

INNOVATIONS- FESTIVAL Evaluierungsbericht OSTSTEIRISCHES KERNLAND

Dezember 2014

Der Evaluierungsbericht wurde im Rahmen des Projektes „Kreative Wertschöpfungskette“, mitfinanziert aus dem Programm zur grenzüberschreitenden Kooperation ÖSTERREICH – UNGARN 2007 – 2013, erstellt.



EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



Das Land
Steiermark

Das zweitägige Innovationsfestival wurde im Rahmen des EU-ETZ-Projektes "CREATIVE- Kreative Wertschöpfungskette" umgesetzt und fand im Rahmen der Veranstaltungsreihe "Kreativität braucht das Land!"

Kreativwirtschaft im ländlichen Raum: Handwerk, Baukultur, Tourismus im Schoss Schielleiten/Stubenberg vom 27. bis 28. November 2014 statt.

Kreativwirtschaft im ländlichen Raum der Oststeiermark

Die Ziele dieses Arbeitsfeldes sind als Beiträge zur Entwicklung eines kreativen Milieus, hier mit einem ökonomischen, nutzerorientierten Fokus, aufzufassen. Die 3 T's des Kultursoziologen Richard Florida spielen hier wiederum eine Rolle: wie schon erwähnt die Förderung von Talenten, Toleranz und Technologie. In welcher Weise unterstützen Projektinitiativen diesen Prozess? Die 4 thematischen Untergruppen beschreiben einen neuen Definitionsvorschlag der Kreativwirtschaft im ländlichen Raum, wobei die Bereiche „Kreative KMU“, „Handwerk“ und „Baukultur“ kreativwirtschaftliche Kernbereiche darstellen, während „Tourismus“ und „Leerstandsmanagement“ sogenannte Übertragungs- bzw. Anwendungsfelder (Spillover-Effekte) sind.

Typisch für ländliche Regionen ist eine generell geringere Dichte von kreativ-wirtschaftlichen Unternehmen gegenüber urbanen Zentralräumen. Im Oststeirischen Kernland liegt jedoch eine jener ländlichen Gemeinden, die einen Anteil von über 10% an der Kreativwirtschaft aufweisen: Baierdorf bei Anger. Die Region verfügt darüber hinaus über einige Gemeinden, die Anteile von über 7,5% der Kreativwirtschaft an der marktorientierten Wirtschaft erreichen. Die Werte sind bemerkenswert, da sie ohne Aufnahme von Kunstschaffen, Kunstunterricht sowie Kunsthandel ermittelt wurden. Außerdem wurden in der Erhebung regionale Besonderheiten wie das Handwerk nicht berücksichtigt.

Aus durchgeführten Projekten können folgende vier Sektoren für den Bereich „Kreativwirtschaft“ abgeleitet werden und stellen damit einen Definitionsvorschlag für Kreativwirtschaft im ländlichen Raum dar.

Kreative KMU, Handwerk: Kleine und mittlere Betriebe haben im Oststeirischen Kernland eine erhebliche regionalwirtschaftliche Bedeutung. Es geht zudem um die Bedeutungssteigerung regionalen Handwerks. In diesem Zusammenhang ist eine engere Zusammenarbeit zwischen DesignerInnen und HandwerkerInnen Thema.

Kreativtourismus: Als Zielgruppe sind touristische Unternehmen und Verbände gemeint, die neue Angebote entwickeln. Aspekte neuer touristischer Definitionen sind Partizipation, persönliche Geschichten (Storytelling), Aktivität, Lernerfahrungen, regionale Alltagskultur, Entdecken der Hinterhöfe (Backyards). Sanfter, nachhaltiger Tourismus ist hier Ziel. Naturparks geben bereits Richtlinien vor.

Baukultur: Damit sind Vorhaben wie etwa die Einführung von Gestaltungsbeiräten gemeint: Fachbeiräte, die auf der Basis baukultureller Leitbilder entscheiden, unterstützen bei Planungsentscheidungen von regionalen Bauvorhaben. Insbesondere bei öffentlichen Vorhaben ist diese Vorgehensweise von Bedeutung. Zu diesem Bereich gehören auch partizipative Ortsentwicklungsprozesse.

Leerstandsmanagement: In allen Orten des Oststeirischen Kernland ist das Thema Leerstand von problembeladener Bedeutung. Besonders kreative und längerfristig angedachte Lösungsmodelle sind hier gefragt. Als Beispiel wird hier etwa das Waggonhotel

Anger angegeben, das unter Einbeziehung eines regionalen Beherbergungsbetriebes eine Neunutzung des verwaisten Bahnhofareals Anger ergeben hat.

Für das Innovationsfestival im Rahmen des Projekts „CREATIVE“ wurden 2 Definitionsbereiche ausgewählt: Baukultur und Handwerk.

Vortrag - Innovationsfestival - Leerstand in der Oststeiermark - Teil 1:

Karl Amtmann – Innovationen in der kreativwirtschaftlichen Bereich der Baukultur

DI Karl Amtmann ist seit vielen Jahren Leiter der Baubezirksleitung Oststeiermark, bekannter Experte für Revitalisierung und Neunutzung historischer Gebäude und engagiert sich in großem Maße für nachhaltige Baukultur.

Das Problem der Leerstände in der Oststeiermark

Karl Amtmann legt das Hauptaugenmerk seines Beitrags einerseits auf zentrale Orte und andererseits auf den ländlichen Raum. Leerstandsprobleme gibt es seiner Ansicht nach vor allem auch in Zentrumsgebieten, so etwa in Hartberg, Fürstenfeld, Weiz, Pöllau u.a. An diesen Standorten verringert sich die Kaufkraft bei einer gleichzeitigen Verlagerung des Konsumgeschehens an den Stadtrand oder an umliegende kleinere Gemeinden, also außerhalb der Stadt. Just darin ortet Amtmann das Hauptproblem: Der Leerstand im Stadtzentrum verursacht eine Schwächung der Zentrumsfunktion. Erschwerend kommen die Landflucht, Geburtenrückgänge oder die Überalterung hinzu, was wiederum die allgemeine Attraktivität sowie das kulturelle Angebot der einzelnen Standorte mindert. Dies ist vor allem auch im ländlichen Gebiet ein weitläufiges Phänomen, dem sich ein Funktionsverlust der Dörfer anschließt. In touristischen Beschreibungen wird die Oststeiermark gerne als pittoreske Landschaft und als Oase der Ruhe dargestellt. Das Thermenland wird als romantische Gegend vermarktet; tatsächlich sind Leerstandsprobleme und Abwanderung auch Teil der Oststeiermark, selbst wenn diese nicht in der offiziellen Vermarktung auftauchen. Doch gerade im ländlichen Gebiet ortet er großes Potential in der Nutzung von leer stehenden Liegenschaften und Geschäftslokalen. Vor allem in den Bereichen Hotellerie und Gastronomie sind Revitalisierungen relativ einfach umsetzbar. Dies würde zudem das gesamte Ortsbild aufwerten und somit einen zusätzlichen positiven Aspekt darstellen. Gleichzeitig räumt Amtmann ein, dass eine dauerhafte Nutzung von Leerständen nicht in jedem Fall möglich ist. Nichtsdestotrotz macht auch eine vorübergehende Nutzung – mitunter zweckentfremdet – Sinn und leistet einen Beitrag zur Aufwertung eines Standortes. Karl Amtmann kritisiert, dass die ungenutzten Leerstände die umliegende Gegend beeinträchtigen und ästhetisch abwerten. Dies ist für eine Tourismusregion, wie sie die Oststeiermark darstellt, kontraproduktiv. Jedoch räumt er ein, dass sich die Lösungsfindung schwierig gestaltet – eine Patentlösung gibt es nicht. Erschwert werden potentielle Revitalisierungsversuche durch die zahlreichen Aufgaben auf diversen Ebenen. Nichtsdestotrotz wird bereits von einigen Stadtverwaltungen versucht, neue Gewerbetreibende von der Peripherie in das Stadtzentrum zu holen, um dieses wieder attraktiver zu machen. Hierin liegt einen Ansatz, der ausgebaut werden sollte. Gleichzeitig plädiert Amtmann dafür, das eigene Konsumverhalten zu ändern: Weg vom Konsum in den großen Shoppingzentren hin zu den kleinen Gewerbetreibenden im ländlichen Raum beziehungsweise in der Innenstadt. Für die Entwicklung einer Region sind Faktoren wie Tourismus, Arbeitsplätze, eine zukunftsfähige Altersstruktur sowie die Lebensqualität der BewohnerInnen essentiell. Neben dem eigenen Konsumverhalten sowie dem Entgegensteuern durch die lokale Politik sieht Amtmann auch Lösungsansätze in der Raumplanung, um einzelne Standorte zu stärken.

