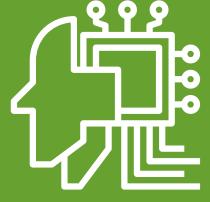


# Generatives Design und Künstliche Intelligenz

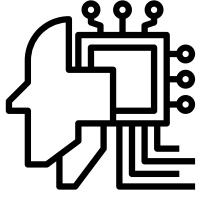
Sommersemester 2023, Hochschule München  
Patrik Hübner – [www.patrik-huebner.com](http://www.patrik-huebner.com)

Copyright © 2023 Patrik Hübner. Alle Rechte vorbehalten. Dieses Präsentation oder Teile dieser Präsentation dürfen nicht ohne die schriftliche Genehmigung des Autors vervielfältigt, in Datenbanken gespeichert oder in irgendeiner Form abgebildet, kopiert oder übertragen werden.





# Ergebnisse des Vortages



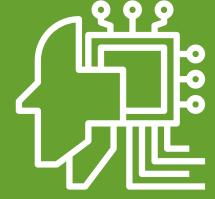
Welche Themen zum Komplex  
Nachhaltigkeit interessieren  
Dich und wo siehst Du Ansätze  
für Storytelling?

Welche passenden Inputs  
und Phänomene findest Du  
in der Umwelt?

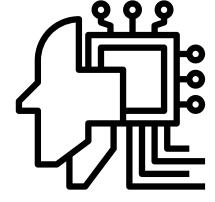
## Social Media Advertising Kampagne für das Thema *Nachhaltigkeit*

Welche Regelmäßigkeiten  
fallen Dir ein, die die  
gewählten Daten als  
formgebende und/oder  
gestalterische Einflüsse  
einsetzen?

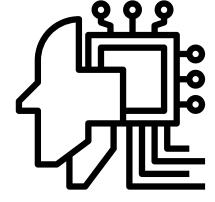
Welche Daten könntest Du  
nutzen um sie als Motor für  
gestalterische Prozesse zu  
verwenden?



Geschichten  
erzählen  
im Design

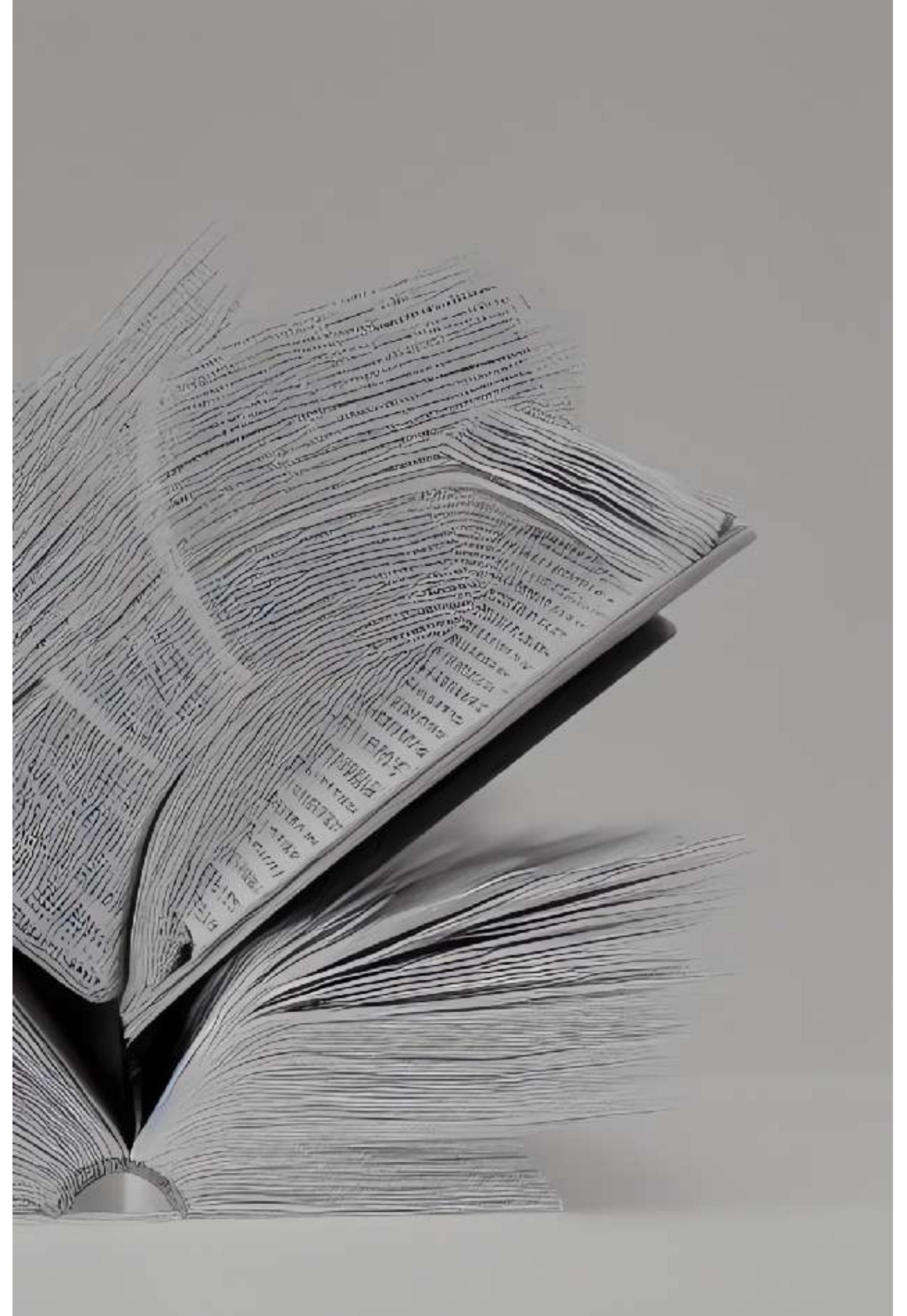


Die Arbeit als Kreativschaffende\*r bedeutet,  
Kommunikationsziele in Storytelling zu überführen,  
damit die Zielgruppe bereit ist, zuzuhören.

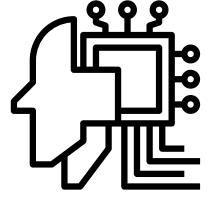


Wir stehen dabei vor einer Herausforderung: Die Anzahl der Geschichten die wir uns erzählen können ist endlich.

Es geht also vor allem darum, neue Erzählformen anstatt neue Erzählungen zu finden.

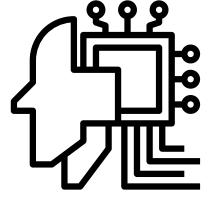


Stable Diffusion prompt: open book with a miniature world growing on the pages in the style of Annie Leibovitz line drawing and 35mm film, monochrome

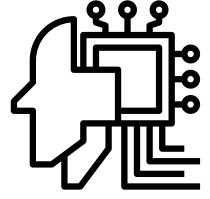


# Generatives Design, mit seiner Verbindung von Daten, Technologie, formgebenden Programm, Interaktion und Storytelling schafft fundamental neue Ansätze für moderne Kommunikation.

Generatives Design bedeutet eine umfassende Erweiterung der Möglichkeiten des Storytellings als Marketinginstrument: Indem wir uns anderer Erzählweisen bemächtigen, öffnen sich kreative Handlungsräume, die Rezipient\*innen dazu bewegen, uns trotz ähnlicher Geschichten immer wieder neu zuzuhören.

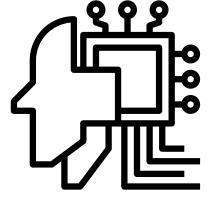


Dabei ist zu beachten, dass Menschen immer im Mittelpunkt der kommunikativen Arbeit stehen sollten – ohne sie ist jedes konzeptionelle und gestalterische Wirken sinnlos.



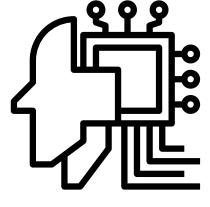
Technologie ist Mittel zum Zweck und muss – sichtbar oder unsichtbar – neue Erzählformen ermöglichen, anstatt sich selbst in den Mittelpunkt zu stellen.

Das ist ein Grund dafür, warum viele aktuelle KI-Showcases schnell den Reiz verlieren – sie zeigen großartige technologische Entwicklungen, schaffen aber keinen spürbaren Bezug zum Menschen.

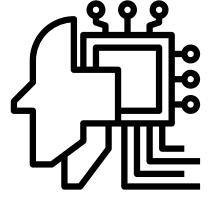


Welche Ansätze für neue Erzählformen wir als Kreativschaffende dabei wählen und wie wir darin beispielsweise Daten gewichten und einsetzen ist wichtiger Teil der Konzeption.

Datenvisualisierung vs. freie Interpretation

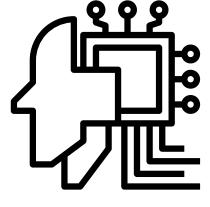


Was macht eine  
Geschichte aus?



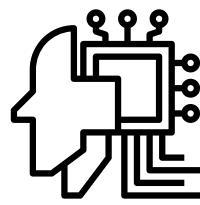
# Die Geschichte besitzt eine grundlegende Eigenschaft: ihre kleinste gemeinsame Einheit ist das Ereignis.

Geschichten transportieren über den Verlauf ihrer Erzählung eine Reihe realer oder fiktionaler Ereignisse – diese können entweder bereits geschehen oder als allgemein gültiges Bild im kulturellen Geschichtskanon der Menschheit verankert sein.



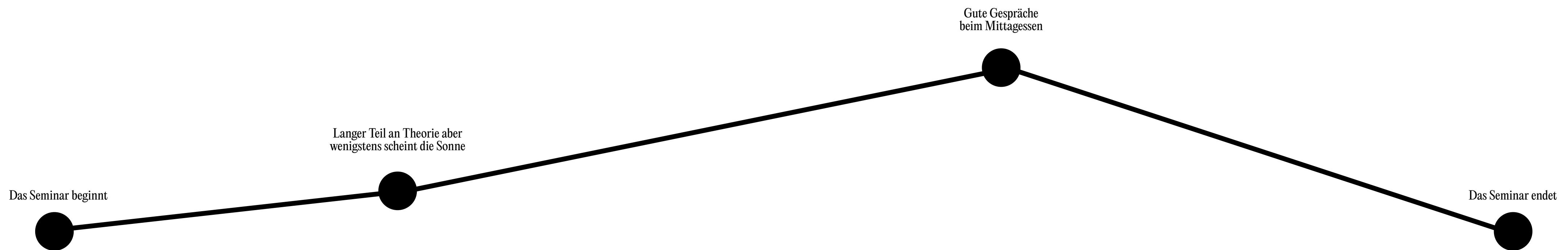
Unabhängig davon, ob eine individuelle Geschichte simpel oder komplex, lang oder kurz ist – im Kern ist sie an die Abfolge ihrer Ereignisse gebunden.

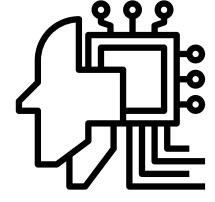
Geschichten in ihrer ursprünglichen Form sind darauf beschränkt, linear abzulaufen und einen festen Ausgang zu haben.



# Geschichten sind also *linear* und *ereignisbasiert*.

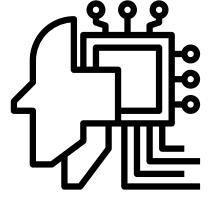
Diese beiden Eigenschaften definieren und umrahmen in ihrer Folge die Bandbreite möglicher Erzählweisen, derer wir uns im Kommunikationsdesign üblicherweise bedienen.



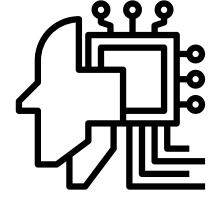


# Future Narratives

Eine „neue“ Art der Erzählung.



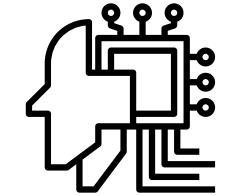
Future Narratives beschreiben eine Art von Erzählung, die gekennzeichnet sind durch Merkmale wie Offenheit, Unbestimmtheit, Virtualität und das Einbeziehen einer Vielzahl möglicher Fortsetzungen individueller Momente.



Future Narratives werden über sogenannte *Knotenpunkte* erzählt und angetrieben – also Situationen, in denen mehr als eine Fortsetzung möglich ist.

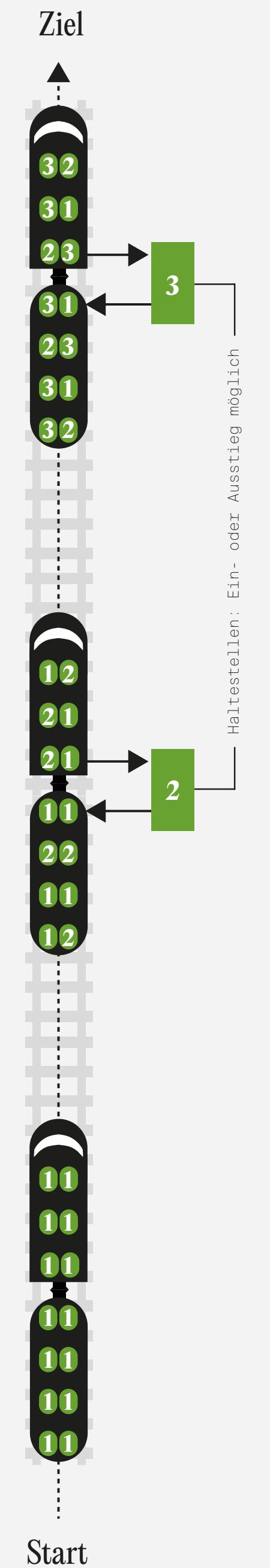


Stable Diffusion prompt: realistic photo of a scientific model of an ugly rough complex molecule made of black clay with wooden branches, front view, X - ray, greyscale 1990, life magazine reportage photo, metropolitan museum photo



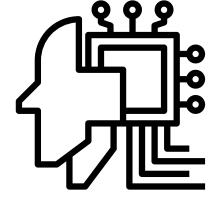
# Lineare Geschichte

Sowohl am Start- als auch Endbahnhof sind die gleichen Passagiere an Bord des Zuges, da es keine Zwischenhalte gibt und so auch niemand ein- oder aussteigen kann.



