

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 7 (1994)  
**Heft:** 5

**Artikel:** Multimedia in Muttenz : Schulbesuch bei den Multimedia-Designern  
**Autor:** Oeder, Werner  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-119973>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

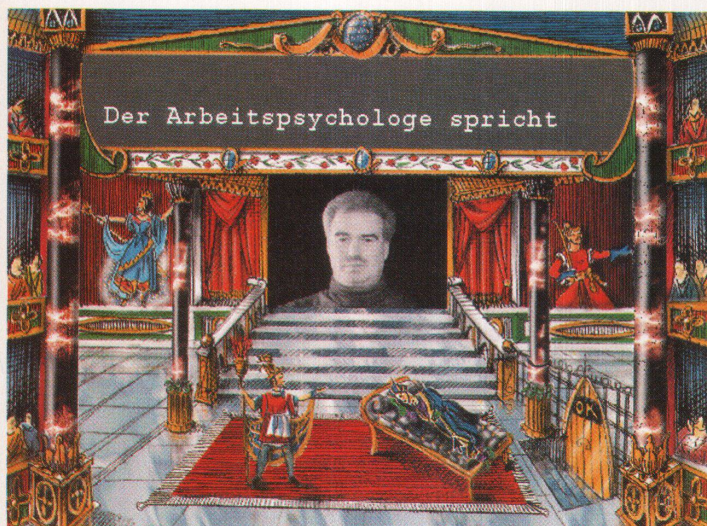
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 18.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Multimedia in Muttenz

Das interaktive Lehrmittel ist ein Medienmix aus Trickfilm, Illustrationen, Fotos und Videosequenzen. Alles passiert auf dem Bildschirm. Die Berufsberaterin (rechts) und der Arbeitspsychologe (unten) erläutern die moderne Fabrik



**Multimedia soll unser Lernen bunter und spannender machen. Für die «last crusade» des Informationszeitalters schickt Hollywood Heerscharen von Gestaltern ins Feld. Wie wappnet sich die Schweiz für den Multimilliardenmarkt? Noch fehlen Mediendesigner und Konzepte, wie diese auszubilden wären. Am CIM-Zentrum Muttenz gibt es seit kurzem ein Ausbildungsmodell: das Hyperstudio von Mischa Schaub.**

Mischa Schaub ist erleichtert, denn schwer wog die Argumentationslast, die ihm eine unverständige Welt

während Jahren aufbürdete. Jetzt hat der Spiegel bestätigt, was er jedem über die Ausbildung im digitalen Zeitalter erklärt. Der Computer verändert die Formen unserer Wissensaufnahme radikal. Und zwar auf zwei Ebenen: die Lehrmittel werden interaktiv und multimedial. Interaktiv, das heisst, der Benutzer kann Schritt für Schritt entscheiden, wie schnell er sich mit welchem Thema auseinandersetzen will. Multimedia sorgt dafür, dass es lustvoll bleibt.

## Neue Didaktik

CIM heisst Computer Integrated Ma-

nufacturing, und an den CIM-Zentren wird in der Schweiz die Fabrik der Zukunft erforscht. Wichtiger Teil davon ist Computer- und Kommunikationstechnologie. Und so wurde am CIM-Zentrum Muttenz Anfang 1993 das Hyperstudio eingerichtet. Es gehört neu als Dienstleistungsabteilung zum CIM-Zentrum der Ingenieurschule beider Basel. Das von der Weiterbildungsoffensive des Bundes (WBO) unterstützte Studio ist aber vor allem eine neuartige Ausbildungsstätte für Multimedia-Produktionen. In herkömmlichen Kategorien ausgedrückt ähnelt der Ausbildungsgang durchaus einem zweijährigen, berufsbegleitenden und projektorientierten Studium auf Nachdiplomstufe. Aber das Hyperstudio verleiht keine Diplome, sondern gibt den Absolventen allenfalls Disketten mit auf den Weg. Die Schlüsselqualifikationen des Mediendesigns sind Teamfähigkeit, Projektorganisation und Mitarbeiter-

führung. Sie sollen durch die Ausbildung in dem sogenannten «Renaissance-Team» bei konkreten, wirtschaftlich verwertbaren Projektarbeiten gelernt werden.

