



Universität Vechta
University of Vechta

TAGE DER OFFENEN TÜR IM STUDIENFACH DESIGNPÄDAGOGIK

Präsentation und Dokumentation eines studentisches Projektes

INHALT



PHASE 0

VORWORT & DAS PROJEKT

- Lernziele | S.6
- Aufbau, Werkzeuge & Organisation | S.8
- Teilnehmerinnen | S.9
- Kickoff | S.10
- Der Designprozess | S.11
- Das Prozessmodell des Design Thinkings | S.12

PHASEN 1&2

VERSTEHEN & BEOBACHTEN

- Exkursion | S.14
- Expert*innenvorträge | S.16
- Forschersonnen | S.17
- Kurzreferate | S.18
- Self-Immersion | S.18
- Interviews | S.20

PHASEN 3&4

SYNTHESE & IDEEN

- Frameworks | S.24
- Persona | S.24
- Unserinnen Journey | S.24
- Einteilung in Arbeitsgruppen | S.24
- Fragestellung | S.24



PHASEN 5&6

PROTOTYPEN & UMSETZUNG

- AG Ausstellungsgestaltung | S.28
- AG Öffentlichkeitsarbeit | S.30
- AG Objektarbeit | S.32

PHASE 6

DIE TAGE DER OFFENEN TÜR

- Auszug aus der Webseite | S.35
- Aufbau | S.36
- Partizipative Stationen | S.38
- Ausstellung | S.40

XX

IMPRESSUM

Abbildungen: Eindrücke aus dem Projekt
Quelle: Caroline Düsterhöft (2023/2024)

VORWORT

Im September 2023 starteten zwei aufeinanderfolgende Seminare, in deren Rahmen die jährlich stattfindende Fachpräsentation im Studienfach Designpädagogik (DP) von den teilnehmenden Studierenden gemeinsam durchleuchtet, neu gedacht und gestaltet wurde. Ziel war es, die Ausstellung und das Rahmenprogramm für die „Tage der Offenen Tür“ (kurz TATÜ) 2024 zu konzipieren. Zu Beginn tauchten wir theoretisch und praktisch in die Bereiche der **Designforschung** sowie des **Ausstellens** und **Kuratierens** ein. Nach einer Phase der Einzelarbeit entwickelten die Studierenden, nun in Arbeitsgruppen (AGs) eingeteilt, erste Ideen zu den Themen „**Öffentlichkeitsarbeit**“, „**Ausstellungsgestaltung**“ und „**Objektarbeit**“. Parallel dazu durchliefen und reflektierten sie den Designprozess, exemplarisch am Ansatz des „Design Thinkings“. Abschließend wurden die erarbeiteten Teilkonzepte zu einem umfassenden Ausstellungskonzept zusammengeführt, das über einen Zeitraum von sieben Wochen umgesetzt und realisiert wurde.

Ich wünsche allen viel Spaß beim Lesen. Wir hoffen, dass wir etwas von der Leidenschaft, die in diesem Projekt steckt, auch erkennbar in dieses Heft übertragen konnten.


**CAROLINE
 DÜSTERHÖFT**
 Projektleitung

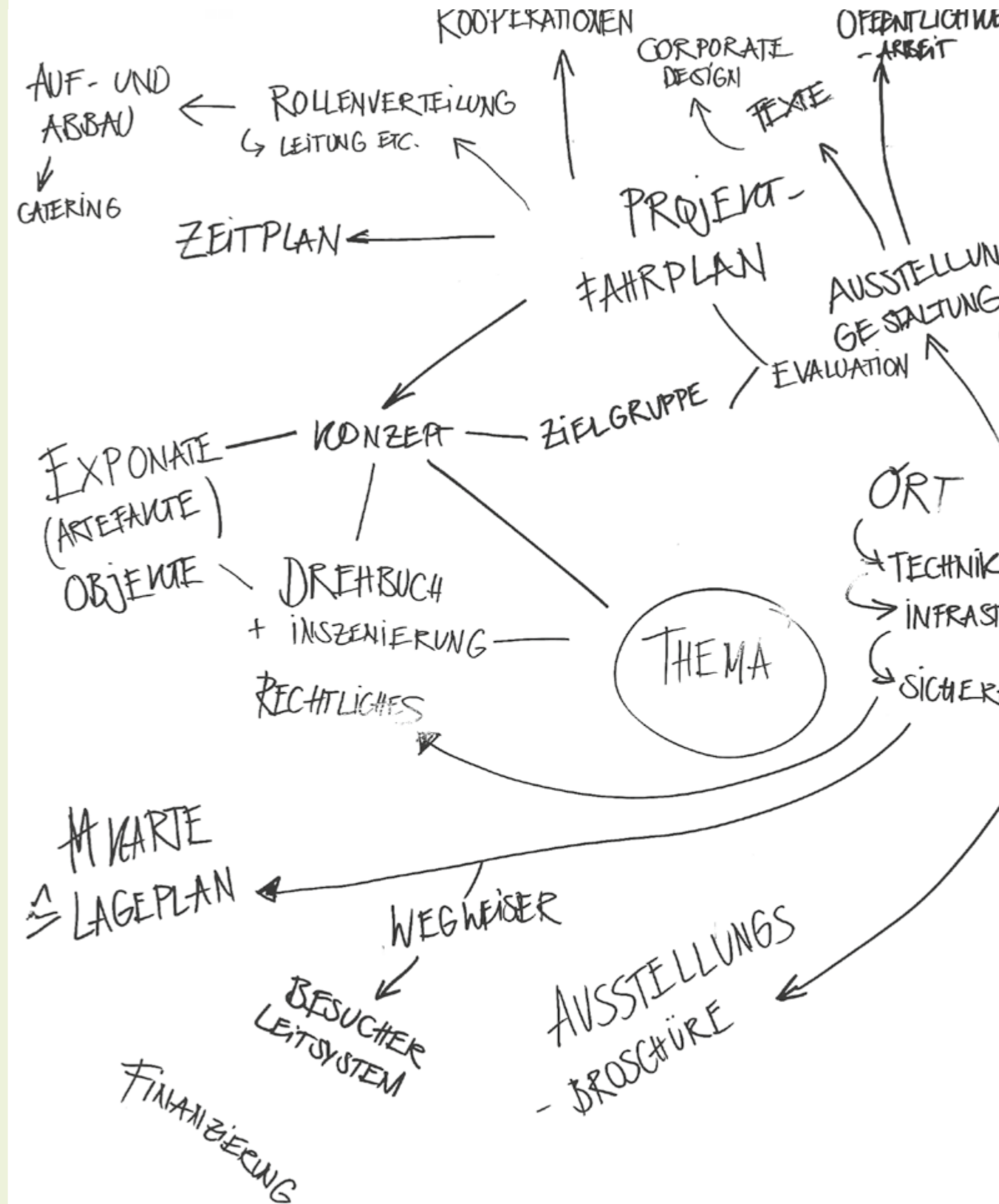


Abbildung: Brainstorming zum Begriff „Ausstellung“ in der Auftaktveranstaltung
 Quelle: Caroline Düsterhöft (2023)



Abbildung: Startseite des Online-Skriptes begleitend zu den Seminaren
 Quelle: Screenshot der Webseite vom 11.08.2024
 (Inhalt erstellt von Caroline Düsterhöft, 2024; <https://new.express.adobe.com/webpage/lkryEeiSxKq6R>)

ÜBER DAS PROJEKT UND SEINEN AUFBAU

~ LERNZIELE ~

Die Seminare dpb012.1+2/ dbb013.1+2 „Design: Projekt I & II - Konzeption & Realisierung“ zielen darauf ab, dass die Studierenden ihr theoretisches Wissen in der **Designwissenschaft** vertiefen und lernen, dieses Wissen kompetent in der **Praxis anhand eines fachwissenschaftlichen Projekts** anzuwenden. Das Bachelorstudium der Designpädagogik erfordert generell, insbesondere aber in den praxisorientierten Seminaren der höheren Semester, eine vielseitige Binnendifferenzierung.

Ab dem 5. Semester können die Studierenden daher eines von zwei möglichen Modulen wählen. Das hier abgebildete Wahlmodul richtet sich dabei an die Studierenden, die nicht den Weg ins Lehramt einschlagen möchten, sondern sich beispielsweise für eine Tätigkeit in der außerschulischen Bildung interessieren. Diese Differenzierung ist wichtig, da es in diesen Seminaren nicht nur darum geht, Theorien, Methoden und Praktiken des Designs im designwissenschaftlichen Kontext anzuwenden,

sondern auch zu erlernen, wie diese im designpädagogischen Kontext reflektiert und kommuniziert werden können. Im Einzelnen bedeutet das für die Studierenden:

- Sie erwerben fundierte Kenntnisse in der Planung, Organisation und Durchführung eines Designprojekts.
- Sie vertiefen ihr Verständnis von Designprozessen und erlangen die Fähigkeit, verschiedene Designmethoden präzise zu benennen, anzuwenden und reflektiert zu vermitteln.
- Sie erweitern ihr Methodenrepertoire für Analysen, Designpädagogik, Konzepterstellungen, Berichterstellungen, Visualisierungen und Präsentationen.
- Sie schärfen ihre gestalterischen Kompetenzen.

→ Sie steigern ihr wissenschaftliches und fachdidaktisches Ausdrucksvermögen.

→ Sie vertiefen ihr designtheoretisches Wissen und können dieses praxisnah anwenden.

→ Sie lernen, ihre Ideen, Konzepte und Entscheidungen im Team effektiv zu kommunizieren und die Perspektiven und Interessen anderer Beteiligter kritisch zu reflektieren und einzubeziehen.

„VON AUFWÄRMÜBUNGEN, ÜBER KREATIVMETHODEN BIS HIN ZU ANALYSE-TECHNIKEN. EINEN TEIL DES GELERTEN KONNTE ICH SOGAR BEREITS IN MEINEM STUDIUM ANWENDEN. ICH BIN MIR SICHER, DASS ICH DAS METHODENWISSEN IN MEINER BERUFLICHEN LAUFBAHN EINSETZEN KANN.“

Franziska Bade



Abbildung: Das Miroboard zeigt einen Teil der digitalen Zusammenarbeit.
 Quelle: Screenshot des Miroboards vom 16.08.2024 (Inhalt erstellt von den Seminarteilnehmerinnen, 2023/2024; <https://miro.com/app/board/uXjVMtZKzul-/>)

~ AUFBAU, WERKZEUGE & ORGANISATION ~

Aufgrund der besonderen Zielsetzung des Projekts fanden die Seminare „dpb012“ und „dpb013“ in einem hybriden Format statt, das sowohl Webmeetings als auch Präsenztreffen an der Universität umfasste. Zu Beginn und zum Ende der Seminarreihe wurden zusätzlich mehrtägige Blockveranstaltungen durchgeführt. Diese ermöglichten beispielsweise einen schnellen und tiefgreifenden Einstieg in das umfassende Thema sowie regelmäßige Konsultationen, sowohl im Vier-Augen-Gespräch als auch im gesamten Team. Darüber hinaus gab es Zwischen- und Abschlusspräsentationen mit Gastkritiker*innen als Teil des Leistungsnachweises.

