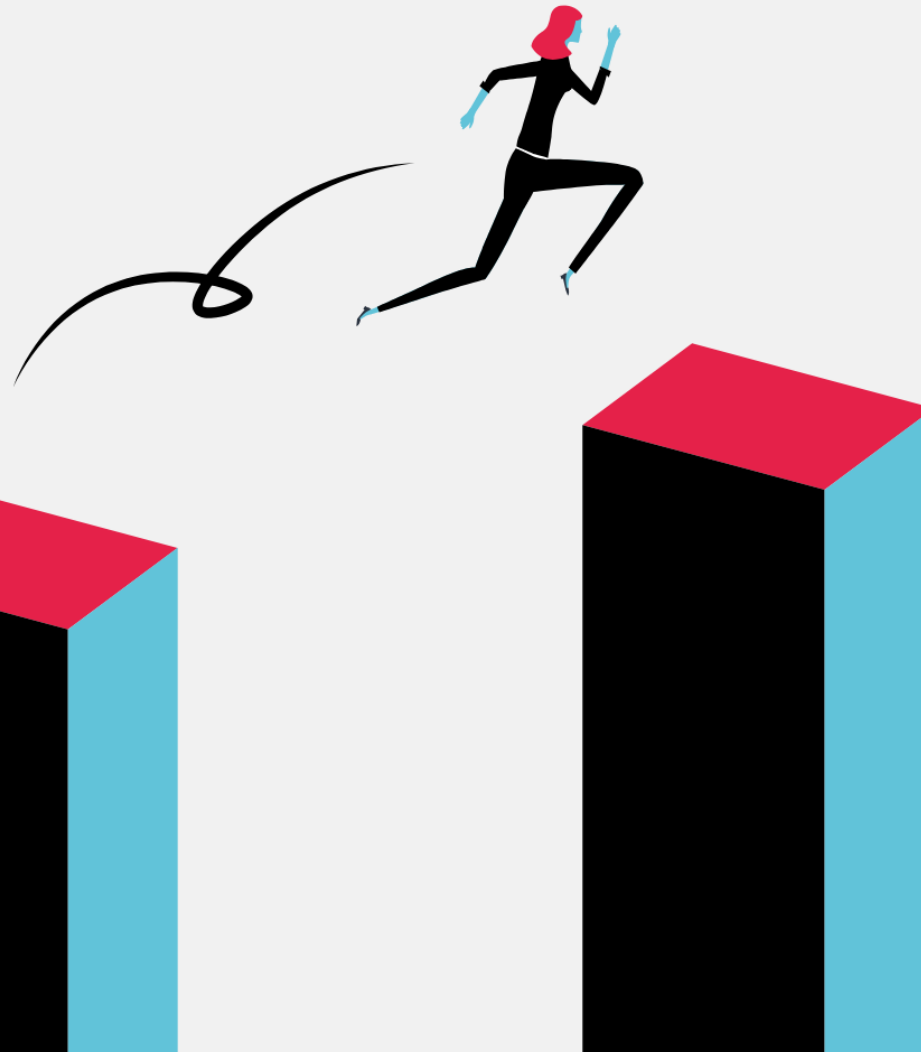


MODULHANDBUCH 2026

Alle wichtigen Informationen zu Aufbau, Inhalten und Terminen
für den Masterstudiengang Leadership in digitaler Innovation.

Die Angaben sind ohne Gewähr. Änderungen der
Veranstaltungstermine vorbehalten.



Universität der Künste Berlin
Berlin Career College

LEADERSHIP
IN DIGITALER
INNOVATION
MASTER OF ARTS

Inhalt

1. Der Studiengang

Unsere Mission	5
Studiengangsteam	6
LDI-Studierende	7
Praxis-Kompetenzen	8
Didaktisches Konzept	10
Aufbau Studium	11
Modulplanung	12
Master of Arts	14
Exemplarischer Studienverlauf	15
Stipendien	16
Einzelbuchung	17

2. Pflichtmodule

Erstes Quartal	
Leadership und Organisation	18
Zweites Quartal	
Design und Kreativität	20
Drittes Quartal	
Digitale Geschäftsmodelle	22

3. Wahlpflichtmodule

Erstes Quartal	
Data-Informed Decision Making	24
Selbstmanagement und Motivation	26
Zweites Quartal	
Digital Urban Innovation	28
Data Protection by Design	30
Drittes Quartal	
Expertise	32
Wahrheit by Design	34
Viertes Quartal	
Sustainable Innovation	36
Data Governance	38
Zusatzmodule	
Digitale Souveränität (digital only)	40



Unsere Mission

Leadership in digitaler Innovation ist ein **berufsbegleitender Masterstudiengang**, der Studierende befähigt, in eine **Führungsrolle im digitalen Wandel** hineinzuwachsen.

Unsere **Gesellschaft steht vor großen Herausforderungen**. Digitale Innovationen können Antworten auf diese Herausforderungen liefern – dies aber nur, wenn sie **nachhaltig und sozial** gestaltet werden. Unser Studiengang zeigt, wie das geht und wie das geführt werden kann.

Kreativität und nicht zuletzt die Künste sind entscheidende **Impulsgeber für Innovationen**. Wir verbinden in unserem Studiengang das **inspirierende Umfeld der Universität der Künste mit aktuellen Einblicken aus Wissenschaft und Praxis**. Dozierende aus unserem Forschungsnetzwerk, dem Weizenbaum-Institut oder dem Einstein Center for Digital Future, bringen den Stand der Forschung in unseren Studiengang ein.

Unser Anspruch ist eine **reflektierende, inhaltliche Auseinandersetzung**, die unseren Studierenden das Rüstzeug an die Hand gibt, in einer Welt immer neuer technischer Entwicklungen **erfolgreich navigieren** zu können.

Das Studiengangsteam

In allen Angelegenheiten rund um das Studium steht euch das Studiengangsteam mit Rat und Tat zur Seite.



Prof. Dr. Sascha Friesike (s.friesike@udk-berlin.de) ist Professor für das Design digitaler Innovationen und Studiengangsleiter des berufsbegleitenden Masterstudiengangs Leadership in digitaler Innovation an der Universität der Künste Berlin sowie Direktor des Weizenbaum-Instituts für die vernetzte Gesellschaft.

Prof. Karin Bjerregaard Schlüter (k.schluter@udk-berlin.de) entwickelte 2004 maßgeblich das Studiengangskonzept von Leadership in Digitaler Kommunikation und reformierte es im Jahr 2019 zu Leadership in digitaler Innovation. Sie besitzt langjährige Erfahrung als Führungskraft im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, die sie als Dozentin einbringt. Zusätzlich unterstützt sie den Studiengang in der strategischen Entwicklung sowie der digitalen Lehre.



Philipp Heldt (p.heldt@udk-berlin.de) ist für die konzeptionelle Weiterentwicklung des Studiengangs zuständig. Neben der Ausgestaltung der Lernreise, sorgt er im Studiengang für die Sichtbarkeit der multimedialen Kursinhalte auf allen Online-Kanälen und ist Ansprechpartner für Studierende und Lehrende bei inhaltlichen Fragen und Feedback.

Sarah Giersch (s.giersch@udk-berlin.de) ist für die Planung und Organisation des Masterstudiengangs und die Vorbereitung der Präsenzveranstaltungen verantwortlich. Sie ist eure Ansprechpartnerin für administrative Studienangelegenheiten. Für ein Beratungsangebot, Hilfestellung bei der persönlichen Studienorganisation oder eurer Studienverlaufsplanung könnt ihr euch gerne an sie wenden.



Dana Neubert (neubert@udk-berlin.de) ist verantwortlich für die Bereiche Finanzen und Controlling, den kaufmännischen Bereich, für Bestellungen sowie für die Lehrbeauftragungen und Prüfungsgelder des Masterstudiengangs. Sie ist eure Ansprechpartnerin für die Studiengebühren und Rechnungen rund um den Studiengang.

Für wen ist LDI geeignet?

Ihr möchtet nicht nur Zuschauer des rasanten technologischen Wandels sein, sondern ihn **proaktiv gestalten**? Bei LDI suchen wir **engagierte Personen** wie euch, die tiefer in die digitale Welt eintauchen und deren Potenzial voll ausschöpfen möchten.

Wenn ihr:

- ▶ eure **kreativen Ideen in greifbare Lösungen** umwandeln wollt,
 - ▶ den **Reiz der Technologie** entdecken und verstehen möchtet, was wirklich **hinter den digitalen Trendbegriffen** steckt,
 - ▶ euch intensiv mit den **sozio-technischen Verflechtungen** auseinandersetzen und ein **solides analytisches Know-how** entwickeln möchtet,
- ...dann seid ihr bei LDI genau richtig.

Unsere Studierenden kommen aus den **unterschiedlichsten Berufs- und Fachbereichen**, haben aber eines gemeinsam: Sie möchten sich **aktiv den Herausforderungen des digitalen Wandels stellen**. Die **Vielfalt unter unseren Studierenden** ist uns ein besonderes Anliegen. Dieser facettenreiche Mix schafft ein **dynamisches Lernumfeld**, in dem ihr inspiriert werdet, **über euren eigenen Horizont** hinauszudenken. Oft ergeben sich dabei ganz **neue berufliche Möglichkeiten**.

