

Universität für angewandte Kunst

Bachelorarbeit im Rahmen des Seminars Homo Ludens / S 2021

LV-Leitung: Florian Bettel

Mind Map – Mind Trap?

Kreativität als Ware am Beispiel digitaler
Kollaborationsplattformen

Katharina Idam 00306666

US 193 067 074 (Lehramt kkp/dex)

katharina.idam@student.uni-ak.ac.at

Eidesstattliche Erklärung

Ich, Katharina Idam, erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbstständig verfasst, keine andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfen bedient habe.

Ich bestätige, dass diese Bachelorarbeit weder im In- noch Ausland (einer Beurteilerin / einem Beurteiler zur Beurteilung) in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt wurde, dass dieses Exemplar mit der beurteilten Arbeit übereinstimmt.

Ort, Datum

Unterschrift

INHALT

ABSTRACT	3
KEYWORDS	3
1. Einleitung	4
2. Digitale Kollaboration und agiles Arbeiten: Miro	10
2.1. Miro	11
2.2. Agiles Arbeiten und Design Thinking	12
3. Das „Miroverse“ und die ästhetische Ökonomie	15
3.1. Die Sprache	17
3.2. Das Einfache	19
3.3. Das Flache	23
3.4. Das Diffuse	25
4. Die kreative Blase – Ein Fazit	29
5. LITERATUR	30

ABSTRACT

Anhand der webbasierten Kollaborations-Plattform Miro wird untersucht, wie neue als *agil* bezeichnete Arbeitsformen aus der Sphäre der Wirtschaft sowohl in den Bildungsbereich als auch ins Private eindringen. Die Untersuchung erfolgt entlang des Begriffes der Kreativität in seiner gegenwärtigen utilisierten Ausformung: Als Mechanismus zur Ideenproduktion einer auf Innovation basierten Ökonomie. In einem autoethnografischen Selbstversuch durchschreitet die Autorin Miro und folgt dabei der Frage, wie Kreativität als Begriff und als Imperativ in den sprachlichen und visuellen Kontext der Plattform eingebunden wird.

KEYWORDS

Kreativität, webbasierte Kollaboration, agile Arbeitsformen, Innovations-Ökonomie, Bildungsbereich

1. Einleitung

Im Sommersemester 2023 findet an der Universität für angewandte Kunst Wien im Rahmen des Lehramtsstudiums Kunst und Kommunikative Praxis ein fachdidaktisches Seminar in Kooperation mit der New Design University St. Pölten (NDU) statt, im Laufe dessen die Studierenden die Anwendung von Design Thinking erlernen. Während dieses Seminars komme ich in Erstkontakt mit dem webbasierten Whiteboard Anbieter Miro: Ein Kommilitone an der NDU lädt mich zu einer interaktiv bearbeitbaren, digitalen Tafel ein, die die gemeinsame Projektgruppe zum Brainstormen sowie zum Sammeln und Ordnen von Recherchematerial nutzt. Sogenannte visuelle Kollaborations-Plattformen erleben im World Wide Web seit der COVID-19 Pandemie einen Boom, da sie Zusammenarbeit, Organisation und Kommunikation innerhalb von Unternehmen sowie vermehrt im Bildungsbereich auch ohne physischen Kontakt ermöglichen. Die Anbieter dieser Plattformen behaupten in der Bewerbung ihrer digitalen Produkte unter anderem die kreative Kraft der Visualisierung von Prozessen im Rahmen neuer Formen des Projektmanagements. Diese entstammen einem Cluster aus Methoden und Erscheinungen, die konventionelle Lohnarbeit durch die Gestaltungsform des Unkonventionellen reizvoller machen soll, der sogenannten New Work (vgl. Bergmann 2021, 77–78). Unter New Work werden neue Arbeitsstrukturen wie „Work-Life-Blending, Kollaboration und Remote Work“ zusammengefasst, die von „agileren und adaptiveren Unternehmenskulturen“ geprägt sind (vgl. Zukunftsinstitut 2023). Mit dem ursprünglichen kapitalismuskritischen, die klassische Lohnarbeit hinterfragenden New Work-Konzept des aus Österreich stammenden US-amerikanischen Philosophen Frithjof Bergman hat dieser „Managementmethoden-Mix“ jedoch nicht mehr viel zu tun (Bergmann 2021: 77–78). Design Thinking fällt in den Bereich der von Bergman angesprochenen betriebswirtschaftlichen Organisationsmethoden und wird von den digitalen Werkzeugen auf Miro explizit unterstützt. Mit der Frage, was Design Thinking tatsächlich leistet, untersucht der Ethnologe Tim Seitz (2017, 15–16) das Verhältnis der auffälligen „Selbstbeschreibungen“ der Technik zu ihrer tatsächlichen Ausführung.

Die Praktik des Klebens bunter Zettel und des Arbeitens im Stehen mit dem Versprechen einer gesellschaftlichen Transformation zu verknüpfen, ist schließlich eine Auffälligkeit, die Design Thinking zu einem erklärungsbedürftigen Phänomen macht. (ebd. 20)

Seitz kommt zum Schluss, dass Design Thinking eher zur „Etablierung einer spezifischen Arbeitskultur“ beiträgt, als dass es „außergewöhnliche Produkte und

Dienstleistungen“ generieren würde, die aus dem Konzept der Nutzernähe entstehen. Design Thinking bediene, so Seitz, die Forderungen nach Authentizität und Autonomie gleichermaßen und würde sich damit in die Strukturen eines „neuen Geist des Kapitalismus“ einfügen (ebd. 124). Dieser „neue Geist“ des Kapitalismus sei jedoch nichts Anderes, argumentiert Seitz, als die Entwicklung neuer Legitimationsstrategien des Kapitalismus seit den 1960er Jahren durch die Inkorporierung ursprünglich antikapitalistischer Kritikformen (vgl. ebd. 106). So würde im Design Thinking nach Seitz statt einer Befreiung *von* vielmehr eine Befreiung *in* der Arbeit propagiert werden (vgl. ebd. 122).

Entstehungsort des Design Thinking-Ansatzes ist das global agierende Marktforschungs- und Ideenentwicklungsinstitut IDEO unter seinem Hauptgeschäftsführer und Gründer David Kelley. Kelley, der Elektrotechnik studiert, für Boeing und NCR arbeitet und danach in Produktdesign graduiert, lehrt ab 1978 an der Stanford University und gründet im selben Jahr das Vorläufer-Unternehmen von IDEO (vgl. IDEO 2023). Seit 1987 Mitarbeiter und seit 2000 in unterschiedlichen Positionen in der Geschäftsführung von IDEO tätig, ist unter anderen der Designer Tim Brown, der mit seinem Buch *Change by Design* (2009) das Design Thinking Konzept weltweit popularisieren kann (vgl. IDEO 2023 und Seitz 2017, 11). Im Zentrum der Methode steht das Kreative, das aus der Arbeitsweise von Designer*innen und ihrer Nähe zum Künstlerischen abgeleitet wird.

As early leaders in the practice of design thinking, we create positive impact through design by applying our creative mindsets and skills, and by teaching others to do the same. We help clients and customers around the world build the capacity and outcomes required to navigate today's complexity and lead their markets. (IDEO 2023)

Eng verbunden mit IDEO ist auch das 2005 an der Stanford University gegründete Hasso Plattner Institute of Design, heute Stanford d.school, das von David Kelley geleitet wird (vgl. Seitz 2017, 11). Kelley hat auch einen wesentlichen Anteil an der „Selbstdarstellung- und Vermarktung des Silicon Valley“ (Daub 2020, 17).

The d.school helps people develop their creative abilities. It's a place, a community, and a mindset. We believe everyone has the capacity to be creative. We build on methods from across the field of design to create learning experiences that help people unlock their creative potential and apply it to the world. (dschool 2023)

2007 wird in Potsdam nach dem Vorbild der Stanforder d.school von Hasso Plattner die private HPI School of Design Thinking gegründet, die sich zum europäischen Zentrum für die Design Thinking-Ausbildung entwickelt (vgl. hpi 2023).

An der New Design University (NDU) St.Pölten wird der Bachelorstudiengang „Management By Design“ angeboten. Die Ausbildung basiert neben einem betriebswirtschaftlichen Teil auch auf dem Erwerb der Methoden des Design Thinking (vgl. ndu 2022). Zur Bewerbung des Studiengangs gibt die NDU Folgendes an:

Die Welt von morgen braucht Manager, die Design verstehen, denn Design hat sich vor allem in den letzten Jahren zu einer Methode entwickelt, um die immer komplexeren und oft widersprüchlichen Problemstellungen in der globalisierten Wirtschaft zu lösen. Die Strategien des „Design Thinking“ machen Manager fit für eine immer weniger kalkulierbare Wirklichkeit! (ndu 2022)

Doch nicht nur im universitären Bildungsbereich fließen Methoden aus dem wirtschaftlichen Kontext wie das Design Thinking ein, sondern auch an den Schulen. Im Rahmen der Digitalisierungsstrategie des österreichischen Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung wird ab Juni 2003 eine Generallizenz für die Nutzung von Softwareprodukten der Firma Microsoft für weiterführende Schulen und Pädagogische Hochschulen erworben und im Juni 2021 ein weiteres Mal bis 31. Mai 2024 verlängert (vgl. BMBWF 2023). Diese Lizenz umfasst das Programm „Office365 ProPlus“, in das – unter anderen bekannten Microsoft Office Produkten wie Word, Excel und Powerpoint – die „Education“-Version der Plattform „Teams“ integriert ist. Bei Teams handelt es sich um einen (Video-) chatbasierten zentralen Arbeitsbereich für Teamarbeit, der die virtuelle „Kommunikation und Kollaboration“ und den Austausch von Dokumenten in Unternehmen unterstützen soll (vgl. chip 2020 und microsoft/teams 2023): „Connect, collaborate, and educate, all in one place“ (microsoft/education 2023). Die Education Version von Teams soll Lehrenden die Klassenorganisation erleichtern (Anwesenheit, Stundepplan, Aufgaben), bietet sogenannte Lerntools an und kann für die Distance-Lehre genutzt werden (vgl. ebd.). Über Teams kann man auch direkt auf Miro zugreifen, das heißt auf Miro erstellte Inhalte nahtlos in Teams-Dokumente integrieren (vgl. Miro/Integrationen 2023). Wie Teams, das eigentlich für Unternehmen konzipiert ist, bietet auch Miro, das hauptsächlich den Bereich des Projektmanagement bedient, eine – für Schüler*innen und Lehrer*innen kostenlose – Version für das Bildungswesen an (vgl. Miro/Education 2023).