# Future Narrative

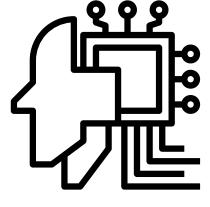
Durch die Möglichkeit des Zu- und Aussteigens an Haltestellen verändert sich die Zusammensetzung der Passagiere und so – im übertragenen Sinne – der Verlauf der Geschichte.



Future Narratives erlauben es, einen „Raum an Möglichkeiten“ zu schaffen, in dem sich Ereignisse – beeinflusst durch beispielsweise Entscheidungen, Handlungen, Werte oder Motive von Charakteren – in verschiedene Richtungen verzweigen können.

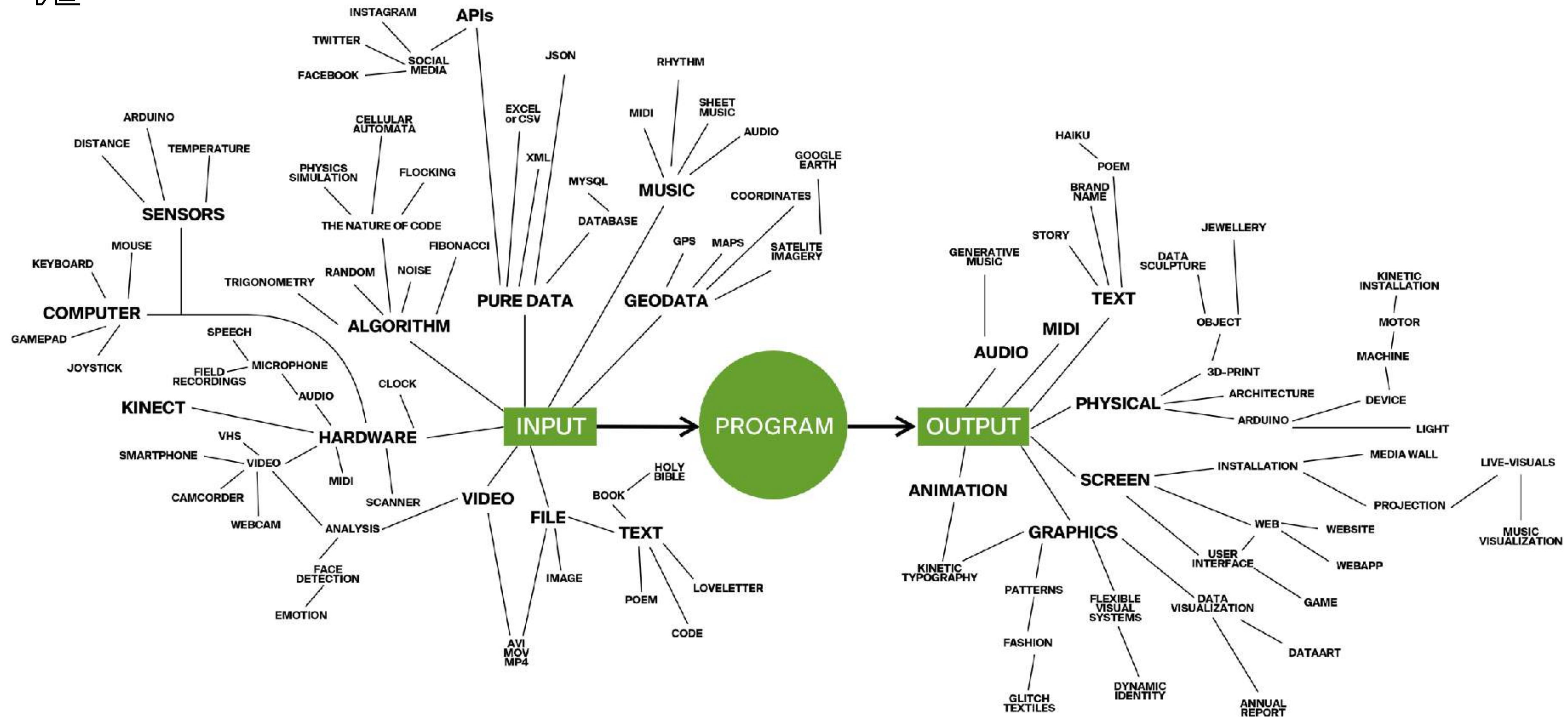
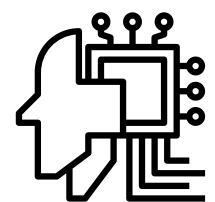


Stable Diffusion prompt: a minimalist portrait of Marcel Duchamp holding computer cables in the style of Annie Leibovitz, Irving Penn, Hito Steyerl, Shinya Tsukamoto, Saadane Afif, Alfredo Jaar line drawing and 35mm film, wide angle, monochrome, futuristic tetsuo



# Die *Knotenpunkte* sind die ideale Verbindungen zum generativen Programm und dessen Daten.

Die Knotenpunkte der Future Narratives sind in der generativen Gestaltung eben jene Designentscheidungen, die dem Programm durch Kreativschaffende eingeschrieben werden und die später, in Verbindung mit den das Programm beeinflussenden Daten, zur einzigartigen Ausprägung der Form führen.



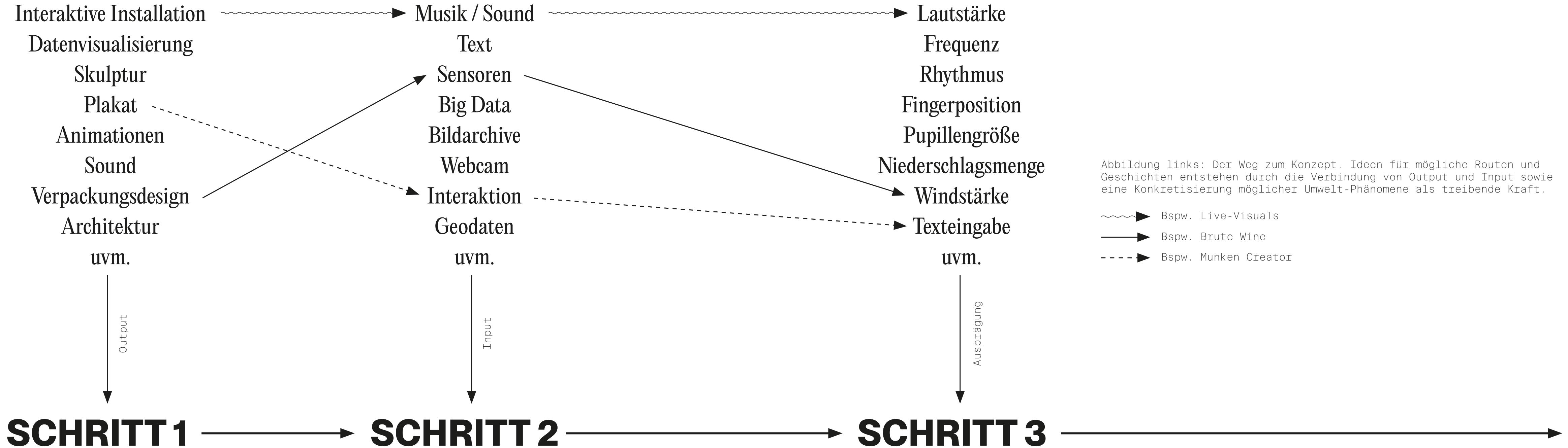
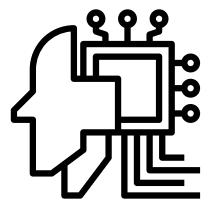
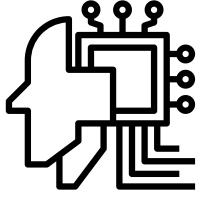


