University of Applied Sciences and Arts Northwestern Switzerland
Academy of Art and Design

This is it.

Die Positionierung des Instituts HyperWerk
Umfrage Alumni 2015 und Schlussfolgerungen

Basel, Januar 2016

Einleitung

Dank 17 Jahren einer beweglichen Existenz als ein sich immer wieder neu definierender Studiengang hat sich das Institut HypewrWerk zur heutigen Gestalt entwickelt, die sich erfolgreich an den vielfältigen Fragen der Z**ukunftsgestaltung im Spannungsfeld von Technologie, Gesellschaft und Gestaltung** ausrichtet.

Der ständige Zwang zur Anpassung an den Markt hat bereits im Jahr 2002 dazu geführt, dass der erfolgreich vertretene Schwerpunkt einer Gestaltung von den, durch neue Kulturtechniken ("neue Medien") bedingten gesellschaftlichen Veränderungen, gegen das damals neue **Gestaltungsfeld des postindustriellen Wandels** ausgetauscht wurde. Mit diesem Kurswechsel hin zu einem integralen Gestaltungsansatz im Umgang mit Technikfolgen hat sich HyperWerk eine starke Position gebaut. Die postindustriellen Transformationen zeigen immer deutlichere Auswirkungen, und so kann das Institut HyperWerk als Lernlabor seine jahrelangen Erfahrungen einbringen, eigene Handlungsvorschläge entwickeln und diese in Projekten konkret umsetzen.

HyperWerk will sich weiterentwickeln zu einem exemplarischen Ort einer offenen Hochschularbeit im Feld des **postindustriellen Designs**. Die eigene Kompetenz in der Prozessgestaltung unter postindustriellen Verhältnissen kommt deutlich zum Tragen, und es wächst ein Modell für den langfristigen Betrieb eines erfolgreichen Lernlabors, dass unter wirtschaftlich härter werdenden Bedingungen flexibel auf die sich rasch wandelnden Herausforderungen an eine Hochschule reagieren vermag.

Hintergrund

In den vergangenen Jahren wurden eine ganze Reihe von Instituten des Sustainable und des Transformationsdesigns[1] gegründet. Adäquate Antworten auf die ökologischen, ökonomischen und sozialen Herausforderungen sind zu finden. Die Anforderungen an die Gestaltung im postindustriellen Zeitalter sind radikal und reichen weit über die Fragestellungen der Nachhaltigkeit hinaus. Zusätzlich wächst die Erkenntnis, dass die spezifischen Vorgehensweisen des Designs, ihre Methoden, von grossem Wert für die Lösung inter- und transdisziplinär anzugehender Probleme in ganz unterschiedlichen gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Bereichen sind.
Das Institut HyperWerk ist wohl eines der ältesten Designinstitute in diesem Themenfeld. Der Schwerpunkt wird auf die Entwicklung von Haltungen, Kompetenzen und Fähigkeiten im Bereich der Gestaltung von Prozessen der Transformationsarbeit[2] gelegt. Die Exzellenz in diesem Bereich bildet die Grundlage der späteren Arbeit und fachlichen Vertiefungen der Studienabgänger. Der Studiengang stellt dabei weder ein bestimmtes konkretes Arbeitsfeld noch ausdefinierte Nachhaltigkeitsziele ins Zentrum sondern richtet sich situativ an den aktuellen gesellschaftlichen Fragestellungen aus.

Im Zentrum des Institutes steht die konkret Projektarbeit und dessen laufende Integration ins Curriculum. Der Studiengang befähigt die Abgänger, berufliche Positionen zur Gestaltung gesellschaftlicher Transformationsprozesse einzunehmen. Der Begriff postindustriell bezieht sich auf die laufenden Veränderungen in der Produktion von Gütern, Dienstleistungen und Wissen sowie in der sozialen Organisation von Arbeit, Bildung und Freizeit. Die Umwälzungen bedingen neue Ansätze in der Bildung, um die eigenen Methoden und Werkzeuge zu entwickeln und in der Anwendung zu begreifen. Postindustrielles Design erarbeitet angepasste Vokabularien der gestalterischen Eingriffsmöglichkeiten. Darin und nicht in der Etablierung und Perfektionierung dieser neuen Eingriffsmöglichkeiten liegt die Kernkompetenz des Institutes.

Eine Umfrage bei allen Alumni im Sommer 2015 hatte das Ziel zu überprüfen, ob das Institut diesen Auftrag in den ersten 16 Jahres seines Bestehens erfolgreich ausübt und welche Verbesserungsmöglichkeiten sich erkennen lassen. Die Alumnitagung **Not – Established* wird vom **28. – 30. April 2016** den Dialog mit Alumni und internationalen FachreferentInen vertiefen und hat konkrete Thesen zum Ziel.

1 Siehe dazu: C. Burns, H. Cottam, C. Vanston, J. Winhall, Red Paper 02 – Transformation Design, Design Council, 2006
D. Sangiorgi, Transformative Services and Transformation Design, IJDesign, Vol 5, No. 2, 2011
2 „Nur wenige Projekte weisen eine fächerübergreifende Zusammenarbeit auf, die tatsächlich in Richtung Transdisziplinarität weist und es wird auch schnell deutlich, dass die meisten Projekte auf einer Leitdisziplin (Leitdimension) basieren, die fächerübergreifende Zusammenarbeit zwar möglich macht, die Teildisziplinen jedoch für die Fragestellung instrumentalisiert, d.h. die Teildisziplinen arbeiten der Leitdisziplin zu und geben dafür ihre eigenen Orientierungen auf.... " B.Blättel et al, Nachhaltigkeit und Transdisziplinarität, 2003, S.21

«Bei rund **80%** der Alumni gelang der **Berufseinstieg** in **kurzer Zeit** oder mit kleinen Umwegen.»

Foto: Diana Pfammatter, OpenHouse 2016, Hottub der Qunidici, Jahresthema „Wir, wir selbst sind die Methode.“

Umfrage Alumni / Juli 2015

Die wichtigsten Resultate im Überblick

- Die Ehemaligen bilden die **drei Dimensionen des Institutes, Gestaltung/Kunst, Technologie und Gesellschaft/Wirtschaft** in ihren Arbeitsgebieten zu je einem Drittel gut ab.

- Bei rund **80% der Alumni** gelang der **Berufseinstieg in kurzer Zeit** oder mit kleinen Umwegen.

- Der Erfolg der Ehemaligen lässt sich an vier Indikatoren besonders gut erkennen:

  - Der **Durchschnittsverdienst liegt bei rund 120%** gewichtet gegenüber einem entsprechenden Branchenmix und dem Erfahrungsgrad der AbgängerInnen (Anzahl Jahre nach Studienabgang). Er liegt bei CHF 86'529.- Netto im Durchschnitt (102'103.- bei den Abgängern mit mehr als 10 Jahren Erfahrung, 85'044.- bei 5 – 10 Jahre Erfahrung und 72'441 bei weniger als 5 Jahren Erfahrung). Alle Zahlen sind berechnet auf Vollzeitstellen.
  - **51% leiten dabei Teams** mit einer Durchschnittsgrösse von 10 Personen.
  - Die Studierenden haben **zusätzliche Arbeitsplätze** geschaffen. Im Schnitt wurden **1.4 Stellen** pro Studienabgänger durch die Studienabgänger verantwortet/mitverantwortet. Dies ist einerseits auf die hohe Anzahl von selbstständig Erwerbenden und andererseits auf die Gründungen von KMU's mit bis zu 50 Angestellten (4 Unternehmen mit mehr als 10 Angestellten) zurückzuführen.
  - Eine im Verhältnis erstaunliche Anzahl ist in leitenden Positionen in Grossunternehmen oder internationalen Kommunikationsagenturen tätig.

- Besonders erfolgreich sind Studierenden, deren BA-Thesis in einem starken Zusammenhang zur heutigen beruflichen Tätigkeit steht. **Das Studium diente bei 77% zu Eröffnung eines neuen oder erweiterten Berufsfeldes**, nur bei 12% der reinen Berufsbefähigung.

