

## **Sony präsentiert „Hidden Senses“ auf der Mailänder Design Week**

**Bei der Interaktion mit vertrauten Gegenständen in einem kontextuellen Raum werden die Beschränkungen und vorgefassten Meinungen im Spannungsfeld zwischen Technologie und menschlichem Verhalten im Rahmen der Ausstellung infrage gestellt.**

**Zürich, 16. April 2018.** Sehen, Hören, Fühlen, um verborgene Sinne zu entdecken. Die Interaktion mit innovativen Technologien eröffnen Menschen neue, spannende Möglichkeiten zur Bereicherung des Alltags und können ihren zukünftigen Lebensstil prägen.

Sony ist überzeugt davon, dass die Bündelung der Stärken in den Bereichen Design und Technologie zu völlig neuen und emotional bewegenden Nutzererlebnissen führen kann. Design ist dabei mehr als nur Ästhetik von Linien und Formen: Es bietet die Chance, innovative Wege zu erkunden, um Technologie in den Alltag zu integrieren. Vor diesem Hintergrund hat das Designteam von Sony neue Formen der Kommunikation untersucht.

Die Ausstellung verteilt sich auf fünf Räume, in denen verschiedene Fallstudien präsentiert werden. Während die Besucher einen Raum erkunden, offenbaren sich ihnen nach und nach „Hidden Senses“ – „Verborgene Sinne“ - von konzeptionellen Interaktionen zu Beispielen kontextbezogener Anwendungen. Jeder Raum präsentiert unterschiedliche Beispiele dafür, wie Design auf Technologie angewandt werden kann, um mit Menschen, Produkten und Räumen zu interagieren und neue Formen der Wahrnehmung zu schaffen: von reinen Klangerfahrungen bis hin zu neuen Möglichkeiten, Informationen durch Alltagsmöbel und Beleuchtung zu visualisieren. Der letzte Bereich führt alle Aspekte der Ausstellung zusammen.

### **Fallstudie 1 : Echo**

Sensortechnologie erkennt natürliche Aktionen, zum Beispiel Bewegungen und Berührungen, und gibt ein minimales, aber realistisches Feedback. Der unbewusste Input korrespondiert mit subtilem, expressi-

vem Output, was den Besucher dazu anregen soll, die Prinzipien der Kommunikation neu zu überdenken.

## **Fallstudie 2 : Unter dem Licht**

Eine Wandleuchte reagiert auf Bewegungen, erkennt Abstände und antwortet mit einfachem Licht und Schatten, mit Farben und Formen. In einer Zeit, in der wir von der Flut an Informationen schier überwältigt werden, wird hier eine intelligenter und minimalistischere Kommunikationsweise vorgeschlagen.

## **Fallstudie 3 : Taktiler Objekt**

Gegenstände auf einem Tisch dienen als intuitive, wenngleich physische Schnittstelle. Alltägliche Informationen können empfangen werden, ohne dass dazu ein Smartphone oder Tablet benötigt wird. Durch die Weiterentwicklung von Alltagsgegenständen lassen sich neue Benutzerschnittstellen für neue Lebensstile realisieren.

## **Fallstudie 4 : Abstrakte Elektronik**

Wenn Möbel zu einer Benutzerschnittstelle im Alltag werden, werden neue Erfahrungen und Überraschungen möglich, die das Leben bereichern können.

### Stimmungswandler

Dieser Teil erlaubt es, durch blosses Drehen eines Reglers die Atmosphäre und Musik zu verändern. Stimmung und Ambiente lassen sich an die jeweilige Situation anpassen.

### Tanzendes Licht

Diese Bodenbeleuchtung bewegt sich in Reaktion auf menschliche Bewegungen. So wird die Beleuchtung zu mehr als einem blossen Teil der Einrichtung: Sie wird ein Kommunikationsmedium, bei dem Bewegung Information bedeutet.

### Taktiler Tablet

Dieses Tablet teilt Informationen via Berührungen. Die Art der Berührung entscheidet darüber, wie sich das Material anfühlt und bewegt.

### Empfindsames Bord

Das Material und die Funktionsweise dieses Bords verändern sich abhängig davon, wie der Benutzer mit dem eingebauten Display intera-

giert. Wird ein Gegenstand auf das Bord gestellt, kommt der Charakter des Materials zum Ausdruck, oder es zeigen sich Bilder in einem transparenten Rahmen.

## Schwingende Lampe

Was wäre, wenn Beleuchtung an Ausdruck gewinnen könnte? Die Besucher können die Lampe anstossen, um eine Interaktion auszulösen, die Farbe, das Muster und sogar die Stimmung zu verändern.

## Taktile Bank

Eine interaktive Bank, die sich wie eine Wippe verhält und durch physisches Feedback neue Erlebnisse schafft. Diese taktile Bank verfeinert die Wahrnehmung und die Sinne.

## Fallstudie 5 : Tag & Nacht

Jede Erfahrung in der ersten vier Fallstudien basiert auf Ideen, die bestehende Paradigmen weiterentwickeln, und zeigt sie aus neuen Blickwinkeln. Hier wird nun das gesamte Spektrum der „Hidden Senses“ präsentiert und demonstriert, wie sie in den Alltag einfließen könnten.

## Eckdaten:

Mailänder Designwoche 2018

Ausstellungstitel: Hidden Senses

Zeitraum: 17. April bis 22. April 2018

Ausstellungsort: Spazio Zegna, Via Savona, 56/A, Mailand

Website: [sony.net/milandesignweek/2018](http://sony.net/milandesignweek/2018)

## Sony Design

Sony hat dem Design seit jeher grosse Bedeutung beigemessen und 1961 seine Design Division (heute: Creative Center) gegründet. Im Einklang mit Sonys Maxime, „das zu tun, was andere nicht tun“, hat das Creative Center seinen Wirkungsbereich stetig ausgeweitet: von der Elektronik in die Unterhaltung, in Finanzdienste und noch darüber hinaus. Dabei strebt Sony Design laufend nach Innovationen und herausragender Kreativität, um durch Design beständigen Wert zu schaffen.

Das „Perceptual Experience Project“ ist eine Herausforderung, die sich Sony Design gestellt hat, um durch Design und Technologie zu Veränderungen in



der Wahrnehmung anzuregen. „Hidden Senses“ ist ein Teil dieses Projekts. Sony Design wird auch künftig durch Forschung und offene Innovationen designorientierte Konzepte vorantreiben, die neue Erfahrungen bewirken und sichtbar machen.

#### **Hinweise für die Redakteure**

Für weitere Informationen zu Sony Design besuchen Sie bitte:  
<https://www.sony.net/SonyInfo/design/>

Die Meldung und entsprechendes Bildmaterial in Druckqualität zum Download finden Sie unter <http://presscentre.sony.ch/>

#### Weitere Informationen:

Susanne Stadler-Graf  
Head of PR  
Sony Europe Ltd.  
Zweigniederlassung Schweiz  
Telefon: +41 44 733 32 62  
E-Mail: [susanne.stadler-graf@sony.com](mailto:susanne.stadler-graf@sony.com)  
Web: [www.sony.ch](http://www.sony.ch)

Anna-LeaENZler  
PRfact AG  
Telefon: +41 43 322 01 10  
E-Mail: [sony@prfact.ch](mailto:sony@prfact.ch)  
Web: [www.prfact.ch](http://www.prfact.ch)