

**ESSEN & KOMMUNIKATION
MIT IFI**

ESSEN & KOMMUNIKATION

ERIKA WAGENLEITNER | MA THESIS | MIAR WS 19/20

PROF. DIPLO.-DES. TIM BRAUNS | PROF'IN DIPLO.-ING. IRIS BAUM



| VERZEICHNIS

FOLIE 03-07

inhalt der masterthesis

FOLIE 08-17

kreativitätsmethode

FOLIE 18-29

produkt details

FOLIE 30-32

material

FOLIE 33-35

zonierung

FOLIE 36-42

tischmodule

FOLIE 43-54

storytelling

FOLIE 55-59

konzepttext





INHALT DER MASTERTHESIS

| INHALT DER MASTERTHESIS



EIN PRODUKT ZU ENTWICKELN, DAS MENSCHEN ZUSAMMENFÜHRT & KREATIVE KOMMUNIKATION FÖRDERT!

ES SOLL:

- einen Mehrwert in die Welt der Kreativen bringen
- ein Setting bieten, das kreative Köpfe dazu einlädt an einen Tisch zu kommen
- helfen, sich vom Berufsalltag zu lösen, Spaß zu haben und Ideen freien Lauf zu lassen
- den Fokus der Ideenfindung für eine gewisse Zeit verschieben - Ablenkung durch essen!
- die Möglichkeit bieten, an unterschiedlichen Orten über das gemeinsame Essen kreativ zu werden
- für diejenigen von großem Nutzen sein, die kontinuierlich auf der Suche nach neuen innovativen Ideen sind
- dazu einladen sich von vorgegebenen Strukturen zu lösen und sich neuen kreativen Prozessen zu öffnen

I HINFÜHRUNG

!

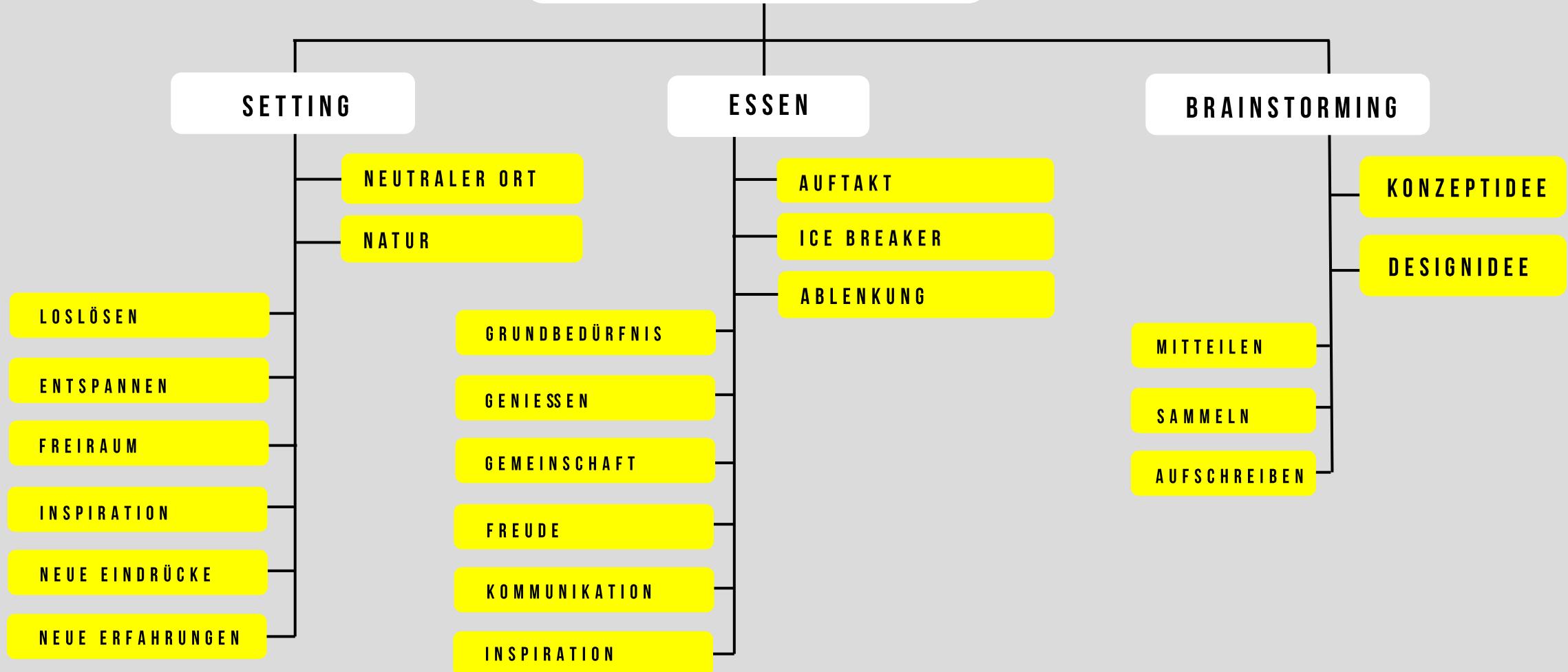
Aus der Schwierigkeit heraus, einen guten konzeptionellen Zugang zum Thema meiner Thesis zu finden, entwickelte sich schlussendlich die Lösung:

