

Inhalt/Table of Content

VORWORT	8
1 THEMA, FRAGESTELLUNG UND ZIEL DER STUDIE	11
GAST-KOMMENTAR: PROF. DR. PHIL. HABIL. HANNES BÖHRINGER	
2 EINORDNUNG DER STUDIE IN DEN STAND DER FORSCHUNG 2011	19
GAST-KOMMENTAR: PROF DR. PHIL. H. GERD WÜRZBERG	
3 PROMOVIEREN IM DESIGN – INHALTLICHE LEITLINIE	29
GAST-KOMMENTAR: PROF. DR. PHIL. SABINE FORAITA	
4 PROMOVIEREN IM DESIGN – LOGISTISCHE LEITLINIE	49
GUEST COMMENT: DR. PHIL. ROSAN CHOW	
EXKURS:	
EMPFEHLUNGEN FÜR PROMOTIONSINTERESSIERTE AKADEMIKERINNEN	70
5 PROMOVIEREN IM DESIGN – EINE FRAGE VON FH ODER UNI?!	73
GAST-KOMMENTAR: DR. PHIL. SVEN NOMMENSEN	
6 ACADEMIC EDUCATION IN EUROPE – LOOKING FOR A STRUCTURE OF	85
GERMAN DOCTORAL PROGRAMS IN DESIGN WITH INTERNATIONAL COMPARISON (BY JULIA STRIEBEL)	
GUEST COMMENT: PROF. PHD TIJU POLDMA, CANADA	
7 RÜCKBLICK – AUSBLICK – VISIONEN	123
8 ANHANG: LITERATURAUSWAHL – QUELLEN – EMPFEHLUNGEN	131
AUTORINNEN UND GASTAUTORINNEN/AUTHORS AND GUESTS	138
DANKSAGUNG – ACKNOWLEDGMENT	
IMPRESSUM	148

Detalliertes Inhaltsverzeichnis/ detailed Table of Content

VORWORT	8
1 THEMA, FRAGESTELLUNG UND ZIEL DER STUDIE	11
GASTKOMMENTAR HANNES BÖHRINGER: VERPASSTE GELEGENHEITEN	15
2 EINORDNUNG DER STUDIE IN DEN STAND DER FORSCHUNG 2011	19
2.1 PROMOVIEREN IN EUROPA ALLGEMEIN	
UND IM FACH DESIGN IM SPEZIELLEN	19
2.2 PROMOVIEREN IM DESIGN IM ENGLISCHSPRACHIGEN RAUM –	
GB UND USA	23
GASTKOMMENTAR GERD WÜRZBERG:	
DESIGNER BRAUCHEN „EIGENE“ WISSENSCHAFTLER	25
3 PROMOVIEREN IM DESIGN – INHALTLICHE LEITLINIE	29
3.1 WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN – DOKUMENTATION – DOKTORARBEIT	
SCHREIBEN IM DESIGN	29
3.1.1 WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN IM DESIGN	29
3.1.2 BEGRIFFE: WISSENSCHAFT UND DESIGNWISSENSCHAFT	31
3.1.3 GLIEDERUNG EINER WISSENSCHAFTLICHEN ARBEIT UND METHODE	33
EXPOSÉ – GLIEDERUNG – MARKANTE ARBEITSSTATIONEN	
3.1.4 DESIGN UND METHODIK IN DER WISSENSCHAFT	37
3.1.5 WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN – WOFÜR?!	38
3.2 DAS SPEZIELLE AM PROMOVIEREN IM DESIGN	39
RESULTAT	
GASTKOMMENTAR SABINE FORAITA:	
PROMOVIEREN ETWAS LEICHTER GEMACHT	45
4 PROMOVIEREN IM DESIGN – LOGISTISCHE LEITLINIE	49
4.1 ORGANISATION DER PROMOTION IM DESIGN	49
GUEST-COMMENT ROSAN CHOW: PHD STUDY MANAGEMENT	54
4.2 FINANZIERUNGSMODELLE EINER PROMOTION IM DESIGN	58
4.2.1 BESCHÄFTIGUNGSVERHÄLTNIS ALS WISSENSCHAFTLICHER MITARBEITER	58

