

# One Step Forward

Sharing-Workshop zur  
Etablierung einer Kultur des Teilens

*Dokumentation*





# Inhalt

- 1 Konzeption
- 2 Neuer Ansatz
- 3 Workshop „Null“
- 4 Entwicklung
- 5 Ergebnis

**1**

# **Konzeption**

1.1 Vorhaben

1.2 Variante 1 / Teilen

1.3 Variante 2 / Fürsorge

1.4 Zwischenfazit

# Vorhaben

Mein Vorhaben war es, eine Ausstellung zu entwerfen. Sie thematisiert die Problematik von Überbevölkerung, Ressourcenknappheit und die Konsumhaltung der industrialisierten Welt. Ziel war es, bei den Besucher\*innen ein Bewusstsein zu schaffen und Denkipulse für eine mögliche Verhaltensänderung zu geben.

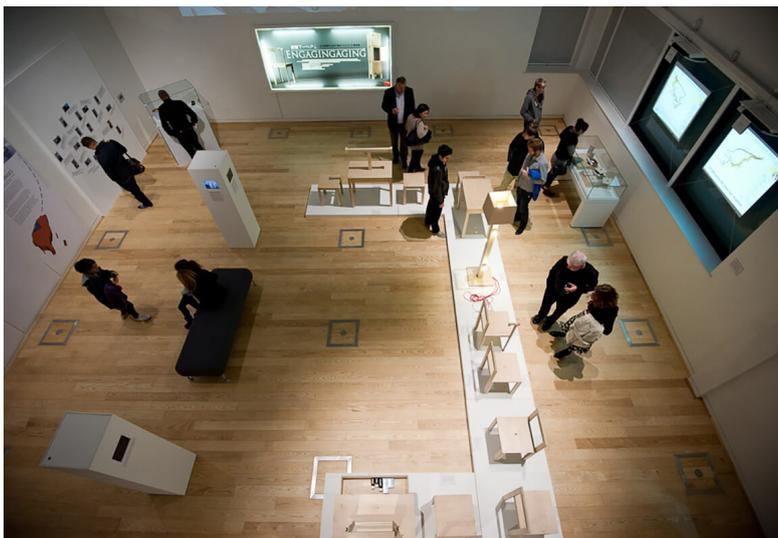
Die präsentierten Inhalte und Artefakte sollten keine Lösungen darstellen, sondern Fragen aufwerfen.

Der Ansatz des Critical Design sollte dabei Sprachrohr sein, um zu einer Verhaltensänderung aufzurufen und die Probleme anzugehen.

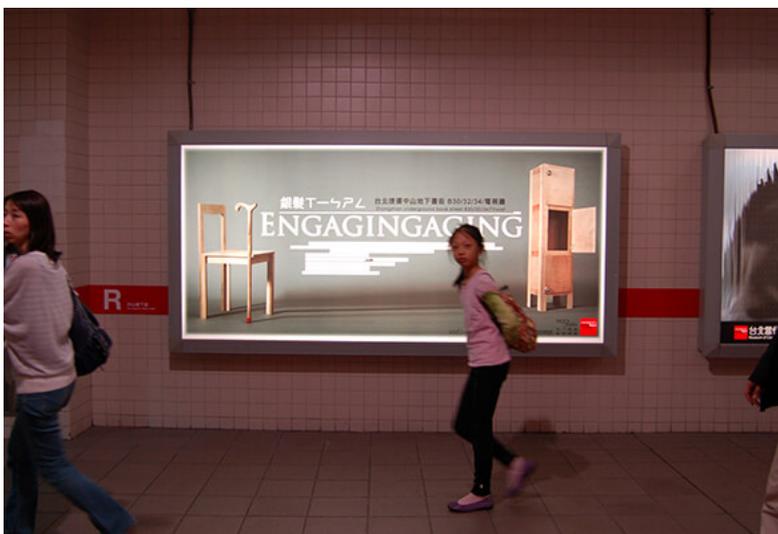
Die Typologie des Stuhls sollte sich als roter Faden durch die Ausstellung ziehen und als Metapher eingesetzt werden: auch Stühle werden in Massen hergestellt und die sitzende Haltung zwingt uns zum Innehalten, regt zum Nachdenken an und ist in vielen Kulturkreisen eine essentielle Körperhaltung.



**Do I  
look like**



**I really  
care?**



# Sharing und Sharing-Economy

## Studieninsights & Erkenntnisse aus dem Sharing Monitor Schweiz, 2021

Der Sharing-Monitor Schweiz ist nach eigenen Angaben eine umfassende Erhebung zur Sharing-Orientierung und zum Sharing-Verhalten der Schweizer Bevölkerung, von Schweizer Städten und von in der Schweiz tätigen Sharing-Anbietern.

Studie S. 7: Die Bekanntheit der abgefragten Sharing-Angebote beträgt 75%, das Nutzungspotenzial 52%, die tatsächliche Nutzung 27%.“ Es existiert eine Lücke zwischen Nutzungsbereitschaft und der effektiven Nutzung.

Erkenntnis: existierende Sharing-Angebote und deren Vorteile aufzeigen

Studie S. 8: Die breite Bevölkerung scheint nicht an der «Sharing Economy» als solcher interessiert zu sein. Die Konsument\*innen denken stärker in branchenbezogenen Nutzungskategorien. D.h. man sucht ein Fortbewegungsmittel und nicht explizit «Sharing».

Erkenntnis: Aktuelles Bewusstsein: Es besteht keine Notwendigkeit/Dringlichkeit zum Teilen, d.h. Bewusstsein für die Reduktion des Verbrauchsvon Ressourcen schaffen

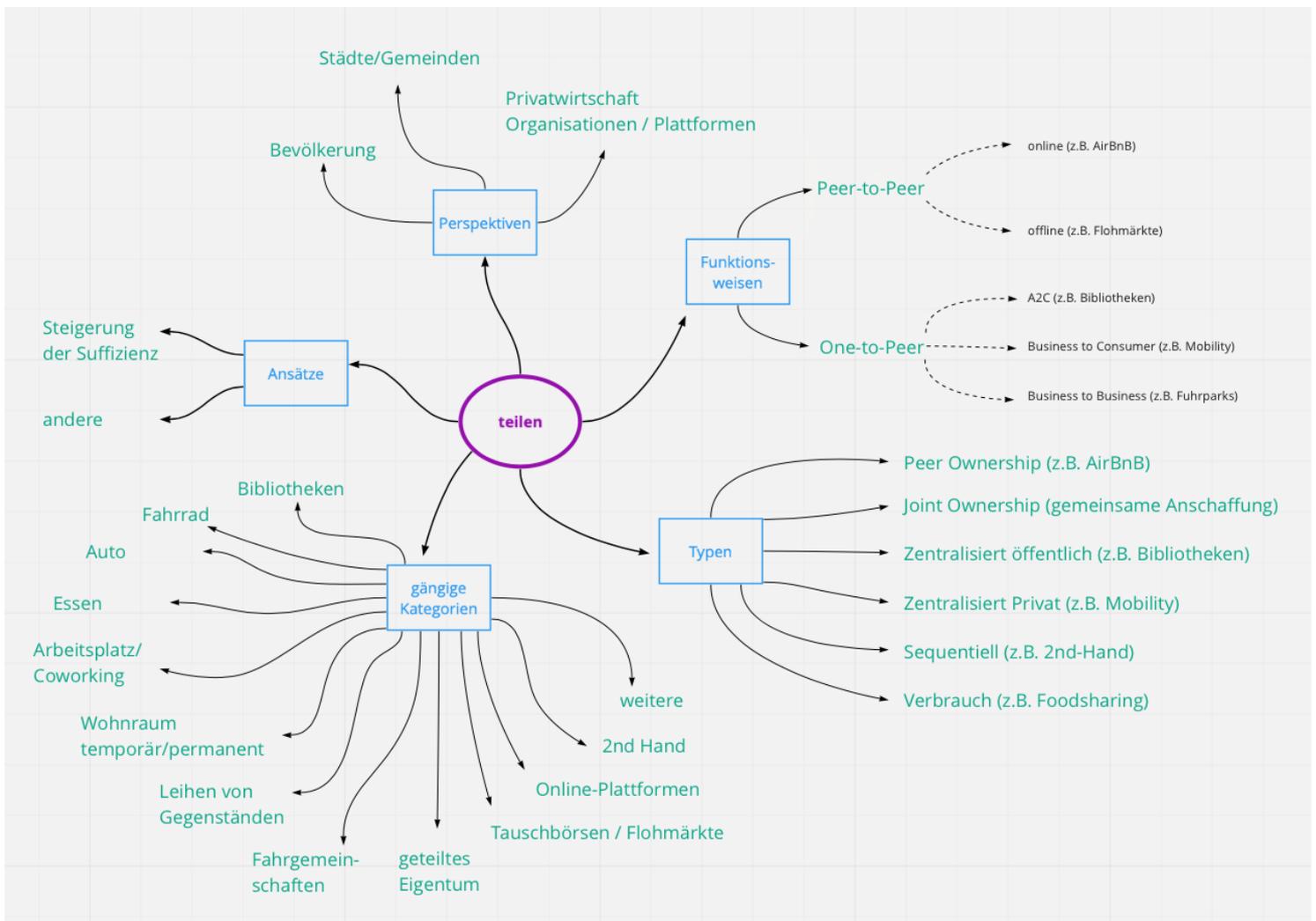
### Studie S. 9:

Je mehr Sinn ein Angebot für den Einzelnen macht, desto eher wird es genutzt.

Je lustvoller & unkomplizierter es ist, desto eher wird das Angebot genutzt.

Je grösser der monetäre Nutzen ist, desto eher wird ein Angebot genutzt.

Erkenntnis: Selbstwirksamkeit aufzeigen, Eigenverantwortung stärken & Handlungen evozieren



# Variante 1

## Konzept „Teilen“

### Aussage:

Wenn die Ressourcen knapp werden,  
müssen wir teilen.

### Bewusstsein schaffen:

plakativ und aufsehenerregend die Materialknappheit auf die Spitze treiben  
-> aus einem Stuhl werden 2 Sitzgelegenheiten

### Methode:

radikal, plakativ (die unbequeme Wahrheit)

### Denkimplus:

Was kannst DU (heute) teilen, damit es morgen nicht unangenehm wird?

Subject of investigation	Je mehr Menschen diesen Planeten bevölkern, desto weniger Ressourcen bleiben für jeden Einzelnen. Teilen könnte zur Pflicht werden. Doch die Frage ist dann: Is sharing still caring?
Focus of critique	Weil wir nicht bereit sind, unser Hab & Gut mit anderen zu teilen, müssen Dinge viel häufiger gekauft werden, als notwendig wäre.
	Das verschwendet wertvolle Ressourcen, die an anderer Stelle verwendet werden könnten.
Diskussion/ Denkanstoss	Kannst du teilen, bevor es unbequem wird?
Interaktion/ Trigger	Stühle teilen (einfach / niederschwellig), Platz nehmen und diskutieren
Titel	'Share for Many Seats' //
	'1 for 2 Chair'
Methode/ Taktik/Herangehensweise	Subversiv/narrativ → auf die Spitze treiben, was Materialknappheit bedeuten könnte, mit Anleitung
Kontext	Jedem sein Platz in dieser Welt, ein Platz zum Sitzen – MEIN Stuhl.
Ausführung	Aus 1 Stuhl werden durch anderes Zusammenfügen Sitzgelegenheiten für mind. 2 Pax // wie viele können gleichzeitig auf einem Stuhl sitzen?
Materialität	Ausgediente Stühle diverser Herkunft, diverse Verbindungen
Referenzen	Tord Boontje (Rough-and-Ready Chair), Martino Gamper (100 Chairs)

# IS SHARING STILL CARING?

Herkunft:  
Caritas, LU

Biografie: am  
23.9.21 ange-  
liefert, seither  
zeitlicher Preis-  
verfall 100.-/  
65.-/35.- CHF

**re-  
kon-**

**stru-  
ieren**



Herkunft:  
Privat

Biografie: wurde durch einen neuen Gartenstuhl ersetzt,  
Endstation  
Sperrmüll



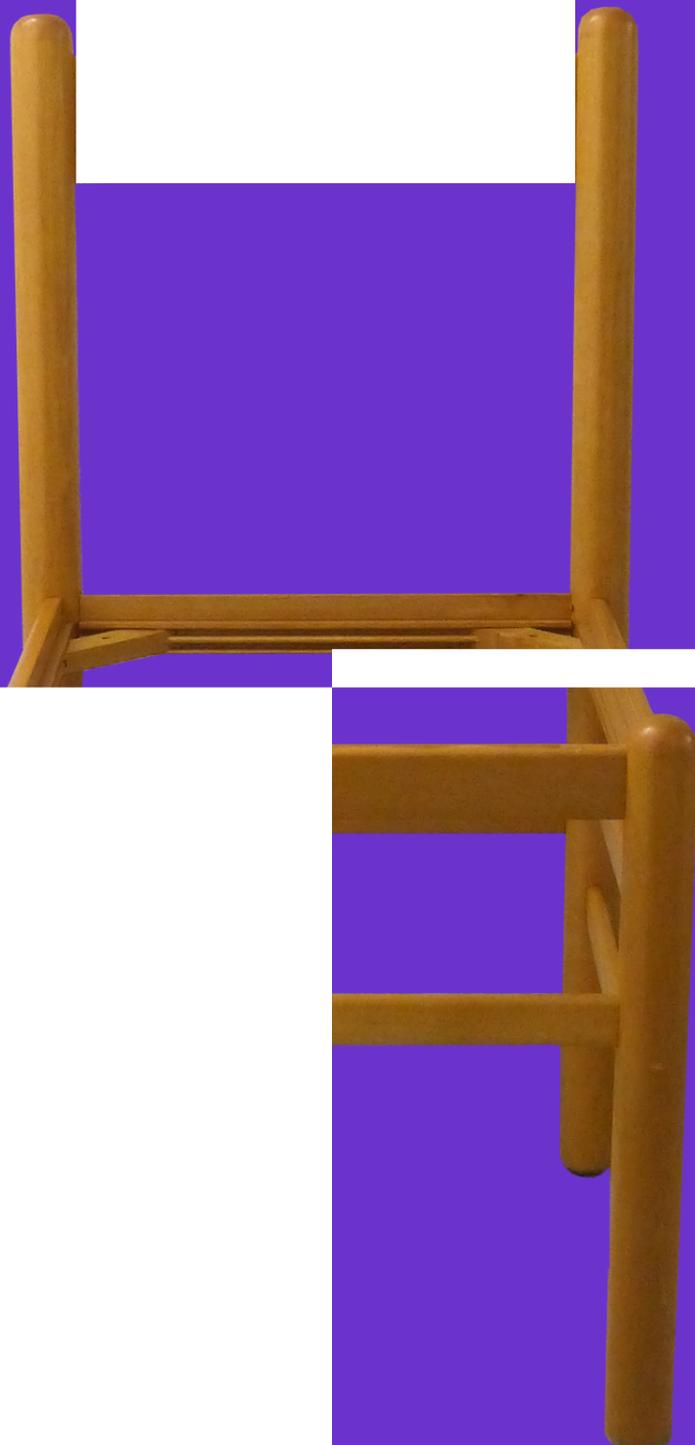
# trennen



Herkunft:  
Restaurant  
Sternegg, LU

Biografie:  
stand kaputt im  
Keller, Endsta-  
tion Sperrmüll

# dritteln



Herkunft:  
vom Strassen-  
rand, LU

Biografie:  
gratis zum Mit-  
nehmen

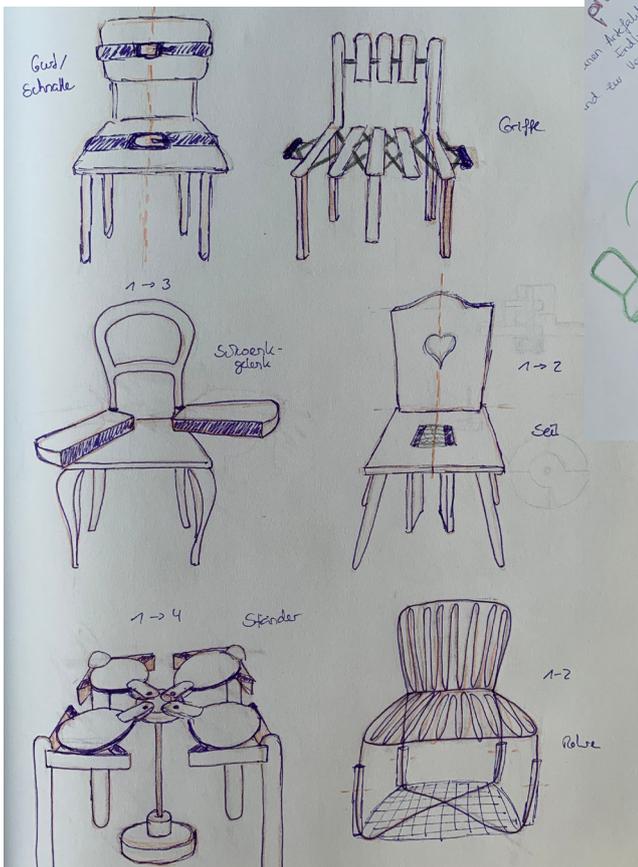


**halb-  
ieren**

**verti-  
kal**

# Variante 1

## Überlegungen und Sketching



# Zwischenpräsentation

## Feedback - Variante 1

Objekte sprechen nicht für sich, sind nicht selbsterklärend, es braucht zu viel Erklärung, es sind zu viele Abstraktionsgrade.