EINE GUTE IDEE!



| KONZEPT

IDEENFINDER



| ERFOLGSFORMEL

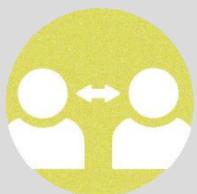
ZUR IDEENFINDUNG



+



+



=



SETTING

+

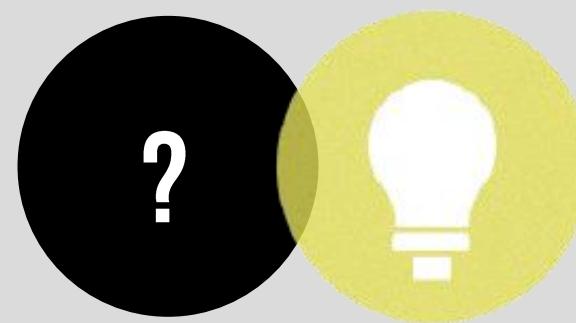
ESSEN

+

BRAINSTORMING

=

IDEENFINDER / IFI



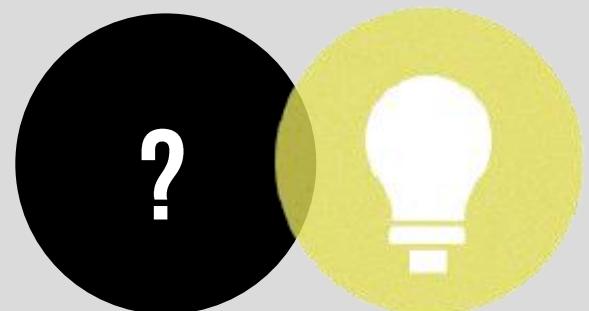
K R E A T I V I T Ä T S M E T H O D E

| WARUM INTEGRIERE ICH EINE METHODE ZUR IDEENFINDUNG?

"DER BESTE WEG, GUTE IDEEN ZU ERHALTEN, Besteht darin, möglichst viele Ideen zu entwickeln"

- LINUS PAULING

- Der Prozess der Ideenfindung soll Gestalter, Creative Directors und all diejenigen unterstützen, die auf der Suche nach neuen Ideen sind.
- Sowohl in der Welt der Gestalter, als auch in Unternehmen sind gute Ideen der Schlüssel zum Erfolg. Wer an der Spitze bleiben will, braucht entsprechend kontinuierlich neue Ideen.
- Um dies zu ermöglichen braucht es **Kreativitätstechniken**, die dabei helfen, Einfälle zu sammeln, Ideen zu wecken und Kreativität zu fördern.

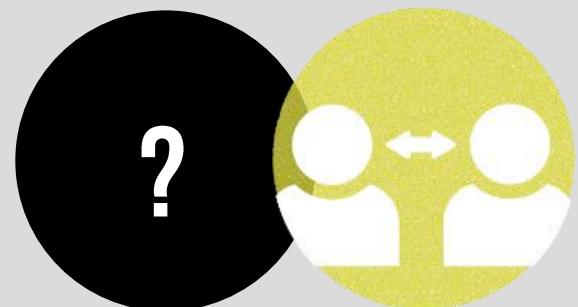


| WELCHE METHODE DER IDEENFINDUNG WENDE ICH AN?

- die Brainstorming Methode
- bei Kreativitätstechniken gilt generell das Prinzip – **Die Menge macht's!**
- das Brainstorming soll den Nutzern helfen, ihr Ziel zu erreichen

WAS IST BRAINSTORMING?

- es ist eine von Alex F. Osborn (1939) entwickelte **Methode** zur **Ideenfindung**
- zu einer Problemstellung wird durch spontane Ideenäußerung eine große Anzahl an Ideen gesammelt
- die Teilnehmer können durch ihre Beiträge zu neuen Ideenkombinationen anregen
- es werden insgesamt mehr Ergebnisse produziert



| WIE IST DER ABLAUF DER METHODE?

VOR DEM BRAINSTORMING:

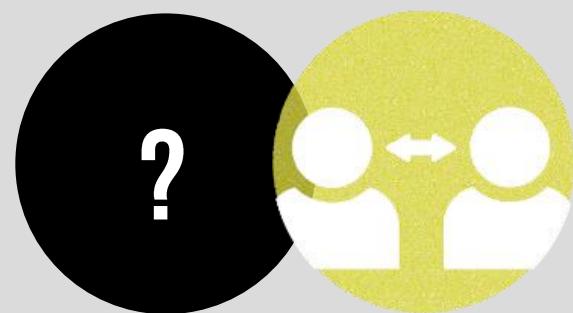
- es muss ein Moderator bestimmt werden
- die Problemanalyse sollte dem Meeting vorausgehen und ggf. als Frage formuliert werden

WÄHREND DES BRAINSTORMINGS:

- die Fragestellung wird allen Teilnehmer offen gelegt
- die Regeln werden bekannt gegeben
- alle Vorschläge werden sichtbar auf der Unterlage notiert

NACH DEM BRAINSTORMING:

- die Unterlage wird als „Riesen Leinwand“ an einen dafür vorgesehenen Ort im Büro platziert
- alle gesammelten Ideen auf der Unterlage werden zusammengefasst
- diese werden dann an die Teilnehmer der Sitzung und ggf. an weitere Spezialisten verteilt
- Ideen können ergänzt und optimiert werden



REGELN

MASSE STATT KLASSE

- Quantität geht vor Qualität
- jede Idee ist erwünscht, egal wie absurd sie ist
- es heißt erstmal: sammeln, sammeln, sammeln...

