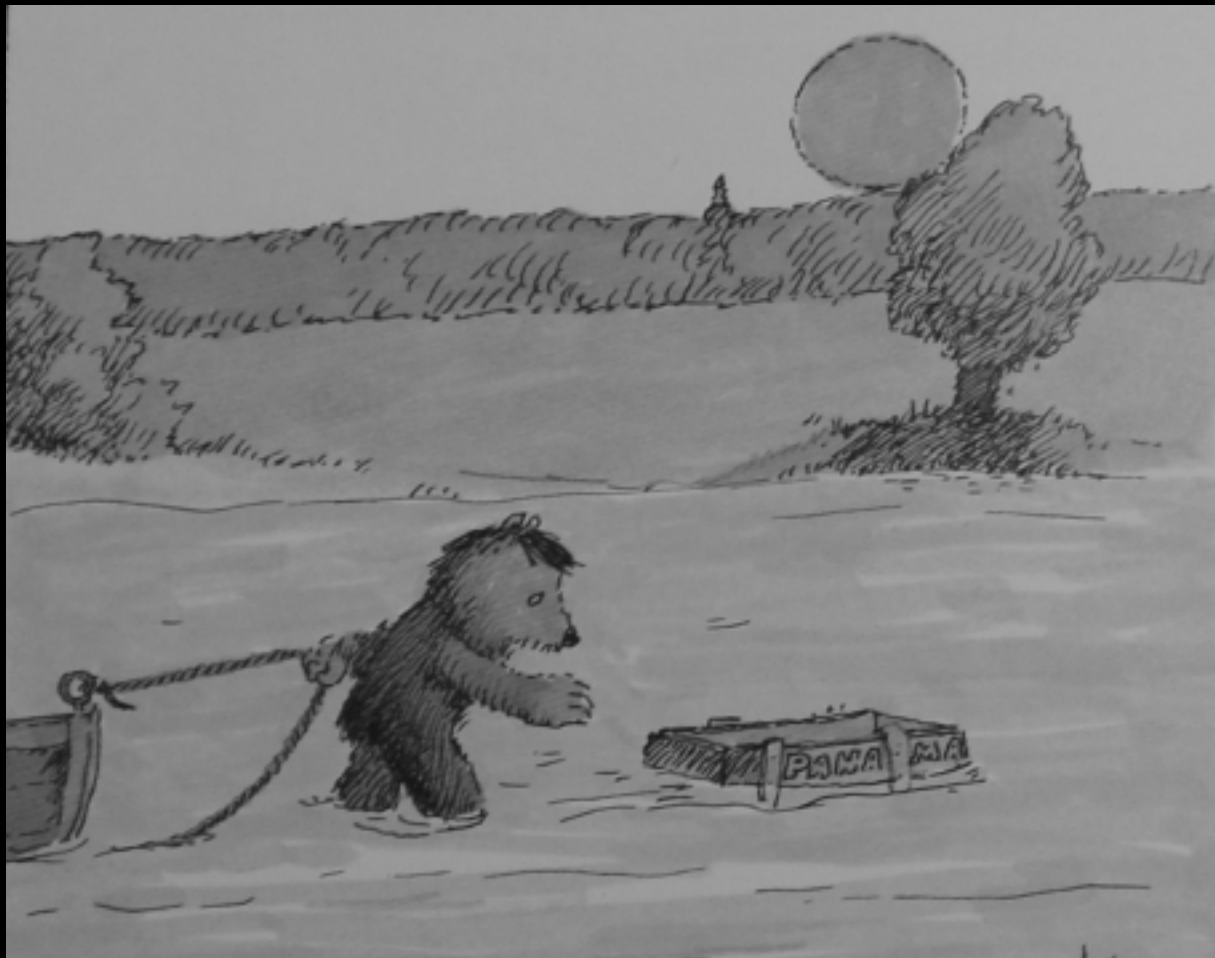
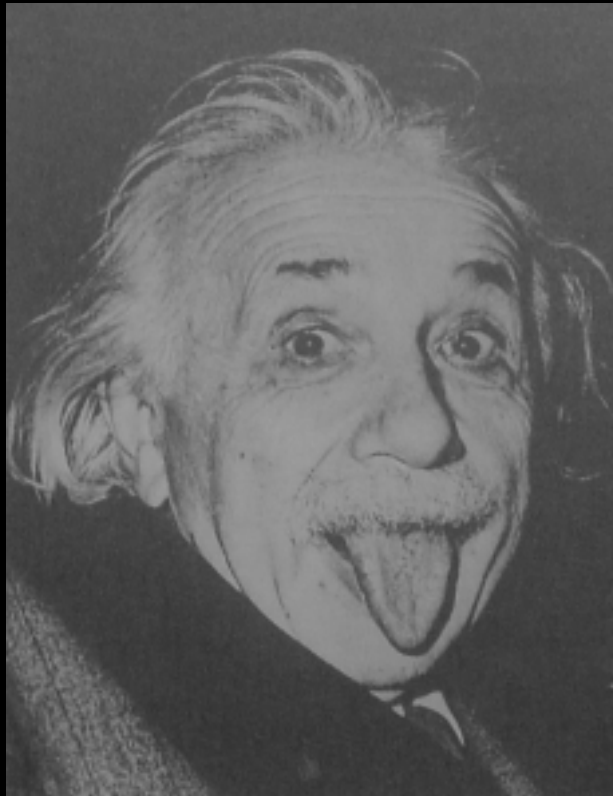