4.2.2	STIPENDIENMODELLE	59
4.2.3	DRITTMITTELFÖRDERUNG (DEUTSCHLAND UND EUROPA)	62
4.2.4	PROMOTION IN EINEM UNTERNEHMEN ODER ALS SELBSTSTÄNDIGER	64
4.2.5	BEWERTUNG DER FÖRDERMÖGLICHKEITEN FÜR PROMOTIONEN IM DESIGN - ZUM IST-ZUSTAND AN DEUTSCHEN HOCHSCHULEN	66
4.2.6	EXKURS: VERGLEICH ZUR MODELLERÖRTERUNG PROMOTIONSFINANZIERUNG: FÖRDERMASSNAHMEN DER GRADUIERTENAKADEMIE	66
4.3	EXKURS: EMPFEHLUNGEN FÜR PROMOTIONSINTERESSIERTE AKADEMIKERINNEN	70
5	PROMOVIEREN IM DESIGN – EINE FRAGE VON FH ODER UNI?!	73
5.1	HOCHSCHULSPEZIFISCHE MERKMALE UND MÖGLICHKEITEN	73
5.2	IST-STAND UND VISIONEN/CHANCEN	74
	GASTKOMMENTAR SVEN NOMMENSEN: ERST EINMAL ZUM ENDE BRINGEN UND DANN WEITER SEHEN... – ERFAHRUNGSBERICHT EINES PROMOVENDEN	78
6	ACADEMIC EDUCATION IN EUROPE – LOOKING FOR A STRUCTURE OF GERMAN DOCTORAL PROGRAMMS IN DESIGN WITH INTERANTIONAL COMPARISON (BY JULIA STRIEBEL)	85
	GUEST-COMMENT CANADA: TUII POLDMA, CONSIDERING THE PH.D. IN DESIGN: ABOUT CHALLENGES, DEFINITIONS AND FOUNDATIONS	113
7	RÜCKBLICK - AUSBLICK - VISIONEN	123
7.1	ZUR DESIGNAUSBILDUNG UND „STREITBARKEIT“ IM DESIGN IM JAHR 2011 ..	123
7.2	DIE STRUKTURIERTE PROMOTION UND EIN VERÄNDERTER FORSCHUNGSBEGRIFF IN EUROPA	125
7.3	WORAN BEMISST SICH DIE DESIGNWISSENSCHAFTLICHE QUALITÄT?	128
8	ANHANG: LITERATURAUSWAHL - QUELLEN - EMPFEHLUNGEN	131
8.1	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	131
8.2	LITERATURAUSWAHL - QUELLEN - EMPFEHLUNGEN	132
	AUTORINNEN UND GASTAUTORINNEN /AUTHORS AND GUESTS	138
	IMPRESSUM	148



Thema, Fragestellung und Ziel der Studie

Design ist doch keine Wissenschaft! – oder doch? Auf dem Wege zu einer definierten Designwissenschaft, die bezugswissenschaftliche Fachbereiche – wie beispielsweise die Psychologie, die Soziologie, die Philosophie, die Ergonomie, die Sprachwissenschaften, die Kunstwissenschaften, die Naturwissenschaften (im Speziellen in der Bionik) bis hin zur Anthropologie und Informatik – nutzt, um auf vergleichbarer wissenschaftlicher Ebene zu anderen Disziplinen im Diskurs anschließen zu können, ist die strukturierte Promotion im Fach Design leider in einem notwendigen Status noch nicht angekommen.

Ausgangspunkt der Betrachtung des Forschungsthemas „Promovieren im Design – aber wie?“ ist die Frage: „Wie schreibe/mache ich eine Doktorarbeit im Design?“ Angelehnt an die Darstellung Umberto Ecos, ursprünglich für den Fachbereich der Literaturwissenschaften auf italienisch verfasst und in der deutschen Übersetzung mit dem Titel „Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt“¹ veröffentlicht, ergeben sich innerhalb des Designs zwei Bereiche, die es zu untersuchen gilt, die sich nicht allein in der Betreuung von Doktoranden sondern ebenso auf Seiten der betreuenden Fachleute (Professoren, Kooperationspartner aus der Praxis) auffällig zeigen:

Es existiert derart wenig praktische Erfahrung mit der Durchführung einer Promotion im Fach Design, dass es noch immer keinen fundierten Leitfaden zur Erstellung, Durchführung und Rahmenpositionierung von Promotionen innerhalb von Designstudiengängen gibt. Ebenso wenig gibt es wissenschaftliche Leitlinien, die in den Prüfungsämtern der Designfachbereiche eine Orientierung für die/den Promovierenden geben könnten, beispielsweise hinsichtlich Finanzierung, inhaltlicher Auswahl, Übersichten über aktuell

1 Eco, Umberto, 2002, *Wie man eine wissenschaftliche Abschlussarbeit schreibt*, Heidelberg: C. F. Müller.

laufende Promotionsprojekte bis hin zu vernetzt dargestellten Veröffentlichungen, Mentoring-Programmen oder des Rahmens einer „ordentlichen Zitierweise“. Diese Aufzählung deutet bereits die Struktur einer Skizze an, die im weiteren Verlauf dieser Arbeit in zwei Bereiche unterteilt – inhaltliche Leitlinien und logistische Leitlinien – zur interdisziplinären strukturierten Promotion im Design genutzt wird.

