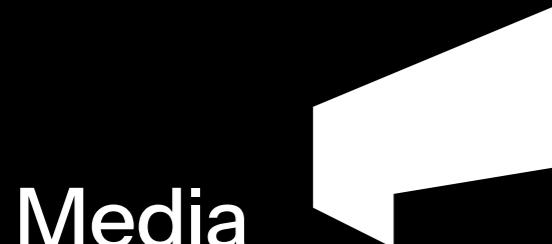


Herzlich  
Willkommen

# Markus Schröppel

Professor, Doctor of Arts, Diplom Designer;  
Visuelle Kommunikation



**Media**  
**University**  
of Applied Sciences

ADR

Designwissenschaftliches Arbeiten





Wissens-  
transfer

Die ADR Pilgerreise beschreibt den iterativen Prozess der Forschung im Design. Sie teilen ihre Erfahrungen, Erkenntnisse und praktischen Tipps auf einer anspruchsvollen und lohnenden Reise. Das Modul ist als Informationsaustausch mit anderen Studierenden gedacht. Die ADR Pilgerreise wird ein fortlaufendes Projekt.

# Designwissenschaftliche Analyse und Forschung



# Designwissenschaftliche Analyse und Forschung

Mit dieser Aufgabe möchten wir Sie ermutigen, sich als Forscher\*innen im Feld der Gestaltung zu positionieren. Sie sollen lernen, Themen der visuellen Kommunikation nicht nur gestalterisch, sondern auch wissenschaftlich fundiert zu untersuchen – mit derselben Präzision und Tiefe, die wir aus den etablierten Wissenschaften kennen.

# Designwissenschaftliche Analyse und Forschung

Es geht darum, ein Thema zu wählen, das Sie wirklich interessiert, und es auf hohem Niveau selbstständig zu bearbeiten. Die Aufgabe ist zugleich ein Trainingsfeld für Ihre Masterarbeit: Sie erproben, wie man Fragestellungen entwickelt, Methoden reflektiert einsetzt, Literatur kritisch einbindet und Ergebnisse nachvollziehbar darstellt.

Ziel ist es, Ihre Fähigkeit zu entwickeln, ein umfangreiches theoretisches oder praxisnahes Thema auf hohem wissenschaftlichem Niveau selbstständig zu bearbeiten – als essenzielle Vorbereitung für Ihre Masterarbeit.

