

AUSARBEITUNG

Veranstaltung: Projektmanagement



INHALTSVERZEICHNIS

AUFGABE 1.....2

- PROJEKTIDEE/PROJEKTAUFTRAG
- PROJEKTKONZEPTION (MIND MAP)
- KICK-OFF-MEETING
- ZIELFORMULIERUNG
- MISSION STATEMENT

AUFGABE 2.....7

- DER PROJEKTSTRUKTURPLAN
- TERMINPLANUNG
- DAS GROBKONZEPT
- BEWEGLICHE ZIELE – DIE „AGILE“ ZIELFORMULIERUNG
- SCRUM
- ARBEITSPAKETBESCHREIBUNG

AUFGABE 3.....13

- RISIKOMANAGEMENT (ENTSCHEIDUNGSBAUM)
- GTD-METHODE
- TOOLS

AUFGABE 4.....17

- VIRTUELLER KICK-OFF
- REFLEXION
- VIRTUELLE PROJEKTDURCHFÜHRUNG - WERBEVIDEO FÜR DAS DD PROGRAMM HFU-FHBFI
- DIE ZIELGRUPPE DES DD-PROGRAMMES
- LEHRVERANSTALTUNGEN UND ABSCHLUSS
- AUFGABENSTELLUNG
- LOGISTISCHE HERAUSFORDERUNGEN
- MEDIAPLANUNG DER VIDEOKAMPAGNE
- Kernaussagen des Image-Films

AUFGABE 1

PROJEKTIDEE/PROJEKTAUFTRAG

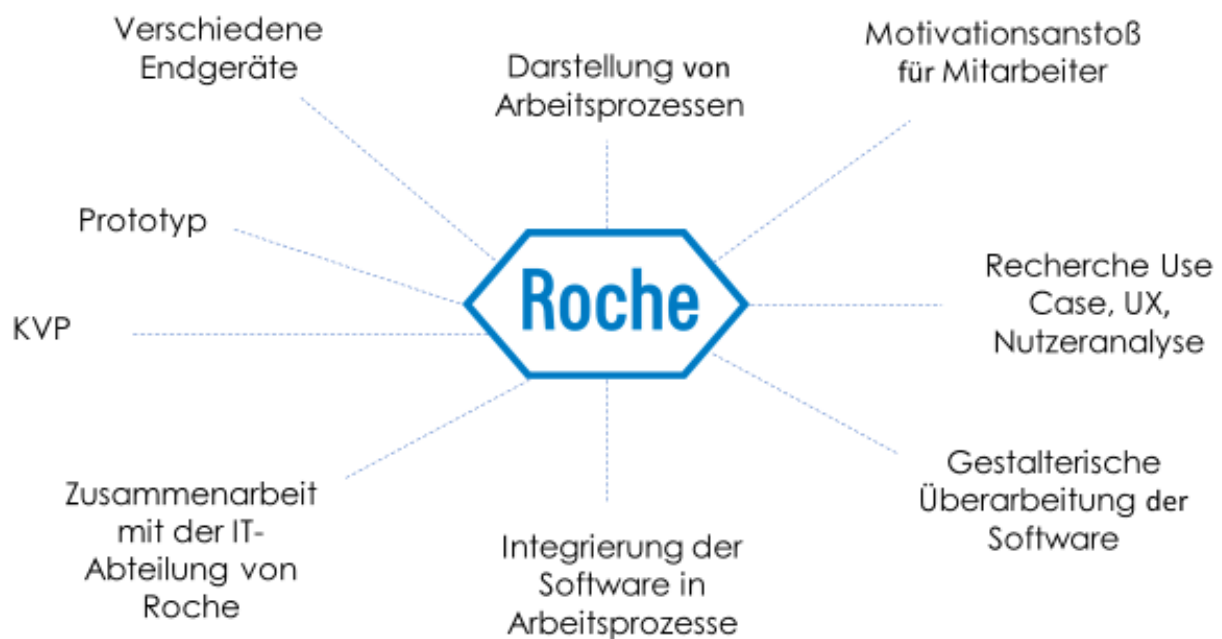
Unser Projekt beinhaltet die Umsetzung eines Cockpit-Interface für die interne Kommunikation bei der Firma Roche. Roche ist ein weltweit tätiges Pharmaunternehmen sowie Hersteller von Reagenzien und Geräten zur medizinischen Untersuchung mit Hauptsitz in Basel. Dieses externe Projekt findet in Kooperation mit einer der IT-Abteilungen des ROCHE Konzerns am Standort Kaiseraugst bei Basel statt. Die F. Hoffmann-La ROCHE AG ist ein weltweit tätiger Pharmakonzern: es werden Medikamente und medizinische Geräte hergestellt und auf den Gebieten Onkologie, Virologie und Transplantationsmedizin geforscht. Unser Projekt konzentriert sich jedoch auf die Arbeitswelt der Mitarbeiter.

