

Bitkom Jahrbuch Digital Design 2024

Digitaler Wandel in der Krise?!
Wege, die Mut machen!

BAUHAUS

Herausgeber

Bitkom e.V.
Albrechtstraße 10
10117 Berlin
T 030 27576-0
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner

Felix Ansmann | Bitkom e.V.
T 030 27576-098 | f.ansmann@bitkom.org

Verantwortliches Bitkom-Gremium

AK Digital User Experience & Design

Layout

Anna Stolz | Bitkom e.V.

Titelbild

Dr. Frank Termer | Bitkom e.V.

Copyright

Bitkom 2025

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

Vom Experten zum Ganzheitlichen Gestalter: Wie praxisnahe Ausbildung den Fachkräftemangel in der Digitalisierung angeht.

Dr. Dominik Birkmeier & Ragna Steenweg, MaibornWolff

Auszug aus dem »Jahrbuch Digital Design 2024«

Das vollständige Jahrbuch finden Sie unter:

↗ www.bitkom.org/Bitkom/Publikationen/Digital-Design-Jahrbuch-2024

Vom Experten zum Ganzheitlichen Gestalter: Wie praxisnahe Ausbildung den Fachkräftemangel in der Digitalisierung angeht.

Dr. Dominik Birkmeier & Ragna Steenweg, MaibornWolff

Zusammenfassung

Der Fachkräftemangel im Bereich der Digitalisierung ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Vor allem fehlen Talente, die Technologie, Kreativität und strategisches Denken zu einer ganzheitlichen Gestaltungsfähigkeit vereinen. Viele Studiengänge fördern spezialisierte, aber wenig interdisziplinäre Profile, was zu Lücken in der Praxis führt. Auch wir stellten uns die Frage: Wie können wir Digital Designer ausbilden, die sowohl technisches Know-how als auch umfassende Gestaltungskompetenzen mitbringen?

In unserem Essay beleuchten wir unser praxisorientiertes Aus- und Weiterbildungskonzept, das auf selbstbestimmtes Lernen, persönliche Lernreisen und interaktive Formate setzt. Diese Ansätze bereiten hochspezialisierte Experten darauf vor, den digitalen Wandel nicht nur zu begleiten, sondern aktiv zu gestalten. Unser Ziel: Digital Designer auszubilden, die den Anforderungen der Gegenwart gerecht werden und die Zukunft der digitalen Gestaltung prägen.

Was ist das Problem?

»UX/UI-Designerin, UX-Researcher, Softwareentwicklerin, Webentwickler, IT-Consultant, Business Analyst, Projektmanagerin ...« Unter diesen Rollen starten Absolventinnen ihre Karriere bei uns. Und genau das ist das Problem. Oder, um genau zu sein: das Mindset hinter jedem einzelnen Titel.

Doch starten wir von vorne. Wir, das ist MaibornWolff – ein IT-Dienstleister für maßgeschneiderte Softwarelösungen. Mit rund 1000 Mitarbeiter:innen beraten wir namhafte Kunden aus allen Branchen in Deutschland. Viele Projekte beginnen kundenseitig mit der Annahme, dass »die Anforderungen klar« und »nur ein Entwicklungsteam nötig« ist. Doch die Realität sieht anders aus: Die Komplexität moderner Digitalisierungsprojekte, eingebettet in vernetzte IT-Landschaften, verlangt von Anfang an ganzheitliche Lösungen. Was als »klare Anforderungen« formuliert wird, ist oft zu ungenau – oder schlicht zu punktuell.

Mit diesem Problem stehen wir nicht allein¹. Schon 2017 hat der Bitkom e.V. den Digital Designer als ganzheitlichen Gestalter in Digitalisierungsprojekten beschrieben² – und arbeitet seitdem an dessen Etablierung.

Zurück zum Problem: Während das Rollenprofil eines Digital Designerin klar definiert ist, gab es in Deutschland lange keinen einzigen Studiengang dafür³. Absolventinnen kommen – wie beschrieben – mit Abschlüssen in Mediendesign, Informatik, Human-Computer Interaction und Ähnlichem zu uns. Hochspezialisierte Expertinnen also, denen jedoch oft die ganzheitliche Perspektive fehlt. Das berühmte »über den Tellerrand schauen« kommt in den Projekten zu kurz. Expertenrollen lassen sich so zwar besetzen, aber die umfassende Gestaltungsperspektive bleibt auf der Strecke.

Als Dienstleister erkennen und benennen wir das Problem, lösen können wir es kurzfristig jedoch nicht. Für uns ist Digital Design die Basis unserer gestalterischen Projektarbeit – unser gemeinsames »Grundstudium«. Die Weiterbildung setzt bei uns genau dort an: Jeder Mitarbeitende startet von seinem individuellen Wissensstand. Die bisherigen Kenntnisse jedes Einzelnen sind unser Ausgangspunkt.

Was sollten Digital Designerinnen können, um ihrer ganzheitlichen Rolle gerecht zu werden? Wir haben uns dabei am Bitkom-Rollenideal orientiert – ergänzt durch unsere IT-Projekterfahrung. Die zentralen Kompetenzen: Gestaltungskompetenz, digitale Materialkunde und Methodenwissen rund um Softwareentwicklung. Hinzu kommen essenzielle Softskills und Empathie. Anders gesagt: Wer nicht gerne mit Menschen arbeitet, ist in dieser Profession falsch.

