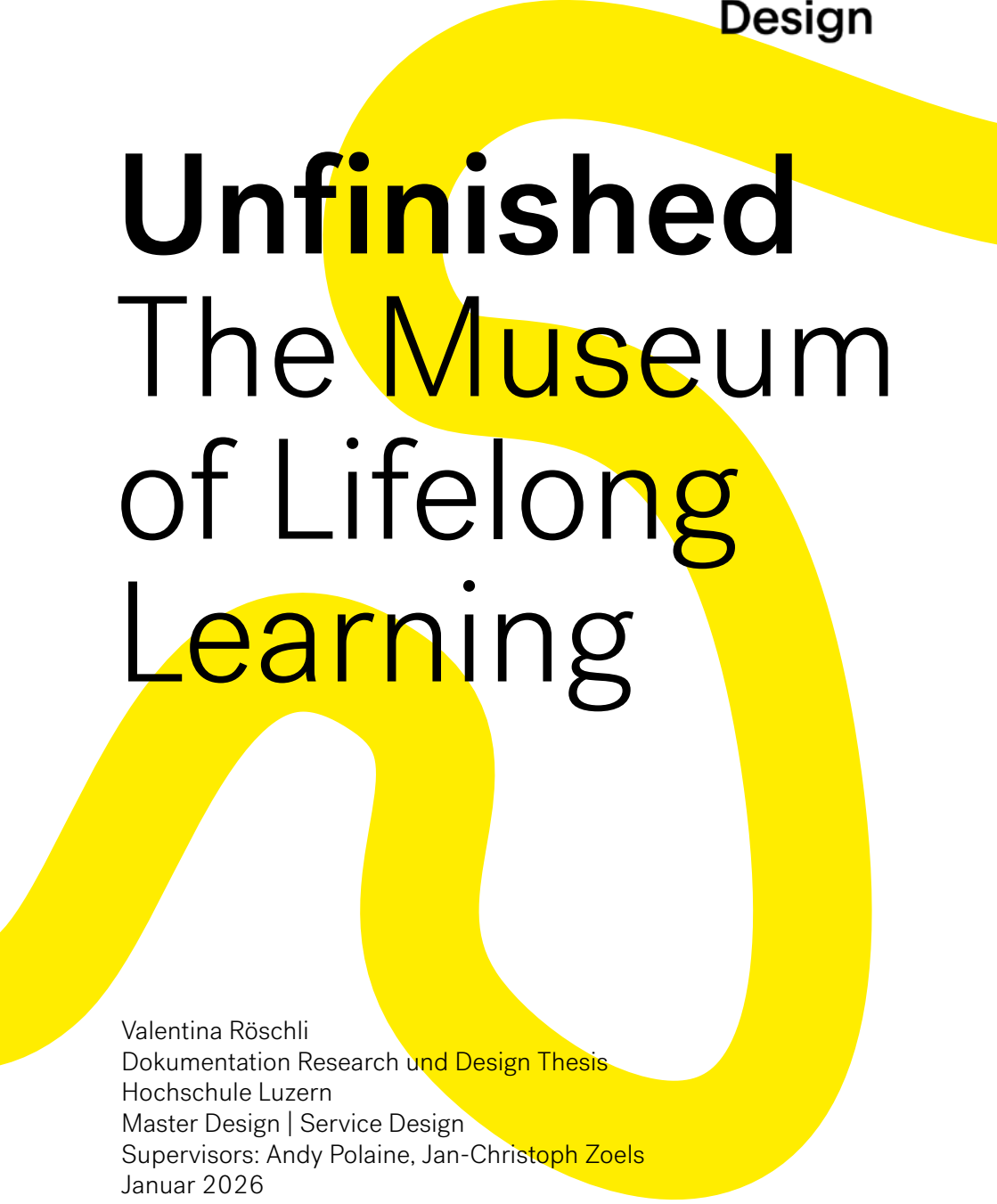




Unfinished The Museum of Lifelong Learning

Valentina Röschli
Dokumentation Research und Design Thesis
Hochschule Luzern
Master Design | Service Design
Supervisors: Andy Polaine, Jan-Christoph Zoels
Januar 2026

Inhalt

«Most important of all will be the ability to deal with change, to learn new things, and to preserve your mental balance in unfamiliar situations.»

Yuval Noah Harari, 21 lessons for the 21st century

2 **Kontext und Insights**

Erkenntnisse aus der Primär- und Sekundärforschung

18 **Idee und Konzept**

Ausstellungs- und Vermittlungskonzept sowie Themenschwerpunkte

44 **Deep Dive: Lerncharakter**

Entwicklung, Prototyping und Testing der Kerninteraktion

74 **Diskussion und Ausblick**

Kritische Diskussion des Konzepts und nächste Schritte

Kontext und Insights

Lebenslanges Lernen als Kernkompetenz des 21. Jahrhunderts.

Einleitung

Neue Technologien verändern Branchen und Berufe, die alternde Gesellschaft reissert Lücken in den Arbeitsmarkt und ein steigendes Bedürfnis nach professioneller Autonomie löst traditionelle Karriereziele ab: Die Arbeitswelt transformiert sich gerade tiefgreifend und wirft die Frage auf, wie Arbeitskräfte und Organisationen anpassungsfähig und in Zukunft relevant bleiben. Es besteht Konsens, dass lebenslanges Lernen dabei eine Kernkompetenz ist. Doch die Umsetzung wird durch Werte und Strukturen behindert, die tief im Industriezeitalter verwurzelt sind. Berufliche Transitionen sind nicht die Norm, Lernen wird noch immer stark mit Aus-Bildung anstelle eines lebenslangen Prozesses assoziiert und hat in vielen Organisationen einen limitierten Stellenwert.

Die Arbeit sichert nicht nur den Lebensunterhalt, sondern ist für viele auch ein wichtiger Teil der Identität. Meistens entscheiden wir uns sehr früh im Leben für einen Beruf. Doch Berufe verändern sich in der heutigen Welt stetig und Transitionen während eines Arbeitslebens sind vorprogrammiert. Darauf sind wir schlecht vorbereitet: Berufliche Umbruchphasen können selbst erfahrene Berufsleute in unsichere oder sogar prekäre Situationen bringen, egal, ob sie durch externe Faktoren erzwungen oder intrinsisch motiviert sind. Der Umgang mit Unsicherheit, Resilienz und die Anpassungsfähigkeit an veränderte Bedingungen ist dabei von höchster Bedeutung, um mental gesund und im Arbeitsmarkt relevant zu bleiben. Im Kern solcher Veränderungen steht eine Fähigkeit, die uns allen in die Wiege gelegt wird: Lernen. Während Kleinkinder

«Jährlich gehen rund 16 Prozent der Arbeitsplätze verloren – und noch mehr werden geschaffen.»

Avenir Suisse, «Flexibilität ist auch in Zeiten von KI Trumpf»,
von Patrick Schnell und Marco Salvi, Sept. 2024

ständig lernen, nimmt die Lernaktivität im Laufe des Lebens immer mehr ab. Doch heute ist bekannt, dass auch Erwachsene bis ins hohe Alter neue neuronale Verknüpfungen bilden können. Dabei ist Lernen nicht nur für Individuen eine wertvolle Fähigkeit, auch viele Organisationen haben die Bedeutung von Lernen erkannt. Und selbst auf gesellschaftlicher Ebene wird lebenslanges Lernen gefördert, um soziale Mobilität und wettbewerbsfähige Unternehmen zu unterstützen, beides zentral für die Entwicklung und den Wohlstand eines Landes.

Angesichts dessen, dass sich Arbeitsmärkte aktuell fundamental verändern, braucht es ein komplettes Umdenken in Bezug auf lebenslanges Lernen und berufliche Transitionen. Radikale Vorschläge gibt es: Lebensarbeitszeitmodelle, das bedingungslose Grundeinkommen oder eine Grundversicherung als generellen Erwerbsersatz für Studium, Elternzeit, Arbeitslosigkeit oder Krankheit, wie es der Soziologe François Höpflinger vorschlägt. Auch wenn solche radikalen Ansätze kaum mehrheitsfähig sind, brauchen wir Antworten, wie wir lebenslanges Lernen auf individueller, organisationaler und gesellschaftlicher Ebene fördern können. Diese Arbeit geht der Frage nach, inwiefern Service Design dazu einen Beitrag leisten kann.

Ziel der Forschung

Es gibt zahlreiche Services rund um berufliche Entwicklung und lebenslanges Lernen – von Coaching und Laufbahnberatungen über Lernplattformen wie LinkedIn Learning bis zu Learning & Development Programmen in Unternehmen. Bearbeitet wird das Feld hauptsächlich von Soziolog*innen, Psycholog*innen, Pädagog*innen, Human Resources Spezialist*innen oder Organisationsentwickler*innen. Design spielt dabei vor allem für die Gestaltung einzelner Touchpoints wie z. B. digitale Interfaces eine Rolle, jedoch kaum als Gestaltungsdisziplin solcher Angebote oder gar lernender Ökosysteme selbst. Dabei bedienen

viele Services in diesem Bereich die Bedürfnisse von Menschen im Berufsleben nur unzureichend. Unternehmen setzen z. B. zu sehr auf klassische Lernformate, welche nicht immer den Bedürfnissen ihrer Angestellten entsprechen. Und viele Angebote am Markt vermitteln mit ihren Leistungsversprechen den Eindruck, die eigene Laufbahn sei weitgehend plan- und steuerbar. Allerdings haben bereits erste Interviews gezeigt, dass dies nicht der Fall ist: Berufliche Entwicklung ist komplex und Menschen müssen mit vielen Faktoren umgehen, die sie weder vorhersehen noch beeinflussen können. Problematisch ist ausserdem, dass viele Arbeitskräfte professionelle Angebote (z. B. eine Laufbahnberatung) erst dann in Anspruch nehmen, wenn der persönliche Leidensdruck schon sehr hoch ist. Ziel dieser Arbeit ist es deshalb, das Potenzial von Service Design für die Gestaltung lernender Ökosysteme und spezifischer Angebote auszuloten sowie Ansatzpunkte für mögliche Design Interventionen zu finden.

Abgrenzung und Forschungsfrage

Nicht in jedem Kontext ist berufliche Weiterentwicklung gleich wichtig. Bei Berufen mit vorwiegend standardisierten und manuellen Tätigkeiten wie z. B. in der Produktion, Zustellung oder in der Gastronomie sind die Anforderungen an Weiterentwicklung eher tief. Oft ist es sogar erforderlich, dass Arbeitskräfte in solchen Berufen ihren Job möglichst gleichbleibend ausführen. In wissensintensiven Berufen hingegen ist ständige Wissensarbeit gefragt. Softwareentwickler*innen, Architekt*innen, Lehrer*innen, Gesundheitsfachkräfte und viele weitere Berufe sind gekennzeichnet durch komplexe Aufgaben und ständig wechselnde Herausforderungen, was ein hohes Mass an Flexibilität und Lernbereitschaft erfordert. Wissensintensive Berufe stehen daher für diese Arbeit im Zentrum. Der Fokus der Forschung lag auf der Kreativbranche in der Schweiz, die von wissensintensiven Berufsfeldern gekennzeichnet und vom technologischen Wandel stark

sowie tendenziell substitutiv betroffen ist. Befragt wurden Menschen in der mittleren Karrierephase, die sich bereits ein berufliches Kapital (Erfahrung, Netzwerk) aufgebaut und noch einen grossen Teil des Erwerbslebens vor sich haben. Die Forschungsfrage lautete: Wie können wir lernende Ökosysteme gestalten, die Arbeitskräften in der Kreativbranche dabei helfen, sich beruflich weiterzuentwickeln, und KMU darin unterstützen, sich an neue Bedingungen anzupassen?

Research Design und Methodik

In einem multidisziplinären Forschungsansatz wurden Primär- und Sekundärforschung, Prototyping und Testing in allen Phasen des Researchs parallel angewendet. Nebst einem umfassenden Literaturreview und Desk Research wurden insgesamt 14 Tiefeninterviews mit Arbeitskräften sowie 2 Expert*innen-Interviews geführt. Sämtliche Primärdaten wurden qualitativ erhoben und stellen die Perspektive von Arbeitskräften ins Zentrum. Im Folgenden werden die wichtigsten Erkenntnisse aus der Forschung zusammengefasst.

Zusammenfassung der Erkenntnisse aus der Sekundärforschung

Die heutige Arbeitswelt ist noch immer geprägt von Strukturen und Werten aus der Industriegesellschaft. Die klassische dreiteilige Biografie, die standardisierte Vermittlung von Wissen sowie Unternehmen, die hierarchisch und arbeitsteilig organisiert waren, dienten der industriellen Massenproduktion. In der heutigen wissensbasierten und dienstleistungsorientierten Ökonomie sind diese Strukturen jedoch problematisch. Trotz veränderter Wertvorstellungen und obwohl diskontinuierliche Berufslaufbahnen zunehmen, gilt weiterhin die lineare, aufwärtsgerichtete Karriere als Ideal. Dies erzeugt Druck auf Arbeitskräfte, Umbrüche kohärent in die eigene Berufsbiografie einzufügen und sie in eine selbstgesteuerte Erfolgsgeschichte umzudeuten. Gleichzeitig zeigt sich, dass Arbeitskräfte keineswegs

nur reagierende Subjekte auf äussere Umstände sind. Vielmehr werden Entscheidungen in einem dynamischen Wechselspiel zwischen individuellen Zielen, Werten und Lebenssituationen auf der einen Seite, und beruflichen Kontextveränderungen auf der anderen Seite getroffen. Diese Dynamik wird in der Forschung und Praxis unterschätzt, weshalb Lösungsansätze oft unterkomplex sind und der psychischen Belastung in Transitionsphasen zu wenig Rechnung tragen.

In der Wissensökonomie ist nicht mehr das Wissen selbst zentral, sondern die Fähigkeit, sich ständig neues Wissen anzueignen und in einen Kontext einzuordnen. Generalistische Kompetenzen wie Kommunikation, Kreativität oder Problemlösung begünstigen dabei Arbeitsmarktchancen. Diese Kompetenzen werden in Zukunft vermehrt gefragt sein und lassen sich insbesondere durch praktische Erfahrung entwickeln. Berufliches Lernen ist jedoch noch stark an traditionellen Bildungsformaten orientiert. Obwohl informelles Lernen den Grossteil der Lernaktivität am Arbeitsplatz ausmacht, findet es in Unternehmen wenig Beachtung. Auch konservative Strukturen, Silodenken, Angst vor Fehlern und die fehlende Zeit hemmen individuelles und kollektives Lernen. Die lernende Organisation gilt dabei als Antwort, um ein umfassendes Verständnis von Lernen in Organisationen zu etablieren, und sie zu höchst adaptiven Systemen zu machen.

Obwohl berufliche Transitionen und Bildung im Arbeitskontext stark dienstleistungsorientiert sind, findet Service Design in diesem Bereich kaum Beachtung. Zum Um- und Neudenken von Lernen und Lernangeboten könnte Service Design und Service Innovation jedoch einen wertvollen Beitrag leisten: Service Design versteht Lernumgebungen als komplexe Systeme und Lernende als aktive Mitgestaltende von Lernerfahrungen. Service Design offeriert damit alternative Ansätze zum traditionellen Verständnis von Lernen und bietet Potenzial, Bildung und berufliche Entwicklung ganzheitlicher und wirksamer zu gestalten.