# Motivation durch Kommunikation & Design



**Kommunikation findet im Körper  
statt; nicht in Kanälen!**

# Kommunikation findet im Körper statt; nicht in Kanälen!

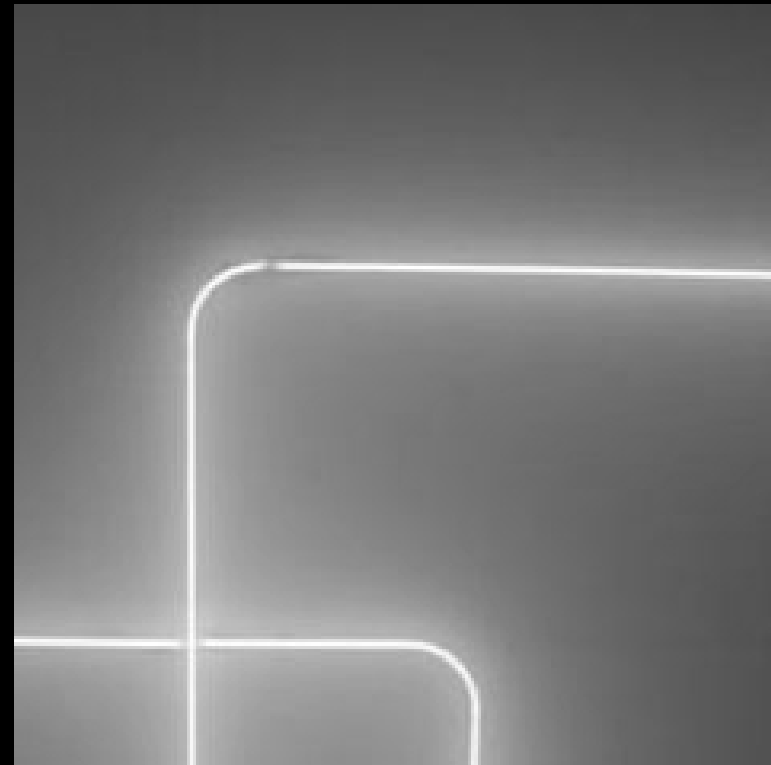


Plädoyer für eine  
emotionale Kommunikation.

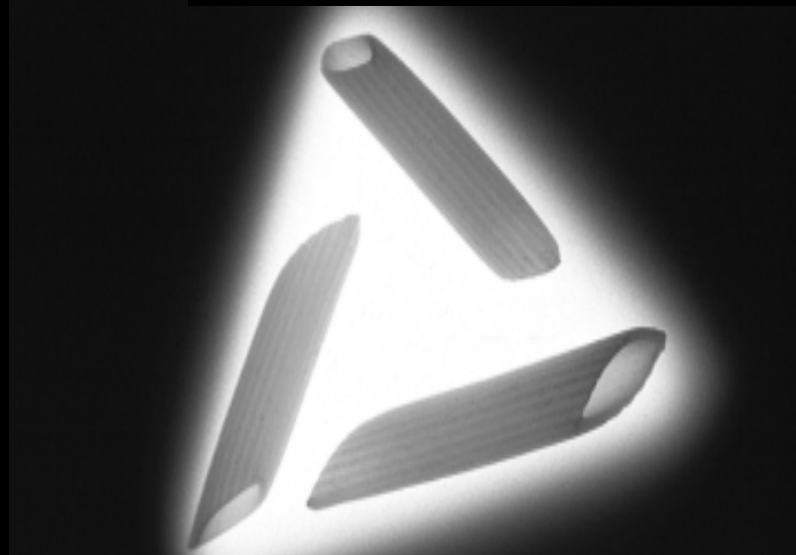
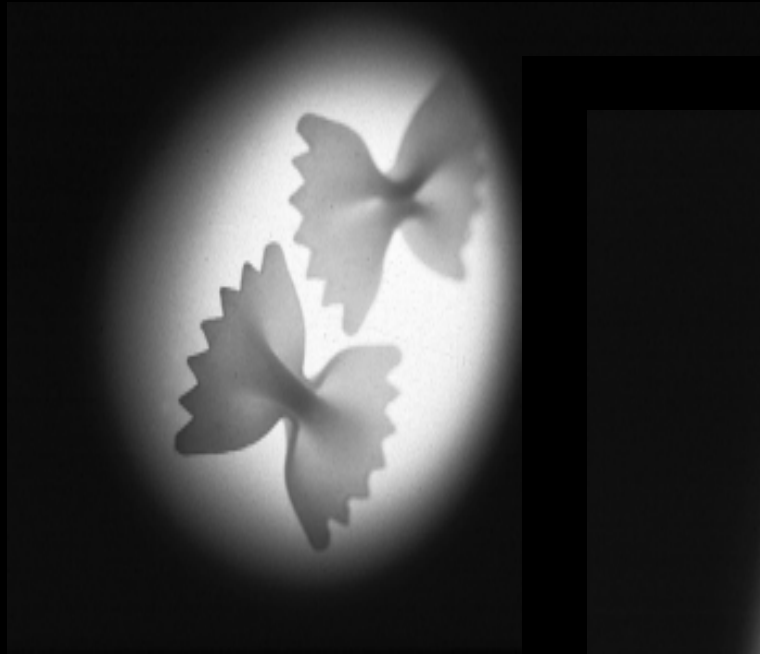
# Dominanz der Form

Form ist ein Schlüsselphänomen für die Entstehung und Wahrnehmung von Realität.

Substanz wird für uns nur durch Ihre spezifische Form sichtbar und unterscheidbar.



