

Kommunikation ist der

Kommunikation ist der

Design ist das

**Kommunikationsdesign
im 21. Jahrhundert:
Design ist das Mittel.
Kommunikation
ist der Zweck.**

ADC Creative Campus
Research

White Paper zur Reform
der Kommunikationsdesign-
(Aus)Bildung

Survey 72 Reform 50 Struktur 36 Dilemma 12

Vorwort

Richard Jung
Juni 2026

Vorstand Forschung & Lehre,
Art Directors Club für Deutschland (ADC)

Professor für Kommunikations-
design, Hochschule Niederrhein (HSNR)

Kommunikationsdesign begleitet mich wie nahezu alle anderen Menschen auf diesem Planeten überall und tagtäglich. Darüber hinaus beschäftige ich mich seit vielen Jahren professionell damit: in meinem Studium, in der Praxis, in der Lehre, in der Forschung bzw. in der Auseinandersetzung mit der Frage, welche Rolle diese Disziplin im 21. Jahrhundert, dem sogenannten Medienzeitalter, das gerade erst angebrochen ist, eigentlich spielt.

Dabei ist mir immer klarer geworden, dass sich die Bedingungen, unter denen Kommunikation heute stattfindet, grundlegend verändert haben. Wir leben in einer Medienwelt, die komplexer, schneller und widersprüchlicher geworden ist. In dieser Welt reicht es nicht mehr aus, gut zu gestalten. Entscheidend ist, zu verstehen, wie Kommunikation funktioniert und wie sie wirksam wird.

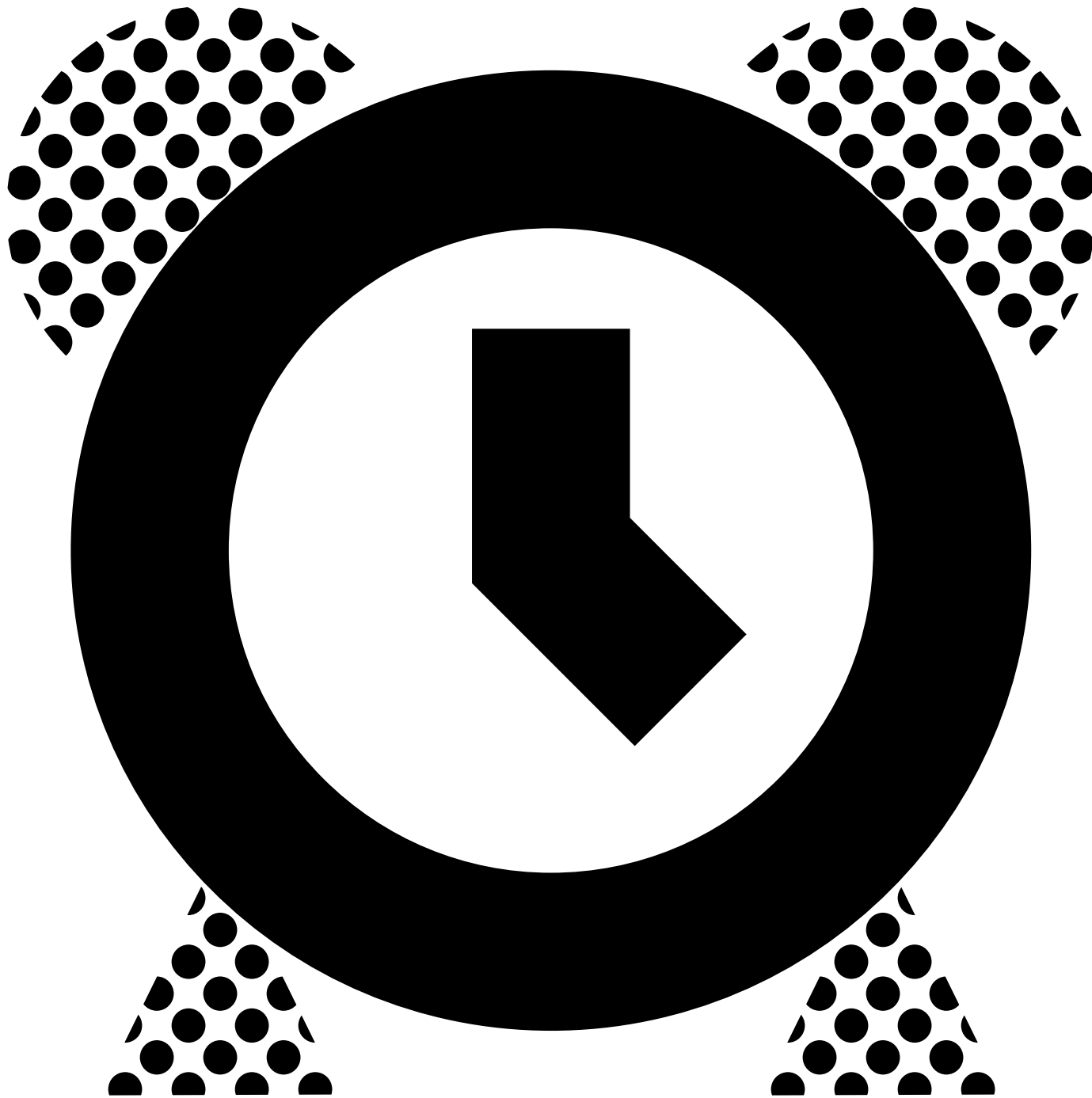
Genau hier sehe ich eine Diskrepanz zur aktuellen Ausbildung. Vieles von dem, was heute gelehrt wird, ist nach wie vor wertvoll. Gleichzeitig fehlt oft eine klare Ordnung, die es ermöglicht, die Disziplin in ihrer heutigen Breite und Tiefe zu erfassen. Dieses White Paper ist der Versuch, eine solche Ordnung vorzuschlagen.

Es basiert auf einer repräsentativen Umfrage unter ADC-Mitgliedern, meiner langjährigen Beschäftigung mit Kommunikationsdesign in Forschung und Lehre sowie dem kontinuierlichen Austausch mit der Praxis. In meiner Rolle als Vorstand für Forschung und Lehre im Art Directors Club für Deutschland habe ich die Möglichkeit, die Perspektiven von Kreativen aus den unterschiedlichsten Bereichen zusammenzuführen. Kaum eine andere Institution bildet die Vielfalt und Qualität dieser Disziplin so konsequent ab.

Die Ergebnisse dieser Auseinandersetzung wurden in mehreren Feedbackschleifen von einer fünfköpfigen Arbeitsgruppe bestehend aus ADC-Mitgliedern, darunter drei hauptamtlich Lehrende, überprüft. Das White Paper versteht sich nicht als abschließende Antwort, sondern als strukturierter Vorschlag, der zur Diskussion einlädt.

Wenn es gelingt, einen Beitrag dazu zu leisten, Kommunikationsdesign im Medienzeitalter klarer zu verstehen, zu vermitteln und weiterzuentwickeln, hat dieses Papier seinen Zweck erfüllt.

Warum Kommunikationsdesign seine eigene Gegenwart noch nicht verstanden hat.



Gegenwart?

Die eigentliche Krise des Kommunikationsdesigns ist nicht gestalterischer Natur. Sie liegt darin, dass diese immer komplexer werdende Disziplin noch immer mit den Maßstäben einer längst vergangenen, einfacheren Medienwelt beschrieben wird.

Executive Summary

Kommunikationsdesign steht vor einem grundlegenden Wandel. Während die Produktion von Medieninhalten durch digitale Technologien und generative Systeme immer einfacher wird, steigt gleichzeitig die Komplexität der Kommunikation. Aufmerksamkeit ist knapp, Kontexte fragmentiert, Entscheidungen unsicher. Die zentrale Herausforderung besteht nicht mehr darin, Inhalte zu gestalten, sondern darin, wirksame Kommunikation zu ermöglichen. Die Ausbildung im Kommunikationsdesign bildet diese Entwicklung bislang nur unzureichend ab.

Sie orientiert sich häufig noch am Modell des Grafikdesigns und versucht, die wachsende Vielfalt der Disziplin durch immer neue Inhalte und Medien zu integrieren. Das Ergebnis ist ein strukturelles Problem: Ein Studium, das alles gleichzeitig vermitteln will, vermittelt am Ende nichts richtig.

Es fehlt an einer klaren Ordnung. Dieses White Paper schlägt einen Perspektivwechsel vor. Kommunikationsdesign wird nicht mehr über Medien, Werkzeuge oder Formate definiert, sondern über die Art und Weise, wie Kommunikation wirkt.

Ausgangspunkt ist die Unterscheidung von vier grundlegenden Kommunikationslogiken:

- **Identität:**
Kommunikation, die Orientierung und Bedeutung schafft
- **Interaktion:**
Kommunikation, die Handlung ermöglicht
- **Narration:**
Kommunikation, die Aufmerksamkeit und Emotion über Zeit steuert
- **Wissen:**
Kommunikation, die Verständnis erzeugt

Fundament und Struktur der Ausbildung

Die im White Paper formulierten Thesen basieren nicht ausschließlich auf theoretischen Überlegungen, sondern werden durch eine empirische Erhebung ergänzt. Im Rahmen einer Befragung unter Mitgliedern des Art Directors Club für Deutschland (ADC) wurden Einschätzungen zur aktuellen Situation und zukünftigen Entwicklung der Disziplin erhoben. An der Befragung nahmen 239 von rund 800 Mitgliedern teil. Die Befragung verfolgt nicht den Anspruch einer repräsentativen Studie im wissenschaftlichen Sinne. Ihr Ziel ist es vielmehr, die Perspektiven erfahrener Praktiker:innen aus unterschiedlichen Bereichen der Kommunikationsbranche systematisch zu erfassen und als Validierung der formulierten Reformthesen heranzuziehen.

Zusammenarbeit und Kompetenzen der Zukunft

Ergänzt wird dieses Modell durch projektbasierte Integration, in der Studierende unterschiedlicher Spezialisierungen zusammenarbeiten. So entsteht die Fähigkeit, komplexe Kommunikationsaufgaben im Zusammenspiel verschiedener Kompetenzen zu lösen, eine Schlüsselqualifikation in einer zunehmend vernetzten und von KI geprägten Arbeitswelt.

Die im White Paper formulierten Thesen werden durch eine Befragung* unter 239 Mitgliedern des Art Directors Club für Deutschland (ADC) gestützt. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass konzeptionelle Kompetenz, interdisziplinäre Zusammenarbeit und die Fähigkeit zur Entscheidungsfindung unter Unsicherheit an Bedeutung gewinnen, während rein ausführende Tätigkeiten zunehmend automatisiert werden.

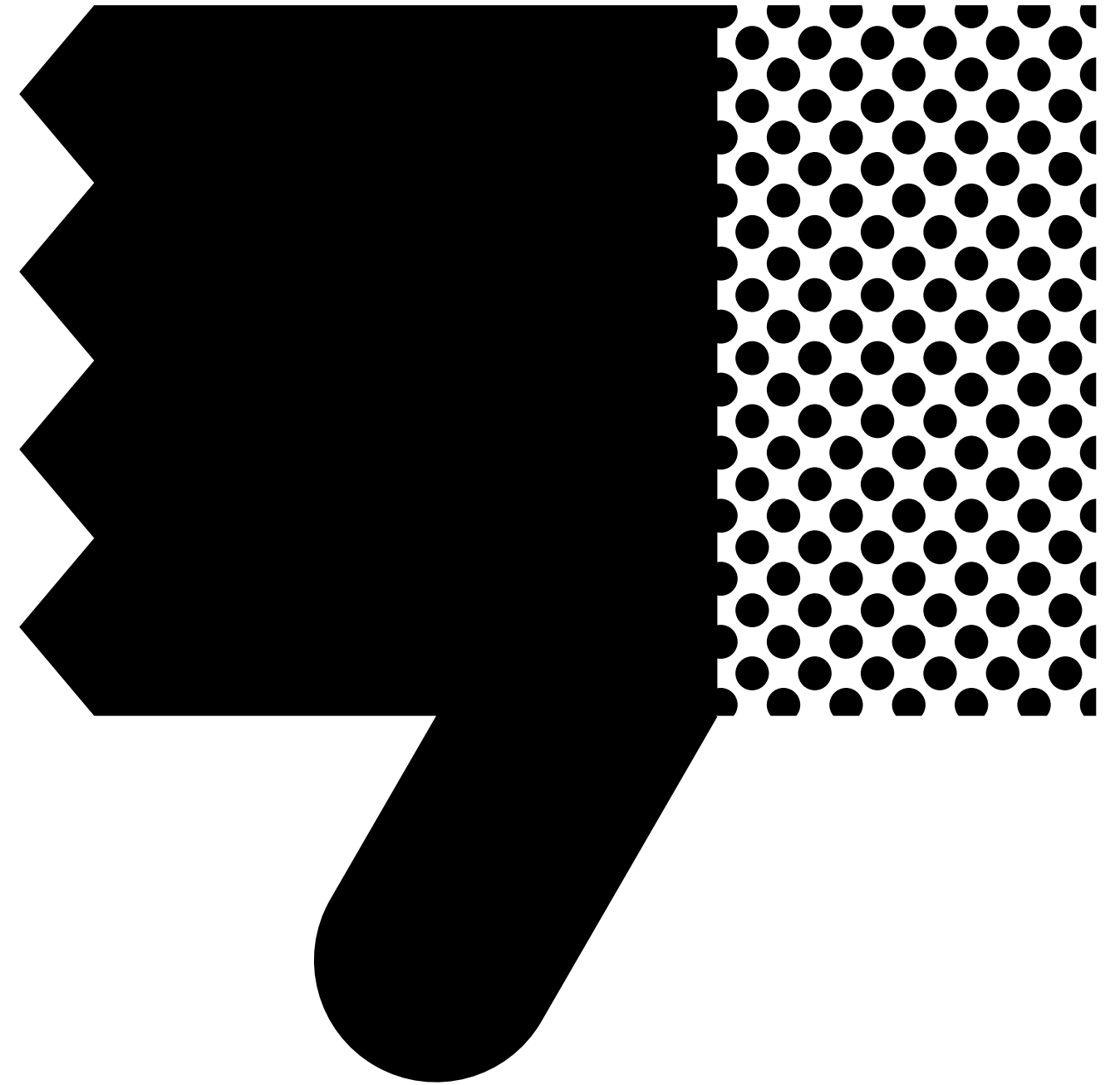
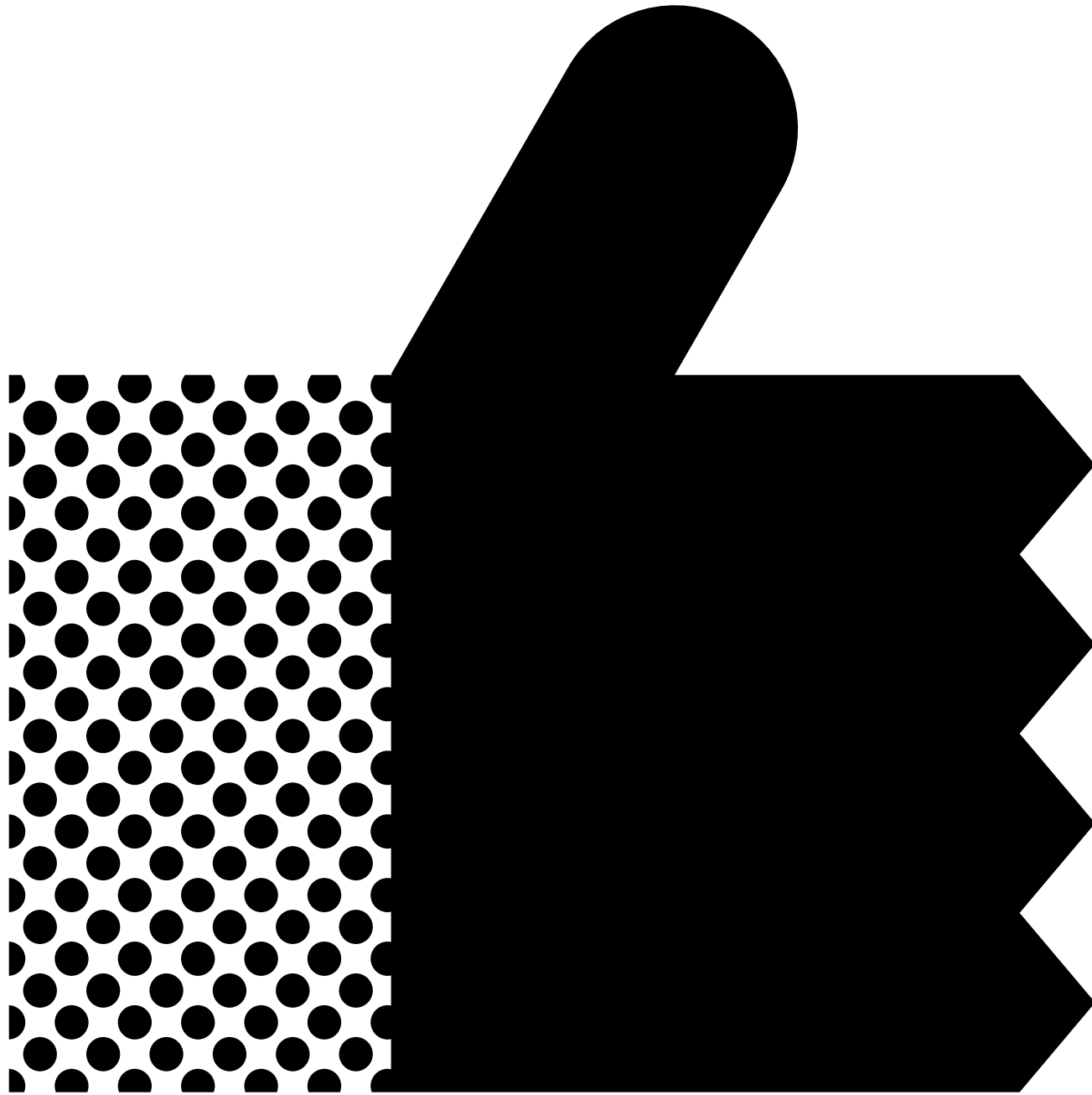
Einordnung und Ausblick der Reform