Im österreichischen Lehrplan für allgemeinbildende höhere Schulen wird im Abschnitt Digitale Grundbildung unter „Didaktische Grundsätze“ neben „Critical Thinking“ und „Playful Learning“ auch „Design Thinking“ angeführt (vgl. ris 2023, 95):

Zur Umsetzung der Digitalen Grundbildung bieten sich didaktische Konzepte und Prozesse an, die einen ganzheitlichen Zugang zu digitalen Artefakten gewährleisten. Dazu gehören ko-konstruktive, erfahrungs-, gestaltungs- sowie reflexions- und problemlösungsorientierte Methoden wie Critical Thinking (kritisches Denken: vernünftiges reflektierendes Denken), Design Thinking (iterative Methode für die Lösung von komplexen Problemen und die Entwicklung neuer Ideen), forschendes Lernen und Playful Learning (spielerisches Lernen angelehnt an die Art und Weise, wie Kleinkinder die Welt entdecken). (ris 2023, 95)

„Die Entwicklung informatischer und medientechnischer Kompetenzen“ orientiert sich, wie es im Lehrplan formuliert wird, unter anderem besonders an „didaktischen Prinzipien der sogenannten 21st Century Skills, der 4 Ks (kritisches Denken, Kreativität, Kommunikation und Kollaboration)“ (ris 2023, 96). Kreativität trägt hier – ähnlich seiner Verwendung im Design Thinking – eine Konnotation des Nutzbringenden und Zweckdienlichen. Es entsteht der Eindruck, dass der verwendete Kreativitätsbegriff im Lehrplan den der Kunst als Selbstzweck weitgehend ersetzt. Im Abschnitt „Kreativität und Gestaltung“ im Lehrplan für Geschichte und Sozialkunde wird das Bildungsziel beispielsweise wie folgt definiert:

Verstehen von künstlerischen Gestaltungsmöglichkeiten als Ausdruck von Kreativität und Zeitgeist; Wahrnehmung und Gestaltung künstlerischer und kultureller Produkte als Medien der Kommunikation in ihrer historischen und gesellschaftlichen Bedingtheit. Dabei sollte Kunst als Mittel der gesellschaftlichen Teilhabe und politischen Meinungsbildung in verschiedenen Gesellschaften beachtet werden. (ris 2023, 69)

Grundsätzlich wird „Kreativität und Gestaltung“ im Lehrplan als einer von fünf „Bildungsbereichen“ angeführt, die übergeordnete, fächerübergreifende Bildungsziele umfassen und definieren (vgl. ris 2023, 12). „Die kreativ-gestaltende Arbeit“ soll „im Spannungsfeld von Selbstverwirklichung und sozialer Verantwortung“ als „individuell bereichernd und gemeinschaftsstiftend“ erlebt werden (ebd.). Die Lehrpläne der einzelnen Unterrichtsgegenstände enthalten neben dem jeweiligen „Lehrstoff“ und den „didaktischen Grundsätzen“ immer auch Bezüge zum „allgemeinen Bildungsziel“ und spezifische Beiträge zu den Bildungsbereichen, so auch zu „Kreativität und Gestaltung“ (vgl. ris 2023, 9). Im Lehrplan Technisches und Textiles Werken heißt es im entsprechenden Abschnitt zum Beispiel:

Die Auseinandersetzung mit Ideen, Entwürfen und Planungen führt zur Weiterentwicklung des Darstellungsvermögens und der Ausdrucksmöglichkeiten. Designprozesse fördern Kreativität und Innovation. Das Erkennen von individuellen Interessen und die Förderung der Experimentierfreude tragen zur persönlichen Bildung bei. (ris 2023, 124)

Im Oberstufen-Lehrplan für Bildnerische Erziehung wird das „Transferieren von kreativer Kompetenz aus dem Lernfeld Kunst in alle Bildungsbereiche“ gefordert sowie „Bildnerisches Denken und Gestalten als verfügbare Methode zu kreativem Handeln“ wie „Entwickeln von Problemlösungsstrategien, experimentellen

Vorgangsweisen, paradoxen Zugängen, divergierendem Denken“ gebrauchen zu können (ris 2023, 246). Für die 6. Klasse Oberstufe lautet die lehrplanmäßige Empfehlung, neben „Schriftgestaltung“ und „Grafikdesign“, auch „Kreativitätstechniken“ wie „Scribble, Brainstorming und Mindmap“ einzusetzen (ris 2023, 248). Im Lehrplan für Mathematik der Oberstufe findet die Kreativität ebenfalls Erwähnung, indem der „schöpferisch-kreative Aspekt“ der Mathematik betont wird: „In der Mathematik werden das Denken geschult, Strategien aufgebaut, die Phantasie angeregt und Kreativität gefördert.“ (ris 2023, 193)

Der Kreativität, zeigen die hier nur beispielhaft angeführten Stellen im aktuellen Lehrplan, wird im Unterricht, in der Persönlichkeits- und Meinungsbildung sowie in der Auseinandersetzung mit verschiedenen Dimensionen der Lebenswelt eine wesentliche Aufgabe beigemessen. Diese Aufgabe besteht augenscheinlich nicht in der Förderung freien Gestaltens und schöpferischen Handelns an und für sich, sondern in der Schulung bestimmter (kreativer) Fertigkeiten zur weiteren gesellschaftlichen Verwertung. Der Soziologe Andreas Reckwitz (2012, 9) konstatiert eine „außergewöhnliche Relevanz“ der Kreativität als „individuelles und soziales Phänomen in unserer Gegenwart“. Die Kreativität entwickelt sich ab den 1970er Jahren im Beruflichen sowie im Privaten von einem *Kann* zu einem *Soll*, oder gar *Muss*, von Reckwitz als „Kreativitätsimperativ“ bezeichnet (ebd., 10): Ideen und Verhaltensweisen künstlerischer und gegenkultureller Randgruppen ab dem 19. Jahrhundert werden in der Spätmoderne zum Mainstream-Phänomen (vgl. ebd., 14). Es geht „um eine quasikünstlerische, experimentelle Weiterentwicklung“ des Selbst „in persönlichen Beziehungen, Freizeitformaten, Konsumstilen und körperlichen oder psychischen Selbsttechniken“ (ebd., 12). Doch auch in die Sphäre der Arbeit greifen diese Praktiken ein. Die „Kreativen“ als Werk tätige der „creative economies“ benötigen Methoden zur Ideenfindung, um das „überraschungshungrige Publikum“ der gegenwärtigen Konsumkultur ständig mit Neuartigem zu versorgen (ebd.). In ihrer „ganzheitlichen“ Arbeitsweise würden sie einen „attraktiven Sozialtyp“ verkörpern und damit Modellwirkung entfalten (ebd. 11): Die „kreative Gestaltung von Subjektivität“ eröffnet demnach sowohl im Privat- als auch im Berufsleben die Möglichkeit zur Selbstverwirklichung (ebd.12). Dieser umfassende Kreativitätsbegriff entsteht im Kontext einer ökonomische Phase, die in den 1980er Jahren ihren Ausgang nimmt und in den Sozialwissenschaften unter anderem als „desorganisierter Kapitalismus“ bezeichnet wird: Sie wird durch Prozesse des „beschleunigten Warenumschlags“, einer „radikalisierten Vermarktlichung“, der

„Digitalisierung der Wissensgrundlagen“, der Globalisierung sowie einer Schwächung des „bürokratischen Betriebskapitalismus“ zugunsten einer „flexible Spezialisierung“ der Arbeitsorganisation gekennzeichnet (vgl. Reckwitz 2012, 138-140).

In der vorliegenden Arbeit wird, als exemplarischer Knotenpunkt von Erscheinungen dieser entgrenzten Form des Kapitalismus, insbesondere eines neuen Begriffs der Arbeit unter der Prämisse einer utilisierten Form der Kreativität, die visuelle Kollaborationsplattform Miro entlang der Frage untersucht, wie das – von den Anbietern als solches beworbene – „kreative“ Denken und Handeln mit welchen Werkzeugen und zu welchem Zweck in den beispielhaften digitalen Arbeitsräumen stattfindet.

In Anlehnung an die „Walkthrough-Methode“ (Light et al. 2018) sowie die „Webnografie 2.0“ (Lettkemann 2021) wird die Plattform in einem autoethnografischen Selbstversuch in zwei Phasen analysiert: Zunächst „durchschreitet“ die Autorin als Userin das digitale Forschungsfeld, sammelt durch „Ausprobieren“ der Menüfunktionen Daten und dokumentiert diese in Form eines Protokolls (vgl. Light et al. 2018, 991-992). Das Protokoll dient gleichzeitig als Forschungstagebuch, in das die Autorin neben technischen Beobachtungen auch weiterführende Recherchen und reflektierende Gedanken integriert. In einem weiteren Schritt erarbeitet sie den Kontext des – von den Software-Entwickler*innen, Designer*innen, Inhabern und anderen involvierten Akteur*innen – angenommenen Gebrauchs der Anwendung, also vor allem dessen sozioökonomischen und kulturellen Aspekte (vgl. ebd. 889). Den Ausgangspunkt bildet dabei, repräsentativ für Kreativitätspraktiken im Sinne von Reckwitz, das bei den meisten digitalen Whiteboards und visuellen Kollaborationsplattformen integrierte Mind Mapping Tool. Zur konkreteren Verortung im Sinne der Walkthrough Methode wird der Untersuchungsgegenstand Miro im folgenden Kapitel im Kontext neuer Arbeitsformen- und Methoden der New Work, wie agiles Arbeiten und Design Thinking dargestellt.

2. Digitale Kollaboration und agiles Arbeiten: Miro

Seit der COVID-19 Pandemie hat sich im Web eine Landschaft aus unzähligen Anbietern im Bereich digitaler Whiteboards und visueller Kollaborations-Plattformen etabliert (vgl. Bergmann 2021, 121). Ob Miro, Milanote oder Ayoa – das gleiche Prinzip wiederholt sich in verschiedenen Variationen: Analoge Whiteboards, also wiederbeschreibbare Tafeln, auf denen ergänzend Bildmaterial mit Magneten befestigt werden kann, werden ins Web transferiert. Die ins Digitale übersetzten Flächen können von räumlich verteilten Nutzer*innen gemeinsam bearbeitet werden. Neben klassischen Whiteboard-Werkzeugen wie Stiften samt einem Schwamm zum Löschen und Notizzetteln bzw. Post-Its werden Tools angeboten, die die Möglichkeiten des Analoges erweitern: Bilder, Weblinks und Videos können eingefügt, verschiedenste Rahmungen, Farben und Formen mit einem Klick erstellt werden. Zusätzlich stellen die Tools Vorlagen für Diagramme und Tafeln aus den Bereichen Projektmanagement, Prozesssteuerung und Marketing zur Verfügung. Von – meist kostenpflichtigen – Plattformen werden auch „Enterprise-Funktionen“ wie Cloud-Speicherplätze und Möglichkeiten zur Aktivitätsüberwachung vermarktet, um Mitarbeiter*innen im Home-Office oder Schüler*innen bzw. Student*innen in der Distance-Lehre, wie von einem online Computermagazin beworben, „produktiv und kreativ“ zu halten (vgl. Maier und Shaw 2022). Außerdem sind bei visuellen Kollaborations-Plattformen Video-Konferenz und Instant Messaging Tools integriert (vgl. ebd. und Kansal et al. 2021).

Ein Feature von Miro und vielen anderen Anbietern im Bereich visueller Kollaboration ist das Mind Mapping. Die Mind Map-Methode wird ab den 1960er Jahren vom Psychologen, Mentaltrainer und Autor Tony Buzan zur Steigerung des kreativen Potentials durch nicht-lineare grafische Darstellung von Gedankenprozessen in Form radial verlaufender Verästelungen entwickelt und vermarktet (vgl. Buzan 2013). In Zusammenarbeit mit dem Innovations-, Kreativitäts- und Mind Mapping Experten Chris Griffiths entsteht 2005 auf Basis der ursprünglich analogen Mind Map-Technik das erste digitale Desktop Tool für die Methode, imindmap (vgl. Ayoa 2023). Ab 2019 wird dieses von der Cloud basierten Websoftware Ayoa abgelöst, einer All-In-One App, die von Griffiths und seinem Unternehmen Open Genius entwickelt wird. Neben dem Mind-Map Werkzeug bietet Ayoa auch Whiteboards sowie Video-Konferenz und Instant Messaging Tools an und darüber hinaus A.I. unterstützte Lösungsfindung (vgl. ebd.).