1 ↗ <https://www.bitkom.org/Digital-Design-Manifest/Geschichte>

2 Bitkom e.V., 2017, Rollenideal »Digital Design« – Erfolgreiche Digitalisierung und Digitale Transformation erfordern ein Umdenken in der Softwareentwicklung

3 Zu einem der wenigen gehört seit kurzem der Studiengang »Digital Design« an der Fachhochschule Dortmund.
↗ <https://www.fh-dortmund.de/studiengaenge/digital-design-master.php>

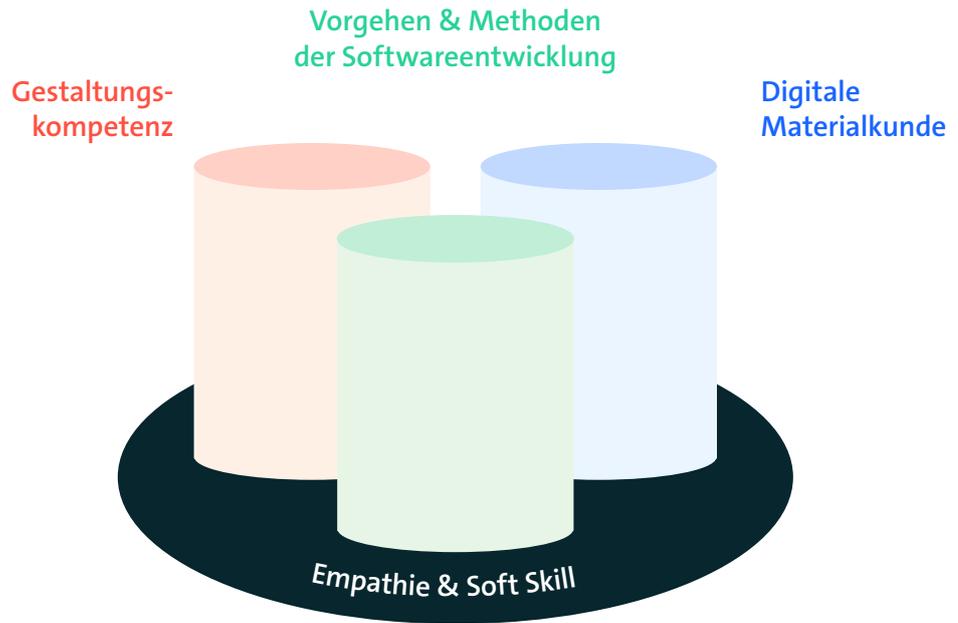


Abbildung 1: Digital Design Kompetenzprofil

Wie wir über Lernen nachdenken – eine Inspiration

Wir sind nicht die Ersten, die sich Gedanken über die Aus- und Weiterbildung von Digital Designern machen. Der IREB hat hierfür das Curriculum des Digital Design Professional (DDP) entwickelt – inklusive Zertifizierung⁴. Viele Weiterbildungsanbieter im IT-Bereich bieten entsprechende Schulungen an. Wir unterstützen diese Initiativen, zum Beispiel durch unser Review der DDP-Inhalte bei der Weiterentwicklung von Version 1.0 auf 2.0. Gleichzeitig haben wir für unsere Mitarbeiterinnen ein eigenes Weiterbildungskonzept entwickelt, das wir über Jahre erprobt haben und hier gerne als Inspiration teilen möchten.

Unser Ansatz: Wie wir Lernen verstehen

Modernes Lernen sollte flexibel, selbstbestimmt und praxisnah sein. Unser Leitbild lautet: »Selbstbestimmt in Inhalt und Budget: Jeder ist Managerin der eigenen Entwicklung.« Das bedeutet, jeder Mitarbeiter verfügt über ein jährliches Weiterbildungsbudget und entscheidet eigenständig, wie es eingesetzt wird. Diese Selbststeuerung ist der Kern unseres Lernkonzepts

4 [↗] <https://ddp.ireb.org/de>



Ein weiterer wichtiger Baustein sind die fünf Lernprinzipien unseres MaibornWolff Campus: Personalisierung, Alltagsintegration, Situationsbezogenheit, Selbststeuerung und Lernmotivation. Diese Prinzipien prägen unser Weiterbildungsangebot:



- **Personalisierung** – Lernen orientiert sich nicht an vorgegebenen Fallbeispielen, sondern an den individuellen Themen der Lernenden. Jeder bringt reale Fragestellungen aus dem eigenen Arbeitsalltag ein, die dann gemeinsam mit Kolleginnen diskutiert werden. Das sorgt für maximale Relevanz der Inhalte.
- **Alltagsintegration** – Weiterbildung muss sich in den Arbeitsalltag einfügen. Deshalb verzichten wir weitgehend auf ganztägige Schulungen und schneiden Lerninhalte in kleine, kompakte Einheiten, die sich flexibel in den Kalender einbauen lassen.
- **Situationsbezogenheit** – Unsere Lernangebote greifen dann, wenn konkrete Fragen oder Probleme auftreten – genau dort, wo sie gebraucht werden.
- **Selbststeuerung** – Jeder entscheidet selbst, wann und welche Lernangebote genutzt werden. Es gibt kein fixes Curriculum, das für alle gleichermaßen gilt.
- **Lernmotivation** – Durch die hohe Relevanz der Lerninhalte schaffen wir einen natürlichen Anreiz und fördern die intrinsische Motivation.

Das Lernkonzept für unsere Digital Designer

Was bedeutet all das für die Ausbildung unserer Digital Designer? Wir entwickeln für jede Mitarbeiterin individuelle Lern- und Entwicklungsziele, die auf den fünf Säulen des Lernens basieren. Dabei gilt es Mitarbeitende dort abzuholen, wo sie in ihrer individuellen Entwicklung stehen.