# Die Form bestimmt den Geschmack



# Das Problem der Form

Das Hauptproblem des Designs besteht in der Beantwortung der Frage nach der „richtigen“ Form.

Welche Form ist die angemessene Form eines Produktes? Weshalb? Warum?

# Entscheidbare und unentscheidbare Fragen

„Eine entscheidbare Frage wird immer innerhalb eines Rahmens entschieden, der die mögliche und jeweils richtige Antwort bereits vorgibt. Ihre Entscheidbarkeit wird durch gewisse Spielregeln und Formalismen, die man allerdings akzeptieren muss, gesichert.“

Heinz von Foerster

# Entscheidbare und unentscheidbare Fragen

Unentscheidbare Fragen  
besitzen eine Vielzahl von Antworten.

# Das Problem der Bestimmung

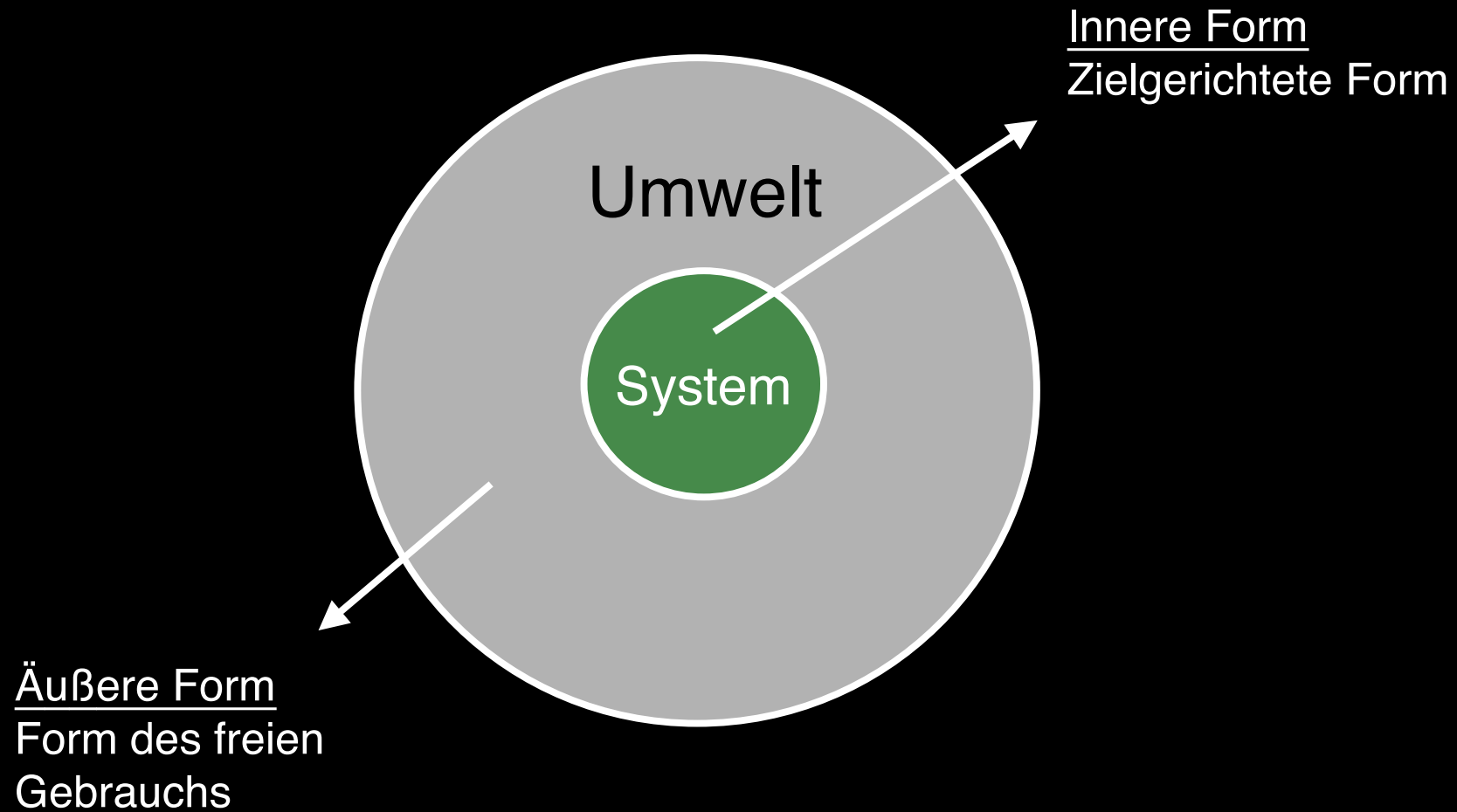
Es kommt darauf an, die Fragen nach der Form  
in der Kommunikation entscheidbar zu machen!

# Das Problem der Bestimmung

Es kommt darauf an, die Fragen nach der Form  
in der Kommunikation entscheidbar zu machen!