Die teilnehmenden Studierenden arbeiteten in diesem Projekt abwechselnd im Team und allein, wobei der finale Beitrag zum Konzept weitestgehend individuell und selbstgesteuert erfolgte. Grundlegende Inhalte wurden gemeinsam in themenbezogenen Lehrveranstaltungen erarbeitet, unter anderem mithilfe digitaler Tools. Für den Kurs wurde außerdem ein Semesterapparat eingerichtet. Online-Tools, die zur Zusammenarbeit und Kooperation genutzt wurden, waren unter anderem *Miro*, *Big Blue*

Button, *Stud.IP* und *Padlet*. Für die Theorie wurde ein Skript als Webseite auf *Adobe Spark* angelegt.

Die technischen Voraussetzungen für die Teilnahme am Projekt umfassten stabiles Internet, eine Webcam sowie ein Computermikrofon oder alternativ eine stabile Telefonverbindung für die Audiozuschaltung. Außerdem benötigten die Studierenden eine Digitalkamera oder ein Handy mit guter Fotoauflösung, um ihre Arbeiten dokumentieren zu können.

Die Studierenden konnten die Software und Medien zur Erstellung des Projektberichts (Prüfungsleistung) frei wählen. Es wurde jedoch die Beherrschung gängiger Programme wie der *Adobe Creative Suite* oder der *Affinity-Software* vorausgesetzt. Das Erlernen dieser Programme ist Bestandteil des „Medienscheins“, den die Studierenden im dritten Semester erwerben. Dieser Schein ist wiederum Zugangsvoraussetzung für die Projekte in den höheren Semestern. Die Software ist auf den Rechnern des Studienfachs installiert und kann dort während der regulären Öffnungszeiten genutzt werden.



Abbildung: Von l. nach re.: Elen Lübke, Magdalena Hellbrügge, Leonie Többen, Sabrina Lohrey
Quelle: Rhona Merschendorf (2024)

~ TEILNEHMERINNEN ~

Die studentischen Teilnehmerinnen des Projektes waren:

- Franziska Bade (WiSe23/24; SoSe24)
- Magdalena Hellbrügge (WiSe23/24)
- Sabrina Lohrey (WiSe23/24; SoSe24)
- Ellen Lübke (WiSe23/24; SoSe24)
- Rhona Merschendorf (WiSe23/24; SoSe24)
 - Nora Ovelgönne (WiSe23/24),
 - Annabella Sartison (WiSe23/24)
 - Leonie Többen (Tutorin, SoSe24)



Abbildung: Von l. nach re.: Franziska Bade, Elen Lübke, Rhona Merschendorf, Nora Ovelgönne
Quelle: Caroline Düsterhöft (2024)



Abbildung: Die gemeinsam definierten Ziele der TATÜ 2024, entstanden während des Auftaktseminars.
Quelle: Caroline Dusterhöft (2023)

KICKOFF

In der Kickoff-Veranstaltung Anfang Oktober 2023 traf sich das Projektteam zum ersten Mal, um ein Brainstorming zum Thema „Ausstellungsplanung und -gestaltung“ durchzuführen. Ziel war es, den Kenntnisstand der Teilnehmenden zu ermitteln und bestehende Wissenslücken zu identifizieren, die in den kommenden Wochen durch geeignete Formate und Inhalte geschlossen werden mussten. Anschließend wurden die Projektziele gemeinsam definiert und die einzelnen Projektschritte festgelegt. Zudem war es wichtig, die anderen Anwesenden näher kennenzulernen.



Abbildung: Miroboard während des Teambuildings
Quelle: Screenshot des Miroboards vom 16.08.2024 (Inhalt erstellt von den Seminarteilnehmerinnen 2023; <https://miro.com/app/board/uXjVMtZKzul=>)

DER DESIGNPROZESS

Der Designprozess beschreibt die Schritte, die Designer*innen beispielsweise beim Lösen eines Problems, beim Entwickeln einer Innovation oder beim Antizipieren zukünftiger Szenarien durchlaufen (auch „Design Futuring“ genannt). Je nach Art des zu gestaltenden Objekts oder der zu lösenden Aufgabe kann der Prozess unterschiedliche Phasen enthalten, denen wiederum verschiedene Methoden zugeordnet sind. Oft ähneln sich jedoch die Prozessschritte verschiedener Modelle. Ein Design-Prozessmodell soll theoretisch darstellen, wie der Designprozess in der Realität abläuft. Daher gibt es zahlreiche unterschiedliche Modelle und Darstellungen des Designprozesses. Keines davon ist grundsätzlich richtig oder falsch, sondern allenfalls besser oder schlechter geeignet für das jeweilige Vorhaben. Das theoretische Wissen über den Prozess kann dabei helfen, wenn man beim Gestalten „feststeckt“, und unterstützt insbesondere in transdisziplinären Teams die Kommunikation über die getätigten Schritte und die gemeinsamen Ziele.

Um den Designprozess wirklich zu verstehen, ist es jedoch entscheidend, ihn selbst zu durchlaufen. Daher haben die Studierenden nicht nur die Tage der offenen Tür konzipiert und gestaltet, sondern gleichzeitig auch das Design-Prozessmodell des Design Thinkings durchlaufen. Dieses weit verbreitete und nutzerorientierte Modell hat dabei geholfen, die Tage der offenen Tür optimal für unser Studienfach und die Besucher*innen zu planen. Im Folgenden werden die bewältigten Phasen und angewendeten Methoden genauer vorgestellt.

„DESIGN THINKING GEHÖRT ZU DEN ERFAHRUNGEN, DIE TIEF INS EIGENE LEBEN EINDRINGEN. MITLERWEILE ERKENNE ICH ÜBERALL DESIGN-AUFGABEN UND ANREGUNGEN.“

Claudia Kotchka

DAS PROZESSMODELL DES DESIGN THINKINGS



VERSTEHEN

PHASE 1

Warum machen wir das?

Schnell „up-to-speed“ sein/ Mitreden können/ Fachjargon verstehen/ Fragestellungen hinterfragen/ Status Quo: Was ist schon da?

Wie machen wir das?/ Wo nachforschen?

Literaturrecherche/ Internet/ Zeitungen/ Trend- und Marktanalyse/ Einholen von Expert*innenmeinungen (Telefon)/ Forschersonne/ STEEP/ Expert*innenvorträge/ Exkursion ins Museum am Schölerberg/ Augen auf: Immer und überall/ Analogie-Szenarien (Ausprobieren oder Selbstversuche)



BEOBACHTEN

PHASE 2

Warum machen wir das?

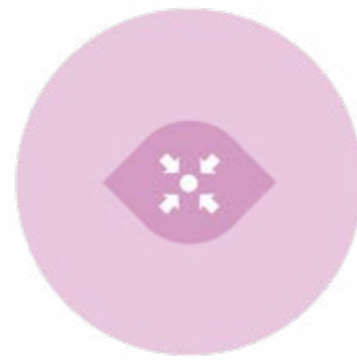
Hineinversetzen können in die Menschen (Nutzer*innengruppe)/ Herstellen einer empathische Verbindung zu ihnen/ Suchen nach Insights und Workarounds/ Erkennen, was sich hinter dem Gesagten versteckt

Wie machen wir das?

Qualitative Beobachtung/ Interviews mit ausgewählten Personen/ Fragen & Zuhören/ Dokumentieren

Wen fragen & beobachten wir?

Stakeholder (Projektbeteiligte, Interessengruppen - z. B. potentielle Besucher*innen)/ Extreme User*innen/ Expert*innen (z.B. (Design-)pädagog*innen)/ Unbeteiligte/ „Überblickler*innen“/ Mitarbeiter*innen der Designpädagogik



SYNTHESE

PHASE 3

Warum machen wir das?

Erkennen von Mustern/ Wichtiges in Beziehung setzen/ Potenziale formulieren und finden können

Wie machen wir das?

Vergleichen/ Hinterfragen/ Abstrahieren/ Sortieren/ Perspektiven einnehmen/ Frameworks (Persona, Journey, Mengendiagramm, 2x2 Matrix, usw.)



IDEEN

PHASE 4

Warum machen wir das?

Nur wenn das zugrunde liegende Problem und die Bedürfnisse der Menschen klar verstanden wurden, kommen die wirkungsvollsten Lösungen zustande - und dann oft wie von selbst. Deswegen gibt es Design Thinking und nicht nur Brainstorming: weil die Kreativität hier von vornherein in die richtigen Bahnen gelenkt werden soll.

Wie machen wir das?

Keine Wertungen. Es gibt keine schlechten Ideen/ Wilde Ideen/ Auf anderen Ideen aufbauen/ Beim Thema bleiben/ Denken Sie visuell und zeichnen Sie. Ein Bild sagt meist mehr und inspiriert besser als Worte/ Quantität statt Qualität. Jetzt zählt die Menge. Aussortiert wird später.



PROTOTYPING

PHASE 5

Warum machen wir das?

Geld und Zeit sparen/ Das eigentliche Problem (und die Nutzer) besser verstehen/ Schnelles Feedback erhalten/ Idee und Produkte schnell verbessern

Wie machen wir das?

Einige Ideen, wie Sie schnell einen guten Prototyp erstellen können: Skizzen und Zeichnungen/ Mind Maps/ Interfaces aus Karton oder Papier / Storyboards/ Lego, Knetmasse, Playmais/ Rollenspiele/ Mock-Ups



TEST

PHASE 6

Warum machen wir das?

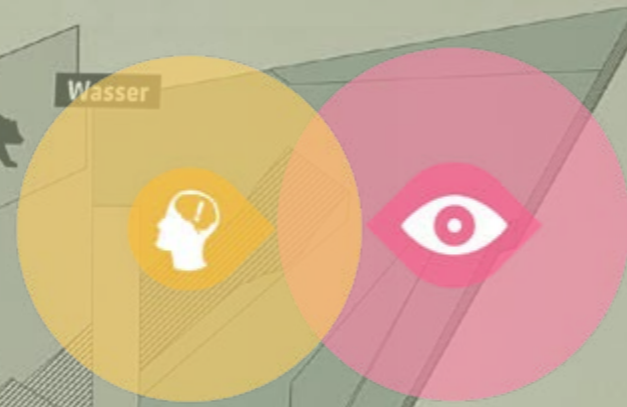
Sehen, wie unsere Ideen ankommen/ Ideen verbessern/ Hindernisse bereits vor einer möglichen „Markteinführung“ erkennen

Wie machen wir das?

Präsentieren und Feedback sammeln/ Beobachten: das Produkt steht für sich allein und der Nutzer interagiert damit/ A/B-Tests: Wenn es zwei mögliche Varianten des Prototypen gibt: Beide einzeln testen und das Feedback vergleichen, um eine Entscheidung zu treffen/ Laut denken - Nutzer*innen verwenden den Prototypen und äußern dabei Gedanken und Assoziationen.

Abbildungen: Die 6 Phasen des Design Thinking
Quelle: Lorne DT; gestaltet von Alomo, Jacques (2013)

VERSTEHEN & BEOBACHTEN



EXKURSION IN DAS NATURKUNDEMUSEUM IN OSNABRÜCK

DAS MUSEUM AM SCHÖLERBERG WURDE ÜBER 3 JAHRE HINWEG KOMPLETT NEU KONZIPIERT UND GESTALTET. GRUND GENUG, UNS VON ANDREA HEIN, LEITERIN DES UMWELTBILDUNGSZENTRUMS, VOR ORT DEN PROZESS UND DAS ERGEBNIS NÄHER BRINGEN ZU LASSEN.