# **Wissenschaftliches Arbeiten in Kunst, Design und Architektur Kriterien für praxis-geleitete PhD-Forschung**

Michael Hohl

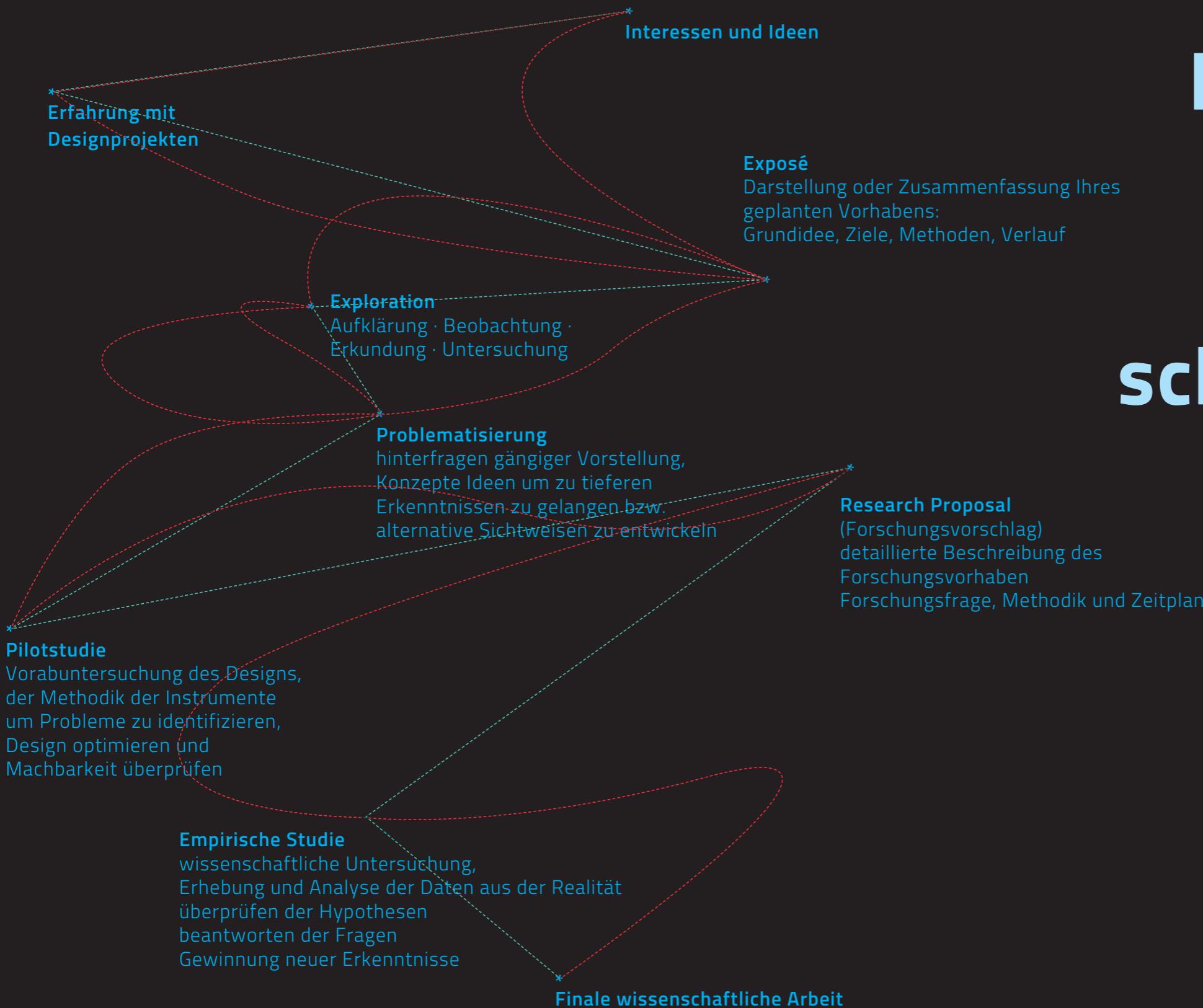
Grundlagen

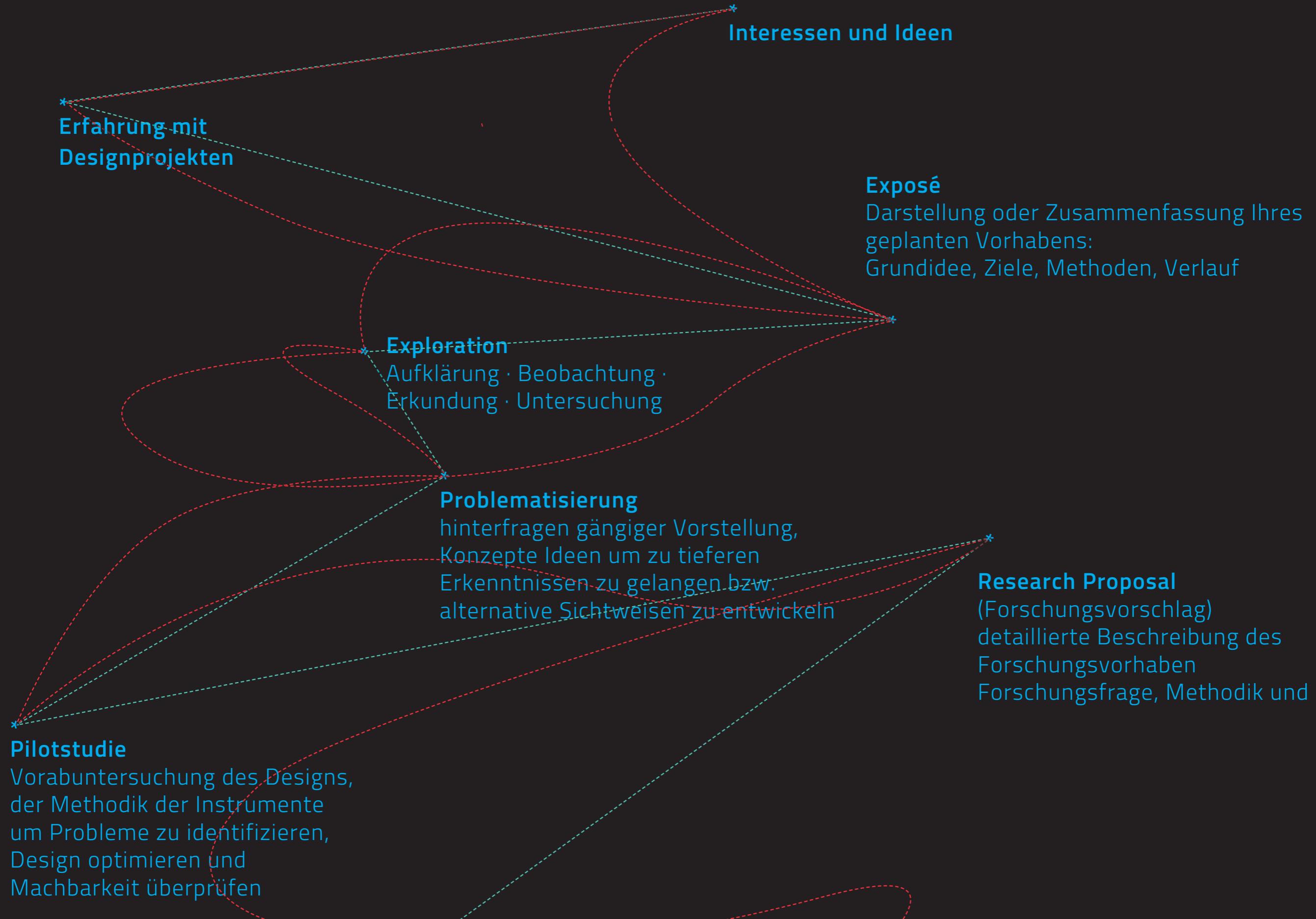


DOM  
publishers

DOM publishers; Berlin 2019, ISBN 978-3-86922-671-2  
Schriftenreihe: Grundlagen; Band 91

# Pilgerreise jeder wissen- schaftlichen Arbeit





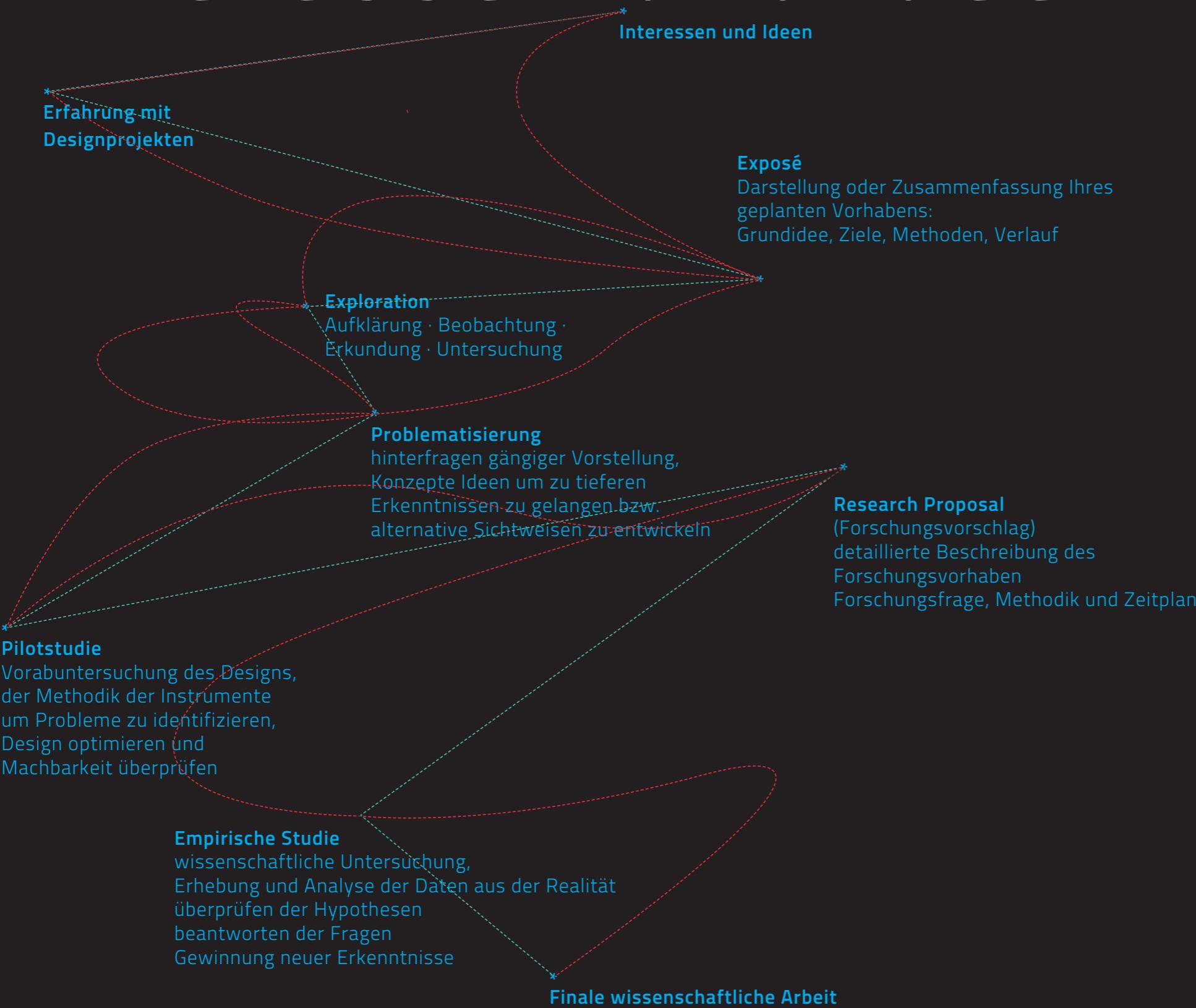


# Aufgabe

# Thema & Forschungsfrage

- Wählen Sie ein Objekt, einen Text, ein visuelles Artefakt oder einen Sachverhalt aus der visuellen Kommunikation.
- Formulieren Sie eine klare Forschungsfrage – präzise genug, um fokussiert zu bleiben, und offen genug, um tief zu gehen.

# Interessen und Ideen



# Interessen und Ideen

Welches Objekt, welcher Text, welches Artefakt oder welcher Sachverhalt interessiert mich besonders?

# Interessen und Ideen

Welche Relevanz hat mein Thema für die visuelle Kommunikation und / oder das Design?

# Interessen und Ideen

Welche konkrete Frage will ich beantworten?  
(z. B. zu Funktion, Wirkung, Bedeutung, Kontext,  
Rezeption, Prozess)

# Interessen und Ideen

Wie kann ich meine Forschungsfrage präzise formulieren, sodass sie bearbeitbar ist?