Abbildung links: Der Weg zum Konzept. Ideen für mögliche Routen und Geschichten entstehen durch die Verbindung von Output und Input sowie eine Konkretisierung möglicher Umwelt-Phänomene als treibende Kraft.

~~~~> Bspw. Live-Visuals

—> Bspw. Brute Wine

- - -> Bspw. Munken Creator

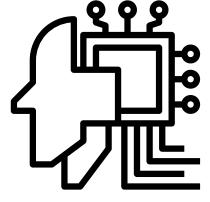


→ **SCHRITT 4**



**GESCHICHTE**  
Summe der Knotenpunkte

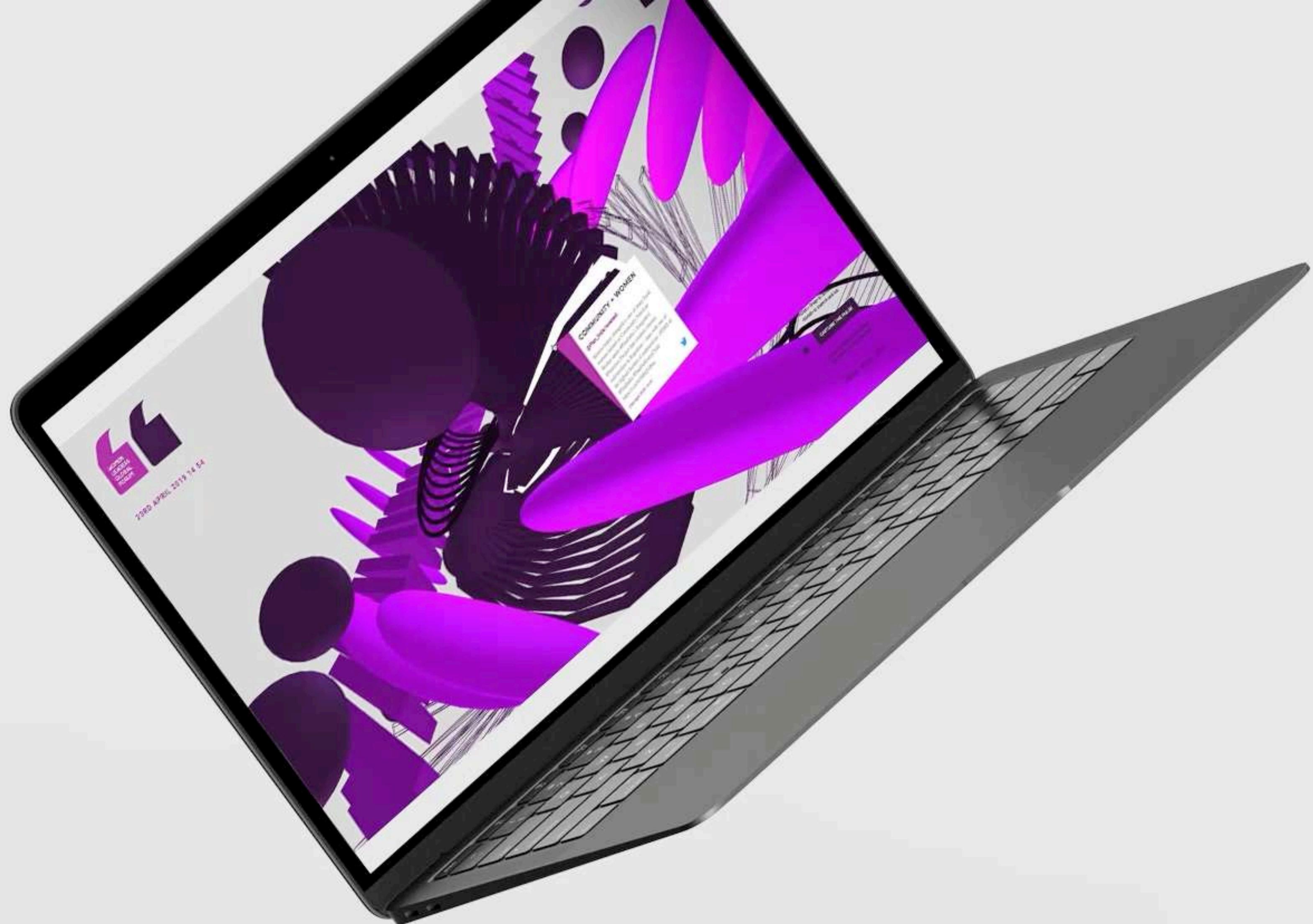
**FORM**



Future Narratives: Eine offene und dynamische Erzählform, die sich durch Situationen auszeichnet, in denen mehr als eine Fortsetzung möglich ist.



Stable Diffusion prompt: realistic photo of a scientific model of an ugly rough complex molecule made of black clay with wooden branches, front view, X-ray, greyscale 1990, life magazine reportage photo, metropolitan museum photo

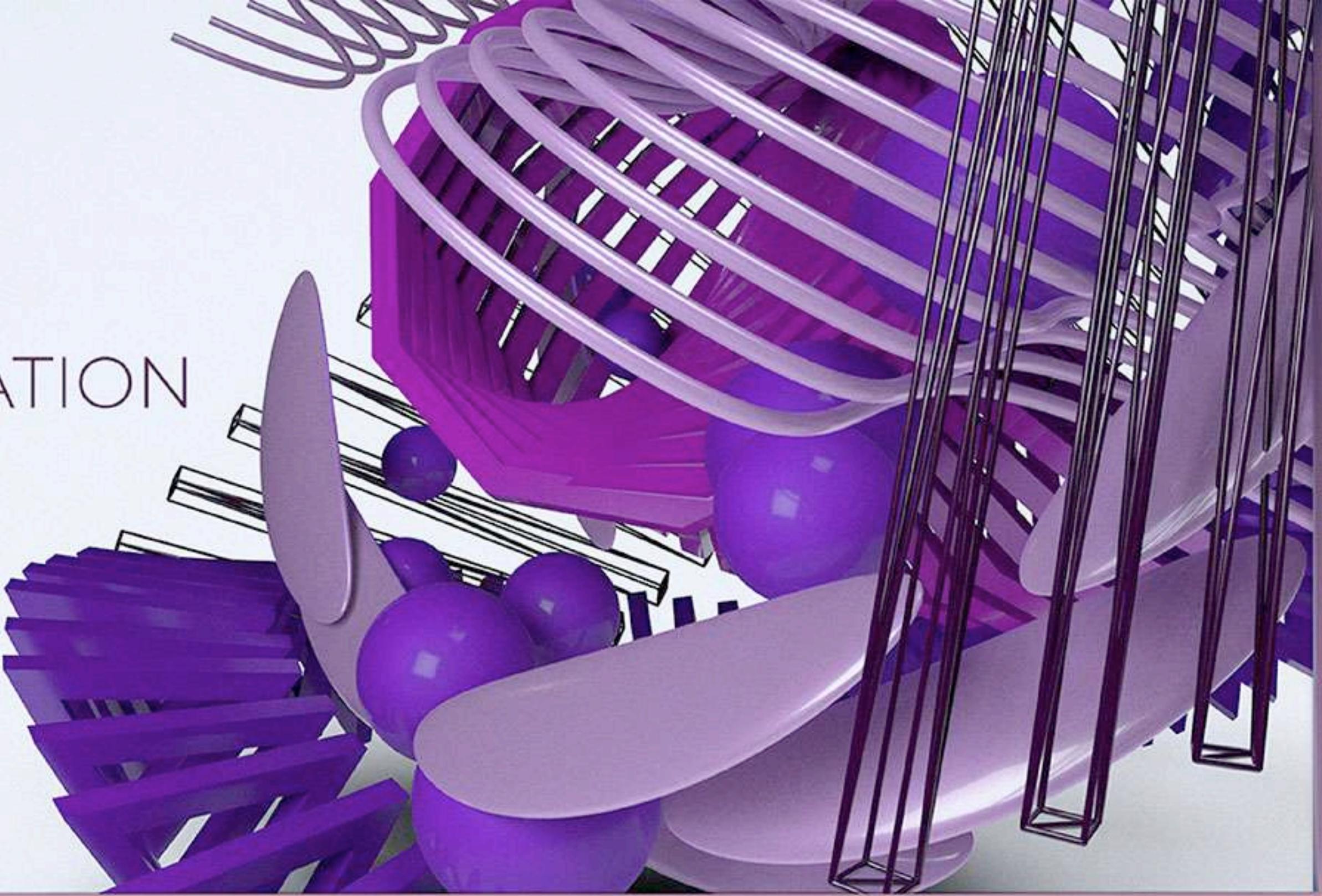


**The Pulse is a dynamic, data-responsive graphic**

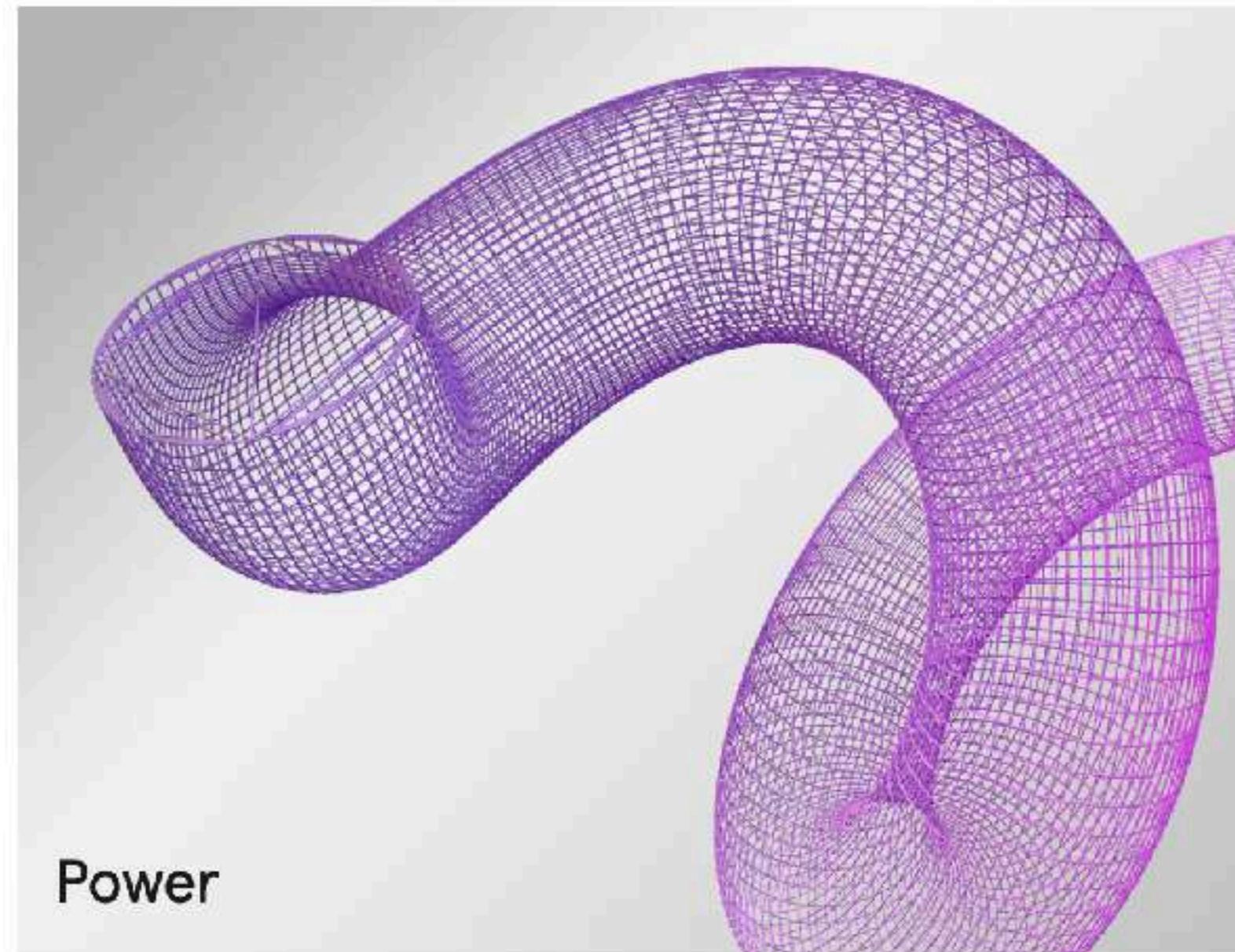
WOMEN  
LEADERS  
GLOBAL  
FORUM

WOMEN  
LEADERS  
GLOBAL  
FORUM

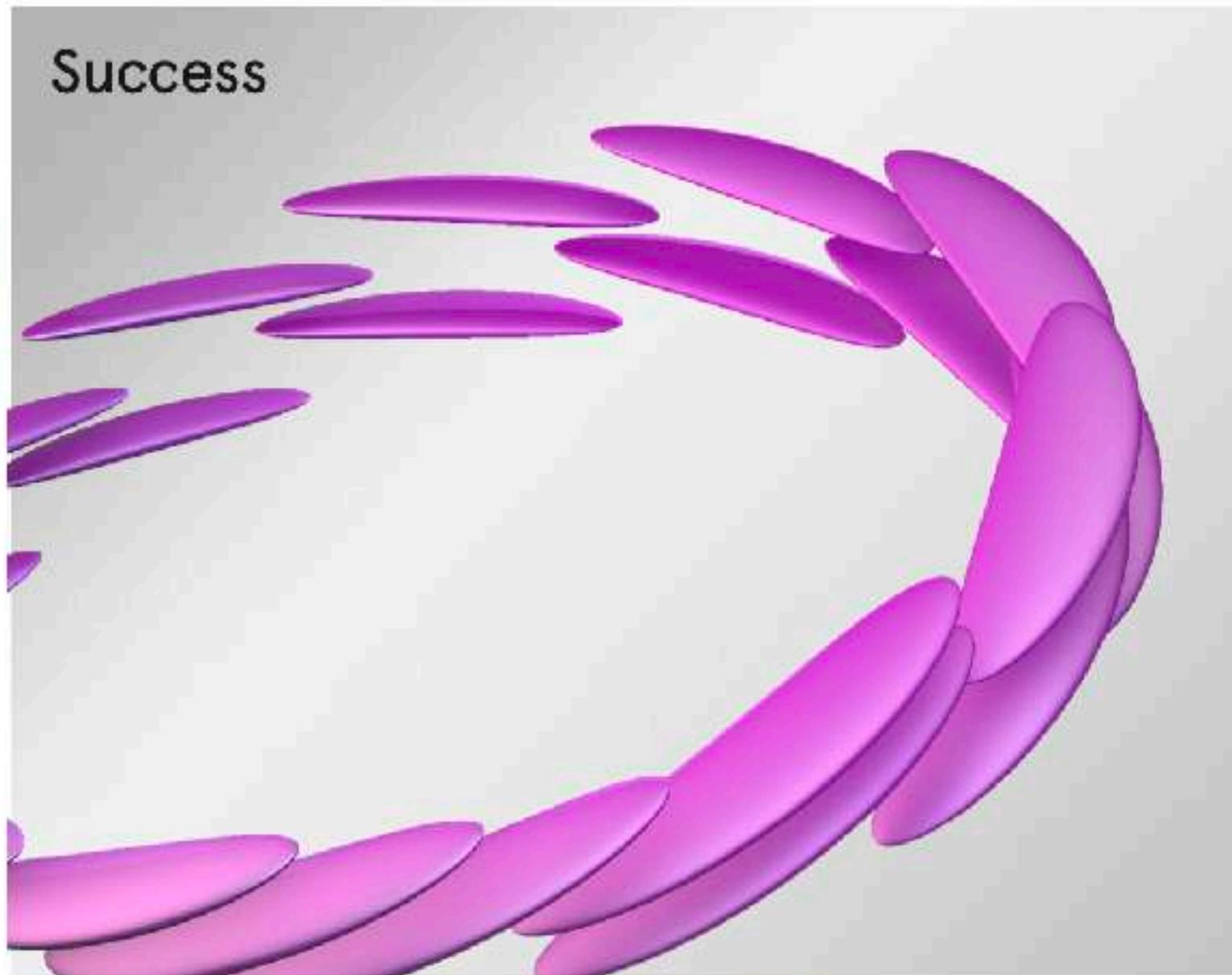
THE CONVERSATION  
STARTS HERE



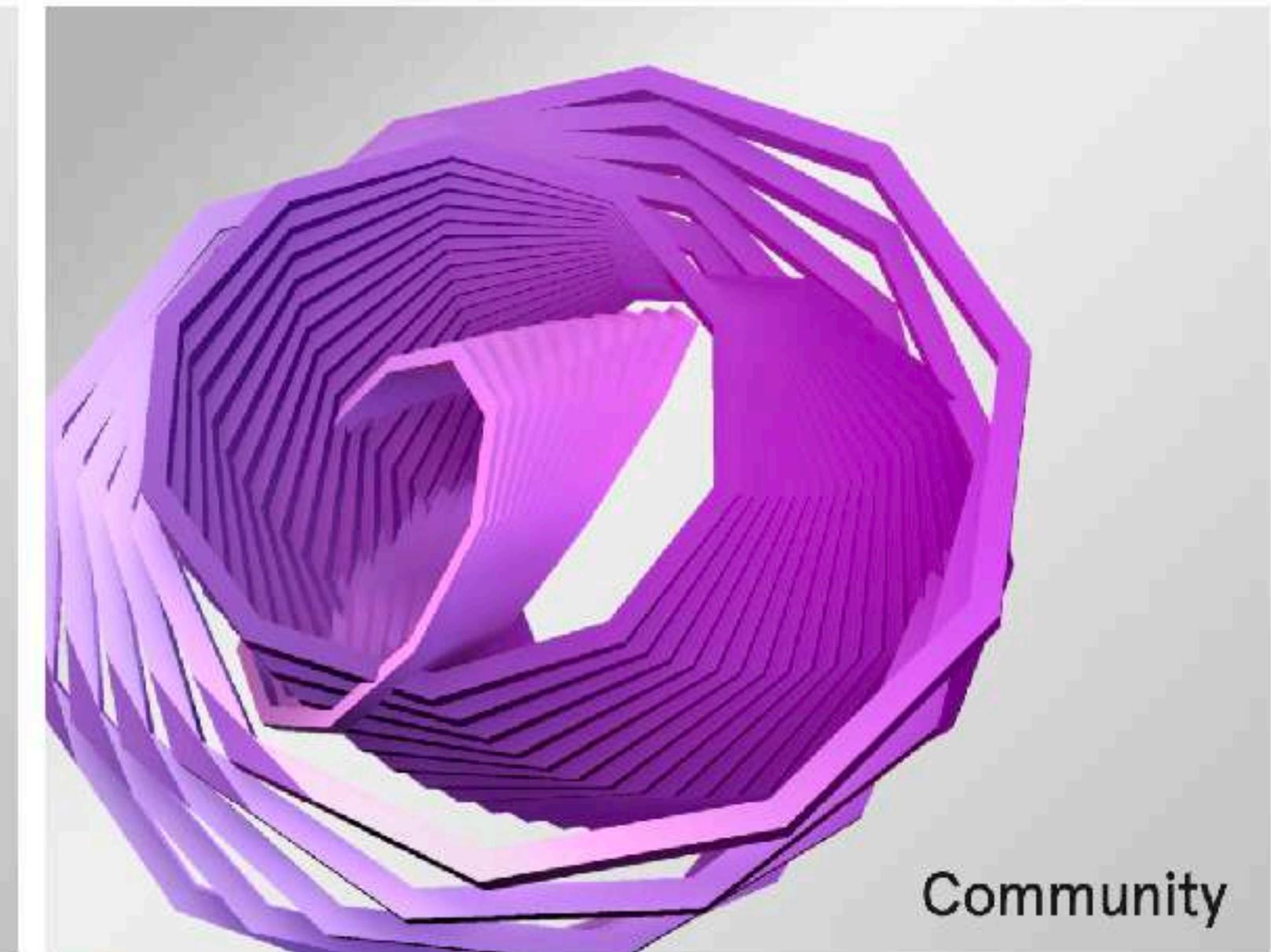
THE CONVERSATION  
STARTS HERE



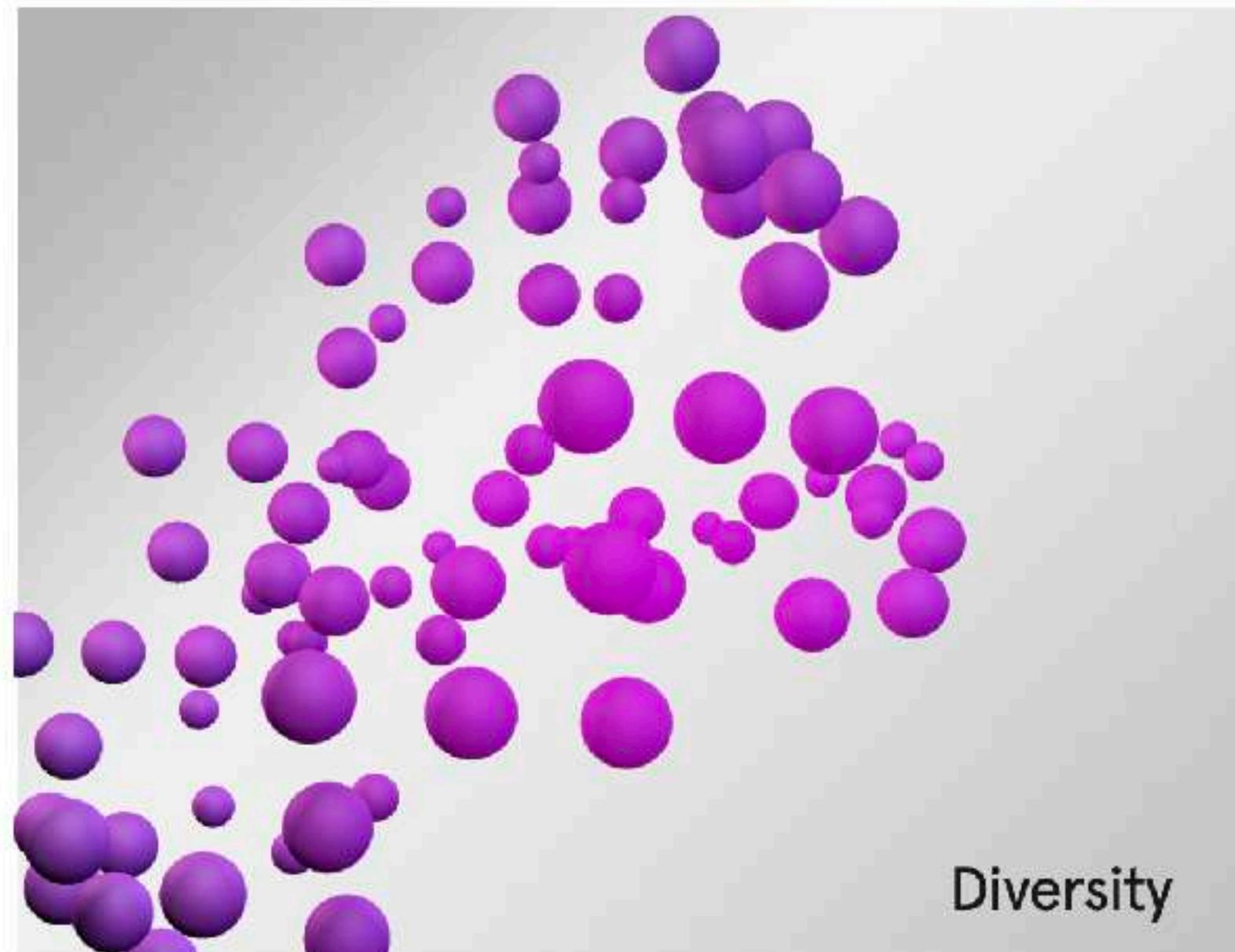
Power



Success



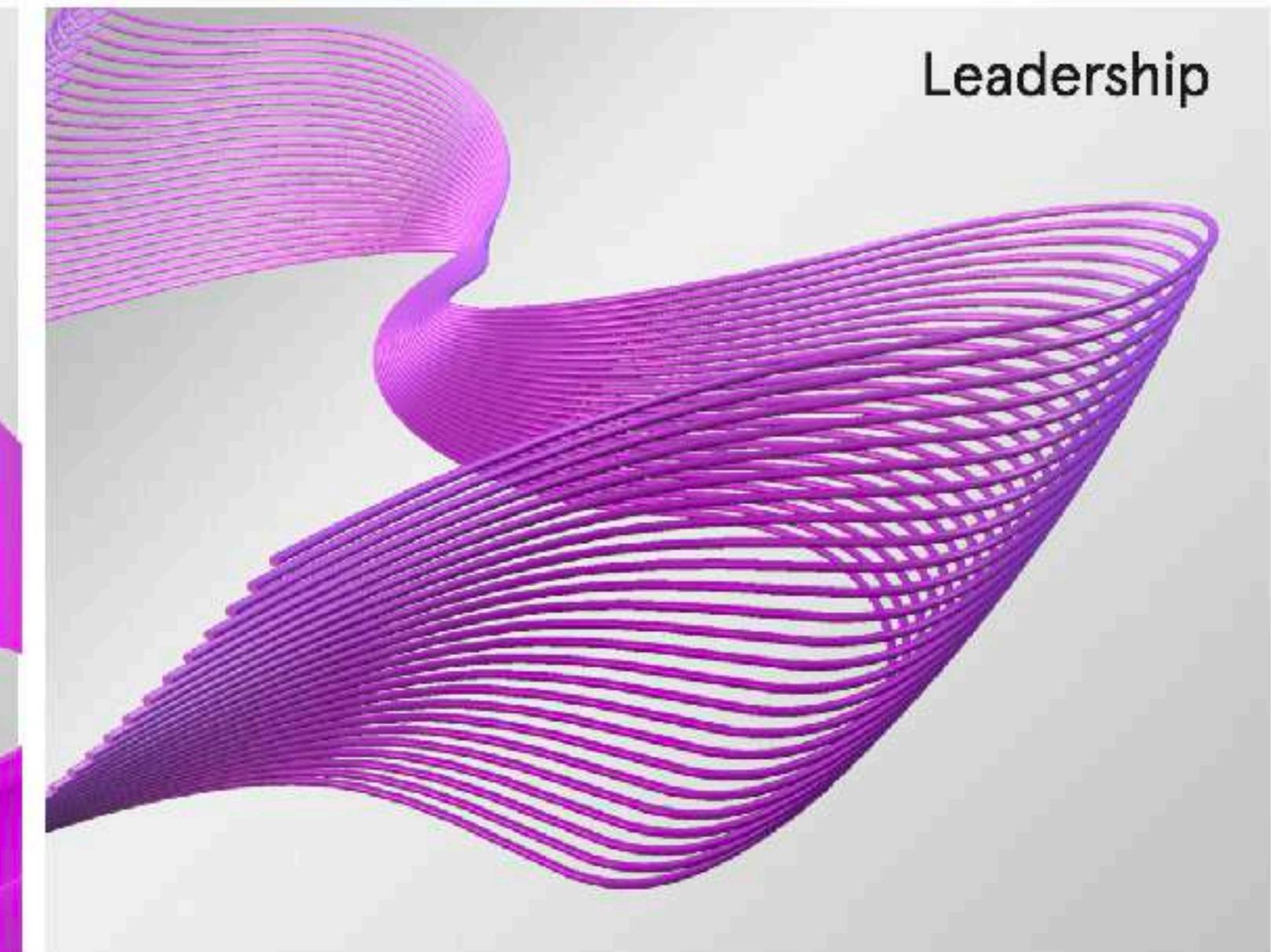
