

Willkommen beim Unboxing Tech Toolkit!

Dieses Toolkit gehört x

Um mit diesem Toolkit arbeiten zu können, benötigst du:



- einen Drucker
- einen Stift
- dein Smartphone
- gute Laune :-)

Los geht's!

Lass uns mit einem Selbstcheck beginnen: Was glaubst du, wie viele Stunden du täglich mit deinem Smartphone verbringst?

.....

Und jetzt schau nach: Wie viel Zeit verbringst du wirklich mit deinem Handy?

Einstellungen > Digital wellbeing > Tagesdurchschnitt:

Bildschirmzeit >

Trage nun ein, wie viel Zeit du wofür aufwendest! Womit verbringst du die meiste Zeit? Notiere die Anwendung und Zeit!

Social Media	▼	_____	Spiele	▼	_____
Messenger-Dienste	▼	_____		▼	_____
Videos	▼	_____		▼	_____



Na? Stimmt deine Einschätzung mit dem überein, was dein Handy dir sagt?

- Weniger als erwartet
- Wie erwartet
- Mehr als erwartet

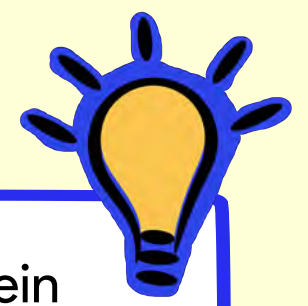
Wir erleben die Zeit, die wir am Handy verbringen, immer unterschiedlich. Manchmal vergeht die Zeit wie im Flug, wenn wir sehr tief in die digitale Welt eintauchen. Ein anderes Mal haben wir das Gefühl, viel mehr Zeit damit zu verbringen, als es tatsächlich der Fall ist - nur weil wir unser Handy immer dabei haben!

Über das Unboxing Tech Toolkit

Das Unboxing Tech Toolkit hilft dir, dein Smartphone besser zu verstehen. Smartphones wurden vor etwa 30 Jahren erfunden und beeinflussen heute fast alles in unserem Leben. Sie verändern die Art und Weise, wie wir uns vernetzen, arbeiten, Freund:innen finden und Spaß haben. Sie beeinflussen sogar unseren Schlaf und unsere Ernährung! Umso wichtiger ist es, ihr Design und ihre Technologie zu verstehen.