# Interessen und Ideen

Übersicht möglicher Forschungsgegenstände in  
der visuellen Kommunikation

Interessen und Ideen

Objekte / Artefakte

Bsp. .

**SCHMECKT  
WIE SELBST-  
GEKOCHT.  
WENN DU  
KOCHEN  
KÖNNTEST.**

AUSGEWOGENE TIEFKÜHLGERÄTHE  
FERTIG IN 8 MINUTEN.

JETZT BESTELLEN:  
[JUIT.COM](http://JUIT.COM)

HEAT IT  
EAT IT  
LOVE IT

**JUIT**



# ZÜRCHER THEATER SPEZIAKEL

19.8.—  
5.9.21



Landiwiese  
Werft  
Rote Fabrik  
& in der Stadt

# ZÜRCHER THEATER SPEZIAKEL

19.8.—  
5.9.21



Landiwiese  
Werft  
Rote Fabrik  
& in der Stadt

Eine Kulturrundfahrt  
der Stadt Zürich

TagsGleicher

Kultur Zürich

Swiss Re

Zürcher  
Kantonalbank

Eine Kulturrundfahrt  
der Stadt Zürich

TagsGleicher

Kultur Zürich

Swiss Re

Zürcher  
Kantonalbank

# Interessen und Ideen

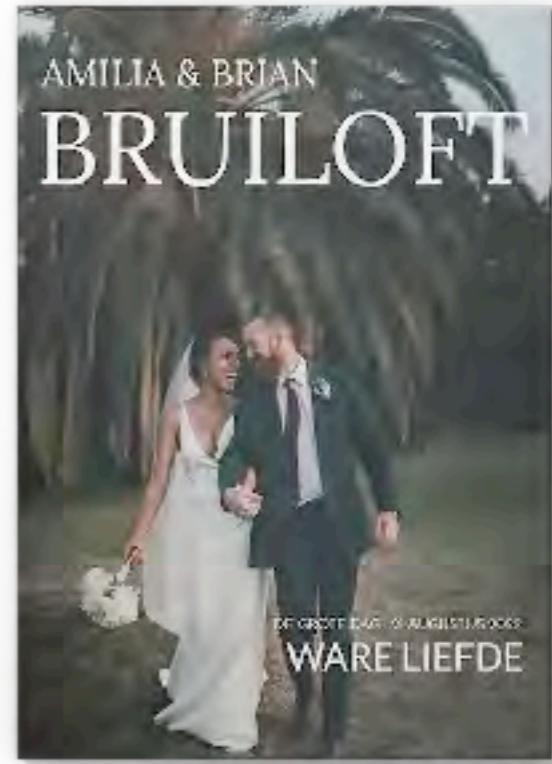
**Plakatdesigns** (z. B. politische Wahlplakate, Umweltkampagnen, Social-Media-Ads) – Analyse von Rhetorik, visuellen Codes, Wirkung.

# THE 100 MOST CREATIVE MAGAZINE COVERS YOU'VE NEVER SEEN

chosen by the 100  
best designers from  
all over the world







# Interessen und Ideen

**Buch- und Magazingestaltung (Cover-Designs, Editorial-Layouts) – Untersuchung von Typografie, Leseführung, kulturellem Kontext.**

## Mindestabstand



Abstand oben: Der Mindestabstand – von Querlinien (links und rechts) & horizontal auf der Höhe des Buchstaben „Z“, liegt um das Logo zwischen den Wörtern „bayern“ und „energie transport systeme“. Dieser Abstand muss den Logos den entsprechenden Wörtern folgen.

## Die Logo-Farben

### SCHWARZ Wettfarbe



RGB 0/0/0 – HSL 0/0/0 – CMYK 100/100/100

### GRAU Wettfarbe



RGB 202/202/202 – HSL 0/0/0 – CMYK 0/0/0/20 – TINTONE 0/0/0/20

### ORANGE Signal



RGB 254/105/0 – HSL 84/84/0 – CMYK 51/45/100 – TINTONE 51/0/0

## Logo-Umsetzungen



Abstand oben: 4 Zeilen

Hinweise: In den meisten Fällen kommt direkt Variante 1 des Logos (entweder entzerrt) zusammen mit dem „energie transport systeme“ zur Anwendung. Dabei wird das Logo gewöhnlich auf einem weißen Hintergrund platziert. Der üblicher Logo-kontakt kommt nur dann zum Einsatz, wenn zwingende Gründe diesen rechtfertigen, wie beispielsweise Technische Einschränkungen bei der Produktion von Werbematerial.



Abstand oben: 2 Zeilen/4 Zeilen



Abstand oben: 4 Zeilen/6 Zeilen





# Interessen und Ideen

**Corporate Design Manuals** – Vergleich, wie  
Marken ihre Identität visuell regulieren.





# WATER FOOTPRINT

*virtual water  
embedded in products*



# Interessen und Ideen

**Informationsgrafiken und Datenvisualisierungen**  
– Analyse der Lesbarkeit, Verständlichkeit,  
Manipulation von Daten.

Button



Button



Login

Sign up

60%

25%

75%

Search



# Interessen und Ideen

## Interface-Elemente (UI-Patterns)

– z. B. Buttons, Menüs, Microinteractions in Apps.

# Interessen und Ideen

## Texte

# A DESIGN MANIFESTO

1. Design is an intellectual profession and that's why it matters. 2. Design has to be human, honest and clever.

3. Design's role is to care about people, the messages and ideas. 4. A good designer must fulfill their creative hunger and aim

high. No matter the cost. 5. A good designer knows their value and how to sell it. 6. A good designer does not design useless or

penal things. 7. A good designer knows that the audience is not dumb. 8. Designers must help, respect and acknowledge other designers.

9. Hard work is key.

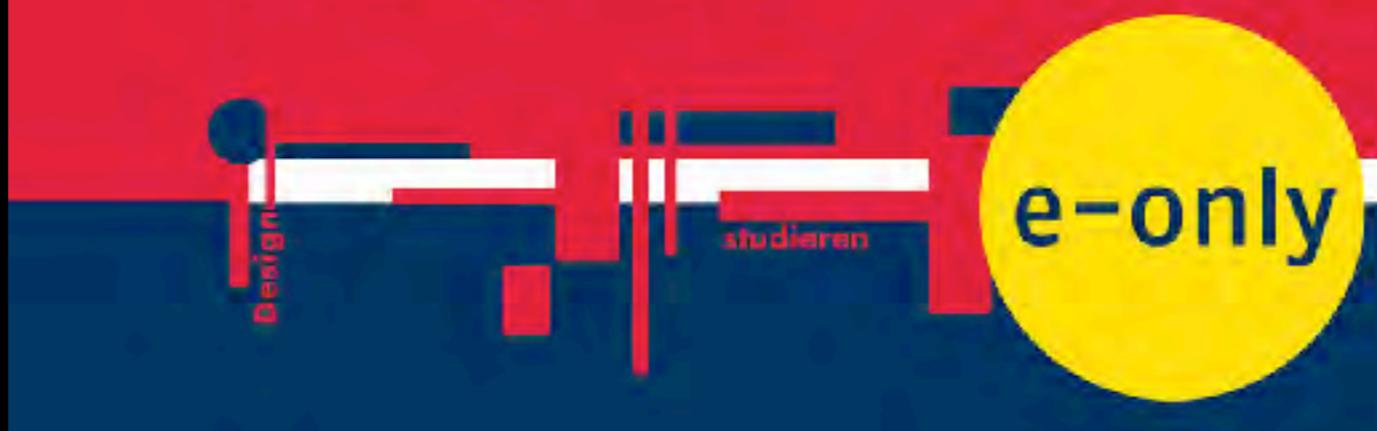
Talent is not enough. 10. Good design is ethically correct and cause no harm.

