätzungen weitestgehend übereinstimmen.

Auch hier wurde die Kompetenz für fortgeschrittene Designer als entweder sehr wichtig oder wichtig bewertet. Der Anteil der Stimmen liegt dabei zu 65 % bei sehr wichtig und 35 % bei wichtig. Keiner der Befragten schätzte das Selektions- und Kombinationsvermögen für fortgeschrittene Designer als weniger wichtig oder unwichtig ein.

Für die Berufseinsteiger wird diese Kompetenz zu 75 % als wichtig und zu etwa 14 % als sehr wichtig bewertet. Nur etwa 10 % der Befragten sehen diese Kompetenz als weniger wichtig an.

PROJEKTMANAGEMENT:

Laut dieser Umfrage scheint Projektmanagement eindeutig eine Kompetenz für fortgeschrittene Designer zu sein. Sie wird dabei von 63 % der Befragten als sehr wichtig und von 31 % als wichtig bewertet.

In Bezug zu den Berufseinsteigern wird diese Kompetenz von deutlich weniger Befragten als sehr wichtig oder wichtig bewertet (30 % wichtig, 10 % sehr wichtig). Etwa 50 % der Befragten schätzen diese Kompetenz für einen Berufseinsteiger sogar als weniger wichtig und ca. 10 % als unwichtig ein.

Da die Anforderung an diese Kompetenz mit der Entwicklung zu einem fortgeschrittenen Designer steigt, sollte eine grundlegende Auseinandersetzung mit dem Thema schon frühzeitig beginnen, um den späteren Anforderungen als fortgeschrittener Designer gerecht werden zu können.

PRÄSENTATIONSTECHNIKEN:

Die Auswertung zur Kompetenz der Präsentationstechniken zeigt ein ähnliches Ergebnis, wie die Auswertung des Projektmanagements. Auch diese Kompetenz scheint vor allem für fortgeschrittene Designer sehr wichtig oder wichtig zu sein. Der Anteil der Stimmen lag hier bei ca. 75 % für sehr wichtig und 23 % für wichtig. Außer einem Teilnehmer bewertete niemand diese Kompetenz als weniger wichtig oder unwichtig für einen fortgeschrittenen Designer.

Die Erwartungen an Berufseinsteiger sind bei dieser Kompetenz etwas undeutlicher als bei der des Projektmanagement.

Etwa 20 % der Teilnehmer sehen die Präsentationstechniken für einen Berufseinsteiger als sehr wichtig an und 40 % als wichtig. Aber auch etwa 38% der Beteiligten bewerten diese Kompetenz als weniger wichtig.

Der Berufseinsteiger muss demnach noch nicht perfekt in den Präsentationstechniken ausgebildet sein, sollte diese Kompetenz aber stetig weiterentwickeln, da die Erwartung an diese Kompetenz mit steigender Berufserfahrung zunimmt.

SCHRIFTLICHE UND MÜNDLICHE AUSDRUCKSFÄHIGKEIT:

Die schriftliche und mündliche Ausdrucksfähigkeit ist eine Kompetenz, die scheinbar sowohl für einen Berufseinsteiger als auch für einen fortgeschrittenen Designer als sehr wichtig angesehen wird.

So zeigt die Auswertung, dass die Erwartungen an einen fortgeschrittenen Designer dabei zwar noch deutlich höher ist aber auch von einem Berufseinsteiger wird diese Kompetenz bereits erwartet.

Etwa 42 % der Beteiligten bewerteten die schriftliche und mündliche Ausdrucksfähigkeit für einen Berufseinsteiger als sehr wichtig und 45 % bewerteten sie als wichtig.

Die Erwartungshaltung an einen fortgeschrittenen Designer ist noch etwas stärker. Knapp 77 % der Befragten stimmten dafür, dass diese Kompetenz für einen fortgeschrittenen Designer sehr wichtig ist und etwa 20 % stimmten dafür, dass sie wichtig ist. Nur eine Stimme bewertete diese Kompetenz als weniger wichtig.

GANZHEITLICHES DENKEN:

Die Aussage die sich aus der Auswertung ergibt, ist sehr eindeutig. Diese Kompetenz wird für einen fortgeschrittenen Designer von fast 90 % der Befragten als sehr wichtig eingeschätzt. Etwa 8 % sehen sie als wichtig an und nur einer der Befragten bewertete sie als eher unwichtig.

Auch von einem Berufseinsteiger wird diese Kompetenz bereits erwartet. Etwa die Hälfte der Befragten sieht sie für einen Berufseinsteiger sogar als sehr wichtig an und etwa die andere Hälfte der Befragten bewertet sie zumindest als wichtig. Nur etwa 10 % der Befragten bewertete sie als weniger wichtig.

Ganzheitliches Denken ist demnach von Beginn an von großer Bedeutung und sollte stets weitertrainiert werden.

MODERATION UND STEUERUNG VON GRUPPENPROZESSEN:

Diese Kompetenz scheint im Gegenzug zu den anderen Kompetenzen sehr eindeutig nicht von einem Berufsanfänger erwartet zu werden.

Fast 70 % der Befragten bewerteten diese Kompetenz für einen Berufseinsteiger als weniger wichtig und etwa 20 % sogar als unwichtig.

Gerade einmal 10 % der Teilnehmer stuften sie für einen Berufseinsteiger als wichtig ein und nur ein Befragter bewertete sie als sehr wichtig.

Der fortgeschrittene Designer hingegen muss diese Kompetenz sehr wohl vorweisen können. So erwarten etwa 47 % der Beteiligten, dass ein fortgeschrittener Designer diese Kompetenz sehr gut beherrscht und 45 %, dass er sie gut beherrscht. Gerade einmal 7 % der Befragten bewerteten diese Kompetenz auch für fortgeschrittene Designer als eher weniger wichtig.

Dieses Ergebnis zeigt sehr deutlich, dass ein Berufseinsteiger nur in den seltensten Fällen direkt eine Projektleitung übernehmen wird, in der er die Moderation und Steuerung des Teams übernehmen müsste. Aus diesem Grund ist auch die Erwartungshaltung an den Berufseinsteiger bezüglich dieser Kompetenz sehr gering.

Die Steuerung und Moderation von Gruppenprozessen wird überwiegend von fortgeschrittenen Designern übernommen und demnach im Laufe der beruflichen Entwicklung erlernt und ausgeprägt.

GESAMTBEWERTUNG DER METHODENKOMPETENZEN:

Anhand der Auswertung wird deutlich, dass viele der Methodenkompetenzen für den Berufseinsteiger und für den fortgeschrittenen Designer als wichtig und sehr wichtig angesehen werden.

Die drei entscheidendsten Kompetenzen sind in dieser Gruppe für einen fortgeschrittenen Designer: Ganzheitliches Denken, Analysefähigkeit und Abstraktionsvermögen. Für einen Berufseinsteiger sind es: ganzheitliches Denken, schriftliche und mündliche Ausdrucksfähigkeit und Abstraktionsvermögen.

Eine gute Basisausbildung ist demnach wünschenswert, um mit dem Studienabschluss zumindest ein grundlegendes Gespür für die einzelnen Methodenkompetenzen entwickelt zu haben und um diese dann im Laufe der beruflichen Entwicklung immer weiter ausbauen zu können.

Einige der Kompetenzen werden jedoch sehr eindeutig nur von einem fortgeschrittenen Designer erwartet. So sind das Projektmanagement, die Moderation und Steuerung von Gruppenprozessen und auch die Präsentationstechniken Kompetenzen, die für einen Berufseinsteiger noch eher weniger wichtig sind. Der fortgeschrittene Designer hingegen sollte diese Kompetenzen vorweisen und anwenden können.

Der Einzelne muss sie sich demnach durch die Erfahrung und den Umgang mit (warsch. zunächst) kleineren Projekten und in Teamarbeit erarbeiten oder über spezielle Kurse und Coachings erlernen.

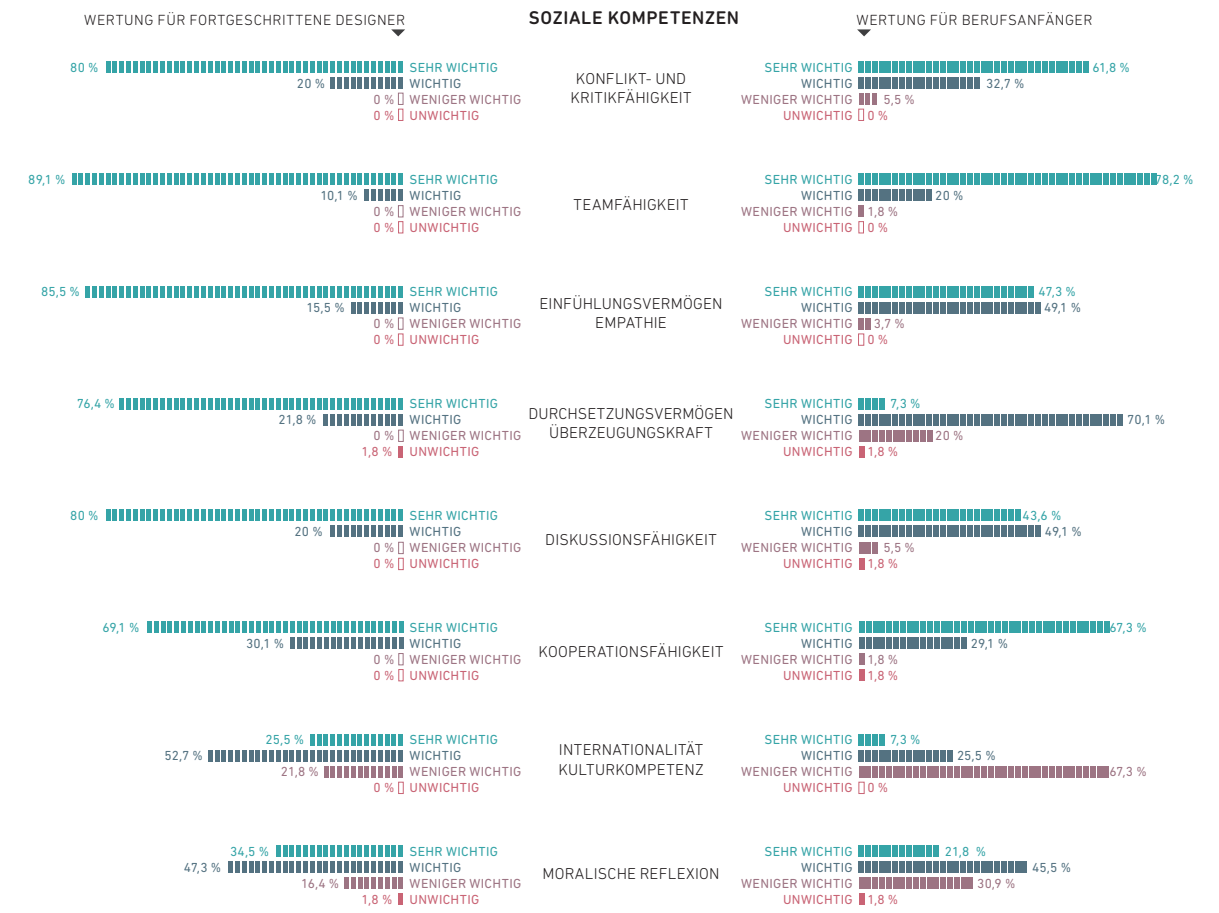
Grundlegend sehe ich hier aber auch schon ein sehr großes Potential in der Designausbildung. Da sich ein Großteil des durchschnittlichen Studiums der Projektarbeit widmet, ist hier die Möglichkeit gegeben, solche Kompetenzen kennenzulernen, bewusst zu reflektieren und entsprechend seiner Ziele und Vorstellungen zu trainieren.

In Bezug zum professionellen Umgang mit Design werden diese Kompetenzen noch einmal wichtiger. Gutes Projektmanagement ist beispielsweise die Grundlage, um den Designberuf wirtschaftlich effektiv ausüben zu können (möchte man davon leben können). Präsentationstechniken, sowie die Steuerung von Gruppenprozessen entscheiden mit darüber, ob ein Team gut zusammenarbeiten kann und ob mit dem Kunden zielführend eine Problemlösung erarbeitet werden kann.

Die Methodenkompetenzen helfen somit den Designprozess zu optimieren und zu professionalisieren, ob auf einfacher Ebene oder aber in komplexen und schwierigen Situationen.

Soziale Kompetenzen

KOMPETENZ	WERTUNGSSKALA	WERTUNG FÜR FORTG. DESIGNER		PROZENTUALER ANTEIL FORTG. DESIGNER	
		ist sehr wichtig	ist wichtig	ist weniger wichtig	ist unwichtig
Konflikt- und Kritikfähigkeit	ist sehr wichtig	44	34	80 %	61,8 %
	ist wichtig	11	18	20 %	32,7 %
	ist weniger wichtig	0	3	0 %	5,5 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Teamfähigkeit	ist sehr wichtig	49	43	89,1 %	78,2 %
	ist wichtig	6	11	10,1 %	20 %
	ist weniger wichtig	0	1	0 %	1,8 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Einfühlungsvermögen, Empathie	ist sehr wichtig	47	26	85,5 %	47,3 %
	ist wichtig	8	27	15,5 %	49,1 %
	ist weniger wichtig	0	2	0 %	3,7 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Durchsetzungsvermögen, Überzeugungskraft	ist sehr wichtig	42	4	76,4 %	7,3 %
	ist wichtig	12	39	21,8 %	70,1 %
	ist weniger wichtig	0	11	0 %	20 %
	ist unwichtig	1	1	1,8 %	1,8 %
Diskussionsfähigkeit	ist sehr wichtig	44	24	80 %	43,6 %
	ist wichtig	11	27	20 %	49,1 %
	ist weniger wichtig	0	3	0 %	5,5 %
	ist unwichtig	0	1	0 %	1,8 %
Kooperationsfähigkeit	ist sehr wichtig	38	37	69,1 %	67,3 %
	ist wichtig	17	16	30,1 %	29,1 %
	ist weniger wichtig	0	1	0 %	1,8 %
	ist unwichtig	0	1	0 %	1,8 %
Internationalität, Kulturkompetenz	ist sehr wichtig	14	4	25,5 %	7,3 %
	ist wichtig	29	14	52,7 %	25,5 %
	ist weniger wichtig	12	37	21,8 %	67,3 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Moralische Reflexion	ist sehr wichtig	19	12	34,5 %	21,8 %
	ist wichtig	26	25	47,3 %	45,5 %
	ist weniger wichtig	9	17	16,4 %	30,9 %
	ist unwichtig	1	1	1,8 %	1,8 %



KONFLIKT UND KRITIKFÄHIGKEIT:

Die Auswertung der Umfrage zeigt sehr deutlich, dass die Konflikt und Kritikfähigkeit sowohl für einen Berufseinsteiger als auch für einen fortgeschrittenen Designer sehr wichtig ist. Alle an der Umfrage Beteiligten bewerteten diese Kompetenz für einen fortgeschrittenen Designer entweder als sehr wichtig oder als wichtig. Dabei ist der Anteil Stimmen für sehr wichtig vier mal so groß und beträgt genau 80 %. Keiner der Teilnehmer bewertete demnach diese Kompetenz in Bezug zu den fortgeschrittenen Designern als weniger wichtig oder unwichtig.

Die Erwartungshaltung an die Berufseinsteiger zu dieser Kompetenz ist ebenfalls als überwiegend hoch einzustufen, ist jedoch nicht ganz so extrem wie bei den fortgeschrittenen Designern. So liegt der Anteil der Stimmen für sehr wichtig bei ca. 62 % und der Anteil für wichtig bei etwa 33 %. Drei der Befragten sehen diese Kompetenz bei einem Berufseinsteiger eher als weniger wichtig an.

Diese Kompetenz scheint also grundlegend wichtig zu sein, wird aber mit steigender Berufserfahrung immer wichtiger.

TEAMFÄHIGKEIT:

Die Teamfähigkeit ist die am wichtigsten bewertete Kompetenz in dieser Gruppe. Sowohl für Berufseinsteiger als auch für fortgeschrittene Designer wird sie von den Teilnehmern der Umfrage als überwiegend sehr wichtig angesehen.

Etwa 78 % der Beteiligten bewerten die Teamfähigkeit als sehr wichtig und ca. 20 % als wichtig für einen Berufsanfänger.

Die Erwartungshaltung an die fortgeschrittenen Designer ist sogar noch einmal deutlich höher. So wird hier die Kompetenz zu knapp 90 % als sehr wichtig bewertet und zu etwa 10 % als wichtig. Lediglich ein Teilnehmer bewertete die Teamfähigkeit bei Berufsanfängern als weniger wichtig. Darüber hinaus sah jedoch niemand diese Kompetenz als unwichtig an.

Teamfähigkeit scheint somit eine der Kompetenzen zu sein, die schon zu Beginn für einen Berufseinsteiger eine entscheidende Rolle im professionellen Umgang mit Design spielt.

EINFÜHLUNGSVERMÖGEN UND EMPATHIE:

Einfühlungsvermögen wird ebenfalls grundlegend als eine zentrale Kompetenz angesehen. Für fortgeschrittene Designer ist sie besonders wichtig. So bewerteten sie etwa 85 % der Beteiligten als sehr wichtig und 15 % als wichtig. Bei der Erwartungshaltung an die Berufseinsteiger ist der Anteil an Stimmen für sehr wichtig und wichtig etwa gleich groß. Er liegt jeweils bei etwa 48 %.

DURCHSETZUNGSVERMÖGEN, ÜBERZEUGUNGSKRAFT:

Diese Kompetenz scheint besonders für einen fortgeschrittenen Designer sehr relevant zu sein. Die Teilnehmer bewerteten sie zu etwa 76 % als sehr wichtig und zu etwa 20 % als wichtig.

Von einem Berufseinsteiger hingegen wird diese Kompetenz noch nicht so sehr erwartet. Etwa 70 % der Beteiligten sehen sie als wichtig für ihn an, aber auch 20 % bewerten sie für den Berufseinsteiger als eher weniger wichtig.

Somit scheint auch diese Kompetenz im Laufe der beruflichen Entwicklung immer entscheidender zu werden. Der Berufseinsteiger kann und sollte seine Überzeugungskraft und sein Durchsetzungsvermögen schon so früh wie möglich trainieren, um den steigenden Anforderungen an diese Kompetenz gerecht werden zu können.

DISKUSSIONSFÄHIGKEIT:

Die Diskussionsfähigkeit wird im Vergleich zur Durchsetzungskraft sowohl für Berufseinsteiger als auch für fortgeschrittene Designer als etwas wichtiger eingeschätzt. Für fortgeschrittene Designer wurde sie zu 80 % als sehr wichtig und zu 20 % als wichtig bewertet.

Die Bewertung für die Berufseinsteiger ist zu vergleichen mit der Bewertung zur Kompetenz der Empathie. So stimmten die Beteiligten zu 45 und 50 % für sehr wichtig und wichtig. Nur drei der Teilnehmer bewerteten die Diskussionsfähigkeit als weniger wichtig für einen Berufseinsteiger.

Man könnte so weit gehen und sagen, dass diese Kompetenz eine Grundvoraussetzung für das Durchsetzungsvermögen und die Überzeugungskraft ist. Denn ohne in der Lage zu sein über seine Arbeit reden zu können, sie argumentativ verteidigen zu können, kann der Einzelne nur schwer überzeugen oder sich gar durchsetzen.

KOOPERATIONSFÄHIGKEIT:

Diese Kompetenz wird gleichermaßen von einem Berufseinsteiger als auch von einem fortgeschrittenen Designer erwartet. Auf beiden Seiten stimmten die Teilnehmer mit ca. 70 % für sehr wichtig und mit etwa 30 % für wichtig.

Kooperieren zu können und sich auf eine andere Person oder Situation einlassen zu können ist ein ganz wesentliche Fähigkeit, um als Teil eines funktionierenden Teams zielführend zur Lösung eines Problems beitragen zu können.

INTERNATIONALITÄT UND KULTURKOMPETENZ:

Bei dieser Kompetenz waren die Meinungen sehr unterschiedlich. Für einen Berufseinsteiger scheint sie eher weniger erheblich zu sein. So stimmten etwa 70 % der Teilnehmer für weniger wichtig. Nur etwa 7 % sehen die Kulturkompetenz als sehr wichtig für einen Berufseinsteiger an.