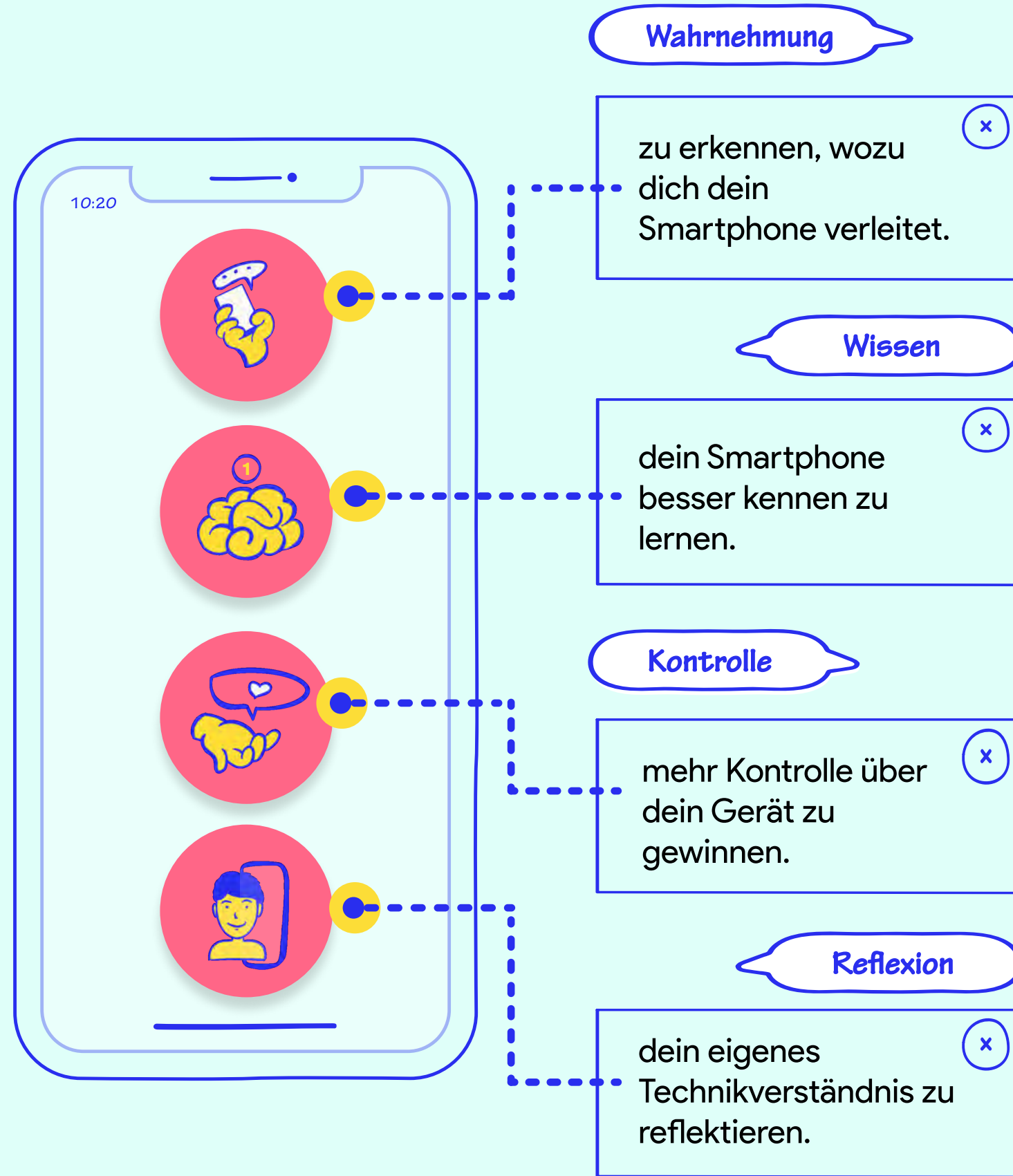
Recherchiere die fehlenden Informationen und fülle die Textlücken:

Die durchschnittliche Anzahl der Stunden, die ein Jugendlicher täglich mit seinem Handy verbringt, beträgt in den **USA** _____, in **Österreich** _____ und in **Indien** _____. Diese Zahlen sind in den letzten Jahren stetig gestiegen und zeigen, wie wichtig Smartphones für Jugendliche weltweit geworden sind.