Community



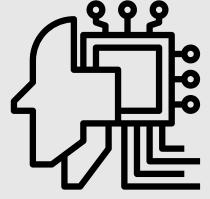
Diversity



Change



Leadership

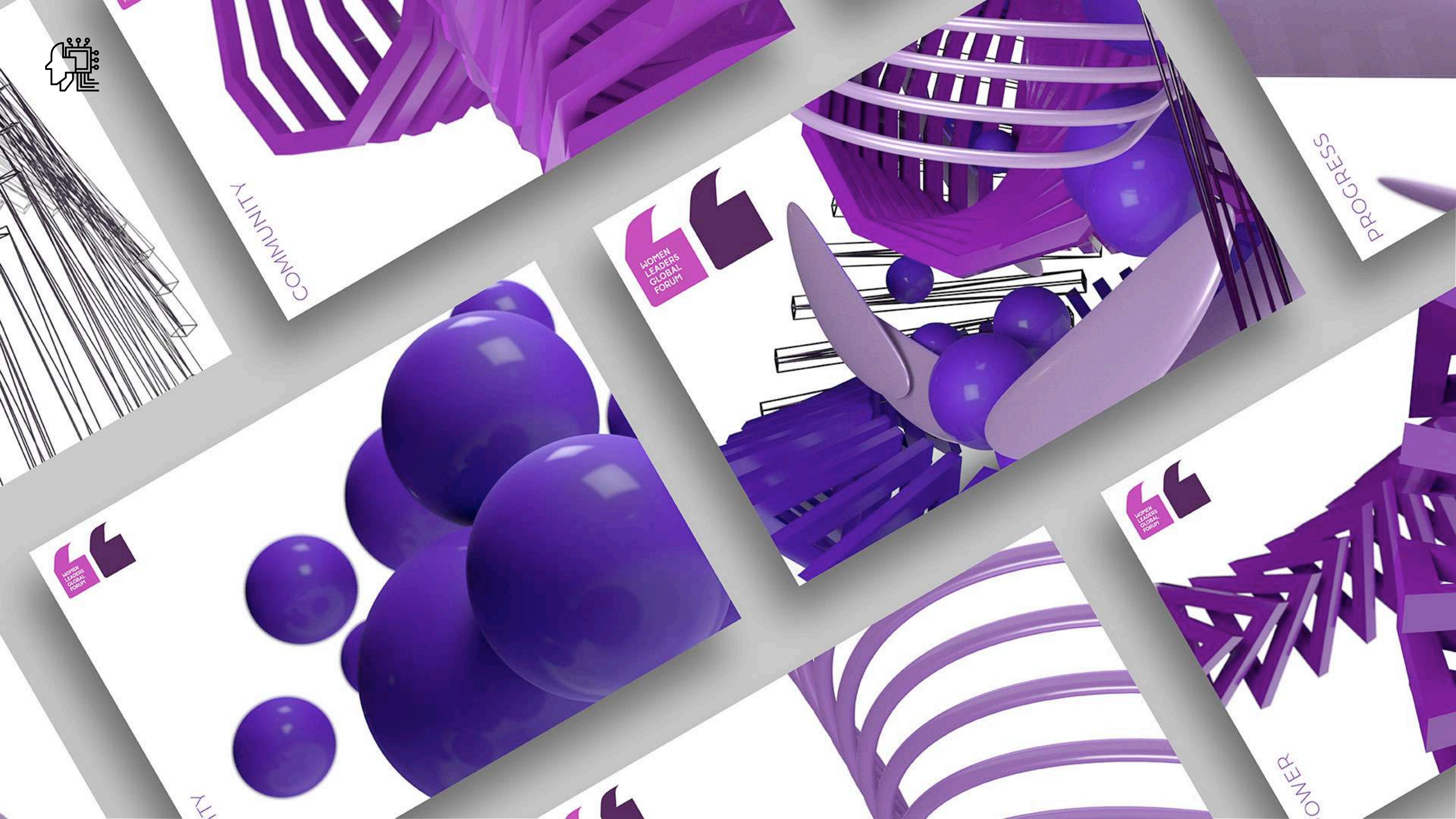


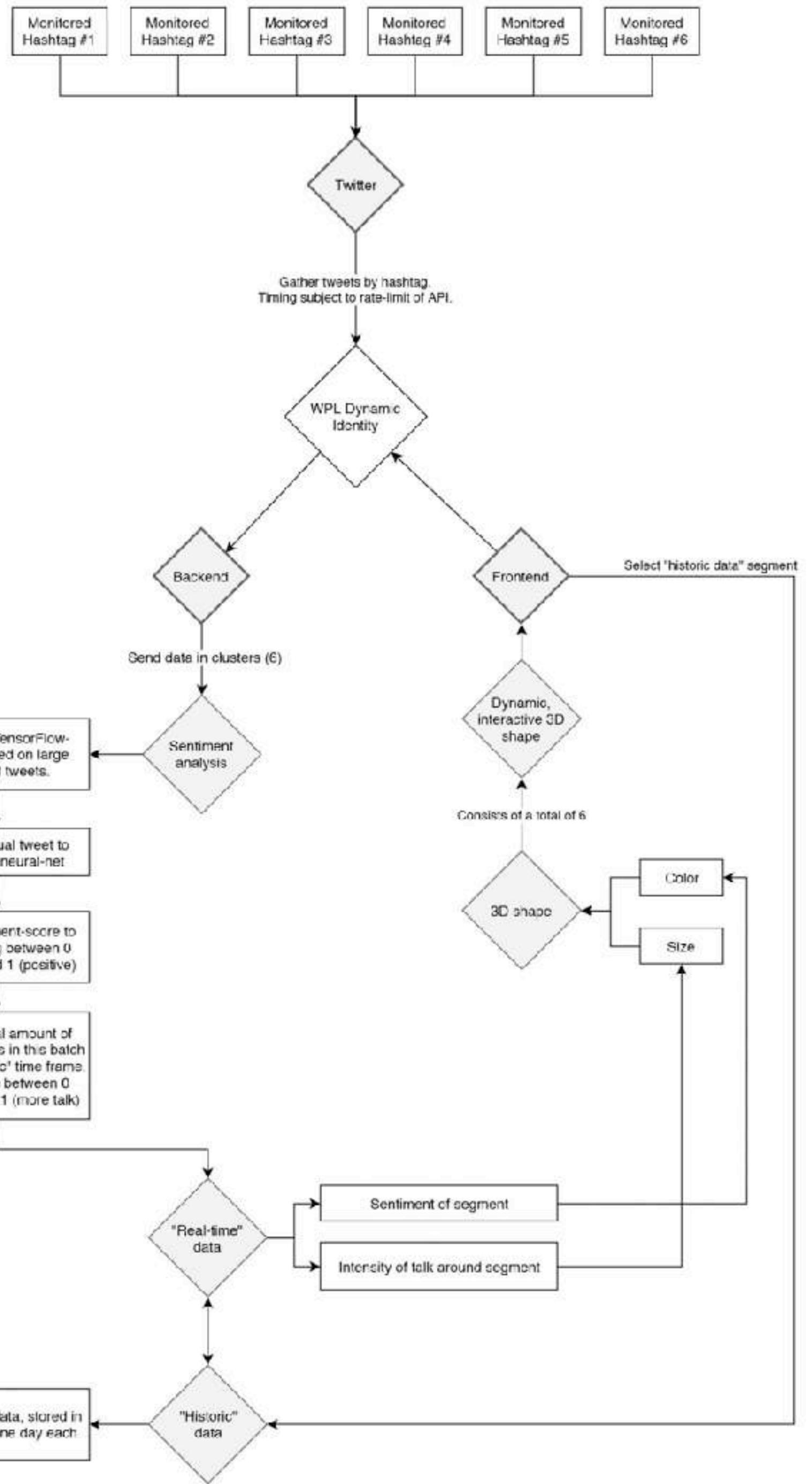
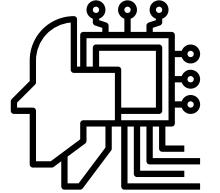
## DIVERSITY + WOMEN

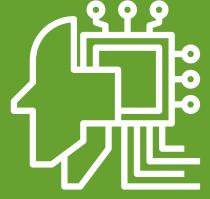
@RoyalTeeATL tweeted:

NBC SVP Karen Home creating Black women power brokers of the future.  
<https://t.co/TaAhaLO3b>, #nbc,  
#emergingdirectorprogram, #diversity

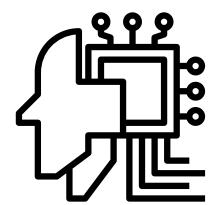
31st January 2019 | 16:05





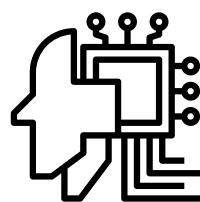


# Generatives Design und künstliche Intelligenz



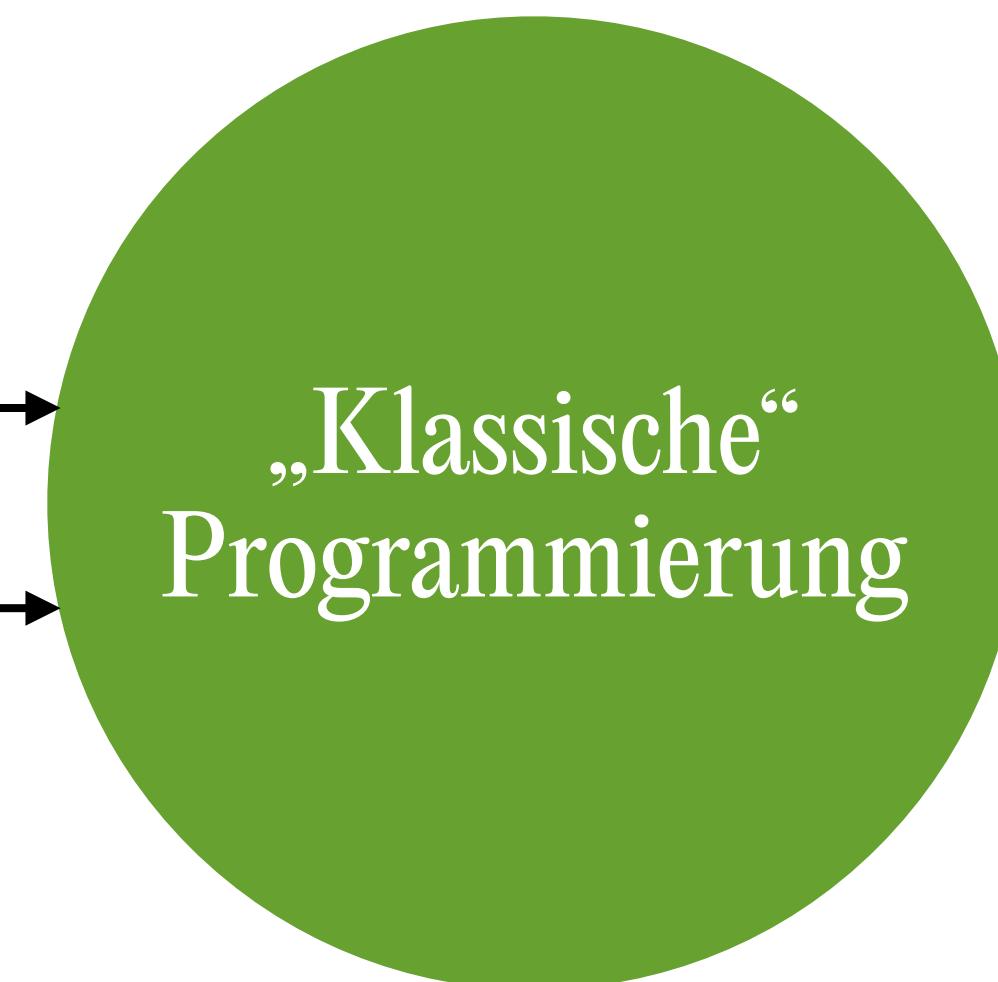
Wer in Zukunft im Bereich des Kommunikationsdesigns konkurrenzfähig bleiben will, muss ein Verständnis dafür entwickeln, wie das Programm in den kreativen Prozess einbezogen werden kann.





Regeln

Daten

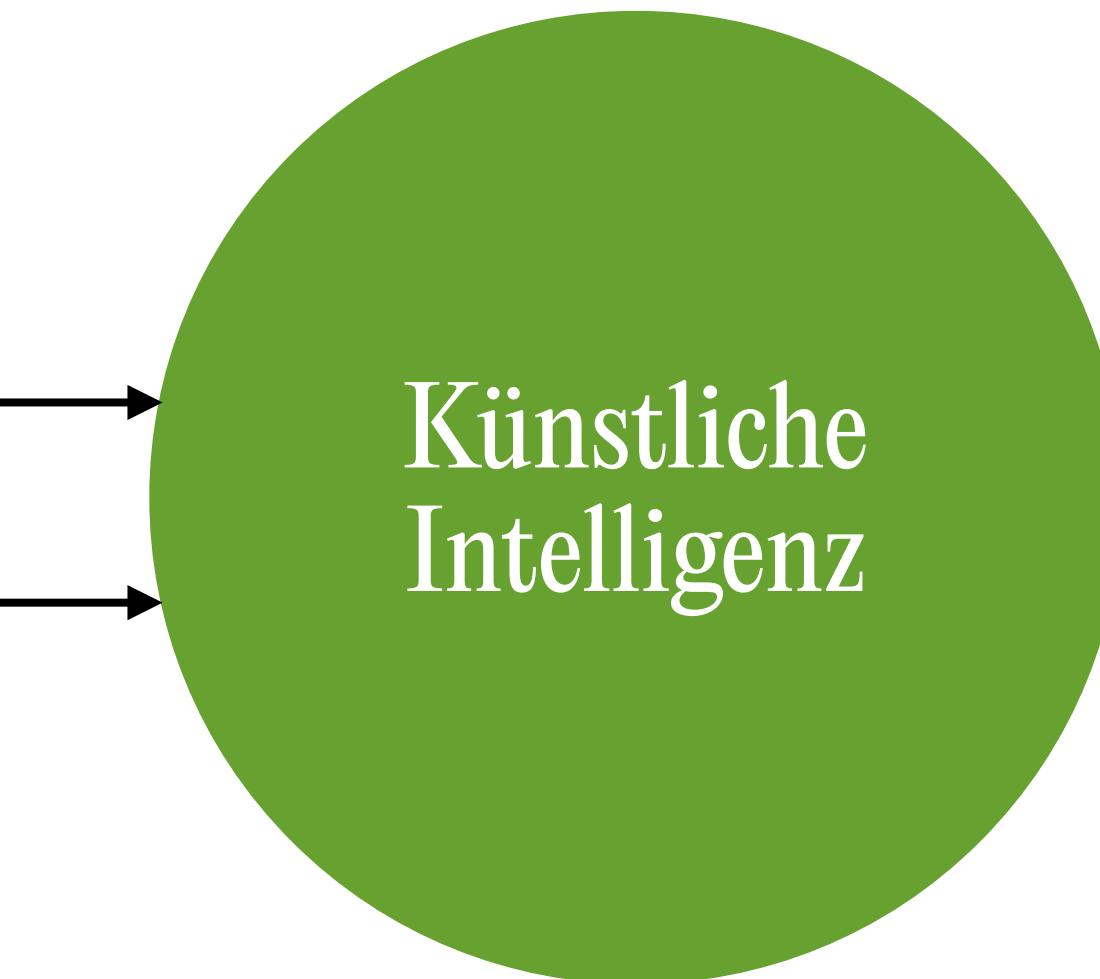


Form

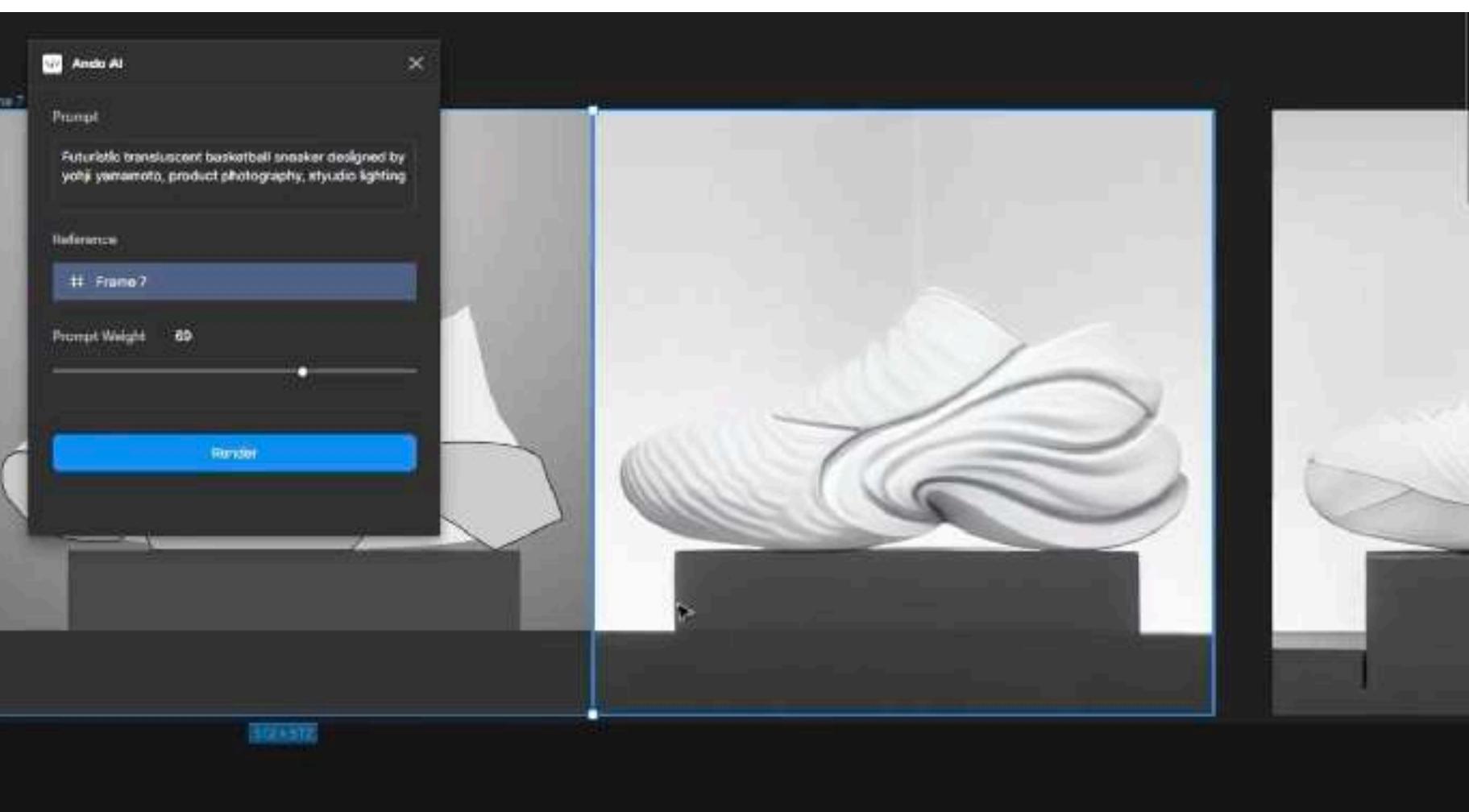


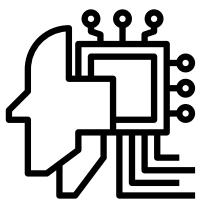
Form

Daten



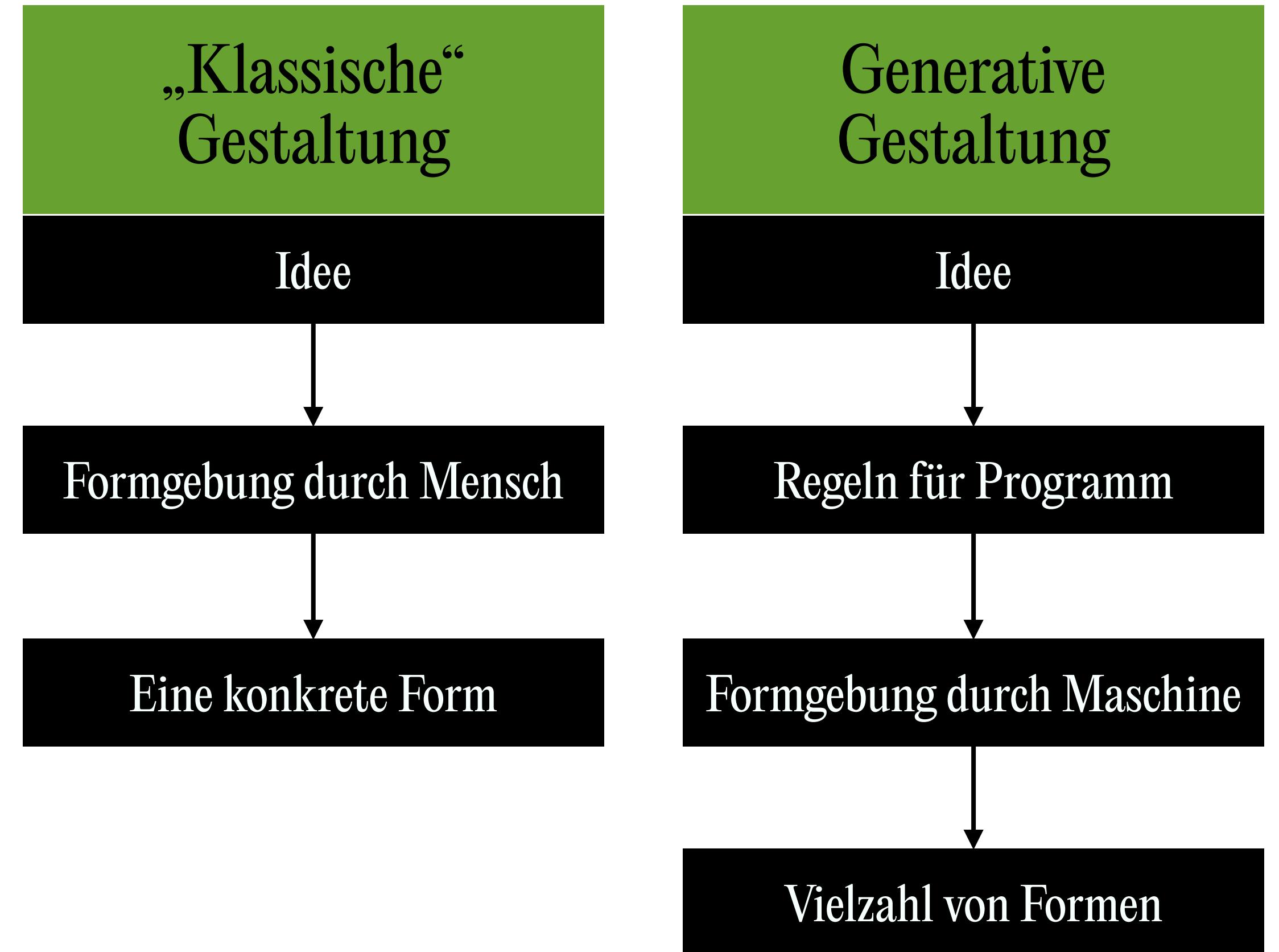
Regeln





# Generatives Design bedeutet einen Paradigmenwechsel in der Gestaltung.