Zusammenfassung der Erkenntnisse aus der Primärforschung

Erfahrungen in beruflichen Umbruchphasen

In der ersten Phase der Primärforschung wurde nach den Treibern und Bedürfnissen in beruflichen Umbruchphasen gefragt. Die Interviews haben gezeigt, dass berufliche Entwicklung für viele ein latentes, aber wichtiges Thema ist. Es ist eingebettet in höchst individuelle Wertesysteme und Lebensentwürfe. Die Treiber für berufliche Veränderungen können intrinsisch (z. B. Wunsch nach neuen Herausforderungen) oder extrinsisch (z. B. Veränderungen in der Organisation) motiviert sein und sind sehr divers. Überraschend ist, dass die technologische Entwicklung von den Befragten kaum als Treiber genannt wurde. Wichtig ist ihnen, ganzheitlich relevant zu bleiben, nicht reduziert auf die potenzielle Konkurrenz durch Technologien. Die Befragten beschäftigen grundlegende Fragen wie: Was will ich? Bin ich gut in dem, was ich mache? Was ist mein Platz in der Gesellschaft? Gleichzeitig wissen Menschen in der mittleren Phase ihres Berufslebens auch besser, was sie wollen und können und was nicht. Auch finanzielle Überlegungen spielen eine Rolle. Viele können sich nicht leisten, weniger zu verdienen. Wer sich hingegen neu orientieren will und dafür auch Lohneinbussen in Kauf nimmt, gilt auf dem Arbeitsmarkt als überqualifiziert.

«Ich recherchiere auch viel, aber hier habe ich gerade eine Blockade. Im Moment hätte ich gern ein Orakel, das mir sagt: Das ist es, was du suchst, glaub mir.»

TN1.3, Project Support Assistant, 45

«Sie flüchten vor dem Burnout in einen neuen Job und merken dann, dass sie auch im neuen Job einen hohen Druck haben. Das ist ein Trend.»

TN1.8, Berufs- und Laufbahnberater

Gefragt nach den Strategien in beruflichen Umbruchphasen nennen die Befragten, dass sie v.a. das Gespräch mit vertrauten Menschen oder Peers suchen. Auch das Netzwerken wird als Strategie genannt. Das Beratungs- und Weiterbildungsangebot in der Schweiz ist riesig, aber auch sehr heterogen und unübersichtlich. Es fehlt die Orientierung, was man will, worin man gut ist und was zu einem passt. Professionelle Beratungsangebote und Services wie z. B. Coachings, Berufs-/Laufbahnberatungen, Head Hunter oder Gespräche mit Human Resources werden ebenfalls genutzt, sind jedoch aufwändig, teuer und werden von den Befragten oft als nicht hilfreich beschrieben. In den Interviews wurden folgende Beispiele von Services genannt und wie sie wahrgenommen wurden:

- BIZ-Beratung war nicht auf meinem Niveau (z. B. Link zur Berner Fachhochschule schicken bringt mir nichts, das kann ich selbst)
- Fragebogen, der mich zu einem Berufsfeld lenken sollte, war «Wischwaschi» und hat meine Erwartungen nicht erfüllt
- Coach hatte eine klare Meinung, wo er/sie mich sieht
- Coaching war gut, aber zu teuer, um weiterzumachen
- Headhunter hat mich zu Traumstelle gebracht
- Mit HR geredet, aber das hat nichts gebracht

Schliesslich wird in den Interviews deutlich, dass vielen die Ressourcen für die Auseinandersetzung mit sich selbst fehlen (u.a. wegen Arbeitsbelastung, Kindern etc.).

Im Expert*innengespräch mit dem Laufbahncoach wurde zudem deutlich, dass viele erst dann ein Beratungsangebot in Anspruch nehmen, wenn der psychologische Leidensdruck schon sehr hoch ist. Berufliche Entwicklung ist eine Phase der Verunsicherung, in der das Selbstvertrauen auf die Probe gestellt wird.

Erfahrungen rund um Lernen am Arbeitsplatz

In der zweiten Phase der Primärforschung standen die Lernerfahrungen am Arbeitsplatz im Fokus. Gefragt wurde nach der Bedeutung und Motivation zum Lernen im beruflichen Umfeld sowie nach den konkreten Aktivitäten, Pains und Gains. Die Interviews haben gezeigt, dass Lernen für alle Befragten im Alltag – und nicht nur am Arbeitsplatz – eine hohe Bedeutung hat. Viele haben ein sehr breites Verständnis von Lernen und betrachten jede Lebenserfahrung als wertvolle Lernerfahrung, auch wenn deren Impact nicht sofort ersichtlich ist. Allerdings sind die Motivationen, etwas zu lernen, sehr unterschiedlich. Ein wiederkehrendes Motiv ist dabei, im Arbeitsmarkt relevant zu bleiben, und das eigene Kapital, das man sich über Jahre geschaffen hat, zu erhalten. Die Befragten betonen in diesem Zusammenhang, dass es nötig sei, mit den Entwicklungen mitzugehen (z. B. neue Tools und Features zu lernen), auch wenn es anstrengend ist.

Eine hohe intrinsische Motivation ist zentral für den Wert einer Lernerfahrung. Viele Befragten lehnen von ihrer Organisation forcierte Lernaktivitäten (z. B. obligatorische Teilnahme an Kursen) ab. Aber selbst freiwillige Angebote (z. B. ein Learning Budget oder offene Schulungsplattformen) werden nur zurück-

«Du musst immer das neue tolle Zeug ausprobieren, denn du kannst es nicht ignorieren. Das ist ein Fluch. Du musst eigentlich lernen, das toll zu finden.»

TN2.2, UX/UI Designer, 44

«Wachstum ist mir wichtig auch in Bezug auf mein Alter: Ich habe ein Kapital und ich will dafür sorgen, dass dieses Kapital erhalten bleibt.»

TN2.5, Senior Creative Consultant, 52

haltend genutzt. Als Grund nennen sie die fehlende Zeit, fehlendes Interesse oder zu wenig ansprechende Formate. Die Befragten beschreiben Learning by Doing als besonders effektiv. Lernaktivitäten müssen zudem nahtlos in den Arbeitsalltag integrierbar sein. Jede Form von Zusatzaufwand – sei es in Form von Geld oder Zeit – stellt eine Hürde dar. Als gute Beispiele wurden genannt, die Zeit zu nutzen, wenn man zu wenig zu tun hat, oder zusätzliches Budget auf einem Projekt als Lernzeit.

Alle Befragten nennen die fehlende Zeit als grösste Hürde beim Lernen. Projektbudgets und Timings sind eng und erlauben kaum Umwege. Zum hohen Zeitdruck kommt die Belastung durch die ständige Erreichbarkeit über zahlreiche Kanäle wie E-Mail, Teams, Slack, Whats App etc. hinzu. Teure Weiterbildungsangebote oder der Lohnausfall wird als weitere Hürde genannt. Insgesamt wird in den Gesprächen deutlich, dass die persönlichen Ressourcen bei der Arbeit und entsprechend auch bei Lernaktivitäten eine wichtige Rolle spielen. Die Abgrenzung vom Zeitdruck und von der ständigen Erreichbarkeit ist für einige kritisch für die mentale Gesundheit.

Einige Befragte sprechen davon, dass Lernen eine vulnerable Situation ist. Wenn etwas schief geht oder wenn man an Grenzen stösst, muss man genauer hinschauen. Die Voraussetzung, dass Lernen in solchen Situationen überhaupt passieren kann, ist ein «Safe Space». Es benötigt eine vertrauensvolle Umgebung, in der ehrliche und offene Reflexion stattfinden kann. Zum einen auf persönlicher Ebene (z. B. mit Kolleg*in-

nen und Vorgesetzten), zum anderen aber auch auf struktureller Ebene: Eine Lernkultur, in der es Raum für Reflexion gibt und die Fehler nicht verurteilt, sondern im Sinne von Lernerfahrungen fördert.

Learning Mindsets

Auf Basis der Interviews wurden vier Learning Mindsets inklusive Motivationen und Treiber (Gains) sowie Herausforderungen und Frustrationen (Pains) identifiziert. Die Mindsets haben Überschneidungen, unterscheiden sich aber z. T. erheblich in den Motivationen und Herausforderungen. Dadurch schaffen sie ein gutes Verständnis für die Anforderungen verschiedener Zielgruppen und geben Orientierung für mögliche Lösungsansätze.

Abb. 1 | Research-Methode «Exhibition in a box»



The Explorer – Aktiv und vielseitig interessiert

Beschreibung	Treiber	Herausforderungen
Informiert sich aktiv, probiert vieles aus und ist an verschiedenen Lernerfahrungen interessiert	Up to date sein, u.a. betreffend Technologie und Software	Fehlende Orientierung, was wichtig ist und worauf man fokussieren soll
Betrachtet jede Erfahrung als wertvoll, auch wenn im Moment nicht klar ist, wofür sie gut ist	Unterstützung in Form von Geld und Zeit für Weiterbildungen	Zu wenig Zeit, um Interessen nachzugehen und sie zu vertiefen
	Humankapital erhalten, um relevant zu bleiben	Repetieren und verinnerlichen von neuem Wissen

The Experiencer – Intuitiv und praxisorientiert

Beschreibung	Treiber	Herausforderungen
Versteht Lernen vor allem als «Learning by Doing» und geht intuitiv vor	Lerninhalte müssen direkt anwendbar sein, z. B. durch mehr Zeit oder Begleitung auf einem Projekt	Arbeitsalltag lässt kaum Zeit zum Leben
Lernt, um neue Perspektiven zu erhalten und im Austausch mit anderen	Zusammenarbeit mit anderen, um gemeinsam lernen zu können	Ständige Erreichbarkeit und viele Kommunikationskanäle
Sucht den Ausgleich zur Arbeit durch Sabbaticals, Workation, Teilzeitarbeit	Lernen muss lustvoll sein und Spass machen	Persönlicher Raum muss verteidigt werden, um die mentale Gesundheit zu erhalten

The Strategist – Zielgerichtet und formal orientiert

Beschreibung	Treiber	Herausforderungen
Versteht Lernen als Schlüssel zum Weiterkommen und bezieht es v.a. auf formale Weiterbildungen	Anerkannte Abschlüsse auf dem Arbeitsmarkt vorweisen können	Vertrauensbasis und «Safe Space» sind Voraussetzungen, um sich zu öffnen und Fragen zu stellen
Lernen hat eine klare Funktion, die auch zielstrebig verfolgt wird	Holt sich aktiv Inputs oder initiiert den Austausch selbst	Corporate Lernangebote sind uninteressant, weil Qualität nicht geprüft ist und Anerkennung fehlt
	Braucht eine klare Struktur und Druck, um zu Lernen	

The Sensemaker – Reflektierend und ganzheitlich

Beschreibung	Treiber	Herausforderungen
Zieht aus jeder Erfahrung ein «learning»	Komplexe Zusammenhänge ganzheitlich verstehen und einordnen können	Lehnt forciertes Lernen ab
Reflektion zentral, um aus Erfahrungen zu lernen	Menschen um sich haben, mit denen man sich austauschen kann	Balance finden zwischen Tiefe (Expertise) und Breite (Zusammenhänge)
Sucht aktiv den Perspektivenwechsel und betont das Gemeinsame		Lernen tut weh, weil man Fehler anerkennen und hinschauen muss

Lernaktivitäten im beruflichen Kontext

Die in den Interviews genannten Lernaktivitäten lassen sich in vier Felder unterteilen: formelle und informelle Aktivitäten sowie Tätigkeiten am und ausserhalb des Arbeitsplatzes.

- **Corporate Learning** wie interne Schulungsplattformen, Förderprogramme oder Kurse ohne Abschluss: Diese Aktivitäten sind an die berufliche Tätigkeit gebunden und finden im Rahmen von offiziellen Trainings, Kursen und Programmen statt.
- **Everyday Learning** wie Peer Learning, interne Coachings oder Learning by Doing: Diese Aktivitäten finden ebenfalls im Arbeitsumfeld statt, sind jedoch kaum formalisiert.
- **Certified Learning** wie Nachdiplomstudiengänge, E-Learning-Plattformen oder Branchenzertifikate: Diese Lernaktivitäten sind offiziell anerkannt und können mit einem Ausweis nachgewiesen werden.
- **Personal Explorations** wie selbstständiges Lernen, persönliche Projekte oder auch der Besuch von Konferenzen: Dieses Feld deckt Lernaktivitäten ab, welche Arbeitskräfte in ihrer Freizeit unternehmen und im beruflichen Umfeld kaum sichtbar sind.

Die Analyse hat gezeigt, dass Unternehmen Lernen zwar v.a. mit formellen Weiterbildungen gleichsetzen, informelle Lernformate aber dennoch als sehr relevant einschätzen. Dies steht im Gegensatz zu den Erkenntnissen aus den Tiefeninterviews: Über alle Mindsets hinweg nannten die Befragten informelles Lernen als besonders wertvoll und effektiv, weil es nah an den persönlichen Interessen und konkreten Fragestellungen ist. Corporate Learning Angebote wurden in den Gesprächen oft dafür kritisiert, dass sie forciert, die Inhalte uninteressant, zu wenig attraktiv aufbereitet oder qualitativ auf tiefem Niveau seien.

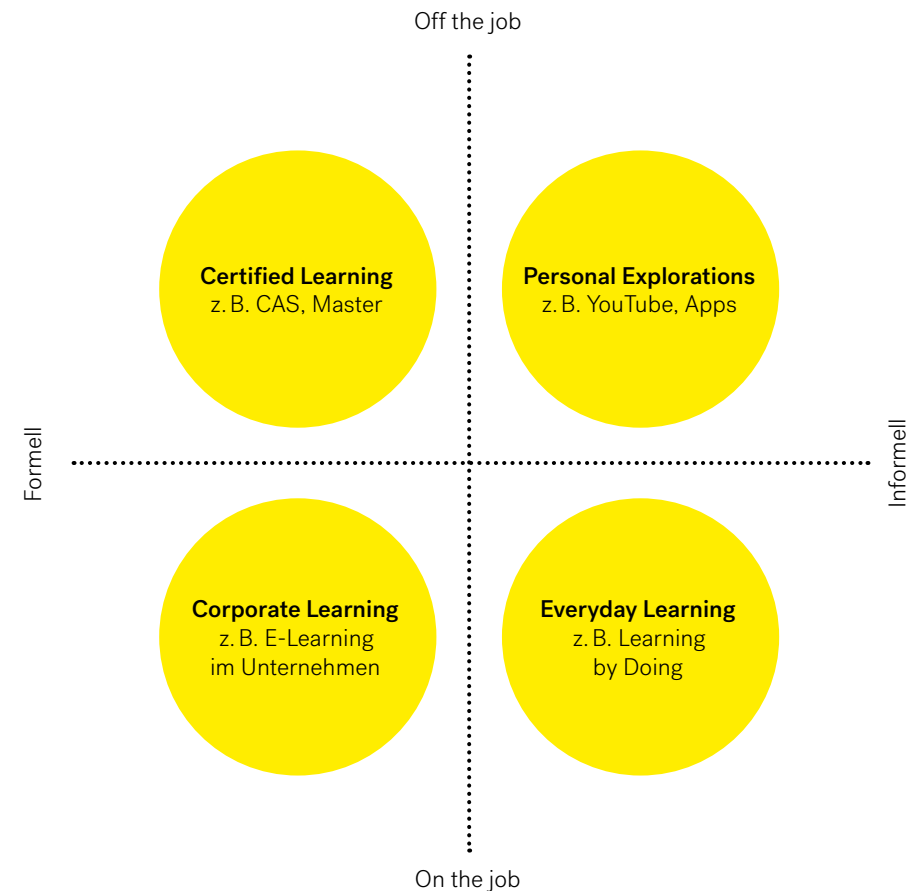


Abb. 2 | Lernaktivitäten im beruflichen Kontext

Überblick über die Service-Landschaft

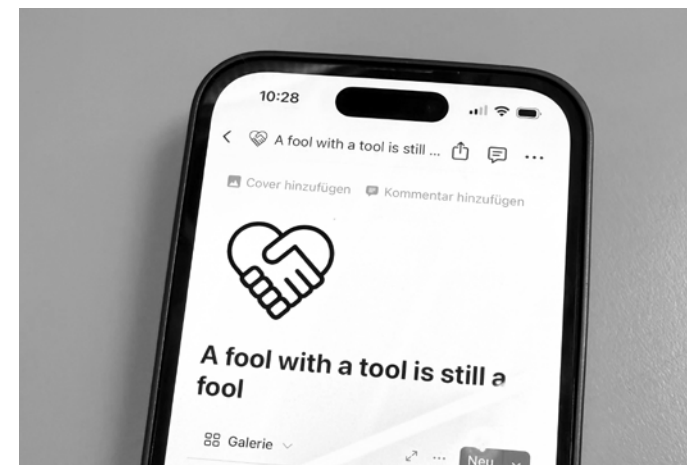
Die Service-Landschaft im Bereich berufliche Orientierung und Lernen ist sehr breit und lässt sich grob in drei Clusters zusammenfassen: Laufbahnberatung und Coaching, Lernen off the job und Lernen on the job.

