

Einführungsmodul Interface Design

Erstellt von: Matthias Schäfer, 1. Semester B.F.A.

Matrikel Nr.: 111787

13. März 2013

Dokumentation

Aufgabe

„Entwickeln Sie eine neue prototypische Schnittstelle — im wörtlichen Sinne — und definieren Sie die beteiligten Komponenten.“

Erste Konzeptüberlegungen

Anfangs war natürlich die Überlegung was ein Interface ausmacht und in welchen Bereichen eine Schnittstelle bereichernd wäre. Zu Beginn kreisten meine Gedanken viel um neue Möglichkeiten, die man über Augmented Reality realisieren könnte. Ein Spiegel z.B. bei dem die Kleidung/Frisur/Schminke virtuell ausgetauscht werden kann.

Letztendlich entschied ich mich allerdings am Konzept „smart Bed“ zu arbeiten, dessen Idee mir in einer Schlaflosen Nacht einfiel. Die Fragen die ich mir danach stellte waren ungefähr diese:

- Was muss ein „kluges Bett“ können?
- Wie funktioniert die Bedienung?
- Was könnte man am Schlaf optimieren?
- Wie kann man das Aufwachen verbessern?
- Gibt es schon Ansätze für ein elektronisches Bett?
- Wie soll es heißen?
- Wie möchte ich es präsentieren?

Funktionen

Die Auswahl der Funktionen verlief unerwartet langwierig. Viele Ideen wurden im Laufe des Denkprozesses von Anderen ersetzt, einige wurden unwichtiger und kamen raus, andere wurden optimiert.

Allgemeine Interaktion

Zu Beginn war die Idee, dass der Nutzer mit dem Bett sprechen kann und dieses darauf antwortet. Allerdings fehlte mir dort eine Visuelle Komponente, die aufgezeichnete Daten über das Schlafen visualisieren kann und auch simple aber wichtige Dinge wie die Uhrzeit darstellt.

Dementsprechend war die erste Überlegung ein Touch Bedienfeld in das Bett zu integrieren, dieses verfehlte aber die Aufgabe eine „neue“ Schnittstelle zu erfinden.

Zweiter Gedanke war eine Projektion an die Decke zu geben, welche mit Handbewegungen navigiert werden kann.

Ich entschied mich aber für ein Brain-Computer-Interface (BCI), dass Hirnwellen über Elektroden im Kissen aufnimmt und dechiffriert, der Nutzer dementsprechend nicht mit dem Bett sprechen muss, sondern einfach nur Denken. Anders herum kann das Kissen elektromagnetische Impulse an das Hirn senden und so für den Betrachter Bilder darstellen oder in die Funktionsweise des Körpers eingreifen.

Sleeptracking & optimizing

Aufbauend auf den Informationen, die das Bett vom Gehirn erhält kann also das Einschlafen und Aufwachen optimiert werden. Dazu stehen neben der Computer-Brain Schnittstelle (Bett greift in den Mechanismus des Hirns ein) folgende andere Funktionen zur Verfügung:

- Vibrationssystem: Eingebaut in der Matratze sind mehrere Motoren, die Unwucht und somit ein Vibrieren erzeugen. Dies kann zum einen als Massagetherapie, zum anderen bei der Weckfunktion genutzt werden
- Moodlights: In der Matratzenoberfläche sind eingebaute organische LEDs, die je nach Stimmung das Bett zum erleuchten und aufwärmen bringen können. Andererseits wird das Bett bei der Weckfunktion heller um den Tagesanbruch zu simulieren.
- Lautsprecher: Spielen erwünschte Musik und sanfte Melodien zum Aufwachen ab.
- Temperatur: Infrarotstrahlen und Ventilatoren regulieren die Temperatur ein Optimum.

Das Brain-Computer Interface

Neben den konventionellen Dingen, die man im Bett tut (Schlafen) sollte ein gewisser Unterhaltungswert mit eingebracht werden, die dem Bett neue Möglichkeiten einräumt.

Vor Allem durch die Schnittstelle direkt zum Gehirn ohne Umwege über Sensationen würden sich im Endeffekt unvorstellbare Möglichkeiten ergeben. Mögliche Funktionen eines BCI sind:

- Unmittelbar einschlafen/aufwachen: Sobald man sich auf das Kissen legt und sich das einschlafen wünscht, werden elektromagnetische Impulse an das Hirn gesendet, die den Prozess anregen und dazu führen, dass Hormone frei geschüttet werden.
- Luzides Träumen: Das Kissen kann helfen Träume zu erleben, statt Sie nur zu Träumen. Ein Szenario á la „Inception“. Das hieße, dass man innerhalb eines Traums ein ganzes Leben verbringen kann und im Endeffekt alles vorstellbare tun könnte. Psychosen und ein verändertes Realitätsbewusstsein könnten auf der anderen Seite auch vorkommen und wären ein ungewünschter Nebeneffekt.
- Gemeinsam Träumen: Es findet ein Gedankenaustausch mit dem Partner statt, was beide dazu befähigt sich in Ihren Träumen zu begegnen. Weiterführend könnten ganze Soziale Netzwerke in der Traumwelt aufgebaut werden. Das träumen wäre somit ein Gemeinschaftsakt und ist ein Teil des Lebens in der Realität anstatt diese „bloß“ zu verarbeiten
- Träume aufzeichnen: Träume können mitgeschnitten, anderen Menschen gezeigt und wiedergeträumt werden.
- „Filme“: Als aussenstehender Betrachter könnte man Filme schauen, die wie Träume wirken. Diese könnten auch interaktiver Natur sein, dass man also auch eingreifen kann oder sich im Set frei bewegen kann.
- Lernen: Während man auf dem Kissen liegt werden Informationen/Texte in das Hirn transferiert, dort werden Sie verarbeitet, sodass diese Informationen in der Realität wieder aufrufen kann.
- Navigation: Die Gestaltung des Interfaces liegt also ganz bei dem Nutzer. Schließlich stellt er sich das Menü vor und es entspricht dementsprechend seinen Regeln. Die Interaktion mit dem Bett und was geschieht ist also vollkommen personalisiert.

