



## Mit Bildern in die Zukunft blicken!

# VISIONEN

Bereits vor 500 Jahren skizzierte Leonardo da Vinci (\*1452; †1519) Fluggeräte, die unseren heutigen Hubschraubern ähneln. Für die damalige Zeit war das eine herausragende bildliche Darstellung einer Vision. Mit Bildern vom unbekanntem Morgen wird gerne gearbeitet: Manchmal wird die Zukunft nur mit schönen Dingen bestückt beschrieben oder aber die Pessimisten verbreiten Weltuntergangsstimmung in den düstersten Farben. Mit welchen Motiven sind Visionen darzustellen und wer nutzt diese?

von Ute Jansing

### Wort-Varianten von Vision

Vision bedeutet Zukunftsentwurf, jedoch auch übernatürliche Erscheinung, Offenbarung, Traumbild, Trugbild, Wunschbild. Verfasser von Zukunftsentwürfen werden Visionäre genannt und eine Idee kann visionär sein. Das Wort findet sich vielfach: Die Religion benutzt Vision als Bedeutung für eine Erscheinung im religiösen Sinne; die Messe Vision ist eine Weltleitmesse für Bildverarbeitung; eine britische Investorengruppe nennt sich Vision Capital; sogar eine Comicfigur mit dem Namen Vision gibt es; Vision-

**Ute Jansing**, Gründerin Bildagentur Pitopia, bis 12/2017 Geschäftsführende Gesellschafterin, seit 2018 Strategische Beratung Bildprojekte und Art Buying



Sensor ist ein technisches System zum Aufnehmen und Interpretieren von Bildern; das Kunstwort Television bedeutet Fernsehen; so gibt es noch viele weitere Wort-Varianten von Vision.

### Mobil in die Zukunft

Die Automobilbranche ist ständig dabei visionär am Auto der Zukunft zu basteln. Da es das passende Auto noch nicht gibt werden grafisch Ideen umgesetzt. Um es ein bisschen realer zu zeigen steht so ein Zukunftsauto meist in einer angenehmen Umgebung. Warum

auch immer, aber sehr gerne sind bei diesen Abbildungen die Türen geöffnet. Sieht ungewöhnlich aus, denn wenn ein Autokäufer ein neues Auto sucht sind normalerweise alle Türen geschlossen. Jedoch wird so die Ungewöhnlichkeit hervorgehoben und es bietet einen Blick ins Innere. Immerhin sieht ein Auto in der Zukunft noch wie ein Auto aus. Technisch wird es wohl Veränderungen geben, kein Lenkrad mehr – dafür wird die vollständig automatisiert fahrende E-Mobilität entwickelt. Jetzt müssen die Autofahrer auf das vollautonome Fahren

vorbereitet werden um in einigen Jahren mühelos per Augmented Reality, Gesten und Sprache ihr Auto zu bedienen.

## Jahreszahlen sind Zukunft



Ein simples, aber eindeutiges Mittel um mit einem Bild in die Zukunft zu verweisen ist eine Jahreszahl weiter in der Zukunft zu verwenden. So geschehen bei Tirol 2050, Energie Tirol hat extra eine eigene Website erstellt. Sie kommunizieren als Vision: „Eine Zukunft frei von fossilen Energieträgern und damit eine lebenswertere Zukunft für die nächsten Generationen – das ist das Ziel von TIROL 2050 energieautonom.“ Energie Tirol möchte den Energieverbrauch halbieren. Mittels Jahreszahlen darauf aufmerksam zu machen, dass es sich um Ideen oder Planungen für viele Jahre später handelt ist sehr beliebt. Dieses kann über Illustrationen oder auch Fotos geschehen, in die ganz simpel eine Jahreszahl sehr prominent und unübersehbar platziert wird. Gerne wird auch ein 3-D-Effekt bei Illustrationen verwendet, kombiniert mit dem Wort Vision und einer Jahreszahl. Auch z. B. Buchtitel und Filmtitel oder Unternehmensvisionen werden manchmal mit einer Jahreszahl bestückt.

Grafik: Energie Tirol, [www.Tirol2050.at](http://www.Tirol2050.at)

Foto: mauritius images / Blend Images / Donald Iain Smith

Foto: mauritius images / Westend61 / HuberStarke

## Einfach alles auf online

Ist es ein Traum oder eher eine absurde Vorstellung, Bewerbungsgespräche nicht mehr Auge in Auge zu führen, sondern via Handy oder mit eine Art Roboter gegenüber? So jedenfalls ist die Vorstellung, wie zukünftig neue Mitarbeiter gesucht werden können. Vorgespräche bei der Personalsuche sind jetzt schon ohne persönlichen Kontakt möglich, große Unternehmen arbeiten bereits mit Employee Self Services Apps und erste Gespräche am Telefon werden von Robotern geführt. Konferenzen ohne persönliche Anwesenheit zu führen ist schon lange Alltag, das spart oftmals Reisekosten. Aber das eine Art Roboter bei einem Personalgespräch oder einem Mee-

## Die Zielgruppe entscheidet

Manche Bilder der Zukunft haben auch einen unschönen Beigeschmack. Beim Thema Essen und Lebewesen streiten sich die Geister. Was ist da futuristisch faszinierend und was eher abstoßend und erschreckend? Nicht jedes visionäre Bild ist also für jeden etwas Positives. Je nach Zielgruppe muss gut überlegt werden, wie wird das Motiv aufgenommen. Motiviert das Bild oder macht die Vorstellung eher Angst? (Bild nächste Seite) Der Bereich Essen hat aber noch andere Zukunftsvisionen. Immer öfter wird vom Drucken von Nahrungsmitteln als 3-D-Variante gesprochen. Essen aus dem 3-D-Drucker ist das große Thema beim Kochen der Zukunft. Unter open-



ting auf der anderen Tischseite sitzt ist noch fiktional.