Die vorgeschlagene Reform berücksichtigt bestehende Ressourcen und zielt auf deren strukturelle Neuordnung ab. Sie ist für etablierte Hochschulen anschlussfähig, organisatorisch umsetzbar und reagiert auf die veränderten Anforderungen der Praxis.

Kommunikationsdesign entwickelt sich im 21. Jahrhundert zu einer Disziplin, die nicht nur gestaltet, sondern Orientierung schafft, Bedeutung vermittelt und Entscheidungen ermöglicht. Ein Studium, das dieser Entwicklung gerecht werden will, muss nicht mehr vermitteln. Es muss besser ordnen.

*Details zur Umfrage im Anhang B.

Eine Disziplin unter veränderten Bedingungen
und die Frage, welche Konsequenzen sich daraus
ergeben.



Diese White Paper ist eine Reaktion auf eine starke
strukturelle Verschiebung, nicht auf einen aktuel-
len Trend: Einerseits ist Kommunikation schwieriger
geworden, andererseits wird ihre gestalterische
Produktion immer leichter.

Anlass, Ziel und empirische Grundlage

1.1

Anlass und Zielsetzung des White Papers

Die Ausbildung im Kommunikationsdesign steht vor einer strukturellen Herausforderung. Die Disziplin hat sich in den vergangenen Jahren grundlegend verändert.

Neue Medien, digitale Plattformen und generative Technologien haben nicht nur die Produktion von Inhalten vereinfacht, sondern auch die Bedingungen von Kommunikation selbst verschoben. Aufmerksamkeit ist fragmentiert, Kontexte sind vielfältiger geworden, und die Anforderungen an wirksame Kommunikation sind gestiegen.

Die bestehenden Studienstrukturen bilden diese Entwicklung nur teilweise ab. Sie orientieren sich häufig noch an historisch gewachsenen Medienlogiken und reagieren auf neue Anforderungen primär durch Ergänzung zusätzlicher Inhalte.

Das vorliegende White Paper verfolgt daher das Ziel, einen strukturellen Reformrahmen für die Ausbildung im Kommunikationsdesign zu entwickeln. Im Mittelpunkt steht nicht die Erweiterung bestehender Curricula, sondern deren Neuordnung. Ziel ist es, eine Studienarchitektur zu formulieren, die der Komplexität der Disziplin gerecht wird, ohne sie durch additive Ansätze weiter zu erhöhen.

1.2

Kommunikationsdesign im Wandel der Mediengesellschaft

Kommunikationsdesign hat sich historisch aus dem Grafikdesign entwickelt und war lange eng an das Leitmedium des Buchdrucks gebunden.

Gestaltung bedeutete in diesem Kontext vor allem die visuelle Organisation von Information in klar definierten Formaten. Mit der Entwicklung digitaler Medien hat sich dieses Verständnis grundlegend verändert.

Heute findet Kommunikation in einem Mediumfeld statt, das durch Gleichzeitigkeit, Vernetzung und permanente Verfügbarkeit geprägt ist. Unterschiedliche Medien existieren nicht mehr isoliert, sondern in einem komplexen Zusammenspiel. Neue Formate entstehen nicht anstelle bestehender, sondern ergänzen und überlagern diese.

Kommunikationsdesign bewegt sich damit in einem Medienmultiversum. Die primäre Aufgabe dieser Disziplin bestand darin, Inhalte für ein bestimmtes Medium zu gestalten. Heute besteht die Herausforderung darin, Kommunikation über unterschiedliche Kontexte hinweg zu strukturieren und wirksam zu machen.

1.3

Zur empirischen Grundlage: ADC-Mitgliederbefragung

Die im White Paper formulierten Thesen basieren nicht nur auf theoretischen Überlegungen, sie werden auch durch eine empirische Erhebung ergänzt.

Im Rahmen einer Befragung unter Mitgliedern des Art Directors Club für Deutschland (ADC) wurden Einschätzungen zur aktuellen Situation und zukünftigen Entwicklung der Disziplin erhoben. An der Befragung nahmen 239 von rund 800 Mitgliedern teil. Die Befragung verfolgt nicht den Anspruch einer repräsentativen Studie im wissenschaftlichen Sinne. Ihr Ziel ist es vielmehr, die Perspektiven erfahrener Praktiker:innen aus unterschiedlichen Bereichen der Kommunikationsbranche systematisch zu erfassen und als Validierung der formulierten Reformthesen heranzuziehen.

Die Ergebnisse zeigen eine deutliche Tendenz:

- Die Anforderungen an Kommunikationsdesigner:innen haben sich erweitert und verschoben
- Konzeptionelle Fähigkeiten und strategisches Denken gewinnen an Bedeutung
- Interdisziplinäre Zusammenarbeit wird als zentral eingeschätzt
- Rein ausführende Tätigkeiten verlieren im Zuge technologischer Entwicklungen an Relevanz

Diese Einschätzungen stützen die zentrale Annahme dieses White Papers: Die Disziplin hat sich strukturell verändert und die Ausbildung muss dieser Veränderung folgen. Die Befragung dient somit nicht als Ausgangspunkt, vielmehr bildet sie die empirische Verankerung der im White Paper entwickelten Argumentation.

Die Wirklichkeit wird nicht mehr vom historisch gewachsenen Selbstverständnis abgebildet.

Selbst- verständnis **Realität**

Kommunikationsdesign leidet heute weniger unter einem Mangel an Können als unter einem überholten Selbstverständnis. Es wird noch immer vom „Werk“ her gedacht, obwohl die eigentliche Aufgabe längst in der Organisation von Wirkung liegt.

Ein Fach im falschen Verständnis

2.1

Das Gutenberg-Erbe des Kommunikationsdesigns

Kommunikationsdesign wird bis heute stark aus seiner historischen Herkunft heraus verstanden. Seine Ausbildung, seine Begriffe und seine Selbstbilder sind eng mit dem Grafikdesign verknüpft und damit mit einer Zeit, in der Kommunikation vor allem in gedruckten Medien stattfand.

Dieses Erbe wirkt bis heute nach. Gestaltung wird häufig primär als visuelle Formgebung gedacht, als ästhetische Organisation von Flächen, Typografie und Bildern. Auch wenn sich Werkzeuge und Formate verändert haben, ist das zugrunde liegende Verständnis oft erstaunlich stabil geblieben.

Das ist kein Zufall. Über viele Jahrzehnte war dieses Modell erfolgreich. Wer Kommunikation gestalten wollte, musste in der Lage sein, Informationen sichtbar, lesbar und formal überzeugend zu organisieren. Die technischen und handwerklichen Anforderungen waren hoch, die Zugänge begrenzt.

Gestaltung war ein spezialisiertes Können. Doch genau diese Voraussetzungen haben sich grundlegend verändert.

2.2

Die Realität: Ein Medien-Multiversum

Kommunikation findet heute nicht mehr in einzelnen, eindeutig voneinander getrennten Medien statt. Sie entfaltet sich in einem Geflecht aus digitalen Plattformen, Interfaces, Bewegtbildformaten, sozialen Räumen, physischen Umgebungen und algorithmisch gesteuerten Systemen.

Neue Medien haben bestehende nicht ersetzt. Stattdessen haben sie bestehende Medien ergänzt. Print existiert weiterhin, wird aber von digitalen Anwendungen, audiovisuellen Formaten und interaktiven Systemen überlagert. Inhalte zirkulieren gleichzeitig in unterschiedlichen Kontexten, werden transformiert, adaptiert und neu kombiniert.

Die Folge ist nicht die Verdrängung von Medien, sie werden erweitert. Kommunikationsdesign bewegt sich heute in einem Medien-Multiversum, in dem verschiedene Logiken parallel zueinander wirksam sind.

Damit verändern sich auch die Anforderungen an die Disziplin. Es reicht nicht mehr, ein einzelnes Medium zu beherrschen. Entscheidend ist die Fähigkeit, Kommunikation über Medien hinweg zu denken und zu gestalten.

2.3

Der Paradigmenfehler: Design als Zweck statt als Mittel der Kommunikation

Trotz dieser Entwicklung wird Kommunikationsdesign in Ausbildung und Praxis häufig noch aus der Perspektive der Gestaltung gedacht. Der Fokus liegt auf dem Entwurf, auf der visuellen Ausarbeitung, auf der Beherrschung von Werkzeugen und Stilen. Damit wird jedoch ein grundlegender Zusammenhang verfehlt.

Design ist nicht der Zweck, sondern das Mittel. Der Zweck ist Kommunikation. Die entscheidende Frage lautet daher nicht, wie etwas gestaltet ist, sondern ob und wie Kommunikation gelingt:

- Wird Aufmerksamkeit erzeugt?
- Entsteht Verständnis?
- Wird Orientierung ermöglicht?
- Führt Kommunikation zu Handlung oder Entscheidung?

Wenn Gestaltung nicht von diesen Fragen her gedacht wird, bleibt sie formal überzeugend, aber inhaltlich austauschbar. Genau dieses Phänomen lässt sich in vielen studentischen Arbeiten ebenso beobachten wie in Teilen der professionellen Praxis.

Der Engpass liegt dann nicht im handwerklichen Können, sondern im fehlenden Verständnis von Kommunikation als Wirkungszusammenhang.

2.4

Die zentrale Frage: Wie gelingt Kommunikation im Medienzeitalter?

Aus dieser Verschiebung ergibt sich eine neue Ausgangsfrage für die Disziplin und ihre Ausbildung:

Wie gelingt Kommunikation unter den Bedingungen eines vernetzten, komplexen und sich ständig verändernden Mediensystems? Diese Frage lässt sich nicht durch die Erweiterung bestehender Gestaltungslehren beantworten. Sie erfordert eine Neuordnung des Fachs.

Kommunikationsdesign muss daher als das verstanden werden, was es heute ist: eine Disziplin, die nicht primär Medien gestaltet, sondern Kommunikation organisiert, strukturiert und wirksam macht. Damit verschiebt sich auch der Fokus der Ausbildung. Nicht mehr die Beherrschung einzelner Werkzeuge oder Formate steht im Zentrum, viel mehr geht es um das Verständnis dafür, wie Kommunikation in unterschiedlichen Kontexten funktioniert. Und wie sie gestaltet werden kann, damit sie Wirkung entfaltet.

Diese Verschiebung bildet den Ausgangspunkt für den Reformvorschlag dieses White Papers.

Komplexität

mp

exit

tät

18

Die stetig gewachsene Komplexität der Disziplin sowie das Fehlen einer tragfähigen Ordnung sind die eigentliche Herausforderung.

Ordnung

Die Anwendungsbereiche des Kommunikationsdesigns haben sich durch ständig neu hinzukommende Medien vervielfacht. Dadurch sind sie unschärfer und unverständlicher geworden, denn die Realität der Kommunikation ist heute vielseitiger und anspruchsvoller, als es die traditionelle Ordnung zulässt.

3.

Die Realität der Disziplin: Vielfalt ohne Ordnung

3.1

Kommunikationsdesign als Oberbegriff

Kommunikationsdesign ist heute kein klar abgegrenztes Tätigkeitsfeld mehr, sondern ein Oberbegriff für sehr unterschiedliche Formen der Gestaltung von Kommunikation. Diese reichen von der Entwicklung von Markenidentitäten über digitale Produkte und Services bis hin zu publizistischen Formaten, audiovisuellen Inhalten, interaktiven Systemen und räumlichen Inszenierungen.

Was diese Bereiche verbindet, ist nicht ihr Medium, sondern ihre Funktion: Sie alle zielen darauf, Kommunikation so zu gestalten, dass sie wahrgenommen, verstanden und wirksam wird.

Gleichzeitig unterscheiden sie sich erheblich in ihren Anforderungen, Arbeitsweisen und Ergebnissen. Die Gestaltung eines Leitsystems folgt anderen Logiken als die Entwicklung einer Kampagne, die Konzeption eines digitalen Produkts anderen als die Dramaturgie eines Films oder die Struktur eines Magazins.

Kommunikationsdesign ist damit keine homogene Disziplin, sondern ein Feld mit unterschiedlichen Anwendungsbereichen, die jeweils eigene professionelle Kompetenzen erfordern.

Kommunikationsdesign ist damit keine homogene Disziplin, sondern ein Feld mit unterschiedlichen Anwendungsbereichen, die jeweils eigene professionelle Kompetenzen erfordern.

3.2

Zentrale Anwendungsbereiche

Diese Vielfalt lässt sich anhand zentraler Anwendungsbereiche beschreiben, die sich in der Praxis etabliert haben:

- Brand Identity / Design
- Brand Communication / PR
- Service Design & UX
- Editorial & Publishing
- Broadcasting & Streaming
- Game Design
- Scenography / Spatial Communication
- Packaging Design

Diese Bereiche sind nicht als starre Kategorien zu verstehen, sondern als typische Felder, in denen Kommunikationsdesign heute stattfindet. Entscheidend ist: Sie entstehen nicht aus einzelnen Medien, sondern aus konkreten Kommunikationsanforderungen.

Ein Service muss nutzbar sein, eine Marke muss Orientierung geben, ein Medium muss Inhalte verständlich vermitteln, ein Format muss Aufmerksamkeit binden, ein Spiel muss Interaktion ermöglichen. Die Medien, in denen dies geschieht, sind dabei variabel.

3.3

Concept und Craft

Ein zentrales Unterscheidungsmerkmal innerhalb dieser Anwendungsbereiche ist die Differenz zwischen konzeptioneller und ausführender Arbeit.

Auf der einen Seite steht die konzeptionelle Ebene: die Entwicklung von Ideen, Strategien, Strukturen und Wirkungszusammenhängen. Hier wird festgelegt, was kommuniziert werden soll, warum es relevant ist und wie es grundsätzlich funktioniert.