LDI ist genau das Richtige für euch, wenn ihr:

- ▶ Den digitalen Herausforderungen **mutig und kompetent** begegnen wollt,
- ▶ Eure **Visionen und Ideen in die Tat umsetzen** möchtet,
- ▶ Ein **starkes professionelles Netzwerk** aufbauen wollt,
- ▶ Sowohl **persönlich als auch beruflich wachsen** möchtet.



Kompetenzen für die Praxis

	Kreativität	Kollaboration	Kommunikation	Kritisches Denken
Individuum	Ideen entwickeln, Prozesse und Strukturen zu digitalisieren und zu professionalisieren. Verständnis für die eigene kreative Fähigkeit und Veranlagung erhalten. Selbsteinschätzung über Inspiration und Kreativität. Selektivität von eigenen Ideen. Instrumente zur Entscheidungsfindung in Kreativprozessen verstehen.	Projekte konzipieren, planen und umsetzen, Konflikte in Teams überwinden, eigene Ideen in Teams durchsetzen. Netzwerk aufbauen und stärken. Mit heterogenen Teams umgehen. Kollaborative Entwicklungsteams organisieren.	Teamkolleg*innen fachlich überzeugen. Informationen richtig und überzeugend darstellen. Kommunikation in der digitalen Zeit organisieren.	Konstruktiv vorangehen. Quellen recherchieren. Quellen kritisch hinterfragen. Quellen einordnen.
Organisation	Geschäftsideen entwickeln. Produkte neu denken. Wege finden, Unternehmenskulturen zu verändern. Nachhaltig planen.	Geschäftsmodelle transformieren. Produktneuschöpfungen weiterentwickeln. Teamübergreifend planen.	Nutzerorientiert kommunizieren. Effekte und Trends digitaler Kanäle nutzen. Mit Marken- und Imagekampagnen überzeugen. Kunden strategisch beraten.	Fachübergreifend in den Diskurs gehen. Erfolgsstrategien weiterdenken. Haltung zu Führungs- und Managementthemen vertreten. Mit Fahrtabhängigkeit umgehen und analysieren.
Markt / Gesellschaft	Entwicklung und Konzeptionen von Gesellschaftsmodellen für ein digitales Zeitalter.	Fachliche Community außerhalb der eigenen Organisation gründen. Gesellschaftliche Diskurse führen. Gesellschaftsentwicklungen und den Zusammenhang mit digitalen Tools kennen.	Interessen vertreten und durchsetzen.	Vor dem Hintergrund gesellschaftlicher und ethischer Erkenntnisse Entscheidungen treffen können.

Unser didaktisches Konzept

Die Bedürfnisse unserer Studierenden verändern sich ebenso wie es unsere Umwelt tut. Mit einem **exzellenten Team aus Dozierenden**, die sowohl in der **Wissenschaft als auch in der beruflichen Praxis** fest verwurzelt sind, entwickeln wir innovative Lerninhalte, die auf diese Bedürfnisse reagieren.

WIE LERNT IHR VOR ORT?

Das Herzstück unserer Lehre sind **Präsenzphasen**, die vornehmlich **an den Wochenenden** stattfinden. Hier lernen sich die Teilnehmenden intensiv kennen, tauschen sich über ihre beruflichen Hintergründe aus und finden gemeinsame inhaltliche Berührungspunkte. Durch **Gruppenarbeiten, Case Studies oder andere interaktive Lehrformate** arbeiten die Studierenden eng mit ihren Kommiliton*innen und den Dozierenden zusammen. Ergänzt durch **gezielte Theorie-Impulse**, entstehen in der gemeinsamen Arbeit innovative Konzepte, Strategien, Kampagnen oder auch akademische Auseinandersetzungen.

WIE LERNT IHR REMOTE?

Zwischen den Präsenzphasen bieten wir in allen Modulen **E-Learning-Teile** an. Hier bereichern wir die Lernreise der Studierenden mit **theoretischen Inputs und praxisorientierten Beispielen**. Auf unserer E-Learning-Plattform Canvas stellen wir euch das Material in unterschiedlichen Formaten zur Verfügung, wie etwa **Podcasts, Videos, Lerntagebücher anderer Studierender oder Lernquize**. Dadurch sorgen wir für eine **abwechslungsreiche Lernumgebung**, welche ihr problemlos in euren beruflichen Alltag integrieren könnt und die euer Lernerlebnis digital unterstützt.



Wie ist unser Studium aufgebaut?

Der Studiengang Leadership in digitaler Innovation wurde **speziell für die Bedürfnisse berufstätiger Personen** entwickelt. Konkret bedeutet das:

- ▶ **Modularer Aufbau:** Anstelle klassischer Semester strukturieren wir den Studiengang in Modulen. Es werden zu jedem Zeitpunkt im Jahr Module angeboten. Es steht den Studierenden frei zu wählen, wann sie Module belegen wollen.
- ▶ **Blockveranstaltungen:** Regelmäßige wöchentliche Vorlesungen? Nicht bei uns. Unsere Präsenzphasen sind als kompakte Blöcke über mehrere Tage, oft an Wochenenden, konzipiert und finden in der Universität der Künste statt.
- ▶ **Flexible Digitale Einheiten:** Zwischen den Präsenzphasen nutzen wir digitale Inhalte und Online-Meetings, ideal für unsere Studierenden, die nicht ständig in Berlin sind, sondern extra für die Präsenzphasen anreisen.

Unsere Struktur orientiert sich an den Lebensrealitäten Berufstätiger: Quartalsweise organisierte Module, Präsenzphasen an Wochenenden und Abendmeetings. Selbstverständlich ist unser Studiengang **auch für Interessent*innen ohne aktuelles Anstellungsverhältnis offen**.

WIE GESTALTET SICH EUER INDIVIDUELLES STUDIENPROGRAMM?

Neben den vorgegebenen Pflichtmodulen bietet sich euch die Chance, mit unseren Wahlmodulen euer Fachwissen zu vertiefen und euer **Studienprogramm nach euren individuellen Wünschen** zu gestalten. Unsere Wahlmodule werden jährlich angepasst und reflektieren die **Wünsche unserer Studierenden, aktuelle Trends und Entwicklungen aus Forschung, Gesellschaft und der digitalen Welt**.

Eine **Liste aktueller Wahlmodule** findet ihr in der Modulplanung (siehe Seite 12 und 13).

WO FINDET DAS E-LEARNING STATT?



Die **cloudbasierte Lernplattform Canvas** ist das zentrale Tool unseres Studiengangs. Dort könnt ihr remote Präsenzphasen vor- und nachbereiten, sowie Online-Kurse absolvieren. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit über Canvas kollaborativ an Projekten zu arbeiten und mit den Lehrenden in Kontakt zu treten.

Login unter: <https://udk.instructure.com/login/canvas>

Welche Module werden 2026 angeboten?

Die Module unterteilen sich in einen **Pflicht- und einen Wahlpflichtbereich**. Diese Kombination ermöglicht Studierenden aus vielen Fachrichtungen sich in ihrem Fachgebiet zu spezialisieren oder die Expertise aus anderen Themenfeldern zu stärken. Der Studiengang vereint **Forschung und Lehre aus dem Bereich der transformativen Wissenschaft** und hat vorwiegend einen **gestalterischen Ansatz**, was sich in den Themenschwerpunkten der Module widerspiegelt.

2026	01.01. – 14.02.	15.02. – 31.03.	01.04. – 14.05.	15.05. – 30.06.	01.07. – 14.08.	15.08 – 30.09.	01.10. – 14.11.	15.11. – 31.12.
Pflichtmodule	LEADERSHIP UND ORGANISATION		DESIGN UND KREATIVITÄT		DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE		–	
Wahlpflichtmodule	DATA-INFORMED DECISION MAKING	SELBSTMANAGEMENT & MOTIVATION	DIGITAL URBAN INNOVATION	DATA PROTECTION BY DESIGN	EXPERTISE	WAHRHEIT BY DESIGN	SUSTAINABLE INNOVATION	DATA GOVERNANCE
Zusatz-Wahlpflichtmodule	DIGITALE SOUVERÄNITÄT							
Master-Thesis-Modul	MASTER THESIS							

2027	01.01. – 14.02.	15.02. – 31.03.	01.04. – 14.05.	15.05. – 30.06.	01.07. – 14.08.	15.08 – 30.09.	01.10. – 14.11.	15.11. – 31.12.
Pflichtmodule	–		DESIGN UND KREATIVITÄT		DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE		–	
Wahlpflichtmodule	NNB	NNB	NNB	NNB	NNB	NNB	NNB	NNB
Zusatz-Wahlpflichtmodule	DIGITALE SOUVERÄNITÄT							
Master-Thesis-Modul	MASTER THESIS							

2028	01.01. – 14.02.	15.02. – 31.03.	01.04. – 14.05.	15.05. – 30.06.	01.07. – 14.08.	15.08 – 30.09.	01.10. – 14.11.	15.11. – 31.12.
Pflichtmodule	–		DESIGN UND KREATIVITÄT		DIGITALE GESCHÄFTSMODELLE		–	
Wahlpflichtmodule	NNB	NNB	NNB	NNB	NNB	NNB	NNB	NNB
Zusatz-Wahlpflichtmodule	DIGITALE SOUVERÄNITÄT							
Master-Thesis-Modul	MASTER THESIS							

Euer Weg zum Master of Arts

Um den Abschluss Master of Arts zu erlangen ist es erforderlich, **vier Pflichtmodule (à 10 LP)** und **sechs Wahlpflichtmodule (à 5 LP)** sowie das **Master-Thesis-Modul (20LP)** zu absolvieren.

