

Wissen ist sexy



MICHAEL KÖCKRITZ

Kohlhammer

Wissen ist sexy.

Mit seinem neuen Coffee Table Book „**Wissen ist sexy**“ lädt Michael Köckritz zu einem inspirierenden Ausflug in die Welt des Wissens ein. Expertenbeiträge, Interviews und unterhaltsames Infotainment verbinden sich zu einem ebenso anregenden wie informativen Leseerlebnis, das zum Nachdenken und Staunen einlädt.

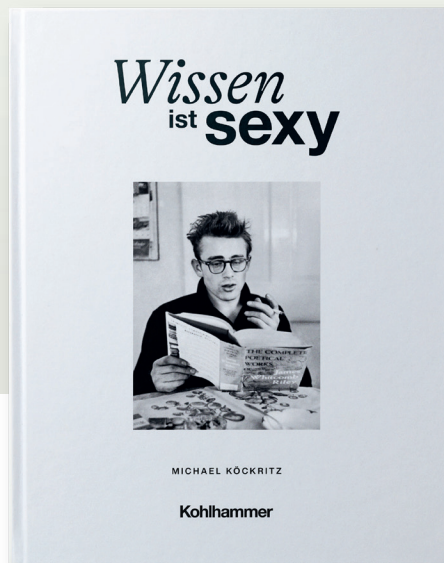
69,00 EUR

inkl. MwSt.

2024

272 S., Pappband

ISBN 978-3-17-045967-0



Wissen ist sexy.

Mit seinem neuen Coffee Table Book „**Wissen ist sexy**“ lädt Michael Köckritz zu einem inspirierenden Ausflug in die Welt des Wissens ein. Expertenbeiträge, Interviews und unterhaltsames Infotainment verbinden sich zu einem ebenso anregenden wie informativen Leseerlebnis, das zum Nachdenken und Staunen einlädt.

»Es gibt nur eine bewusstseinsweiternde Droge, die mir Spaß macht, und die nennt sich Wissenschaft!«

Sheldon Cooper in »The Big Bang Theory«



Ein Ausflug in die Zusammenhänge und Bedeutung von Wissen und Bildung

Gerade in unserer heutigen Welt, die uns mehr denn je mit einer ungefiltert dichten Informationsflut, schnelllebigen Trends und den wilden Erregungsmustern der digitalen Jetztzeit begegnet, ist verlässliches Wissen von elementarer Bedeutung. Wissen gibt uns aber nicht nur nützliche Einblicke in komplexe Phänomene und Zusammenhänge – Wissen fasziniert, macht neugierig und öffnet die Räume für Kreativität, frisches Denken und einen zielführenden Diskurs. Wissen wirkt. Im besten Fall verändern wir mit Wissen die Welt in eine Bessere. Mit „Wissen ist sexy“ lädt Herausgeber Michael Köckritz zu einer unterhaltsamen Entdeckungsreise in die Zusammenhänge und die Bedeutung von Wissen und Bildung ein.





„Wissen ist sexy“

Ein originelles Dokumentations- und Kunstprojekt, geprägt von kreativer Energie und einer inspirierenden, optisch herausragenden bilderreichen Umsetzung. Amüsant, unterhaltsam kurzweilig, dabei mit einem interdisziplinären Blick substantiell. Ein breit gefächertes Themenspektrum bietet neben zahlreichen Expertenbeiträgen und interessanten Interviews ein dichtes, kurzweiliges Infotainment.



Michael Mauer und das weiße Blatt Papier

Visionen, Ideen und Innovationen erlebbar werden zu lassen ist eine seiner wesentlichen Aufgaben. Aber was muss der Designer wirklich wissen? Michael Mauer, Designchef von Porsche und Leiter Konzern Design Volkswagen, erklärt es im Interview.

»Fakten sind erst einmal neutrale Informationen. Wissen entsteht aber erst, wenn ich diese Fakten in einen Kontext bringe, wenn ich sie einordne und anwende. Das macht mich handlungsfähig.«

Michael Mauer

Das Forum Wissen und der Holzweg

Schön, wenn wir viel wissen. Schöner aber, wenn wir auch verstehen, wie all die Erkenntnis eigentlich entsteht. Das Forum Wissen der Universität Göttingen macht Wissenschaft erlebbar – mit dem Gang auf dem Holzweg inklusive.