Anstatt sich direkt an die konkrete Ausprägung der Form zu begeben, gehen programmierende Kreativschaffende einen anderen Weg. Sie beschäftigen sich zunächst eingehend mit der Idee, um sie dann als Programm beschreiben und festhalten zu können. In der Folge ist es dann die Maschine, die mittels des Programms eine Vielzahl an Ausprägungen der Idee manifestiert, ohne dass der oder die Kreativschaffende eingreifen muss.

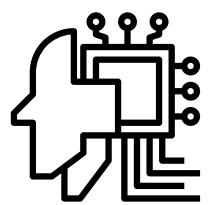




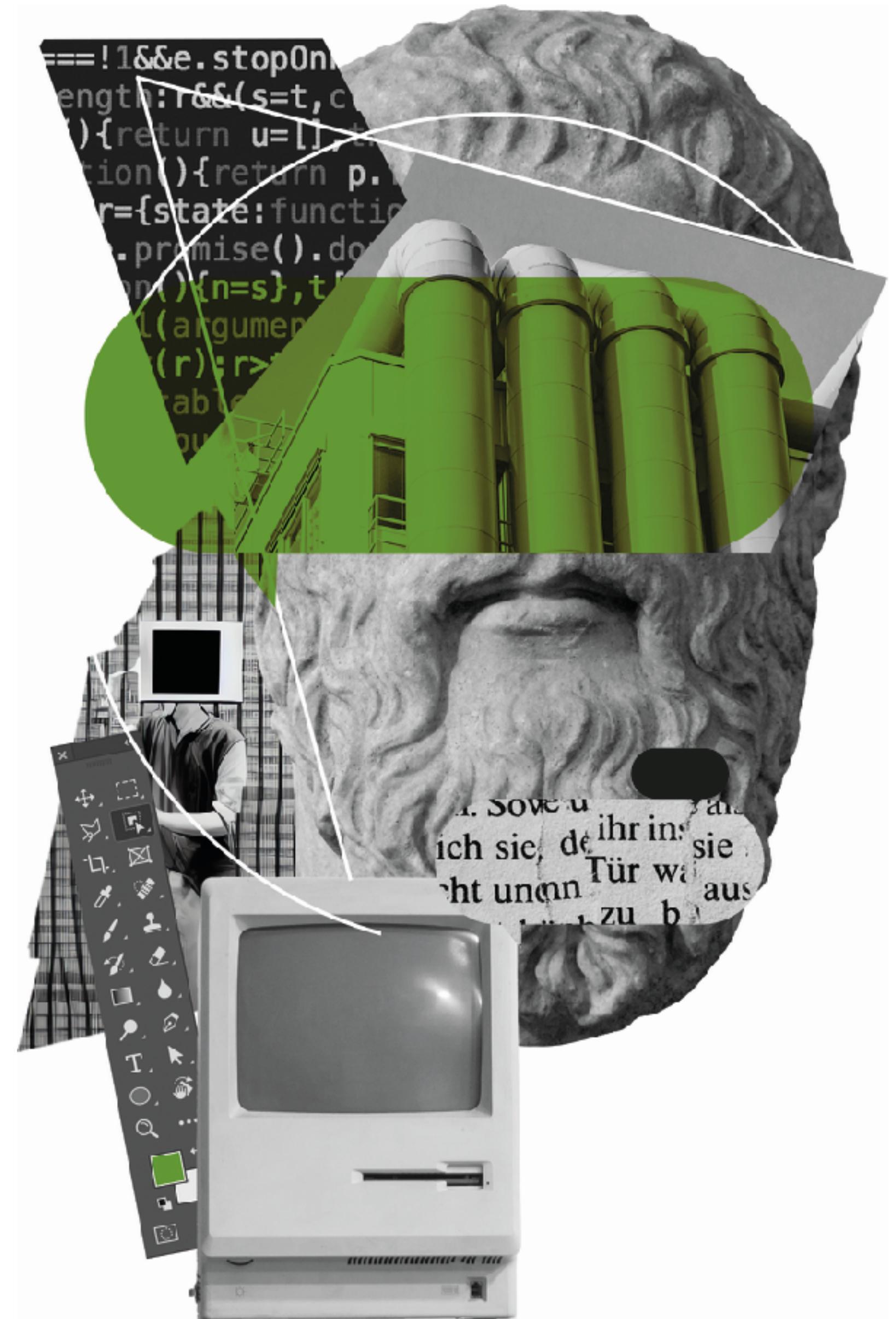
Idee

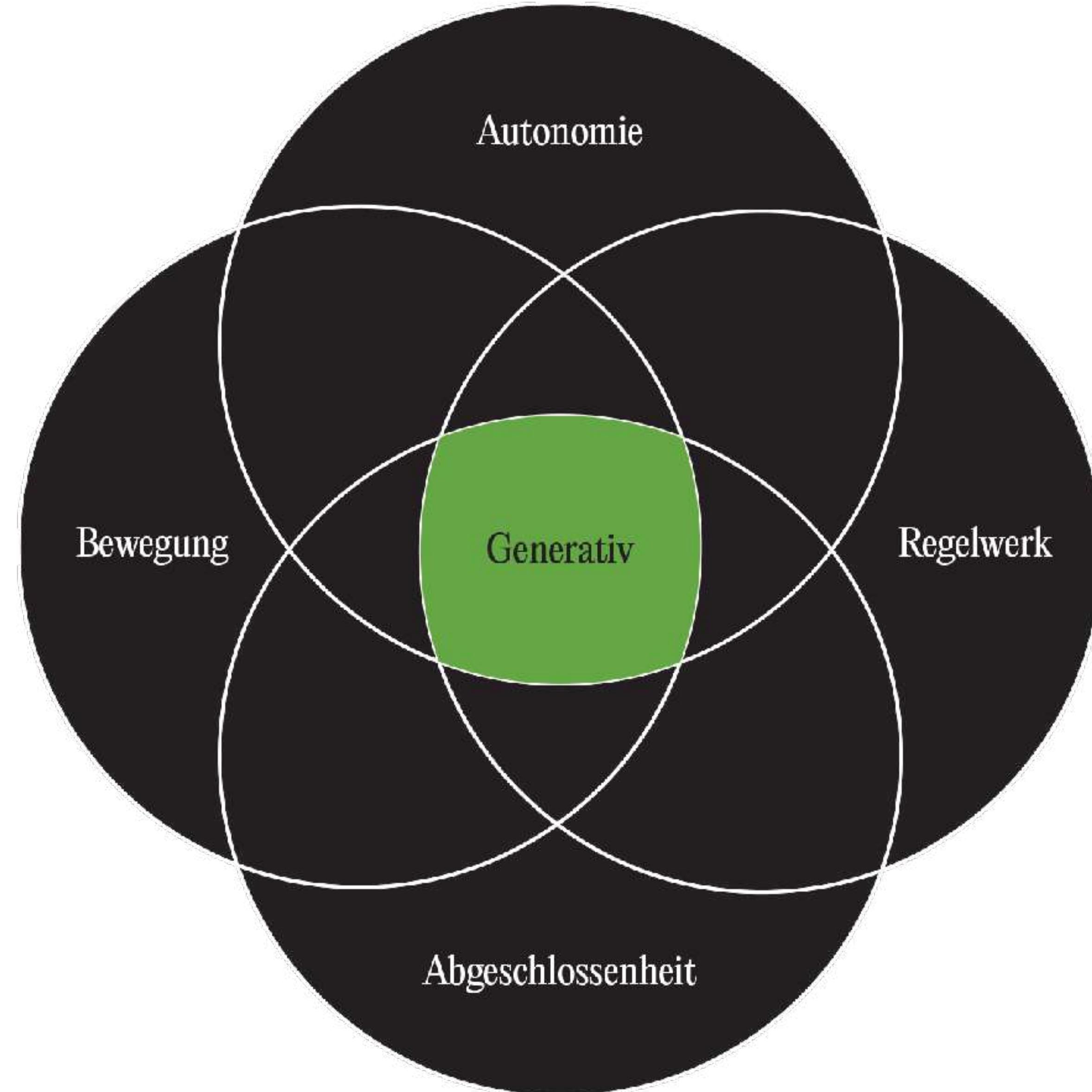
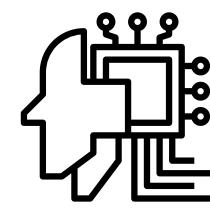


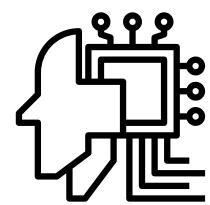
Form



Der Generativbegriff beschreibt keine spezifische Ästhetik, sondern einen Schaffensprozess, der es ermöglicht, aus einem regelbasierten Ideenmodell prinzipiell unendlich viele Ergebnisse zu generieren.

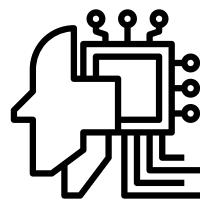






Generative Gestaltung macht es möglich, Geschichten und Kommunikationselemente auf eine Art zu inszenieren, die ohne diese innovative Herangehensweise nicht denkbar wären.

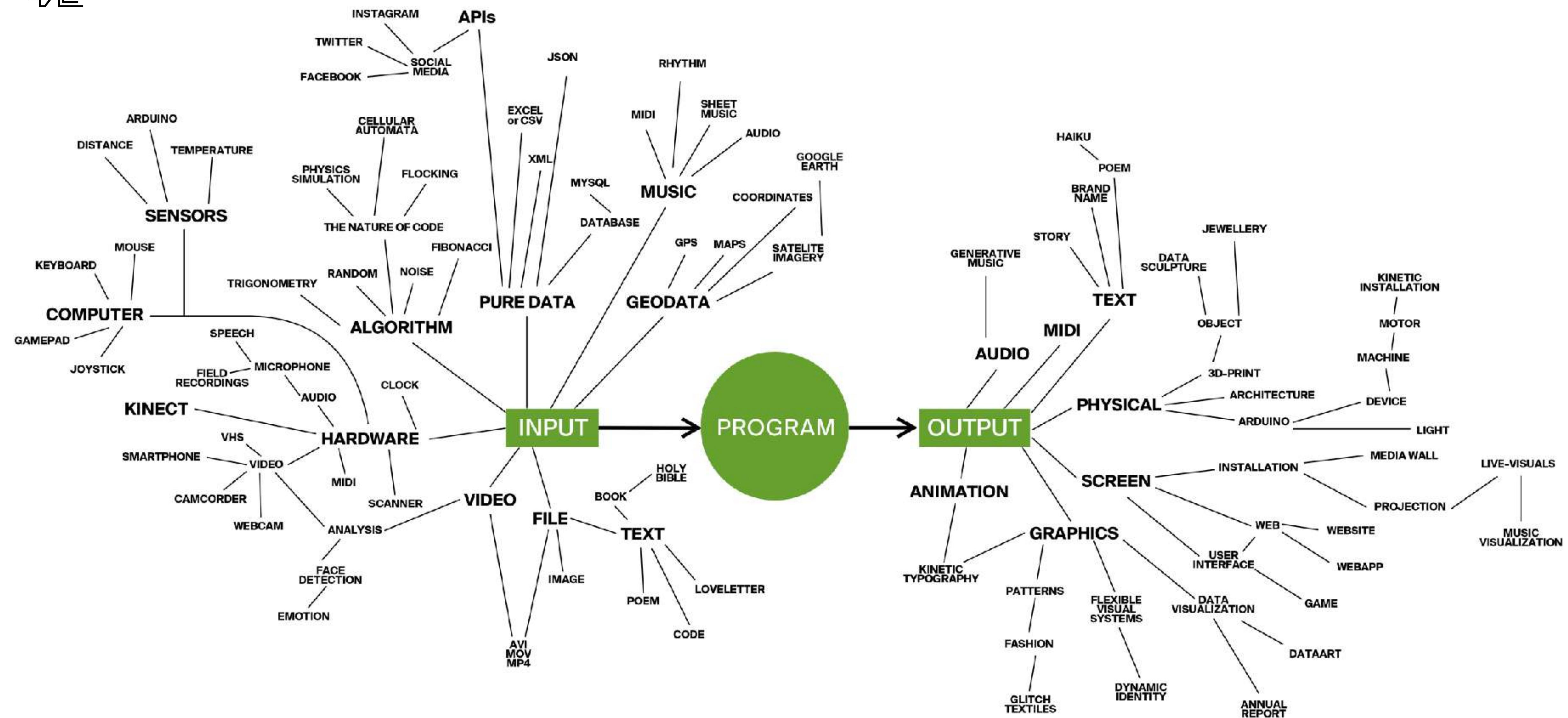
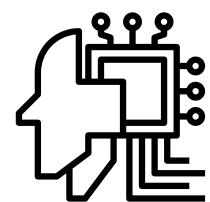


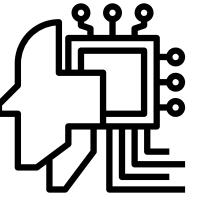


# Qualitative Daten

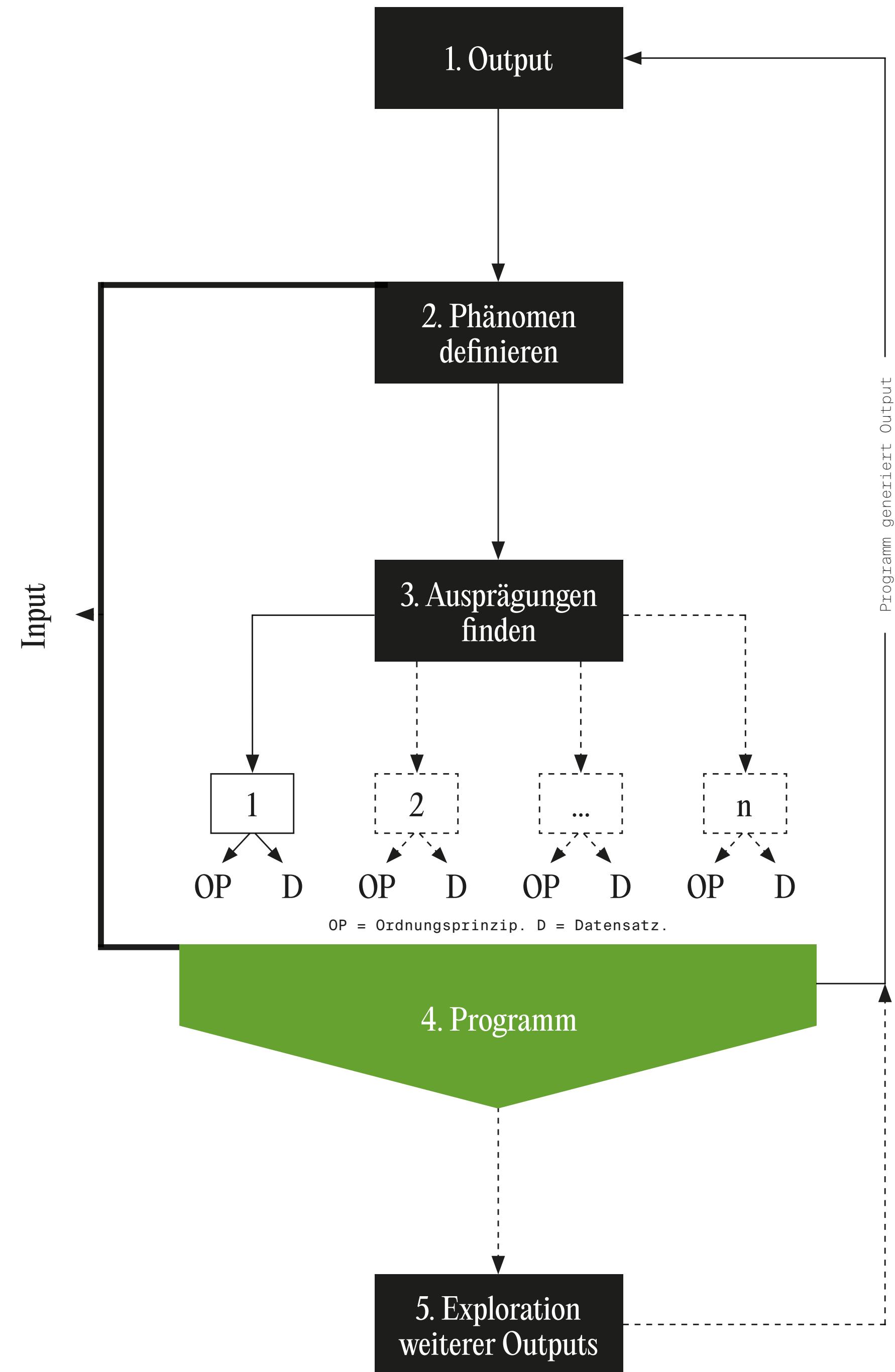
# Quantitative Daten

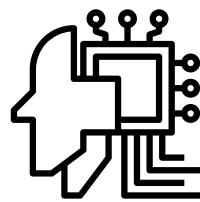
Daten kommen in unterschiedlichen Ausprägungen vor und werden dabei als *quantitative Daten* oder *qualitative Daten* eingeordnet.