GESAMTANZAHL DER ERFORDERLICHEN LEISTUNGSPUNKTE IM ÜBERBLICK

Pflichtmodule	Wahlpflichtmodule	Master-Thesis-Modul	Master of Arts
40 LP	30 LP	20 LP	= 90 LP

PFLICHTMODULE

Der Umfang eines Pflichtmoduls beträgt insgesamt 300 Stunden und setzt sich wie folgt zusammen:

- Kontaktstudium: 120 Stunden
- Selbststudium: 180 Stunden

Der Modulzeitraum eines Pflichtmoduls umfasst 12 Wochen. Dieser Workload entspricht **10 Leistungspunkten pro Pflichtmodul**.

WAHLPFLICHTMODULE

Der Umfang eines Wahlpflichtmoduls beträgt insgesamt 150 Stunden und setzt sich wie folgt zusammen:

- Kontaktstudium: 50 Stunden
- Selbststudium: 100 Stunden

Der Modulzeitraum eines Wahlpflichtmoduls beträgt 6 Wochen. Dieser Workload entspricht **5 Leistungspunkten pro Wahlpflichtmodul**.

MASTER-THESIS-MODUL

Das Master-Thesis-Modul umfasst 6 Monate. Dies entspricht einem Workload von **20 Leistungspunkten**.

IMMATRIKULATIONS- UND PRÜFUNGSAMT

Zentrale Ansprechpartnerin an der UdK für alle Fragen rund um Immatrikulation, Exmatrikulation und die Einreichung von Abschlussprüfungen ist

Frau Jizet Matrousian
stud31@intra.udk-berlin.de
 Tel. (030) 3185-2131

Universität der Künste Berlin
 Einsteinufer 43–53
 Immatrikulations- und Prüfungsamt: Raum 403 B (IPA/Stud31)
 10587 Berlin

Dienstags von 12 bis 15 Uhr
Donnerstags von 9.30 bis 12.30 Uhr

Exemplarischer Studienverlauf

		Semester					
		1	2	3	4	5	Σ
	Modultitel	Leistungspunkte (LP)					
01	Digitale Innovation	10					10
02	Leadership & Organisation	10					10
03	Design & Kreativität		10				10
04	Digitale Geschäftsmodelle		10				10
05	Wahlpflichtmodul 1			5			5
06	Wahlpflichtmodul 2			5			5
07	Wahlpflichtmodul 3			5			5
08	Wahlpflichtmodul 4				5		5
09	Wahlpflichtmodul 5				5		5
10	Wahlpflichtmodul 6				5		5
11	Master-Thesis Modul					20	20
Summe		20	20	15	15	20	90

Welche Stipendienmöglichkeiten gibt es?

Um auch **herausragenden Bewerber*innen** das Studium zu ermöglichen, die **nicht über ausreichende finanzielle Mittel** verfügen, gibt es die **Möglichkeit ein Stipendium zu beantragen**. Zusätzlich bieten wir **Unternehmen Stipendienmöglichkeiten** an, um ihre Mitarbeitenden zu fördern.

JOSEPH-WEIZENBAUM-STIPENDIUM

Das Weizenbaum-Stipendium wird von der Universität der Künste Berlin vergeben und umfasst die **vollständige Übernahme der Studiengebühren in Höhe von 19.000 – 21.000 Euro**. Immatrikulationsgebühren, Semesterbeitrag, Reise- und Lebenshaltungskosten sind in dem Stipendium nicht enthalten. Das Stipendium wird insgesamt ein mal in jeder Bewerbungsphase für den Masterstudiengang vergeben.

Besonders wichtig für die Auswahl der Stipendiat*innen ist eine **ausgezeichnete digitale Bewerbungsmappe**. Des Weiteren müssen die **finanziellen Verhältnisse** bereits in der Bewerbung **offen gelegt** werden, damit erkennbar ist, dass der Studiengang nicht selbst finanziert werden kann. Fehlt der finanzielle Nachweis, kann eine Stipendienbewerbung leider nicht berücksichtigt werden.

Voraussetzungen für das Stipendium:

- ▶ Eine ausgezeichnete Bewerbungsmappe
- ▶ Ein Jahresgehalt, das unter 40.000 EUR liegt
- ▶ Gehaltsnachweise oder eine Lohnsteuerbescheinigung als Nachweis über die finanziellen Verhältnisse

Bewerber*innen reichen ein **formloses Schreiben zusammen mit ihren Bewerbungsunterlagen und dem finanziellen Nachweis bei der Bewerbung** für den Masterstudiengang mit ein. Für die Bewilligung zum Stipendium ist es notwendig, das **Zulassungsverfahren** zum Studiengang Leadership in digitaler Innovation **erfolgreich absolviert** zu haben. Die Entscheidung über die Bewilligung trifft die Zulassungskommission, sie wird der*dem Bewerber*in im Anschluss an das Zulassungsgespräch per Mail mitgeteilt.

Bei Fragen oder der Suche nach geeigneten Stipendien hilft das Studiengangsmanagement gerne weiter:

Sarah Giersch
E-Mail: s.giersch@udk-berlin.de
Telefon: +49 30 3185-2074

Einzelne Module buchen

In der Vergangenheit ist immer wieder der Wunsch an uns herangetragen worden, einzelne Module zu besuchen. Wir bieten daher die Möglichkeit an, unsere **Wahlmodule einzeln zu buchen, ohne sich für das Studium** unseres kompletten Masterprogramms zu bewerben.

Wer sich entscheidet, doch einen Abschluss anzustreben, kann sich die absolvierten Module **später anrechnen lassen**.

Für **weitere Informationen zur Einzelbuchung** stehen wir euch gerne zur Verfügung:

Sarah Giersch
E-Mail: s.giersch@udk-berlin.de
Telefon: +49 30 3185-2074



Pflichtmodul

Leadership und Organisation

WAS LERNT IHR IN DEM MODUL?

Das Modul bietet eine strukturierte Einführung in die grundlegenden Modelle und Schlüsselbegriffe des Leadership. Dabei werden die klassischen Managementtheorien erläutert, um agile Ideen und Systeme in der Abgrenzung besser verstehen zu können. Ergänzt wird diese Grundierung durch organisationstheoretische Grundlagen. Zu dieser Grundierung vertiefen wir die verschiedenen Methoden und die Studierenden haben die Möglichkeit, ihre Fragen zum Thema Leadership zu bearbeiten. Beispielhaft stehen dafür die folgenden Themen: Wie kann ich führen? Gibt es strukturelle Bedingungen für gute Führung und gibt es in Bezug auf digitale Innovation besondere Führungsmethoden oder auch besondere Ansprüche?

Die folgenden Themengebiete bilden den inhaltlichen Kern des Moduls:

- ▶ Grundbegriffe des Leadership
- ▶ Führung als Kommunikationsaufgabe
- ▶ Organisationsentwicklung: Theorie, Kultur und Psychologie
- ▶ Agiler Kulturwandel
- ▶ Strategisches Führen
- ▶ Führen und Verantwortung, CSR
- ▶ Komplexitätsmanagement

WAS KÖNNT IHR NACH DEM MODUL?

- ▶ Die zentralen Modelle von Führung und Organisationsentwicklung anwenden.
- ▶ Deine Organisation zuordnen, analysieren und strategisch bewerten.
- ▶ Management und Leadership unterscheiden und agile Methoden im eigenen Kontext anwenden.
- ▶ Dein eigenes Handeln und das Handeln im wirtschaftlichen Umfeld analysieren und ethisch einordnen.
- ▶ Dich selbst führen und Sicherheit über deine persönlichen und beruflichen Werte, Haltung und Verantwortung gewinnen.

WELCHE PRÜFUNGSLEISTUNGEN ABSOLVIERT IHR?

- ▶ Case Study mit Abschlussdokumentation / Präsentation (60%)
- ▶ Referat (40%)

ZEITRAUM

01.01. – 31.03.2026

Kontaktstudium (Änderungen vorbehalten)

- | | |
|--|----------------------------|
| ▶ Präsenzphase 1 (Schlüter & Niemeyer): | 9. – 11. Januar (3 Tage) |
| ▶ Präsenzphase 2 (Schlüter & Niemeyer): | 12. – 15. Februar (4 Tage) |
| ▶ Präsenzphase 3 (Marschall, Schlüter & Niemeyer): | 27. – 29. März (3 Tage) |

E-Learning-Anteil: 50 Stunden

DOZIERENDE

- ▶ Prof. Karin Bjerregaard Schlüter (modulverantwortlich)
- ▶ Thomas Marschall
- ▶ Jérôme C. Niemeyer

VERANSTALTUNGSORT

Universität der Künste Berlin

Berlin Career College

Bundesallee 1-12

10719 Berlin

Seminarraum: 1. OG - Raum 131 bis 139

Pflichtmodul

Design und Kreativität

WAS LERNT IHR IN DEM MODUL?