Pablo  
Zarate

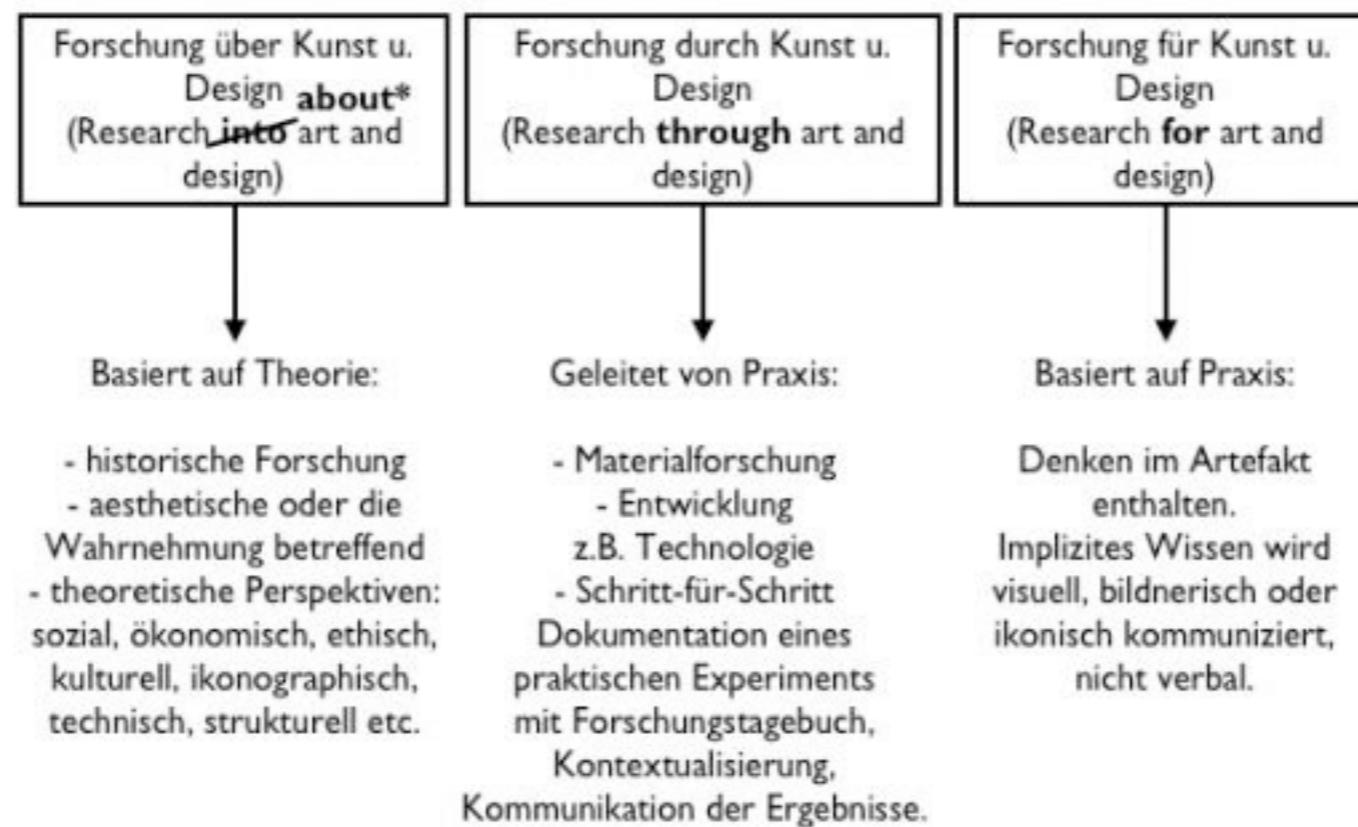
# Interessen und Ideen

**Design-Manifeste** (z. B. First Things First, Bauhaus, Ulm) – kritische Analyse von Sprache, Ideologie und Relevanz für heutige Praxis.

Uta Brandes  
Michael Erlhoff  
Nadine Schemmann  
Designtheorie und  
Designforschung



W. Fink **UTB**



Frayling, 1993

\* Wolfgang Jonas suggested it would add clarity to substitute 'into' with 'about'

# Interessen und Ideen

**Theorie- oder Methodentexte aus der Designforschung – z. B. semiotische oder kulturwissenschaftliche Ansätze.**



„Wir kaufen nicht, was wir haben  
wollen. Wir konsumieren, was  
wir sein möchten.“

John Hegarty

**UNGÜNSTIG:**  
Bei Kaufland nach  
Schnäppchen und  
Mitarbeitern suchen.



**GÜNSTIG:**  
Bei EDEKA jetzt über  
12.000 Artikel zum  
Tiefpreis und viele  
Mitarbeiter, die gerne  
für Sie da sind.

UNSER  
TIEFPREIS

Achten Sie auf diese  
Kennzeichnung.



# Interessen und Ideen

**Werbetexte in Verbindung mit visuellen Medien**  
– wie Text und Bild zusammenspielen,  
Bedeutungen erzeugen und Zielgruppen  
ansprechen.

Interessen und Ideen

Visuelle Artefakte



# Interessen und Ideen

**Logos und Markenzeichen** – semiotische  
Untersuchung von Zeichencharakter, Evolution  
im Zeitverlauf.

## EIGENE MEMES ERSTELLEN – TIPPS

- Ein gutes Meme lebt von der gelungenen Kombination aus Text und Bild. Diese entsteht oft dann, wenn Bild und Text im Kontrast zueinander stehen oder auf lustige, absurde Weise miteinander harmonieren.
- Überlege genau, welchen Text du dem Bild gegenüberstellst. Ein bekanntes Zitat, ein literarisches Zitat oder lieber einen eigenen Text?
- Achte bei deinem eigenen Text auf eine präzise Wortwahl. Memes kommen schnell auf den Punkt.
- Achte bei einem Zitat genau darauf, dass du korrekt zitierst – und im besten Fall – dass das literarische Werk bzw. die Urheberschaft erkennbar bleibt.
- Wie möchtest du deine Pointe setzen? Ist sie im Text enthalten oder entsteht sie durch die Kombination von Text und Bild?
- **WICHTIG:** Memes sollen Spaß machen. Sei vorsichtig, wenn du glaubst, dass der Inhalt andere verletzen oder beleidigen könnte.
- Beachte auch das Recht am eigenen Bild. Das bedeutet, dass du keine Bilder von Privatpersonen (Eltern, Geschwister, Freundinnen und Freunde usw.) ohne deren ausdrückliche Zustimmung verwenden darfst.
- Mit diesen Meme-Generatoren kannst du einfach eigene Memes erstellen:  
<https://imgflip.com/memegenerator>  
<https://www.adobe.com/express/create/meme>



# Interessen und Ideen

**Memes als Kommunikationsform** – Analyse von  
Bild-Text-Kombinationen, kultureller Kontext,  
virale Dynamiken.

abcdefghijklmn

opqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

1234567890

&!?.,:;`^`(`)--\* €

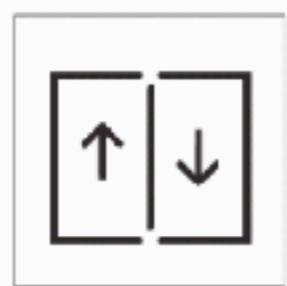
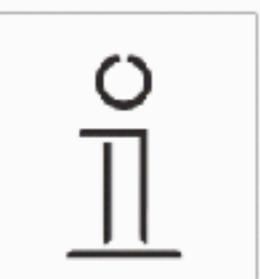
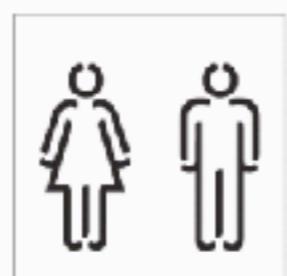
abcdefghijklmn

opqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

1234567890



# Interessen und Ideen

**Piktogramm-Systeme** (z. B. Verkehr, Flughäfen, Olympische Spiele) – Analyse von Verständlichkeit, Universalität, kulturellen Einflüssen.

logitro

# Interessen und Ideen

## Typografische Experimente

– z. B. variable Fonts, digitale Schriftgestaltung.