Künftig sollen in den Eingangsbereichen und an den Standorten für morgendliche Besprechungen oder Informationen der Teams große interaktive Multi-Touch Boards stehen (75 Zoll und größer). Das Versammeln des Teams vor den Vorläufern Whiteboard gab dem Device den Namen Huddle Board (vom Versammeln im American Football). Das Interface mit dem Arbeitsnamen »MARC« soll zudem für Tablets optimiert werden.

Das Interface dient aber nicht nur der morgendlichen Organisation der Arbeit in den Teams, sondern auch der Information der Mitarbeiter zu Prozessen und Fortschritten des Unternehmens.

Das Projekt wird nicht nur vom IT-Team in Kaiseraugst entwickelt, sondern auch in den USA, am Standort Hillsboro (Oregon) und Oceanside (California) verfolgt, daher wird es voraussichtlich Austausch mit diesen Teams geben.

PROJEKTKONZEPTION (MIND MAP)



KICK-OFF-MEETING

Das Kick-Off Meeting dient zur Klärung der Rahmenbedingungen eines externen Projektes (Roche).

Der Auftraggeber des Projekts ist die IT-Abteilung der F.Hoffmann- La Roche AG. Der Zeitrahmen des Projekts ist von Oktober 2016 bis Juli 2017. Diese sind aufgeteilt in Teil 1: Recherche und Konzeption und Teil 2: Design und eventuell die technische Umsetzung auf Basis einer Website. Die Erwartungen des Auftraggebers beinhaltet die gestalterische

Umsetzung eines Cockpit- Interfaces zur internen Kommunikation der Firma Roche und die Umsetzung des Projekts.

Die Ziele und Motive des Auftraggebers sind in finanzieller bzw. organisatorischer Hinsicht das Wahrnehmen von regelmäßigen Meetings, finanziell hingegen ist das Ziel eine mit geringen Kosten verbundene Umsetzung und somit die Kooperation mit der Hochschule Furtwangen. Im Vordergrund der persönlichen und langfristigen Ziele des Unternehmens Roche, steht die verbesserte Organisation der Arbeit in Teams und die Übersicht sowie Informationsvermittlung zu Prozessen und Fortschritten des Unternehmens für die internen Mitarbeiter. Die Kooperation beschränkt sich auf die Abteilungen Demand Management sowie Require Engineering.

ZIELFORMULIERUNG

Das Ziel wird oft mit dem sogenannten SMART- Prinzip realisiert. SMART steht für Specific Measurable Accepted Realistic Time-Scaled und dient uns im Projektmanagement, im Rahmen von Mitarbeiterführung und Personalentwicklung als Kriterium zur eindeutigen Definition von Zielen im Rahmen einer Zielvereinbarung.

Unser Projektziel ist es bis Juli 2017, für das Unternehmen Roche ein Cockpit Interface zu konzeptionieren, zu gestalten und im besten Fall digital umzusetzen.

Weitere Teilziele sind:

Ein Konzept bis Januar 2017 zu entwickeln, sowie das Budget von 4.000 - 5.000€ einzuhalten. Es soll die Darstellung von rund 12.000 Aufträgen ermöglicht werden und die Nutzung der Pinwall soll um ca. 50 % gesteigert werden.

Mögliche Probleme bei der Zielformulierung mit dem SMART-Prinzip ergeben sich vor allem bei der Konkretisierung der Aufgabenverteilung.

MISSION STATEMENT

Mission Statement ist der vierte Schritt der Zielbildung eines Projekts und somit die grundlegende Orientierung/ Ausrichtung des Projekts. Die Formulierung soll verständlich und prägnant sein, sowie allgemein genug damit es nicht einschränkt und spezifisch genug um Orientierung zu stiften.