Präsenzphasen 1 & 2 (Leitung: Breidenich): In den ersten beiden Präsenzphasen werden historische, kognitive und ästhetische Grundlagen des Designs erarbeitet. Übungen in visueller, multimedialer und serviceorientierter Gestaltung verbinden Theorie und Praxis und schaffen eine belastbare Basis für heterogene Kommunikationsprobleme. Design wird dabei als multidimensionale Strategie verstanden: integriert in verschiedene Lebens- und Arbeitsbereiche, reflexiv in Bezug auf Ethik, Globalisierung und Nutzerorientierung und analytisch mithilfe von Ästhetik und Modellbildung. Teile der Arbeit finden im Stadtraum statt, etwa durch Exkursionen in Berliner Museen. Das Ergebnis der Phasen ist die Konzeption und Präsentation einer gemeinsamen Ausstellung.

Online-Teil (Leitung Friesike / Haase): Ergänzend vertieft der Online-Teil die Psychologie der Kreativität. Behandelt werden unter anderem Begriffsverständnis und Messbarkeit von Kreativität, Merkmale kreativer Persönlichkeiten sowie Bedingungen, die Kreativität fördern oder behindern.

Präsenzphase 3 (Leitung: Breidenich / Friesike): In der dritten Präsenzphase entsteht in gemeinsamer Redaktion ein Magazin (digital oder print). Vorab erstellte Texte werden überarbeitet, gestaltet und zu einem stimmigen Ganzen kuratiert; Redaktion, Struktur, Gestaltung und Produktion werden als Teamprozess erprobt.

Die folgenden Themengebiete bilden den inhaltlichen Kern des Moduls:

- ▶ Psychologie der Kreativität
- ▶ Strategische Designentscheidungen
- ▶ Innovation by Design
- ▶ Ästhetik als Modellbildung und Analysetool
- ▶ Grundprinzipien der visuellen Gestaltung
- ▶ Design als epistemisches Prinzip: Wissen durch Tun
- ▶ Diskurse im Design: Historie, Herleitungen und aktuelle Interferenzen
- ▶ Semiotik, visuelle Grammatik und Informationsdesign

WAS KÖNNT IHR NACH DEM MODUL?

- ▶ Grundlagen der Kreativitätsforschung individuell und im Team anwenden
- ▶ strategische Designentscheidungen begründen und auf neue Kontexte übertragen
- ▶ Arbeitsumgebungen und Kulturen gestalten, die Kreativität fördern (Prozesse, Rituale, Tools)
- ▶ Zusammenarbeit mit Kreativen planen und kritisch reflektieren
- ▶ Inhalte kuratorisch und redaktionell aufbereiten (Ausstellung, Magazin)

WELCHE PRÜFUNGSLEISTUNGEN ABSOLVIERT IHR?

Die Prüfungsleistung besteht aus zwei gleich gewichteten Teilen:

- ▶ 50 % (Breidenich): Recherche zu einem aktuellen Diskurs, Entwicklung einer klaren Botschaft bzw. Vision und Präsentation im Rahmen der Ausstellung.
- ▶ 50 % (Friesike): Erarbeitung von mindestens zwei Beiträgen für das gemeinsame Magazin (Text/Visual) sowie redaktionelle Mitarbeit an Struktur, Gestaltung und Produktion.

Beide Teile müssen bestanden werden. Umfang, Formate und Fristen werden zu Beginn des Moduls bekanntgegeben.

ZEITRAUM

01.04. – 30.06.2026

- ▶ Präsenzphase 1 (Breidenich): 9. – 12. April (4 Tage)
- ▶ Präsenzphase 2 (Breidenich): 24. – 26. April (3 Tage)
- ▶ Präsenzphase 3 (Friesike & Breidenich): 12. – 14. Juni (3 Tage)

E-Learning-Anteil: 50 Stunden

DOZIERENDE

- ▶ Prof. Dr. Sascha Friesike (modulverantwortlich)
- ▶ Prof. Dr. Christof Breidenich
- ▶ Dr. Jennifer Haase

VERANSTALTUNGSORT

Seminarraum
Universität der Künste Berlin
 Berlin Career College
 Bundesallee 1-12
 10719 Berlin

Seminarraum: 1. OG - Raum 131 bis 139

Pflichtmodul

Digitale Geschäftsmodelle

WAS LERNT IHR IN DEM MODUL?

Das Modul unterteilt sich in vier Phasen. In der ersten Präsenzphase wird eine Einführung in den Themenkomplex „Digitalisierung, Digitale Ökonomie und Plattformen“ gegeben. Aufbauend auf den dort vermittelten Grundlagen über digitale Infrastrukturen, das Internet-Ökosystem und relevante Schlüsseltechnologien, werden die Besonderheiten digitaler Geschäftsmodelle und digitaler Ökonomie aus ökonomischer Perspektive betrachtet. Ein Schwerpunkt liegt auf digitalen Plattformen und Daten und deren Einfluss auf (i) Wertschöpfungsketten, (ii) die Funktionsweise von (mehreseitigen) Märkten, (iii) Wettbewerb und Wettbewerbsdynamik, sowie (iv) Strategie- und Handlungsoptionen von Marktakteur*innen. Theoretisch fundiert wird dies durch netz- und industrieökonomische sowie mikroökonomische Konzepte. Neben den wirtschaftswissenschaftlichen Grundlagen werden zur Verdeutlichung diverse Fallbeispiele betrachtet.

In der zweiten Präsenzphase wird die Perspektive des*der Unternehmer*in eingenommen, in das „Entrepreneurial Mindset“ eingeführt und das Analysieren und Entwickeln von digitalen Geschäftsmodellen betrachtet. Dabei wird ein Schwerpunkt auf das praktische Entwickeln und Testen von digitalen Geschäftsideen gelegt, um die Zielkonflikte und die Komplexität betriebswirtschaftlicher Handlungen und Entscheidungen greifbar zu machen.

Die dritte Phase dient der Vertiefung von ausgewählten Themen der Plattformökonomik und der Strategiefindung von Plattformen unter Berücksichtigung von möglichen Netzwerkeffekten. Ein Bonusthema ist die Monetarisierung und Preisgestaltung in digitalen Märkten, das auch die Vor- und Nachteile von dynamischen Preisen mit Künstlicher Intelligenz diskutiert.

Parallel zu den Präsenzphasen gibt es E-Learningphasen, in denen Expert*innen Gespräche führen, Fallbeispiele betrachtet und Aufgaben bearbeitet werden.

WAS KÖNNT IHR NACH DEM MODUL?

- ▶ Ihr entwickelt ein ganzheitliches Verständnis für digitale Ökonomie und Geschäftsmodelle.
- ▶ Ihr erfahrt, welchen Einfluss Digitalisierung auf verschiedene Industrien und Märkte hat und erfasst die Komplexität zu Grunde liegender volks- und betriebswirtschaftlicher Zusammenhänge.
- ▶ Ihr könnt die Rolle digitaler Technologien und Daten für digitale Geschäftsmodelle mit der Wettbewerbsdynamik und dem Marktumfeld in Beziehung setzen und entsprechend Strategie- und Handlungsoptionen ableiten.
- ▶ Ihr erlernt Methoden und Tools zur strategischen Positionierung, Analyse bestehender bzw. Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle.
- ▶ Ihr könnt darlegen, wie unternehmerische Gelegenheiten entstehen und die (internen und externen) Phasen eines Gründungsvorhabens erläutern.
- ▶ Ihr könnt die Quellen von Geschäftsideen in der Praxis benennen und die Bedeutung kreativer Rekombination und Imitation erkennen.
- ▶ Ihr lernt die Besonderheiten von B2B-Plattformen kennen

- ▶ Ihr könnt Netzwerkeffekte erkennen und Strategien von Plattformen effektiv für das eigene wirtschaftliche Handeln einordnen
- ▶ Ihr erlernt die Preisgestaltung im digitalen Raum unter der Berücksichtigung von aktuellen Technologien und Daten

WELCHE PRÜFUNGSLEISTUNGEN ABSOLVIERT IHR?

Die Prüfungsleistung besteht aus einer Portfolioprüfung:

- ▶ 20% Podcast
- ▶ 40% Case Study und Teampräsentation
- ▶ 40% Gruppenreferat

ZEITRAUM

01.07. – 30.09.2026

Kontaktstudium (Änderungen vorbehalten):

- ▶ Präsenzphase 1: 3. – 5. Juli (3 Tage)
- ▶ Präsenzphase 2: 20. – 23. August (4 Tage)
- ▶ Präsenzphase 3: 18. – 20. September (3 Tage)

E-Learning-Anteil: 50 Stunden

DOZIERENDE

- ▶ Prof. Karin Bjerregaard Schlüter (modulverantwortlich)
- ▶ Dr. Volker Stocker
- ▶ Philip Meier
- ▶ mehr tba

VERANSTALTUNGSORT

Seminarraum
Universität der Künste Berlin
 Berlin Career College
 Bundesallee 1-12
 10719 Berlin
 Seminarraum: 1. OG - Raum 131 bis 139

Wahlpflichtmodul

Data-informed Decision Making

WAS LERNT IHR IN DEM MODUL?

Narrative sind weitaus wichtiger als Daten und Insights - und der entscheidende Hebel in komplexen Projekten in Wirtschaft, Politik und Innovations-Kontexten. Daten und Insights können Vertrauen für Entscheidungsfindung schaffen. Sie können dabei helfen, ganze Strategien zu verändern und Transformation voranzubringen. Unabhängig von einem schnellen Pulse-Check oder einer großangelegten Analyse verlieren sie jedoch an Kraft, wenn sie nicht effektiv innerhalb von relevanten Teams und Stakeholdern im Unternehmen kommuniziert werden.