2.1. Miro

Miro geht aus der russischen Design Agentur Vitamin Group hervor, die 2007 von Andrey Khusid und Oleg Shardin gegründet wird und Web-, Produktentwicklungs- sowie App-Design Dienste anbietet (vgl. Research Contrary 2022). 2011 bringt Khusid das virtuelle Whiteboard RealtimeBoard heraus, um sowohl die interne als auch die externe Kommunikation zu verbessern. Da sich RealtimeBoard, der Firmengeschichtsschreibung zufolge, in diesem Bereich als effektiv herausstellt, wird ein eigenständiges Unternehmen um das Tool gegründet, das als Miro auf den Markt tritt. (vgl. Miro/About 2023)

Obwohl Miro auch schon in den ersten Wirtschaftsjahren profitabel ist und ein jährliches Wachstum um das Dreifache verzeichnen kann, erlebt es durch die Veränderungen der Arbeitsbedingungen während der COVID-19 Pandemie einen massiven Aufschwung (vgl. trendingtopics 2022). Der Ausbruch der Pandemie zwingt Unternehmen innerhalb kürzester Zeit, Formen der sogenannten Remote Work – dem Arbeiten aus dem Home-Office – oder hybride Arbeitsmodelle einzuführen.

The COVID-19 pandemic impacted the workflow and team communication in businesses of different sizes. Increasing acceptance of work from home policies by organizations worldwide and the necessity to manage workforces remotely has augmented the requirement for remote work management. Due to remote work management, the need for digitization has grown enormously. [...] The content management and collaboration segment dominated the market in 2021 and accounted for more than 35% of the global revenue. (grandviewresearch 2021)

Miro hat in dieser Phase das richtige Angebot zur richtigen Zeit. Als Pionier im Bereich der visuellen Kollaboration bietet es Lösungen für die digitale Zusammenarbeit von Teams im Bereich des Projektmanagements, des Brainstormings und der Ideenfindung. Während Zoom und Loom die Lücke von physischen Team-Meetings und Konferenzen füllen, ersetzt Miro Whiteboard-Sessions und Workshop-Formate im realen Raum. (vgl. Research Contrary 2022)

Im April 2020 kann das Unternehmen 50 Millionen Dollar an Investitionen generieren, im Jänner 2022 erreicht es in einer weiteren Finanzierungsrunde bereits 400 Millionen Dollar und somit eine Gesamtbewertung von 17,4 Milliarden Dollar (vgl. Miro/Newsroom 2022). Zwischen 2020 und 2022 steigt außerdem die Zahl der Nutzer*innen von 5 Millionen auf 30 Millionen, das entspricht einem Zuwachs von 500 Prozent. Der zahlende Kundenstock kann in dieser Zeitspanne von 20,000 auf 130,000 um 550 Prozent erhöht werden. (vgl. ebd.)

Doch auch nach der Pandemie wächst Miro weiter. Neben den Hauptfirmensitzen im Silicon Valley und in Amsterdam werden weltweit zehn weitere Standorte eröffnet, die über tausend Mitarbeiter*innen beschäftigen. Gegenwärtig, im Jahr 2023, verzeichnet das Unternehmen über 50 Millionen Nutzer*innen und hat 99 Prozent der größten US Unternehmen, die sogenannten „Fortune 100“, als Kunden. Die Miro-Tools lassen sich in mehr als hundert Anwendungen integrieren – darunter Google Workspace, Microsoft Teams und Zoom (vgl. Miro 2023). Vom Wirtschaftsmagazin Forbes wird Miro auf Platz zehn der „Forbes 2023 Cloud 100“ gereiht, den führenden und vielversprechendsten Unternehmen in diesem Tech-Sektor (vgl. Forbes 2023). Generell wird Content Management und Collaboration Software als Teil des sogenannten Productivity Management Software Market bis 2030 aufgrund der Etablierung hybrider Arbeitsformen sowie zunehmender Digitalisierung von Workflows auch nach dem Boom während der COVID-19 Pandemie ein kontinuierliches Wachstum prognostiziert (vgl. grandviewresearch 2021 und statista 2023).

Vor dem Hintergrund all dieser irrwitzigen Zahlen und großartigen wirtschaftlichen Erfolge sei also kurz gesagt: Miro erreicht viele Köpfe. Doch welcher Art ist die Nutzer*innenschaft, die Miro anspricht? Welchen Teams bietet Miro digitale Räume, um was zu tun?

2.2. Agiles Arbeiten und Design Thinking

In Online-Analysen (vgl. Research Contrary 2022 und statista 2023) wird Kollaborations-Software im Allgemeinen und Miro im Besonderen mit New Work, Design Thinking und sogenannten agilen Methoden in Verbindung gebracht.

Die agile Arbeitsweise hat sich ausgehend vom IT-Sektor in den letzten beiden Jahrzehnten zu einem globalen Phänomen entwickelt (vgl. Wafa et al. 2022 und Ciric Lalic et al. 2022). Sie entsteht in Reaktion auf eine zunehmend volatile (Geschäfts-) Welt, die durch Innovationsdruck und rapiden Wandel ständige Veränderungs- und Anpassungsprozesse erfordert (vgl. McKinsey&Company 2023).

Der Annahme folgend, dass Unternehmen, die „schnell und flexibel“ auf Veränderungen reagieren, „innovativer und erfolgreicher“ wären, helfe die „agile Arbeitsweise“ Unternehmen, „dynamisch“ zu bleiben und „die Fähigkeit zur Anpassung“ zu entwickeln (vgl. studyflix/Agiles Arbeiten 2023). Ihre Wurzeln hat die Methode in der Softwareentwicklung, die aufgrund kurzer Deadlines, täglichen

technischen Neuerungen und sich ständig im Wandel begriffenen Konsumenten- und Kundenwünschen unter dem Druck steht, immer schneller konkurrenzfähige Software auf den Markt zu bringen (vgl. Ciric Lalic et al. 2022, 4). In der Vergangenheit arbeitet man in diesem Bereich nach dem „Wasserfallprinzip“, einer traditionellen Projektmanagement-Methode, die auf logischer Sequenzierung von Aktivitäten und deren minutiöser Planung basiert: Auf eine „Planungsphase“ folgt chronologisch von oben nach unten eine „Umsetzungsphase“ (vgl. ebd und studyflix/Agiles Arbeiten 2023). Eine Gruppe amerikanischer Softwareentwickler entdeckt, das Prinzip der „Agilität“ aufgreifend, eine flexiblere Arbeitsmethode für sich, die den Anforderungen der Branche ihrer Auffassung nach besser entspricht (vgl. Projektmagazin 2020). Statt einem starren Plan zu folgen, bewegen sich die Phasen „Planung, Umsetzung, Überprüfung und Anpassung“ in einem „agilen Kreislauf“, der sich so oft wiederholt, bis das gewünschte Ergebnis erzielt wird. Durch mehrmalige Feedbackschleifen werden von „agilen Teams“ in Kooperation mit den Auftraggebern Probleme früher erkannt und Prototypen dementsprechend modifiziert (vgl. studyflix/Agiles Arbeiten 2023).

Die Grundprinzipien dieser Arbeitsweise werden 2001 online als *Agiles Manifest (Manifesto for Agile Software Development)* veröffentlicht (Projektmagazin 2020). Im Manifest, das auf den vier „agilen Werten“ „Individuals and interactions over processes and tools“, „Working software over comprehensive documentation“, „Customer collaboration over contract negotiation“ und „Responding to change over following a plan“ (agilemanifesto 2001) basiert, wird der Arbeit in selbständigen Teams, die sich regelmäßig treffen, eine zentrale Bedeutung beigemessen: „The best architectures, requirements, and designs emerge from self-organizing teams“ (ebd.). Aufgrund ihres Erfolgs in der Softwareentwicklung greift die Arbeitsweise auch in andere Wirtschaftsbereiche über. Sie lockt mit einer Steigerung von Produktivität, einer besseren Arbeitsmoral, kürzeren Markteinführungszeiten und höherer Produktqualität (vgl. Harvard Business manager 2020).

An agile organization is a technology-enabled network of teams with a people-centered culture that operates in rapid-learning and fast-decision cycles. Agility adds speed and adaptability to stability, creating a competitive advantage in uncertain conditions (vgl. McKinsey&Company 2023).

Doch ist die Methode keine Wunderpille: Die Umstellung auf Start-Up ähnliche Teams stößt gerade bei etablierten Unternehmen auf große Schwierigkeiten und ist nicht immer erfolgsversprechend (vgl. Harvard Business Manager 2020 und Ciric

Lalic et al. 2022). Trotzdem hält der Trend an: Alle wollen „agil“ werden, um in einer hyper-dynamischen Umgebung mithalten zu können. Wichtig sei hierbei vor allem der agile Umbau von innen heraus durch das richtige „Mindset“, das heißt ein „Bündel von Sichtweisen“, das die Belegschaft eines Unternehmens annehmen müsse, um „agil zu denken“ und dementsprechend zu handeln (vgl. Projektmagazin/Mindset 2020). Was hier als gemeinsame Orientierung eines Unternehmens dargestellt wird, trägt jedoch den Beigeschmack der „Gleichschaltung“ (vgl. Bergmann 2021, 147). Zur Umsetzung des agilen Arbeitens wird auf ein Pool aus Werkzeugen rückgegriffen, in das unter anderem „agile Methoden“ zur Teamorganisation und -motivation wie Scrum, SCARF, Kanban oder Design Thinking integriert werden (vgl. studyflix/Agiles Arbeiten 2023).

Design Thinking wird als „systematischer Ansatz“ verstanden, bei dem „mithilfe von kreativen Prozessen komplexe Probleme“ bearbeitet werden (studyflix/Design Thinking 2023). Im Mittelpunkt der an der Arbeit von Designer*innen und Architekt*innen orientierten Herangehensweise (vgl. Seitz 2017, 10) stehen – so die Proponent*innen dieser Methode – die Nutzer*innen:

Design Thinking nimmt die menschliche Perspektive zum Ausgangspunkt der Zielstellung, innovative Produkte, Services oder Erlebnisse zu gestalten, die nicht nur attraktiv, sondern auch realisierbar und marktfähig sind.“ (hpi-academy 2023)

Es werden dabei verschiedene Prinzipien und Tools eingesetzt, die auf einer „gemeinschaftlichen Arbeits- und Denkkultur“ beruhen und sich um die zentralen Faktoren „multidisziplinäre Teams“, „variable Räume“ und „Design Thinking-Prozess“ gruppieren (ebd.). Die „kreative Arbeitskultur“ in „heterogenen“ Teams von fünf bis sechs Personen (ebd.) soll durch eine möglichst „freie und flexible Arbeitsumgebung“ mit „viel Platz“ für „bewegbare Möbel“, „Whiteboards“ und einer „großen Auswahl an Arbeitsmaterialien“ (studyflix/Design Thinking 2023) gefördert werden. Nach Seitz (2017, 61–63) wird durch die spezifische Materialität der Ausstattung, die bestimmte Handlungsweisen fördere, eine laborähnliche Situation erzeugt. In dieser sich explizit von einem „außen“ abgrenzenden Raumstruktur (vgl. ebd) wird in einem sechsphasigen „iterativen“ Prozess zunächst ein allgemeines Verständnis für das Problem entwickelt und die Kund*innen bzw. Nutzer*innen beobachtet, um den „idealen Kunden“ (hpi-academy 2023) zu definieren, der maximal vom entstandenen Produkt profitieren soll. Darauf folgt ein Ideenfindungsprozess, der zu einem Prototypen führt, der schließlich getestet wird, um dann wieder alle Phasen zu durchlaufen bis die Lösung dem/der Kund*in bzw. dem/der Endnutzer*in gefällt. Es

werden dabei zum Beispiel die Methoden „Customer Journey Mapping“ oder „Persona“ eingesetzt, zur Simulation von Kaufverhalten einerseits und Modellierung von Nutzergruppen andererseits (vgl. studyflix/Design Thinking 2023 und Seitz 2017, 23–24). Bezeichnend für den Design Thinking Prozess ist nach Seitz (2017, 30) der Zeitdruck, unter dem dieser stattfindet. Jeder Arbeitsschritt wird in einem vordefinierten Zeitintervall durchgeführt und Deadlines strikt eingehalten, nicht beachtend, ob das Zwischenprodukt bereits „gut“, oder „fertig“ ist (ebd. 27). Der Ablauf des Programms wäre somit nicht primär einer „sachlichen“ sondern vielmehr einer „formal-zeitlichen“ Logik unterworfen (ebd.).

