*Design*

# Wird kreative künstliche Intelligenz Designer überflüssig machen?

## Anstatt KI als eine Bedrohung für Designer wahrzunehmen, sollten wir uns auf die möglichen Chancen konzentrieren.

Lesen 6 Minuten



*Von Michael Held, Design Director EMEA & APAC bei Steelcase*

Bleibt irgendein Berufszweig vom Einfluss künstlicher Intelligenz (KI) verschont? Tag um Tag sind wir mit Berichten konfrontiert, die beschreiben, wie intelligente Systeme und Algorithmen Prozessarbeit und gering qualifizierte Stellen, seien es Taxi- oder LKW-Fahrer, Buchhalter oder Bürofachkräfte, ersetzen werden. Wir tendieren dazu zu behaupten, dass so genannte „kreative“ Berufe in den Bereichen Design und Kunst, immer menschlichen Input benötigen werden. Immerhin können Computer ja nicht kreativ sein – oder doch?

## WAS BEDEUTET ES KREATIV ZU SEIN?

Sucht man nach Definitionen von Kreativität, sieht man, dass diese sich über die Jahrhunderte weiterentwickelt haben. Bis hin zur Renaissance war die Kraft des Schaffens etwas, das den Göttern vorbehalten war. Als Platon in „Die Republik“ gefragt wird: „Werden wir von einem Maler sagen, dass er etwas erschafft?“ antwortet er: „Sicherlich nicht, er imitiert lediglich.“ Es dauerte bis zum 20. Jahrhundert, dass Kreativität auch in Bereichen außerhalb der Kunst akzeptiert wurde. Die meisten betrachten Kreativität heute als den Akt des Entdeckens und des Agierens außerhalb bekannter Ideen und Denkstrukturen; etwas das auch im Arbeitsleben und im Designstudio möglich ist.

Wenn es um KI geht, nehmen viele Skeptiker Platons Position ein und argumentieren, dass Computer ja nur das tun, wozu sie programmiert wurden und selbst nichts Eigenes erschaffen könnten. Diese Sichtweise wird immer häufiger hinterfragt, denn schon längst malen KIs Bilder, schreiben Romane und entwickeln Produkte – oftmals genauso gut oder sogar besser als Menschen. Die Technologie steckt noch in den Kinderschuhen – wer kann da schon vorhersagen, ob sie uns nicht irgendwann komplett ersetzen wird?

## ERWÜNSCHTHEIT UND KULTURELLE RELEVANZ SCHAFFEN

Bei der Entwicklung von Produkten, wenn es darum geht zu bewerten, ob eine Idee oder ein Design erfolgreich und profitabel sein wird, sprechen wir oft über Machbarkeit, Durchführbarkeit und Erwünschtheit. Machbarkeit und Durchführbarkeit sind mit Überlegungen zur Materialauswahl, zu Herstellungstechniken und Profitmargen recht schwarz und weiß zu betrachten. Wo es in der Regel etwas komplizierter wird, ist das Thema Erwünschtheit, ein Thema, das logisch betrachtet kaum vorhersagbar oder berechenbar ist.

Erwünschtheit ist von unzähligen kulturellen Trends, die alle gleichzeitig ablaufen und sich ständig weiterentwickeln, abhängig. Ich würde daher argumentieren, dass das Verstehen kultureller Relevanz und das Erreichen von Erwünschtheit bei Menschen etwas ist, dass oft menschlichen Input benötigt; ohne ihn werden die Chancen, dass Nutzer das Produkt annehmen eher gering sein. In anderen Worten, ein Computer ist vielleicht in der Lage, einen Roman zu schreiben, wenn ihn aber kein Mensch liest, wird das Werk die menschliche Kultur auch nicht beeinflussen.

## MENSCH UND MASCHINE

Kulturelle Relevanz und Erwünschtheit zu schaffen, ist komplex. Das bedeutet, dass aller Wahrscheinlichkeit nach, Menschen bei Designprozessen immer involviert sein werden, aber Seite an Seite mit KI, die den kreativen Prozess ergänzend begleitet. (Das trifft natürlich nicht auf solche Parallelkulturen zu, in denen Maschinen für sich selbst und ohne menschliches Zutun oder gar Wissen etwas erschaffen könnten.) In einem Szenario könnte die Technologie genutzt werden, um verbale, visuelle oder andere Stimuli zu geben, um dabei zu helfen, Ideen voranzubringen oder unser Denken unbewusst in eine neue Richtung zu lenken. Es gibt ein Konzept in der Kommunikationstheorie bekannt als „Expectancy Violations Theory“ (Erwartung-Verletzungs-Theorie.) Sie könnte uns, in ihrer positiven Form, dazu bringen, Probleme aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten oder sie sogar besser zu verstehen.

Intelligente Technologie könnte uns auch erlauben, Prozesse effektiver zu dokumentieren und miteinander in Bezug zu setzen und das über Teams, Organisation oder ganze Industrien hinaus, um andere Ansätze und Denkweisen besser zu verstehen und zu erschließen. Stellen wir uns mal vor, ein KI System würde kontinuierlich im Hintergrund arbeiten, um parallellaufende Projekte und Ideen in einer Art und Weise miteinander zu verbinden, wie es manuell nie möglich wäre. Wir wären in der Lage schneller und umfassender aus Fehlern und Erfolgen zu lernen und dabei die Evolution von Ideen und Innovation zu beschleunigen.

Anstatt KI als Bedrohung für Designer wahrzunehmen, sollten wir uns auf die Chancen konzentrieren und die Möglichkeiten sehen, wie sie uns dabei helfen kann, Dinge besser zu tun und Arbeitsprozesse zu vereinfachen. Die Rolle des Designers wird sich weiterentwickeln und neue Rollen werden geschaffen; viele davon können wir uns heute nicht einmal vorstellen. Aber dieser Wandel wird Schritt für Schritt ablaufen und Menschen werden ein wesentlicher Teil davon sein.