

Wohlbefinden und Design: Erfolgreiche Alltagspraktiken erheben und gestalterisch nutzen

Mona Bien¹, Holger Klapperich¹, Marc Hassenzahl¹, Matthias Laschke¹

Ubiquitous Design, Universität Siegen¹

mona.bien@student.uni-siegen.de, holger.klapperich@uni-siegen.de,
marc.hassenzahl@uni-siegen.de, matthias.laschke@uni-siegen.de

Zusammenfassung

Obwohl Bewegung im Arbeitsalltag wichtig für Gesundheit und Wohlbefinden ist, kommt sie häufig zu kurz. Interaktive Produkte, wie Activity-Tracker, können anregend wirken. Allerdings hilft die Rückmeldung dieser Produkte kaum dabei, Bewegung im Alltag auch erfolgreich zu implementieren. Tatsächlich brauchen Menschen an erster Stelle neue, aktivere Alltagspraktiken, die dann durch interaktive Produkte geformt und unterstützt werden. Um Ansatzpunkte für deren Gestaltung zu finden, schlagen wir vor, bereits erfolgreiche Alltagspraktiken genauer unter die Lupe zu nehmen. Dieser Beitrag zeigt am Beispiel von „Bewegung im Alltag“, wie mit Hilfe eines von uns entwickelten „Positive-Practice Canvas“ Praktiken erhoben und im Hinblick auf ihre Bedeutungen, nötige Fertigkeiten und verwendetem Material verstanden werden können. Über das Beispiel hinaus kann diese Methode Ausgangspunkte für eine wohlbefindensorientierte Gestaltung interaktiver Produkte aufzeigen.

1 Einleitung

Arbeit findet heutzutage meist sitzend statt: Deutsche Arbeitnehmer sitzen auf 40 Millionen Arbeitsplätzen im Schnitt 6,5 Stunden täglich (Techniker Krankenkasse, 2016). 51 Prozent geben an, sich im Arbeitsalltag gerne mehr bewegen zu wollen und sehen zu 57 Prozent den Arbeitgeber in der Pflicht, sie zu unterstützen (Techniker Krankenkasse, 2016). Caspersen, Powell und Christenson (1985, S.126) definieren körperliche Aktivität in Einklang mit der WHO als „any bodily movement produced by skeletal muscles that results in energy expenditure.“ Bewegung beinhaltet damit auch körperliche Aktivitäten im Alltag z. B. beim Arbeiten ein. Das schließt auch Bewegungen ein, wie das Dehnen und Strecken oder Ansätze, die ein kurzes Aufstehen vom Arbeitsplatz ermöglichen. Bewegung ist ein wichtiger Ausgleich und trägt zur Lebensqualität bei (z.B. Wilke, Krämer, Biallas, & Froböse, 2012). Es stellt sich die Frage, wie Bewegung im Arbeitsalltag gefördert werden kann.

Typischerweise wird das Thema „Mehr Bewegung bei der Arbeit“ organisational oder individuell adressiert. Firmen bieten konkrete arbeitsorganisatorische Maßnahmen (z. B. Dienstfahrräder) oder fördern Kampagnen, die überzeugen sollen, den „inneren Schweinehund“ zu

überwinden und förderliche Praktiken in den eigenen Alltag einzubinden (z. B. aktive Mittagspause). Ein weiterer, eher seltener adressierter Zugang, stellt eine befähigende und motivierende Unterstützung durch interaktive Technologien dar. Zwar gibt es hier Activity-Tracker und Apps, die an Pausen erinnern oder es erlauben Bewegungsziele zu definieren. Allerdings beruhen solche Ansätze – wenn überhaupt – meist auf der Annahme, dass Rückmeldung über Bewegung und primitive, spielifizierte Belohnungskonzepte ausreichen, um Bewegung zu fördern (Conroy, Yang, & Maher, 2014). Studien zeichnen ein etwas anderes Bild (Karapanos, Gouveia, Hassenzahl, & Forlizzi, 2016). Erfolgreiche Nutzer sind nur die, die es verstehen, diese neuen Technologien erfolgreich in Alltagspraktiken einzubetten. Sie finden Wege, beispielsweise tägliche, durch einen Activity-Tracker vorgegebene Bewegungsziele, einzulösen. Allerdings fehlt vielen Benutzern die Fantasie, genau dieses zu tun. So werden Tracker nicht weiter genutzt (Gouveia, Karapanos, & Hassenzahl, 2015) und haben sogar negative psychologische Effekte (Storni, 2010). Aus unserer Sicht sollten interaktive Produkte im Sinne einer wohlbefindensorientierten Gestaltung (Hassenzahl u. a., 2013) positive Praktiken vorschlagen, sie strukturieren und dabei unterstützen, sie im Alltag zu ermöglichen. Während allerdings das Ziel, Wohlbefinden durch Technik zu adressieren, mittlerweile breit diskutiert wird (z.B. Calvo & Peters, 2014), stellt das Umsetzen dieses Ziels eine Herausforderung dar. Wie kann ein solcher Gestaltungsprozess methodisch unterstützt werden?