- **Die Anpassungen des Institutes an die aktuellen technologisch-gesellschaftlichen Fragestellungen zeichnen sich in den ausgefüllten Berufsfeldern der Ehemaligen ab.** Die ersten Jahrgänge sind sehr stark im Bereich der „neuen Medien" (hier auffallend viele im IT-Bereich), die mittleren Jahrgänge stärker in der Kommunikation und den durch die sozialen Medien bedingten Arbeitsfeldern und die jüngeren Jahrgänge verstärkt auch im digitalen Handwerk. Durchgängig sind Alumni in neuen Bereichen der Kommunikation, Photographie und AV-Medien tätig (soziale Medien, Internetvideo, neue Arbeitsfelder in der Photographie).

- Durch die Alumni wurden als **wichtigste Ausbildungsaspekte**
  - die Eröffnung neuer Arbeitsfelder,
  - das Erlernen prozessualer Fähigkeiten und
  - die Vernetzung mit Personen und Partnern erwähnt.

Fragestellung

Seit 1999 bietet das Institut HyperWerk der HGK / FHNW einen BA in postindustriellem Design an. In vierzehn Jahreskursen schlossen 285 Personen das Studium ab. Im Juli 2015 führten wir eine Umfrage bei den ersten dreizehn Jahrgängen der Alumni durch. Die Umfrage diente der Erfolgskontrolle, der strategischen Planung und der verbesserten Vernetzung des Institutes mit seinen Alumni.

Vorgehen

Die Studie bestand aus zwei digitale Umfragen und einer begleitenden Internetrecherche. Von den 258 lebenden Alumni konnten 248 (96%) per Mail zur Teilnahme eingeladen werden. Die Rücklaufquote der anonymisierten Hauptumfrage betrug 64% (164 Personen), bei der personifizierten Detailbefragung betrug sie 44% (113 Personen). Mit der Internetrecherche wurden 207 oder 80% aller Studierenden erfasst. Diese Recherche wurde hauptsächlich als Kontrollgruppe zur Überprüfung der Repräsentativität der Untersuchung verwendet. Qualitativ ist die Repräsentativität gegeben, quantitativ gibt es eine leichte Untervertretung der frühen Jahrgänge und der jüngeren Abgänger, die in den Berufsfeldern des postindustriellen Designs noch nicht Fuss fassen konnten.

Auswertung

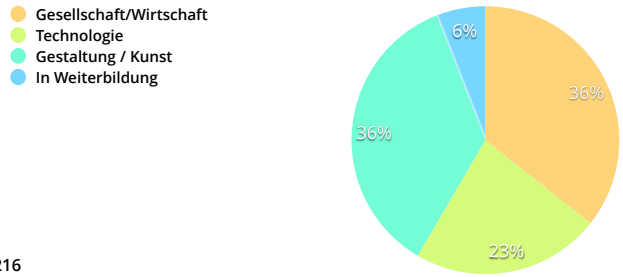
1

Ausbildung, Weiterbildung und aktuelles Arbeitsfeld

Heutiges Arbeitsfeld

Die Ausbildungen und die heutigen Berufsfelder wurden den drei HyperWerk-Dimensionen Gestaltung, Technologie und Gesellschaft/Wirtschaft zugeordnet. Die Dimension Gesellschaft/Wirtschaft umfassen Dienstleistungen inkl. Management/Kulturmanagement/Kommunikation, soziale Berufe, Berufe im Bildungswesen, Tourismus und Gastronomie. Digitale Handwerksberufe wurden der Technologie und analoges Handwerk/Kunsthandwerk der Gestaltung zugeordnet.

Heutiger Beruf / Auswertung Recherche D



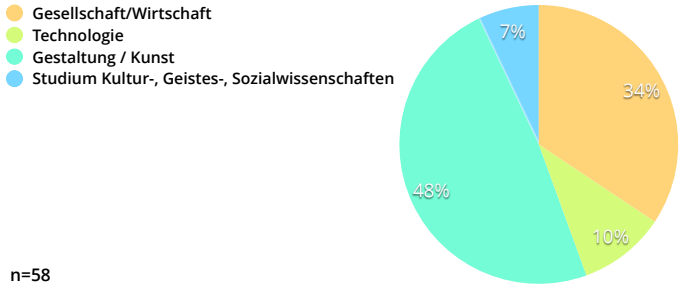
n=216

Es gibt wenige Wirtschaftsbereiche, in denen Ehemalige nicht in gestaltenden Funktionen arbeiten. Die drei Dimensionen des Studiums bilden sich gut ab.

- Die ersten Jahrgänge (1-4) sind stärker im Technologiebereich vertreten, speziell auch sehr erfolgreich im klassischen IT-Bereich.
- Die jüngsten Jahrgänge (9-13) sind stärker im Bereich der Gestaltung, auffallend häufig auf dem Gebiet der AV-Medien und Fotografie tätig. Dies kann als ein Zeichen des Wandels zu neuen Berufsfeldern in diesen Gebieten gedeutet werden. Die Ausbildung am HyperWerk hat früh die Entwicklung im Fernsehbereich hin zu VJ's und Internet-Distribution sowie zu radikal vereinfachten Produktionstechnologien aufgenommen.
- Über alle Jahrgänge hinweg besteht die Tendenz, klassische Berufsbilder neu auszugestalten. So gibt es beispielsweise eine zahlenmässig kleine (n=6) aber gut etablierte Gruppe von Lichtdesignern. Das noch junge Arbeitsfeld des digitalen Handwerks (inkl. FAB-Labs, Maker-Shops) umfasst bereits rund 12 Personen (6%).

Ausbildungen nach Abschluss HyperWerk

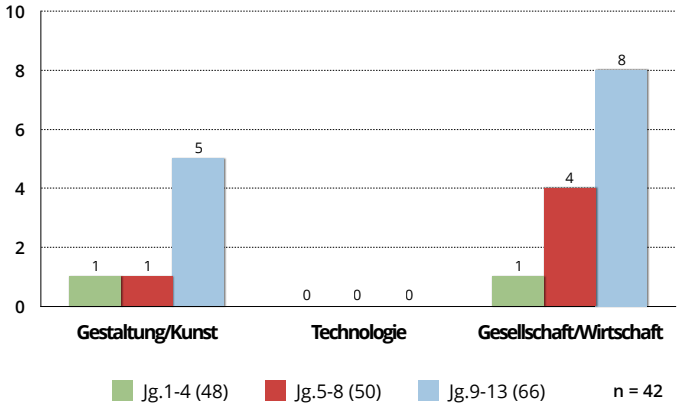
27% (58 Personen) haben mindestens eine formale Weiterbildung nach dem BA-Studium am HyperWerk abgeschlossen (mehrheitlich FH MA, teilweise CAS, MSc oder universitärer MA). 48% davon im Bereich Gestaltung und Kunst, 10% im Bereich Technologie, 34% im Bereich Gesellschaft/Wirtschaft und 7% in Kultur- und Geisteswissenschaften. 29% der Abschlüsse sind im Bereich des Managements (MBA/Kulturmanagement) zu verzeichnen.



Richtung geplanter beruflicher Veränderungen

42 Personen (26%) planen aktuell einen beruflichen Wechsel, der grösste Anteil liegt bei den Jahreskursen 9-13. Zieht man die frischen Studienabgänger ab, verbleiben noch 7 Personen. Dies erlaubt die Aussage, dass die Jahrgänge 1 - 8 (Abschluss 2002-2010) beruflich weitgehend angekommen sind. Niemand möchte in Richtung Technologie wechseln, hier liegt offensichtlich eine Sättigung vor. Die Tendenz in Richtung Gesellschaft/ Wirtschaft umfasst stark das Bildungswesen (7 Nennungen), Soziale Arbeit/Entwicklungszusammenarbeit (3) und Event-/Kulturmanagement (3).