AKTIV - Innovationsfestival - Leerstand in der Oststeiermark - Teil 1:

Am ersten Tag des Innovationsfestivals „Leerstand in der Oststeiermark“ wurden nach dem Vortrag von Karl Amtmann in der Ideenwerkstatt „Potenziale der Leerstände in der Oststeiermark“ zu den drei leer stehenden Gebäuden bereits erste Nutzungsideen niedergeschrieben. Der zweite Tag des Innovationsfestivals begann für die TeilnehmerInnen mit einer Exkursion zu den unten genannten Objekten. Im anschließenden zweiten Teil der Ideenwerkstatt wurden die Ideen vom Vortrag wieder aufgegriffen, genauer besprochen und mit weiteren Informationen ergänzt.

Viele Ideen wurden zunächst für eine temporäre Nutzung überlegt, da sich dies aus zeitlichen, finanziellen und personellen Gründen wesentlich einfacher und flexibler realisieren lässt, als bei einer dauerhaften Nutzung. Jeder dieser drei bearbeiteten Gebäude hat besondere räumliche und thematische Gegebenheiten die für eine Nutzung berücksichtigt werden können bzw. müssen.



1 - Hofmühle in Pöllau (Märzgasse 117, 8225 Pöllau)

Die Hofmühle der Marktgemeinde Pöllau wurde im 17. Jhd. erbaut und hat ursprünglich einmal zum Stift Pöllau gehört. Das großteils restaurierte Gebäude wird heute als Büro und Wohngebäude genutzt. Die restlichen leerstehenden restaurierten Flächen sollen daher wieder einer Nutzung zur Belebung des Ortes zugeführt werden.

Da es sich bei der Hofmühle, gelegen an der „Pöllauer Saifen“, um eine ehemalige Wassermühle handelt, ist das Thema „Wasser“ vorherrschend und als Querschnittsthema gut geeignet. In Verbindung mit der Literatur bietet sich die Möglichkeit, am Beispiel des Stadt-, Turm- oder Seeschreibers, jedes Jahr einen Stadtschreiber einzuladen, der sich mit dem Thema „Wasser“ beschäftigt.

Die einzelnen Räume zeigen aufgrund ihres Charakters unterschiedliche Ausrichtungen und Nutzungsmöglichkeiten auf. So könnte der untere Raum (Sägewerk) als Meditationsraum genutzt werden, da unweit, nur durch eine Holztür getrennt, der Bach beruhigend vor sich hin rauscht. Der Dachboden ist mit einem Kuppelgewölbe + Dachstuhl ausgestattet und war der Probebau für den kleinen Petersdom der Pöllauer Kirche. Hier würde sich die Verknüpfung von Alt und Neu sehr gut anbieten, beispielsweise als Ausstellungsraum für Gegenwartskunst in Form von Installationen, Skulpturen uvm. Auch für den Stadtschreiber gibt es einen besonderen Raum – das hintere kleine Zimmer.

Als weitere Nutzungsmöglichkeit wurde auch ein „Restaurant auf Zeit“ diskutiert, wie es in Wien unter dem Begriff „Pop-Up-Restaurant“ bekannt ist. Aber auch die Nutzung für Veranstaltungen z.B. als Tanzsaal oder Theaterraum für Musik und Spiel wurden angedacht. Das geschichtsträchtige Gebäude hatte in den letzten Jahrhunderten viele Besitzer, darunter Müller, Weber, Sägewerksbetreiber, Maler. Unter dem Motto „Handwerk“ wären auch temporäre Nutzungen wie ein „Trödlermarkt“ mit Gastro-Partner und jungen MusikerInnen oder auch „Do-it-yourself-Workshops“ in Kooperation mit hiesigen TischlerInnen oder anderen Handwerksbetrieben oder sogar mit der Styrian Summer Art denkbar.

Bei der Zielgruppe ist es denkbar gezielte Aktivitäten für Kinder und Jugendliche zu veranstalten ggf. auch in überregionaler Kooperation mit der Kinderuni in Steyr. Wenn es angedacht ist das Haus allgemein zu öffnen, dann muss aber auch die Zielgruppe weiter gefasst werden. Da es in Pöllau noch andere Leerstände gibt, könnte auch eine Kooperation mit unterschiedlichen thematischen Ausrichtungen zwischen den einzelnen Betreibern der Leerstände in Betracht gezogen werden.



2 - Gasthaus Heschl in Pöllau (Pöllau 2, Hr. Heschl Peter)

Das seit vielen Jahren leer stehende Gasthaus mit Gästezimmern befindet sich mitten im Zentrum von Pöllau. Bis auf das Erdgeschoss, dass sich für eine gewerbliche Nutzung anbietet, sollten die anderen Räumlichkeiten eine dauerhafte Nutzung erhalten.

Doch zunächst stellt sich hierbei die Frage: Welche Bereiche würden sich für eine und Nutzung eignen und welche nicht? Was braucht der Ort?

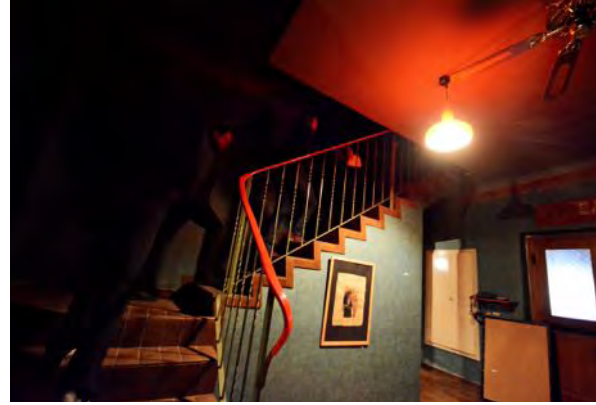
Da sich das Gebäude im Zentrum des Ortes befindet, bietet es gerade auch für TagestouristInnen einen idealen touristischen Anlaufpunkt zur Information über die Region und zum Kauf von regionalen Produkten - dem „Hirschbirnhaus“, Vergleiche finden sich in Puch mit dem „Haus des Apfels“.

Interessant wäre auch eine Kombination von mehreren unterschiedlichen Funktionen, die miteinander harmonieren und einen gegenseitigen Nutzen erzeugen können! Gerade in Verbindung mit betreutem Wohnen oder Senioren-WGs würde die Errichtung eines touristischen Anlaufpunktes ein sinnvolles Beschäftigungs- und Einsatzfeld für die dort wohnenden Personen (Senioren) ergeben.

Ein Beispiel für diese Art von Nutzung gibt es in Augsburg, dort hat die Diözese aus einem ehemaligen Altersheim das „Cosmopolis“ gemacht! Es vereint Hotel, Asylbewerberheim und Kulturraum - Asylbewerber und Künstler leben und arbeiten unter einem Dach.

Mit der generell vermehrten Nachfrage nach Eigentumswohnungen der älteren Generation und der Tatsache, dass der Hausbesitzer ein Immobilienmakler ist, könnte ein neues Nutzungskonzept ausgearbeitet werden, damit auch die Größe des Objektes mit berücksichtigt werden kann. Über eine Kooperative oder Genossenschaft ließe sich das regionale Thema rund um die „Hirschbirne“ auch gut vermarkten und verwalten. Vorstellbar wäre hier eine Kooperation mit der „Genuss Region Österreichs“. Dennoch sollte darauf geachtet werden, was der Ort, aber auch das Gebäude an sich überhaupt verträgt! So sollte gerade bei der gewerblichen Nutzung des Erdgeschosses auf bereits vorhandene und etablierte Dienstleistungen und Gewerbe geachtet werden. Denkbar wäre ein Shop mit innovativen Konzepten, mit einer vorherigen Testphase als Pop-Up-Store könnte der Bedarf des Ortes und die Akzeptanz und mögliche Partizipation durch die Bevölkerung besser ermittelt werden.