## Vernunft & Rationalität

# Gesetz der Form



**Kommunikation ist heute einer  
der wichtigsten Werttreiber im  
Unternehmen!**

**Wirtschaft geschieht als eine  
besondere Form der Kommunikation.**

**Probleme der Wirtschaft lassen  
sich heute nicht mehr mit der  
Knappheit von Gütern und Geld  
erklären!**

**Probleme der Wirtschaft sind in  
erster Linie Probleme der  
Kommunikation in der Wirtschaft!**

# Die alte Form der Kommunikation



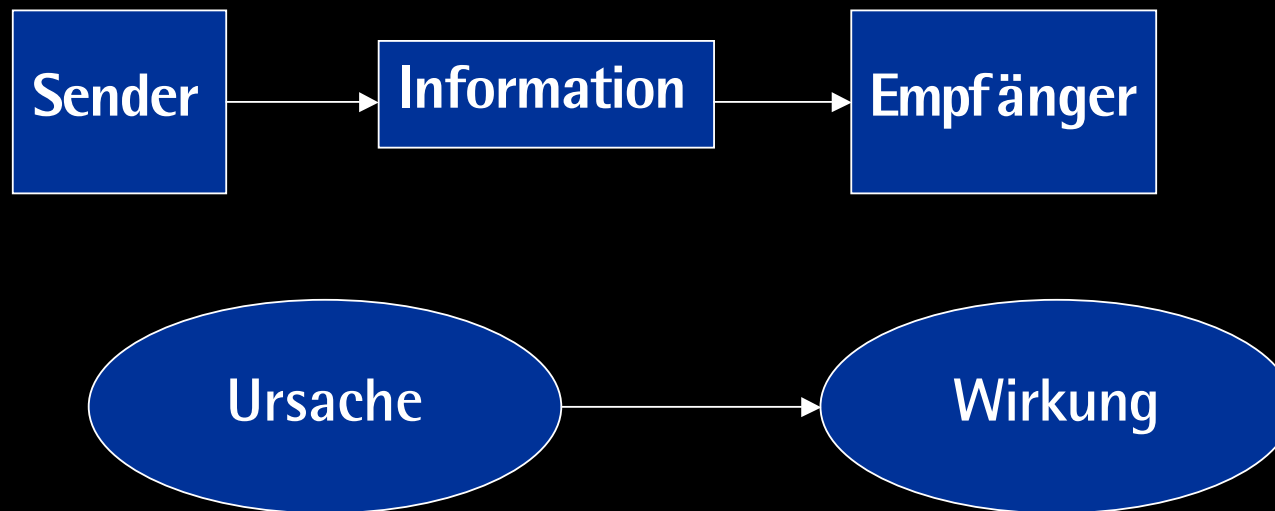
# Die alte Form der Kommunikation

Übertragung von Informationen



# Die alte Form der Kommunikation

Übertragung von Informationen

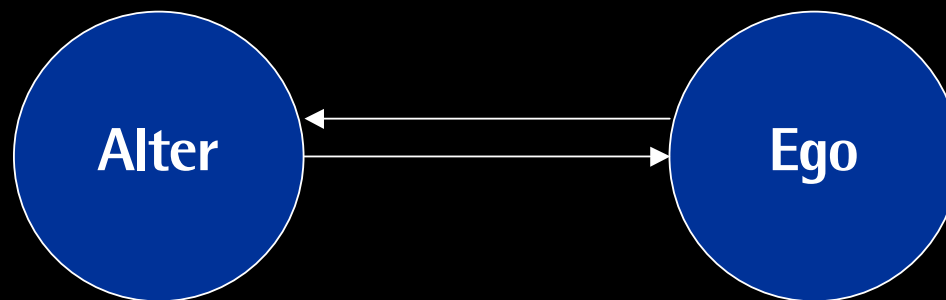


# Die neue Form der Kommunikation



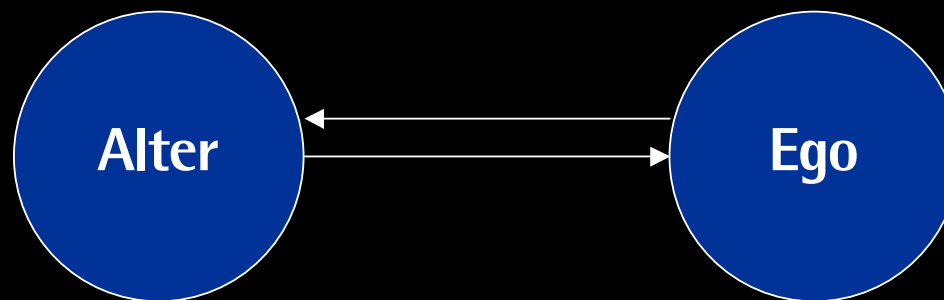
# Die neue Form der Kommunikation

Prozessieren von Selektionen zwischen  
Alter und Ego



# Die Form der Kommunikation

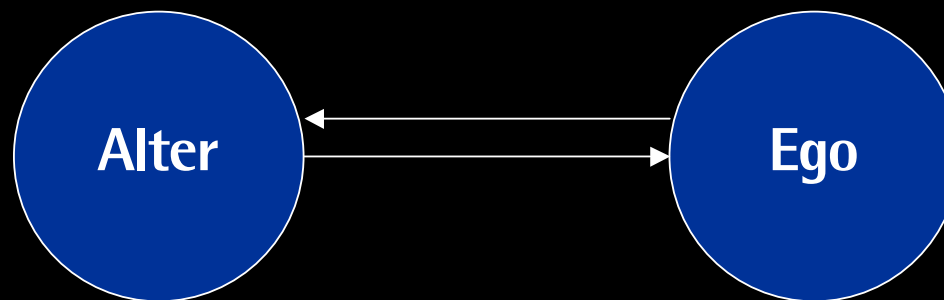
Prozessieren von Selektionen zwischen  
Alter und Ego