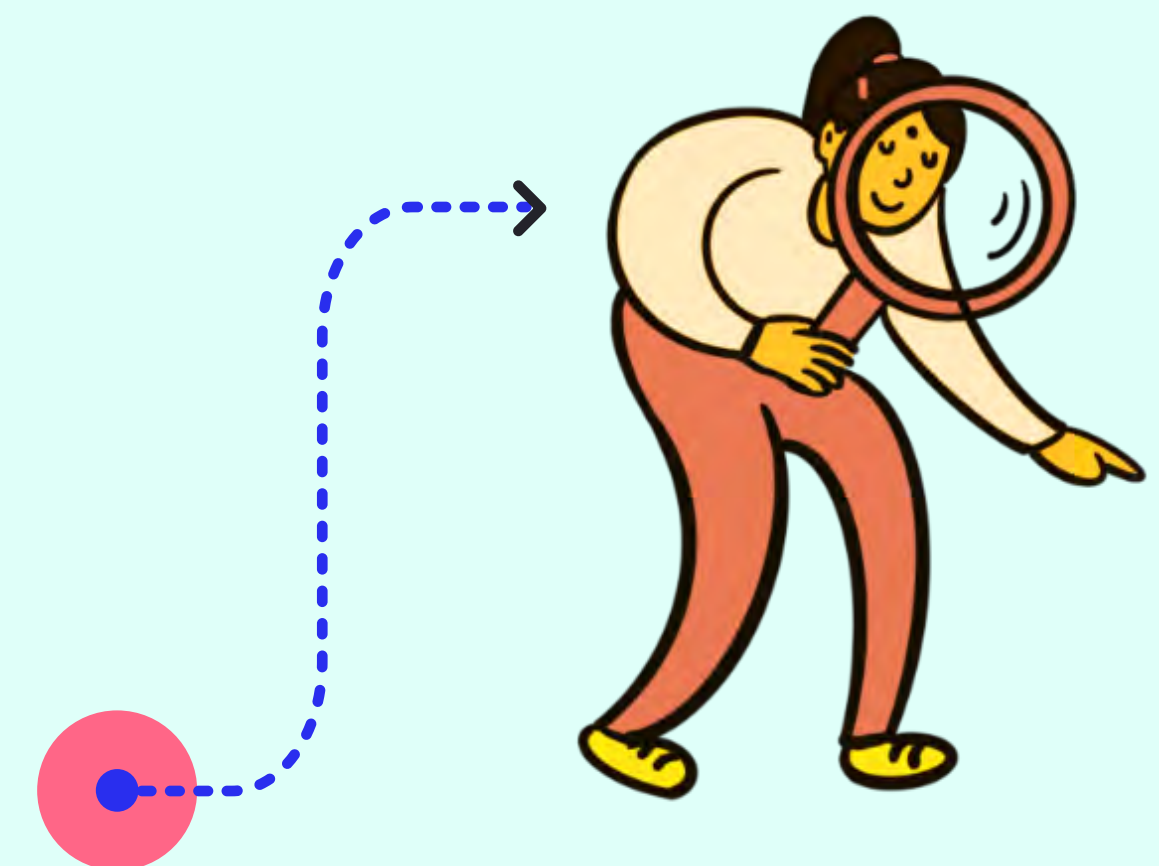


Starten wir mit den Grundlagen!

Dieses Toolkit hilft dir dabei:



Dieses Toolkit hilft dir, dein Smartphone, sein Design und dich selbst besser zu verstehen. Merke dir die Symbole, sie helfen dir, dich im Toolkit zurechtzufinden.



Suche auf deinem Smartphone nach Beispielen zu diesen Begriffen:



Unser Muskelgedächtnis ermöglicht es uns, eine Bewegung ohne bewusstes Nachdenken zu wiederholen.

.....
.....



Manche Anwendungen verlangen mehr Berechtigungen als notwendig wären.

.....
.....



„Dark Pattern“ verleiten dich dazu, etwas zu tun, was du eigentlich nicht vorhattest, z. B. auf etwas zu klicken.

.....
.....



Werbung auf Social Media oder in Spielen zielt darauf ab, dass du etwas Bestimmtes machst oder kaufst. Sie ist nicht immer leicht zu erkennen.

.....
.....



Durch die Art und Weise, wie etwas gestaltet ist, soll dein Verhalten beeinflusst werden, um bestimmte Ziele zu erreichen.

.....
.....



Apps sind oft so gestaltet, dass wir an ihnen „kleben“ bleiben, nicht mehr von ihnen loskommen und sie immer wieder benutzen wollen. Das nennt man Stickiness.

.....
.....

Es liegt nicht an dir, sondern am Design!

Dieses Toolkit wurde von Menschen entwickelt, die wie du verstehen wollten, wie ihr Handy funktioniert. Dabei sind sie auf die faszinierende Welt des Designs gestoßen und haben erkannt, wie wichtig Design für ihr Leben ist und dass die Art und Weise, wie etwas gestaltet ist, einen großen Einfluss auf sie hat. Hier einige Beispiele:

Infinite Scrolling
(= Endloses Scrollen)

„Eine meiner Lehren aus dem Infinite Scroll ist, dass die Optimierung der Benutzerfreundlichkeit nicht das Beste für den Benutzer oder die Menschheit bedeutet.“ Aza Raskin, Erfinder des Infinite Scrolls.

Endloses Scrollen wurde erfunden, um den Nutzer:innen **möglichst viele Informationen auf einmal** zur Verfügung zu stellen, ohne dass diese auf „Weiter-Buttons“ oder ähnliches klicken müssen. Was praktisch erscheint, hat aber auch Nachteile: Diese Informationsflut kann die Orientierung erschweren, die Konzentration stören und zu Kontrollverlust führen.



Dark Pattern
(= Versteckte Muster)



Manchmal fragen wir uns, warum wir unser Handy und bestimmte Apps so oft nutzen. Aber es liegt nicht immer an uns oder an mangelnder Disziplin. Handys und Apps nutzen manipulative Gestaltungstechniken, die uns bewusst täuschen und somit dazu verleiten, länger zu bleiben und Dinge zu tun, die wir eigentlich nicht tun wollen.

