

bzw.



by **Julian Gottschalk**

Mensch



bzw.



Objekt

Masterthesis im Industriedesign

von Julian Gottschalk

Mentor: Professor Guido English

Kunsthochschule Burg Giebichenstein Halle

Sommersemester 2016

Theorie

<i>Einleitung</i>	7
Worum soll es gehen	9
Gedanken zur Ressourcennutzung	10
Obsoleszenzen	15
Struktur der Thesis	19
<i>Mensch-Objekt-Beziehung</i>	21
Funktion der Dinge	23
Identitätsbegriff	27
Einfluss der Dinge auf die Identität	31
Funktionen von Besitz	34
Besitz und Selbst-Kontinuität	36
Besitz und Entwicklung	38
Dinge und Kompensation	40
Kommunikation durch Dinge	44
Besitzanhäufung Vergangenheit/Zukunft	45
Zusammenfassung	46
<i>Faktoren der Beziehung</i>	51
Gebrauchswert vs.Symbolwert	53
Zweckrelevanz und ihre Faktoren	54
Zwecktauglichkeit und ihre Faktoren	57
<i>Beziehungen im Zeitgeschehen</i>	61
Einleitung	63
Ausdifferenzierung und Spezialisierung	65
Die Grenzen des Gebrauchs	66
Zeitmangel durch Konsum	67
Fakultative Gebrauchsgüter	69
Kompensationskäufe	70
Ressourcenausnutzung Optionsgesellschaft	73
Theorien zur Selbstökonomie	74
Resultat des Kosten-Nutzen-Denkens	76
Wahrnehmen	77
Beziehungen und Nähe	79

Praxis

<i>Gestaltbare Faktoren</i>	83
Die richtige Emotionalisierung	85
Schönheit und emotionale Bindung	87
Gebrauch /Flow	89
Symbolische Bindung	92
<i>Anwendbarkeit</i>	97
Rückschlüsse und Strategien	99
<i>Themenfindung</i>	103
Suche nach Anwendungsfeldern	105
Technische Kleingeräte	107
Umweltfolgen	111
Suche nach dem Elektroreparateur	113
<i>Ideenfindung</i>	115
Ansprüche an das Gerät und Nutzer	117
Das Konzept	119
Zeitgeist und Zeitlosigkeit	121
Warum Kopfhörer	127
<i>Vertiefung</i>	129
Der Kopfhörer-Trend	131
Innovationen	133
Kopfhörersammlung	135
Schwachstellen	137
Vom Zerlegen lernen	139
Repaircafé Halle	141
<i>Ausarbeitung</i>	143
Das System	145
Die Materialwahl	147
Lötzinn ist Blödsinn	149
Das Packaging	151
Der Kopfhörer	153
<i>Quellen</i>	155

Einleitung

Worum soll es gehen?

Ich möchte untersuchen, warum wir unterschiedliche Beziehungen zu den Dingen führen. Warum binden wir uns weniger an eine Zahnbürste, als an ein Auto? Warum ist es für manche Nutzer legitim, alle zwei Jahre ein neues Smartphone zu besitzen, während andere es wesentlich länger nutzen und nicht gegen die nächstbeste Generation an Smart Devices eintauschen möchten?

Ist die Intensität der Beziehung, die wir zu einem Gegenstand aufbauen möchten, nur vom Nutzer und seinem Umfeld abhängig oder hat die Gestaltung und Kommunikation eines Gegenstandes einen nicht unerheblichen Einfluss?

Ich möchte verstehen, was die Einflussfaktoren für lange Mensch-Objekt-Beziehungen sind und möchte konkretisieren, welche Beziehungen zu welchen Produkten aus globaler und aus persönlicher Sicht am sinnvollsten ist.

Meine Grundannahme ist, dass wir als Gestalter einen wesentlichen Teil dazu beitragen können, wie Objekte genutzt werden und welche Beziehung der Nutzer zu den von uns gestalteten Dingen aufbaut. Ich glaube zudem, dass die Beziehung und der Umgang mit dem von mir gestalteten Dingen auch auf den Gebrauch von anderen Besitztümern abfärben kann.

Von der Gestaltung der Beziehungen erhoffe ich mir, Einfluss auf gewisse Produktzyklen nehmen zu können, um den gegenwärtigen Ressourcenverbrauch der Konsumenten zu reduzieren.

Zudem glaube ich daran, dass in Zeiten „demokratischen“ Designs, Crowdfunding und Crowdsourcing, die Umsetzung solcher ökologisch statt ökonomisch motivierter Projekte möglich ist.

Gedanken zur Ressourcennutzung

Ich möchte die Beziehung zwischen Mensch und Dingwelt so gestalten, dass die Ressourcen der Erde besser genutzt werden, ohne die grundlegenden Bedürfnisse des Menschen an die Dingwelt zu vernachlässigen.

Wie sieht die optimale Ressourcennutzung überhaupt aus?

Lässt sich die Ressourcennutzung einer Brücke, mit der eines Taschentuches vergleichen?

Auf den ersten Blick wirkt der Bau einer Brücke gegenüber der Produktion eines Taschentuches wie ein Ressourcenkiller. Dass dem nicht so ist, versuche ich mit dem folgenden Schema zu zeigen. Effizienz ist laut dem Duden die „Wirksamkeit“. Somit ist die von mir angepriesene Ressourceneffizienz die Wirksamkeit pro irreversibel der Erde (Ressourcenkapital) entnommen Ressource. Das kleine Wörtchen „pro“ deutet bereits an, dass sich zur Veranschaulichung der Effizienz eine Gleichung eignet.

$$\frac{\text{Anzahl d. Nutzer} \times \text{Nutzdauer} \times \text{Produktzyklen}}{\text{Ressourcenmenge}}$$

Im Nenner stehen die effizienzhemmenden Einflüsse (je mehr, desto schlechter), im Zähler die effizienzfördernden Einflüsse (je mehr desto besser). Da dieses Schema zur Veranschaulichung dient, also anschaulich sein sollte, möchte ich es stark vereinfachen und die Haupteinflussfaktoren skizzieren.

Unter dem Bruchstrich steht, wie bereits angedeutet, die Ressourcenmenge, die z.B. in einem Produkt gebunden sein kann. Bei dem Beispiel der Brücke und dem Taschentuch sind das 750000 Tonnen Stahl bei der Golden Gate Bridge gegenüber 2,6 Gramm Zellstoff in einem Papiertaschentuch. Hinzu-

kommen der nicht unerhebliche Anteil der Abbau- und Herstellungsenergie und der dazu erforderlichen Ressourcen (zusätzlich für Wartung, Transport und Infrastruktur). An dieser Stelle sei angedeutet wie komplex die Berechnung einer solchen Gleichung tatsächlich wäre. Daher soll der Sammelbegriff „Ressourcenmenge“ zur Veranschaulichung genügen. Die Gegenüberstellung der in den Produkten Brücke und Taschentuch gebundenen Ressourcen gibt schon einen guten Eindruck der Verhältnismäßigkeit.

Kommen wir zu der Ausnutzung der Ressourcen - dem Zähler. Welche Faktoren bestimmen darüber, ob eine Ressource besser oder schlechter genutzt wird? Ein Urteil darüber kann sehr subjektiv sein. Für den einen spielt der Bau einer Brücke überhaupt keine Rolle, da diese seine Wege (z.B. zur Arbeit) nicht verkürzt. Für ihn wären die Ressourcen im Ausbau des U-Bahnnetzes vielleicht besser investiert. Ein Anderer nutzt die Brücke jeden Tag und spart so eine Menge Zeit und Fahrtweg. Wie lässt sich also ein objektives Urteil bilden?