## 1. Selektion der Information

# Die Form der Kommunikation

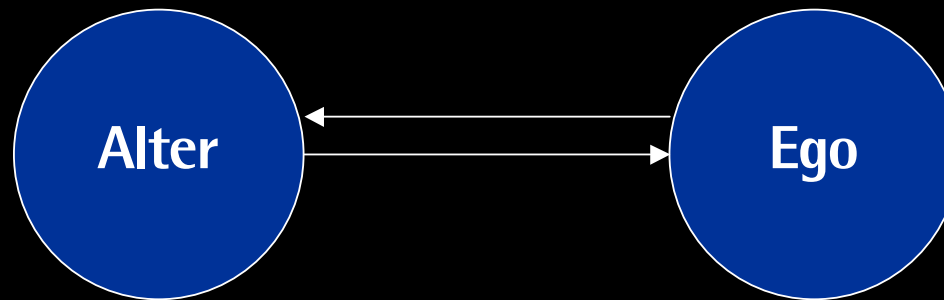
Prozessieren von Selektionen zwischen  
Alter und Ego



1. Selektion der Information
2. Selektion der Mitteilung

# Die Form der Kommunikation

Prozessieren von Selektionen zwischen  
Alter und Ego

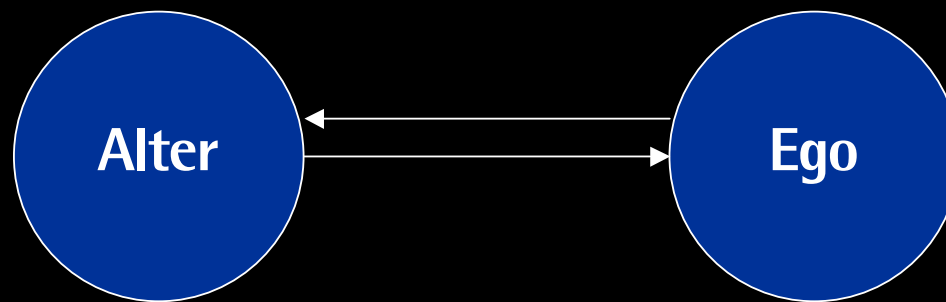


1. Selektion der Information
2. Selektion der Mitteilung

3. Selektion der Annahme

# Die Form der Kommunikation

Prozessieren von Selektionen zwischen  
Alter und Ego



1. Selektion der Information
2. Selektion der Mitteilung

3. Selektion der Annahme
4. Anschlussverhalten

# Die Form der Kommunikation

„Kommunikativer Erfolg ist:  
gelungene Kopplung von Selektionen“

Niklas Luhmann

# Die Form der Kommunikation

„Kommunikativer Erfolg ist:  
gelungene Kopplung von Selektionen“

Niklas Luhmann

Kommunikativer Erfolg = Verstehen



**Über den Erfolg der  
Kommunikation  
entscheidet immer  
der Andere!**

# Die Form der Kommunikation



„Kommunikation ist zu verstehen als die wechselseitige Haltung und Formung einer gemeinsamen Welt durch gemeinsames Handeln: Wir bringen unsere Welt in gemeinsamen Akten des Redens hervor.“

Francisco J. Varela

# Die Form der Kommunikation

Kommunikation wird in dieser Form nicht mehr verstanden als ein rein kausales Verhältnis von Ursache und Wirkung, sondern als ein zirkulärer Prozess des miteinander Umgehens.

# Die Form der Kommunikation

Kommunikation wird in dieser Form nicht mehr verstanden als ein rein kausales Verhältnis von Ursache und Wirkung, sondern als ein zirkulärer Prozess des miteinander Umgehens.

**Mit ungewissem Ausgang!!!**

**Die Form der Kommunikation  
korrespondiert mit  
der Form der Konversation.**



# Die Form der Konversation

Konversation (lat.)

con = mit    versare = umgehen, verkehren

Konversation = Miteinander umgehen



# Die Form der Kommunikation basiert auf Emotionen.

„Jedes rationale System ist emotional begründet. Deshalb kann kein rationales Argument jemanden überzeugen, der nicht die zugrunde liegenden a-priori-Prämissen akzeptiert hat und daher von vornherein überzeugt ist.“

Humberto R. Maturana

# Dominanz des Emotionalen

„Menschen sind lernende  
Tiere.“

Stephen Jay Gould



# Dominanz des Emotionalen

Alle menschlichen Handlungen sind ohne Ausnahme auf dem Emotionalen gegründet, weil sie in einem von einer Emotion spezifizierten Handlungsraum stattfinden.



**Es geht heute vor allem um die  
Inszenierung einer authentischen,  
begeisternden und emotional  
ansprechenden Kommunikation!!!**



**„Our path is innovation.“**  
Steve Jobs, Macworld New York 2001



**Communication  
follows Emotion!**

# Was ist Motivation?

# Was ist Motivation?

Grundlegende Antriebskräfte  
(Emotionen, Triebe)



# Was ist Motivation?

Grundlegende Antriebskräfte  
(Emotionen, Triebe)

+ Kognitive Zielorientierung



# Was ist Motivation?

Grundlegende Antriebskräfte  
(Emotionen, Triebe)

+ Kognitive Zielorientierung

= Motivation



# Das Problem der Motivation

Motivationen werden determiniert durch

Einstellungen,

Erwartungen,

Werte und Wertvorstellungen.

# Das Problem der Motivation

Motivation ist ein permanenter Prozess,  
der nicht mechanisch oder kausal bedingt ist!

# Motivation ist:

konstant,

unendlich,

fließend,

komplex strukturiert.

# Motivation ist:

konstant,  
unendlich,  
fließend,  
komplex strukturiert.