Miro erreicht also zusammengefasst – über die Unterstützung und Reproduktion von Arbeitsformen aus dem Bereich der New Work – eine breite Nutzer*innenschaft. In diesem Kontext und entlang des Begriffes der Kreativität wird im Folgenden der digitale Raum von Miro hinsichtlich seiner sprachlichen und visuellen Gestaltung, die bestimmte Handlungen erzeugt und Denkweisen fördert, untersucht.

3. Das „Miroverse“ und die ästhetische Ökonomie

For more than a decade, Miro's vision has been to create an infinite canvas for better collaboration, both in-person and online, helping organizations unlock creativity and drive meaningful outcomes. (Miro/About 2022)

Für die Analyse der Plattform Miro, die methodisch mit einem Walkthrough durchgeführt wird, ist der Begriff Kreativität wesentlich. Der Kulturosoziologe Andreas Reckwitz stellt in seiner 2012 erschienen Studie *Die Erfindung der Kreativität: Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung* die Kreativität als Ensemble psychologischer Forschung und Praktiken dar, das sich im Laufe der Geschichte in enger Verwobenheit mit gesellschaftlichen und ökonomischen Verhältnissen stets neu konfiguriert und sich in seiner gegenwärtigen Ausprägung, wie bereits dargestellt, nur im Kontext eines auf Basis von Innovation, Digitalisierung und flexiblen Arbeitsformen funktionierenden Spätkapitalismus verstehen lässt.

Grundsätzlich wohne dem Begriff der Kreativität, so Reckwitz (2012, 10), eine doppelte Bedeutung inne: Einerseits die „Fähigkeit und die Realität, dynamisch Neues hervorzubringen“ und andererseits – in Bezug auf „die moderne Figur des Künstlers“ – „das Künstlerische“ und „Schöpferische“ insgesamt, dem es nicht allein um die „technische Produktion“ von Neuartigem geht, sondern um dessen sinnliche Wahrnehmung „als Selbstzweck“ (ebd.). Vom 18. bis zum Anfang des 20.

Jahrhunderts orientiert sich die Mehrheit der Gesellschaft an den Tugenden der Disziplin und Anpassungsfähigkeit, das (kreative) Genie wird als „anormal“ psychologisch tendenziell pathologisiert (ebd., 202–205). Eine Rehabilitation der Kreativität setzt erst ab den 1950er Jahren in den USA durch die jungen psychologischen Strömungen der „*self growth psychology*“ (ebd., 2015f.) sowie der „kognitivistischen Kreativitätspsychologie“ (ebd., 222f) ein. Erstere positioniert sich in der Nachkriegszeit „kulturkritisch“ gegen einen vorgeblichen „sozialen Konformismus“ (ebd. 216). Im Kern des Konzepts steht das Streben in Richtung Selbstverwirklichung:

Anstatt das Unerwünschte aufzuspüren und auszumerzen, geht es darum, psychische Potenziale zu mobilisieren, die im Prinzip unerschöpflich sind. Immer scheint noch eine weitere Verbesserung oder Steigerung möglich. [...] Das Individuum soll sich einem imaginären Grenzzustand psychischer Reife und psychischen Wohlbefindens annähern, der niemals erreicht wird. (ebd.)

Bei der kognitivistischen Kreativitätspsychologie steht weniger die Entwicklung einer „ganzheitlichen Persönlichkeit“ im Vordergrund als die gesellschaftliche Nützlichkeit: „Schöpferische Potentiale“ werden als Ressource gesehen, um Probleme zu lösen (vgl. ebd., 222). Als Modell für den Kreativen wird nicht der Künstler, sondern der „Naturwissenschaftler und Erfinder“ herangezogen (ebd., 223). Kreativität wird als ergebnisorientiertes „Divergenzdenken“ erforscht und erste Techniken zur Kreativitätsförderung, wie das Brainstorming zur Ideenfindung in Gruppen, entwickelt (ebd., 224–225). Ab den 1980er Jahren laufen diese beiden Strömungen zu einem Komplex zusammen, den Reckwitz als „psychologische Kreativitätspraxeologie“ bezeichnet: Das „Ideal-Ich des schöpferischen Selbst“ wird in den Pragmatismus des privaten und beruflichen Alltags integriert (ebd., 228). Kreativität wird zum „Orientierungspunkt eines ganzen psychologischen Lebensprogramms und aller Alltagspraktiken“, in deren Zentrum ein „kreativer Habitus“ steht. Ein Set von „inkorporierten Schemata und Strategien“ befähigt das Subjekt permanent und scheinbar ganz natürlich zur lustvollen Wahrnehmung und Hervorbringung des Neuen (ebd.). Von Reckwitz auf den Punkt gebracht: „Man *will* kreativ sein und *soll* es sein“ (ebd. 10).

Diese Kreativitätspraktiken sieht Reckwitz gleichzeitig als Produkt und Werkzeug einer „ästhetischen Ökonomie“ (ebd., 140). Diese würde die kapitalistische Ökonomie auf zweifache Weise „entgrenzen“: Einerseits setze sie über technische Erfindungen hinaus auf permanente Innovation, auch auf Ebene der Organisationsstrukturen sowie Kompetenzen der Individuen. Zum anderen bezieht sich diese Innovation

jenseits des technisch Neuen auf das ästhetisch Neue, auf „die Produktion neuartiger Zeichen, Sinneseindrücke und Affekte“ (ebd.).

Die Frage, wie und ob sich Begriffe und Praktiken im Kontext der Kreativität im digitalen Raum von Miro manifestieren, in welchem Ausmaß und in welchem sprachlichen und visuellen Kontext, stellt den Ausgangspunkt für den Walkthrough dar.

Als Zielsetzung dient dabei die angenommene Erarbeitung eines Konzepts für die vorliegende Arbeit in Form einer Mind Map. Dieser Fokus ist notwendig, um sich einen realistischeren Weg durch die Vielzahl möglicher Anwendungsbereiche und zur Verfügung stehenden Tools auf Miro zu bahnen. Die digitale Wanderung führt von der Startseite über die Log-In Seite zum Dashboard und schließlich zur Anwendung der Tools am Board und wird samt Nebenpfaden, begleitenden Recherchen und Reflexionen in Form eines schriftlichen Protokolls dokumentiert. Es wird hier die Rolle der User*in eingenommen und gleichzeitig ein analytischer Blick auf die Funktionen der Anwendung geworfen: Welche Handlungen vom Programm etwa bei der Registrierung oder der Nutzung der Tools verlangt und welche indirekt evoziert werden, wie man durch Platzierung von Buttons und Menüfunktionen geleitet wird und welche Wirkung Bilder, Branding, Farben und Fonts erzielen (vgl. Light et al. 2018, 891–892). Die folgenden Abschnitte „Die Sprache“, „Das Einfache“, „Das Flache“ und „Das Diffuse“ konzentrieren sich jeweils auf Aspekte von Miro, die im Laufe des Walkthroughs in Zusammenhang mit Erscheinungsformen der Kreativität besonders bedeutsam erscheinen. Bezüge zum Walkthrough-Protokoll im Anhang werden im Folgenden mit (Idam/WTP 2023) und den entsprechenden Seitenzahlen gekennzeichnet.

3.1. Die Sprache

Agile Teams eignen sich am besten für Innovationen, das heißt den gewinnbringenden Einsatz von Kreativität, um Produkte und Dienstleistungen, Prozesse oder Geschäftsmodelle zu verbessern. (Harvard Business Manager 2023)

Mit dem Aufrufen der Miro-Startseite tritt man in einen neuen Sprachraum ein. Hier kursieren durchwegs geläufige Begriffe, wie „Produktdesign“ und „Meetings“, aber auch wenig Bekanntes wie „UX“, „Roadmaps“ und „Agile Workflows“. Als in diesem Gebiet nicht vorgebildete Userin ordnet die Autorin diese Begriffe in die Sphäre des Management, Marketing und der Informationstechnologie ein. Obwohl sie augenscheinlich nicht zur angesprochenen Zielgruppe gehört und angesichts der Dichte nur halb einordenbarer Informationen mit leichter Überforderung kämpft, fühlt

sie sich eingeladen: Sie sieht Bilder junger Menschen vor Screens mit bunten Grafiken, in den begleitenden Slogans ist von Teams und Kollaboration, von Ideen und Kreativität die Rede. Zusammengefasst lautet die Botschaft: Mit Miro können Teams immer und überall kreativ (zusammen-)arbeiten und zwar auf einer unendlich großen Fläche mit sehr viel Werkzeug. Hier ist zwar ein Ort der Arbeit, die Atmosphäre aber locker. Es entsteht der Eindruck, hier würde weniger für ein Produkt, als vielmehr für eine Lebensanschauung geworben werden.

Das relativ einfach gestaltete Board selbst bildet das Zentrum des „Miroverse“, einer komplexen Konstruktion an Vorlagen – sogenannten Templates – Unterseiten, Nebenseiten und Integrationen. Ob im Miro-Helpcenter, in der Miro-Academy oder im Miro-Blog ist „Kreativität“ Teil eines Schwallb an Begriffen, die Praktiken und Methoden aus dem Pool *neuer* und *agiler* Erscheinungsformen der Arbeit bezeichnen.