ALLE IDEEN SIND WILLKOMMEN

- jeder achtet darauf, dass Ideen ohne Kommentare oder Bewertung aufgenommen werden

IDEEN GEHÖREN ALLEN

- kein Urheberrecht
- bereits geäußerte Ideen dürfen und sollen im Team weiterentwickelt werden

HAUPTSACHE SPONTAN

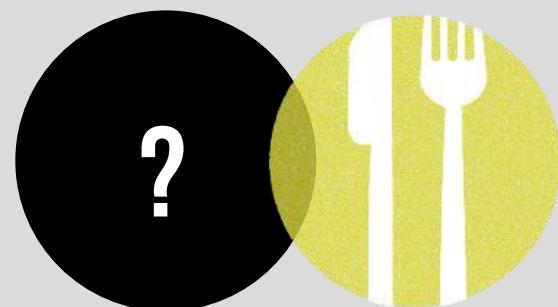
- in jeder Phase darf jede noch so unausgereifte Idee vorgeschlagen werden
- Spontaneität geht vor Präzision
- einfach loslegen...



| WIE WENDE ICH DIE METHODE DER IDEENFINDUNG AN?

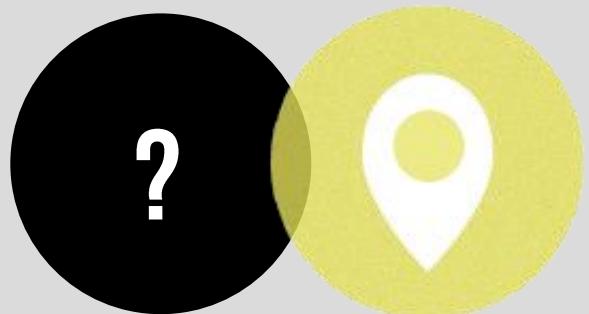


- Ich beginne mit einem **gemeinsamen Essen**, das zur **Ablenkung** dient.
- Der Fokus wird auf das Essen verschoben und automatisch entsteht Platz für neue Ideen
 - Loslassen erzeugt oft die besten Ideen.
- Alle gesammelten Ideen werden auf der Tisch-, und Sitzunterlage, die zugleich auch Schreibunterlage ist, festgehalten.
- Auf der Unterlage, die als „Riesen Leinwand“ fungiert, entstehen Ideen und Gedanken in Form von Sätzen und Bildern.



| WO WENDE ICH DIE METHODE DER IDEENFINDUNG AN?

- An jeden beliebigen, neutralen Ort.
- Neutrale Umgebungen laden dazu ein, neue Eindrücke und Erfahrungen auf sich wirken zu lassen, inspiriert zu werden, dort zu verweilen und zu entspannen.
- Durch das Verlassen gewohnter Strukturen und das Erleben neuer Eindrücke wird die Möglichkeit geschaffen, kreative Gedankenwelten zu aktivieren.



| IDEE

- **ABLENKUNG**

den fokus für einen gewissen zeitpunkt
auf das essen zu verschieben!



| ZIEL = IDEE

Durch die Bündelung der drei Elemente:

SETTING + ESSEN + BRAINSTORMING = IDEENFINDER / IFI

sollte das entwickelte Produkt die Möglichkeit schaffen,
Kreativität zu fördern, nicht zu garantieren.



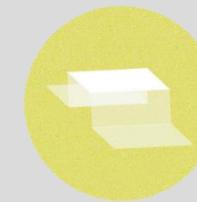
+



+



=



| WIE SETZE ICH DEN PROZESS DER IDEENFINDUNG IN DIE PRAXIS UM?

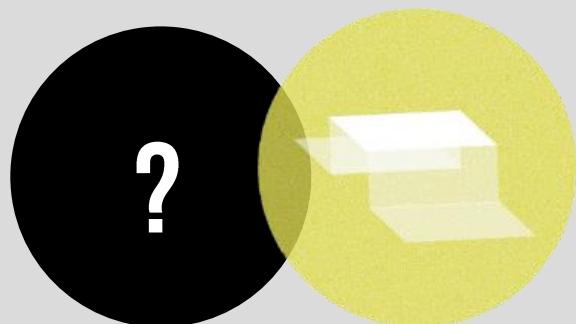
- mit dem Produkt IFI (Ideenfinder).