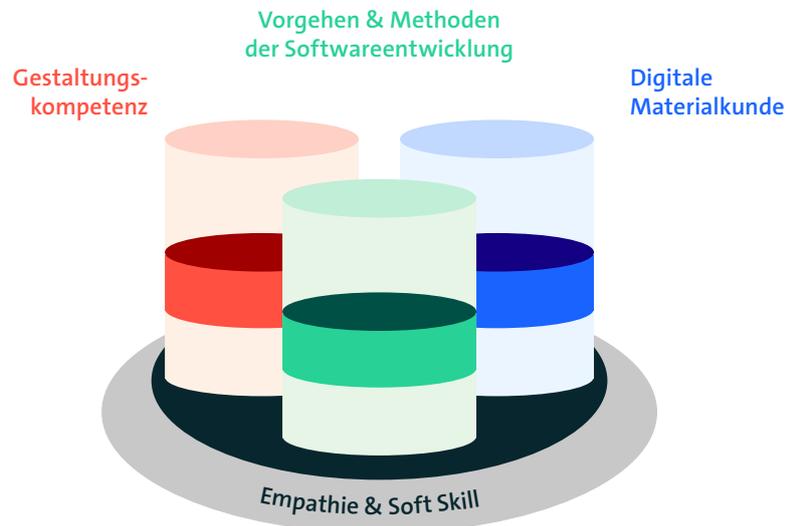


Abbildung 2: Visualisierung eines spitzen Kompetenzprofils beim Einstieg.

Unsere Weiterbildung ist in zwei Phasen strukturiert: Grundstudium sowie Vertiefung und alltagsintegrierte Hilfe.

Im **Grundstudium** legen wir den Fokus darauf, ein Verständnis für die Breite des Digital Designs zu vermitteln. Dabei unterstützen wir die Teilnehmerinnen, ihre eigene Position im Gesamtbild zu erkennen. Zusätzlich betonen wir Themen wie Empathie, Kommunikation und Beziehungsaufbau, die zentrale Elemente unserer Arbeit sind. Dieses Grundstudium absolvieren auch erfahrene Designerinnen, die neu ins Team kommen, um unsere Haltung zu Digital Design und ein gemeinsames Verständnis zu etablieren.

Weiter geht es mit der **Vertiefung** spezifischer Themen und der Erweiterung der thematischen Breite sowie **alltagsintegrierter Hilfe** mit dem Digital Design Baukasten, den wir später genauer beschreiben. Das Ziel ist, Expertinnen zu fördern, die sowohl spezialisierte als auch interdisziplinäre Fähigkeiten mitbringen.

Parallel zur Vertiefung stehen individuelle Spezialisierungen in Methode und Materialkenntnis auf der Tagesordnung – teils begleitet von übergreifenden Zertifizierungen wie dem CPRE und DDP vom IREB sowie PPO und PSM von Scrum und weitere. Firmenintern unterstützen wir durch eine lebendige **Digital Design Community**.

Das Grundstudium: Die Digital Design School – ein Fix-Punkt unserer Digital Design Ausbildung

Das Herzstück unseres Grundstudiums ist die Digital Design Basic School. Diese zweitägige Weiterbildung richtet sich nicht nur an angehende und erfahrene Digital Designerinnen, sondern auch an Software-Ingenieure, Architektinnen, Testerinnen, Projektleiter und Scrum Master – kurz: an alle, die an der erfolgreichen Entwicklung digitaler Lösungen beteiligt sind.

Wer jedoch in die School mit der Erwartung startet, einen festen Methodenfahrplan zu erhalten, wird überrascht. Statt eines starren Ablaufs vermitteln wir ein gemeinsames Verständnis von Digital Design, den Bezug zur eigenen Rolle und die Haltung, mit der wir Herausforderungen begegnen. Im Fokus stehen dabei die Hindernisse und Chancen konzeptioneller Arbeit.

Unsere School kombiniert theoretische Impulse, praxisnahe Übungen, Diskussionen und Aha-Momente aus dem Berufsalltag. Dadurch lebt jede Durchführung von den individuellen Fragen und Erfahrungen der Teilnehmenden – und ist niemals gleich. Für einen Einblick werfen wir einen Blick auf die zentralen Inhalte der School:

A. Was ist Digital Design und wo stehe ich?

Wir starten mit den Grundlagen: Was bedeutet »Digital« eigentlich, und was unterscheidet Digital Design als Rolle von Digital Design als Profession? Welche Erwartungen gibt es an die einzelnen Rollen? Unsere Hauptbotschaft: Nicht jede muss alles können – aber jede Rolle benötigt ein wenig Digital Design-Kompetenz.

Diese Erkenntnis entlastet viele Teilnehmende und ermöglicht ihnen, gezielt zu schauen, wie sie Digital Design in ihr eigenes Rollenverständnis integrieren und es als Bereicherung erleben können.

B. Über den Tellerrand hinausschauen: wie man den Blick weitet

Als Digital Designer denken wir immer im Kontext des großen Ganzen. Doch was passiert, wenn wir das nicht tun? Sind wir uns bewusst, wenn wir im »Tunnelblick« stecken? Und wie kommen wir wieder heraus?

Mit einer praktischen Übung und intensiven Diskussionen machen wir diese Problematik erfahrbar – und zeigen Wege auf, den Blick wieder zu weiten.

C. Leitfragen für Projekte: Inhalt, Durchführung und Veränderung

Digital Designerinnen sind oft von Anfang an in Projekte involviert und helfen, diese aufzusetzen. Welche Leitfragen müssen dabei berücksichtigt werden? Wir geben den Teilnehmenden ein Grundgerüst in drei Clustern mit: Projektorganisation, Projektinhalt und Veränderungschancen.