- ▶ Heuristiken und Bias in der Entscheidungsfindung
- ▶ Datenvisualisierung und Storytelling-Formate
- ▶ Argumentationsstrategien für Führungskontexte
- ▶ Stakeholder-Kommunikation in Organisationen
- ▶ Datenqualität und kritische Analyse

Dieses Modul vermittelt theoretisch fundierte und praxisnahe Kompetenzen in daten-informierter und rhetorischer Entscheidungsfindung sowie ihrer Kommunikation. Ziel ist es, analytisches Denken mit narrativer Kraft zu verbinden – für klarere Führung und bessere Entscheidungen in komplexen, oft ambigen Situationen.

WAS KÖNNT IHR NACH DEM MODUL?

Nach dem Modul könnt ihr datenbasierte Erkenntnisse klar kommunizieren – und sie mit einer überzeugenden Geschichte verbinden, die Veränderung möglich macht. Ihr erkennt, wann Daten Orientierung geben können, wie man Unsicherheiten adressiert und wann Narrative wichtiger sind als Zahlen.

Konkret könnt ihr:

- ▶ Daten auf Relevanz, Qualität und Aussagekraft prüfen,
- ▶ Ergebnisse in wirkungsvolle Argumentationen übersetzen,
- ▶ Datenvisualisierungen erstellen und für Entscheidungsprozesse nutzen,
- ▶ datenbasierte Empfehlungen für verschiedene Zielgruppen formulieren,
- ▶ Teams und Entscheider:innen mit datengestützten Stories überzeugen.

Das Modul schult euch in der Rolle als „Übersetzer:in“ zwischen Analyse, Strategie und Kommunikation – eine Schlüsselkompetenz in der digitalen Führungsarbeit.

WELCHE PRÜFUNGSLEISTUNGEN ABSOLVIERT IHR?

- ▶ 50% Abschlusspräsentation
- ▶ 50% Führen eines gemeinschaftlichen Modul-Journals

ZEITRAUM

01.01. – 14.02.2026

Kontaktstudium (Änderungen vorbehalten)

- ▶ Präsenzphase 1: 17. – 18. Januar (2 Tage)
- ▶ Präsenzphase 2: 24. Januar (1 Tag)
- ▶ Präsenzphase 3: 7. Februar (1 Tag – Remote)

E-Learning-Anteil: 25 Stunden

DOZIERENDE

- ▶ Daniel Sigge (modulverantwortlich)

VERANSTALTUNGSORT

Seminarraum

Universität der Künste Berlin

Berlin Career College

Bundesallee 1-12

10719 Berlin

Seminarraum: 1. OG - Raum 131 bis 139

Wahlpflichtmodul

Selbstmanagement und Motivation in der internen Transformation

WAS LERNT IHR IN DEM MODUL?

Wir stehen an der Spitze einer der spannendsten Transformationen unserer Zeit – KI und Vernetzung eröffnen Innovationsmöglichkeiten, die vor wenigen Jahren noch undenkbar waren. Zukunftsfähige Innovation entsteht durch die perfekte Synthese aus kreativem Problemlösen, strategischem Weitblick, innerer Flexibilität und der Kompetenz, Wandel nicht nur zu bewältigen, sondern zu führen. Als Führungskraft hast du die einzigartige Gelegenheit, diese Meta-Skills durch erfolgreiches Selbstmanagement zu meistern und damit sowohl komplexe Veränderungen souverän zu navigieren als auch Teams zu Höchstleistungen zu inspirieren. Selbstmanagement ist die Fähigkeit, Denken, Fühlen und Handeln gezielt zu gestalten und effektiv in unterschiedlichen Situationen zu regulieren. Ziel ist, dass externe Ziele mit den eigenen Motiven und Bedürfnissen übereinstimmen und mit möglichst wenig Willensenergie zu erreichen sind („turning duty into joy“).

Motto: In einer Zeit, in der sich die Halbwertszeit von Fachwissen dramatisch verkürzt, sind Meta-Skills die nachhaltigste Investition.

- ▶ Kreativität & Innovation als Kernkompetenz: Erfolgsfaktoren kennenlernen, um Ideen in wirksame Innovationen zu übersetzen (Methoden, Haltungen, Techniken und Prozesse etc.)
- ▶ Technologie-Resilienz: Strategien entwickeln für ein gesundes Gleichgewicht zwischen KI-Integration, menschlicher Kreativität und persönlichen Ressourcen
- ▶ Purpose-driven Leadership: Persönliche Werte und Ziele als Kompass nutzen für authentische Führung in Zeiten der Unsicherheit
- ▶ Change-Energie aktivieren: Psychologie des Wandels verstehen und intrinsische Motivation bei sich und anderen dauerhaft freisetzen
- ▶ Meta-Skills entwickeln: Selbstmanagement, Methodenkompetenz und emotionale Resilienz als Grundlage für persönliches Wachstum begreifen

WAS KÖNNT IHR NACH DEM MODUL?

- ▶ Praxisorientierte Innovationskompetenz – Du entwickelst maßgeschneiderte Innovationsmethoden, die du direkt in deinem beruflichen Umfeld anwenden kannst.
- ▶ Strategische Selbstführung in Wandlungsprozessen – Du erstellst einen persönlichen Aktionsplan für resiliente und selbstbestimmte Navigation durch Veränderungsprozesse.
- ▶ Transformationskompetenz – Du baust ein individuelles Instrumentarium auf, um konstruktiv und proaktiv mit (KI-bedingten) Arbeitsplatzveränderungen umzugehen.
- ▶ Erweiterte Change-Perspektiven – Du entwickelst neue, differenzierte Sichtweisen auf Innovation und Selbstführung in dynamischen Arbeitsumgebungen.
- ▶ Zukunftsorientierte Meta-Kompetenzen – Du stärkst übergreifende Schlüsselfähigkeiten, die dich für künftige berufliche Herausforderungen befähigen.

WELCHE PRÜFUNGSLEISTUNGEN ABSOLVIERT IHR?

Die Prüfungsleistung besteht aus einer Portfolioprüfung:

- ▶ 70 % Hausarbeit
- ▶ 30 % E-Learning

ZEITRAUM

15.02. – 31.03.2026

Kontaktstudium (Änderungen vorbehalten)

- ▶ Präsenzphase 1 (nur Online): 26. Februar – 1. März (4 Tage)

E-Learning-Anteil: 25 Stunden

DOZIERENDE

- ▶ Prof. Dr. Dieter Georg Adlmaier-Herbst (modulverantwortlich)
- ▶ Dr. Giovanna Eilers

VERANSTALTUNGSORT

Nur Online

Wahlpflichtmodul

Digital Urban Innovation

WAS LERNT IHR IN DEM MODUL?

Städte sind die Stätte der Globalisierung! Aber: Kleinstädte werden kleingeredet und nicht selten unüberlegt, aber überlegen belächelt. Großstädte wurden und werden kritisiert - so z.B. bei Simmel aber auch bei Walter Benjamin 1963. „The city is dead“ war der klug geplante Aufschrei des Planungstheoretikers John Friedmann 2002. Und die Verlustgeschichten der verdichteten Städte wurden von Soziologen wie Richard Sennet oder Architekten wie Rem Koolhaas auserzählt: die Transformation von Städten in Shopping Malls ist eine soziale und ästhetische Erosion. Und heute reden wir (wieder) über Global, Connected, Smart oder Intelligence Cities und es scheint unzweifelhaft – technologie-trunken – eine neue Urbanität aufzuziehen; sogar von unten, sogar zwischen Metropolen.

Was für digitale Innovationen, was für zivilgesellschaftliche Soziale Bewegungen entstehen – ob im Bereich Mobilität, Klima, Katastrophenschutz, Energie, Wasser, urbane Landwirtschaft, Sicherheit, Gesundheit oder Bildung? Nun kommt zunehmend ein frischer Wind auf, der konstruktiver, lösungsorientierter, experimenteller und beziehungsintensiver zu wehen scheint. Wenngleich die Widerstands- und Reaktanzforschung zu Infrastrukturmaßnahmen (von Landebahnen, Bahnhöfen wie U- Bahnen) noch immer die korrespondierenden Gegenwinde aufzeigt. Dennoch zeichnet sich eine neue Oszillation des »Protests« und des »Pro Testens« ab. Dieses Seminar dient dem Pro-Testen von digital unterstützten Urbanen Innovationen.

Das Modul gliedert sich inhaltlich in drei Phasen mit einem Impuls-Teil, einem Exposé-Teil für Projektstudien und einem Präsentationsteil über die theoretischen Grundlagen und praktischen Bezüge für Digitale Urbane Innovationen in Gesellschaft, Politik, Verwaltung, Unternehmen, Ökosystemen mit Prototypen-Entwicklung. In der Online-Phase werden Texte (im Sinne von „great book-Seminaren“) zum „Vorherlesen“ (statt Vorlesung) individuell erarbeitet und in dialogischen Podcasts kontextualisiert. In der Präsenzphase werden diese Texte, Positionen und Methoden kritisch mittels „riskanter Thesen“ reflektiert und mit Praxisphänomenen durch die Studierenden herausgefordert (im Sinne eines „debating clubs“).