- **Laufbahnberatung und Coaching:** Services wie Berufs-/Laufbahnberatungen, Orientierungsangebote von Hochschulen oder unabhängige Plattformen dienen der Standortbestimmung und beruflichen Orientierung. Ziel ist es, ein besseres Verständnis für die eigenen Bedürfnisse, Fähigkeiten und Chancen am Arbeitsmarkt zu entwickeln und nachhaltige Entscheidungen in Bezug auf die berufliche Entwicklung zu ermöglichen. Diese Angebote werden zwar genutzt, jedoch auch kontrovers beurteilt, wie die Interviews aus der Primärforschung zeigen.
- **Learning off the job:** Services ausserhalb des Arbeitsplatzes und klassischer Bildungsinstitutionen (z. B. E-Learning-Plattformen, Peer-Learning-Communities, Podcasts, YouTube-Kanäle, Lern-Apps) zielen darauf ab, individuelle Fähigkeiten und Wissen zu erweitern. Digitale Nachweise und Microcredentials kommen dabei immer mehr auf, um solche nichtformalen und informellen Lernaktivitäten sichtbarer zu machen. Dennoch fehlen einheitliche Qualitätsstandards und Vergleichbarkeit, weshalb offiziell anerkannte Zertifikate am Arbeitsmarkt nach wie vor stärker berücksichtigt werden.
- **Learning on the job:** Auch Learning & Development Programme, Trainings on the job und digitale Lernplattformen, die Organisationen ihren Mitarbeitenden anbieten, können als Services betrachtet werden. Ziel solcher Programme ist es, arbeitsrelevante Fähigkeiten auszubauen und organisationales Lernen zu fördern. Dabei haben grosse Unternehmen oft ganze L&D Abteilungen, während kleine und mittlere Unternehmen dafür kaum Ressourcen haben.

Fazit

Diese Arbeit stellt zur Diskussion, dass das Potenzial von lebenslangem Lernen heute nicht ausgeschöpft wird, und geht der Frage nach, welche Prinzipien und Services das individuelle und systemische Lernen begünstigen. Das zentrale Problem liegt darin, dass lebenslangem Lernen zwar eine hohe Bedeutung zugeschrieben wird, der Umsetzung jedoch Hürden im Weg stehen: überholte Wertesysteme (beruflicher Erfolg heisst Geld und Status), traditionelle organisatorische Strukturen (Hierarchien, Silos und Leistungsethos), ein limitierendes Verständnis davon, was lernen ist (Kurse und Schulungen) und wann es stattfindet (hauptsächlich zu Beginn des Berufslebens) sowie zu wenig Zeit und Raum im Alltag. Das Potenzial besteht darin, dass sich Arbeitskräfte auch in späteren Berufsjahren weiterentwickeln und Neues dazulernen können, während Organisationen sich zugleich agiler wandeln und innovativer werden können. Damit neue Services jedoch überhaupt Fuss fassen können, benötigen sie einen fruchtbaren Boden – eine Lernkultur jenseits traditioneller Strukturen und Werte.

Abb. 3 | Artefakt aus einem Interview



Idee und Konzept

Ein Ausstellungs- und Vermittlungskonzept als Career Service.

Ein Career Service in einem öffentlichen, neutralen Raum

«Unfinished» ist ein Ausstellungs- und Vermittlungskonzept für Museen und Ausstellungsräume. Es bietet Raum, um über persönliche Bedürfnisse und strukturelle Kräfte nachzudenken, und fordert unsere Sichtweise auf lebenslanges Lernen heraus. Es unterstützt alle, die über ihre persönliche oder berufliche Entwicklung nachdenken, und dient als niederschwellige, neutrale Alternative zu Career Services im Bildungs- oder Arbeitskontext. Die Ausstellung positioniert sich gegen das Ideal der Perfektion und des fertigen Wissens und lädt Besucher*innen ein, Lernen als Gestaltungsraum zu begreifen und konkrete Möglichkeiten zu entdecken, den eigenen Handlungsspielraum zu erweitern. Das Museum ist dabei kein Ort der Belehrung, sondern ein temporärer Lernraum, der Fragen stellt, Resonanz erzeugt und Selbstwirksamkeit stärkt. Das Konzept richtet sich an Institutionen, die sich als Begegnungs- und Dialogräume für aktuelle, gesellschaftlich relevante Themen verstehen, sowie an Museen mit Räumen für Sonder- und Themenausstellungen. Sie sind ideale dritte Orte, um sich kurz aus dem Alltag raus zu nehmen und wichtige Themen zu reflektieren. Bewusst nicht digital, sondern physisch und sinnlich.

Museen und Ausstellungsräume im Wandel

Die Rolle von Museen und museumsähnlichen Dialogräumen ist im Wandel hin zu gesellschaftlichen Infrastrukturen für Sinnstiftung, Dialog und Resilienz. 2025 hat ICOM Schweiz, das nationale Komitee des internationalen Museumsrates, und der Verband der Museen der Schweiz (VMS) die Initiative «Lernendes Museum» ins Leben gerufen, um Museen in der Schweiz dabei zu unterstützen, als Organisationen zu lernen, mit Wandel umzugehen und aktiv Zukunft zu gestalten. Museen stärker als nutzer*innenzentrierte Services zu denken, könnte diesen Wandel unterstützen.



«Schweizer Museen haben sich zu kollaborativen, inklusiven und dynamischen lernenden Organisationen entwickelt. Sie sind kraftvolle und mutige Akteure für positiven Wandel – verwurzelt im gemeinsamen kulturellen Erbe und als lebendige Räume, in denen Dialog, Neugier, Reflexion und Innovation gedeihen.»

Initiative «Das lernende Museum», Vision 2030

Vermittlungsziel

Das Vermittlungsziel ist zweistufig. Erstens soll das Konzept ein Bewusstsein schaffen für die persönliche Situation im Kontext struktureller Hürden. Es soll dazu beitragen, zu erkennen, dass gefühlte Krisen in Bezug auf berufliche Veränderungen auch eine strukturelle Komponente haben, die sich nicht auf individueller Ebene lösen lässt. Hier sollen die Besucher*innen das Gefühl erhalten, in guter Gesellschaft und mit ihren Unsicherheiten und Fragen nicht allein zu sein. Zweitens soll der Service die Besucher*innen dazu befähigen, den eigenen Handlungsspielraum in Bezug auf lebenslanges Lernen und berufliche Transitionen auszuschöpfen. Dazu können sie während des Rundgangs ihren individuellen Lerncharakter entdecken und erhalten am Ende Inspirationen und Anlaufstellen, die auf ihren Typ und ihre Situation zugeschnitten sind.

Zielgruppe

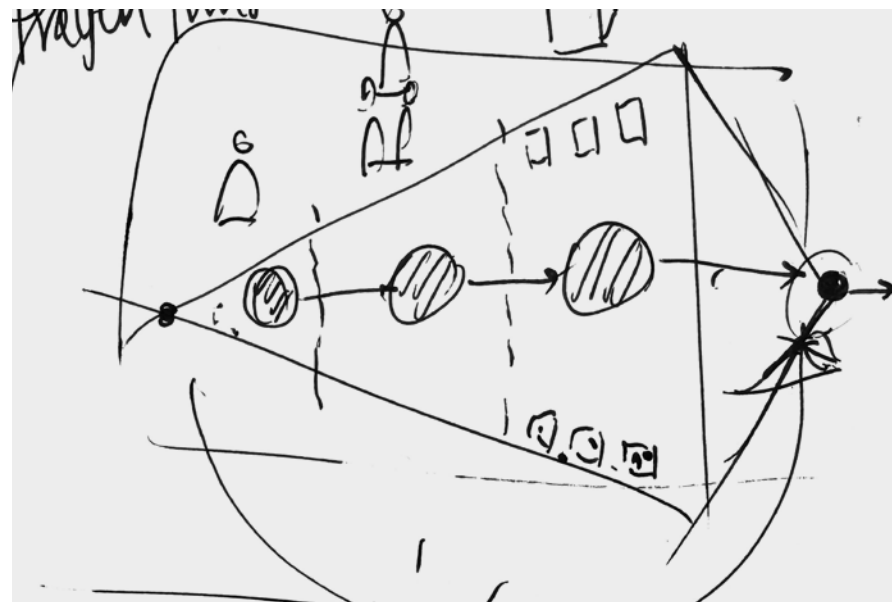
Der Service richtet sich an alle, die über ihre berufliche und persönliche Entwicklung nachdenken. Der Fokus liegt auf Menschen in der mittleren Karrierephase, die sich mit ihrer beruflichen Zukunft befassen (Hauptzielgruppe). Berufseinsteiger*innen und ältere Erwerbstätige werden vor allem mit dem Rahmenprogramm

adressiert (Nebenzielgruppen). Wie Schulklassen, lokale Akteure wie Bildungsinstitutionen oder Unternehmen eingebunden werden, wird in der Grobkonzept-Phase nicht geklärt, wäre aber in der Weiterentwicklung des Konzepts zu berücksichtigen. Sie könnten z. B. als Kooperationspartner agieren oder mit spezifischen Führungen angesprochen werden.

Potenzieller Impact

Das Konzept soll Individuen auf ihrem Lern- und Entwicklungsweg stärken und regt Veränderungen in den Strukturen und Überzeugungen an, die lebenslangem Lernen heute im Weg stehen. Der Service ersetzt damit keine individuelle Berufs- oder Laufbahnberatung. Es geht nicht darum, endgültige Antworten zu geben, sondern einen entspannteren Umgang mit konstanten Veränderungen anzustossen, und berufliche Transitionen nicht als individuelle, sondern als kollektive Herausforderung zu betrachten.

Abb. 4 | Skizze Entwicklung Raumkonzept



Drei Ebenen des Service-Konzepts

Das Ausstellungs- und Vermittlungskonzept besteht aus drei Ebenen. Im Rahmen dieser Arbeit wurden das Raumkonzept und Rahmenprogramm grob skizziert, während die Journey Lerncharakter als High-Fidelity-Prototyp ausgearbeitet wurde.

Ausstellungsraum

Die Ausstellung ist als fixer Rundgang durch fünf Räume konzipiert – Prolog, Individuell, Kollektiv, Strukturell und Epilog. Dazu werden die fünf Räume entlang von Themenschwerpunkten bespielt. Die dargestellte Raumaufteilung ist fiktiv.

→ Seiten 24–41

Journey Lerncharakter

Während des Rundgangs durch die fünf Räume kommen die Besucher*innen an sechs Stationen vorbei, wo sie ihren individuellen Lerncharakter entdecken können. Am Ende des Rundgangs (Epilog) erhalten sie eine Auswertung inkl. passender Ressourcen.

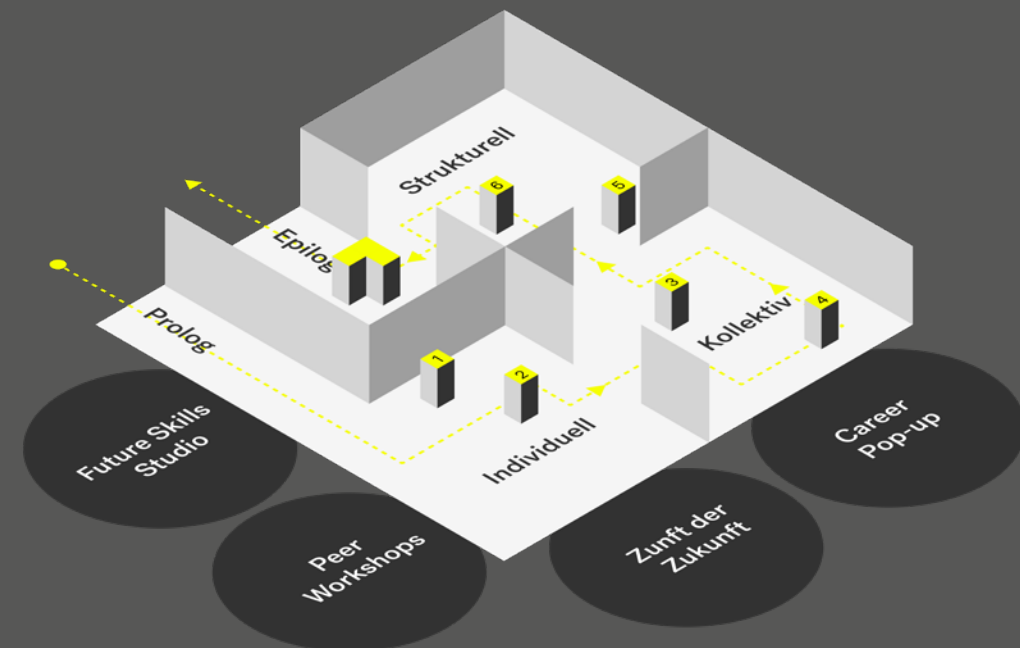
→ Seiten 44–73

Rahmenprogramm

Für das Rahmenprogramm sind Workshops, Expert*innen-Inputs und weitere Angebote für verschiedene Zielgruppen vorgesehen. Als variabler Bestandteil des Konzepts soll das Rahmenprogramm zu einem späteren Zeitpunkt mit den Austragungsorten konkretisiert und ausgearbeitet werden.