Inhalt	Durchführung	Veränderung
 Motivation	 Projektumfeld	 Mindset
 Projektidee	 Vorgaben	 Kultur & Kulturwandel
 Zielprozesse	 Mitarbeiter:innen	 Treiber & Barrieren
 Zielorganisation	 Team & Projektorganisation	 Menschen, Animositäten, Stakeholder
 Machbarkeitsanalyse	 Pate & Sponsor	 Change Begleitung
 IT-Systeme	 Erfolgsfaktoren & Risiken	 Verhalten
 Inhaltliche Abgrenzung	 Kosten & Nutzen	 Fähigkeit & Wissen

Abbildung 3: Projektanbahnungskarten

Diese Leitfragen dienen nicht nur in der Startphase, sondern auch während laufender Projekte, denn wann haben Sie sich zuletzt die Frage gestellt: »Wer ist eigentlich der Sponsor des Projekts?«

D. Sammeln, Strukturieren, Spiegeln: Unser Grundprozess

Ein tiefes Verständnis für Probleme ist der Kern guter Arbeit im Digital Design. Statt viele Methoden zu besprechen, konzentrieren wir uns auf das grundlegende Modell: Sammeln, Strukturieren, Spiegeln. Dieser zyklische Prozess bildet die Basis für effektive Problemlösungen und hilft, Perspektiven zu ordnen und zu reflektieren.

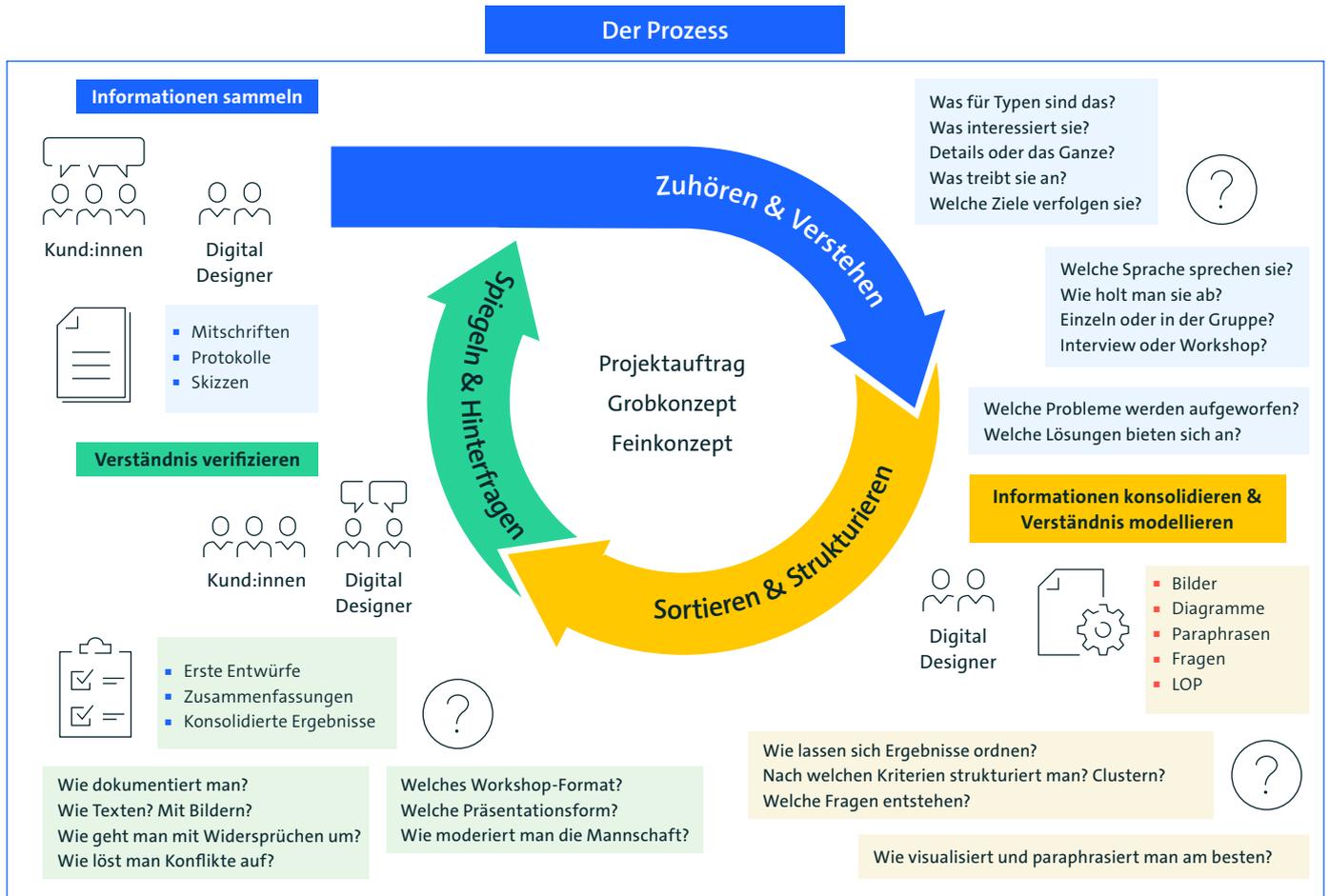


Abbildung 4: Der Grundprozess: Sammeln, Strukturieren, Spiegeln

E. Kommunikation: Auf der Spur nach verborgenen Informationen

Gute Kommunikation ist entscheidend, um Ideen und Anforderungen präzise zu formulieren. Doch die deutsche Sprache macht es uns nicht leicht – wie oft verstecken wir fehlende Informationen hinter scheinbar klaren Aussagen?

Ein Beispiel: »Die Übergabe ist erfolgt.« Aber wer hat was an wen übergeben?

In diesem Abschnitt lernen die Teilnehmenden, fehlende Informationen zu erkennen und durch gezielte Fragen Klarheit zu schaffen.