Das Ändern der Standardeinstellungen ist schwierig

Wenn du auf deinem Handy Musik hörst, Videos anschaust oder im Internet surfst, greift dein Handy automatisch auf die dafür vorinstallierten Apps zu. Diese Standard-Apps zu ändern ist oft kompliziert, sodass viele gar nicht erst versuchen, eigene Apps zu installieren.

Überlege dir drei Möglichkeiten, durch die man das endlose Scrollen ersetzen und Informationen anders darstellen könnte!
Welche Ideen hast du?

1

2

3

Benachrichtigungen erregen Aufmerksamkeit



1,534

Kaum etwas verleitet uns mehr dazu, noch mehr Zeit auf einer Plattform zu verbringen, als bunte, aufpoppende Benachrichtigungen auf dem Handy. Häufig sind diese in der Signalfarbe Rot gehalten und mit einem Icon versehen, das unsere tiefsten seelischen Bedürfnisse und den Wunsch nach Anerkennung anspricht (z. B. ein Herz, eine Glocke oder Menschen). Wenn wir also eine Push-Benachrichtigung erhalten, können wir kaum anders, als die entsprechende App zu öffnen und nachzusehen.

1

Willkommen in der Welt des sogenannten Persuasiven Designs



Wie etwas gestaltet ist, hat einen starken Einfluss auf das, was wir tun. Ein starkes Design kann uns sogar dazu bringen, etwas zu tun, was wir ursprünglich gar nicht vorhatten. Überleg mal: Wie oft greifst du zu deinem Handy, um zum Beispiel etwas zu recherchieren, und wie oft landest du stattdessen bei Social Media und bleibst dort länger als geplant?

Dinge, die du auf deinem Handy machen möchtest: ✕

.....

.....

.....

Dinge, die du tatsächlich am Handy machst oder bei denen du dich oft ertappst: ✕

.....

.....

.....

2

Kreuze an, welche dieser Handlungen du von Zeit zu Zeit unbewusst ausführst:

	endlos Scrollen	Spielen	Chatten	Shoppen	Socializing	Surfen	Lernen
Ja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2 x Ja

5 x Ja

7 x Ja

- Wow! Du hast eine gute Kontrolle über deine Handynutzung!
- Das Design beeinflusst dich.
- Du solltest über dein Nutzungsverhalten nachdenken.

3

Schreibe auf, wie du dich fühlst, wenn du dein Smartphone benutzt:

Wenn ich mein Smartphone nutze, habe ich ... >

Positive Gefühle

Negative Gefühle

4

Die Nutzung von Handys und Apps kann unsere Gefühle beeinflussen. Sie können uns einsam machen oder überfordern, aber auch von anderen Gefühlen ablenken.

- 1 **Selten**
- 2 **Manchmal**
- 3 **Oft**
- 4 **Immer**

Wie fühlst du dich, wenn du viel Zeit am Handy verbringst? Gib an, wie oft du dich so fühlst:

<input type="radio"/> abhängig	<input type="radio"/> abgelenkt	<input type="radio"/> müde	<input type="radio"/> ängstlich	<input type="radio"/> einsam	<input type="radio"/> traurig
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Überlege nun umgekehrt: In welcher dieser Stimmungen greifst du am häufigsten zum Handy?

Warum sieht das Design so aus, wie es aussieht?

Ziel eines guten Designs ist es, möglichst viele Nutzer:innen damit anzusprechen und sie dann möglichst lange an eine Anwendung bzw. ein Gerät zu binden. Persuasives (= überzeugendes) Design basiert auf psychologischen und sozialtheoretischen Erkenntnissen. Man kann also bereits auf einen großen Erfahrungsschatz zurückgreifen und muss nichts dem Zufall überlassen. Solche UX- und UI-Entscheidungen sind das Ergebnis einer langen Geschichte von drei Dingen:



Dark Pattern / Versteckte Muster

Irreführende Handelspraktiken

Nudging

Growth Hacking

Im Silicon Valley, dem Sitz zahlreicher Technologieunternehmen, haben vor allem drei Bewegungen großen Einfluss auf die Entwicklung von Apps und Websites. Diese werden von den Designer:innen genutzt, um die Nutzer:innen zu binden, zu fesseln oder süchtig zu machen. Eine wichtige Methode, auf die sie dabei zurückgreifen, ist das **Verhaltensmodell nach Fogg**. Dieses Modell hilft ihnen zu verstehen, wie sie das Verhalten der Nutzer:innen beeinflussen können.