→ Seiten 42–43

Abb. 5 | Übersicht Service-Konzept

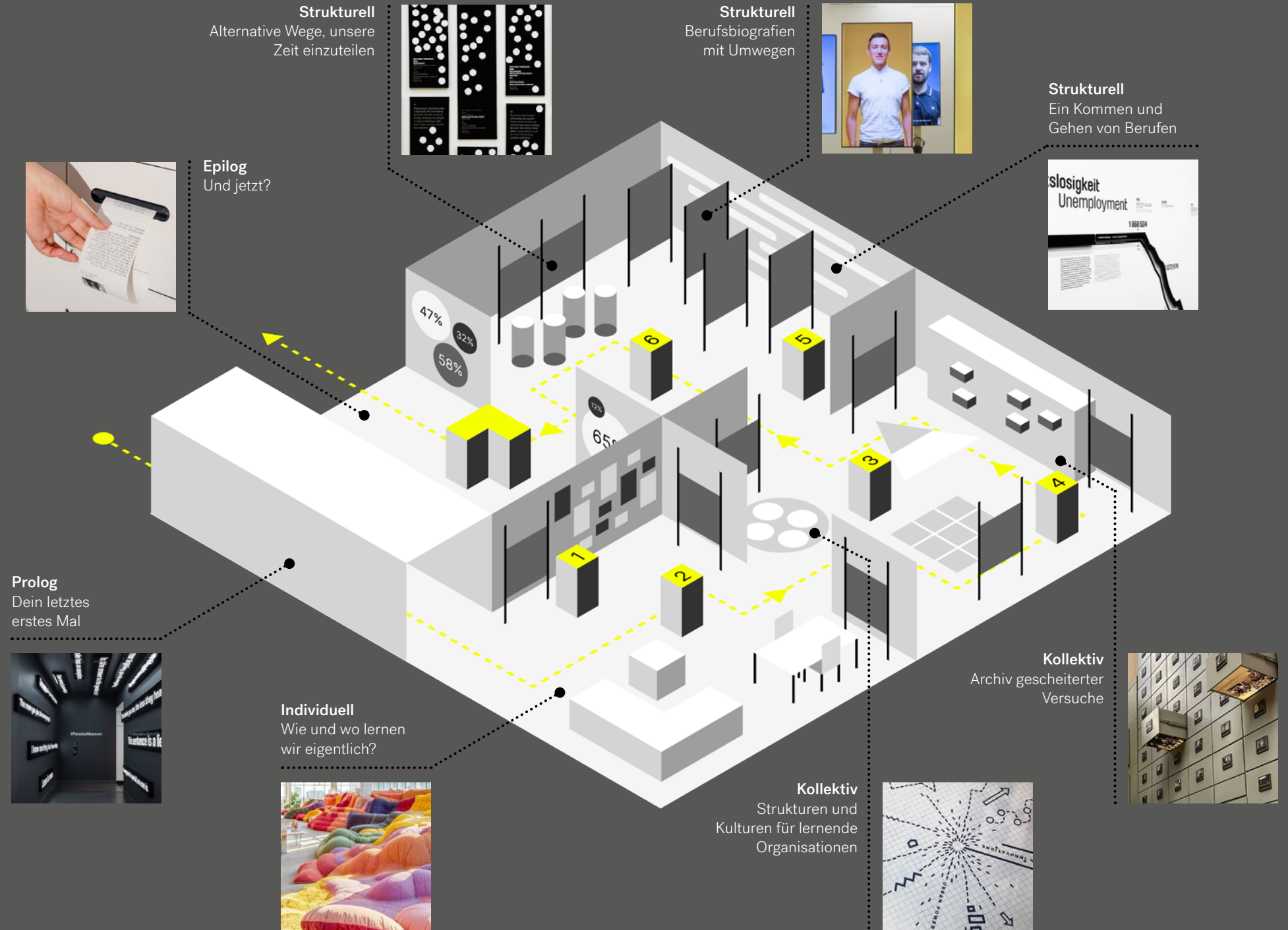


Ausstellungsraum

Das Raumkonzept widerspiegelt die Kernerkenntnis aus dem Research, dass das Interesse und die Motivation für lebenslanges Lernen zwar vorhanden ist, jedoch durch strukturelle Hürden erschwert wird. Während des Rundgangs reflektieren die Besucher*innen individuelle Lernerfahrungen, kollektive Lernprozesse und die strukturellen Gegebenheiten dahinter. Insbesondere will die Ausstellung den Lernbegriff über Schule, Ausbildungen und Zertifikate hinaus erweitern sowie informelle, biografische und soziale Lernprozesse sichtbar machen, um damit eine Kultur des lebenslangen Lernens anzustossen. Unfertigkeit darf dabei sichtbar bleiben – zum Beispiel durch Installationen, die von den Besucher*innen mitgestaltet werden.

- **Prolog**
Einstieg ins Thema und persönlichen Bezug herstellen
- **Individuell**
Reflexion über eigene, alltägliche Lernumgebungen, um den Lernbegriff von formeller Bildung zu entkoppeln
- **Kollektiv**
Kollektives Lernen in Gruppen und Organisationen sowie deren Mechanismen verstehen
- **Strukturell**
Strukturelle Hürden bewusst machen und das Gefühl vermitteln, mit seinen Fragen und Unsicherheiten in guter Gesellschaft zu sein
- **Epilog**
Konkrete und praktische Take-Aways in Form von persönlichen Inspirationen und Empfehlungen

Themenschwerpunkte sowie Ansätze für szenografische Übersetzungen werden auf den folgenden Seiten vorgestellt.



Dein letztes erstes Mal

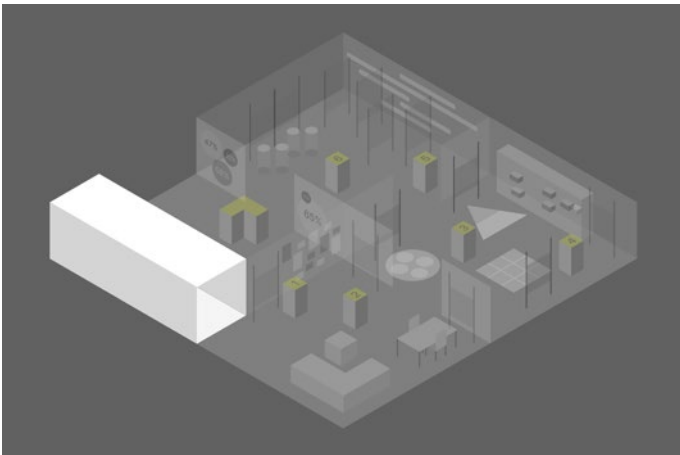
Raum
Prolog

Thema
Lernen im Alltag

Ziel
Einstieg und persönlichen Bezug herstellen

Kurzbeschreibung
Mit Lernen beschäftigen sich die meisten im Arbeitsalltag nicht bewusst – meistens passiert es einfach. Mit dem Prolog werden die Besucher*innen empfangen. Hier können sie sich mit dem Thema verbinden und die Brücke zu ihrer persönlichen Situation schlagen. Der Prolog ist ein dunkler Tunnel oder Raum, durch den die Besucher*innen die Ausstellung betreten. «Was hast du zuletzt zum ersten Mal gemacht?», steht als Frage im Raum. Die Besucher*innen können ihre Antworten auf iPads eingeben, welche anschließend anonym an die Wände projiziert werden. Eine Stimme begleitet den Einstieg und stimmt die Besucher*innen auf ihren Rundgang ein.

Verortung



Moodboard mit Umsetzungsbeispielen



Abb. 7



Abb. 8



Abb. 9

← Abb. 6 | Themenschwerpunkte im Ausstellungsraum

Wie und wo lernen wir eigentlich?

Raum

Individuell

Thema

Formelle und informelle Lernaktivitäten und -räume

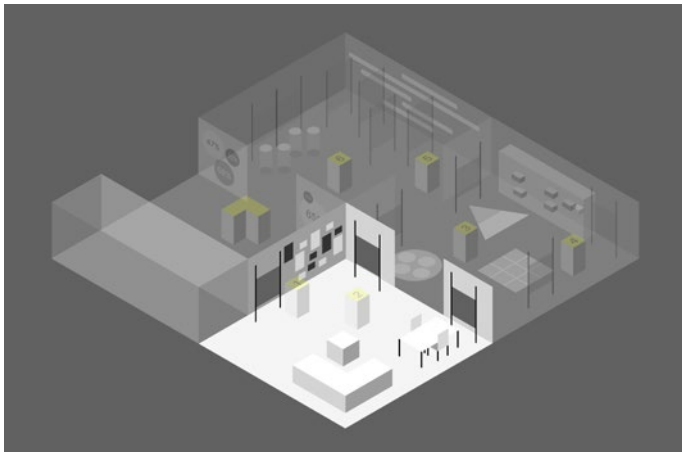
Ziel

Reflexion über Lernumgebungen, um den Lernbegriff von formeller Bildung zu entkoppeln

Kurzbeschreibung

Lernen wird vor allem mit formeller Bildung – Kursen, Weiterbildungen etc. – assoziiert, obwohl 90 Prozent des Lernens informell stattfindet. Durch den Austausch mit Kolleg*innen bei der Arbeit, beim Reisen, beim Museumsbesuch. Der Raum inszeniert verschiedene Lernumgebungen: z. B. eine bunte Lounge stellvertretend für informelle Gespräche, eine Wand voller Devices, auf denen YouTube-Videos laufen, ein Workshop-Setting. Die verschiedenen Inseln im Raum laden dazu ein, Platz zu nehmen und darüber nachzudenken, wo und wie wir täglich lernen. Jede Insel wird unterstützt mit wissenschaftlichen Fakten und Stimmen von Expert*innen.

Verortung



Moodboard mit Umsetzungsbeispielen



Abb. 10



Abb. 11



Abb. 12

Strukturen und Kulturen für lernende Organisationen

Raum

Kollektiv

Thema

Lernende Organisationen und Systeme

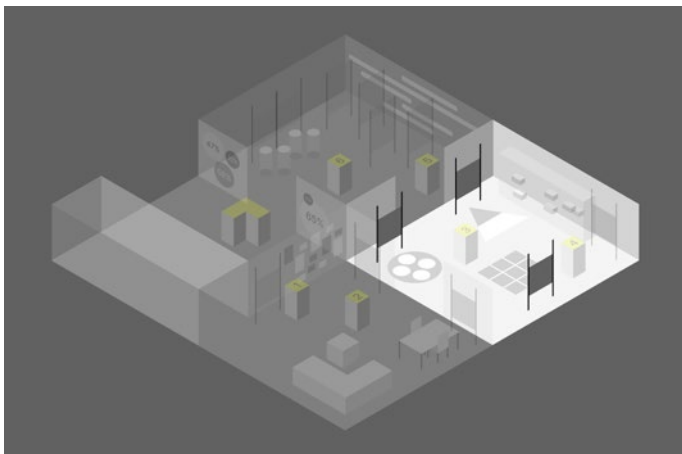
Ziel

Kollektives Lernen in Gruppen und Organisationen sowie deren Mechanismen verstehen

Kurzbeschreibung

Lernende Organisationen gelten als besonders anpassungsfähig und innovativ. Doch ob Organisationen lernfähig sind, hängt stark von ihrer Struktur und Kultur ab. Der Raum inszeniert verschiedene Organisationsstrukturen mittels Infografiken auf dem Boden, auf denen sich die Besucher*innen selbst einordnen können – von der hierarchischen Pyramide über die Matrixorganisation bis zur Holokratie. Die Installation thematisiert Konzepte wie Wissensmanagement, Innovation und Partizipation für das kollektive Lernen von Teams und Organisationen.

Verortung



Moodboard mit Umsetzungsbeispielen

Abb. 13



Abb. 14



Abb. 15

Archiv gescheiterter Versuche

Raum

Kollektiv

Thema

Fehler und Scheitern

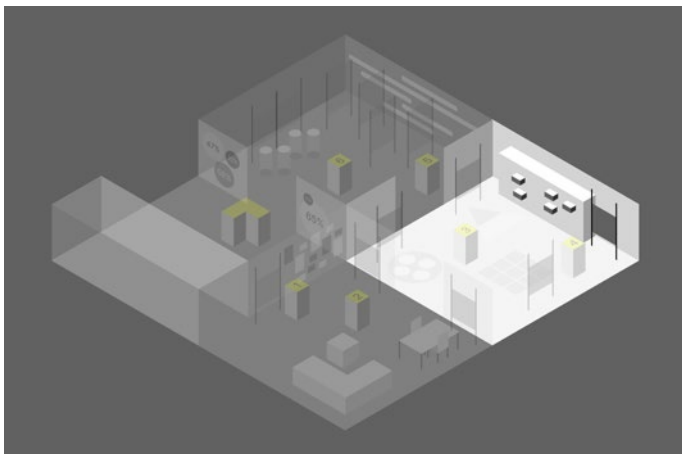
Ziel

Reframing von Fehlern und Scheitern als Grundlage für Lernprozesse

Kurzbeschreibung

Psychologische Sicherheit ist ein zentraler Aspekt, dass Menschen lernen können. Wo keine Fehler passieren dürfen, wo Scheitern stigmatisiert und Umwege unerwünscht sind, werden kaum Experimente gemacht oder Risiken eingegangen. Beides sind jedoch wichtige Voraussetzungen für Innovation. Ein Archiv in Anlehnung an Niklas Luhmanns Zettelkasten zeigt eine Sammlung von fehlerhaften Objekten, erfolglosen Produktlancierungen und gescheiterten Versuchen. Es erzählt Geschichten, wie Misserfolge zu neuen Chancen oder Fehler zu unerwarteter Ästhetik führen können. Zum Beispiel der weltberühmte schiefe Turm von Pisa oder der Power Mac G4 Cube, der als Produkt-Flop zum begehrten Sammlerstück wurde.

Verortung



Moodboard mit Umsetzungsbeispielen

Abb. 16



Abb. 17



Abb. 18



Abb. 19

Ein Kommen und Gehen von Berufen

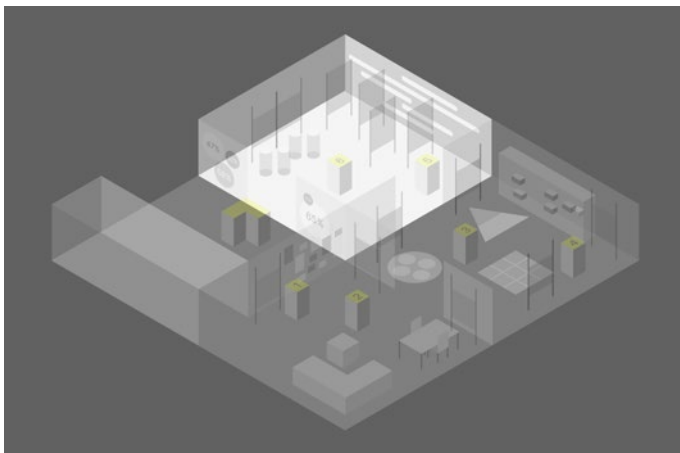
Raum
Strukturell

Thema
Historische Entwicklung und Veränderung von Berufsfeldern und -bildern

Ziel
Historisches Verständnis schaffen, um die aktuelle Situation besser einordnen zu können

Kurzbeschreibung
Berufe befanden sich schon immer im Wandel. Der Blick auf die Geschichte soll die aktuellen Veränderungen auf dem Arbeitsmarkt in einen historischen Kontext rücken. Eine wandfüllende Zeitreise zeigt in groben Zügen die Entwicklung der Arbeit über die letzten 500 Jahre – von der Agrarwirtschaft über Manufaktur und Industrialisierung bis zur Dienstleistungsökonomie, Wissensarbeit und Digitalisierung. Dabei werden wichtige historische Ereignisse wie die Erfindung des Buchdrucks, die Elektrifizierung oder das Aufkommen von Computern diskutiert und ausgestorbene Berufe porträtiert – zum Beispiel Schriftsetzer, Laternenanzünder, Aufzugführer, Telefonistin oder Milchmann.

