



Christian Marti und Julian Wasem beim Fachsimpeln

HFTG ZUG

# «Container-Projekt»

Es gehört schon fast zur Tradition, dass die HFTG Zug mit ihren Vollzeitstudierenden jeweils im Dezember des dritten Semesters eine eigene von den Studierenden gefertigte Produktlinie auf den Markt bringt. Diesmal umfasst sie verschiedenste «Container».

Nach zwei herausfordernden Semestern an der HFTG Zug, einem davon unter erschwerten Bedingungen wegen COVID-19, ist es Zeit, kurz innezuhalten und zurückzublicken – insbesondere auf unser Container-Projekt: Alles begann an der Kick-off-Veranstaltung im Versuchsstollen Hagerbach. Dort wurde das Thema bekannt gegeben: In diesem Frühlingsemester 2020 sollen zehn «Container» gestaltet und entwickelt werden, wobei der Begriff des Containers im übertragenen Sinne zu verstehen ist und weder Form, Material noch Dimension dieser Container mit

dem bekannten grossen Bruder in den Frachthäfen dieser Welt etwas gemein haben soll. Im Gegensatz zu den streng normierten und dadurch anonymisierten Frachtbehältnissen, welche hochspezialisierten Logistikverfahren genügen müssen, haben unsere Container individuelle Charakterzüge und bewegen sich im Spannungsfeld von Inhalt und Hülle, sind also Hülsen, vollgeladen mit emotionaler Sprengkraft. Mit viel Enthusiasmus, kreativem Esprit und unternehmerischem Geist tauchten die Studierenden in das Projekt. Doch dann kam Corona! Alle Schulen

wurden geschlossen, der Unterricht nur noch digital durchgeführt. Was für die Theorievermittlung noch gut möglich ist, stellt kreative Fächer aber vor Herausforderungen. Die HFTG-Vollzeitstudierenden widmeten sich trotz den vielen Einschränkungen und Hürden mit viel Energie, Herzblut und unerschütterlichem Optimismus dem «Container-Projekt». Sie planteten, entwickelten, stylten, kreierten mannigfaltige Behälter, Schatullen, Boxen und andere stylische Objekte. Die einzelnen Ideen, so die Aufgabe, müssen sich bewähren und die Bedürfnisse eines Zielpublikums erfüllen. Jedes einzelne Produkt verfolgt eine zielgruppenorientierte

«Für alle war klar:  
Aufgeben ist keine Option!»

Marktstrategie, zusammen aber folgen alle Teams einer gemeinsamen Dachmarkenstrategie (Corporate Brand), unter der sie dann vereint am Markt auftreten werden.

## «Inquiry-based Learning»

Die HFTG lebt damit konsequent den Unterrichtsansatz des «Inquiry-based Learning» (sog. Forschendes Lernen). Studierende werden aufgefordert, eine Thematik aus den unterschiedlichsten Perspektiven von Grund auf anzugehen, Phänomene zu beobachten und zu hinterfragen, zu experimentieren, zu scheitern und nach Lösungen zu suchen, bis es eben passt. Zudem wird versucht, den Unterricht fächerübergreifend zu gestalten. In den ersten beiden Semestern werden die Kompetenzbereiche Unternehmensplanung / Businessplan, Personalführung sowie Führung und Organisation vereint. Ziel ist es stets, anhand solcher Projekte die Realität ins Klassenzimmer zu bringen und möglichst viele Fächer zu involvieren. So, dass die Studierenden aus je einer anderen Perspektive daran weiterarbeiten können. Im Frühlingsemester 2020 war der Businessplan zentrales Element. Die Entwicklung und Gestaltung der einzelnen Objekte sowie die Verfassung des Businessplans erfolgen vorzugsweise in Zweiertteams. Ziel und Absicht ist es, verstärkt innerhalb der eigenen Kompetenzen zu arbeiten, so sollen

sich die Teams der Technikklasse in gestalterischen Belangen von den Produktdesignern kritisch beraten lassen können und umgekehrt die Equipen der Produktdesigner im Bereich CNC, CAD und CAM auf den Support der Technikerteams zählen dürfen. Um qualitativ hochwertige Produkte, sowohl auf technischer wie auf kreativer Ebene, realisieren zu können, findet zusätzlich zu der Tischkritik, dem Dozenteninterview ein intensiver Austausch in Form individueller Workshops zwischen den Teams und über den ordentlichen Unterricht hinaus statt.

## HFTG geht auf Tournee

Der Fahrplan von der Idee bis zur Erstellung eines Prototyps war gene-

rell schon sehr sportlich, nun aber kam, wie eingangs erwähnt, das Virus dazu, das die Lage zusätzlich erschwerte. Für alle war jedoch klar: Aufgeben ist keine Option! So war es Anfang Juli so weit: Alle Teams konnten ihre qualitativ hochwertig angefertigten Prototypen einer Jury aus Fachpersonen und Business Angels präsentieren. Die dafür ausgesuchte Location hätte passender nicht sein können: Eine eigens für die HFTG zurechtgemachte Lagerhalle der Firma V-Zug. Dieser Schlussereignis krönt jeweils die besten Produkte, die dann bei der Produktion der Kleinserie finanziell unterstützt werden. Mit der Schlusspräsentation wurden also gleichzeitig die im Herbst anlaufende Produktion und die Vermarktung der entstandenen Objekte lanciert, für die sich die HFTG erstmals auf Tournee begibt.

[www.hftg.ch](http://www.hftg.ch)



Der Ort der Schlusspräsentation, eine alte Produktionshalle der V-Zug AG