3 - Ehem. Gasthaus Feichtinger in Anger

Das Gebäude wurde früher als Gasthaus genutzt und ist jedes Jahr fixer räumlicher Bestandteil des KOMM.ST Festivals. Der restaurierte Bereich kann in den Sommermonaten durchgehend für diverse Veranstaltungen genutzt werden, der restliche Teil müsste dringend saniert werden.

Im Vergleich zu den vorherigen Beispielen gibt es hier bereits eine regelmäßige, jedoch noch temporäre Nutzung, die sich durch gezielte Sanierungsmaßnahmen vielleicht sogar mal in eine dauerhafte Nutzung umwandeln ließe.

Denkbar wäre die Errichtung eines permanenten Headquarters für KOMM.ST. Über Sanierungsworkshops in Kombination mit Handwerksunternehmen aus der Region und zukünftigen Nutzern, Interessierten und willige Helfern könnte das Gebäude mit gemeinsamen Arbeitseinsatz für die Winternutzung wieder Instand gesetzt und darüber hinaus vor dem Verfall bewahrt werden.

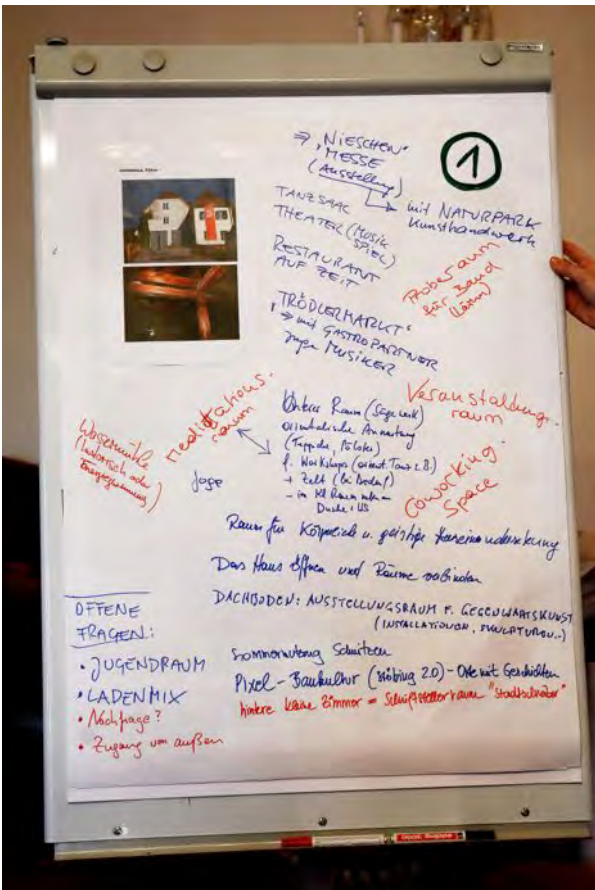


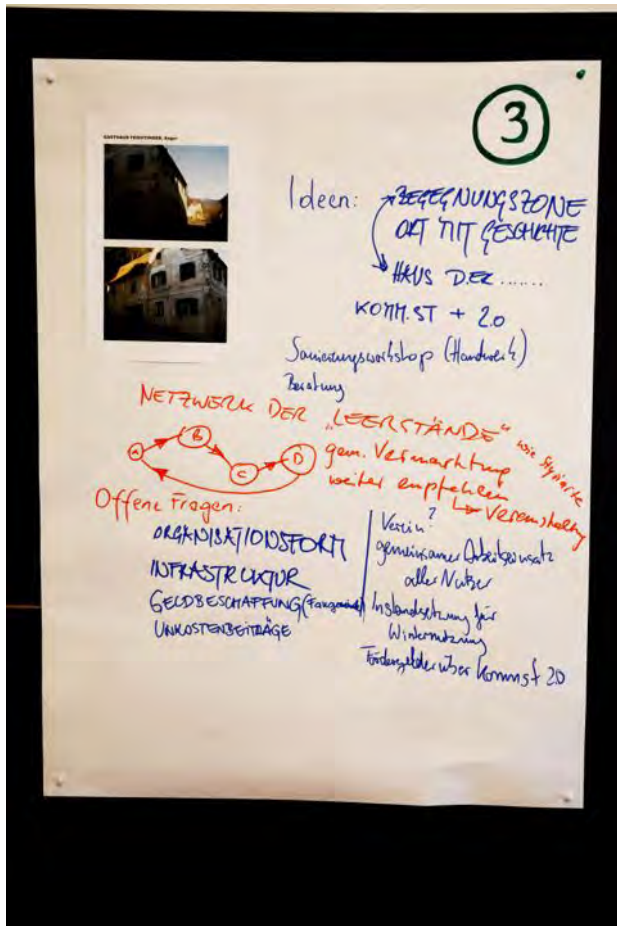


Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die in der Region erfassten Leerstände miteinander vernetzt werden sollten, um gemeinsam vermarktet werden zu können, wie es bereits schon durch die Zwischennutzungszentrale in Bremen gemacht wird.

Bei allen Gebäuden sollte zunächst einmal mit einer kleinen temporären Nutzungen gestartet werden, quasi als „Testballon“, damit auch wieder die Wahrnehmung für das Gebäude an sich und seiner „Nutzungswürdigkeit“ geschärft wird.

Bei einer temporären Nutzung muss insbesondere auf den Zugang in Bezug auf Barrierefreiheit und Sicherheit und auf die Sanitäreinrichtungen geachtet werden.





Vortrag - Innovationsfestival - Designkooperationen im Handwerk - Teil 1:

Rudolf Greger

Greger ist Service- und Industrial-Designer. Nach ihm bedeutet Design, Wege zu ersinnen eine vorgefundene ungünstig erlebte Situation in eine gewünschte zu verwandeln. Design kann das Alltagsleben vereinfachen.

Einstieg für erfolgreiche Kooperationen und zwischen Designerinnen und Handwerkerinnen als Maßnahme der Innovationsförderung

Das Handwerk benötigt vor allem zwei AkteureInnen, nämlich HandwerkerInnen und KundInnen. Die Kundschaft benötigt eine Anfertigung, gibt diese in Auftrag und der Handwerksbetrieb fertigt das gewünschte Produkt. Diese direkte Rückkopplung (»Feedback-Schleife«) funktionierte laut Greger lange Zeit ungestört. Mit den explosionsartig ansteigenden Bevölkerungszahlen wurde diese Rückmeldung vom Konsumenten zum Hersteller jedoch unterbrochen: Der Handwerksbetrieb wurde immer mehr von der Industrie abgelöst. Die industrielle Anfertigung, beispielsweise von Möbeln, konnte wesentlich zeit- und kostensparender durchgeführt werden. Die Feedback-Schleife, welche zuvor zwischen Kundschaft und Handwerk existiert hatte und deren wesentlicher Bestandteil die Rückmeldung der Gebrauchsgewohnheiten durch die KundInnen an die HandwerkerInnen war, ist überholt. In der industriellen Produktion fällt die Rückmeldung seitens der Kundschaft an die an den Maschinen arbeitenden Menschen vollkommen weg. Daraus resultiert ein gänzlich neues Berufsbild: Industrial Design. Die IndustriedesignerInnen entwerfen Produkte, die industriell gefertigt werden, wie etwa Kaffeemaschinen, Rasierapparate etc. Rudolf

