

Jonas Rehn-Groenendijk

## Interview mit Marc Hassenzahl

Dr. Marc Hassenzahl ist Professor für «Ubiquitous Design / Erlebnis und Interaktion» am Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Siegen. Als promovierter Psychologe verbindet er seinen erfahrungswissenschaftlichen Hintergrund mit der Leidenschaft für das Interaktionsdesign. Im Mittelpunkt steht dabei die Theorie und Praxis des Gestaltens freudvoller, bedeutungsvoller und transformativer Erlebnisse. Marc ist Autor von «Experience Design. Technology for all the right reasons» (Morgan & Claypool) und anderen Beiträgen an der Nahtstelle von Psychologie, Designforschung, Interaktions- und Industriedesign.

**Jonas Rehn-Groenendijk: Marc, du kommst ursprünglich aus der Psychologie und nutzt dieses Wissen vor allem im Bereich der Gestaltung interaktiver Produkte und Systeme. Dort hast du einen bedürfnisorientierten Gestaltungsansatz entwickelt, der mittlerweile häufig auch in der Praxis genutzt wird. Wenn du dein Verständnis auf den Innenraum überträgst, was bedeutet das für dich im Kontext von Innenarchitektur?**

Marc Hassenzahl: Meinen Ansatz auf Innenräume zu übertragen, fällt mir nicht schwer. Mir geht es ja zunächst um positive, das bedeutet freudvolle und/oder bedeutungsvolle Erlebnisse. Diese Erlebnisse sind häufig das Ergebnis alltäglicher Praktiken. Wir handeln, und wenn dabei eines oder mehrere unserer psychologischen Bedürfnisse nach Autonomie, Kompetenz, Verbundenheit, Stimulation, Popularität, Körperlichkeit oder Sicherheit befriedigt werden, dann empfinden wir das als bereichernd. Nehmen wir das Schlafzimmer. Es wäre aus einer Sicht positiver Erlebnisse vollkommen seltsam, das Schlafzimmer lediglich als Ort des Schlafens zu verstehen. Er ist eben auch ein Raum, in dem Verbundenheitserlebnisse «gemacht» werden, zum Beispiel beim Sex, aber auch wenn die Kinder sonntagsmorgens das Bett der Eltern stürmen. Körperlichkeit, im Sinne des gesunden Schlafes und der Entspannung, spielt natürlich auch eine Rolle. Aber auch das Gefühl von Sicherheit und Autonomie; geborgen zu sein und in Ruhe gelassen zu werden. Das Schlafzimmer ist also nicht nur ein Schlafzimmer, sondern ein sozialer Ort, ein gesunder Ort, eine Höhle, ein Freiraum. Das wird oft vergessen. Nur ein Beispiel: Für gesunden Schlaf empfiehlt sich eine Temperatur zwischen 16 und 19 Grad. Kühl im Schlafzimmer ist gesund. Die perfekte Raumtemperatur für Sex liegt aber zwischen 20 und 25 Grad. Tja!

**J. R.-G.: Welche konkreten Methoden zur bedürfnisorientierten Gestaltung wendest du in deiner Arbeit an? Und wie lassen diese sich auf die Innenarchitektur übertragen?**

M. H.: Am Anfang steht eine Analyse des Erlebnisraums. Welche positiven Erlebnisse gibt es bereits? Welche potenziellen neuen Erlebnisse könnte es geben? Ich denke hier gerne in Praktiken, also alltägliche, oft auch routinierte Aktivitäten. Eine Praktik besteht aus den Beziehungen dreier Elemente: Fertigkeiten/Know-how, Material und Bedeutung. Duschen ist beispielsweise eine Praktik. Sie kann der Hygiene, der Entspannung oder des Wachwerdens dienen. Diese Bedeutungen kann man wiederum Bedürfnissen zuordnen, in diesem Fall vielleicht der Körperlichkeit, der Sicherheit und der Stimulation. Die Bedeutung und die Art und Weise, wie geduscht wird, stehen im Zusammenhang. Ist ja offensichtlich: Eine Entspannungsdusche ist vielleicht lang und warm und begleitet durch gut riechende Shampoos; eine Stimulationsdusche ist vielleicht eher kurz und kalt. Welchen Ausschnitt des Alltags man für diese Art der Analyse wählt, hängt vom späteren Designbereich ab. In der Innenarchitektur geht es um Räume, aber vielleicht auch Möbel. Das kann im Privaten oder im Öffentlichen sein, bei Arbeit oder Spass und Spiel – da muss das spätere Interesse die Wahl des Ausschnittes leiten. Diesen sollte man weder zu eng noch zu weit wählen.