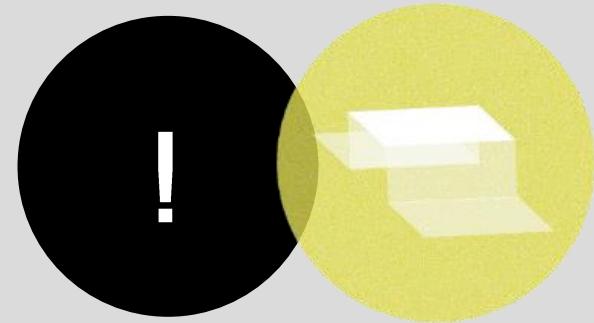
IFI'S EIGENSCHAFTEN:

- handlich
- leicht
- portabel
- an diversen Orten aufstellbar
- bietet an beiden Seiten Platz für 2-6 Personen

IFI'S AUSSTATTUNG:

- ein Rucksack mit zweckmäßigen Stauraum
- Teller, Becher, Besteck, Servietten
- eine LED Outdoorleuchte
- eine Unterlage (beschreibbares Textilpapier)
- drei leichte Tischmodule





P R O D U K T D E T A I L S

| DETAIL IFI

RUCKSACK / VORNE

- RUCKSACK: EINGEROLLT

h: 670 mm / b: 450 mm / t: 310 mm

- RUCKSACK: AUSGEROLLT

h: 980 mm / b: 450 mm / t: 310 mm

- MATERIAL: BAUMWOLLE

gewicht: 7 kg



| DETAIL IFI

RUCKSACK / HINTEN

- RUCKSACK: EINGEROLLT

h: 670 mm / b: 450 mm / t: 310 mm

- RUCKSACK: AUSGEROLLT

h: 980 mm / b: 450 mm / t: 310 mm

- MATERIAL: BAUMWOLLE

gewicht: 7 kg



| DETAIL IFI RUCKSACK

• IFI

360°



| DETAIL IFI

RUCKSACK / VERSCHLUSS

- **VERSCHLUSS: 4 X SCHLAUFEN**

Länge: 940 mm

- **VERSCHLUSS: 2 X REISSVERSCHLUSS**

Länge: 910 mm



| DETAIL IFI

RUCKSACK / GEÖFFNET

• RUCKSACK: INNENRAUM

zweckmäßige fächer



| DETAIL IFI

RUCKSACK / INHALT

- 1X SITZ-, TISCH- & SCHREIBUNTERLAGE

b: 1950 mm / t: 2400 mm



- 1X BLOMUS LED OUTDOORLEUCHTE

h: 150 mm / Ø: 90 mm

- 6X TELLER: BAMBUS

h: 35 mm / Ø: 195 mm

- 6X BECHER: BAMBUS

h: 95 mm / Ø: 68 mm

- 6X SERVIETTE: BAUMWOLLE

6x messer / 6x gabel / 6x löffel

6x aquastift / 6x bleistift

| DETAIL SERVIETTE

- AUQASTIFT

h: 150 mm

- BLEISTISTIFT

h: 180 mm

- MESSER: BAMBUS

h: 190 mm

- GABEL: BAMBUS

h: 200 mm

- SERVIETTE: BAUMWOLLE

h: 300 mm / b: 200 mm



| DETAIL IFI

TEXTILPAPIER

- **TEXTILPAPIER: UNTERLAGE**

schreibunterlage / sitzunterlage /
tischdecke

- **TEXTILPAPIER: UNTERLAGE**

beschreibbar / waschbar /
wiederverwendbar



| DETAIL IFI

TEXTILPAPIER

• TEXTILPAPIER: UNTERLAGE

sie hält wichtige notizen aber
auch spuren eines schönen
gemeinsamen essens fest.

somit wird sie zum begleiter
toller neuer erfahrungen und
vieler guter ideen.



| DETAIL IFI AUSPACKEN

• IFI

auspacken



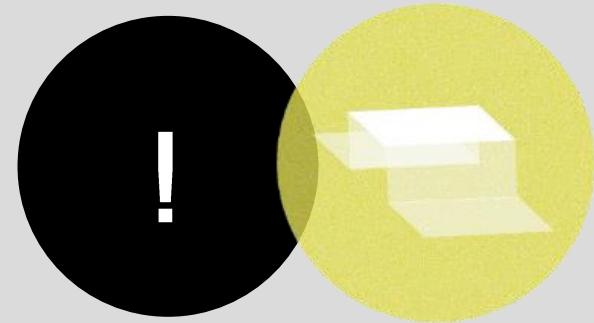
| DETAIL

HOLZVERBINDUNG

- MODULRAHMEN

schlitz - und zapfenverbindung





MATERIAL

| MATERIAL

SITZ-TISCH- & SCHREIBUNTERLAGE/ GESCHIRR / SERVIETTE / MODULE

- **GESCHIRR: BAMBUS**

teller / becher / besteck

- **BLOMUS LED OUTDOORLEUCHTE: KUNSTSTOFF**

h: 150 mm / Ø: 90 mm

- **UNTERLAGE: SNAP PAP**

b: 1950 mm / t: 2400 mm

- **MODULE**

rahmen: zierbelkiefer 14 mm / 27 mm

platte: pappelsperrholz 7 mm



| MATERIAL

SITZ-TISCH- & SCHREIBUNTERLAGE

SNAP PAP/ WASHABLE PAPER/
WASCHBARES TEXTITPAPIER

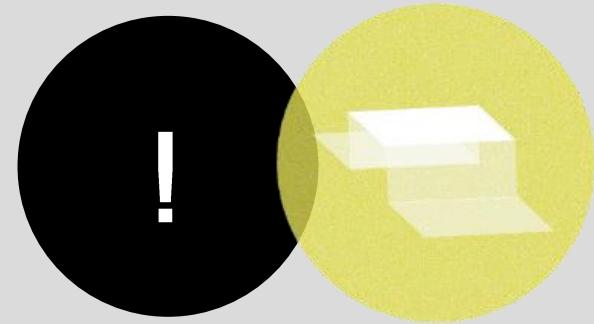
- waschbar bei 60°
- zellulose und latex
- 100% vegan
- reißfest
- abriebfest
- keine fusseln
- lässt sich: nähen, beplotten, bekleben, bedrucken, bemalen, bestempeln, prägen usw.
- mit wasserlöslichen farben/stiften beschreibbar
- nach dem waschen wieder einsetzbar
- 100 % made in germany