Greger betont, dass man unter einem Produkt nicht nur einen Gegenstand verstehen kann, sondern auch einen Prozess oder eine Dienstleistung. Er stellt die Überlegung an, ob Produktdesign nicht auch vollkommen anders gedacht werden könnte, nämlich als Dienstleistung. Dabei führt er den Begriff des „Gestaltungseisbergs“ ein: Bei Design sieht man immer nur einen kleinen Teil dessen, was Design eigentlich ausmacht. Der Großteil wird oft schlichtweg übersehen oder nicht beachtet, wird nicht „designed“: die Handhabung, der Verkaufsprozess, das Erlebnis des Verkaufs, das Geschäftsmodell. „Designed“ heißt hier, bewusst gestaltet zum Vorteil des Kunden, dabei gleichzeitig kaufmännisch sinnvoll. Der Erfolg eines Produkts ist laut Greger dann garantiert, wenn dieser Gestaltungseisberg zur Gänze bearbeitet wird und nicht nur das Hauptaugenmerk auf die Spitze gerichtet ist, dem sichtbaren Gegenstand. Hierin liegt das Potential von Design: gut funktionierende Produkte, die auch optisch ansprechen (also ihre Qualität vermitteln), eingebettet in Prozessen, die aus Kundensicht gestaltet wurden, unter Beachtung von technischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Anders ausgedrückt: Gegenstände, die gefallen, nützlich sind, als qualitativ hochwertig erlebt werden und deren Kauf, Gebrauch und Entsorgung oder Reklamation dem Konsumenten ein Lächeln ins Gesicht zaubert, spricht die ursprüngliche Kaufmannstugend. Eingedenk dessen plädiert Greger dafür, Design in seiner Querschnittsfunktion zu nützen und in Kooperation mit DesignerInnen den gesamten Gestaltungseisberg anzugehen. Ein guter Designer zeigt in seinem Hinterfragen von alltäglichen Gebrauchsweisen eine „kultivierte Naivität“, um den Konsumentenblick besser zu implementieren.

AKTIV - Innovationsfestival - Designkooperationen im Handwerk - Teil 2:

Beim zweiten Tag des Innovationsfestivals „Designkooperationen im Handwerk“ wurden die inhaltlichen Ansätze von Rudolf Greger in der „Designwerkstatt für Lehrlinge“ in Form eines „Crash Course“ für Design Thinking (von d.shool des Institute of Design in Stanford entwickelt) gemeinsam mit Lehrlingen aus dem Handwerk durchgeführt. Der Prozess beginnt mit der Bedarfsermittlung, geht dann zur Ideenentwicklung über und endet mit dem ersten Prototypen.

Anhand der konkreten Aufgabe das „Geschenk geben“-Erlebnis neu zu erfinden wurde der gesamte Prozess durchgespielt. Wie geht das „Geschenke machen“? Hierbei ging es aber weniger um die Entwicklung eines Geschenks, als viel mehr um das Erlebnis, das verbessert oder neu geschaffen werden sollte.

Hierfür gab es genaue zeitliche und inhaltliche Vorgaben. Begonnen wird mit der Bildung von Zweierteams und der Festlegung der Person A (DesignerIn) und B (KundIn). Jede Person hat ein Formular vor sich liegen, das die Arbeitsanweisung erhält und in der auch die Inhalte aus den Befragungen eingetragen werden. Anschließend wird gewechselt, so dass jede Person einmal in der Position der DesignerIn und der KundIn war. Für den gesamten Prozess stehen 70 min zur Verfügung.

Ablauf

1) Wie geht's dir dabei, wenn du Geschenke machst? Beispiel: Wann hast du das letzte Mal geschenkt? Wie ist es dir dabei gegangen? War das angenehm, stressig? Was hättest du gerne anders? Wie hat der Beschenkte reagiert? Die Beantwortung erfolgt in offene Fragen.

Dies sind dann Hinweise darauf wie man das Erlebnis verbessern kann.

2) Nach Punkt 1 hat man als Fragender nun bestimmte Eindrücke gewonnen und Annahmen getroffen, nun gilt es heraus zu finden, ob diese Annahmen auch zutreffen oder richtig sind. Es geht darum sicher zu sein, dass man den anderen richtig verstanden hat.

3) Jetzt werden die Informationen sortiert und verdichtet nach Bedürfnissen, nach Einsichten. Diese Arbeit macht jeder sich selbst.

4) Aus den Bedürfnissen wird nun ein Problem des Kunden definiert an dem nun gearbeitet werden soll und das nun gelöst werden soll.

5) Das Problem wird nun zu einer Aufgabenstellung formuliert und daraus werden dann so viele Ideen wie möglich entwickelt, keine Lösungen.

6) Nun muss die KundIn mit der ersten Idee konfrontiert werden. Die Idee wird kurz vorgestellt und nun wird geschaut ob diese Idee der KundIn gefällt. Die Eindrücke und Rückmeldungen werden notiert.

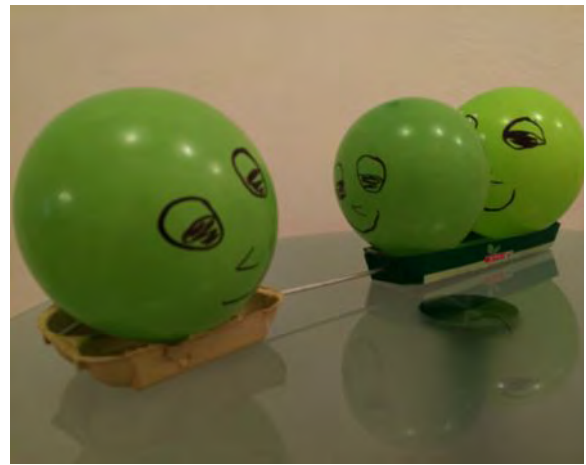
7) Jetzt wird aus den Anmerkungen und Rückmeldungen die Lösung mit der folgender Fragestellung erarbeitet: Was würde ich nun als Dienstleistung oder Gegenstand der KundIn anbieten. Es kann eine Weiterentwicklung der vorherigen Ideen sein oder aber auch eine ganz neue Idee. Jetzt interpretiert man vielleicht auch die Anmerkungen aus dem ersten Interview anders und weiß nun genau was die KundIn braucht.

8) Jetzt wird die Lösung sichtbar und greifbar gemacht. Es geht nicht darum, dass es perfekt gearbeitet ist sondern eher, dass die Kundin die Lösung versteht.

9) Abschließend wird die KundIn mit dem Angebot konfrontiert. Hierfür wird die Idee und Lösung nochmals präsentiert.

Nach Schritt 9 nähert sich die DesignerIn dann in weiteren Schleifen immer mehr der Lösung der KundIn an. Die Designwerkstatt ermöglichte es den Lehrlingen den idealisierten Ablauf eines Designprozesses „von der Idee bis zum Prototypen“ zu erleben. Während der Durchführung war zu erkennen, dass die Aufgabenstellung zu schwierig für die Lehrlinge war. Viele der Lehrlinge entwickelten ein Geschenk anstelle einer Lösung für das „Geschenk geben“. Überraschend für alle war zudem, dass die anfängliche Bedarfsanalyse durch die verschiedenen Interviews und Vertiefungen aus der ersten Idee am Ende eine wesentlich passendere Lösung für die KundIn machte. Der Entwicklungsprozess an sich war den Lehrlingen bis dato unbekannt, mit der Teilnahme an der Designwerkstatt erhielten sie auch das erste Mal ein Tool, mit dem sie sich auch in Zukunft Aufgabenstellungen annähern können.





„Geschenke einpacken“-KIT

„Urlaub für die ganze Familie“



„Beheizbare Mütze“

„Geschenk für Mama“



„Das perfekte königliche EL-Classico“



„Freude machen“-Geschenk



„Klickkamera“



„Kompakte Werkzeugkiste für zu Hause“

INNOVÁCIÓ- FESZTIVÁL Értékelő jelentés OSTSTEIRISCHES KERNLAND

2014 december

Az értékelő jelentés a „Kreatív értéklánc” c. projekt keretében az Ausztria-Magyarország Határon Átnyúló Együtműködési Program 2007- 2013 társfinanszírozásával készült.



EUROPEAN UNION
European Regional
Development Fund



Das Land
Steiermark

A kétnapos innováció fesztivál a „CREATIVE – kreatív értéklánc“ EU-ETE projekt keretében került lebonyolításra és a Schielleiten/Stubenberg kastélyban, a Kreatív gazdaság vidéki térségekben: kézművesség, építőművészet, turizmus "Kreativitásra van szüksége a tartománynak!" rendezvénysorozat keretében 2014. november 27-28 között került megtartásra.