Wir sammeln also Praktiken und versuchen zu verstehen, welche Bedürfnisse diese befriedigen. Dabei helfen die von uns entwickelten Bedürfniskarten. Diese definieren ein überschaubares Set sich kaum überlappenden Bedürfnisse. Die Karten machen diesen doch sehr psychologischen Teil des Designprozesses besprech- und verhandelbar. Ein offensichtliches Problem ist nun, dass Gestaltung ja immer auch den Anspruch hat, etwas zu verbessern. Eine Analyse bestehender Praktiken ist da ein Anfang, aber oft entstehen lange Listen von «Problemen» und «Unbequemlichkeiten», die dann vom Design bearbeitet werden sollen. Ein solch problemzentrierter Ansatz bringt aus meiner Sicht nicht viel. Wir hatten beispielsweise mal ein Projekt zum Thema Zahnpflege. Massenhaft Probleme. Am Ende stand immer der Wunsch, sich möglichst nicht mit der Zahnpflege beschäftigen zu müssen. Da leiten dann die einen oder anderen den Bedarf nach einem Zahnpflege-roboter oder der perfekten Zahnpflegepille ab, je nachdem, ob sie Ingenieure oder Chemiker sind. Das hat nichts mit Bedürfnisorientierung zu tun. Wir nutzen hier einen anderen Ansatz: Wir suchen uns Menschen, die ganz glücklich und zufrieden sind mit ihren Praktiken, statt Menschen, die über ihre Probleme und vermeintliche Lösungen berichten

wollen. Wenn wir Menschen gefunden haben, die ihre Zahnpflege richtig geniessen, dann versuchen wir zu verstehen, welche spezifische Ausgestaltung der Praktik dazu führt. Was machen, denken, nutzen diese Personen anders als die anderen? So finden sich oft Ideen, wie etwas von dieser Bedürfnisbefriedigung in ein Design eingeschrieben werden kann. Bei der Anwendung von Zahnseide berichten Menschen, die das gerne machen, oft von dem Sauberkeitsgefühl, das entsteht, wenn sie etwas aus den Zahnzwischenräumen fummeln, beispielsweise etwas Zahnstein. Leider kann man das nicht gut sehen bei weisser Zahnseide. Sollte man sie vielleicht dunkel machen? Übrigens muss man nicht unbedingt immer jemanden finden, der etwas rundherum genießt. Oft langt auch, wenn man Personen eben nicht danach fragt, wann etwas problematisch ist, sondern wann es besonders glücklich macht. Wir haben das schon mit Gehörgeschädigten oder Radiolog:innen gemacht. Die Einsichten waren immer interessant und führten zu Ideen, die Bedürfnisse direkt ansprechen und das Potenzial für positive Erlebnisse haben.

Du siehst schon: Das alles kann man immer gleich machen, egal ob Zahnseide, Hörgerät oder Computertomograf. Natürlich müssen dann in einem zweiten Schritt die Erlebnisse durch die konkrete Gestaltung des Materials geformt werden, sodass sich Nutzer:innen auf eine bestimmte Art der Nutzung einlassen, die dann wiederum positive Erlebnisse wahrscheinlicher machen. Das ist klassische Designarbeit, würde ich sagen, für die es dann unter Umständen domainspezifische Methoden gibt oder geben könnte. Natürlich auch für die Innenarchitektur. Räume haben wir zwar noch nicht mit dem Bedürfnisansatz gestaltet, Möbel aber beispielsweise schon.

**J. R.-G.: Das klingt alles sehr nachvollziehbar und pragmatisch. Welche Herausforderungen sind mit einer solchen Bedürfnisorientierung verbunden?**