Auf der anderen Seite steht die ausführende Ebene: die gestalterische, mediale und technische Umsetzung dieser Konzepte in konkrete Formen, Formate und Produkte. Beides ist untrennbar miteinander verbunden, aber nicht identisch. Dabei ist entscheidend:

Dasselbe Medium kann auf beiden Ebenen eine Rolle spielen. Film, Fotografie oder interaktive Systeme können Gegenstand konzeptioneller Arbeit sein – etwa in der Entwicklung von Formaten, Narrativen oder Nutzungserlebnissen – und zugleich Gegenstand ausführender Gestaltung, etwa in der Produktion, Gestaltung und technischen Umsetzung.

Es kommt nicht auf das Medium selbst an.
Entscheidend ist die Ebene, auf der es eingesetzt wird.

3.4

Craft als eigenständige Kompetenzdimension

Neben der konzeptionellen Arbeit erfordert Kommunikationsdesign eine Vielzahl gestalterischer und medialer Kompetenzen. Diese lassen sich als eigenständige Craft-Disziplinen beschreiben, die nicht an einzelne Anwendungsbereiche gebunden sind, sondern je nach Kontext kombiniert und eingesetzt werden. Dazu zählen unter anderem:

Diese Kompetenzen bilden die Grundlage für die Umsetzung konzeptioneller

- Typografie und Grafikdesign
- Interface Design (UI)
- Motion Design
- Animation und Filmproduktion
- Fotografie und Illustration
- CGI und 3D-Konstruktion
- Creative Coding
- Sound Design
- Copywriting

Ideen in konkrete, erfahrbare Kommunikation. Sie sind jedoch nicht als isolierte Spezialisierungen zu verstehen, sondern als ein variables Set an Fähigkeiten, das je nach Aufgabenstellung unterschiedlich gewichtet wird. Mit dem zunehmenden Einsatz generativer Systeme erweitert sich zudem das Verständnis von Gestaltungsmitteln.

Künstliche Intelligenz ist dabei nicht nur als Werkzeug zu verstehen, sondern als gestaltbares Material. Während Werkzeuge primär eingesetzt werden, wird Material geformt, interpretiert und gestaltet.

Damit verschiebt sich die Rolle von Kommunikationsdesigner:innen weiter in Richtung konzeptioneller Steuerung und gestalterischer Entscheidung.

3.5

Eine Disziplin, die niemand mehr vollständig beherrschen kann

Die beschriebenen Anwendungsbereiche und Kompetenzdimensionen machen deutlich: Die Disziplin ist so komplex geworden, dass sie von Einzelnen nicht mehr vollständig beherrscht werden kann. Niemand kann gleichzeitig Expert:in für Markenstrategie, Interface-Design, Bewegtbild, redaktionelle Systeme, Game-Mechaniken und räumliche Inszenierung sein, zumindest nicht auf professionellem Niveau. Diese Einsicht ist zentral, wird aber in der Ausbildung oft nicht konsequent berücksichtigt. Statt die Begrenztheit individueller Kompetenz als Ausgangspunkt zu nehmen, wird häufig versucht, möglichst viele Bereiche parallel abzudecken. Die Folge ist eine Überforderung auf Seiten der Studierenden und eine Verwässerung von Kompetenzprofilen. Gleichzeitig entstehen in der Praxis längst andere Arbeitsformen. Projekte werden interdisziplinär bearbeitet, Teams setzen sich aus unterschiedlichen Spezialistinnen und Spezialisten zusammen, und zunehmend werden auch technologische Systeme – insbesondere KI – in diese Prozesse integriert.

Vor diesem Hintergrund gewinnt eine andere Fähigkeit an Bedeutung: nicht alles selbst zu können, sondern die eigenen Kompetenzen sinnvoll mit denen anderer zu verbinden.

Fachliche Tiefe und die Fähigkeit zur Integration sind damit keine Gegensätze, sondern zwei Seiten professioneller Handlungskompetenz im Kommunikationsdesign.

Inhalte

Inhalte

Inhalte

Inhalte

Inhalte

24 **halt**

Die Qualität der Ausbildung hängt nicht von der Menge der Inhalte, sondern von ihrer sinnvollen Struktur ab.

Das Problem der Ausbildung liegt nicht darin, dass zu wenig gelehrt wird – ganz im Gegenteil. Vielmehr werden immer mehr Inhalte nebeneinander vermittelt, ohne die Zusammenhänge und Unterschiede zwischen ihnen ausreichend zu klären.

Das Ausbildungs-dilemma

4.1

Der Versuch, Komplexität abzubilden

Die zunehmende Vielfalt des Kommunikationsdesigns stellt die Ausbildung vor ein offensichtliches Problem: Sie muss ein Feld abbilden, das selbst immer komplexer wird. Die naheliegende Reaktion darauf ist in der Regel Addition. Neue Medien, neue Technologien und neue Anwendungsbereiche werden in bestehende Curricula integriert. Module werden ergänzt, Inhalte erweitert, Werkzeuge hinzugefügt.

So entsteht schrittweise ein Studienangebot, das versucht, die gesamte Breite der Disziplin abzudecken. Diese Entwicklung ist nachvollziehbar. Sie folgt der Logik, dass Ausbildung möglichst vollständig sein sollte. Genau darin liegt jedoch das Problem.

4.2

Learning Overload und Oberflächlichkeit

Ein Studium, das auf Vollständigkeit zielt, gerät zwangsläufig an seine Grenzen. Die Anzahl der relevanten Themen, Medien und Kompetenzen übersteigt längst das, was in der begrenzten Zeit eines Studiums sinnvoll vermittelt werden kann. Die Folge ist ein Zustand, der sich als Learning Overload beschreiben lässt: Studierende werden mit einer Vielzahl von Inhalten konfrontiert, ohne dass diese in eine klare Struktur gebracht werden.

Wissen bleibt fragmentarisch, Fähigkeiten bleiben oberflächlich und Zusammenhänge werden nicht systematisch erschlossen. Was als Breite gedacht ist, führt in der Praxis häufig zu Unschärfe. Oder zugespitzt:

Ein Studium, das alles gleichzeitig vermitteln will, vermittelt am Ende nichts richtig.

4.3

Fehlende gemeinsame Grundlage

Parallel dazu fehlt häufig eine gemeinsame terminologische und konzeptionelle Basis. Begriffe werden unterschiedlich verwendet, Probleme unterschiedlich verstanden und Lösungen unterschiedlich bewertet. Studierende durchlaufen unterschiedliche Module, arbeiten in verschiedenen Medien und bearbeiten unterschiedliche Aufgaben, ohne dass deutlich wird, was diese miteinander verbindet.

4.4

Fehlende fachliche Vertiefung

Gleichzeitig verhindert die Breite eine echte Spezialisierung. Wenn zu viele Bereiche parallel behandelt werden, bleibt für keinen ausreichend Zeit, um ihn in der notwendigen Tiefe zu durchdringen. Studierende erwerben Kenntnisse in vielen Feldern, entwickeln jedoch selten eine belastbare professionelle Kompetenz in einem davon. Damit entsteht ein zweites Problem: fehlende Anschlussfähigkeit an die Praxis.

Die Arbeitsrealität verlangt zunehmend spezialisierte Fähigkeiten, in Kombination mit der Fähigkeit zur Zusammenarbeit. Ein Studium, das weder Tiefe noch klare Profilbildung ermöglicht, bereitet darauf nur unzureichend vor.

4.5

Das strukturelle Dilemma

Aus diesen Entwicklungen ergibt sich ein grundlegender Widerspruch, der die Ausbildung im Kommunikationsdesign prägt:

Ohne gemeinsame Grundlage fehlt das Verständnis füreinander.

Ohne Vertiefung fehlt die Fähigkeit, etwas wirklich zu können.

Dieses Spannungsfeld ist kein nebensächliches Problem. Es ist der Kern der aktuellen Ausbildungssituation. Versucht man, es durch mehr Inhalte zu lösen, verschärft sich dieses Problem.

Werden Inhalte ohne Struktur reduziert, entsteht ein anderes Defizit. Das Problem kann nicht durch kleinere Veränderungen oder Anpassungen gelöst werden. Es muss eine grundlegende Neuordnung gemacht werden.

Warum dieses Dilemma strukturell ist

Das beschriebene Problem ist kein Versagen einzelner Studiengänge oder Lehrenden. Es ist die Folge eines grundlegenden Missverständnisses darüber, wie die Disziplin organisiert werden kann.

Solange Kommunikationsdesign implizit als Sammlung von Medien, Werkzeugen und Anwendungsfeldern verstanden wird, liegt es nahe, diese möglichst vollständig abzubilden.

Der notwendige nächste Schritt

Wenn die Komplexität der Disziplin nicht reduziert werden kann, muss sie anders organisiert werden. Es geht nicht darum, mehr Inhalte zu vermitteln. Die Herausforderung besteht vielmehr darin, eine Struktur zu entwickeln, die es ermöglicht, diese Inhalte sinnvoll zu ordnen. Die folgende Frage wird damit zum Ausgangspunkt der Reform:

Gibt es eine zugrunde liegende Ordnung, die es erlaubt, die Vielfalt der Disziplin sinnvoll zu strukturieren? Ohne eine solche Ordnung bleibt Ausbildung zwangsläufig additiv.

Mit ihr wird Differenzierung möglich.

Nicht: Welche Medien und Werkzeuge müssen vermittelt werden?

Sondern: Nach welchen Prinzipien lässt sich Kommunikation so verstehen und strukturieren, dass daraus eine anschlussfähige Ausbildung entsteht?

Die Antwort auf diese Frage erfordert einen grundlegenden Perspektivwechsel.

30

Mitte

||

Ziel

≠

Was sich verändert, wenn Gestaltung nicht mehr als Ziel, sondern als Mittel verstanden wird.

Die Wahrnehmung dieser Disziplin verändert sich, sobald das Design nicht mehr als Zweck, sondern als Mittel begriffen wird. Der eigentliche Zweck ist schließlich die Kommunikation. Dann ist nicht mehr entscheidend, wie etwas aussieht, sondern was es ermöglicht.

5.

Der Perspektivwechsel: Kommunikation statt Design

5.1

Design ist Mittel.

Kommunikation ist der Zweck

Die bisherige Ausbildung im Kommunikationsdesign folgt häufig einer impliziten Annahme: Wer gestalten kann, kann auch kommunizieren.

Diese Annahme war unter den Bedingungen klar definierter Medien und überschaubarer Kommunikationsräume lange tragfähig. Heute greift sie zu kurz. Gestaltung allein garantiert keine wirksame Kommunikation. Ein formal überzeugendes Layout erzeugt noch keine Orientierung. Ein ästhetisch ansprechendes Interface noch keine verständliche Nutzung. Ein visuell starkes Bewegtbild noch keine relevante Botschaft. Der Grund dafür ist einfach:

Design ist nicht der Zweck, sondern das Mittel. Der Zweck ist Kommunikation. Damit verschiebt sich der Fokus der Disziplin. Nicht mehr die Frage, wie etwas gestaltet ist, steht im Zentrum, sondern ob und wie Kommunikation gelingt.

5.2

Kommunikationsdesign als Wirkungsdisziplin

Wenn Kommunikation der Zweck ist, dann wird Kommunikationsdesign zu einer Disziplin, die sich über Wirkung definiert. Im Kern geht es um vier grundlegende Leistungen:

- Wahrnehmung ermöglichen
- Verständnis erzeugen
- Orientierung schaffen
- Handlung auslösen

Diese Leistungen treten nicht isoliert auf. Je nach Kontext und Aufgabe sind unterschiedliche Kombinationen möglich.

- Ein Leitsystem muss Orientierung ermöglichen.
- Ein redaktionelles Format muss Verständnis schaffen.
- Ein Service muss Handlung ermöglichen.
- Eine Kampagne muss Aufmerksamkeit erzeugen und Bedeutung aufladen.

Gestaltung ist dabei immer Teil der Lösung, aber nie die Lösung selbst. Sie wird zum Mittel, um diese Wirkungsziele zu erreichen.



5.3

Von Gestaltung zu Wirkung

Dieser Perspektivwechsel hat Konsequenzen für das Selbstverständnis der Disziplin. Kommunikationsdesign beschäftigt sich weniger mit der Gestaltung von Oberflächen, vielmehr mit der Gestaltung von Zusammenhängen und Beziehungen:

- Zwischen Information und Bedeutung
- Zwischen Medium und Nutzung
- Zwischen Absender und Publikum
- Zwischen Angebot und Handlung

Damit verschiebt sich auch die zentrale Kompetenz.

Nicht die Beherrschung einzelner Werkzeuge oder Stile ist entscheidend, sondern die Fähigkeit, diese Zusammenhänge zu erkennen, zu strukturieren und gezielt zu gestalten. Gestaltung wird damit nicht weniger wichtig, aber sie wird eingebettet in einen größeren Kontext.

5.4

Konsequenzen für die Ausbildung

Wenn Kommunikationsdesign als Wirkungsdisziplin verstanden wird, verändert sich auch die Logik der Ausbildung. Es reicht nicht mehr aus, gestalterische Fähigkeiten zu vermitteln und diese auf unterschiedliche Medien anzuwenden. Entscheidend ist, dass Studierende verstehen, wie Kommunikation funktioniert, unabhängig davon, in welchem Medium sie stattfindet.

Das bedeutet:

- Probleme müssen als Kommunikationsprobleme verstanden werden
- Lösungen müssen als Wirkungszusammenhänge gedacht werden
- Medien müssen als Instrument zur Übertragung in einem bestimmten Kontext verstanden werden.

Damit verschiebt sich die zentrale Frage im Studium:

Nicht: Wie gestalte ich etwas? Sondern: Wie funktioniert das, was ich gestalten will?

Diese Verschiebung ist die Voraussetzung dafür, dass Studierende sich in einem komplexen und sich ständig verändernden Feld orientieren können.

5.5

Der Übergang zur neuen Ordnung

Wenn Kommunikationsdesign nicht mehr länger über Medien oder Werkzeuge definiert wird, stellt sich die Frage, woran sich die Disziplin stattdessen orientieren kann. Die Antwort liegt in der Art und Weise, wie Kommunikation wirkt.

Die verschiedenen Anwendungsbereiche des Kommunikationsdesigns unterscheiden sich nicht primär durch ihre Medien. Vielmehr unterscheiden sie sich durch die Logik, nach der sie funktionieren.

Diese Logiken bilden die Grundlage für eine neue Ordnung der Disziplin. Und damit auch für eine neue Struktur der Ausbildung.

Zwischen Kunst und Wissenschaft: Warum Design eine eigene Semantik braucht.

Kunst *Semantik* **Wissen-** **schaft**

Design ist weder Kunst noch Wissenschaft. Es ist eine eigenständige, unabhängige Art zu denken, zu arbeiten und zu entscheiden, wenn es um Probleme geht, deren beste Lösung sich weder berechnen noch einfach behaupten lässt.

6. Design als eigenständige Disziplin

6.1 Eine notwendige begriffliche Klärung

Die zentrale Herausforderung besteht heute weniger im Gestalten von Inhalten als vielmehr im Ermöglichen wirksamer Kommunikation. Doch genau an diesem Punkt zeigt sich ein grundlegendes Problem: Es fehlt an einer klaren Vorstellung davon, was Kommunikationsdesign im Kern ist.

In der aktuellen Praxis und Lehre wird Design häufig unterschiedlich eingeordnet. Mal als künstlerische Disziplin, mal als angewandte, methodisch strukturierte Problemlösung. Diese Uneindeutigkeit führt nicht nur zu Missverständnissen, sondern erschwert auch die Entwicklung konsistenter Studienstrukturen. Eine zukunftsfähige Neuausrichtung des Kommunikationsdesigns erfordert daher zunächst eine präzise begriffliche Klärung.