„Es ist für das menschliche Wesen während seines ganzen Lebens charakteristisch, dass es praktisch immerzu etwas begehrt.“

Abraham H. Maslow

Abraham H. Maslow

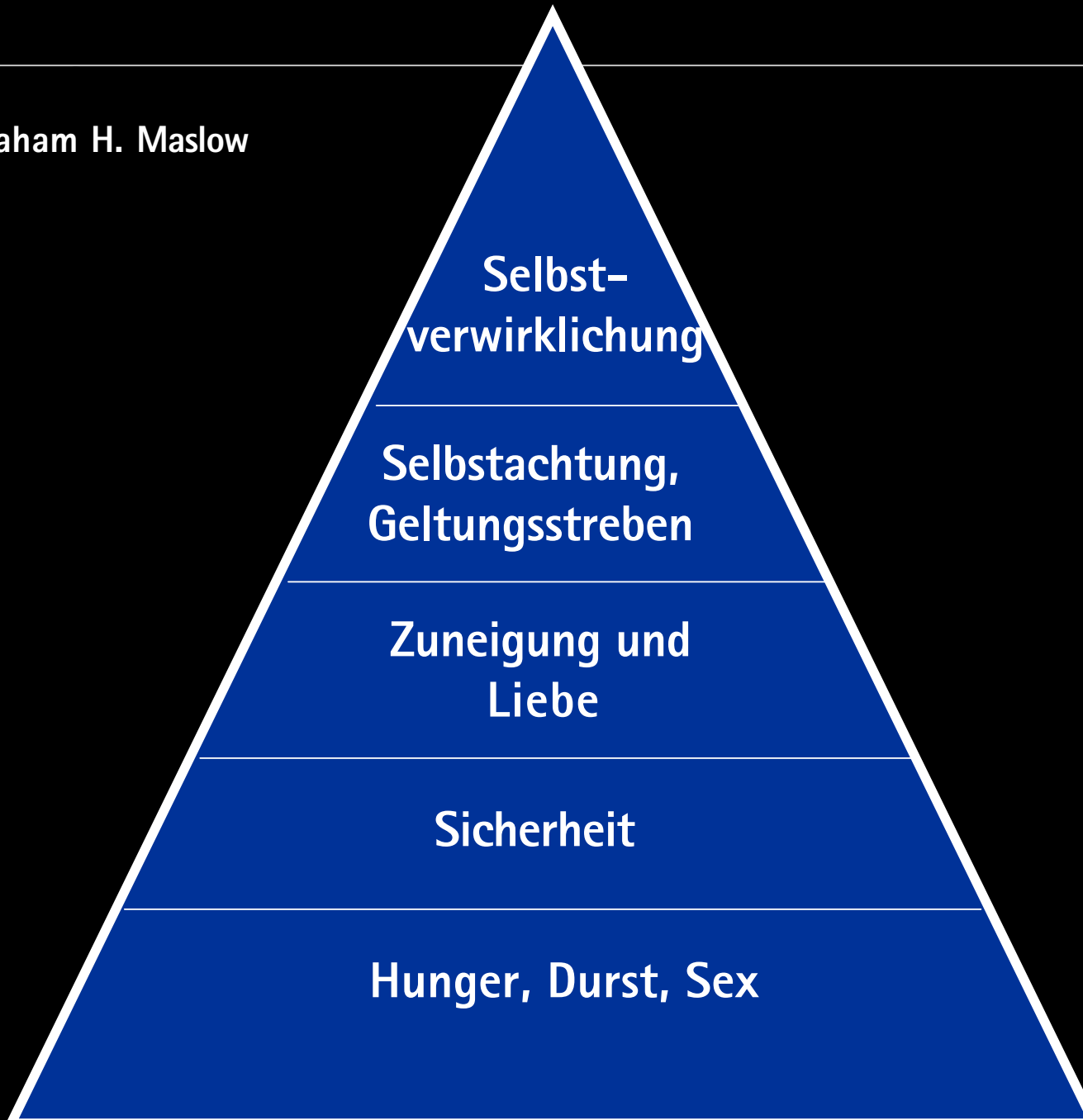
Selbst-  
verwirklichung

Selbstachtung,  
Geltungsstreben

Zuneigung und  
Liebe

Sicherheit

Hunger, Durst, Sex

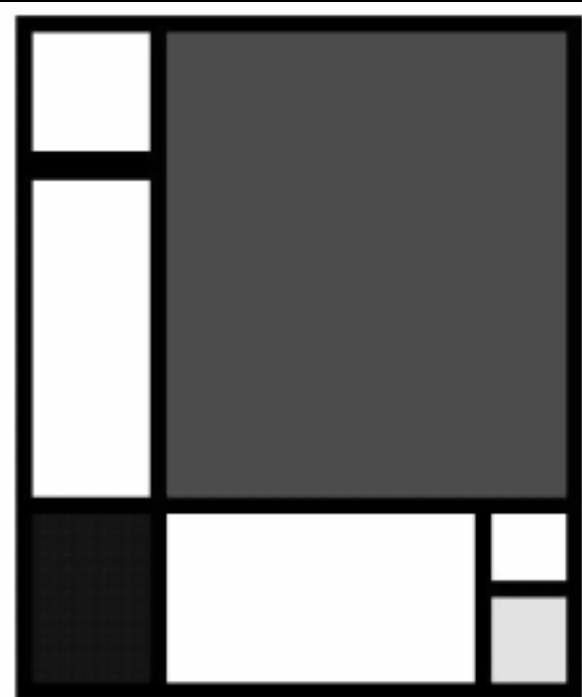


# Motivation und (ästhetische)Form

(Einige) Menschen entwickeln ein grundlegendes ästhetisches Bedürfnis. Sie werden durch Hässlichkeit krank und von schöner Umgebung geheilt.