M. H.: Da gibt es eine ganze Reihe von Herausforderungen. Ich will auf zwei näher eingehen. Ganz praktisch gesehen, ist zwischen einem Bedürfnis und der konkreten Gestaltung von Technologie oder Räumen zur Bedürfnisbefriedigung eine wirklich grosse Lücke zu überwinden. Nehmen wir mal das Bedürfnis nach Verbundenheit und Nähe und die Frage, wie man das mithilfe von Technik über die Distanz vermitteln könnte. Die Bedürfnisorientierung hilft hier zunächst die richtige Frage zu stellen: Es geht eben nicht um «Kommunikation» oder «Videostreams», sondern um das Erzeugen erfüllender Verbundenheitserlebnisse. Die Bedürfnisorientierung ermöglicht es, ein solches, sicher auch schwer zu greifendes Gefühl zu beschreiben. Denn wir alle wissen so ungefähr, wie sich Nähe oder Einsamkeit anfühlen, wann wir sie erleben und was wir dafür oder dagegen tun könnten. Dann ist aber auch schon Schluss. Denn um nun eine Technologie zu gestalten, die Nähe vermittelt, müssen wir wissen, zwischen wem: Liebespaaren, Grosseltern und Enkel:innen

oder Freund:innen? Wo: zuhause, auf der Arbeit oder mobil? Welche Technik: ein Alltagsgegenstand, ein Smartphone oder ein Computer? Wie: beiläufig oder explizit; verbal oder nonverbal; synchron oder asynchron? So ergeben sich sehr viele Möglichkeiten, und leider sind nicht alle Kombinationen auch sinnvoll. Wir haben hier über die Jahre einen Prozess entwickelt, der dabei hilft, den Überblick zu behalten. Wir wissen, wie wir den Gestaltungsraum eingrenzen, wie wir nach erfüllenden Praktiken suchen und diese als Inspiration für Funktionalität und Interaktion der eigentlichen Technik verwenden. Wir kontextualisieren sozusagen das Bedürfnis. Allerdings ist das ein komplexer Gestaltungsprozess. Bedürfnisorientierung an sich ist ein guter Anfang, ein gutes Mindset, garantiert aber kein befriedigendes Produkt.

Eine zweite Herausforderung ist die hohe Menschzentrierung des bedürfnisorientierten Ansatzes. Das klingt erst einmal paradox: Ist es nicht gut, den Menschen endlich mal in den Mittelpunkt zu stellen? Das ist sicher richtig, aber ein bedürfnisorientierter Ansatz ist eben sehr individualistisch. Er fragt, wie ein Mensch positive Erlebnisse haben kann. Manchmal sind da zwar noch andere Menschen im Spiel, wie beispielsweise bei der Verbundenheit, aber letztendlich geht es um jede Einzelne und jeden Einzelnen. Leider funktioniert die Welt nicht so. Meine positiven Erlebnisse nerven dich oder gefährden dich vielleicht sogar. Oder sie gehen auf Kosten eines Gemeinschaftsgefühls. Oder meine positiven Erlebnisse verbrauchen vielleicht viele Ressourcen oder beeinträchtigen Tiere und Pflanzen. Mit anderen Worten: Die Bedürfnisbefriedigung ist in der reinen Form nicht besonders «relational» gedacht, sondern stark individualistisch. Es gibt kein explizites Element, das die Frage stellen würde, wie sich das Erlebnis der oder des einen zu den Erlebnissen aller anderen Menschen und Nicht-Menschen verhält. Das ist ein Schwachpunkt, kann aber und muss sogar bedacht werden, ist aber nicht unbedingt ein essenzieller Teil von gängigen Ansätzen zur wohlbefindensorientierten Gestaltung.

**J. R.-G.: Gilt das denn für Innenarchitektur und die Gestaltung von Räumen? Letzten Endes erscheint mir Raum als statischer und überdauernder, d.h. weniger interaktiv als Technologie.**

M. H.: Ich glaube, da unterschätzt du Räume. Auch wenn sich ein Raum nicht permanent verändert, spricht oder blinkt, ist er eben doch unzertrennlich mit Alltagspraktiken verbunden. Er bietet diesem Alltag eben nicht nur Raum im Sinne einer Infrastruktur, sondern Räume machen Alltag. Überlege nur kurz, was man alles nicht machen kann, wenn sich der Innenarchitekt oder die Innenarchitektin dafür entscheidet, Stuhlreihen auf den Boden zu schrauben, statt – sagen wir – ein Atrium mit Sitzkissen zu gestalten, auf dessen Stufen ich auch liegen oder stehen kann. Räume sind politisch. Ein Vorlesungssaal ist nicht nur ein

Raum. Er reproduziert Vorstellungen und Ansprüche. Es müssen viele kommen, man muss mitschreiben (daher der Tisch) und eher zuhören als mitmachen. Unser Hörsaalzentrum sieht selbstverständlich Mikrofone für die Professor:innen vor, aber keine für die Studierenden. Fragen unerwünscht? Also gerade weil Räume oft unflexibel und überdauernd sind, muss man genau überlegen, was der Raum nahelegt – welche Politik er verfolgt. Das wird meiner Meinung nach zu wenig gemacht. Man setzt dann im Raumprogramm lediglich die Vorstellungen der Auftraggeber:innen um, statt die Nutzungsvorstellungen und die damit verbundenen Nutzungspraktiken und -erlebnisse kritisch zu hinterfragen. Vielleicht auch weil Methoden fehlen. Der Bedürfnisansatz kann hier zum Nachdenken anregen.