Dieser Beitrag stellt eine solche Methode beispielhaft vor. Dabei werden Personen, die bereits erfolgreich freud- und bedeutungsvolle Alltagspraktiken entwickelt haben, zu diesen befragt. Die Informationen werden mit Hilfe eines *Positive-Practice Canvas* (PPC) strukturiert erhoben und dokumentiert. Die so erhobenen Einsichten in erfolgreiche Praktiken wirken als Grundlage und Inspiration für das Gestalten von Konzepten, die später – unterstützt durch Technik – Wohlbefinden mehren sollen. Am Beispiel von Bewegung bei der Arbeit stellen wir die Methode vor, diskutieren mögliche Ergebnisse und reflektieren kritisch den Beitrag, den eine solche Methode zur Gestaltung interaktiver Produkte leisten kann.

2 Positive Praktiken erheben und verstehen

Zur Bestimmung von Ansatzpunkten und Inspiration für die Gestaltung von Technik schlagen wir vor, bestehende, besonders erfolgreiche Alltagspraktiken zu nutzen. Diese „positiven Praktiken“ gilt es, zu identifizieren und zu verstehen. Shove, Pantzar, & Watson (2012) definieren drei Elemente sozialer Praktiken: Die Bedeutung (*meaning*) der Praktik, die Fertigkeiten (*competence*), die zur Durchführung benötigt werden, sowie das verwendete Material (*material*). In ihrem Arbeitsmodell wohlbefindensorientierter Gestaltung verstehen Hassenzahl & Diefenbach (2017) die Praktik als Bindeglied zwischen dem abstrakten Ziel, Wohlbefinden (Bedeutung) zu mehren, und der konkreten Gestaltung interaktiver Produkte, die dieses Ziel einlösen können (Material). Interaktive Produkte sind gleichzeitig beeinflusst von Fertigkeiten und Bedeutung und beeinflusst diese wiederum. Eine „positive Technologie“ ist also so gestaltet, dass sie durch ihre Nutzung die Bedeutung einer Praktik positiv beeinflusst. Positiv bedeutet, dass die Praktik psychologische Bedürfnisse befriedigt, z.B. nach Kompetenz, Autonomie oder Verbundenheit (Hassenzahl & Diefenbach, 2017). Statt

sich also primär mit den Problemen und Barrieren zu beschäftigen, die davon abhalten, bestimmte Praktiken auszuüben, konzentrieren wir uns auf Personen, die bereits Wege gefunden haben, Bewegung so in ihren Arbeitsalltag zu integrieren, dass sie diese als freud- und bedeutungsvoll erleben. Wir nennen diese Personen „Positive Praktiker“.

04 Bedürfnisse

FRAGE ZU DEN BEDÜRFNISSEN

01. Was füllt dich während der Aktivität aus?

„Schwierige Aufgaben erfolgreich zu meistern“
Lösung Einfluss Kontrolle
KOMPETENZ

„Sicher vor Bedrohungen und Ungewissheiten zu sein“
Ordnung Ruhe Gewohnheiten
SICHERHEIT

„Anderen durch sein Verhalten inspirieren“
Anerkennung Einfluss Helfen
POPULARITÄT

„Neues, Bizarres zu entdecken“
Neugier Geheimnis Spiel
STIMULATION

„Meinen Werten entsprechende zu handeln“
Unabhängigkeit Freiheit Ideale
AUTONOMIE

„Mir persönlich wichtig zu sein“
Natur Gesundheit Lebendigkeit
KÖRPERLICHKEIT

„Menschen, die mir wichtig sind, nahe zu sein“
Romantik Intimität Familie
VERBUNDENHEIT