Unsere Mission Statement sieht wie folgt aus:

Die Umsetzung eines Cockpit- Interfaces für die interne Kommunikation der Firma Roche. Unser Problem ist es eine große Anzahl und Vielfalt an Kennzahlen auf verschiedene Endgeräten darzustellen. Das erwartende Ergebnis aus Sicht unseres Projektteams ist es einen konzeptionellen Ansatz zu entwickeln und gegebenenfalls die gestalterisch umgesetzte Version des Cockpit Interfaces auf der Basis einer Website zu verwirklichen. Die Firma Roche profitiert vor allem von der kostengünstigen Umsetzung und die innovativen Designideen von Studenten. Außerdem wird ihr Ziel erreicht, den

Arbeitsalltag innerhalb der Firma mit Hilfe des Cockpit Interfaces zu vereinfachen. Wir als Projektgruppe lernen, wie man ein Interface optimal gestaltet und dieses erfolgreich in den Arbeitsprozess eines großen Unternehmens integriert.

AUFGABE 2

DER PROJEKTSTRUKTURPLAN

1. Recherche & Analyse

- 1.1 Arbeitsabläufe beobachten
- 1.2 Nutzer befragen, Bedürfnisse recherchieren
- 1.3 Vergleichbare Applikationen recherchieren
- 1.4 Interface Design Patterns, Navigation Patterns recherchieren

2. Konzeption

- 2.1 Projektziele entwickeln
- 2.2 Personas, Szenarien und Use Cases definieren
- 2.3 Informationsarchitektur analysieren und verbessern
- 2.4 Wireframes und Wireflows erstellen

3. Prototyping

- 3.1 Prototype mit Axure erstellen
- 3.2 Erste Evaluation durchführen

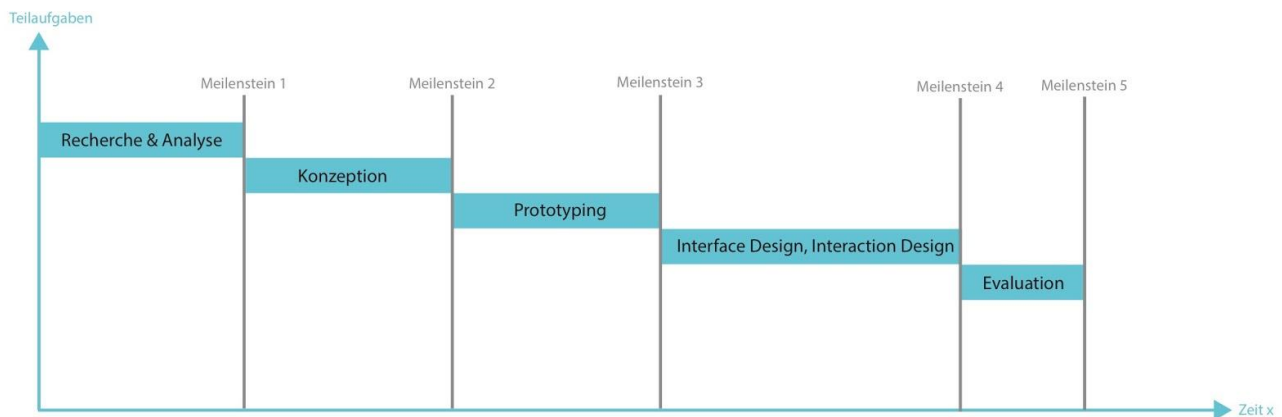
4. Interface & Interaction Design

- 4.1 Design-Recherche
- 4.2 Masterdesign, Designdetails entwickeln
- 4.3 Integration ROCHE Corporate Design
- 4.4 Styleguide und Design-Dokumentation anlegen

5. Evaluation

5.1 Evaluation des Prototyps mit Nutzern

TERMINPLANUNG



DAS GROBKONZEPT

Unser Projekt lässt sich in fünf Teilaufgaben gliedern, nach denen jeweils ein Meilenstein gesetzt wird. Begonnen wird mit der Recherche & Analyse. Die Recherche beinhaltet Mitarbeiterbefragungen und Fragebögen, welche uns helfen sollen, den Arbeitsfluss und die Nutzung der verschiedenen Programme zu verstehen. Bei der Analyse werden dann die Fragebögen ausgewertet und daraufhin verschiedene Personas erstellt.