F. Big Picture: Wissen visualisieren und besprechbar machen

»Hol die Bilder aus den Köpfen!« – Ein Leitsatz unserer School. Mit einem Big Picture lassen sich komplexe Inhalte schnell und anschaulich visualisieren. Dabei geht es nicht um künstlerische Perfektion, sondern darum, die Essenz greifbar zu machen. Wir vermitteln 11 Grundregeln, die Teilnehmende bei der Erstellung von Big Pictures unterstützen.

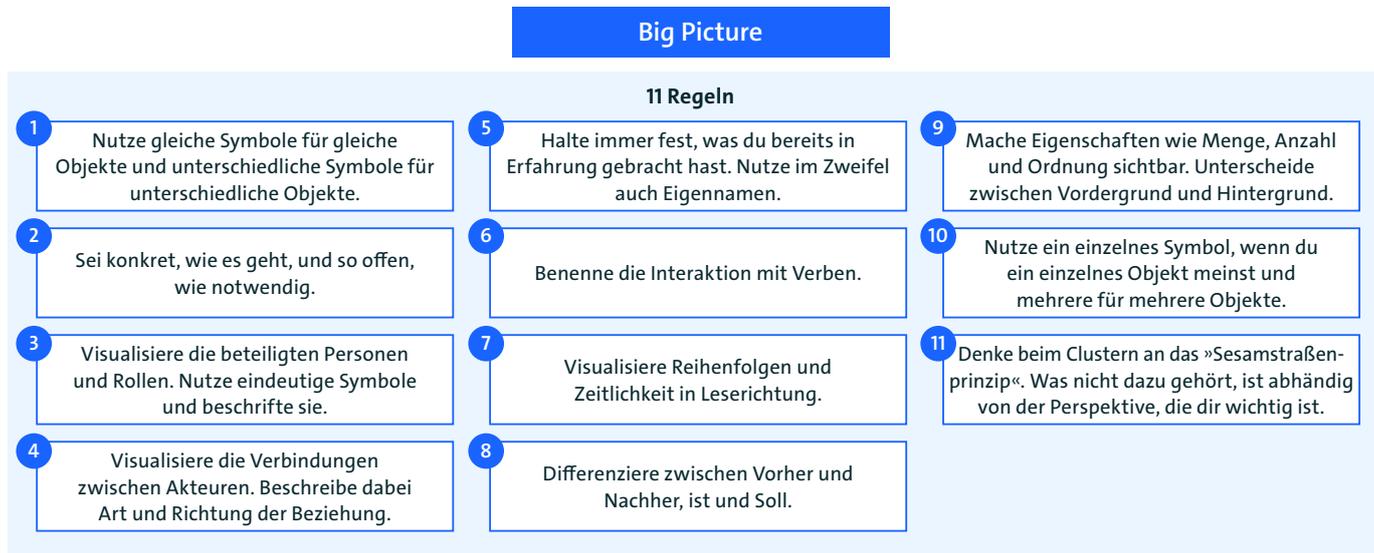


Abbildung 5: 11 Regeln für ein Big Picture.

G. Praxisübung: eine Erfahrung für den Alltag

Den Abschluss der School bildet eine umfangreiche Projektsimulation: Die Teilnehmenden bilden Teams und übernehmen die Gestaltung der IT eines neuen Zuges. Ihre Aufgabe: eine erste Zwischenpräsentation für euren Projektstand vorbereiten. Die Teams werden dabei von mehreren Stakeholdern besucht, die von Kollegen gespielt werden. Dabei müssen sie:

- Informationen **sammeln**,
- Erkenntnisse **strukturieren**,
- Ergebnisse visualisieren und anschließend präsentieren (d.h. **spiegeln**).

Wir integrieren bewusst Stolpersteine aus der Praxis, die in einer abschließenden Reflektion gemeinsam aufgearbeitet werden. Dabei kommen auch Erwartungen und Emotionen nicht zu kurz. So können Teilnehmende Erlerntes anwenden und auf ihre Projekte übertragen (alle Stolpersteine sind uns in unserem Berufsleben bereits begegnet).

Das Ziel der Digital Design School

Nach der School haben die Teilnehmenden ein klares Verständnis von Digital Design und ihrer eigenen Rolle darin. Sie kennen ihren Standort, ihre Stärken, ihre Entwicklungsfelder und wissen, wann sie Kolleginnen hinzuziehen sollten. Durch die Erkenntnis der Säulen und der eigenen Interessen sind sie bereit, ihre persönliche Entwicklung selbstständig und gezielt voranzutreiben.

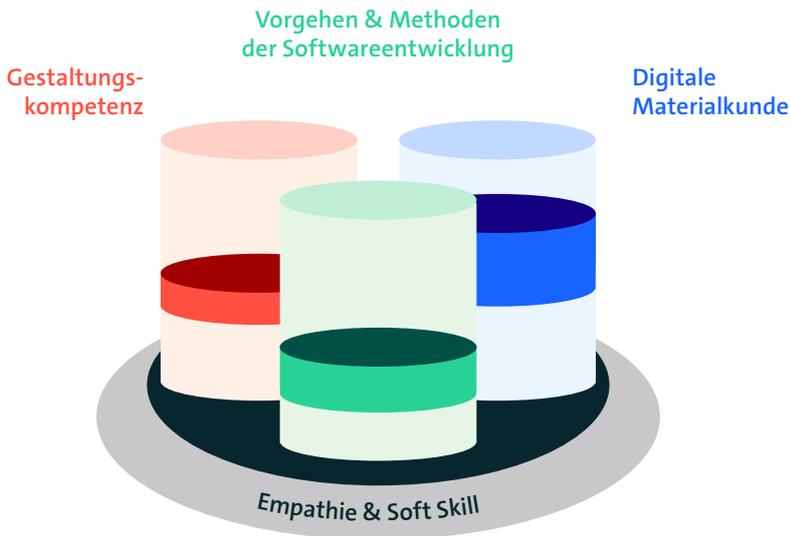


Abbildung 6: Nach der Digital Design School: Erkenntnis der Vielfalt in den Säulen.

