

Kein Bedarf an GUTEM DESIGN?

Charakteristisches Merkmal der individuellen Konsumtion ist gegenwärtig die zunehmende Kultivierung der Bedürfnisbefriedigung. Sie äußert sich darin, daß eine tatsächlich befriedigende Konsumtion in wachsendem Maße vom emotionalen Erlebnis beim Konsumieren abhängt. Betrachtet man unter diesem Aspekt das Produktionsprogramm unserer Betriebe und Kombinate, findet man viele Konsumgüter, die diesem Anspruch gerecht werden.

Sieht man dagegen in die Schaufenster der Verkaufsstellen, findet man schon viel weniger Produkte, die eine solch kultivierte Bedürfnisbefriedigung versprechen.

Um die Aufklärung dieses Widerspruchs soll es im folgenden gehen.

Beschränkt man sich auf Gebrauchs- oder Konsumgüter, die ja wesentliche Mittel zur Bedürfnisbefriedigung darstellen, dann erkennt man jene Faktoren, die zu einem emotionalen Erlebnis beim Konsumieren beitragen:

1. die Gestaltqualität des Erzeugnisses, die Aufmerksamkeit erweckt und entweder Konsumtions- und damit Kaufwünsche anregt oder davon abhält;
2. die Funktionstüchtigkeit des Erzeugnisses, die Zuverlässigkeit, Zweckmäßigkeit und Sicherheit erwarten läßt;
3. die konstruktive und technologische Reife des Erzeugnisses, an der man erkennt, daß der Hersteller die Anwendungsprobleme gründlich studiert und praktische Lösungen ausfindig gemacht hat;
4. die funktionsgerechte Auswahl des Materials, welche jeden vermeidbaren Ausfall des Erzeugnisses garantiert, die Materialressourcen schont, den Reparatursektor entlastet und den Konsumenten davon überzeugt, daß der Herstellerbetrieb primär gebrauchswertorientiert fertigt.

wertorientiert fertigt.

Die vier Faktoren lassen zugleich erkennen, daß mit dem Verkauf einer Ware an den Verbraucher der Prozeß befriedigenden Konsumierens nicht etwa abgeschlossen ist – auch wenn die wertmäßige Realisierung der Ware gegen Geld vollzogen wurde –, sondern die individuelle Konsumtion damit beginnt, und daß sich erst im Gebrauch von Konsumgütern über längere Zeit stabile emotionale Erlebnisse, positive wie auch negative, einstellen.

Wesentlichen Anteil an einem solchen Konsumtionserlebnis hat die industrielle Formgestaltung. Deshalb wurden durch Partei- und Staatsführung verschiedene Maßnahmen ergriffen, Institutionen geschaffen, Gesetze und Verordnungen erlassen, die alle darauf abzielen zu gewährleisten, daß in den Betrieben, die Konsumgüter herstellen, den Aufgaben der industriellen Formgestaltung konsequent und kontinuierlich die angemessene Aufmerksamkeit geschenkt wird. Dabei geht es nicht um die Durchsetzung eines staatlich verordneten Geschmacksdiktates, sondern um die Befähigung der Betriebskollektive, Gestaltungsprobleme zu erkennen und eigenverantwortlich zu lösen.

Auf Initiative des AIF wurden zu diesem Zweck die verschiedensten Stimulierungsformen ins Leben gerufen, zum Beispiel Preiszuschläge, Wettbewerbe, Prädikate, Auszeichnungen, die die moralische und materielle Interessiertheit der Industriebetriebe und ihrer Gestaltungskollektive an anspruchsvoll gestalteten Konsumgütern fördern und das Augenmerk der Leitungskollektive auf diese Probleme richten sollen. Rückblickend kann man bereits mit vollem Recht feststellen, daß in den Industriebetrieben große Anstrengungen unternommen worden sind, um ge-

schmackvoll gestaltete Industrieerzeugnisse zu entwickeln und auch herzustellen. Gestaltungsfragen sind heute Leitungsfragen. Auch die Werkstätten in den Fertigungsbereichen stehen heute den Problemen der Formgestaltung aufgeschlossener gegenüber, und sie haben erkannt, welche gewachsenen Anforderungen an eine bedarfsgerechte Produktion in bezug auf die Formgestaltung gestellt werden.

Trotzdem widerspiegelt das Warenangebot in den Schaufenstern und den Verkaufsstellen des Einzelhandels die bisher bei den Produzenten feststellbaren Fortschritte noch nicht ausreichend. Nicht selten klagen die Herstellerfirmen über Zurückhaltung der Einkaufskollektive des Handels gegenüber neuen Modellen mit neuen Gestaltungslösungen. Die Betriebe fühlen sich von ihren Handelspartnern im Stich gelassen, weil ja bereits vor dem Einkauf alle notwendigen Entwicklungsschritte mit Wissen und Zustimmung der Vertreter des Handels absolviert wurden, es kommt zu Enttäuschung und Verärgerung in den Betrieben, vielfach werden Nachsubmissionen notwendig, und beim Konsumenten entsteht nach kritischer Prüfung des Angebots ein verzerrtes Bild von der Leistungsfähigkeit unserer Volkswirtschaft. Hierzu ein Beispiel. Der VEB Metalldrucker Halle, Produzent von Leuchten für modern eingerichtete Wohnräume, brachte zur Frühjahrsmesse 1979 eine neue Leuchte auf den Markt, die mit dem GUTEN DESIGN ausgezeichnet wurde. Im Export – vorwiegend nach Westeuropa – konnten mehr als 20 000 Stück unter Vertrag genommen werden, aber die Einkäufer des Binnenhandels, die etwa 2 000 Einzelhandelsverkaufsstellen in unserem Land zu beliefern haben, konnten sich kaum dazu entschließen, 500 Stück vertraglich zu bin-