Einige dieser Begriffe finden sich auch im lexikalischen Essayband *Business Bullshit* (2021) des Wirtschaftsjournalisten Jens Bergmann. Unter Business Bullshit versteht er Begriffe, Slogans und Redewendungen aus dem Bereich der Wirtschaft, die schleichend in den allgemeinen Sprachgebrauch eindringen (vgl. Bergmann 2021, 6–7). Es sei notwendig, einen genauen Blick auf diese Phrasen zu werfen, da es sich um leere „Worthülsen“ handle, die oft „angenehm, beruhigend und vielversprechend“ klingen, dabei aber „wortreich nichts [...] sagen“, „Oberflächliches tiefgründig“ und „alte Ideen wie neu“ erscheinen lassen, „Unschönes beschönigen“ und „über den Widerspruch zwischen Schein und Sein“ hinwegtäuschen (ebd., 14). Agilität wäre nach Bergmann ein „Business-Hype“, den sich Unternehmen als Label an die Fahnen heften würden, um zeitgemäß zu wirken. Hierarchien würden durch agile Teams nur scheinbar abgeflacht werden, im Kern jedoch bestehen bleiben, da Unternehmen per se hierarchisch strukturiert wären (vgl. ebd. 29; 64). Teams bezeichnet Bergmann als „Allzwecktruppe[n] zur Lösung jedweder Aufgabe“ (ebd. 153). Ihrer Verherrlichung setzt Bergmann entgegen, dass gerade ihre gepriesene Diversität auch viele unterschiedliche Persönlichkeitsstrukturen aufeinandertreffen ließe: Trittbrettfahrer*innen, die mitgezogen werden müssten und fremde Lorbeeren kassieren, Introvertierte, die untergehen, und Extrovertierte, die sich in den Vordergrund drängen (vgl. ebd. 155). Nach Bergmann (2021, 68) wäre auch das Nachdenken für sich selbst erwiesenermaßen effektiver als das vielbediente Brainstorming in der Gruppe. Die Kreativität bekommt ebenfalls einen Eintrag im

Business Bullshit Lexikon: Zwar würden alle Unternehmen „Kreative“ suchen, die Wertschätzung für Kreativität wäre jedoch nur „rhetorischer Natur“ (ebd.145). Denn wirklich kreativ, im Sinne des Einbringens und der Umsetzung eigener (ungewöhnlicher) Ideen könne nur in den seltensten Fällen gearbeitet werden (vgl. ebd.).

Das Vokabular des Business Bullshit Lexikons und der grafischen Benutzeroberfläche (GUI) von Miro sind weitgehend ident: Die visuelle Kollaborationsplattform verkündet das Gemeinsame, das Orts-Unabhängige, das Dynamische und Flexible, das Kreative und Innovative und eine Fülle von Techniken und Tools. Glaubt man Bergmann, darf ein durch Phrasen aufgeblasener Charakter der sprachlichen Ausgestaltung der Plattform angenommen werden. Was wäre Miro ohne seinen Über- und Unterbau aus Begleit-Texten und Slogans? Eben „nur“ eine digital bearbeitbare unendlich große Tafel: Das Produkt Miro würde – optisch – wesentlich kleiner ausfallen. Steht die Kreativität auf Miro als Teil einer sprachlichen und visuellen Maschinerie ausschließlich im Dienste einer neuen Arbeitsform zur Produktion (substanzloser) Ideen? Dient die Kreativität in ihrem künstlerischen Begriffssinn als Lockvogel und wird dabei in ihrer Funktion, Neuartiges zu schaffen, ausgebeutet? Verziert man Arbeit mit dem Kreativen, erscheint sie in einem positiveren Licht, sozusagen als erhaben, sinnstiftend und schön. Und sie geht einfacher von der Hand.

3.2. Das Einfache

Als Orientierungsrahmen für den Walkthrough erstellt die Autorin mit Miro Gedankenkarten. Einerseits ohne Vorwissen auf einem leeren Board (vgl. Idam/WTP 2023, 21–23), andererseits mithilfe einer Mind Map-Vorlage und nach genauer Auseinandersetzung mit den Werkzeugen der sogenannten „Creation Toolbar“ (ebd. 23–24). Im ersten Fall entsteht ein wildes Gewächs, dessen Erstellung in Zusammenarbeit mit einem Team erfolgt und vergleichsweise lustvoll erscheint, im zweiten Fall ein Zierbaum, dessen vorgefertigte Verzweigungen schnell Klick um Klick wachsen könnten, aber die Ideen mit diesem Tempo nicht mithalten: Der Ideendruck führt zu Ideenlosigkeit, die sich die Autorin automatisch selbst vorwirft. Insgesamt entsteht trotz allem der Eindruck, beide geschilderten Vorgehensweisen

würden *einfach* und *intuitiv* funktionieren. Auf diese Art wird die Mind Map-Vorlage auch von Miro beworben:

„Visualisiere deine Ideenfindung und Brainstormings und entwickle deine Ideen mit Miro-Mind Maps weiter. Füge deinen ersten Knotenpunkt hinzu und gestalte Zweige mit intuitiven Steuerungen und Tastenkürzeln, etwa um deine Map-Farbe zu ändern, Zweige auszurichten oder Knoten zu verschieben und neu zuzuweisen. (Miro/Helpcenter 2023)

Die Miro Anwendungen und Tools sind in ihrer Bedienung stark an den Basis-Funktionen gängiger Text- und Bildbearbeitungsprogramme orientiert und sehr benutzer*innenfreundlich, durch Symbole und Kurzinformationen selbsterklärend programmiert. Das Intuitive wird in diesem Kontext von der Autorin als automatisierte Handlungen gesehen, die im Rahmen jahrlanger IT-Nutzung erlernt werden – eine Form von „IT-Intuition“ (vgl. Idam/WTP 2023, 23). Auch der Mind Map Erfinder Tony Buzan argumentiert mit Intuition, wenn er die digitalisierte Form seiner Methode bewirbt: Computer-Mind Maps würden „die Technik des Mind Mapping über seine herkömmlichen Fähigkeiten hinaus“ (Buzan 2013, 241) erweitern, sich „einfach und intuitiv“ erstellen lassen und „Wissen effizienter managen“ als analoge Zeichnungen (ebd. 244f.).

Die Autorin unternimmt im Rahmen des Walkthroughs einen Selbstversuch, um die analoge Fertigung von Mind Maps mit der digitalen zu vergleichen (vgl. Idam/WTP 2023, 24–26). Grundsätzlich hält sie Notizen und Ideen in linearer Form fest, das Zeichnen von zirkulär orientierten Mind Maps entspricht also nicht ihrer gewohnten Aufzeichnungspraxis und es kostet sie zunächst eine gewisse Überwindung, diese Technik umzusetzen. Sich exakt an die Mind Map-Regeln (vgl. Idam/WTP 2023, 24 und Buzan 2013, 61; 95-106) zu halten, erlebt sie als mühsam und künstlich. Deshalb erzeugt sie nach einigen bunten, regelgebundenen Mind Maps freiere Versionen mit einfachen Ästen und Beschriftung nach eigenem Ermessen, die Buzan als „unechte“ Mind Maps bezeichnet, die „Chaos“ hervorrufen würden (vgl. Buzan 2013, 113). Da die Umsetzung einer handgezeichneten Mind Map aufwendiger ist, wird vor der Ausführung ein mentaler Plan erstellt, der dann mit spontanen Einfällen ergänzt wird. In der relativen Langsamkeit des Handzeichnens entstehen die Ideen und deren Ordnung erst nach und nach. Manchmal braucht es auch mehrere Versionen der gleichen Mind Map, bis alle Aspekte Platz finden. Als hilfreich für den Arbeitsprozess wird von der Autorin der Überblick empfunden, den sie sich mithilfe einer Mind Map schaffen kann, das klärende Ordnen von Gedanken, sowie die Möglichkeit, Querverbindungen zu erkennen und aufzuzeichnen.

Im Vergleich zum analogen Mind Mapping bedarf es trotz aller suggerierter Einfachheit einiger Schritte, um überhaupt bis zu einem Miro-Board und seinen Tools zu gelangen: Sich ins Miroversum einzuloggen, sich darin zurechtzufinden und nicht zu verlieren, nimmt mitunter mehr Zeit in Anspruch, als Papier und Bleistift zur Hand zu nehmen (vgl. Idam/WTP 2023, 9). Beim Erstellen einer digitalen Mind Map fällt zudem auf, dass die Konzentration und (innere) Sammlung deutlich schwerer fällt als bei der analogen Praxis. Die digitalen Whiteboards erzeugen permanente Ablenkung durch eine große Bandbreite an Tools (die den Bleistift ersetzen), Informationen und (indirekte) Aufforderungen. Es besteht das latente Gefühl, die Mind Map, die man generiert, würde das Gedachte nicht adäquat erfassen und wiedergeben, verbliebe stets im Zustand des Unfertigen – es fehlt das Festhalten auf Papier, das haptisch Manifestierte. Da die Mind Maps auf Miro in der kostenlosen Version nicht als weiterarbeitbares Dokument gespeichert werden können (vgl. Idam/WTP 2023, 22), befindet sich das Erzeugte im digitalen Raum in der Schwebe. Durch unkompliziertes Verändern, Überarbeiten und Korrigieren erhält es den Charakter des Vorübergehenden. Auch das erhöhte Produktionstempo beeinflusst die Wertigkeit der erstellten Objekte: Durch das Einfache wird Mehrfaches erzeugt. Erwähnenswert ist in diesem Zusammenhang, dass die Verbform „to create“ auf Miro deutlich häufiger auftritt als die Kreativität selbst. Die Inhalte auf den Boards werden nicht erstellt oder gemacht sondern „kreiert“ oder „erschaffen“ (vgl. DWDS 2023 und Miro/Helpcenter 2023).

The platform enables a new way of working that allows teams to co-create quickly and inclusively — no matter where they are located — through more than 100 app integrations and nearly a thousand templates designed to help teams start quickly. (Miro/Newsroom 2022)

Hier wird einiges deutlich: Jede noch so einfache Handlung wird zum Kreativen erhöht, dadurch verliert der kreative Akt an Einzigartigkeit und geht unter in der Masse des schnell Erzeugten und Einfach-zu-Verlierenden. Bei tausend zur Verfügung stehenden Vorlagen stellt sich außerdem die Frage, was hier noch – individuell – erschaffen werden kann. Vom digitalen Mind Mapping Pionier Ayoa wird das Ich-unternehmerische kreative Individuum (noch) hervorgehoben. Im Gegensatz dazu geht auf Miro sprachlich sowohl das Kreative als auch das Individuum im kooperativ-schaffenden Team auf oder – je nach Auffassung – unter. Während Ayoa zentral die kreative Ideenfindung mithilfe von Mind Maps bewirbt, wird von Miro in diesem Zusammenhang die gemeinsame Strukturierung und Organisation von

Gedanken oder gar die „Vereinfachung des Denkens“ betont (vgl. Idam/WTP 2023, 26–29). Beide Anbieter sind sich jedoch darin einig, dass die jeweils angebotene AI das kreative Potential des Mind Mapping-Prozesses erhöhen würde (vgl. WTP, 26 und 30). Auf Ayoa können die AI-Algorithmen auf der Mind Map relevante Ergänzungen in Form von weiteren Ästen, Schlüsselworten, Bildern, zusätzlichen Themen, Assoziationen sowie Querverbindungen vorschlagen (vgl. ayoa 2023). Die AI würde, so Ayoa, Gedankenprozesse „verbessern“, neue Möglichkeiten erschließen, Kreativität und kritisches Denken erhöhen und es dadurch Individuen und Teams ermöglichen, Herausforderungen mit „frischen Ideen und neuartigen Lösungen“ zu begegnen (ebd.). Auf Miro kann die AI in der kostenfreien Version zu Schlüsselworten weiterführende Fragen, Themen und Ideen hinzufügen sowie einzelne Bereiche oder die ganze Mind Map zusammenfassen. Möchte man erweiterte AI-Funktionen wie die Generierung von Bildern zu Begriffen in Anspruch nehmen, müsste man sich für die „Beta Version“ anmelden und würde als User*in so zur Testperson in der Versuchsphase des Miro AI-Programms (vgl. ebd., 12–13).