Wie bereits in diesem Beispiel angedeutet bildet der Nutzen eine gewisse Rolle. Da die Qualität der Nutzung nicht in einer Gleichung darstellbar ist, bilde ich sie in der Nutzdauer ab, da diese messbar und demzufolge darstellbar ist. Dinge, die nicht gebraucht werden, demnach überflüssig sind und Ressourcen vergeuden, werden nicht oder nicht lange genutzt, da der Nutzer sich von der Nutzung keinen Mehrwert erhoffen kann. Je länger und je öfter ein Produkt genutzt wird, desto intensiver wird die Ressource genutzt. Heißt, die Wirksamkeit (Effizienz) wird gesteigert.

Ein weiterer fördernder Faktor ist die Anzahl der Nutzer, die von dem aus der Ressource hergestelltem Produkt profitieren. So wird das Stofftaschentuch in der Regel nur von einem Menschen genutzt. Für jeden weiteren Menschen, der diesen Nutzen erfahren möchte, muss ein weiteres Taschentuch produziert werden. Die Brücke hingegen wird von vielen Menschen genutzt. Würde für jeden Menschen eine eigene Brücke gebaut werden, wäre jede einzelne dieser Brücken weniger wirksam und demzufolge weniger effizient. So bindet eine größer dimensionierte Brücke zwar mehr Ressourcen, als eine kleinere,

dafür steigt die Anzahl derer, die die Brücke gleichzeitig nutzen könnten und nicht auf andere ressourcenbindende Alternativen zurückgreifen müssen.

Entscheidend hierbei ist nicht die Anzahl der Nutzer, die die Möglichkeit haben, die Ressource zu nutzen, sondern die Anzahl jener, die sie real nutzen.

Der letzte für mich entscheidene Faktor für die Wirksamkeit einer Ressourcenmenge ist die Anzahl der Produktzyklen. Sprich, wie oft eine Ressource durch Recycling und durch immer wieder neue, ähnliche oder verschiedene, Erscheinungen, erneut Nutzer über eine gewisse Dauer binden kann. Auch hier geht es nicht um die Möglichkeit der Reproduktionen, sondern um die Anzahl der real umgesetzten Reproduktionen (Recyclingzyklen).

Hierbei bildet die Cradle-to-Cradle-Methode eine Art Lichtblick für die Zukunft. Laut dieser Methode sollen nur noch Rohstoffe eingesetzt werden, die nachwachsend und gleichzeitig natürlich abbaubar sind und als Nährstoff für den „Nachwuchs“ dienen (wie das Blatt an einem Baum) oder Ressourcen, die zwar nicht in einem für die Menschheit relevanten Zeitraum nachwachsen, dafür aber unendlich recyclebar sind und daher der Menschheit erhalten bleiben können. Eine schöne Vorstellung, die bisweilen noch nicht überall umgesetzt werden kann, da hier eine Menge Know-how für die notwendigen Prozesse erforderlich ist. Jedoch ein Ziel, was meiner Meinung nach weiter verfolgt werden muss, da es in vielen Fällen ein realistischer und vor allem wirksamer Hebel für die von mir beschriebene Gleichung der Ressourceneffizienz ist.

Hiermit möchte ich die mathematisch abstrakte Betrachtung abschließen und die daraus resultierende Betrachtung der Gestaltbarkeit einleiten. Denn all diese, in der Gleichung befindlichen Faktoren, sind gestaltbar. Die Brücke kann effizienter gemacht werden, wenn es den Gestaltern gelingt, mit möglichst wenigen Ressourcen und einem maximalen Anteil recyclebarer Materialien, einen möglichst langen Nutzen für möglichst viele Menschen zu schaffen. (Nochmal: Der Nutzen an sich, ist in dieser Gleichung nicht darstellbar. Sie setzt daher die Nutzung mit dem Nutzen gleich).

Es ergeben sich demnach vier Baustellen für Gestalter (drei über, eine unter dem Bruchstrich).

Gestalte so, dass möglichst wenige Ressourcen gebraucht werden!

Gestalte so, dass alle Ressourcen weiterverwendet werden!

Gestalte so, dass möglichst viele Menschen etwas von der Ressource haben!

Gestalte so, dass die Ressource den Menschen möglichst lange dienlich ist!

In welchen dieser Gestaltungsschwerpunkte spielt nun aber die angedachte Beziehung zwischen Nutzer und Objekt eine Rolle? Dazu zwei Beispiele.

Das Auto eignet sich, so wie es von vielen Menschen tatsächlich genutzt wird, vor allem im urbanen Raum, wunderbar zum Teilen. Der beste Beleg dafür ist der Erfolg der Carsharing-Bewegung. Möchte man sich jedoch bei jemandem am privaten Fuhrpark bedienen, wird es schwierig. Neben den ganzen organisatorischen Schwierigkeiten, wie z.B. Haftung im Schadensfall, stellt vor allem die persönliche Beziehung des Besitzers zum Auto die größte Hürde für das private Carsharing-Vorhaben dar. Wie müsste also die Beziehung zum eigenen Vehikel aussehen, damit der Besitzer offen für dieses ressourcenschonende Vorhaben ist? In diesem Fall täte eine gewisse sachliche Distanz zum Objekt sicherlich gut.

Ein zweites Beispiel, was genau in die entgegengesetzte Richtung wirkt, ist der Lippenstift. Der Lippenstift eignet sich aus hygienischen Gründen nur bedingt zum Sharing. Demzufolge wäre es umso wichtiger, den Lippenstifthalter als Ressource möglichst lange am Leben zu halten. Hier wäre eine engere Beziehung des Nutzers sinnvoll. Der Nutzer würde aus intrinsischer Motivation heraus eher dazu tendieren, ein Refillsystem zu nutzen, da er an seinem Lippenstiftsockel hängt und ihn behalten möchte. Die Farben könnte er von mal zu mal austauschen.

Dementsprechend kann es bei manchen Dingen sinnvoller sein, die Beziehung zum Nutzer im Sinne des Teilens zu lockern, während es bei anderen wiederum sinnvoller wäre, im Sinne des Wahrens, sie zu intensivieren.

Ist das ein Widerspruch oder zwei Teile der gleichen Philosophie?

Vielleicht ließe sich die Gebrauchsgüter in die beiden Kategorien „Sharing-Produkte“ und „Caring-Produkte“ einteilen. „Sharing-Produkte“ wären Güter, bei denen das dauerhafte Verfügen keinen deutlichen Mehrwert gegenüber dem temporären Verfügen darstellt. Sie können somit mit anderen Menschen, z.B. mit den Nachbarn, geteilt werden. Ein weiteres Kriterium für „Sharing-Produkte“ ist, dass sie durch den Gebrauch anderer nicht dauerhaft und deutlich kontaminiert werden (Beispiel: Lippenstift).

„Caring-Produkte“ wären Objekte, die sich nicht zum Teilen eignen. Aus ökologischer Sicht wäre es für diese Objekte also wichtig, dass sie instand gehalten werden, damit sich möglichst lange einen Nutzen generieren lässt. Die Motivation zur Produktpflege könnte durch ein gesteigertes Pflichtbewusstsein des Besitzers gegenüber dem Objekt erzielt werden oder aber durch eine „engere“ Beziehung zum Objekt. Diese „enge“ Beziehung wäre wohl der wesentlich emotionalere Beweggrund. Der Nutzer wäre von sich aus (intrinsisch) motiviert das Produkt zu erhalten.