03 Bedeutung

06 MATERIAL

05 Fertigkeiten

01 Steckbrief

Name _____ Alter _____ Beruf _____

02 Praktik

Name der Praktik _____

Ort _____

Nahmbedingungen _____

Positive-Practice Canvas

Design for Wellbeing
Förderprojekt: Casastudio 2016

Abbildung 1 Positive-Practice Canvas

Die positiven Praktiken (Bedeutung, Fertigkeiten, Material) explorieren wir in halbstrukturierten Interviews mit Hilfe des *Positive-Practice Canvas* (PPC) (Klapperich u. a., im Druck, Klapperich, Laschke & Hassenzahl, 2018 Oktober) (Abbildung 1). Um die zu untersuchenden Praktiken zu bestimmen, wird der Interviewpartner zu Beginn des Interviews gebeten, alle freud- und bedeutungsvollen Praktiken z.B. zur Bewegung im Arbeitsalltag zu nennen. Anschließend werden die Praktiken hinsichtlich des dabei empfundenen Wohlbefindens priorisiert. Gemeinsam erfolgt eine Auswahl von Praktiken, die dann gestützt durch den PPC

im Detail besprochen und dokumentiert werden. Mit den Fragen „Warum übst du die Praktik aus?“, „Was war der Auslöser?“ und „Warum ist die Praktik bedeutsam für dich?“ wird zuerst die Bedeutung der Praktik erfragt. In einem zweiten Schritt wird diese den verschiedenen Bedürfnissen *Kompetenz, Sicherheit, Popularität, Stimulanz, Autonomie, Körperlichkeit* und *Verbundenheit* zugeordnet. Anschließend werden Fertigkeiten und Material beschrieben. Dafür werden die Fragen: „Welche Fertigkeiten setzt du ein, um die Praktik ausüben zu können?“ und „Warum setzt du diese Fertigkeiten ein?“, sowie „Was benötigst du, um die Praktik ausüben zu können?“ und „In welchem Kontext übst du die Praktik aus?“ verwendet. Aus den Antworten entstehen so detaillierte „Karten“ erfolgreicher Praktiken, ihrer Elemente und der (auch kausalen) Beziehungen zwischen diesen Elementen. Die so erhobenen Praktiken können zusammengefasst werden, um ein konsolidiertes Bild positiver Praktiken zu erstellen. Dazu dient eine tabellarische Gegenüberstellung der Praktiken, die Praktiken werden gemäß ihrer Gemeinsamkeiten gruppiert und zusammengefasst. Dabei werden immer Originalzitate der Teilnehmer verfügbar gehalten. Im Anschluss werden die konsolidierten Praktiken gestalterisch „bearbeitet“ und in idealisierte Praktiken überführt. Diese fungieren als Ziel für das folgende konzeptionelle Design möglicher interaktiver Produkte.

Die gewonnenen Einsichten bilden den Grundstein für einen späteren Design- und Innovationsprozess. Das Verständnis über eine positive Praktik kann im späteren Design genutzt werden, um die Praktik durch Technik (Material) auch anderen Gestaltern/Entwicklern zugänglich zu machen oder sie weiter zu optimieren. Im Kontrast zu Methoden zur Analyse der Aufgaben von Nutzern (z.B. im User Centered Design, Szenario-Based Design) und zum Generieren innovativer Ideen durch empathisches Verstehen (z.B. im Design Thinking), beruht die nachfolgende Innovation nicht auf einem mehr oder weniger guten Verständnis von Barrieren und Problemen, sondern auf bereits guten Beispielen, wie Menschen im Alltag in bestimmten Handlungsfeldern Bedeutung erzeugen und Probleme überwinden. Zwar werden vorhandene Vorgehensweisen, wie z.B. das Design Thinking, verwendet, um freud- oder bedeutungsvolle Produkte zu entwickeln. Allerdings folgen diese Methoden einer Logik, bei der Nutzer zwar befragt und beobachtet werden, aber nur, um den Ist-Zustand zu verstehen und um dann mit Kreativmethodik eine Lösung für identifizierte Probleme zu finden. In unserem Ansatz lassen wir uns von bereits gelebten, besonders positiven Praktiken inspirieren. So können wir neue Ansatzpunkte für die Gestaltung von Technik im Alltag erarbeiten, die – obwohl natürlich anekdotisch – eine gewisse empirische Erdung besitzen. Spätere Gestaltungsentscheidungen können dann im Lichte der gesammelten positiven Praktiken betrachtet werden. Sie werden durch die Anreicherung mit konkreten, lebensweltlichen Beispielen anschaulicher und nachvollziehbarer.