Kreatív gazdaság Kelet-Stájerország vidéki térségeiben

Ezen munkaterület céljai között szerepel egy olyan kreatív milió kialakítása, amely egyaránt magában foglalja a gazdasági szempontokra és a felhasználóra történő összpontosítást. A Richard Florida kultúr-szociológus által nevesített három „T” is jelentős szerepet játszik, ahogy ez már többször említésre került: a Tehetségek, a Tolerancia és a Technológia támogatása. Hogy milyen módon támogatják a projektkezdeményezések ezt a folyamatot? A 4 tematikus alcsoport a vidéki térségekben működő kreatív gazdaságok egy új definíciós javaslatát írja le, ahol a „kreatív KKV”, a „kézműipar”, és az „építészeti kultúra” területei képezik a kreatív gazdaság alapját, mialatt a „turizmus” és az „üresen álló épületek hasznosítása” ún. közvetítő, illetve alkalmazási területekként jelennek meg (spillover-effect = "túlcsoportulás").

A vidéki térségekre alapvetően jellemző a kreatív gazdasági vállalkozások városi központi térségekhez képest alacsonyabb sűrűsége. Kelet-Stájerország központi részén azonban egy olyan település található, ahol a kreatív gazdaság jelenléte több mint 10 %-os: Baierdorf bei Anger. A térség ezen felül rendelkezik néhány olyan településsel, ahol a piacorientált gazdaságban 7,5 %-ot meghaladó a kreatív gazdaság részesedése. Ezek az értékek azért is figyelemre méltóak, mert elérésükhöz nem vettek igénybe művészeti alkotásokat, képzéseket és üzleteket. Ezen kívül a térségi különlegességeket mint pl. kézművességet a felmérésben nem vették figyelembe.

A már megvalósított projektek keretében is lehetséges az alábbi a négy szektornak a kreatív gazdaság irányába történő terelésére, így ezek is alkalmasak a vidéki térségekben működő kreatív gazdaságok egy új definíciós javaslatának bemutatására.

Kreatív KKV-k, kézműipar: a kis- és közepes vállalkozások Kelet-Stájerország központi részén jelentős térségi gazdasági jelentőséggel bírnak. Növekvő jelentőséggel bír a térségi kézműipar is. Ezzel összefüggésben fontos téma a tervezők és a kézművesek közötti szoros együttműködés kérdése.

Kreatív turizmus: Célcsoportként turisztikai vállalkozások és szövetségek jöhetnek szóba, amelyek új kínálatokat alakítanak ki. Az új turisztikai definíciók aspektusai a következők: részvétel, személyes történetek (storytelling), aktivitás, képzési tapasztalatok, a térség mindennapjainak kultúrája. A hátsóterek felfedezése (backyards). Egy gyengédebb, fenntarthatóbb turizmus kialakítása a cél. A natúrparkok tudják biztosítani ehhez az irányelveket.

Építészeti kultúra: Ezzel az olyan, már meglévő lehetőségekre utalnak, mint a tervezési tanácsadó bizottságok kialakítása: szakmai tanácsok, amelyek a térségben tervezett építkezéseknél az építészeti kultúrának megfelelő modellek meghatározására, a tervezési döntések támogatására szolgálnak. Különösen középületek tervezésénél bír jelentőséggel ez az eljárási mód. Ehhez a területhez tartoznak a térségi településfejlesztési folyamatok is.

Üresen álló épületek hasznosítása: Kelet-Stájerország központi részén minden településen problémával bíró téma az üresen álló épületek jelensége. Elsősorban a kreatív és hosszabb működési periódusra tervezett megoldási modellek iránt van kereslet. Példaként került megemlítésre az Anger-i vagonállomás, ahol egy térségi szállásadó vállalkozás bevonásával sikerült az elhagyott vasútállomási térség újrahasznosítása.

Az innováció fesztivál számára a „CREATIVE” projekt keretében két definíciós terület került kiválasztásra: építészeti kultúra és kézművesség.

Előadás innováció fesztivál – üresen álló épületek Kelet-Stájerországban -1. rész:

Karl Amtmann - innovációk az építészeti kultúra kreatív gazdasági területén

Amtmann évek óta a Kelet-Stájerországi Járási Építési Hatóság vezetője, a történelmi épületek revitalizációjának (újra élesztése) és új módon történő hasznosításának ismert szakértője, továbbá a fenntartható építészeti kultúra iránti elkötelezettségéről is híres.

Karl Amtmann előadásának fő hangsúlyát egyrészt a központi helyek, másrészt a vidéki környezet képezi. Véleménye szerint az üresen álló épületek problémája mindenekelőtt a központi területeken jelentkezik, például többek között Hartbergben, Fürstenfelden, Weizben, Pöllau-ban. Ezen helyszíneken a vásárlóerő csökken, miközben ezzel egyidejűleg a fogyasztás a városok szélére, vagy a környező kistelepülésekre, tehát a városon kívülre helyeződik át. Éppen ebből eredeztetti Amtmann a fő problémát: a városközpontban lévő üresen álló épületek gyengítik a központ funkcióját. Tovább nehezítik a helyzetet a vidékre menekülők, a csökkenő születésszám és az elöregedés, amelyek tovább gyengítik az egyes helyszínek általános vonzerejét, illetve kulturális kínálatát. Ez mindenekelőtt vidéki térségekben tekinthető kiterjedt jelenségnek, melyhez a falvak funkcióvesztése is társulhat. Turisztikai leírásokban Kelet-Stájerország gyakran festői, meghitt tájként és a nyugalom oázisaként jelenik meg; a valóságban azonban az üresen álló épületek és az elvándorlás problémája is része Kelet-Stájerországnak. Még akkor is így van ez, ha a hivatalos bemutatkozásokban ezek nem jelennek meg. Azonban éppen a vidéki térség kínál óriási potenciált az üresen álló ingatlanok és üzlethelyiségek hasznosítására. Elsősorban a szállodaipar és a gasztronómia területén viszonylag egyszerű a revitalizáció megvalósítása. Ez a helység megjelenését is értékesebbé teszi, így más tekintetekben is pozitív változásokat idéz elő. Ezzel egyidejűleg Amtmann azt is leszögezte, hogy az üresen álló épületek huzamos használata nem minden esetben lehetséges. Mindazonáltal még egy ideiglenes - akár az eredeti céltól eltérő - használatnak is van jelentősége és hozzájárul az egyes helyszínek értéknöveléséhez. Karl Amtmann szót emelt emellett, hogy a nem használt, üresen álló épületek, a környező területet befolyásolják, esztétikai értékét csökkentik. Ez egy olyan turisztikai cél régió esetében, mint amilyennek Kelet-Stájerország mutatja magát, kontra produktív lehet. Mindenesetre megállapította, hogy a megoldás megtalálása nehéznek bizonyul - általános, minden helyzetben alkalmazható megoldás nem létezik. A potenciális revitalizációs (újra élhetővé tétele) kísérletek sikerét megnehezíti a számtalan, különböző szinten megoldandó feladat. Mindazonáltal néhány város már megkísérelte, hogy a kereskedelem újonnan belépő szereplőit a perifériákról a városközpontba hozza, hogy azt újra vonzóbbá tegyék. Ez egy olyan kezdeményezés, melyet érdemes továbbfejleszteni. Hasonlóképp szállt síkra Amtmann az egyén fogyasztási szokásainak megváltoztatásáért: el a nagy bevásárlóközpontoktól, előre a vidéki térségekben, illetve a városközpontokban működő kiskereskedelmi egységek irányába. Egy régió fejlődésében az olyan faktorok jelentősége, mint a turizmus, munkahelyek, jövőt biztosító korstruktúra, valamint az ott lakók életminősége a legalapvetőbb. Az egyén fogyasztási szokásai, illetve a helyi politika ellenirányú fellépése mellett Amtmann a térségi tervezésben látja az egyes helyszínek megerősítésének megoldási lehetőségét.