Obsoleszenzen

Welchen Einfluss hat die Beziehung, die wir zu einem Objekt haben, eigentlich wirklich auf die Nutzdauer? Ist es nicht bei vielen Dingen so, dass sich die Nutzdauer der Lebensdauer des Objekts anpasst und nicht umgekehrt?

Das Ökoinstitut in Freiburg widmete sich in einer Studie, die im Februar 2016 veröffentlicht wurde, dem Thema der „Obsoleszenz“. Frage hierbei war, ob die Haltbarkeit der Dinge von der Industrie bewusst gekürzt wird. Eine Frage, die nicht klar beantwortet wird, da es keine Beweise dafür gibt, dass die Verkürzung der Haltbarkeit ein bewusster bzw. geplanter Akt ist. Klar wird jedoch, dass die Maximierung der Haltbarkeit seitens der Hersteller ebenso wenig von Interesse ist. Laut Quelle sei das Kernprinzip der Industrie, die Dinge so haltbar wie nötig, statt so haltbar wie möglich zu gestalten. Welche Lebensdauer nötig sei, orientiere sich „an der Zielsetzung und den Zielgruppen sowie an den zukünftigen Markt- und Technologieentwicklungsszenarien.“¹ Laut dem Verfasser heißt es:

¹ vgl. Öko-Institut e.V.: Fragen und Antworten zu Obsoleszenz, 2016. URL: <http://www.oeko.de/oeko-doc/2464/2016-003-de.pdf>, S.3.

„Dies drückt sich oft auch im Endverkaufspreis der Produkte aus und wird von Faktoren wie angebotener Service, Dauer der Verfügbarkeit von Ersatzteilen, Zusatznutzen, Design, Updates, Reparaturfähigkeit, mechanische und elektronische Robustheit bestimmt.“

² Ebenda, S.3.

Demzufolge wären die kurzen Lebenszyklen vieler Produkte das Resultat von den Interessen der Hersteller sowie der Verbraucher. Die Verbraucher seien demnach nicht bereit für die kostenintensiveren lebensverlängernden Voraussetzungen zu zahlen. Eine These, der ich an dieser Stelle weder zustimmen, noch widersprechen kann. Fehlt es seitens des Verbrauchers an Kommunikation, an Aufklärung, an Vertrauen oder schlichtweg an einer passenden Priorisierung? Eine Frage, die pauschal nicht zu beantworten ist und wahrscheinlich könnten die wenigsten Verbraucher über sich selbst ein halb-

wegs objektives Urteil fällen.

Klar wird jedoch aus der Studie, dass die Dinge in vielen Fällen länger halten könnten, wenn nur eine der Seiten Wert darauf legen würde.

Das Ökoinstitut gliedert die Obsoleszenz in vier Kategorien, die ich an dieser Stelle gerne zitiere, da sie die Einflussfaktoren, die für den letztendlichen Wegwurf von Dingen zuständig sind, gut unterteilt und greifbarer macht:

1. Werkstoffliche Obsoleszenz:

Hier zeigt sich die Produktalterung in der mangelnden Leistungsfähigkeit von Materialien und Komponenten. Diese nutzen ab; das Produkt wird in der Folge unbrauchbar.

2. Funktionale Obsoleszenz:

Verändern sich die technischen und funktionalen Anforderungen an ein Produkt spricht man von funktionaler Alterung. Das Produkt wird unbrauchbar, weil bspw. Schnittstellen von Hard- und Software nicht mehr kompatibel sind, obwohl das eigentliche Produkt noch funktioniert.

3. Psychologische Obsoleszenz:

Die dritte Art der Obsoleszenz umfasst die vorzeitige Alterung aufgrund von Moden, neuen technischen Trends und Konsummustern. Dies führt dazu, dass Verbraucherinnen und Verbraucher noch voll funktionsfähige Produkte austauschen.

4. Ökonomische Obsoleszenz:

In diesem Fall wird ein Produkt unbrauchbar, weil die Kosten und der Aufwand es zu reparieren oder Instand zu setzen so hoch sind, dass die Reparaturen im Vergleich zu einem Neukauf ökonomisch uninteressant erscheinen. Gründe hierfür sind beispielsweise schneller Preisverfall, reparaturunfreundliches Design, hohe Reparaturkosten und mangelnde Verfügbarkeit von Er-

1 Ebenda, S.2.

satzteilen, Werkzeugen und Reparaturdienstleistungen.“¹

Aus diesem Schema wird deutlich, dass die werkstoffliche, funktionale und ökonomische Obsoleszenz in erster Linie in der Hand der Industrie, der Hersteller und der Designer liegen. Sie bilden einen Umstand, an dem der Nutzer wenig rütteln kann. Er kann sich höchstens davor schützen, indem er sich schon vor dem Kauf dieser Abhängigkeit bewusst wird und die Umstände für eine lange Nutzer-Ding-Beziehung am Objekt untersucht (z.B. Sollbruchstellen suchen, auf Reparierbarkeit untersuchen etc.). Dies setzt eine gewisse Auseinandersetzung mit dem Produkt, ein gewisses technisches Grundwissen und eine Reife (Standhaftigkeit, Anspruch an Haltbarkeit und die dementsprechende Priorisierung) voraus. Dass dies flächendeckend noch nicht gegeben ist, traue ich mich an dieser Stelle zu behaupten und mag diesen Umstand auch nicht verübeln.

Wie sieht es jedoch mit Punkt 3 aus? Die psychische Obsoleszenz wird hier als eine Art Akt der Verführung seitens der Industrie dargestellt. Kann man von der Industrie verlangen, dass sie die Nutzer nicht mehr verführt? Sicherlich nicht! Kann man vom Nutzer verlangen, dass er neuen, vermeidlich besseren Produkten widersteht? Hier ist die Antwort schwieriger. Was heißt objektiv besser und was sind die Folgen? Hmm - schwierig! Aber wie das Urteil auch ausfällt: Muss die Ökologiedebatte zum Gipfel der Vernunft erklärt werden, indem jeder innere Trieb, der für den Erwerb eines neuen Produkts spricht, zu Gunsten des vernunftbasierten Urteils und des Produktverzichts unterdrückt wird? Keine rosige Zukunft. Deswegen die wesentlich reizvollere Frage: Kann ich als Designer Produkte gestalten, die den Nutzer „immun“ gegen den Reiz künftiger Neuerscheinungen der jeweiligen Produktkategorie macht?

Struktur der Thesis

Um die Beziehung zwischen Mensch und Ding robuster machen zu können, muss ich verstehen, warum wir Menschen überhaupt Beziehungen zu Dingen aufbauen. Warum haben die Dinge so einen Reiz? Warum nehmen wir sie in unseren Besitz? Welche Funktion haben sie für uns? Was wären wir ohne die Dinge? All diese Fragen, die sich mit dem „Warum“ der Dinge auseinandersetzen, sollen die Grundlage für eine eigene Position gegenüber dem Wert der Dinge für den Menschen bilden. Aus diesem Überblick über die Kernmotive des Besitzens und Konsumierens möchte ich dann ein Ideal für die Beziehungen skizzieren.

Im weiteren Teil werde ich versuchen den Ist-Zustand zu ergründen. Wovon ist die Beziehung zu den Dingen abhängig. Welchen Bezug haben wir zu den Dingen? Welchen Wert haben die Dinge für uns? Was folgt aus unserem Umgang mit ihnen?