6.2 Zwischen Wissenschaft und Kunst – und doch keines von beidem

Wissenschaft zielt auf Erkenntnis durch Analyse, Hypothesenbildung und Überprüfung. Sie arbeitet mit klaren methodischen Verfahren und strebt nach überprüfbaren Aussagen.

Kunst hingegen erzeugt Bedeutung durch Ausdruck, Interpretation und Erfahrung. Ihr Wert liegt nicht in der Lösung eines Problems. Ihr Wert liegt in der Erweiterung von Wahrnehmung und Perspektive. Design bewegt sich zwischen diesen beiden Polen, folgt jedoch einer eigenen Logik. Design analysiert Probleme mit der Präzision wissenschaftlichen Arbeitens, löst sie jedoch nicht durch Ableitung, sondern durch Entwicklung.

Es geht weder um den Beweis einer These noch um den Ausdruck einer individuellen Perspektive, sondern um die Gestaltung wirksamer Lösungen in komplexen Kontexten. Design ist damit keine Mischform, sondern eine eigenständige Disziplin.

6.3 Kreatives Denken als operative Logik

Die zentrale Kompetenz im Kommunikationsdesign ist kreatives Denken. Dabei handelt es sich nicht um eine ästhetische Fähigkeit. Es ist eine spezifische Form geistiger Arbeit. Kreatives Denken ist zielgerichtet und zugleich ergebnisoffen.

Es beginnt mit einer klaren Problemstellung, verzichtet jedoch auf eine vorweggenommene Lösung. Im Unterschied zum logisch-rationalen Denken, das von Hypothesen ausgeht und diese überprüft, bewegt sich kreatives Denken in einem offenen Möglichkeitsraum. Lösungen werden nicht abgeleitet, sondern entwickelt.

Dieser Prozess ist geprägt von Analyse, Exploration, Variation und Entscheidung. Er erfordert die Fähigkeit, mit Unsicherheit umzugehen, Alternativen zu entwickeln und Qualität situativ zu beurteilen. Damit verbindet kreatives Denken zwei scheinbar gegensätzliche Prinzipien: analytische Klarheit und offene Lösungsentwicklung.

6.4 Design als Disziplin der wirksamen Lösung

Aus dieser Perspektive lässt sich Kommunikationsdesign präzise beschreiben: Design bearbeitet Probleme, bei denen das Ziel bekannt ist, aber der Weg dorthin noch entwickelt werden muss. Konkreter: Kommunikationsdesign ist die Disziplin, die für kommunikative Probleme Lösungen entwickelt, die sich nicht einfach aus vorhandenem Wissen/Daten ableiten lassen. Ein einfaches Beispiel: Ein Unternehmen hat das Problem, dass seine Marke austauschbar wirkt.

Die Aufgabe ist klar. Auch das Ziel ist klar: mehr Profil, mehr Wiedererkennbarkeit, mehr Relevanz. Aber die Lösung ist nicht bekannt. Niemand kann aus den vorhandenen Daten direkt ableiten, ob die richtige Antwort ein neuer Tonfall, ein anderes Narrativ, eine veränderte visuelle Identität, ein neues Nutzungserlebnis oder eine klügere Markenarchitektur ist. Das muss entwickelt, getestet, variiert und beurteilt werden.

Oder ein anderes Beispiel: Eine App wird von Nutzerinnen und Nutzern nicht verstanden. Das Problem ist erkennbar. Vielleicht zeigen Daten sogar, an welcher Stelle sie abspringen. Aber die Daten sagen noch nicht, wie die beste Lösung aussieht. Braucht es eine andere Struktur, eine andere Sprache, eine andere Interaktionslogik, weniger Optionen, mehr Führung? Auch hier ist die Lösung nicht bekannt, sondern muss entworfen werden.

Im Zentrum steht zunächst nicht die Gestaltung von Form, sondern die Organisation von Bedeutung mit dem Ziel, Wirkung zu erzeugen. Kommunikationsdesign entwickelt Lösungen, die wahrgenommen, verstanden, einordbar und handlungsrelevant werden.

Kurz:
(Kommunikations-) Design beginnt dort, wo Analyse nicht mehr ausreicht.

Design ist eine eigenständige Disziplin, die analytisches und kreatives Denken verbindet, um Lösungen für Probleme zu entwickeln, deren beste Antwort nicht berechnet, sondern gestaltet werden muss.

Damit wird Kommunikationsdesign zu einer Schlüsseldisziplin in einer Gesellschaft, in der Aufmerksamkeit knapp, Kontexte fragmentiert und Entscheidungen zunehmend komplex sind.

6.5 Warum Design eine eigene Lehrlogik braucht

Die Einordnung von Design zwischen Kunst und Wissenschaft ist keine theoretische Frage, sondern hat unmittelbare Auswirkungen auf die Lehre. Wird Design primär wissenschaftlich verstanden, verschiebt sich der Fokus auf Analyse, Theorie und methodische Absicherung. Wird es primär künstlerisch verstanden, dominieren Ausdruck, Intuition und individuelle Formfindung. Beides greift zu kurz.

Design folgt einer eigenen Logik: Es verbindet Analyse und kreative Exploration, um unter unsicheren Bedingungen Lösungen zu entwickeln, die wirken müssen. Daraus ergibt sich eine eigenständige didaktische Konsequenz: Design kann weder nach den Prinzipien universitärer Wissenschaft noch nach denen künstlerischer Ausbildung vermittelt werden. Erforderlich ist eine Lehrstruktur, die beide Perspektiven integriert, ohne sie zu vermischen: Analyse und Kontextverständnis als Grundlage, Exploration und Entwurf als Entwicklungsraum, Entscheidung und Umsetzung als Maßstab. Wer Design wie Wissenschaft lehrt, verfehlt seine Offenheit. Wer Design wie Kunst lehrt, verfehlt seine Funktion.

6.6 Übergang: Von der Begriffsbestimmung zur Struktur

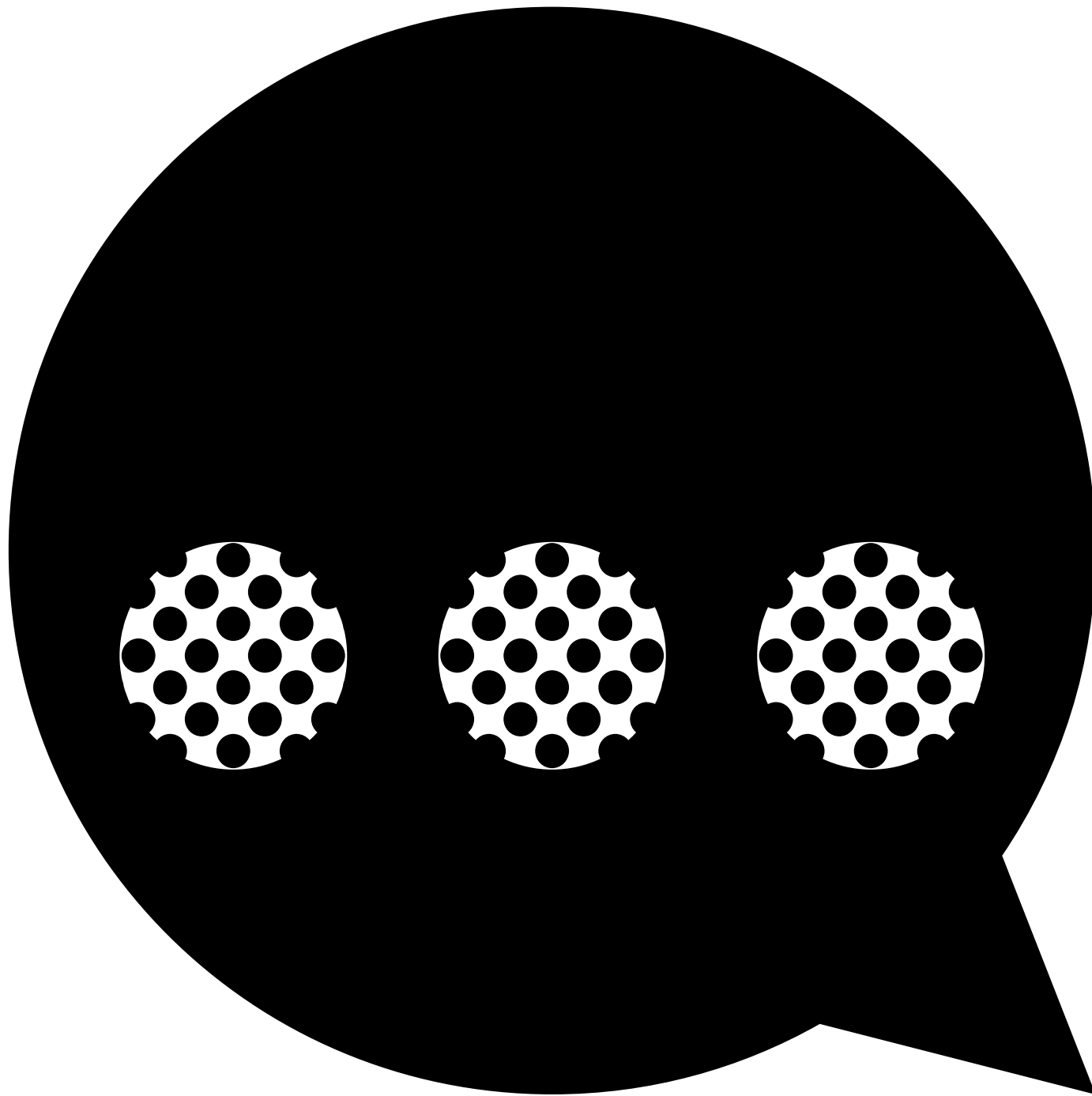
Diese Einordnung hat unmittelbare Konsequenzen für die Gestaltung von Studiengängen. Wenn Kommunikationsdesign weder primär künstlerisch noch rein methodisch vermittelt werden kann, stellt sich die Frage, wie eine Ausbildung aussehen muss, die dieser spezifischen Denk- und Arbeitsweise gerecht wird.

Die bisherige Antwort bestand häufig darin, immer neue Inhalte, Tools und Medien in bestehende Strukturen zu integrieren. Doch genau dieser additive Ansatz führt zu der bereits beschriebenen Überforderung und Unschärfe. Was fehlt, ist keine weitere inhaltliche Erweiterung, sondern eine klare Ordnung. Eine Ordnung, die sich nicht an Medien, Werkzeugen oder Formaten orientiert, sondern an der Logik der Disziplin selbst.

6.7 Ausblick auf die Kompetenzarchitektur

Vor diesem Hintergrund schlägt dieses White Paper eine strukturelle Neuausrichtung vor. Im Zentrum steht eine Kompetenzarchitektur, die sich nicht aus einzelnen Inhalten, dafür aber aus den grundlegenden Logiken zusammensetzt, nach denen Kommunikationsdesign funktioniert. Diese Logiken bilden die Grundlage für die folgenden Kapitel, in denen die Disziplin systematisch entlang ihrer Anwendungsbereiche, Prozesse und Kompetenzen strukturiert wird.

Ein Vorschlag, die Disziplin nicht über Medien, sondern über Wirkung zu verstehen.



Ein Vorschlag

Wer Kommunikationsdesign über Medien ordnet, verwechselt Oberfläche mit Struktur. Erst die Frage, auf welche Weise Kommunikation Bedeutung, Orientierung, Handlung oder Verständnis erzeugt, ermöglicht eine systematische Betrachtung der Disziplin.

7. Das Ordnungsmodell: Kommunikationslogiken

7.1

Ordnungsprinzip: Wirkungsweise von Kommunikation

Wenn Kommunikationsdesign nicht mehr über Medien, Werkzeuge oder Formate definiert wird, stellt sich die Frage nach einem anderen Ordnungsprinzip. Die Vielfalt der Disziplin lässt sich nicht sinnvoll strukturieren, indem man Medien auflistet oder Anwendungsfelder addiert.

Beide Perspektiven bleiben an der Oberfläche. Ein tragfähiges Ordnungsprinzip muss tiefer ansetzen: bei der Frage, wie Kommunikation wirkt. Die verschiedenen Anwendungsbereiche des Kommunikationsdesigns unterscheiden sich

weniger durch ihre mediale Ausprägung, als vielmehr durch die Art und Weise, wie sie Bedeutung erzeugen, Orientierung ermöglichen oder Handlungen auslösen. Das entscheidende Kriterium ist daher nicht das Medium, sondern die Wirkungslogik.

7.2

Die vier Kommunikationslogiken

Aus dieser Perspektive lassen sich vier grundlegende Kommunikationslogiken unterscheiden. Sie beschreiben unterschiedliche Arten, wie Kommunikation funktioniert und welche Rolle Gestaltung dabei spielt.

Identität – Orientierung und Bedeutung

Identitätsorientierte Kommunikation zielt darauf, Orientierung zu schaffen und Bedeutung zu stabilisieren.

- Sie beantwortet die Frage: Wofür steht etwas?
- Typische Anwendungen finden sich im Branding, in der Entwicklung von Markenidentitäten und in der Gestaltung konsistenter Erscheinungsbilder. Entscheidend ist die Wiedererkennbarkeit über Zeit und Kontext hinweg.
- Die zentrale Logik ist Konsistenz: Bedeutung entsteht durch Wiederholung, Variation und klare Zuordnung.

Interaktion – Handlung und Entscheidung

Interaktionsorientierte Kommunikation ermöglicht Handlung.

- Sie beantwortet die Frage: Was kann ich hier tun?
- Im Zentrum stehen Prozesse, Nutzerführung und Entscheidungslogiken. Anwendungen finden sich in digitalen Produkten, Services oder interaktiven Systemen.
- Die zentrale Logik ist Feedback: Kommunikation wird hier nicht nur gesendet, sondern in Handlung übersetzt und durch Rückkopplung gesteuert.

Narration – Erleben über Zeit

Narrativ-zeitliche Kommunikation steuert Aufmerksamkeit und Emotion über Zeit.

- Sie beantwortet die Frage: Was passiert hier – und warum ist es relevant?
- Typische Anwendungen finden sich in Film, Motion Design, Streaming-Formaten oder auch in kampagnenbasierten Erzählungen.
- Die zentrale Logik ist Dramaturgie: Bedeutung entsteht durch Abfolge, Rhythmus und Inszenierung.

- Sie beantwortet die Frage: Wie lässt sich etwas begreifen?
- Anwendungen finden sich in redaktionellen Formaten, Informationsdesign und publizistischen Kontexten.
- Die zentrale Logik ist Struktur: Verständnis entsteht durch Ordnung, Kontext und sinnvolle Verknüpfung.

7.3

Kommunikationslogiken als gemeinsame Denkgrundlage

Diese vier Logiken sind keine Spezialisierungen im klassischen Sinne. Sie beschreiben grundlegende Denkweisen, die in unterschiedlichen Kontexten angewendet werden. Ein und derselbe Anwendungsbereich kann mehrere Logiken gleichzeitig enthalten:

- Ein Service kombiniert Interaktion und Wissen.
- Eine Marke verbindet Identität und Narration.
- Ein Spiel integriert Interaktion, Narration und häufig auch Wissens Elemente.

Diese Logiken sind kombinierbar. Gerade darin liegt ihre Stärke: Sie ermöglichen ein gemeinsames Verständnis über unterschiedliche Felder hinweg, ohne diese zu vereinheitlichen. Sie schaffen eine gemeinsame Sprache für eine Disziplin, die in der Praxis hochgradig differenziert ist.

7.4

Abgrenzung zu medienbasierten Modellen

Klassische Ordnungen des Kommunikationsdesigns orientieren sich häufig an Medien oder Formaten: Print, Digital, Bewegtbild, Raum. Diese Perspektive greift zu kurz. Medien beschreiben, wo Kommunikation stattfindet, nicht wie sie funktioniert.

- Ein Interface kann identitätsorientiert, interaktionsorientiert oder wissensorientiert gestaltet sein.
- Ein Film kann narrativ erzählen, aber auch Wissen vermitteln oder Markenidentität aufladen.
- Ein Raum kann Orientierung geben, Handlung ermöglichen oder Erlebnisse inszenieren.