In Bezug zu der Erwartung an einen professionellen Designer ist dies eine der wenigen Kompetenzen die, die Teilnehmer als weniger notwendig erachten. Der Gesamtanteil an Wertungen für wichtig und sehr wichtig liegt zwar bei etwa 78 %, jedoch bewerteten auch ca. 22 % diese Kompetenz als eher weniger wichtig.

Dieses Ergebnis scheint ein wenig verwunderlich zu sein, könnte man doch annehmen, dass in Zeiten der Globalisierung und Internationalisierung Kulturkompetenz eine immer wichtigere Rolle spielt.

MORALISCHE REFLEXION:

Auch hier ist eine Kompetenz gefunden, die als eine der wenigen als nicht so vorrangig für fortgeschrittene Designer und auch für einen Berufseinsteiger angesehen wird. Die Erwartungshaltung gegenüber dieser Kompetenz ist auf beiden Seiten etwa gleich ausgefallen. Im Schnitt sehen ca. 25 % der Befragten diese Kompetenz als sehr wichtig an und etwa 45 % bewerten sie als wichtig. Etwa 31 % finden moralische Reflexion bei einem Berufseinsteiger eher weniger wichtig. Bei der Bewertung für die fortgeschrittenen Designer stimmten etwa 16 % für weniger wichtig.

Auch hier stellt sich die Frage, ob im Zuge der Anforderungen an professionelles Design nicht gerade diese Kompetenz in Zukunft relevant ist? Wurde doch in dem vorangegangenen Kapitel das Thema Verantwortung als ein ganz zentraler und wichtiger Punkt genannt, um professionell im Bereich Design zu arbeiten.

GESAMTBEWERTUNG FÜR DIE SOZIALEN KOMPETENZEN:

Bei der Auswertung der sozialen Kompetenzen wird deutlich, dass diese mit Ausnahme der letzten beiden genannten Kompetenzen durchweg als wichtig angesehen werden. Sowohl für einen fortgeschrittenen Designer als auch für einen Berufseinsteiger. Die Erwartungshaltung liegt dabei jedoch für die Berufseinsteiger noch im Bereich wichtig und wird überwiegend erst für einen fortgeschrittenen Designer als sehr wichtig bewertet.

Die drei entscheidendsten Kompetenzen sind hierbei für den fortgeschrittenen Designer: Teamfähigkeit, Einfühlungsvermögen und Konflikt- und Kritikfähigkeit. Für einen Berufseinsteiger sind es: Teamfähigkeit, gefolgt von der Kooperationsfähigkeit und der Konflikt- und Kritikfähigkeit.

Diese Kompetenzen werden in der Designausbildung vor allem im Rahmen von Projektarbeit und Teamarbeit gefordert und gleichermaßen auch trainiert. Dies geschieht jedoch häufig eher unterbewusst und indirekt. Eine bewusster Reflexion und Auseinandersetzung scheint demnach sinnvoll zu sein, hat doch die Auswertung deutlich gemacht wie substanziell diese Kompetenzen sind.

Dadurch, dass die Erwartungshaltung an einen fortgeschrittenen Designer in Bezug zu den sozialen Kompetenzen stetig steigt, sollte sich jeder Einzelne immer wieder über sein Agieren und Verhalten bewusst werden und sich gezielt reflektieren, um zu kontrollieren welche Kompetenzen ihm besonders schwer fallen oder welche ihm besonders liegen. Nur so kann der Einzelne den steigenden Anforderungen gerecht werden und sich wirklich weiterentwickeln.

Dass dieser Ansatz nicht nur in diesem Kompetenzbereich sinnvoll ist, wird im späteren Verlauf noch einmal näher erläutert.



Wie differenzieren Sie professionelles Design von Amateuhaftem?
„Dadurch das sie auch eine gewisse verantwortung gegenüber dem Design als disziplin haben und nicht nur dem kunden gegenüber. Es reicht nicht das der kunde zufrieden ist, die arbeit an sich muss auch gut sein.“
(Holger Jacobs - Mind Design London)

Persönliche Kompetenzen

KOMPETENZ	WERTUNGSSKALA	WERTUNG FÜR FORTG. DESIGNER		PROZENTUALER ANTEIL FORTG. DESIGNER	
		ist sehr wichtig	ist wichtig	ist weniger wichtig	ist unwichtig
Flexibilität	ist sehr wichtig	32	30	58,2 %	54,5 %
	ist wichtig	22	20	40 %	36,4 %
	ist weniger wichtig	1	5	1,8 %	9,1 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Innovationsfähigkeit	ist sehr wichtig	44	30	80 %	54,5 %
	ist wichtig	11	21	20 %	38,2 %
	ist weniger wichtig	0	3	0 %	5,5 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Lernfähigkeit, Umgang mit Nichtwissen	ist sehr wichtig	42	39	76,4 %	70,9 %
	ist wichtig	13	16	23,6 %	29,1 %
	ist weniger wichtig	0	0	0 %	0 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Eigeninitiative	ist sehr wichtig	51	39	92,7 %	70,9 %
	ist wichtig	4	14	7,3 %	25,5 %
	ist weniger wichtig	0	2	0 %	3,7 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Verantwortungsbereitschaft	ist sehr wichtig	47	23	85,5 %	41,8 %
	ist wichtig	7	24	12,7 %	43,6 %
	ist weniger wichtig	1	7	1,8 %	12,7 %
	ist unwichtig	0	1	0 %	1,8 %
Belastbarkeit	ist sehr wichtig	39	31	70,9 %	56,4 %
	ist wichtig	12	18	21,8 %	32,7 %
	ist weniger wichtig	4	5	7,3 %	9,1 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
Mut, Durchsetzungsvermögen	ist sehr wichtig	40	14	72,7 %	25,5 %
	ist wichtig	13	31	23,6 %	56,4 %
	ist weniger wichtig	2	9	3,6 %	16,4 %
	ist unwichtig	0	1	0 %	1,8 %
Selbstkritik	ist sehr wichtig	38	32	69,1 %	58,2 %
	ist wichtig	16	19	29,1 %	34,5 %
	ist weniger wichtig	1	3	1,8 %	5,5 %
	ist unwichtig	0	1	0 %	1,8 %



FLEXIBILITÄT:

Flexibel zu sein wird sowohl von einem fortgeschrittenen Designer erwartet als auch von einem Berufseinsteiger. Im direkten Vergleich sind die Anforderungen an einen Berufseinsteiger dabei jedoch noch ein wenig geringer. So sehen etwa 10 % der Befragten Flexibilität für einen Berufseinsteiger eher als weniger wichtig an.

Die Grundtendenz ist jedoch eindeutig. Sowohl für fortgeschrittene Designer als auch für Berufseinsteiger wurde diese Kompetenz mit jeweils 58 % und 54 % für sehr wichtig und mit 40 % bzw. 36 % Anteil als wichtig angesehen.

Es scheint es also von Anfang an notwendig, flexibel zu sein. Doch nimmt die Erwartung an diese Kompetenz nicht ab je länger der Einzelne im Beruf ist – sie steigt eher noch.

INNOVATIONSFÄHIGKEIT:

Die Bewertung der Innovationsfähigkeit fiel ähnlich aus, wie die Bewertung zur Flexibilität. So bewerteten etwa 80 % der Befragten diese Kompetenz für einen fortgeschrittenen Designer als sehr wichtig und 20 % bewerteten sie als wichtig.

Auch der Berufseinsteiger muss durchweg innovativ sein. Über die Hälfte der Befragten (55 %) bewerten die Innovationsfähigkeit für einen Berufseinsteiger als sehr wichtig. Und noch einmal 38 % der Befragten bewerten sie als wichtig.

Innovationsfähigkeit ist somit von Anfang an unabdingbar. Dass die Annahme, ein fortgeschrittener Designer brauche nicht mehr so innovativ zu sein, weil er durch andere Kompetenzen überzeugt, eine Fehlannahme ist, wird eindeutig durch die Auswertung der Umfrage bewiesen.

LERNFÄHIGKEIT, UMGANG MIT NICHTWISSEN:

Wie gehe ich mit Situationen und Fragen um, auf die ich keine Antwort weiß? Die Kompetenz der Lernfähigkeit wurde bei der Umfrage als durchaus unerlässlich bewertet. Für fortgeschrittene Designer und Berufseinsteiger wurde hierbei kaum ein Unterschied gemacht. 71 % und 76 % der Befragten (Berufseinsteiger, fortg. Designer) stimmten bei dieser Kompetenz für sehr wichtig. Die restlichen Teilnehmer stimmten jeweils für wichtig. Keiner der Befragten sah diese Kompetenz als weniger wichtig oder unwichtig an.

EIGENINITIATIVE:

Diese Kompetenz ist ein Muss für jeden fortgeschrittenen Designer. Mit einem Anteil von fast 93 % bewerteten die Befragten diese Kompetenz für einen fortgeschrittenen Designer als sehr wichtig. Die übrigen 7 % bewerteten sie als wichtig.

Auch für die Berufseinsteiger wurde diese Kompetenz überwiegend als sehr wichtig angesehen (ca. 71 %). Nur zwei der Befragten bewerteten sie für einen Berufseinsteiger als weniger wichtig.

Es ist also schon beim Berufseinstieg von großer Bedeutung, Eigeninitiative zu zeigen und diese dann stetig weiterzuentwickeln.

Hierbei scheint es aber auch sehr entscheidend zu sein, seine Stärken und Schwächen zu kennen, um die Initiative ergreifen zu können. Sein Profil zu finden und zu kennen könnte somit eine Grundvoraussetzung für die Kompetenz der Eigeninitiative sein.

VERANTWORTUNGSBEREITSCHAFT:

Die vorangegangene Untersuchung zur Lage der Designprofession hat gezeigt, dass auch Verantwortungsbewusstsein und -bereitschaft für professionelles Arbeiten eine wichtige Rolle spielt. Die Auswertung der Umfrage hat diese Einschätzung bestätigt. So haben ca. 86 % der Befragten diese Kompetenz als sehr wichtig für einen fortgeschrittenen Designer bewertet. Nur ein Teilnehmer bewertete sie als weniger wichtig.

Für einen Berufseinsteiger ist Verantwortungsbereitschaft ebenfalls ausschlaggebend, jedoch noch nicht so sehr wie für einen fortgeschrittenen Designer. Die Befragten Designer schätzten die Verantwortungsbereitschaft für einen Berufseinsteiger zu ca. 42 % als sehr wichtig und zu ca. 43 % als wichtig ein. Etwa 13 % der Befragten sehen diese Kompetenz für einen Berufseinsteiger eher als weniger wichtig an.

BELASTBARKEIT:

Auch die Belastbarkeit scheint eine sehr wichtige Rolle im professionellen Umgang mit Design zu sein. Etwa 70 % der Befragten sehen die Belastbarkeit als eine sehr wichtige Kompetenz für einen fortgeschrittenen Designer an. Von einem Berufseinsteiger wird dies nur von etwa 56 % der Befragten erwartet. Als wichtig wird sie von etwa 22 % und 33 % (fortg. Designer und Berufseinsteiger) der Befragten bewertet.

Mit steigender Berufserfahrung scheint also auch bei dieser Kompetenz die Erwartung zu steigen. Die Belastbarkeit sollte ein angehender Designer demnach also immer wieder trainieren, um den steigenden Anforderungen auch gewachsen zu sein.

MUT, DURCHSETZUNGSVERMÖGEN:

Immer wieder Mut zu beweisen und sich in unterschiedlichsten Situationen zielführend durchzusetzen zu können ist zählt ebenfalls zu den erfolgssteigernden Kompetenzen. Etwa 73 % der Befragten bewerteten sie für einen fortgeschrittenen Designer als sehr wichtig und etwa 24 % als wichtig. Der Berufseinsteiger hingegen muss noch nicht ganz so mutig und durchsetzungsfähig sein. Zwar wurde auch hier die Kompetenz zu 56 % als wichtig bewertet und zu 26 % als sehr wichtig, 17 % bewerteten sie jedoch auch als weniger wichtig.

Für einen Berufseinsteiger bedeutet dies, im Laufe der Entwicklung zu einem fortgeschrittenen Designer seine Durchsetzungsfähigkeit stetig weiter zu entwickeln und seinen Mut immer wieder und in unterschiedlichsten Situationen zu trainieren.

SELBSTKRITIK:

Seine eigene Arbeit zu hinterfragen und sich immer wieder selbstkritisch zu prüfen wird von fast allen Teilnehmern als sehr wichtig und wichtig bewertet. Die Erwartung an einen fortgeschrittenen Designer und einen Berufseinsteiger ist dabei fast identisch. So bewerteten die Teilnehmer diese Kompetenz zu 69 % bzw. 59 % (fortg. Designer, Berufseinsteiger) als sehr wichtig und zu 30 % bzw. 35 % als wichtig (Berufseinsteiger, fortg. Designer).

GESAMTBEWERTUNG DER PERSÖNLICHEN KOMPETENZEN:

Diese Kompetenzen wurden durchweg als sehr wichtig für einen fortgeschrittenen Designer bewertet. Dabei wurde die Eigeninitiative, die Verantwortungsbereitschaft und die Innovationsfähigkeit als übergeordnet eingestuft.

Für einen Berufseinsteiger sind ebenfalls alle Kompetenzen als sehr wichtig bzw. als wichtig bewertet worden, mit Ausnahme des Durchsetzungsvermögens, welches „nur“ als wichtig bewertet wurde.

Die drei entscheidendsten Kompetenzen für einen Berufseinsteiger sind laut der Aussage dieser Umfrage: Die Lernfähigkeit, die Eigeninitiative und die Selbstkritik, die, wenn man es genauer betrachtet, sehr eng miteinander verbunden sind.

Auch diese Kompetenzen werden ähnlich wie die sozialen Kompetenzen überwiegend indirekt in der Designausbildung trainiert.

Auch wenn diese Kompetenzen nur indirekt trainiert werden, sind sie doch in fast allen Situationen des Studiums gefragt.

Ob in Einzelarbeiten oder in Projekten mit mehreren Personen. Jedes mal muss der Einzelne unter Beweis stellen, wie flexibel er ist, wie innovativ seine Ideen und Herangehensweisen sind, wie er mit dem Wissen und Informationen umgeht, das er noch nicht hat und natürlich auch wieviel Eigeninitiative er zeigt, um sein Projekt oder das des Teams voranzutreiben.

Es wird sich auch immer wieder zeigen wie verantwortungsbewusst der Einzelne gegenüber der Qualität seiner Arbeit und gegenüber seinem Team ist. Wie belastbar man ist, zeigt sich häufig sehr schnell, wenn man in stressige Situationen gerät, bei denen die Zeit knapp wird, der Anspruch steigt oder schlicht in Diskussionen, in denen unterschiedliche Sichtweisen diskutiert werden müssen. Dabei zeigt sich dann auch häufig, wie mutig und durchsetzungsfähig und wie konflikt- und kritikfähig der Einzelne ist.

Entscheidend bei den persönlichen Kompetenzen ist, wie auch bei den anderen Kompetenzen, dass der Einzelne nicht in allen Kompetenzen gleich gut sein muss. Auch hier wäre eine bewusste Reflexion, Auseinandersetzung und Kontrolle sehr förderlich, um bewusst seine Schwächen zu trainieren und seine Stärken nutzen zu können.



Wie differenzieren Sie professionelles Design von Amateuhaftem?
*„Der Unterschied liegt meistens im Detail, aber dort ist er sehr groß.
Prof. Design ist simpel, aufgeräumt und hat eine gewisse Poetik - amat.
Design ist überladen, schreit und folgt meistens nur visuellen Trends.“
(Dennis Horstmann - Interbrand Köln)*

Allgemeines Basiswissen

KOMPETENZ	WERTUNGSSKALA	WERTUNG FÜR FORTG. DESIGNER		WERTUNG FÜR BERUFSEINSTEIGER	
		PROZENTUALER ANTEIL FORTG. DESIGNER	PROZENTUALER ANTEIL BERUFSEINSTEIGER	PROZENTUALER ANTEIL FORTG. DESIGNER	PROZENTUALER ANTEIL BERUFSEINSTEIGER
Allgemeinbildung	ist sehr wichtig	30	21	54,5 %	38,2 %
	ist wichtig	24	32	43,6 %	58,2 %
	ist weniger wichtig	1	2	1,8 %	3,7 %
	ist unwichtig	0	0	0 %	0 %
EDV-Kenntnisse	ist sehr wichtig	15	15	27,3 %	27,3 %
	ist wichtig	18	26	32,7 %	47,3 %
	ist weniger wichtig	22	12	40 %	21,8 %
	ist unwichtig	0	1	0 %	1,8 %
Fremdsprachen	ist sehr wichtig	19	7	34,5 %	12,7 %
	ist wichtig	24	32	43,6 %	58,2 %
	ist weniger wichtig	12	14	21,8 %	25,5 %
	ist unwichtig	0	2	0 %	3,7 %
Interkulturelles Wissen	ist sehr wichtig	9	2	16,4 %	3,7 %
	ist wichtig	35	23	63,6 %	41,8 %
	ist weniger wichtig	10	27	18,2 %	49,1 %
	ist unwichtig	1	3	1,8 %	5,5 %
Wirtschaftliches Grundwissen	ist sehr wichtig	19	1	34,5 %	1,8 %
	ist wichtig	26	21	47,3 %	38,2 %
	ist weniger wichtig	7	26	12,7 %	47,3 %
	ist unwichtig	3	7	5,5 %	12,7 %
Juristisches Grundwissen	ist sehr wichtig	12	0	21,8 %	0 %
	ist wichtig	23	13	41,8 %	23,6 %
	ist weniger wichtig	17	29	30,9 %	52,7 %
	ist unwichtig	1	12	1,8 %	21,8 %

ALLGEMEINBILDUNG:

In dieser Kompetenzgruppe wird von allen Kompetenzen die Allgemeinbildung als am wichtigsten bewertet. Knapp 55 % der Befragten sehen die Allgemeinbildung als sehr wichtig für einen fortgeschrittenen Designer an. Etwa 43 % bewerteten sie als wichtig. Nur ein Teilnehmer stufte die Allgemeinbildung als eher weniger wichtig ein.

Bei der Bewertung für die Berufseinsteiger fiel die Wertung in etwa umgekehrt aus. Etwa 58 % bewerteten die Allgemeinbildung für einen Berufsanfänger als wichtig und etwa 38 % sehen sie als sehr wichtig an. Auch hier stimmten nur zwei der Befragten für weniger wichtig ab.

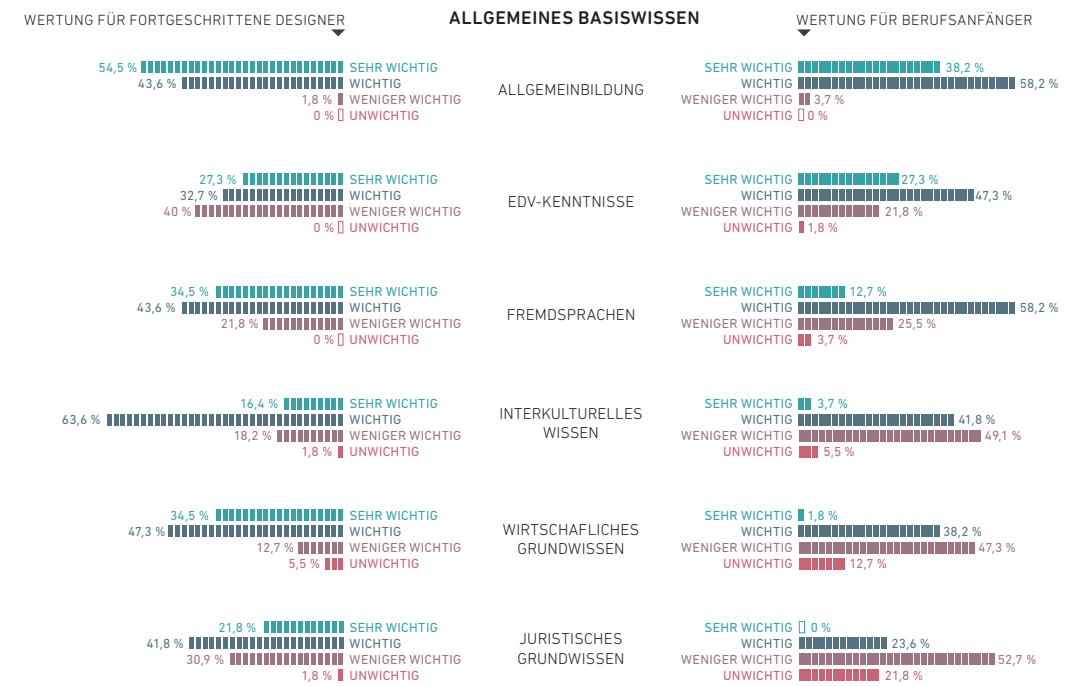
Die Allgemeinbildung scheint also eine wichtige Rolle im Umgang mit professionellem Design zu spielen und wird sowohl von einem Berufseinsteiger als auch von einem fortgeschrittenen Designer erwartet.