Miro AI. Du und dein Team, aufgeladen mit Energie. [...] Entfesse die Kraft deiner Ideen mit Miro AI – deinem neuen Sprungbrett für Kreativität, Zusammenarbeit und Produktivität. (Miro/AI, 2023)

Allem Anschein nach ist das Kreative unter den Zwängen „eines Aktivismus permanenter ästhetischer Innovationen“ (Reckwitz 2012, 18) zu anstrengend geworden, um es als Mensch alleine zu leisten. Kreativität wird veräußert, die (ureigene) Fähigkeit zum Kreativen, zur „Schöpfung“ vom User auf die Miro-AI ausgelagert. Nicht nur die Hand- und Denkarbeit wird von der Maschine übernommen, sondern zuletzt auch die Idee, die unter den Bedingungen eines „ökonomischen Ideenwettbewerbs“ (Seitz 2017, 28) möglichst schnell entstehen soll. Grundsätzlich stünden nach Seitz (ebd.) Kreativitätstechniken und Strategien des Innovationsmanagement vor der „paradoxen Aufgabe der planvollen Hervorbringung neuer Ideen und Einfälle“, die sich durch „ihren grundlegend kontingenten Charakter“ auszeichnen und sich einer „strikten Planung“ prinzipiell entziehen würden. Kreativität würde Muße benötigen, wo der Markt Beschleunigung erzwingt (ebd.). Dem Mind Map-Erfinder Buzan (2013, 119) zufolge würden (handgezeichnete) Mind Maps „eine ideale Gelegenheit [...] zur Entwicklung und Verfeinerung Ihrer visuellen Fähigkeiten“ bieten und die Ausgestaltung von Mind Maps mit Bildern „zum Ausdruck Ihrer künstlerischen und kreativen Persönlichkeit“ verhelfen. Auf Miro können Mind Maps mithilfe der Creation Toolbar ausgestaltet und „individualisiert“ werden, indem

man digitale Handzeichnungen, Symbole, Emojis, Sticky Notes etc. einfügt (vgl. Idam/WTP 2023, 26). Die einfachen Grundwerkzeuge und -elemente des Boards können außerdem nach Belieben modulhaft variiert und damit ohne entsprechende Vorlage Gedankenkarten improvisiert werden. Die Autorin hat dadurch den Eindruck, sie würde die von Miro entwickelten Funktionen durch ihren „unerwarteten“, nicht vorgesehenen Gebrauch unterwandern (vgl. Light et al. 2018, 895). Im vorgegebenen Rahmen Miro kann mal also *Anderes* erzeugen, tritt man aus diesem Rahmen heraus, trägt das Erzeugte jedoch den (grafischen) Stempel Miro und den Charakter des *Immergleichen*.

3.3. Das Flache

Miro ist eine „Plattform“ und wirbt mit einer unendlichen Fläche, wie dies bezeichnenderweise auch bei sogenannten Open World-Computerspielen wie „Minecraft“ der Fall ist (vgl. Fandom/minecraft 2023). Zunächst beeindruckt und fasziniert der Umstand, – zumindest theoretisch – unbegrenzt weiter zeichnen zu können. Bei näherer Betrachtung ist diese Grenzenlosigkeit jedoch schlichtweg unnütz: Ein Board mit zu viel Inhalt kann man trotz der Möglichkeit, hinein und hinaus zu zoomen, irgendwann nicht mehr überblicken und das unterläuft den Anspruch des effizienteren Arbeitens mithilfe von Miro.

Die Benutzeroberfläche Miro fordert durch Gleichzeitigkeit und Überlagerung von Informationen und Funktionen auch eine gefächerte Aufmerksamkeit. Der Autorin fällt schwer, sich auf eine Sache oder Tätigkeit zu konzentrieren, da das Programm stets weitere Optionen anbietet und (in)direkt Reaktionen einfordert. Da sie die Menge der Möglichkeiten ansonsten nicht bewältigen könnte, gehen ihre Aktionen tendenziell in die Breite anstatt in die Tiefe. Mit Reckwitz benannt: „eine zwanghafte Zerstreuung der subjektiven Aufmerksamkeit im unendlichen, niemals zu befriedigenden Zyklus der kreativen Akte“ (Reckwitz 2012, 18). Auf Miro löst sich das (kreative) Individuum im Team auf, jede/r und alles ist kreativ. Das Kreative wird dadurch so weit ausgedünnt, dass es ins Beliebige diffundiert. Die Eigenschaft der Flachheit wird dem Denken der Technologiebranche insgesamt unterstellt: „Regelkonformität wird als Wagnis“ verkauft, „Konventionalität als Exzentrik“ und „Mainstream als Innovation“ (Luks 2021). Der Literaturwissenschaftler Adrian Daub untersucht die Wurzeln dieses „Valley Denkens“: Die Unternehmen des Silicon Valley würden von einem

technologischen Determinismus profitieren, indem sie behaupten, traditionelle Kategorien und Denkweisen würden der Neuartigkeit ihrer Technologien nicht gerecht werden (Daub 2020, 9). Die Rhetorik, die sich daraus entwickelt, würde zwar völlig neuartig klingen, bei der Ideologie dahinter würde es sich jedoch nur um neu *gerahmte* Versatzstücke von Konzepten der (amerikanischen) Gegenkultur der 1960er Jahre handeln (ebd.). Deren systemkritische Protagonist*innen und Ideen sind tatsächlich eng verbunden mit der damals neu entstehenden Technologie- und Medienbranche. Doch die Ideen, die im gegenwärtigen Tech-Sektor tonangebend sind und „als Denken betrachtet werden“ wurden, laut Daub, „beim Geldverdienen entwickelt und verfeinert“ (ebd., 15). Wenn die Großen der Branche, wie Bill Gates, Steve Jobs und Mark Zuckerberg, ihre (Elite-)Universitäten frühzeitig verlassen, um Geld zu verdienen, wird dies im Nachhinein als Akt rebellischer Autodidakten präsentiert und damit indirekt auf ihre antiautoritären „Vorfahren“ der 1960er verwiesen (vgl. ebd., 22). Durch ihren Ausstieg „brüskieren sie die Elite, sonnen sich jedoch gleichzeitig im Licht des Elitären“ (ebd., 23). Ihr Bruch mit der Hochschulumgebung bedeutet jedoch keineswegs eine Ablehnung des Universitären, die Geschäftsmodelle vieler Start-Ups würden Aspekte der Universitätserfahrung tragen, man denke an Zuckerberg (ebd., 39). Die Technologie würde „früher aber weniger gründlich“ (ebd., 40) als die Universitäten professionalisieren. Man kann dem Technologiesektor nach Daub also eine Form von frühreifem Denken unterstellen. Ein Denken, das sich revolutionär gebärdet und gleichzeitig bestehende (Wirtschafts-)Systeme für sich nutzt. Und an dieses Denken soll das Denken der User*innen angepasst werden, um Geschäftsmodelle als quasi „naturegegeben“ und logische Folge der technologischen Entwicklung zu untermauern (vgl. ebd.7, 9). Dieses elitäre und gleichzeitig einladende Denken spürt man auch in Buzans einführendem Werk zur Mind Map-Methode: Es erweckt den Eindruck, es würde der Leserin ein exklusiver Zugang zu einer nie dagewesenen kreativen Geheimwaffe gewährt (vgl. Buzan 16–17). Bei der Nutzung von Miro geschieht Ähnliches: Die Autorin ertappt sich bei einem Gefühl der Teilhabe an etwas Exklusivem, etwas, das Vorteile bringt. Etwas, das „gar nicht so schlecht“, „wirklich praktisch“, und „irgendwie lustig“ ist. Etwas, das man irgendwann „ganz normal“ findet. (vgl. Idam/WTP 2023, 22–26)

3.4. Das Diffuse

Mithilfe von Plattformen wie Miro ständig und überall arbeiten zu *können* bzw. zu *müssen*, nimmt man mittlerweile als gegeben hin: Work-Life-Blending, ob gefeiert oder kritisiert, hat sich als (Vor-)Bild für gegenwärtiges Arbeiten etabliert (vgl. Zukunftsinstitut 2023 und Bergmann 2021, 131). Dies wird auf Miro besonders sichtbar. Es ist eindeutig ein Ort des Arbeitens, aber gleichzeitig erweckt es den Eindruck des Einfachen und sogar „Spielerischen“: Anstatt Texte zu schreiben, ist es möglich, gleichzeitig mit Teamkolleg*innen bunte Grafiken zu gestalten, sie zu verzieren und zu kommentieren. Wenn man zu wenig Zeit oder Lust hat, selbst ein Board zu erstellen, kann man unter tausend Vorlagen wählen. Mit Kanban lassen sich Arbeitsabläufe visualisieren und mit SCRUM kommt man schneller, lustvoller und effizienter voran. Wird so in der Tech-Branche und den Creative Industries gearbeitet? Wer *kreiert* wo und wie digitale Räume und Flächen wie diejenigen Miro? Ist Miro gleichzeitig ein Werkzeug für Kreative und Produkt von Kreativen?

Im Rahmen des Walkthroughs sichtet die Autorin eine Reihe von *One day in the life of a software engineer*-Videos, die in großer Zahl auf YouTube zu finden sind (vgl. Fang 2023, Singh 2023 und Yang 2022 sowie Idam/WTP 2023, 9–10). Die Protagonist*innen stellen sich selbst filmisch und mit Musik unterlegt während eines Arbeitstages dar. Wie den Kommentaren zu entnehmen ist, handelt es sich um Angehörige der gehobenen Programmierer*innen-Klasse, die für führende Tech-Unternehmen wie Google oder Meta arbeiten. Ob aufgrund einer Mode, der Vorbildwirkung durch gegenseitige Rezeption auf YouTube oder weil es sich um Auftragsarbeiten handelt, die einen authentisches Video-Tagebuch imitieren: Es fällt auf, wie ähnlich sich die Videos sowohl formal als auch inhaltlich sind. Sämtliche Videos beginnen mit einer Morgenszene in cleanen, weißen lichtdurchfluteten Wohnungen. Danach folgt man den (ausnahmslos jungen und attraktiven) (Selbst-)Darsteller*innen durch den öffentlichen Verkehr zum sogenannten Campus, in den sie sich mit einer Chipkarte einloggen. Diese Karte funktioniert als Eintrittskarte in einen Art All Inclusive-Club: In großzügige Architekturen, in denen frei wählbare Arbeitsplätze ebenso verstreut sind wie Snackbars, Mensen, Sport- und Bewegungsmöglichkeiten, Besprechungs- und Rekreationsräume: Man kann immer und überall arbeiten, essen und Pausen machen ganz nach persönlicher Präferenz. Da die Programmierarbeit, das *Coden*, stets im Zeitraffer dargestellt wird (obwohl es

tatsächlich viele Stunden einnimmt), entsteht der Eindruck ständiger Abwechslung und Bewegung, des lustvollen Wandels durch Themenparks der Arbeit. Von Team-Arbeit ist hier allerdings kaum etwas zu merken: Auf andere Menschen treffen die Protagonist*innen nur in Form von Kurzauftritten in buchbaren Meeting-Boxen oder rein virtuell. Bei aller Sauberkeit, Großzügigkeit und Freiheit, aller Dekoration, bleibt der Eindruck des Unpersönlichen und die Frage, ob hier etwas geschaffen werden kann, das tatsächlich Grenzen sprengt. Die geschilderten Arbeitsräume und die Arbeitsweise schlagen sich allem Anschein nach in den dort erzeugten (digitalen) Produkten nieder und umgekehrt. Die Motive des flexiblen, freien, angenehmen und einfachen Arbeitens finden sich, wie bereits dargestellt, auch auf Miro. Kann daraus gefolgert werden, dass es sich bei Collaboration-Tools wie Miro gleichzeitig um Werkzeug und Werkstück handelt? Erzeugt eine Schlange, die sich in den Schwanz beißt, wirklich so viel Neues und Kreatives?