Richtung allfälliger Berufswechsel



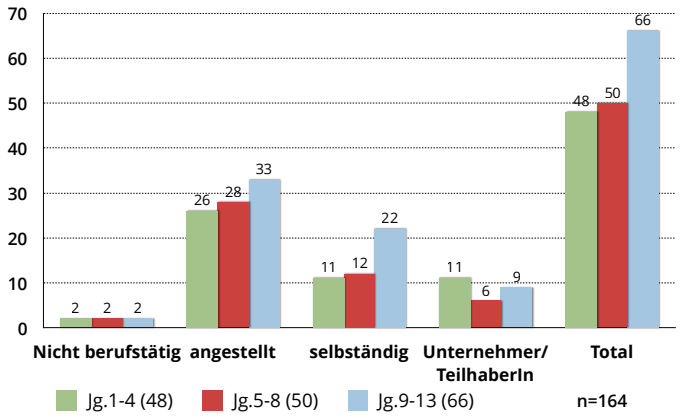
Art der Berufsausübung

Nebst den Arbeitsfeldern sind drei grössere Gruppen unterschiedlicher Arten der Berufsausübung erkennbar:

- Eine Gruppe von Ehemaligen ist als Entrepreneurs tätig. Sie haben Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitenden gegründet, mit aufgebaut und/oder leiten solche Unternehmen. Diese Firmen bieten innovative Produkte und Dienstleistungen an.
- Eine zweite Gruppe arbeitet in Grossunternehmen oder bei der öffentlichen Hand innerhalb von Innovationslabs, Think-tanks, Forschungsabteilungen oder in Linienpositionen.
- Eine dritte Gruppe ist selbstständig tätig in Kultur, Kunst, Design oder Innovationsberatung. Sie sind teilweise hochspezialisiert (z.B. Applikationsentwickler, visuelle Kommunikation, Stylistin, Fotografen) oder in kleineren Firmen im Kultur- und Eventmanagement sowie in Handwerkskollektiven tätig.

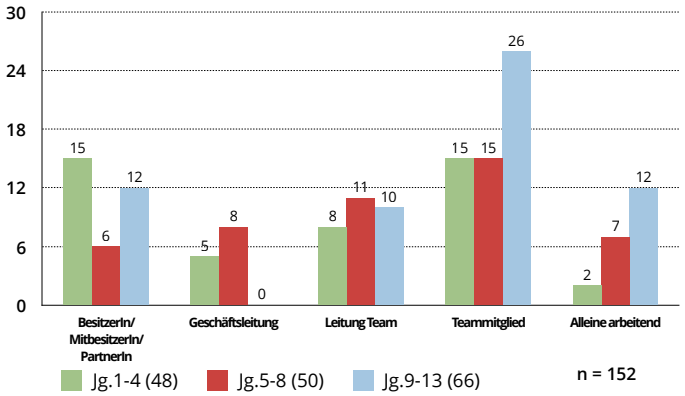
Arbeitsverhältnis im Hauptberuf

71 oder rund 43% aller Alumni sind als Unternehmer oder selbständig tätig.



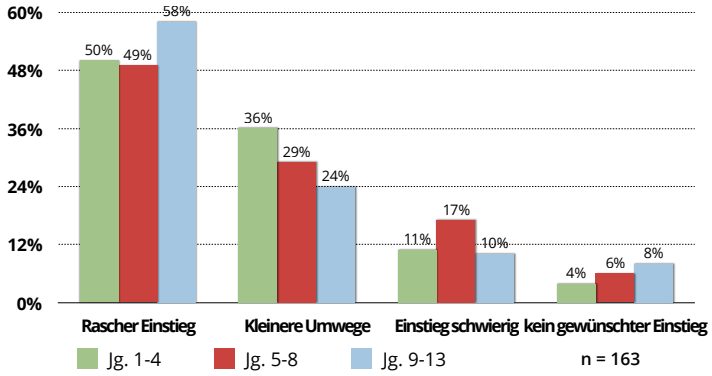
Position / Verantwortung Hauptberuf

Hier fällt die hohe Zahl von 49% der Alumni (75 von 152 erfassten Personen) in Leitungsposition auf, als Gründer eigener Firmen, oder in Geschäftsleitungs- und Teamleitungsfunktion in Unternehmen.



Geschwindigkeit des Berufseinstieges

Bei rund 80% der Alumni verlief der Berufseinstieg innert kurzer Zeit oder mit kleineren Umwegen, bei 13% war der Einstieg schwierig und nur 2% fanden keinen Einstieg. Auch wenn davon auszugehen ist, dass die Gruppe mit einem schwierigen Berufseinstieg sich weniger an der Umfrage beteiligt hat, sind diese Zahlen sehr erfreulich. Sehr viele Alumni sprechen von einem fliessenden Übergang zwischen Studium und Berufswelt. Bemängelt werden Inkompatibilitäten der erlernten Arbeitsmethoden mit den Regeln eines Teiles der Arbeitswelt („klassische Unternehmen"). Überall wo die Ausführung von durchdefinierten Vorgaben und nicht die Veränderungen und Innovationen im Mittelpunkt stehen haben Alumni eher Schwierigkeiten Fuss zu fassen. Auch die mangelnde Bekanntheit des Berufsbildes erweist sich als teilweise hohe Hürde bei der Stellensuche.



Auffallend sind

- die Steigerung des Prozentsatzes mit raschem Berufseinstieg bei den jüngsten Jahrgängen. Positiv interpretiert, hat der Beruf des postindustriellen Designers an Griffigkeit gewonnen (Ausbildung zielorientierter / Bedarf in der Wirtschaft erhöht),
- der höhere Anteil an Einstiegsschwierigkeiten bei den mittleren Jahrgängen. Das Resultat bestätigt einmal mehr das Gesamtbild der Umfrage: Die mittleren Jahrgängen hatten sich in einem schwierigeren Umfeld zu behaupten (Finanzkrise ab 2008 / Abklingen des Booms im Bereich IT / Neue Medien),
- Der erhöhte Anteil an negativen Erfahrungen (kein gewünschter Berufseinstieg) bei den jüngsten Jahrgängen kann mit klassischen Berufseinstiegproblemen verstanden werden. Eine erneute Befragung in ein paar Jahren könnte diese Interpretation erhärten oder wiederlegen.

«Das **Durchschnitts-einkommen** der Ehemaligen beträgt im Durchschnitt rund **86’529 CHF**, rund **20% höher** als der Branchenmix.»

Foto: Diana Pfammatter, OpenHouse 2016, Taste Traffic Food Performance, Jahresthema „Wir, wir selbst sind die Methode.“

2

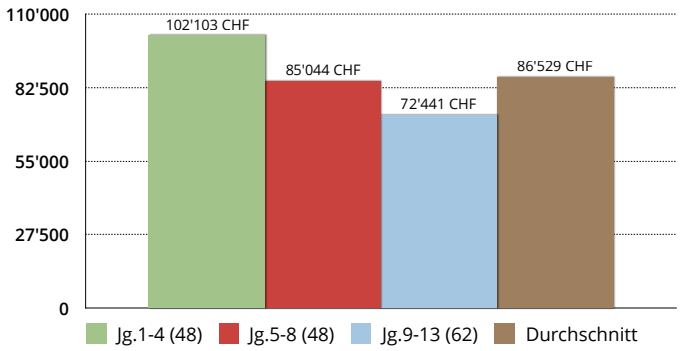
Wirtschaftlicher Erfolg

Eindeutige Indikatoren des persönlichen wirtschaftlichen Erfolges ist der eigene Verdienst und bedingt die Grösse der geleiteten Teams. Der volkswirtschaftliche Erfolg lässt sich am Ehesten mit der Anzahl geschaffener Arbeitsplätze messen. Auch wenn die Resultate bei diesen Indikatoren sehr erfreulich sind; langfristige wirtschaftliche Erfolge sind 15 Jahre nach Gründung des Institutes weder zu erwarten noch gut messbar (Anmerkung: Patente lassen sich zählen, der Erfolg der Patente jedoch oftmals erst mit grosser Zeitverzögerung).

Einkommen

Das Durchschnittseinkommen der Ehemaligen beträgt im Durchschnitt rund 86’529 CHF (Netto, hochgerechnet auf Vollzeitäquivalente) . Im Vergleich mit einem entsprechenden Branchenmix (Kommunikation, IT, Verlagswesen, audiovisuelle Medien und Kunst/Unterhaltung) und gestaffelt nach der Berufserfahrung liegt das Lohnniveau rund 20% höher als der Branchenmix.
Eine im Verhältnis erstaunliche Anzahl ist in leitenden Positionen in Grossunternehmen (z.B. Novartis, Roche, SRG, Manor) oder Kommunikationsagenturen.