EDV-KENNTNISSE:

Diese Kompetenz wird als eine der einzigen Kompetenzen eher selten von einem fortgeschrittenen Designer erwartet. So bewerteten 40 % der Teilnehmer die EDV-Kenntnisse als weniger wichtig.

Von einem Berufseinsteiger wird diese Kompetenz noch eher erwartet. Etwa 30 % der Befragten bewerteten diese Kompetenz für Berufseinsteiger als sehr wichtig, 47 % stimmten für wichtig und „nur“ zu 22 % bewerteten sie als eher weniger wichtig.

EDV-Kenntnisse sollten demnach zwar grundlegend vorhanden sein, sie scheinen aber im Laufe der beruflichen Entwicklung immer weniger eine Rolle zu spielen - Vorausgesetzt es gibt jemanden der die Arbeiten für einen übernehmen kann.



FREMDSPRACHEN:

Die Fremdsprachen werden ähnlich wie die EDV-Kenntnisse bewertet. Etwa 35 % der Befragten sehen sie als sehr wichtig für einen fortgeschrittenen Designer an. Mit einem etwas größeren Anteil stimmten etwa 44 % der Befragten für wichtig. Erstaunlicherweise bewerteten aber auch etwa 22 % diese Kompetenz als weniger wichtig.

Für die Bewertung der Berufseinsteiger liegt der Anteil an Stimmen für weniger wichtig sogar bei etwa 26 %. Knapp 60 % bewerteten sie aber auch als wichtig und etwa 13 % als sehr wichtig.

Dieses Ergebnis ist insofern ein wenig verwunderlich, als das man doch aufgrund der zunehmenden Globalisierung, internationaler Kunden und Projekte davon ausgehen könnte, dass zumindest für einen fortgeschrittenen Designer diese Kompetenz durchweg sehr wichtig sein sollte.

INTERKULTURELLES WISSEN:

Die Auswertung dieser Kompetenz zeigt eine ähnliche Tendenz auf, wie die der Fremdsprachen. Für den Berufseinsteiger scheint sie jedoch noch weniger wichtig zu sein. Fast 50 % der Befragten schätzten diese Kompetenz für einen Berufseinsteiger als weniger wichtig ein. Etwa 42 % bewerteten das interkulturelle Wissen als wichtig, jedoch nur 3,7 % als sehr wichtig.

Für einen fortgeschrittenen Designer wurde die Kompetenz immerhin mit 63 % als wichtig und zu knapp 17 % als sehr wichtig bewertet. Jedoch scheint sie grundlegend eher eine weniger bedeutsame Rolle zu spielen, betrachtet man sie im Vergleich zu den davor ausgewerteten Kompetenzgruppen.

WIRTSCHAFTLICHES UND JURISTISCHES GRUNDWISSEN:

Bei diesen beiden Kompetenzen fiel die Bewertung relativ eindeutig aus. So spielen beide Kompetenzen für einen Berufseinsteiger scheinbar keine große Rolle. Fast 50 % der Befragten bewerteten beide Kompetenzen als eher weniger wichtig und das juristische Grundwissen sogar zu fast 22 % als unwichtig.

Die Erwartungshaltung an einen fortgeschrittenen Designer ist nicht ganz so drastisch. So wurde das wirtschaftliche Grundwissen immerhin von 35 % der Befragten als sehr wichtig und zu knapp 48 % als wichtig bewertet. Nur etwa 13 % stimmten dabei für weniger wichtig.

Erstaunlicherweise gab es drei Teilnehmer, die diese Kompetenz für einen fortgeschrittenen Designer als unwichtig bewerteten. Das juristische Grundwissen wurde tendenziell auch für die fortgeschrittenen Designern als weniger wichtig bewertet.

Es stellt sich an dieser Stelle die Frage, wie ein professioneller Designer, der verantwortungsvoll seinem Kunden und der Gesellschaft gegenüber handeln sollte ohne diese beiden Kompetenzen (oder nur mit sehr wenig Erfahrung) auskommen kann.

Sicherlich gibt es in den meisten Agenturen eine Rechtsabteilung, die dafür Sorge trägt, dass alles in einem angemessenen Rahmen bleibt, dies wird jedoch dann schwierig, wenn der Designer sich nach dem Studium selbstständig machen will oder aber in einer sehr kleinen Agentur arbeitet. Hier wären meiner Meinung nach beide Kompetenzen zumindest als wichtig anzusehen. Vor allem das wirtschaftliche Grundwissen kann einem Designer dabei helfen, aktuelle gesellschaftliche Veränderungen und Herausforderungen in seiner Arbeit verantwortungsvoll zu erkennen und in die Arbeit mit einfließen zu lassen.

GESAMTBEWERTUNG DES ALLGEMEINEN BASISWISSENS:

In Hinblick auf die Tatsache, dass der Designberuf einer der Berufe ist, der für sehr viele andere Disziplinen Aufträge bearbeitet und mit sehr vielen Personen aus anderen Disziplinen zusammenarbeiten, ist es bei einigen der hier bewerteten Kompetenzen ein wenig verwunderlich, dass sie als tendenziell eher weniger wichtig bewertet wurden.

Die Allgemeinbildung wurde in dieser Gruppe als am bedeutsamsten bewertet, was in Anbetracht der Anforderungen an professionelles Design sehr zu befürworten ist. Aber auch das wirtschaftliche, interkulturelle Wissen und die Fremdsprachen sollten in Bezug zur verantwortungsvollen Arbeit als wichtig angesehen und bewusst ausgebaut werden.

Die Kompetenzen dieser Gruppe werden zum Teil bereits in der Designausbildung gelehrt, einiges muss sich der Einzelne jedoch selbst aneignen. So zum Beispiel die Allgemeinbildung. Jeder Einzelne sollte sich darüber im klaren sein, dass professionelles Design Teil der Gesellschaft ist und man sich dementsprechend auch mit der Gesellschaft auseinandersetzen sollte. Ob es der Weg ist, sich die Tageszeitung zu abonnieren, im Internet auf Spiegel-Online zu schauen oder aber die Tagesschau zu verfolgen, es gibt viele Wege und Möglichkeiten sich verantwortungsbewusst mit seiner Umwelt auseinander zu setzen – und genau das sollte auch die Pflicht eines jeden professionellen Designers sein. Jeder Designer sollte über den Tellerrand hinausschauen und nicht ausschließlich auf die Designwelt fokussiert sein. Professionelles Design ist nicht „Design für Designer“, sondern Design für die Gesellschaft und die Umwelt, in der wir leben.

Dazu zählen natürlich auch die Fremdsprachen, die eine sehr wichtige Rolle spielen, möchte man über die Grenzen seiner Heimat hinaus professionell im Bereich Design arbeiten. Hierzu gibt es an vielen der Hochschulen bereits Angebote. Diese könnten jedoch noch weiter ausgebaut und als fester Bestandteil in die Lehre eingebunden werden.

Juristisches Grundwissen wird zwar für einen Berufseinsteiger eher als unwichtig von den Befragten eingeschätzt, spielt jedoch auch schon in der Designausbildung eine wichtige Rolle. Nimmt man beispielsweise die Tatsache, dass viele der Studenten schon im Studium kleine Aufträge für Kunden bearbeiten. Oder aber sie nehmen an Designwettbewerben teil, bei denen sie aus Nichtwissen all ihre Rechte abtreten. Sabine Zentek, Fachanwältin für Urheber- und Medienrecht und Leiterin von FIDIUS e. V. trifft hierzu auf dem Symposium zur Lage der Designprofession folgende Aussage:

„Ausbeutung durch unfaire Ausschreibungen. Diese Verfahren ersetzen laut Zentek zunehmend die normale Vergabe von Aufträgen. In den wenigsten Fällen handelt es sich um faire Wettbewerbe. Die Preisgelder sind meist zu gering, Nutzungshonorare werden in den seltensten Fällen ausgewiesen, oft sollen die Designer die Rechte an ihren Werken komplett an den Veranstalter abtreten“ (F. Schmidt, H. Grüner, 2010, S. 6)

Zentek plädiert dafür, sich in dieser Hinsicht wieder stärker am Bauhaus zu orientieren. Hat doch Walter Gropius schon die betriebswirtschaftlichen und urheberrechtlichen Kenntnisse als Pflichtprogramm in die Ausbildung aufgenommen. (Vgl. F. Schmidt, H. Grüner, 2010, S. 6)

QUELLEN:

Herbert Grüner, Florian A. Schmidt in: Volkssport Design · Symposium zur Lage der Designprofession - Nachspiel. 1. Auflage, Berlin, Hrg. Kunsthochschule Berlin Weißensee, 2010, ISBN: 978-3-9805489-9-1

Die wichtigsten Kompetenzen

QUELLEN:

Brockhaus Enzyklopädie Online:
Interdisziplinär. URL: http://www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php Zugriffsdatum: 24.01.2012

Brockhaus Enzyklopädie Online:
Ganzheit. URL: http://www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php?search_q=Ganzheitlich
Zugriffsdatum: 24.01.2012

ZUSAMMENFASSUNG DER „WICHTIGSTEN“ KOMPETENZEN

Die folgende Auflistung soll noch einmal die als am wichtigsten bewerteten Kompetenzen der einzelnen Kompetenzgruppen aufzeigen.

FACHKOMPETENZEN:

1. *Interdisziplinarität*
2. *Konzeptionelles Denken und Handeln*
3. *Entwurfskompetenz*

METHODENKOMPETENZEN:

1. *Ganzheitliches Denken*
2. *Analysefähigkeit und Abstraktionsvermögen*
3. *Schriftliche und mündliche Ausdrucksfähigkeit*

SOZIALE KOMPETENZEN:

1. *Teamfähigkeit*
2. *Empathie*
3. *Konflikt- und Kritikfähigkeit*

PERSÖNLICHE KOMPETENZEN:

1. *Eigeninitiative*
2. *Verantwortungsbereitschaft*
3. *Innovationsfähigkeit*

ALLGEMEINES BASISWISSEN:

1. *Allgemeinbildung*
2. *Fremdsprachen*
3. *Wirtschaftliches Grundwissen*

Um nun noch einmal etwas näher auf diese sehr wichtigen Kompetenzen einzugehen, soll nun eine kurze Definition jeder einzelnen Kompetenz folgen.

INTERDISZIPLINARITÄT:

Die Kurzdefinition zu dem Begriff interdisziplinär ist laut Brockhaus: „mehrere Fächer, Wissenschaftszweige (Disziplinen) umfassend, ihre Zusammenarbeit betreffend.“ (Brockhaus, 2012)

Interdisziplinarität bedeutet demnach, dass aus unterschiedlichen Disziplinen unterschiedliche inhaltliche, methodische und technische Fähigkeiten in einer gemeinsamen Zusammenarbeit (z. B. an einem Projekt) zur Lösung eines Problems beitragen. Dabei scheint vor allem auch der Austausch zwischen den Disziplinen und den Arbeitsweisen sehr wichtig zu sein.

Für die Designausbildung könnte dies bedeuten, dass innerhalb der Hochschule ein Netzwerk entsteht, indem unterschiedliche Studiengänge, Unternehmen, Alumni etc. in gemeinsamen Projekten durch den Austausch von Wissen und Methoden, zusammen eine Problemstellung bearbeiten.

Die Studenten lernen so schon früh, fachübergreifende Aufgabenstellungen gemeinsam zu lösen, so wie es in der späteren Berufspraxis auch der Fall sein wird.

Um also interdisziplinär arbeiten zu können, muss der Einzelne eine Reihe von sozialen und persönlichen Kompetenzen trainieren, die zur Zusammenarbeit mit den Fachfremden (und auch fachfremden) Personen nötig sind. Hier sind beispielsweise Empathie und Teamfähigkeit zu nennen oder aber konzeptionelles Denken und Handeln, um Transparenz zu schaffen und alle an den Prozessen Beteiligten immer wieder abholen zu können und einen Austausch möglich zu machen.

KONZEPTIONELLES DENKEN UND HANDELN

Bevor der Designer zum Stift oder zum Grafikprogramm greift, um erste Ideen zu einem Auftrag oder einem Projekt zu visualisieren, sollte stets ein klares Konzept aufgestellt werden. Dieses soll die Inhalte, Idee und die Zielvereinbarungen zwischen dem Designer und dem Auftraggeber festhalten. Es muss dazu ein kommunikativer Austausch mit dem Auftraggeber stattfinden. Eine klare Struktur sollte dabei stets für Transparenz in allen Prozessen sorgen. Mit Hilfe von beispielsweise einem Briefing, kann aus den Rahmenbedingungen, Wünschen und Ideen ein erste Plan erarbeitet werden, der dann in einer kommunikativen Leitidee münden kann.

Grundsätzlich dient das konzeptionelle Arbeiten also dazu, das Vorgehen und auch die Zielvorstellungen immer wieder nachvollziehen und kontrollieren zu können. Ohne ein klares Konzept wird es einem Designer schwer fallen, seine Arbeit erläutern oder gar rechtfertigen zu können.

Das konzeptionelle Denken und Handeln ist eine sehr wichtige Kompetenz, wie auch die Auswertung der offenen Fragen zeigen wird. An dieser Stelle wird dann auch noch einmal näher auf diese Kompetenz eingegangen.

ENTWURFSKOMPETENZ:

Die Entwurfskompetenz umfasst alle technischen und handwerklichen Fähigkeiten, die ein Designer zur täglichen Ausübung seiner Tätigkeit benötigt. Da das Angebot und die technischen Möglichkeiten immer größer werden, ist es nur bedingt möglich in allen Bereichen der Entwurfskompetenzen Erfahrung zu sammeln. Eine generalistische Grundausbildung, in der immer wiederkehrende und grundsätzliche Bereiche der Entwurfskompetenz gelehrt werden, ist für einen professionellen Designer aber sehr wichtig. Der Einzelne muss nicht jedes Programm beherrschen können, er sollte aber ein Gespür für gutes Design entwickeln, um erkennen zu können wann eine Gestaltung gut ist (auch wenn er es nicht bis ins kleinste Detail umsetzen kann).

Da diese Entwurfskompetenz auch bei den offenen Fragen eine sehr wichtige Rolle spielt, folgt im späteren noch eine vertiefende Auseinandersetzung mit den Anforderungen an diese Kompetenz.

GANZHEITLICHES DENKEN:

Um das ganzheitliche Denken definieren zu können, folgt zunächst eine Definition des Wortes Ganzheit.

„Ganzheit, die besondere Struktur komplexer, aus qualitativ mehr oder minder gleichartigen Elementen bestehender Systeme, die als Einheiten aufgefasst werden. Ganzheiten unterscheiden sich von additiv zusammengeführten Gebilden dadurch, dass sich die Beiträge der Elemente nicht summieren. Dieses Erkenntnis liegt der Feststellung »Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile« zugrunde.“ (Brockhaus, 2012)

QUELLEN:

Brockhaus Enzyklopädie Online:
Analyse. URL: [http://www.brockhaus-
zyklopaedie.de/be21_article.php?search_
q=Ganzheitlich](http://www.brockhaus-
zyklopaedie.de/be21_article.php?search_
q=Ganzheitlich) Zugriffsdatum: 24.01.2012

Brockhaus Enzyklopädie Online:
Abstraktion. URL: [http://www.
brockhaus-encyklopaedie.
de/be21_article.php?search_
q=Abstraktionsverm%C3%B6gen](http://www.
brockhaus-encyklopaedie.
de/be21_article.php?search_
q=Abstraktionsverm%C3%B6gen)
Zugriffsdatum: 24.01.2012

Brockhaus Enzyklopädie Online:
Ausdruck. URL: [http://www.
brockhaus-encyklopaedie.
de/be21_article.php?search_
q=Ausdrucksf%C3%A4higkeit](http://www.
brockhaus-encyklopaedie.
de/be21_article.php?search_
q=Ausdrucksf%C3%A4higkeit)
Zugriffsdatum: 24.01.2012

Beim ganzheitlichen Denken ist es demnach also besonders wichtig immer wieder Abstand zu einem gewissen Prozess oder einer Tätigkeit zu gewinnen. Nur so kann das Ganze immer wieder in die Denkprozesse und die einzelnen Arbeitsschritte einbezogen werden.

Dabei scheint es auch wichtig zu sein, vorausschauend über den „*Tellerrand*“ hinaus zu denken. So können beispielsweise mögliche Probleme frühzeitig erkannt und bedacht werden. Der ganzheitlich denkende Designer ist vorausschauend und schafft also immer wieder einen Bezug zur Zielsetzung und zu den Rahmenbedingungen. So kann er sich und auch andere an dem Prozess Beteiligte immer wieder kontrollieren und zielführend voranbringen.

ANALYSEFÄHIGKEIT UND ABSTRAKTIONSVERMÖGEN

Unter dem Wort Analyse versteht man im allgemeinen:

„*Zergliederung, Zerlegung, Trennung eines Ganzen in seine Teile, Untersuchung eines Sachverhalts unter Berücksichtigung seiner Teilaspekte*“ (Brockhaus, 2012)

Bei der Analysefähigkeit geht es im Allgemeinen also darum einen komplexen Zusammenhang in seinen einzelnen Teilaspekten verstehen zu können.

Für den Designer könnte dies konkret bedeuten, eine bestimmte Problemstellung oder eine komplexe Situation analysieren und verstehen zu können. Er muss aus einer komplexen Problemstellung die wesentlichen Teilaspekte erkennen und bewerten können. Nur so kann er beispielsweise die richtigen Fragen stellen, um die Bedürfnisse des Auftraggebers zu definieren.

Die Analyse kann dabei in unterschiedlichen Medien und Situation gefordert sein. So z. B. zur Analyse eines komplexen Textes oder aber einer Diskussion.

Das Abstraktionsvermögen verlangt noch einen weiteren Schritt. So steht bei der Abstraktion das Herausarbeiten der wesentlichen Merkmale im Vordergrund – etwas Komplexes auf seine grundlegendsten Elemente zu vereinfachen.

„*Abstraktion, Denkvorgang bei der Bildung von Begriffen und Gesetzten, gekennzeichnet durch das stufenweise Heraussondern bestimmter Merkmale in der Absicht, das Gleichbleibende und Wesentliche verschiedener Gegenstände zu erkennen; auch das Ergebnis des Abstraktionsprozesses.*“ (Brockhaus, 2012)

SCHRIFTLICHE UND MÜNDLICHE AUSDRUCKSFÄHIGKEIT

Im weitesten Sinne kann man die Ausdrucksfähigkeit als die Möglichkeit definieren, ein bestimmtes Anliegen, Wissen, Denken etc. anderen Menschen zugänglich zu machen.

In der Sprachwissenschaft wird der Ausdruck wie folgt definiert:
„1) sprachliche Einheit von beliebiger Länge, z. B. eine Folge von Wörtern oder Sätzen; 2) im Unterschied zum Inhalt die sinnlich wahrnehmbare Seite (Ausdrucksseite, Ausdrucksebene) des sprachlichen Zeichens (die gehörten und gesprochenen Laute, ebenso die Schriftzeichen).“ (Brockhaus, 2012)

Es geht bei der Ausdrucksfähigkeit also nicht bloß darum, einen bestimmten Inhalt zu vermitteln, sondern auch darum, wie ich diesen Inhalt vermitteln kann, sowohl schriftlich als auch mündlich.

Für den professionellen Designer spielt diese Kompetenz also eine sehr große Rolle, muss er doch in unterschiedlichsten Situationen, wie beispielsweise Kundengesprächen, Meetings, Aquisegesprächen etc. in der Lage sein, das Anliegen, welches er zum Ausruck bringen möchte, auf angebrachte Art und Weise zu vermitteln. Dabei sind Formen der Höflichkeit, der Grammatik aber auch der Verständlichkeit gefragt.

TEAMFÄHIGKEIT:

Zur Klärung der Kompetenz Teamfähigkeit, sollte zunächst einmal der Begriff Team definiert werden.