Methodenkompetenz und alltagsintegrierte Hilfe – unser Digital design Baukasten

Nach der Digital Design Basic School haben viele Teilnehmende den Wunsch, konkrete Methoden und Werkzeuge für die verschiedenen Fragestellungen und Perspektiven in den 3 Horizonten⁵ des Digital Design an die Hand zu bekommen. Genau hier setzt unser Digital Design Baukasten an: eine alltagsintegrierte Sammlung von Best Practices, Werkzeugen und Empfehlungen, die auf unsere typischen Projektsituationen abgestimmt sind. Der Fokus liegt hierbei auf den Vorgehen und Methoden der Softwareentwicklung.

Was ist der Digital Design Baukasten?

Der Baukasten orientiert sich an den drei Horizonten von Digital Design: Shaping, Exploring und Implementing. Dabei ist er kein starrer Ablaufplan, sondern eine situative Toolbox, die flexibel in jeder Projektphase eingesetzt werden kann. Zu jedem Horizont bietet der Baukasten eine Übersicht typischer Artefakte, die sich in der Praxis bewährt haben. Diese Artefakte sind jedoch nicht standardisiert – sie werden immer an die spezifische Projektsituation angepasst.

5 Beck, Birkmeier – »Digital Design in der Praxis. Der Weg zur Akzeptanz« in Jahrbuch Digital Design 2022, Bitkom e.V.



SHAPING

We clarify with the customer where the project should lead them. In doing so, we use methods such as Lego® Serious Play® to get creative ideas out of the customer, so that they are amazed at what they are capable of. With a Big Picture, for example, we make cloudy thought tangible. We ground the ideas with an analytical view, for example with a Business Model Canvas. With creativity methods such as Design Thinking, we design a variety of solution ideas together with the end-user.

Context
Motivation, User & Context, Stakeholder, Glossary, Competitors

Vision, Goals & Big Picture
Vision, Goals, Big Picture

Customer & Business Strategy
Value Proposition, Customer Experience, Business Model

Roadmap & Conditions
Scope, Roadmap, Risks, Constraints

Collaboration
Team, Meetings, Tools, Calendar



EXPLORING

There is no end customer or user for whom we design a solution. The end customers or users are diverse and have different needs. We capture the diversity of needs through interviews or observations and present them through personas and empathy maps. With customer journeys, we make the needs tangible. We test the ideas with pre- or prototypes. We iteratively improve the solution ideas until the best solution for the end customer or user is available.

Introduction
Placing Explorations in Context

Models
Business Context, Business Data, Business Process

High-Level Cross-Feature Concepts
Overview Cross-Feature Topics, Security, Testing, Training, Rollout, Data Management

UI / UX & Usability
Design System / Styleguide, Information Architecture, Navigation Structure, Design Mockup, Usability Test, Accessibility

Quality
Architectural Quality, UX Quality



IMPLEMENTING

We further refine the solution until it is ready for agile implementation. Our tools are for example wireframes of the graphical user interface, with which we design in PPD workshops together with the end customer or user. From the wireframes, we develop clickprototypes that end customers or users evaluate in a Think-Aloud evaluation. We incorporate the results into user stories and develop the software too.

Product Specification
Story Map, Product Backlog, Design & DEV Hand-Off

Agreements
Definition of Ready, Definition of Done, Architectural Constraints

Architecture & Technology
Technical Context, Architectural Decisions, Building Block & Runtime View

Manuals & Trainings
User Manual, Training Concept

Operations
Release Process, Support/ Operations, Track & Analyse

Abbildung 7: Typische Artefakte des Digital Designs auf den 3 Horizonten.

Was macht den Baukasten aus?

- **Individuelle Anpassbarkeit:**

Jede Vorlage und jede Methode wird mit Fokusfragen, hilfreichen Erklärungen und einer Einstiegshilfe ergänzt, sodass sie leicht an unterschiedliche Projekte angepasst werden kann. Variationen in der Dokumentation sorgen für zusätzliche Flexibilität.

- **Typische Methoden:**

Für die Erstellung der Artefakte enthält der Baukasten Hinweise auf bewährte Methoden. So wird beispielsweise gezeigt, wie Perspektiven strukturiert, Anforderungen dokumentiert oder Designentscheidungen festgehalten werden können.

- **Checklistenfunktion:**

Der Baukasten hilft auch dabei, den Überblick zu bewahren. Zu Beginn eines Projekts kann die Übersicht als Checkliste genutzt werden: Wurden alle relevanten Aspekte bedacht? Fehlt etwas? Falls ja, bietet dies eine hervorragende Grundlage, um diese Themen mit dem Kunden zu klären und gezielt zu erarbeiten.

Wie funktioniert der Baukasten in der Praxis?

Der Baukasten ist bewusst flexibel gestaltet. Der Startpunkt richtet sich immer nach der aktuellen Projektsituation, den spezifischen Anforderungen und den individuellen Kompetenzen des Digital Designers. Er ist dabei weniger ein strikter Plan als vielmehr ein lebendiger Leitfaden, der sich dynamisch anpassen lässt.

Ein wichtiger Grundsatz lautet: Kein Projekt gleicht dem anderen.