Daub (2022, 19) spricht in diesem Zusammenhang von einem „Lokalismus des Techsektors“: Obwohl die Branche die Welt wie nie zu vor globalisiert, werden Mitarbeiter*innen aus bestimmten Milieus, Ländern, Universitäten und Gesellschaftsschichten rekrutiert. Die Technologieriesen würden sich mit dem Universalitätsanspruch brüsten, ihre Produkte wären auf alle Konsument*innen zugeschnitten, im Grunde wären jedoch „Menschen wie wir“, das heißt im Technologiesektor Sozialisierte, gemeint (vgl. ebd. 41). Von Anti-Konformismus, auch nur einem scheinbaren, wie Daub (2020, 21 f., 62 f.) ihn der Elite der Technologiebranche zuschreibt und Reckwitz (2012, 238) sich von den creative industries in die gesamte Gesellschaft ausbreiten sieht, ist bei den Programmierer*innen in den Videos nichts zu spüren, wohl aber von einer Ästhetisierung. Reckwitz (ebd., 237–238) sieht – im vergangenen Jahrzehnt – noch eine „pragmatische Ästhetisierung der Lebensführung“: Das ideale Subjekt würde sein „inneres Begehren nach kreativ-ästhetischer Selbstentfaltung“ und die „soziale Notwendigkeit kreativer Problemlösungen in Alltag, Beruf und Gesellschaft“ miteinander verknüpfen. Laut Daub (2020, 75–76) wäre die Arbeit im Tech-Sektor „wie jede andere“ und nicht „annähernd so cool“ wie die Dinge, die sie hervorbringen würde. Die Tätigkeit des Programmierens wäre eine im Grunde „unästhetische Praxis“, die erst durch die mediale Darstellung heroisiert werden würde:

Die Ästhetisierung der Arbeit ist das vielleicht wichtigste Alleinstellungsmerkmal des Technologiejobs und hat die Tätigkeit in diesem Sektor zum vorrangigen Indikator für den Charakter der Arbeit in der Gegenwart gemacht. Ob in Filmen, in den Medien, oder in der

Politik – Arbeit wird als umso erfüllender, wirkmächtiger, ja moderner verstanden, je mehr sie der Arbeit in diesem Sektor ähnelt. (ebd., 76)

In den *One day in the life of a software engineer*-Videos und in den (meisten) Kommentaren wird genau dies kommuniziert: Dass die Protagonist*innen die Höchstform des Arbeitens praktizieren würden, dass diese Arbeit – an sich – eine Belohnung wäre. Daub (ebd., 109) sieht in diesem Zusammenhang eine quasi-religiöse Dimension: Mehr als in anderen Industrien würden sich die Unternehmen des Tech-Sektors auf „Tropen und Rituale“ stützen, die an „religiöse Erweckungsbewegungen“ erinnern. Tatsächlich entbehren die dargestellten Räume in den Videos nicht einer gewissen theatralischen Ästhetik und zeigen Regeln eines in sich geschlossenen Systems, das nur mit der richtigen Eintrittskarte betreten werden kann. Offensichtlich funktioniert dieses System über Selbstregulation, weil es, zumindest von außen betrachtet, angenehm ist und Spaß macht – Vorgesetzte treten nicht auf.

Ein Zauberwort des (agilen) Projektmanagements ist die „intrinsische Motivation“, also ein Handeln aus „inneren Beweggründen“ (Projektmagazin/Parameter 2006). Der Philosoph Moritz Dittmeyer untersucht Spaß und intrinsische Motivation in Zusammenhang mit dem in den letzten Jahren in der digitalen Welt hochgejubelten Phänomen der „Gamifizierung“ bzw. „Gamification“.

Dittmeyer erweitert die gängige Definition von Gamification als „Anwendung von Spielelementen in spielfremden Kontexten“ um den damit verbundenen Zweck „das Verhalten von Menschen in diesen Kontexten zu beeinflussen“ (Dittmeyer 2020, 33). Die motivationale Kraft von Gamification wird oft mit dem Konzept Spaß in Verbindung gebracht. Da spielen – landläufig – Spaß macht, sind Menschen motiviert zu spielen. Diesen Umstand stellt auch Tony Buzan in Bezug auf seine Mind Map-Methode fest: „Weil das Erstellen von Mind Maps Spaß macht, wird der spielerische Teil in uns angeregt, was unsere Denken befreit und die Möglichkeit eröffnet, Ideen ohne Ende zu produzieren.“ (Buzan 2013, 138)

Die Anreicherung eines spielfremden Bereichs mit Spielelementen, soll nach Dittmeyer (2020, 44) den damit zusammenhängenden Tätigkeiten einen Spielcharakter verleihen und so den Spaßfaktor beim Ausführen steigern, welcher wiederum die Motivation erhöht, die entsprechenden Tätigkeiten zu vollziehen. Nach der „Selbstbestimmungstheorie der Motivation“ würde eine Person, wenn die psychologischen Grundbedürfnisse nach „Erleben von Kompetenz“, „Autonomie“ und „sozialer Eingebundenheit“ beim Ausführen einer (zielgerichteten) Tätigkeit befriedigt

werden, ein positives Gefühl empfinden und deshalb eine erhöhte Motivation, entsprechende Ziele zu verfolgen, aufweisen (ebd., 45–46). Umgelegt auf Gamification verändern die implementierten Spielelemente die Tätigkeit insofern, als sie die Unmittelbarkeit, Konsistenz und Dichte der Bedürfnisbefriedigung erhöhen, argumentiert Dittmeyer (ebd. 50).

Ähnliche „Motivationsfaktoren“ werden in der Arbeit mit Miro festgestellt: Das angenehme, einfache und intuitive Anwenden der Tools (Kompetenz), der Eindruck eines freien und flexiblen Handlungsspielraums (Freiheit), sowie das Gefühl, durch das Einloggen Teil einer Community zu werden, die eine zeitgemäße – also lustvolle – Form des Arbeitens praktiziert (soziale Eingebundenheit).

Auch die Werkzeuge der „Communication Toolbar“ sowie der „Collaboration Toolbar“ auf einem Miro Board weisen teilweise einen gamifizierten Charakter auf: Mit der Funktion „Timer“, die nur in der kostenpflichtigen Version von Miro zu Verfügung steht, kann man beispielsweise einen Countdown für alle Team-Mitglieder sichtbar machen, um sie zum Erledigen einer Aufgabe in einer bestimmten Zeit zu *motivieren* (vgl. Idam/WTP 2023, 19). Miro bedient sich mit der Timer-Funktion nicht nur eines Motivs des (sportlichen) Wettkampfes (vgl. Dittmeyer 2020, 7–8): Die exakte Terminisierung von Arbeitsschritten ist nach Seitz (2017, 29) ein wesentliches Element des Design Thinking Prozesses: Auf den Gruppenarbeitstischen stehen Stoppuhren, die sogenannten „Time Timer“, die das Ende einer Arbeitsphase mit einem Klingelton markieren (ebd.). Neben den ebenfalls von Miro bekannten „Klebezetteln“ stellt der Time Timer das repräsentativste Element des Design Thinking Ansatzes dar (ebd., 30).

Mit dem Button „Reactions“ kann man Symbole wie „Herz“, „Daumen hoch“ und „Konfettitüte“ aufpoppen lassen und damit unmittelbar auf Handlungen von Teammitgliedern am Board reagieren bzw. diese bewerten (vgl. Idam/WTP 2023, 18). Dittmeyer (2020, 34) zählt das „Arbeiten mit unmittelbarem und ansprechendem Feedback“ neben der Anwendung von Spielelementen wie Abzeichen, Ranglisten und Fortschrittsbalken zur Visualisierung von Leistungen (ebd. 7–8) zu subtileren Formen der Gamification. Als abstrakte Form der Gamifizierung sieht Dittmeyer unter anderen das Spielelement des „Narrativ“ (ebd., 9): Hier geht es nicht per se darum, das Verhalten gamifizierter Personen zu messen, zu bewerten oder zu vergleichen, sondern darum, eine Tätigkeit fiktional aufzuladen, um sie bedeutsamer zu machen. Wenn auch nur indirekt, geschieht dies auf Miro durch Eigenwerbung mithilfe von

Kurztexten und Bildern auf Ebene der Benutzeroberfläche, die die praktizierte Arbeitsform „erhöhen“.

Insgesamt kann festgestellt werden, dass Miro an eine ent-grenzte Form der Arbeit adressiert, die Elemente der Freizeit und des Spiels integriert. Eine Form der Arbeit, die – schleichend – in alle Bereiche des Lebens übergreift.

4. Die kreative Blase – Ein Fazit

Miro ist ein digitales Produkt, das im Silicon Valley, im Herzen der Tech-Branche, erzeugt wird. Gleichzeitig ist es ein Werkzeug, das die Arbeiter*innen der Tech-Branche verwenden. Miro ist also Werkstatt, Werkzeug und Produkt, es spiegelt und reproduziert die Produktionsbedingungen des Sektors.

Die vorliegende Arbeit untersuchte sowohl am Beispiel des Design Thinking als auch anhand der Begehung der visuellen Kollaborationsplattform Miro, wie der Begriff der Kreativität im Dienst einer neuen Arbeitsform, einem Ensemble aus Praktiken, Methoden und Formen der Selbstdarstellung unter dem Sammelbegriff New Work, verformt und mit neuen Bedeutungen versehen wird. Was mit der Kreativität auf Miro und anderswo in der von der Technologiebranche beeinflussten Unternehmenswelt geschieht, kann nach Bergmann (2021) mit dem Bild der Blase verdeutlicht werden: Ein aufgeblähtes „Buzzword“, das gut klingt und gut aussieht, in dem aber wenig bis nichts steckt, was es verspricht. Das Kreative ist so weit Standard geworden, dass es erwähnt werden muss, ohne wirklich vorzukommen.

Aber so schlecht können Anwendungen wie Miro doch nicht sein, oder? Sie gelten schließlich als zeitgemäß, weil digital, praktisch, angenehm und noch dazu kreativ. Deshalb finden diese digitalen Produkte auch – von offizieller Seite kaum hinterfragt – Eingang ins österreichische Bildungswesen. Doch aus dem Umstand, dass diese Produkte Handlungsweisen erzeugen und (künstliche) – von der Technologiebranche beeinflusste – Bilder von Arbeits- und Lebensweisen transportieren und verbreiten, ergibt sich eine Problemlage: Dass ein manipulativer Aspekt der Anwendungen und Programme übersehen wird, der sich aus ihrer Warenförmigkeit und der damit verbundenen Eigenwerbung ergibt. Darüber hinaus verlieren sich die tatsächlichen Inhalte in übergroßen Verpackungen.

Ausgehend von der vorliegenden Arbeit muss – vom Selbst-Experiment zum Fallbeispiel, vom digitalen Feld in die österreichischen Schulen – ein kritischer Blick

in die Klassenzimmer geworfen werden. Folgende Fragen skizzieren ein Forschungsdesiderat: Wie und in welchem Ausmaß werden Werkzeuge wie digitale Whiteboards eingesetzt und wie wirken sie sich auf Lehren und Lernen aus? Werden (kreative) Handlungsspielräume erweitert oder eingeschränkt?