„*Team, Arbeitsgruppe von verschiedenen Fachkräften, die zur Erfüllung bestimmter Aufgaben zusammenwirken. Partnerschaftliches Verhalten, gegenseitige Anerkennung sowie Achtung der fachlichen Qualifikation und persönlichen Integrität, gleichberechtigte Mitbestimmung aller Teammitglieder bei der Diskussion von Methoden, Inhalten und Zielen der Arbeit sind Kennzeichen des Teams.*“ (Brockhaus, 2012)

Wie diese Definition sehr schön zeigt, kommt es vor allem darauf an, mit anderen Menschen zusammenarbeiten zu können.

Der Einzelne muss also in der Lage sein, sich in eine Gruppe einzufügen. Dabei spielt es eher eine untergeordnete Rolle, welchen „Typ“ (Charakter) man in der Gruppe übernimmt. Innerhalb eines Teams gibt es immer unterschiedliche Typen, wie beispielsweise die Alpha-Typen, also jener Typ, der gerne die Führungsrolle übernimmt, oder aber diejenigen Typen, die sich führen lassen wollen. Teamfähigkeit geht aber über diese Typen-Unterscheidung hinaus. Sie ist für alle Beteiligten gleich wichtig. Teamfähigkeit zeichnet Menschen aus, die in einer Gruppe gemeinsam, gewinnbringend an einer Problemstellung arbeiten. Jeder steuert dabei die ihm zur Verfügung stehenden Fähigkeiten bei.

Darüber hinaus ist es natürlich trotzdem hilfreich zu wissen, welche Arten von Typen es in einem Team geben kann. Man kann sich bewusst reflektieren und sich darüber im klaren werden welche Rolle man in der Regel einnimmt oder welche man evtl. gerne einnehmen würde. Dieses Wissen kann dabei helfen, bestimmte Entwicklungen einer Teamarbeit nachzuvollziehen und im besten Fall ins Positive lenken zu können.

EMPATHIE:

Die Empathie ist eine sehr entscheidende Kompetenz im Umgang mit Menschen und wird aus diesem Grund auch in den unterschiedlichsten Arbeitssituationen eines professionellen Designers benötigt (wie beispielsweise der Teamarbeit).

„*Empathie [englisch empathy, zu spätgriechisch empátheia »Leidenschaft«] die, -, Bereitschaft und Fähigkeit, sich in die Erlebensweise anderer Menschen hineinzuversetzen und ihre Gefühls- und Stimmungslage nachzuempfinden. Empathie spielt in allen zwischenmenschlichen Beziehungen eine große Rolle.*“ (Brockhaus, 2012)

Sich in seinen Gegenüber hineinzuversetzen und gedanklich seine Position einzunehmen, kann dem professionellen Desinger helfen, die unterschiedlichsten Auftraggeber zu verstehen und sich in ihre Probleme und Bedürfnisse hineinzudenken.

QUELLEN:

Brockhaus Enzyklopädie Online:
Team. URL: [http://www.brockhaus-
zyklopaedie.de/be21_article.php?search_
q=Ausdrucksf%C3%A4higkeit](http://www.brockhaus-
zyklopaedie.de/be21_article.php?search_
q=Ausdrucksf%C3%A4higkeit)
Zugriffsdatum: 24.01.2012

Brockhaus Enzyklopädie Online:
Empathie. URL: [http://www.
brockhaus-encyklopaedie.
de/be21_article.php?search_
q=Ausdrucksf%C3%A4higkeit](http://www.
brockhaus-encyklopaedie.
de/be21_article.php?search_
q=Ausdrucksf%C3%A4higkeit)
Zugriffsdatum: 24.01.2012

QUELLEN:

Stangl, Werner (2001). Der Begriff der sozialen Kompetenz in der psychologischen Literatur (Version 2.0). p@psych-e-zine 3. Jg. URL: <http://paed-psych.jk.uni-linz.ac.at/PAEDPSYCH/SOZIALEKOMPETENZ/> Zugriffsdatum: 25.01.2012

Brockhaus Enzyklopädie Online: Kritikfähigkeit. URL: http://www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php?document_id=0x0714ec6a@be Zugriffsdatum: 24.01.2012

Brockhaus Enzyklopädie Online: Initiative. URL: http://www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php?search_q=Eigeninitiative Zugriffsdatum: 24.01.2012

KONFLIKT- UND KRITIKFÄHIGKEIT

„Konflikt- und Kritikfähigkeit bezeichnen die Fähigkeit, situationsangemessen mit Konflikten umzugehen sowie Kritik äußern und annehmen zu können. Dies umfasst Konflikte wahrzunehmen, bezogen auf die eigenen Ziele einzuschätzen und anzugehen (ansprechen, lösen, ertragen, für nicht bedeutsam erklären und den Konflikt ggf. schwelen lassen), Kritik zu äußern und anzunehmen, Fehler einzugestehen und sich ggf. zu entschuldigen.“ (W. Stangl, 2001)

„Kritikfähigkeit, Teilfunktion der Intelligenz, die v. a. in der kritischen Prüfung (komplexer) Sachverhalte und in daraus resultierender persönlicher Urteilsbildung besteht.“ (Brockhaus, 2012)

Die Kritikfähigkeit scheint eine der wohl am häufigsten unterschätzten und falsch verstandenen Kompetenzen unter Designern zu sein.

Der Einzelne sollte lernen, seine Arbeit immer wieder selbstkritisch bewertet zu können oder von anderen bewerten zu lassen. Er sollte dabei verstehen, dass es nicht darum geht, ihn als Person zu kritisieren, sondern seine Arbeit zielführend voranzutreiben. Er sollte Kritik als Ansporn sehen seine Arbeit zu verbessern. Design sollte dabei als professionelle Dienstleistung verstanden werden, bei der sich der Einzelne von persönlichen, subjektiven Vorlieben distanzieren können muss.

EIGENINITIATIVE

Die Initiative bedeutet so viel wie den ersten Schritt einer Handlung in Angriff zu nehmen und zeigt dabei Entschlusskraft und Unternehmungsgeist. (Vgl. Brockhaus, 2012)

Bei der Eigeninitiative geht es also darum, aus eigenem Antrieb zu handeln, Entscheidungen treffen zu können und Unternehmungsgeist zu zeigen, ohne eine Aufforderung von außen.

Der Designer sollte also in der Lage sein, aus eigener Motivation in unterschiedlichsten Situationen die Initiative zu ergreifen, um bestimmte Aufgaben oder Prozesse vorausschauend und zielführend voranzutreiben. Dazu muss der Einzelne erkennen, in welchen Bereichen eines Prozesses oder einer Situation Handlungsbedarf besteht.

Mit dieser Kompetenz geht aber auch gleichzeitig die nächste wichtige Kompetenz einher – die Verantwortungsbereitschaft. Denn nur wer bereit ist Verantwortung zu übernehmen, wird die Initiative ergreifen.

VERANTWORTUNGSBEREITSCHAFT

Wie das Wort schon deutlich macht, geht es bei dieser Kompetenz darum, die Bereitschaft für Verantwortung zu übernehmen. Der Einzelne ist demnach also dazu bereit, für sein Tun die Konsequenzen zu übernehmen und sich der Folgen bewusst zu sein.

Für eine genauere Beschreibung in Bezug zum professionellen Design siehe auch im Kapitel 3, Abschnitt „Verantwortung im Design“, Seite 216

INNOVATIONSFÄHIGKEIT

Um der Definition von Innovationsfähigkeit im Design ein wenig näher zu kommen wird zunächst der Begriff Innovation definiert:

„Innovation [spätlateinisch, von lateinisch innovare »erneuern«, »verändern«, zu novus »neu«] die, -en, die planvolle Erneuerung mit dem Ziel, entweder bereits Bestehendes zu optimieren oder Neues zu realisieren. Das Verb (innovieren) bezeichnet nur den Vorgang der Erneuerung, während das Substantiv auch das Ergebnis des Prozesses, die Neuerung selbst, bedeuten kann. Im Unterschied zur Invention, die den Prozess des Hervorbringens von etwas Neuem (die Erfindung) bezeichnet, und zur Diffusion, die den Prozess der weiteren Verbreitung und Übertragung einer Neuerung benennt, beschreibt Innovation den Moment, an dem eine Neuerung praktisch und in einer für den jeweiligen Zusammenhang relevanten Weise eingeführt wird.“ (Brockhaus, 2012)

Eines der Herausforderungen im Design ist die vermeidliche Tatsache, dass es alles schon einmal gibt. Der Pool an Designlösungen, Ideen und Umsetzungen ist sehr groß, steigt stetig an und wiederholt sich auch im Laufe der Zeit immer wieder.

Die Innovation im Design besteht also darin, aus dem Pool an Möglichkeiten, den Anforderungen entsprechend, etwas Neues zu kreieren. Dabei geht es nicht um das Kopieren, sondern um das bewusste Verbessern und erneuern einer Idee. Um dies erreichen zu können scheint es sehr wichtig zu sein, offen für seine Umwelt und auch für ungewöhnliche oder außergewöhnliche Ansätze zu sein. Neugierde, gute Allgemeinbildung und ein offener Blick können einem professionellen Designer dabei helfen, innovativ zu sein.

Betrachtet man nun abschließend diese als sehr wichtig bewerteten Kompetenzen, wird eines sehr schnell deutlich.

Viele dieser Kompetenzen sind sehr eng mit anderen Kompetenzen verknüpft. Diese Vielschichtigkeit und Vernetztheit der Kompetenzen zeigt sehr deutlich, wie wichtig es ist, sich bewusst mit ihnen auseinanderzusetzen. Dies zu erkennen, kann einem dabei helfen herauszufinden, warum einem einzelne Kompetenzen besonders schwer oder leicht fallen und was man dafür tun kann, um sie bewusst zu verbessern.

QUELLEN:

Brockhaus Enzyklopädie Online: Innovation. URL: http://www.brockhaus-encyklopaedie.de/be21_article.php?search_q=Innovationsf%C3%A4higkeit Zugriffsdatum: 24.01.2012

Die offenen Fragen

Die Antworten aus den offenen Fragen am Ende der Umfrage geben noch einmal einen ergänzenden Einblick in die Bewertung der wichtigsten Kompetenzen.

An erster Stelle wurde den Befragten die Möglichkeit gegeben, ihrer Meinung nach wichtige Kompetenzen zu ergänzen, wenn sie in dem Fragebogen nicht genannt wurden.

Diese Kompetenzen sollen nun im Folgenden aufgezeigt werden. Zur besseren Zuordnung und Bewertung wurden sie in die definierten Kompetenzgruppen einsortiert.

FRAGE NUMMER EINS:
FALLS IHRER MEINUNG NACH WICHTIGE KOMPETENZEN OBEN STEHEND NICHT GENANNT WURDEN, BITTE ERGÄNZEN SIE DIESE.

Folgende Kompetenzen wurden von den Befragten ergänzt:

FACHKOMPETENZEN:

- *Räumliches Denken*
- *Liebe zum Detail*
- *Spielerische Neugier und zweckfreies Ausprobieren*
- *Ergebnisorientierung*
- *Termintreue, sich an Ziele halten zu können*
- *Das Kennen der Regeln, das gekonnte Brechen der Regel*
- *Wissenschaftliches Arbeiten*
- *Grundlagen der Forschung*

METHODENKENNTNISSE:

- *Kostenmanagement*
- *Wissen um Anwendung von Kreativmethoden*
- *Techniken zur kreativen Stimulation*

SOZIALE KOMPETENZEN:

- *Soziale Intelligenz - ausgeprägter Gemeinsinn*
- *Menschenkenntnis*
- *Ein poetisches Verständnis für unsere Welt*

PERSÖNLICHE KOMPETENZEN:

- *Neugier*

Wie sehr deutlich zu sehen ist, sind vor allem im Bereich der Fachkompetenzen noch einige entscheidende Kompetenzen genannt worden.

ANMERKUNGEN ZU DEN FACHKOMPETENZEN:

Das Räumliche Denken ist dabei sicherlich eine sehr häufig unterschätzte Kompetenz unter Designern. Es macht an dieser Stelle noch einmal deutlich, dass Designer nicht nur im zweidimensionalen oder im dreidimensionalen virtuellen Raum arbeiten können, sondern häufig auch Design im realen Raum in unterschiedlichster Form kreieren – ein positiver Schritt zurück in die Designgeschichte, in der das Design noch deutlich näher an der Architektur orientiert war.

Die Liebe zum Detail ist ebenfalls eine sehr wichtige Kompetenz. Sie umfasst genau genommen mehrere Kompetenzen. Mit der Liebe zum Detail kann der Designer sein Durchhaltevermögen unter Einbeziehung höchster fachlicher Entwurfskompetenz trainieren. Er kann damit beweisen, dass er eine Lösung

nicht nur andenken, sondern sie auch bis ins kleinste Detail weiterdenken kann. Eine große Herausforderung, die mit der Liebe zum Detail jedoch einhergeht, ist die Fähigkeit sich nicht in ihr zu verlieren und das große Ganze aus den Augen zu verlieren.

Spielerische Neugier und zweckfreies Ausprobieren ist sicherlich nicht nur in der Designausbildung ein wichtiger Aspekt. Auch im Beruf kann sie bis zu einem gewissen Grad dabei helfen, neue Perspektiven und Sichtweisen zu eröffnen. Eine Kompetenz, die sich der Einzelne also stets bewahren sollte, um nicht zuletzt offen für Neues zu bleiben.

Ergebnisorientiertheit scheint in sofern sehr wichtig zu sein, sich bewusst auf das Erreichen eines Zieles zu konzentrieren, dabei vorgegebene Termine, Kosten und Qualität einzuhalten und durch seine Leistung zu überzeugen. Diese Kompetenz fordert und trainiert gleichermaßen die Disziplin des Einzelnen und ist, wie bereits im Kapitel zur Designprofession beschrieben, ein wichtiger Bestandteil professionellen Arbeitens.

Die Termintreue kann als Bestandteil der Ergebnisorientierung angesehen werden und ist dementsprechend als sehr wichtig zu bewerten.

Das Kennen der Regeln, das gekonnte Brechen der Regel. Diese Kompetenz scheint vor allem in der Werbung eine sehr entscheidende Rolle zu spielen, will man es schaffen immer wieder aufs neue die Aufmerksamkeit des Rezipienten zu erreichen. Sie kann aber auch bedeuten, immer wieder das Bestehende zu hinterfragen und im verantwortungsvollen Sinne Design immer wieder in neue Richtungen zu lenken.

Da Design zunehmend ein wichtiger Bestandteil der Forschung wird (Designforschung) und Designer auch in Zukunft zunehmend mit anderen Disziplinen zusammenarbeiten werden, ist es im Sinne der Glaubwürdigkeit und Überzeugungskraft eines Designers immer wichtiger, sich mit wissenschaftlichen Arbeitsweisen auseinanderzusetzen. Nur so kann Design als gleichberechtigte Disziplin mit anderen wissenschaftlichen Disziplinen zusammenarbeiten. Designer könne den Wandel in der Gesellschaft nutzen, ihre Profession auf eine andere Ebene zu heben. Mit den richtigen Arbeitsweisen kann Design mit seiner sehr großen praktischen Erfahrung auch im Bereich der Forschung zunehmend von Bedeutung sein (siehe hierzu auch Seite 213, Anforderungen an Design-Profis).

ANMERKUNGEN ZU DEN METHODENKOMPETENZEN:

Kostenmanagement ist eine sehr wichtige Kompetenz, hat doch das Kapitel zum Thema Designprofessionalismus gezeigt, dass professionelles Design Bestandteil einer Berufstätigkeit ist, die zur wirtschaftlichen Sicherung des Einkommens dient. Eine gute Kostenplanung, kann also dabei helfen, die Arbeit des Designers richtig zu kalkulieren und gewinnbringend (für alle Parteien) durchführen zu können.

Wissen um Anwendung von Kreativmethoden und Techniken zur kreativen Stimulation können sehr hilfreich dabei sein, neue Aufgaben und Herausforderungen aus einem neuen Licht zu bearbeiten. Sie könne dabei helfen, die Ideenentwicklung aber auch die Umsetzung voranzutreiben und dabei aus gewohnten Mustern auszubrechen.

QUELLEN:

Gehirn&Geist, Dezember 2007:
Sind Sie sozial intelligent? Pressemitteilung | 19.11.2007 Url: http://www.gehirn-und-geist.de/artikel/911391&_z=798884
Zugriffsdatum 20.01.2012

ANMERKUNGEN ZU DEN SOZIALEN KOMPETENZEN:

Soziale Intelligenz und Menschenkenntnis sind sicherlich zwei sehr wichtige Kompetenzen für einen Designer. Er wird mit den unterschiedlichsten Menschen zu tun haben, die Bedürfnisse und Erwartungen unterschiedlichster Menschen zu erkennen ist dementsprechend für einen professionellen Designer sehr wichtig. Design ist Teil der Gesellschaft und der Designer somit ein aktiv gestaltendes Mitglied in dieser Gesellschaft. Gute Menschenkenntnis kann dem Designer bei der Bewältigung seiner täglichen Aufgaben und Herausforderungen sehr behilflich sein.

Sozial intelligent zu sein fordert den Designer dazu heraus, soziale Signale wahrzunehmen, zu verstehen und verarbeiten zu können – Was fühlt und will der Andere? Wie und warum sollte ich mich ihm gegenüber verhalten? Diese Kompetenz zu trainieren, setzt voraus, sich immer wieder und aufs neue mit neuen Menschen auseinanderzusetzen und in unterschiedlichsten Situationen seine Wahrnehmung zu schärfen. (vgl. Gehirn&Geist, 12/2007)

Ein poetisches Verständnis für unsere Welt zu entwickeln könnte in diesem Zusammenhang bedeuten, die Umwelt so zu interpretieren, dass sich eine der Alltagssprache entziehende Wirkung entfalten kann. Fern ab von Alltagsnormen und Regeln die Welt neu zu entdecken und zu interpretieren. So kann auch der professionelle Designer den Blick für Neues und andere Sichtweisen trainieren, um schlussendlich zu innovativen und auch ungewöhnlichen Ergebnissen zu kommen.

ANMERKUNGEN ZU DEN PERSÖNLICHEN KOMPETENZEN:

Die Neugier könnte in direktem Zusammenhang zum poetischen Verständnis der Umwelt stehen. So ist sie doch eine Grundvoraussetzung dafür, nicht still stehen zu bleiben und in alten Denkmustern zu erstarren. Sie kann einem neue Möglichkeiten eröffnen und Chancen schaffen auf die man sonst nicht gestoßen wäre.

FRAGE NUMMER ZWEI:

WELCHES SIND DIE DREI WICHTIGSTEN KOMPETENZEN, DIE EINEN PROFESSIONELLEN DESIGNER AUSMACHEN?