In fast allen Apps, die wir benutzen, kann man endlos scrollen. Schauen wir uns das einmal genauer an! Öffne dazu eine App, die endloses Scrollen erlaubt, und beobachte, wie du dich dabei fühlst: ✕

1

2

Für viele ist das lange Scrollen ermüdend. Trotzdem geben sie die Hoffnung nicht auf, das zu finden, wonach sie suchen. Sie fühlen sich daher dazu verleitet, immer weiter zu scrollen und lassen sich dabei von ihrem eigentlichen Ziel ablenken, werden unkonzentriert und treffen weniger bewusste Entscheidungen. ✕

Hier einige Tipps, um die Kontrolle zu behalten:

- 1 Überlege dir vorher, warum du eine bestimmte Website oder App nutzen möchtest.
- 2 Überprüfe alle paar Minuten, ob du wirklich das tust, was du dir vorgenommen hast (Selbstbeobachtung!).
- 3 Schließe die App, wenn du müde wirst oder merkst, dass du von deinem eigentlichen Ziel abkommst. Überlege dir am besten vorher, wie lange du online sein willst.



Persuasives Design ist ein Ansatz zur Gestaltung digitaler Anwendungen, der darauf abzielt, Menschen zu einer Handlung oder Entscheidung zu bewegen, die sie vor der Mediennutzung noch nicht in Betracht gezogen haben. Es nutzt psychologische Erkenntnisse, um die Nutzer:innen in ihrem Verhalten zu beeinflussen. Sowohl Soziale Netzwerke, als auch Onlineshops oder Unternehmen nutzen Persuasives Design, um ihre Ziele zu erreichen.



Schauen wir uns das Verhaltensmodell genauer an!

Nach dem Verhaltensmodell von Fogg sind drei Dinge nötig, damit Menschen etwas tun: 1. die Fähigkeit, es zu tun, 2. ein Auslöser oder Impuls, der uns dazu bringt, es zu tun, und 3. die Motivation oder der Anreiz, es tatsächlich zu tun. Dieses Modell wird zum Beispiel beim Design von Apps herangezogen. Überlege was diese drei Phasen für dich bedeuten könnten!

Und was geht mich das an?

Wenn wir erkennen, wie Design uns beeinflusst, können wir besser darauf achten und sind diesem nicht mehr ausgeliefert, sondern können aktiv Entscheidungen treffen.

Nach dem Modell von Fogg gibt es 6 Hauptgründe, warum wir etwas tun: Vergnügen, Schmerz, Hoffnung, Angst, soziale Anerkennung und Ablehnung. Zum Beispiel können "Likes" in sozialen Netzwerken dazu motivieren, noch mehr Inhalte zu veröffentlichen und dadurch noch mehr soziale Anerkennung zu erhalten.