Das bedeutet auch, dass nicht alle Artefakte oder Methoden in jedem Projekt benötigt werden. Der Baukasten bleibt offen für Ergänzungen und entwickelt sich kontinuierlich weiter – basierend auf neuen Erkenntnissen, Projekterfahrungen und den Rückmeldungen unserer Teams.

Wieso ist der Baukasten wichtig für die Entwicklung von Digital Designern?

Durch die regelmäßige Arbeit mit dem Baukasten entwickeln sich die Kernkompetenzen unserer Digital Designerinnen über die Zeit stetig weiter. Dabei geht es nicht nur um methodisches Know-how, sondern auch um die Fähigkeit, Werkzeuge und Ansätze situativ einzusetzen und an die Bedürfnisse eines Projekts anzupassen.

Der Baukasten wird so zu einem dynamischen Begleiter, der unsere Teams unterstützt und gleichzeitig dazu beiträgt, das Wissen und die Fähigkeiten im Bereich Digital Design nachhaltig zu stärken.

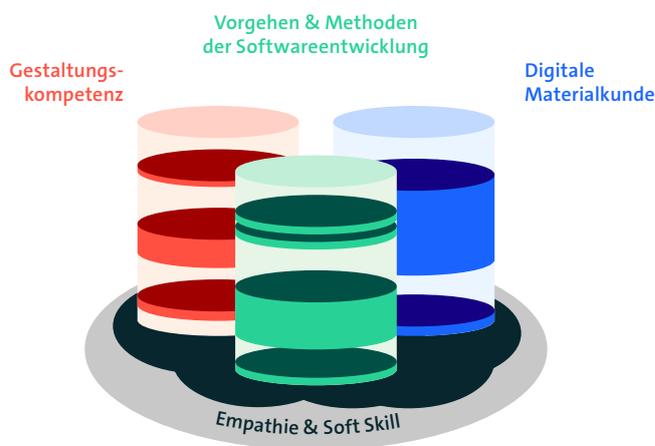


Abbildung 8: Das Kompetenzprofil wächst mit Erfahrung.

2 Personen – 2 Wege: ein Einblick in die Praxis

In der Theorie klingt ein Ausbildungskonzept oft logisch und klar. Es scheint, als gäbe es einen festen Weg, um Menschen zu fertigen Digital Designerinnen zu machen. Doch die Praxis ist vielschichtiger. Menschen kommen mit unterschiedlichen Vorkenntnissen, Stärken, Schwächen und Persönlichkeiten zu uns. Unser Ansatz: Wir gehen individuell auf ihre Ausgangslage ein und entwickeln gemeinsam den passenden Weg. Um das greifbarer zu machen, stellen wir zwei anonymisierte Beispiele aus unserem Team vor.



Triff Johanna

Johanna ist Junior Digital Designerin. Sie hat Physik studiert und kommt ohne Berufserfahrung zu uns. In ihrem Studium hat sie erste Programmierkenntnisse gesammelt und analytische Fähigkeiten entwickelt.

Ausgangslage

Johanna schrieb ihre Abschlussarbeit in einem kleinen Team, in dem sie ein Datenauswertungstool in Java entwickelte. Dabei sammelte sie erste Einblicke in Softwareentwicklung, Anforderungserhebung, Testfälle und Debugging – allerdings nicht auf professionellem Niveau. Die Erfahrung, Probleme zu analysieren und Lösungen zu erarbeiten, faszinierte sie. Deshalb entschied sie sich, im Digital Design an der Schnittstelle zwischen Ideen und Lösungen zu arbeiten.

Ausbildungsziel und Weg

Johanna startet in einem umsetzungsnahen Projekt. Hier spezifiziert sie User Stories und lernt dabei:

- Fachliche Hintergründe zu verstehen,
- Anforderungen im Kontext des Projekts einzuordnen und
- diese im Team zu diskutieren.

Ein erfahrener Proxy Product Owner (PO) begleitet sie dabei und führt regelmäßige Reflexionsgespräche über Herausforderungen und Lernerfolge.

Drei Monate nach Projektbeginn besucht Johanna die Digital Design School, wo sie ihre ersten praktischen Erfahrungen vertieft und ein besseres Verständnis von Digital Design gewinnt. Zusätzlich arbeitet sie an ihrem Handwerkszeug und der Materialkunde:

- Reflexionsphasen und kollegiale Beratung mit Kolleginnen in der Digital Design Community,
- Zertifikate in Requirements Engineering (IREB) und ISTQB Test Basics,
- eine Scrum-Schulung sowie
- eine Grundlagenzertifizierung im Bereich Cloud Computing.

Wo steht Johanna heute?

Nach einem Jahr im Digital Design mit Schwerpunkt auf Requirements Engineering will Johanna weiter in verschiedenen Rollen und Projekten arbeiten, um ihre Kompetenzen zu erweitern. Ihr Ziel: Langfristig entscheiden, ob sie sich als Generalistin breit aufstellen oder eine Spezialistenrolle anstreben möchte.



Triff Thomas

Thomas hat Human Computer Interaction studiert und kann bereits 2 Jahre Berufserfahrungen sowie Zertifikate im UI-Design Vorweisen. Er verstärkt unser Team als UI-Designer, einer Spezialdisziplin des Digital Design.

Ausgangslage

In einer Agentur arbeitete Thomas an Konzeptideen und UI-Designs in Figma. Zwar war er vereinzelt an Nutzertests beteiligt, jedoch hatte er keine Erfahrung in der Zusammenarbeit mit Entwicklungsteams, da die Umsetzung der Designs an externe Partner übergeben wurde.