Die Einschätzungen und Ergebnisse zu dieser Frage werden nun im Folgenden aufgelistet:

1. *Vielseitigkeit in der Entwicklung von Gestaltungslinien (z.B. Variationsfähigkeit eines Themas über unterschiedliche Tonalitäten).*
2. *Trittsicherheit in unterschiedlichen Gestaltungsgenres (z.B. Werbemotiv vs. Geschäftsbericht, Imagebroschüre vs. Kundenmagazin)*
3. *Kreative Konsistenz (im Sinn von Fähigkeit zur Entwicklung durchdachter, wirksamer und zugleich (auch wirtschaftlich) umsetzbarer Lösungen) (Peter Bernthaler - Sympra GmbH GPRA)*

1. *Konzeptionelles Denken*
2. *Kreativität*
3. *Kommunikative Fähigkeiten (Prof. Eberhard Schlag - Atelier Brückner GmbH)*

1. *Fähigkeit zur Differenzierung und Wahrnehmung*
2. *Prozessverständnis*
3. *Gestaltungstalent (Alexander Schlag - Yellow Design)*

1. *Analytisch strategische Herangehensweise (z. B. Verständnis für die Herausforderungen des Marktes und der Kunden)*
2. *Handwerkliche Raffinesse (z. B. Entwicklung mediengerchter Gestaltungsansätze, prozesshaftes Arbeiten, Mut für Neues)*
3. *Kommunikatives Verhalten (z. B. Teamführung, Präsentationen, Moderation, Argumentation) (Reto Paul Grimm - Reto Paul Grimm)*

1. *Projektmanagement (Timing)*
2. *Strategie*
3. *Innovation bzw. schnelle Auffassungsgabe in Kombination mit kreativem Output ist wichtig. (Karin Kutsam - Freelancer)*

1. *Natürliche Kommunikationsbegabung*
2. *Flexibles Denken*
3. *Handwerkliches Können (Anonym)*

1. *Empathie*
2. *Optimismus*
3. *Kritikfähigkeit und Lernbereitschaft (Daniela Hensel - HTW Berlin)*

1. *Ausdruckskraft*
2. *Kommunikationsfähigkeit*
3. *Der Wille zur Veränderung (Jochen Rädiker - Strichpunkt)*

Blick zurück nach vorne.
(Prof. Victor Malsy - FH Düsseldorf)

1. Eigeninitiative
 2. Durchsetzungsvermögen
 3. Gute Arbeit
- (Holger Jacobs - Mind Design London)

1. Allgemeinbildung (gesellschaftlich im Leben stehen),
 2. Innovationskraft
 3. Empathie (Fähigkeit, sich auf andere und bisher unbekannte Situationen einzustellen)
- (Kilian Palis - Interbrand Hamburg)

1. Konzeption
 2. Ideenfindung
 3. Überzeugungskraft
- (Anonym)

1. Gutes Gespür für Trends und Entwicklungen über seinen Bereich hinaus
 2. Kombinationsmöglichkeit von Bekannten Dingen zu etwas Neuem
 3. Das alles auch noch überzeugend dem Kunden/Team zu verkaufen und sich durchzusetzen mit Argumenten
- (Finn Naujoks - The Brand Union/Redeleit und Junkers)

1. Kreativität
 2. Teamfähigkeit
 3. Belastbarkeit
- (Liv Thiele - Interbrand Hamburg)

1. Teamfähigkeit
 2. Lernbereitschaft
 3. Ganzheitliches Denken
- (Prof. Dr.h.c. Erik Spiekermann)

1. Handwerk
 2. Konzeption
 3. Team- u. Kritikfähigkeit
- (Dennis Horstmann - Interbrand Köln)

1. Leidenschaft für Gestaltung
 2. Neugierde
 3. Konzeptionelles Denken
- (Gregor Ade - Peter Schmidt Group)

1. Leidenschaft
 2. Inspiration
 - 3 Konsequenz
- (Wendelin Auer - Kuhn, Kammann & Kuhn)

1. Entwurfkompetenz
 2. Konzeptionsfähigkeit
 3. Teamfähigkeit
- (Trixi Dahm - Interbrand Hamburg)

1. Überzeugungskraft
 2. Analyse
 3. Mut
- (Anonym)

1. Empathie
 2. Kulturelle Sensibilität
 3. Sehr gute Konzeptionsfähigkeit -oder- sehr gute handwerkliche Fähigkeiten
- (Anonym)

1. Die Fähigkeit Zuzuhören
(beim Kundengespräch / Beratungstermin, im Briefing, etc.)
 2. Ideenreichtum
 3. Komplexes einfach darzustellen oder auf ein Minimum herunterzubrechen
- (Anonym)

1. Gewissenhaftigkeit bis ins Detail
 2. Einhaltung von Deadlines
 3. Originalität
- (Marc Philipp Kittel - Scholz & Friends)

1. Strategisches Denken
 2. Skepsis gegenüber der ersten Idee (es gibt immer noch eine bessere)
 3. Neugierde
- (Eva Jung - gobasil Strategisches Kommunikations-Design)

1. Sehr gute technische Kenntnisse/Umsetzungsfähigkeit
 2. Gestalterische Kreativkompetenz
 3. Durchsetzungsfähigkeit/Persönlichkeitsentwicklung
- (Nicole Simon - HAWK Hildesheim)

1. Projekt- und Mitarbeitermanagement
 2. Steuerung von Teamprozessen
 3. Ganzheitliches Denken im Gestaltungsprozess
- (Anonym)

1. Übersicht + Struktur
 2. Kommunikation
 3. Kreation
- (Michael Hubatsch - HS Anhalt, Dessau)

1. Verständnis für die Wünsche und Erwartungen des Kunden
 2. Professionalität
 3. Individualität
- (Prof. Dieter Herbst - UdK Berlin)

1. Analytische Fähigkeiten
2. Souveränität in der Wahl der Ausdrucksmittel
3. Argumentative Stringenz, Sorgfalt und Ausdauer bei der Umsetzung
(Valentin Wormbs - HTWG Konstanz)

1. Denken können
2. Wirklich gut gestalten können
3. Immer das Beste wollen und dafür kämpfen
(Barbara Kotte - Scrollan)

1. Prozesskenntnisse
2. Methodenkenntnisse
3. Betriebswirtschaftliche Kenntnisse
(Anonym)

1. Analyse- und Ausdrucksfähigkeit
2. Konzeptionelle Fähigkeiten
3. Querdenken
(Gesche Joost - Deutsche Telekom Laboratories)

1. Konzeptionelles Arbeiten / ganzheitliches Denken
2. Innovationsfähigkeit / Kreativität (mutige Ansätze, Provokation)
3. Überzeugungskraft / rhetorisches und verkaufsförderndes Geschick
(Christina John - Milch und Honig)

1. Das kommt ganz auf ihn selbst an
2. Sie sollten seinen Talenten entsprechen
3. Sie sollten seine fehlenden Talente kompensieren
(Thomas Hundt - jangled nerves GmbH)

Vergleicht man nun alle genannten Kompetenzen miteinander und untersucht die Übereinstimmungen kommt man zu folgendem Ergebnis:

Die am wichtigsten bewertete Kompetenz für einen professionellen Designer ist das strategisch- analytische und konzeptionelle Arbeiten. 14 Teilnehmer nannten diese Kompetenz als eine der drei wichtigsten Kompetenzen die ein professioneller Designer haben sollte.

Am zweitwichtigsten ist die Entwurfs- und Gestaltungskompetenz bewertet worden. Diese Kompetenz schrieben 11 der Befragten als eine der drei wichtigsten Kompetenzen auf.

Die am dritt häufigsten genannte Kompetenz ist die Überzeugungs- und Durchsetzungskraft. Sie wurde von acht Teilnehmern als eine der drei wichtigsten Kompetenzen bewertet.

Konzeptionelles Arbeiten, sehr gute Gestaltungs- und Entwurfskompetenz und Überzeugungskraft sind somit die drei am wichtigsten bewerteten Kompetenzen, um professionell im Bereich Design arbeiten zu können.

Folgende Kompetenzen wurden ebenfalls mehrfach genannt:

- Kreativität und Ideenfindung (6 x)
- Teamfähigkeit (5 x)
- Kommunikative Fähigkeiten (5 x)
- Innovationsfähigkeit (4 x)
- Empathie (4 x)
- Ganzheitliches Denken (3 x)
- Kritik- und Lernbereitschaft (3 x)

Das die anderen Kompetenzen, die nur ein oder zweimal genannt wurden, aus diesem Grund weniger wichtig sind, kann man an dieser Stelle nur bedingt sagen. Die Anzahl der Stimmen zeigt lediglich auf, dass in manchen Bereichen eine große Übereinstimmung herrscht und man sich bei diesen Kompetenzen über deren Wichtigkeit einig ist.

Auch die einzelnen Kompetenzen können in Anbetracht der Anforderungen für den professionellen Umgang mit Design eine sehr wichtige Rolle spielen. Hinzu kommt, das es natürlich nur bedingt möglich ist, die wichtigen Kompetenzen für die Ausübung professionellen Designs auf drei zu beschränken.

Es zeigt aber sehr schön, welche Kompetenzen sich unabhängig von unterschiedlichen Erfahrungen und Werdegängen immer wieder als besonders wichtig herauskristallisiert haben.

Im Folgenden werden diese drei Kompetenzen nun ein wenig näher erläutert. Was heißt konzeptionelles Arbeiten? Was ist gute Gestaltungskompetenz und wie bin ich überzeugend?

QUELLEN:

Ulrich Kern, Petra Kern in: Designmanagement - Die Kompetenzen der Kreativen. 1. Auflage. Hildesheim, Zürich, New York: Georg Olms Verlag, 2005. ISBN: 3-487-13019-x

Fritz Frenkler in: Designmanagement - Die Kompetenzen der Kreativen. Hrg. Ulrich Kern, Petra Kern. 1. Auflage. Hildesheim, Zürich, New York: Georg Olms Verlag, 2005. ISBN: 3-487-13019-x

KONZEPTIONELLES ARBEITEN:

Um der Frage näher zu kommen, was konzeptionelles Arbeiten eigentlich genau ist, wird an dieser Stelle ein Abschnitt aus dem Buch „Designmanagement - die Kompetenzen der Kreativen“ zitiert, der im Wesentlichen die wichtigsten Aspekte des konzeptionellen Arbeitens widerspiegelt.

„Auf dem Weg zum Gestaltungsziel entseht zunächst ein Konzept. Es ist der intellektuelle Plan oder der gedankliche Entwurf, der eine Grundvorstellung des künftigen Resultats imaginiert. Dabei wird planvoll vorstrukturiert, was später konkret Gestalt annimmt. Das klingt abstrakt, ist aber als kreative Kompetenz unverzichtbar. Zwar ist es für jeden Kreativen sehr reizvoll, gleich zum Stift zu greifen oder das Grafikprogramm aufzurufen und Lösungsansätze zu visualisieren. Aber das ist riskant, bedeutet es doch, den zweiten Schritt, den Entwurf, vor dem ersten, dem Konzept, zu machen. Ganz wesentlich ist es bei einem Konzept, nicht allein die Ideen des Kreativen, sondern genauso die Vorgaben des Kunden einzubinden. Der Designer muss sich eingehend mit den Zielvorstellungen und Projektvorgaben seines Auftraggebers auseinandersetzen. Bei der Konzeptarbeit sind also auch Kommunikation und Konsens mit dem Kunden gefragt, bevor die eigentliche Entwurfsarbeit beginnt. Auf diese Weise kristallisiert sich ein gedanklicher Ansatzpunkt und ein Plan heraus, wie das Ziel gestalterisch anzugehen ist. Die Wortwahl zeigt schon, dass das Konzept viel mit systematischem Nachdenken und nüchternem Überlegen, so genanntem Kalkül, zu tun hat. Das Briefing und die Leitidee bilden den wesentlichen Input“ (U. Kern, 2005, S. 87-88)

In dem letzten Satz spricht Kern die beiden entscheidendsten Punkte des professionellen, konzeptionellen Arbeitens an. Das Briefing und die Leitee.

Das Briefing bildet dabei den Ausgangspunkt jeden Konzeptes. Das Briefing übernimmt dabei die Aufgabe, die Zielsetzungen und Aufgaben, die ein Auftraggeber an den Kreativen stellt, verständlich zusammenzufassen. (Vgl. U. Kern, 2005, S. 88)

„Die richtigen Fragen entscheiden über die Qualität der Antworten. Das Briefing von Kundenseite ist die Basis für die Entwicklung eines Konzepts. Im Briefing werden die Vorgaben für die kreative Aufgabe definiert. Sämtliche Parameter, die von Seiten des Kunden oder generell des Auftraggebers die Gestaltungsaufgabe beschreiben, müssen in das Konzept einfließen.“ (U. Kern, 2005, S. 88)

Dabei ist es stets wichtig, dass der Kreative selbst aktiv am Briefing mitwirkt. Denn nicht jeder Auftraggeber hat genügend Erfahrung oder Kapazitäten im Umgang mit dem Briefing. „Viele Unternehmen sind gar nicht in der Lage zu formulieren, was sie wollen“. Der Kreative muss also mit dem Kunden zusammen das Briefing entwickeln. (Vgl. U. Kern, mit e. Zit. v. F. Frenkler, 2005, S88)

„Wenn das Unternehmen selbst nichts beisteuert, muss also der Gestalter selbst aktiv werden und sich die Informationen gezielt einholen, die sonst der Kunde von sich aus einbringen würde. In Gesprächen muss er die wesentlichen Vorgaben erfragen, dadurch ein Bild von der Aufgabe gewinnen, diese dokumentieren und mit seinem Auftraggeber abstimmen.“ (U. Kern, 2005, S. 88)

Die Leitidee ist der zweite von Kern angesprochene Punkt, der zum professionellen, konzeptionellen Arbeiten notwendig ist.

„In kreativer Auseinandersetzung mit den Briefing-Vorgaben entwickelt der Designer die Leitidee seines Lösungsansatzes. Diese bildet die Basis des nachfolgenden Entwurfs. So können sich Kunden und Kreativer noch in der

Konzeptphase darüber verständigen, ob die Aufgabe ausreichend klar vermittelt und zutreffend verstanden wurde. Zugleich stellen sie fest, ob die Leitidee einen akzeptierten, entwicklungsfähigen Lösungsansatz darstellt.“ (U. Kern, 2005, S. 88)

Betrachtet man das konzeptionelle Arbeiten als ganz genau, wird sehr schnell deutlich, dass diese Kompetenz vielmehr eine ganze Gruppe von Kompetenzen zusammenfasst. Angefangen von Empathie, Kommunikationsfähigkeit, Diskussionsfähigkeit bis hin zu Abstraktions- und Selektionsfähigkeit, um nur einige Kompetenzen zu nennen, die mit dem konzeptionellen Arbeiten einhergehen können.

GUTE GESTALTUNGS- UND ENTWURFSKOMPETENZ

Die als am zweitwichtigsten benannte Kompetenz ist die Entwurfs- und Gestaltungscompetenz. Doch was genau bedeutet das und welche Erwartungen gehen mit dieser Kompetenz einher?

An dieser Stelle kommt eine immer wieder auftauchende Frage in der Designausbildung ins Spiel: Sollte ein Designstudium eher generalistisch oder eher spezialisierend sein? Doch warum ist diese Frage an dieser Stelle relevant?

Kein Designer kann sich in allen Bereichen des Designs spezialisieren. Dazu sind die technischen Anforderungen und die stetige Weiterentwicklung viel zu komplex und schnellebig. Dennoch wird immer wieder erwartet, dass der einzelne Designer die Aufgaben genauso gut löst wie ein Spezialist. Nicht zuletzt, da es ja auch theoretisch die Möglichkeiten im Studium gibt. Gleichzeitig wird aber auch von dem Designer verlangt, ein generalistisch gutes Gespür in allen Bereichen des Designs zu haben, um schlussendlich eine Idee gut umzusetzen und damit ein Problem lösen zu können.

Es ist notwendig, gestalten zu können, abstrahieren zu können und einer Sache eine Form verleihen zu können - es muss funktionieren. Es ist nicht nur notwendig bestimmte Programme zu kennen. (Vgl. Interview mit Prof. Jo Wickert, S.300)

Die Anforderungen an einen Designer sind somit bei dieser Kompetenz zweigleisig. Er kann sich nicht in allen Bereichen spezialisieren, sondern muss vielmehr eine generalistische Basis im Umgang mit Design mitbringen. Die Tatsache, sich nicht in allen Bereichen spezialisieren zu können, bedeutet aber nicht, sich in keinem Gebiet spezialisieren zu sollen. Ein entscheidender Aspekt, um neben der generalistischen Basis sein eigenes Profil zu entwickeln, ist auch die bewusste Auseinandersetzung mit den eigenen Stärken und Schwerpunkten. Die Erfahrung, die der Einzelne sammelt, wenn er in einem Bereich besonders gut ist, kann er auch auf Bereiche übertragen, in denen er nicht der Spezialist ist. So wird es doch jemandem deutlich schwerer fallen, ein Projekt bis ins kleinste Detail durchzuarbeiten, hat er diese Erfahrung nicht schon einmal im Vorfeld an einer Aufgabe, die ihm besonders gut liegt, erfahren.

Die „Liebe zum Detail“, die sich aus der Erfahrung mit dem ganz persönlichen Schwerpunkt ergibt, kann dem Einzelnen dabei helfen, in anderen Projekten Durchhaltevermögen zu beweisen und auch diese Aufgaben gestalterisch gut umzusetzen

QUELLEN:

Kreatives Denken.com:
10 Tipps für mehr Durchsetzungsvermögen. Hrg. Heike Thormann. URL: <http://www.kreativesdenken.com/artikel/tipps-fuer-durchsetzungsvermoegen.html>
Zugriffsdatum: 23.01.2012

ÜBERZEUGUNGSKRAFT UND DURCHSETZUNGSKRAFT:

Wie schon in der Auswertung der sozialen Kompetenzen sichtbar wurde, ist diese Kompetenz durchweg als sehr wichtig bewertet worden.

Doch was könnte sich hinter dieser Kompetenz verbergen und wie kann der Einzelne sein Durchsetzungsvermögen trainieren?

Ein Designer braucht in vielen Situationen Durchsetzungsvermögen und Überzeugungskraft. Sei es bei Kunden, bei Kollegen oder im Team mit anderen Beteiligten. Aber es scheint sicherlich nicht ratsam zu sein, seine Ideen einfach durchzusetzen zu wollen ohne überzeugende Argumente und Gründe nennen zu können. Im folgenden wurde eine Liste aufgestellt, die dabei helfen könnte, sich glaubwürdig und überzeugend durchzusetzen zu können.

WAS SIND MEINE ZIELE?

Was möchte ich eigentlich erreichen? Wenn ich mir nicht im Klaren darüber bin, was ich eigentlich will, kann ich mich auch nicht überzeugend durchsetzen. Dabei ist es sicherlich auch entscheidend, seine genauen „Grenzen“ zu definieren. Sprich, habe ich eine bestimmte Vorstellung von etwas, um mein Ziel zu erreichen? Wieviel Kompromiss bin ich demnach bereit einzugehen. Wenn ich mir darüber im Klaren werde, kann ich wahrscheinlich sehr viel überzeugender argumentieren, als ohne eine solch klare Zielvorstellung.

ALTERNATIVEN:

Wenn ich mir bei der Zielsetzung auch Gedanken über Alternativen mache, kann mich in einer Auseinandersetzung der Gegenüber nicht so schnell aus dem Gleichgewicht bringen. Darüber hinaus ist es natürlich auch ratsam und sinnvoll sein, sich stets Möglichkeiten und Ziele zu setzen, von denen alle an dem Prozess Beteiligten profitieren könnten.

REALISTISCH BLEIBEN!

Die Ziele, die man sich setzt, sollten realistisch sein. Dabei spielen finanzielle Budgets ebenso eine Rolle, wie die Rahmenbedingungen und rechtlichen Vorgaben, die beispielsweise bei einem Projekt gegeben sind. Was aber nicht bedeuten soll, dass man nicht mutig sein sollte und nichts Außergewöhnliches probieren kann. Aber um dies machen zu können ist der nächste Schritt besonders wichtig:

SICH INFORMIEREN:

Je mehr Informationen ich sammeln kann und je besser ich dadurch meine Meinung untermauern kann, desto glaubwürdiger und überzeugender werde ich sein können. „*Wissen ist Macht*“ (Franz Bacon)
Mit Hilfe des richtigen Wissens kann ich überzeugender Argumentieren als ohne ein solches.

RUHE UND HALTUNG BEWAHREN:

Der richtige Ton in einer Diskussion kann sehr entscheidend sein. Werde ich hysterisch, aggressiv oder beleidigend dann kann die Idee und die Ziele noch so gut argumentiert werden, ich werde mich trotzdem nicht durchsetzen können. Zuhören zu können, kann in einer Diskussion ebenso wichtig sein, wie die richtigen Argumente zu bringen. Ebenso wichtig ist es, auf eine angeberachtete Körperhaltung und Körpersprache zu achten. Wenn ich mich durchsetzen möchte und überzeugen will, dabei aber wie ein „Schluck Wasser“ in der Ecke hänge, wird dies nicht gelingen. (Vgl. H. Thormann, 2010)

Und auch hier wird wieder deutlich, dass sich das Durchsetzungsvermögen und die Überzeugungskraft eng mit anderen Kompetenzen verknüpft. Die Planungskompetenz ist hierbei ebenso wichtig, wie Empathie und Kommunikationsfähigkeiten.

Diese „*mehrdimensionalen*“ Kompetenzen sind keine Einzelfälle. Viele der in der Umfrage abgefragten Kompetenzen stehen immer in direktem Bezug zueinander oder sind sogar in direkter Abhängigkeit von einander.

Das Entscheidende scheint dabei zu sein, diese Abhängigkeiten zu erkennen und bewusst zu reflektieren. So kann sich der Einzelne viel flexibler auf bestimmte Situationen einstellen und sich auch bewusst seiner Stärken und Schwächen stellen.

Doch kommen wir zunächst zu der dritten offenen Frage, die in der Umfrage an die Teilnehmer gestellt wurde:

FRAGE NUMMER DREI:

WORAN ERKENNT DER KUNDE IHRER MEINUNG NACH, DASS SIE PROFESSIONELLES DESIGN MACHEN?

