



Design the Future – Mensch & Computer Konferenz, Workshop German UPA

The Better the Design, the More Invisible It becomes. The design itself is still invisible, but the experience comes to the surface.

Mariya Pavlenko

User Experience, Tools And
Technologies (UX TNT)
Dietmar-Hopp Allee 16, 69190 Walldorf
mariya.pavlenko@sap.com

Martine Clémot

User Experience,
SAP Web Applications & Mobile
Dietmar-Hopp Allee 16, 69190 Walldorf
martine.clemot@sap.com

In allen Lebensbereichen ist es entscheidend, ein angst- und konfliktfreies Umfeld zu schaffen, um Intuition und Kreativität Raum zu geben. Ein von Ängsten und Konflikten bedrohter Mensch wird versuchen den sichersten Weg zu gehen. Intuition und Kreativität haben hierbei wenig Spielraum. Wirklich Neues oder Besseres kann aus diesem unfruchtbaren Nährboden heraus nicht entstehen. In unserer vom Verstand dominierten Welt sind defensive Entscheidungen, also Entscheidungen die gegen das Bauchgefühl gehen, die Regel. Solche Entscheidungen sind jedoch keine Entscheidungen die nach den besten Lösungen suchen, sondern nach jenen Lösungen, bei denen man sich am besten rechtfertigen kann, sollten sie nicht das gewünschte Ergebnis liefern. Ein gleichberechtigtes Nebeneinander von Rationalität und Intuition ist der Königsweg den es ins Auge zu fassen gilt.

Keywords:

/// Design Thinking
/// Freies Denken
/// Kreativität
/// Die Zukunft als Visionsraum
/// De-Routinierung
/// Kollektives Designen
/// Swarm Design

1. Wieso „Design the Future“?

Viele von uns glauben, dass die technische Entwicklung der Menschheit in der Zukunft die Vorstellungsgrenzen sprengen könnte - in beinahe jeder Science-Fiction-Geschichte faszinieren und inspirieren heute noch nicht existierende Technologien, die das Unmögliche möglich machen, viele futuristische Filme beeindrucken das Publikum mit völlig neuen Mensch-Maschine Interaktionen.

Sollte das nicht als Inspirationsquelle für unsere alltägliche Arbeit dienen? Der Alltagsroutine zeigt das oftmals anders, da man mit technischen Restriktionen und knappen Deadlines arbeiten muss. Auch an sich positiv besetzte Schlagworte wie „Beautification“ und „Gamification“ können sich im Stress des Entwicklungszylus' als schwer zu erreichende Ideale herausstellen.

Durch diese Vorgaben wird von uns immer weniger erwartet, lediglich die richtige Guideline zur passenden Technologie anzuwenden, sondern den Begriff „User

Experience“ ganzheitlich zu verstehen und auch anzuwenden.

Es wird vorausgesetzt dass wir innovative Designs entwerfen, die den Anwender nicht auf seine reine Arbeitsfunktion reduziert, sondern vielmehr auf seine „menschlichen“ Bedürfnisse und Emotionen eingeht und seinen Spieltrieb und seinen Drang, die Welt zu erforschen nutzt.

Deshalb sollten wir gerade während des Definitionsprozesses eines Produktes solche Methoden anwenden, die uns helfen, die Gesamtheit des Users zu erfassen. Die klassischen User Centered Design (UCD) Methoden werden deshalb immer mehr von Methoden wie dem Design-Thinking geprägt und flankiert.

Wie schaffen wir es, an Wünsche, Bedürfnisse und Fantasien des Endnutzers zu dringen, so daß wir seinen Arbeitsgegenstand „menschlicher“ gestalten können?

Unserer Ansicht nach sollten sich Methoden nicht nur durch eine Beobachtung des Nutzers in der Gegenwart auszeichnen, sondern – um Innovationen zu schaffen – den Blick in die Zukunft richten.

Gegenwärtige Einschränkungen und momentane Alltagsgrenzen sollten entfallen, um sich zukünftige Produkte vorurteilslos vorstellen zu können.