Im Selbststudiums-/Forschungsteil werden unterschiedliche Wissens- und Designprozesse entwickelt und schrittweise in ein Innovationsprojekt bis hin zu einem möglichen Prototyp entwickelt. Bei den Themenschwerpunkten gibt es keine Vorgaben und es besteht explizit die Möglichkeit, aus den Organisationen der Studierenden konkrete Themen- und Projektideen in einer wissenschaftlichen Projektform auszuarbeiten. Der Dozent bringt ggf. auch Städte und deren Herausforderungen mit Umsetzungsinteressen ins Seminar – von Kleinstädten, ländlichem Raum oder Großstädten.

Die folgenden Themengebiete bilden den inhaltlichen Kern des Moduls:

- ▶ Stadttheorien und Sozialraumstudien
- ▶ Theorie Urbane Innovationen
- ▶ Smart City und Smart Living
- ▶ Spezialanalysen Mobilität, Gesundheit, Immobilien, PropTech - auf Nachfrage

WAS KÖNNT IHR NACH DEM MODUL?

- ▶ Verständnis von „kontextueller Führung“ von Urbaner Innovation entwickeln – von Regulierung und Politikverfahren, Verwaltungen, Öffentlicher Vergabe, New Public Management bis hin zu Innovations- und Politikfeldern.
- ▶ Zentrale Texte aus Soziologie, Politik- und Wirtschaftswissenschaften mit Bezug auf soziale, intersektorale und digitale Innovationen verstehen und anwenden.
- ▶ Anwendung von urbanen Innovationstypologien und -technologien, um innovative Produkte und Prozesse zu entwickeln und zu reflektieren
- ▶ Entwicklung und Management von Innovationsprojekten – von der Ideengenerierung bis zu den ersten Implementierungsschritten
- ▶ Prototypen autonom entwickeln und managen (individuell und kollaborativ)

WELCHE PRÜFUNGSLEISTUNGEN ABSOLVIERT IHR?

- ▶ 33% Exposé-Präsentationen, Thesenentwicklung, Methoden-Design und Praxisphänomen- Vorstellung, ca. 2 Seiten
- ▶ 33% Wissenschaftliches Konzeptpapier, max. 10 Seiten
- ▶ 33% Präsentation auf der Stadtkonferenz

ZEITRAUM

01.04. – 14.05.2026

Kontaktstudium (Änderungen vorbehalten)

- ▶ Abendtermin (Remote): 1. April (18 bis 20 Uhr)
- ▶ Präsenzphase 1: 18. – 19. April (2 Tage)
- ▶ Präsenzphase 2: 9. – 10. Mai (2 Tage)

E-Learning-Anteil: 25 Stunden

DOZIERENDE

- ▶ Prof. Dr. Stephan A. Jansen (modulverantwortlich)

VERANSTALTUNGSORT

Seminarraum
Universität der Künste Berlin
 Berlin Career College
 Bundesallee 1-12
 10719 Berlin
 Seminarraum: 1. OG - Raum 131 bis 139

Wahlpflichtmodul

Data Protection by Design

WAS LERNT IHR IN DEM MODUL?

Die Digitalisierung bringt nicht nur Innovationen von Produkten, Dienstleistungen und Märkten mit sich, sondern auch eine starke Zunahme der Komplexität der zugrunde liegenden bzw. sie umgebenden sozio-technischen Systeme. Ursache und zugleich Folge davon ist ein starker Anstieg der Wissensunsicherheit, der alle gesellschaftlichen Akteure gegenüberstehen: Unternehmen, Verbraucher bzw. Bürger sowie der Gesetzgeber. Merkmal der Wissensunsicherheit ist, dass Risiken digitaler Technologien für den Einzelnen wie für die Gesellschaft nur bedingt vorhergesehen, geschweige einem Verantwortlichen zugeschrieben und so wirksam kontrolliert werden können. Mit der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) hat der EU-Gesetzgeber ein Gesetz geschaffen, das dieser Situation durch verschiedene Regulierungsinstrumente begegnen soll.

Das Modul ist über drei ineinander greifende Bausteine strukturiert und erfolgt im Rahmen von drei Präsenzwochenenden ergänzt durch strukturierte Phasen für das Selbststudium.

In einem ersten Baustein führt das Modul zunächst in die technischen und ökonomischen Gegebenheiten datengetriebener Innovation sowie die normativen Erwartungen der Gesellschaft in Hinsicht auf mögliche unerwünschte Folgen ein.

Der Schwerpunkt des Moduls liegt sodann auf dem Regelungsansatz „Data Protection by Design“ der DSGVO, der die aktuelle Kluft zwischen technisch-ökonomischer Wirklichkeit und gesellschaftlicher Erwartung überbrücken soll. In diesem zweiten Baustein entsteht ein Überblick über die Konzepte, Methoden und Mechanismen, mit denen IT-basierte Risiken erfasst und kontrolliert werden sollen. Dabei werden auch Bezüge zu anderen Gesetzen hergestellt, wie etwa zur EU KI-Verordnung. Das Erlernte wird in einem Theorietest abgefragt.

Das theoretische Wissen wird zudem in zahlreichen Praxisübungen angewendet und vertieft. In diesem dritten Baustein werden die theoretischen Konzepte nicht zuletzt kritisch auf ihre Praxistauglichkeit überprüft. Das Modul schließt mit einer Praxisprüfung ab. In dieser arbeiten die Lernenden die in den Praxisübungen erarbeiteten Ergebnisse zu einem „Datenschutzkonzept“ in Grundzügen aus.

Die folgenden Themengebiete bilden den inhaltlichen Kern des Moduls:

- ▶ Daten und Infrastrukturen (Internettechnologie)
- ▶ Regulierung durch Technik (»Nudging«)
- ▶ Datenschutz und Datensicherheit
- ▶ Innovation, Wettbewerb und Regulierung

WAS KÖNNT IHR NACH DEM MODUL?

- ▶ Die Studierenden verstehen die Ziele und Strukturen des Regelungsansatzes »Data Protection by Design« und können seine Elemente den unterschiedlichen Disziplinen zuordnen (z. B. technische, ökonomische, rechtliche Perspektive).
- ▶ Sie lernen, die Folgen digitaler Technologien sowohl für den Einzelnen als auch die Allgemeinheit unter Gesichtspunkten des Datenschutzes zu analysieren und Schutzmaßnahmen anhand von Use Cases konzeptionell zu entwickeln.

WELCHE PRÜFUNGSLEISTUNGEN ABSOLVIERT IHR?

- ▶ 50% Portfolioprüfung: Projektarbeit in Gruppen anhand von praxisorientierten Fallstudien: Recherche, Präsentation von Teilarbeitsschritten und Ausarbeitung von Ergebnissen im Rahmen einer Hausarbeit
- ▶ 50% Theoretischer Test

ZEITRAUM

15.05. – 31.06.2026

- ▶ Präsenzphase 1: 15. – 17. Mai (3 Tage)
- ▶ Präsenzphase 2: 29. – 31. Mai (3 Tage)
- ▶ Präsenzphase 3: 6. – 7. Juni (2 Tage)

E-Learning-Anteil: 25 Stunden

DOZIERENDE

- ▶ Prof. Dr. Max von Grafenstein LL.M. (modulverantwortlich)

VERANSTALTUNGSORT

Seminarraum
Universität der Künste Berlin
 Berlin Career College
 Bundesallee 1-12
 10719 Berlin

Seminarraum: 1. OG - Raum 131 bis 139

Wahlpflichtmodul

Expertise

Erforschen, verstehen und nutzen

WAS LERNT IHR IN DEM MODUL?

Wenn wir Schmerzen haben, gehen wir zum Arzt. Wenn der Herd kaputt ist, rufen wir die Elektrikerin. Und wenn Politik Gesetze macht, dann hoffen wir, dass sie von Wissenschaft informiert sind. Wir sind überall auf Expertise angewiesen. Wahrscheinlich haben wir auch alle eine grobe Vorstellung davon, was Expertise ist: spezielle Kenntnisse oder Fähigkeiten, die es möglich machen, spezielle Aufgaben zu erledigen. Gleichzeitig wird es immer schwieriger, "gute" Expertise zu erkennen. Auf Social Media generieren selbsternannte Expert:innen riesige Reichweiten und generative KI präsentiert uns Antworten, die zwar oft plausibel klingen, aber nicht immer richtig oder hilfreich sind. Und selbst wenn sich "gute" Expertise findet, muss sie erst verständlich kommuniziert und in Handlungen übersetzt werden, um komplexe Probleme lösen zu können.

In diesem Modul betrachten wir Expertise aus einer sozialwissenschaftlichen Perspektive und nähern uns ihr als sozialem, kulturellem und organisationalem Phänomen; also nicht nur als einem Set von Kenntnissen und Fähigkeiten, sondern als etwas, das kommuniziert, organisiert, zugeschrieben und abgesprochen wird. Wir nehmen außerdem die Technologien in den Blick, die Expertise unterstützen oder sogar ersetzen sollen. Um das zu tun, entwickelt ihr im Laufe des Moduls ein eigenes Forschungsprojekt: Ethnographische Methoden, empirische Fallstudien und theoretische Linsen aus der Sozialwissenschaft helfen euch dabei Expertise in eurem (Berufs-)Alltag kritisch zu beobachten, zu analysieren und dadurch auch besser nutzen zu können. Die großen Fragen, auf die wir gemeinsam Antworten suchen:

- ▶ Was ist Expertise überhaupt?
- ▶ Kann heute jede:r Expert:in sein?
- ▶ Wie verändert sich Expert:innenarbeit durch neue Technologien?
- ▶ Was braucht es, damit Expertise in Organisationen und Gesellschaft wirken kann?