„An der Kommunikationsfähigkeit, die immer die juristischen Konsequenzen im Hintergrund sieht.“ (Anonym)

„Vielseitigkeit, Trittsicherheit, kreative Konsistenz“
(Peter Bernthaler - Sympra GmbH GPRA)

„Hohe Qualität der Arbeiten/Produkte
Angemessenheit der vorgeschlagenen Lösungen
Art des Auftretens/der Kommunikation“
(Prof. Eberhard Schlag - Atelier Brückner GmbH)

„An der umfassenden Betreuung und dem Markterfolg der Entwicklung“
(Alexander Schlag - Yellow Design)

„Erfahrung“ (Reto Paul Grimm - Reto Paul Grimm)

„An der Art wie das Design präsentiert, bzw. kommuniziert wird.
Heißt das Design wird nicht einfach gezeigt, sondern der Kunde gehört geführt, informiert und animiert.“ (Karin Kutsam - Freelancer)

„Wenn er es überhaupt erkennt, dann in Erster Linie an zügigen Arbeitsprozessen, professionellem Handwerk und klarem, selbstbewußtem Auftreten“
(Anonym)

„In dem ich ihn nicht bevormunde, sondern ihn dazu befähige die für ihn richtige Entscheidung zu treffen. In dem er erkennt, dass ich mich mit seinem Geschäftsumfeld sehr vertraut mache und die richtigen Fragen stelle. In dem ich sein Thema ganzheitlich und nutzerorientiert angehe und über den Tellerrand hinaus denke.“ (Daniela Hensel - HTW Berlin)

„An der Qualität der Ergebnisse und der Struktur des Prozesses dahin“
(Jochen Rädiker - Strichpunkt)

„Am Honorar“.
(Prof. Victor Malsy - FH Düsseldorf)

„Das ich mache und nicht nur rede.“
(Holger Jacobs - Mind Design London)

„Daran, ob es im Einsatz funktioniert, ob viele Dinge bedacht sind bzw. ausgeschlossen werden können, Genauigkeit.
Außerdem: Dass es auf allen Ebenen der Marketing- und ggf. sogar der Business-Strategie entspricht. Design folgt dem Bedürfnis des Kunden und kreiert nicht unbedingt neue.“ (Kilian Palis - Interbrand Hamburg)

„Wenn das Design entweder so aussieht wie anderes Design oder man ihn argumentativ von der eigenen Kompetenz überzeugt. Anhand der Referenzen!“
(Anonym)

„Es verkauft sich, hebt sich im Markt ab und kann sich immer wieder verändern wenn Konzept oder Strategie geändert werden, was nicht ungewöhnlich in einem Prozess ist.“ (Finn Naujoks - The Brand Union /Redeleit und Junkers)

„Es muss eine klare Idee hinter dem Design erkennbar sein (Herleitung).“
(Liv Thiele - Interbrand Hamburg)

„Am Ergebnis, am Engagement und am Preis.“ (Prof. Dr.h.c. Erik Spiekermann)

„Indem wie man mit ihm umgeht - Professionalität.
Die richtigen fragen stellt.
Einleuchtende und einfache Antworten gibt“
(Dennis Horstmann - Interbrand Köln)

„Konzeptionelle, strategische Herangehensweise, medienübergreifende Denkweise, einzigartige Umsetzungen.“ (Gregor Ade - Peter Schmidt Group)

„Stringenz
Sorgfalt
Kreativer Output“
(Wendelin Auer - Kuhn, Kammann & Kuhn)

„Dass über die Aufgabe hinaus gedacht und wenn nötig gearbeitet wird
Dass die Lösungen nachhaltig sind
Dass Beratung klärt und nicht verwirrt“
(Trixi Dahm - Interbrand Hamburg)

„Analyse vor dem Entwurf. Im Ergebnis: häufig Reduktion im Design.“
(C. Holtkotten - bemerkt gestaltung+kommunikation)

„An der Konstanz im Portfolio.“
(Anonym)

„Sorgfalt, Verlässlichkeit, Intelligenz.“
(Anonym)

1. Wenn ich ihm empfohlen werde.
2. An meiner schriftlichen und mündlichen Ausdrucksweise.
3. An Qualität und Optik meiner Webseite.
(Anonym)

„Gewissenhaftigkeit bis ins Detail, Einhaltung von Deadlines, Originalität.“
(Marc Philipp Kittel - Scholz & Friends)

„An unserem Portfolio
Am Erfolg unserer Kunden“
(Eva Jung - gobasil Strategisches Kommunikations-Design)

„Maßgeschneidertes Design/Kommunikation für den Kunden, heißt kein
`geschmäckerliches` Design
sehr gute Projektmanagementkompetenz
Sehr guter `Auftritt`“
(Nicole Simon - HAWK Hildesheim)

„Briefing+ReBriefing / Präsentation mit Pflicht und Kür, möglichst ohne Blend-
werk, aber mit strategischem Hintergrund /
Transparente und angemessene Angebotserstellung und Rechnungslegung /
Konstruktive Dialogführung / Kein Design für Designer!“
(Michael Hubatsch - HS Anhalt, Dessau)

„Das es für ihn schlüssig ist und seine Kunden mögen.“
(Prof. Dieter Herbst - UdK Berlin)

„An der Qualität der Fragen im Vorfeld der gestalterischen Massnahmen.
Daran, dass ein relevantes Problem gelöst wurde und alle notwendigen Schritte
mit Sorgfalt abgewickelt wurden.
Daran, dass die Lösung von zumindest mittelfristiger Dauer ist und auch in
Zukunft auf ihr aufgebaut werden kann.
Daran, dass die Lösung reel bezahlt werden muss.“
(Valentin Wormbs - HTWG Konstanz)

„Es funktioniert, weil es eine Idee hat
Es begeistert, weil es gut gestaltet ist
Im Prozess ist es reibungslos“
(Barbara Kotte - Scrollan)

„Nachhaltige und konzeptionelle Arbeit
Mit psychologischem Gespür auf den Kunden eingehen um ihn seine eigene
Leistungen/sein Produkt näher zu bringen
Eine glaubhafte Unternehmensgeschichte, ganzheitlich erfassen und erzählen
(interne und externe Kommunikation unterstützen)“
(Christina John - Milch und Honig)

„Daran, dass bei uns ausgebildete Menschen arbeiten
(professionell = vom Fachmann ausgeführt)
Daran, dass wir Geld dafür nehmen (professionell = gegen Bezahlung)“
(Thomas Hundt - jangled nerves GmbH)

Zu dieser Frage wurden von den unterschiedlichen Teilnehmern die unter-
schiedlichsten Antworten gegeben. Aber auch hier haben sich einige der
Antworten inhaltlich überschritten. Welche Antworten sich überschritten
haben und welches demnach die wichtigsten drei Kriterien sind, damit ein
Kunde erkennen kann, dass jemand professionell im Bereich Design arbeitet,
wird im Folgenden etwas näher beschrieben.

DIE ART DES AUFTRETENS

Mehrere der Befragten beschreiben die Art des Auftretens als besonders
wichtig, um dem Auftraggeber zu zeigen, dass man professionell arbeitet.

Dabei ist nicht nur der Internetauftritt und das Portfolio gemeint, indem die
einzelnen Arbeiten präsentiert werden. Dies wird zwar auch von mehreren
als wichtig beschrieben, an dieser Stelle ist aber der ganzheitliche Auftritt
gemeint.

Wie kommuniziere ich mit dem Auftraggeber und wie präsentiere ich mich?
Dabei ist es sehr wichtig, den Kunden abzuholen und seine Bedürfnisse zu
erkennen. Und um dies erreichen zu können, ist ein sehr entscheidender Punkt,
die richtigen Fragen zu stellen.

Um professionell auftreten zu können, sollte der Einzelne sein Profil kennen,
sich mündlich und schriftlich gut präsentieren können, eine gute Menschen-
kenntnis besitzen, sich in andere hinein fühlen können (Empathie), gut
zuhören können und die richtigen Fragen stellen.

PROFESSIONELLES DESIGN KOSTET GELD

Wie schon in dem Kapitel zur Designprofession beschrieben, übt der profes-
sionelle Designer diesen Beruf aus, um damit seinen Lebensunterhalt verdienen
zu können. Gutes Design sollte sich nicht unter Wert verkaufen!
Und genau das scheinen auch die meisten Kunden zu spüren. Wenn ein
Auftraggeber von einem Designer eine professionelle Designleistung erfragt,
muss er dazu bereit sein, einen angemessenen Preis dafür zu zahlen.

„Amateure sind Leute, die etwas für nichts tun. Profis sind Leute, die nichts für
nichts tun“ (F. Schmidt, mit e. Zit. v. Jacques Tati, 2010, S.19)

Will man professionell Arbeiten, ist es also nicht nur zur Sicherung des Ein-
kommens wichtig, ein angemessenes Honorar für seine Arbeit zu verlangen,
es wird im Umkehrschluss sogar als nicht professionell angesehen, würde
man kein Geld nehmen.

Eine Ausnahme bilden natürlich Non-Profit Projekte. Man sollte grundsätz-
lich immer berücksichtigen, wer sein Kunde ist, wie groß der Kunde ist
und auch welche Umsätze er macht. Es sollte aber in jedem Fall an die eigene
Grundsicherung gedacht werden.

DIE QUALITÄT DES ERGEBNISSES ZÄHLT

Eines der entscheidendsten Punkte, um zu erkennen, ob ein Designer profes-
sionell gearbeitet hat, ist die Tatsache, ob seine Lösung funktioniert und ob
er das Problem seines Auftraggebers damit gelöst hat.
Dabei sollte die Lösung im Idealfall nachhaltig und anpassungsfähig sein
(wenn dies gewünscht war). Die Qualität der Arbeit zeigt sich in den meisten
Fällen nicht sofort, sondern besticht durch ihre Langlebigkeit und dadurch,
dass sie an komplexe Herausforderungen angepasst ist und sich weiterent-
wickeln kann.

**FRAGE NUMMER VIER:
WIE DIFFERENZIEREN SIE PROFESSIONELLES DESIGN VON AMATEURHAFTEM?**

Zu dieser Frage wurden folgende Antworten gegeben:

„Gar nicht“ (Anonym)

„Vielseitigkeit, Trittsicherheit, kreative Konsistenz“
(Peter Bernthaler - Sympra GmbH GPRA)

„Aufgabengerecht
Markenadäquat
Hohe Gestaltqualität“
(Prof. Eberhard Schlag - Atelier Brückner GmbH)

„In der holistischen, nachhaltigen vs. Der oberflächlichen Herangehensweise“
(Alexander Schlag - Yellow Design)

„Konzeptionelle Klarheit
Qualität der Gestaltung
Technische Umsetzung“
(Reto Paul Grimm - Reto Paul Grimm)

„Professionelles Handwerk in Typografie, Layout, Bildauswahl. Durchdachte
Gesamtkonzeption hinsichtlich Vermittlungsabsicht, Zielgruppenansprache
und Medienwahl.“ (Anonym)

„Ganzheitlich und vorausschauend versus schnell und unreflektierte
Moderierte, transparente Prozesse versus Designdiktat vom sog. Profi
Hinterfragend und reflektierend versus Befehlsempfänger.“
(Daniela Hensel - HTW Berlin)

„Durch die Qualität der Ergebnisse und Prozesse.“
(Jochen Rädiker - Strichpunkt)

„Professionelles Design setzt ein prüfendes und vergleichendes Nachdenken
voraus. und den Blick auf das Morgen.“
(Prof. Victor Malsy - FH Düsseldorf)

„Dadurch das sie auch eine gewisse Verantwortung gegenüber dem Design als
Disziplin haben und nicht nur dem Kunden gegenüber. Es reicht nicht das der
Kunde zufrieden ist, die Arbeit an sich muss auch gut sein.“
(Holger Jacobs - Mind Design London)

„Es steckt eine Idee oder Strategie dahinter.
Professionelles Design unterscheidet sich dadurch, dass es kein Styling ist.
Aufgesetzte Formensprachen, die keinen Sinn ergeben, sondern Lücken füllen,
sind meist Bestandteil amateurhaften Designs.“
(Kilian Palis - Interbrand Hamburg)

„Professionelles Design ist immer das Resultat aus einer guten Idee / einem
guten Konzept. Gutes Design ist, wenn es fertig ist!! :)“
(Anonym)

„Amateurhaftes Design will nur gefallen und Modern wirken, es geht nicht auf
Produkt, Benefit oder Nutzen ein. Es sieht nur gut aus, und das ist geschmackssa-
che. Das ist gut in der ersten Designrunde, muss sich aber dann dem Konzept
anpassen können und der Designer in der Lage die Anforderungen umzusetzen.“
(Finn Naujoks - The Brand Union /Redeleit und Junkers)

„Das es funktioniert und deklinierbar ist
Es muss zur Marken und Positionierung passen
Design muss flexibel sein und trotzdem eine Einheit bilden“
(Liv Thiele - Interbrand Hamburg)

„Dass muss ich nicht differenzieren, weil es mich nicht interessiert.“
(Prof. Dr.h.c. Erik Spiekermann)

„Der Unterschied liegt meistens im Detail, aber dort ist er sehr groß
Prof. Design ist simpel, aufgräumt und hat eine gewisse Poetik - amat. Design
ist überladen, schreit und folgt meistens nur visuellen Trends.“
(Dennis Horstmann - Interbrand Köln)

„Guter Umgang mit Typografie
Ausgewogenheit
Stringenz“
(Wendelin Auer - Kuhn, Kammann & Kuhn)

„Neue Wege beleuchten vs. Reine Ausführung
Innovation & Mut vs. Kopie
Langfristige Lösungen vs. kurzfristige“
(Trixi Dahm - Interbrand Hamburg)

„Ästhetik und Funktion sind der Aufgabe angemessen und ergeben ein
schlüssiges Gesamtbild.“
(C. Holtkotten - bemerkt gestaltung+kommunikation)

„Auf den Kunden abgestimmte, hochwertige Lösungen.“
(Anonym)

„Sorgfalt, Verlässlichkeit, Intelligenz, kulturelle Sensibilität.“
(Anonym)

1. Optik / Einfachheit
 2. Preis
 3. Marketing
- (Anonym)

„Durch die Liebe zum Detail. Nichts ist unwichtig.“
(Marc Philipp Kittel - Scholz & Friends)

„Das Design ist in eine erkennbare Gesamtstrategie eingebunden und nicht nur hübsch. Gutes Design ist keine Effekthascherei.
Gutes Design ist modern, zeitlos und bestenfalls Trendsetter.“
(Eva Jung - gobasil Strategisches Kommunikations-Design)

„Amateure arbeiten mit schlechtem Werkzeug, machen viel Design mit wenig Inhalt, arbeiten nach dem Prinzip ‚wir machen Alles‘.“
(Nicole Simon - HAWK Hildesheim)

„Im professionellen Design liegen die Schwerpunkte auf einem gut ausgearbeiteten Konzept und der bestmöglichen Umsetzung, amateurhaftes Design legt den Schwerpunkt auf „schön machen“, Oberflächlichkeit; eine „schöne Website“ ist noch lange nicht professionell.“ (Anonym)

„Botschaften so verpacken, gestalten und versenden, dass die Zielgruppen erreicht werden, nachhaltig Freude haben und es dem Absender danken.“
(Michael Hubatsch - HS Anhalt, Dessau)

„Amateurhaftes Design entsteht aus Liebe zum Design ohne Interesse an der Aufgabe, professionelles Design entsteht aus Interesse an der Aufgabe mit Liebe zum Design.“ (Valentin Wormbs - HTWG Konstanz)

„Amateurhaftes Design begeistert nicht und löst nichts beim Menschen aus.“
(Barbara Kotte - Scrollan)

„Konzeptionelle Lösungen, nicht kopieren von Styles.
Gestaltung dient zu Unterstützung der Unternehmensgeschichte des Kunden und wird nicht einfach übergestülpt.
Von professionellem Design profitieren Kunde wie Designer.“
(Christina John - Milch und Honig)

„Es wird von ausgebildeten Menschen ausgeführt
Man muss dafür bezahlen.“
(Thomas Hundt - jangled nerves GmbH)

DIE KERNAUSSAGEN ZUR DIFFERENZIERUNG VON PROFESSIONELLEM UND AMATEURHAFTEM DESIGN:

Ein Aspekt der häufig von den Befragten angesprochen wird ist die konzeptionelle Klarheit des professionellen Designs. Professionellem Design liegt ein Konzept zugrunde, denn nur auf diese Weise ist der professionell arbeitende Designer in der Lage, auch komplexe Problemlösungen zu erarbeiten.

Das professionell erarbeitete Design wird an der Qualität der Ergebnisse sichtbar. Es wird der Aufgabe und dem Problem des Auftraggebers gerecht. Dabei ist es immer ganzheitlich und vorausschauend. Professionell erarbeitetes Design wurde hinterfragt, reflektiert und ist verantwortungsvoll. Die Idee hinter der Gestaltung muss dabei deutlich werden. Es folgt einem klaren Prozess und ist technisch einwandfrei umgesetzt.

Auch amateurhaftes Design kann technisch sehr gut umgesetzt sein - aber: Amateurhaft umgesetztes Design will meist nur gefallen. Es ist oberflächlich und geht dabei nicht auf die Probleme oder Bedürfnisse eines Kunden ein. Dabei ist es vor allem nicht in der Lage, komplexe Problemlösungen zu erarbeiten. Amateurhaft umgesetztes Design verfolgt keine Idee und ist inhaltslos.

Häufig ist das Ergebnis amateurhaft ausgeführten Designs bloße Effekthascherei - es hat lediglich den Anspruch, etwas schön zu machen.



KAPITEL FÜNF

DIE INTERVIEWS

Die Interviews

Zur Vertiefung und Ergänzung der Umfrage wurden im Rahmen dieser Arbeit noch drei Interviews mit Designern aus unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen geführt.

Die Fragen die im Zuge des Interviews gestellt wurden, haben sich aus den Erkenntnissen und Ergebnissen der vorangegangenen Untersuchungen ergeben und lauteten wie folgt:

1. Was genau macht Ihre Agentur?
2. Wie sind Sie zu ihrem Beruf gekommen?
3. Und wie lange arbeiten Sie schon mit Designern zusammen?
4. Was ist für Sie professionelles Design?
5. Woran erkennt der Auftraggeber, dass Sie professionelle Designlösungen anbieten? Vor dem Erstkontakt? Bei der Zusammenarbeit?
6. Ist es Ihrer Meinung nach wichtiger, den Kunden zufrieden zu stellen oder ein gutes Endprodukt zu kreieren?
7. Welche Kompetenzen sollte ein Designer Ihrer Meinung nach in der heutigen Zeit neben den rein gestalterisch-kreativen Kompetenzen noch haben?
8. Welche Theoriekenntnisse halten Sie für besonders wichtig?
9. Welches sind Ihrer Erfahrung nach die am häufigsten unterschätzten Kompetenzen im Umgang mit:
 - Den Kollegen, dem Team?
 - Dem Kunden?
10. Gibt es aus Ihrer Erfahrung heraus bestimmte Kompetenzen oder Fähigkeiten, die Sie öfters oder speziell bei Designern vermissen?
11. Wann war für Sie der Schritt vom Berufseinsteiger zu einem Profi erreicht? Gab es einen entscheidenden Wendepunkt?
13. Sollte ein Designstudium in der heutigen Zeit, Ihrer Meinung nach eher generalistisch oder eher spezialisierend sein?
14. Ist es Ihrer Meinung nach wichtiger im Studium praxisunabhängige und experimentelle Projekte zu erarbeiten oder möglichst praxisnahe Erfahrungen zu sammeln?
15. Wie sehr kann man sich Ihrer Meinung nach als professioneller Designer im Beruf selbstverwirklichen?
16. Sehen Sie den „Volkssport“ Design der sich in den letzten Jahren immer stärker abzeichnet, als Chance oder als Gefahr?

Im Folgenden sollen nun die wichtigsten Aspekte aus den einzelnen Interviews zusammengefasst werden.
Das ausführliche Interview liegt als Audiodatei auf der CD dieser Arbeit bei.



Wie differenzieren Sie professionelles Design von Amateuhaftem?
„Es funktioniert, weil es eine Idee hat. Es begeistert, weil es gut gestaltet ist. Im Prozess ist es reibungslos.“ „(Barbara Kotte - Scrollan)

Erstes Interview

MIT PROF. EBERHARD SCHLAG - ATELIER BRÜCKNER GMBH

WOFÜR STEHT DIE AGENTUR ATELIER BRÜCKNER UND WELCHEN WERDEGANG HAT PROF. EBERHARD SCHLAG DURCHLAUFEN:

Atelier Brückner ist eine interdisziplinäre Agentur. Sie steht für das Entwickeln von Ideen, Konzepten und ungewöhnlichen Lösungen unterschiedlichster Aufgaben. Schwerpunktmäßig arbeiten sie im Bereich Museums- und Ausstellungsgestaltung.