Interessen und Ideen

Relevante Sachverhalte



SAVE  
THE  
WORLD

# Interessen und Ideen

**Nachhaltigkeit in der visuellen Kommunikation –  
Greenwashing vs. ehrliche Kommunikation.**

# SOCIAL DIGITAL RESPONSIBILITY

## Diversität und Inklusion

Barrierefreiheit  
ist STANDARD!



Barrierefreie Inhalte  
erzielen eine höhere  
REICHWEITE!

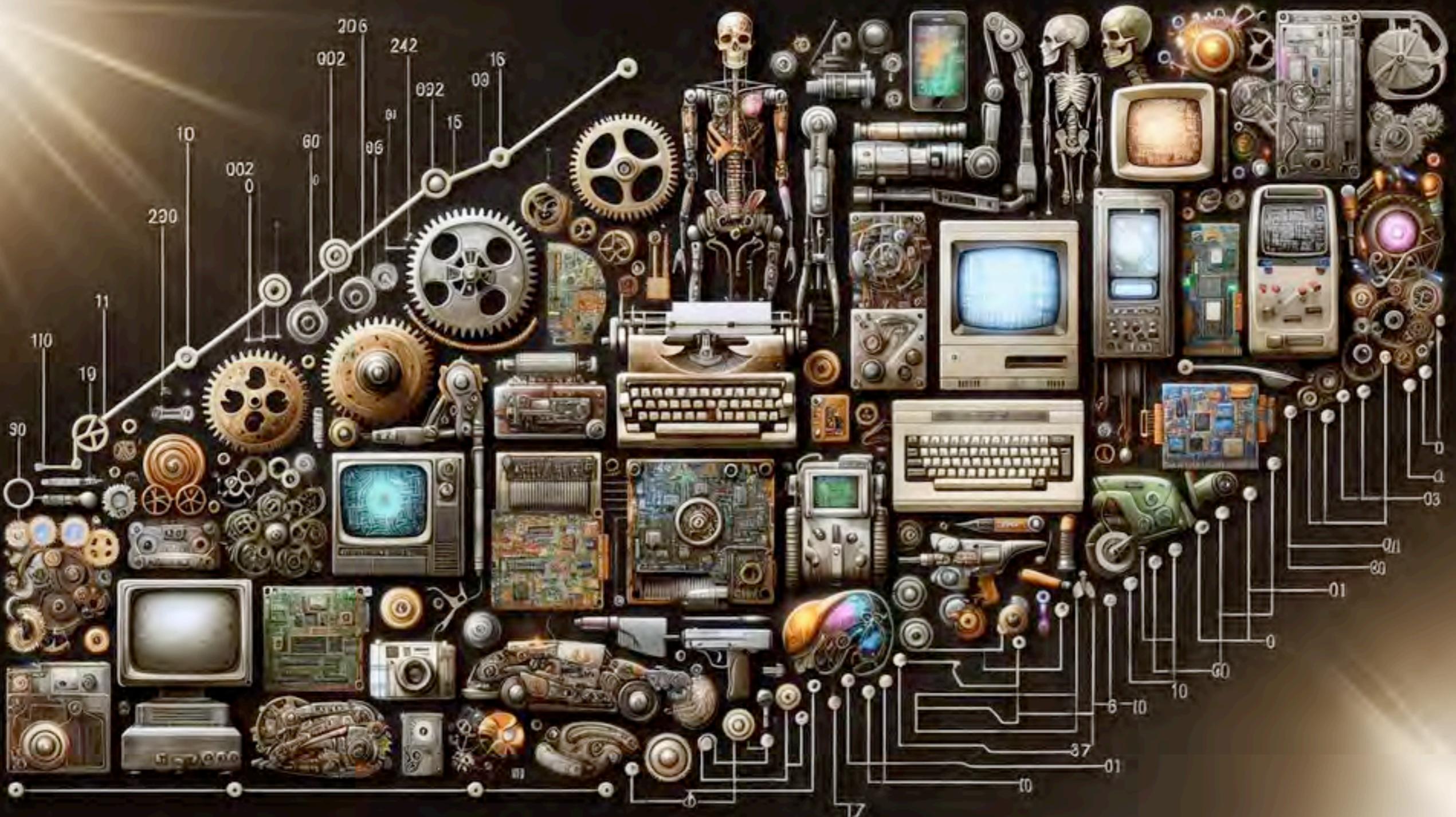


KEIN Ausblenden/ Banning  
von Menschen mit  
Behinderung!



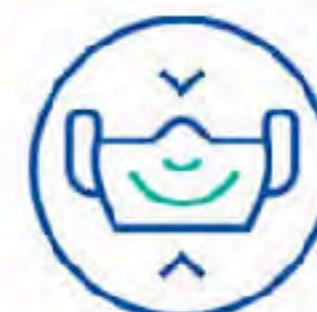
# Interessen und Ideen

**Inklusion und Barrierefreiheit** – visuelle  
Strategien für Lesbarkeit, Kontraste,  
Screenreader-Kompatibilität..



# Interessen und Ideen

**KI-generierte Bilder und Texte –  
Auswirkungen auf Authentizität,  
Autorschaft und Gestaltungspraxis.**



# Interessen und Ideen

**Visuelle Kommunikation in Krisenzeiten**  
(z. B. Covid-19-Piktogramme, Infokampagnen, Kriegsbilder) – Analyse von Klarheit, Emotionalität, gesellschaftlicher Wirkung.



# Interessen und Ideen

**Genderdarstellungen in Werbung und Medien –  
Stereotypen, Diversität, Wandel der Bildsprachen.**

# Wissenschaftlicher Kontext

Die Beispiele lassen sich mit Methoden wie semiotischer Analyse, Diskursanalyse, Inhaltsanalyse oder visueller Ethnografie untersuchen – und bieten einen guten Einstieg um Theorie, Methode und visuelle Forschung zu verbinden.

# Konkrete Forschungsfragen

Beispiele um das Forschungsprojekt klar zu fokussieren

# ZÜRCHER THEATER SPEZIAKEL

19.8.—  
5.9.21



Landiwiese  
Werft  
Rote Fabrik  
& in der Stadt

# ZÜRCHER THEATER SPEZIAKEL

19.8.—  
5.9.21



Landiwiese  
Werft  
Rote Fabrik  
& in der Stadt

Eine Kulturrundfahrt  
der Stadt Zürich

TagsGleicher

Kulturwerft

Swiss Re

Zürcher  
Kantonalbank

Eine Kulturrundfahrt  
der Stadt Zürich

TagsGleicher

Kulturwerft

Swiss Re

Zürcher  
Kantonalbank

# Forschungsfragen

## Plakatdesigns

- Wie werden visuelle Codes eingesetzt, um Vertrauen und Überzeugungskraft zu erzeugen?
- Welche Rolle spielen Farbe und Typografie in der Emotionalisierung politischer Botschaften?