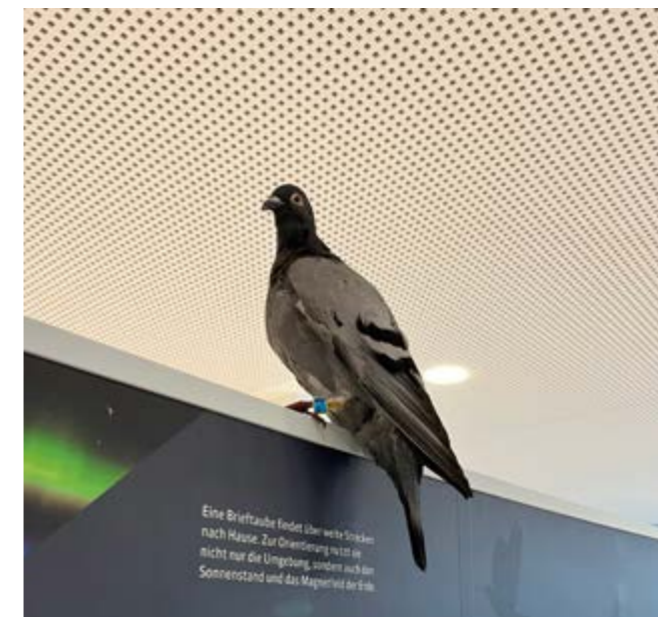
Abbildung: Pläne der Besuchernavigation im Museum am Schölerberg
Quelle: Caroline Düsterhöft (2023)



Viele der gesammelten Stichworte aus dem Brainstorming wurden auch bei der Exkursion im Museum am Schölerberg thematisiert. Die Führung ermöglichte es uns Studierenden, erste Verbindungen zwischen Theorie und Praxis herzustellen. Zudem erhielten wir einen Einblick hinter die Kulissen: Was ist das

Konzept des Museums am Schölerberg? Mit welchen Mitteln erfolgte die Planung? Wie wurde das Konzept umgesetzt und realisiert? Was sind die Stärken und Schwächen der Ausstellung? Diese und viele weitere Fragen wurden uns bei unserer Exkursion beantwortet.

TEXT: ELLEN LÜBKE



Abbildungen: Besuch im Museum am Schölerberg
Quelle: Düsterhöft, Caroline (2023)

KURZREFERATE

In den folgenden zwei Wochen erarbeiteten die Studentinnen Kurzreferate zu verschiedenen Schwerpunkten rund um das Thema und stellten die Inhalte in Präsentationen vor. Außerdem fassten sie die vorgestellten Inhalte in Skripten zusammen. Die Dozierer-

de begleitete den Prozess mit Vorträgen im Bereich „Projektmanagement“ und „Richtig Präsentieren“. Hier ist eine kleine Auswahl der Startfolien und auf der rechten Seite eine der verschriftlichten Zusammenfassungen:

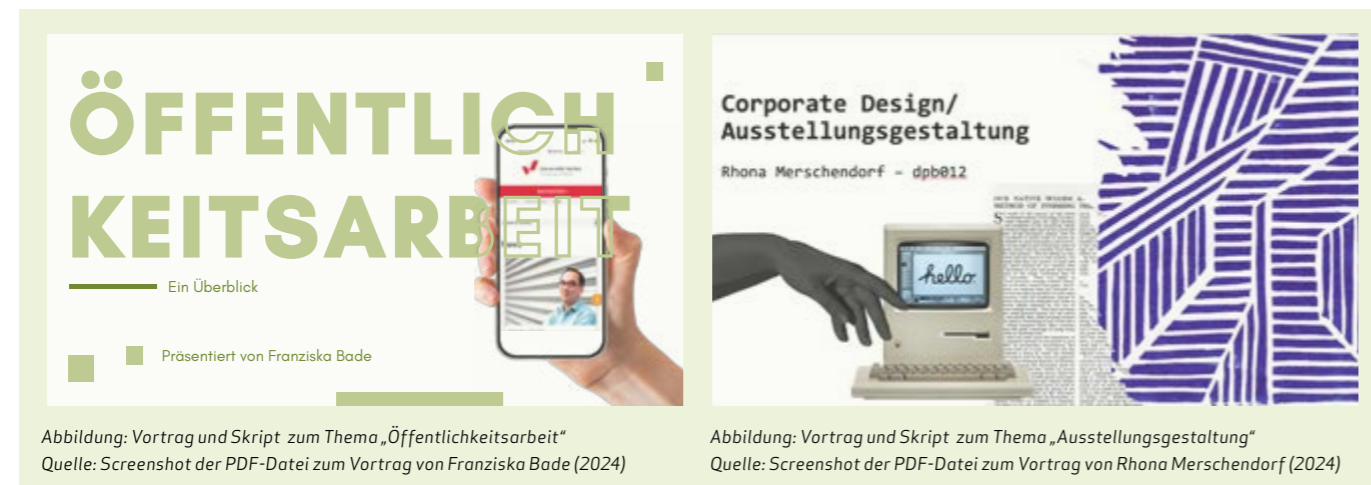


Abbildung: Vortrag und Skript zum Thema „Öffentlichkeitsarbeit“
Quelle: Screenshot der PDF-Datei zum Vortrag von Franziska Bade (2024)

Abbildung: Vortrag und Skript zum Thema „Ausstellungsgestaltung“
Quelle: Screenshot der PDF-Datei zum Vortrag von Rhona Merschendorf (2024)

SELF IMMERSION

Eine weitere Methode, die in der Phase des Beobachtens zum Einsatz kam, ist die Self Immersion (lat. *immersio* für „ein-, untertauchen“). Eine Self Immersion dient dazu, eine neue Perspektive auf ein vermeintlich altbekanntes Thema zu erlangen, indem man nicht nur beobachtet, sondern selbst ausprobiert und erlebt. Im Rahmen des Projekts erkundeten wir beispielsweise intensiv das Gebäude und dokumentierten alle Aspekte, die wir für die Ausstellung als wichtig erachteten (Stichwort: Ressourcen nutzen), aber auch jene, die uns aus anderen Gründen ins Auge fielen. Die Ergebnisse der Self Immersion wurden anschließend gemeinsam festgehalten und auf den Gebäudeplänen verortet.

TEXT: ELLEN LÜBKE



Abbildung: Post-It-Sammlung mit gesammelten Erfahrungen und Infos aus der Immersionsphase
Quelle: Caroline Dusterhöft (2023)

AUSSTELLUNGSPLANUNG & -KONZEPT

Für die Entwicklung einer gut ausgearbeiteten Ausstellung benötigt man ein sogenanntes Ausstellungskonzept. Dieses bildet die Grundlage für das gesamte Ausstellungsvorhaben und besteht aus strukturierten Arbeitsschritten. Es bietet einen Überblick über Inhalte und Vermittlungsziele und unterstützt bei späteren Prozessen (vgl. Museumsverband Hessen 2013: S. 1). Das Konzept und die gesamte Ausstellungsplanung basieren auf dem „Was“, das ausgestellt werden soll, und entwickeln daraus das „Wie“ (vgl. Bertron, Schwarz 2012: S. 7). In der Literatur existieren bereits mehrere Leitfäden für Ausstellungskonzepte. Im Folgenden werden zwei dieser Leitfäden kombiniert, um einen neuen Leitfaden für die Ausstellung im Studienfach Designpädagogik zu erstellen. Ziel ist es, dass sich beide Leitfäden stimmig ergänzen und ein mögliches Vorgehen für das Projekt „TATÜ 2024“ ergeben.

Das entstehende Konzept basiert auf dem Leitfaden des Museumsverbandes Hessen (2013) und dem von Bruniecki (o. J.). Vor Beginn der Ausstellungskonzeption schlägt der Museumsverband Hessen die Beantwortung folgender Fragen vor:

- An wen wendet sich die Ausstellung?
- Was soll gezeigt werden?
- Welche Kernaussagen sollen vermittelt werden?
- Warum entsteht die Ausstellung?
- Welche Ziele hat sie? (Museumsverband Hessen 2013: S.1)

Im Anschluss kann mit der Planung begonnen werden. An diesem Punkt sollten eine „Bestandsaufnahme und die Ermittlung des Ist-Zustandes“ durchgeführt werden, bei denen beispielsweise die vorhandenen Ressourcen gesichtet und Recherchen zu ähnlichen Ausstellungen durchgeführt werden (vgl. ebd.). Zudem

sollten Arbeitsgruppen zugewiesen werden, die sich mit bestimmten Bereichen der Ausstellungsplanung beschäftigen (vgl. Bruniecki o.J.: S. 8). Auf Basis der ersten Ergebnisse kann dann ein Zeitplan erstellt werden, in dem beispielsweise Termine für den Austausch und Etappen festgelegt werden (vgl. ebd.: S. 8). Um die Arbeit in den Arbeitsgruppen kommunizieren zu können, sollten die Ergebnisse dokumentiert und für alle Beteiligten, die die Ausstellung mitplanen, zugänglich gemacht werden. Nachdem die Recherche in den einzelnen Gruppen abgeschlossen ist, werden die Ergebnisse zusammengetragen und von der Gesamtgruppe ein Ausstellungs-Drehbuch erarbeitet (vgl. ebd.: S. 11). Vorher bietet es sich an, Hauptexponate begründet herauszuarbeiten und die Ausstellung thematisch um sie herum zu planen (vgl. Museumsverband Hessen 2013: S. 2). In einem „Grobkonzept“ wird über die möglichen Exponate und deren Präsentationsform nachgedacht und später in einem „Feinkonzept“ konkretisiert (vgl. ebd.: S. 2f). Für die tatsächliche Umsetzung der Planung müssen die benötigten Räumlichkeiten hergerichtet werden. Deshalb sollte zuvor ein Grundrissplan erstellt werden (vgl. Bruniecki o.J.: S. 12). Neben der Planung der Platzierung muss auch ein System für die Ausstellungstexte entwickelt werden (vgl. ebd.: S. 13). Falls ein Budget vorhanden ist, muss bei der Planung das Ausmaß der Auslagerung von Aufgaben und der Kosten beachtet werden (vgl. Museumsverband Hessen 2013: S. 3). Sobald alle Elemente der Ausstellung beisammen sind, kann mit dem Aufbau begonnen werden. Vorab sollten die Zuständigkeiten für die einzelnen Bereiche des Aufbaus, der Aufsicht und des Abbaus festgelegt werden. Falls gewünscht, können vor der Eröffnung Gäste eingeladen und weitere Attraktionen wie Führungen oder Essensstände geplant werden (vgl. ebd.: S. 14).

TEXT: ANNABELLA SARTISON

Quellenverzeichnis:

Bertron, Aurelia; Frey, Claudia; Schwarz, Ulrich (Hrsg.) (2012): *Projektfeld Ausstellung. Eine Typologie für Ausstellungsgestalter*, Architekten und Museologen, Birkhäuser, Basel.

Bruniecki, Judith (o.J.): *Mit Schülern eine Ausstellung gestalten - Ein Leitfaden für Lehrerinnen und Lehrer*, Internetdokument, https://www.hdbg.de/basis/fileadmin/user_upload/PDF/Themen/HdBG-und-Schule/Schulprojekte/Leitfaden-Schueler-Ausstellung.pdf, letzter Aufruf: 22.10.2023.