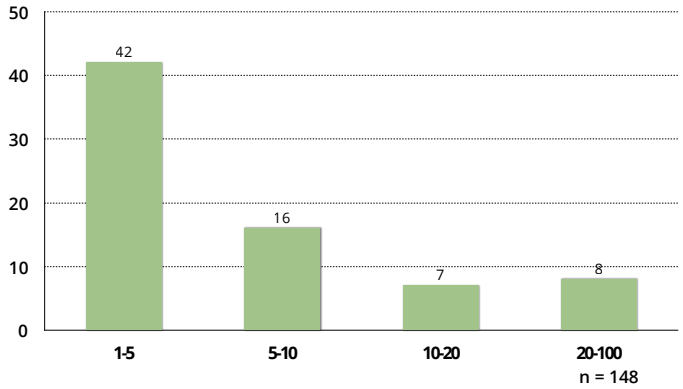
Jahreseinkommen Netto (Vollzeitstellenäquivalent)



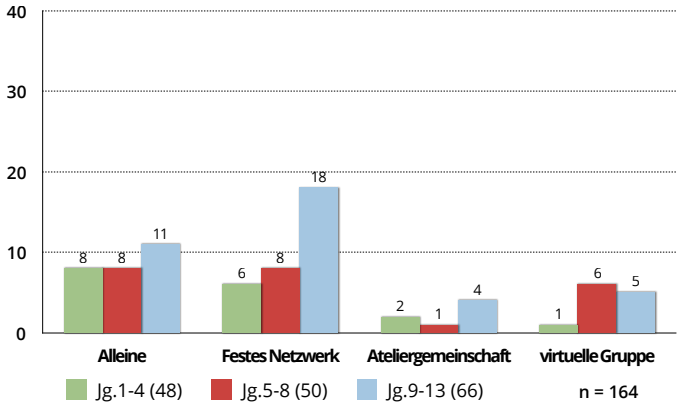
Schaffung von Arbeitsplätzen

Wirtschaftlich verantworten ehemalige HyperWerkInnen die Schaffung von insgesamt 231 Arbeitsplätzen (1.4 Arbeitsplätze pro statistisch erfasster/m AbgängerIn). Dies ist einerseits auf die hohe Anzahl von selbstständig Erwerbenden und andererseits auf die Gründungen von KMU’s mit bis zu 50 Angestellten. 4 Alumni haben Firmen mit mehr als 10 Arbeitskräften aufgebaut. 78 Personen (51%) sind selbständig tätig.

Teamgrösse von Personen in Leitungsfunktion
Hier fällt auf, dass einige Alumni grössere Teams leiten (15 oder 10% mit Teamgrössen von mehr als 10 Mitarbeitern und 16 oder 11% mit Teamgrössen von 5-10 Mitarbeitern). Im Durchschnitt leiten die Alumni in Leitungsfunktion Teamgrössen von 10.0 Personen. Vier Alumni haben selber Firmen mit mehr als 10 Arbeitskräften aufgebaut (Besitzer/Mitbesitzer). Insgesamt 33 Alumni haben eigene Unternehmen gegründet und/oder sind Mitbesitzer.
75 Ehemalige (51% aller erfassten Ehemaligen) leiten Teams mit einer Durchschnittgrösse von 10 Personen.



Umfang und Form der Selbständigkeit
78 Personen (48%) geben an selbstständig zu arbeiten. Die Differenz zur Frage Frage 6 erklärt sich wie folgt: Hier ist das selbstständig verantwortliche Arbeiten gemeint und in Frage 6 die reine wirtschaftliche Selbständigkeit. Die grosse Mehrheit ist freischaffend (Freelancer, freischaffende Künstler/Handwerker) tätig. Die überwiegende Mehrheit (65% der selbstständig arbeitenden) ist in ein Netzwerk eingebunden.



«Im Schnitt wurden **1.4 Stellen pro Studienabgänger** durch die Studienabgänger verantwortet/mitverantwortet.»

Foto: Diana Pfammatter, OpenHouse 2016, Taste Traffic Food Performance, Jahresthema „Wir, wir selbst sind die Methode.“

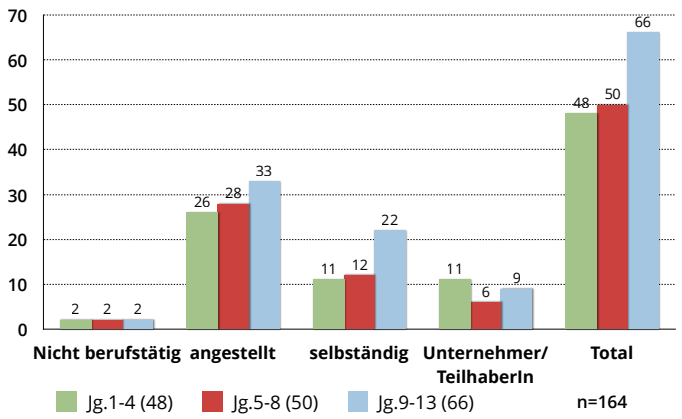
Berufsbefähigung des Studiums

Die Bologna-Reform hat die Berufsbefähigung nach Abschluss eines BA-Studiums zum Ziel. Diese Anforderung ist generell hoch gesetzt, insbesondere in einem Studium mit Anspruch Personen in transformierenden Funktionen. Umso erfreulicher sind die Resultate. Das Studium führte mehrheitlich zu einem erweiterten Berufsfeld (höhere Qualifikation, mehr Gestaltungsmöglichkeiten) oder zur Eröffnung eines neuen Berufsfeldes (77% aller Nennungen). Für eine Minderheit führte das Studium zu einer einfachen Berufsbefähigung (12%). Diese Gruppe nahm bei den jüngeren Jahrgängen nicht zu, dies trotz des sinkenden Eintrittsalters. Für die kleinste Gruppe (11%) hatte das Studium keine direkte Wirkung auf die Berufsbefähigung. Diese Gruppe ist bei der Jahrgangsgruppe 1-4 mit Abstand am Höchstens. Zurückzuführen ist dies auf eine noch nicht voll entwickelte, individuelle Betreuung und sicher auch auf falsche Erwartungen bei den Studierenden selbst.

Explizit gilt das Studium als Weichensteller für den beruflichen Erfolg und die Höherqualifikation. Die BA-Thesis wird oftmals als Türöffner für die spätere Laufbahn bezeichnet.

Gegenwärtige berufliche Situation

Auch unter Berücksichtigung der nicht an der Umfrage beteiligten Alumni fallen die sehr niedere Arbeitslosenquote (ca. 1%) und die tiefe Nicht-Berufstätigkeit auf (ca. 5%, zur Hälfte Hausfrau/Hausmann und zur Hälfte Vollzeitstudium). Dies entspricht der hohen Flexibilität und Einsatzfähigkeit der Alumni in unterschiedlichen Arbeitsfeldern.



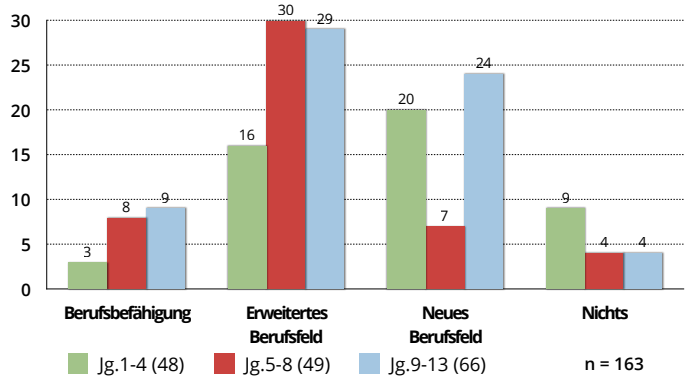
Berufliche Veränderungen

Mehrheitlich konnten die Studierenden mit dem Studium das Berufsfeld erweitern (inkl. gleiches Berufsfeld mit höherer Qualifikation) oder ein neues Berufsfeld ergreifen (Gesamthaft 126 oder 77% aller erfassten Alumni). Einzig die reine Berufsbefähigung durch das Studium wird nur von einer kleinen Minderheit (20 oder 12%) angegeben. Hier handelt es sich hauptsächlich um Maturanden und Schulabgänger ohne vorgängige Berufsausbildung.