3 Fallbeispiel „Bewegung“

3.1 Unternehmen und Teilnehmer

Das Fallbeispiel „Bewegung im Alltag“ wurde in Zusammenarbeit mit einer Digitalagentur durchgeführt, einem mit vier Jahren relativ jungen Unternehmen mit 23 Mitarbeitern, das

Leistungen im Bereich der Beratung und Umsetzung webbasierter Projekte erbringt. Im Bereich gesundheitsfördernder Maßnahmen bestehen einige Unterstützungsangebote. Dazu zählen: Teilnahme an einem Firmenlauf, Bereitstellung von Tischkicker und Fahrradparkplatz, sowie einer Duschkabine. Um Interviewpartner zu identifizieren, wurden Einladungen an alle Mitarbeiter der Agentur versendet. Diese enthielt, neben einer kurzen Themendefinition und Informationen zum zeitlichen und inhaltlichen Rahmen, die Frage, ob bereits freud- und bedeutungsvolle Praktiken für Bewegung im Arbeitsalltag durchgeführt werden. So sollten positive Praktiker für den Test gewonnen werden. Sechs Mitarbeiter (30 - 51 Jahren, 4 Frauen) erklärten sich zur Teilnahme bereit. Sie repräsentierten alle Disziplinen (Projektmanagement, Entwicklung, Design) und Berufsstadien (Gründungsmitglied bis Teamassistentin). Die Teilnehmer erhielten keine Kompensation für die Teilnahme an den rund einstündigen Interviews. Ob die Teilnehmer tatsächlich Praktiken durchführen, die freud- und bedeutungsvoll sind, wurde zu Beginn der Interviews abgefragt.

3.2 Durchführung

Die Interviews fanden an zwei Tagen in den Räumlichkeiten der Agentur statt. Teilnehmer konnten in ihrer Arbeitsumgebung über ihre Praktiken berichten und diese demonstrieren. Zunächst wurde „Bewegung“ definiert. Im Rahmen von jeweils ca. einer Stunde wurden die sechs Teilnehmer zu ihren Praktiken befragt. Zunächst wurden die Teilnehmer gebeten, alle freud- und bedeutungsvollen Praktiken im Bereich „Bewegung bei der Arbeit“ aufzuzählen. Bei der Auswahl von Praktiken für die weitere Betrachtung wurde die persönliche Priorisierung der Teilnehmer, sowie das Kriterium, eine möglichst vielfältige Auswahl der Praktiken zu erhalten, berücksichtigt. Von den sechs Interviews konnten aufgrund der zeitlichen Begrenzung in vier Interviews jeweils drei Praktiken und in zwei Interviews zwei Praktiken im Detail betrachtet werden. Insgesamt wurden also 16 freudvolle und/oder bedeutungsvolle Praktiken alltäglicher Bewegung im Arbeitskontext erhoben. Die Interviewteilnehmer konnten während des Gesprächs jederzeit einsehen, was im PCC notiert wurde und Änderungen anbringen. So können Fehlinterpretationen vermieden werden.

3.3 Zusammenführung und Konsolidieren der Praktiken

Insgesamt wurden 33 Praktiken genannt, von denen 16 detailliert betrachtet wurden. Mit dem PPC wurden diese abstrahiert, sodass eine Konzentration auf die wichtigsten Bestandteile der Praktik erfolgte. Durch die folgende Gruppierung der Praktiken lässt sich z. B. zeigen, dass Praktiken sich unterteilen in Bewegung auf dem Weg zur Arbeit, Bewegung in einer kurzen Pause/Arbeitsunterbrechung, Bewegung während Arbeitstätigkeiten, Bewegung in der Mittagspause und Bewegung auf dem Weg nach Hause. Tabelle 1 zeigt einen Überblick.

Bewegung in der Freizeit (Weg zur Arbeit, Weg nach Hause, Mittagspause) und solche direkt im Arbeitsalltag (während Arbeitstätigkeiten, kurze Pause) unterscheiden sich. Tätigkeiten in der Freizeit werden oft mit privaten Tätigkeiten verbunden (z.B. Hund ausführen, joggen, Beziehungen pflegen). Es gilt, sich seine Zeit selbst zu gestalten und mit sinnvollen Tätigkeiten zu füllen. Praktiken direkt bei der Arbeit unterliegen anderen sozialen Bedingungen. So ist z. B. die Akzeptanz einer kurzen Pause und deren Inhalten (Kaffee holen, Tisch-

kickern) organisationsabhängig. Während eine Zigarette rauchen oder Kaffee holen zu weitestgehend akzeptierten Praktiken für eine kurze Pause gelten, bestimmt die Unternehmenskultur, ob es akzeptiert ist, während der Arbeitszeit an Tischkickerspielen teilzunehmen. Die Bewegungspause an sich, also 10-Minuten-Workout etc. ist keine akzeptierte Praktik.