Museumsverband Hessen (2013): *Grundlagen der Ausstellungskonzeption*, https://museumsverband-hessen.de/wp-content/uploads/2023/10/mvh_Handreichung_Konzepterstellung_Ausstellen.pdf, letzter Aufruf: 21.02.2024.



INTERVIEWS

In der Phase des Beobachtens stehen die Bedürfnisse, Erwartungen und Emotionen der User*innen im Vordergrund. Ziel ist es unter anderem, Empathie für die zukünftigen Besucher*innen aufzubauen und möglichst viele Erkenntnisse über sie zu gewinnen. Dazu werden zu Beginn die Nutzer*innengruppen definiert, die im Anschluss von uns Studierenden in Form von Interviews befragt werden. Die Erkenntnisse dieser Befragung können genutzt werden, um die Ausstellung an die Interessen und Bedürfnisse der Zielgruppen anzupassen. Einige Nutzer*innengruppen könnten beispielsweise Stakeholder (Projektbeteiligte, Interessengruppen – z. B. potentielle Besucher*innen), externe User*innen (Nutzer*innen, die dem Thema gegenüber extrem zu- oder abgeneigt sind, die dieses sehr gut oder überhaupt nicht kennen/nutzen), Expert*innen (z. B. (Design-)Pädagog*innen),

Unbeteiligte, „Überblicker*innen“ oder Mitarbeiter*innen der Designpädagogik sein. Auf dem vorangegangenen Bild sind die potentiellen Zielgruppen der Ausstellung und des Rahmenprogrammes zu sehen, auf die wir uns spezialisieren wollten.

Für die anschließende Befragung teilten wir uns in kleinere Gruppen auf, die sich jeweils auf verschiedene Nutzer*innengruppen konzentrierten. Unsere Gruppe fokussierte sich auf Dozent*innen, fachfremde Studierende und Studierende der Designpädagogik. Die Durchführung der Interviews gliederte sich in sechs Schritte:

1) Research-Ziel definieren: Welche Person(en) möchte ich interviewen? Was möchte ich von dieser Person wissen und mit welchem Ziel? In unserem Fall ging es beispielsweise darum herauszufinden, was Designpädagogik für unterschiedliche

Personen bedeutet, wie man am besten für die Veranstaltung wirbt, welche Kanäle genutzt werden können, welche Inhalte und Projekte des Studiengangs ausgestellt werden sollen und wie, sowie welche vorhandenen Ressourcen genutzt werden können.

2) Fragen für die Interviews erarbeiten: Um Dopplungen zu vermeiden, wurden die Fragen gruppenübergreifend formuliert. **Einige Fragen an die Dozent*innen der Designpädagogik lauteten:** Wie sieht für Sie ein erfolgreicher Gestaltungsprozess aus? Worauf muss besonders geachtet werden, wenn eine Ausstellung konzipiert wird? Wie kann Einzigartigkeit geschaffen werden?

Die Fragen für fachfremde Studierende waren unter anderem: Was denkst du, ist Designpädagogik? Was verbindest du

mit Design? Hast du Interesse an einer Ausstellung in Designpädagogik? Was empfindest du als ästhetisch? **Dem Fachrat Designpädagogik stellten wir folgende Fragen:** Wie stellst du dir eine Ausstellung im Fach Designpädagogik vor? Kann man die Ausstellung zeitgleich mit einer Veranstaltung legen? Was hat den Besucher*innen an bisherigen Ausstellungen gut gefallen? **Die Marketingabteilung wurde mit folgenden Fragen betraut:** Welche Mittel gibt es, eine Ausstellung zu bewerben? Wie wird bisher für das Fach Designpädagogik Werbung gemacht?

Die Fragen für die Studierenden der Designpädagogik lauteten: Über welche Kanäle wirst du am liebsten informiert? Welche sind am sinnvollsten? Was hat dir an den bisherigen Werkschauen gefallen?

3) Geeignete Personen suchen und kontaktieren: Im dritten Schritt suchten und kontaktierten wir geeignete Personen für die Befragung.

4) Interviews durchführen und dokumentieren: Diese Maßnahmen scheinen selbsterklärend zu sein, müssen aber ebenfalls genau geplant sein, z. B. um den

Gesprächsfluss mit den Interviewpartner*innen nicht zu stören.

5) Auswertung und Aufarbeitung: Im fünften Schritt fand die Auswertung, Gliederung und Strukturierung der Antworten sowie die grafische Aufarbeitung statt.

6) Danksagung und Ergebnispräsentation: Zuletzt erfolgte eine Danksagung bei den befragten Personen. Außerdem wurden den anderen Projektteilnehmer*innen die wesentlichen Ergebnisse und Aha-Momente vorgestellt.

TEXT: ELLEN LÜBKE



Abbildungen: Notizen und erste Entwürfe zu den geplanten Interviews
Quelle: Screenshot des Miroboards vom 16.08.2024 (Inhalte erstellt von Ellen Lübke, Rhona Merschendorf, Nora Ovelgönne, Annabella Sartison, 2023; https://miro.com/app/board/uXjVMtZKzul=)



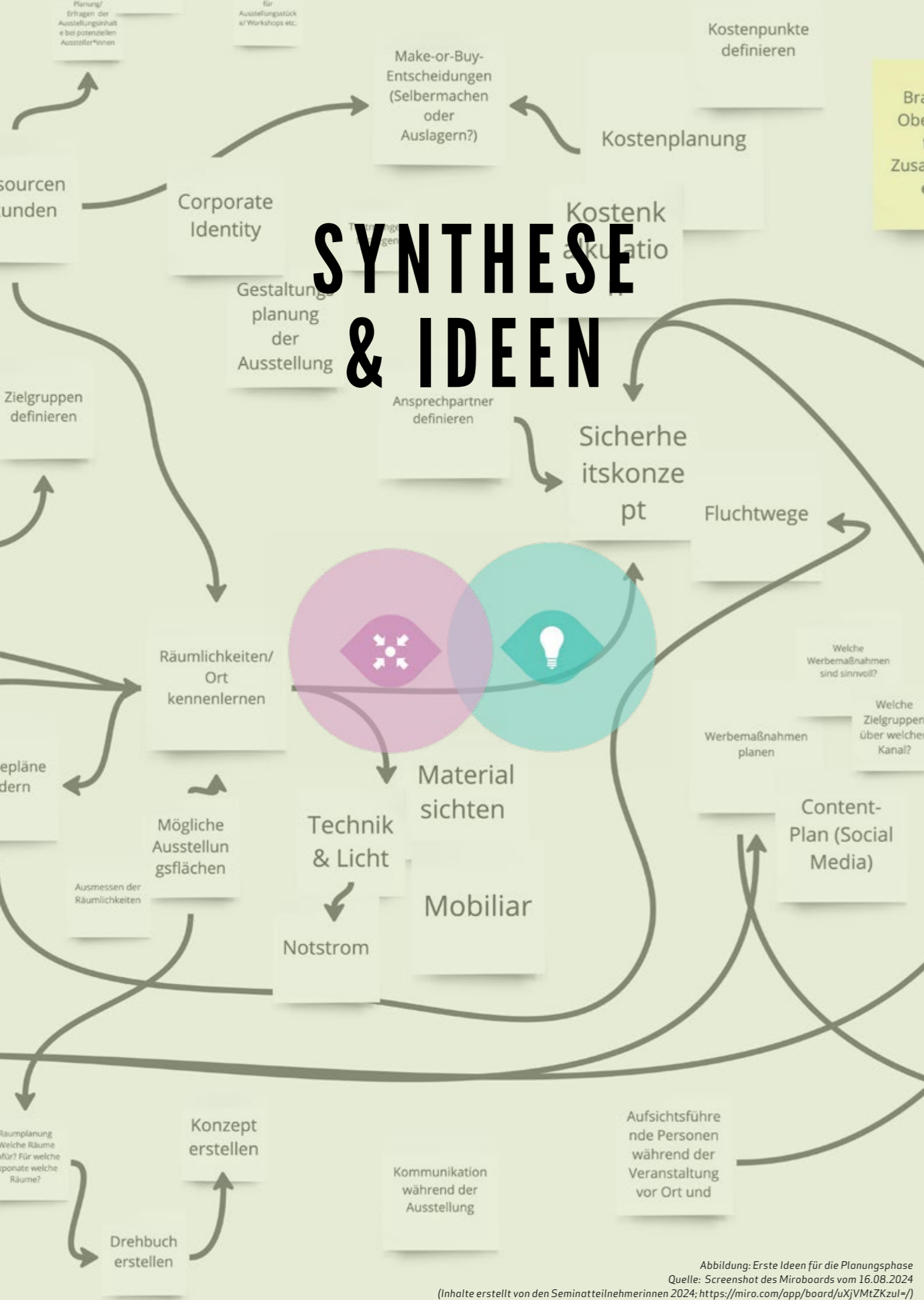


Abbildung: Erste Ideen für die Planungsphase
 Quelle: Screenshot des Miroboards vom 16.08.2024
 (Inhalte erstellt von den Seminarteilnehmerinnen 2024; <https://miro.com/app/board/uXjVMtZKzul=/>)

Die dritte und vierte Phase unseres Arbeitsprozesses tragen die Titel „Synthese“ und „Ideen“. Zunächst werden dabei die wichtigsten Erkenntnisse aus den ersten beiden Phasen zusammengeführt, das heißt synthetisiert. Zum Beispiel werden Sichtweisen aus der Perspektive verschiedener Besucher*innen und Nutzer*innen definiert und ausgewählt. In der Synthese-Phase haben wir bewusst auch einen emotionalen Standpunkt eingenommen. Dies konnte helfen, unsere intrinsische Motivation anzusprechen und so die richtigen Voraussetzungen zu schaffen, um positive und nachhaltige Ideen entwickeln zu können.

Das Leitbild unserer darauffolgenden Ideengenerierung war in diesem Prozess „Quantität vor Qualität“. Vieles, was bisher theoretisch und vage war, wurde nun konkreter und greifbarer. Erst danach wurden die Ideen gruppiert, geordnet und nach verschiedenen Kriterien bewertet. Diese letzte Handlung,

die viele Designer*innen vornehmen, ohne sie explizit zu benennen, ist die „Ideen-Synthese“. Denn manchmal sind viele Ideen so interessant, dass man sie alle gern umsetzen würde. Durch z.B. kleine Abänderungen oder das Verschmelzen mehrere Ideen zu einer, können so umsetzbare Ideen „wilder“ und „wilde“ Ideen umsetzbarer werden. Zur gleichen Zeit galt es aber auch die Ideen auf ihre zukünftige Relevanz hin zu reflektieren, um ihr Potenzial und ihre Wirkung einzuschätzen und weiterentwickeln zu können.