© Atelier Brückner



Toan Nguyen lernt spielend

Er wurde das »Wunderkind der Werbebranche« genannt: Toan Nguyen wendet als passionierter Nerd sein Wissen über Videospiele auf die Unternehmenskultur an. Ein Interview.

Inhalt

Good *to* 1 Know

Ist Wissen sexy?	034
Wissen ist sexy!	040
Bildung in einer Wissensgesellschaft	046
Das Einmaleins des Denkens	056
Der Wissens-Kollaps	062
Ein jeder ist heute ein Gatekeeper	068
Science Fiction Art	072
Die Zirkulation des Sichtbaren	084
Die Wirtschafts-Weise	094
Heute entscheiden wir uns mal	100
Über die Dummheit der Künstlichen Intelligenz und die Relevanz von Skepsis	104
Der Magier	110
Wissen statt Meinung!	118

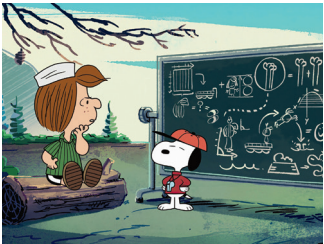


By 2 *the* Way

Hard Facts	124
Der siebt wie gedruckt	148
Wählen heißt wissen	150
Wissen, was Recht ist	152
Was wissen Sie?	154
Design Thinking	158
First Principle Thinking	159
15 ½ Regeln für die Zukunft	160
How to Look at the World (Like an Artist)	162
Zitate	168
Säugetier mit U	170
Ist das echt oder kann das weg?	172
If Nothing Goes Right, Go Left	174
Frankenstein lässt grüßen – wenn Forscher experimentieren	178
Schulterzucken	180
Mit Wissen die Welt verbessern	182
Der Preis der Ungewissheit	184

Don't Forget 3

Was kostet einfach?	190
Urteilsvermögen mangelhaft	196
Superkräfte, Proteine & orange Sofas	202
Komplexitäts-Reduktions-Versuch	212
Auf immer und ewig	216
Future to Go	222
Das könnten Sie vergessen	228
Der hohe Wert der abseitigen Forschung	232
Talent und Risikofreude	236
»Nie war Kreativität mehr wert als heute«	242
Einfach mal entspannt lernen	246
Die Legende vom schnellen Erfolg	250
Abenteuer Wissen	252
Marmor, Stein und Wissen	256
Learning by Design	262



Die Zirkulation des Sichtbaren

Interview
MICHAEL KROHNE



Visionen, Ideen und Innovationen erlebbar werden zu lassen ist eine der wesentlichen Aufgaben der Designer. Designer sind Hoffnungs- und Fantasiebeschleuniger und Wegweiser zugleich. Sie gestalten die Wirklichkeit von Marken und Produkten im Jetzt – und im Idealfall dann auch gleich mal für die Zukunft.



»Unsere Aufmerksamkeitsspanne hat sich von circa 18 Sekunden auf weniger als das Niveau eines Goldfisches mit neun Sekunden reduziert – wie immer man das bei einem Goldfisch gemessen hat.«

Wie steht es um die Neugier und Offenheit zum so viel Wissen die Öffentlichkeit?

Nun, je mehr ich weiß... Je mehr ich weiß, desto mehr unterschiedliche Konzepte kenne ich. Wenn ich aber wenig Wissen habe, bewege ich mich in einer Monokultur. Das kann meine Offenheit einschränken. Dann fehlt mir der Raum, Neues aufzunehmen, und ich greife mich in den Möglichkeiten meiner eigenen Fragestellung ein. Ich nutze hier gerne das Beispiel einer Brücke. Der Architekt wird eine Brücke entwickeln, die statisch-technisch ist. Der Marktforscher wird auch irgendeine Brücke bauen. Aber der Designer fragt sich, ob die Brücke überhaupt das richtige Mittel ist, um von einem Ufer zum anderen zu kommen. Alles über die Fragestellung, über die Art der Denkweise kommt ab dem ersten Moment. Das ist die große Gefahr bei Designern. Menschen greifen sich nur die Fakten heraus, die in ihr bestehendes Weltbild passen. Wir wählen das aus, was unsere Sichtweise bestätigt.

Sie fordern Ihr Team also dazu auf, offen zu denken und Perspektiven zu erschaffen. Warum ist das so wichtig?