Die folgende Darstellung zum Prozess des Promovieren im Design will nicht als Königsweg verstanden werden sondern vielmehr als Grundlagenpapier – um den „work in progress“ zu bereichern – aus der Erfahrungssicht einer Promovierten im Design (Dr. Marina-Elena Wachs) und ergänzt um Erfahrungen anderer promovierter bzw. wissenschaftlich Arbeitenden (Dorothee Weinlich und GastkommentatorInnen).²

Hierbei stellen die Gastbeiträge jeweils eine sowohl bestätigende als auch abgrenzende Meinung dar.

Mit Hilfe von bewährten Designanalysemethoden – beispielsweise Interviews, Literaturrecherchen, Prozessanalysen, interdisziplinären und transdisziplinären Vergleichen – wurde dieses Konzept zum „strukturierten Promovieren im Design“ erstellt und wird hier im Buch von zwei Schwerpunkten gekennzeichnet:

Die „inhaltliche Leitlinie einer (interdisziplinären) Doktorarbeit im Design“ gibt Auskunft über die Auswahlmöglichkeiten des Themas (selbstmotiviert oder mit Hilfe von Themenpools der Hochschule), die Wahl der Methode, über das Verfassen einer Dissertation im Design (von der Gliederung der Dokumentation bis hin zum „ordentlichen Zitieren“) bis zur Notwendigkeit von wissenschaftlicher Kompetenzaneignung (mittels Teilpublikationen und Vortragsverpflichtungen von angrenzenden Themen und ebenso zu Veröffentlichungen und Lehrtätigkeiten).

2 Vgl. ebenso die internationalen und nationalen Gastkommentatorinnen und Gastkommentatoren jeweils innerhalb der Kapitel.

Dem gegenüber bildet der „logistische Leitfaden einer Doktorarbeit im Design“ die Aspekte Finanzierung, Prozesse allgemein und für das Design im Speziellen bis zu Mentoring ab.

Wünsche und Visionen, wie beispielsweise die transparente Darstellung der aktuell laufenden Dissertationsprojekte aller Fach-/Hochschulen in Deutschland, die Vernetzung mit Hochschulen im Ausland sowie kreative, zukunftsweisende Finanzierungsmodelle, legen den Fokus auf den langfristigen Aufbau professioneller Promotionsstrukturen in den Designwissenschaften.

Dieses „erste Konzept zum Promovieren im Design“ zielt insofern auf eine vergleichende Recherche von Konzepten zur Durchführung von Doktorarbeiten im Design in Europa und mit Blick in die USA, um letztendlich einen ersten Leitfaden der „Must haves“ aus der Perspektive der Hochschule zu umreißen.

Hierbei spannt sich der Rahmen der Betrachtung von der klassischen Doktorarbeit des angelsächsischen Erbes mit dem Titel des Ph.D. über die in den letzten Jahren angestrebten Veröffentlichungen und Untersuchungsergebnisse, wie auch deren aktuelle Diskussionen³ zur Möglichkeit der „Promotion in Europa im Bologna Prozess“⁴, bis hin zu allgemeinen Rahmenbedingungen vor Ort in Deutschland an Universitäten und Fachhochschulen im Allgemeinen und im Norden Deutschlands im Besonderen. Abgerundet wird das „Spiel“ mit Blick auf die Gender-Studies mit Empfehlungen für promotionsinteressierte AkademikerINNEN im Design im Vergleich zu traditionell männlichen Spielregeln.

3 Veranstaltungen: 4.12.2009, Promovieren in Europa, Körber-Stiftung Hamburg und 12./13. März 2010 Kongress eurodoc 10 in Wien, 12./13.11.2010 Designforschung, Promotionen im Design, Tagung, DGTF, Tagungsort HBK BS.

4 vgl. Fiedler, Holländer u.a., siehe Quellenverzeichnis.

Enden kann der Bogen sicherlich nicht mit der Diskussion um den Begriff des Designs, der heute zu Beginn der zweiten Dekade des 21. Jahrhunderts unkonkreter definiert ist als noch in den 1980er Jahren.⁵ Die Tatsache, dass der Designbegriff zu Beginn des 21. Jahrhunderts ein pragmatischer, interdisziplinär geprägter ist, führt dazu, dass einige DesignerInnen bestrebt sind, sich spezialisieren zu wollen und ein spezielles Design-Fach belegen, um die Komplexität der Designprozesse oder -Problematiken wieder herunterzubrechen auf den Kern einer eigenen Designdisziplin.

Anything goes im Designprozess, aber nicht bezüglich des Promovierens im Design – hier geht es in erster Linie um wissenschaftliche Relevanz und designwissenschaftliche Qualität!

„Die Kugel rollt...“

5 vgl. van den Boom, 2010, vgl. ebenso: Rommel 1980er Jahre und vgl. aktuelle Designforschung: Veröffentlichungen von BIRD – Board of International Research in Design, beispielsweise: Nigel Cross, 2007, *designerly ways of knowing* und vergleichsweise hierzu auch Verganti, Roberto, 2009, *Design Driven Innovation*.
vgl. ebenso die Diskussion um den Begriff und die Methode des „design thinking“ (IDEO).