

Produkterscheinung mit der technischen Struktur, überhaupt der physischen Existenz und den generativen Bedingungen des Produkts. Das betrifft den faktibilitären und ästhetischen Aspekt.)

#### Zweckidentität

(Bezüglich der Übereinstimmung des Produkts mit seinen zentrierenden Funktionen im Sinne der bestmöglichen Erfüllung angemessener und notwendiger Forderungen unter utilitärem, ökologischem, ökonomischem, sozialem, kommunikativem und operationalem Aspekt.)

#### Gebrauchsidentität

(Bezüglich der Identifikation der Produzenten und Nutzer des Produkts mit diesem als Ausdruck der Übereinstimmung desselben mit ihren ästhetischen und utilitären Erwartungen und ihrem sozialen und kulturellen Verhalten, indem das Produkt als Ausdruck des eigenen Strebens und Wesens akzeptiert wird.)

Auf diesen Ebenen ist folglich auch Produktidentität zu analysieren.

Fragt man nach der Identität eines Industrieprodukts, dann zielt das auf die Stimmigkeit des Produkts mit der konkreten Lebensweise seiner Produzenten und Nutzer, seiner gesellschaftlichen und gegenständlich-räumlichen Umgebung. Die Lebensweise einer Gesellschaft spiegelt sich jedoch nicht direkt im Produkt wider, Produkte ermöglichen aber bestimmte Lebensweisen oder behindern sie. Nicht so sehr die sichtbare Erscheinung der Produkte, sondern ihre Gebrauchsweise ist gesellschaftsabhängig. Ausschlaggebend für die Produktkultur und ihre gesellschaftliche Identität ist letztendlich nicht nur der Grad der bewußten gestalterischen Aktivitäten in der Gesellschaft, sondern auch der Grad der kulturellen Bildung und Entwicklung verbindlicher Werte und Normen. Produktidentität kann durch industrielle Gestaltung nur potentiell im Produkt angelegt werden, sie erweist sich im Aneignungsprozeß und muß vom Nutzer des Produkts realisiert werden.

Gestalterische Wahrheit, gestalterischer Fortschritt und Produktidentität sind Kriterien, die den gesellschaftlichen Wert jeder konkreten Gestaltung bestimmen. Sie sind keine Abstrakta oder Pflichtübung einer designkonzeptionellen Verklärung konkreter Gestaltungsarbeit, sondern Prämissen, die zu verantwortungsvollen und gesellschaftsrelevanten gestalterischen Haltungen führen, zu gestalterischer Wahrhaftigkeit.

Horst Oehlke

Varianten oder Typen?

## Der Nutzer als Finalist

Nutzer und Produzenten befinden sich in einem Konflikt, wenn es um die Wohnung geht: Der Nutzer will möglichst unverwechselbar seine Vorstellungen vom Wohnen verwirklichen, der Produzent hingegen durch Vereinfachung der Sortimente und durch möglichst große Stückzahlen ein rationelles Fertigen sichern. Der eigentliche Konflikt entsteht jedoch nicht aus der Notwendigkeit, massenhaft zu produzieren, sondern daraus, daß Industrie und Handel überwiegend dem Prinzip eines in Herstellung und Vertrieb unveränderlich finalisierten Produktes folgen, das einem festen Nutzungsmuster verpflichtet ist, wie die „Schrankwand“, die „Polstergarnitur“, das „komplette Service“.

Die Produktion invarianter Finalprodukte verteidigen Produzenten und Handel wortreich, ihre Argumente reduzieren sich darauf, daß Produktion und Vertrieb den geringsten Aufwand erfordern, wenn unveränderlich festgelegte Verkaufseinheiten produziert, disponiert, angeboten und verkauft werden können. Das verbilligt das Erzeugnis im Interesse des Käufers, mache es für ihn überschaubar und damit erst richtig benutzbar. Unbestritten an derartiger Argumentation ist, daß sich der Kaufvorgang für den Handel vereinfacht, daß das Risiko der Ein- und Verkäufer reduziert wird. Doch drücken solche Praktiken auch Mangel an Vertrauen in die Kreativität der Nutzer aus, es wird unterschätzt, daß „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“.\* Die Argumente für solches Vorgehen sind scheinbar schwer anfechtbar. Tatsächlich ist die Vernachlässigung differenzierter Bedürfnisse zugunsten unveränderlich vorgedachter Durchschnittsqualitäten in letzter Konsequenz unökonomisch. Sie führt zu Erzeugnissen, deren Gebrauchswert die Erfordernisse bestimmter Nutzergruppen übersteigt, während andere nicht erreicht werden. So wird ein Verdruß installiert, der den Käufer zu immer

neuem Kaufen veranlaßt. Die angebotenen Erzeugnisse sind durchweg in Funktion und Erscheinung sehr ähnlich, Gleichförmigkeit stellt sich ein. Das begrenzt die Laufzeit der Erzeugnisse, reduziert die Seriengröße, verursacht übertriebenen Modellwechsel, der mit kostspieligen Umstellungen der Produktion verbunden ist. Die Bemühungen, durch kosmetische Aktivitäten die Produkte attraktiv zu halten und voneinander unterscheidbar zu machen, erhöht lediglich die Produktionskosten und beschleunigt den moralischen Verschleiß. Der Grundmangel, zu weit getriebene Finalisierung, zu weit getriebene funktionelle und visuell-ästhetische Invariabilität, wird damit nicht beseitigt. Es ist eine untaugliche Sortimentsstrategie, diesen Widerspruch dadurch lösen zu wollen, daß in großen Industriebetrieben mehrere, visuell voneinander unterscheidbare Erzeugnisse hergestellt werden, um das Gesamtsortiment zu differenzieren. Bei gleichem Produktionsvolumen ist ein breites Sortiment an Typen und Arten immer durch geringe Serienhöhe gekennzeichnet. Rationell und bedarfsgerecht wird die Produktion eines Industriebetriebes nicht durch viele Typen in jeweils einer unveränderlichen Variante, sondern durch einen Typ in vielen Varianten. Typenreduktion ist, bezogen auf einen Produktionsbetrieb, ein wirksames Prinzip hoher Fertigungseffektivität. Typenvielfalt kann wirtschaftlich nur zwischen den Betrieben verwirklicht werden. Typenreduktion, auf den Nutzer bezogen, schränkt nicht die Nutzungsvielfalt ein, sie kann vielmehr seinen Entscheidungsspielraum erweitern, wenn variantengerechte Teile eines in seinen allgemeinen Funktions- und Formkonturen vorbestimmten Typs bedürfnisspezifische Variantenbildung im Gebrauchen ermöglicht. Denn die eigentliche Finalisierung des spezifischen Gebrauchs- und Gestaltwertes erfolgt in der Sphäre der individuellen Konsumtion, der Nutzung. Die Vorbestimmung von Form und Funktion eines Industrieproduktes sollte deshalb so gering wie möglich sein. Das leisten formneutrale Teile von Erzeugnissystemen, sie stellen nicht nur optimale Voraussetzungen für die Nutzung dar, sondern sie ermöglichen auch rationelle Großserienproduktion.