5. LITERATUR

Abend Pablo, Sonia Fizek, Mathias Fuchs und Karin Wenz. 2020. "Introduction: The Boundaries of Play", *Digital Culture & Society* 5/2, S. 5–12

agilemanifesto. 2001. „Manifesto for Agile Software Development“. Zuletzt gesichtet am 06.08.2020. <http://agilemanifesto.org>

Ayoa. 2023. „iMindMap is Now Replaced by Ayoa: The Ultimate Productivity Tool“. Zuletzt zugegriffen am 13.09.2023. <https://www.ayoa.com/previiously-imindmap/>

Bergman, Frithjof. 2019. *New Work New Culture: Work We Want And A Culture That Strengthens Us*. Alresford: Zero Books

Bergmann, Jens. 2021. *Business Bullshit. Managerdeutsch in 100 Blasen und Phrasen*. Berlin: Duden

BMBWF. 2023. „Lizenzen von Microsoft“. Zuletzt gesichtet am 08.09.2023. https://www.bmbwf.gv.at/Themen/schule/zrp/dibi/itinf/it_angebote/microsoft.html

Brown, Tim. 2009. *Change by Design*. New York, NY: HarperBusiness.

Buzan, Tony und Barry Buzan. 2013. *Das Mind-Map Buch: Die beste Methode zur Steigerung ihres geistigen Potenzials*. München: mvg Verlag

chip. 2020. „Microsoft Teams - Was ist das? Einfach erklärt“. Zuletzt zugegriffen am 08.09.2023. https://praxistipps.chip.de/microsoft-teams-was-ist-das-einfach-erklaert_118405

Ciric Lalic, Danijela, Bojan Lalic, Milan Delic, Danijela Gracanin und Darko Stefanovic. 2022. "How project management approach impact project success? From traditional to agile", *International Journal of Managing Projects in Business*, Vol. 15 No. 3, pp. 494-521. <https://doi.org/10.1108/IJMPB-04-2021-0108>

Daub, Adrian. 2020. *Was das Valley denken nennt*. Berlin: Suhrkamp

Dittmeyer, Moritz. 2020. *Der programmierte Mensch. Zur Idee und Ethik von Gamification*. Paderborn: Brill/mentis

Duden. 2022. „Methode“. Zuletzt zugegriffen am 05.01.2022. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Methode>

DWDS. 2023. „Kreativität, die“. Zuletzt zugegriffen am 26.08.2023, <https://www.dwds.de/wb/Kreativität>

Fandom/minecraft. 2023. „Minecraft“. Zuletzt zugegriffen am 13.09.2023. <https://minecraft.fandom.com/de/wiki/Minecraft>

Fang, Victor. 2023. „Day in the life of a Canva software engineer in Sydney“. Zuletzt gesichtet am 08.08.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=YzHNQOKSSIQ>
Forbes. 2023. „The Cloud 100“. Zuletzt gesichtet am 12.08.2023, <https://www.forbes.com/lists/cloud100/>

Grandviewresearch. 2021. „Productivity Management Software Market Size, Share & Trends Analysis Report“. Zuletzt gesichtet am 11.08.2023, <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/productivity-management-software-market>

dschool. 2023. „A place for explorers & experimenters at Stanford University“. Zuletzt gesichtet am 07.08.2023. <https://dschool.stanford.edu/about>

Gómez, Sebastián. 2020. “Good Icing can’t Change an Average Cake: Gameful Experience, Work Relationships and the Automation of Behavioural Management”, *Digital Culture & Society* 5/2, S. 61–82

Harvard Business Manager. 2020. “Das agile Unternehmen“. Zuletzt gesichtet am 14.08.2023, <https://www.manager-magazin.de/harvard/innovation/agilitaet-in-unternehmen-wie-sie-agile-arbeitsweisen-ausweiten-a-00000000-0002-0001-0000-000161308118>

hpi (Hasso-Plattner-Institut). 2023. „Die HPI School of Design Thinking“. Zuletzt gesichtet am 07.08.2023. <https://hpi.de/school-of-design-thinking/hpi-d-school.html>

HPI Academy. 2023. „Was ist Design Thinking?“. Zuletzt gesichtet am 31.07.2023, <https://hpi-academy.de/design-thinking/was-ist-design-thinking/>

Huizinga, Johan. 2011. *Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel*. Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

IDEO. 2023. „IDEO at a Glance“. Zuletzt gesichtet am 07.08.2023. <https://www.ideo.com/about>

Kansal, Ashwani Kumar, Jyoti Gautam, Nalini Chintalapudi, Shivani Jain und Gopi Battineni. 2021. “Google Trend Analysis and Paradigm Shift of Online Education Platforms during the COVID-19 Pandemic”. *Infect. Dis. Rep.* 2021, 13, 418–428. <https://doi.org/10.3390/idr13020040>

Lettkemann, Eric. 2021. „Webnografie 2.0“. In *Handbuch qualitative und visuelle Methoden der Raumforschung*, herausgegeben von Heinrich, Anna Juliane, Séverine Marguin, Angela Million und Jörg Stollmann, 263–274. Bielefeld: transcript Verlag

Light, Ben, Jean Burgess und Stefanie Duguay. 2018. „The walkthrough method: An approach to the study of apps“, *new media & society* Vol. 20(3): 881–900. doi: 10.1177/1461444816675438

Luks, Fred. 2021. „Schluss mit dem Business-Bullshit in Unternehmen“. *Der Standard*. 11.05.2021.

McKinsey&Company. 2023. „What is agile?“. Zuletzt gesichtet am 13.08.2022, <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-agile>

Maier, Florian und Keith Shaw. 2022. „Digital Whiteboards im Überblick: Die besten Visual Collaboration Tools“. *Computerwoche*. 19.04.2022. <https://www.computerwoche.de/a/die-besten-visual-collaboration-tools.3551103>

microsoft/teams. 2023. „Mehr erreichen mit Microsoft Teams“. Zuletzt zugegriffen am 08.09.2023, <https://www.microsoft.com/de-at/microsoft-teams/group-chat-software>

microsoft/education. 2023. „Lernende und Lehrende mit Microsoft Teams für Schulen unterstützen“. Zuletzt zugegriffen am 08.09.2023, <https://www.microsoft.com/de-at/education/products/teams>

Miro/About. 2023. „The leading visual collaboration platform“. Zuletzt gesichtet am 09.08.2023. <https://miro.com/about/>

Miro/AI. 2023. „Miro AI: Du und dein Team, aufgeladen mit Energie.“ Zuletzt gesichtet am 26.08.2023, https://miro.com/de/ai/#9i4_w5Wt5

Miro/Education. 2023. „Free digital whiteboard for online education“. Zuletzt gesichtet am 08.09.2023, <https://miro.com/education-whiteboard/>

Miro/Helpcenter. 2023. „Was ist Miro?“. Zuletzt gesichtet am 12.08.2023, <https://help.miro.com/hc/de/articles/360017730533>

Miro/Integrationen. 2023. „Überblick über Miro-Apps und –Integrationen“. Zuletzt gesichtet am 08.09. 2023, <https://help.miro.com/hc/de/articles/4408910669714>

Miro/Newsroom. 2022. „Miro raises \$400M in Series C funding round to accelerate innovation through visual collaboration in the new hybrid workplace“. <https://miro.com/newsroom/miro-series-c/>

ndu. 2023. „Wirtschaft und Gestaltung Verstehen“. Zuletzt gesichtet am 07.08.2023. <https://www.ndu.ac.at/studium/bachelor-studiengaenge/management-by-design/>

Projektmagazin/Agiles Manifest. 2020. „Agiles Manifest (Agile Manifesto)“. Zuletzt gesichtet am 06.08.2020. <https://www.projektmagazin.de/glossarterm/agiles-manifest-agile-manifesto>

Projektmagazin/Mindset. 2020. „Was ist ein agiles Mindset?“. Zuletzt gesichtet am 06.08.2023. <https://www.projektmagazin.de/artikel/agiles-mindset>

Projektmagazin/Parameter. 2006. „Vier Parameter für den Projekterfolg“. Zuletzt gesichtet am 06.09.2023. <https://www.projektmagazin.de/parameter>

Reckwitz, Andreas. 2016. *Kreativität und Soziale Praxis: Studien zur Sozial- und Gesellschaftstheorie*. Bielefeld: transcript Verlag

Ebd. 2012. *Die Erfindung der Kreativität: Zum Prozess gesellschaftlicher Ästhetisierung*. Berlin: Suhrkamp Verlag

Research Contrary. 2022. „Miro“. Zuletzt gesichtet am 01.08.2023, <https://research.contrary.com/reports/miro>

Seitz, Tim. 2017. *Design Thinking und der neue Geist des Kapitalismus: Soziologische Betrachtungen einer Innovationskultur*. Bielefeld: transcript Verlag.

ris. 2023. „Bundesrecht konsolidiert: Gesamte Rechtsvorschrift für Lehrpläne – allgemeinbildende höhere Schulen, zuletzt gesichtet am 21.03.2023, [https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?](https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10008568)

[Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10008568](https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10008568)

Singh, Apurva. 2023. „A Day in the Life of a Software Engineer at Meta (previously Facebook)“. Zuletzt gesichtet am 08.08.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=f9sH5SgCYbY>

Statista. 2023. „Collaboration Software – Worldwide“. Zuletzt gesichtet am 11.08.2023, <https://www.statista.com/outlook/tmo/software/productivity-software/collaboration-software/worldwide>

Studyflix/design thinking. 2023. „Design Thinking“. Zuletzt gesichtet am 31.07.2023, <https://studyflix.de/wirtschaft/design-thinking-3494>

Studyflix/Agiles Arbeiten. 2023. „Agiles Arbeiten“. Zuletzt gesichtet am 05.08.2023, <https://studyflix.de/wirtschaft/agiles-arbeiten-3435#:~:text=Agiles%20Arbeiten%20-%20Definition,-zur%20Stelle%20im&text=Bei%20der%20agilen%20Arbeitsweise%20geht,können%2C%20innovativer%20und%20erfolgreicher%20sind.>

trendingtopics. 2022. „Digitale Whiteboard-Plattform Miro sammelt 400 Millionen Dollar ein“. Zuletzt gesichtet am 12.08.2023, <https://www.trendingtopics.eu/digitale-whiteboard-plattform-miro-sammelt-400-millionen-dollar-ein/#:~:text=Bei%20Miro%20handelt%20es%20sich,ins%20Silicon%20Valley%20verlegt%20hat.>

Wafa, Rubab, Muhammad Qasim Khan, Fazal Malik, Akmalbek Bobomirzaevich Abdusalomov, Young Im Cho und Roman Odarchenko. 2022. „The Impact of Agile Methodology on Project Success, with a Moderating Role of Person’s Job Fit in the IT Industry of Pakistan“, *Appl. Sci.*, 12, 10698. <https://doi.org/10.3390/app122110698>

Yang, Matt. 2022. „An *eventful* Day in the Life of a Google Software Engineer (NYC Edition)“. Zuletzt gesichtet am 08.08.2023, <https://www.youtube.com/watch?v=ko5IL2MQKCU>

Zukunftsinstitut. 2023. „Megatrend New Work“. Zuletzt gesichtet am 15.08.2023, <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-new-work/>