Die Generation Z sind digitale Nomaden, sie kennen es nicht anders als digital in die Welt zu schauen, dort ist alles möglich. Einfach eine Brille aufsetzen und die Welt steht ihnen offen. So ist es nicht mehr notwendig das Haus zu verlassen. Urlaub mit einer anstrengenden Reise und hohen Kosten? Wozu? Die 3D-Brille oder was auch immer noch entwickelt wird bietet sofort und für einen selbst bestimmten Zeitraum jederzeit eine Reise überall hin, sehr bequem und jedes Familienmitglied kann seine eigene Reise machen oder sich mit anderen auf seiner Onlinereise verbinden. Online zu reisen heißt ohne Komplikationen reisen, es stehen andere Abenteuer bevor als die der Generationen vorher, die sich noch per Pedes auf dem Weg gemacht haben.

meals.com finden sich Informationen zum Beispiel zu „Sushi Teleportation“. Dort wird sehr genau erklärt, wie ein 3D-Drucker aufgebaut ist und es gibt interessante Informationen zum Produktionsprozess. Eine ganz andere Zielgruppe beschäftigt sich mit dem Thema Cybersicherheit, was jetzt schon wichtig ist und an Wichtigkeit enorm zunehmen wird. Kaspersky Lab ist ein weltweit tätiges Unternehmen, das spezialisierte Sicherheitslösungen und -Services zur Verteidigung vor komplexen und aufkommenden Cyberbedrohungen anbietet. Ihr GReAT-Expertenteam hat sich für den Mobile World Congress 2017 mit einem Zukunftsforscherteam zusammengetan, um einige Prognosen anzustellen wie die Zukunft aussehen könnte. Roboter werden eine sehr wichtige Rolle im Leben der Menschen spielen. Werbung wird Menschen über







Nacht ins Gehirn übertragen werden, Kontakt zu anderen Menschen weit weg erfolgt über Kontaktlinsen, kranke Menschen haben einen Roboter bei sich für Analysen, virtuelle Assistenten unterstützen am Arbeitsplatz und noch viele weitere Prognosen für die Jahre ab 2030 sind konzipiert worden. Roboter werden mit den Menschen Hand in Hand arbeiten.

Genküken, Foto: Mike Espenhain (li.)

Foto: Kaspersky Lab (re.)



werden. Einfacher hier im Sinne von automatisch gesteuert, einmal programmiert läuft vieles im Haushalt bzw. Alltag einfach und automatisch.

Grün ist die Farbe der Stadt-Zukunft Zum Leben zieht es die Menschen immer mehr in die Städte. Stadtplanung ist schon viele Jahre ein wichtiges Thema. Viele Städte werfen mit ihren Plänen einer Smart City nur so um sich. Der Begriff wird für vieles genutzt, eines fällt sofort auf – Bilder von einer Smart City Vorstellung sind fast immer auch Gebäudeabbildungen, mit starker grüner pflanzlicher Bebauung. Die Planer stellen sich die Stadt der Zukunft also wohl grün(er) vor. Das ist ein bisschen einfach gestrickt, denn das könnte ja jetzt auch schon umgesetzt werden und müsste nicht auf die Zukunft verschoben werden. Aber die Farbe grün ist aktuell positiv besetzt und wird deswegen gerne bei der Darstellung solcher Szenarien genutzt. Ein Beispiel für fantas-tisch aussehende Stadtvisionen sind die Konzepte vom belgischen Umweltarchitekten Vincent Callebaut. Er entwirft futuristisch anmutende Ökodistriktpro-

jekte, die auch verschiedene Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigen.

**Codewort „Künstliche Intelligenz“**

Es scheint allein das Codewort „Künstliche Intelligenz“ – kurz KI – umgibt jeden Nutzer schon mit dem Hauch von Vision. Unternehmen bauen darauf ihre Strategie auf, um zu verdeutlichen, dass auch sie ihren Beitrag zum Thema Zukunft bieten. Wenn das Produkt oder die Dienstleistung es ermöglicht wird gleich ein umfangreiches Szenario entwickelt. Bei Allianz macht Künstliche Intelligenz unser Leben leichter. Mit Schlagworten wie Smart Home, Smart Cars oder auch Smart City wird ausgedrückt, es handelt sich um eine Zukunftsvision – alles soll „einfacher“

Grafik: Allianz Global Investors



**Ein Ausblick**

Wohin steuern wir also nun? Je nach Branche stehen andere Visionen im Fokus. Noch sind Bilder, die das innere Bild einer Vorstellung auf die Zukunft bezogen präsentieren, nicht inflationär. Wenn sich damit aber mehr Aufmerksamkeit erlangen lässt und vor allem Geld verdient werden kann, werden es mehr werden. Jeder kann für sich persönlich durch mehr Zeit, in der man seinen Gedanken freien Lauf lässt und seinen Träumen nachspürt, seine individuellen Visionen kreieren. Eine der ältesten Visionen der Menschen findet sich dann wohl in jeder Generation: Eine Familie gründen, ein eigenes Haus und ein langes Leben – simpel, aber immer wieder aktuell.