**Schöne Formen schaffen ein positives Umfeld!**

Wenn diese Bilder Airlines symbolisieren würden, mit welcher würden Sie dann fliegen?





**Schöne Formen  
wirken motivierend!**

**Sie verfügen über  
eine emotionale  
Ansprachequalität**



# Form und Emotion

Emotionen sind dynamische, körperliche Dispositionen, die in jedem Moment das Handlungsfeld bestimmen, in dem wir uns bewegen.



# Form und Emotion

Emotionen sind dynamische, körperliche Dispositionen, die in jedem Moment das Handlungsfeld bestimmen, in dem wir uns bewegen.

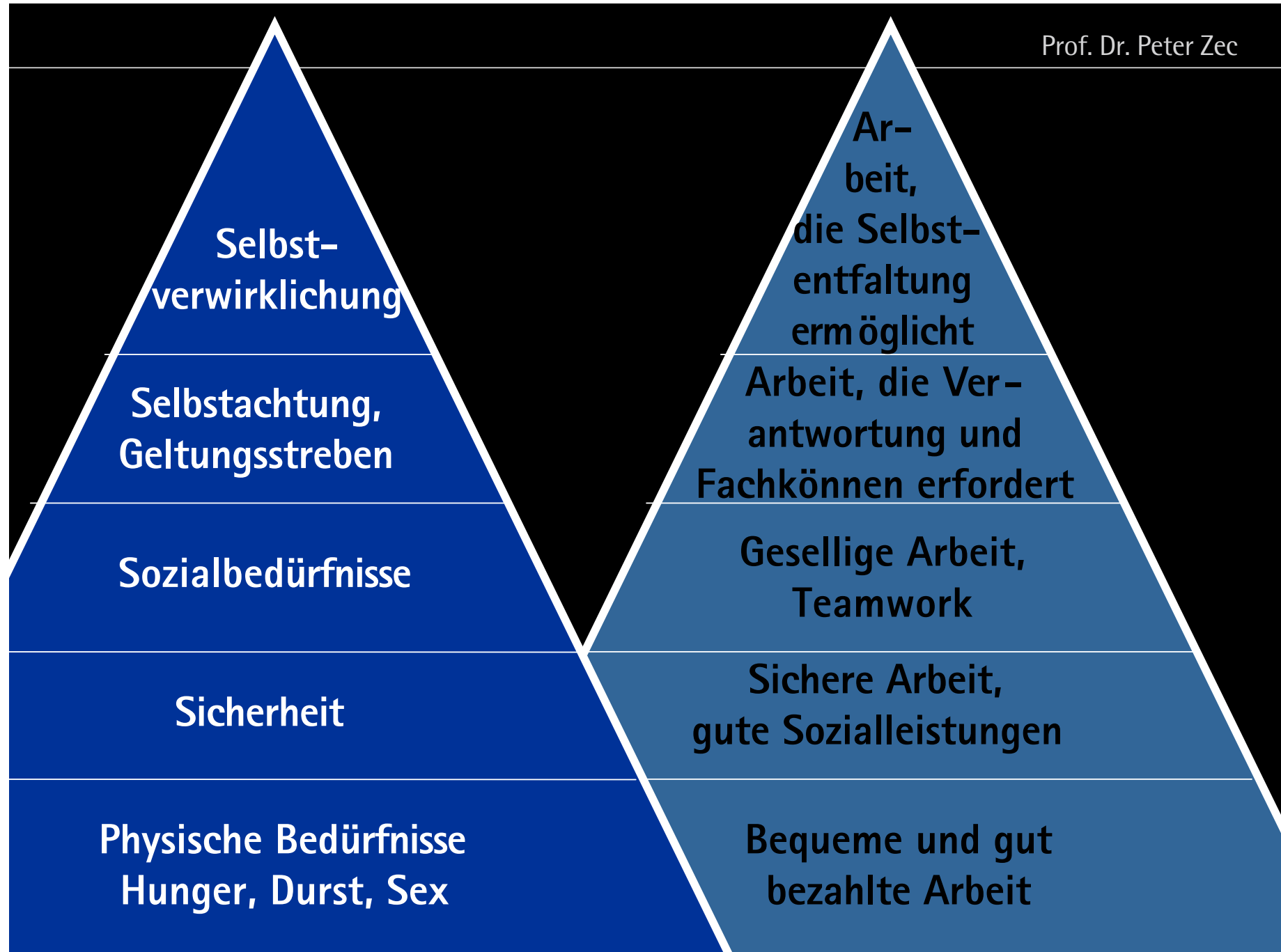
**Besondere Formen bewirken entsprechende Emotionen.**



# Die neue Form der (Büro-)Arbeit

Die Form der Konversation, die in einer Gesellschaft vorherrscht, findet ihr Pendant in der Form der Arbeit.

Wir arbeiten miteinander indem wir in einer spezifischen Form miteinander Umgehen.