**J. R.-G.: Abschliessend noch eine Frage, die gleichermassen für die Innenarchitektur und das Interaction Design von Bedeutung ist. Nämlich: Wie lässt sich der mögliche Konflikt zwischen den eigenen ästhetischen Ansprüchen und den ermittelten Bedürfnissen der späteren Nutzer:innen lösen und was bedeutet das ggf. für die Zukunft der Gestaltung?**

M. H.: Das ist ein schwieriges Thema. Autorendesigner:innen und -architekt:innen können unglaublich anstrengend sein und mit ihren Ideen schwer danebenliegen. Ein demokratisiertes Design hingegen ist eben schon per Definition irgendwie durchschnittlich und dadurch auch schnell banal. Am Ende des Tages müssen aus meiner Sicht Gestalter:innen die Verantwortung für ihre Gestaltung übernehmen. Weder sind Gestalter:innen also Zuhörer:innen, die dann einfach umsetzen, was man ihnen erzählt, noch sind sie Erklärer:innen, die missionarisch ihre Vision durchziehen. Gutes Design ist also wie ein gutes Gespräch: ein gemeinsames Erarbeiten eines Themas und nicht nur ein blosser Austausch von Positionen. Dazu gehört, dass man als Gestalter:in versucht, die andere Person zu verstehen. Man muss aber eben auch zu seinen eigenen Werten stehen und diese verargumentieren. Gestaltung ist ja keine Wissenschaft, bei der es Wahrheit und Unwahrheit gibt. Ein offengelegter, moralisch-ästhetischer Gestaltungskompass ist dabei wichtig. Um es mal an einem konkreten Beispiel zu illustrieren: Die Mathildenhöhe, eine Jugendstil-Künstlerkolonie in Darmstadt, der Stadt, in der ich lebe, ist seit dem 24. Juli 2021 UNESCO-Welterbe. Sie wurde 1899 von Grossherzog Ernst Ludwig Karl Albrecht Wilhelm von Hessen und bei Rhein gegründet und war natürlich ein unglaublich progressives Statement damals, gerade auch im Sinne der Alltagsästhetik. Peter Behrens, einer der Gründungskünstler, hat beispielsweise ganz nebenbei das Industriedesign erfunden. Nun brauchen Welterbe offensichtlich ein Besucher:innenzentrum. Die Architekt:innen schlagen nun einen Kubus aus Glas und sandsteinfarbenem Beton vor, und zwar am Osthang der Mathildenhöhe, einem Ort, an dem mithilfe temporärer Architektur aus Holz bereits seit einiger Zeit ein

alternativer Kulturort entstanden ist, ganz im Sinne der ursprünglichen Mathildenhöhe. Die Architekt:innen schlagen Standardbesucher:innenzentrumssarchitektur vor, für den ein Ort einen aus meiner Sicht ganz anderen Geist verströmen müsste. Wettbewerbe wurden durchgeführt, und die Menschen in den entsprechenden Komitees finden das alles sehr angemessen. Ich hingegen finde das schmerzhaft banal und falsch. Und natürlich habe ich recht: Ein Beton-Glas-Kubus ist ein Affront an diesem Platz. Und selbstverständlich haben auch die Architekt:innen recht, bei denen eben ein Besucher:innenzentrum bestellt wurde. Das sind Werte- und Zielunterschiede. Offensichtlich sind die Architekt:innen mächtiger als ich. Und nun ist eben die Hoffnung, dass Gestalter:innen in dieser Position beginnen, ihre Macht positiv zu nutzen. Eben die Verantwortung spüren und auch durch Gestaltung füllen. Und dann jemand sagt: Ernsthaft, standard-modernistische Architektur, nach deren Blaupause mittlerweile jedes zweite Design-Eigenheim im Speckgürtel Darmstadts gebaut wird, ist einer Mathildenhöhe nicht angemessen. Oder eben nicht.