„BESONDERS GUT HAT MIR GEFALLEN, DASS WIR DIE MÖGLICHKEIT HATTEN, IN EINEM KREATIVEN UND OFFENEN UMFELD ZU ARBEITEN, IN DEM JEDE IDEE UND LEISTUNG WERTGESCHÄTZT WURDE.“

Sabrina Lohrey

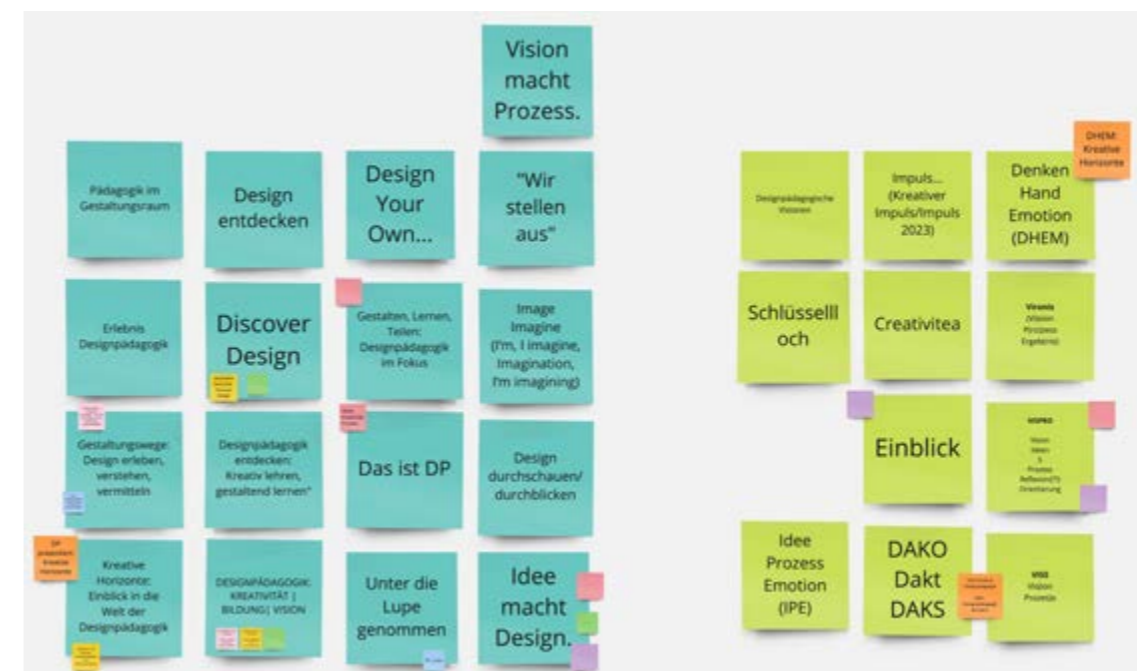


Abbildung: Erste Ideen für Titel und Slogan der Veranstaltung
 Quelle: Screenshot des Miroboards vom 16.08.2024
 (Inhalte erstellt von den Seminarteilnehmerinnen 2024; <https://miro.com/app/board/uXjVMtZKzul=/>)

METHODEN DER SYNTHESE- & IDEEN-PHASE

FRAMEWORKS

Die Erkenntnisse der vorangegangenen Prozessschritte bewegen sich in einem sehr agilen und komplexen System aus verschiedenen Aspekten. Dieses System lässt sich am besten in einem Diagramm (= Framework) abbilden. Diagramme sind dabei immer nur Modelle der Realität und repräsentieren dementsprechend nur einen vereinfachten Blick auf die tatsächlichen Gegebenheiten. Dennoch helfen sie, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren.

Persona:

Der Kern der Synthese besteht darin, die wichtigsten Erkenntnisse der vorangegangenen Prozessschritte in sogenannten Frameworks zu visualisieren und sich dabei auf das Wesentliche zu konzentrieren.



Abbildungen: Verschiedene Persona als Syntheseergebnis der Interviews
Quellen von links nach rechts: 1) Ellen Lübke, Rhona Merschendorf (2023); 2) Annabella Sartison (2023); 3) Franziska Bade (2023)

User*innen Journey:

... beschreibt den Weg, den eine Person verfolgt, wenn sie eine Dienst- oder Serviceleistung entdeckt, sich darüber informiert und in Erwägung zieht, diese in Anspruch zu nehmen. In unserem Fall haben wir aus Zeitgründen entschieden, für jede einzelne Arbeitsgruppe (AG) eine Journey Map für unsere To-dos zu erstellen (siehe rechts oben). Rechts sind die Aufgabenpakete und Meilensteine der AG-Öffentlichkeitsarbeit auf dem jeweiligen Zeitstrahl dargestellt.

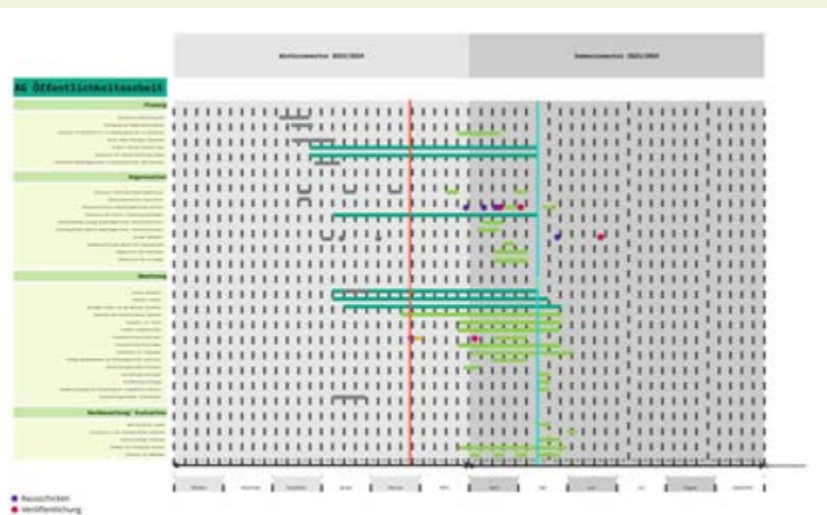


Abbildung: Planung und Steuerung der Aufgabenpaket der AG Öffentlichkeitsarbeit
Quelle: Franziska Bade (2024)

EINTEILUNG IN ARBEITSGRUPPEN

Die Synthese- und Ideenphase begann damit, dass die Studierenden sich im Austausch mit den anderen einer der drei Arbeitsgruppen (AGs) für die weitere Zusammenarbeit zuordneten. Dieser Schritt war essenziell, um ab diesem Punkt zielgerichteter und effektiver an der umfassenden Aufgaben- bzw. Problemstellung arbeiten zu können. Alle drei AGs mussten jedoch auch weiterhin eng zusammenarbeiten.

AG AUSSTELLUNGS- GESTALTUNG

Entwickelt ein Gestaltungskonzept für die Ausstellung. Dies umfasst die Ausstellung, die Besuchernavigation, aber auch die Werbematerialien dafür.

AG OBJEKTARBEIT

Entwirft das Ausstellungskonzept für die zu zeigenden Objekte und Projekte des Studienfaches. Plant aber auch das Rahmenprogramm und weitere Angebote im Rahmen der Veranstaltung.

AG ÖFFENTLICHKEITS- ARBEIT

Entscheidet über Fragen der Öffentlichkeitsarbeit ebenso wie über klassische Werbemaßnahmen und die Kanäle und Formate, die dafür genutzt werden.

REFORMULIEREN DER FRAGESTELLUNG

Bevor die einzelnen AGs in die Ideengenerierung starteten, formulierten und schärften sie noch einmal die Frage- bzw. Problemstellungen, die sie in ihrer jeweiligen Gruppe gemeinsam lösen wollten.

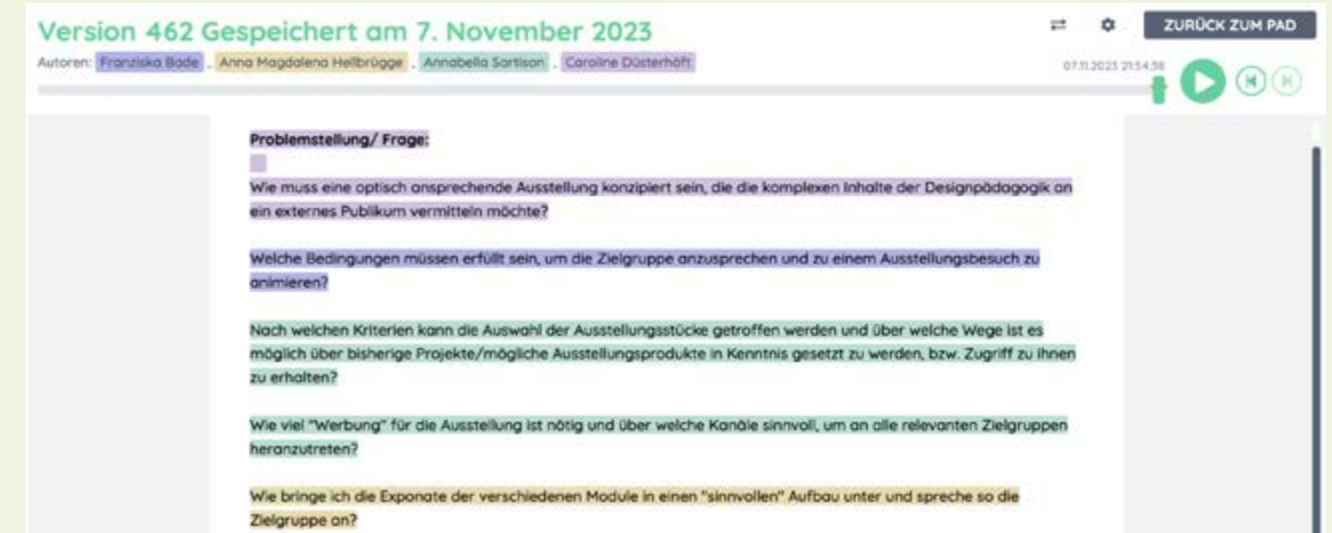
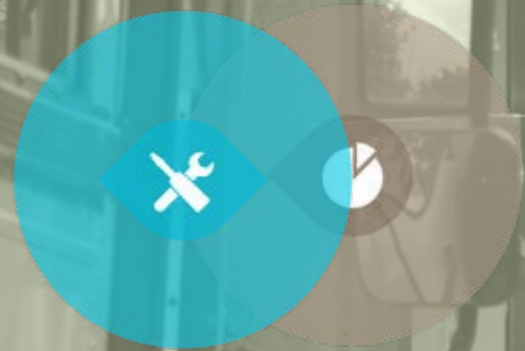


Abbildung: Momentaufnahme des Etherpads während der kollaborativen Reformulierung der Fragen- bzw. Problemstellungen. Etherpad ist ein webbasierter Texteditor auf dem mehrere Personen gleichzeitig ein Textdokument bearbeiten, wobei alle Änderungen sofort bei allen Teilnehmern sichtbar werden.
Quelle: Screenshot auf Stud-IP vom 12.04.2024 (Inhalte erstellt von den Seminarteilnehmerinnen, 2023; <https://studip.uni-vechta.de/plugins.php/etherpadplugin/?cid=89d2eec50fd072e1cbacc2b79f1cc21a>)

PROTOTYPEN & UMSETZUNG



Im Wintersemester 2023/24 lag der Fokus des Seminars darauf, tief in die Thematik einzutauchen und verschiedene Ideen sowie Szenarien für die Tage der offenen Tür zu entwickeln. Dieses Wissen konnten wir im folgenden Sommersemester endlich in die Konzeption und Umsetzung des Projekts einfließen lassen. Auch dieses Semester starteten wir mit einer Kickoff-Veranstaltung, um uns gemeinsam auf die intensive bevorstehende Zeit einzustimmen.