Es gibt sehr viel anderes, das man teilen kann, ohne, dass es kaputt gemacht werden muss.

Die Botschaft des Teilens ist hier negativ. Ist das geeignet, um eine Verhaltensänderung zu evozieren?

Der Denkipuls ist eine zusätzliche Metaebene, die nicht überkommt.

Die erzeugten Bilder kommunizieren nicht die Aussage und lösen nicht das gewünschte Verhalten aus.

Es ist fraglich, ob die Stühle das richtige Symbol sind, um die Konsumhaltung der Industrialisierung in Frage zu stellen.



# Variante 2

## Konzept „Fürsorge“

### Aussage:

Wir besitzen mehr, als wir benötigen. Der Planet droht zu ersticken und wir mit ihm.

### Bewusstsein schaffen:

Dem endlosen Konsum das Prinzip des Natürlichen / Vergänglichen entgegen setzen.

### Methode:

plakativ (die unbequeme Wahrheit)

### Denkimplus:

Lenke deine Aufmerksamkeit stärker auf die Natur und trage ihr Sorge!  
Auf welche materiellen Dinge kannst du verzichten?

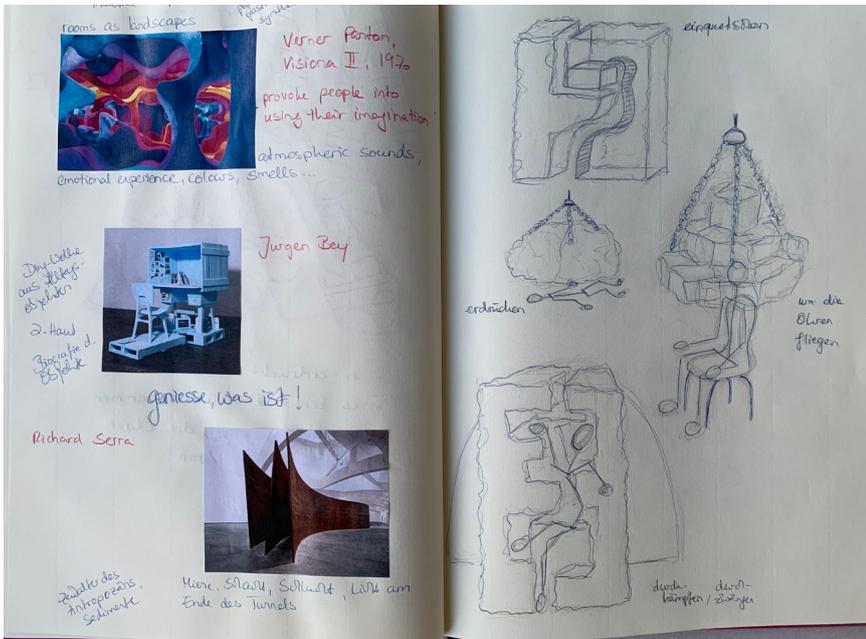
Subject of investigation	Je mehr jeder Einzelne konsumiert, desto schneller sind die verfügbaren Ressourcen aufgebraucht. Der Planet wird mit unserem produzierten Kram zugeschüttet. Fliegt uns bald alles um die Ohren?
Focus of critique	Wir wollen mehr besitzen, als wir benötigen, weil wir uns ständig vergleichen und es immer jmd gibt, der mehr hat. Glücklicher macht uns das nicht, aber unser Konsum hat schon längst gravierende Auswirkungen auf die Ökosysteme.
Diskussion/ Denkanstoss	Lenke deine Aufmerksamkeit stärker auf die Natur, trage ihr Sorge!
Interaktion/ Trigger	Verbindung zur Natur aufbauen, Sorge tragen, weg kommen vom materiellen Bedürfnis (Meditation)
Titel	'Weg ist nicht gleich weg' // 'Don't look inside' // 'Seat for life'
Methode/ Taktik/Heran- gehensweise	narrativ → dem endlosen Konsum das Prinzip des Nicht-Materiellen / Vergänglichen entgegensetzen
Kontext	Die Welt der Dinge beherrscht uns und unsere Gedanken – da bleibt kaum Platz für das wahre Leben.
Ausführung	Ein Orbit von Dingen hängt über 1 Stuhl, schwirrt eng um den Kopf / lastet auf den Schultern + eine zarte Pflanze, die gegossen werden will.
Materialität	Diverse Alltagsobjekte, Orbitgerüst, Holzbox, Pflanze, Giesskanne, Stuhl
Referenzen	Jurgen Bey (Modelworld Marquet-te), Michel Landy (Break Down)

***„[...] we already produce enough – actually much more than enough. And yet we are stuck in a one-way future in which all we can think of is producing even more.  
[...] Sharing and enjoying a limited planet is what de-growth is all about.»***

***Giorgos Kallis, 2018***

# Variante 2

## Überlegungen und Moodboard



**WAS IST MEINE IDEE?**  
 Einen Artefakt, der Bewusstsein dafür schafft, wie sehr unser Verhältnis zu Konsum und Natur in Schiefelage geraten ist.

**WAS WILL ICH DAMIT AUSSAGEN?**  
 Lenke deinen Fokus wieder mehr auf die Natur und kümmere dich um sie!

**WELCHEN DENKANSTOSS MÖCHTE ICH GEBEN?**  
 Mehr Fürsorge für unseren Planeten und seine Ökosysteme – er droht an unserem Kram zu ersticken und wir mit ihm.

**WAS IST ZWINGEND FÜR DIE IDEE?**  
 Eyecatcher, Interaktion, Missverhältnis für jedermann direkt sichtbar, wer sich hinsetzt, reflektiert und handelt.

**BZGL. FORM-/MATERIALSPRACHE: WELCHE ASSOZIATIONEN MÖCHTE ICH WECKEN?**  
 Masse, Menge, Volumen, Konsum  
 Wiedererkennung – das hatte ich auch alles mal  
 Neugierde – was soll die Pflanze dort?

**MIT WELCHEN MITTELN WECKE ICH DIESE ASSOZIATIONEN?**  
 Alltagsobjekte aus dem Leben eines Menschen, Schild gut sichtbar aber nur lesbar, wenn man sitzt, Stuhlkonstruktion.

**WIE SOLL DIE WAHRNEHMUNG SEIN? WARUM?**  
 Bedrohlich, erdrückend, erstickend.  
 Unterstreichend der Dringlichkeit, etwas zu tun.  
 Pflanze giessend – ich kümmere mich.

**WIE UNTERSTREICHT DIE FORMGEBUNG DIE GEWÜNSCHTE WAHRNEHMUNG?**  
 Produktwolke hängt tief.  
 Kleiner Stuhl = gedrungene Sitzhaltung.  
 Giesskanne auf Stuhl/Boden/an Wolke hängend?

**BZGL.OBJEKT IM RAUM: WIE GEHT MAN DARAUF ZU?**  
 Von allen Seiten zugänglich.

**BRAUCHT ES NOCH ETWAS ANDERES?**  
 Evtl. Andeutung eines Ruderboots – Natur und Mensch sitzen im selben Boot.  
 Evtl. mit Geräuschdusche unter der Wolke?  
 Wie bekommt man die Leute dazu, sich wirklich hinzusetzen?  
 → check im Workshop

# Zwischenpräsentation

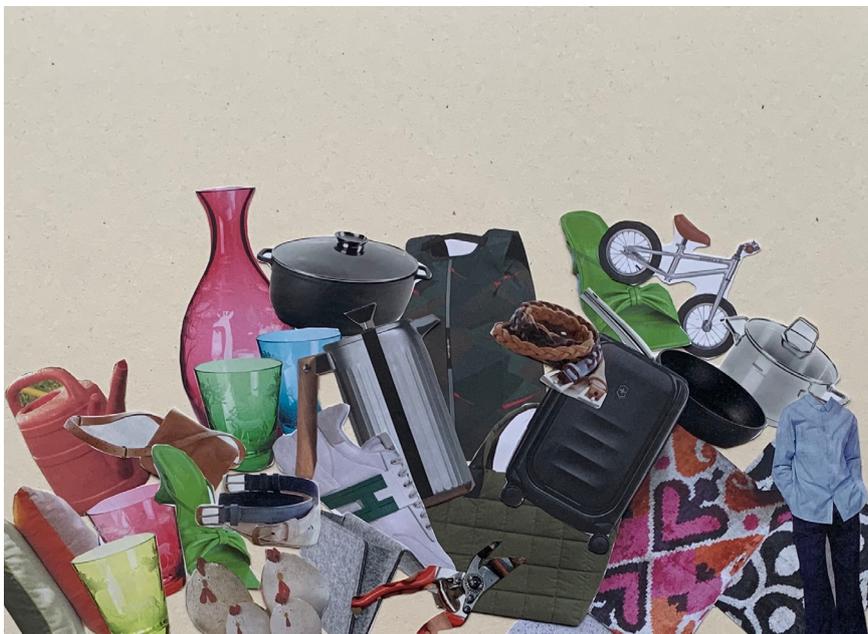
## Feedback - Variante 2

Die Idee von Natur kommt wegen der für die Präsentation gewählten Zimmerpflanze nicht auf.

Es ist ersichtlich, dass es sich um ein edukatives Projekt handelt, das Emotionen evozieren möchte, um ein Mitgefühl hervorzurufen oder das eigene Bewusstsein zu schärfen gegenüber unserem Konsum.

Es ist bildhaft, aber ein extrem heres und hohes Ziel, die Menschen dazu anzuregen, über den eigenen Konsum nachzudenken; speziell auch noch aus der Perspektive des Produktdesigners.

Die Anforderungen an die Objekte sind klar, was sie mit dem Betrachter machen müssen. Das ist gut, aber es wird so noch nicht erfüllt. Dafür müssen die Objekte mehr für sich selber sprechen, cleverer sein.





# Zwischenfazit

Critical Design im klassischen Sinne ist in erster Linie ein Ausstellen von statischen Artefakten.

Um Menschen jedoch zu einer Verhaltensänderung zu motivieren, benötigt es zum einen Zeit und zum anderen eine aktive Teilnahme und Interaktion (mit) der Zielgruppe, damit Erfahrungen gemacht werden können.

Mein neuer Ansatz ist daher die Gestaltung eines Workshops zum Thema „Teilen“ als eine Form einer nachhaltigen Konsumpraxis.

**2**

**Neuer**

**Ansatz**

2.1 Brainstorming

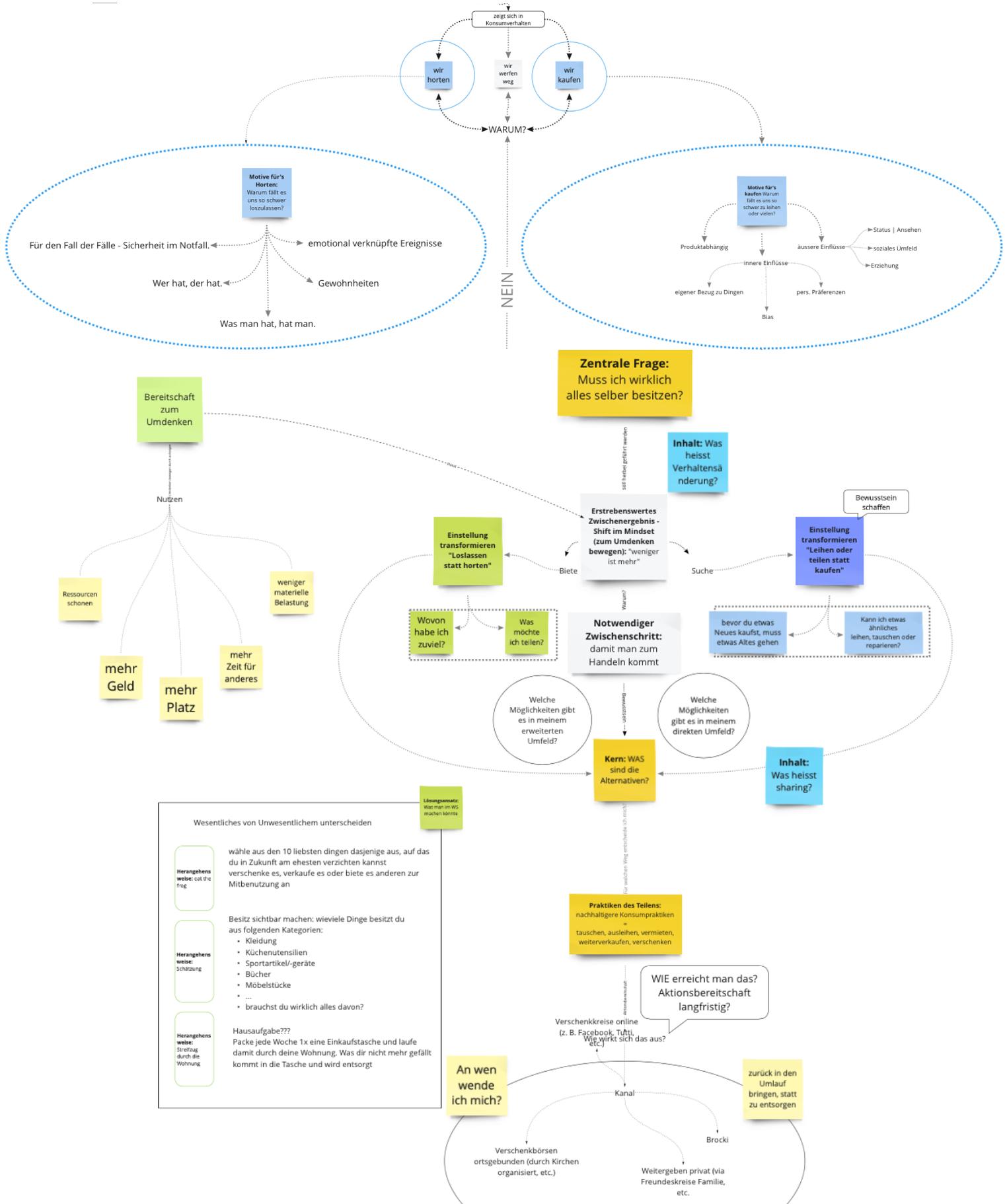
2.2 Workshop-Varianten

2.3 Modul 1

3.4 Modul 2

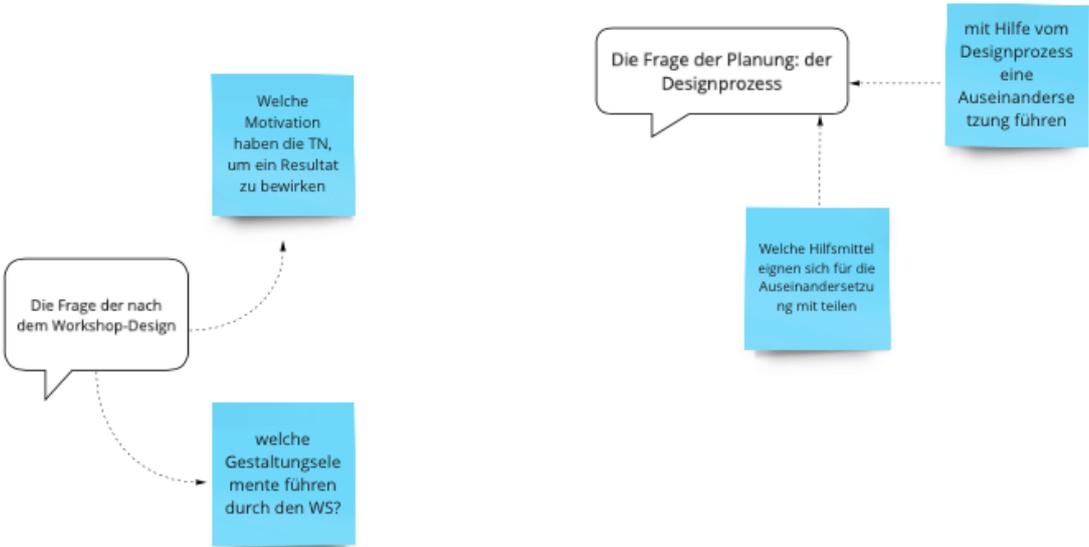
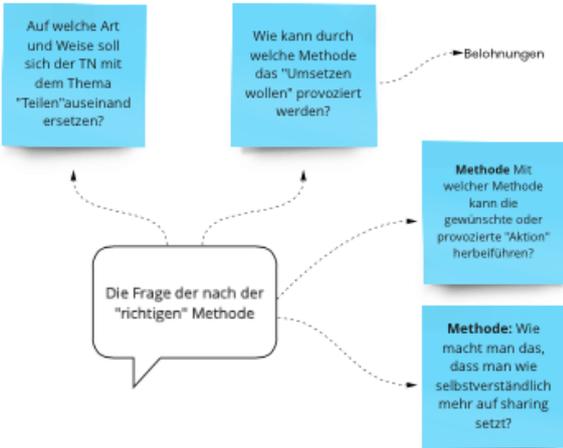
# Brainstorming

## Zusammenhänge Besitz, Verhalten, Teilen



# Wie Teilen vermitteln und materialisieren?

**Tangible Thinking (Dan Lockton):**  
 Materialisieren, wie wir uns Systeme, Erfahrungen und Beziehungen vorstellen und verstehen.