WAS KÖNNT IHR NACH DEM MODUL?

- ▶ Kritische Auseinandersetzung mit Expertise als sozialem, kulturellem, und organisationalem Phänomen
- ▶ Vertieftes Verständnis zentraler Literatur der sozialwissenschaftlichen Expertiseforschung
- ▶ Entwicklung und Umsetzung eines eigenen kleinen Forschungsprojekts
- ▶ Anwendung qualitativer/ethnographischer Forschungsmethoden zur Datensammlung, -analyse, und -präsentation
- ▶ Übertragung von Forschungsergebnissen auf den eigenen (Berufs-)alltag

WELCHE PRÜFUNGSLEISTUNGEN ABSOLVIERT IHR?

Individuelle Kurzpräsentation (wird nicht bewertet, aber obligatorisch für das Bestehen des Moduls)

Gruppenarbeit mit Abschlusspräsentation (50%)

Individuelle Reflexion (50%)

ZEITRAUM

01.07. – 14.08.2026

- ▶ Kickoff: 1. Juli (abends)
- ▶ Präsenzphase 1: 17. – 19. Juli (2,5 Tage)
- ▶ Präsenzphase 2: 7. – 9. August (2,5 Tage)

E-Learning-Anteil: 25 Stunden

DOZIERENDE

- ▶ Katharina Berr (modulverantwortlich)

VERANSTALTUNGSORT

Seminarraum
Universität der Künste Berlin
 Berlin Career College
 Bundesallee 1-12
 10719 Berlin

Seminarraum: 1. OG - Raum 131 bis 139

Wahlpflichtmodul

Wahrheit by Design

Wie die Gestaltung von Regeln in virtuellen Welten unseren Begriff von Wahrheit, unsere sozialen Gemeinschaften und unsere Vorstellungen von Zusammenleben und Arbeit verändert.

WAS LERNT IHR IN DEM MODUL?

Die digitale Transformation prägt seit mehr als drei Jahrzehnten unsere gesellschaftliche Wirklichkeit. Algorithmusbasierte Plattformen, soziale Medien und digitale Marktplätze bestimmen, wie Informationen zirkulieren und was als wahr gilt. Damit hat sich auch die Frage verändert, wer Wahrheit gestaltet. Nicht mehr allein geografische, politische oder soziale Grenzen definieren Zugehörigkeit und Wirklichkeit, sondern zunehmend digitale Infrastrukturen, die Daten verarbeiten, ordnen und gewichten.

Virtuelle Plattformen wie Facebook haben neue Formen von Gemeinschaft erzeugt. Sie ermöglichen weltweite Verbindungen, die zuvor nicht denkbar gewesen wären, und schaffen zugleich Räume, in denen sich politische und ideologische Bewegungen jenseits nationaler Grenzen formieren. Wahrheit wird dabei nicht mehr bloß entdeckt, sondern aktiv designt, über Algorithmen, Interfaces und Kommunikationsstrukturen. Dieses Design wirkt auf die analoge Welt zurück, verändert gesellschaftliche Prozesse und verschiebt die Grundlagen von Führung, Vertrauen und Verantwortung.

WAS KÖNNT IHR NACH DEM MODUL?

Ihr versteht, wie digitale Technologien Realitäten formen und gesellschaftliche Dynamiken beeinflussen. Ihr könnt analysieren, wie sich Macht, Führung und Kommunikation unter den Bedingungen algorithmischer Wahrheitsproduktion verändern. Und ihr entwickelt eigene Strategien, um in dieser hybriden Welt aus analogen und virtuellen Kontexten zukunftsfähig zu handeln.

WELCHE PRÜFUNGSLEISTUNGEN ABSOLVIERT IHR?

50 % Referat
50 % Gruppenarbeit

ZEITRAUM

15.08. – 31.09.2026

Kontaktstudium (Änderungen vorbehalten)

- ▶ Präsenzphase 1: 21. – 23. August (3 Tage)
- ▶ Präsenzphase 2: 25. – 26. September (2 Tage)

E-Learning-Anteil: 25 Stunden

DOZIERENDE

- ▶ Prof. Karin Bjerregaard Schlüter (modulverantwortlich)

VERANSTALTUNGSORT

Seminarraum
Universität der Künste Berlin
Berlin Career College
Bundesallee 1-12
10719 Berlin

Seminarraum: 1. OG - Raum 131 bis 139

Wahlpflichtmodul

Sustainable Innovation

WAS LERNT IHR IN DEM MODUL?

Mit fortschreitender globaler Erwärmung und gleichzeitig kürzer werdenden Innovationszyklen ist das Fördern nachhaltiger Innovationsformen wichtiger denn je. Kleidertausch-Apps, Reparatur-Cafés, vernetzte Bienenstöcke, KI-gestützte Energieoptimierung sind nur ein paar Beispiele, wie Innovationen zu einer sozial-ökologischen Nachhaltigkeitsentwicklung beitragen können. Dieser Kurs bietet eine Einführung in die wichtigsten theoretischen Ansätze, die Innovation mit der Theorie und Praxis der nachhaltigen Entwicklung verbinden.

Im ersten Präsenzteil wird ein Big Picture von Innovation und Nachhaltigkeit entwickelt: Schumpeters "lange Wellen", sozio-technische Paradigmen, die Beschleunigung von Innovation und der Zusammenhang zwischen Innovation, Wirtschaftswachstum und Nachhaltigkeit. Wir werden die Rolle von technischer Innovation problematisieren und Perspektiven sozialer Innovation explorieren.

Im zweiten Präsenzteil wird euch ein soziotechnisches Verständnis von Sustainable Innovation vorgestellt und zentrale Konzepte und Instrumente gemeinsam erarbeitet. Dazu gehören: zirkuläre Strategien, Umweltbeobachtung, Partizipationsformate, und der Quintuple-Helix-Ansatz. Wir verschaffen uns einen Überblick über wichtige Themen und Trends in der Praxis von verschiedenen Nachhaltigkeitsakteuren, wie Start-Ups, Bürger*inneninitiativen, Kommunen und Journalist*innen.

Im E-Learning-Teil betrachtet ihr die wichtigsten Debatten zu Nachhaltigkeit in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft und vertieft diese in einem eigenen Rapid Research-Projekt, in dem ihr selbstständig Nachhaltigkeitsansätze in eurem beruflichen Kontext beobachten und einordnen lernt. Zentrale Fragen des Moduls sind:

- ▶ Was bedeutet Nachhaltige Innovation?
- ▶ Warum ist es wichtig, dass Nachhaltigkeit und Innovation zusammengedacht werden?
- ▶ Welche aktuellen Herausforderungen und Unsicherheiten gibt es?
- ▶ Woran müssen wir arbeiten, damit Nachhaltige Innovationen langfristig zu einer nachhaltigeren Zukunft beitragen können?

WAS KÖNNT IHR NACH DEM MODUL?

- ▶ Kritische Auseinandersetzung mit grundlegenden Konzepten und aktuellen Debatten aus dem Bereich nachhaltige Innovation
- ▶ Vertieftes Verständnis zentraler Literatur und Fachtexte aus Forschung und Praxis
- ▶ Reflektierte Übertragung von Kenntnissen auf die eigene Organisation
- ▶ Entwicklung und Umsetzung eines eigenen Rapid-Research-Projekts
- ▶ Anwendung qualitativer Forschungsmethoden (z.B. Experteninterview) zur Datensammlung, und -analyse, und Posterpräsentation

WELCHE PRÜFUNGSLEISTUNGEN ABSOLVIERT IHR?

Die Prüfungsleistung besteht aus einer Portfolioprüfung:

- ▶ 33 % Mitarbeit, Idee- und Prototypenentwicklung in Gruppenarbeit und Reflexion in Präsenzphase 1
- ▶ 33 % E-Learning: Drei Online-Abgaben im Rahmen eines Rapid-Research-Projekts
- ▶ 33 % Posterpräsentation und Gruppendiskussion in Präsenzphase 2

ZEITRAUM

01.10. – 14.11.2026

Kontaktstudium (Änderungen vorbehalten)

- | | |
|-------------------------------------|--|
| ▶ Kickoff: | 1. Oktober (17:30 bis 19 Uhr per Videokonferenz) |
| ▶ Präsenzphase 1 (Wopperer-Beholz): | 9. – 11. Oktober (3 Tage) |
| ▶ Präsenzphase 2 (Hamm): | 6. – 8. November (3 Tage) |

E-Learning-Anteil: 25 Stunden

DOZIERENDE

- ▶ Dr. Andrea Hamm (modulverantwortlich)
- ▶ Wolfgang Wopperer-Beholz

VERANSTALTUNGSORT

Seminarraum
Universität der Künste Berlin
 Berlin Career College
 Bundesallee 1-12
 10719 Berlin

Seminarraum: 1. OG - Raum 131 bis 139

Wahlpflichtmodul

Data Governance

WAS LERNT IHR IN DEM MODUL?

