

# Identität : ID

## *Interfacedesign begreifbar machen.*

Sebastian Kaim  
Konzepte für das Interfacedesign-Studium der Zukunft  
Projektkurs bei Constanze Langer und Frank Heidmann

### **Interfacedesign-Bewerberzahlen sind rückläufig**

Seit Jahren gehen die Bewerberzahlen für das Interfacedesign-Programm an der FH Potsdam zurück. Diese Entwicklung ist zum einen zurückzuführen auf im Vergleich zu früher geburtenschwächere Jahrgänge und entsprechend weniger Schulabgänger. Zum anderen konkurrieren immer mehr Hochschulen – vor allem private – mit ähnlichen Studienangeboten um die kreativsten Köpfe. Neben der sinkenden Bewerberzahlen beobachtet der Fachbereich auch die Geschlechterverteilung im Studiengang mit zunehmender Sorge: Es mangelt schlicht an Frauen im Interfacedesign.

Der Fachbereich Design versucht den genannten Entwicklungen medial entgegenzutreten und präsentiert sich – mal mehr, mal weniger für das Studium werbend – auf Youtube, Facebook und diversen anderen Websites. Dabei werden in erster Linie prämierte Projektergebnisse zur Schau gestellt. Seit kurzem kommen auch Alumni zu Wort, die aus Ihrem Arbeitsalltag berichten.

Informationen zu persönlichen Fähigkeiten, die im Interfacedesign-Studium von Bedeutung wären oder Einblicke in den Arbeitsprozess suchen Interessierte bisher jedoch vergebens. Dabei wären

gerade diese Punkte für SchülerInnen in ihrer Studienorientierungsphase hilfreich, um die vielfältigen Facetten des Studiengangs kennenzulernen.

### **Ein vielseitiges Studium für vielseitig Interessierte**

Aus eigener Erfahrung wissen wir, dass SchülerInnen in der Studienorientierungsphase Antworten auf folgende Fragen suchen: Welche Interessen und Begabungen habe ich? Welche Fächer kann man überhaupt studieren? Welches Studium passt zu mir?

Unser Kommunikationskonzept und die zugehörige Kampagne greifen diese Fragen auf und zielen darauf ab, ...

1. den weithin unbekanntem Begriff »Interface« an Beispielen zu erläutern.
2. die große thematische und methodische Vielfalt des ID-Studiums aufzuzeigen.
3. persönliche Eigenschaften, die im ID-Studium förderlich sein könnten, auszumachen

## **Interface Design: so vielseitig wie Du**

Der Kampagnen-Claim »Interface-design: so vielseitig wie Du« bringt die Interdisziplinarität des Studiengangs

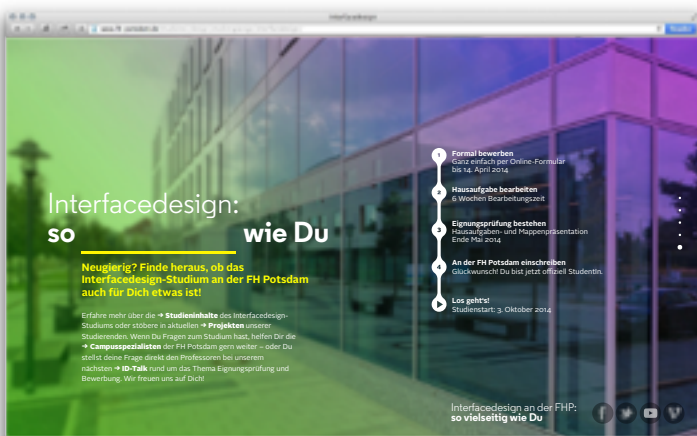
als auch das breite »Anforderungsprofils« für Studierende prägnant auf den Punkt. Er dient zugleich als Basis für die Kampagnenmotive, die durch wechselnde Adjektive sowohl das Studium als solches, als auch einen förderlichen Charakterzug beschreiben (Bsp: ... so experimentierfreudig/detailversessen/visionär wie Du).

## Die Kampagnen-Microsite als Anlaufpunkt Nr. 1

Da SchülerInnen sich in erster Linie online über Studienmöglichkeiten informieren bietet sich eine Microsite als Kampagnenformat an. Pro Seitenaufruf werden aus einem Pool an Kampagnenmotiven vier zufällig ausgewählt und bildschirmfüllend präsentiert. Im Anschluss an die vier Geschichten informiert ein weiteres Element über Informationsquellen zum ID-Studium (FHP-Website, FHP-Campuspezialisten, ID\_Talk). Außerdem skizziert es den Ablauf des Bewerbungsverfahrens.

Zusammenfassend könnte unsere Kampagnen-Microsite der zentrale Anlaufpunkt für Studieninteressierte sein, bei dem sie anschaulich Inhalte und Arbeitsweisen des Interfacedesign-Studiums kennenlernen können und bei weiterem Interesse mit einem Klick auf die entsprechende Studiengangsseite der FHP-Website gelangen.

Kontakt für weitere Infos:  
hallo@sebastiankaim.com



Oben: Kampagnenmotiv mit Methoden des Human-Centred Designs; unten: Der Bewerbungsprozess in der Kurzübersicht

Eine knappe, allgemein gehaltene Tätigkeitsbeschreibung personalisiert das Bildmotiv und erläutert den Arbeitsprozess im Interfacedesign-Studium. Ein weiterer, eher narrativer Text kontextualisiert die Prozessbeschreibung und veranschaulicht das Studium so ganz konkret an einem Projektbeispiel, das auf die jeweilige Incom-Projektdokumentation verlinkt.