Verortung



Moodboard mit Umsetzungsbeispielen

Abb. 20



Abb. 21

Berufsbiografien mit Umwegen

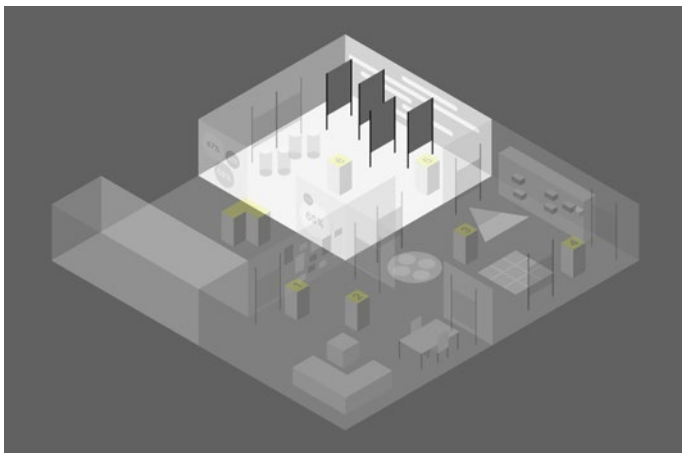
Raum
Strukturell

Thema
Diskontinuierliche Berufsbiografien

Ziel
Über authentische Geschichten inspirieren und Mut machen, den eigenen Weg zu gehen

Kurzbeschreibung
Menschen suchen in ihrer Arbeit vermehrt Sinn und Impact als Status und Geld. Es braucht neue Narrative, die individuelle Antworten bieten auf die Frage, was es heisst, das Beste aus der wertvollen Arbeitszeit zu machen. Video-Porträts von Menschen mit ungewöhnlichen Berufsbiografien zeigen, dass es auch anders geht, und regen zum Nachdenken – und Handeln – an: Sie erzählen authentisch und ehrlich von Umbrüchen, Neuanfängen, dem Bedürfnis nach Sicherheit und dem Mut, sich abseits gesellschaftlicher Konventionen zu verändern.

Verortung



Moodboard mit Umsetzungsbeispielen



Abb. 22



Abb. 23

Alternative Wege, unsere Zeit einzuteilen

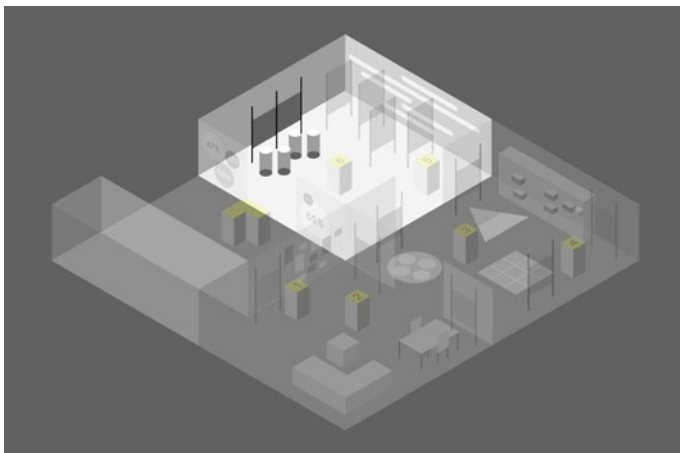
Raum
Strukturell

Thema
Flexible Zeit- und Lebensmodelle

Ziel
Alternativen und Lösungsvorschläge, um nebst dem Erwerbsleben Zeit zu schaffen fürs Lernen

Kurzbeschreibung
Obwohl Berufsbiografien immer diverser werden, ist die klassische dreiteilige Biografie aus der Industriezeit – Ausbildung, Arbeitsleben, Ruhestand – noch immer die Norm. Lebenslanges Lernen benötigt alternative Zeitmodelle, welche mehr Flexibilität in der Arbeitszeit und Biografiegestaltung ohne einschneidende finanzielle Einbussen ermöglichen. Vier solche alternativen Konzepte werden zur Diskussion gestellt – die Vier-Tage-Woche, Bildungszeit, Grundsicherung und Lebensarbeitszeit. Die Besucher*innen können über ihr präferiertes Modell abstimmen sowie eigene Ideale und Ideen einbringen.

Verortung



Moodboard mit Umsetzungsbeispielen

Abb. 25



Abb. 24

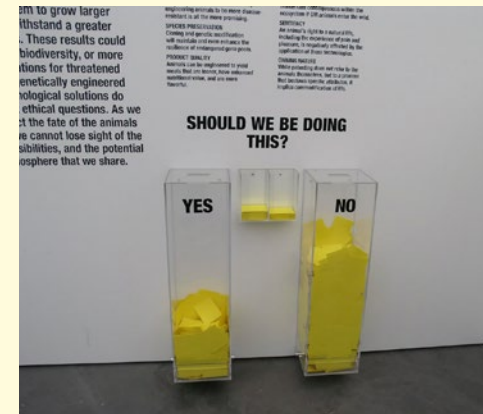


Abb. 26

Rahmenprogramm

Mit dem Rahmenprogramm sollen nebst der Hauptzielgruppe auch die Nebenzielgruppen adressiert werden. Zum Beispiel werden mit den Peer Workshops für Einsteiger*innen und Aussteiger*innen auch Menschen am Anfang und gegen Ende des Berufslebens gezielter angesprochen. Zudem bietet das Rahmenprogramm Gelegenheit, thematisch etwas tiefer zu gehen, zum Beispiel mit den Expert*innen-Inputs zu Zukunftsthemen wie Care Economy. Das Rahmenprogramm ist ein variabler Bestandteil des Konzepts. Das heisst, die Angebote würde in Zusammenarbeit mit den Austragungsorten konkret ausgestaltet. Im Rahmen dieses Grobkonzepts werden erste Ideen skizziert.

Future Skills Studio

In Live Case Studies sprechen Fachleute aus verschiedenen Bereichen, z. B. Bildung, Gesundheit oder Handwerk darüber, wie sie sich zukunftsfähige Skills angeeignet haben, um sich entweder in ihrem eigenen oder einem anderen Berufsfeld weiterzuentwickeln. Das Angebot soll anhand konkreter Cases Entwicklungsmöglichkeiten in spezifischen Fachbereichen aufzeigen. Mögliche Live Case Studies:

- Vom Lehrer zum Digital Learning Designer
- Von der Ingenieurin zur Green Tech Engineer
- Von der Verwaltungsangestellten zur Daten Analystin
- Von der Pflegefachkraft zum Digital Health Coach
- Von der Grafikdesignerin zur XR-Experience Designerin

Peer Workshops

In moderierten Workshops tauschen sich Peers in ähnlichen beruflichen Situationen aus – Einsteiger*innen zum Beispiel über die Herausforderung,

im Arbeitsleben Fuss zu fassen, oder Wiedereinsteiger*innen über die Freude und Angst einer neuen Lebensphase. Dieses Angebot soll dazu beitragen, Communities und Netzwerke zu bilden. Mögliche Workshops:

- für Einsteiger*innen
- für Aufsteiger*innen
- für Wiedereinsteiger*innen
- für Umsteiger*innen
- für Aussteiger*innen

Zunft der Zukunft

Forschende und Fachleute beleuchten in Vorträgen und Panels zukunftsweisende Themen wie z. B. Care Economy oder nachhaltige Mobilität. Sie geben Inputs zum aktuellen Stand der Forschung und Praxis, ordnen ein und beantworten Fragen. Das Angebot dient der Orientierung in zukunftsrelevanten Themen. Mögliche Themenschwerpunkte:

- Care Economy
- Zirkuläre Wirtschaft
- Robotik und Automatisierung
- KI-gestützte Entscheidungen
- Nachhaltige Mobilität

Career Pop-up

Das Career Pop-up ist ein Walk-in-Service, bei dem kantonale und lokale Berufs- und Laufbahnberater*innen für Fragen und Anregungen rund um die berufliche Standortbestimmung zur Verfügung stehen. Ein Beratungsangebot wie ein Besuch am Postschalter – spontan und unverbindlich.

Future
Skills
Studio

Zunft der
Zukunft

Career
Pop-up

Peer
Workshops

Deep Dive: Lerncharakter

Den individuellen Charakter entdecken und auswerten.

Eine Mini-Journey zur Selbstreflexion

Während der Ausstellung können die Besucher*innen ihren individuellen Lerntyp an sechs Frage-Stationen entdecken. Für jede Antwort erhalten sie einen Token. Die sechs gesammelten Tokens lassen sich zu einer Figur zusammensetzen. Am Schluss des Rundgangs können die Besucher*innen ihre individuelle Figur scannen und erhalten einen Beleg mit einer persönlichen Auswertung sowie passende Empfehlungen.

Fragen beantworten und Tokens sammeln

Besucher*innen beantworten an sechs Stationen persönliche Fragen und erhalten für ihre Antwort an jeder Station einen Token. Die Tokens sind mit einem RFID Tag ausgestattet.

➔ Seite 46–47

Figur zusammenstellen

Am Ende des Durchgangs haben die Besucher*innen eine einzigartige Kollektion an Tokens, die sich zu einer Figur zusammensetzen lassen – dem persönlichen Lerncharakter.

➔ Seite 48–49

Figur einlesen und Beleg erhalten

Im letzten Raum – dem Epilog – wird die Figur an einer Station mittels RFID Reader eingelesen und interpretiert. Die Besucher*innen erhalten einen Beleg mit einem Feedback zu ihrer Figur sowie persönlichen Inspirationen und Angeboten.

➔ Seite 50–53

Fragen beantworten und Tokens sammeln

Frage 6 – Hut
**Wo stehst du gerade
im Berufsleben?**



Am Anfang



Mittendrin

Frage 5 – Kopf
**Was brauchst du, um
im Alltag zu lernen?**



Zeit



Unterstützung

Frage 4 – Arm
**Wie reagierst du,
wenn du unsicher bist?**



Ausweichen



Beobachten

Frage 3 – Körper
**Wie lernst du am
besten?**



Durch Machen



Im Austausch

Frage 2 – Bein
Warum lernst du?



Um am Ball zu bleiben



Um mich zu entwickeln

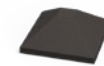
Frage 1 – Fuss
**Was ist Lernen
für dich?**



Fast alles



Wie ein Werkzeugkasten



In einer Veränderung



Offen für Neues



Auf der Zielgeraden



Orientierung



Motivation



Safe Space



Nichts



Ausprobieren



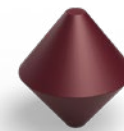
Analysieren



Fragen



Reden



Mit Struktur



Durch Beobachten



Weiss nicht



Um Dinge zu
verstehen



Um Fähigkeiten zu
erweitern



Um einen Abschluss
zu machen



Wie ein Spiegel



Wie ein Labor



Schule und Kurse



Weiss nicht

Figur zusammenstellen

Aus dem Set von 33 Tokens ergeben sich 27'000 mögliche Figuren. Die Figuren repräsentieren damit die hohe Komplexität an individuellen Typen, Situationen und Bedürfnissen, welche sich in der Forschung gezeigt haben. Die Farben der Tokens zeigen zudem das dominante Mindset (siehe Seite 13), das hinter der jeweiligen Antwort steckt. Die meisten Figuren sind ein Mix aus verschiedenen Mindsets und zeigen, dass wir nicht einem einzigen Mindset zuzuordnen sind, sondern verschiedene Kräfte und Eigenschaften in uns tragen.



The Explorer

Pastell-Mint repräsentiert den Explorer. Die Farbe steht für Menschen, die offen für Inputs aller Art sind und aktiv nach neuen Erfahrungen suchen.



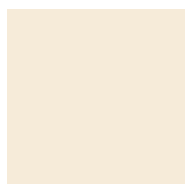
The Experienter

Kupfer-Metallic steht für den Experienter mit dem Motto: Das Leben ist dicht genug, also sorgen wir dafür, dass es etwas Spark bekommt.



The Strategist

Rubin-Rot gehört Menschen, die zielgerichtet sind und ziemlich genau wissen, was sie wollen und wie sie dahin gelangen.



The Sensemaker

Creme-Weiss reflektiert das Licht und passt damit zu Menschen, die jede Erfahrung reflektieren und daraus lernen wollen.



Abb. 27 | Verschiedene Figur-Kombinationen

Figur einlesen und Beleg erhalten

Die letzte Station des Rundgangs ist ein persönliches Fazit basierend auf den gesammelten Antworten. Hier können die Besucher*innen ihre Kollektion an Tokens einlesen und ihren Lerncharakter auswerten lassen. Die sechs RFID Tags werden von einem RFID Reader eingelesen und mittels Python Scripts sowie KI interpretiert. Nach wenigen Sekunden erhalten die Besucher*innen einen Beleg mit der Interpretation ihrer Figur sowie persönlichen Empfehlungen für Tools, Angebote und Links – kuratiert auf die individuelle Situation und ihren einzigartigen Lerntyp. Der QR-Code auf dem Beleg verlinkt auf die Unfinished Webseite mit der digitalen Version des persönlichen Belegs. Auf der Webseite sind zudem sämtliche 27'000 Figur-Kombinationen ersichtlich.

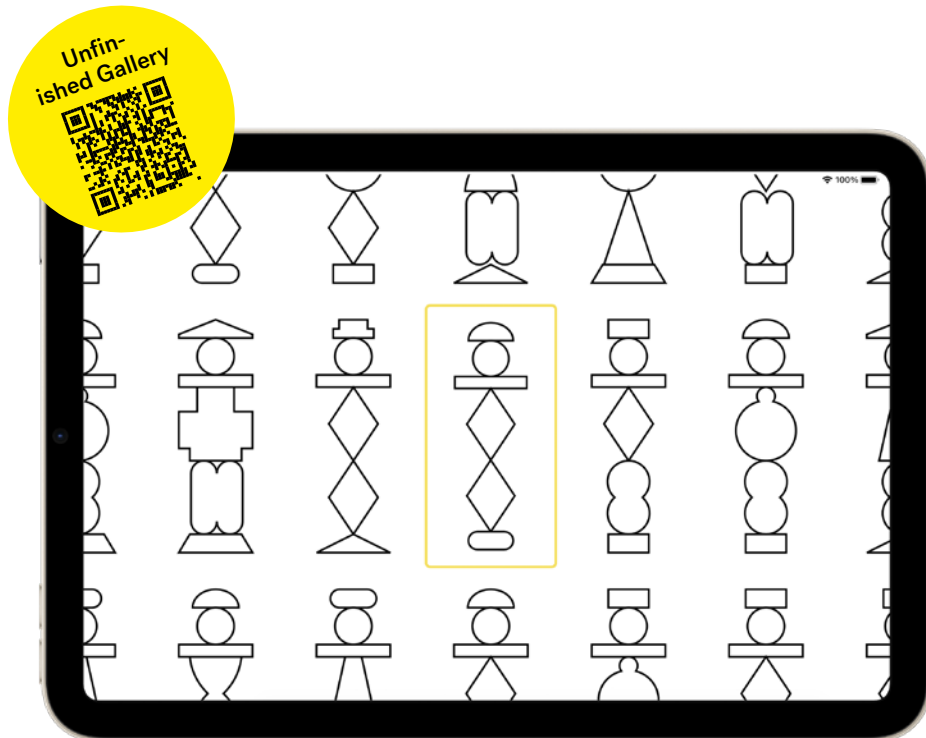


Abb. 28 | Screenshot Unfinished Gallery



Abb. 29 | Beispiel eines Belegs

Dateninput, Interpretation und Output

Als Dateninput dienen die RFID Tags, welche als Figur eingelesen werden. Die Tag-IDs sind in einer Datenbank (Excel) mit der jeweiligen Frage und Antwort hinterlegt. Die Datenbank enthält zudem Informationen zu den Mindsets, Kontext-Informationen zu den Fragen und Antworten sowie eine Liste von Ressourcen wie Büchern, YouTube-Videos, Podcasts, Online-Plattformen oder Beratungsstellen – jeweils passend zur erkannten Figur. Zusätzlich nutzt eine API-Schnittstelle Google Gemini, um den personalisierten Text zu erzeugen, während alle anderen Beleg-Inhalte aus der Datenbank (via Python Script) stammen und nicht KI-basiert sind. Ein Belegdrucker druckt den Beleg aus und über ein Display erhalten die Nutzer*innen Feedback. Die gesamte Interaktion läuft ohne Speicherung personenbezogener Daten. Das komplette Soft- und Hardware-Setup sowie die Datenbank sind auf Github einsehbar.