Im letzten Teil möchte ich die Faktoren einer Objekt-Mensch-Beziehung aufschlüsseln. Was beeinflusst die Beziehung zu einem Objekt? Welche Faktoren sind gestaltbar? Wie ist der Einfluss der Gestaltung einzuschätzen? Wie lässt sich die Beziehung gestalten?

Letzendlich ist die Herausarbeitung von Gestaltungsansätzen neben dem Gewinn einer möglichst fundierten persönlichen Haltung das Ziel dieser Auseinandersetzung.

Mensch-Objekt-Beziehung

Die Funktion der Dinge

Die nachfolgenden Kapitel untersuchen die Ursachen der Mensch-Ding-Beziehung. Sie sollen aufzeigen, wozu die Dinge da sind, was wir von ihnen erwarten und welche Gegebenheiten bei der Gestaltung einer Mensch-Ding-Beziehung berücksichtigt werden muss.

Starten wir bei der grundsätzlichen Funktion von Dingen: Gegenstände ermöglichen Handlungen.

„*Alles Handeln ist auf Gegenstände gerichtet [...]*“¹ So beschreibt es Oerter in einer Abhandlung über Musikpsychologie. Dieser Satz wirkt auf dem ersten Blick sehr pauschal. Schließlich gibt es auch Handlungen, die nicht an ein Ding geknüpft sind. Für Oerter sind „Gegenstände“ aber nicht gleich „Dinge“. Laut Oerter gibt es „materielle Gebrauchsgegenstände“, „*idelle Gegenstände*“ wie „*kulturelle Werte und Normen, kulturelles Wissen*“ und „*sprachlich oder non-verbal vereinbarte psychische Erlebnisqualitäten*“.²

Jede Handlung besteht dabei aus folgenden Schritten: „*Festlegung des Ziels - Einsatz von Mitteln zur Erreichung des Ziels - Handlungsergebnis - Handlungsfolge*.“³

Daraus folgt einerseits, dass jede Handlung ein Ziel verfolgt, aber auch, dass Dinge Mittel zur Zielerfüllung sind. Selbst wenn ein Ding zum Ziel einer Handlung wird, wie z.B. beim Bau eines Regals, ist dieses Ding ebenfalls nur Mittel zum Zweck. So erzielt der Bau eines Regals einerseits das praktische Ziel, mehr Stauraum zur Verfügung zu haben und möglicherweise das persönliche Ziel, Selbstvertrauen aus der Aktion, ein Regal gebaut zu haben, ziehen zu können. Aus diesem Beispiel wird deutlich, dass wir die Objekte nicht ihrer selbst begehren, sondern wegen der ermöglichten Handlungen und der potentiellen Wechselwirkung, die sie mit unserem „Selbst“ eingehen.

Doch warum ist unser „Selbst“ daran interessiert, Handlungen zu initiieren? Warum sind wir überhaupt aktiv? Logisch: Handlungen dienen in erster Li-

1 Rolf Oerter, Herbert Bruhn, Helmut Rösing: Musikpsychologie: Ein Handbuch. Reinbek bei Hamburg: Rohwolt Taschenbuch Verlag GmbH, 1993. S.253

2 vgl. Ebenda, s.253

3 Ebenda, s.253

nie dem Selbsterhalt. Ohne Handlungen würde die Menschheit nicht existieren. Menschen brauchen zum Überleben Nahrung und Schutz, was ohne aktives Handeln nicht gewährleistet wäre. Der Selbsterhalt schließt aber mittlerweile nur noch einen sehr geringen Teil unserer Handlungen ein. Warum also haben wir über die Wahrung der Grundbedürfnisse hinaus das Bedürfnis zu handeln? Warum streben wir nach Entwicklung? Das ist eine Frage, zu der viele philosophische und psychologische Abhandlungen Stellung nehmen, ohne den Anspruch an absolute Wahrhaftigkeit geltend machen zu können. Eine interessante Passage dazu liefert Martin Buber in „Das Problem des Menschen“:

„Das Dasein ist im Grunde seines Seins schuldig. Und zwar ist das Dasein dadurch schuldig, dass es sich selbst nicht erfüllt, dass es in dem sogenannten Allgemeinmenschlichen, in dem 'Man' stecken bleibt und nicht das eigene Selbst, das Selbst des Menschen zum Sein bringt. In diese Lage hinein erklingt der Ruf des Gewissens. Wer ruft hier? Das Dasein selbst ruft. Das Dasein ruft im Gewissen sich selbst. Das Dasein, das durch die Schuld des Daseins nicht zum Sein des Selbst gelangt ist, ruft sich selber auf, sich auf das Selbst zu besinnen, sich zum Selbst freizumachen, aus der Uneigentlichkeit zur Eigentlichkeit des Daseins zu kommen.“¹

1 Buber, Martin:
Werke Band 1:
Das Problem des Menschen. Kösel-Verlag,
1962, S.362.

Demnach wäre die „Suche“ bzw. die Herausbildung eines „Selbst“ ein Handlungsmotiv, da dies vom bloßen „Dasein“ nicht erzielt werden kann. Somit wäre es wichtig zu wissen, was der Mensch zur Selbstbildung bzw. -wahrnehmung braucht.

Marianne Gronemeyer erörtert in ihrem Buch „Die Macht der Bedürfnisse“ ebenfalls, warum der Mensch Bedürfnisse hat und verfolgt eine anthropologische Betrachtung. Ihrer Meinung nach wird der Mensch als eine Art Mangelwesen geboren. Er muss sich entwickeln, um der Umwelt nicht schutzlos ausgeliefert zu sein.

2 Gronemeyer,
Marianne: Die Macht
der Bedürfnisse:
Überfluss und Knapp-
heit, Primus Verlag,
2002, S.14.

3 Ebenda, S.14f.

4 Sartre,
Jean-Pierre: Das Sein
und das Nichts.
Reinbek, 1993, S.15.

Das „Streben [wäre demnach] ebenso sehr eine Existenzbedingung des Menschen [...] wie seine mangelhafte Ausstattung“. ²

Dabei diene das Bedürfnis „als Stimulans für Aktivität und Zivilisation schlechthin“. Aus diesem Streben entwickelt er seine ganze Schaffenskraft: „[S]eine Bedürfnisse weisen ihn ein in seine Bestimmung und locken aus ihm heraus, was in ihm als Möglichkeit angelegt ist.[...]“ und „erhebt sich (damit) weit über die animalische Existenz.“ ³

In ihrer Betrachtung vermischen sich zwei Aspekte. Einerseits ist der Mensch strebsam, um seine mangelhafte Ausstattung zu kompensieren, was sich vermutlich auf seine Athletik und die Qualität seiner Sinnesorgane bezieht, und andererseits, ist er durch die kognitiven Fähigkeiten in der Lage, sich von den Instinkten, die lediglich dem Selbsterhalt dienen, in gewissem Maße zu emanzipieren und persönliche Bedürfnisse zu entwickeln. Dadurch, dass er sich über die Instinkte, über das reflexhafte Handeln hebt und eigene Gedanken entwickelt, wird er sich seiner Selbst bewusst. Demzufolge ist jede bewusste Handlung eine Vergewisserung seines „Selbst“. Das „Selbst“ übernimmt die Regie.

Jean-Pierre Sartre schreibt in „Das Sein und das Nichts“:

„Der Mensch ist ein zur Entscheidung verdammtes Wesen, er ist zur Freiheit verurteilt.“ ⁴

Hier wird deutlich, dass das Lösen von den Instinkten und der daraus gewonnenen Freiheit, eine Last darstellen kann. Die aus Freiheit und Orientierungslosigkeit resultierende Leere könnte durch die Wahrnehmung des „Selbst“ überbrückt werden, die im Folgenden alle Handlungen und Gedanken, die nicht zum Lebenserhalt erforderlich sind, veranlassen könnte.