VOR DEM
WASCHEN

EDDING | EDDING | EDDING
PANTONE MARKER | PANTONE MARKER |
KUGELSCHREIBER | KUGELSCHREIBER | KUGELSCHREIBER
BLEISTIFT | BLEISTIFT | BLEISTIFT | BLEISTIFT
FINELINER | FINELINER | FINELINER | FINELINER
KREIDE | KREIDE | KREIDE
TAFELSCHREIBER | TAFELSCHREIBER
BUNTSTIFT | BUNTSTIFT | BUNTSTIFT | BUNTSTIFT
TEXTMARKER | TEXT MARKER |
GLAS MARKER | GLASMARKER | GLASMARKER
FELLSTIFT | AQUARELLSTIFT

NACH DEM
WASCHEN

EDDING | EDDING | EDDING
PANTONE MARKER | PANTONE MARKER |
KUGELSCHREIBER | KUGELSCHREIBER | KUGELSCHREIBER
TAFELSCHREIBER | TAFELSCHREIBER
BUNTSTIFT | BUNTSTIFT | BUNTSTIFT | BUNTSTIFT
GLAS MARKER | GLASMARKER | GLASMARKER



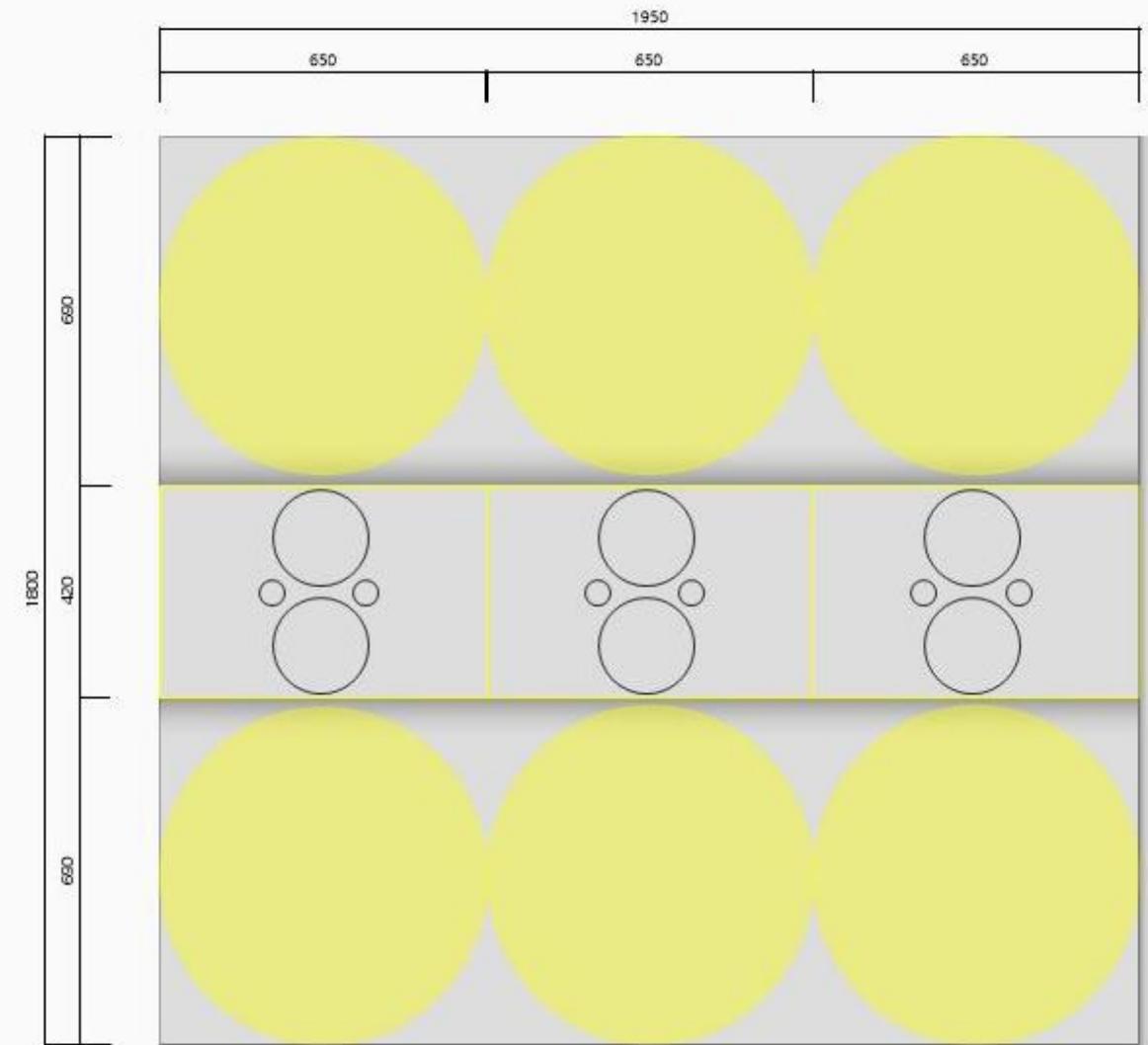
ZONIERUNG

ZONIERUNG

SITZ-TISCH- & SCHREIBUNTERLAGE

- ZONIERUNG

sitz-, und tischfläche



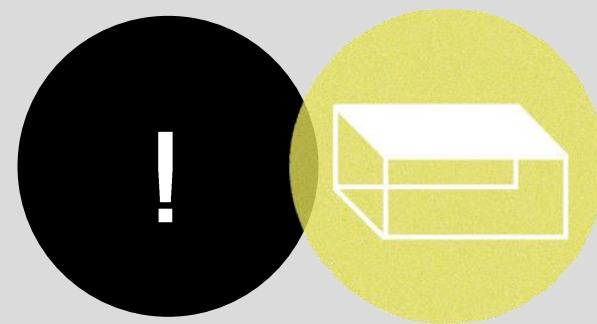
| ZONIERUNG

SITZ-TISCH- & SCHREIBUNTERLAGE