Auffallend sind

- die hohe Anzahl bei der ersten Jahrgangsgruppe, die entweder ein neues Berufsfeld erschlossen bzw. erweitert haben. Dies steht im Kontrast zur ebenfalls hohen Anzahl von Personen, bei denen sich durch das Studium nichts verändert hat. Begründung: das Institut betrat damals Neuland in einem sich rasch verändernden Umfeld (IT-Technologien) – die Studierenden konnten sich entweder behaupten oder nicht vom Studium profitieren. Das Institut konnte zu diesem Zeitpunkt die unterschiedlichen Studierenden noch zu wenig individuell fördern.
- Bei der mittleren Jahrgangsgruppe fällt der relativ geringe Anteil an Einsteigern in neuen Berufsfeldern auf. Die erste grosse Welle der neuen Medien war vorbei und die Studierenden verfügten bereits vermehrt über einschlägige Berufserfahrungen. Dies, gemeinsam mit der Einarbeitung der Erfahrungen der Anfangsjahre ins Curriculum führte zu einer klaren Reduktion der Abgänger die nicht vom Studium profitieren konnten.
- Bei der jüngste Jahrgangsgruppe steigt der Anteil der Berufsbefähigungen leicht an (schon bei der mittleren Jahrgangsgruppe zu beobachten). Dies korrespondiert mit der Zunahme der Studienanfänger ohne berufliche Vorbildung (zumeist Maturität mit Vorkurs).
- Gleichzeitig steigt der Anteil des Einstieges in neue Berufsfelder wieder an. Hier fällt bei genauerer Analyse der hohe Anteil an Ehemaligen in den Bereichen AV-Medien, Fotografie und Musik (DJ) auf. Noch nicht erkennbar ist die Berufsergreifung im Bereich der digital veränderten Produktionsprozesse im Handwerk und der digitalisierten Produktion. Hier ist eine statistische Erkennbarkeit erst in den nächsten Jahren zu erwarten.

Was hat sich durch Dein Studium verändert?



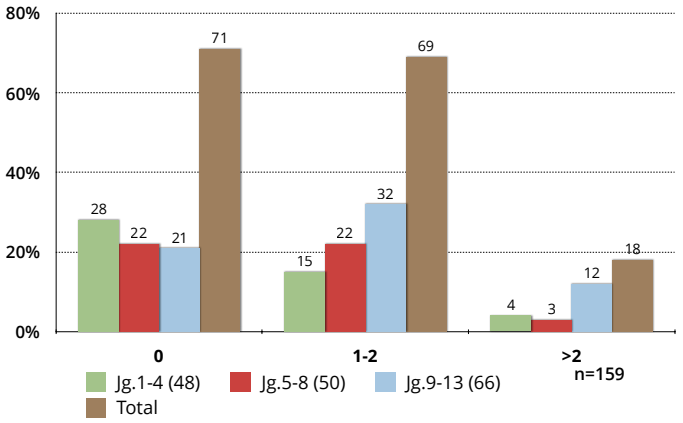
«Es fällt die hohe Zahl von **49%** der Alumni in **Leitungsposition** auf, als **Gründer eigener Firmen**, oder in **Geschäftsleitungs- und Teamleitungsfunktion** in Unternehmen.»

Foto: Diana Pfammatter, OpenHouse 2016, Taste Traffic Food Performance, Jahresthema „Wir, wir selbst sind die Methode.“

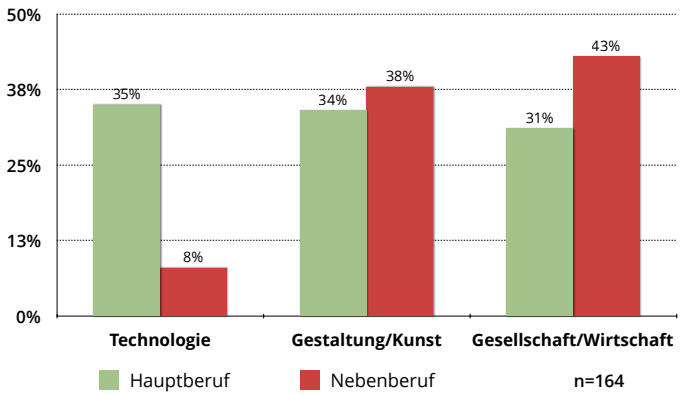
Nebenbeschäftigungen

Der Anteil an Personen mit mehr als einer Beschäftigung ist im Bereich der Kreativwirtschaft traditionell besonders hoch. Die Gründe liegen einerseits in der Fragmentierung des Marktes (viele Teilzeitstellen, da die Firmen zu klein sind, um in einer bestimmten Spezialisierung eine Person Vollzeit beschäftigen zu können bei gleichzeitig zu kleiner Wertschöpfung um diese Arbeiten auswärtig in Auftrag geben zu können) und andererseits durch in der Querfinanzierung eigener kultureller und künstlerischer Tätigkeiten mit einem „Brotjob". Diese Situation wird auch bei den Alumni des HyperWerks deutlich.

46% aller Alumni gehen mindestens einer Nebenbeschäftigung nach. Bei der ersten Jahrgängen (1-4) überwiegen die Bereiche Lehre, öffentliche Ämter und zivilgesellschaftliche Aktivitäten (NGO's, Parteien). Bei den Jahrgängen 5-8 handelt es sich oft um mehrere Beschäftigungen in der Kreativwirtschaft (Teilzeitstelle und selbstständig) oder um Querfinanzierungen (Geldjob und kulturelle/künstlerische Tätigkeit). Diese zwei Tendenzen wiederspiegeln sich im Bereich der Technologie. Hier gehen weniger Personen einer Nebenbeschäftigung nach, als in den Bereichen Gestaltung/Kunst und Gesellschaft/Wirtschaft.



Verhältnis Nebenbeschäftigung zu Hauptberuf / Branchen

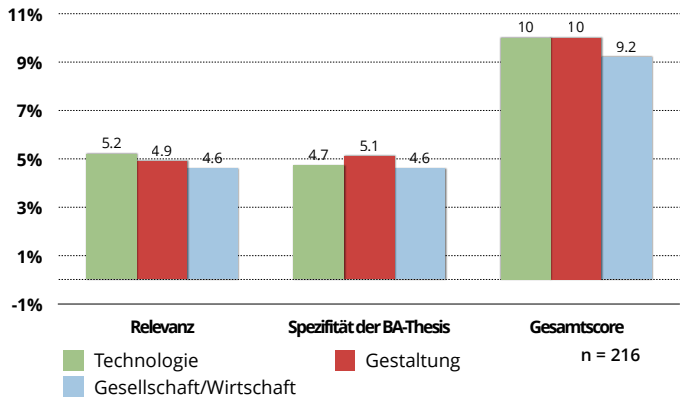


Verhältnis Studium zu Beruf

Zur Überprüfung des Zusammenhanges von Studium zum heutigen Arbeitsfeld diente die offenen Fragen (freie Textfelder) sowie die Überprüfung des Zusammenhanges der heutigen Berufsfelder mit der BA-Thesis. Am Institut HyperWerk sind die Diplomarbeiten (BA-Thesis) als ganzjährige Projekte in selbst zusammengestellten Teams mit jüngeren Studierenden und externen Partnern angelegt. Dies ermöglicht eine stark praxisbezogene Arbeit mit Vernetzungsmöglichkeiten zum späteren Arbeitsfeld.
Bereits aufgezeigt wurde die hohe Rate von Alumni, die rasch einen Einstieg in das Arbeitsleben fanden. Dies ist ein erster Hinweis auf den Erfolg der hohen Gewichtung der Diplomarbeit im Studium.