## Gruppenlernen

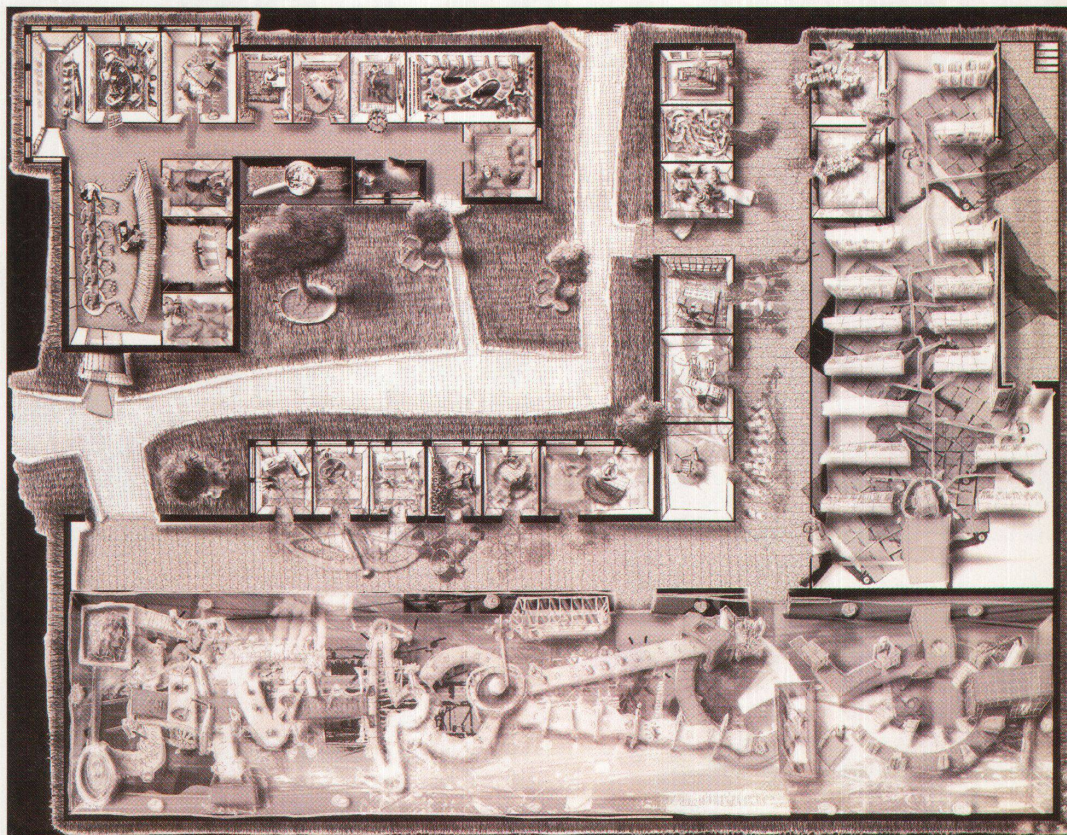
Das amerikanische Modell des «Renaissance-Teams» vertraut darauf, dass Mitglieder einer Projektgruppe direkt voneinander lernen, was sie für ihre Projekte brauchen. Die Aufnahmebedingung ins Renaissance-Team ist deshalb bestechend einfach: «demo or die». Das heisst, begeistere die anderen mit einer speziellen Fertigkeit, und du bist dabei. In Muttenz arbeitet der Schmuckdesigner als Illustrator, der Industriedesigner als Fotograf, der Jurist als Programmierer. Für Schaub ist das traditionelle Klassenmodell passé. Dass ein Dozent 15 Graphic- oder Industrial-Designer gleichzeitig unterrichtet, erzeuge Monokulturen und eindimensionale Problemlösungen. Er setzt auf das dozentenfreie, sich selber organisierende Biotop mit grosser Artenvielfalt.

## Zwei Projekte – zwei Jahre

Und wie sieht dieses Modell konkret aus? Im ersten Studienjahr arbeiten zehn Studenten als Assistenten an einem Projekt mit, im zweiten Jahr leiten sie eine eigene Multimedia-Produktion. Sie sind dann verantwortlich für die finanziellen und organisatorischen Mittel, die konzeptionelle und gestalterische Arbeit. Sie verhandeln mit den Kunden, koordinieren die inhaltliche Arbeit, führen die neuen Assistenten. Für diese Arbeit sind sie bezahlt, nicht üppig, aber unbezahlbar sind im Hyperstudio die Experimentiermöglichkeiten mit den zunehmend erfahrungsunabhängigen neuen Kommunikationstechnologien. Die Ausbildung ist nach zwei Projekten und damit nach zwei Jahren beendet. Schaub's Konzept greift über diese