Prof. Eberhard Schlag ist in seiner eigenen Entwicklung dabei nicht den klassischen Weg gegangen. Er studierte Architektur mit Schwerpunkt Stadtplanung mit dem Ziel Architekt zu werden. Durch einen glücklichen Zufall wurde er in einen Bereich geführt, der zwar immer noch etwas mit Architektur zu tun hat, aber auch darüber hinausgeht.

So hat er 1997 an einem Wettbewerb für ein Expo-Projekt teilgenommen und ist auf diese Weise in die Welt der Szenografie eingetaucht.

Dabei arbeitet er nun schon etwa seit 16 Jahren mit Designern zusammen und ist neben seiner Tätigkeit als Teilhaber der Agentur Atelier Brückner auch Professor für das Lehrgebiet Architektur und Raum an der HTWG Konstanz in der Fakultät Architektur und Design.

WAS IST FÜR HERRN SCHLAG PROFESSIONELLES DESIGN:

Professionelles Design muss seiner Meinung nach zwei Anforderungen genügen.

1. Es muss die richtigen Antworten auf eine bestimmte Fragestellung geben.
2. Diese Antworten, die man gefunden hat, müssen dann auch auf einem professionellen Weg umgesetzt werden.

Das bedeutet, professionelles Design braucht Kreativität um den Lösungsansatz um Ideen zu finden und das Know How für eine exzellente Umsetzung.

WORAN KANN EIN POTENZIELLER KUNDE ERKENNEN, DASS SIE PROFESSIONELLES DESIGN ANBIETEN? WIE LERNT DER KUNDE SIE KENNEN?

Hier sieht Herr Schlag den persönlichen Kontakt als einen sehr zentralen Punkt. Der Auftraggeber erkennt, dass wir professionelles Design anbieten, indem er mit Menschen in Kontakt tritt. In Gesprächen wird sich die Kommunikationsfähigkeit eines professionellen Designers beweisen. Der Auftraggeber wird dann erkennen, ob man ihn versteht und ob man sein Problem erkennen kann. Es ist wichtig, auf den Kunden einzugehen und sein Problem zu erkennen. Zuhören zu können!

Persönliche Besuche der Auftraggeber in der Agentur, sieht Herr Schlag dabei als besonders wichtig an. So bekommt der Auftraggeber die Chance zu sehen, wie in der Agentur gearbeitet wird. Atelier Brückner zeigt dabei bewusst und offen die Arbeitsplätze und Situation und schafft dadurch eine besondere Offenheit und Transparenz.

Als zweiten wichtigen Punkt, um zu erkennen, dass die Arbeit, die angeboten wird, professionell ist, sieht er die Projekte. Sie stehen für die Leistung und Qualität der Arbeit und der Arbeitsweise. An ihnen erkennt der Kunde, ob das, was in den Gesprächen versprochen wird, auch umgesetzt werden kann.

IST ES WICHTIGER DEN KUNDEN ZUFRIEDEN ZU STELLEN ODER EIN GUTES ENDPRODUKT ZU KREIEREN?

Der Kunde muss auf dem Entstehungsweg mitgenommen werden, so Herr Schlag. Jeder Kunde ist unterschiedlich und es kostet zum Teil viel Arbeit, den Kunden von der konzeptionell richtigen Arbeit zu überzeugen und ihn auch manchmal davon zu überzeugen, dass seine Vorstellungen nicht funktionieren können.

Verhängnisvoll ist seiner Meinung nach, nur den Kunden zufrieden zu stellen! Eben weil der Kunde häufig nicht weiß, was er braucht.

WELCHE KOMPETENZEN SOLLTE EIN DESIGNER NOCH HABEN AUSSER DEN GESTALTERISCHEN FÄHIGKEITEN:

Das kann man laut der Aussage von Herrn Schlag nicht verallgemeinern. Es gibt zwar gewisse Kompetenzen, die förderlich sind, beispielsweise kreativ, belastbar, teamfähig oder organisiert zu sein, aber der zentrale Punkt ist, dass die unterschiedlichen Leute nach ihren unterschiedlichen Kompetenzen und Fähigkeiten eingesetzt werden.

Es ist eine Illusion, den idealen Designer zu finden! Er glaubt daran, dass es wichtig ist zu erkennen, welche Kompetenzen man hat. Aber man sollte sie auch immer gezielt weiterentwickeln.

GIBT ES BESTIMMTE THEORIEKENNTNISSE, DIE EIN DESIGNER HABEN SOLLTE.?

Herr Schlag würde sich wünschen, dass ein Designer sich grundlegend für theoretische Auseinandersetzungen interessiert - dran zu bleiben und nicht nach dem Studium aufzuhören, sich bewusst selber weiterzuentwickeln. Der Designer muss offen bleiben für das, was um ihn herum passiert. Mit offenen Augen und Ohren durch die Welt zu gehen ist das Elementarste.

KOMPETENZEN, DIE HÄUFIG UNTERSCHÄTZT WERDEN:

Was eigentlich immer unterschätzt wird, so Herr Schlag, sind kulturelle Unterschiede - nicht nur länderübergreifend gemeint, sondern auch disziplinübergreifend. Damit sind Unternehmenskulturen und die eigenen Sprachen in Unternehmen gemeint. Es wird häufig unterschätzt, dass man mit diesen Leuten kommunizieren können muss. Es geht darum, eine gemeinsame Sprache zu finden, um miteinander kommunizieren zu können.

Designer müssen darüber hinaus gute Moderatoren sein. In Projekten, in Teams. Denn es ist häufig sehr viel moderatorische Vorarbeit nötig, bevor es eigentlich mit dem kreativen Umsetzen losgeht.

KOMPETENZEN, DIE HÄUFIG BEI DESIGNERN VERMISST WERDEN:

Eine Kompetenz, die Herr Schlag aus seiner persönlichen Erfahrung heraus immer wieder vermisst, ist räumliches Vorstellungsvermögen. Darüber hinaus die Fähigkeit zur Selbstorganisation und zum Zeitmanagement. Die Fähigkeit zum Zuhören und die Kompetenz Vereinbarungen einzuhalten. Er glaubt, das Gestalter dazu neigen, sich in ihren Ideen zu verlieren - sie tauchen in ihre Welt ein und vergessen das Außen, was um sie herum ist. Abstraktionsvermögen seiner eigenen Arbeit gegenüber sieht Herr Schlag als sehr wichtige Kompetenz an.

WANN WAR FÜR SIE DER SCHRITT VON EINEM BERUFSEINSTEIGER ZU EINEM PROFI ERREICHT?

Als er sein erstes Projekt abgeschlossen hatte. Dabei wurde er ins kalte Wasser geworfen. Er musste von einem Tag auf den anderen professionell sein ohne es aber zu sein. Dabei war er zum Teil durchaus in vielen Bereichen naiv.

Aus Naivität können aber seiner Meinung nach auch sehr gute Dinge entstehen, die er heute leider nicht mehr zulassen würde. So führt Professionalität doch auch dazu, dass viele Dinge nicht mehr zugelassen werden. Eine gewisse Offenheit und Freiheit kann dadurch also verloren gehen. Es ist demnach auch professionell, die Ideen naiver Personen nicht zu schnell zu beschneiden.

SOLLTE EIN DESIGNSTUDIUM IN DER HEUTIGEN ZEIT EHER GENERALISTISCH ODER EHER SPEZIALISIEREND SEIN?

Ein Studium sollte laut Herrn Schlag sowohl generalistisch sein, als auch die Möglichkeit zur Spezialisierung zulassen. Im Beruf braucht es später beides. Den Generalisten und den Spezialisten.

IST ES WICHTIGER PRAXISUNABHÄNGIGE UND EXPERIMENTELLE PROJEKTE ODER MÖGLICHT PRAXISNAHE PROJEKTE IM STUDIUM ZU MACHEN?

Im Studium sind sowohl praxisnahe als auch experimentelle Projekte wichtig. Der Grad zwischen Innovation und Realbezug ist dabei wichtig zu beachten.

WIEVIEL SELBSTVERWIRKLICHUNG IST MÖGLICH?

Wenn man sein Profil findet und dazu Stellung bezieht, eine ganze Menge. Man steht mit seinem Namen dann für etwas und genau dafür wird man dann auch beauftragt. Eben weil man dafür steht. In diesem Sinne kann man sich sehr wohl als Designer selbstverwirklichen. Wenn man immer nur versucht, den Kunden zufrieden zu stellen, wird man irgendwann als Designer selber unzufrieden werden. Aber es gibt natürlich auch Grenzen, denn Designer sind keine Künstler!

IST DER VOLKSSPORT DESIGN EINE CHANCE ODER EINE GEFAHR?

Eine gewisse Demokratisierung des Designs kann gut sein. Herr Schlag nennt hier als Beispiel das Baukastenprinzip in der Architektur. Wenn gute Gestaltung systematisiert werden kann, dann könnte sich dies positiv auf den Umgang mit Design ausüben.

Aber wenn jeder einfach glaubt ein Designer zu sein, ohne dabei auf jegliche Erfahrung und Wissen zurückzugreifen (z. B. Baukastenprinzip) sieht er den Volkssport eher als gefährlich an.

Er sieht dann ganz deutlich Handlungsbedarf. Die Designer sollten sich gemeinsam engagieren um Qualität zu vermitteln und auch zu machen. Sie müssen die Gesellschaft für gute Gestaltung sensibilisieren.



Wie differenzieren Sie professionelles Design von Amateuhaftem?
„Es ist Aufgabengerecht, Markenadäquat und hat eine hohe Gestaltqualität“ (Prof. Eberhard Schlag - Atelier Brückner GmbH)

Zweites Interview

MIT PROF. JO WICKERT - WMD BRANDING

WOFÜR STEHT DIE AGENTUR WMD BRANDING UND WELCHEN WERDEGANG HAT PROF. JO WICKERT DURCHLAUFEN:

Wmd Branding kümmern sich um die Erscheinungsbilder hauptsächlich großer Marken, hauptsächlich im digitalen Bereich. Sie beraten Unternehmen, gehen dabei strategisch vor und generieren aber auch immer einen visuellen Output.

Herr Wickert hat sich schon seit der Schulzeit für Design interessiert, ist dann durch Zufall auf eine Kunsthochschule gekommen, an der er zunächst im Bereich Produktdesign studierte. Er konnte sich aber aufgrund der offenen Strukturen und Möglichkeiten im Studium auch in anderen Bereichen probieren. Dadurch ist er über das Kommunikationsdesign relativ früh in den Bereich der neuen Medien eingetaucht, was letztendlich dazu führte, dass er sich zunehmend in diesem Gebiet vertiefte. Neben seiner Agenturtätigkeit unterrichtet er seit 2002 als Professor für Interface Design an der HTWG-Konstanz im Studiengang Kommunikationsdesign.

WAS IST FÜR HERRN WICKERT PROFESSIONELLES DESIGN:

Professionelles Design orientiert sich immer an einem Setting und einer Aufgabe und es löst diese Aufgabe. Professionelles Design löst ein Problem. Seiner Meinung nach erfüllt professionelles Design zunehmend den Anspruch an Professionalität, je komplexer die Aufgabe wird. Professionelles Design löst demnach also eine komplexe Aufgabe, bleibt nicht an der Oberfläche, sondern behandelt ein Problem, das letztendlich das Problem eines Unternehmens oder einer Organisation ist und löst dieses Problem nachhaltig.

WORAN KANN EIN POTENZIELLER KUNDE ERKENNEN, DASS SIE PROFESSIONELLES DESIGN ANBIETEN? WIE LERNT DER KUNDE SIE KENNEN?

Er glaubt, dass ein Auftraggeber professionelles Design intuitiv im Gespräch oder einer Präsentation erfährt, wenn ein Mensch seine Vorgehensweise, seine Ideale, seine Vorstellungen diesem Auftraggeber präsentiert.

Es ist häufig so, dass dann bestimmte Designprozesse oder Fallbeispiele herangezogen werden, um den Auftraggeber zu überzeugen. Er glaubt aber daran, dass ein Auftraggeber letztendlich intuitiv und aufgrund seiner persönlichen Einschätzung des Menschen, der ihm gegenüber sitzt, zu der Entscheidung kommt: „Das ist ein Profi, der weiß was er tut“.

IST ES WICHTIGER DEN KUNDEN ZUFRIEDEN ZUSTELLEN ODER EIN GUTES ENDPRODUKT ZU KREIEREN?

Wenn man die Arbeit richtig macht, sollte man zunächst gemeinsam mit dem Kunden klären, wann er zufrieden ist. Sprich, wann ist die Aufgabe gut gelöst. Das erste, was geklärt werden muss, ist die Frage: Wann ist die Arbeit, die man abliefert, gut?

Dadurch wird der Kunde auch von der ein oder anderen Vorstellung entledigt, die er möglicherweise hatte und bringt dadurch das Problem sehr häufig auf ein ganz anderes Spielfeld.

Wenn die Aufgabe gut gelöst ist, dem Kunden des Kunden also geholfen ist, dann wird auch der Auftraggeber selber zufrieden sein.

FÄHIGKEITEN, DIE EIN DESIGNER NOCH HABEN SOLLTE AUSSER DEN GESTALTERISCHEN FÄHIGKEITEN:

Ein Designer in der heutigen Zeit muss gesund bleiben, reden können und sich immer wieder aufs neue motivieren können.

In dieser Reihenfolge, so Herr Wickert.

GIBT ES BESTIMMTE THEORIEKENNTNISSE, DIE EIN DESIGNER HABEN SOLLTE.?

Es gibt keine Theoriekenntnisse, die ein Designer unbedingt haben sollte. Seiner Meinung nach ist ein Designer, der keine expliziten Theorien benennen kann, kein professioneller Designer.

Er glaubt, dass ein Designer zwangsläufig immer wieder in seiner Arbeit mit Theorien in Kontakt kommt. Ob er diese als solche erkennt oder nicht, ist eine andere Frage. Theorien können aber auch sehr hilfreich sein in der täglichen Arbeit eines Designers. Sie gehören zum Beruf des Designers dazu und auf lange Sicht gesehen, wird man ganz ohne eine Auseinandersetzung mit Theorien nicht auskommen.

KOMPETENZEN, DIE HÄUFIG UNTERSCHÄTZT WERDEN:

Empathie! Empathie mit dem Produkt des Kunden!

KOMPETENZEN, DIE HÄUFIG BEI DESIGNERN VERMISST WERDEN:

Empathie! Empathie mit dem Produkt des Kunden.

Ein Designer hat seiner Meinung nach schon verloren, wenn er nicht zu 100% bereit ist zu verstehen, was er eigentlich bearbeiten soll. Wenn er meint, er müsse eine Aufgabe visuell schick lösen und versteht nicht, dass ein Produkt, das in einem Wettbewerb steht, sich durchsetzen muss etc.; wenn er diese Denkweise nicht verstanden hat, dann wird es ganz schwierig. Dann ist das visuelle Produkt bestenfalls ein Zufallstreffer.

Intuitive Fähigkeiten sind gut, aber seiner Meinung nach kann ein Designer dies nicht über mehrere Jahre hinweg. Irgendwann benötigt jeder Designer gewisse Instrumente und auch Theorien, um seine Arbeit professionell anzugehen.

WANN WAR FÜR SIE DER SCHRITT VON EINEM BERUFSEINSTEIGER ZU EINEM PROFI ERREICHT?

Es gibt seiner Meinung nach mehrere ganz klar messbare Schritte: Der erste Schritt ist, nicht nur ein Design zu machen, sondern seinem Kunden erklären zu können, warum es so aussieht, wie es aussieht. Darüber reden zu können, ist ein ganz wichtiger erster Schritt.

Der zweite Schritt ist, soviel darüber reden zu können und zwar so gut und so genau, dass man auch jemanden anderen das Design machen lassen kann. Und zwar so, dass der andere, der vielleicht sogar besser im Design ist als man selbst, das Design dann genau nach meinen Beschreibungen umsetzt.

Der dritte Schritt ist, wenn man Umgebungen schafft, also nicht mehr nur mit Worten gestaltet und den Gestaltungsprozess vorantreibt, sondern wenn man in der Lage ist, Umgebungen zu schaffen, die automatisch so sind, dass sie ein Problem lösen. Umgebung schaffen könnte in diesem Zuge heißen, die richtigen Leute einstellen, die richtigen Strategien benutzen etc.

SOLLTE EIN DESIGNSTUDIUM IN DER HEUTIGEN ZEIT EHER GENERALISTISCH ODER EHER SPEZIALISIEREND SEIN?

Wir leben in einer zunehmend komplexer werdenden Welt und die Anforderung an einen Designer in dieser Welt ist, Antworten auf diese komplexen Probleme geben zu können.

Diese komplexe Welt ist aber technisch und inhaltlich wahnsinnig komplex, deshalb ist es seiner Meinung nach nicht möglich, sich zu spezialisieren. Aber es wird ironischerweise trotzdem erwartet. In jedem Bereich soll der Designer sozusagen so gut sein wie ein Spezialist. Die Tatsache, dass es theoretisch möglich wäre, so gut zu sein, bringt einen Designer in die Verlegenheit, das es im Endeffekt auch von ihm erwartet wird.

Dennoch hat der Designer ebenso verloren, wenn er nicht in der Lage ist zu erkennen, was gute Gestaltung ist.

Herr Wickert glaubt, dass man beides braucht. Es ist notwendig, dass der Designer gestalten und abstrahieren kann. Das Gestaltete muss aber auch funktionieren, nicht nur inhaltlich, sondern auch visuell.

IST ES WICHTIGER PRAXISUNABHÄNGIGE UND EXPERIMENTELLE PROJEKTE ODER MÖGLICHT PRAXISNAHE PROJEKTE IM STUDIUM ZU MACHEN?

Tendenz praxisunabhängig. Seiner Meinung nach wäre eine ideale Aufteilung etwa 1/4 praxisnahe Erfahrung und 3/4 praxisunabhängige Erfahrung.

WIEVIEL SELBSTVERWIRKLICHUNG IST MÖGLICH?

Er glaubt, dass man sich im Beruf des Designers nicht mehr oder weniger selbstverwirklichen kann, als im Beruf eines Bademeisters. Die Frage der Selbstverwirklichung liegt nicht im Tun des Designers.

In der Persönlichkeit, in der Einstellung und in dem, was einen bewegt, ja. Der Beruf an sich, hat nichts mit Selbstverwirklichung zu tun.

Er sieht eher eine Gefahr darin, sich selbst verwirklichen zu wollen und sich dann beispielsweise in einer Agentur damit konfrontiert zu sehen, für Regalschrauben Werbung machen zu müssen. Sich über Regalschrauben selbst zu verwirklichen sei eher schwierig.

IST DER VOLKSSPORT DESIGN EINE CHANCE ODER EINE GEFAHR?

Natürlich als Chance.

Nur weil es durch die technische Entwicklung dem Normalverbraucher ermöglicht wurde, selber Design zu machen, bedeutet das nicht für den Designer, dass er verdrängt wurde, sondern das er sozusagen in der gleichen Weise mit nach vorne geschoben wurde.

Entscheidend ist aber für einen professionellen Designer, dass er sich nicht auf das Level des Amateurs begeben darf.

Er muss sich auf der nächsten Plattformstufe bewegen und arbeiten.

Die Anforderung und damit das Bewusstsein für gutes Design werden insgesamt steigen und er sieht auch eine Chance darin, dass wenn ein Amateur beim Selbstversuch im Umgang mit einer Logoentwicklung scheitert, er vielleicht auch verstehen lernt, dass es nicht nur der Job des professionellen Designers ist, Indesign oder Illustrator zu beherrschen.



Wie differenzieren Sie professionelles Design von Amateuhaftem?
„Es wird von ausgebildeten menschen ausgeführt und man muss dafür bezahlen“ (Thomas Hundt - jangled nerves GmbH)

Drittes Interview

MIT PROF. THOMAS HUNDT - JANGLED NERVES GMBH

WOFÜR STEHT DIE AGENTUR JANGLED NERVES UND WELCHEN WERDEGANG HAT PROF. THOMAS HUNDT DURCHLAUFEN:

Zusammenfassend betrachtet arbeitet die Agentur im Bereich der Kommunikation im Raum. Sie arbeiten an der Schnittstelle zwischen räumlicher Inszenierung und medialer Inszenierung. Sie versuchen dabei das Arbeiten im realen Raum und das Arbeiten im virtuellen Raum gleichzeitig und ganzheitlich zu denken.