| Kontext | Beschreibung der Praktik |
|----------------------|---|
| Vor der Arbeit | Mit dem Fahrrad zum Bahnhof fahren (IP2) |
| Nach der Arbeit | Mit dem Fahrrad nach Hause fahren (IP1), Nach Hause laufen (IP 3), Joggen von der Arbeit nach Hause mit Hund (IP5) |
| Mittagspause | In der Mittagspause mit dem Hund spazieren (IP1), Spazieren zur Essensmöglichkeit (IP2), Spazieren zur Essensmöglichkeit (IP4), In der Mittagspause mit dem Hund spazieren (IP5), Spazieren in der Mittagspause (IP6) |
| Kurze Pause | Dehnungsübungen für Schultern (IP1), Tischkickern (IP2), Tischkickern (IP3), Getränke/Obst holen (IP4) |
| Verbunden mit Arbeit | Persönlich zu einem Kollegen gehen (IP3), Arbeiten im Stehen (IP4), Telefonieren im Stehen/Gehen (IP6) |

Tabelle 1 Genannte Praktiken in der sortierten Übersicht, Interviewpartner in Klammern

Zur weiteren Ermittlung inhaltlicher Gemeinsamkeiten und Unterschiede fassen wir die Ergebnisse aus den PCC-Interviews in einer Auswertungstabelle (Abbildung 2) zusammen. Dadurch können die Praktiken miteinander verglichen und Gruppen identifiziert werden. In den Gruppen werden auch Elemente sichtbar, die bereits einzelne Aspekte der Praktik idealisieren. Diese können später zur Beschreibung einer idealisierten Praktik untereinander kombiniert werden. Zunächst werden jedoch die Kernaussagen notiert und im Abschnitt Analyse ein Fazit gezogen, Rahmenbedingungen beschrieben und eine Gewichtung der Bedürfnisse vorgenommen. Auf dieser Basis werden die Praktiken nach ihrer Bedeutung gruppiert. Gemeinsamkeiten und Unterschiede zeigen sich in den Bedürfnissen. Beispielsweise hat Bewegung in der Mittagspause unterschiedliche Bedeutungen für die Praktizierenden. Oft wird eine Ablenkung durch neue Einflüsse gesucht (Stimulation), z. B. Spazieren zur Essensmöglichkeit. Nur in einer Praktik (Spazieren in der Mittagspause) geht es eher darum, seine Zeit selbst zu gestalten (Autonomie) und sich auf sich selbst zu fokussieren (Körperlichkeit). Die Aufmerksamkeit ist bei der stimulierenden Pause nach außen gewandt, um so Abwechslung zu erleben, während sie bei der selbstreflektierenden Pause nach innen gewandt ist.

So sind 9 Gruppen entstanden, aus denen wir zusammengeführte Praktiken formulieren. Ein Beispiel ist das **Telefonieren in Bewegung**:

„Ein Anruf gibt mir die Möglichkeit, mir neben dem Arbeiten gleichzeitig etwas Freiraum zu schaffen. Sich parallel zum Sprechen zu bewegen, gibt mir die Möglichkeit, mich von anderer Arbeit zu distanzieren und so mehr Sicherheit und neue Perspektiven zu erhalten.“

Rahmenbedingungen (Material, Fertigkeiten): Platz zum Bewegen, Headset, das Bewegen ermöglicht, abgetrennter Raum, Telefonat als Auslöser

Wohlbefinden (Bedeutung): Bewegen, dabei den eigenen Freiraum selbst gestalten und trotzdem effizient zu sein, Konzentration und Fokussierung durch Bewegung

Die neun weiteren Cluster sind: Auf dem Heimweg abschalten, *Wach werden auf dem Weg zur Arbeit*, *Meditativer Mittagsspaziergang*, *Gemeinsam Neues entdecken in der Mittagspause*, *Kollegen persönlich treffen*, *Kurze Pause*, *Telefonieren in Bewegung*, *Aktives Arbeiten*, *Gemeinsames Spiel als kurze Pause*.

| 1. Interviewdokumentation | | | | |
|---------------------------|----------------------------------|---|---|---|
| Unternehmen | Praktik | Bedeutung: Stichpunkte zu diesem Bereich/ O-Töne aus den Interviews | Fertigkeit: Stichpunkte zu diesem Bereich/ O-Töne aus den Interviews | Material: Stichpunkte zu diesem Bereich/ O-Töne aus den Interviews |
| Agentur | Telefonieren im Stehen/Laufen | Chance aufzustehen, sich die Beine zu vertreten | Telefonat als Informationsquelle sehen statt Pflicht | Telefon mit Headset |
| | | Ordnung und Ruhe, um sich auf anderes zu fokussieren, mehr Sicherheit bei schwierigen Telefonaten | Fokussiert bleiben, durch Laufen entspannen | Großraumbüro, dass verlassen werden muss, Rückzugsort für längere Gespräche, Platz zum Laufen |
| | | aus dem Kontext kommen, Raum wechseln | Themen erklären können, neue Gedanken finden | längeres Telefonat mit nicht banalen Inhalt |
| Agentur | Im Stehen arbeiten | Rückenschmerzen vorbeugen | spontan Signale vom Körper erkennen | Stehtisch (ordentlich und ohne Kabelsalat) |
| | | Müdigkeit bekämpfen | andere nicht stören | Platz, um Stuhl wegzuschieben |
| | | selbst entscheiden, wann der Tisch oben/unten ist | Tisch richtig einstellen | alleine Arbeiten |
| Agentur | Dehnungsübungen für die Schulter | Gesundheit langfristig erhalten, körperliche Einschränkungen vermeiden | "Sich erinnern, es zu tun" | Stuhl/Türrahmen |
| | | Erwartung des Körpers erfüllen, Routine für mehr Bewegung entwickeln | Übung richtig durchführen | Körper |