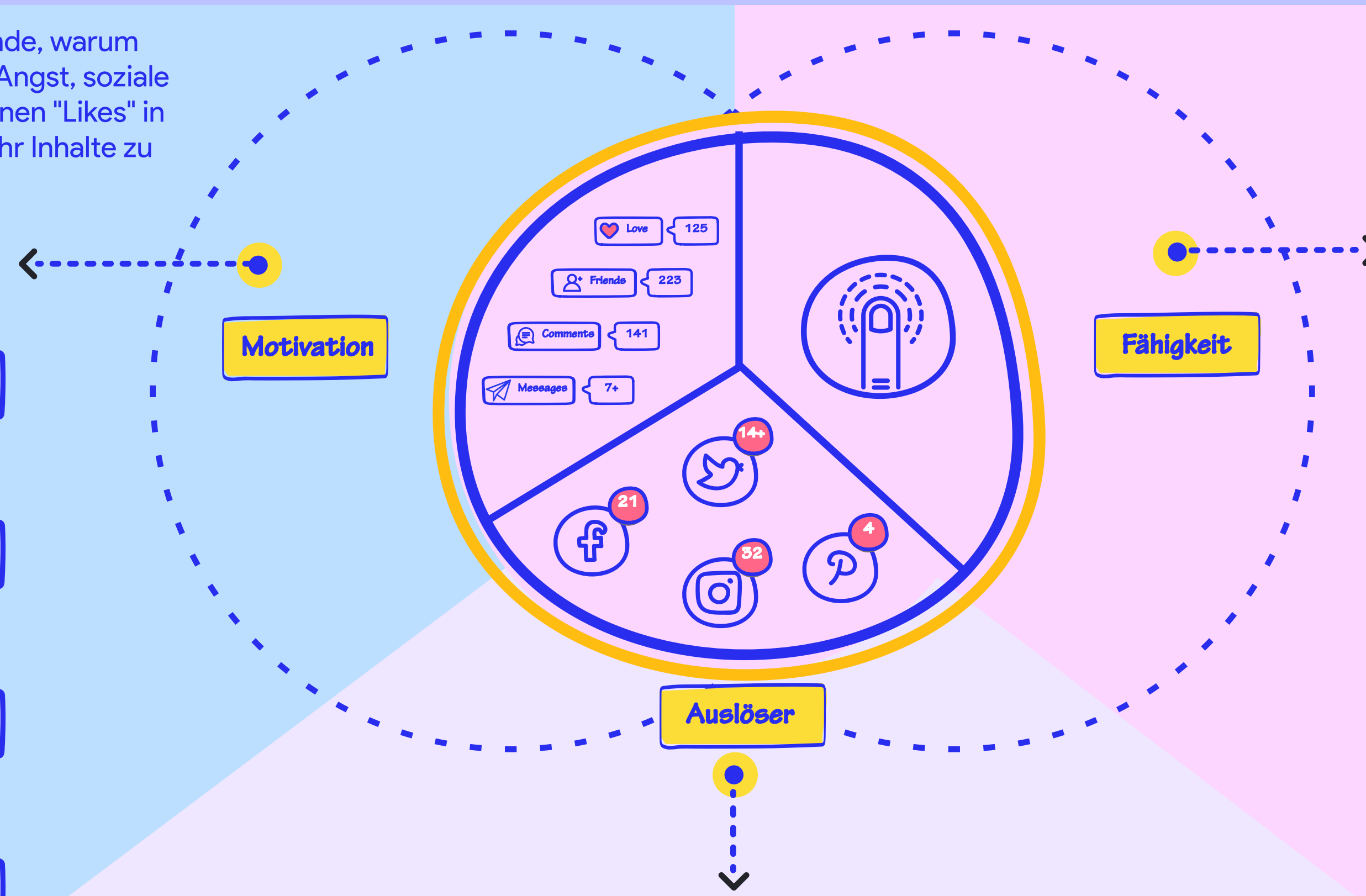
Schreib auf, was dich motiviert!

alle machen es

Glücksgefühl

nur noch 2 Stück

Benachrichtigung



Okay, motiviert bist du schon mal. Aber hast du auch die nötigen Voraussetzungen, um die gewünschte Aktion durchzuführen? Hast du die Zeit, das Geld und die Energie dazu? Kannst du die App bedienen?

Überlege dir, was du brauchst, um aktiv zu werden!

App

Geld

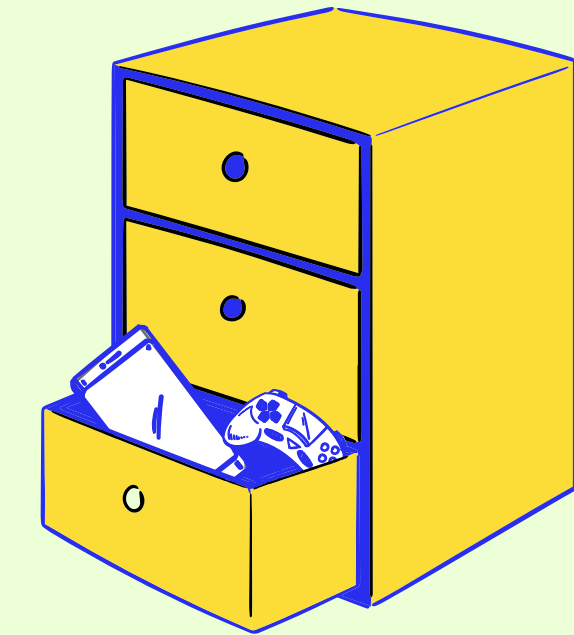
Zeit

Du bist motiviert, du erfüllst alle Voraussetzungen, aber was bringt dich jetzt dazu, aktiv zu werden?

