

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Inhaltsverzeichnis | A |
| Abbildungsverzeichnis | D |
| Tabellenverzeichnis | E |
| Abkürzungsverzeichnis | F |
| 1 Einleitung | 1 |
| 1.1 Problemstellung: Warum die Employability von Hochschulbildung eine besondere Brisanz besitzt..... | 2 |
| 1.2 Aufgabe und Ziel: Warum eine domänenspezifische Analyse im Vordergrund steht..... | 5 |
| 1.3 Methoden und Aufbau der Arbeit | 8 |
| 2 Employability als bildungspolitischer Kerngedanke der Bologna-Reform | 11 |
| 2.1 Genese und Entwicklung der bildungspolitischen Norm | 11 |
| 2.1.1 Employability in den Ursprungsdokumenten der Bologna-Reform | 12 |
| 2.1.2 Employability in den Bologna-Folgedokumenten | 13 |
| 2.1.3 Employability im Rückblick auf 20 Jahre Reformprozess | 15 |
| 2.2 Zum Stand der Employability-Debatte..... | 17 |
| 2.2.1 Kontroverse Diskussionslinien zum Verständnis von Begriff und Konzept | 19 |
| 2.2.2 Der grundsätzliche Konsens zum bildungspolitischen Ziel..... | 25 |
| 2.2.3 Verknüpfung der Debatte mit dem „Paradigmenwechsel“ im Verständnis von Hochschullehre | 26 |
| 2.2.4 Die Rezeption in der Hochschulpraxis: Employability als „Leerformel“? | 33 |
| 2.3 Zum Stand der Employability-Umsetzung: Empirische Befunde..... | 36 |
| 2.3.1 Die Einstellungen der Lehrenden zum Employability-Ziel..... | 36 |
| 2.3.2 Die Sicht der Studierenden auf die Employability-Relevanz ihres Studiums | 38 |
| 2.3.3 Die Beschäftigungssituation von Hochschulabsolvent/innen | 43 |
| 2.3.4 Die Erwartungen der Arbeitgeber an die Employability von Hochschulabsolvent/innen...46 | |
| 3 Employability als Postulat einer Gesellschaft im Strukturwandel | 48 |
| 3.1 Die Wissensgesellschaft als Zeitdiagnose | 48 |
| 3.2 Die Arbeitswelt im Zeichen der Wissensgesellschaft..... | 53 |
| 3.2.1 Die Akademisierung des Arbeitsmarktes | 54 |
| 3.2.2 Die Verwissenschaftlichung von Arbeit..... | 57 |
| 3.2.3 Die Folgen für Bildung und Ausbildung..... | 60 |
| 3.3 Hochschulen in der Wissensgesellschaft – vom elitären System zum universellen Zugang ...63 | |

| | | |
|----------|---|------------|
| 3.3.1 | Hochschulsteuerung – zwischen akademischer Selbstverwaltung und New Public Management..... | 66 |
| 3.3.2 | Umfeldorientierung – zwischen Differenzierung und Wissenschaftsmarketing..... | 69 |
| 4 | Die Employability-Debatte am Schnittpunkt von Bildungswissenschaft und Berufspädagogik, Hochschulmanagement und Wissenschaftsmarketing | 75 |
| 5 | Das Employability-Konzept in der designwissenschaftlichen Domäne | 79 |
| 5.1 | Gründe für die Wahl der designwissenschaftlichen Domäne als Untersuchungsfeld | 79 |
| 5.1.1 | Die Herkunft der Designdisziplin aus Handwerk, Kunst und Industrie..... | 80 |
| 5.1.2 | Die Designdisziplin als akademischer „Nachzügler“ in der institutionalisierten Wissenschaft | 82 |
| 5.1.3 | Die Zukunft der Designdisziplin als immaterieller Prozessgestalter auf neuen Berufsfeldern | 84 |
| 5.2 | Das Angebot designwissenschaftlicher Studiengänge und ihre Spezifika mit Blick auf das Employability-Konzept | 85 |
| 5.2.1 | Die quantitative Entwicklung des Studienangebots im Design seit den 1970er Jahren | 86 |
| 5.2.2 | Strukturierungsansatz für Designstudiengänge – vom traditionellen Kern über die Innovationszone bis zur Peripherie..... | 93 |
| 5.2.3 | Wesentliche Kennzeichen der traditionellen Designstudiengänge..... | 97 |