• ZONIERUNG

sechs personen



TISCHMODUL

| TISCHMODUL

- PLATTE: PAPPELSPERRHOLZ

stärke: 7 mm

- RAHMEN: ZIRBELKIEFER

stärke: 14 mm / 27 mm



| TISCHMODUL

• AUSGEZOGEN

l: 1900 mm / b: 420 mm / h: 300 mm



| TISCHMODULE

- **MODUL 1**

l: 650 mm / b: 420 mm / h: 300 mm

- **MODUL 2**

l: 643 mm / b: 382 mm / h: 292 mm

- **MODUL 3**

l: 636 mm / b: 344 mm / h: 284 mm



| TISCHMODUL 1

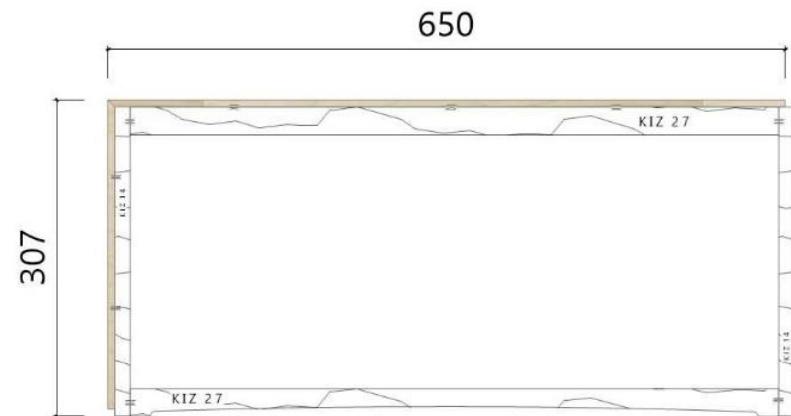
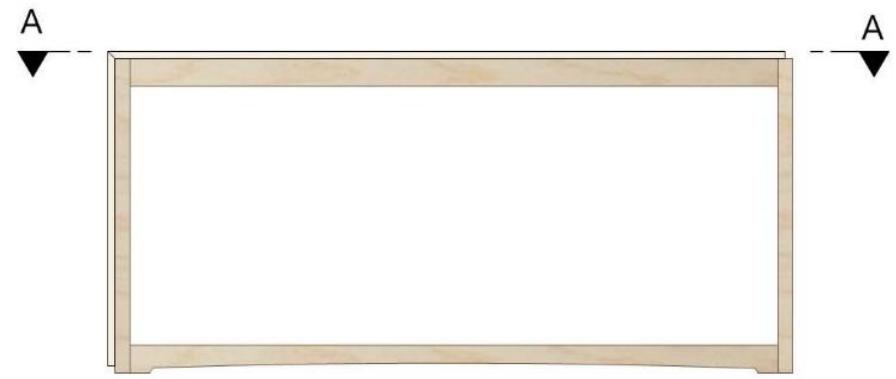
KONSTRUKTIONSZEICHNUNG

- **MODUL 1**

seitenansicht

- **MODUL 1**

schnitt A / A'



| TISCHMODUL 1

KONSTRUKTIONSZEICHNUNG

- MODUL 1

vorderansicht

- MODUL 1

schnitt B / B'



| TISCHMODUL 1

KONSTRUKTIONSZEICHNUNG

- MODUL 1

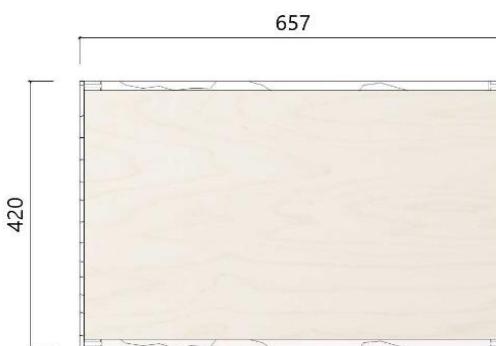
draufsicht

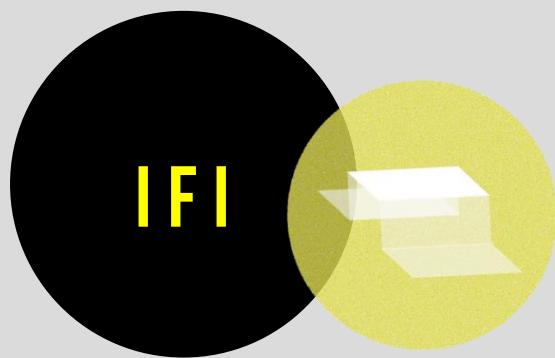
- MODUL 1

tischplatte

- MODUL 1

schnitt C / C'