| 2. Analyse | | | |
|--|---------------------------|---|---|
| "Vorrangiges" Bedürfnis (max. ein Bedürfnis) | "nachrangige" Bedürfnisse | Fazit: 2-3 prägnante Punkte, die die Praktik der Person beschreiben (ohne Bedürfnisse) | Rahmenbedingungen: Was ist essentiell für die Praktik?, Was funktioniert nicht so gut?, Welche Zwischenbeziehungen sind nennenswert? |
| Sicherheit | Körperlichkeit | Freie Bewegung um sicher im Telefonat zu sein | Durch das Großraumbüro ist Aufstehen nötig, um andere nicht zu stören, freie Räume ermöglichen Rückzug |
| | Stimulation | | Headset, um sich frei bewegen zu können |
| Körperlichkeit | Autonomie | Körper eine alternative Arbeitsmöglichkeit bieten | |
| Körperlichkeit | | Schmerzen vorbeugen | Körper erinnert an die Übungen regelmäßige Durchführung |

Abbildung 2 Ausschnitte der Auswertungstabelle

3.4 Konzeptdesign

Auf Basis der Auswertungstabelle können idealisierte Praktiken erstellt werden. Wir beschreiben diese als „ideal practice narrative“ (Klapperich u. a., im Druck, Klapperich, Laschke & Hassenzahl, 2018 Oktober): Dabei werden idealisierte Alltagspraktiken beschrieben. Die noch unbekannteren interaktiven Produkte in diesen Praktiken werden lediglich in ihrer Nutzung und den Nutzungskonsequenzen beschrieben. Eine Materialisierung bleibt für das spätere Design offen. So kann die Story späteres Design informieren, ohne bereits Lösungen vorzugeben. Eine Story hat fünf Abschnitte (Klapperich u. a., im Druck, Klapperich, Laschke & Hassenzahl, 2018 Oktober): 1. Beschreibung des Kontextes bzw. der Situation, 2. Einführung der Person(en), 3. Darstellung der Motivation der Personen, 4. Beschreibung der

Interaktion mit einer Technologie und deren Auswirkungen im Alltag, 5. Zusammenfassung und Befriedigung der Bedürfnisse. Die dafür nötigen Informationen können aus der Auswertungstabelle ermittelt werden. Zusätzlich werden Aussagen der Interviewpartner integriert, um eine authentische Beschreibung zu erhalten.

Beispiel des Anfangs **der idealisierten Praktik zu *Telefonieren in Bewegung***: „Ping.“ Auf Torstens Bildschirm taucht eine Erinnerung auf. „In 15 Minuten: telefonische Abstimmung“. Als Projektmanager hat Torsten immer viele Telefonate mit seinen Kunden zu führen. „Gut“, denkt er, „dann kann ich meine Zeit gleichzeitig noch für etwas Bewegung nutzen.“ Aus Erfahrung weiß Torsten, dass ihm die Bewegung hilft, sich zu fokussieren. „Den Raum wechseln im Sinne von ‚das Thema‘ wechseln.“, so hatte er es neulich seiner Kollegin erklärt. Da fällt ihm ein, dass sie ihm nach diesem Gespräch etwas gegeben hat. Schnell packt Torsten es aus und beginnt mit der Einrichtung. „Zum Glück ging das so schnell“, denkt Torsten, als das *TalkFree* auch schon zu erkennen gibt, dass der erwartete Anruf eintrifft. Torsten zieht das *TalkFree* an und nimmt den Anruf entgegen....