In den folgenden Wochen standen Organisation, Einteilung und Planung im Vordergrund. Jede Arbeitsgruppe erarbeitete ein Konzept für ihren Bereich, das verschiedene Arbeitsschritte und Aufgabenlisten umfasste. Mithilfe

dieser To-do-Listen, Ablaufpläne und diverser Online-Tools gelang es uns, den Überblick zu behalten und wichtige Aufgaben rechtzeitig zu priorisieren. Durch die ausformulierten Konzepte und Skizzen, einschließlich der Gebäudepläne und der Szenografie, wusste jede Person genau, wie ihr Raum gestaltet werden musste. Bei der Umsetzung dieser Konzepte und dem abschließenden Aufbau waren vor allem konsequente Absprachen entscheidend für effizientes Arbeiten. Zwischendurch stießen wir jedoch auch an unsere Grenzen und fragten uns, ob wir alles rechtzeitig schaffen würden. Doch wir bewiesen Durchhaltevermögen und zeigten, dass wir ein hochmotiviertes Ausstellungsteam waren,

das sich gegenseitig unterstützte und motivierte. Eine große Erleichterung war zudem die spontane Hilfe von Unterstützer*innen vor und während des Aufbaus sowie die Unterstützung und Kooperationsbereitschaft der Dozent*innen und Werkstatteleiter*innen des Studienfaches.

Rückblickend war der Prozess der Realisierung und Umsetzung zwar anstrengend, bereitete uns jedoch auch die meiste Freude. Es war faszinierend zu beobachten, wie sich das W+K-Gebäude innerhalb kurzer Zeit in einen einladenden, informativen und repräsentativen Ort für das Studienfach Designpädagogik verwandelte: stimmige Farben, eine angenehme Atmosphäre und spannende Objek-

te. Alle Sinne wurden angesprochen, und nahezu jeder Raum und jede Ecke des Gebäudes wurde sinnvoll genutzt.

Die hohe Besucherzahl spiegelte diesen Erfolg wider und zeigte uns, dass die umfangreichen Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit wichtig und richtig waren. Das Feedback der Besucher*innen während der Veranstaltung war durchweg positiv, insbesondere die Workshops erfreuten sich großer Beliebtheit. Den meisten Anklang fanden jedoch die sorgfältig geplanten Führungen, die nicht nur einen Blick hinter die Kulissen des Studiengangs boten, sondern auch zahlreiche Anekdoten und Fun Facts rund um das Gebäude bereithielten.

Das Highlight der TATÜ 2024 war das Fest am Mittwochabend mit Livemusik und Grillverpflegung. Unser besonderer Dank gilt den zahlreichen helfenden Händen und vor allem der studentischen Band „Cover:Lear“, die eine großartige Performance ablieferte. Das Gemeinschaftsgefühl unter den Designpädagogik-Studierenden wurde gestärkt, und es entstand ein reger Austausch zwischen den Dozierenden und Studierenden.

Die TATÜ 2024 waren eine rundum gelungene Veranstaltung, und wir hoffen, dass wir dazu beitragen konnten, zukünftig viele neue Kommiliton*innen im Studienfach Designpädagogik begrüßen zu dürfen. Für uns ist es

ein ganz besonderes Fach, in dem man zusammenwächst, sich stetig – nicht nur gestalterisch – weiterentwickelt und seine kreativen Ideen mithilfe wissenschaftlicher Methoden in die Tat umsetzt. Dass dabei immer auch die Rezipient*innen im Fokus stehen, konnte dieses Projekt besonders gut zeigen.

Die folgenden Seiten sollen noch einmal einen Einblick in die Abschlussphase des Projekts und in die Tage der offenen Tür selbst gewähren.

TEXT: ELLEN LÜBKE

AG AUSSTELLUNGSGESTALTUNG

Ein wesentlicher Bestandteil der TATÜ 2024 war die Entwicklung eines Corporate Designs. In diesem Zusammenhang setzte sich unsere Ausstellungsgestaltungs-AG mit folgender Forschungsfrage auseinander: „Wie lässt sich die Designpädagogik in Form von gestalterischen Mitteln repräsentieren?“ Im Fokus stand die Gestaltung eines Logos. Zu Beginn wurden zahlreiche Ideen zu möglichen Gestaltungselementen, Schriftarten und Farbwelten gesammelt. Am Ende entstand ein neues Signet und ein passendes Key Visual in Form einer Welle.



Grafiken: Plakate-, Banner- und Buttonentwürfe
Quelle: AG Ausstellungsdesign (2024)



Abbildung: Give-Aways während der Ausstellung
Quelle: Rhona Merschendorf (2024)

Die geschwungene Linie soll den iterativen Designprozess mit seinen verschiedenen Phasen symbolisieren. Die gesamte Identität des Designs steht dabei für Vielfalt, Prozessorientierung und Aufgeschlossenheit.



Abbildung: Präsentation der Arbeitsergebnisse während der Ausstellung
Quelle: Caroline Düsterhöft (2024)

AG ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Für die Arbeitsgruppe „Öffentlichkeitsarbeit“ stand die Erarbeitung eines Marketingkonzepts im Fokus. Neben der theoretischen Auseinandersetzung mit der Frage, wie wir die Zielgruppen der Ausstellung möglichst gut erreichen und zu einem Besuch der TATÜ 2024 aktivieren können, wurden die Maßnahmen des Konzepts geplant und teilweise bereits umgesetzt. Dabei entstanden erste Content-Entwürfe sowie ein entsprechender Content-Plan, Mailing-Listen, ein Artikel in der studentischen Zeitung „DattBlatt“ und Netzwerke, die uns bei der Verbreitung unserer Werbemaßnahmen unterstützen sollten.

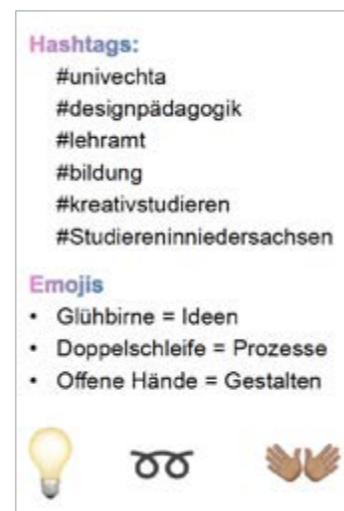
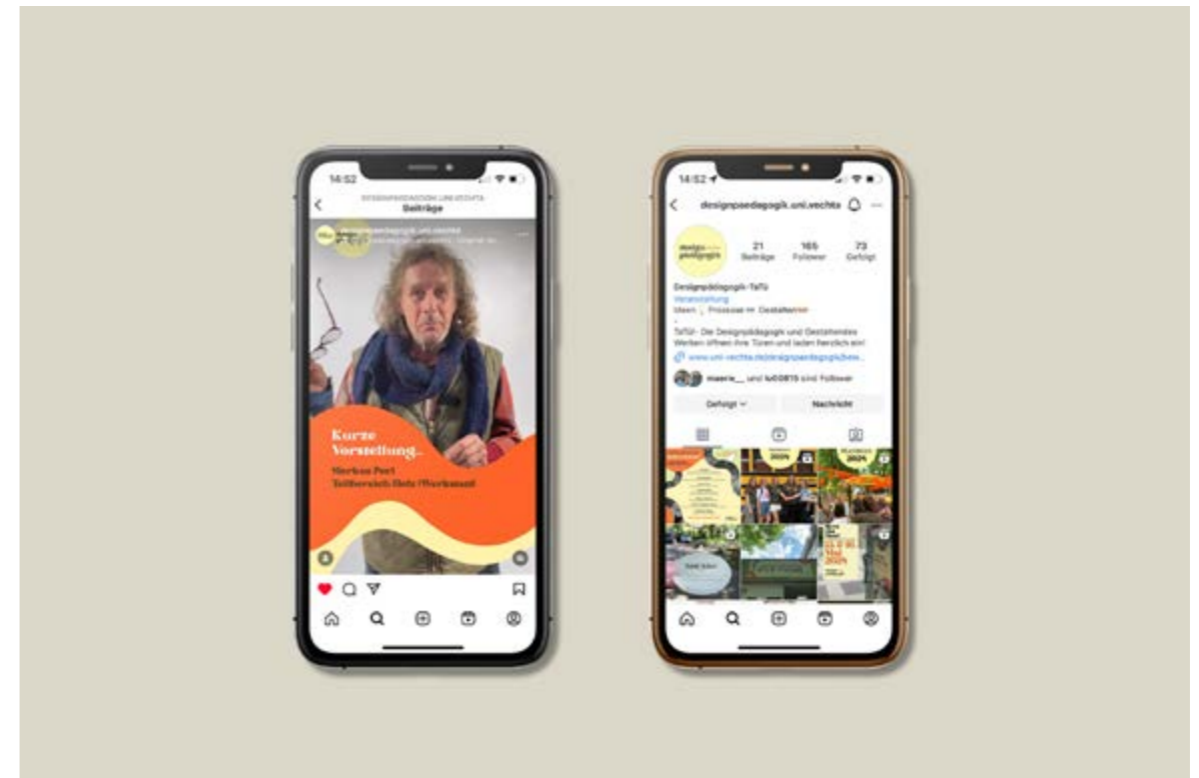
TEXT: FRANZISKA BADE

Tage der offenen Tür – Designpädagogik/ Gestaltendes Werken
(15.05 + 16.05.2024)

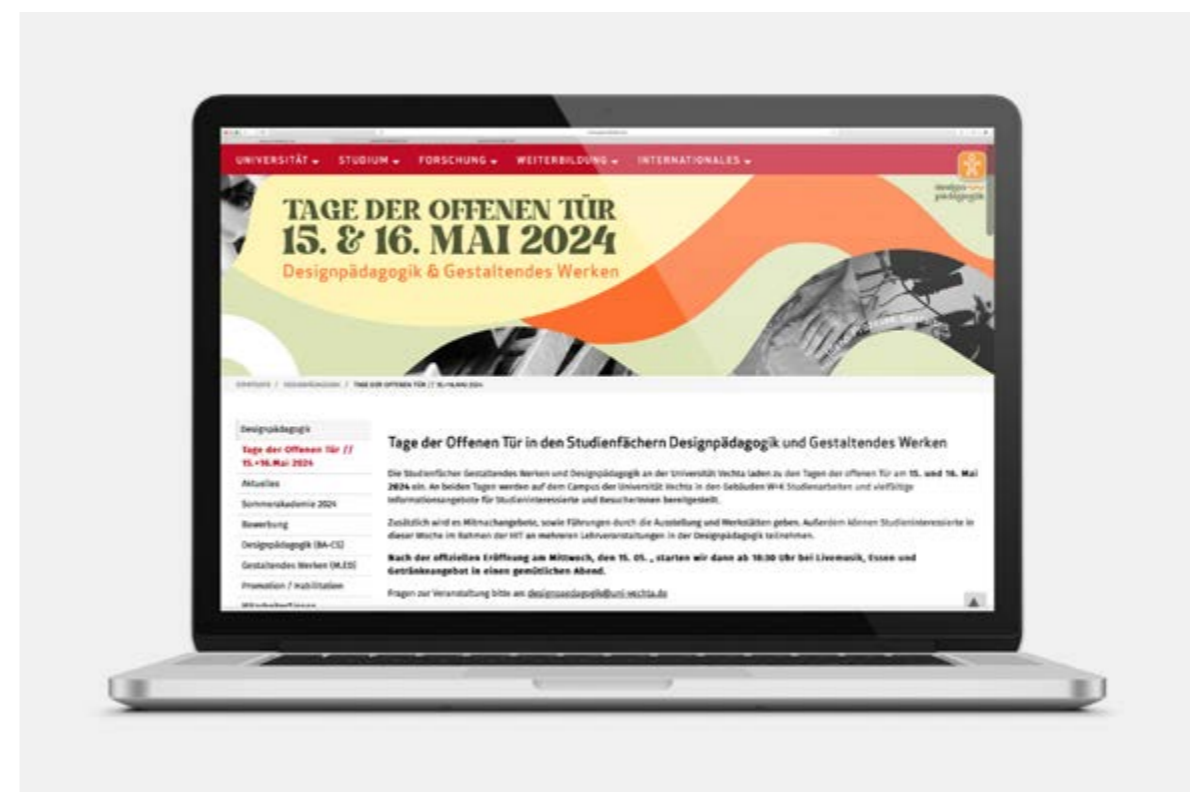
Link: Informationen zur Ausstellung:
<https://www.uni-vechta.de/designpaedagogik/bewerbung-1>