Ausbildungsziel und Weg

Thomas startet direkt als UI-Designer in einem App-Projekt. In den ersten Wochen konzentriert er sich auf die Designaufgaben, bemerkt jedoch schnell, dass er über seinen bisherigen »Tellerrand« hinausblicken muss. Er lernt:

- Anforderungen zu hinterfragen,
- die technische Machbarkeit zu prüfen und
- Designs mit der Systemarchitektur abzustimmen.

Dabei arbeitet er eng mit dem Proxy PO, dem Architekten und dem Entwicklungsteam zusammen. Unterstützung erhält er durch seine Führungskraft, die regelmäßig mit ihm reflektiert und seine Fortschritte dokumentiert.

Nach sechs Monaten besucht Thomas die Digital Design School, wo er seine Erfahrungen einordnet und neue Impulse für seine Arbeit erhält. Parallel vertieft er sein Wissen:

- Schulungen im Bereich Mobile Development (Materialkunde),
- Verbesserung seiner Kommunikation mit anderen Rollen (Vorgehen und Softskills).

Wo steht Thomas heute?

Thomas möchte weiterhin als UI-Designer arbeiten. Er bleibt durch Konferenzen und Weiterbildungen auf dem neuesten Stand und übernimmt zunehmend auch fachliche Spezifikationen. Langfristig möchte er in Projekten Doppelrollen wahrnehmen können – etwa als Designer und Requirements Engineer. Den Digital Design Baukasten nutzt er, um sein Methodenwissen gezielt auszubauen.

Fazit: Zwei Wege, ein Ziel

Johanna und Thomas zeigen, wie unterschiedlich die Wege zum Digital Designer sein können. Während Johanna sich als Generalistin breit aufstellt, schärft Thomas sein Profil als Spezialist. Beide profitieren von der Digital Design School, die ihnen Klarheit über ihre Fähigkeiten, Entwicklungsfelder und Grenzen gibt.

Dank der Kombination aus individuellen Entwicklungsplänen, Unterstützung durch Projektteams und Führungskräfte sowie dem Zugriff auf den Digital Design Baukasten können sie ihre eigene Entwicklung selbstständig steuern. Die Digital Design Community bietet darüber hinaus Möglichkeiten zum Austausch und zur kollegialen Beratung, um Herausforderungen gemeinsam zu meistern.

Was wir aus der Digital Design Ausbildung lernen können

Digital Design erfordert mehr als methodische Kenntnisse – es verlangt eine Haltung, die den Blick über die unmittelbare Aufgabe hinaus erweitert. Designerinnen sollten nicht nur ihre spezifischen Aufgaben im Fokus haben, sondern auch die Gesamtvision eines Projekts verstehen und langfristige Ziele berücksichtigen.

Unsere wichtigsten Erkenntnisse:

1. Niemand muss alles können.

Digital Designerinnen sind keine »Eierlegenden Wollmilchsäue« oder Superheldinnen. Sie sollten jedoch ein Bewusstsein für die verschiedenen Aspekte und Anforderungen ihres Berufs haben. Thomas, unser spezialisierter UI-Designer, zeigt, wie wertvoll es ist, sich gezielt weiterzuentwickeln und zugleich das größere Ganze im Blick zu behalten.

2. Individuelle Ausbildungswege.

Jeder hat eine einzigartige Reise im Digital Design. Fixpunkte wie die Digital Design School bieten Orientierung, aber es gibt keinen starren Weg. Während Johanna ihren generalistischen Ansatz verfolgt, der Breite und Flexibilität betont, vertieft Thomas seine Spezialisierung als UI-Designer. Beide Wege sind gleich wichtig:

- Generalisten verbinden Disziplinen und sorgen für Zusammenhalt.
- Spezialisten bringen vertieftes Wissen ein und denken innovativ in ihrer Domäne.

3. Lernen ist ein kontinuierlicher Prozess.

Egal ob Generalistin oder Spezialistin: Alle Designerinnen müssen ihr Wissen über digitales Material und neue Technologien, wie Künstliche Intelligenz, regelmäßig erweitern. Dies fördert nicht nur ihre individuelle Entwicklung, sondern stärkt auch das gesamte Team und trägt zu innovativen Lösungen bei.

4. Haltung und Kontext sind entscheidend.

Digital Designer sollten stets im größeren Kontext denken und handeln. Die Fähigkeit, über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen und die Perspektive anderer Rollen zu verstehen, ist essenziell. Nur so können Projekte nachhaltig gestaltet und langfristig erfolgreich umgesetzt werden.

Unser Fazit:

Eine fundierte Ausbildung im Digital Design muss flexibel, individuell und praxisnah sein. Sie bietet Orientierung, fördert Spezialisierungen und verbindet Menschen mit verschiedenen Stärken. Gleichzeitig ist sie unsere Antwort auf den Fachkräftemangel: Sie bildet ganzheitliche Gestalterinnen aus, die den digitalen Wandel aktiv vorantreiben – und das mit einem klaren Fokus auf das große Ganze.

Wir freuen uns über jeden Austausch an Erfahrungen. Kommt gerne auf uns zu!

Bitkom vertritt mehr als 2.200 Mitgliedsunternehmen aus der digitalen Wirtschaft. Sie erzielen allein mit IT- und Telekommunikationsleistungen jährlich Umsätze von 190 Milliarden Euro, darunter Exporte in Höhe von 50 Milliarden Euro. Die Bitkom-Mitglieder beschäftigen in Deutschland mehr als 2 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 500 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 80 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, jeweils 8 Prozent kommen aus Europa und den USA, 4 Prozent aus anderen Regionen. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem weltweit führenden Digitalstandort zu machen.

Bitkom e.V.

Albrechtstraße 10
10117 Berlin
T 030 27576-0
bitkom@bitkom.org

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

bitkom