# Workshop-Fokus

## Mögliche Varianten

### Variante 1:

Wie bringe ich das Thema „teilen“ auf eine persönliche Ebene hinunter?

Jeder TN erstellt seine individuelle „Landkarte“ des Teilens:

- wie verlaufen deine alltäglichen Wege?
- wo triffst du hier auf Angebote des Teilens?
- was wärst du bereit zu teilen?

-> *wird nicht weiterverfolgt*

**Auftrag 1:** Wie verlaufen deine täglichen Wege durch die Stadt?

individuell

**Auftrag 2:** Markiere im Plan, wo auf Deinen Wegen Dir Angebote / Infrastrukturen des Teilens begegnen.

Welche der verfügbaren Optionen, die Du markiert hast, nutzt Du?

**Frage 4:** weshalb nutzt du sie / weshalb nicht?

WARUM?

Kennt Ihr andere Optionen, die nicht direkt auf Eurem Weg liegen?

individuell

Quelle: Referenz  
[https://dl.gi.de/bitstream/handle/20.500.12116/3160/2017\\_WS02\\_292.pdf](https://dl.gi.de/bitstream/handle/20.500.12116/3160/2017_WS02_292.pdf)

## Variante 2:

Wie kann ich „teilen“ vermitteln?

Herleitung der verschiedenen Varianten des Teilens anhand eines von mir neu entworfenen Hockers:

- 1 Hocker für 4 Personen - wie geht ihr vor?
- Ansatz: Hocker ist teilbar in 4 Elemente
- Give-away: Bauanleitung des Hockers als DIY-Projekt für zu Hause

-> *wird nicht weiterverfolgt*

## Variante 3:

Wie kann ich Diskussionen hervorrufen? Mit welchen Methoden kann ich Debatten auslösen?

TN erforschen fiktive, nicht umfassend schlüssige Objekte:

- Bewusstsein schaffen
- Fragen provozieren & Diskussionen anregen
- Interaktionen auslösen / Auseinandersetzungen fördern
- potentielle Verhaltensänderung einleiten

-> *wird weiterverfolgt*

This workshop explored how 'tangible thinking' tools can be used to materialise how people imagine and understand systems, in particular questions of (inter)disciplinarity. Thirty-five participants used three different kinds of tools—topological, relational, and performative—to construct physical models supporting group discussion around how we conceptualize and experience "disciplinarity and interdisciplinarity"—abstract ideas that regulate and structure many of our lives as designers and researchers working in systemic contexts, in practice and in academia. In this working paper, we pay attention to the materials used, and their properties, alongside the affordances of physical modelling itself, as a way of externalising thinking in ways which could be shared and discussed together; we explain the background thinking behind the workshop, and illustrate some of the results.

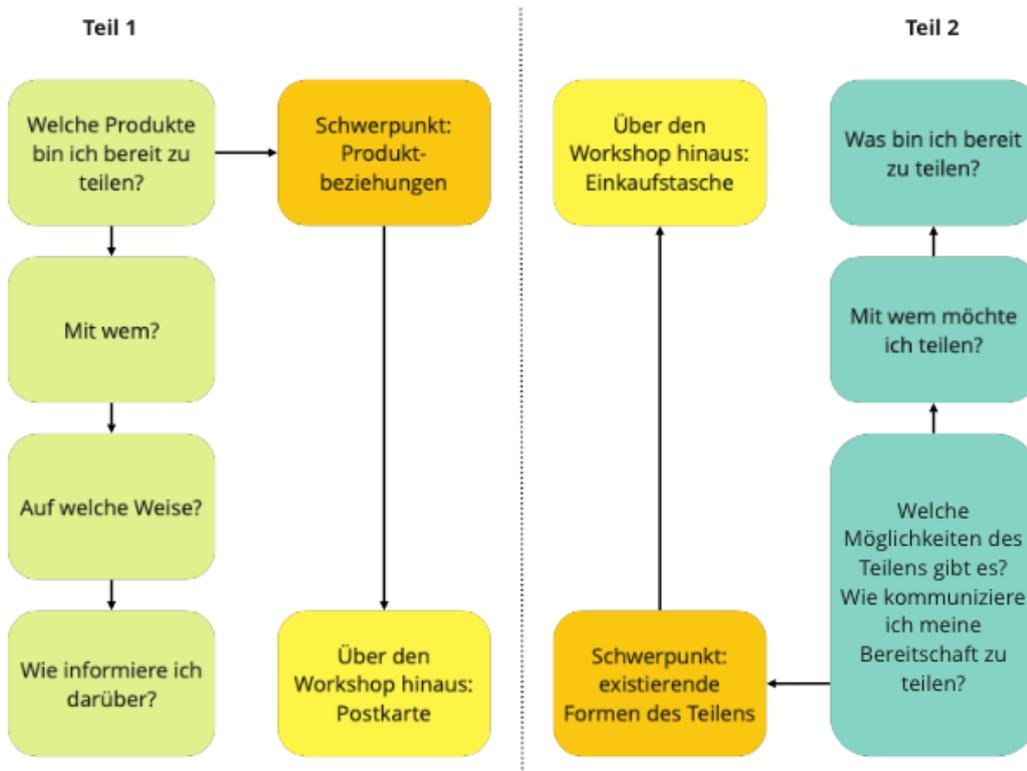


Quelle: Referenz

[https://www.researchgate.net/publication/339675565\\_Tangible\\_Thinking\\_Materialising\\_how\\_we\\_imagine\\_and\\_understand\\_systems\\_experiences\\_and\\_relationships](https://www.researchgate.net/publication/339675565_Tangible_Thinking_Materialising_how_we_imagine_and_understand_systems_experiences_and_relationships)

# Variante 3

## Konzept & Agenda



Angebot: Workshop für Angebote kantonaler Umweltberatungen, Projektwochen an Schulen ...

Zielgruppe: Jugendliche, junge Erwachsene und alle, denen die Umwelt am Herzen liegt.

Ziel/Fokus: Etablierung einer Kultur des Teilens im persönlichen Alltag

Unterziele / Teilschritte: Sichtbar machen von

- Verhaltensweisen
- Besitztum
- Teilmöglichkeiten

Output: TN sind sich ihrer Beziehungen zu Alltagsgegenständen bewusst, haben ein Angebot zum Teilen an eine andere Person gemacht und existierende Angebote des Teilens kennengelernt

Koppelung an einen grösseren Sinn:

Teilen als eine Form nachhaltigen Konsumierens ist wichtig zur Schonung der Ressourcen

## Einleitung:

Begrüßung/Vorstellung + Input

## Modul 1:

Input + Interaktion TN

Pause nach ca. 60 Min

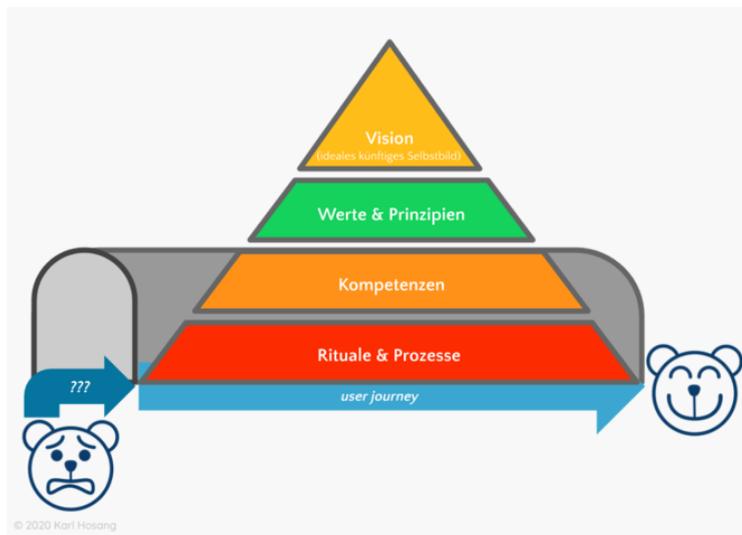
## Modul 2:

Input + Interaktion TN

+ Gruppenarbeit

## Abschluss:

Input + Feedbackrunde



Quelle:

<https://karlhosang.de/workshop-konzept-erstellen/>  
<https://karlhosang.de/visionspyramide/>

## Elemente / Rahmenbedingungen:

- Einsatz von Text/Video, Tools und Gamification-Elementen
- Arbeit an einem gemeinsamen „Dokument“
- TN sammeln eigene Erkenntnisse/Erfahrungen
- Wirkung über den WS hinaus, „Bhaltis“
- zielgruppenspezifische Differenzierung
- TN sind 80% der Zeit aktiv

## Veranstaltung melden

Planen Sie eine Aktion oder einen Anlass, bei dem die Themen reparieren, teilen, tauschen, Food Waste, Abfall, Recycling, Energie sparen oder Ressourcen schonen im Zentrum stehen? Wollen Sie diese Veranstaltung bei der Zentralschweizer Bevölkerung bekannt machen? Dann sind Sie hier genau richtig.

### Vorgehen

1. Füllen Sie das Meldeformular vollständig aus (wenn möglich mit Bild, Film etc.).
2. Schicken Sie das Formular ab indem Sie auf «senden» drücken.
3. Wir prüfen Ihre Meldung.
4. Ihre Veranstaltung wird unter «Agenda» und evtl. zusätzlich unter «News» freigeschaltet.

Quelle:

<https://www.venalu.ch>

Quelle:

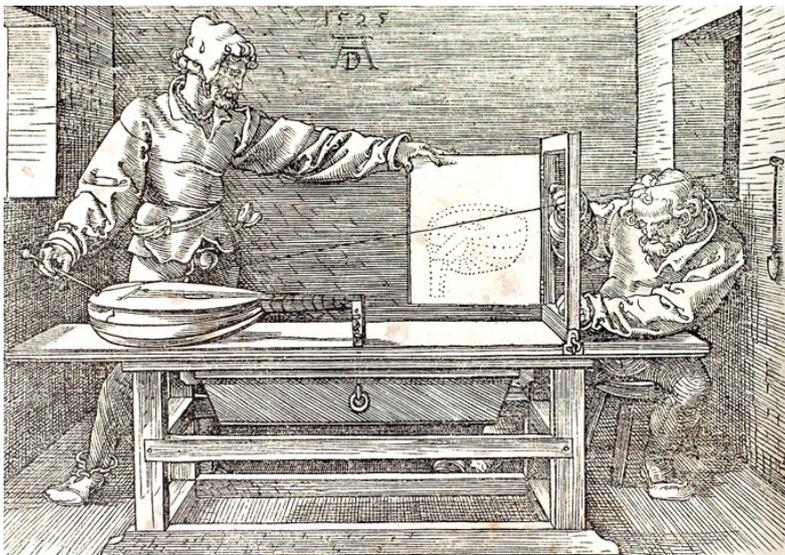
<https://www.e-chline-schritt.ch/aktuell/veranstaltung-melden/>

# Modul 1

## Ding - Objekt - Mensch & ihre Beziehungen

Welche Beziehungen existieren? Wie können diese durch Objekte vermittelt werden?

In Anlehnung an Entdeckungen und Erfindungen - entdecke deine Alltagsgegenstände auf's Neue!



In den Hintergrund treten

Zentralperspektive,  
A. Dürer

Zum Träumen  
anregen

Kaleidoskop,  
D. Brewster



Quelle:

<https://www.martin-missfeldt.de/perspektive-zeichnen-tutorial/perspektive-albrecht-duerer.php>

[https://www.perpetuum-mobile.ch/images/produkte/md/kaleidoskop-aleph-zum-selberfuellen-3102\\_1.jpg](https://www.perpetuum-mobile.ch/images/produkte/md/kaleidoskop-aleph-zum-selberfuellen-3102_1.jpg)



Zur Gewohnheit werden  
Metronome,  
J.N. Mälzel

In den Bann ziehen  
Dauermagnet,  
J. Canton



In Vergessenheit geraten  
Nebelmaschine,  
R.B. Glickman



Quellen:

<https://www.design-is-fine.org/post/125683176174/johann-nepomuk-mälzel-metronome-1895-1900>

[https://biancahoegel.de/physik/magnet/bilder/A-1\\_horseshoe-magnet-red-silver-iron-filings-AHD.jpg](https://biancahoegel.de/physik/magnet/bilder/A-1_horseshoe-magnet-red-silver-iron-filings-AHD.jpg)

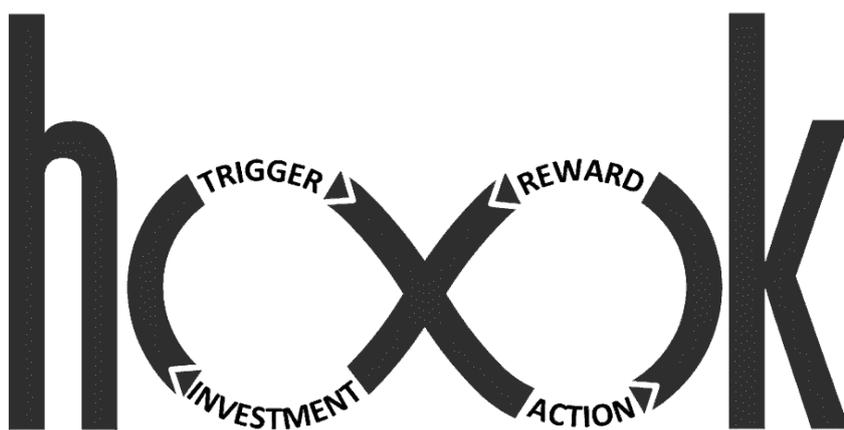
<http://nofilmschool.com/2014/12/better-smoke-effects-cheap-diy-way-thicker-sexier-fog>

# Modul 1

## Verhalten ändern

Durch welche Methode kann das „Umsetzen wollen“ provoziert werden?

In Anlehnung an gewohnheitsbildende Technologien wie Social Media



Hook-Modell  
B.F. Skinner

Auslöser / Trigger: Auf welche Produkte bei euch zu Hause treffen die Beziehungen zu? Skizziere!

Aktion: Welches Objekt bist du am ehesten bereit mit einer anderen Person zu teilen? Schreibe eine Karte!

Variable Belohnung: Geschafft! Du hast einen Beitrag zur Ressourcenschonung geleistet, indem du jemandem angeboten hast, dein Produkt mitzubedenutzen. Briefmarke.

Investition: Diese Karte wird verschickt – eine dem Workshop nachgelagerte Reaktion des Adressaten ist wahrscheinlich. Das Thema Teilen wird über den Workshop hinausgetragen.

alternative  
Design Methode  
| Idee | Ansätze

**Das Hook (Verstärkung) Modell:** Der stärkste Mechanismus zur Gewohnheitsbildung, um Benutzer zu fesseln, ist das Hook-Modell.

Das Herzstück des Hook-Modells ist ein variabler Belohnungsplan: ein kraftvoller Hack, der die Aufmerksamkeit lenkt, Vergnügen bereitet und den Geist betört.

Bei unserer Suche nach variablen Belohnungen geht es um ein endloses Verlangen nach drei Arten von Belohnungen:

- a) die des Stammes (Wir sind dazu bestimmt, Teil eines Stammes zu sein, also sucht unser Gehirn nach Belohnungen, die uns das Gefühl geben, akzeptiert, wichtig, attraktiv und eingeschlossen zu sein.),
- b) der Jagd (So gesellig wir auch sind, umso entscheidender ist unser individuelles Nahrungsbedürfnis. Die Notwendigkeit, physische Dinge wie Nahrung und Vorräte zu erwerben und vorrätig zu erhalten, ist Teil des Betriebssystems des Gehirns, und ohne diesen Impuls hätten wir die Jahrtausende eindeutig nicht überlebt. Aber wo wir früher nach Essen gejagt haben, jagen wir heute nach Angeboten und Informationen.)
- c) und des Selbst (Da sind die variablen Belohnungen, die wir für persönliche Befriedigung suchen. Zum Beispiel verzaubern uns Dinge, die unsere Sinne stimulieren, von Geburt an. Babys stecken alles in den Mund, aus dem gleichen Grund gibt es in Las Vegas blinkende Neonlichter. Wir lieben neuartige sensorische Stimulation. Wir streben danach, die Welt um uns herum zu beherrschen.)