Daten sind der Rohstoff unserer digitalen Wissensgesellschaft. Datengetriebene Innovation verspricht im privaten wie im öffentlichen Sektor neue Dienste, effizientere Prozesse, eine höhere Wettbewerbsfähigkeit, kurzum: mehr Wohlstand für alle. Allerdings gehen mit diesem Versprechen auch zahlreiche Risiken und damit Hürden für datengetriebene Innovation einher: vom Schutz von Geschäftsgeheimnissen und dem Wettbewerb, zur Vermeidung von Lock-in-Effekten z.B. in der öffentlichen Daseinsvorsorge bis hin zum Datenschutz. Um den Wert von Daten auszuschöpfen, müssen sich die verschiedenen Akteur*innen also so koordinieren, dass sie die konfligierenden Interessen möglichst optimal in einen Ausgleich bringen. Auch die Politik in Europa arbeitet aktuell an einer Vielzahl von Datenstrategien (von Datentreuhändern bis hin zu einer europäischen Cloud), um das Potential datengetriebener Innovation auszuschöpfen.

Das Modul baut sich um den Use Case „Data Governance an der Schnittstelle Klima- und Verkehrswende am Beispiel der Stadt Berlin“ auf. Es ist über drei ineinander greifende Bausteine strukturiert und erfolgt im Rahmen von drei Kontaktwochenenden ergänzt durch strukturierte Phasen für das Selbststudium.

- ▶ In einem ersten Baustein führt das Modul zunächst am Beispiel des Use Cases in die technischen und ökonomischen Gegebenheiten datengetriebener Innovation sowie erste normative Konflikte ein. Die Studierenden bilden dafür Gruppen, die als Vertreter verschiedener Akteure (insb. als Stadtverwaltung, Berliner Verkehrsgesellschaft, Google, ein Mobilitätsdienste-Startup usw.) gegenseitig in Verhandlung über den Zugriff auf Daten treten, die sie jeweils für die Erreichung ihrer Interessen brauchen.
- ▶ In einem zweiten Baustein befassen sich die Studierenden mit den aktuellsten Gesetzen bzw. Gesetzentwürfen in Deutschland sowie der EU, mit denen die Gesetzgeber die Interessenkonflikte bestmöglich auflösen möchten und erarbeiten ein Lobbying-Konzept, mit dem sie die Gesetze zu ihren Gunsten verändern möchten.
- ▶ Der dritte Baustein zieht den Fokus weiter auf und nimmt das Phänomen der Plattform-Governance in den Blick. Hierfür schließen sich die Studierenden in ihren Fallgruppen zu einer marktbeherrschenden Mobilitätsdienste-Plattform zusammen, anhand derer sich nun spezifische Plattform-Gesetze auf ihre Praxiswirkungen hin untersuchen lassen.
- ▶ Das theoretische Wissen wird in zahlreichen Praxisübungen angewendet und vertieft. In diesem dritten Baustein werden die theoretischen Konzepte nicht zuletzt kritisch auf ihre Praxisausganglichkeit überprüft. Das Erlernte wird in einem Praxistest abgefragt

Die folgenden Themengebiete bilden den inhaltlichen Kern des Moduls:

- ▶ Daten, Innovation und Infrastrukturen
- ▶ Datenzugangs- und -verwendungsregeln
- ▶ Akteure, Governance und Regulierung
- ▶ Wettbewerb, Geschäftsgeheimnisse und Datenschutz

Es wird die vorherige Teilnahme am Modul „Data Protection by Design“ empfohlen.

WAS KÖNNT IHR NACH DEM MODUL?

Ihr versteht die Ziele und Strukturen des Ansatzes „Data Governance“ und könnt seine Elemente den unterschiedlichen Disziplinen zuordnen (z.B. technische, ökonomische, rechtliche Perspektive). Ihr lernt, die Interessenkonflikte bzgl. der (Wieder-) Verwendung von Daten zu analysieren und Schutzmechanismen anhand von Use Cases konzeptionell zu entwickeln.

WELCHE PRÜFUNGSLEISTUNGEN ABSOLVIERT IHR?

Die Prüfungsleistung besteht in einer Portfolioprüfung: Recherche, Präsentationen von Teilarbeitsschritten im Plenum und Ausarbeitung (Hausarbeit) von Ergebnissen der Projektarbeit aus der Präsenzphase.

ZEITRAUM

15.11. – 31.12.2026

Kontaktstudium (Änderungen vorbehalten)

- ▶ Präsenzphase 1: 20. – 22. November (2,5 Tage)
- ▶ Präsenzphase 2: 27. – 29. November (2,5 Tage)
- ▶ Präsenzphase 3: 12. – 13. Dezember (2 Tage)

E-Learning-Anteil: 14 Stunden

DOZIERENDE

- ▶ Prof. Dr. Max von Grafenstein LL.M. (modulverantwortlich)

VERANSTALTUNGSORT

Seminarraum
Universität der Künste Berlin
 Berlin Career College
 Bundesallee 1-12
 10719 Berlin

Seminarraum: 1. OG - Raum 131 bis 139

Wahlpflichtmodul (digital only)

Digitale Souveränität

WAS LERNT IHR IN DEM MODUL?

Digitale Infrastrukturen sind zur Lebensader unserer Gesellschaft geworden. Doch wem eigentlich die Grundlagen unseres digitalen Alltags gehören, wie über sie Macht ausgeübt wird und wie sie beschaffen sein sollten, um einer demokratischen und sozialen Gesellschaft zu genügen, bleibt oft verborgen. In diesem Modul beschäftigen wir uns damit, wie die technische Ausgestaltung digitaler Infrastrukturen von politischen Interessen geprägt ist und selbst politische Strukturen hervorbringen kann.

Das sechswöchige Modul ist in drei Teile eingeteilt. Zuerst werfen wir einen kritischen Blick auf die gegenwärtige Abhängigkeit Europas von außereuropäischen Tech-Giganten und auf Formen digitalen Kolonialismus, die sich oft hinter nützlichen Diensten verbergen. Wir untersuchen, wie Staaten und Unternehmen über Daten, Standards und Plattformen Macht ausüben und welche strukturellen Risiken daraus entstehen. Im zweiten Teil beschäftigen wir uns damit, welche digitalen Infrastrukturen Europa braucht, um offen, gemeinwohlorientiert und souverän zu sein. Wir gehen der Idee des „Eurostack“ nach und fragen, wie diese umfangreiche europäische digitale Basisinfrastruktur beschaffen sein muss, um nicht nur eine sichere, sondern auch demokratische Zukunft zu garantieren. Im dritten Teil schauen wir uns am Beispiel der Verwaltungsdigitalisierung in Deutschland an, wie öffentliche digitale Infrastrukturen in der Praxis aussehen können und woran sie heute noch oft scheitern.

WAS KÖNNT IHR NACH DEM MODUL?

- ▶ Ihr lernt, was digitaler Kolonialismus ist, in welchen Formen und auf welchen Infrastrukturebenen er sich äußern kann.
- ▶ Ihr lernt, dass digitale Infrastrukturen als Waffen verwendet werden können und wo bzw. wie „weaponization“ aktiv vollzogen wird.
- ▶ Ihr versteht die Grundidee des „Eurostack“ als Vision einer eigenständigen, öffentlichen digitalen Infrastruktur in Europa.
- ▶ Ihr könnt die zentrale Komponenten benennen und erklären, warum diese für digitale Souveränität relevant sind.
- ▶ Ihr könnt kritisch reflektieren, welche politischen, technischen und gesellschaftlichen Herausforderungen mit dem Aufbau eines europäischen Tech-Stacks verbunden sind.
- ▶ Ihr lernt die verschiedenen Möglichkeiten und die Gestaltung digitaler Souveränität für Europa kennen.
- ▶ Ihr könnt Gefahren benennen wie Pseudo-Souveränität oder staatliche Überwachung und Gestaltungsprinzipien benennen, aus denen eine digitale Infrastruktur für demokratische Gesellschaft hervorgeht.
- ▶ Ihr könnt Gefahren wie Pseudo-Souveränität oder staatliche Überwachung sowie Gestaltungsprinzipien benennen, aus denen eine digitale Infrastruktur für demokratische Gesellschaft hervorgeht.
- ▶ Ihr gewinnt einen Überblick darüber, was Verwaltungsdigitalisierung bedeutet, welche Ziele damit verfolgt werden und welche gesellschaftliche Relevanz sie hat, und ihr könnt einordnen, wie Verwaltung überhaupt digitalisiert werden sollte.

WELCHE PRÜFUNGSLEISTUNGEN ABSOLVIERT IHR?

Die Prüfungsleistung besteht aus einem Online-Quiz am Ende des Moduls.

ZEITRAUM

Zeitunabhängig (ohne Präsenzphasen)

- ▶ Das Modul kann das ganze Jahr belegt werden (immer zum 1. eines Monats)
- ▶ Die Dauer des Moduls beträgt 6 Wochen
- ▶ Innerhalb der 6 Wochen können die Lerneinheiten selbstständig und flexibel absolviert werden

E-Learning-Anteil: 50 Stunden

DOZIERENDE

- ▶ Sebastian Koth (modulverantwortlich)

VERANSTALTUNGSORT

Nur Online über Canvas.

LEADERSHIP IN DIGITALER INNOVATION

MASTER OF ARTS

www.leadership-in-digitaler-innovation.com



Universität der Künste Berlin

Berlin Career College