Das hat viel mit dem Spruch als eine klare eigene Meinung und die Offenheit, mit einer anderen Meinung des Teams wieder zu verknüpfen zu tun. Viele haben keine klare Meinung, sondern präsentieren nur ein Sammelsurium von Fakten, die oft gar nicht durchdringbar sind. Wenn man dann fragt: Was ist Deine Meinung?, kommt nur ein Mann kommt es so machen... Da fehlt das tiefe Verständnis.

Können Sie das näher erläutern?

Es geht um Distanz, Distanz zu den eigenen Aussagen – und auch um eine zeitliche Distanz. Wenn wir als Designer sehr weit in

die Zukunft denken, relativiert das oft die eigene Position. Man sieht dann Dinge anders, weil man zurückblickt und feststellt, dass manche Überzeugungen doch nicht so stark waren.

»Spontan fällt mir nichts ein, was ich unbedingt früher hätte wissen wollen. Aber das ist vielleicht auch die Herausforderung des Designs – du gestaltest die Zukunft, ohne alles zu wissen.«

Wie beschleunigt das konkret den kreativen Designprozess?

Es ist definitiv eine Herausforderung. Es geht nicht nur darum, was gerade funktioniert, sondern darum, was in der Zukunft relevant sein wird. Designer müssen in der Lage sein, über den Moment hinauszudenken. Das Gehirn nutzt denselben Kortex für Vergangenes und Zukünftiges. Daher besteht immer die Gefahr, in alten Denkmustern zu verharren, wenn wir uns mit Zukunft beschäftigen.

Das heißt für Sie, es gilt vor allem, diese Prozesse aufzubrechen?

... und das durch die ständige Auseinandersetzung mit neuen Informationen und neuen Erfahrungen. Wir müssen sorgfältig bleiben und das Wissen immer wieder neu bewerten. Nur so können wir sicherstellen, dass wir nicht blind Aktion reproduzieren.

Und genau da kommt die Intuition wieder ins Spiel – sie ermöglicht es, neue Wege zu gehen. Aus nichts können wir etwas schaffen. Da geht es dem Menschen wie der KI. Wir brauchen immer wieder neue Informationen, neue Rückmeldung, neue Erfahrungen. Das Bild vom Gehirn, das wie ein Muskel bei einem Leistungssportler kontinuierlich trainiert werden muss, gefällt mir in diesem Zusammenhang immer sehr gut. Ich muss da jeden Tag etwas dafür tun, neue Impulse setzen, Abwechslung einbringen, um vielleicht auch den einen oder anderen Teil zu stimulieren, der ein bisschen vernachlässigt wurde und dadurch ein bisschen verkümmert ist. So in der Art stelle ich mir das auf jeden Fall vor.

Tradition und Innovation – wie gehen Sie in Ihrem Designprozess mit diesen beiden Markengruppen um?

Das ist immer eine Gratwanderung. Einerseits müssen wir die Identität bewahren, auf der andere Seite müssen wir auch Innovationen schaffen. Es geht darum, Tradition mit Mut zur Weiterentwicklung zu verbinden. Aber es gibt auch Momente, in denen Wissen aus der Vergangenheit hilfreich sein kann, weil man zu sehr an alten Konzepten festhält.

Welche Rolle spielen Trends bei Ihnen?

Überlegen Sie? Wenn ich hier wieder etwas näher an das Business Automobildesign gehe, ist es sehr wichtig, dass Trends zu erkennen, es ist auch wichtig, die Gegenstände zu verstehen, Bewegungen im Kaufverhalten, gesellschaftliche Entwicklungen, technologische Entwicklungen. All das zusammen ergibt ein Bild, welches nicht hart gerichtet, aber in einem greifbaren Kontext. Man darf sich nicht von Trends allein leiten lassen, sondern muss sie im Kontext

»Geschichte ist
nicht das Studium
der Vergangenheit,
sondern das Studium
des Wandels.«

PROF. FRIEDRICH HERRMANN
HISTORIKER UND ZEITUNGSFORSCHER

Don't
Forget ③

KUNSTLICHE INTELLIGENZ WIE COMPUTER KLÜGER WERDEN



KENNZAHLEN ZUR KUNSTLICHEN INTELLIGENZ

170,7

MILLIARDEN DOLLAR
Der weltweite Markt für Künstliche
Intelligenz wächst um 170,7 % bis zum
Jahr 2025 auf einen Wert von rund
170,7 Milliarden Euro.

+28,7 %

ÜBERLIEGENDE WACHSTUMSGRÄTE
Im Vergleich zum Jahr 2019 wird das
Wachstum von KI im Jahr 2025 um 28,7
Prozent ansteigen.