Das Hook-Modell geht über die Verstärkung des Verhaltens hinaus; Es schafft Gewohnheiten und spornt die Benutzer an, selbstständig zu handeln, ohne dass teure externe Stimuli wie Werbung erforderlich sind.

Das Hook-Modell ist das Herzstück vieler der heutigen gewohnheitsbildenden Technologien. Soziale Medien, Online-Spiele und sogar gute alte E-Mails nutzen das Hook-Modell, um uns dazu zu zwingen, sie zu verwenden.

**Fazit:** Wie B.F. Skinner vor über 50 Jahren entdeckte, sind variable Belohnungen ein starker Anreiz, Zwänge zu erzeugen. Heutzutage schaffen Technologieunternehmen neue Gewohnheiten, indem sie Benutzer kontinuierlich durch das Hook-Modell radeln – und variable Belohnungen befeuern die Kettenreaktion. Wenn wir verstehen, was uns zum Handeln bewegt, können wir Produkte entwickeln, die auf die Interessen der Benutzer abgestimmt sind, und eine bessere Kontrolle über unser eigenes technologieinduziertes Verhalten erlangen.

The Hook Model: How to Manufacture Desire In 4 Steps



Searching for rewards



**Was ist das Hook-Modell?**

Das Hook-Modell ist eine Möglichkeit, die Interaktionen eines Benutzers mit einem Produkt zu beschreiben, während sie vier Phasen durchlaufen: einen Auslöser, um mit der Verwendung des Produkts zu beginnen, eine Aktion, um den Auslöser zu erfüllen, eine variable Belohnung für die Aktion und eine Art von Investition, die letztendlich macht das Produkt für den Benutzer wertvoller. Während der Benutzer diese Phasen durchläuft, baut er dabei Gewohnheiten auf.

**Manufacturing Desire**

Aber wie stellen Unternehmen eine Verbindung zu den internen Signalen her, die zur Bildung von Gewohnheiten benötigt werden? Die Antwort: Sie erzeugen Verlangen.

**1. Auslöser (trigger)**

Der Auslöser ist der Auslöser eines Verhaltens – die Zündkerze im Hook-Modell. Es gibt zwei Arten von Triggern: extern und intern. Gewohnheitsbildende Technologien beginnen damit, Benutzer mit externen Auslösern wie einer E-Mail, einem Link auf einer Website oder dem App-Symbol auf einem Telefon zu warnen. Durch das kontinuierliche Durchlaufen dieser Haken beginnen die Benutzer, Assoziationen mit internen Auslösern zu bilden, die sich an bestehende Verhaltensweisen und Emotionen binden. Bald werden Benutzer jedes Mal intern ausgelöst, wenn sie sich auf eine bestimmte Weise fühlen. Der innere Auslöser wird Teil ihres Routineverhaltens und die Gewohnheit wird gebildet.

Angenommen, Barbra, eine junge Dame in Pennsylvania, sieht zufällig ein Foto in ihrem Facebook-Newsfeed, das von einem Familienmitglied aus einem ländlichen Teil des Staates aufgenommen wurde. Es ist ein schönes Foto und da sie mit ihrem Bruder Johnny eine Reise dorthin plant, fasziniert sie der Auslöser.

**2. Aktion**

Nach dem Auslöser kommt die beabsichtigte Aktion. Hier nutzen Unternehmen zwei Riemenscheiben des menschlichen Verhaltens – Motivation und Fähigkeit. Um die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass ein Benutzer die beabsichtigte Aktion ausführt, gestaltet der Verhaltensdesigner die Aktion so einfach wie möglich und steigert gleichzeitig die Motivation des Benutzers. Diese Phase des Hook stützt sich auf die Kunst und Wissenschaft des Usability-Designs, um sicherzustellen, dass der Benutzer so handelt, wie der Designer es beabsichtigt.

Am Beispiel von Barbra: Mit einem Klick auf das interessante Bild in ihrem Newsfeed gelangt sie auf eine Website namens Pinterest, auf der sie noch nie war. Sobald sie die beabsichtigte Aktion ausgeführt hat (in diesem Fall das Klicken auf das Foto), ist sie geblendet von dem, was sie als Nächstes sieht.

**3. Variable Belohnung**

Was Hooks von einer einfachen Feedback-Schleife unterscheidet, ist ihre Fähigkeit, beim Benutzer Wünsche zu wecken. Rückkopplungsschleifen sind überall um uns herum, aber vorhersehbare erzeugen kein Verlangen. Die vorhersehbare Reaktion Ihres Kühlschranks, wenn Sie die Tür öffnen, treibt Sie nicht dazu, sie immer wieder zu öffnen. Fügen Sie der Mischung jedoch etwas Variabilität hinzu – sagen Sie, jedes Mal, wenn Sie ihn öffnen, erscheint auf magische Weise eine andere Leckerei in Ihrem Kühlschrank – und voila, es entsteht eine Intrige. Sie werden diese Tür wie ein Labortier in einer Skinner-Box öffnen.

Die Einführung von Variabilität vervielfacht den Effekt, erzeugt einen rasenden Jagdzustand und aktiviert die Teile, die mit Wollen und Verlangen verbunden sind. Obwohl klassische Beispiele Spielautomaten und Lotterien sind, sind variable Belohnungen auch in Technologien zur Gewohnheitsbildung weit verbreitet.

**4. Investition**

In der letzten Phase des Hooks wird der Benutzer aufgefordert, etwas Arbeit zu erledigen. Diese Phase hat für den Behavior Engineer zwei Ziele. Die erste besteht darin, die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, dass der Benutzer einen weiteren Durchgang durch den Haken macht, wenn ihm der nächste Auslöser präsentiert wird. Zweitens ist es jetzt, da das Gehirn des Benutzers in Erwartung der Belohnung in der vorherigen Phase in Dopamin schwimmt, an der Zeit, einige Rechnungen zu bezahlen. Die Investition besteht im Allgemeinen in der Form, dass der Benutzer gebeten wird, eine Kombination aus Zeit, Daten, Aufwand, sozialem Kapital oder Geld bereitzustellen.

Die Investition impliziert eine Aktion, die den Service für das nächste Durchstarten verbessert. Das Einladen von Freunden, das Festlegen von Vorlieben, das Erstellen virtueller Assets und das Erlernen der Verwendung neuer Funktionen sind alles Verpflichtungen, die den Service für den Benutzer verbessern. Diese Investitionen können genutzt werden, um den Auslöser ansprechender, die Aktion einfacher und die Belohnung mit jedem Durchgang durch den Haken spannender zu machen.

Da Barbra gerne endlos durch das Füllhorn von Pinterest scrollt, entwickelt sie den Wunsch, die Dinge zu behalten, die sie begeistern. Durch das Sammeln von Artikeln gibt sie der Website Daten über ihre Vorlieben. Bald wird sie folgen, pinnen, erneut pinnen und andere Investitionen tätigen, die dazu dienen, ihre Bindung an die Website zu stärken und sie für zukünftige Loops durch den Hook vorzubereiten.

Quelle:

<https://www.nirandfar.com/want-to-hook-your-users-drive-them-crazy/>  
<https://www.nirandfar.com/how-to-manufacture-desire/>

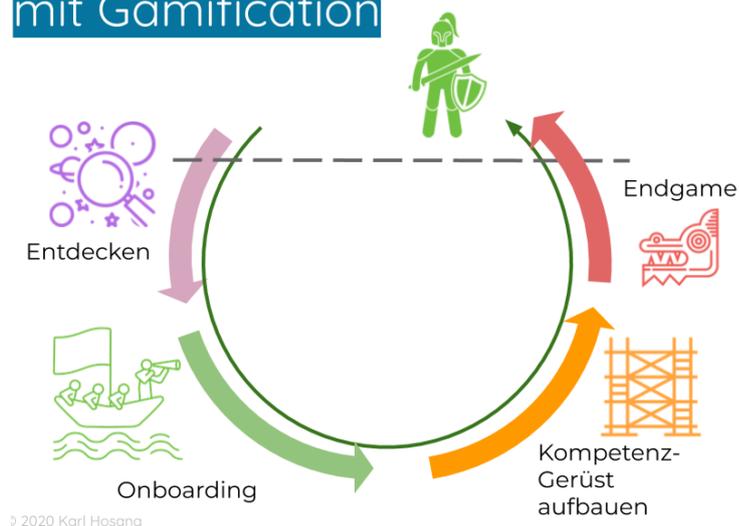
# Modul 2

## Spielerisches Lernen

Wie kann der Workshop gamifiziert werden?

In Anlehnung an Gamification Workshop-Inhalte zur Wissensvermittlung interessant machen.

### Erfahrungsbasierte Lernprozesse mit Gamification



### Ziel:

Welche Info soll am Ende bei der Zielgruppe „hängenbleiben“?  
Begriffsdefinition / Kategorien & Angebote zum Teilen

- Informationen auf spielerische Weise vermitteln
- Kreativität freisetzen, motivieren
- ein positives Gefühl zurücklassen
- direkte Interaktivität und sofortiges Feedback durch TN und Workshop-Leitenden



## Beispiel Lern- Puzzle zu den Regionen Italiens Agentur Mattheis

Beschreibung: Kennen Sie alle Regionen Italiens? Hier zeigen wir das erste Level des Lernpuzzles. In der dazugehörigen (preisgekrönten) App „Ambiente Mediterran“ mit einem Special über Italien lernen Sie zunächst alle Regionen kennen, indem Sie entweder auf die Namen in einer Liste tippen und die dazugehörige Region auf der Karte sehen oder umgekehrt. Sie tippen auf eine Region und erfahren den entsprechenden Namen in der Liste, wahlweise auf Deutsch oder auf Italienisch.

Hier nun könnten Sie im ersten Level Ihre Kenntnisse überprüfen. Schieben oder ziehen Sie die Puzzleteile auf die rechts umrissenen Regionen. Der Name wird Ihnen als Bestätigung angezeigt. Im zweiten Level (nur in der App) sehen Sie rechts nur noch die Umriss von Italien, im dritten Level ist die Karte rechts ganz leer. Aber dann haben Sie ja schon gut geübt!

**3**

**Workshop**

**„Null“**

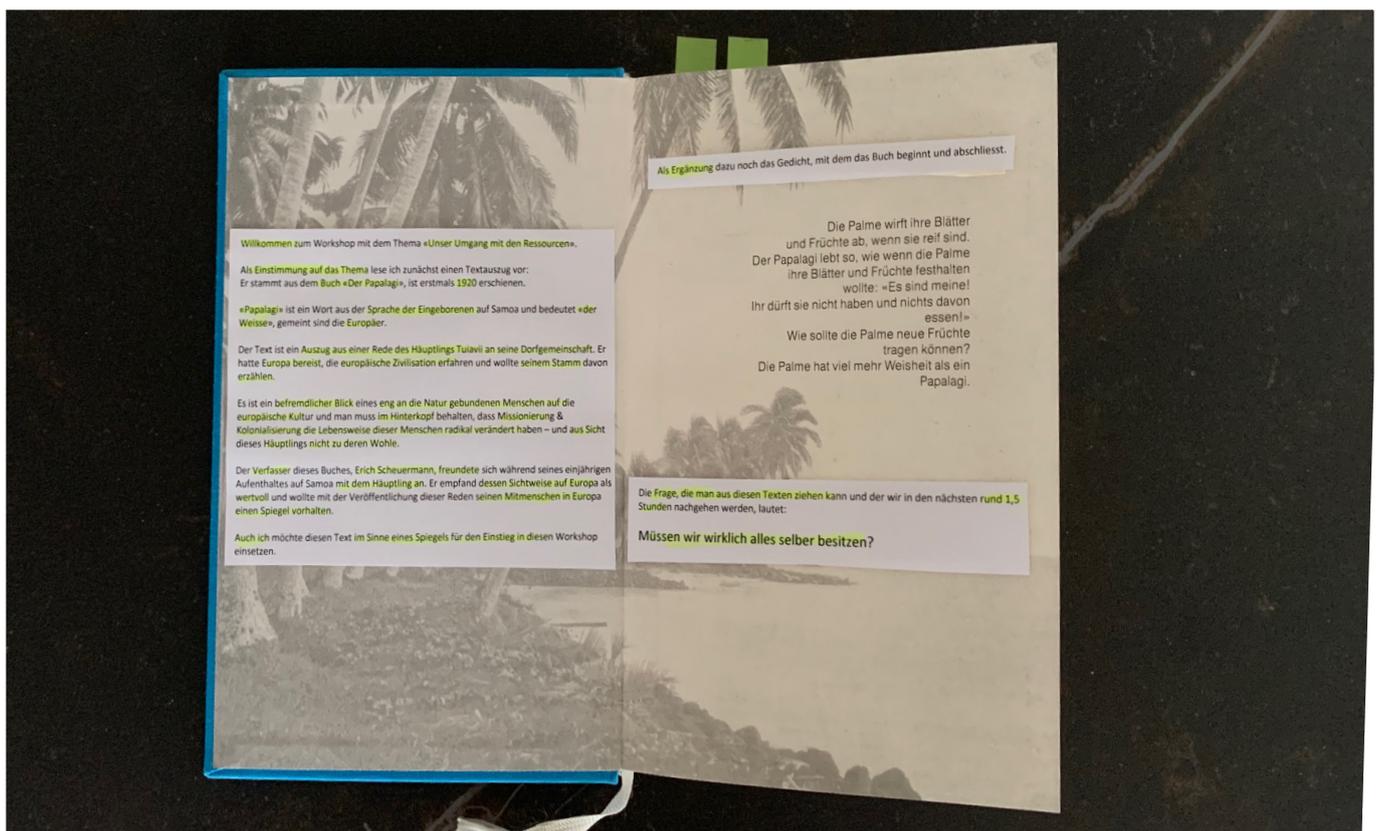
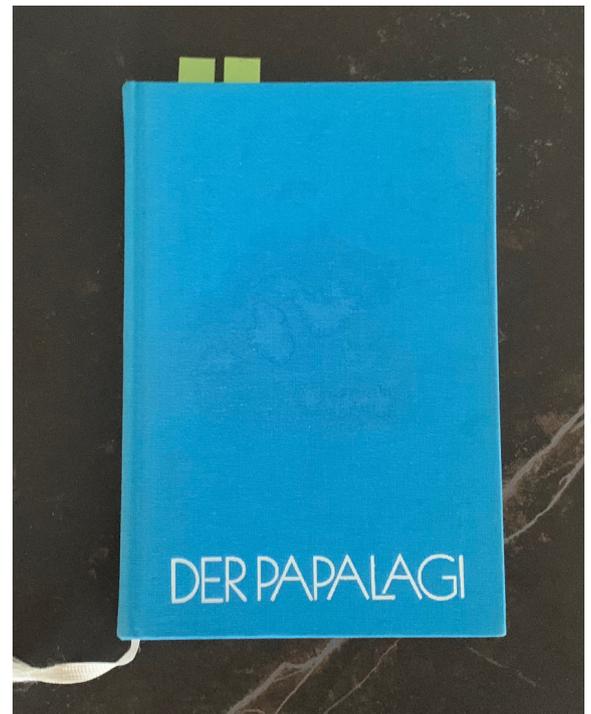
**3.1 Utensilien**

**3.2 Impressionen**

**3.3 Feedbacks**

# Utensilien Workshop „Null“

Einleitung: Textauszug zum Vorlesen, um auf das Thema einzustimmen



ten an und bringen dich ins Fale pui<sup>1</sup>, und du bist ge-  
ächtet für dein ganzes Leben.  
Damit nun nicht einer nach des andern Dinge greift, die er  
als die seinen erklärt hat, wird dieses, was einem gehört  
und nicht gehört, genau festgelegt durch besondere Ge-  
setze. Und es gibt in Europa Menschen, die nichts tun als  
darauf achten, dass niemand diese Gesetze übertritt,  
dass dem Papalagi nichts von dem genommen wird, was  
er sich selbst genommen hat. Der Papalagi will sich durch  
dies den Anschein geben, er habe wirklich ein Recht er-  
wirkt, als habe Gott ihm sein Besitzum wirklich für alle  
Zeiten abgetreten. Als gehöre ihm nur wirklich die Palme,  
der Baum, die Blume, das Meer, der Himmel und seine  
Wolken darüber.