Umsetzung

Gerne hätte ich einen Prototypen entwickelt, da mir leider die Zeit und das notwendige Verständnis für Neurowissenschaft, Programmierung und wahrscheinlich 100 anderen Disziplinen fehlt musste ich mir für die Präsentation etwas anderes einfallen lassen.

Da ich mich schon etwas länger für die Werbeindustrie interessiere, wollte ich mich mit dem Corporate Design und der Werbung für ein smartes Bett beschäftigen. Um mich noch ein wenig mehr einzuschränken und nicht gleich eine ganze Serie aus Logo, Visitenkarten und einem ganzen Werbeauftritt machen zu müssen, entschied ich mich dafür ein Faltblatt zu kreieren.

Das Faltblatt/ Der Flyer sollte von der visuellen Erscheinung Innovativ und Zukunftsweisend, aber auch konventionell sein. Es sollte Wohlbefinden suggerieren und dennoch eher das Produkt beschreiben.

Der Produktname sollte in Zukunft wie „Tempo“ oder das „iPhone“ mit der ganzen Produktsparte verbunden werden. Demnach muss es leichtgängig und kurz sein. Da eines der Hauptfunktionen des Bettes das Träumen ist, empfand ich die Verniedlichung des englischen dream als passend. Der Markenname „Dreamie“ ist geboren.

Logo

Das Logo ist angelehnt an ein Piktogramm eines Bettes, wobei der Schlafende sich auf dem Schriftzug „dreamie“ befindet. Der Kopf ist gleichzeitig der i-Punkt und soll ein leicht anmutendes Lächeln zeigen. Der vergrößerte i-Punkt legt auch einen Schwerpunkt auf das „I“, das englische „Ich“.



Hausschrift ist eine leserliche Handschrift (Noteworthy), die vorallem bewirken soll, dass das Bett nicht als zu extravagant, futuristisch und Lebensverändernd ist, sondern das es sich um etwas gutes, gesundes und harmonisches handelt.

Der Slogan „Träume weiter.“ ist vielseitig interpretierbar und als Aufforderung zu verstehen, das der Nutzer besser, größer oder tiefer träumen soll. (Englisch: „dream further.“). Eine andere Interpretation würde mit dem englischen „continue dreaming“ übersetzt werden. Selbstverständlich liegt auch die Interpretation nahe mit dem negativ belasteten „Träum‘ weiter“ in Verbindung gebracht zu werden. Da es das Bett nicht wirklich gibt, finde ich auch diese Möglichkeit sehr passend.

Flyer, Bilder und Auftreten

Die Wahl für die Größe des Flyers war willkürlich. Ich dachte ein Faltblatt in 3xDIN A5 quer würde sich durch das unüblich gewählte Format abheben. Beim Druck machte dieses Format allerdings deutlich Probleme und ich musste es runterskalieren, sodass es auf ein A3 Blatt passt.

Die Wahl der Farbe liegt im großen ganzen bei einem hellen Blau, das häufig mit Fortschritt und Freiheit assoziiert wird, aber auch Harmonie, Sehnsucht und Zufriedenheit hervorruft. Die Überschrift sind in einem dunkleren Blauton gehalten und setzen sich außerdem durch eine andere Schriftart ab.

Das Cover ist ein Bild von Marina Kinski (Kommilitonin, Studentin an der Bauhaus Universität), in dem sie die Kamera an der Decke befestigt und sich selbst beim Schlafen fotografiert hat. Dadurch das sie tatsächlich schläft bekommt das Bild ein besonders harmonisch und ungestellt wirkendes Gefühl. Es fehlt allerdings das Kissen, welches für Dreamie eine tragende Rolle spielt.

Die anderen Bilder hat glücklicherweise der flickr account Mazzali (<http://www.flickr.com/people/mazzali/>) unter einer creative Commons Lizenz zur Verfügung gestellt. Die Bilder sind professionell geschossen und zeigen ein minimalistisches, visuell ansprechendes Bild des Produktes.

Für die Werbetexte habe ich mich vor Allem von <http://www.hastens.com/de/> inspirieren lassen, welches ein konservativer Schwedischer Bettenbauer mit einer elitären Zielgruppe ist. Ich habe also versucht ein komplett neues Lebensgefühl bei dem Kauf eines dieser Betten zu suggerieren.

Kritik die ich mir im Nachhinein selbst Stelle ist, dass ich zu viel Text auf zu kleinem Raum habe. Auf den ersten Blick werden Funktionen nicht oder ein allgemeines Anliegen nicht deutlich. Die Leute denen ich testweise diesen Flyer in die Hand gedrückt habe, haben meist nur wenige Zeilen gelesen. Digital auf sozialen Netzwerken war die Lesebereitschaft allerdings sehr viel höher.

Danke fürs Lesen

*Und danke an
Martin Melcher
Marina Kinski
Melissa Harms
& alle Anderen*