In der Konzeption-Phase werden die ersten Entwürfe gezeichnet. Diese werden dann in Wireframes und Wireflows dargestellt, um einen ersten Eindruck der gestalterischen Umsetzung zu erhalten. Diese werden dann wiederum in Prototypen („Klickdummys“) umgesetzt. Wenn der Kunde nach

den ersten Absprachen mit dem ersten Ergebnis zufrieden ist, wird damit begonnen, erste Designansätze zu gestalten. Diese werden dann weiter ausgearbeitet und nach Absprache mit dem Kunden final umgesetzt. Zum Schluss wird durch eine Evaluation geprüft, ob das Design den Anforderungen aller Mitarbeiter entspricht. Ist dies der Fall, kann das Projekt erfolgreich abgeschlossen werden.

BEWEGLICHE ZIELE – DIE „AGILE“ ZIELFORMULIERUNG

Bei der klassischen Zielformulierung mit dem SMART-Prinzip sind die im Vorfeld festgelegten Ziele möglichst bei Projektstart fix. Bei der agilen Zielformulierung sind einzelne Arbeitsschritte im Laufe des Projekts dynamisch/ flexibel veränderbar. Mit einer agilen Zielsetzung erreicht man ein innovativeres Ergebnis, da im Laufe des Projektes die Möglichkeit besteht, Ziele zu variieren und Änderungen vorzunehmen.

Da in unserem Projekt nur das Endziel/ Enddatum festgelegt ist, können sich die Meilensteine innerhalb dieser Zeit, aufgrund von Anforderungen und Änderungswünschen des Auftraggebers, jederzeit verschieben. Deshalb präferieren wir für unser Projekt die agile Zielformulierung.

SCRUM

Um die Übertragbarkeit von Scrum auf unser Projekt zu überprüfen, möchten wir zuerst auf die einzelnen Rollen (Product Owner, Scrum Master und das Team) bei Scrum

eingehen. Bei unserem Projekt übernimmt die Rolle des Product Owner Thomas Wedehase von Roche. Er stellt sicher, dass das richtige Produkt entwickelt wird und definiert dazu die Produkteigenschaften, verfeinert diese zu konkreten Anforderungen und löst auftauchende Fragen dazu. Zusätzlich hat er die Aufgabe, unsere Ergebnisse zu inspizieren und uns durch Feedback Rückmeldung zu geben. Das Team (wir) kümmert sich um die Umsetzung. Wir arbeiten selbständig/selbstorganisierend im Rahmen der Anforderungen, um in einem gesetzten Zeitraum das bestmögliche Produkt zu erzielen. Auch die Position des Scrum Masters oder auch Team Coach ist bei unserem Projekt vergeben. Diese Rolle übernimmt unsere Professorin Frau Stolz. Sie unterstützt das Team bei auftretenden Problemen und kümmert sich darum, dass das Team effizient und effektiv arbeitet. Außerdem unterstützt sie das Team, indem sie Ressourcen und Wissen zur Verbesserung des Projektes an die Mitglieder weitergibt. Sie hilft dem Team bei seiner Entwicklung, um letztendlich hochproduktiv zu werden.

Unser Projekt hat ebenfalls mit einer Sprint Planung begonnen. Dort hat sich das komplette Scrum-Team getroffen, um das Sprint Ziel zu definieren und um wichtige Fragen zu klären. Außerdem wurde das weitere Vorgehen besprochen und eine Todo-Liste erstellt.

Bei unserem Projekt gibt der Product Owner uns ein feste Ziel, welches zu erreichen ist, allerdings werden uns keine offenen Aufgaben durch ein Product Backlog vorgelegt.

Der Grund hierfür ist, dass unser finales Ziel fest vordefiniert ist und wir innerhalb dessen frei und selbstständig arbeiten können. Das hängt auch damit zusammen, dass unser Projekt nicht der Komplexität einer Software entspricht. Jedem Teammitglied wird nun eine bestimmte Aufgabe zugeteilt, welche in einem bestimmten Zeitraum zu erledigen ist. Da wir nicht Vollzeit an unserem Projekt arbeiten wäre ein Daily-Scrum in diesem Fall nicht nötig. Wir treffen uns allerdings jede Woche um den neuesten Stand im Team zu besprechen und um uns gegenseitig Feedback zu geben. Dieses Treffen findet allerdings auch ohne den Product Owner statt und dauert auch mehr als 15 min. Wir arbeiten aber ebenfalls mit zeitnahen und regelmäßigen Feedback-Schleifen mit dem Product Owner, die uns dabei helfen, die Anforderungen an das finale Produkt besser zu verstehen.