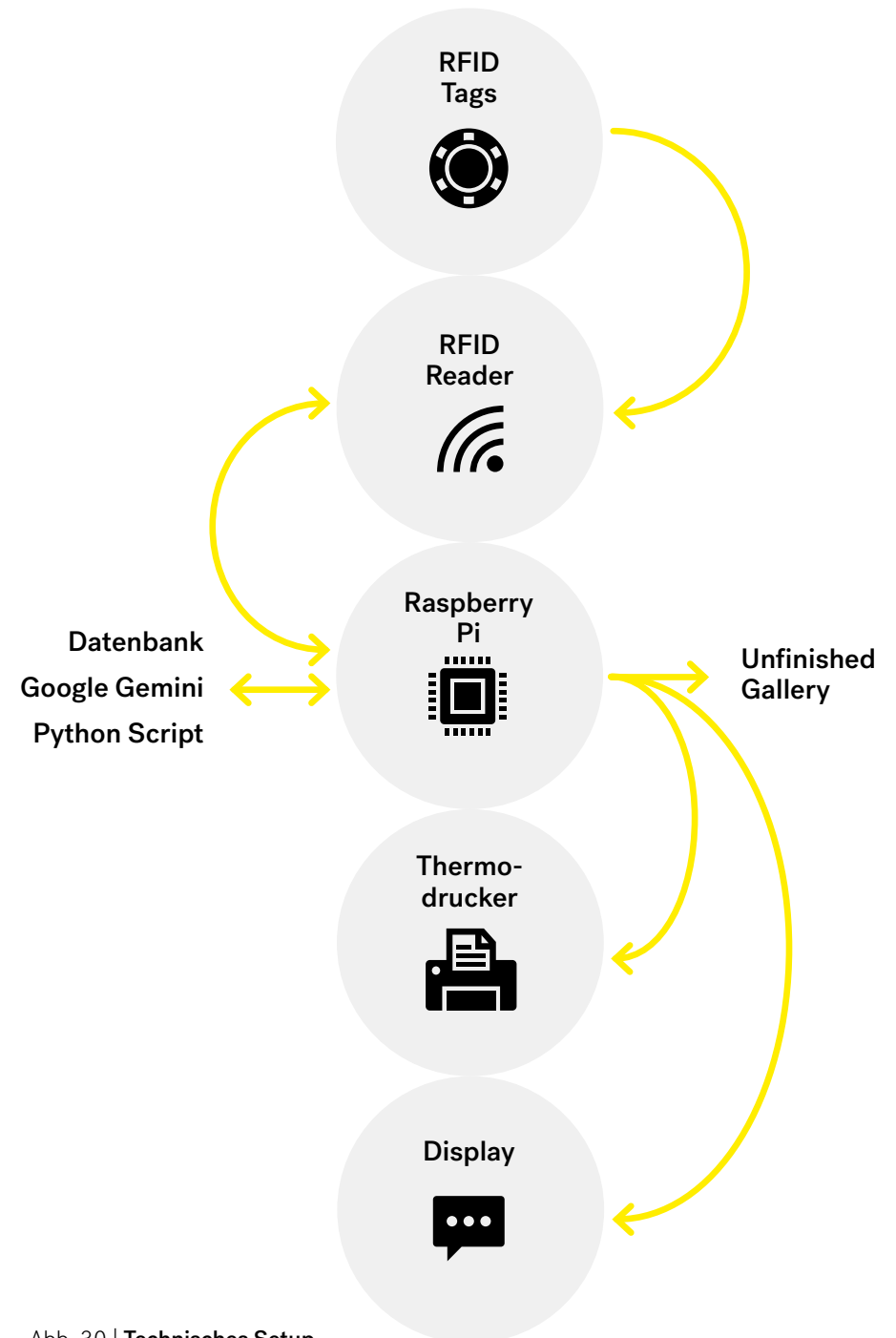


Abb. 30 | Technisches Setup

Mock-up der Interaktion

Da die Interaktion nicht in einem Ausstellungsraum aufgebaut werden konnte, diente ein Mock-up als Prototyp, um die Interaktion zu demonstrieren und erlebbar zu machen. Ein Setzkasten simuliert dabei die sechs Frage-Stationen, mit denen sich die User ihre Figur zusammenstellen können. Die Hardware wurde daneben in einer alten Zimmermannskiste untergebracht. Für das Mock-up wurden bewusst Artefakte mit symbolischem Charakter gewählt: Der Setzkasten und die Zimmermannskiste repräsentieren Berufe, die ausgestorben sind bzw. sich stark gewandelt haben.

Abb. 31 | RFID Reader, Raspberry Pi, Thermodrucker und Display, untergebracht in einer alten Werkzeugkiste



Abb. 32–36 | Mock-up der Interaktion mit Artefakten aus alten Berufen





Übersetzung in den Ausstellungsraum

Für eine reale Ausstellung würde das Mock-up in entsprechende Stationen im Raum übersetzt. Für die Token-Ausgabe gibt es diverse Dispenser-Systeme. Tests haben gezeigt, dass die User bestimmte Farben und Formen bevorzugen und ihre Antworten davon beeinflussen lassen. In einem Ausstellungskontext wäre es deshalb sinnvoll, die Besucher*innen die Tokens «blind» ziehen zu lassen (z. B. verdeckter Selecta- oder Kaugummi-Automat). Die hier gezeigten Beispiele von Dispenser-Systemen und Scan-Stationen dienen als Inspiration, wie die Interaktionen im Ausstellungsraum aussehen könnten.

Moodboard mit Umsetzungsbeispielen

Abb. 37



Abb. 38

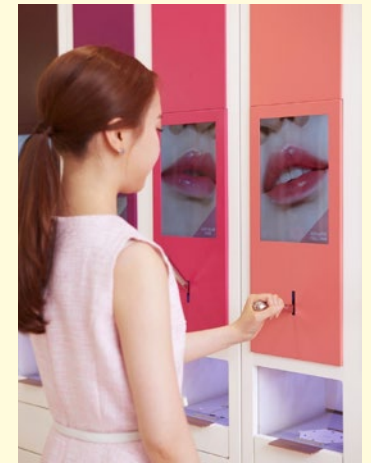


Abb. 39

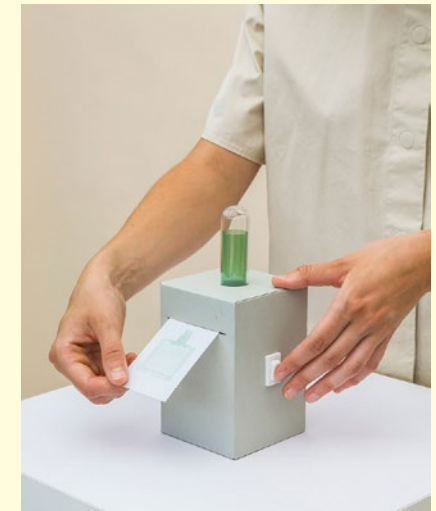


Abb. 40

Entwicklung und Testing

Die Touchpoints der Journey Lerncharakter (die Frage-Antwort-Matrix, die Tokens und Figuren sowie der Beleg) wurden in mehreren Iterationen entwickelt und mit potenziellen Nutzer*innen getestet. Die Learnings aus den Tests haben Design-Entscheidungen und die weitere Entwicklung der Prototypen beeinflusst. Die folgenden Seiten geben Einblick in den Entwicklungsprozess und die verschiedenen Prototypen.

Frage-Antwort-Matrix

Bei der Entwicklung der Frage-Antwort-Matrix ging es darum, die individuelle Situation der User möglichst genau mittels Fragebogen und Multiple-Choice-Antworten zu erfassen. Die Tests haben gezeigt, dass viele User das Thema Lernen spontan nicht präsent haben, sich aber dennoch mit den Fragen verbinden können. Weiter war einigen nicht klar, auf welchen Kontext (Arbeit, Freizeit) sie ihre Antwort beziehen sollen. Die Hypothese ist, dass der Ausstellungskontext mit den Installationen und Inhalten dabei helfen wird, den Kontext zu verstehen. Zudem wurde bei der Formulierung der Fragen darauf geachtet, dass die Nutzer*innen möglichst wenig interpretieren müssen. Weiter wurde in den Tests deutlich, dass die Antworten zum Teil positiv oder negativ konnotiert sind. Bei weiteren Iterationen wurde deshalb darauf geachtet, die Antworten so deklativ wie möglich zu formulieren. Schliesslich zeigte sich, dass die User die Farben und Formen der Tokens interpretieren bzw. wissen wollen, was sie bedeuten. Diese Erkenntnis führte zur Entscheidung, dass die Tokens in der Ausstellung blind gezogen werden sollen.

«Oh, I'm very square.»

Testperson

Tokens und Figuren

Die Tokens und Figuren haben eine doppelte Funktion: Sie dienen als Design-Objekte und Datensets. Ziel war es, hochwertige Objekte zu entwickeln, die visuell und haptisch attraktiv sind und gleichzeitig als Datenträger funktionieren. Aus gestalterischer Perspektive war die Herausforderung, eine visuelle Sprache zu finden, die nicht kindlich, aber dennoch spielerisch wirkt. Eine Recherche und ein erster Prototyp aus Karton zeigte, dass einfache grafische Formen in diversen Kombinationen visuell gut funktionieren.

Parallel dazu musste ein Material gefunden werden, das auch die technischen Anforderungen erfüllt (Stacking zu Figuren sowie Erkennung mittels Kamera oder RFID Tags). Keramik und Gips erwiesen sich als zu komplex in der Herstellung. Holz oder ein Mix aus verschiedenen (Ausschuss-)Materialien wurde als Option ebenfalls in Betracht gezogen. Schliesslich wurde ein zweiter Prototyp in der 3D-Druckwerkstatt der HSLU aus PLA (Polylactid) gedruckt. Bereits beim ersten Versuch wurde zudem ein RFID Tag eingedruckt. Es zeigte sich jedoch, dass die Drucktechnik mit Filament keine grosse Variabilität der Formen erlaubt hätte: Da die Tokens richtig auf der Druckplatte liegen müssen, um möglichst ohne Stützen gedruckt werden zu können, hätten die RFID Tags nicht in alle Formen eingedruckt werden können.

Schliesslich wurde ebenfalls in der 3D-Druckwerkstatt eine weitere Druckmethode getestet, das SLS Printing (Selective Laser Sintering) mit Nylonpulver. Bei diesem industriellen 3D-Druckverfahren wird ein Laser Pulvermaterial schichtweise gesintert, um Bauteile ohne Stützstrukturen zu erzeugen. Die mittels SLS gedruckten Teile sind haptisch attraktiver als Teile aus Filament, da sie eine matte, raue Oberfläche haben und schwerer sind. Dazu wurden die Tokens jeweils in zwei Hälften mit einer Vertiefung bzw. einem Deckel gestaltet, um den RFID Tag nach dem Druck einkleben zu können.

Das Set wurde mit Hilfe der Software Tinkercard erstellt, einem kostenlosen, webbasierten Programm für 3D-Design von Autodesk. Die gestalteten Formen wurden sehr simpel gehalten und haben selbst keine Bedeutung, ausser dass sie in verschiedenen Kombinationen als höchst variable Figuren funktionieren sollen. Die Höhe der jeweiligen Levels (Fuss, Bein, Körper, Arm, Kopf, Hut) wurde dabei immer beibehalten, sodass alle Figur-Kombinationen gleich hoch sind. In der Nachbearbeitung wurde der RFID Tag eingeklebt und die Hälften zusammengeleimt. Dann wurden die Tokens mit Isopropanol gereinigt, grundiert und mit Acrylsprays gefärbt. Weiter musste der Stand und das Stacking der Tokens geklärt werden.

Beleg

Der Beleg ist ein Kernstück des Konzepts. Als Antwort bzw. Fazit auf die persönliche Figur soll er den Nutzer*innen mit relevanten Ressourcen und Links einen Wert bieten. Die Tests der Frage-Antwort-Matrix haben gezeigt, dass die User erwarten, über den Output etwas über sich zu erfahren, und auch wissen wollen, was andere geantwortet haben bzw. wie sie im Vergleich dastehen. Der Inhalt besteht deshalb aus zwei Teilen: Zum einen aus einem Text, der als empathisches, wertschätzendes Feedback auf das dominante Mindset dient. Der Text ist KI-generiert und der Prompt enthält Informationen zum Kontext (berufliche Transitionen und lebenslanges Lernen) sowie zu den Mindsets. Er ist deshalb nicht wirklich personalisiert, sondern eine Rückmeldung, wie die Person sein könnte. Mit dem Ziel, dass sich die User darin wiedererkennen und bestärkt fühlen – ähnlich wie bei einem Horoskop. In einem ersten Prototypen wurde die Textgenerierung mit der KI Qwen getestet, eines Open-Source-KI-Sprachmodells von Alibaba Cloud. Dieses Modell kann lokal auf dem Computer installiert werden und läuft autonom, also ohne Internetverbindung. Der Test hat jedoch gezeigt, dass die inhaltliche und sprachliche Qualität dieses Modells für den Prototypen nicht aus-

reicht. Daher wurde in der weiteren Entwicklung eine API-Schnittstelle zu Google Gemini integriert. Dies hat den Nachteil, dass die Installation eine Internetverbindung benötigt, die Qualität des Outputs jedoch viel besser ist.

Zum anderen enthält der Beleg drei Ressourcen, welche aus einer speziell für diesen Prototypen angelegten Datenbank kommen. Relevante und kuratierte Ressourcen wie Bücher, Podcasts, YouTube-Videos, Songs, Online-Angebote sowie offizielle Anlaufstellen und Services wurden in einer Excel-Tabelle erfasst und mit Tags zu Mindsets, Bedürfnissen und Situationen versehen. Das Python Script priorisiert und sortiert die Ressourcen entsprechend der erkannten Figur und spielt pro Kategorie jene mit der höchsten Priorität aus – diese drei Ressourcen erscheinen auf dem Beleg. Bei den Ressourcen ist keine KI integriert, damit nur real existierende Links und Angebote ausgespielt werden. Zudem wird ein QR-Code generiert, welcher auf die digitale Version des personalisierten Belegs verlinkt.

Für das Beleg-Design wurden zahlreiche Kassenbelege gesammelt und analysiert. Der Beleg für den persönlichen Lerncharakter wurde bewusst ähnlich wie die alltäglichen und bekannten Kassenbelege gestaltet. Der beiläufige Charakter dieses Touchpoints ist gewollt und unterstützt das Konzept von «Unfinished».