Der Papalagi muss solche Gesetze machen und solche  
Hüter für sein vieles Mein haben, damit diejenigen, welche  
nur wenig oder gar kein Mein haben, ihm nichts von sei-  
nem Mein nehmen. Denn wo viele viel an sich nehmen,  
gibt es viele, die nichts in Händen haben. Nicht jeder  
weiss die Schliche und geheimen Zeichen, zu vielem Mein  
zu kommen, und es gehört eine besondere Art Tapferkeit  
dazu, die sich nicht immer mit dem, was wir Ehre nennen,  
verträgt. Und es mag wohl sein, dass diejenigen, welche  
wenig in Händen haben, weil sie Gott nicht kränken und  
ihm nichts nehmen mögen, die allerbesten der Papalagi  
sind. Doch es gibt deren sicherlich nicht viele.  
Die meisten berauben Gott ohne Scham. Sie kennen es  
nicht anders. Sie wissen oft gar nicht, dass sie etwas  
Schlechtes tun; eben weil alle so tun und sich nichts dabei  
denken und keine Scham empfinden. Mancher bekommt  
auch sein vieles Mein aus den Händen seines Vaters, zu  
der Zeit, als er geboren wurde. – Jedenfalls hat Gott fast  
nichts mehr, die Menschen haben ihm fast alles genom-  
men und zu ihrem Mein und Dein gemacht. Er kann seine

<sup>1</sup> Gefängnis

Sonne, die für alle bestimmt ist, nicht mehr allen gleich ge-  
ben, weil einzelne mehr beanspruchen als die anderen.  
Auf den schönen, grossen Sonnenplätzen sitzen oft nur  
wenige, während die Vielen im Schatten kümmerliche  
Strahlen fangen. Gott kann keine rechte Freude mehr ha-  
ben, weil er nicht mehr der höchste Allii<sup>1</sup> in seinem  
grossen Haus ist. Der Papalagi verleugnet ihn dadurch,  
dass er dies sagt: alles ist mein. Doch so weit denkt er  
nicht, wengleich er auch noch so viel denkt. Im Gegen-  
teil, er erklärt sein Tun für ehrlich und rechtlich. Es ist aber  
unehrlich und unrechtlich vor Gott.

Würde er richtig denken, so müsste er auch wissen, dass  
Uns nichts gehört, was wir nicht festhalten können. Dass  
wir im Grunde nichts festhalten können. Dann würde er  
auch einsehen, dass Gott sein grosses Haus gab, damit  
alle darin Platz und Freude haben. Und es wäre wohl auch  
gross genug und hätte wohl für jeden ein Sonnenfleck-  
chen und eine kleine Freude, und für jeden Menschen  
wäre wohl ein kleiner Palmenstand da und ganz sicherlich  
ein Plätzchen für seine Füsse, darauf zu stehen. Wie Gott  
es will und bestimmt hat. Wie könnte Gott auch nur eines  
seiner Kinder vergessen haben! Und doch suchen so viele  
nach dem kleinen Örtchen, das Gott für sie freigelassen  
hat.

Weil der Papalagi das Gebot Gottes nicht hört und sich  
seine eigenen Gesetze macht, schickt ihm Gott viele  
Feinde seines Eigentums. Er schickt ihm die Nässe und  
Hitze, sein Mein zu zerstören, das Altwerden und das Zer-  
bröckeln und Faulen. Er gibt auch dem Feuer Macht über  
seine Schätze und dem Sturm. Vor allem aber legt er in die  
Seele des Papalagi die Furcht. Das Angsthaben um das,  
was er sich genommen hat. Des Papalagi Schlaf ist nie  
ganz tief, denn er muss wach sein, damit ihm zur Nacht  
nicht fortgetragen wird, was er selber am Tage zusam-

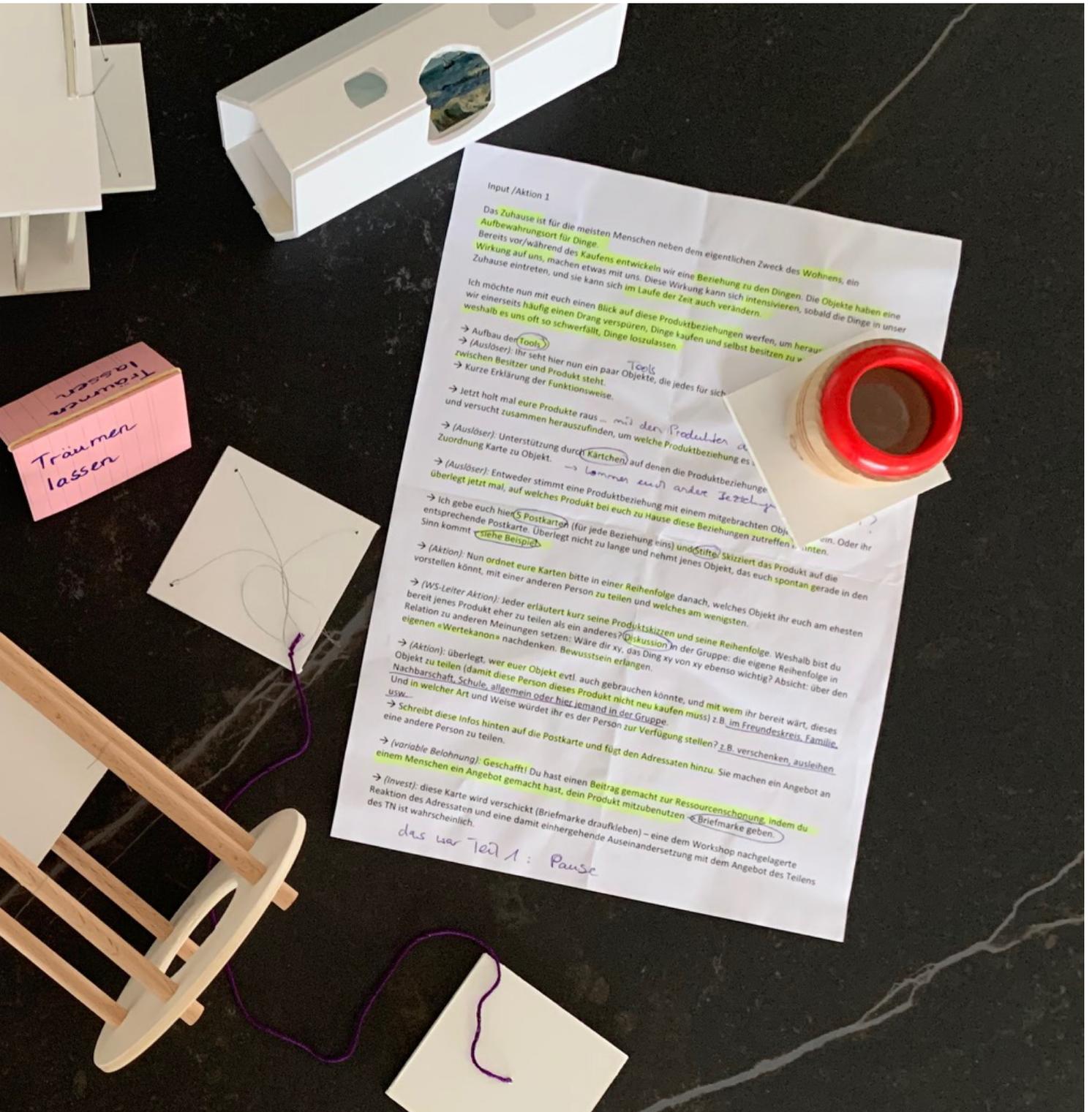
<sup>1</sup> Herrscher

# Utensilien Workshop „Null“

Modul 1: Tools zum Herausfinden, weshalb wir Dinge gerne besitzen / ungerne loslassen



# ... und Postkarten, zur Identifizierung von Gegenständen, die man bereit ist zu teilen



## Input /Aktion 1

Das Zuhause ist für die meisten Menschen neben dem eigentlichen Zweck des Wohnens, ein Aufbewahrungsort für Dinge. Bereits vor/während des Kaufens entwickeln wir eine Beziehung zu den Dingen. Die Objekte haben eine Wirkung auf uns, machen etwas mit uns. Diese Wirkung kann sich intensivieren, sobald die Dinge in unser Zuhause eintreten, und sie kann sich im Laufe der Zeit auch verändern.

Ich möchte nun mit euch einen Blick auf diese Produktbeziehungen werfen, um herauszufinden, wie wir einerseits häufig einen Drang verspüren, Dinge kaufen und selbst besitzen zu wollen, andererseits es uns oft so schwerfällt, Dinge loszulassen.

- Aufbau der **Tools**
- (Auslöser): Ihr seht hier nun ein paar Objekte, die jedes für sich eine Funktion haben. Kurze Erklärung der Funktionsweise.

→ Jetzt holt mal eure Produkte raus ... mit den Produkten der Teilnehmer und versucht zusammen herauszufinden, um welche Produktbeziehung es sich handelt.

- (Auslöser): Unterstützung durch **Kärtchen**, auf denen die Produktbeziehung zwischen Besitzer und Produkt steht
- (Auslöser): Entweder stimmt eine Produktbeziehung mit einem mitgebrachten Objekt überein. Oder ihr überlegt jetzt mal, auf welches Produkt bei euch zu Hause diese Beziehungen zutreffen könnten.

→ Ich gebe euch hier **5 Postkarten** (für jede Beziehung eins) und **Stifte**. Skizziert das Produkt auf die entsprechende Postkarte. Überlegt nicht zu lange und nehmt jenes Objekt, das euch spontan gerade in den Sinn kommt **siehe Beispiel**.

→ (Aktion): Nun ordnet eure Karten bitte in einer Reihenfolge danach, welches Objekt ihr euch am ehesten vorstellen könnt, mit einer anderen Person zu teilen und welches am wenigsten.

→ (WS-Leiter Aktion): Jeder erläutert kurz seine Produktskizzen und seine Reihenfolge. Weshalb bist du bereit jenes Produkt eher zu teilen als ein anderes? **Diskussion** in der Gruppe: die eigene Reihenfolge in Relation zu anderen Meinungen setzen: Wäre dir xy, das Ding xy von xy ebenso wichtig? Absicht: über den eigenen **«Wertekanon»** nachdenken. Bewusstsein erlangen.

→ (Aktion): überlegt, wer euer Objekt evtl. auch gebrauchen könnte, und mit wem ihr bereit wärt, dieses Objekt zu teilen (damit diese Person dieses Produkt nicht neu kaufen muss) z.B. im Freundeskreis, Familie, Nachbarschaft, Schule, allgemein oder hier jemand in der Gruppe. Und in welcher Art und Weise würdet ihr es der Person zur Verfügung stellen? z.B. verschenken, ausleihen, usw...

→ Schreibt diese Infos hinten auf die Postkarte und fügt den Adressaten hinzu. Sie machen ein Angebot an eine andere Person zu teilen.

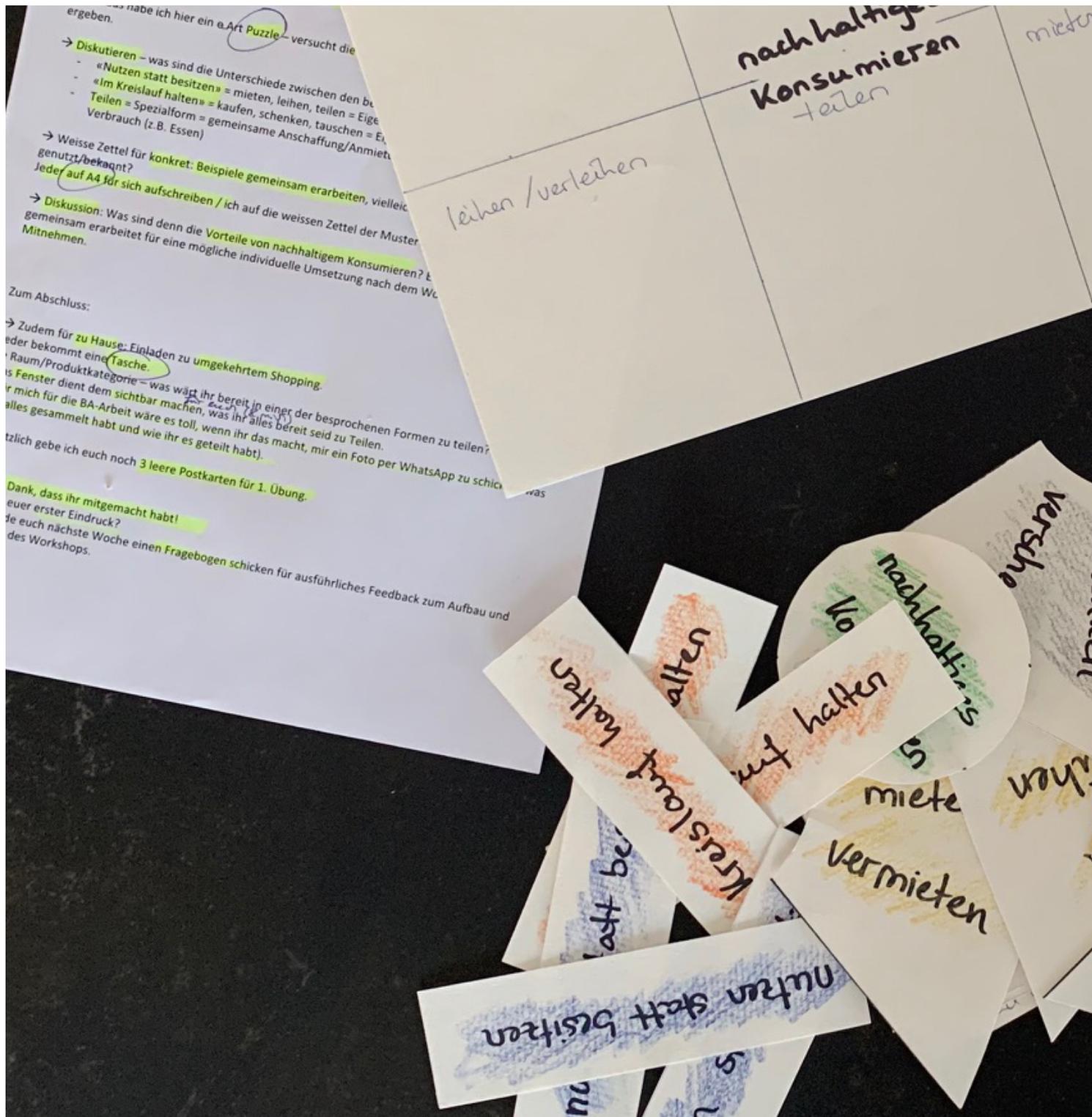
→ (variable Belohnung): **Geschafft!** Du hast einen Beitrag gemacht zur Ressourcenschonung, indem du einem Menschen ein Angebot gemacht hast, dein Produkt mitzubenutzen <- Briefmarke geben.