Ein Sprint Review mit den Stakeholdern findet bei uns auch nicht statt. Dieses Meeting findet bei uns nur zwischen dem Product Owner und den Stakeholdern statt. Der Product Owner gibt dann das Feedback an uns weiter. Zur Sprint Retrospektive können wir zu diesem Zeitpunkt noch nicht sagen, da wir in unserem Projekt noch nicht so weit fortgeschritten sind. Wir sind der Meinung, dass Scrum nur teilweise auf unser Projekt übertragbar ist. Es gibt einige Prozessschritte die sich überschneiden, allerdings gibt es auch viele Abweichungen. Deshalb denken wir, dass sich Scrum besser für ein komplexeres Projekt, wie z.B. eine Softwareentwicklung, eignet.

ARBEITSPAKETBESCHREIBUNG

Aufgabe: Arbeitspaketbeschreibung

Name des AP: Mitarbeiterbefragung

AP-Nr.: 01

Teilprojekt: Erstellung der Umfrage

Aufgabe: Erstellung eines Fragenkatalogs für die Mitarbeiter der Firma Roche, mit der Fragestellung, wie die Software im alltäglichen Arbeitsumfeld verwendet wird und welche Probleme sich dabei ergeben.

Abzuliefernde Ergebnisse:

- Einen Fragenkatalog erstellen, der ein breitgefächertes Meinungsbild wiedergibt und Raum für Verbesserungsvorschläge lässt.
- Einfache Fragestellungen, die von jedem Mitarbeiter verstanden werden können.

Tätigkeiten:

- Recherche & Zusammentragen von möglichen relevanten Fragen
- Erstellung eines Dokuments, zur Sammlung der Fragen
- Erstellung eines finalen Fragebogens

Voraussetzungen & Abhängigkeiten:

- Abstimmung mit Projektleiterin (Frau Stolz)
- Seitenanzahl des Fragebogens und Anzahl der Exemplare

Dauer: 2 Tage

Verantwortlich: gesamtes Team

Start-/Endtermin: Endtermin 10.11.16

Mitwirkend: Frau Stolz

AUFGABE 3

RISIKOMANAGEMENT (ENTSCHEIDUNGSBAUM)

In unserem Projekt kann man das Entscheidungsbaumverfahren mehrfach anwenden.

Wie z. B. bei der Analyse der Mitarbeiterbefragung. Hieraus stellen sich die Fragen, welche Ziele wir unserem Projekt langfristig aber auch kurzfristig setzen und auf welche Änderungswünsche der Mitarbeiter wir eingehen wollen und können.

Des Weiteren kann man das Entscheidungsbaumverfahren in Bezug auf die Risikoabschätzung anwenden, wobei die Frage zu klären ist, wie die Nutzer unser Produkt bzw. die Software verstehen.

Außerdem ist im Bereich Zeitmanagement das Entscheidungsbaumverfahren anwendbar. Z.B. gilt es abzuschätzen, welche Deadlines realistisch sind und ob wir diese einhalten können.

Wir halten das Entscheidungsbaumverfahren auf unser Projekt anwendbar, da in erster Linie Zusammenhänge einfach zu interpretieren sind. Außerdem ist es sehr effizient und skalierbar. Durch die Anwendung des Entscheidungsbaumverfahrens, sind die Ursachen für Fehler und Risiken während des Projekts einfach zu ermitteln und dem jeweiligen Prozess zuzuordnen.

GTD-METHODE

Am Beispiel „Fragebogen der Mitarbeiter von Roche auswerten“

Eingangskorb:

In unserem Eingangskorb findet sich die Aufgabe, die Fragebogen, welche während der Mitarbeiterbefragung beim Projektkunden “Roche” in Basel von uns ausgefüllt wurden, auszuwerten und zu analysieren.

Sofort-Erledigungen:

Sofort konnten wir unabhängig vom Kunden die ersten Aufgaben bewältigen. Wie die Design Recherche im Internet, welche zur Inspiration für das Design des neuen Interfaces diente und in mehreren Projekttreffen den Ablauf und die zeitliche Planung des Projekts besprechen.