AKTIV – innováció fesztivál - üresen álló épületek Kelet-Stájerországban -1. rész:

Az „Üresen álló épületek Kelet-Stájerországban” innováció fesztivál első napján Karl Amtmann úr előadása alapján a ”Kelet-Stájerországi üresen álló épületekben rejlő potenciál” ötletbörzén három, jelenleg üresen álló épület tekintetében került sor hasznosításuk mikéntjének első leírására. Az innováció fesztivál második napja a résztvevők számára a fenti objektumokhoz szervezett kirándulással kezdődött. Az ötletbörze ezt követő, második részben ismét felidéztek az előadásban bemutatott ötleteket, azokat részletesen megbeszélték és további információkkal egészítették ki.

Számos ötletet vitattak meg az egyelőre ideiglenesre tervezett újrahasznosítással kapcsolatban, mivel ezek időbeni, pénzügyi és személyes okok miatt sokkal egyszerűbben és rugalmasabban megvalósíthatóak, mint egy huzamos idejű hasznosítás. A három épület mindegyike rendelkezik olyan különleges térbeli és tematikus adottságokkal, amelyeket a hasznosítás során figyelembe lehet, illetve kell venni.



1 – Pöllau-i malomház (Märzgasse 117, 8225 Pöllau)

A Pöllau-i malomházat a XVII. században építették és eredetileg valamikor a Pöllau-i kolostorhoz tartozott. A nagyrészt restaurált épületet jelenleg irodaként és lakóépületként használják. A további, jelenleg üresen álló, felújított területet újra használatba kell venni a település felélénkítése érdekében.

Mivel a malomház, amely a Pöllauer patak partján helyezkedik el, valamikor vízimalomként üzemelt, kiválóan alkalmas „vízi” tematikájú alkotások létrehozására. Az irodalommal összefüggésben adja magát a lehetőség, hogy a város-, torony-, vagy tavi írók mintájára minden évben hívjanak meg egy városi író, aki a „víz” témájával foglalkozik.

Az egyes helyiségek eltérő jellemzőikből adódóan különböző berendezésekre és felhasználási lehetőségekre adnak lehetőséget. Így például az alsó tér (fűrészüzem) meditációs szobaként használható, mivel nem messze, csak egy faajtóval elválasztva zubog a patak. A padlás egy kupolából és a tető ácsolatból áll és a Pöllau-i templom kis Péter-dómjának megépítéséhez szolgált próbaképpen. Itt adja magát a régi és az új összekapcsolásának lehetősége, például, mint kortárs művészek installációinak és szobrainak, stb. kiállítóhelye. A városi író részére is van itt egy különleges helyiség, a hátsó kishozza.

További felhasználási lehetőségként egy „Idő-étterem” lehetőségét is megvitatták, ami Bécsben „Pop-Up-Restaurant“-ként ismert. Azonban rendezvények céljaira is alkalmas, mint például táncterem, vagy zenei és színházi darabok előadására szolgáló színházi teremként. A történelmi épület sok tulajdonos kezén ment át az elmúlt századokban, többek között molnárok, takácsok, fűrészmalmosok, festők. A „kézműves” mottó alatt olyan időleges hasznosítások is szóba jöhetnek, mint zsbivásár a gasztronómiai partnerrel és fiatal zenészekkel, vagy „csináld magad workshop” a helyi asztalosok és más kézművesek együttműködésével, vagy akár egy Stájer „Summer Art” is szóba jöhet.

A célcsoport tekintetében meggondolandó gyermekeknek és fiataloknak szóló célzott aktivitások kialakítása, adott esetben régiókon túlnyúló együttműködésben a Steyr-i Gyermekegyetemmel (Kinderuni). Amennyiben az a cél, hogy a ház teljes egészében megnyíljon, akkor a célcsoportot is tágabbra kell pozícionálni. Mivel Pöllauban még további üres épületek is vannak, elképzelhető, hogy a különböző tematikai egységeket a működtetők együttműködés keretében hasznosítják.



2 – A Pöllau-i Heschl Étterem/Panzió (Pöllau 2, Hr. Heschl Peter)

A már hosszú évek óta üresen álló étterem és panzió Pöllau központjában helyezkedik el. Egészen a földszintig, amely kereskedelmi használatra kínálja magát, a többi helyiségnek is huzamos hasznosítási lehetőséget kell találni.

Először azonban azt a kérdést kell feltenni, milyen terület lenne alkalmas a hasznosításra és melyek nem? Mire van szüksége a településnek?

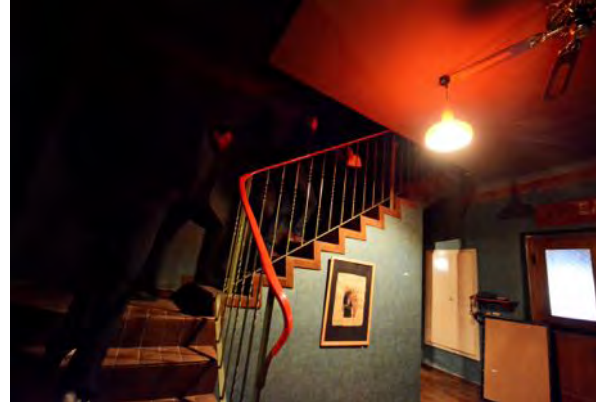
Mivel az épület a település központjában helyezkedik el, kiváló kiindulási pontot kínálna a napi turistáknak, akik beszerezhetnék itt a terület legfontosabb információt és ahol helyi termékeket vásárolhatnának, mint a „Szarvaskörteház” (Hirschbirnhaus). Hasonlóan a Puch-i „Almaházhoz” (Haus des Apfels).

Érdekes lenne az is, ha az épületet több különböző, egymással harmonizáló funkcióval látnák el, amelyek kölcsönös hasznot képeznének! Éppen egy gondozóházzá, vagy öregek otthonává alakítva lehetne a turisztikai kiindulópont egyidejűleg egy értelmes munka- és alkalmazási terület az ott élő személyek (idősek) számára.

Jó példa található az ilyen jellegű hasznosításra Augsburgban, ahol az ottani egyházmegye egy valamikori öregek otthonából kialakította a „Cosmopolis”-t! Ez egyesíti magában a szállodát, menekültszállót és a kulturális központot – a menedékjogért folyamodók és a művészek egy fedél alatt élnek és dolgoznak.

Az idősebb generáció egyre nagyobb kereslete a saját tulajdonú lakásuk iránt, és az a tény, hogy a háztulajdonos egyben ingatlanközvetítő is, lehetőséget adott egy további hasznosítási koncepció kidolgozására is, amellyel az épület nagyságát is figyelembe lehet venni. Egy társaság vagy társulás útján a „szarvas körtére” épülő térségi téma jól értékesíthető és működtethető. Elképzelhető ennek során az „Osztrák Régiók Ízei”-vel történő együttműködés is. Arra azonban ügyelni kell, mi az, amit a település, de akár az épület nem tud elviselni. Így például a kereskedelmi hasznosításkor figyelembe kell venni a földszinten már működő szolgáltatókat és iparosokat. Meggondolandó lehet egy Shop innovatív koncepciókkal, egy előzetes, Pop-Up-Store tesztfázissal, a település szükségleteinek felderítése, az elfogadottságot és a helyi lakosság esetleges részvételét illetően.





3 - Egykori Feichtinger Étterem/Panzió Angerban

Az épület korábban étteremnek/panzióknak adott otthont, emellett minden évben a KOMM.ST fesztivál szerves része volt. A restaurált térrész egész nyáron különféle rendezvények helyszínéül szolgálhat, a ház többi része viszont sürgős felújításra szorul.

Az előbbi példával ellentétben itt ugyan átmenetileg, de már folyamatos használat alatt álló épületről van szó, ami célirányos felújítási tevékenységekkel akár tartós használatra is átalakítható.