STORYTELLING

| STORYTELLING

- DANIEL / 29 JAHRE

creative director / studio W / osnabrück

- AUFTRAGGEBER: ROISDORFER MINERALQUELLEN GMBH

neues flaschendesign / limonade / kicos



DER AUFTRAG

- AUFTAGGEBER: ROISDORFER MINERALQUELLEN GMBH

aktuelles flaschendesign / limonade / kicos



- AUFTAGGEBER: ROISDORFER MINERALQUELLEN GMBH

neues flaschendesign / limonade / kicos



| STORYTELLING

- SIMONE / 30 JAHRE

produkt designerin / studio W / osnabrück

- VORSCHLAG: BRAINSTORMING MIT IFI

daniel ist begeistert



| STORYTELLING

- DANIEL KONTAKTIERT DAS TEAM

location / zeitpunkt / essen & getränke



| LOS GEHT'S



• IFI

los geht's

| STORYTELLING

- AUFBAU: IFI

kommunikation / teamwork / essen & getränke /

teilen / zugehörigkeit



| STORYTELLING

- BRAINSTORMING

fragestellung wird erläutert /

regeln werden bekannt gegeben



| STORYTELLING

• BRAINSTORMING

alle vorschläge werden sichtbar notiert



| STORYTELLING

• ESSEN & BRAINSTORMING

genuss / freude / kreativität / ideen /



| STORYTELLING

- **ESSEN & BRAINSTORMING**

entspannung / gemeinschaft / kommunikation



| STORYTELLING

- VARIANTE 1

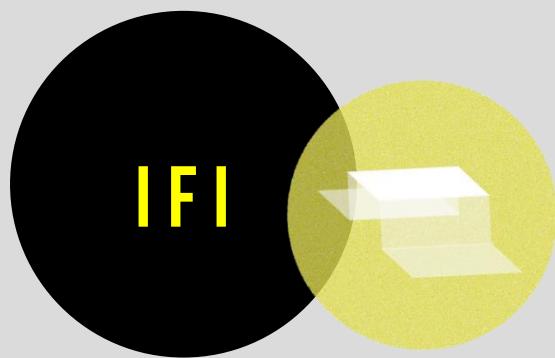
zusammenfassen / abhängen & waschen

- VARIANTE 2

inspirationsquelle / hängen lassen /

abhängen & waschen





KONZEPTTEXT

| KONZEPT

"DER BESTE WEG, GUTE IDEEN ZU ERHALTEN, Besteht darin, möglichst viele Ideen zu entwickeln"-LINUS PAULING



In der Welt der Gestalter sind gute Ideen der Schlüssel zum Erfolg. Aus eigener Erfahrung kann ich jedoch bestätigen, dass eine gute Idee nur selten dann erscheint, wenn man sie am dringendsten braucht. Besonders für Unternehmen sind gute Ideen aber von großer Bedeutung. Wer in diesem Bereich beruflich tätig ist und erfolgreich an der Spitze bleiben will, muss kontinuierlich neue Ideen generieren.

Unterstützende Ansätze für den Prozess der Ideenfindung sind vielfältig. Beispielsweise können Kreativitätstechniken dabei helfen, Einfälle zu bündeln, Ideen zu wecken und Kreativität zu fördern. Bei Kreativitätstechniken gilt generell das Prinzip – Die Menge macht's!

Doch welche der Techniken hat sich in der Welt der Ideensuchenden am meisten bewährt? Diese Frage ist schwer zu beantworten. So unterschiedlich wie die Techniken sind, so unterschiedlich sind auch die Nutzer, die sie anwenden. Zudem führt manchmal auch die Mischung oder Abwechslung zwischen den Methoden zum Ziel. Im Rahmen meiner Thesis und für die Nutzung des hierin gestalteten Produktes habe ich mich für eine sehr gängige Kreativitätsmethode entschieden, das Brainstorming.