→ (Invest): diese Karte wird verschickt (Briefmarke draufkleben) - eine dem Workshop nachgelagerte Reaktion des Adressaten und eine damit einhergehende Auseinandersetzung mit dem Angebot des Teilens des TN ist wahrscheinlich.

das war Teil 1: Pause

# Utensilien Workshop „Null“

## Modul 2: Legespiel als Hilfsmittel für ein spielerisches Sammeln von Möglichkeiten zum Teilen



nachhaltige Konsumieren  
teilen

leihen / verleihen

nutzen statt besitzen  
Kreislauf halten

nachhaltiges Konsumieren  
verleihen  
vermieten

nutzen statt besitzen

• u.bege.ch (Kaufvertrieb)  
• corvelo.go.ch  
• Hostal (Hauptstadtform)  
• hokre.ch (Gemeinschaft)  
• Starely.ch  
(ver) mieten

Nutzen

(ver) mieten

• foodsave (in neugarten.ch)  
• Tisleren.de (dij)  
• foodwast.ch  
teilen

statt

teilen

• pumpidump  
• nexisive.ch /  
• theabike.ch  
besitzen

besitzen

(ver) leihen

kaufen

tauschen

kaufen

nachhaltiges Konsumieren

tauschen

Kreislauf

(ver) schenken

halten

(ver) stärken

• revendo  
• offcut (Marken)  
• baucki (elektronik)  
• rewinn.ch  
• wiederverwille.ch (Recyclingbörse)  
• veloback  
• asbar

-tauschen  
• offene Bürosbränke  
• Hol- & Brottage  
• exsila.ch Tauschbörse

• Versienkreise Facebook  
• Tutti .schweizer Tafel  
• Brille spenden visib.ch  
• Velospende Afrika velafrika.ch  
• restessbar.ch  
• Canjas  
• Brochis

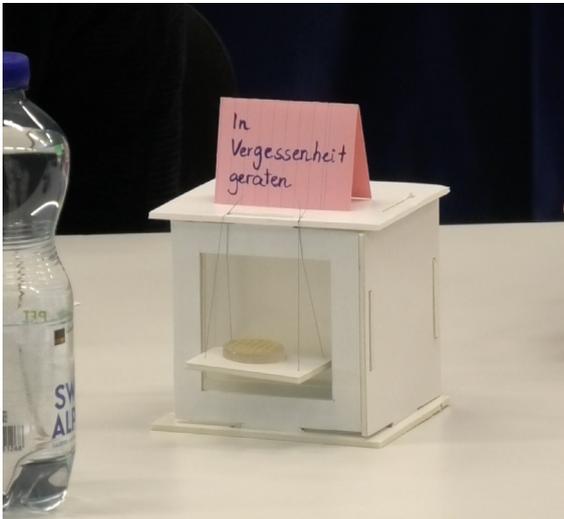
schenken  
teile

kaufen  
kaufen

# Impressionen aus Workshop

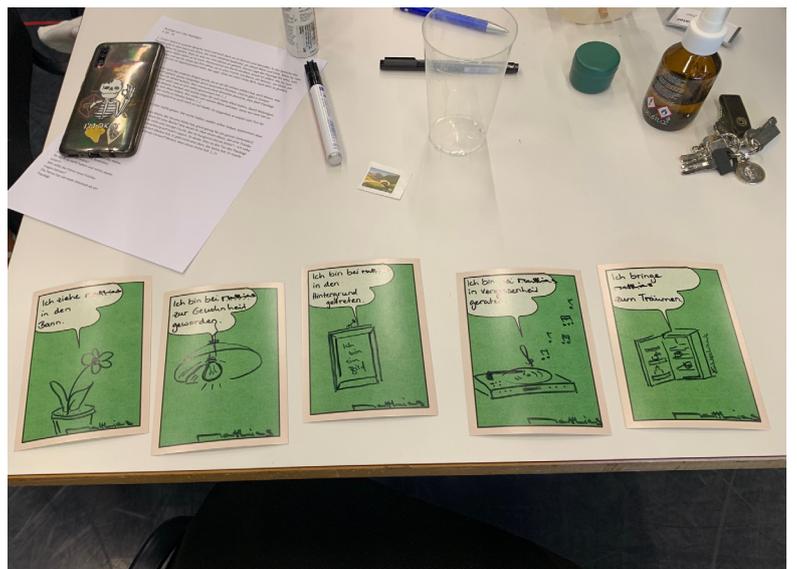
## Modul 1: Teil 1

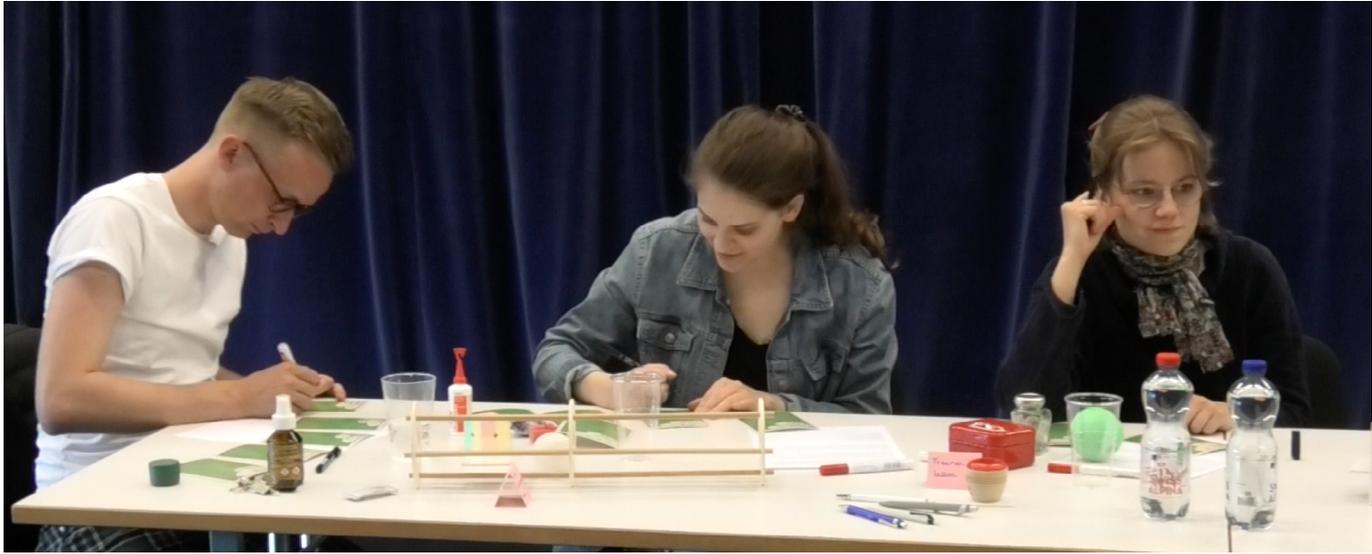
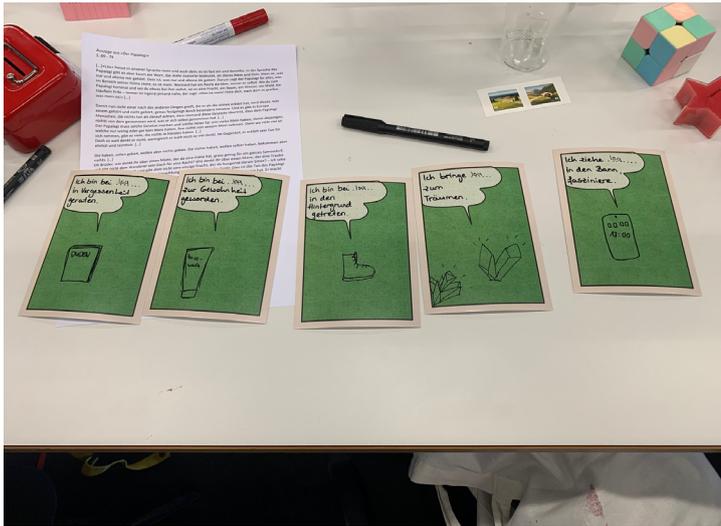




# Impressionen aus Workshop

## Modul 1: Teil 2









# Feedbacks

## Teilnehmer\*innen

**Frage: „Der Workshop ist nun schon ein paar Tage her. Was ist dir in Erinnerung geblieben?“**

«Das Bewusstsein was mir wirklich wichtig ist für mich und was ich mir gut vorstellen kann zu teilen. Was kann ich wo ver-mieten, ver-kaufen, teilen, ver-schenken.» Matthias

«Die Diskussion über verschieden Sharing Plattformen, Arten des Teilens, was es alles gibt (Austausch).» Nora

«Mir sind die verschiedenen Tools, die Aufgabe mit den Postkarten sowie der durchsichtige Sack am Ende des Workshops in Erinnerung geblieben. Zu denken ist auch an das Brainstorming betreffend den verschiedenen Angebots-Plattformen.» Davide

«Das Thema von Besitz. Es hat mich sehr getroffen, wie stark ich doch davon beeinflusst bin und wie anders mein Leben ohne diese Ausrichtung auf Besitz wäre.» Anne-Catherine

## **Frage: „Hat sich seit dem Workshop (eine Woche später) etwas bei dir verändert?“**

«Bis jetzt nicht. Hatte jedoch auch nicht wirklich Zeit zuhause verbracht. Jedoch habe ich mich beim letzten Einkauf erwisch mit dem Gedanken «brauche ich das wirklich»?» Matthias

«Ich war vorher schon sehr sensibilisiert auf das Thema. Deshalb hat sich bei mir eher wenig verändert.»  
Nora

«Ich habe die Schuhe nun online zum Verkauf gestellt :D» Davide

«Ich habe mir Gedanken über das Teilen mit Nachbarn gemacht und werde den Migrossack sicher mal brauchen. Auch hab ich angefangen, mich in Produktbeziehungen etwas zu beobachten.»  
Anne-Catherine

## **Frage: „Hat der Workshop Relevanz?“**

«Ja, er ist wichtig, weil er einem ins Bewusstsein ruft, was man für sich braucht und was/wie mit mehreren geteilt werden kann.» Matthias

«Ja, er ist wichtig, weil er die Teilnehmer auf «spielerische», unbewusste Art und Weise dazu bringt, mit dem eigenen Konsumverhalten auseinanderzusetzen. (...) Der Workshop schafft einen Raum, wo man sich zunächst vor Augen führt, welchen Stellenwert welche Dinge und Produkte im eigenen Leben haben und sich dann mit der Frage auseinandersetzen muss, ob und inwiefern man bereit ist, auf diese Dinge zu verzichten bzw. im Sinne der Nachhaltigkeit «aufzuopfern» (weiterzugeben, verschenken, ausleihen, vermieten etc.)»  
Davide

«Ja, er ist wichtig, weil wir uns der Problematik im besten Fall bewusst sind, aber oft nicht informiert sind, wie wir sie ändern können.» Anne-Catherine

**4**

**Entwicklung**

4.1 Einleitung

4.2 Tools

4.3 Legespiel

# Einleitung

## Wie könnte eine zeitgenössische Übersetzung des Textes aussehen?

Der Workshop zeigte, dass ich mit den Inhalten und der gewählten Herangehensweise auf dem richtigen Weg bin. Nun galt es, die einzelnen Elemente auszuarbeiten, zu verbessern und eine einheitliche Designsprache zu finden.

Der Textauszug für die Einleitung wurde als anspruchsvolle, stimmige Einführung empfunden. Klar war, dass in einem eigens kreierten Workshop-Kit auch ein zum Vorlesen vorgesehener Textauszug eine gestalterische Form erfahren sollte.

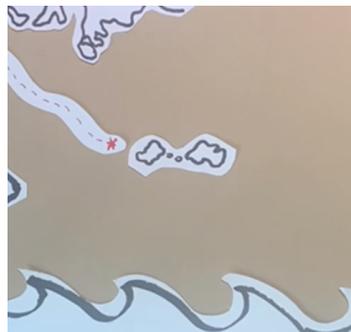
Die zeitgenössische Übersetzung der Textpassagen in einem Stop-Motion-Video ermöglicht dem/der Workshop-Leiter\*in, den Start in den Workshop zielgruppenspezifisch anzupassen.



Version 1

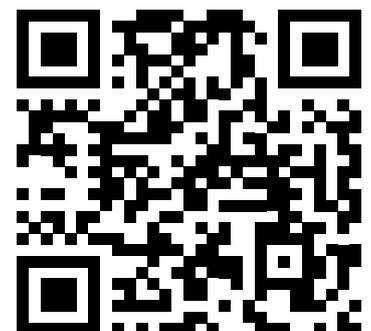


Version 2



Version 3

Die final gezeichnete Version 4 ist mit diesem QR-Code vom Workshop-Leitenden und den Teilnehmenden auf Youtube abrufbar.



Version 4

# Tools

Welche Theorie kann ich zugrunde legen?  
Welche Anpassungen hinsichtlich Ähnlichkeiten, Ablenkungen und Unklarheiten?

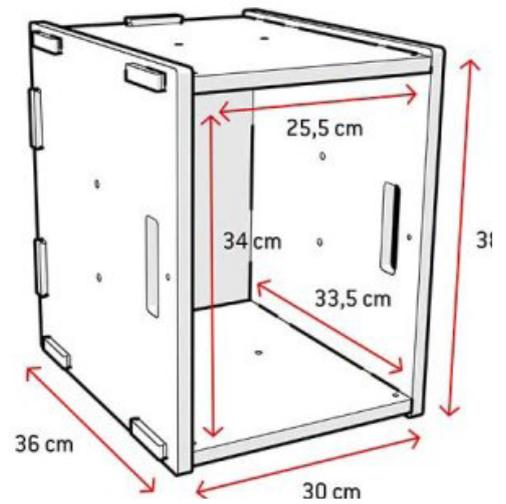
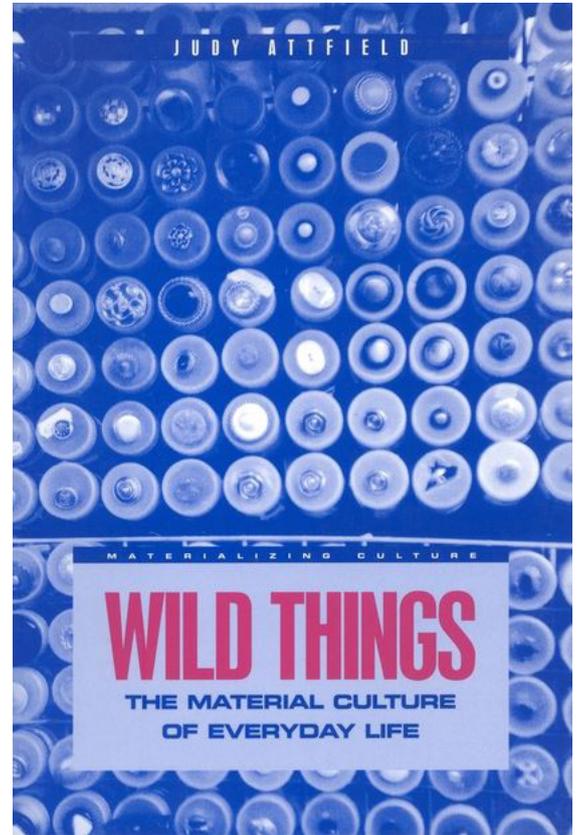
Die Tools waren überraschende Elemente, die aufgrund ihrer fiktiven Erscheinungsformen nicht nur die Gedanken der Teilnehmer\*innen angeregten, sondern auch zu interessanten Diskussionen führten.

Zwei Tools waren sich hinsichtlich ihrer Aussage zu ähnlich (-> Zusammenführung).

In zwei Fällen hat die provisorische Bauweise dazu geführt, dass die beabsichtigte Funktion nicht ausgeführt werden konnte resp. zu falschen Interpretationen führte (-> Handling optimieren).

Bei zwei Varianten waren die Bezeichnungen der Beziehungen verwirrend, was zu anderweitigen Interpretationen führte (-> Begrifflichkeiten schärfen).