Relevanz der BA-Thesen

Es gibt viele BA-Thesen mit einer hohen Relevanz für den späteren beruflichen Erfolg. Eine genauere Untersuchung zeigt, dass dies speziell für die Gebiete des digitalen Handwerks, der AV-Medien, der Fotografie, der Lichtgestaltung und der Kunst/Medienkunst gilt. Schlechter schneiden die Gebiete Mediendesign, Dienstleistungen und Tourismus/Gastronomie ab. Hier können die Alumni ihre BA-Thesen schlechter umsetzen.
Besonders erfolgreich sind Studierenden, deren BA-Thesis in einem starken Zusammenhang zur heutigen beruflichen Tätigkeit steht.



Auswertung der offenen Eingabefelder

Das Eröffnen neuer Berufsfelder, die Vernetzung mit Personen und potentiellen Partnern und das Erlernen von prozessualen Fähigkeiten waren rückblickend, aus der Sicht der Alumni die wichtigsten Aspekte des Studiums. Am wenigsten wurden analytische und technische Fähigkeiten genannt. Als Stärken werden regelmässig die Interdisziplinarität, die Breite des Studiums und die Förderung der intrinsischen Fähigkeiten (Empowerment, erlernen autodidaktischer Methoden) erwähnt. Für das Berufsleben werden zusätzlich die Projektarbeit, die gemeinsame Lernumgebung und ein experimentelles Technologieverständnis aufgeführt.

Das Erlernen von methodisch-analytischen Fähigkeiten wird als verbesserungsfähig bezeichnet. Gewünscht werden im Studium mehr interner Austausch und Transparenz im Studienaufbau, Skills im klassischen Projektmanagment, in BW, in Kulturmanagment und mehr Vorbereitung auf eine selbständige Tätigkeit. Die Bedeutung des Grundlagenwissens selbst wird hingegen sehr unterschiedlich eingestuft. Die Vorteile eines Mehrs an Grundlagenwissen wird den Nachteilen eines Verlustes der positiv vermerkten spezifischen Fähigkeiten gegenübergestellt.

Konkrete Aussagen

„Breite des Studienganges/der Workshopangebote haben mir geholfen, einen vertiefenden Einblick auch in andere Arbeitsfelder/Jobs zu erhalten und das Verständnis für diese Spezialisten zu entwickeln" (Quattro). „Zudem der Einblick in und das Verständnis für verschiedene Disziplinen (Design, Technologie, etc.), was mir heute in vielen Projekten enorm nützlich ist" (Sei). „4. Motivation: Die praktischen Erfahrungen und vielen Diskussionen am HyperWerk haben mich motiviert Lern- und Gestaltungsprozesse, Aspekte der Digitalisierung der Gesellschaft etc. in einem anschliessenden sozialwissenschaftlichen Studium zu vertiefen." (Uno) „Die Erfahrung, ein Studiengang in gewisser Weise mitzugestalten und dabei zu erfahren, dass Bildungssysteme verhandelbar sind, respektive verhandelt werden müssen." (Uno), „The openness towards new technologies, the staff mentoring and coaching us (instead of teaching and preaching) and the lack of fear towards new challenges." (Sei).

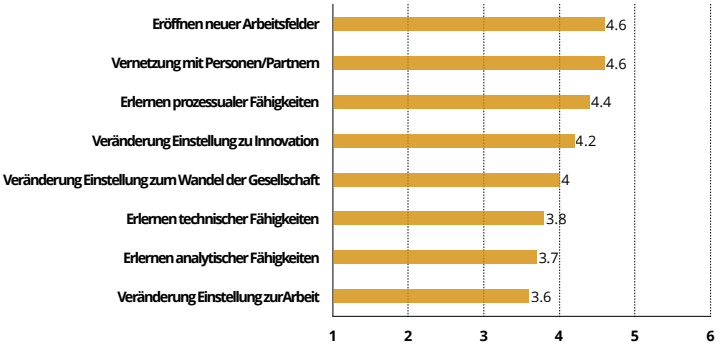
Ausbildungsaspekte

Diese Frage untersuchte die Bedeutung der einzelnen Ausbildungsaspekte im Studium für den heute ausgeübten Beruf. Auf eine vertiefte Auswertung der Unterschiede zwischen Jahrgangsgruppen und heutigen Berufsfeldern wurde verzichtet. Die Unterschiede in der Bewertung und die Gruppensamples sind zu klein, um verlässliche Aussagen machen zu können. In allen Bereichen gibt es recht unterschiedliche Bewertungen – extrem hohe oder tiefe Durchschnittsbewertungen kommen deshalb nicht vor.

Die höchste Bewertung liegt in den Bereichen der Vernetzung mit Partnern und der prozessualen Fähigkeiten. Die technischen und analytischen Fähigkeiten werden relativ tief, also als eher unbedeutend für die heutige Arbeitssituation bewertet. Die tiefste Bewertung, Veränderung der Einstellung zur Arbeit kann am ehesten mit einem Nichtverständnis der Fragestellung verstanden werden. Die Formulierung der vorgegebenen Aussage steht sehr im Kontext der aktuellen Fragestellungen am Institut und ist den Alumni offensichtlich wenig geläufig.

Zu dieser Frage konnten Anmerkungen gemacht werden. 29 Alumni nutzten diese Möglichkeit. Die Meinungen wurden klassifiziert (Mehrfachnennungen pro Teilnehmerin möglich). Die Beurteilungen sind mehrheitlich positiv. Es fällt auf, dass die niedere Bedeutung der analytischen und technischen Fähigkeiten des Fragebogens in den Anmerkungen relativiert und als verbesserungsfähig bezeichnet wird. Neu als Stärken sind die Aspekte des Empowerments, der Interdisziplinarität und der Breite des Studiums aufgeführt. Die Häufigkeit der Benennungen (9 und 7 Nennungen – also je ca. 30% aller Nennungen) hebt die Bedeutung dieses Aspektes hervor.

Am wichtigsten an der Ausbildung am HW ist für mich rückblickend? (Mittelwert):



6 sehr wichtig – 1 unwichtig

Klassifikation der Bemerkungen	
Schwächen	
Das Erlernen von methodisch-analytischen Fähigkeiten kam zu kurz	4
Umsetzbarkeit der erlernten Arbeitsmethoden im Berufsalltag oft schwierig (Eigeninitiative, Veränderungen der Arbeitsweisen)	3
Management und Grundlagenwissen kamen zu kurz	2
Frauenfeindlichkeit bei technischen Themen	1
Anzahl Nennungen	10
Stärken	
Die Interdisziplinarität, Breite und Vernetzung des Studium ist wichtig für den späteren Beruf	9
Die Förderung von Intrinsische Fähigkeiten (Empowerment/Autodidaktische Fähigkeiten) mit der entsprechenden Arbeitshaltung bewährt sich im späteren Beruf	7
Die Förderung der eigenen Entwicklung wird rückblickend sehr geschätzt	4
HyperWerk hat die Fähigkeit Themen sehr vorausblickend aufzunehmen	2
Anzahl Nennungen	22

Welche am HyperWerk gemachte Erfahrungen/Lerninhalte waren für Dich nach dem Studium besonders hilfreich?	
Prozessuale Praxis und Theorie	37
Selbstbefähigung / Autodidaktik	32
Projektarbeit/Praxisbezug	27
gemeinsame Lernumgebung	27
Technologieverständnis und Fähigkeiten	19
Vernetzung	13
Interdisziplinarität	6
Offenheit / Partizipationsmöglichkeiten im Studium	5
Breite des Studienangebote	4
Gestalterische Fähigkeiten	4
Fähigkeiten AV- und Interaktivität	4

Was hast Du rückblickend im Studium am meisten vermisst? (aus der Sicht Deiner beruflichen Praxis)	
Am Studienaufbau	
Mehr interner Austausch und direktes Feedback	21
Transparenterer Studienaufbau (roter Faden)	9
An Fachbezügen	
Mehr klassisches Projektmanagement / BWL	19
Inhaltliche Vertiefungen und Grundlagen (diverse Nennungen)	13
Skills für die Selbstständigkeit	7
Skills in Kulturmanagement	5
In der Vernetzung	
Mehr Bezug zur Privatwirtschaft	4
Bessere Positionierung des Institutes	3
Sonstiges	
Explizit nichts	9
Diverses	3
Das Selbstvertrauen stützen	4

4

Schluss

Das Studium übt seinen Auftrag, postindustrielle Designer für die Gestaltung gesellschaftlicher Transformationsprozesse zu formen, erfolgreich aus. Verbesserungen sind im Bereich der Positionierung des Studienganges nach Aussen, der Erhöhung des internen Austausches (Feedbacks, Präsentationen), der Transparenz des Studienaufbaus und der Vermittlung konkreter Skills in klassischen Managementsektoren möglich.

