

REFLEXIONEN

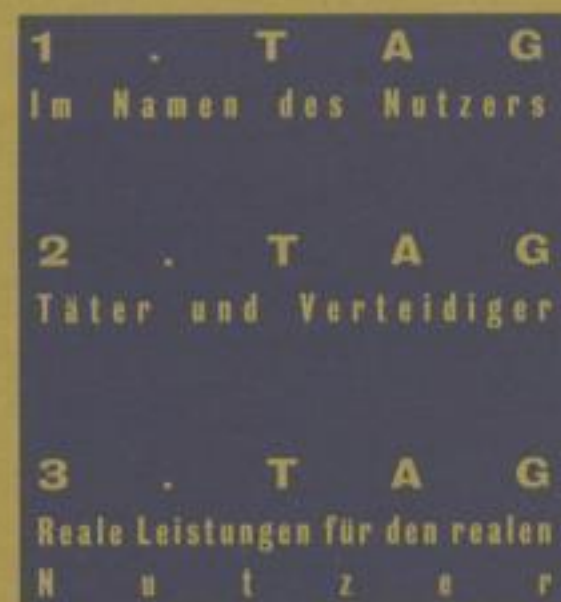
1.Tag / Im Namen des Nutzers

Manipulation ist es, die man vor allem den Massenmedien vorwirft. Deshalb wurde im Colloquium I auch als erster Schritt deren Rolle untersucht (Moderator: Dr. Jochen Schulz zur Wiesch). Nach einer grundsätzlichen Einführung durch einen der Projektleiter - Prof. Helmut Spieker - der den Begriff des "Info-tainment" ins Spiel brachte, stieg gleich die erste Referentin, H. Fickert vom Privatsender Euroherz, voll ins Thema ein, und zwar mit dem Bekenntnis, daß sie "die Masse mag". Dr. A. von Roeder vom ZDF lieferte gewissermaßen den rechtlichen Unterbau besonders im Hinblick auf die Werbung "unterhalb der Bewußtseinschwelle". Ein verbales Duell gab es dann zwischen Reginald Rudolf (Berater bei der Bild-Zeitung) und Karl-Otto Saur vom "Spiegel". Da wurde, auch mit Zahlen, der Einfluß des Boulevard bestätigt - plus DDR-Lesern rechnet man für alle Boulevardblätter mit einem Tagesabsatz von 22 Millionen in naher Zukunft! Zugegebenermaßen ist es die Macht einer Scheinwelt. Betont wurde die in letzter Zeit zunehmende Bedeutung der grafischen Gestaltung: deshalb verändern so viele Blätter drastisch ihr Aussehen. In Colloquium II ging es dann um Lenkung durch Bildungsmedien (Moderation Dr. Wibke von Bonin), also zunächst um den Kunstbetrieb. Ein Museumsfachmann aus den USA (Prof. Myron Brody) und aus Deutschland (Peter Weiermair vom Frankfurter Kunstverein) untersuchten Motive sowie Methoden bei Sammlern, Sponsoren und Museumsbesuchern und fanden überall Ansätze von Mißbrauch durch Spekulation oder Profillierungssucht; immerhin mit der Zukunftsvision einer stilleren und weniger spektakulären Kunst- darbietung, weg vom Erfolgswachstum durch Besucherzahlen - was prompt lebhaften Widerspruch "nicht nur Eliten ins Mu-

seum" - auslöste. ● Einen völlig anderen Ausgangspunkt brachte das Thema "Sprachkritik in und an Zeitungen" - Dr. K. Riha fand eine solche allerdings nur in der Vergangenheit (etwa Karl Kraus). Und als Überraschung für die Tagungsteilnehmer zum Abschluß ein Plädoyer für die Liebe und gegen das Geschäft - ausgerechnet von einem Filmregisseur, nämlich Markus Imhoof. ●

2.Tag / Täter und Verteidiger

Der zweite Tag wurde mit einem fulminanten Vortrag des Schweizer Philosophen Prof. Dr. Hermann Lübbe eingeleitet. Einige seiner brillant



formulierten Thesen: Noch nie hatte eine Gesellschaft so viel Freiheit wie die unsere; und: Die Moderne Gesellschaft ist keine Massengesellschaft, sondern eine mit rasch fortschreitender Differenzierung: der Verfall des Geschmacks ist nicht durch die Verfassung der Industriegesellschaft bedingt, sondern dadurch, daß die Kapazität zur Auswahl überfordert wird. ● Colloquium III stand dann unter der Devise: Beeinflussung durch Unternehmen (Moderator Dr. G. M. Sommer). Als hätten sie sich abgesprochen, sagten zumindest zwei von den drei Vertretern von Großunternehmen - zwar nicht in Worten -, wohl aber durch die Art der Präsentation, wie die Beeinflussung vor sich geht (A. Karlsson für IKEA und Th. Kreuzer für Mövenpick). Verblüfft konnte man feststellen, wie sehr die Verwendung von kindlich-naiven Zeichnungen und Sprechblasen zur

simplifizierten Selbstdarstellung dieser Konzerne gehört. Dr. Ing. H. Hahn von IVECO beschränkte sich vorsichtig auf ein Szenario künftiger Produktionstechniken im Dienste der "Individualisierung der Massenproduktion". Eher verlassen in dieser Gruppe Frau Dr. B. Mundt, die den Weg eines Museums (Kunstgewerbemuseum Berlin) zu einer Sammlung zeitgemäßer Produkte beschrieb - also Einwirkung auf den Besucher in erzieherischer Absicht. Den zweiten großen Vortrag des Tages hielt Prof. Dr. H. Glaser über die "Ich-Stärke des Nutzers" und stellte damit nicht geringe Anforderungen an die Zuhörer. Das ICH im Gegensatz zum ES (auch als Mensch gegenüber der Natur zu sehen) waren noch der einfachste philosophische Ansatz. Schließlich ließ er aber doch die Hoffnung bestehen, daß diese Ich-Stärke pädagogisch derart entwickelt werden könnte, daß Manipulation durchschaut und "Gebrauch" von "Verbrauch" unterschieden werde. In Colloquium IV kamen endlich die Anwälte des Nutzers zu Wort (Moderator Dr. M. Erlhoff). Prof. Dr. J. Schulz zur Wiesch nahm sich "Konsumkompetenz und Marktmacht" vor - er behauptete, daß es den vernünftigen preisbewußten Konsumenten nicht gäbe, wohl aber einige Nutzer-Typen, nach Alter, Geschlecht oder Milieu verschieden; aber auch den Sammler und jenen, für den der Kauf mit Lustgewinn (bis zur Sucht) verbunden ist. Den aggressiven Verkaufsstrategien müßten ebensolche Verbrauchsstrategien entgegengesetzt und Maßnahmen wie Aufklärung, Information, Warenkennzeichnung getroffen werden, nach dem Motto "Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser". ● W.R. Stahel schlug als Methode zur Änderung den "Verkauf von Nutzen statt von Produkten" vor. Wäre weniger der Besitz und mehr der Nutzen das Ziel der Konsumenten-

"Im Namen der Nutzer" Mit diesem Thema machte sich das Internationale Forum für Gestaltung Ulm 1990 zum Anwalt jener, die sich nicht wehren können - nicht gegen die übermächtigen Kräfte des Marktes und nicht gegen Manipulation.