## INHALTSVERZEICHNIS



1  
ZACK-TEST



2  
ERSTE-TEST

3  
WANDELKÜNSTLER  
SAGEN

4  
UNSER  
DIREKTLEISTE-TEST

5  
GUNSTIGKEITEN

## ÜBER UNS

Deine Innenraum- und Materialien- und Möbel- und Design- und Renovierungsberatung ist dabei, präsent, informiert, inspiriert und verbindet. Deine Innenraum- und Materialien- und Design- und Renovierungsberatung ist dabei, präsent, informiert, inspiriert und verbindet. Deine Innenraum- und Materialien- und Design- und Renovierungsberatung ist dabei, präsent, informiert, inspiriert und verbindet.



Laura Leebman  
WANDEL




# Forschungsfragen

## Buch- und Magazingestaltung

- Wie lenken typografische und gestalterische Mittel die Leseführung und Rezeptionsweise?
- Inwiefern spiegeln Editorial-Designs gesellschaftliche Trends (z. B. Minimalismus, Retro, Diversity) wider?



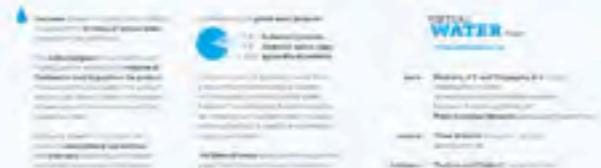
# Forschungsfragen

## Corporate Design Manuals

- Welche Strategien nutzen Design Manuals, um visuelle Identität zu standardisieren und global durchzusetzen?
- Wie verändert sich das Verständnis von Markenidentität durch modulare vs. strenge Designsysteme?

# WATER FOOTPRINT

*virtual water  
embedded in products*



# Forschungsfragen

## Informationsgrafiken und Datenvisualisierungen

- Wie beeinflusst die visuelle Aufbereitung von Daten die Wahrnehmung von Glaubwürdigkeit und Objektivität?
- Inwiefern können Infografiken manipulative Wirkung entfalten?

Button



Button



Login

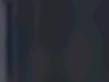
Sign up

60%

25%

75%

Search



# Forschungsfragen

## Interface-Elemente (UI-Patterns)

- Wie beeinflussen Microinteractions (z. B. Animationen, Feedback-Signale) die User Experience?
- In welchem Spannungsverhältnis stehen Standardisierung und Markenindividualität bei UI-Designs?

# Forschungsfragen

## Texte

# A DESIGN MANIFESTO

1. Design is an intellectual profession and that's why it matters. 2. Design has to be human, honest and clever.

3. Design's role is to care about people, the messages and ideas. 4. A good designer must fulfill their creative hunger and aim

high. No matter the cost. 5. A good designer knows their value and how to sell it. 6. A good designer does not design useless or

penal things. 7. A good designer knows that the audience is not dumb. 8. Designers must help, respect and acknowledge

other designers. 9. Hard work is key. Talent is not enough. 10. Good design is ethically correct and cause no harm.