| 5.3 | Die Designwirtschaft mit ihren Spezifika und deren Relevanz für die Employability..... | 114 |
| 5.3.1 | Die Kultur- und Kreativwirtschaft als Branchenkomplex | 114 |
| 5.3.2 | Kennzahlen und Spezifika der Designwirtschaft | 119 |
| 5.3.3 | Die Employability-Forderung im Kontext der Branchenspezifik | 127 |
| 5.4 | Employability – die ausstehende Debatte in der designwissenschaftlichen Domäne | 129 |
| 5.4.1 | Die berufliche Designpraxis und Sichten auf die Employability-Forderung | 131 |
| 5.4.2 | Die akademische Designdomäne und der Stand ihrer Debatten | 135 |
| 5.4.3 | Designpädagogik und -didaktik als neue Diskursfelder der Domäne..... | 141 |
| 5.4.4 | Diskussionsstränge mit Employability-Relevanz in der Designdomäne | 143 |
| 5.4.5 | Kritische Einordnung des Stands der Employability-Debatte in der Designdomäne | 147 |
| 6 | Beispielhafte Studiengangskonzepte im Design und die Sicht der Expert/innen | 150 |
| 6.1 | Die Fortführung des traditionellen Konzepts – Produktdesign und Kommunikationsdesign an der Fachhochschule Aachen..... | 151 |
| 6.1.1 | Gesprächspartner..... | 151 |
| 6.1.2 | Allgemeine Kennzeichen der Fachhochschule Aachen | 151 |
| 6.1.3 | Fachbereich Gestaltung: Kennzeichen als Anbieter von Design-Studiengängen | 154 |
| 6.1.4 | Stakeholder-Orientierung | 158 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 6.1.5 | Hochschulische Werte, Ziele und Strategien als Rahmen des Studienangebots | 159 |
| 6.2 | Die Neupositionierung der Design-Studiengänge an der HBK Hochschule für Bildende Künste Braunschweig | 162 |
| 6.2.1 | Gesprächspartner..... | 162 |
| 6.2.2 | Allgemeine Kennzeichen der HBK Hochschule für Bildende Künste Braunschweig..... | 163 |
| 6.2.3 | Strukturkrise, Konsolidierung und die Folgen für das Studienangebot im Design | 164 |
| 6.2.4 | Bachelor-Studiengang <i>Visuelle Kommunikation</i> – Die Re-Orientierung zur Kunst..... | 168 |
| 6.2.5 | Bachelor-Studiengang <i>Design in der digitalen Gesellschaft</i> – Neuanfang unter digitalen Vorzeichen | 170 |
| 6.2.6 | Master-Studiengang <i>Transformation Design</i> – die Positionierung in einer innovativen Nische..... | 173 |
| 6.2.7 | Stakeholder-Orientierung | 177 |
| 6.2.8 | Hochschulische Werte, Ziele und Strategien als Rahmen des Studienangebots | 178 |
| 6.3 | Der evolutionäre Wandel von Hochschule und Fachbereich – das Studienangebot Design an der Fachhochschule Potsdam | 184 |
| 6.3.1 | Gesprächspartner..... | 184 |
| 6.3.2 | Allgemeine Kennzeichen der Hochschule und des Fachbereichs Design..... | 184 |
| 6.3.3 | Kennzeichen von Lehre und Studium..... | 187 |
| 6.3.4 | Stakeholder-Orientierung | 189 |
| 6.3.5 | Hochschulische Werte, Ziele und Strategien als Rahmen des Studienangebots | 190 |
| 7 | Handlungsfelder für eine Employability-Orientierung in der designwissenschaftlichen Domäne..... | 194 |
| 7.1 | Studiengangs- und Curriculumentwicklung für eine kohärente Berufsorientierung und -befähigung | 195 |
| 7.2 | Hochschuldidaktische Konzepte für wissenschaftlich basierte Handlungskompetenz..... | 199 |
| 7.3 | Hochschul- und Fakultätsmanagement für die Umsetzung bildungspolitischer Ziele in konsistente Lehr- und Lernstrukturen | 203 |
| 7.4 | Wissenschaftsmarketing für die stakeholder-wirksame Profilierung von Studiengängen ... | 208 |
| 8 | Resümee und weiterführende Forschungsfragen | 217 |
| | Literaturverzeichnis..... | I |