Contentplan (Facebook + Instagram (Verknüpfung))

Veröffentlichungstermine	Inhalt
11.04.2024	„Save the Date!“ - animiertes Kurzvideo mit ergänzendem Text als Untertitel
14.04.2024	Teaser – Fach Designpädagogik - Kurzvideo (Ausschnitte aus dem Studienfach Designpädagogik/ Gestaltendes Werken)
20.04.2024	Werbeitrag –Reminder „Kommt vorbei!“ - Video mit ergänzendem Text
28.04.2024	Informationen zum Ausstellungsprogramm - Bildbeitrag/ Karusel-Post
13.05. + 14.05.2024	Aufbau der Ausstellung (Story) Kurzvideo mit ersten Einblicken oder Collagen/ Fotos
15.05. + 16.05.2024	Ausstellung (Story) Kurzvideo
15.05.2024	Eröffnung (Story) Kurzvideo oder Collagen/ Fotos
15.05.2024	Eröffnung der Ausstellung + Grillabend (Instagram-Post) Kurzvideo
19.05.2024	„Danke“ – Post - Bildbeitrag mit ergänzendem Text
21.05.2024	Rückblick Ausstellung - Videobeitrag mit ergänzendem Text



Abbildungen dieser Seite: Diverse Veröffentlichungspläne für die Social Media-Kanäle
Quelle: AG Öffentlichkeitsarbeit (2024)



Abbildungen dieser Seite: Mock-Up für den Instagramkanal und die Webseite in Vorbereitung auf die TATÜ 2024
Quelle: AG Öffentlichkeitsarbeit, Caroline Düsterhöft (2024)

AG OBJEKTARBEIT

Ziel war es, eine Veranstaltung zu entwickeln, die unsere identifizierte Hauptzielgruppe, die Studieninteressierten sowie alle anderen Besucher*innen anspricht und ihnen die Fächer Designpädagogik und Gestaltendes Werken vorstellt. Dabei sollte Interesse an dem Studienfach und dessen Forschungsthemen geweckt werden.

Bei der Entwicklung der Ausstellung und der Workshop-Angebote galt es, die Möglichkeiten der Finanzierung sowie der Realisierung stets im Blick zu behalten. Darüber hinaus hatten wir den Anspruch, mit den Materialien und Gegebenheiten vor Ort so nachhaltig wie möglich umzugehen.

TEXT: FRANZISKA BADE

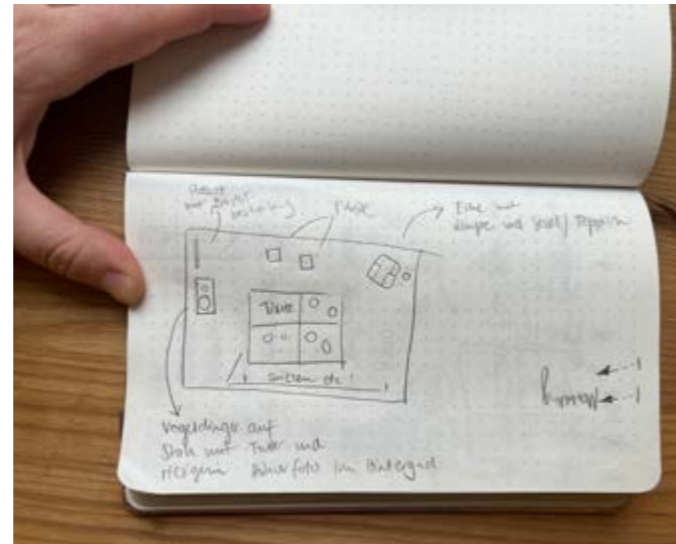


Abbildung: Erste Skizze zur Raumplanung für das Upcycling-Projekt „Hühnertränke“
Quelle: Caroline Düsterhöft (2024)



Abbildung: Eines der Projektplakate und Teil der räumlichen Inszenierung
Quelle: Caroline Düsterhöft (2024)



Abbildungen: Projekt- und Objektbeschreibungen als Teil der Besuchernavigation
Quelle: Ellen Lübke (2024)

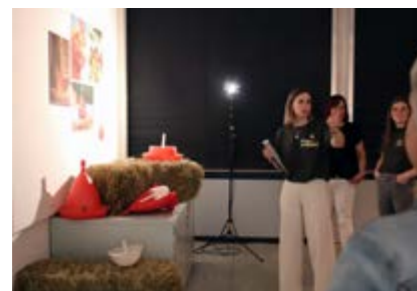
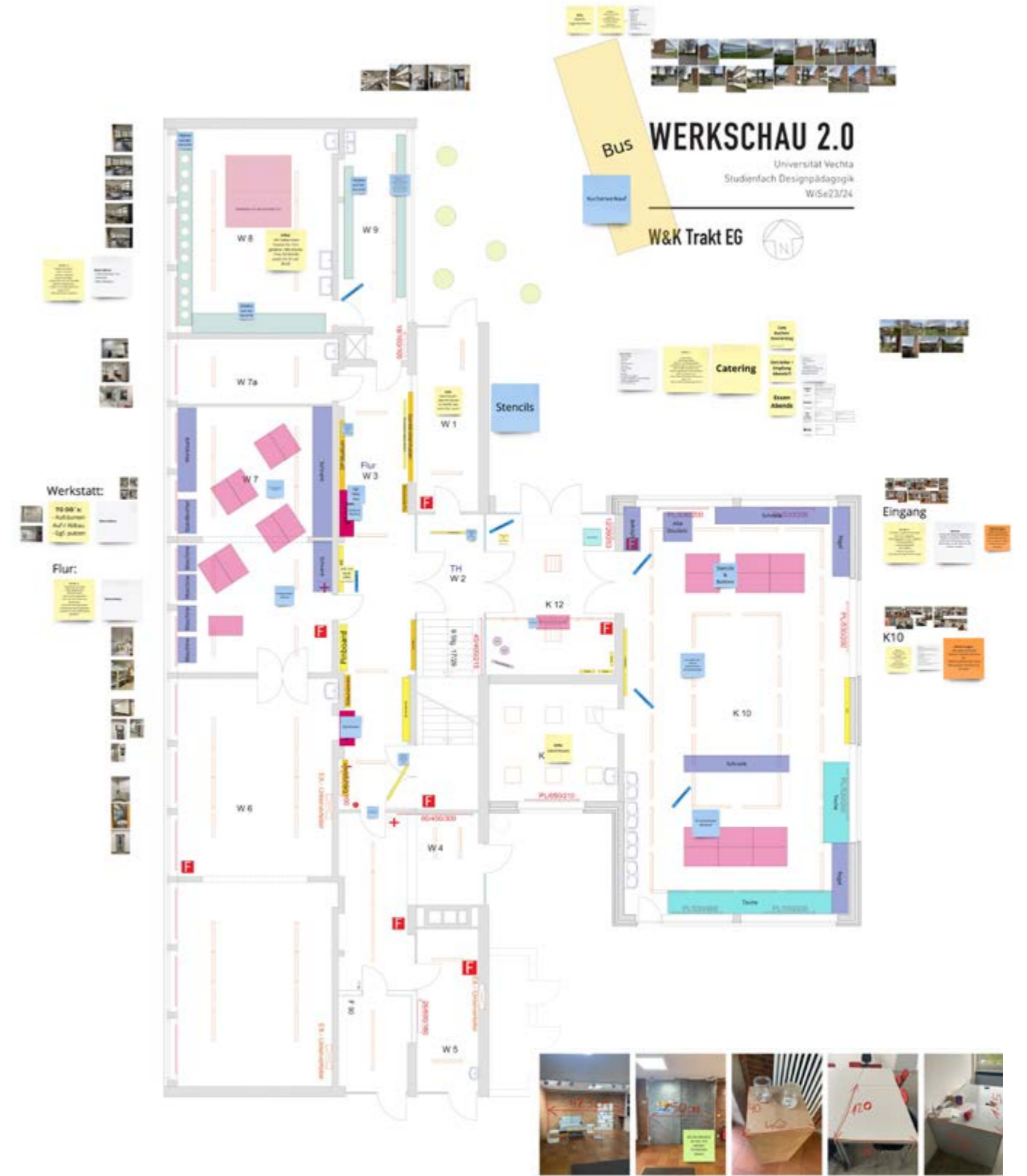


Abbildung: Fertiger Ausstellungsraum des Projektes während einer der Besucher*innenführungen
Quelle: Friedrich Schmidt (2024)



Abbildung: Inszeniertes Objekt einer Studentin während der Ausstellung
Quelle: Friedrich Schmidt (2024)



Abbildungen: Stell- und Aufbauplan für die Ausstellung und Navigation während der TATÜ 2024
Quelle: Franziska Bade (2024)

DIE TAGE DER OFFENEN TÜR

IM STUDIENFACH DESIGNPÄDAGOGIK 2024

design
pädagogik

AUSZUG AUS DER WEBSEITE

Die Studienfächer Gestaltendes Werken und Designpädagogik an der Universität Vechta laden zu den Tagen der Offenen Tür am 15. und 16. Mai 2024 ein.

An beiden Tagen werden auf dem Campus der Universität Vechta in den Gebäuden W+K Studienarbeiten und vielfältige partizipative Informationsangebote für Studieninteressierte und Besucher*innen bereitgestellt. Zusätzlich gibt es Mitmachangebote, Führungen durch die Ausstellung und Werkstätten. Studieninteressierte haben die Möglichkeit, im Rahmen der HIT (Hochschulinformtaionstage) an mehreren Lehrveranstaltungen in der Designpädagogik teilzunehmen.

Führungen:

Die Führungen werden von Studierenden konzipiert und geleitet. Sie bieten Einblicke in die Werkstätten und weiterführende Informationen zu verschiedenen Ausstellungsbereichen und ausgewählten Studienarbeiten. Treffpunkt ist vor dem Haupteingang des Gebäudes W+K oder bei schlechtem Wetter im Foyer.

Eine Voranmeldung ist nicht erforderlich.

- Mittwoch, 15. Mai: 10:30 Uhr, 13:30 Uhr, 16:00 Uhr
- Donnerstag, 16. Mai: 10:30 Uhr, 13:00 Uhr, 15:00 Uhr

Ausstellung:

Die Ausstellung im W+K-Gebäude ist während der Tage der Offenen Tür durchgehend für interessierte Besucher*innen geöffnet. Als Ausstellungsfläche dient das W+K Gebäude auf dem Campus der Universität Vechta.