Medien sind daher keine stabilen Kategorien, sondern Kontexte, in denen unterschiedliche Logiken wirksam werden.

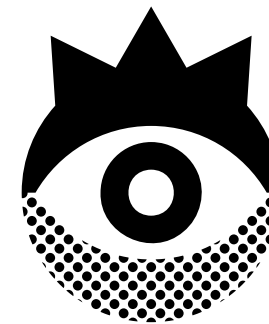
7.5

Konsequenzen für das Verständnis der Disziplin

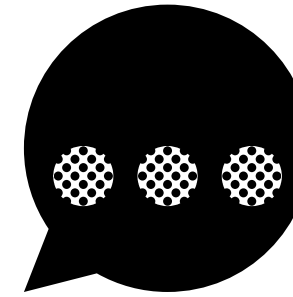
Mit der Einführung von Kommunikationslogiken verschiebt sich die Ordnung der Disziplin grundlegend. Kommunikationsdesign wird nicht mehr als Sammlung von Medien oder Anwendungen verstanden, sondern als System unterschiedlicher Wirkungsweisen. Das hat zwei zentrale Konsequenzen:

Erstens wird die Vielfalt der Disziplin erklärbar. Unterschiedliche Anwendungsbereiche erscheinen nicht mehr als beliebige Erweiterungen, sondern als konkrete Ausprägungen bestimmter Logiken.

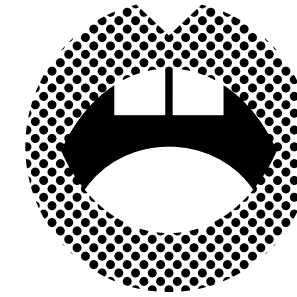
Zweitens entsteht eine Grundlage für eine strukturierte Ausbildung. Studierende lernen nicht nur, was sie gestalten, sondern wie Kommunikation in unterschiedlichen Kontexten funktioniert.



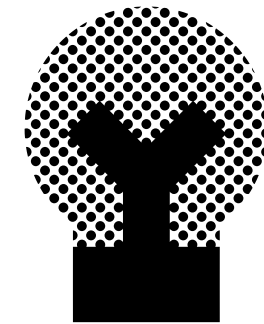
Identität



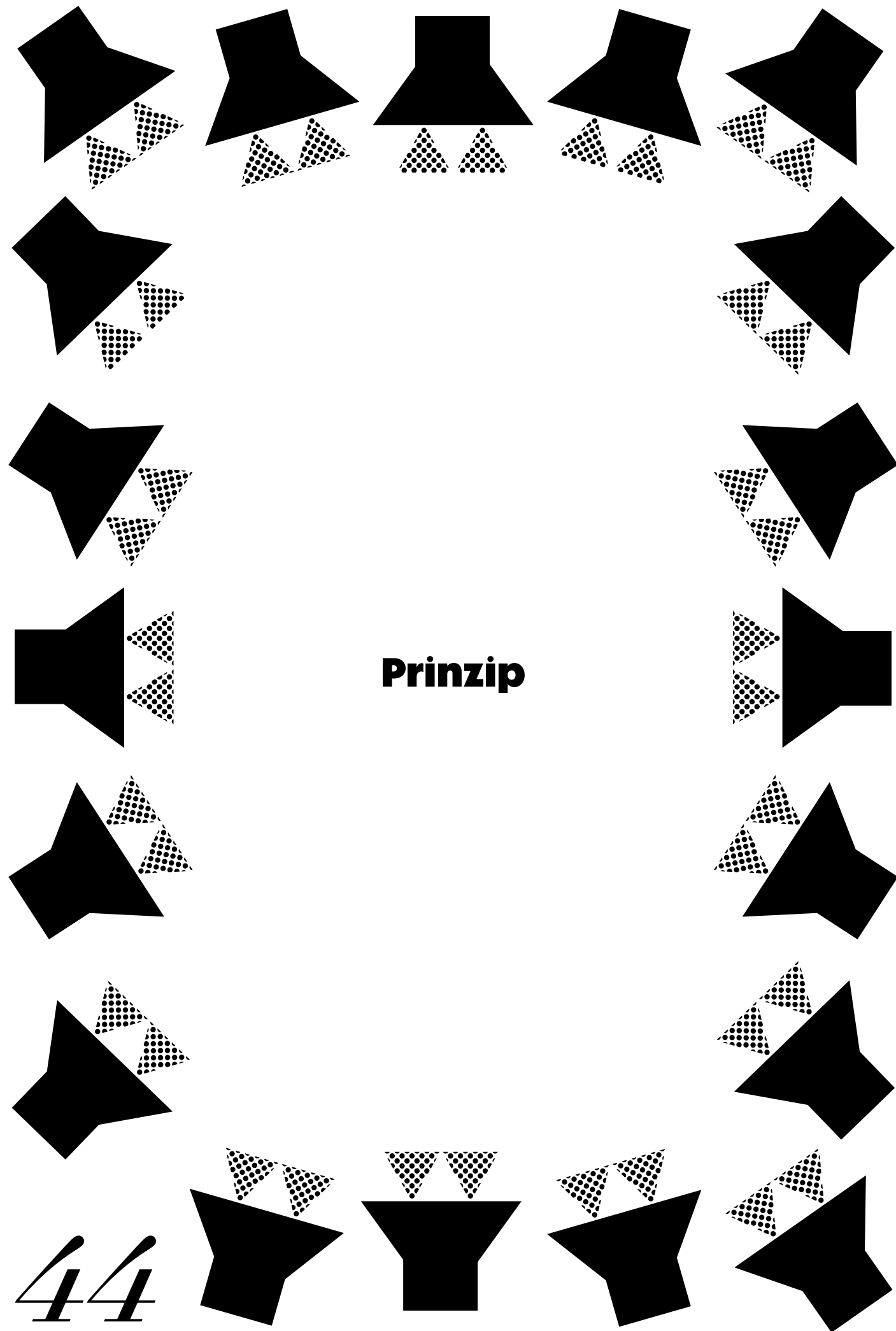
Interaktion



Narration



Wissen



Warum Medien die Rahmenbedingungen von Kommunikation beschreiben, aber nicht ihr Prinzip.

Medien liefern den Kontext, also den Bezugsrahmen, in dem Kommunikation stattfindet. Wer sie zu Kategorien macht, beschreibt zwar den Ort der Kommunikation, aber nicht, wie sie gelingt.

8. Medien als Kontexte, nicht als Kategorien

8.1

Medien beschreiben den Ort, nicht die Logik

In der traditionellen Ausbildung werden Kommunikationsbereiche häufig über Medien definiert: Print, Digital, Bewegtbild, Raum. Diese Einteilung wirkt auf den ersten Blick plausibel, weil sie sich an sichtbaren Formaten orientiert.

Bei genauer Betrachtung zeigt sich jedoch, dass Medien keine stabile Grundlage für die Ordnung der Disziplin bieten. Medien beschreiben, wo Kommunikation stattfindet. Sie beschreiben nicht, wie sie funktioniert.

Ein und dasselbe Medium kann sehr unterschiedliche kommunikative Funktionen erfüllen. Ein Interface kann Orientierung schaffen, Handlung ermöglichen oder Wissen vermitteln. Ein Film kann erzählen, erklären oder Markenidentität aufbauen. Ein gedrucktes Medium kann informieren, inszenieren oder strukturieren.

Die mediale Form ist daher nicht bestimmend für die Logik der Kommunikation, sondern lediglich ihr Träger.

8.2

Raum, Screen, Print und Bewegtbild als Kontexte

Aus dieser Perspektive lassen sich Medien als Kontexte verstehen, in denen Kommunikationslogiken wirksam werden. Zu den zentralen Kontexten gehören unter anderem:

- **Raum:**
physische und inszenierte Umgebungen
- **Screen:**
digitale Interfaces und interaktive Systeme
- **Print:**
statische, materielle Informationsträger
- **Bewegtbild:**
zeitbasierte audiovisuelle Formate

Diese Kontexte unterscheiden sich in ihren technischen Bedingungen, Wahrnehmungsformen und Nutzungssituationen. Sie stellen unterschiedliche Anforderungen an Gestaltung und Umsetzung.

Gleichzeitig sind sie offen für verschiedene Kommunikationslogiken. Ein Raum kann Orientierung geben, Wissen vermitteln oder Erlebnisse inszenieren. Ein Screen kann Interaktion ermöglichen, Inhalte strukturieren oder Markenidentität transportieren.

Ein Bewegtbild kann erzählen, erklären oder Aufmerksamkeit erzeugen. Diese Logik ergibt sich nicht aus dem Medium selbst. Sie ergibt sich aus der kommunikativen Aufgabe heraus.

8.3

Szenografie und Spatial Communication richtig eingeordnet

Besonders deutlich wird dieser Zusammenhang am Beispiel von Szenografie und räumlicher Kommunikation. Auf den ersten Blick erscheint Szenografie als eigenständiger Anwendungsbereich neben anderen Disziplinen. Bei genauer Betrachtung zeigt sich jedoch, dass sie keine eigene Wirkungslogik darstellt, sondern einen spezifischen Kontext.

Szenografie beschreibt die Gestaltung von Kommunikation im Raum. Je nach Aufgabe kann sie unterschiedliche Funktionen erfüllen:

Ein Ausstellungsraum vermittelt Wissen.

Ein Leitsystem ermöglicht Orientierung und Handlung.

Ein Markenraum stabilisiert Identität.

Eine immersive Installation inszeniert Erleben über Zeit.

Was sich ändert, ist der Kontext, nicht die zugrunde liegende Logik. Szenografie ist daher keine zusätzliche Kategorie neben anderen Anwendungsbereichen, sondern ein Raum, in dem verschiedene Kommunikationslogiken zur Anwendung kommen.

8.4

Konsequenzen für die Ordnung der Disziplin

Die Unterscheidung zwischen Kommunikationslogik und medialem Kontext schafft Klarheit auf einer strukturellen Ebene. Sie verhindert, dass unterschiedliche Ebenen miteinander vermischt werden. Sie ermöglicht es, die Vielfalt der Disziplin zu ordnen, ohne sie zu vereinfachen. Und sie macht deutlich, dass neue Medien nicht zu neuen Kategorien führen müssen, sondern bestehende Logiken in neuen Kontexten wirksam werden. Damit wird das Modell anschlussfähig für zukünftige Entwicklungen.

Neue Technologien oder Formate lassen sich integrieren, ohne die grundlegende Struktur zu verändern.

8.5

Konsequenzen für die Ausbildung

Für die Ausbildung bedeutet diese Unterscheidung eine Verschiebung der Perspektive. Studierende lernen nicht primär, einzelne Medien zu beherrschen, sie lernen vielmehr, wie Kommunikation in unterschiedlichen Kontexten funktioniert.

Medienkompetenz bleibt wichtig, wird jedoch anders verortet. Sie ist nicht mehr der Ausgangspunkt der Ausbildung, sondern Teil des Curriculums. Die zentrale Kompetenz liegt in der Fähigkeit, Kommunikationslogiken zu erkennen, zu unterscheiden und gezielt einzusetzen, unabhängig davon, ob die Umsetzung im Raum, auf dem Screen, im Print oder im Bewegtbild erfolgt.

Die Diskussion Generalismus oder Spezialisierung ist weniger analytisch als programmatisch und wird der Komplexität der Disziplin nicht gerecht.

General vs. Spezial

Die Frage „Generalist:in oder Spezialist:in?“ wird meist als Grundsatzfrage behandelt. Unter den Bedingungen der Disziplin ist sie jedoch falsch gestellt. Denn weder Generalisierung noch Spezialisierung allein werden der Komplexität gerecht. Entscheidend ist eine Studienstruktur, die gemeinsames Verständnis, fachliche Tiefe und Zusammenarbeit miteinander verbindet.

9. Die Lösung des Ausbildungs-dilemmas

9.1 Vom Entweder- oder zur strukturierten Verbindung

Das Ausbildungsdilemma im Kommunikationsdesign entsteht aus einem scheinbaren Widerspruch:

Ein Studium muss einerseits eine gemeinsame Grundlage schaffen, damit Studierende ein geteiltes Verständnis entwickeln.

Gleichzeitig muss es Spezialisierung ermöglichen, damit professionelle Handlungskompetenz entsteht. In der bisherigen Ausbildung wird dieser Widerspruch häufig als Entweder- oder behandelt.

Entweder wird versucht, möglichst viele Inhalte abzudecken. Auf Kosten der Tiefe. Oder es wird früh spezialisiert, auf Kosten des Verständnisses für das Gesamtfeld. Beide Wege führen zu strukturellen Defiziten.

9.2 Verstehen: Kommunikationslogiken als gemeinsame Grundlage

Die vier Kommunikationslogiken bilden die konzeptionelle Grundlage der Ausbildung. Sie vermitteln ein grundlegendes Verständnis davon, wie Kommunikation funktioniert, unabhängig von Medien, Tools oder konkreten Anwendungen.

Studierende lernen:

- wie Bedeutung entsteht
- wie Orientierung geschaffen wird
- wie Handlung ermöglicht wird
- wie Wissen strukturiert wird

Dieses Verständnis schafft eine gemeinsame Denkbasis, die es ermöglicht, unterschiedliche Perspektiven zu integrieren und interdisziplinär zu arbeiten. Es ersetzt kein Fachwissen, aber es macht Fachwissen anschlussfähig.

9.3 Können: Anwendungsbezogene Ausbildungspfade

Auf dieser Grundlage erfolgt die Vertiefung in anwendungsbezogenen Ausbildungspfaden. Diese Pfade orientieren sich an realen Handlungsfeldern des Kommunikationsdesigns, etwa:

- Brand Identity / Design
- Brand Communication / PR
- Service Design & UX
- Editorial & Publishing
- Broadcasting & Streaming
- Game Design
- Scenography / Spatial Communication
- Packaging Design

In diesen Feldern entwickeln Studierende spezifische Kompetenzen, die für professionelle Praxis erforderlich sind. Sie lernen nicht alles, sondern das, was sie in einem Feld wirklich beherrschen müssen.

Damit wird Spezialisierung nicht zum Zufall, sondern zum strukturellen Bestandteil der Ausbildung.

9.4 Integration: Zusammenarbeit als Kernkompetenz

Die Trennung von Verstehen und Können bedeutet nicht, dass beide Ebenen isoliert voneinander existieren. Im Gegenteil: Ihre Verbindung ist der zentrale Bestandteil der Ausbildung.

In projektbasierten Formaten arbeiten Studierende unterschiedlicher Pfade zusammen. Sie bringen ihre jeweiligen Kompetenzen ein und ergänzen sich gegenseitig.

Dadurch entsteht eine Form der Zusammenarbeit, die der Praxis entspricht: Komplexe Kommunikationsaufgaben werden nicht von Einzelnen gelöst, sondern im Zusammenspiel unterschiedlicher Expertisen. Diese integrative Kompetenz wird zu einer Schlüsselqualifikation.

Sie umfasst:

- die Fähigkeit, die eigene Rolle zu verstehen
- die Fähigkeit, andere Perspektiven einzubeziehen
- die Fähigkeit, gemeinsam zu tragfähigen Entscheidungen zu kommen Im Kontext generativer Systeme gewinnt diese Kompetenz zusätzlich an Bedeutung.

KI erweitert die Möglichkeiten der Produktion, ersetzt jedoch nicht die Fähigkeit, Probleme zu verstehen, Entscheidungen zu treffen und Lösungen zu verantworten.

Die Lösung liegt nicht in einer Gewichtungsfraage, sondern in einer klaren Trennung und Verbindung von zwei unterschiedlichen Ebenen: Verstehen und Können.