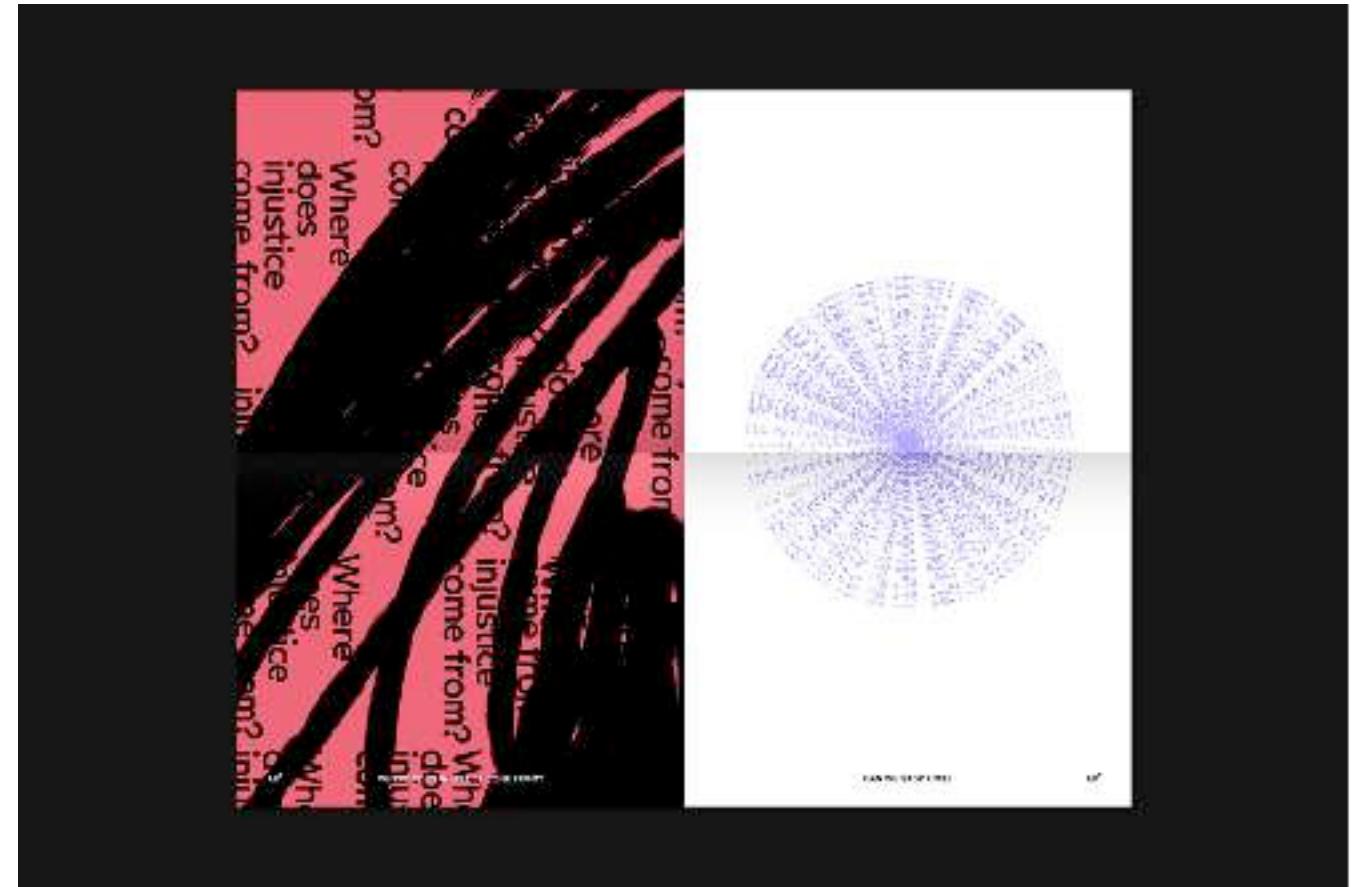
# Der Weg zum Konzept





Future Narratives und ihre  
Kontenpunkte schaffen eine  
bedeutungsvolle Verbindung  
zwischen Idee, Programm,  
Form und Geschichte.





# Einfach → Mittelkomplex → Komplex

Bspw. Zufallsbasierter Plakatgenerator

- Input bzw. Ordnungsprinzip: Zufall (quantitativ)
- Theoretisch unendlich viele Plakate, jedoch folgt die Komposition keiner spezifischen Ordnung oder Regelhaftigkeit
- Das Fehlen einer kompositorischen Regelhaftigkeit für zu großem „Ausschuss“ chaotisch gestalteter Plakate



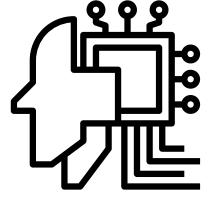
Bspw. wetterbasiertes Weinbranding

- Input bzw. Ordnungsprinzip: Umwelteinflüsse (quantitativ)
- Die Umwelteinflüsse schaffen eine klare Regelhaftigkeit, die vorgibt, wie sich die graphischen Elemente im Bildraum der Collage verteilen können und welche Grenzen ihnen dabei gesetzt sind.
- Chaotische, wetterbedingte Startbedingungen schaffen gleichzeitig ein fast unendliches Variationspotenzial für den Verlauf der Simulation.
- Kontrollierte Abstimmung zwischen Zufall und Vorhersehbarkeit und erzeugt eine unbegrenzte Anzahl kompositorisch klar kontrollierbarer Collagenvariationen.



Bspw. Keyvisual basierend auf Twitter-Konversationen