Wir haben hierfür ein eigenes methodisches Vorgehen angedacht und werden versuchen, in unserem Workshop Kreativität gezielt freizusetzen, den Restriktions-Stress „abzuschalten“ und Fantasie und Innovationsdenken zu fördern.

2. Verlauf des Workshops

Wir wollen mit den Teilnehmern eine neue Kreativtechnik namens „Ein Riesensprung der Vorstellungskraft“ vorstellen.

Durch ein Eintauchen in die Zeit von 1970 bis 2020 werden wir eine kurze Zeitreise durchlaufen, um damit die Entwicklung von Technik und Wissenschaft und die damit einhergehende Veränderung unserer Lebensweise und Arbeitswelt in dieser

Workshops

kurzen Zeit spüren zu lassen, um ein Gefühl für diese rasante Entwicklung zu schaffen.

Anschließend wird in kleinen Arbeitsgruppen von maximal fünf Personen eine Zukunftsvision eines aus einer Liste von Vorschlägen gewählten Produkts entworfen und anschließend kurz vor der Gruppe vorgestellt und diskutiert.

**3.
Unsere Ziele**

Es soll untersucht werden, inwieweit diese Methodik geeignet ist, um mit Ihrer menschliche Bedürfnisse wie Emotion und Spieltrieb heranzukommen.

Sind die erzeugten Ideen realistisch genug, daß sie in den nächsten zehn Jahren erreicht werden können?

Ist diese Herangehensweise geeignet, einen gruppensdynamischen, kreativen Prozess anzustoßen.

Unser „drei-Schritte“-Modell soll hier verifiziert und weiterentwickelt werden.

Die Ergebnisse sollen letztlich diskutiert werden, um (für sich) herauszufinden, wo sich diese Methode am Besten anwenden lässt und ob sie hilfreich war, von zu engen Restriktionen bspw. bei der Produktdefinition zu befreien.

**Literatur
Institute**

1. Hasso Plattner Institut School of Design Thinking
2. Royal College of Art London (internet)
3. Das HyperWerk in Basel (Internet)
4. Offizielle 2020 Forschungsprojekte der Regierung
5. Über Design
6. Vera Bühlmann & Martin Wiedmer (2008), Komparative Beiträge in Design und Kunst
7. Jan Chichase by Frog Design Design the future
8. Claudia Mareis (2011). Design als Wissenskultur, Interferenzen zwischen Design- und Wissensdiskursen seit 1960

9. Dr Editha Marquardt (2006-2011) Ende der Ästhetik? Rück- und Ausblicke. Kolloquium aus Anlass der Verabschiedung von Prof. Dr. Uta Kösser
10. Alan Kay (2007) Video about how to share ideas
11. Karen Hotzblatt (2010) history of Avatar and iPhone 2 successful new product on the market
12. http://dmcc.acm.org/pres/?query=/dmcc///confdata/chi2010/Centennial2/2010-04-13_09h04
13. Tagungsband UPA Profession I 2010. Ästhetik des Anwendungsdesign: Ein Interaktionsvokabular: Dimensionen zur Beschreibung der Ästhetik von Interaktion
14. Sig Rinde, Article (2010). Three types of GUIs, past, present and the future
15. Intelligente Oberfläche. Thinging of product memory
16. Multimodale Computing and Interaction multiple conversational Framework
17. Vilém Flusser (1983), « Petite Philosophie Du Design »

Über Kreativität

1. Marla .: Capozzi, René Dye, and Amy Howe by McKinsey & Company (2011). Sparking creativity in Teams: An executive's guide
2. Creative facilitation Marc Tassoul (2009) a delft Approach
3. professional future management company Die Fünf Zukunftsbrille Methode
4. Benno van Aerssen (2009) Revolutionäres Innovationsmanagement
5. Gartner article (2011) Schwarm intelligence worker in 10 years
6. DieZeit über Kreativität <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2010-09/kreativtechniken-uebersicht>