Hierzu passt:

„Jemand sieht so viele Gegenstände,
 dass ihm die Gegenstände gleichgültig werden –
 jemand sieht so viel gleichgültige Gegenstände,
 dass er nach und nach sich selber aus dem Bewusstsein verliert
 –
 dann sieht er einen Gegenstand,
 den er nicht sehen will,
 oder den er länger sehen möchte,
 oder den er gern haben möchte,
 so dass der Gegenstand
 ein Gegenstand
 seiner Schaulust,
 seines Willens,
 seine Unwillens wird,
 und er ihn anschaut
 oder ihn abwehrt
 oder ihn haben will:
 und er kommt zu Bewusstsein.“¹

1 Handke, Peter:
 Die Innenwelt der Außenwelt der Innenwelt.
 Frankfurt am Main:
 Suhrkamp, 1969, S.131f.

Ist das „Selbst“ also das Motiv jeder Handlung? Im Kern sicherlich denkbar. So ist fast keine Handlung denkbar, ohne eine Wechselwirkung mit dem „Selbst“ zu stehen. Sicherlich wird uns das in den wenigsten Situationen bewusst, genauso wie die wenigsten Handlungen bewusst ablaufen. Doch letztendlich sind auch unterbewusste Handlungen Routinen, die einem gewissen Zweck verfolgen, der letztendlich auf das „Selbst“ zurückführbar ist.

Doch was ist eigentlich das „Selbst“ und wie setzt es sich zusammen?

Der Identitätsbegriff

Was ist das „Selbst“ und wie setzt es sich zusammen? Das „Selbst“ ist schwer fassbar und wirkt nie wirklich konkret. Ein anschauliches Bild des Selbst versucht Habermas in dem Buch „Geliebte Dinge“ zu entwerfen. Er greift hierbei auf den Begriff „Identität“ zurück. „Identität“ ist hierbei mit dem des „Selbst“ als verwandt zu verstehen.

Habermas zur Identität und ihren Wurzeln:

„Der Begriff des Identitätsgefühls bezeichnet eine heterogene Gruppe von diffusen Selbstempfindungen, die sich auf psychische Funktionen wie Denken, Erinnern und Fühlen ebenso wie auf den eigenen Körper beziehen können.“²

2 Habermas, Tillmann:
Geliebte Objekte:
Symbole und
Instrumente der
Identitätsbildung.
Walter de Gruyter & Co,
Berlin, 1996.S.58.

Dieser Satz nennt viele wichtige Aspekte der Identität. Zuallererst wird der Begriff des „Identitätsgefühls“ genannt. Demnach ist die Identität ein Gefühl. Gefühle sind flüchtig, man kann sie nicht besitzen, man kann sie lediglich aktivieren.

Des Weiteren wird die Zusammensetzung der Identität angedeutet. Sie dient als eine Art Einheit für mehrere psychologische Empfindungen, die zu einem unscharfen Ganzen verwoben sind. Die Grundlage dafür bilden die vom Menschen verarbeiteten Erfahrungen. Trotz aller Heterogenität versucht der Mensch, seine Erfahrungen zu einem Ganzen zusammen zu setzen und eine gewisse Logik in seinen wahrgenommenen Aktivitäten zu sehen, die er dann seiner Identität zuschreibt. Der von Habermas genannte Begriff „Gruppe“ deutet an, dass sich situatives Erleben der eigenen Identität nicht auf die Ganzheit aller persönlicher Erfahrungen bezieht, sondern selektiv gebildet wird.

Da je nach Situation immer andere Fragmente der Erfahrungen wachgerufen werden und neue Erfahrungen hinzukommen, ist das „Selbstbild“ im Fluss.

Doch wie geht der Mensch mit seiner Identität um? Welche Bedeutung hat sie für den Menschen und welche Macht besitzt sie?

Habermas schreibt hierzu:

„Die Identität einer Person ist psychologisch [...] weniger als Zustand denn als beständiger Prozess, und zwar als zielgerichteter, normativer zu verstehen, als eine Aufgabe.“¹

¹ Ebenda, S.13.

Um zu verstehen, warum die Identität eine Art „Aufgabe“ darstellt, die letztendlich unser Handeln beeinflusst, muss die Zusammensetzung der Identität genauer betrachtet werden. Hierzu fasst Habermas die psychosoziale Ausarbeitung in den Werken von Erik Erikson zusammen, und teilt die Identität in sieben Betrachtungsebenen ein. Die Identität bewegt sich dabei jeweils zwischen zwei Polen:

1. Einzigartigkeit versus Zugehörigkeit

Die Steigerung der Individualität durch Besonderheit und Selbstwirksamkeit und die Steigerung der Zugehörigkeit durch Anpassungsverhalten.

2. Zeitliche, diachrone Selbstgleichheit

Bewegt sich zwischen den Polen „totaler Erstarrung“ der Identität und „ständiger völliger Veränderung“ der Identität, zwischen Kontinuität und Entwicklung.

3. Situative, synchrone Selbstgleichheit

Bewegt sich zwischen „völliger Selbstgleichheit“ und „chamäleonhafter Anpassung“.

4. Autonomie

Sie ist die „Fähigkeit, Handlungen zu initiieren und erfolgreich auf die Umwelt einzuwirken, und nicht lediglich reagierend den Umweltvorgaben ausgeliefert zu sein“.

5. Körper

„[E]ine gelungene körperbezogene Identität äußert sich darin, sich in dem eigenen Körper wohl und zuhause zu fühlen“.

6. Selbstwertgefühl

Wertschätzung der eigenen Person: Ist sie zu gering lähmt sie jede Initiative, ist sie zu hoch unterterminiert sie jedes Motiv zu lernen.

7. Psychosoziale Identität

Entwerfen und Verändern der eigenen Identität mittels dem Mechanismus der Perspektivübernahme (Identitätszuweisung anderer verstehen und antizipieren) ^{2,3}

² vgl. Ebenda, S.13ff.

³ vgl. Ebenda, S.61f.

⁴ vgl. Ebenda, S.62.

Habermas fügt hinzu, dass bei den ersten drei Dimensionen Abweichungen in beide Richtungen als negativ empfunden werden („Balancemodell“), während in den Dimension vier bis sechs nur in eine Richtung angestrebt wird („Maximierungsmodell“). ⁴

Demnach ist der Mensch darauf bedacht, die ersten drei Aspekte der Identität in seiner gewünschten Balance zu halten und ergreift kompensatorische Maßnahmen, wenn er sich über die Zeit oder urplötzlich nicht mehr in einer komfortablen Zone befindet. Je größer die Abweichung vom Ideal ist, desto größer ist die Kompensationsmotivation.

Die Ausweitung der Autonomie, des Körper- und des Selbstwertgefühls, sowie die Vermittlung der eigenen bzw. angestrebten Identität vor Dritten (siehe Punkt 7) sind hingegen ständig potentielle Ziele, die je nach Person mehr oder weniger stark zu Handlungen motivieren.

Dabei spielen vermutlich die individuellen Bewertungskriterien (Werte) und die persönliche Einschätzung des Erlebten eine entscheidende Rolle.

Die Identität steht somit im ständigen Wechselspiel mit den Umwelterfahrungen und ein als optimal empfundener Zustand ist nur flüchtig. Sicherlich auch weil mit den Erfahrungen die Maßstäbe wachsen bzw. sich verändern. Der Mensch bleibt also motiviert und entwickelt sich.

