



## **Einzug des Digital Designers in die Studienlandschaft**

Dr. Carolin Ebermann

Auszug aus dem »Jahrbuch Digital Design 2021«

[www.bitkom.org](http://www.bitkom.org)

**bitkom**

### Herausgeber

Bitkom  
Bundesverband Informationswirtschaft,  
Telekommunikation und neue Medien e. V.  
Albrechtstraße 10 | 10117 Berlin  
T 030 27576-0  
bitkom@bitkom.org  
www.bitkom.org

### Ansprechpartner

Dr. Frank Termer | Bitkom e.V.  
T 030 27576-232 | f.termer@bitkom.org

### Verantwortliches Bitkom-Gremium

AK Digital Design

### Projektleitung

Dr. Kim Lauenroth | adesso SE / IREB e.V.

### Titelbild

Ferdinand de Canne | unsplash.com

### Copyright

Bitkom 2021

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte spiegeln die Auffassung im Bitkom zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wider. Obwohl die Informationen mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität, insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalles Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom.

# Einzug des Digital Designers in die Studienlandschaft

Dr. Carolin Ebermann | PFH Private Hochschule Göttingen

Auszug aus dem »Jahrbuch Digital Design 2021«

Das vollständige Jahrbuch finden Sie unter:

[↗www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Digital-Design-Jahrbuch-2021](http://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Digital-Design-Jahrbuch-2021)

# 6 Einzug des Digital Designers in die Studienlandschaft

Dr. Carolin Ebermann | PFH Private Hochschule Göttingen

In diesem Beitrag wird zunächst die Notwendigkeit des Studiengangs in Verbindung zum **Rollenideal des Digital Designers** dargestellt. Zum anderen werden Einblicke in die Konzeption des Studiengangs gegeben sowie auf die Bewältigung einiger Herausforderungen eingegangen, die das Rollenideal des Digital Designers für den Studiengang mit sich bringt.

## Notwendigkeit des Studiengangs

Die Gestaltung nutzerorientierter digitaler Services wird zunehmend zu einer immer komplexeren Aufgabe, die Kompetenzen aus unterschiedlichen Disziplinen erfordert. Informationstechnische Kenntnisse zu Hardware und Softwareentwicklung für Speicherung, Übertragung und Verarbeitung von Daten sind dabei wichtig. Ebenso psychologisches Wissen, um Nutzer in deren individuellen Erlebnisumgebungen abzuholen, für den spezifischen Anwendungskontext möglichst passgenaue Services mit hoher Handhabbarkeit anzubieten und die Nutzer in der digitalen Transformation zu begleiten. Des Weiteren bedarf es betriebswirtschaftlicher Fähigkeiten, um substantielle digital gestützte Geschäftsmodelle und Wertschöpfungsprozesse zu etablieren sowie Ressourcen effizient und rationell einzuplanen und zu steuern. Somit kann festgehalten werden, dass interdisziplinäre Kenntnisse in den Disziplinen Informatik, Management und Psychologie heute und noch mehr zukünftig entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Organisationen sind.

Es ist zu erwarten, dass die Nachfrage nach entsprechend qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zukünftig zunimmt. In der Praxis werden die Engpässe an solchen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bereits heute deutlich, indem innerhalb von Digitalisierungsprojekten immer wieder Anforderungen entstehen, die keiner der Beteiligten trotz langjähriger Ausbildung und Berufserfahrung individuell bedienen kann und mehrere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus unterschiedlichen Disziplinen (z.B. Psychologie, BWL, Informatik) erforderlich sind. Beispielsweise werden Entwickler häufig aufgefordert, neben den technischen Anforderungen auch die Bedürfnisse der unterschiedlichen Nutzer bei der Programmierung des neuen Produkts mit einfließen zu lassen.