Wie bekommen wir unsere Selbstbestimmtheit zurück?



Was können wir nun mit den gewonnenen Erkenntnissen anfangen? Forschungen zeigen, dass Österreicher:innen im Durchschnitt etwa 1.200 Stunden jährlich mit ihrem Handy verbringen. Wir wissen nun, dass Dark Pattern und persuasives Design dafür verantwortlich sind. Wir wissen aber auch, wie wir sie erkennen und austricksen können. Hier ein paar Tipps, wie es gelingen kann, weniger Zeit mit dem Handy zu verbringen - und wenn, dann kontrolliert.



Der ultimative Test:
Kannst du dein Handy für eine Stunde in der Lade liegen lassen und trotzdem Spaß haben?

Überlege dir, was du schon immer gerne machen wolltest, **suche dir ein neues Hobby** oder vertiefe eines, das du schon hast. Wie wäre es zum Beispiel mit Gitarre spielen oder Töpfern?

Schreibe alle Aktivitäten auf, die du mit deinem Handy machst. Überlege dann, ob sie deinen Tag bereichern oder dir helfen, dich weiterzuentwickeln, oder ob sie dich belasten.

Nutze Apps, die dir helfen, dich besser auf deine Arbeit zu konzentrieren. Das mag am Anfang ungewohnt sein, aber es wird dir helfen, fokussierter und effizienter zu arbeiten.

Vermeide es, Dinge nebenbei zu erledigen: Lege zum Beispiel dein Handy weg, während du isst, und konzentriere dich ganz auf dein Essen. Achte auf den Geschmack und die Textur des Essens und wie sich dein Körper dabei fühlt – nur nebenbei zu essen, kann ungesund sein!

Versuche, zu Hause einen Ort zu schaffen, an dem keine elektronischen Geräte erlaubt sind. Gestalte diesen Raum mit Büchern, Pflanzen, Bastelsachen usw., mit Dingen, die dir Freude bereiten. Mache ihn zu einem Ort, an dem du dich ohne Ablenkung entspannen und Spaß haben kannst.

Versuche, dein Handy als Werkzeug für bestimmte Zwecke zu sehen und es in der Schublade zu lassen, bis du es wirklich brauchst. Das mag dir am Anfang schwer fallen, aber es wird dir viel Freiheit verschaffen. Selbst wenn du es schaffst, dein Handy nur ein paar Stunden am Tag wegzulegen, ist das schon ein guter Anfang!

Weißt du schon, was du davon umsetzen wirst oder hast du eigene Ideen? Dann schreibe sie auf und teile sie auch mit anderen, um ihnen zu helfen oder von ihren Erfahrungen zu lernen!

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Lösen wir eine kleine Aufgabe!