- Ordnungsprinzip: Konversationen (qualitativ sowie quantitativ)
- Mehrere generative Systemen werden parallel eingesetzt: Sprachklassifikation via RNN und Formgebung durch „klassischen“ Algorithmus
- Diese Kombination mehrerer mittelkomplexer Ansätze erzeugt in ihrer Gesamtheit eine Variante komplexer generativer Gestaltung

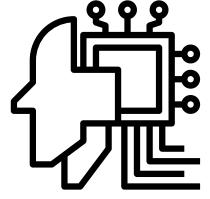


# Generative Gestaltung

Generatives Design bzw.  
generatives Denken in der Welt  
der Gestaltung gibt bzw. schafft  
Sinn/ Zweck/ Inhalt/ Verortung.

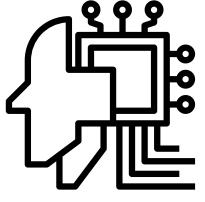
# Künstliche Intelligenz

KI ist in all ihren Ausprägungen  
etwas, das Werkzeuge generiert  
bzw. als Werkzeug genutzt  
werden kann.

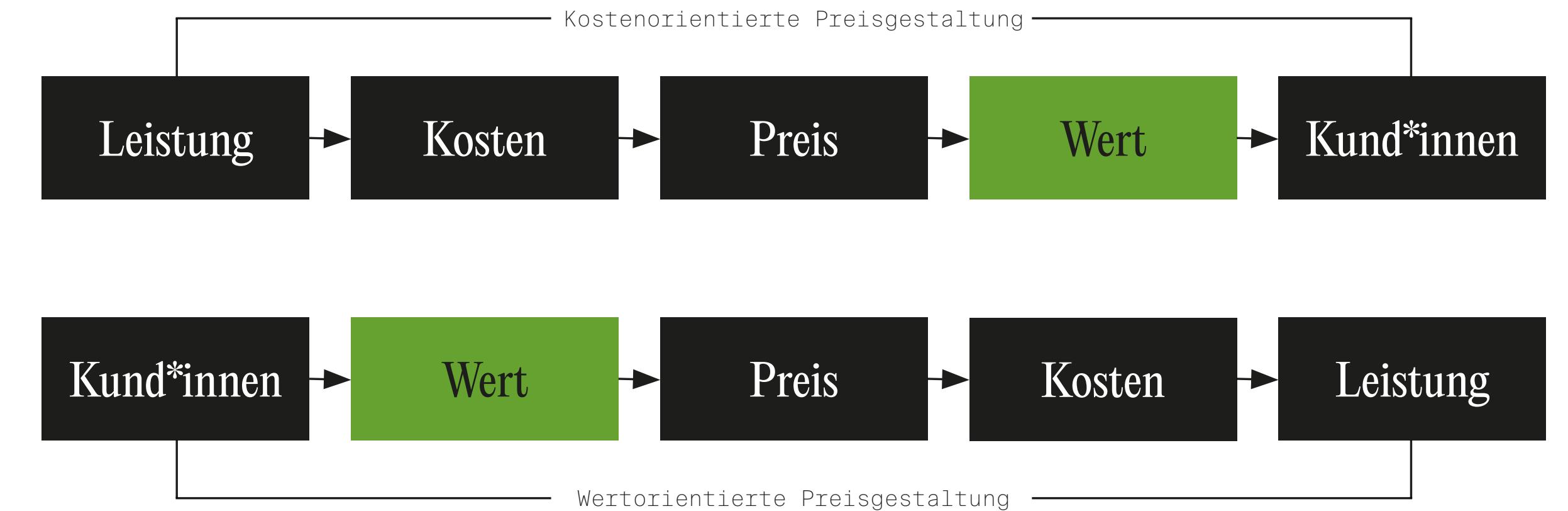


Das kreative Potenzial des generativen Programms gezielt einsetzen zu können ist ein Alleinstellungsmerkmal in der gestalterischen Praxis.

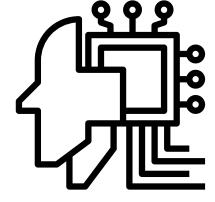




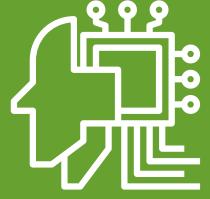
# Impuls: Wie verändert sich die Arbeit von Gestalter\*innen in einer Disziplin, die Gestaltung von Zeit entkoppelt?



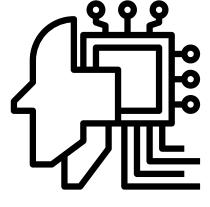