Das Kompetenzprofil des Digital Designers setzt an der Interdisziplinarität an und versucht auf die vielfältigen Kompetenzen – insbesondere in Bereichen der Materialkunde sowie der Gestaltung – hinzuweisen. Während viele Kompetenzen des Digital Designers den »traditionellen« Fachrichtungen zugeordnet werden können, wie beispielsweise der Betriebswirtschaftslehre, Psychologie und (Wirtschafts-)Informatik, existieren allerdings Kompetenzen, die bisher in keinem »traditionellen« Studiengang gelehrt werden. Diese Einschätzung bzw. Engpässe in der Studienlandschaft werden zum einen durch die Erkenntnisse des Bitkom von 2017 sowie 2018 untermauert. Diese zeigen, dass kein bestehender Studiengang alle notwendigen Kompetenzen für den Digital Designer vermittelt. Zum anderen spiegelt das ebenfalls die Einschätzung von

Hochschulen wieder. Der Hochschulpräsidenten der PFH Private Hochschule Göttingen Prof. Dr. Frank Albe bringt es gut auf den Punkt:

*»Der geplante Studiengang ist eine echte Bereicherung in der Hochschullandschaft. Seit Langem arbeiten wir daran, die ständig steigenden Anforderungen im Bereich ›Digitalisierung‹ von Seiten der Wirtschaft sowie von unseren Praxispartnern abzudecken und den Studierenden die notwendigen Kompetenzen zu vermitteln. Durch die Etablierung des dualen Bachelorstudiengangs ›Wirtschaftsinformatik‹ sowie neuer Schwerpunkte in den Studiengängen ›General Management‹ sowie ›Psychologie‹ konnten wir bereits viele dieser Anforderungen abdecken. Allerdings wird der neue Studiengang die verbliebene Lücke schließen und eine moderne, interdisziplinäre Ausbildung ermöglichen.«*

## Konzeption und Herausforderung des Studiengangs

Naturgemäß können in einem Masterstudiengang nicht alle erforderlichen Kompetenzen in dem Maße vermittelt werden, wie dies in einem Spezialstudium möglich ist. Um die Kompetenzen des Digital Designers in wenigen Semestern zu lehren, bietet es sich an, einen Masterstudiengang mit interdisziplinären Zugang zu konzipieren. Konkret soll der Studiengang drei Zielgruppen zusammenführen: Bachelorstudierenden aus der Betriebswirtschaftslehre, Psychologie und Wirtschaftsinformatik/Informatik. Sowohl Vollzeitstudierende wie auch Berufstätige sollen den Studiengang besuchen können. Jede der Zielgruppen bringt ein anderes Kompetenzprofil mit. Durch ihre vorhandenen Vorqualifikationen müssen nicht alle notwendigen Kompetenzen des Digital Designers vermittelt werden, sondern es kann individuell auf die bestehenden Qualifikationen aufgebaut werden. Ergänzend dazu können Kompetenzen, die bisher in keinem der vorhergehenden Studiengänge vermittelt wurden, gemeinsam gelehrt werden.

Die PFH Private Hochschule Göttingen hat für eine solch interdisziplinär ausgerichtete Vorgehensweise sehr gute Voraussetzungen. Mit etablierten Studiengängen in Management, Wirtschaftsinformatik, Psychologie und Wirtschaftspsychologie stehen die notwendigen Kompetenzen zur Gestaltung benutzerzentrierter digitaler Services bereits heute in den Curricula der Hochschule. Die notwendigen Akteure arbeiten eng zusammen, verfügen über langjährige Expertise und sind so in der Lage, ein auf die spezifischen interdisziplinären Anforderungen abgestimmtes innovatives Lehrkonzept zu schaffen.