Die idealisierten Narrative der Praktik beschreiben also auf der Basis bereits erfolgreicher Praktiken in idealisierter und detaillierter Form, wie eine Praktik im Alltag ausgeübt wird und wie man sich dabei fühlen soll. Dabei werden in der Wechselbeziehung von Bedeutung, Material und Fertigkeiten einer erfassten Praktik Stellen identifiziert, an denen die Zusammenhänge der drei Bestandteile nicht stabil sind. So kann das Telefonieren im Laufen nicht mit einem Festnetztelefon funktionieren. Diese identifizierten Stellen führen potenziell dazu, dass eine Praktik nicht möglich ist oder nicht positiv abläuft. Hier kann beispielsweise ein neues Produkt bzw. eine neue Technik eingesetzt werden, um die Praktik in ihrer idealen Form zu ermöglichen. Eine darauf basierende Gestaltung soll andere Nutzer zu einer Ausübung der ermittelten freud- und bedeutungsvollen Praktik inspirieren und diese zugänglich machen. Es wird somit den Nutzern ein neuer Zugang gegeben, Aktivitäten für mehr Wohlbefinden in ihren Alltag zu integrieren. Die weitere Optimierung der Praktik soll das, durch die Praktik erworbene, Wohlbefinden verstärken. Im Idealfall sollen Nutzer durch ein Design zu einer für sie positiven Verhaltensänderung angehalten und motiviert werden.

4 Fazit und Ausblick

Der Positive-Practice Canvas (PPC) ermöglicht es, freudvolle und bedeutungsvolle Alltagspraktiken zu einem bestimmten Thema systematisch zu dokumentieren und besser zu verstehen. Dabei stehen die Abhängigkeiten zwischen Material, Bedeutung und Fertigkeit im Mittelpunkt. Damit ermöglicht die Methode im Vergleich zu anderen eine strukturierte Erfassung *positiver* sozialer Praktiken und wichtiger Elemente ihres Gelingens. So ist beispielsweise Mittagspause nicht gleich Mittagspause. Die auf Stimulation und Verbundenheit ausgerichtete, gemeinsam verbrachte Pause äußert sich auch im Material (Kollegen) und den Fähigkeiten (Abstimmen). Diese werden bei einer allein verbrachten, auf Autonomie ausgerichteten Pause nicht benötigt. Hier ist es viel wichtiger ungestört zu sein und eine gute Entschuldigung zu haben, warum man für sich bleiben möchte. In beiden Fällen geht man vielleicht am Ende eine Runde um den Block, bewegt sich also, die Motivation dies zu tun,

könnte aber nicht unterschiedlicher sein. Es ist aber gerade die Motivation, die Bedeutung der Praktik, die durch das interaktive Produkt adressiert werden muss, damit es erfolgreich neue Praktiken etablieren kann. Die Erfassung von Praktiken mit dem PPC beinhaltet jedoch auch Hürden. So muss das gewählte Thema klar definiert und für die Teilnehmer verständlich sein. Bewegung wurde z. B. zunächst mit Sport assoziiert, was das Dehnen oder den kurzen Weg zur Kaffeeküche ausschließt. Auch sind die Begriffe Bedeutung, Fertigkeit und Material nicht immer für die Nutzer klar. So war es für den Interviewenden wichtig, entsprechende vertiefende Fragen bereitzuhalten – z.B. wurde beim Material auch nach Räumlichkeiten und zeitlichen Rahmenbedingungen gefragt.

Die Beschäftigung mit dem Thema Bewegung im Arbeitsalltag macht klar, dass bereits vielfältige Praktiken entdeckt wurden und praktiziert werden. Die Tatsache, dass eine Gruppierung möglich war, zeigt, dass sich Praktiken ähneln und eine Art gemeinsamen Kern besitzen. Dieser skizziert, wie durch die Verbindung von Bedeutung, Material und Fertigkeit in einer bestimmten Weise Bedürfnisse befriedigt und Wohlbefinden erzeugt werden können. Nichtsdestotrotz bleibt auch zu erwähnen, dass die Agentur als organisationaler Kontext einen großen Einfluss auf die Praktiken hat. Rahmenbedingungen wie Zeitgestaltung, Selbstverständnis oder Räumlichkeiten beeinflussen Praktiken in erheblichem Maß. So stellt sich bei der Entwicklung von neuen Designansätzen die Frage, ob Praktiken von einem in einen anderen organisationalen Kontext übertragen werden können. Zumindest muss jedes Element auf seine prinzipielle Gestaltbarkeit hin untersucht werden. Es macht wenig Sinn, eine App zum Koordinieren einer gemeinsamen „bewegten“ Mittagspause einzuführen, wenn es in einer Organisation gar keine Mittagspause gibt. Die konkreten Praktiken helfen dabei, Rahmenbedingungen zu erkennen, sie gegebenenfalls zu schaffen, bzw. gestalterisch die Praktiken zu adressieren, die in einen bestimmten organisationalen Rahmen passen.