«I want to know what the different blocks mean.»

Testperson

Abb. 41

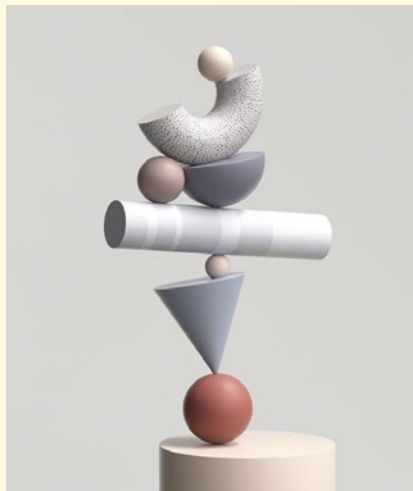


Abb. 43

Abb. 42



Abb. 44

Abb. 45-47 | Erster Prototyp aus Karton

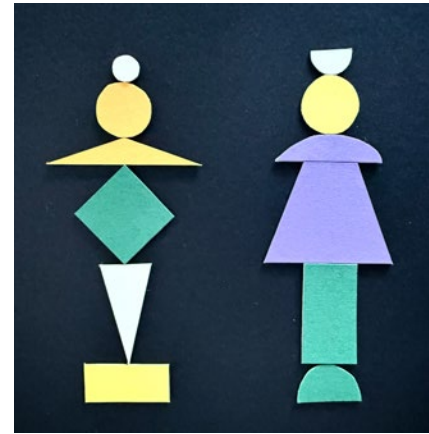
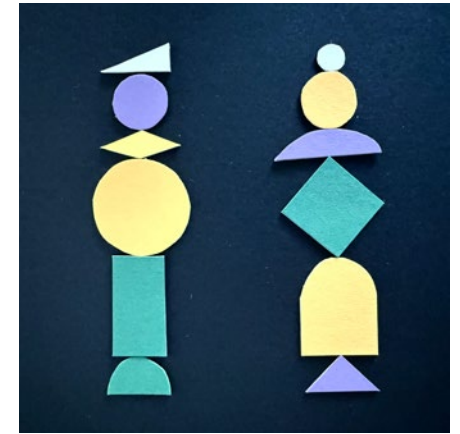
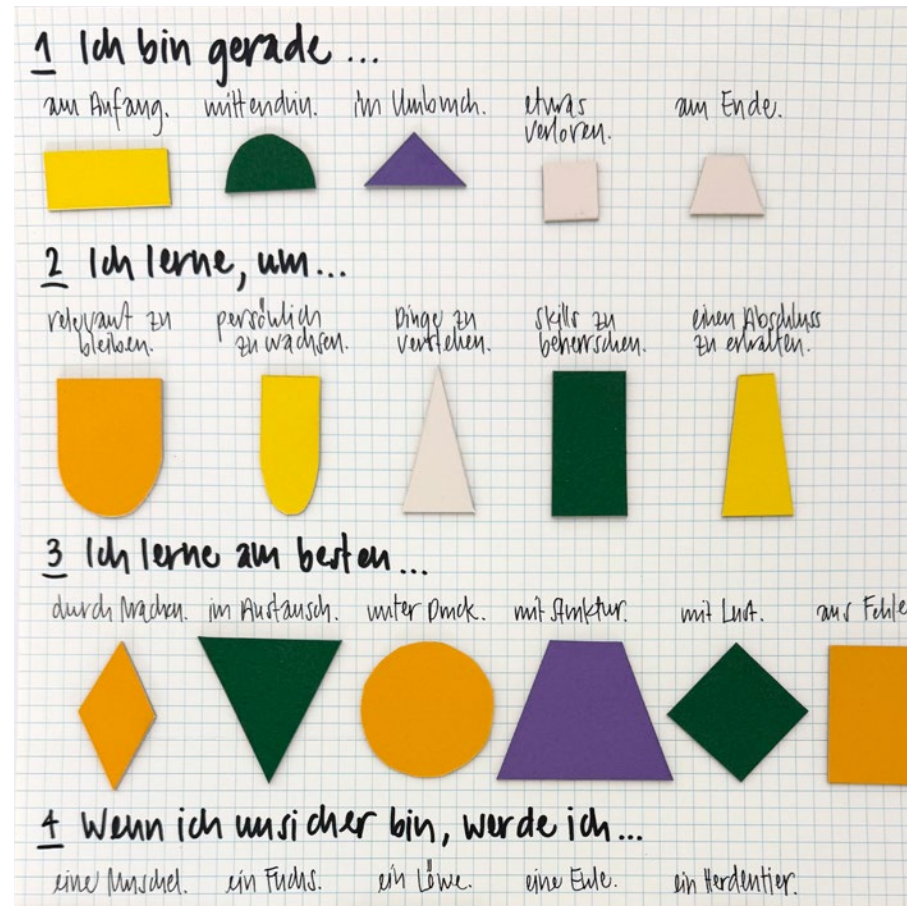


Abb. 48-51 | Zweiter Prototyp mit Filament, Skizzen

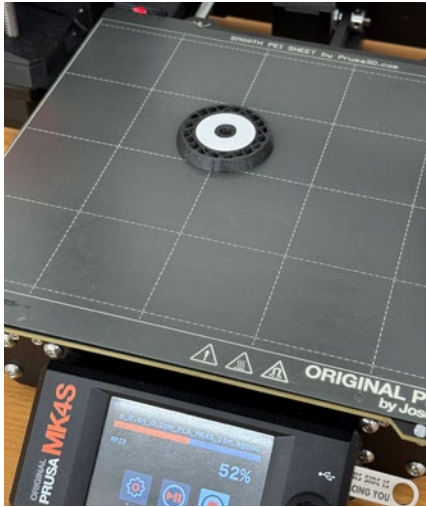
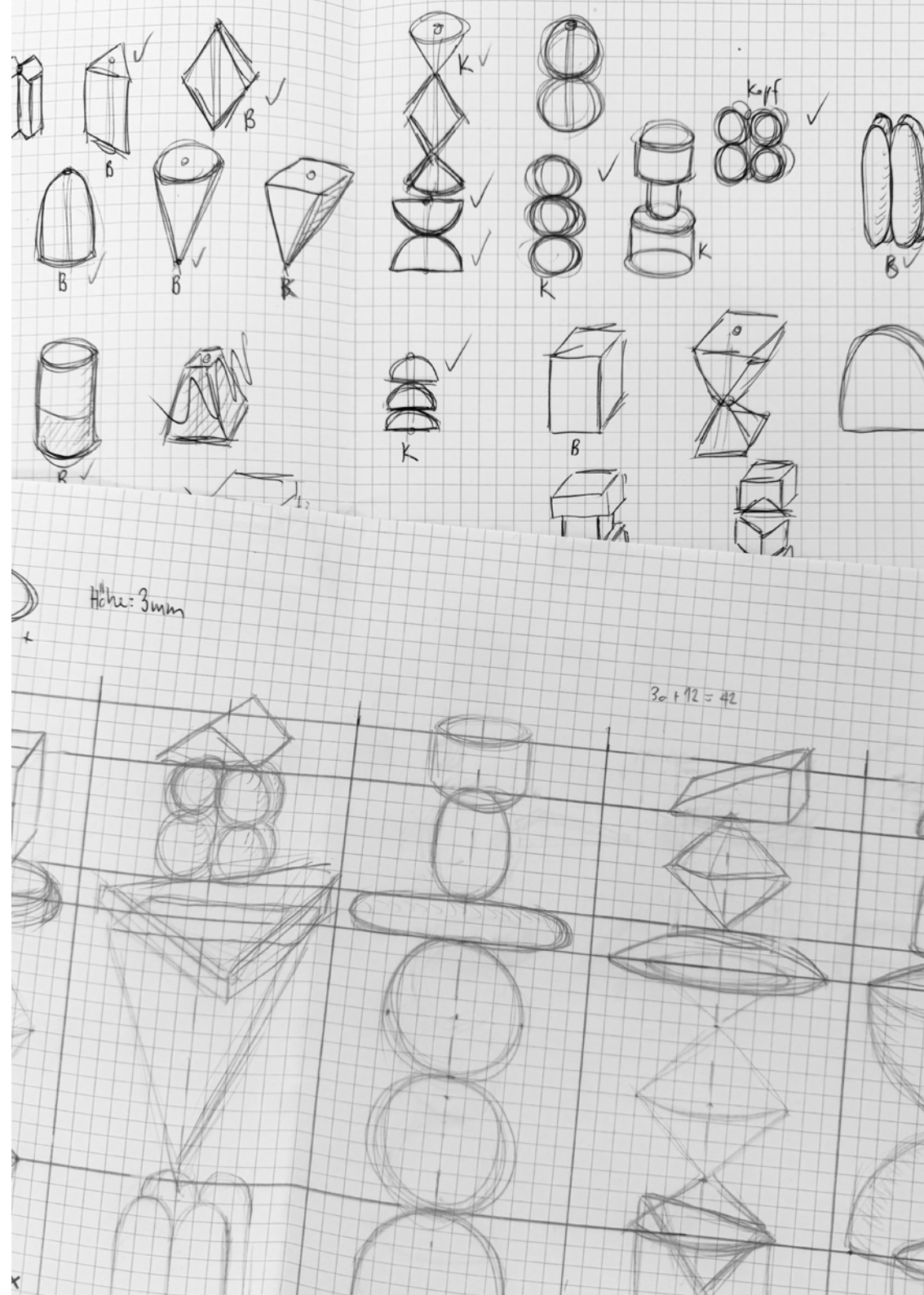




Abb. 52–55 | Arbeitsplatz in der 3D-Druckwerkstatt der HSLU,
dritter Prototyp aus Nylonpulver

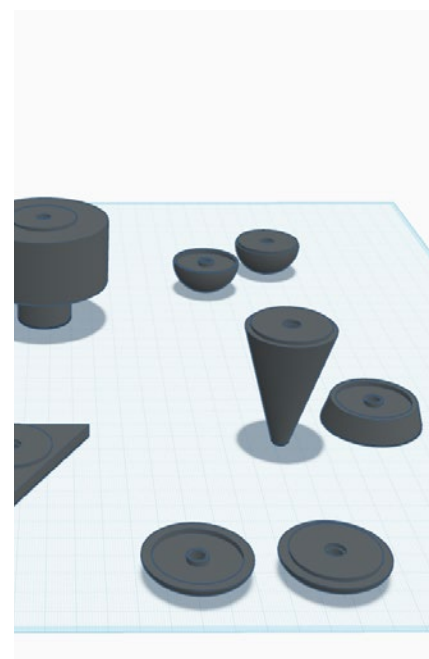
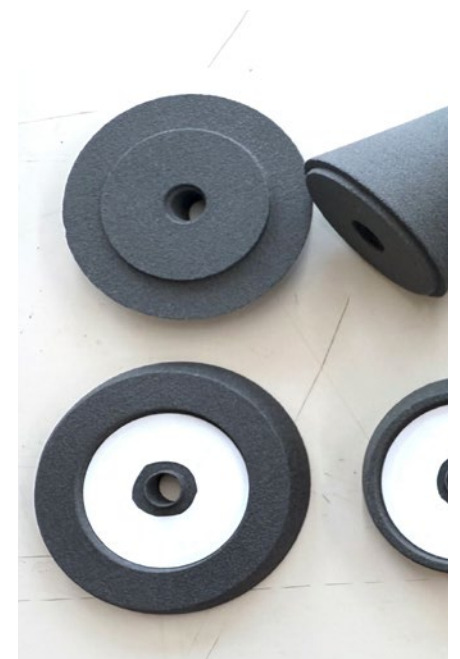
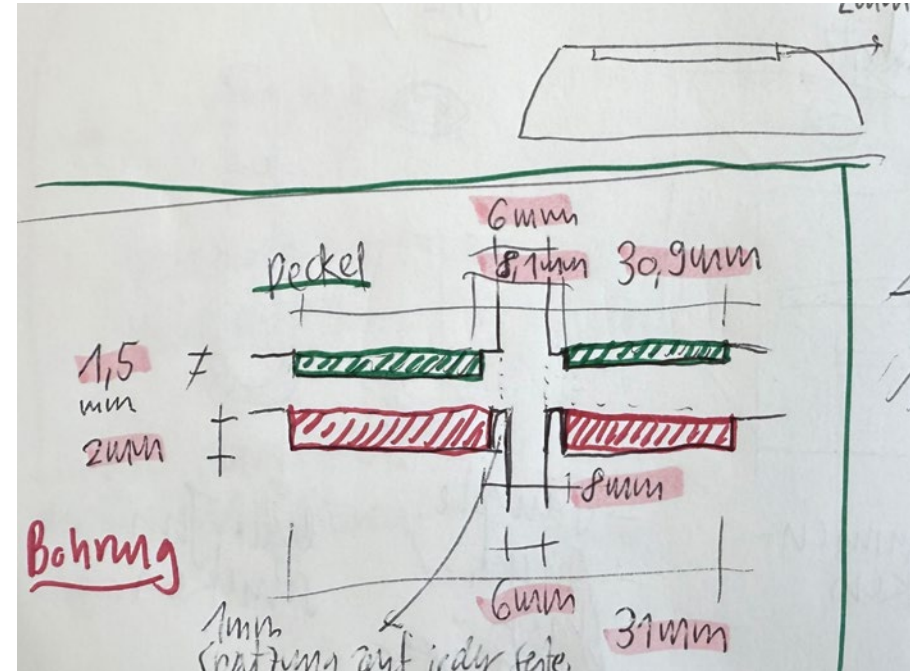


Abb. 56-57 | Tests mit Acrylfarbe und -sprays



Abb. 58-59 | Vierter Prototyp, finales Set



Diskussion und Ausblick

Validierung des Konzepts mit potenziellen Austragungs- orten.

Feedback von Vertreter*innen von Museen und Ausstellungsorten

Um die Idee und das Konzept zu validieren sowie den Entwicklungsprozess besser zu verstehen, wurden Gespräche mit potenziellen Ausstellungsorten geführt. Ziel der Gespräche war es erstens zu verstehen, wo die Stärken und Chancen sowie die Schwächen und Risiken des Konzepts liegen und wie der Entwicklungsprozess eines Ausstellungskonzepts funktioniert. Zweitens ging es darum, ob das Projekt Chancen auf eine reale Umsetzung hat und was dafür geleistet werden müsste. Angefragt wurden 10 Institutionen in der Schweiz, von denen schliesslich sechs Gespräche stattfanden (namentliche Nennung mit Einverständnis der Gesprächspartner*innen).

- Michael Fässler, Konzeption und Kommunikation, Generationenhaus Bern
- Anja Huber, Leitung Museum Schafften Winterthur
- Valérie Molière, operative Leitung, und Anouk Estermann, kuratorische Mitarbeit, Vögele Kultur Zentrum Pfäffikon SZ
- Carol Nater Cartier, Inhaberin valmarana GmbH, ehemalige Leiterin historisches Museum Baden
- Franziska Pfenninger, Leiterin Sust Museum Horgen
- Violetta Vitacca, Inhaberin Fondazia Impact Consulting, ehemalige Leiterin Enter Technikwelt Solothurn

«Das Zusammenbringen der persönlichen Situation mit Lösungsansätzen und Angeboten ist stark.»

Feedback von Museumsverantwortlichen

«Lebenslanges Lernen hat ein Imageproblem. Welche Verpackung könnte man dem Thema geben, um die Leute noch mehr auf einer emotionalen Ebene abzuholen?»