Für gewöhnlich werden Meetings zur Entwicklung oder Sammlung von Ideen in Büros oder ähnlichen Räumlichkeiten abgehalten. Innerhalb dieser Meetings wird teilweise auf Knopfdruck kreatives Arbeiten verlangt. Nicht jeder Mitarbeiter ist dafür geschaffen, ad hoc und auf den Punkt gute Ideen zu entwickeln. Je höher der Druck, desto schlechter ist oftmals das Ergebnis. Kreativität braucht Freiraum, Spontanität, Entspannung, Inspiration, Ablenkung, individuelle Settings und vor allem die Erlaubnis, sich von vorgegebenen Strukturen lösen zu dürfen.

| KONZEPT

"DER BESTE WEG, GUTE IDEEN ZU ERHALTEN, Besteht darin, MÖGLICHST VIELE IDEEN ZU ENTWICKELN"-LINUS PAULING



Besonders relevant erscheinen mir in dieser Hinsicht neutrale räumliche Rahmenbedingungen. Neutrale Orte laden dazu ein, die Umgebung auf sich wirken und sich von ihr inspirieren zu lassen, dort zu verweilen und zu entspannen. Es können neue Settings und Erfahrungen entstehen, die dabei helfen, sich von alten festgefahrenen Strukturen zu lösen.

Kann man die alten Strukturen verlassen und hat ein neues Setting gefunden, braucht es zum Einstieg ins kreative Arbeiten ein lustvolles und anregend gestaltetes Ritual. Ich habe mich für das gemeinsame Essen als Auftakt in die Arbeit entschieden. Warum Essen? Essen ist ein Grundbedürfnis, jeder Mensch muss essen um zu überleben. Essen ist aber viel mehr als das. Es bedeutet Genuss, Horizont Erweiterung, Kreativität, Individualität, Entspannung, Gemeinschaft und Kommunikation. Es kann daher als hilfreiches Tool verwendet werden, um Momente des Zusammenkommens zu schaffen, in denen gemeinsam gegessen, kommuniziert und kreativ gedacht wird. Da das Zusammenkommen fremder Personen oftmals als schwierig erlebt wird, spielt der Ice Breaker-Effekt des Essens darüber hinaus eine besondere Rolle. Er kann dazu genutzt werden, um schneller miteinander warm zu werden. Essen verbindet und aktiviert die unterschiedlichsten Menschengruppen, denn da wo gemeinsam gegessen wird, wird auch immer intuitiv kommuniziert.

Essen verbindet in diesem Zusammenhang Arbeit und Freude miteinander und hilft dabei, Kreativität auf unkomplizierte Weise zu wecken. Über Ideen hinaus entstehen durch das Essen unter Umständen wunderbare neue Kontakte, Netzwerke etc. Somit kann mit etwas vermeintlich ganz banalem und alltäglichem, dem gemeinsamen Essen, gekoppelt mit einem guten Setting und einer Kreativmethode (bspw. Brainstorming) eine wunderbare Möglichkeit geschaffen werden, um kreativ zu sein.

| KONZEPT

"DER BESTE WEG, GUTE IDEEN ZU ERHALTEN, Besteht darin, MÖGLICHST VIELE IDEEN ZU ENTWICKELN"-LINUS PAULING



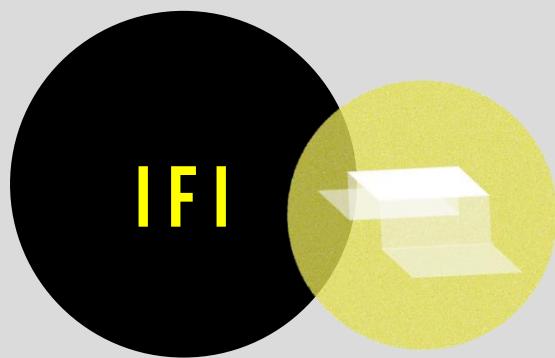
Die Erfolgsformel lautet also: **Setting + Essen + Brainstorming = Ideenfinder**.

Die Übertragung dieser drei Elemente in eine praktische und für jeden anwendbare Nutzung, hat mich dazu veranlasst, den Ideenfinder(ifi) als Produkt zu entwickeln.

ZIEL

Das Ziel meiner Masterthesis war es, ein Produkt zu entwickeln, das in erster Linie Menschen zusammenführt und Kommunikation fördert. Es sollte außerdem einen Mehrwert in die Welt der Kreativen bringen, indem es einen besonderen Rahmen schafft. Ein Setting, das kreative Köpfe dazu einlädt an einen Tisch zu kommen, sich vom Berufsalltag zu lösen, Spaß zu haben und ihren Ideen freien Lauf zu lassen. Eine konkrete Idee zu einem definierten Zeitpunkt zu generieren, fällt immer schwer. Der Zeitdruck erhöht den Druck und macht die Ideenfindung nicht immer einfacher! Meine Idee ist, den Fokus für eine gewisse Zeit zu verschieben - Ablenkung durch essen! Der Fokus wird auf das Essen verschoben und automatisch entsteht Platz für neue Ideen. Loslassen erzeugt nämlich die besten Ideen.

Das von mir entwickelte Produkt sollte den dazu notwendigen flexiblen Rahmen schaffen und die Möglichkeit bieten, an unterschiedlichen Orten über das gemeinsame Essen kreativ zu werden. Es sollte somit vornehmlich für diejenigen von großem Nutzen sein, die kontinuierlich auf der Suche nach neuen, innovativen Ideen sind. Die breit sind, sich von vorgegebenen Strukturen zu lösen und sich neuen kreativen Prozessen zu öffnen. Durch die Bündelung der drei Elemente: Setting, Essen und Brainstorming, sollte das entwickelte Produkt somit die Möglichkeit schaffen, Kreativität zu fördern, NICHT zu garantieren.



T H E B E G I N N I N G O F I D E A S .