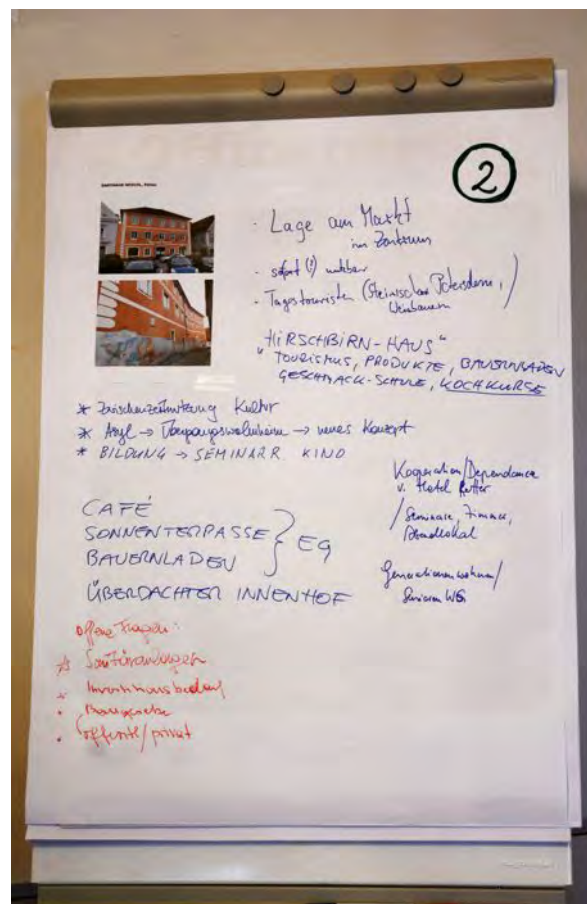
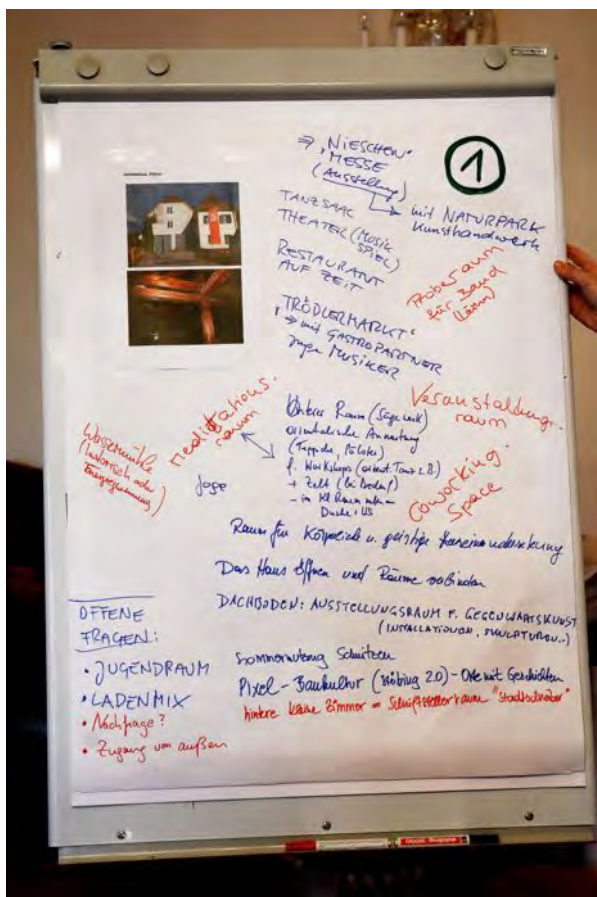
Meggondolandó egy permanens KOMM.ST központ berendezése. Egy szanálás workshop keretén belül, a régió kézműves vállalkozásaival, későbbi használókkal, érdeklődőkkel és készséges segítőkkel egyetemben az épületet újra alkalmassá lehetne tenni téli használatra, ezen felül megelőzve, hogy romos állapotba kerüljön.

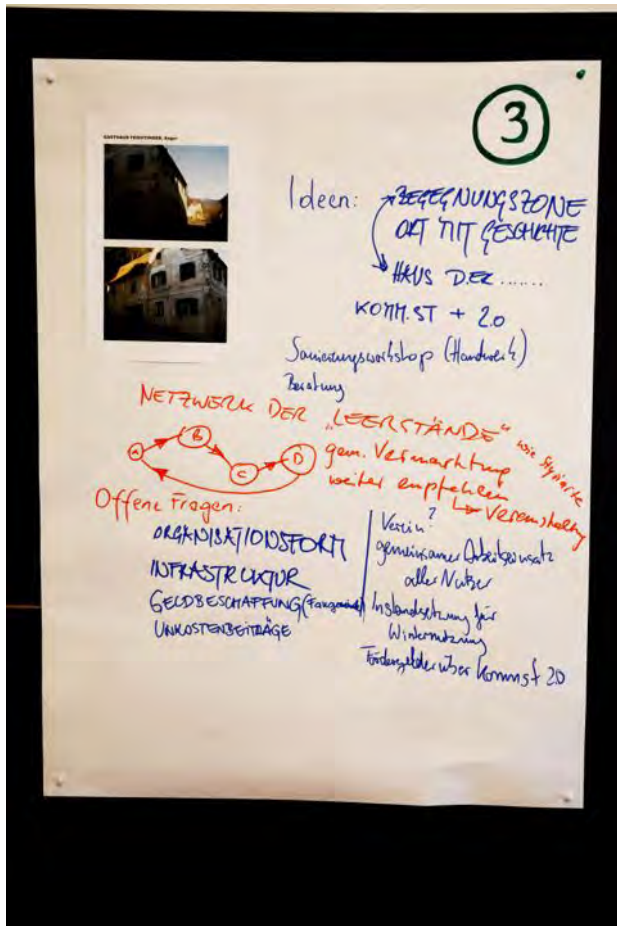


Összegezve megállapítható, hogy a régióban fellelhető üres épületek hálózatba történő összekötése indokolt közös értékesítés céljából, mint ahogy a Brémában Zwischennutzungszentrale-k révén (Ideiglenes Használatú Központok) már megtették.

Az épületek esetén először mindenképpen egy rövid idejű, átmeneti használattal kell kezdeni, mint egy „kísérleti léggömb”, hogy ezzel ismét csak az épületnek magának, illetve annak „használatra való készségének” a szintjét erősítsék.

Az időszakos használatnál fontos figyelmet szentelni a hozzáférhetőségre az akadálymentesítés és biztonsági szempontjából, valamint a szaniter berendezésekre.





Előadás –Innováció fesztivál– design kooperációk a kézművességben– 1. rész:

Rudolf Greger

Greger szolgáltatói- és ipari design-er. Definíciója szerint a design az a folyamat, amely során a létező situációt a kívántra alakítjuk át. A design leegyszerűsítheti a mindennapi életet.

Bevezető a design-erek és kézművesek közötti sikeres együttműködéshez az innováció támogatásának eljárásaként

A kézművességnek elsősorban két szereplőre van szüksége, kézművesekre és vásárlókra. A vevőkörnek szüksége van egy termékre, melyet megbízásba ad, majd a kézműves üzem előállítja a kívánt terméket. Ez a kör Greger szerint hosszú ideig zavartalanul működött, melyet azonban a robbanásszerű népességnövekedés megtört: a kézművességet fokozatosan leváltotta az ipar. Az ipari termelés, például a bútorké, lényegesen kevesebb időt és költséget emészt fel. A körforgás azonban, mely korábban a vevőkör és a kézműves között állt fenn, és melynek lényeges részét képezte a visszajelzés vevő és kézműves között, tovább élt. Az ipari termelésnél teljesen megszűnt a vásárló és az ipari gépet üzemeltető emberek közti visszajelzés. Ennek az eredménye egy teljesen új foglalkozáskör: az ipari design. Az ipari design-erek olyan termékeket terveznek, melyeket ipari úton állítanak elő, mint például kávégépeket, borotválkozó felszereléseket stb. Rudolf Greger hangsúlyozza, hogy termék alatt nem csak egy tárgyat kell érteni, hanem egy folyamatot is. Ebből kiindulva tárja elének azt az eszmefuttatást, hogy nem lehetne-e a termékdesign-ra is teljesen másképp tekinteni, mégpedig szolgáltatóként. Ennek szemléltetésére vezeti be a

