

# Eine Mühe, die sich lohnt

Vor einem Jahr hat die Zollverein School of Management and Design in Essen ihren Lehrbetrieb aufgenommen. Die ersten Projekte sind abgeschlossen. Zeit, eine erste Zwischenbilanz zu ziehen.

**Miriam Selbeck**, Martin Mangold und Werner J. Bossenmaier – das sind die drei Studenten des ersten berufsbegleitenden Master-Studiengangs der Zollverein School of Management and Design, die der design report bis zum Abschluss begleiten wird (siehe auch dr 6/05). Die erste Erfolgsmeldung lautet: Alle drei sind noch dabei. Überhaupt ist die Ausfallquote mit zwei von ursprünglich 18 Teilnehmern relativ gering; die beiden Aussteiger haben das Studium aufgrund beruflicher Mehrbelastungen abgebrochen. Auch die Meldung, dass Gründungspräsident und Leiter der Zollverein School Ralph Bruder, der Inhalte und Ausrichtung der Einrichtung maßgeblich entwickelte, noch vor Abschluss der ersten Klasse das Handtuch schmeißt, konnte die Stimmung kaum trüben. Mit der noch ausstehenden offiziellen Akkreditierung des Studiengangs wäre dann auch die internationale Anerkennung des Abschlusses unter Dach und Fach. Die

Hälfte der 18-monatigen Studiendauer ist geschafft, und auch die ersten praktischen Projekte wurden bereits abgeschlossen. Interessante Seminare, wie etwa von Franz Liebl (Universität Witten/Herdecke) über strategisches Management oder von Thomas Düllo (Otto-von-Guericke-Universität, Magdeburg) über Kulturwissenschaften, kommen bei den Studenten sehr gut an. Ein erfolgreiches und effizientes Zeitmanagement scheint aber ein wichtiger Erfolgsfaktor für das Studium zu sein. Der Aufwand ist von manchem unterschätzt worden, und die eine oder andere Freundschaft und geliebte Freizeitaktivität hat etwas gelitten, wie die drei Pioniere zugeben. Doch die Mühe hat sich in ihren Augen gelohnt.

## Lokale Großprojekte als Inspiration

Die im Folgenden angerissenen Projekte, an denen unsere drei Studenten in unterschiedlichen Gruppen teilnahmen, sind wohl als beispielhaft für den offenen Cha-

rakter der Schule und den interdisziplinären Ansatz anzusehen, mit dem die Bereiche Management, Design und Kommunikation verknüpft werden. Zwei davon drehen sich um Essener Events – die Summer School 2006 und die Design-Großausstellung Entry auf dem Zollverein-Gelände. Im ersten Fall haben sich die drei Projektteammitglieder Andreas Flörchinger, Kirsten Koehler und Miriam Selbeck die Zollverein School als Auftraggeber vorgestellt, für den es ein Gastronomiekonzept für die Summer School 2006 zu entwickeln galt. Ihre Lösung sieht ein Catering vor, bei dem die Verpackung – eine bedruckte Papiertüte – gleichzeitig als Kommunikationsträger für Botschaften, Kommunikationsanlässe und Identifikationsmittel dienen soll. „Wir wollen nicht nur den leiblichen Hunger stillen. Auch dem geistigen Hunger soll Nahrung gegeben werden“, so Selbecks Erklärung des Konzepts. „Daher wird unsere Wissenshunger-Tüte nicht nur mit Nahrungsmitteln, sondern auch mit Informationen und Wissen gefüttert – zum Beispiel durch die Zugabe eines aktuellen design reports.“ Es geht um mehr als Gastronomie: „Wir wollen die Summer School als Treffpunkt der ‚Hungrigen‘ inszenieren und zu einem Ort intensiver Kommunikation machen.“ Selbeck schätzt den starken Zusammenhalt in der Klasse und engagiert sich für die Einrichtung eines Alumni-Netzwerks.