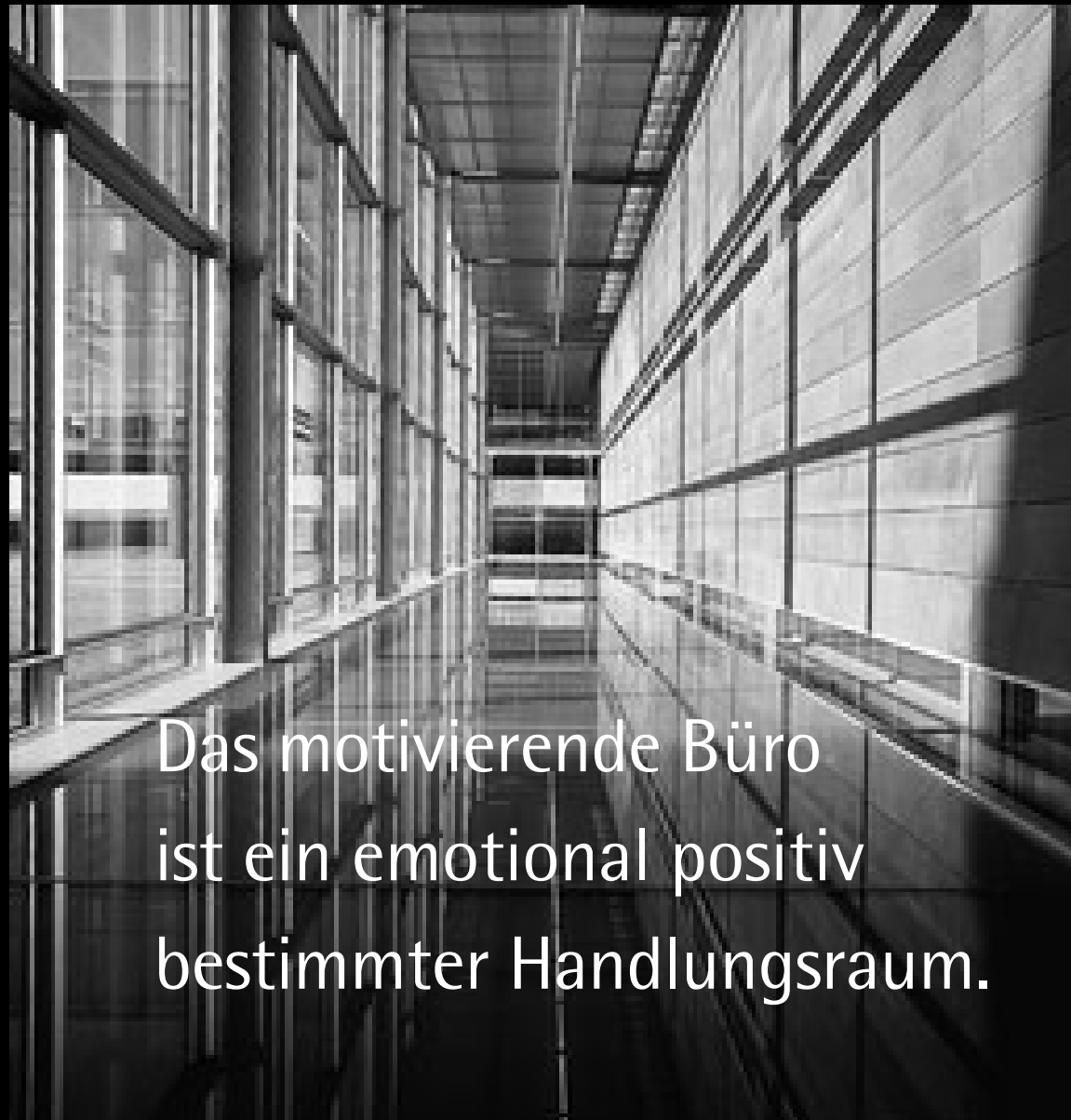


# Die neue Form der (Büro-)Arbeit ist gekennzeichnet durch

- Heterarchische Strukturen
- Transparenz und Vertrauen
- Flexibilität und Geschwindigkeit
- Virtualität und Realität
- Mobilität und Veränderung
- Kontinuierliches Lernen
- Organisation von Wissen

Das Büro ist ein von Emotionen  
bestimmter Handlungsraum.





Das motivierende Büro  
ist ein emotional positiv  
bestimmter Handlungsraum.

Die emotional positive Bestimmung  
des motivierenden Büros geschieht  
durch ein emotional ansprechendes  
Office Design.



Die emotional positive Bestimmung  
des motivierenden Büros geschieht  
durch ein emotional ansprechendes  
Office Design.

Die Formel dafür lautet:

**Design follows emotion!**

**Communication follows emotion**

**Communication follows emotion**

**Design follows emotion**

**Communication follows emotion**

**Design follows emotion**

**Motivation follows  
emotional Communication &  
emotional Design**

Vielen Dank  
für Ihre  
Aufmerksamkeit!



## Literatur zum Vortrag "Motivation durch Kommunikation und Design"

**Humberto R. Maturana; Francisco J. Varela:** Der Baum der Erkenntnis.  
Die biologischen Wurzeln des menschlichen Erkennens. Bern und München 1987

**Heinz von Foerster** und (Bernhard Pörsken): Die Wahrheit ist die Erfindung eines  
Logikers. Heidelberg 1998

**Heinz von Foerster:** Wissen und Gewissen. Frankfurt a. M. 1993

**Francisco J. Varela:** Kognitionswissenschaft — Kognitionstechnik. Frankfurt a. M.  
1990

**Niklas Luhmann:** Soziale Systeme. Frankfurt a. M. 1987

**George Spencer-Brown:** Gesetze der Form. L. Beck (Joh. Bohmeier Verlag) 1997.  
(Die Originalausgabe ist unter dem Titel "Laws of form" am 17. April 1969 in London  
erschienen.)