„jéghegy konstrukció”: A design-t látva, az ember mindig csak egy kis részét látja annak, amit a design tesz/okoz. Nagy része elkerüli az ember figyelmét, vagy egyenesen figyelmen kívül hagyják, nem "design-olják" meg: az eladási folyamat kezelése, az eladás élménye, az üzleti modell. A "megdesign-ol" itt azt jelenti, hogy valamit a vásárló előnyére tudatosan megalkotnak ami ezzel egy időben kereskedői szemmel nézve is értelemszerű/logikus. Egy termék sikeressége Greger szerint csak akkor garantált, ha a jéghegy konstrukció egésze figyelmet kap, nem csak a látványelem, azaz a jéghegy csúcsa. A design potenciálja a következőképpen írható le: jól működő termékek, melyek megjelenésükkel is felkeltik a figyelmet (mely közvetíti a termék minőségét is), olyan folyamatokba beágyazva, melyek a vásárló szemszögéből vannak kialakítva, technikai és gazdasági keretfeltételek figyelembevétel. Más szavakkal: tárgyak, melyek tetszetőek, hasznosak, magas minőséget sugallnak, melyek vásárlása, használata, hulladékosítása vagy akár a reklamációmenete a felhasználók arcára mosolyt csaljon, ahogy eredetileg a értékesítői erényesség mondja. Ezen szempontok alapján Greger a design keresztmetszeti funkciójában való használata mellett szólalt fel, hogy design-erekkel közelítsék meg a jéghegy konstrukció egészét. Egy jó design-er a mindennapi felhasználási módokra irányuló vizsgálódó kérdéseiben "egy kultivált naivitást" mutat, azért, hogy a fogyasztói pillantást/tekintetet jobban megállapíthassa.

AKTIV –Innováció fesztivál - design kooperációk a kézművességben– 2. rész:

A „design kooperációk a kézművességben“ innováció fesztivál második napján Rudolf Greger megközelítésmódját egy (a stanfordi Institute of Design d.school által kifejlesztett) Design Thinking „tanuló design műhely“-ben rendezett gyorstalpaló keretén belül kézműves tanoncokkal helyezték át a gyakorlatba. A folyamat a nyersanyag igény meghatározásával kezdődik, az ötlet kifejlesztésével folytatódik, majd az első prototípusokkal zárul.

A teljes folyamatot eljátszották az „ajándékozás“-élmény újra feltalálásának feladata alapján. Hogy történik az „ajándékkészítés“? Itt nemcsak egy ajándék kifejlesztése volt a lényeg, hanem az élmény, amelyen javítani kellett, vagy teljesen újjáalkotni.

A feladatra pontos időbeni és tartalmi előírások állnak rendelkezésre. Azzal kezdve, hogy a résztvevők kétszemélyes csapatokat alkotnak, majd meghatározzák az A (designer) és B (vásárló) személy kilétét. Mindenki kap egy munkavégzési utasításokat tartalmazó adatlapot, erre kell a kikérdezések tartalmát is rögzíteni. Végezetül megtörténik a szerepcseré, így mindenki egyszer designer, egyszer vásárló. A teljes folyamatra 70 perc áll rendelkezésre.

Lebonyolítás

1) Milyen érzés tölt el, mikor ajándékot csinálsz? Példa: Mikor ajándékoztál utoljára? Milyen érzés volt? Kellemes volt, vagy stresszes? Mit változtattál volna rajta? Hogyan reagált az ajándékozott? A válasz nyílt kérdések formájában történik.

Ezek hivatkozások arra, hogyan lehet az élményt jobbá tenni.

2) Az 1. pont után a kérdező benyomásokat nyert és felvetéseket fogalmazott meg magában, melyekről most ki kell deríteni, hogy helytállóak, vagy helyesek-e. Meg kell bizonyosodni róla, hogy jól értették-e a partnert.

3) Az információkat kiválogatják, és igények valamint betekintés alapján tömörítik. Ezt a fázist mindenki egyedül csinálja.

4) Az igényekből meghatározásra kerül egy vásárlói probléma, melynek a megoldásán kell dolgozni.

5) A problémából feladat fogalmazódik, aztán amelyből olyan sok ötlet alkotnak, amennyi csak lehetséges, de nem megoldásokat.

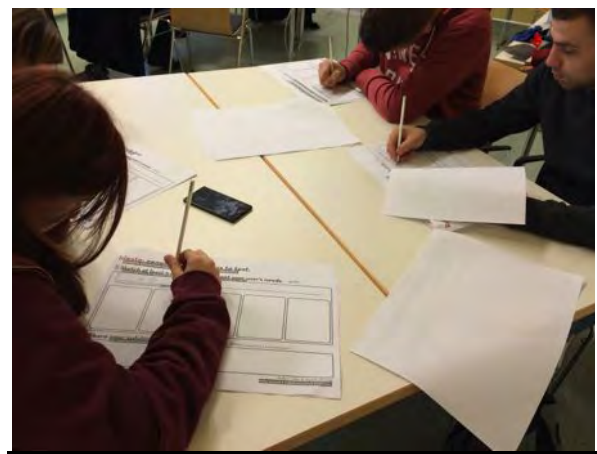
6) Most szembesíteni kell a vásárlót az első ötlettel. Az ötlet rövid bemutatása után figyelni kell, hogy tetszik-e a vásárlónak. A benyomásokat és visszajelzéseket jegyzetelik.

7) A megjegyzések és visszajelzések alapján, ebben a lépésben a megoldás a következő kérdéssel kerül kidolgozásra: Mit kínálnék szolgáltatás vagy eszköz formájában a vásárlónak. Ez az előző ötletek továbbfejlesztett változata, de akár egy teljesen új ötlet is lehet. Itt talán az első interjú során született megjegyzések más értelmezést nyernek, de már biztosra tudható, hogy mit szeretne a vásárló.

8) A megoldás látható, kézzel fogható formát ölt. Itt a lényeg nem abban áll, hogy tökéletes legyen a végeredmény, hanem, hogy a vásárló megértse a megoldást.

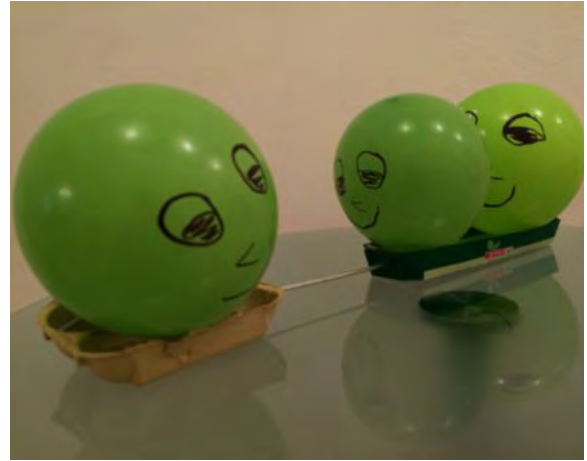
9) Végül a vásárló szembesül a kínálattal. Ehhez az ötlet és a megoldás még egyszer bemutatásra kerül.

A 9. lépés után a designer a soron következő fázisok során egyre közelebb kerül a vásárló megoldásához. A design műhely lehetőséget nyújtott a tanoncoknak a design-olás folyamatának átélésére „az ötlettől a prototípusig”. A megvalósítás során látszott, hogy a tanoncok számára a feladat túl nehéznek bizonyult. Sok tanonc ajándékot fejlesztett az „ajándékozás” megoldása helyett. Mindenki számára meglepő volt, hogy a kezdeti igényfelmérés a különböző interjúk és első ötlet elmélyítésének hatására végül egy jelentősen alkalmasabb megoldást nyújtott a vásárlónak. A fejlesztés folyamatát ezt megelőzően nem ismerték a tanoncok, a design műhelyen való részvétellel egyúttal először kaptak egy olyan eszközt, melyet a jövőben feladatok megközelítésére használhatnak.





„Geschenke einpacken“-KIT



„Urlaub für die ganze Familie“



„Beheizbare Mütze“



„Geschenk für Mama“



„Das perfekte königliche EL-Classico“



„Freude machen“-Geschenk



„Klickkamera“



„Kompakte Werkzeugkiste für zu Hause“