9.5 Konsequenzen
für die Studienstruktur

Aus der Verbindung von Kommunikationslogiken und Ausbildungspfaden ergibt sich eine klare Studienarchitektur:

Frühe Phase:
Aufbau einer gemeinsamen Grundlage
in Wahrnehmung, Gestaltung und
Kommunikationslogiken

Mittlere Phase:
Orientierung und Exploration
unterschiedlicher Anwendungsbereiche

Späte Phase:
Vertiefung in einem oder
mehreren Ausbildungspfaden

Diese Struktur ermöglicht es, Breite und Tiefe nicht gegeneinander auszuspielen, sondern systematisch zu verbinden. Studierende entwickeln zunächst ein Verständnis für die Disziplin als Ganzes und entscheiden auf dieser Grundlage über ihre Spezialisierung.

9.6 Auflösung
des Dilemmas

Mit dieser Struktur wird das zentrale Ausbildungsproblem aufgelöst. Die Kommunikationslogiken schaffen ein gemeinsames Fundament.

Die Ausbildungspfade ermöglichen fachliche Tiefe. Die projektbasierte Integration verbindet beides in der Anwendung.

- Ohne gemeinsame Grundlage fehlt das Verständnis.
- Ohne Vertiefung fehlt die Fähigkeit.
- Ohne Integration fehlt die Praxis.

Die vorgeschlagene Struktur verbindet alle drei Ebenen.

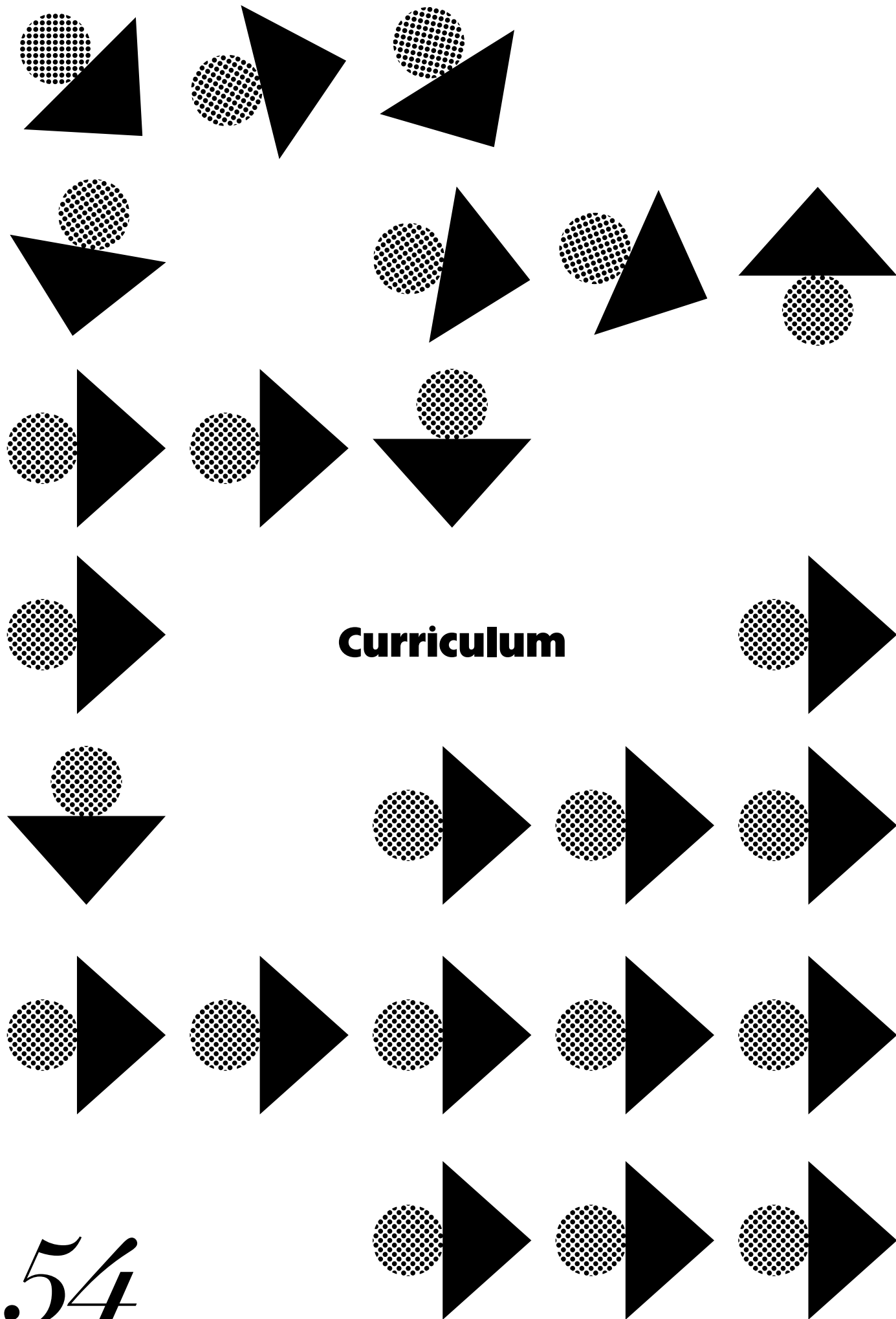
9.7 Anschlussfähigkeit
an die Realität

Die vorgeschlagene Lösung ist an die unterschiedlichen professionellen Realitäten der Disziplin Kommunikationsdesign anschlussfähig.

Sie berücksichtigt:

- die zunehmende Komplexität der Medienwelt
- die Notwendigkeit spezialisierter Kompetenzen
- die Bedeutung interdisziplinärer Zusammenarbeit
- die Rolle von KI als gestaltbares Material und nicht nur als Werkzeug

Auf diese Weise entsteht ein Ausbildungsmodell, das nicht versucht, die Vergangenheit zu optimieren, stattdessen aber auf die Bedingungen des 21. Jahrhunderts reagiert.



Was eine Struktur leisten muss, damit ein Studium der Komplexität der Disziplin gerecht wird.

Ein zukunftsfähiges Curriculum braucht weniger Inhalte und eine klare Struktur, die eine Trennung von Denken, Umsetzen und Einordnen ermöglicht, sodass die Vielfalt beherrschbar wird.

10. Studienarchitektur und Curriculum

10.1 Grundprinzip: Struktur statt Addition

Die vorgeschlagene Studienarchitektur folgt nicht der Logik der Kumulation, stattdessen basiert sie auf einer bestimmten Struktur.

Statt immer neue Inhalte und Formate in bestehende Curricula zu integrieren, wird das Studium von Grund auf neu organisiert, entlang der zuvor beschriebenen Trennung und Verbindung von Verstehen und Können. Das Studium basiert auf drei miteinander verzahnten Modultypen:

- Studio (Projekt- und Integrationsmodul)
- Lab (Kompetenz- und Umsetzungsmodul)
- Kontext (Reflexions- und Orientierungsmodul)

Diese Struktur ermöglicht es, konzeptionelle, gestalterische und theoretische Kompetenzen systematisch zu verbinden, ohne sie zu vermischen.

10.2 Studio: Der Ort des Denkens und Entscheidens

Das Studio ist das zentrale Modul des Studiums. Hier werden komplexe Kommunikationsprobleme bearbeitet, analysiert und in tragfähige Lösungen überführt.

Das Studio ist der Ort, an dem die Kommunikationslogiken praktisch angewendet und miteinander verbunden werden.

Im Studio geht es nicht primär um Gestaltung, sondern um:

- Problemverständnis
- Entwicklung von Insights
- Konzeption und Ideenentwicklung
- System- und Strukturentscheidungen
- Ableitung konkreter Kommunikationslösungen

Gestaltung ist Teil des Prozesses, aber sie folgt der konzeptionellen Entscheidung. Das Studio ist damit der „Motor“ des Studiums.

10.3 Lab: Der Ort der Umsetzung und Präzision

Das Lab vermittelt die notwendigen gestalterischen und technischen Kompetenzen.

Hier werden die Craft-Disziplinen systematisch aufgebaut und vertieft, darunter:

- Typografie und Grafikdesign
- Interface Design (UI)
- Motion Design, Animation und Film
- Fotografie und Illustration
- CGI und 3D-Konstruktion
- Creative Coding
- Sound Design

Diese Kompetenzen werden nicht isoliert vermittelt, sondern im Zusammenhang mit konkreten Anforderungen aus den Studios.

10.4 Kontext: Der Ort der Einordnung und Reflexion

Das Kontext-Modul schafft die notwendige theoretische und methodische Grundlage. Hier geht es um:

- Wahrnehmung und Kommunikationstheorie
- Designgeschichte und Medienentwicklung
- Ethik und Verantwortung
- Research-Methoden und Analysekompetenz
- Gesellschaftliche und wirtschaftliche Zusammenhänge

Das Lab ist die „Werkbank“ des Studiums: Hier wird das, was im Studio gedacht wird, präzise umgesetzt.

Dabei wird KI nicht nur als Werkzeug verstanden, sondern als Material, das gestaltet, variiert und gezielt eingesetzt wird.

10.5 Phasenmodell des Studiums

Das Studium ist in drei aufeinander aufbauende Phasen gegliedert:

Phase 1: Grundlage (Semester 1–2)

Ziel ist ein gemeinsames Verständnis der Disziplin.

- Einführung in Wahrnehmung, Gestaltung und Kommunikationslogiken
- Aufbau grundlegender gestalterischer und analytischer Fähigkeiten
- Keine Spezialisierung

Phase 2: Orientierung und Rotation (Semester 3–4)

Ziel ist fundierte Entscheidungen für eine spätere Vertiefung zu ermöglichen.

- Einblick in unterschiedliche Anwendungsbereiche
- Arbeit in verschiedenen Kommunikationslogiken
- Erste Schwerpunktbildung

Phase 3: Vertiefung (Semester 5–7)

Ziel ist professionelle Handlungskompetenz

- Spezialisierung in einem oder mehreren Ausbildungspfaden
- Komplexe Projekte in realitätsnahen Kontexten
- Integration von Konzept, Gestaltung und Umsetzung

Optional: Praxissemester oder Auslandsaufenthalt.

10.6 Serielle statt parallele Lehre

Ein zentrales Element der Studienarchitektur ist die Organisation der Lehre. Statt viele Module parallel laufen zu lassen, werden Inhalte seriell vermittelt.

Das bedeutet, dass Studierende sich über einen definierten Zeitraum auf ein Modul konzentrieren, bevor sie zum nächsten wechseln.

Diese Struktur hat mehrere Vorteile:

- Höhere Konzentration und weniger Fragmentierung
- Tiefere Durchdringung komplexer Inhalte
- Bessere Verzahnung von Theorie, Konzept und Umsetzung

Die serielle Organisation ermöglicht es, die Komplexität der Inhalte zu reduzieren, ohne sie zu vereinfachen.

10.7 Integration von KI und neuen Technologien

Die Studienarchitektur berücksichtigt die veränderten Bedingungen durch generative Systeme. KI wird nicht als zusätzliches Tool vermittelt, sondern als integraler Bestandteil der gestalterischen und konzeptionellen Arbeit verstanden.

Studierende lernen:

- KI als Material zu begreifen und zu nutzen
- Ergebnisse zu bewerten und zu steuern
- eigene Ideen mit maschinellen Vorschlägen zu verbinden
- Verantwortung für Entscheidungen zu übernehmen

Dadurch wird KI zur Erweiterung menschlicher Kompetenz.

10.8 Ergebnis: Eine anschlussfähige Studienstruktur

Die vorgeschlagene Studienarchitektur erfüllt mehrere Anforderungen gleichzeitig:

- Sie schafft eine gemeinsame Grundlage
- Sie ermöglicht fachliche Vertiefung
- Sie fördert interdisziplinäre Zusammenarbeit
- Sie ist organisatorisch umsetzbar

So entsteht ein Studium, das der Komplexität der Disziplin gerecht wird, ohne daran zu scheitern.

Unter welchen Bedingungen eine Reform nicht nur denkbar, sondern tatsächlich umsetzbar wird.



Die entscheidende Frage ist nicht, ob sich Hochschulen Veränderungen leisten können, die Frage ist, ob sie es sich noch leisten können, auf eine veränderte Disziplin mit einer unveränderten Ausbildungslogik zu reagieren.

11. Anschlussfähigkeit, Umsetzung und Perspektive

11.1 Reform als Weiterentwicklung, keine Abkehr vom Bestehenden

Die vorgeschlagene Neustrukturierung ist keine radikale Abkehr vom Bestehenden, sondern eine konsequente Weiterentwicklung.

Viele Elemente, die im White Paper beschrieben werden, existieren bereits in unterschiedlichen Formen: projektbasierte Lehre, gestalterische Grundlagen, spezialisierte Vertiefungen. Was bislang fehlt, ist eine klare Ordnung, die diese Elemente sinnvoll miteinander verbindet.

Die Reform setzt genau hier an. Sie strukturiert, was vorhanden ist, und richtet es an den Anforderungen einer veränderten Disziplin aus.

Damit wird sie anschlussfähig für bestehende Hochschulen und Studiengänge.

11.2 Umsetzung unter realen Bedingungen

Die Einführung einer neuen Studienarchitektur erfolgt nicht im luftleeren Raum. Staatliche Hochschulen arbeiten mit bestehenden personellen Strukturen, langfristigen Verpflichtungen und begrenzten Ressourcen.

Gerade deshalb ist es entscheidend, dass die Reform nicht auf idealtypische Bedingungen angewiesen ist. Die Reform kann somit nicht nur reagieren, sondern aktiv gestalten. Sie kann schrittweise umgesetzt werden:

- durch die Neuordnung bestehender Module
- durch die Einführung klarer Modultypen (Studio, Lab, Kontext)
- durch die Anpassung von Prüfungsformaten
- durch gezielte Ergänzungen über Lehraufträge

Insbesondere Lehraufträge bieten die Möglichkeit, neue Kompetenzen und Perspektiven einzubringen, ohne bestehende Strukturen sofort grundlegend verändern zu müssen.

11.3 Zeitfenster für Veränderung

Die aktuellen Rahmenbedingungen eröffnen ein günstiges Zeitfenster für strukturelle Veränderungen.

Ein Generationswechsel im Kollegium führt dazu, dass in den kommenden Jahren zahlreiche Professuren neu besetzt werden. Gleichzeitig steigt der Druck auf Studiengänge, sich klarer zu positionieren und für Studierende attraktiver zu werden.

Diese Entwicklung schafft Spielräume, um neue Strukturen einzuführen und bestehende Profile zu schärfen.

11.4 Differenzierung und Profilbildung von Hochschulen

Ein weiterer zentraler Aspekt ist die strategische Positionierung von Hochschulen. In vielen Regionen existieren zahlreiche Studiengänge mit ähnlichen Profilen. Die Folge ist ein Wettbewerb um Studierende, der häufig über Austauschbarkeit statt über klare Differenzierung geführt wird. Die vorgeschlagene Struktur ermöglicht eine andere Form der Profilbildung. Hochschulen können:

- unterschiedliche Ausbildungspfade stärken
- spezifische Schwerpunkte setzen
- sich in bestimmten Anwendungsbereichen positionieren

Dadurch wird die Vielfalt der Anwendungsbereiche nicht zum Hindernis, sondern zur Chance für eine Neugestaltung der kreativen Hochschulbildung.

11.5 Bedeutung für die Praxis

Die Reform hat nicht nur Auswirkungen auf die Hochschulen, sondern auch auf die Praxis.

Unternehmen und Organisationen stehen vor der Herausforderung, Kommunikation in immer komplexeren Kontexten zu gestalten. Sie benötigen Fachkräfte, die nicht nur gestalten können, sondern verstehen, wie Kommunikation funktioniert.

Gefragt sind Profile, die:

- spezialisierte Kompetenzen mitbringen
- interdisziplinär arbeiten können
- Entscheidungen in unsicheren Situationen treffen
- mit KI und neuen Technologien reflektiert umgehen

Die vorgeschlagene kreative Bildungsreform adressiert genau diese Anforderungen der expandierenden Komplexität einer neuen Zeit.