**CIMEDIA, das erste Multimedia-Produkte aus dem Hyperstudio, stellt einen Spaziergang durch eine moderne Fabrik dar**

Bilder: Mischa Schaub



beiden Ausbildungsphasen hinaus: Die Abgänger – so seine Idee und Hoffnung – bilden ein Netzwerk, das neue Impulse gibt, Aufträge organisiert und damit auch Arbeitsplätze für nachfolgende Abgänger schafft. Die privatwirtschaftlich organisierte Hyperstudio AG – sie wird formell von der Hyperforum-Stiftung getragen – ist durch einen Stiftungsrat kulturell und politisch in der Nordwestschweiz verankert. Schaub will weitere Institutionen bewegen, das Modell im Franchising-System zu übernehmen. Diese Idee entspringt nicht Machtphantasien, sondern sie böte einen Weg, um hierzulande gemeinsam den Anschluss an die Multimedia-Welt zu ermöglichen.

#### **Virtuelle Fabrikation**

Das erste Multimedia-Produkt aus dem Hyperstudio heisst CIMEDIA. Es wurde im Auftrag der CIM-Zentren entwickelt und von der Kommis-

sion für die wissenschaftliche Forschung (KWF) finanziell gefördert. Das interaktive Lehrmittel illustriert die Veränderung der Arbeitsplätze in der modernen Fabrikation. Es richtet sich an Gruppen, die von den Veränderungen stark betroffen sind: Lehrlinge, Berufsschülerinnen und Arbeiter. Die Grundidee der CIMEDIA-CD-ROM ist ein ausschweifender Spaziergang durch eine moderne Fabrik, ein virtuelles Szenario, das der Benutzer mit diversen Begleitern erkunden kann. Ein Medienmix aus Illustrationen, Trickfilmen, historischem Fotomaterial und Videosequenzen führt durch Werkstätten, Lagerhallen, die Buchhaltung, Telefonzentrale etc. Inhalt und Gestaltung dieses «Edutainment»-Produkts wurden zusammen mit Arbeitspsychologen, Sozialwissenschaftlern, Gewerkschaftern und Programmierern erarbeitet. Insgesamt beteiligten sich an der Produktion 13 verschiedene Fir-

men und Universitätsinstitute. Die Entwicklung kostete über eine halbe Million Franken und dauerte gut anderthalb Jahre. Die CD-ROM ist jetzt bei den CIM-Zentren für 25 Franken erhältlich.

#### **Modell mit Charakter**

Dank den gegenwärtig laufenden Projekten kann das Hyperstudio bereits selbsttragend arbeiten. Seine Arbeitsweise spricht sich herum, und es spricht auch als Ausbildungsmöglichkeit an. Doch Schaub bleibt dabei: Er stellt nur so viele Studenten an, wie Projekte vorhanden sind, idealerweise pro Jahrgang 10, maximal 25 Leute. Stellt nun das Hyperstudio-Konzept ein eigentliches Ausbildungsmodell dar, das andere Institutionen übernehmen können, oder lebt das Ganze nicht stark von der Initiative, dem Engagement und Enthusiasmus des Mischa Schaub? Es wird sich wohl erst nach einigen Studentenge-

nerationen zeigen, ob sich weitere «Filialen» an anderen Institutionen etablieren können. Die enge Kopplung der Ausbildung mit finanziell aufwendigen Auftragsproduktionen ist nicht unproblematisch. Auf den Mitarbeiter-Studenten lastet ein beträchtlicher Erfolgsdruck, denn das Schicksal des Projektes Hyperstudio hängt letztlich von der Marktgängigkeit der erarbeiteten Lösungen ab. Zu fragen ist also, wie diese Art der Praxisnähe es den Studierenden ermöglicht, über Technik, Kommunikation und Fortschritt nachzudenken. Lassen wir die Frage offen. Denn gewiss ist: Mit seiner kleinteiligen, netzwerkartigen Struktur ist das Hyperstudio ein neues und interessantes Konzept, das sich zudem schnell verwirklichen lässt. Für Mischa Schaub und sein Renaissance-Team bedeuten die Erfolge – durchaus auch mit Blick auf Hollywood – go ahead.

Werner Oeder