Die Analyse bedeutungs- und freudvoller Alltagspraktiken bietet aus unserer Sicht eine reichhaltige Möglichkeit, das Gestaltungsziel im Voraus auf eine Art zu klären, die es in den realen Lebenswelten möglicher Nutzer verankert. Es nutzt die Einsichten von Menschen, die bereits Wege gefunden haben, ihr Wohlbefinden zu verbessern und stellt diese Erkenntnisse Gestaltern systematisch zur Verfügung. Auf dieser Basis bietet es mannigfaltige Ansatzpunkte für die konzeptionelle Gestaltung interaktiver Produkte.

Danksagung

Wir möchten allen Teilnehmern dieser Fallstudie für ihre Zeit und die interessanten Einblicke, die diese Studie möglich gemacht haben, danken. Ein besonderer Dank geht an Unterschied & Macher für das Ermöglichen der Interviews in der Agentur. Alle vorgestellten Methoden und das PPC-Tool sind Ergebnisse des Projekts Design for Wellbeing NRW. Wir möchten insbesondere den Kooperationspartnern Noto (Melanie Becker, Henning Köhler, Torsten Frackenpohl), ixdp. (Diana Cürlis, Marius Tippkämper, David Stier, Jan Quednau) und Happiness Research Organisation (Kai Ludwigs) danken. Diese Arbeit wurde finanziert von der Leitmarkt Agentur NRW und dem European Regional Development Fund (EFRE-0800005). Mehr Informationen finden sie auf www.design-for-wellbeing.org.

Literaturverzeichnis

- Calvo, R. A., & Peters, D. (2014). *Positive Computing: Technology for Wellbeing and Human Potential*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Caspersen, C. J., Powell, K. E., & Christenson, G. M. (1985). Physical activity, exercise, and physical fitness: definitions and distinctions for health-related research. *Public health reports (Washington, D.C. : 1974)*, 100(2), 126–31.
- Conroy, D. E., Yang, C.-H., & Maher, J. P. (2014). Behavior Change Techniques in Top-Ranked Mobile Apps for Physical Activity. *American Journal of Preventive Medicine*, 46(6), 649–652.
- Gouveia, R., Karapanos, E., & Hassenzahl, M. (2015). How do we engage with activity trackers? In *Proceedings of the 2015 ACM International Joint Conference on Pervasive and Ubiquitous Computing - UbiComp '15* (S. 1305–1316). New York, New York, USA: ACM Press.
- Hassenzahl, M., & Diefenbach, S. (2017). Erlebnis- und wohlbefindensorientiertes Gestalten: ein Arbeitsmodell. In *Psychologie in der nutzerzentrierten Produktgestaltung* (S. 89–119). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Hassenzahl, M., Eckoldt, K., Diefenbach, S., Laschke, M., Lenz, E., & Kim, J. (2013). Designing moments of meaning and pleasure. Experience design and happiness. *International Journal of Design*, 7(3), 21–31.
- Karapanos, E., Gouveia, R., Hassenzahl, M., & Forlizzi, J. (2016). Wellbeing in the Making: Peoples' Experiences with Wearable Activity Trackers. *Psychology of Well-Being*, 6(1), 4.
- Klapperich, H., Laschke, M., Hassenzahl, M. (2018, Oktober). The Positive Practice Canvas – Gathering inspiration for wellbeing-driven design. In *Proceedings of the 10th Nordic Conference on Human-Computer Interaction (accepted)*. ACM
- Klapperich, H., Laschke, M., Hassenzahl, M., Becker, M., Cürlis, D., Frackenpohl, T., Köhler, H., Ludwigs, K., Tippkämper, M. (im Druck). *Mind the Gap : A Social Practice Approach to Designing for Wellbeing*.
- Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The Dynamics of Social Practice*. London: SAGE Publications.
- Storni, C. (2010). Multiple Forms of Appropriation in Self-Monitoring Technology: Reflections on the Role of Evaluation in Future Self-Care. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 26(5), 537–561.
- Techniker Krankenkasse. (2016). *Beweg Dich, Deutschland! - TK-Bewegungsstudie 2016*. Abgerufen von <https://www.tk.de/centaurus/servlet/contentblob/819848/Datei/79770/TK-Bewegungsstudie-2016-Beweg-dich-Deutschland.pdf>
- Wilke, C., Krämer, K., Biallas, B., & Froböse, I. (2012). Lebensqualität und körperliche Aktivität im betrieblichen Kontext. *Pravention und Gesundheitsforderung*, 7(1), 56–61.