ZEITLEISTE ZUR KUNSTLICHEN INTELLIGENZ

- 2624 KUNSTLICHE INTELLIGENZ
Ein KI-gestütztes KI-System kann
mehrere Aufgaben gleichzeitig bewältigen.
Prozessoren und Algorithmen arbeiten
zusammen, um die Leistung zu steigern.
In der Praxis wird KI für die Analyse
von Bildern und die Erkennung von
Mustern eingesetzt.
- 2625 KUNSTLICHE INTELLIGENZ
Ein KI-gestütztes KI-System kann
mehrere Aufgaben gleichzeitig bewältigen.
Prozessoren und Algorithmen arbeiten
zusammen, um die Leistung zu steigern.
In der Praxis wird KI für die Analyse
von Bildern und die Erkennung von
Mustern eingesetzt.
- 2627 KUNSTLICHE INTELLIGENZ
Ein KI-gestütztes KI-System kann
mehrere Aufgaben gleichzeitig bewältigen.
Prozessoren und Algorithmen arbeiten
zusammen, um die Leistung zu steigern.
In der Praxis wird KI für die Analyse
von Bildern und die Erkennung von
Mustern eingesetzt.
- 2636 KUNSTLICHE INTELLIGENZ
Ein KI-gestütztes KI-System kann
mehrere Aufgaben gleichzeitig bewältigen.
Prozessoren und Algorithmen arbeiten
zusammen, um die Leistung zu steigern.
In der Praxis wird KI für die Analyse
von Bildern und die Erkennung von
Mustern eingesetzt.
- 2637 KUNSTLICHE INTELLIGENZ
Ein KI-gestütztes KI-System kann
mehrere Aufgaben gleichzeitig bewältigen.
Prozessoren und Algorithmen arbeiten
zusammen, um die Leistung zu steigern.
In der Praxis wird KI für die Analyse
von Bildern und die Erkennung von
Mustern eingesetzt.
- 2638 KUNSTLICHE INTELLIGENZ
Ein KI-gestütztes KI-System kann
mehrere Aufgaben gleichzeitig bewältigen.
Prozessoren und Algorithmen arbeiten
zusammen, um die Leistung zu steigern.
In der Praxis wird KI für die Analyse
von Bildern und die Erkennung von
Mustern eingesetzt.
- 2639 KUNSTLICHE INTELLIGENZ
Ein KI-gestütztes KI-System kann
mehrere Aufgaben gleichzeitig bewältigen.
Prozessoren und Algorithmen arbeiten
zusammen, um die Leistung zu steigern.
In der Praxis wird KI für die Analyse
von Bildern und die Erkennung von
Mustern eingesetzt.
- 2640 KUNSTLICHE INTELLIGENZ
Ein KI-gestütztes KI-System kann
mehrere Aufgaben gleichzeitig bewältigen.
Prozessoren und Algorithmen arbeiten
zusammen, um die Leistung zu steigern.
In der Praxis wird KI für die Analyse
von Bildern und die Erkennung von
Mustern eingesetzt.



OUTSIDE-THE-BOX THINKING ABER NICHT ZU JEDER TAGESZEIT!



DRAN- BLEIBEN

1900: Als ich den 25. Okt. 1911, wie es war?

Dringender: Wie es war?

91. 1900 und 92. 1911
und 19. 1911 und 19. 1911
1911 und 19. 1911 und 19. 1911
1911 und 19. 1911 und 19. 1911

DRAN-
BLEIBEN



KANN MAN GLÜCK BERECHNEN?

Sicher – wenn es um das Glück geht.
Das Glück hängt natürlich auch von der Straße ab, von der Land-
schaft und dem Klima. Das ideale Verhältnis ist dabei zehn
zu eins: zehn Sekunden auf einer Geraden zu einer Sekunde in
einer Kurve. Hat so zumindest der Quantenphysiker Dr. Mark
Hodley von der University of Warwick für den Autovestitor
Avis berechnet.

$$\frac{1}{10} \sqrt{\frac{a}{r}} \left(21 + (v_0 - v_{\text{max}})^2 \left(\frac{1}{a_1} - \frac{1}{a_2} \right) \right)$$

DIE VIER FAKTOREN

1. KURVEN
für die Fahrkünste
2. BESCHLEUNIGUNG
für das gute Gefühl
3. GERADEN
für die schnelle Ausfahrt
4. BREMSSEN
für die Abwechslung