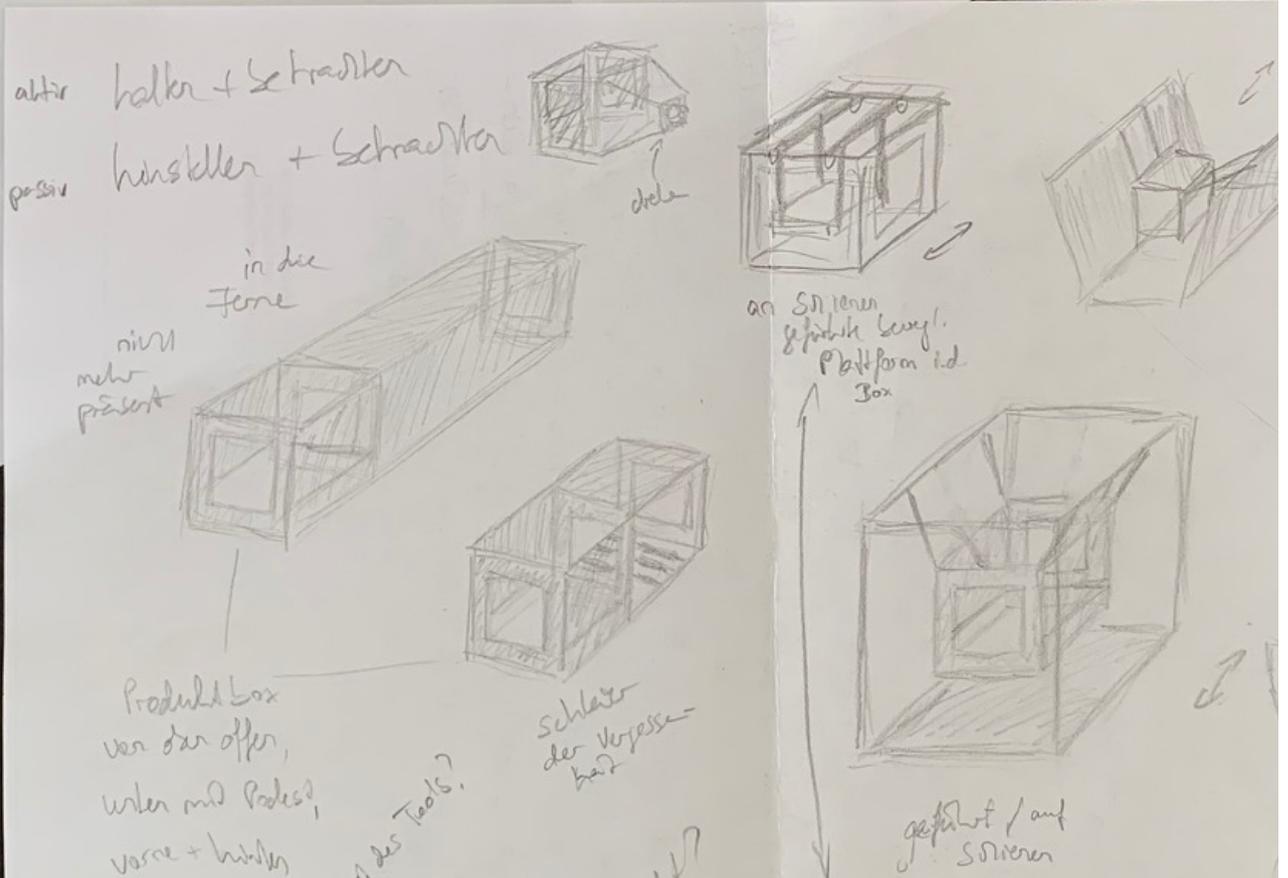
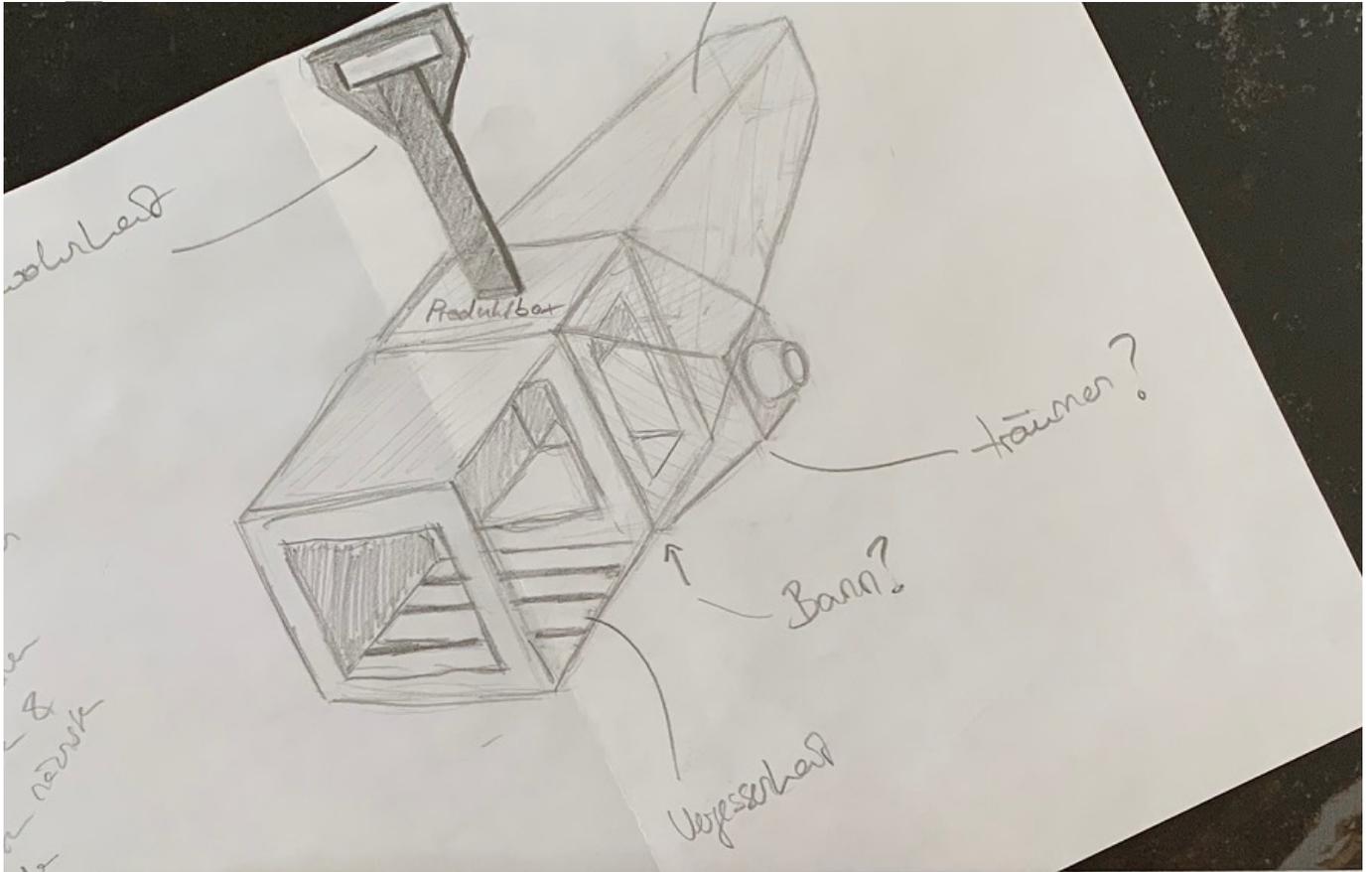
Zur Optimierung habe ich auf die Theorien der materiellen Kultur zurückgegriffen und Überlegungen hinsichtlich einer einheitlichen Designsprache gemacht (Anforderung: zerlegbar).



Quellen:  
<https://www.werkhaus.de>  
<https://www.victorinox.ch>

# Tools

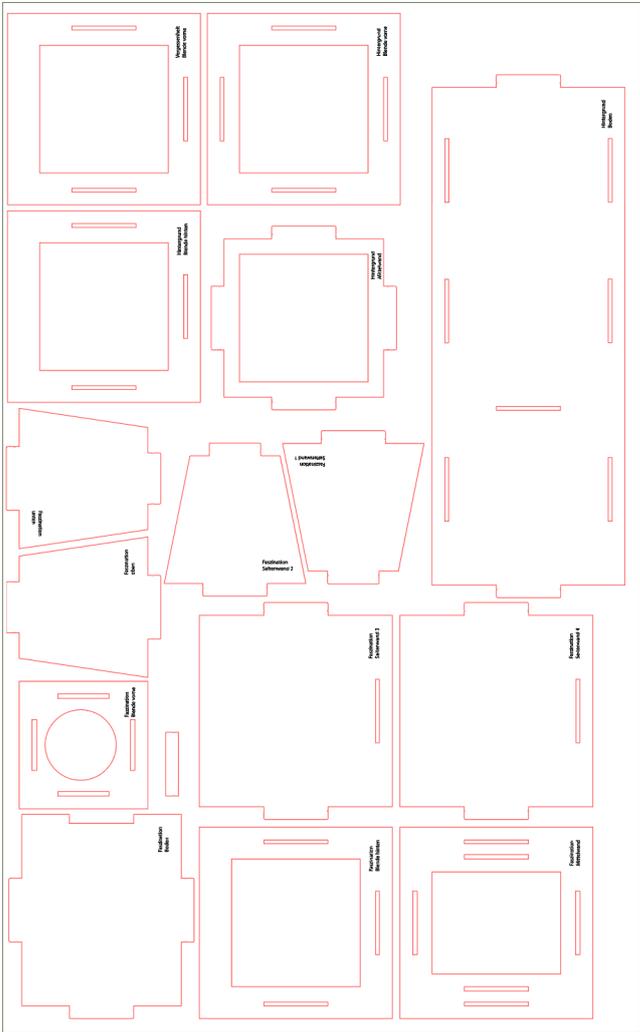
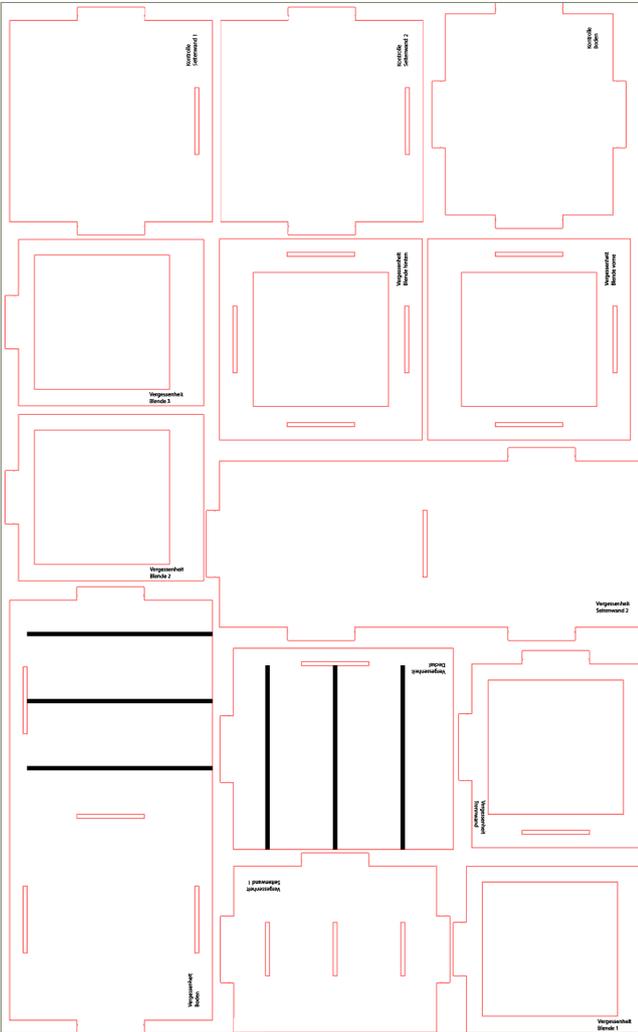
## Sketching

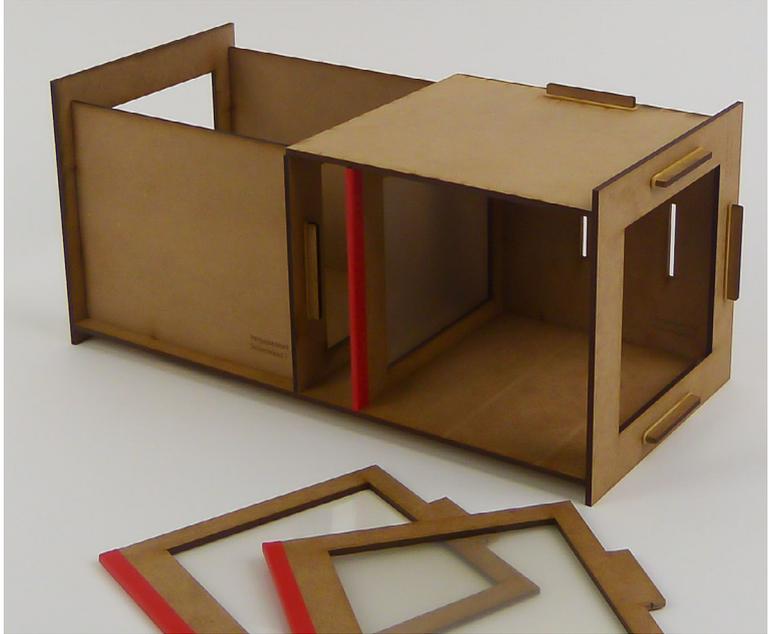




# Tools

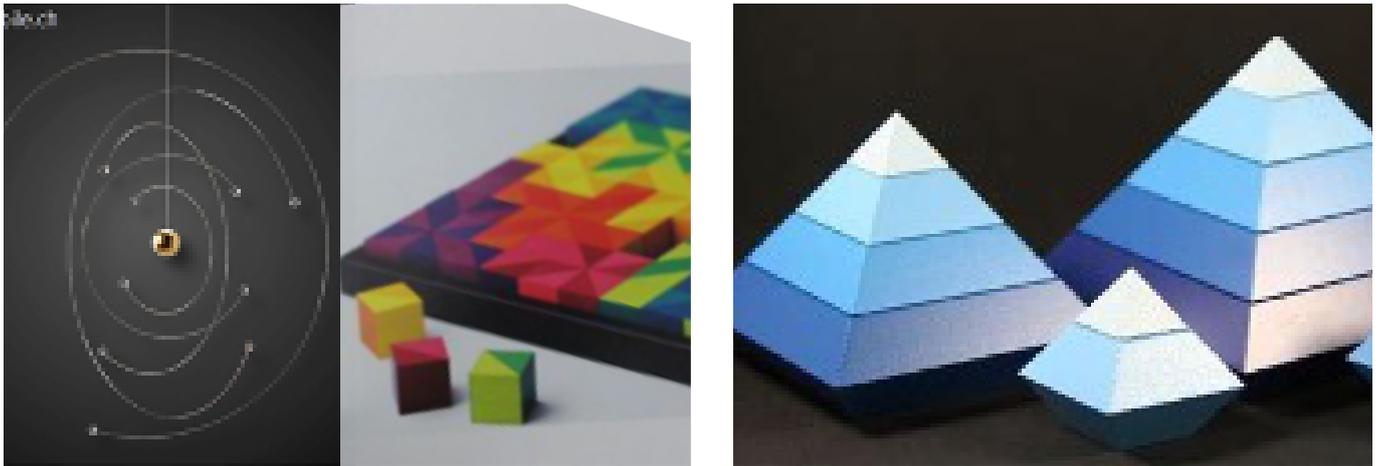
## Vom Kartonmodell zum ersten Prototyp





# Legespiel

Wie kann diesem Element eine dreidimensionale Gestalt gegeben werden?



Der Verlauf des zweiten Modells ähnelte dem Vorgehen eines klassischen Workshops, damit sich die Teilnehmer\*innen besser auf die zu erarbeitenden Inhalte konzentrieren konnten.

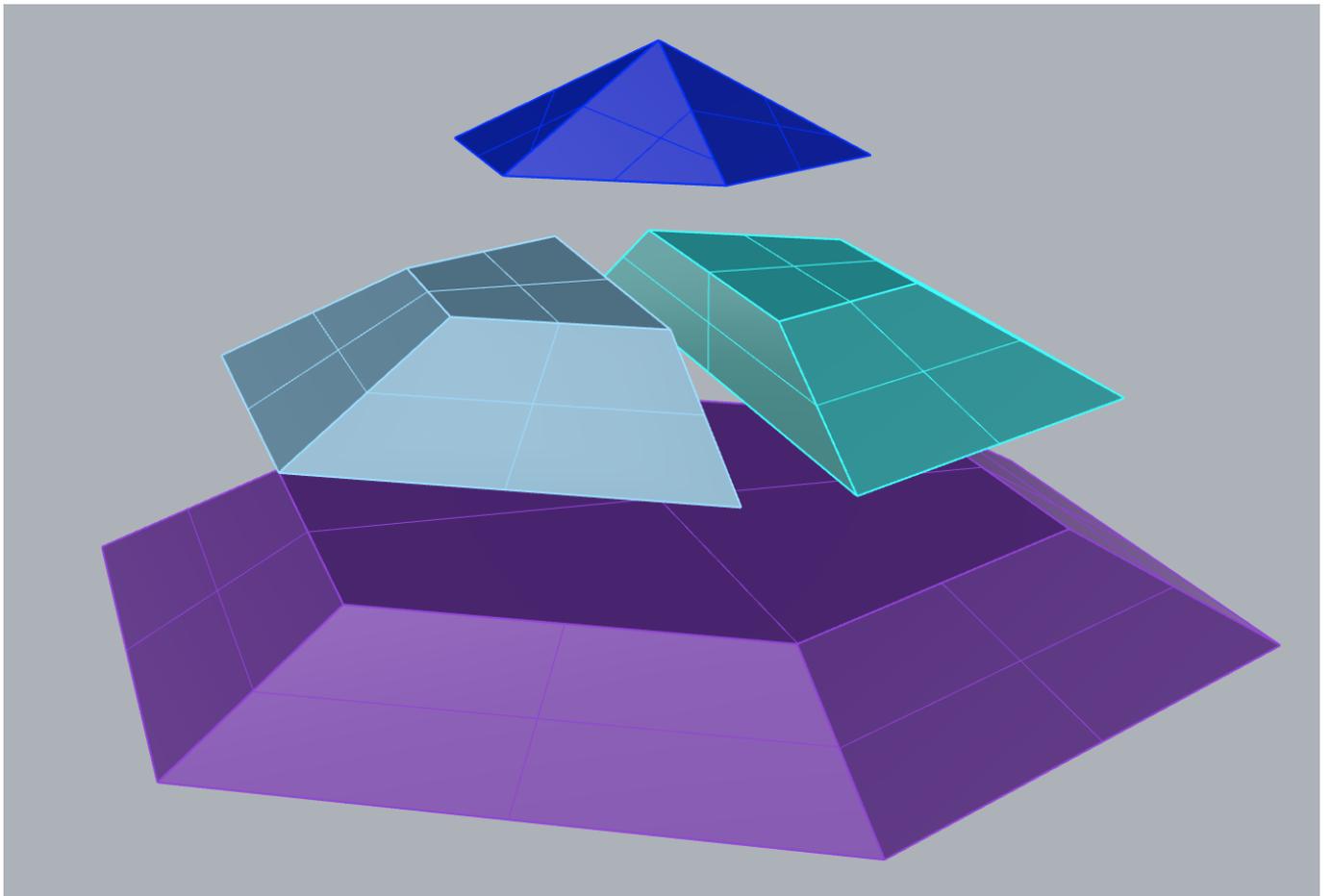
Dennoch sollte das Modul ohne Flipchart und dergleichen auskommen.

Als Legespiel wird die Aneignung und Festigung von Wissen spielerisch unterstützt und Diskussionen angeregt. Die Übersetzung der zu vermittelnden Inhalte in eine materialisierte und erfahrbare, dreidimensionale Form, fördert eine strukturierte Arbeitsweise und fügt sie stimmig und ästhetisch zu einem Ganzen zusammen.