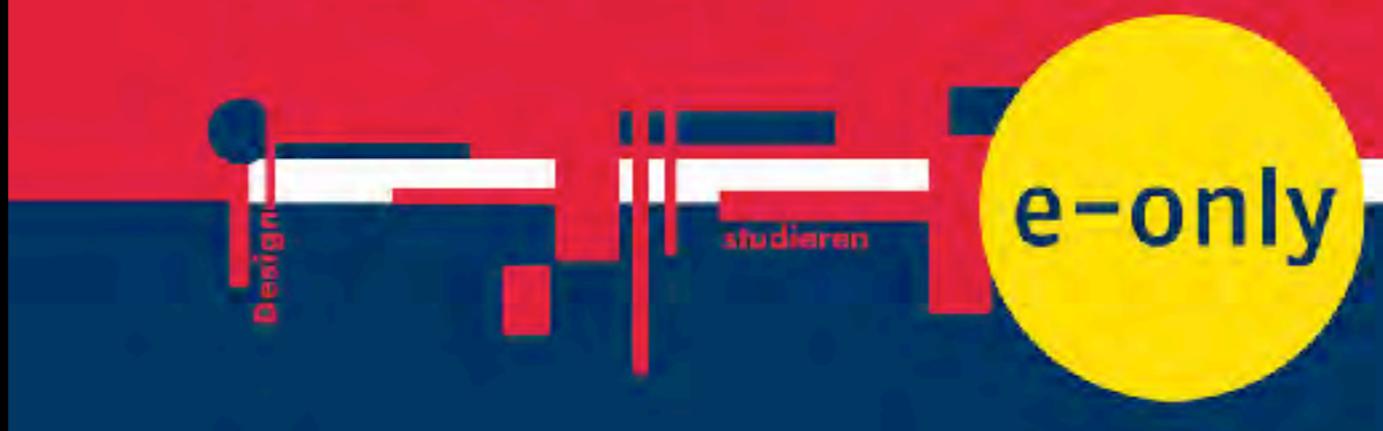
Pablo  
Zarate

# Forschungsfragen

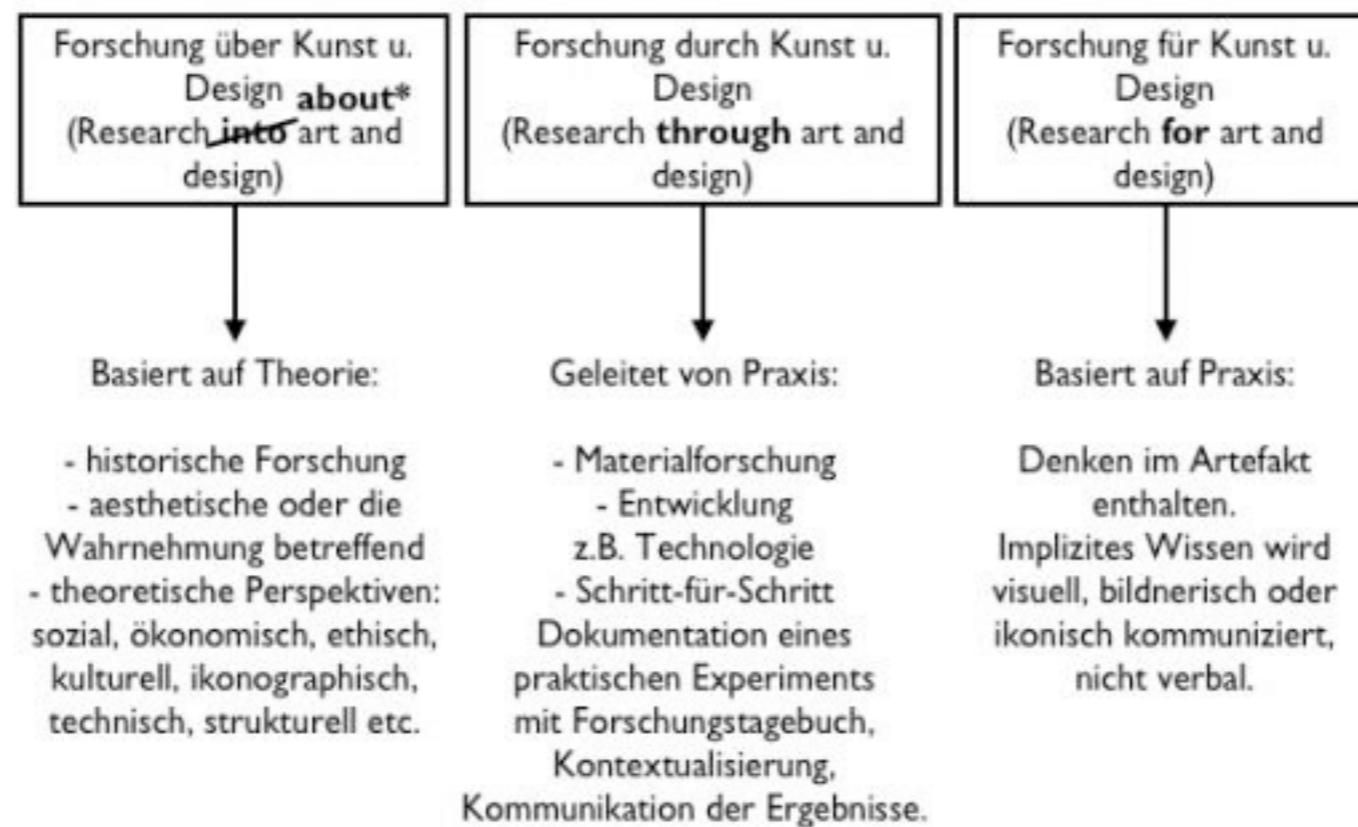
## Design-Manifeste

- Wie verändern sich Werte und Ideale der Designpraxis in Manifeste verschiedener Epochen?
- Welche Rolle spielen rhetorische Strategien in der Vermittlung von Designethik?

Uta Brandes  
Michael Erlhoff  
Nadine Schemmann  
Designtheorie und  
Designforschung



W. Fink **UTB**



Frayling, 1993

\* Wolfgang Jonas suggested it would add clarity to substitute 'into' with 'about'

# Forschungsfragen

## Theorie- oder Methodentexte aus der Designforschung

→ Wie lassen sich semiotische Konzepte (Zeichen, Code, Bedeutung) auf digitale Interfaces übertragen?

# Forschungsfragen

## Theorie- oder Methodentexte aus der Designforschung

→ Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede zeigen methodische Ansätze der Designforschung im Vergleich zu Kulturwissenschaften?



„Wir kaufen nicht, was wir haben  
wollen. Wir konsumieren, was  
wir sein möchten.“

John Hegarty

**UNGÜNSTIG:**  
Bei Kaufland nach  
Schnäppchen und  
Mitarbeitern suchen.



**GÜNSTIG:**  
Bei EDEKA jetzt über  
12.000 Artikel zum  
Tiefpreis und viele  
Mitarbeiter, die gerne  
für Sie da sind.

UNSER  
TIEFPREIS

Achten Sie auf diese  
Kennzeichnung.



# Forschungsfragen

## **Werbetexte in Verbindung mit visuellen Medien**

- Wie erzeugen Text-Bild-Kombinationen in der Werbung kohärente oder widersprüchliche Botschaften?
- Welche sprachlich-visuellen Strategien fördern Glaubwürdigkeit in Social-Media-Kampagnen?

# Forschungsfragen

## Visuelle Artefakte



# Forschungsfragen

## Logos und Markenzeichen

- Wie verändern sich die semiotischen Strukturen von Logos im Übergang vom Analogen zum Digitalen?
- Welche Strategien nutzen Rebrandings, um Kontinuität und Innovation gleichzeitig zu kommunizieren?

## EIGENE MEMES ERSTELLEN – TIPPS

- Ein gutes Meme lebt von der gelungenen Kombination aus Text und Bild. Diese entsteht oft dann, wenn Bild und Text im Kontrast zueinander stehen oder auf lustige, absurde Weise miteinander harmonieren.
- Überlege genau, welchen Text du dem Bild gegenüberstellst. Ein bekanntes Zitat, ein literarisches Zitat oder lieber einen eigenen Text?
- Achte bei deinem eigenen Text auf eine präzise Wortwahl. Memes kommen schnell auf den Punkt.
- Achte bei einem Zitat genau darauf, dass du korrekt zitierst – und im besten Fall – dass das literarische Werk bzw. die Urheberschaft erkennbar bleibt.
- Wie möchtest du deine Pointe setzen? Ist sie im Text enthalten oder entsteht sie durch die Kombination von Text und Bild?
- **WICHTIG:** Memes sollen Spaß machen. Sei vorsichtig, wenn du glaubst, dass der Inhalt andere verletzen oder beleidigen könnte.
- Beachte auch das Recht am eigenen Bild. Das bedeutet, dass du keine Bilder von Privatpersonen (Eltern, Geschwister, Freundinnen und Freunde usw.) ohne deren ausdrückliche Zustimmung verwenden darfst.
- Mit diesen Meme-Generatoren kannst du einfach eigene Memes erstellen:  
<https://imgflip.com/memegenerator>  
<https://www.adobe.com/express/create/meme>



# Forschungsfragen

## Memes als Kommunikationsform

- Wie werden visuelle und sprachliche Codes in Memes genutzt, um kollektive Identität zu erzeugen?
- Welche Rolle spielt Ironie in der viralen Verbreitung visueller Inhalte?

abcdefghijklmn

opqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

1234567890

&!?.,:;`^`(`)--\* €

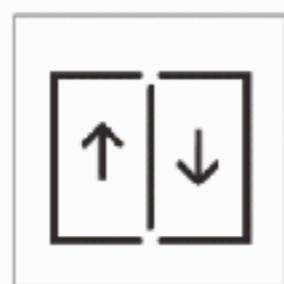
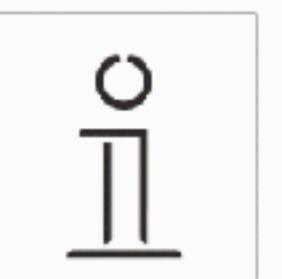
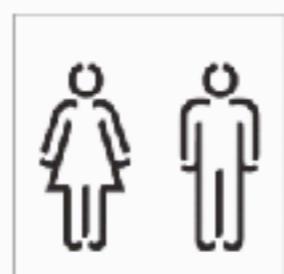
abcdefghijklmn

opqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

1234567890



# Forschungsfragen

## Piktogramm-Systeme

- Inwiefern sind Piktogramme universell verständlich oder kulturell geprägt?
- Wie verändern sich ikonografische Systeme durch Digitalisierung und mobile Interfaces?

logitro

# Forschungsfragen

## Typografische Experimente

- Welche Rolle spielen variable Fonts für Lesbarkeit, Barrierefreiheit und Branding?
- Wie verschiebt digitale Typografie das Verhältnis zwischen Autorenschaft und Gestaltung?

# Forschungsfragen

# Relevante Sachverhalte



SAVE  
THE  
WORLD

# Forschungsfragen

## Nachhaltigkeit in der visuellen Kommunikation –

- Welche Bild- und Gestaltungsstrategien prägen „Greenwashing“ im Vergleich zu glaubwürdigen Nachhaltigkeitskampagnen?
- Wie lässt sich Nachhaltigkeit im Corporate Design visuell verankern?

# SOCIAL DIGITAL RESPONSIBILITY

## Diversität und Inklusion

Barrierefreiheit  
ist STANDARD!



& Bilder  
mit ALT-Text

Barrierefreie Inhalte  
erzielen eine höhere  
REICHWEITE!