11.6 Die Rolle von KI und technologischer Entwicklung

Die rasante Entwicklung generativer Systeme verstärkt die Notwendigkeit einer strukturellen Neuorientierung.

Die Steuerung von Prozessen, Teams und KI gehört zur erweiterten Rolle von Kommunikationsdesigner:innen. Technologien verändern die Wertschöpfung im Fachgebiet Kommunikationsdesign. Produktion wird einfacher, schneller und günstiger. Die Leistung und damit verbunden die Wertschöpfung verlagern sich. Die Möglichkeiten, Gestaltung zu produzieren, werden einfacher und vielfältiger. Damit steigt der Wert der Fähigkeit, zu entscheiden, was sinnvoll, relevant und wirksam ist. Damit gewinnt Urteilsvermögen an Bedeutung.

Die Ausbildung sollte daher weniger darauf ausgerichtet sein, möglichst viele Gestaltungswerkzeuge zu vermitteln, vielmehr sollte sie darauf abzielen, Entscheidungen zu ermöglichen und zu verantworten.

11.7 Validierung durch die Praxis

Die im White Paper formulierten Thesen basieren nicht ausschließlich auf theoretischen Überlegungen.

Eine Befragung unter Mitgliedern des Art Directors Club für Deutschland (ADC) liefert zusätzliche Hinweise auf die aktuelle Situation in der Praxis. Die Ergebnisse zeigen ein klares Bild:

- Die Anforderungen an Kommunikationsdesigner:innen haben sich deutlich erweitert
- Interdisziplinäre Zusammenarbeit wird als zentral eingeschätzt
- klassische, rein gestalterische Profile verlieren an Bedeutung
- konzeptionelle Fähigkeiten und Urteilskraft gewinnen an Relevanz

Die Ergebnisse bestätigen die zentrale These dieses White Papers: Die Disziplin hat sich verändert – die Ausbildung muss nachziehen.

11.8 Perspektive: Kommunikationsdesign im 21. Jahrhundert

Kommunikationsdesign entwickelt sich zunehmend zu einer Disziplin, die strukturiert, vermittelt und entscheidet, statt sich auf die ästhetische Gestaltung zu konzentrieren. Es geht nicht mehr primär darum, Inhalte sichtbar zu machen, sondern darum, Bedeutung zu erzeugen, Orientierung zu geben und Handlung zu ermöglichen.

Damit wird Kommunikationsdesign zu einer Schlüsselkompetenz im Medien- und Informationszeitalter. Die vorgeschlagene Reform versteht sich als Beitrag, diese Rolle in der Ausbildung abzubilden und weiterzuentwickeln.

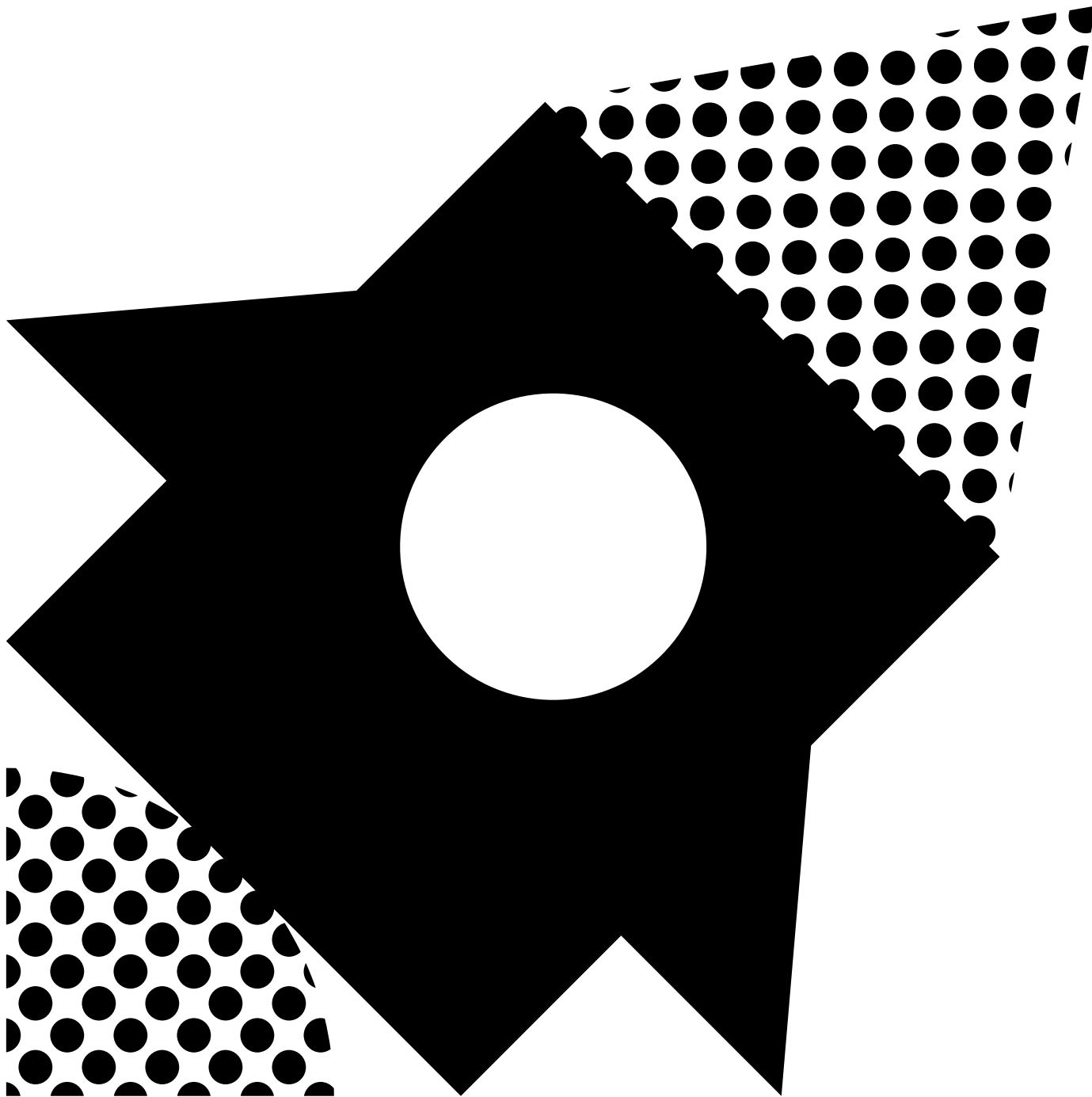
11.9 Fazit

Die Herausforderungen der Disziplin lassen sich nicht durch mehr Inhalte oder neue Werkzeuge lösen. Sie erfordern eine neue Ordnung.

Die Kombination aus Kommunikationslogiken als gemeinsamer Grundlage und anwendungsbezogenen Ausbildungspfaden als Vertiefung bietet eine Struktur, die sowohl die Komplexität der Disziplin berücksichtigt als auch professionelle Handlungskompetenz ermöglicht.

Dadurch entsteht ein Studienmodell, das Komplexität arbeitsteilig beherrscht, anstatt zu versuchen, alles unterzubringen, was möglich ist.

Die eigentliche Zukunftsfrage.



Zukunft?

Die Zukunft des Kommunikationsdesigns hängt nicht von der nächsten Technologie ab. Sie hängt davon ab, ob es gelingt, aus einer historisch gewachsenen Lehre ein zeitgemäßes Verständnis der Disziplin zu entwickeln und diese nachvollziehbar zu ordnen.

Schlusswort

Nicht die nächste Technologie entscheidet über die Zukunft des Kommunikationsdesigns, sondern die Art und Weise, wie wir die Ausbildung gestalten. Die Voraussetzungen dafür sind vorhanden. Wissen, Erfahrung und funktionierende Lehrformate existieren bereits. Was bislang fehlt, ist eine gemeinsame Ordnung, die diese Elemente sinnvoll verbindet und an den Anforderungen der Gegenwart ausrichtet. Dieses White Paper versteht sich als Beitrag zu dieser Ordnung. Es richtet sich gleichermaßen an Hochschulen, Lehrende, Studierende und die Praxis und versteht sich nicht als fertige Lösung, sondern als struktureller Vorschlag, der weitergedacht, angepasst und konkretisiert werden kann. Die zentrale These ist dabei einfach:

Kommunikationsdesign ist keine Sammlung von Medien und Werkzeugen.

► **Es ist eine eigenständige Disziplin mit zahlreichen Anwendungsbereichen, die darüber entscheidet, ob und wie Kommunikation im Medienzeitalter gelingt.**

Wer diese Perspektive ernst nimmt, muss auch die Konsequenzen für die Ausbildung ziehen. Es geht nicht um eine abstrakte Reform, sondern um eine konkrete Weiterentwicklung bestehender Strukturen.

Die kommenden Jahre bieten dafür eine seltene Gelegenheit. Ein Generationswechsel im Kollegium, technologische Umbrüche und ein wachsender Druck zur Profilbildung schaffen die notwendigen Spielräume. Diese Spielräume können genutzt werden. Die vorgeschlagene Struktur liefert dafür einen möglichen Rahmen.

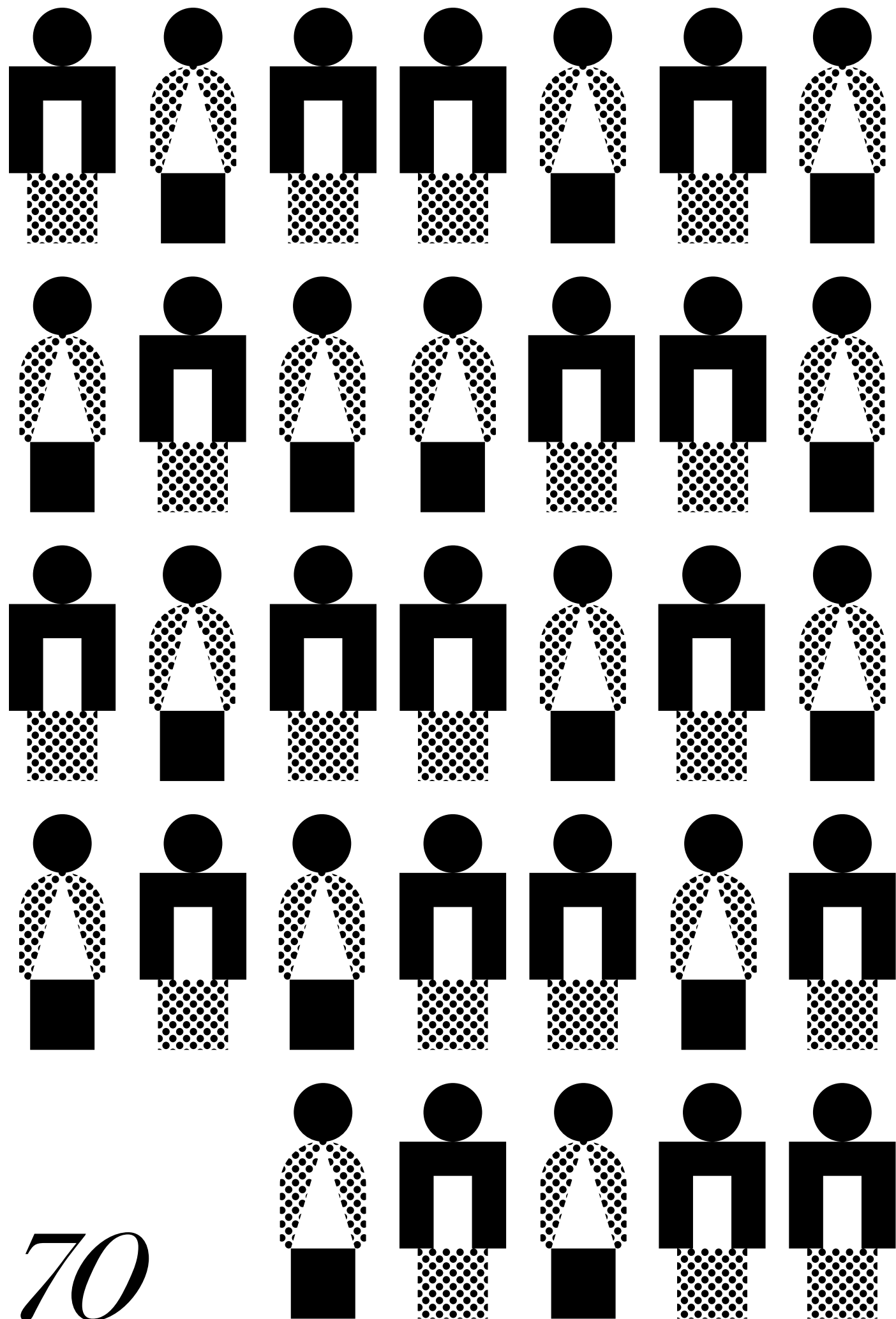
Sie schafft eine gemeinsame Grundlage, ermöglicht Spezialisierung und verbindet beides in der Anwendung. Die bisherigen Vorbilder – die Werkkunstschulen, das Bauhaus und die HfG Ulm – reagierten auf die industriellen und technologischen Umbrüche ihrer Zeit. Die Herausforderung unserer Zeit ist jedoch nicht mehr allein die Massenproduktion von Konsumgütern, sondern vor allem die multimediale Omnipräsenz von Kommunikation.

Sie bringt unaufhörlich neue Produkte, Angebote, Empfehlungen, Ratschläge, Lehrinhalte, Communities, Trends, Weltanschauungen und vieles andere mehr hervor. In dieser Flut ist es die höchste Aufgabe des Kommunikationsdesigns, nicht noch mehr hinzuzufügen, sondern als Filter und Wegweiser zu fungieren.

Um dieser Verantwortung gerecht zu werden, müssen die Disziplinen des Kommunikationsdesigns im wahrsten Sinne des Wortes kultiviert werden. Das bedeutet, das damit verbundene Wissen, die Fähigkeiten und das Handwerk für eine neue Zeit nutzbar zu machen und auf eine höhere Stufe zu heben.

**Kurz:
Es ist Zeit für eine neue tertiäre Kommunikationsdesign (Aus-) Bildung im Medienzeitalter.**

Dann klappt es auch mit der Wertschätzung und vor allem mit der Anerkennung in Form einer angemessenen Honorierung der Kommunikationsdesign Leistungen im Medienzeitalter.



Die folgenden Anhänge konkretisieren die im White Paper entwickelten Thesen anhand eines beispielhaften Curriculums und empirischer Befunde aus der Praxis.

Survey

Sie machen sichtbar, wie sich die vorgeschlagene Studienlogik strukturell umsetzen lässt und welche Anforderungen sich aus Sicht erfahrener Branchenvertreter:innen ergeben. Damit verbinden sie konzeptionelle Überlegungen mit konkreter Ausgestaltung und fundierter Einordnung der aktuellen Ausbildungssituation.

Anhang A

Beispielcurriculum
(BA 7 Semester / 210 ECTS)

A.1	Studienverlaufsmodell (Übersicht) Das Curriculum folgt der im White Paper entwickelten Logik: • Verstehen (Kommunikationslogiken) • Können (Anwendungspfad / Spezialisierung) • Integration (Studio-Projekte) Strukturell basiert jedes Semester auf drei Modultypen: • Studio (10 ECTS) → Konzept, Integration, Anwendung • Lab (10 ECTS) → Craft, Umsetzung, technische Kompetenz • Kontext (10 ECTS) → Theorie, Reflexion, Einordnung Insgesamt: 30 ECTS pro Semester	
A.2	Phasenstruktur des Studiums	
Phase	Semester	Fokus
Grundlage	1–2	Verstehen
Rotation	3–4	Orientierung
Vertiefung I	5	Entscheidung
Praxis / Ausland	6	Anwendung
Vertiefung II	7	Professionalisierung

A.3

Beispielhafte Modulstruktur pro Semester

Semester 1 – Grundlagen I

Studio 1: Kommunikation verstehen

- Einführung in Kommunikationsprobleme.
- Erste Anwendung der vier Logiken.