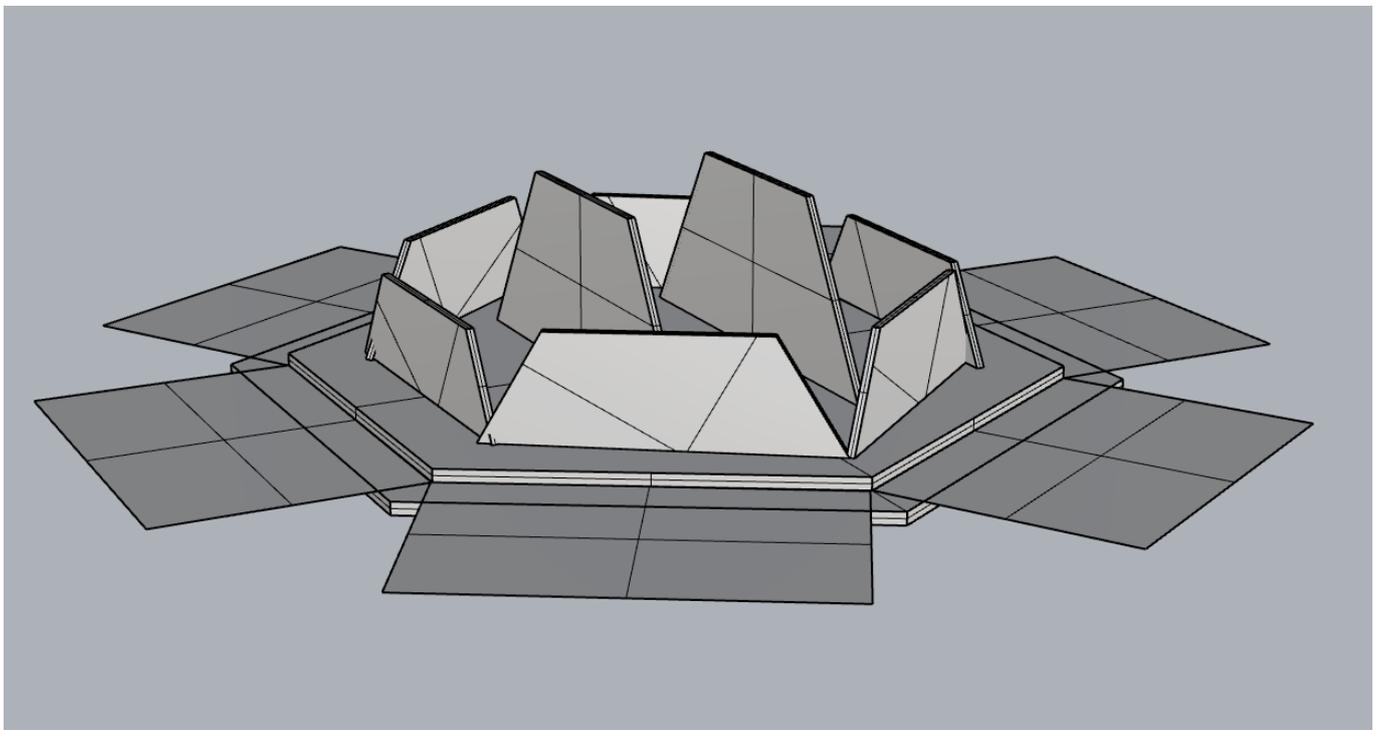
Die verschiedenen Teilmöglichkeiten werden in einem Set von Steckkarten genannt:

Level 1: Tafeln bereits beschriftet, müssen nur noch zugeordnet werden.

Level 2: Tafeln werden gemeinsam beschriftet, Inhalte werden gemeinsam erarbeitet



Version 1



Version 2

**5**

**Ergebnis**

5.1 Tools Modul 1

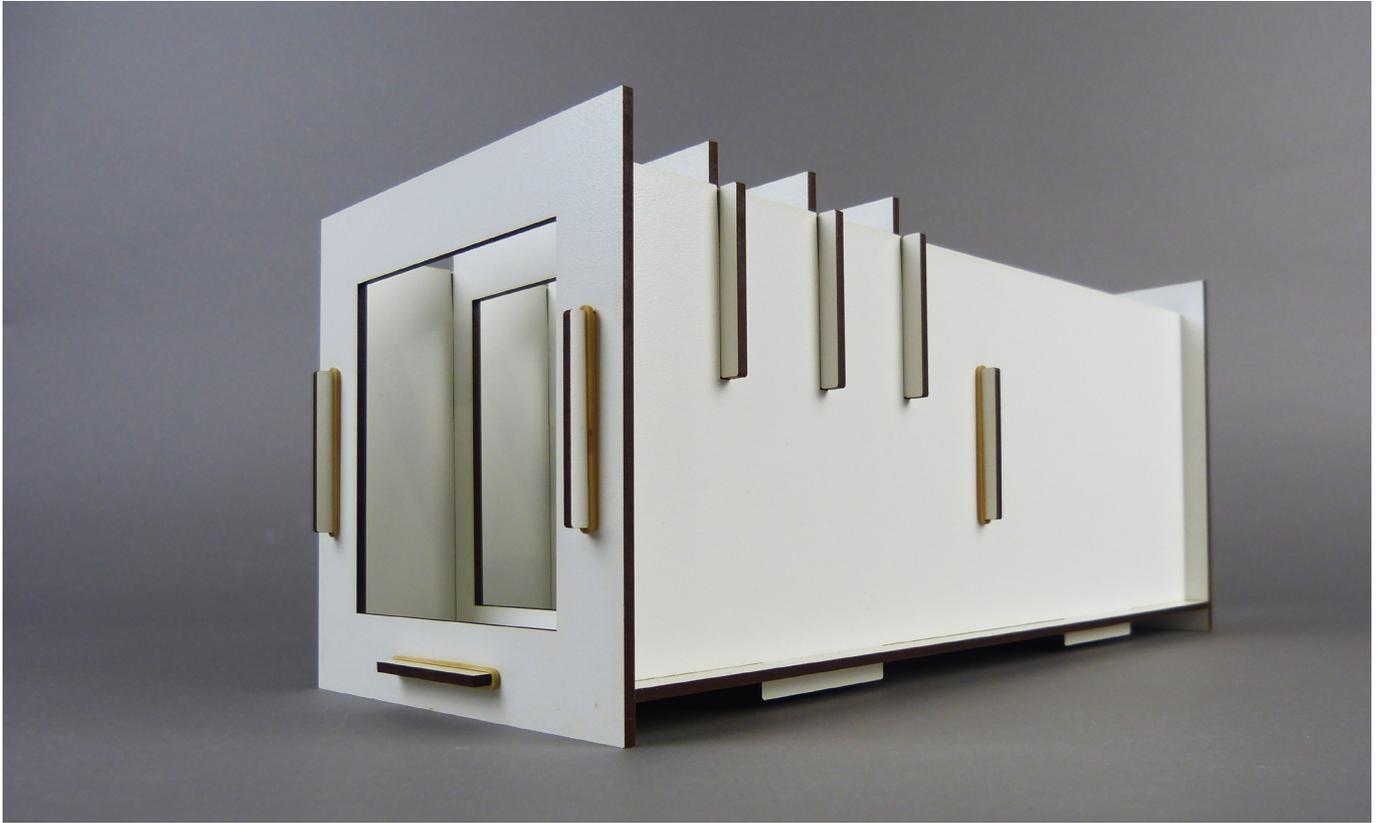
5.2 Explosionszeichnungen

5.3 Postkarten Modul 1

Legespiel Modul 2

5.4 Workshop-Koffer

# Tools Modul 1



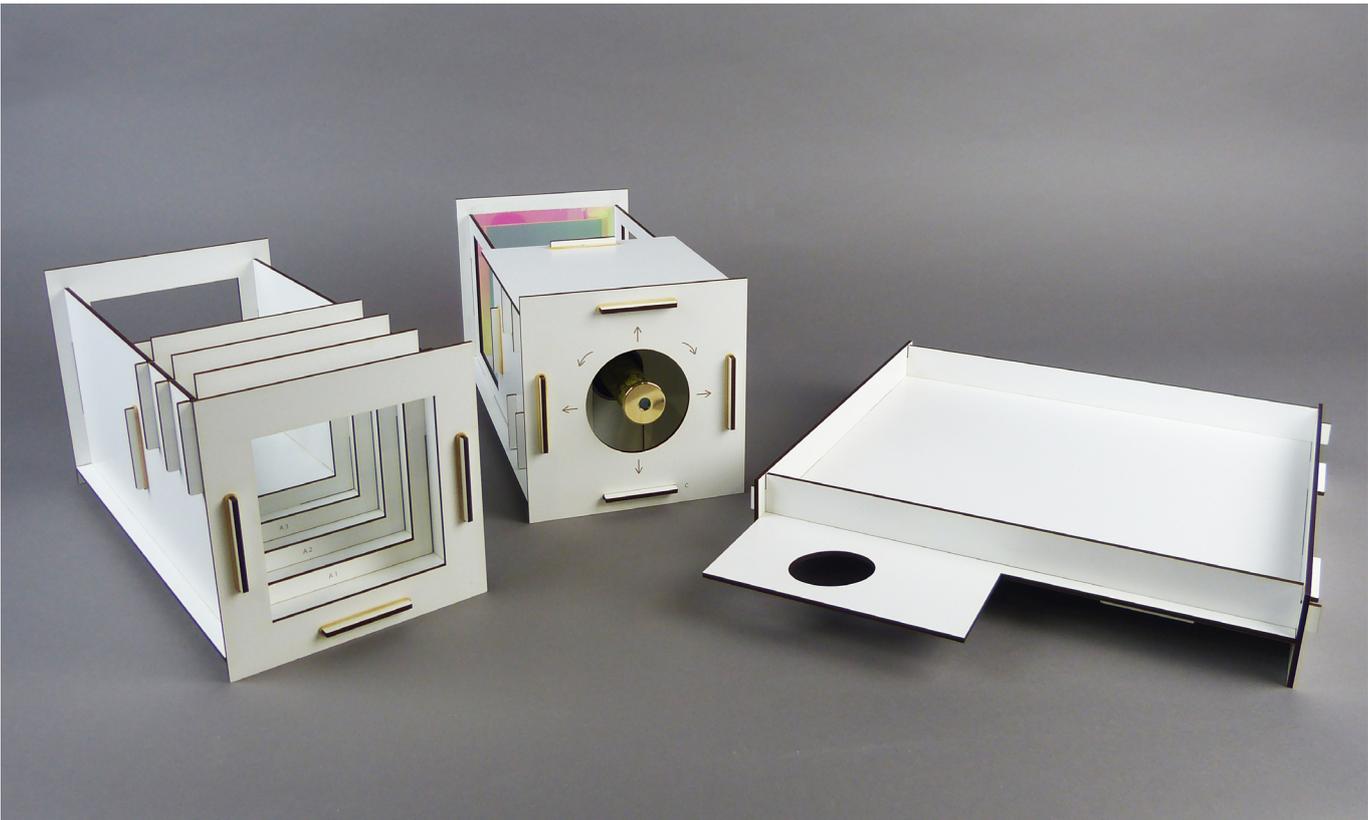
*Tool A: Vergessenheit*



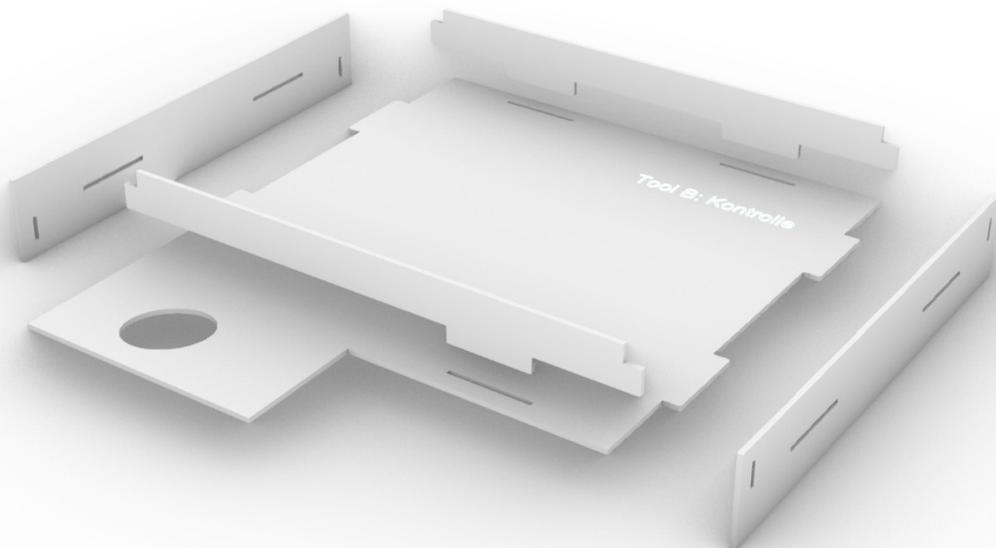
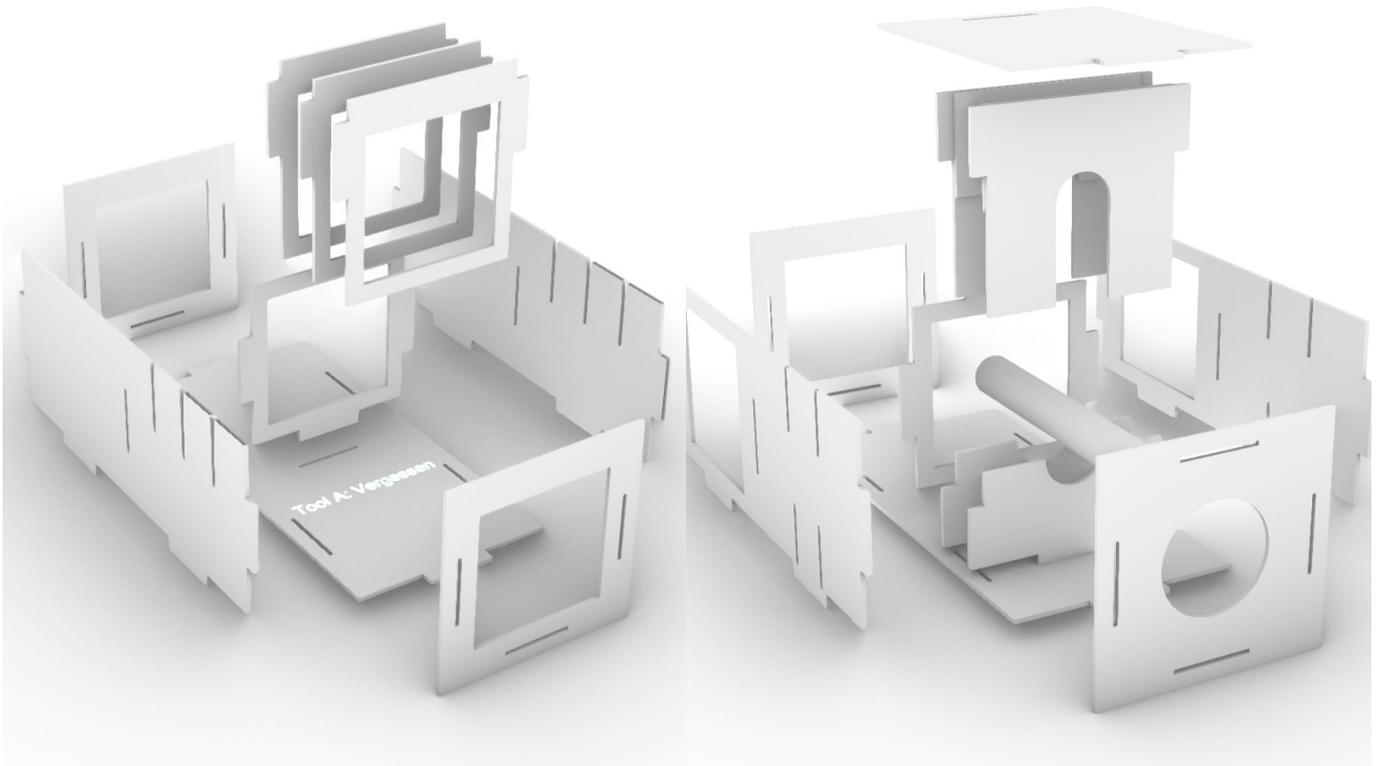
*Tool B: Kontrolle*



Tool C: Faszination



# Explosionszeichnungen Tools



# Postkarten / Legespiel Modul 2

<p>Ich bin bei _____ in Vergessenheit geraten.</p>	
<p>Ich fasziniere / beeindrucke _____.</p>	<p>Ich helfe _____ Kontrolle über Dinge/ Situationen zu haben.</p>



# Workshop-Koffer