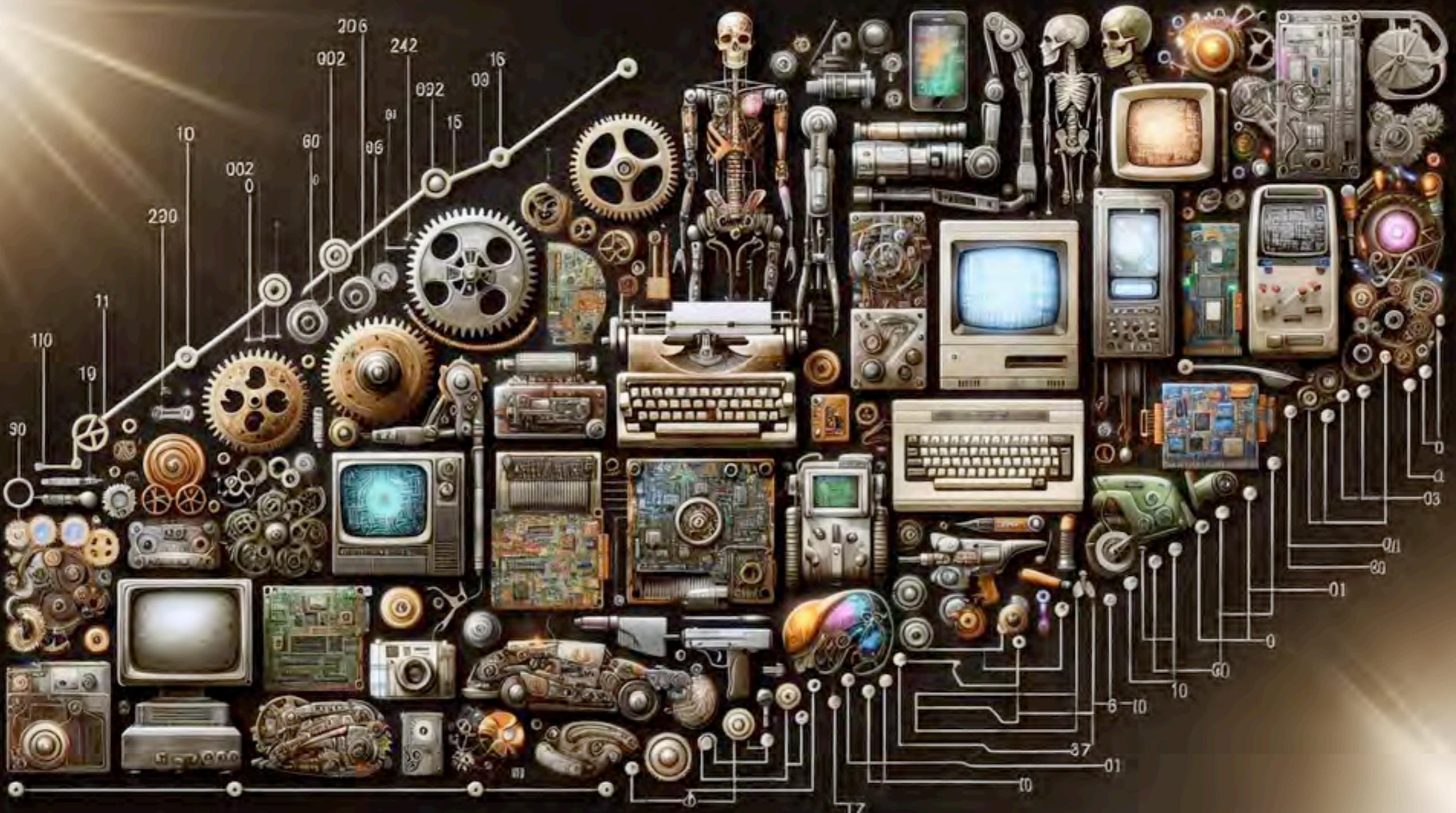
KEIN Ausblenden/ Banning  
von Menschen mit  
Behinderung!



# Forschungsfragen

## Inklusion und Barrierefreiheit

- Welche visuellen Strategien fördern Zugänglichkeit in digitalen Interfaces?
- Wie gehen Gestalter\*innen mit dem Spannungsfeld zwischen Ästhetik und Barrierefreiheit um?



# Forschungsfragen

## KI-generierte Bilder und Texte

- Wie beeinflusst KI-generierte Bildsprache die Wahrnehmung von Authentizität und Autorschaft?
- Inwiefern verändert KI die Rollenverteilung zwischen Designerin, Maschine und Rezipientin?



# Forschungsfragen

## Visuelle Kommunikation in Krisenzeiten

- Wie wird durch Piktogramme und Infografiken Sicherheit und Dringlichkeit vermittelt?
- Welche Gestaltungsstrategien fördern Vertrauen in Krisenkommunikation?



# Forschungsfragen

## Genderdarstellungen in Werbung und Medien

- Welche visuellen Strategien stabilisieren oder hinterfragen Geschlechterstereotype?
- Wie hat sich die Bildsprache von Diversität in Werbung und Markenkommunikation in den letzten zehn Jahren entwickelt?

# Wissenschaftlicher Kontext

Diese Fragen sind bewusst offen genug formuliert, damit Sie diese eigenständig mit Methoden, Literatur und visueller Forschung bearbeiten können.

# Wissenschaftlicher Kontext

Die Beispiele lassen sich mit Methoden wie semiotischer Analyse, Diskursanalyse, Inhaltsanalyse oder visueller Ethnografie untersuchen – und bieten einen guten Einstieg um Theorie, Methode und visuelle Forschung zu verbinden.

# Wissenschaftlicher Kontext

- Tauchen Sie in die bestehende Literatur ein: Welche Theorien, Debatten oder Forschungsarbeiten sind für Ihr Thema relevant?
- Verorten Sie Ihr Projekt in diesem Diskurs und nehmen Sie eine kritische Haltung ein.

# Methodisches Vorgehen

- Wählen Sie eine Methode, die zu Ihrem Thema passt (z. B. semiotische Analyse, Diskursanalyse, historische Kontextualisierung, Design-Ethnografie, visuelle Inhaltsanalyse ...).
- Zeigen Sie, dass Sie Ihre Methode verstehen, begründen können und konsequent anwenden.

# Visuelle Forschung nutzen

- Setzen Sie visuelle Mittel als Teil Ihrer Analyse ein: Diagramme, Mapping, Bildanalysen, Prototypen oder andere Formen visueller Argumentation.
- Machen Sie deutlich, dass Visualisierungen nicht Dekoration sind, sondern ein Werkzeug der Forschung.

# Darstellung & Reflexion

- Strukturieren Sie Ihre Arbeit nachvollziehbar, präzise und mit Fachterminologie.
- Reflektieren Sie Ihre Ergebnisse kritisch: Was konnten Sie herausfinden? Wo liegen Grenzen? Welche neuen Fragen haben sich ergeben?

# Rahmenbedingungen

Alle theoretischen Arbeiten  
(reiner Textteil, ohne Anhang, Literatur etc.):

Hausarbeit: **5.000** Wörter

Inklusive Abbildungen, Tabellen,  
Visualisierungen (wo angemessen)

Abgabe in gedruckter und digitaler Form.

# Beurteilungskriterien

- Wissenschaftliche Präzision: Klarheit der Fragestellung, Genauigkeit der Argumentation
- Methodische Fundierung: Nachvollziehbare und angemessene Anwendung einer wissenschaftlichen Methode
- Kritische Reflexion: Eigenständige Auseinandersetzung mit bestehender Forschungsliteratur

# Beurteilungskriterien

- Visuelle Forschungskompetenz: Qualität und Relevanz der eingesetzten visuellen Mittel
- Darstellung & Form: Sachliche, präzise Ausdrucksweise, Fachterminologie, korrekte formale Standards (inkl. Zitation und Layout)

# Ziel

- Diese Aufgabe ist Ihre Chance, ein Thema zu erforschen, das Sie persönlich fasziniert – und gleichzeitig Ihre Kompetenz zu zeigen, auf wissenschaftlichem Niveau zu denken, zu analysieren und zu kommunizieren.
- Nutzen Sie sie als Generalprobe für Ihre Masterarbeit – neugierig, kritisch und mit Lust am Forschen!