Lab 1: Gestaltung und Wahrnehmung

- Typografie, Layout, visuelle Grundlagen

Kontext 1: Einführung

Kommunikationsdesign

- Disziplin, Geschichte, Medienverständnis

Semester 3 – Rotation I

Studio 3: Identität & Narration

- Branding + Storytelling

Lab 3: Motion / Bild / Audio Grundlagen

- Bewegtbild, Fotografie, Sound

Kontext 3: Medien und Gesellschaft

- Medienlogik, Öffentlichkeit

Semester 5 – Vertiefung I

Der entscheidende Schritt

Studio 5: Spezialisierung I

- Projekt im gewählten Anwendungsbereich

Lab 5: Craft Vertiefung

- spezifische Umsetzungs-kompetenzen

Kontext 5: Strategie, KI, Verantwortung

- Entscheidungsfähigkeit

Semester 2 – Grundlagen II

Studio 2: Idee und Konzept

- Insight, Idee, einfache Kommunikationssysteme

Lab 2: Digitale Gestaltung /

Interface Basics

- Screen, UI-Grundlagen

Kontext 2: Wahrnehmung

und Kommunikation

- Kognition, Aufmerksamkeit, Bedeutung

Semester 4 – Rotation II

Studio 4: Interaktion & Wissen

- UX, Service, Informationsdesign

Lab 4: Interaction / Prototyping /

Coding Basics

- UX, Tools, Prototyping

Kontext 4: Research & Strategie

- Analyse, Zielgruppen, Kontextverständnis

Semester 6 – Praxis / Internationalisierung

(30 ECTS) Pflichtmodul

Option A: Praxissemester

- Agentur / Unternehmen im gewählten Feld

Option B: Auslandssemester

- Vertiefung an Partnerhochschule

Semester 7 – Vertiefung II & Abschluss

Reifephase

Studio 6: Abschlussprojekt (BA)

- basierend auf Praxis-Erfahrung

Lab 6: Umsetzung / Produktion

- professionelle Ausarbeitung

Kontext 6: Reflexion & Positionierung

- Portfolio, Rolle, Karriere

Studio (10 ECTS)
► Fokus: Concept

- Problemverständnis
- Insight & Idee
- Konzept & System
- Anwendung der Kommunikationslogiken

Lab (10 ECTS)
► Fokus: Craft

- Gestaltung
- Tools
- Medienproduktion
- technische Umsetzung

Kontext (10 ECTS)
► Fokus: Verstehen

- Theorie
- Analyse
- Einordnung
- Reflexion

Wichtige strukturelle
Prinzipien

1. Trennung und Verbindung von Concept & Craft
 - nicht vermischen, aber im Studio zusammenführen
2. Serielle Lehre (empfohlen)
 - 4–5 Wochen pro Modul
 - Fokus statt Parallelbelastung
 - höhere Tiefe
3. Kohortenlogik
 - 50–60 Studierende optimal
 - Studio-Gruppen: 15–20
4. KI als integraler Bestandteil
 - nicht eigenes Modul
 - sondern Bestandteil von Studio & Lab
 - Nutzung als Material, nicht nur Werkzeug

Warum wenige, größere Module
sinnvoll sind.

Die vorgeschlagene Studienarchitektur setzt bewusst auf wenige, dafür inhaltlich und zeitlich substanziell ausgestattete Module. Der Grund dafür ist didaktischer, nicht administrativer Natur. Kommunikationsdesign ist eine projektbasierte Disziplin, in der komplexe Leistungen nicht durch die Addition vieler kleiner Lerneinheiten entstehen, sondern durch die integrierte Bearbeitung zusammenhängender Problemstellungen.

Recherche, Analyse, Insight, Idee, Entwurf, Test, Überarbeitung und Umsetzung bilden einen Lernzusammenhang, der sich nur begrenzt sinnvoll in kleinteilige Module zerlegen lässt.

Die verbreitete Tendenz, Module mit 5 ECTS zu strukturieren, erleichtert zwar formale Curriculumsplanung und fachbereichsübergreifende Kombinierbarkeit, führt in projektorientierten Studiengängen jedoch häufig zu einer Zersplitterung des Lernens.

Viele kleine Module bedeuten mehr Parallelität, mehr Prüfungen, mehr organisatorische Komplexität und oft weniger inhaltliche Tiefe. Für das Kommunikationsdesign ist daher nicht die kleinstmögliche, sondern die didaktisch sinnvollste Moduleinheit entscheidend.

Die langjährige Erfahrung der Designfachbereiche mit hohen Workloads und projektorientierten Studienformaten ist in diesem Zusammenhang kein Sonderweg, sondern ein Hinweis auf eine Lernlogik, die der Realität komplexer Gestaltungs- und Kommunikationsprozesse besser entspricht. Insofern spricht vieles dafür, sich an der Integrationsleistung solcher Modelle zu orientieren, statt sie zugunsten formaler Vereinheitlichung zurückzubauen.

Kurz:
Wenige, größere Module sind kein didaktischer Nachteil, sondern die Voraussetzung dafür, dass komplexe Kommunikationsaufgaben in ihrem Zusammenhang verstanden und bearbeitet werden können.

Kleinteilige 5-ECTS-Strukturen mögen administrativ effizient erscheinen, erzeugen in projektbasierten Disziplinen jedoch häufig mehr Fragmentierung als Orientierung.

Empirische Befunde zur aktuellen Ausbildungssituation
im Kommunikationsdesign

B.1

Der Art Directors Club (ADC) als Referenzrahmen

Der Art Directors Club für Deutschland (ADC) ist ein unabhängiger Zusammenschluss führender Kreativer aus allen Anwendungsbereichen des Kommunikationsdesigns (Brand Identity/Design, Brand Communication/PR, Service Design & UX, Editorial & Publishing, Broadcasting & Streaming, Scenography/Spatial Communication sowie Fotografie, Illustration, Film & Ton). Ziel des ADC ist es, herausragende kreative Leistung im Kommunikationsdesign zu finden, zu fördern und zu präsentieren. Die Aufnahme in den ADC erfolgt nicht formal über Abschlüsse, sondern über den Nachweis exzellenter Arbeiten, die im Rahmen eines qualifizierten Auswahlverfahrens von bestehenden Mitgliedern bewertet werden.

Die Mitgliedschaft basiert somit auf nachgewiesener Qualität in der kreativen Praxis. Ein zentrales Instrument dieser kollektiven Urteilspraxis ist der ADC Wettbewerb, bei dem jährlich mehrere tausend Arbeiten eingereicht und von interdisziplinär besetzten Jurys bewertet werden. Diese Jurierungen bilden über Jahre hinweg einen kontinuierlichen Referenzrahmen für die Beurteilung von kreativer Exzellenz in unterschiedlichen Anwendungsfeldern der Kommunikation.

Vor diesem Hintergrund stellen die Mitglieder des ADC eine besonders geeignete Zielgruppe für die vorliegende Untersuchung dar:

- Sie verfügen über langjährige Erfahrung in der Bewertung kreativer Arbeiten
- Sie treffen regelmäßig Entscheidungen über Qualität, Relevanz und Wirkung von Kommunikation
- Sie sind direkt mit den Anforderungen des Arbeitsmarktes und der Praxisrealität konfrontiert
- Sie beobachten kontinuierlich die Entwicklung von Nachwuchstalenten

Die Ergebnisse der Befragung sind daher nicht als repräsentative Momentaufnahme zu verstehen, sie stellen vielmehr die verdichtete Einschätzung eines erfahrenen Fachkollektivs dar. Dieses beurteilt die Entwicklung der Disziplin aus einer kuratierten, qualitätsorientierten Perspektive.

B.2

Zielsetzung der Befragung

Zur fundierten Einordnung der Reformthesen wurde eine Mitgliederbefragung unter den Mitgliedern des Art Directors Club für Deutschland (ADC) durchgeführt. Ziel war es, die Wahrnehmung der aktuellen Ausbildung im Kommunikationsdesign aus Sicht erfahrener Branchenvertreter:innen systematisch zu erfassen.

Im Fokus standen insbesondere folgende Fragestellungen:

- Welche Kompetenzen bringen Absolvent:innen aktuell mit?
- Wo liegen die größten Defizite beim Berufseinstieg?
- Welche Rolle spielen Concept und Craft im Kontext technologischer Entwicklungen, insbesondere generativer KI?
- Wie sollte die curriculare Struktur zukünftig gestaltet werden?

Die Befragung dient nicht der Repräsentativität im statistischen Sinne, sondern der qualifizierten Verdichtung von Expert:innenurteilen aus der Praxis.

B.3

Methodik und Datenbasis

Die Befragung wurde als standardisierte Online-Umfrage durchgeführt.

- Teilnehmende gesamt: 239
- Auswertbare Datensätze (je nach Frage): ca. 144–162
- Fragetypen: Skalierte Fragen, Multiple Choice, offene Antworten

Aufgrund partiell ausgefüllter Fragebögen variiert die Fallzahl je Frage. Die Ergebnisse sind daher als indikative Muster und nicht als exakte Verteilungen zu interpretieren.

Die hohe fachliche Expertise der Teilnehmenden – überwiegend aus leitenden Positionen in Agenturen, Unternehmen und kreativen Dienstleistungsbereichen – verleiht den Ergebnissen jedoch eine besondere Relevanz für die Bewertung der Ausbildungsrealität.

Verschiebung der Kompetenzdefizite: von Craft zu Concept

Die Bewertung aktueller Absolvent:innen zeigt ein konsistentes Muster:

- Technisches und gestalterisches Handwerk (Craft) wird überwiegend solide bewertet
- Konzeptionelle Fähigkeiten und strategisches Denken (Concept) werden deutlich kritischer eingeschätzt
- Am schwächsten wird das Verständnis für komplexe Kommunikationssysteme bewertet.

Der zentrale Engpass liegt damit nicht primär in der Ausführung, sondern in der Fähigkeit, Kommunikation als systemische Aufgabe zu verstehen und zu gestalten.

Implikation für die Reform:

Die Ausbildung muss den Schwerpunkt stärker auf Analyse, Kontextverständnis, Konzeptentwicklung und Wirkungslogik verlagern.

Konzeptionsfähigkeit als zentrales Defizit im Berufseinstieg

Bei der Frage nach den größten Herausforderungen in der Besetzung von Nachwuchspositionen wird am häufigsten genannt:

- fehlende Fähigkeit zur Problemanalyse
- unzureichende Konzeptionskompetenz

Deutlich seltener werden Defizite in folgenden Bereichen genannt:

- handwerkliche Tiefe
- kanalübergreifendes Arbeiten
- technologische Kenntnisse

Implikation für die Reform:

Der Arbeitsmarkt verlangt mehr Orientierungs- und Entscheidungsfähigkeit als vorrangig Tool-Kompetenz.

Concept als zukünftiger Wertschöpfungskern

Die Einschätzung der zukünftigen Relevanz zeigt ein klares Bild:

- Concept wird von einer großen Mehrheit als „sehr wichtig“ eingestuft
- Craft bleibt relevant, wird aber seltener als entscheidender Differenzierungsfaktor bewertet

Das Verhältnis verschiebt sich damit nicht zugunsten oder zulasten eines Bereichs, sondern in Richtung einer neuen Hierarchie:

- Craft bleibt notwendig.
- Concept wird entscheidend.

Implikation für die Reform:

Curricula müssen Concept strukturell stärken, ohne Craft zu vernachlässigen.

Trennung von Concept und Craft: Zustimmung mit Integrationsanspruch

Die vorgeschlagene funktionale Trennung von Concept und Craft wird mehrheitlich als sinnvoll bewertet. Gleichzeitig wird in den offenen Antworten betont:

- Beide Bereiche sind in der Praxis eng miteinander verzahnt
- Eine isolierte Vermittlung wird kritisch gesehen

Implikation für die Reform:

Concept und Craft sollten didaktisch unterschieden, aber projektbasiert integriert werden.

KI als Strukturbedingung, nicht als Zusatzthema

Die Befragung zeigt eine klare Ablehnung eines marginalen Umgangs mit KI:

- Nur eine sehr kleine Minderheit sieht KI als Randthema
- Die Mehrheit fordert eine curriculare Integration

Dabei zeigt sich ein differenziertes Bild:

- Zustimmung zu Tool-Kompetenz gleichzeitig starke Betonung von:
- kritischer Reflexion
- Verständnis der Funktionsweise
- bewusster Anwendung

Implikation für die Reform: KI ist keine Zusatzkompetenz, sie verändert die Grundlagen des Fachs. Die Ausbildung muss darauf reagieren, indem sie Urteilskraft im Umgang mit generativen Systemen systematisch entwickelt.

Die These: „Je stärker KI standardisiert, desto wichtiger werden Urteilsvermögen und Verantwortung“

erhält nahezu einhellige Zustimmung.

Dies markiert eine grundlegende Verschiebung:

- von Produktion zu Bewertung
- von Ausführung zu Entscheidung
- von Gestaltung zu Verantwortung

Implikation für die Reform:

Urteilsvermögen wird zur zentralen Leitkompetenz einer zeitgemäßen Kommunikationsdesign-Ausbildung.

Die Mehrheit der Befragten spricht sich für:

- ein breites gemeinsames Grundstudium
- eine spätere Spezialisierung (ab Mitte des Studiums oder im Master)

Nur eine kleine Minderheit befürwortet eine frühe Spezialisierung ab dem ersten Semester.

Implikation für die Reform:

Ein strukturierter Aufbau aus Grundphase, Orientierungsphase und Vertiefungsphase entspricht den Erwartungen der Praxis.

Für Masterprogramme werden besonders häufig genannt:

- interdisziplinäre und integrative Kompetenz
- Verbindung von Strategie, Gestaltung und Umsetzung
- wirtschaftliches und kommunikatives Verständnis

Deutlich weniger priorisiert werden:

- reine Designtheorie
- klassische wissenschaftliche Vertiefung

Implikation für die Reform:

Der Master sollte als Integrations- und Profilierungsstufe konzipiert werden – nicht als Verlängerung des Bachelor.

B.5

Qualitative Muster aus den offenen Antworten

Die freien Kommentare zeigen wiederkehrende Argumentationslinien:

1. Defizit an konzeptioneller Tiefe

Viele Absolvent:innen gestalten formal überzeugend, ohne die zugrunde liegende kommunikative Aufgabe ausreichend zu durchdringen.

2. Unzureichendes Praxisverständnis

Genannt werden fehlende Erfahrung mit realen Briefings, Teamarbeit und Produktionsbedingungen.

3. Verschiebung durch KI

KI wird nicht als Ersatz für Kreativität gesehen, sondern als Verstärker – mit der Folge, dass Auswahl, Bewertung und Richtung an Bedeutung gewinnen.

4. Bedarf an Orientierung vor Spezialisierung

Ein breites Fundament wird als Voraussetzung für sinnvolle Vertiefung betrachtet.

B.6

Einordnung der Ergebnisse

Die ADC-Mitgliederbefragung zeigt kein generelles Scheitern der bestehenden Ausbildung.

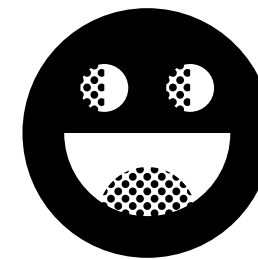
Sie macht jedoch eine klare strukturelle Verschiebung sichtbar:

- Weg von der reinen Gestaltungscompetenz
- hin zur Fähigkeit, Kommunikation als System zu verstehen und zu steuern

Die zentralen Engpässe liegen heute in:

- Problemanalyse
- Konzeptentwicklung
- systemischem Verständnis
- Urteilsvermögen

© Prof. Richard Jung,
2026



Gestaltung
EIGA

Damit stützen die Ergebnisse die zentrale These dieses White Papers:

Kommunikationsdesign im 21. Jahrhundert ist weniger eine Frage der Gestaltung als eine Frage der Orientierung, Entscheidung und Wirkung.

**K
C
e
W
Z**

th

**V
i
t
e
l**