Um dem Anspruch an eine moderne Hochschule gerecht zu werden, soll zum einen auf die hybride Form des Lehrens mit digitalen Technologien zurückgegriffen werden. Einige Inhalte werden folglich vor Ort gelehrt und andere Kompetenzen werden sich die Studierenden im Selbststudium aneignen. Zum anderen wird der Studiengang für Studierende in Vollzeit am Campus sowie für Berufstätige in Teilzeit im Fernstudium konzipiert. So werden Vollzeitstudierende bei Veranstaltungen vor Ort sein und Berufstätige können sich nach Feierabend oder am Wochenende digital Wissen aneignen.

Der Studiengang zeichnet sich durch maximale Nähe zur Praxis sowie die direkte Anwendung des Gelehrten aus. Dies wird durch eine Vielzahl von Projektarbeiten in interdisziplinären Teams in Zusammenarbeit mit Unternehmen gewährleistet werden. Hier zeigt sich der besondere Vorteil des fächerübergreifenden Zugangs: Die Interdisziplinarität der Teams wird durch die Studierenden mit unterschiedlichen Vorqualifikationen sichergestellt und Studierende können ihre Rolle im Team unmittelbar ausprobieren. Hierbei soll den Studierenden u. a. die gegenseitige Abhängigkeit sowie Wechselwirkung bei der Gestaltung und dem Einsatz digitaler Produkte und Services aufgezeigt und eine angemessene Kommunikation vermittelt werden.

Der neue Studiengang wird die geforderten Ausbildungsinhalte so verbinden, dass deren Absolventen später in verantwortungsvollen Funktionen in der Produktentwicklung, im Strategischen Management oder in der Vermarktung digitaler Services tätig sein können. Speziell im Bereich der digitalen Services findet man sehr viele StartUps. Auf Unternehmensgründungskompetenzen wird in diesem Studiengang deshalb ebenfalls besonderes Augenmerk gelegt.

Über die Benennung des Studiengangs wurde mit einige Experten kontrovers diskutiert und es kamen immer wieder Zweifel bezüglich der Benennung »Digital Design« auf:

**»Assoziieren die Studierenden nicht mit ›Design‹ eher das ästhetische Ausgestalten anstatt der Konzeption nutzerzentrierter digitaler Artefakte?«**

Eine Befragung von über 100 Studierenden bestätigte diese Vermutung. Letztendlich entschieden wir uns deshalb für die Studiengangsbezeichnung »User Experience Management und Design«.

Zum Schluss möchte sich die PFH Private Hochschule Göttingen bei allen Mitgliedern des Arbeitskreises »Digital Design« sowie bei allen mitwirkenden Akteuren bedanken, die uns durch zahlreiche Meetings, Workshops und Vorträge Input für diesen Studiengang geliefert haben.

## Literaturverzeichnis

Bitkom (2017). Rollenideal »Digital Design«. Verfügbar unter: [↗www.bitkom.org/Bitkom/  
Publikationen/Rollenideal-Digital-Design.html](http://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Rollenideal-Digital-Design.html)

Bitkom (2018). Digital Design @Bauhaus. Verfügbar unter: [↗www.bitkom.org/Bitkom/Publika-  
tionen/Digital-Design-Bauhaus-Sammelband](http://www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Digital-Design-Bauhaus-Sammelband)

Bitkom vertritt mehr als 2.700 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon gut 2.000 Direktmitglieder. Sie erzielen allein mit IT- und Telekommunikationsleistungen jährlich Umsätze von 190 Milliarden Euro, darunter Exporte in Höhe von 50 Milliarden Euro. Die Bitkom-Mitglieder beschäftigen in Deutschland mehr als 2 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 80 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, jeweils 8 Prozent kommen aus Europa und den USA, 4 Prozent aus anderen Regionen. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem weltweit führenden Digitalstandort zu machen.

**Bundesverband Informationswirtschaft,  
Telekommunikation und neue Medien e.V.**

Albrechtstraße 10  
10117 Berlin  
**T** 030 27576-0  
**F** 030 27576-400  
bitkom@bitkom.org  
[www.bitkom.org](http://www.bitkom.org)

**bitkom**