„Genaugenommen bezeichnet Identität eine Idealnorm, die nie erreicht wird, sondern der sich anzunähern ständig Aufgabe bleibt.“¹

¹ vgl. Ebenda, S.13.

Ob diese Theorie eine Erklärung dafür liefert, dass dem Menschen das Streben nach persönlicher Entwicklung inherent ist oder ob dieser Trieb ein kulturelles Phänomen ist, lässt sich daraus jedoch nicht schlussfolgern. Erfahrungen sind ohne Zweifel kulturell geprägt. Somit beeinflusst die Kultur in gewisser Hinsicht auch unsere Bewertungsmaßstäbe des Identitätsgefühls und verhindert einen objektiven Maßstab für „Entwicklung“.

Nichtsdestotrotz lässt sich aus Habermas' Identitätstheorie schlussfolgern, dass der Anspruch an ein verbessertes Identitätsgefühl (neben den biologischen Einflüssen, z.B. das Energielevel, und Instinkte) Handlungen initiiert. Dies wird natürlich dem Subjekt situativ in dieser Art und Weise nicht bewusst. Es handelt sich hierbei um unterbewusste Prozesse, die in erster Linie durch Emotionen Ausdruck finden.

Der Einfluss der Dinge auf die Identität

² vgl. Oerter 1993, S.253.

Handlungen werden, wie bereits beschrieben, durch „Gegenstände“ bzw. „Mittel“ (Sprache, materielle Güter, Wissen) vollzogen. ² Dementsprechend bilden Dinge für das Subjekt verschiedene Möglichkeiten, von den passiven Zustand in den aktiven Zustand überzugehen und Erfahrungen zu machen. Diese Erfahrungen bilden die Grundlage unseres „Selbst“ und generieren wiederum neue Handlungsmotivationen bzw. Bedürfnisse. Somit steuern wir mit den Dingen unser „Selbst“. Auf diese Weise selektieren wir die Dinge, mit denen wir uns umgeben und interagieren.

Die potentiellen Handlungen stecken in den Dingen. Sie repräsentieren Erfahrungen, Ziele und Fähigkeiten und spiegeln unser „Selbst“. Durch diese Wechselwirkung wird der Besitz als Teil der Persönlichkeit und der persönlichen Geschichte empfunden.

Die Autoren Mihaly Csikszentmihalyi und Eugene Rochberg-Halton resümieren in ihrem Buch „The Meaning of Things“ (im deutschen, „Der Sinn der Dinge“) ihre Feldforschungen, die sie Anfang der Siebziger Jahre in den USA durchgeführt haben. Sie untersuchten verschiedene amerikanische Haushalte und richteten ihren Fokus auf „persönliche Objekte“ der Probanden. Auch sie sahen eine eng mit der Identität des Nutzers verknüpfte Mensch-Ding-Beziehung:

„Psychische Dinge verkörpern Ziele, machen Fertigkeiten manifest und gestalten die Identität ihrer Benutzer. Der Mensch [...] ist auch [...] der Verfertiger und Benutzer von Objekten, und seine Persönlichkeit stellt in großem Ausmaß eine Widerspiegelung der Dinge dar, mit denen er interagiert.“³

³ Csikszentmihalyi, Mihaly/ Rochberg-Halton, Eugene: Der Sinn der Dinge. Psychologie Verlags Union, 1989, S.21.

Hier wird deutlich gemacht, dass die Persönlichkeit nicht nur die Zusammensetzung der persönlichen Dinge steuert, sondern die persönlichen Dinge auch die Zusammensetzung der Persönlichkeit beeinflussen.

„Der Kern dieses Ansatzes kann m.E. darin gesehen werden, dass die Beziehung eines jeden Subjektes zu seiner (belebten und unbelebten) Umwelt als mehrschichtig begriffen wird und dabei nicht nur in einer Richtung funktioniert, sondern eine wechselseitige Beeinflussung stattfindet (Funktionskreis), denn [...] es liegt auf der Hand, dass die Biene, die sich der Blume nähert, nicht nur durch ihr eigenes Verhalten die Blume beeinflusst (z.B. durch die Bestäubung), sondern auch auf die Beschaffenheit der Blume reagiert. Weiterhin stellt dieser Ansatz den Bedeutungswert heraus, den Objekte für Lebewesen einnehmen.“¹

Objekte fordern und fördern dementsprechend spezifische Handlungen, aus denen sich zu einem gewissen Teil die Erfahrungen des Nutzers zusammensetzen. Sie prägen damit indirekt seine Persönlichkeit.

Wie groß der letztendliche Einfluss der Dinge auf unsere Persönlichkeit ist, lässt sich jedoch schwer verallgemeinern. Wie bereits bei Oerters Definition der „Gegenstände“ (materielle und informelle), auf die sich das Handeln richtet, beschrieben, deutet auch Habermas darauf hin, dass materielle wie auch immaterielle Begegnungen unser Handeln motivieren und Erkenntnisgrundlagen bilden.²

Dementsprechend ist der Grad der Einflussnahme der materiellen Güter auf unsere Persönlichkeit auch (und wahrscheinlich sogar erheblich) personen- und kulturabhängig.

1 Funk, Lois Ferdinand: Hypertrophiertes Design und Konsumverhalten. Duncker&Humblot, 2000, S.60.

2 Vgl. Habermas 1996, S.11f.

„Auf welche und wieviele Objekte selbstgerichtete Gefühle und Handlungen sich beziehen, bestimmen die Ansprüche der Person. Nur wenn eine Person Ansprüche gegenüber einem Objekt hegt, kann dieses selbstbezogene Gefühle auslösen und mithin zum Selbst gehören.“³

(Habermas S.22)

3 Habermas 1996, S.22.

Nichtsdestotrotz bilden die Dinge, vor allem in unserer (globalisierten) Kultur, ein Mittel um das „Selbst“ zu lenken und werden dementsprechend mit einem persönlichen Wert behaftet. Dabei spielt das Selektieren und das Verfügen für das „Identitätsgefühl“ eine wesentliche Rolle. Womit wir zu den Grundfunktionen von Besitz kommen. Selektieren bedeutet „einschließen“ und „ausschließen“, Grenzen ziehen. Durch das Selektieren der zu uns gehörigen Dinge definieren wir auch die Konturen unseres „Selbst“. Wie auch bei der Wahrnehmung der Identität, ist die Auswahl der Dinge, mit denen wir uns identifizieren, unscharf. Hinzukommt, dass wir uns auch mit Dingen identifizieren können, die wir nicht besitzen. So ist letztendlich jede ästhetische Erfahrung ein Wechselspiel mit unseren Werten. Jedes subjektive Werturteil spiegelt unsere Person wieder.

So ist laut James das Interesse an einem Ding etwas Persönliches. Er schlussfolgert daraus, dass das Interesse erheischende Objekt als der Person zugehörig empfunden wird. Habermas hingegen schließt sich dieser Schlussfolgerung nicht an. „(I)nteressierende, motivierende Objekte“ seien laut Habermas zwar „wichtig für das Ichgefühl“, werden von der Person aber immernoch als Teil der Umwelt wahrgenommen.⁴

4 Vgl. Habermas 1996, S.70f.

Warum also haben wir den Drang, Dinge zu besitzen, wenn doch unzählige Objekte und Begegnungen, ob nun Teil oder nicht Teil unseres Besitzes, materiell oder immateriell, das Potenzial haben, uns zu spiegeln, zu definieren und Werte aufzubauen, an denen wir die Ziele unserer Handlungen orientieren?