Die wertorientierte Preisgestaltung ist eine Preisgestaltungsstrategie, bei der es in erster Linie um den von Kund\*innen wahrgenommenen Wert einer Dienstleistung geht. Das bedeutet, dass Kreativschaffende ihre Preisgestaltung danach ausrichten, wie viel ein Produkt aus Sicht der Kund\*innen wert ist, anstatt diese Entscheidung von Produktions- und/ oder Zeitkosten abhängig zu machen.



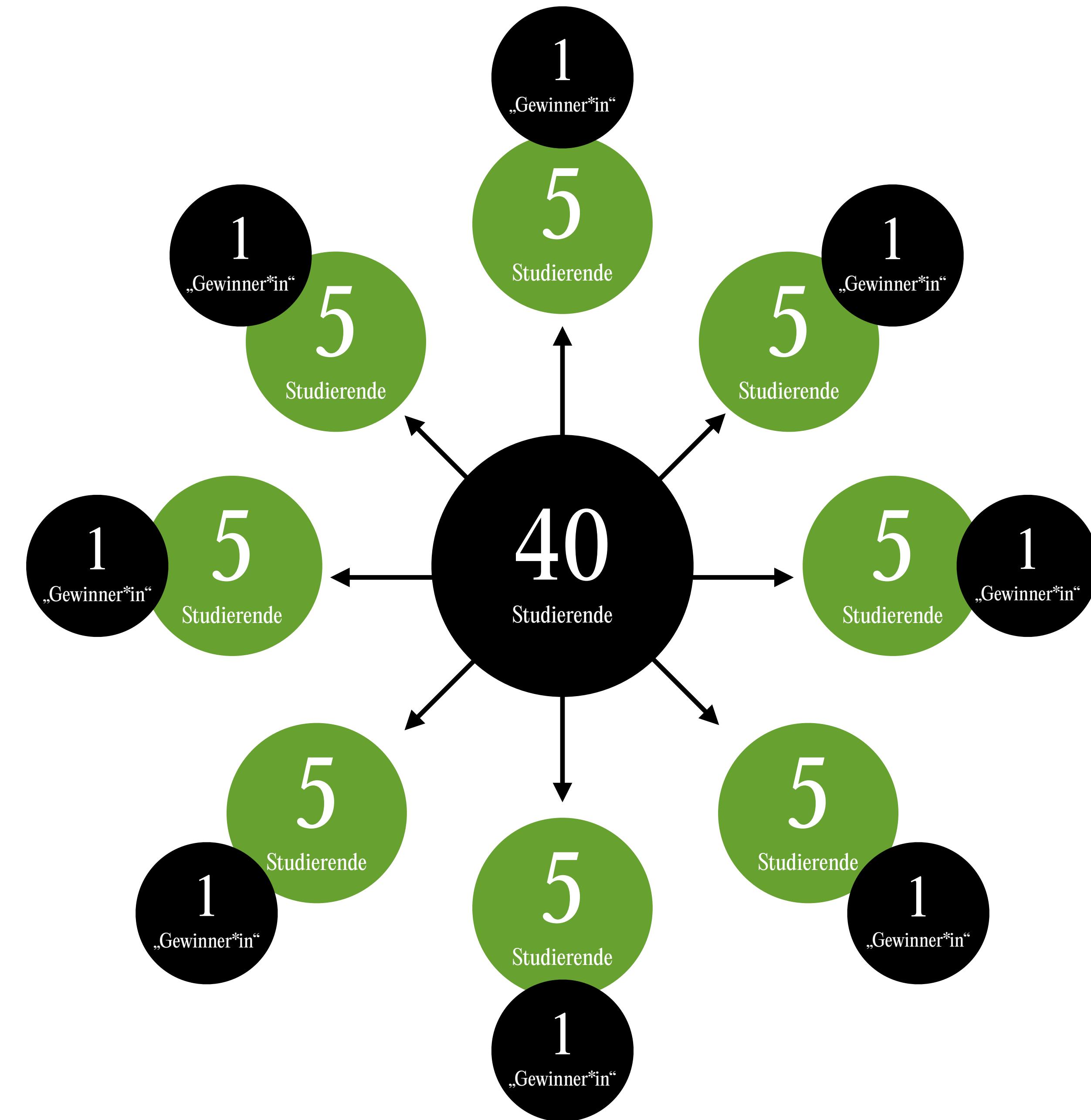
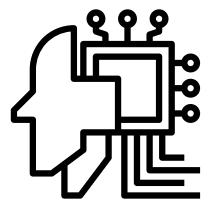
**Was denkst Du?**

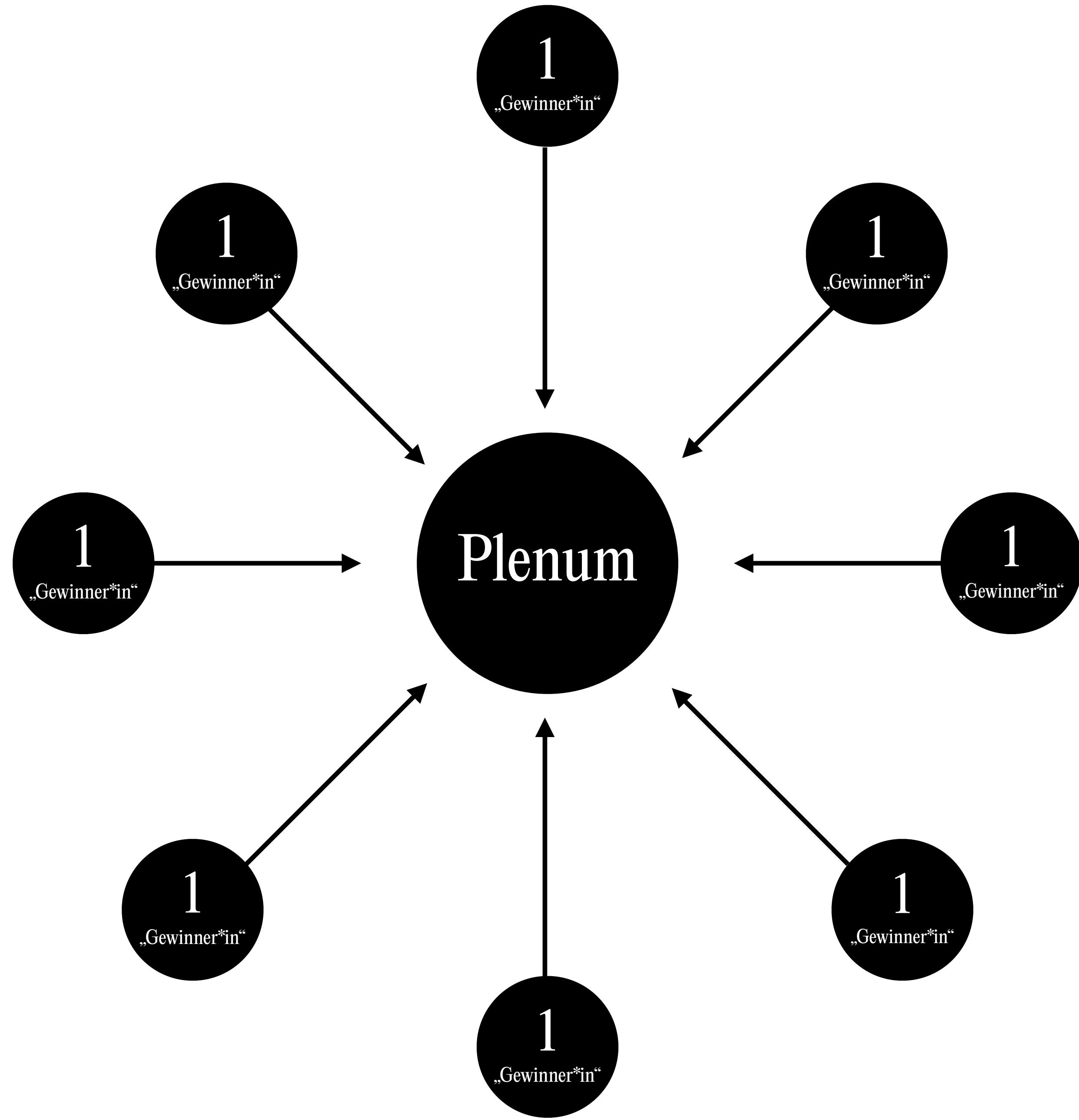
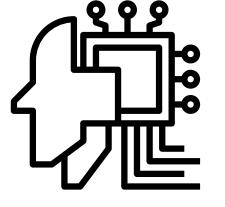


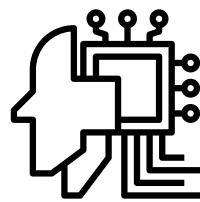
Überarbeitung  
Deines Projektes



# Morgen: Pitches







Welche Themen zum Komplex Nachhaltigkeit interessieren Dich und wo siehst Du Ansätze für Storytelling?

Welche Zielgruppe siehst Du für Dein Konzept? Was macht sie aus? Wie kannst Du sie aktivieren und erreichen?

Welche passenden Inputs und Phänomene findest Du in der Umwelt?

## Weiterentwicklung Social Media Advertising Kampagne für das Thema *Nachhaltigkeit*

Was ist Deine Call-to-Action?  
Was soll die Zielgruppe tun/  
fühlen/ erkennen?

Welche Regelmäßigkeiten fallen Dir ein,  
die die gewählten Daten als formgebende  
und/oder gestalterische Einflüsse  
einsetzen? Wie kannst Du sie als  
Knotenpunkte in der Story einsetzen?

Welche Daten könntest Du nutzen um sie als Motor für gestalterische Prozesse zu verwenden?



# Ende Tag 4