Ein gewisser Mangel an Durchsetzungskraft der Alumni bei den Themenfeldern Entwicklungszusammenarbeit, nachhaltige Entwicklung und zivilgesellschaftlicher Wandel wird von Alumni nicht direkt bemängelt, in der Verteilung der aktuellen Berufsausübung in Differenz zu BA-Thesis Themen fällt diese Differenz jedoch auf.

«Im Durchschnitt **leiten** die Alumni in Leitungsfunktion Teamgrössen von **10 Personen**.»

Foto: Diana Pfammatter, OpenHouse 2016, Sedici-Verlag Opening/Idea Beer Bar, Jahresthema „Wir, wir selbst sind die Methode.“

Zur Positionierung des Instituts HyperWerk

Ausbildungssystem

Struktur und Inhalt der Ausbildung werden kontinuierlich an die Anforderungen der zukünftigen Märkte und die gesellschaftlichen Veränderungen angepasst. Dazu sind die frühzeitige Erkennung der Veränderungen, die kontinuierliche Überarbeitung der Bedürfnisse und Ziele, sowie deren zeitnahe Umsetzung im Studiengang notwendig. Diese Arbeit ist zentrales Feld der Ausbildung, sie wird als Teil des Curriculums mit den Studierenden erarbeitet. Sichtbarstes Element ist die gemeinsame Entwicklung und Realisation von Jahresthemen. Sie befähigt die Studierenden, sich in der Arbeitswelt zu profilieren und sich in der beruflichen Positionierung an Veränderungen anpassen zu lernen.
Die Breite des Unterrichtsangebots mit ihren Dimensionen Gestaltung, Technologie und Gesellschaft/Wirtschaft erlaubt Innovations- und Transformationspotentiale gezielt herauszufordern. Die Haltung eines „prepared minds" (Louis Pasteur)[1] und die vielfältigen Angebote erlauben neue Lösungsansätze zu entwickeln. Im Studium wird von den konkreten Problemstellungen in der Projektarbeit ausgegangen. Diese werden in einem an die Transdisziplinarität angelehnten Ansatz[2] untersucht. Die Ausbildung konzentriert sich auf das Erlernen der notwendigen Haltungen, Kompetenzen und Fertigkeiten um solche Prozesse erfolgreich angehen und gestalten zu können[3]. Zur Qualitätssicherung und zur Orientierungshilfe wurde vor einigen Jahren ein enges Coachingsystem eingeführt. Hier werden die individuell zusammengestellten Curriculas, bestehend aus Workshops, Projektarbeit und Seminaren, erarbeitet und in der Umsetzung betreut.
Dieses System wird als zentrale Grundlage der gemeinsamen Lernumgebung weiterentwickelt um Qualität der Projektarbeiten weiter zu steigern.

Um die Ausbildung zum postindustriellen Designer sowie den damit verbundenen Forschungs- und Dienstleistungstätigkeiten erfolgreich umsetzen zu können, wurde der Studiengang als gemeinsame Lernumgebung angelegt. Die Geschwindigkeit der Umwälzungen erfordert die kontinuierliche Anpassung des Curriculums und der Unterrichtsformen an die gesellschaftlichen Anforderungen. Diese Herausforderung betrifft alle Beteiligten gleichzeitig, die Studierenden als zukünftige Arbeitskräfte und Träger der gesellschaftlichen und kulturellen Entwicklungen, den Lehrkörper in der permanenten Anpassung an die aktuellen und zukünftigen Bedürfnisse und die Trägerschaft in der Einbindung und Setzung der Rahmenbedingungen.

Der Bedarf an hochqualifizierten Arbeitskräften, die als „agent of change" in den unterschiedlichsten Arbeitsfeldern einsetzbar und Prozesse interdisziplinär gestalten können, nimmt zu. Der Abschluss in postindustriellem Design am HyperWerk hat in den letzten Jahren an Erkennbarkeit gewonnen. Es wird von der Aussenwelt, den Partnern und potentiellen Arbeitgebern von Studienabgängern verstärkt erkannt; das HyperWerk-Curricula ist eine sinnvolle Basis für den beruflichen Erfolg.

Arbeitsgebiete und Themen

Die Globalisierung und Reduktion der industriellen Produktion in Europa begünstigt eine rasche Entfaltung **postindustrieller Realitäten**. Kostenreduktion und Individualisierung der Produktion ermöglichen und erfordern eine neue Designkultur und eine Integration von Designmethoden in vielfältigen gesellschaftlichen Bereichen. Kollektive, teamorientierte und ergebnisoffene Prozesse **(prozessgestalterische Methodik)** sind mit diesen postindustriellen Realitäten eng verflochten.

Spätestens seit Beginn der Finanzkrise 2008 werden die globalen Transformationsprozesse und deren Auswirkungen auch in der Schweiz verstärkt wahrgenommen. Das Bewusstsein der Komplexität und Verflechtungen steigt und damit auch die Suche nach Angeboten im Bildungssystem, die sich diesen Fragen annehmen und qualifizierte Arbeitskräfte ausbilden. Gleichzeitig ist ein Anstieg der Bedeutung der Kreativindustrie als Wachstumsbranche und als Quelle neuer Lösungsansätze zu verzeichnen.

Umsetzung der Ausrichtung

Um die sich rasch verändernden Anforderungen in Ausrichtung und Inhalten umsetzen zu können, hat das Institut eine flexible Grundstruktur mit einem kleinen Kern von festangestellten Mitarbeitenden und einer grösseren Anzahl jährlich wechselnder Gastdozierenden. Die Auswahl dieser Gastdozierenden wird an die inhaltlichen Bedürfnisse der Jahresthematiken und den grösseren institutionellen Projekte angepasst. Die institutionellen Projekte und die Jahresthemen sind als exemplarische Lernumgebungen gleichzeitig auf die Lehre und die Forschung ausgerichtet. Die Jahresthemen dienen dabei dem Abgleich mit dem aktuellen Stand und der Erarbeitung von neuem Wissen. Die Projekte sind als realitätsnahe Laborsituationen der gemeinsamen Entwicklung von Lösungen in verschiedenen gesellschaftlichen Umfeldern zu verstehen.

Institutionelle Projekte / Forschung und Dienstleistungen

Die längerfristig angelegten institutionellen Projekte sind als Feldforschung (Cultural Spaces, Enter Views on Crisis, Participatory Media, IBA/Openparc) zu verstehen. Sie sind fest in das Curriculum integriert und erlauben HyperWerk eine in wirtschaftliche, kulturelle und gesellschaftliche Realitäten integrierte Arbeitsweise. Speziell gilt dies für die aktuellen Arbeiten in Mulhouse. Das in die IBA (Internationale Bauausstellung) eingebundene Projektfeld erlaubt an einem Ort in der Nähe von Basel die Brisanz der gesellschaftlichen Transformationsprozesse und die postindustriellen Handlungsmöglichkeiten zu untersuchen und zu begleiten.
Die Projekte haben ein hohes Potential in Bezug auf Erkenntnisgewinn (Forschung), Wirksamkeit (Resultate vor Ort) und Umsetzungsfähigkeit (Handlungsanleitung für andere Regionen / Good Practices). Die Projekte sind stark international vernetzt.