Feedback von Museumsverantwortlichen

Stärken und Chancen

Alle Gesprächspartner*innen empfanden das Thema berufliche Transitionen und lebenslanges Lernen relevant und aktuell sowie das Konzept zeitgemäss und interessant. Viele betonten, dass das Thema beschäftigt und sehen im Bezug der potenziellen Besucher*innen zum eigenen Leben eine Stärke. Einige sehen Potenzial darin, einen Raum zu bieten, in dem man sich mit wichtigen Fragen des Lebens beschäftigen kann, etwas über sich selbst erfährt und Orientierung erhält. Als Stärke empfanden die Gesprächspartner*innen auch die Physis des Angebots: Während ein Grossteil des Arbeitslebens und auch der Freizeit online stattfindet, setzt das Konzept dem als physischen Raum, der sinnliche Erfahrungen ermöglicht, etwas entgegen. Auch die Tokens bzw. Figuren bieten ein haptisches, spielerisches und leicht zugängliches Erlebnis und könnten als Take-Away attraktiv sein.

Schwächen und Risiken

Obwohl alle Interviewten das Thema als relevant einstufen, stellten manche die Anziehungskraft und Attraktivität des Themas in Frage. Wichtig wäre bei der Weiterentwicklung des Konzepts, den richtigen kommunikativen Aufhänger zu finden, sodass man sich in der Freizeit mit diesem Thema beschäftigen möchte. In diesem Zusammenhang wären auch die Vermittlungsziele zu schärfen und eine zugängliche, leicht verständliche Sprache und Tonalität zu finden. Die Befragten waren sich zudem einig, dass die Hauptziel-

gruppe – Menschen in der Lebensmitte – eine der am schwierigsten zu erreichenden Zielgruppen ist, da sie in dieser Lebensphase besonders stark gefordert ist durch Job, Familie und weitere Verpflichtungen. Eine weitere Erkenntnis aus den Gesprächen war, dass Ausstellungen in der Umsetzung sehr komplex und aufwändig sind. Die finanziellen Ressourcen, insbesondere von kleinen Häusern, sind sehr beschränkt und die Institutionen planen und entwickeln ihre Ausstellungen über mehrere Jahre (Entwicklungszeitraum ca. 1 bis 1,5 Jahre). Weiter wurde genannt, dass die Wartung und Beaufsichtigung solcher Ausstellungen, die häufig von freiwilligen Mitarbeitenden geleistet wird, einfach sein muss – ein Aspekt, der in der Feinkonzeption weiter berücksichtigt werden müsste.

Insgesamt meldeten zwei bis drei Institutionen grundsätzliches Interesse am Thema und am Konzept an, sofern dieses weiterverfolgt wird.

«Es gibt viele Menschen mit Fragen ans Leben. Die Orte, wo diese Fragen beantwortet werden, sind recht spärlich.»

Feedback von Museumsverantwortlichen

Skalierung, Variabilität und Weiterentwicklung

Unfinished ist als Wanderausstellung konzipiert, die durch verschiedene Museen und Ausstellungsorte in der Schweiz tourt und dabei an jedem Ort ca. neun Monate gastiert. In der Weiterentwicklung würde das Konzept modular in einer S-, M- und L-Version ausgestaltet, sodass es auf verschiedene Raumverhältnisse angepasst werden kann. Weiter wurde von den Institutionen angemeldet, dass das Konzept über variable Elemente verfügen müsste, sodass es thematisch und geografisch auf die Ausstellungsorte abgestimmt werden könnte. Auch bei der Ausgestaltung des Rah-

menprogramms würden lokale Akteure – Fachpersonen, Unternehmen, Schulen etc. – integriert. Mit den Gesprächspartner*innen wurde zudem diskutiert, dass das Konzept auf weitere relevante dritte Orte wie z. B. Bibliotheken, Berufsmessen oder Laufbahnzentren erweitert werden könnte. Auch die Idee eines mobilen Pop-up-Angebots in öffentlichen Räumen wurde besprochen.

Ausblick

Falls das Konzept weiterverfolgt wird, steht in einem nächsten Schritt die Suche nach geeigneten Kooperationspartnern für die inhaltliche Weiterentwicklung und Finanzierung an. Als Kooperationspartner kämen Bundesstellen und nationale Organisationen wie z. B. das Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI), der Schweizerische Verband für Weiterbildung (SVEB) und der Think-Tank TRANSIT,

digitalswitzerland und weitere in Frage. Weiter könnten kantonale Bildungs- und Weiterbildungsakteure sowie kantonale Stellen für Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung angefragt werden. Für die Finanzierung würden Förderstiftungen angefragt. Dazu müsste als nächstes ein Finanzplan ausgearbeitet und diese Dokumentation in ein Fundraising-Konzept überführt werden. Insgesamt ist mit einem Entwicklungsprozess von 2,5 bis 3 Jahren zu rechnen, wobei ein grosser Teil der Recherche und des Grobkonzepts mit dieser Masterarbeit geleistet wurden.

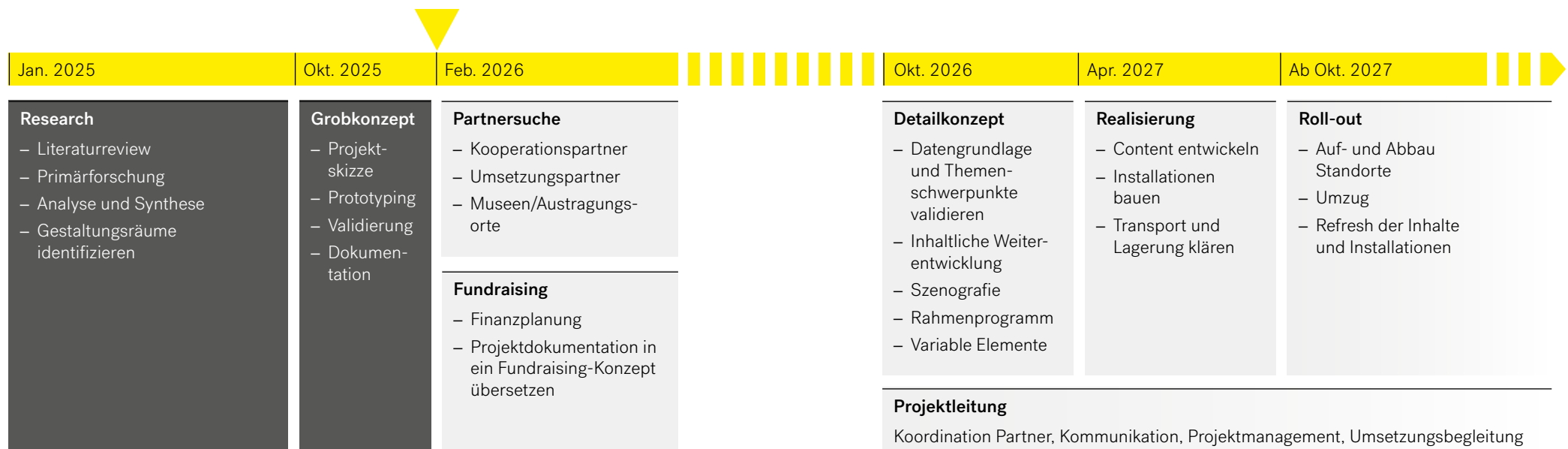


Abb. 63 | Zeitplan

Herzlichen Dank.

Roland Mosimann, Violetta Vitacca, Borries Schwesinger, Cedric Neuhaus, Peter Röschli, Sam Mosimann, Rafael Haubensak, Stephanie Zingg, Selina Finsler – **merci für euern wesentlichen Beitrag zur Idee, zum Gelingen und zur Qualität dieses Projekts.**

Andy Polaine, Jan-Christoph Zoels, Daniele Catalanotto, Juri Liechti, Robert Bossart, Axel Vogelsang, Christoph Zellweger, Florian Hauswirth – **merci für die super Supervision und das Coaching im Master Design.**

Violetta Vitacca, Anja Huber, Carol Nater Cartier, Franziska Pfenninger, Valérie Molière, Anouk Estermann, Michael Fässler – **merci für die wertvollen Inputs und das kritische Feedback zum Konzept.**

Monica Röschli, Peter Röschli, Ursula Mosimann, Heiner Mosimann, Daniela Waibel, Martin Dubach – **merci fürs Kinderhüten, damit dieses Projekt überhaupt möglich war.**

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 (S. 12)

Research-Methode «Exhibition in a box». Eigene Darstellung.

Abb. 2 (S. 15)

Lernaktivitäten im beruflichen Kontext. Eigene Darstellung.

Abb. 3 (S. 17)

Artefakt aus einem Interview. Eigene Darstellung.

Abb. 4 (S. 21)

Skizze Entwicklung Raumkonzept. Eigene Darstellung.

Abb. 5 (S. 23)

Übersicht Service-Konzept. Eigene Darstellung.

Abb. 6 (S. 25–26)

Themenschwerpunkte im Ausstellungsraum. Eigene Darstellung mit Nutzung der Abb. 7, 12, 13, 16, 21, 22, 26, 39

Abb. 7 (S. 29)

Paradox Museum Project (o.J.). Mancini. <https://www.manciniduffy.com/project/paradox-museum/>

Abb. 8 (S. 29)

Pop-up-Store für MAC Cosmetics (o.J.). CHINA PALMIERI. <https://chinapalmieri.com/en/>

Abb. 9 (S. 29)

Who Am I? Why Am I Here? Where Am I Going? (2017). Studio Jeppe Hein/Florian Neufeldt. <https://www.weltkunst.de/veranstaltungen/heidenheim-an-der-brenz/ausstellung/spieglein-spieglein-2>

Abb. 10 (S. 31)

Smartphones (2016). Justin Sullivan/Getty Images. <https://www.zeit.de/digital/datenschutz/2016-05/android-google-trust-score-passwoerter>

Abb. 11 (S. 31)

Varcoe Road (2020). Maccleanor Lavington. <https://www.maccleanorlavington.com/journal/detail/varcoe-road-aj/>

Abb. 12 (S. 31)

Taking Control 4.0: ControlNet x ComfyUI in Architecture (o.J.). Pinterest. <https://de.pinterest.com/pin/409546159884288336/>

Abb. 13 (S. 33)

Die Zukunft der Stadt, Technisches Museum Wien (2016). PPAG architects ztgmbh (Planung), Paul Bauer (Foto). <https://www.baunetz-architekten.de/ppag/31257/projekt/5194635>

Abb. 14 (S. 33)

Lifesize Plans (o.J.). Pinterest. <https://ch.pinterest.com/pin/354658539426440098/>

Abb. 15 (S. 33)

PIENSA SOL (o.J.). cartonlab. <https://cartonlab.com/en/project/exhibition-design-pienza-sol/>

Abb. 16 (S. 35)

Imperial War Museum Manchester (o.J.). Pinterest. <https://ch.pinterest.com/ideas/art-museum-photo-ideas/954649990095/>

Abb. 17 (S. 35)

Power Mac G4 (Cube) von Apple (2020). WIRED. <https://www.wired.com/story/20-years-ago-steve-jobs-built-the-coolest-computer-ever-it-bombed/>

Abb. 18 (S. 35)

Der Schiefe Turm von Pisa. Gravur aus dem späten 19. Jahrhundert (o.J.). Meisterdrucke. <https://www.meisterdrucke.ch/kunstdrucke/Unknown-artist/924217/Der-Schiefe-Turm-von-Pisa.-Gravur-aus-dem-späten-19.-Jahrhundert.html>

Abb. 19 (S. 35)

Exhibition Booth Design (o.J.). Pinterest. <https://in.pinterest.com/pin/9570217952568125/>

Abb. 20 (S. 37)

Ausstellung «Geschlecht. Jetzt entdecken.» (o.J.). Stapferhaus Lenzburg. <https://grosseltern-magazin.ch/stapferhaus-geschlecht-jetzt-entdecken/>

Abb. 21 (S. 37)

Ausstellung «Arbeit. Sinn und Sorge», im Deutschen Hygiene-Museum in Dresden (o.J.). Studio Axel Pfaender. <https://www.axelpfaender.com/de/arbeit/>

Abb. 22 (S. 39)

PATRIOTS, CITIZENS, LOVERS... (2015). Carlos Motta. <https://carlosmotta.com/project/patriots-citizens-lovers-2015/>

Abb. 23 (S. 39)

Ausstellung «HILFE, ICH ERBE!» (2025). Berner Generationenhaus. <https://www.begh.ch/erben/ausstellung>

Abb. 24 (S. 41)

Visitor Voting System (o.J.). Pinterest. <https://de.pinterest.com/pin/476607573088310663/>

Abb. 25 (S. 41)

PlayUP (o.J.). Pinterest. <https://es.pinterest.com/pin/383368987033708541/>

Abb. 26 (S. 41)

Me Too: Interactive Installation(o.J.). Graphis Portfolio. Pinterest. <https://cl.pinterest.com/pin/471681760994289610/>

Abb. 27 (S. 49)

Verschiedene Figur-Kombinationen. Eigene Darstellung.

Abb. 28 (S. 50)

Screenshot Unfinished Gallery. Eigene Darstellung.

Abb. 29 (S. 51)

Beispiel eines Belegs. Eigene Darstellung.

Abb. 30 (S. 53)

Technisches Setup. Eigene Darstellung.

Abb. 31 (S. 54)

RFID Reader, Raspberry Pi, Thermodrucker und Display, untergebracht in einer alten Werkzeugkiste. Eigene Darstellung.

Abb. 32-36 (S. 55-57)

Mock-up der Interaktion mit Artefakten aus alten Berufen. Eigene Darstellungen.

Abb. 37 (S. 59)

Interactive Gummy Machine (o.J.). Pinterest. <https://tr.pinterest.com/pin/422281211441232/>

Abb. 38 (S. 59)

Etude House Retail Design (o.J.). Dalziel & Pow. <https://www.dalziel-pow.com/work/etude-house>

Abb. 39 (S. 59)

How A.I. Is Influencing Astrology (o.J.). The New York Times. <https://www.nytimes.com/2023/07/04/style/astrology-co-star-ai.html>

Abb. 40 (S. 59)

Scentographer/Perfume Blotter for Puig (2019). RAW COLOR. <https://www.rawcolor.nl/project/?id=535&type=assignment>

Abb. 41 (S. 64)

MinMin Copenhagen Toys (o.J.). Junior Edition. <https://www.junior-edition.com/collections/minmin-copenhagen/wooden-toys>

Abb. 42 (S. 64)

Totem KOKAKOLOR (2023). Totem Studio Warsaw. Ernest Winczyk / Wunderkamera Studio (Foto). <https://in.pinterest.com/pin/855824735470913643/>

Abb. 43 (S. 64)

The Balancing Act (o.J.). Dan Zucco. <https://www.behance.net/gallery/99183165/The-Balancing-Act>

Abb. 44 (S. 64)

Forms & Shapes Explorations vol.05 (2024). Mostafa ELNajar. <https://www.behance.net/gallery/191626427/Forms-ShapesExplorations-vol05>

Abb. 45-62 (S. 65-73)

Entwicklungsprozess und Prototyping. Eigene Darstellungen.

Abb. 63 (S. 78-79)

Zeitplan. Eigene Darstellung.



Valentina ist Service Designerin, Creative Consultant und Design Researcher. In ihrer Arbeit verbindet sie Strategie und Umsetzung, Analyse und Kreativität sowie Empathie und Impact.

valentina.roeschli@bluewin.ch
+41 79 775 77 90