- **Adresse:** Universitätsstr. 3, 49377 Vechta, EG u. 1. OG, W+K-Gebäude

- **Zeit:** 15.05.2024, 10:00-18:30 Uhr; 16.05.2024, 10:00-16:30 Uhr

Workshops und Mitmachangebote:

Rund um die Ausstellung gibt es an beiden Tagen ein buntes Mitmachangebot für Besucher*innen und Studieninteressierte. Die Zeitangaben sind Zeitfenster, in denen die Mitmachangebote offen sind. Wie viel Zeit Sie konkret für die Angebote einplanen, ist Ihnen überlassen. Eine vorherige Anmeldung ist nicht erforderlich. Die Besucher*innen-Navigation vor Ort erleichtert Ihnen die Raumsuche.

Mittwoch, 15. Mai:

- „Offenes Werkstattangebot“ bei Markus Perl: 13:00-17:00 Uhr im Raum W7

- Rahmenprogramm und Networking-Spiele: 16:00-19:00 Uhr in und vor dem W+K-Gebäude

Donnerstag, 16. Mai:

- Offene Werkstatt bei Markus Perl: 13:00-17:00 Uhr im Raum W7
- Druckworkshop mit dem Studierenden Christoph Wortelen: 10:30-14:30/15:00 Uhr im Raum K10
- Foto-Inszenierung mit Studierenden: 10:00-15:00 Uhr im Raum W113
- Buttons und Stencils anfertigen: 13:00-15:00 Uhr bei schönem Wetter draußen im Holzunterstand vor dem Gebäude; bei schlechtem Wetter im Raum K10

Für Studieninteressierte:

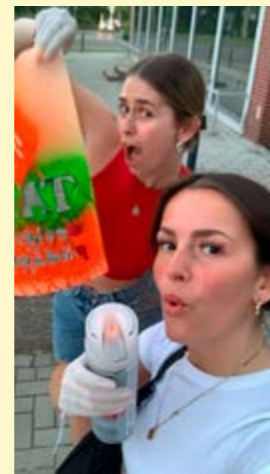
Am Donnerstag findet ab 09:00 Uhr eine Sprechstunde/Frageunde im Raum K10 statt, bei der Sie alle Fragen rund ums Studium der Designpädagogik stellen können. Mehrere Dozent*innen, darunter Herr Prof. Dr. Park, werden vor Ort sein.

Generell sind in dieser Woche alle Lehrveranstaltungen in den Studienfächern Designpädagogik (B.A.) und Gestaltendes Werken (M.A.) für Studieninteressierte geöffnet. Die Dozent*innen freuen sich über Ihren Besuch. Kommen Sie rein, stellen Sie Fragen, machen Sie mit und gehen Sie einfach leise wieder, wenn Sie weiter müssen. Eine Anmeldung ist nicht nötig.

AUFBAU

Der Aufbau der Ausstellung begann mit der Einrichtung der Ausstellungsflächen in dem Gebäude W+K auf dem Campus der Universität Vechta, basierend auf den jeweiligen Konzepten. Die Exponate wurden platziert und die notwendigen technischen Installationen durchgeführt. Parallel dazu wurden die Bereiche für die Mitmachangebote und Workshops vorbereitet. Die benötigten Materialien und Werkzeuge wurden bereitgestellt und die Räume entsprechend eingerichtet.

Vor der Eröffnung wurden Testläufe durchgeführt, um sicherzustellen, dass alle Elemente der Ausstellung reibungslos funktionieren, beispielsweise die Führungen. Abschließend wurden noch letzte Details wie Beschilderungen, Informationsmaterialien und Sitzmöglichkeiten fertiggestellt.

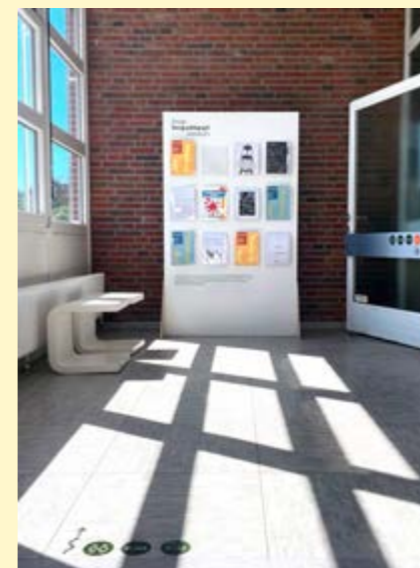
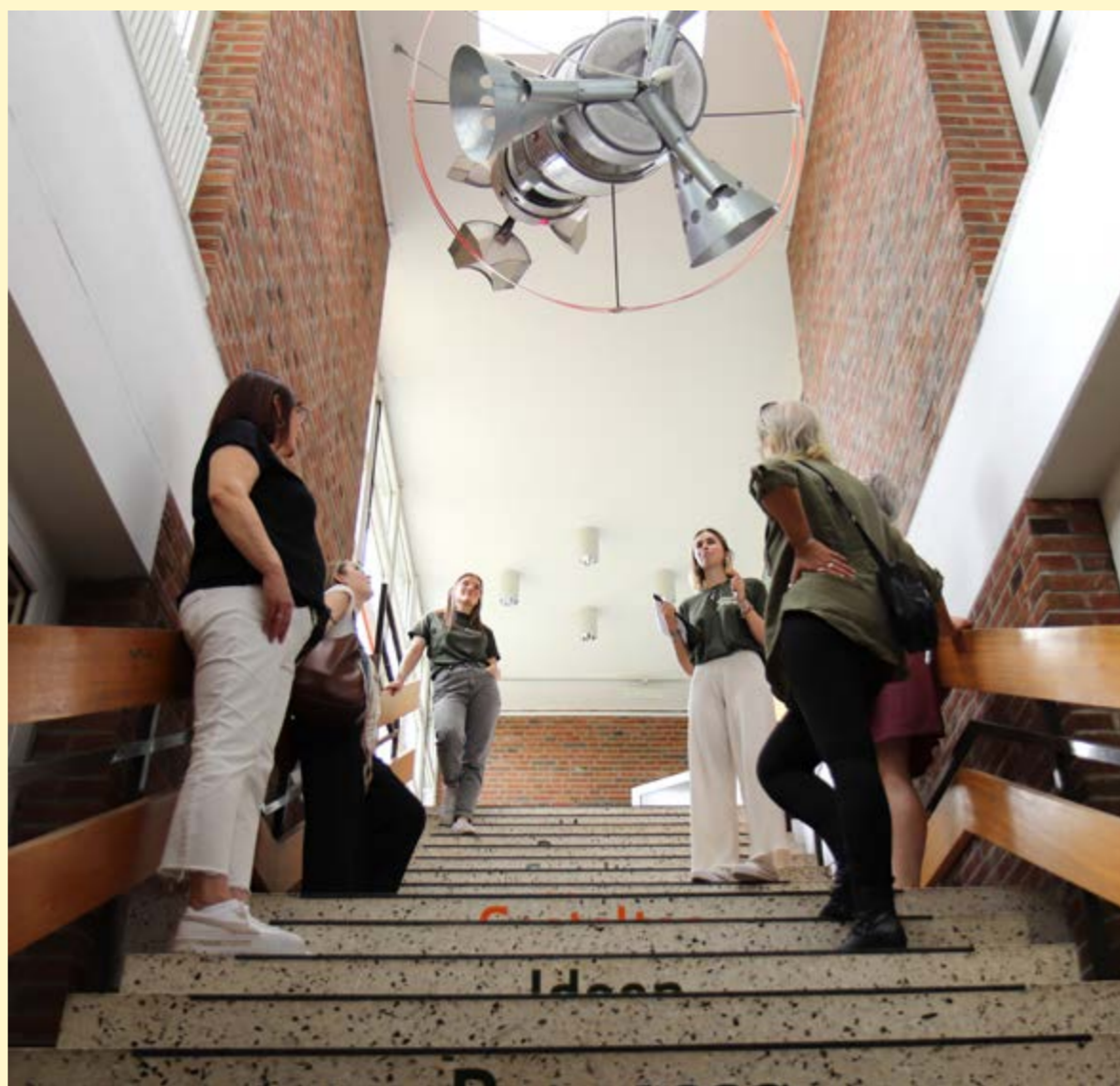


Abbildungen der beiden Seiten: Eindrücke von der Aufbauphase
 Quellen: Rhona Merschendorf, Caroline Düsterhöft (2024)

**„ICH BIN STOLZ
 DARAUF, WAS
 WIR ALS TEAM
 GESCHAFFEN
 HABEN!“**

Rhona Merschendorf

PARTIZIPATIVE STATIONEN



Zahlreiche Besucher*innen und Studieninteressierte nutzten die vielfältigen Mitmachangebote und Workshops. Besonders die offenen Werkstätten und Führungen fanden großen Anklang und luden aktiv zum Mitmachen ein. Das Rahmenprogramm förderte zudem einen lebhaften Austausch und ein positives Miteinander. Die unkomplizierte Teilnahme ohne vorherige Anmeldung und die gute Orientierung vor Ort trugen maßgeblich zum Erfolg der Veranstaltung bei. All dies ermöglichte es uns, bei den Besucher*innen einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen.



Abbildungen der beiden Seiten: Mitmachangebote und partizipative Stationen während der TATÜ
 Quellen: Rhona Merschendorf, Friedrich Schmidt (2024)

AUSSTELLUNG

Die Arbeitsergebnisse der verschiedenen Seminare wurden in speziell gestalteten Räumen oder Bereichen ausgestellt, die passend zu den jeweiligen Themen, Materialien und Inhalten der Projekte inszeniert waren. Zu sehen waren nicht nur fertige Plakate, Bilder, Filme, Fotos und Objekte, sondern auch Prototypen, Skizzen und beispielsweise Moodboards, um den Arbeitsprozess nachvollziehbar darzustellen. Trotz der Vielfalt und Verschiedenheit der Arrangements wurde eine einheitliche Präsentation durch die konsequente Umsetzung gestalterischer Schlüsselemente in der Ausstellungs- und Beschilderungsgestaltung sichergestellt.



Abbildungen der beiden Seiten: Mitmachangebote und partizipative Stationen während der TATÜ
Quelle: Friedrich Schmidt (2024)

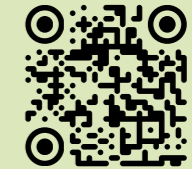




IMPRESSUM

Universität Vechta
Fakultät II | Studienfach Designpädagogik
Driverstraße 22
49377 Vechta

Postfach 15 53
D - 49364 Vechta



<https://www.uni-vechta.de>



Projektleitung: Caroline Düsterhöft
Semester: Sommer- und Wintersemester 2023/2024
Module: dpb012.1 Design: Projekt I – Konzeption
dpb012.2 Design: Projekt I – Realisierung
dpb013.1 Design: Projekt II – Konzeption
dpb013.2 Design: Projekt II – Realisierung



Layout & Satz: Caroline Düsterhöft
Text: Wo nicht anders erwähnt, stammt der Text von der Projektleitung.
Lektorat: Dr. June H. Park



Auflage: 500

DANKE

Unser Dank gilt insbesondere der Universitätsgesellschaft (UGV) e. V., die das Projekt mit einer großzügigen Fördersumme unterstützt hat.