Funktionen von Besitz

Habermas untersuchte anhand literarischer Bezüge und eigener Schlussfolgerungen, inwiefern Besitz als ein Teil der Person empfunden wird.

Nach einer ausführlichen Definition von Besitz („veräußerlicher“ und „unveräußerlicher“ Besitz) widmet er sich den persönlichen Kriterien für Besitz, welche Probanden in den Untersuchungen von Rudmin & Berry angaben.¹

Die, in der allgemeinen Definition für Besitz noch berücksichtigten, juristischen und moralischen Aspekte von Besitz, spielten für die Probanden eine untergeordnete Rolle. Vielmehr nannten sie die Kriterien „Kontrolle, Bindung, Konsum“², die für die psychologische Wirkung folglich eine größere Rolle spielen „da die moralischen Gesichtspunkte erst in der Ausnahmesituation virulent werden“.³

Zudem untersucht Habermas fünf weitere Funktionen von Besitz, die in seinen Quellen genannt werden:

1. Sicherung des Lebensunterhalts
2. Interesse
3. Verfügungsgewalt, Herrschaft
4. Freiheit, Autonomie
5. Selbstverwirklichung

und kommt zu folgenden Urteilen:

Die „Sicherung des Lebensunterhalts“ (1.) als Funktion von Besitz spielt in unserer heutigen Dienstleistungsgesellschaft eher eine untergeordnete Rolle.

„Interesse“ (2.) im Sinne der Motivation als Handlungsvoraussetzung sei nicht von den Besitzzuständen abhängig.

Die „Verfügungsgewalt“ bzw. „Herrschaft“ (3) meint das Beherrschen eines

¹ Vgl. Rudmin, F.W., Berry, J.W.: Semantics of ownership: A free recall study of property. *Psychological Record*, 37, 1987, S.257-268

² Vgl. Habermas 1996, S.45f.

³ Ebenda, S.46.

4 Ebenda,
S. 48.

Gegenstandes. Hierfür wird dem Besitz eine gewisse Funktion zugesprochen. Durch „Ausschluss Dritter [...], der Nähe und Nutzung des Objekts durch die Person, sowie mittelbar auch aus der zeitlichen Stabilität der Besitzbeziehung“⁴, ermöglicht das dauerhafte Verfügen und Beanspruchen dem Besitzer, das Objekt besser zu beherrschen. Dies hänge aber auch entscheidend von dem Gebrauch und dem Geschick des Besitzenden ab.

Auch die Freiheit und Autonomie (4) einer Person kann durch ein Besitzverhältnis verbessert werden. So ist der Besitzer (in vielen Fällen, Gegenbeispiel: Auto im Straßenverkehr) im Gebrauch von den Nutzungskriterien Dritter unabhängig und kann im nächsten Schritt die Handhabung mit seinem Besitz direkt auf sich beziehen. Habermas schreibt: „[S]oweit man seinen Besitz als Teil der eigenen Person erlebt, sichert einem das Besitzrecht zugleich die Verfügung über einen selbst.“ Zudem sichert Besitz in manchen Fällen die „Macht und Handlungsfreiheit“ gegenüber Menschen zu (z.B. durch das Verfügen über begehrte Ressourcen).

5 Ebenda,
S. 46-51.

„Selbstverwirklichung“ (5) wird hier als Schaffensakt aufgefasst. So verdinglicht das vom Subjekt Erschaffene, seine persönlichen Fähigkeiten und Motivationen, kann also unter Umständen Ausdruck seiner Einzigartigkeit werden (erster Aspekt der Identität) und wird zum Symbol seiner Einflussnahme (vierter Aspekt der Identität: Autonomie).⁵

Inwiefern der Schaffensakt bei den heutigen Besitztümern noch präsent ist, wird hier nicht angesprochen.

6 Ebenda,
S. 51.

Eine von der Literatur weitestgehend ungenannte Funktion von Besitz, ist das In-Beziehung-Treten mit anderen, was bei Rudmin und Berry erwähnt wird. Durch das Erwerben und Veräußern kann der Besitz im Falle des Besitzwechsels (z.B. Geschenk) menschliche Interaktion bewirken.⁶

Dies ist aber nicht als eine Grundfunktion von Besitz anzusehen.

Selbst-Funktionen von Besitz

Aus dieser literarischen Auseinandersetzung leitet Habermas die Bedeutung von Besitz ab: Stabilität, Beherrschung, Autonomie, Selbstverwirklichung.¹ Diese setzt er mit seinen Identitätsaspekten in Beziehung und zählt wiederum fünf Indizien auf, die darauf hinweisen, dass der Besitz zum Teil einer Person werden kann:

- Besitz dient der Person als Instrument, welches seinen Intentionen folgt
- Besitz vergrößert direkt den Handlungsspielraum der Person
- Besitz als Verkörperung von Intentionen und Fähigkeiten
- Besitz bildet ein konstantes Umfeld
- unveräußerlicher Besitz ist essentieller Teil der Person²

¹ Vgl. Habermas 1996, S.52.

² Vgl. Ebenda, S.52f.

Mit „unveräußerlicher Besitz“ sind „wie Körper, Verwandtschaftsbeziehungen“ und Namen“ gemeint.³

³ Vgl. Ebenda, S.44.

Zusammenfassend nennt Habermas die drei wichtigsten Bedeutungen von Besitz für das Identitätsgefühl.

Besitz hat einen Einfluss auf das Gefühl von „Autonomie“ (Identitätsaspekt 4) und „die Abgrenzung der eigenen Person von anderen“ (Identitätsaspekt 1). Wird der Besitz als Teil der Person wahrgenommen, bestärkt er auf Dauer das Gefühl der „Kontinuität mit sich selbst“ (Identitätsaspekt 2).

⁴ Vgl. Ebenda, S.53.

Besitz und „Selbst-Kontinuität“

Welche Rolle dem Verfügen dabei zugutekommen kann, verdeutlicht der folgende Satz:

5 Ebenda,
S.23.

„Die Einheit der verschiedenen gegenwärtigen Teile des Selbst ist immer eine potentielle, und erst der aktive Gedanke[...] aktualisiert sie, indem er sich [...] die verschiedenen Teile des Selbst (das Vergangene und das Zukünftige) aneignet.“⁵

Durch die Gegenstände und ihre Komposition im Besitz, verfügen wir über potentielle Spiegelungen unseres „Selbst“ und sind in der Lage, mit bestimmten Objekten jederzeit ein Identitätsgefühl zu reaktivieren. Besitz suggeriert demzufolge Kontrolle. Kontrolle über die Objekte als Körpererweiterungen und Spiegelbilder. Somit kann von Angst vor dem Vergessen oder Verfälschen (Fremdnutzung) bestimmter Fragmente des „Selbst“ gesprochen werden, wenn Personen übermäßig an Besitztümern klammern, die keinen objektiv praktischen Nutzen mehr darstellen.

6 Vgl. Ebenda,
S.52f.

Hierin kann ein wesentlicher Unterschied zum nicht-Besitz (wie in der Sharing-Economy) gesehen werden. Habermas' erste beiden Faktoren, durch die Dinge zu einem Teil der Person werden (Intentionen instrumentalisieren, Handlungsspielräume erweitern)⁶, könnten auch von Sharingprodukten erfüllt werden (auch hier spielt die Verfügbarkeit eine Rolle). Zwar verkörpern Sharingprodukte, wie das Buch einer Bibliothek, im Moment der Nutzung unsere Intentionen und Fähigkeiten (bzw. Wissen), doch geschieht dies nur temporär. Nur wenige der Sharingerfahrungen bleiben im Gedächtnis und damit für das „Selbst“ verfügbar/ greifbar. Das Buch in unserem Regal hingegen, erinnert uns an dessen Inhalt und dem daraus gewonnenen Wissen (oder andere Auswirkungen auf die persönliche Entwicklung).