Aufgabenliste:

Damit wir die Fragebogen auswerten konnten, fielen verschiedene Teilaufgaben an. Wie das Sortieren der Fragebögen in die verschiedenen Aufgabenbereiche der Mitarbeiter, die Einstufung des Know-Hows der Mitarbeiter, bezüglich der Pinwall, auf dem das neue Interface erscheinen soll, sowie die Ermittlung der Durchschnittswerte, welche die Mitarbeiter bei verschiedenen Fragen durch Zahlen von 1 bis 10 angeben mussten.

Anschließend wurden die Fragebögen auf die Teammitglieder aufgeteilt und Analysiert. Nachdem die Endergebnisse

gemeinsam besprochen wurden, zog man ein Fazit aus dem Ergebnis.

Nächster Schritt:

Der nächste Schritt ist, dass wir uns Lösungen und Verbesserungen überlegen, wie wir das neue Interface möglichst so darstellen, dass die Bedürfnisse und Wünsche aller Zielgruppen d.h. der Mitarbeiter erfüllt werden.

Warten auf:

Allerdings müssen wir warten, bis wir genaue Informationen über die technischen Daten der Pinwall haben, damit wir wissen, was realisierbar ist und was nicht.

Ergänzende Unterlagen:

Ergänzend können wir weiterhin Ideen suchen, wie wir das neue Interface umsetzen möchten und diese grob in Form von Wireframes darstellen.

TOOLS

In unserem Studienprojekt verwenden wir kein direktes Projektmanagement-Tool.

Die Kommunikation und Organisation erfolgt durch Google Drive, welches in erster Linie zur Ablage und Bearbeitung von Dateien, sowie Erstellen von Präsentationen dient. Dies hat den Vorteil, dass alle Teammitglieder, sowie auch die Professorin über den aktuellen Stand Bescheid wissen und an den Dokumenten arbeiten können.

Per Whatsapp kommunizieren wir intern als Projektteam und per Skype zusammen mit dem Kunden und der betreuenden Professorin, sofern ein persönliches Meeting nicht nötig ist oder stattfinden kann.

AUFGABE 4

VIRTUELLER KICK-OFF

Alle Projektgruppen haben die Aufgabenstellung bekommen, ein neues Logo für die Hochschule zu entwerfen. Eines der Logos wurde dann verbal den anderen Gruppen vorgestellt um eine Telefonkonferenz zu inszenieren. Alle anderen Projektgruppen sollten daraufhin ihre Entwürfe so abändern, dass sie vermeintlich zu dem vorgestellten Entwurf passen.



REFLEXION

Als lokales Team war es schwierig nur anhand von verbalen Erklärungen Änderungen am eigenen Design umzusetzen. Dies gestaltet sich im Unternehmensalltag natürlich als ein großes Problem, daher wäre es empfehlenswert solche Meetings per Videokonferenz oder im Idealfall persönlich durchzuführen.

Der Projektauftraggeber hat in dem Fall die anspruchsvolle Aufgabe den lokalen Teams verbal zu kommunizieren, wie das

Logo aussehen sollte. Hierbei ist detailreiches und sehr genaues Erklären von Nöten, damit jeder versteht, was der Projektauftraggeber möchte.

VIRTUELLE PROJEKTDURCHFÜHRUNG - WERBEVIDEO FÜR DAS DD PROGRAMM HFU-FHBFI

Hinter dieser Gruppenarbeit stand die Projektidee, für das Double Degree Programm der beiden Partnerhochschulen ein Werbevideo zu konzipieren. Die Hochschule Furtwangen (HFU) und die Fachhochschule des BFI Wien (FHBFI) bieten Studierenden die Möglichkeit ihr Studium in Wien mit einem Doppelabschluss zu beenden. Um dieses Programm interessanter und attraktiver zu präsentieren, soll ein Werbevideo konzipiert werden, welches die Studierenden über das Programm informiert, Interesse bei ihnen weckt und sie im Idealfall dazu bewegt, sich für das DD-Programm an der Partnerhochschule anzumelden.

DIE ZIELGRUPPE DES DD-PROGRAMMES



Das Image-Video soll sich an die Zielgruppe des DD-Programmes wenden und diese positiv ansprechen. Bei der Zielgruppe des Programmes handelt es sich um Studierende

der Fakultät Digitale Medien. Studierende, die die Prüfungen der ersten fünf Semester eines betreffenden Studienganges (Medieninformatik, Onlinemedien, Medienkonzeption) abgeschlossen haben und hierbei mindestens 150 ECTS-Anrechnungspunkte gesammelt haben, können sich für das Programm bewerben. Dabei handelt es sich um eine Personengruppe von 20 bis 30-Jährigen, die Vollzeit studieren und sich zum Bewerbungszeitpunkt im 4. Semester befinden. Besonders hervorzuheben sind Studierende, die sehr engagiert und zielstrebig sind und sich für Projektmanagement und BWL interessieren. Vorkenntnisse im Bereich der Betriebswirtschaft sind nicht zwingend notwendig, aber vorteilhaft.