Auch Herr Hundt ist nicht den klassischen Weg gegangen. Er sollte zunächst Maschinenbau studieren, hat auch in diesem Bereich angefangen, im Laufe des Studiums aber dann entdeckt, was er wirklich studieren wollte. Das technische im Maschinenbau hat ihn schon in seinen Bann gezogen, jedoch fehlte ihm die kreative Seite, sodass er schließlich zur Architektur gekommen ist. Im Rahmen seiner Diplomarbeit hat er sich dann noch einmal über die Grenzen der klassischen Architektur hinaus bewegt und hat sich mit dem Thema der Architektur in der virtuellen Realität beschäftigt.

Hierdurch ist er auch mit seinem jetzigen Agenturpartner zusammengetroffen und hat gemeinsam mit ihm die Agentur Jangled Nerves gegründet. Heute ist Herr Hundt neben der Tätigkeit in der Agentur Professor für mediale Raumgestaltung an der HfT Stuttgart.

WAS IST FÜR HERRN HUNDT PROFESSIONELLES DESIGN:

Für ihn ist professionelles Design, wenn es von jemandem ausgeführt wird, der es gelernt hat, der einen Studienabschluss vorweisen kann.

Der zweite entscheidende Punkt ist dann für ihn, dass professionelles Design Geld kostet und der Designer damit seinen Lebensunterhalt verdient.

WORAN KANN EIN POTENZIELLER KUNDE ERKENNEN, DASS SIE PROFESSIONELLES DESIGN ANBIETEN? WIE LERNT DER KUNDE SIE KENNEN?

Am Titel und daran, dass es Geld kostet.

Ein professioneller Kunde würde keine Arbeit annehmen, die kein Geld kostet oder nicht von einem ausgebildeten Designer gemacht wird, so Herr Hundt.

Darüber hinaus sind seiner Meinung nach auch gute Referenzen nötig, um dem Kunden zu zeigen, dass man professionell arbeitet. Man muss sich aber auch auf die Prozesse des jeweiligen Kunden einstellen können, um mit ihm zusammenarbeiten zu können.

IST ES WICHTIGER, DEN KUNDEN ZUFRIEDENZUSTELLEN ODER EIN GUTES ENDPRODUKT ZU KREIEREN?

Herr Hundt ist der Meinung, dass beides wichtig ist. Denn, es gehört durchaus auch dazu, das was der Kunde von einem fordert in Frage zu stellen, um am Ende das beste Ergebnis zu erzielen. Ein Ergebnis, das aber nur den Designer zufrieden stellt, ist ebenso falsch.

FÄHIGKEITEN DIE EIN DESIGNER NOCH HABEN SOLLTE AUSSER DEN GESTALTERISCH FÄHIGKEITEN:

Herr Hundts Meinung nach kann man auf diese Frage keine generelle Antwort geben. Den Überflieger als Designer, der alles kann, gibt es nicht, so Herr Hundt. Man muss die nötigen sozialen und professionellen Skills erfüllen, um im Team zusammen mit Anderen arbeiten zu können.

Jeder sollte dabei seine Skills so für sich weiterentwickeln, dass sie zu einer bestimmten Aufgabe passen.

Der Berufseinsteiger wird nicht gleich mit großen Aufgaben einsteigen. Aus diesem Grund sind vor allem handwerkliche Grundlagen zu Beginn notwendig. Darüber hinaus sieht Herr Hundt es als wichtig an, sich artikulieren zu können und handwerklich gut sowie strukturiert zu arbeiten.

WANN WAR FÜR SIE DER SCHRITT VON EINEM BERUFSEINSTEIGER ZU EINEM PROFI ERREICHT?

Ein Stück weit ab dem Moment, wo man Geld für seine Leistungen nimmt, so Herr Hundt. Ab da ist man ein Stück weit professioneller.

Aus seiner Erfahrung heraus war ein nächster zentraler Schritt dann sicherlich der Moment, wo er eine Firma gegründet hat.

IST ES WICHTIGER PRAXISUNABHÄNGIGE UND EXPERIMENTELLE PROJEKTE ODER MÖGLICHT PRAXISNAHE PROJEKTE IM STUDIUM ZU MACHEN?

Laut Herrn Hundts Aussage ist ein ausgewogenes Studium sehr wichtig. Es sollte nicht zu sehr an der Praxis aber auch nicht zu sehr experimentell orientiert sein.

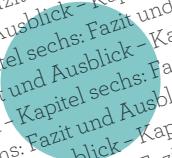
WIEVIEL SELBSTVERWIRKLICHUNG IST MÖGLICH?

Grundlegend hat jeder, schon mit der Wahl des Studiums die Möglichkeit sich selbst zu verwirklichen.

Und auch als professioneller Designer ist dies möglich. Herr Hundt sieht beispielsweise Rahmenbedingungen eher als Chance und weniger als eine Hindernis an. Rahmenbedingungen können sogar positiv dazu beitragen sich zu verwirklichen.

IST DER VOLKSSPORT DESIGN EINE CHANCE ODER EINE GEFAHR?

Herr Hundt sieht in der steigenden Bewusstheit von Design eher eine Chance. Wenn Design generell ein wichtiger Bestandteil wird, ist das auch die Chance für den professionellen Designer, eine Marktlücke zu finden. Seiner Meinung nach ist eine Gesellschaft in der Design keinen Stellenwert hat, eine viel größere Gefahr.



KAPITEL SECHS

FAZIT UND AUSBLICK

Fazit und Ausblick

Versucht man nun die wichtigsten Erkenntnisse dieser Arbeit zusammenzufassen, wird eines sehr schnell deutlich:

Der Designer von morgen braucht immer umfassendere Kompetenzen, die vielfältig miteinander vernetzt sind.

Mit Hilfe dieser Kompetenzen muss der professionelle Designer in der Lage sein, unter sehr großem Druck die unterschiedlichsten Aufgaben zu bewältigen. Um sich klar vom Amateur differenzieren zu können und um der Professionalität in seinem Beruf gerecht zu werden, muss der Designer die Designprofession auf eine neue Ebene heben. Dabei kann er sich die Naivität, die Flexibilität und die Freiheiten eines Amateurs nicht erlauben. Doch was genau bedeutet nun Professionalität im Design?

Professionalität im Design bedeutet, die Verbindung vielfältiger Kompetenzen erkennen und nutzen zu können. Es bedeutet, fachübergreifend aus unterschiedlichen Disziplinen, inhaltliche, methodische und technische Fähigkeiten zu erfassen, zu verbinden und sie unter Einbeziehung aller Beteiligten zur Lösung einer Problemstellung weiterentwickeln zu können. Es bedeutet, komplexe Aufgaben und Prozesse transparent und konzeptionell klar analysieren, abstrahieren, strukturieren und bewältigen zu können. Professionalität bedeutet, sich in ein Team zu integrieren und dieses ziel führend zu unterstützen. Es bedeutet, über die Grenzen des Designs hinaus zu kommunizieren und sich in andere Menschen hineinzudenken, um ihre Bedürfnisse und Wünsche zu erkennen.

Ein professioneller Designer zu sein bedeutet, ein sehr gutes Gespür für gutes Design zu haben und seine gestalterischen und konzeptionellen Ideen dabei so gut kommunizieren zu können, dass sie nicht nur der Auftraggeber versteht, sondern auch alle anderen Personen, die an dem Prozess beteiligt sind.

Professionalität bedeutet, durch die Qualität und Leistung seiner Arbeit zu überzeugen und mit seinen Ideen zu begeistern. Es bedeutet, Konflikte zu erkennen, einzuschätzen und anzugehen. Es bedeutet kritikfähig und kooperativ zu sein. Es bedeutet überzeugend zu sein, gleichzeitig aber auch immer offen und flexibel zu bleiben, um Neues und Anderes als Chance wahrnehmen zu können. Es bedeutet, aus eigenem Antrieb in unterschiedlichsten Situationen die Initiative zu ergreifen, um bestimmte Aufgaben oder Prozesse vorausschauend und zielführend voranzutreiben.

Professionalität im Design ist der verantwortungsvolle Umgang in Bezug zur Qualität der Arbeit, in Bezug zu den Zielen und Wünschen des Kunden und in Bezug zur Gesellschaft. Es ist die Herausforderung, sich im sozialen Kontext als Designer zu beweisen. Es ist die bewusste Auseinandersetzung mit politischen, sozialen und ethischen Grundlagen.

Professionalität ist die bewusste und klare Positionierung des Designers und eine aktive Kommunikation dieser Positionierung. So wird ein klares Profil erkennbar, für das der einzelne Designer überzeugend Stellung bezieht.

Und damit sind nur die wichtigsten Kompetenzen genannt! Nur sehr wenige der untersuchten Kompetenzen wurde als unwichtig oder weniger wichtig bewertet. Und wie die Untersuchung gezeigt hat, sind viele der Kompetenzen eng miteinander verbunden oder sogar direkt voneinander abhängig.

Es wäre nun völlig utopisch von einem Berufseinsteiger zu erwarten all diese wichtigen Kompetenzen perfekt zu beherrschen. Das dies auch nicht erwartet wird, wurde bereits in der Umfrage bestätigt. Die Erkenntnisse, die aus den beiden Studien gewonnen wurden, stellen eine Art Idealbild dar. Sie sollen als Orientierung und Impuls dienen, um zu verdeutlichen welche Kompetenzen aus der Erfahrung heraus immer wieder besonders wichtig sind, um der Professionalität im Design gerecht zu werden.

Damit der Einzelne seine Professionalität bestmöglich weiterentwickeln kann, scheint mir der erste entscheidende Schritt zu sein, bewusst zu erkennen und zu reflektieren, wer man selber ist, wo man sein möchte und was man bisher dafür getan hat. Dabei ist es auch wichtig zu schauen, wie die anderen einen wahrnehmen und bewerten. Es geht darum, sich seiner Identität bewusst zu sein und zu erkennen, welche Stärken und Schwächen damit einhergehen und diese Erkenntnisse bewusst mit seinen Vorstellungen und Zielen abzugleichen. Es geht darum, ein Profil zu entwickeln und sich als Gestalterpersönlichkeit in der Gesellschaft zu positionieren.

Um dies erreichen zu können, muss sich der Einzelne immer wieder selbst kontrollieren. Kontrollieren meint an dieser Stelle nicht nur das Erkennen der eigenen Stärken und Schwächen, sondern auch das bewusste Auseinandersetzen mit den Mitteln und Möglichkeiten, die zur Verbesserung einzelner Kompetenzen beitragen könnten.

Aus diesem Grund sollte es zentrale Aufgabe jedes Studiums sein, diese aktive Auseinandersetzung, Reflektion und Kontrolle noch stärker in das Studium zu integrieren. Wichtig ist an dieser Stelle vor allem, dass dies kein einmaliger Handlungsschritt sein darf, sondern das es vielmehr als ein Prozess wargenommen werden muss, der sich in regelmäßigen Abständen wiederholt und erweitert.

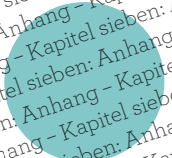
Es sollte zum einen ein Prozess sein, bei dem der Einzelne für sich selbst Mechanismen zur Kontrolle und Verbesserung einzelner Kompetenzen entwickelt, beispielsweise eine bewusste Dokumentation der Arbeitsweisen, eine Art Checkliste mit klaren Zielen und Lösungsvorschlägen etc. Zum anderen sollte es ein Prozess sein, bei dem auch die anderen Studenten und Professoren mit einbezogen werden. Denn der Mensch neigt dazu den bequemen Weg zu gehen und sich unter Umständen auch selber zu manipulieren und zu belügen. Ein regelmäßiger Austausch könnte hier hilfreich sein. So muss der Einzelne den Mut aufbringen seine Stärken und Schwächen offen zu kommunizieren, er bekommt dadurch aber auch die Möglichkeit zu erfahren ob seine Selbstwahrnehmung mit der Fremdwahrnehmung übereinstimmt. Die Professoren und Kommilitonen mit denen man in Projekten und Seminaren zusammenarbeitet, können einem dabei helfen, seine Wahrnehmung zu erweitern, sich selbst die richtigen Fragen zu stellen und dadurch seine Kompetenzen weiterentwickeln zu können.

Wie genau eine solche Einbindung in das Studium aussehen sollte, kann im Rahmen dieser Arbeit leider nicht aufgezeigt werden. Sie soll aber als Basis dienen und dazu anregen, dass sich zukünftige Arbeiten mit genau dieser Fragestellung beschäftigen können.

Abschließend ist noch anzumerken, auch wenn die Studienzeit im Rahmen der neuen Bachelor- und Mastersysteme sehr verkürzt wurden und nicht zuletzt auch hierdurch ein zunehmendes Gefühl dafür entsteht, sich im Eiltempo in einer sich immer schneller werdenden Welt entwickeln zu müssen, sollte der Einzelne die Studienzeit nutzen, sich bewusst zu reflektieren und der Beschleunigung entgegenzuwirken.

Odo Marquards hat die Diskrepanz dieser Thematik sehr schön beschrieben und auf den Punkt gebracht.

„Nur wenn das Individuum seine eigene Langsamkeit anerkennt und der Beschleunigung entgegenstellt, hat es eine Chance auf Autarkie. Erst die individuelle Entschleunigung kann genügend realen, also Jetzt-Raum erzeugen, um aktiv an der Welt und damit an sich selbst teilzuhaben – zu partizipieren.“ (Odo Marquard)



KAPITEL SIEBEN

ANHANG

Quellenverzeichnis

BÜCHER:

Brockman, John (Hrsg.): Wie hat das Internet Ihr Denken verändert? Die führenden Köpfe unsere Zeit über das digitale Dasein. 1. Auflage. Frankfurt am Main. Fischer Taschenbuch Verlag. 2011. ISBN: 978-3-596-19058-4

Buchholz, Kai / Theinert, Justus (Hrsg.): Designlehren, Wege deutscher Gestaltungsausbildung. 1. Aufl. Stuttgart: Arnoldsche Verlagsanstalt, 2007. ISBN 978-3-89790-272-5

Grüner, Herbert / Schmidt, Florian A. (Hrsg.): Volkssport Design - Symposium zur Lage der Designprofession - Nachspiel. 1. Auflage, Berlin, Hrg.: Kunsthochschule Berlin Weißensee, 2010, ISBN: 978-3-9805489-9-1

Kern, Ulrich / Kern, Petra (Hrsg.): Designmanagement - Die Kompetenzen der Kreativen. 1. Auflage. Hildesheim, Zürich, New York. Georg Olms Verlag, 2005. ISBN: 3-487-13019-x

Küenzlen, Bjorn (Hrsg.): Designhelps - Design und Verantwortung. 1. Auflage, Stuttgart, Hrg., Merz Akademie, Hochschule für Gestaltung Stuttgart, 2007. ISBN: 978-3-937982-14-4

Nünning, Vera (Hrsg.): Schlüsselkompetenzen - Qualifikation für Studium und Beruf. 1. Auflage, Stuttgart - Weimar. Verlag J.B. Metzler. 2008. ISBN: 978-3-476-02242-4

Rutledge, Andy (Hrsg.): Design Professionalism. 1. Auflage, Online Edition, 2007. ISBN 978-0-9836578-2-8

Schmidt, Florian A. (Hrsg.): Kritische Masse - von Profis und Amateuren im Design.. 1. Auflage, Berlin, Kunsthochschule Berlin Weißensee, 2010, ISBN: 978-3-935053-32-7

VORTRÄGE:

Schlotter, Herbert : Soziale Kompetenz - Erfolgsfaktor oder Worthülse?. 13. Vortragsreihe an der HTWG Konstanz im Studium Generale des Studiengang Kommunikationsdesign.

DIGITALE QUELLEN:

Fachhochschule Aachen:
URL: <http://www2.design.fh-aachen.de>

Fachhochschule Augsburg:
URL: <http://www2.hs-augsburg.de/gestaltung/studiengang/kd/>

Hochschule Berlin Weißensee:
URL: <http://www.kh-berlin.de>

HTW Berlin:
URL: <http://kd.htw-berlin.de/studieren/>

HBK Braunschweig:
URL: <http://www.hbk-bs.de/studiengaenge/kommunikationsdesign/>

HfK Bremen:
URL: <https://artist.hfk-bremen.de>

Brockhaus digitale Enzyklopädie
URL: <http://www.brockhaus-enzyklopaedie.de>

Bundesministerium für Bildung und Forschung
URL: <http://www.bmbf.de>

Designlinks, Interessante Links zum Thema Design
URL: <http://www.designlinks.de>

Hochschule Dessau:
URL: <http://design.hs-anhalt.de>

Fachhochschule Düsseldorf:
URL: <http://www.fh-dus.de/vvz/>

Fachhochschule Dortmund:
URL: <http://www.fh-dortmund.de>

Gabler Verlag (Herausgeber), Gabler Wirtschaftslexikon
URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de>

Gehirn&Geist
Url: <http://www.gehirn-und-geist.de>

Burg Giebichenstein Halle:
URL: <http://www.burg-halle.de/hochschule/studium/>

HAW Hamburg:
URL: <http://www.design.haw-hamburg.de/studium>

HAWK Hildesheim:
URL: <http://www.hawk-hhg.de/gestaltung>

Kreatives Denken.com
URL: <http://www.kreativesdenken.com/artikel/tipps-fuer-durchsetzungsvermoegen.html>

Kunsthochschule Muthesius Kiel:
URL: <http://www.muthesius-kunsthochschule.de/de/design/kommunikationsdesign/index.php>

HTWG Konstanz:
URL: <http://www.htwg-konstanz.de>

Fachhochschule Niederrhein Krefeld:
URL: http://195.138.54.186/popup/2011.2012/site/stundenplan/stundenplan_ba_block.php

Fachhochschule Mainz:
URL: <http://www.fh-mainz.de/gestaltung/kommunikationsdesign>

Fachhochschule Mannheim:
URL: <http://www.gestaltung.hs-mannheim.de>

Fachhochschule München:
URL: <http://www.design.hm.edu>

Fachhochschule Münster:
URL: <https://www.fh-muenster.de>

Hochschule Nürnberg:
URL: <http://www.ohm-hochschule.de>

Paulman, Robert: Corporate Identity Portal
URL: <http://www.ci-portal.de>

Hochschule Pforzheim:
URL: <http://www.hs-pforzheim.de/De-de/Gestaltung/Bachelor/Visuelle-Kommunikation>

Fachhochschule Potsdam:
URL: <http://design.fh-potsdam.de>

HBK Saar:
URL: <http://www.hbksaar.de>

Socialnetworkstrategien.de
URL: <http://www.socialnetworkstrategien.de>

Spiegel-Online
URL: <http://www.spiegel.de>

Stangl, Werner (2001)
URL: [www.: http://paedpsych.jk.uni-linz.ac.at/PAEDPSYCH/SOZIALEKOM-PETENZ/](http://www.paedpsych.jk.uni-linz.ac.at/PAEDPSYCH/SOZIALEKOM-PETENZ/) Zugriffsdatum: 25.01.2012)

Statistisches Bundesamt Deutschland
URL: <http://www.destatis.de>

HFG Gmünd:
URL: <http://www.hfg-gmuend.de>

FH Trier:
URL: <http://www.fh-trier.de>

FH Wiesbaden:
URL: <http://www.hs-rm.de/dcsn/studiengaenge/kommunikationsdesign-ba>

Erklärung zur Masterthesis

**MASTERTHESIS
ALEXANDER SELBACH
MATRIKEL-NR.: 285775
HTWG KONSTANZ
STUDIENGANG KOMMUNIKATIONSDESIGN**

Ich erkläre hiermit, dass ich meinen Beitrag zur Arbeit selbstständig und ohne Verwendung anderer als die angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind kenntlich gemacht.

Unterschrift Alexander Selbach



MASTERTHESIS

ALEXANDER SELBACH
MAINAUSTRASSE 6, 78464 KONSTANZ
MATRIKEL-NR.: 285775

BETREUT VON: PROF. DR. VOLKER FRIEDRICH
UND PROF. BRIAN SWITZER
IM WINTERSEMESTER 2011/12

HTWG KONSTANZ
HOCHSCHULE KONSTANZ
TECHNIK, WIRTSCHAFT UND GESTALTUNG

STUDIENGANG KOMMUNIKATIONSDESIGN