Outcome

Die beruflichen Realitäten der HyperWerk-AbgängerInnen bilden die wichtigste Basis der Überprüfung der Stärken des Studiengangs. Es lassen sich Erfolge in wirtschaftlicher, kulturell-gesellschaftlicher und wissenschaftlicher Dimension festhalten.
Kulturelle, gesellschaftliche Leistungen stehen im Mittelpunkt der AbgängerInnen von Design- und Kunsthochschulen.[4]

Bildungsverständnis

Die gemeinsame Lernumgebung und die Ausrichtung auf die Verantwortung gegenüber den laufenden Transformationsprozessen kennzeichnen ein Bildungsverständnis, welches konkrete Ausbildungsziele (Befähigung zu Ausübung eines Berufes auf FH-BA-Niveau) mit dem gesellschaftlichen Bildungsauftrag vereint. Dieser lässt sich auch heute wie folgt definieren: *„Es geht um Aufklärung, um ein mündiges Subjekt, es geht auch heute noch darum, Menschen zu befähigen, am Gemeinwesen teilzunehmen, sie so zu bilden, dass ihre Einstellung*

zur und ihr Wissen von der Welt im Wesentlichen durch Wissenschaftlichkeit und Rationalität geprägt wird, es geht um Urteilskraft und Kritikfähigkeit." (Zitat Konrad Paul Liessmann)[5]. Dieser Bildungsauftrag entscheidet über die Befähigung der Auszubildenden sich in einer rasch verändernden Gesellschaft positionieren zu können.
Wie bereits erwähnt zielt die Ausbildung auf die Exzellenz im Bereich der Gestaltung von Transformationsprozessen. Das Projekt der BA-Thesis umfasst dazu das gesamte dritte Studienjahr. Die Studierenden entwickeln Projekte zur Lösung konkreter transformatorischer Fragestellungen. Die Beurteilungskriterien überprüfen, ob das Problem in seinen wesentlichen Dimensionen begriffen (Aspekte des systems knowledge), die Projektziele den gesellschaftlichen und disziplinären Anforderungen gegenüber sinnvoll definiert (Aspekte des target knowledge) und eine adäquaten Umsetzung (Aspekte des transformation knowledge) verfolgt wurden. In der Erkennbarkeit dieser Prozesse liegt die Qualität der Abschlussarbeiten. Die BA-Reife zeigt sich im angemessenen Umgang mit einem relevanten Aspekt der gesellschaftlichen Transformationen (emerging cultures und technologies). Die konkreten Produkte sind dabei als Entwürfe der Anwendung eines, im Prozess exzellenten Problemlösungsverhaltens zu verstehen. Das Bildungsziel umfasst die zitierte Urteilskraft und Kritikfähigkeit. Es gilt Innovationen anzugehen und gleichzeitig in einem kritischen Diskurs zu halten.

Kommunikation und PR – Telling HyperWerk

HyperWerk lehrt eine Haltung, nicht ein System oder ein Konstrukt, Leitfaden oder Fahrplan zum Erfolg. Der Erfolg einer Jeden und eines Jeden HyperWerk-Studierenden kommt aus der Erkenntnis des eigenen Talents, eines persönlichen Empowerments. Somit unterscheidet sich auch die Öffentlichkeitsarbeit. HyperWerk erklärt sich über die Kommunikation der prozessualen Gestaltung der Studierenden und ihrer Projekte. Da HyperWerk sich selbst als Lerninhalt versteht, als Lernlabor und Experimentalbühne, ist auch die Kommunikation von Institut und Studierendenprojekten Teil davon. Die Professionalisierung der Studierenden in den Bereichen Storytelling, PR und Kommunikation, ist wichtiger Teil der Lehre und zugleich Multiplikator. Im Studium selbst kann die Kommunikation ausgelotet und entwickelt werden. Dadurch, dass die Studierenden schon während des Studiums mit ihrem Namen im Rahmen von HyperWerk und ihren Projekten kommunizieren, sind sie nach dem Studium bereits mit Namen, Output und konkreten Projekten im Internet und der Presse auffindbar. Dies erweist sich als wertvoll für die zukünftige Karriere. Mit dieser Strategie stellt HyperWerk die Studierenden mit ihren Projekten ins Zentrum der PR-Arbeit.

Forschung

Die Forschung setzt bei der konkreten Projektarbeit mit den Studierenden an. Institutionelle Aktivitäten werden als Recherche- und Forschungsplattform für studentische Arbeiten entwickelt und angeboten. Bereits in den Begriffen des Postindustriellen und der Transformation ist die Erforschung des Neulandes, die Produktion von neuem Prozesswissen enthalten. Die Studierenden bringen ihre Bedürfnisse direkt ein und handeln als innovierte, kritische Akteure. In der gemeinsamen Lernumgebung wird neues Wissen erarbeitet. Dieser Ansatz setzt nahe an den aktuellen gesellschaftlichen Fragestellungen an.

Schlussfolgerungen

Das Institut HyperWerk erfüllt seinen Auftrag der Ausbildung von postindustriellen Designern, sowie der Forschung und Dienstleistungserbringung. Die Neugründungen ähnlicher Institute weltweit sind Zeichen eines wachsenden Bedarfes und einer steigenden Notwendigkeit. HyperWerk kann in diesem Feld seine Erfahrungen einbringen und international vernetzen.
Die Basis dazu wurde in den letzten 16 Jahren geschaffen. Die Charakteristika

- der gemeinsamen Lernumgebung in den drei Dimensionen Gestaltung, Technologie und Gesellschaft/Wirtschaft,
- der Schwerpunktsetzung auf die prozessgestalterischen Kompetenzen innerhalb der postindustriellen Transformationen und
- der kontinuierliche Weiterentwicklung der inhaltlichen Arbeitsfelder mit dem dazu notwendigen spezifischen Studienaufbau

sind klare Alleinstellungsmerkmale.
Die durchgeführte Umfrage bei den Alumnis kann nachweisen, dass sich die überwiegende Mehrheit als kompetente Arbeitskräfte behaupten kann. Überdurchschnittlich viele Ehemalige verantworten neue Arbeitsplätze und neue Arbeitsfelder.

1 Louis Pasteur verwendete den Begriff in einer Vorlesung (Universität Lille / 7.12.1854): „In the field of observation , chance favors the prepared mind." Diese Feststellung lässt sich mit den heutigen wissenschaftstheoretischen Diskursen zur Serendipität in eine direkte Verbindung setzen.
2 Gemeint ist die Verbindung und Anwendung der unterschiedlichen Arten des notwendigen Wissens (Systems Knowledge, Target Knowledge und Transformation Knowledge) siehe C.Pohl, G. Hirsch Hadorn / Principles for Designing Transdisciplinary Research, 2007, München, P.36ff
3 Siehe dazu:
B. Blättel-Mink, H. Kestenholz, M. Schneider und A. Spurt. Nachhaltigkeit und Transdisziplinarität: Ideal und Forschungspraxis / 2003
H. Nowotny, The potential of transdisciplinarity http://www.helganowotny.eu/downloads/helga_nowotny_b59.pdf
4 Eine Auflistung der Preise und Auszeichnungen findet sich im Anhang. Hervorzuheben sind Erfolge an den Schnittstellen zwischen Kunst, gesellschaftlicher und sozialer Intervention und wirtschaftlichen Erfolg.
5 http://www.tagesanzeiger.ch/schweiz/standard/einseitiger-und-ungebildeter-geht-es-nicht/story/21701550

Impressum/Kontakt

Dieser Bericht wurde vom Leitungsteam des Institut HyperWerk erarbeitet (Rasso Auberger, Jan Knopp, Prof. Mischa Schaub/Insitutsleitung, Prof. Max Spielmann, Prof. Catherine Walthard). Die Umfrage wurde von Max Spielmann mit Unterstützung der Studierenden William Bejedi, Christoph Herbert und Ivo Ludwig, der Alumni Eliane Gerber, Martin Matt, Dominik Stocker und Sybille Schneider sowie der Arbeitsgruppe SIGDOC Herbstsemester 2014/15 entwickelt und realisiert.

Anfragen bitte an: Prof. Max Spielmann / Institut HyperWerk / max.spielmann@fhnw.ch

Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Gestaltung und Kunst
Institute HyperWerk for Postindustrial Design
Freilager-Platz 1
4023 Basel

HYPERWERK