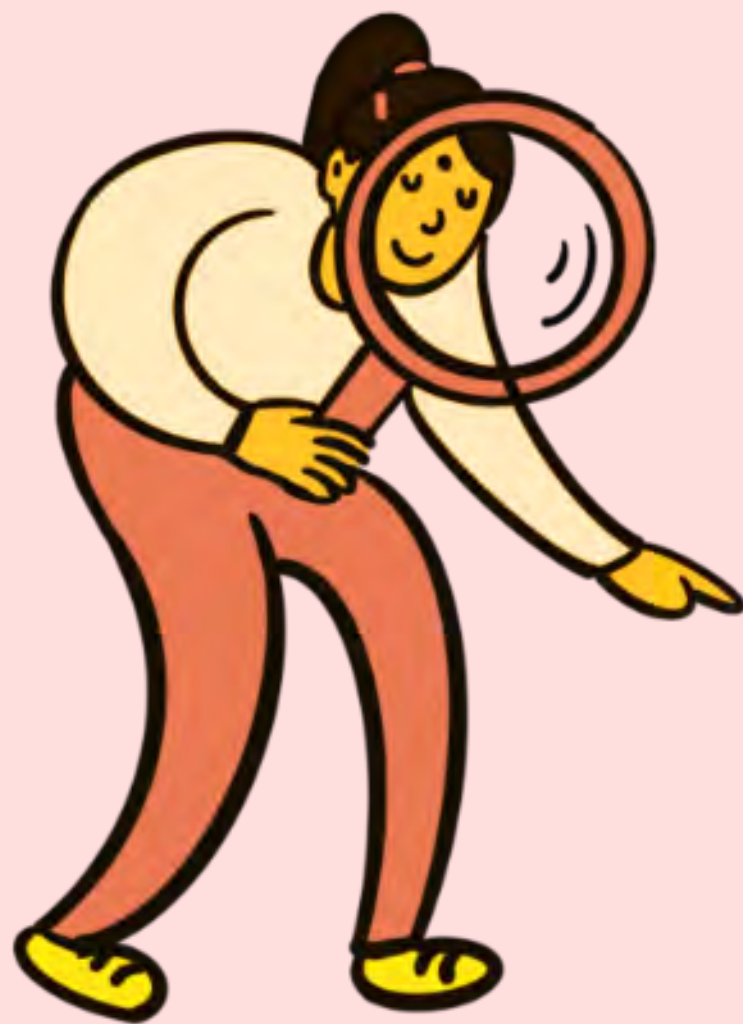
1

Überprüfe auf deinem Handy, welche Anwendungen du am häufigsten verwendest. Das kann der Browser sein, mit dem du im Internet surfst, eine Social-Media-App (z. B. TikTok oder Instagram), ein Spiel oder ein Messenger wie WhatsApp.

2

Suche nun jeweils drei Alternativen und achte darauf, dass sie:

- a dir helfen Zeit zu sparen.
- b dich weniger stark süchtig machen.
- c dir die Kontrolle über deine Daten geben.
- d deine Privatsphäre schützen.



Social Media

Alternativen

- 1
- 2
- 3

Digitale Spiele

Alternativen

- 1
- 2
- 3

Messenger

Alternativen

- 1
- 2
- 3

Video




Alternativen

- 1
- 2
- 3

Alternativen

- 1
- 2
- 3




 titikshavashist@gmail.com
 @VTitiksha
 @www.linkedin.com/in/titikshavashist

Titiksha Vashist

Projektleitung

Titiksha Vashist ist Beraterin und Forscherin für Technologiepolitik in Indien. Ihre Arbeit konzentriert sich auf kontextbezogene Politikgestaltung und die soziopolitischen Auswirkungen neuer Technologien. Sie ist auch Lehrerin und gibt Kurse, die jungen Erwachsenen helfen, sich in der digitalen Welt zurechtzufinden. Sie hat einen Master in Internationalen Beziehungen der School of International Studies der Jawaharlal Nehru University. Ihre Arbeit umfasst wissenschaftliches Schreiben und die Entwicklung von Ressourcen für bestimmte Zielgruppen. Sie interessiert sich für den Aufbau technologischer Zukunftsperspektiven auf der Grundlage indischer Erkenntnistheorien.






 @shyamkrishnak1
 @www.linkedin.com/in/shyamkrishnakumar

Shyam Krishnakumar

Konzept und Entwicklung

Shyam Krishnakumar ist Technologiepolitikberater und -forscher mit Schwerpunkt auf neuen Technologien im indischen Kontext. Er hat mit führenden indischen Think-Tanks zusammengearbeitet und berät Organisationen in den USA und Europa in Fragen der Technologiepolitik. Davor war er Mitbegründer von EduSeva, einem Ed-Tech-Start-up, das sich auf die Bereitstellung erstklassiger Basisbildung konzentriert. Shyam hat einen Abschluss in Informatik und einen Master in Politikwissenschaften mit Schwerpunkt Internationale Angelegenheiten.



 @daswork11@gmail.com
 @d_a_s_dreams
 @linkedin.com/in/athirakdas

Athira K Das

Visuelle Gestaltung und Illustration

Athira K Das ist Designerin für neue Medien mit Schwerpunkt auf Benutzeroberflächen und Benutzererfahrung. Sie steht kurz vor ihrem Masterabschluss am National Institute of Design India. Ihre Erfahrungen reichen von Produktdesign über visuelles Design bis hin zur Erstellung von 2D/3D-Illustrationen. Sie hat außerdem einen Bachelor-Abschluss in Design und hat als Grafikdesignerin und UI/UX-Designerin gearbeitet.