LEHRVERANSTALTUNGEN UND ABSCHLUSS

Teilnehmende Studierende des DD-Programmes haben einen umfangreichen Lehrveranstaltungsplan, der zwei Semester umfasst. Im ersten Semester, in welchem 30 ECTS erreicht werden müssen, stehen die Grundlagen des Projektmanagements, des Prozessmanagements sowie der Organisation und des Personalmanagements auf dem Lehrplan. Des Weiteren werden Verhandlungstechniken, Rhetorik, Präsentation und Moderation behandelt. Bereits das erste Semester des DD-Programmes wird mit einer Bachelorarbeit im Bereich BWL/PM abgeschlossen.

Der Lehrplan des zweiten Semesters umfasst englischsprachige Veranstaltungen zum Thema Marketing und Praxis des Projektmanagements. Außerdem werden hier die Grundlagen

des Qualitätsmanagements sowie des wissenschaftlichen Arbeitens behandelt. Das zweite Semester wird ebenfalls mit einer Bachelorarbeit im Bereich IT abgeschlossen. Nach erfolgreicher Teilnahme an dem Programm halten die Studierenden einen Doppelabschluss in den Händen. Hierbei handelt es sich um den Bachelor of Science bzw. Arts (HFU) und den Bachelor of Arts in Business (FHBFI Wien).

AUFGABENSTELLUNG

Jede Projektpraktikumsgruppe wurde in zwei Teams eingeteilt. Zu den Aufgaben des Planungsteams gehörten die Definition der Zielgruppe, die Mediaplanung sowie die Sammlung von Hard Facts über das Double Degree Programm. Das Kreativteam war hingegen zuständig für die Ideensammlung zur emotionalen und kreativen Botschaftsgestaltung. Beide Teams sollten Kontakt miteinander aufnehmen und die konkreten Kernbotschaften des Videos festlegen.

LOGISTISCHE HERAUSFORDERUNGEN

Die beiden Teams (Planungs- und Kreativteam) sollten einerseits zusammenarbeiten, jedoch waren sie räumlich getrennt und konnten nur virtuell, per Skype oder Telefon, miteinander kommunizieren. Die Teams wussten vorher jedoch nicht, wer die jeweils andere Gruppe ist und oftmals kannte man die Teammitglieder der anderen Gruppe nicht persönlich.

MEDIAPLANUNG DER VIDEOKAMPAGNE

Als Planungsteam haben wir die organisatorischen Aufgaben übernommen und Ort und Zeitpunkt zur Ausstrahlung bzw. Vorführung des Image-Videos festgelegt. Als ideal betrachtet haben wir eine Präsentation des Films bei großen Veranstaltungen, wie z.B. auf der Hochschulkontaktbörse, am Tag der Medien oder an diversen Infoveranstaltungen, die das Studium betreffen. Außerdem könnte man einen solchen Image-Film auch beim Campus-TV GLF ausstrahlen und in diversen Social-Media-Kanälen posten. Auch auf der HFU-Website und der Homepage der Partnerhochschule FHBFI könnte dieses Video seinen Platz finden und noch mehr Studierende auf das Programm aufmerksam machen.

KERNAUSSAGEN DES IMAGE-FILMS

Mit unserem Image-Film zum DD-Programm möchten wir Studierende auf einer emotionalen Ebene abholen und sie nicht nur von dem Programm, sondern auch von der Stadt Wien begeistern. Wien soll als pulsierende Stadt den direkten Gegensatz zum ländlichen, von Bäumen umgebenen Furtwangen darstellen. Diese direkte Gegenüberstellung soll das Interesse bei den Studierenden wecken, mal etwas Neues auszuprobieren und nach all den Semestern in Furtwangen auch einmal in einer großen Stadt zu studieren.



Dabei soll natürlich nicht das Programm in den Hintergrund treten, sondern auch attraktiv präsentiert werden, z.B. durch den Fakt mit einem Doppelabschluss noch erfolgreicher werden zu können.