Die Gruppe um Werner J. Bossenmaier machte es sich zur Aufgabe herauszufinden, wie über den Besuch temporärer Veranstaltungen nachhaltige und themenbezogene Communities aufgebaut werden können. Gemeinsam mit Sascha Prosek, Anni Rolf, Ole Schilling und Peter Schreck entwickelte er die Idee „Community building by temporary living.“ Das Konzept sieht eine bauliche und kommunikative Infrastruktur vor, die die Veranstaltungsbesucher vor, während und



Martin Mangold gewann mit dem Teamprojekt „BuddyGuide“ den Zukunftswettbewerb des Landes NRW: In einer Mischung aus Blind Date und Fremdenführer sollen „ganz normale“ Ortsansässige den Entry-Besuchern die Alltagskultur Essens näher bringen.

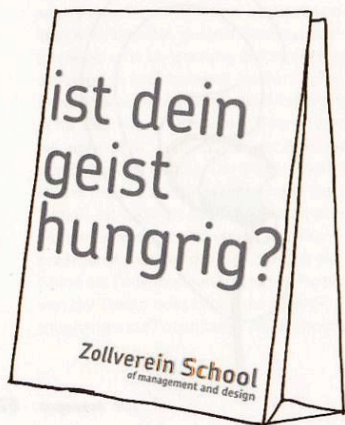
nach dem Event stärker vernetzen soll. Über eine virtuelle Plattform, die während der Veranstaltung in den realen Raum übertragen wird, soll ein frühzeitiger Beziehungsaufbau entstehen. Der Marketingberater Bossenmaier lobt am Studium das breite Themenspektrum und ist sich sowohl der Anregungen für seinen Beruf sicher als auch der „zunehmenden Bedeutung von ‚Design Thinking‘, mit dem sich das konventionelle Management und das vorherrschende Verständnis von Strategieentwicklung und Unternehmensführung nachhaltig verändern wird“.

Als positiven Stress erfährt Martin Mangold derzeit sein Leben. Nur rund vier Stunden Schlaf pro Tag bleiben ihm, um sich vom Fulltimejob als Leiter Marketing und Design der HP Pelzer Group und von seinem Studium zu erholen. Zeit für seine Frau und Privates bleibt wenig. Angesichts seines 10 bis 12-Stunden-Tages im Büro räumt ihm sein Arbeitgeber bereit-

willig Freiräume für Blockveranstaltungen oder studentische Aktivitäten ein. Neben dem Pflichtprogramm und den Hausaufgaben hat das Studium für ihn noch zusätzliche Eigendynamik entwickelt: Sein Team mit Anja Soeder, Norwin Kandra, Ole Schilling und Robert Tyborski gewann mit dem Projekt „BuddyGuide“ den mit 10.000 Euro ausgeschriebenen Zukunftswettbewerb des Landes Nordrhein-Westfalen. Und so gründete Mangold mit zwei weiteren Teammitgliedern nebenbei noch ein eigenes Unternehmen, um das Projekt auf reale Beine zu stellen und auf der Entry erste „BuddyGuides“ aus Fleisch und Blut einführen zu können: Als ortsansässige „Gastgeber“ sollen sie den Besuchern ihre Stadt näher bringen und mit ihnen eine „Reise in die Normalität“ der fremden Region unternehmen. Das Konzept lässt sich als eine Mischung aus Fremdenführer, Blind Date und eBay beschreiben. Der Unterschied zu herkömmlichen Tourismus-

angeboten liegt im Aufbau einer persönlichen Beziehung, im Abenteuercharakter der Begegnung und in der gewollten „Nicht-Professionalität“ der Führer, die ihre – allerdings zu entlohnende – Dienstleistung unter anderem über eine Internetplattform anbieten. Trotz des hohen Arbeitseinsatzes möchte Mangold die Erfahrung Zollverein School nicht missen. „Ich begegne interessanten Menschen, von denen ich lernen kann.“ Mit Spannung sehen die drei Studenten nicht nur den Abschlussarbeiten entgegen, sondern auch dem obligatorischen Luftwurf der Barette, der Ende des Jahres 2006 im neuen Gebäude stattfinden soll. Der design report ist dann natürlich auch dabei. Bis dahin sind wir gespannt auf weitere Projekte, die durch Anwendbarkeit überzeugen – aber vielleicht auch noch stärkeren Designbezug erkennen lassen.

**Frank A. Reinhardt**  
www.zollverein-school.de



Miriam Selbeck und ihre Projektgruppe möchten im Rahmen eines Catering-Konzepts für die Summer School und die Entry 2006 auch den Wissensdurst stillen.