„Verlieren wir Besitz, schrumpft unsere Person in sich zusammen, ein Teil von uns verwandelt sich in Nichts“¹

Vielleicht gehört das „Verlieren“ des „Selbst“ zur größten Furcht unserer Zeit.

Zusatz: Eingrenzung der symbolischen Funktion

Dass man die symbolische Funktion des Besitzes nicht überinterpretieren darf, lässt Habermas durchblicken, indem er einräumt, dass Besitz nicht gleichbedeutend mit „persönlichen Objekten“ ist.¹ Baudrillard in „System der Dinge“ definiert Besitz zwar anders, sagt aber das Gleiche aus:

„Das Besitzen meint nie etwas Werkzeughaftes, das einen auf das Gebiet der Anwendung verweist, sondern meint das Objekt von seiner Funktion erhoben und im Verhältnis zum Subjekt.“²

¹ Ebenda,
S.21.

² Vgl. Ebenda,
S.55.

Besitz und Entwicklung

Nicht zu unterschätzen ist zudem die Brückenfunktion von Objekten, die erst durch Verfügbarkeit und zeitliche Kontinuität erfüllt wird. Dinge können, wie bereits erwähnt, Ziele verkörpern. Zum einen auf handlungsbasierter Ebene, so verkörpert und ermöglicht der Bauchwegtrainer die Arbeit an einer sportlicheren Figur. Zum anderen auf symbolischer Ebene: Z.B. der Kauf von Premium-Produkten als Ziel, die Wahrnehmung zu sensibilisieren und künftig Qualität von Produkten zu schätzen oder der Kauf von bunten, „schräg-anmutenden“ Klamotten als Symbol, bei sich selbst die kindliche Naivität zu wahren. Bleiben diese Objekte nicht allgegenwärtig, büßen sie ihrer Brückenfunktion ein.

Diese allgegenwärtige Verfügbarkeit von Besitztümern unterstützt in zweierlei Hinsicht die persönliche Entwicklung. Einerseits provoziert der „Aufforderungscharakter“³ der Dinge unser Interesse an Handlungen, Gebrauch und somit an Kultivation. Andererseits ermöglicht das Verfügen von Objekten, die durch eine längere Beziehung und Routine kein aktives Interesse oder einen

³ Baudrillard, Jean:
Das System der Dinge:
Über unser Verhältnis
zu den alltäglichen
Gegenständen. Campus
Verlag, 2007, S.110

⁴ Habermas 1996,
S.100.

stimulierenden Gebrauch beim Besitzer hervorrufen, eine Basis, die dem Besitzer erlaubt, sich neuen Dingen oder Handlungen zu widmen. Der routinierete Gebrauch, der besonders bei Besitztümern stattfindet, entlastet demnach die Konzentration und das Bewusstsein. Das Bewusstsein entzieht sich der Handlungsausführung. Der Gegenstand wird „verlässlich“. ⁵

⁵ Vgl. Ebenda,
S. 84.

Csikszentmihalyi schreibt:

„Das Selbst wächst weitgehend in Abhängigkeit der Umweltreaktionen auf die eigenen Intentionen. Es entwickelt sich aus Rückmeldungen von Handlungen, die etwas bewirken sollen.“ ⁶

⁶ Csikszentmihalyi/
Rochberg- Halton 1989,
S. 106.

Auch wenn der Besitzer sich eine gewisse Handlungsroutine gegenüber einem Objekt angeeignet, die Rückmeldung der Handlung also vorhersagbar wird und das „Selbst“ sich scheinbar an dem Objekt nicht mehr erweitert, besteht in vielen Fällen dennoch die Möglichkeit, erneut eine „Selbst-Stimulanz“ zu erzeugen, indem das Individuum den Gebrauch mit dem Objekt oder die Zielsetzung der Handlung abwandelt und anfängt, zu experimentieren. In diesem Fall wirkt das Objekt vermutlich sogar besonders auf das eigene Individualitätsempfinden und Selbstwertgefühl ein.

Mein Fazit aus den letzten beiden Kapiteln („Selbst-Kontinuität“ und „Entwicklung“) ist :

Die Funktion von Besitz kann sowohl retro- als auch prospektiv sein (Erinnerung=Vergangenheit; Ziele=Zukunft) und erweitert unser wahrnehmbares „Selbst“.

Dinge und Kompensation

Es wurde bereits durch Beispiele, in denen der Besitz als Kontrolle über die Identität und ihre Kontinuität gewertet wurde, angedeutet, dass der Besitz von Dingen gegenüber Ängsten eine kompensatorische Wirkung erzielen kann (in diesem Fall: Angst vor Identitätsverlust). In diesem Abschnitt widme ich mich der kompensatorischen Wirkung durch die Dinge. Ausgangspunkt ist die Frage danach, was überhaupt vom Individuum kompensiert werden möchte.

Laut Duden heißt „kompensieren“: „ausgleichen, durch Gegenwirkung aufheben“.¹

Dies setzt eine aktive Handlung voraus. Die Kompensation ist demnach das Handeln, was auf den Ausgleich von Defiziten gerichtet ist. Nun fragt sich, was vom Individuum alles als „Defizit“ erkannt werden kann. Hierzu begeben wir uns wieder auf die Ebene der Identitätsdimensionen (Habermas).

Habermas schrieb, dass das Ideal der ersten drei Dimensionen (1. Einzigartigkeit vs. Zugehörigkeit, 2. Kontinuität vs. Entwicklung, 3. Selbstkonsistenz: flexibles Selbstbild vs. Starres Selbstbild) sich immer zwischen den jeweiligen Polen befindet. Die als ideal angesehene Balance kann dabei, von Individuum zu Individuum unterschiedlich sein und bildet wohl maßgeblich seinen Charakter. Das Ideal der drei anderen Identitätsdimensionen (Autonomie, Körpergefühl und Selbstwertgefühl) ist hingegen deren Maximierung. Individuen unterscheiden sich hier nur darin, wie sehr das Streben nach den jeweiligen Maximen präsent ist.

Durch bestimmte Umstände (z.B. Reaktionen der Umwelt) kann die gewünschte Balance (1-3) aus dem Gleichgewicht gebracht werden bzw. die Person in ein unangenehmes Level (4-6) zurückgeworfen werden.²

Auch hierbei unterscheiden sich Personen meines Erachtens sehr (Sensibilität, Toleranzbereich, Resistenz).

¹ URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/kompensieren>

² Vgl. Habermas 1996, S. 68.

3 Vgl. Ebenda,
S. 62f.

Diese, als Defizit empfundenen Zustände, wirken aber auf fast alle Menschen unbewusst motivierend. Allerdings wird wohl weder jede kleinste Abweichung wahrgenommen, noch wirkt jede kleinste Abweichung zwingend motivierend.³

Interessant hierbei ist, dass sowohl negative, als auch positive Abweichungen vom „Normalzustand“ ein „Identitätsgefühl“ (situative Bewusstwerdung der Identität) erzeugen können.

Auch positive Abweichungen können nachhaltig motivierend wirken, da das damit einher gehende Glücks- bzw. Zufriedenheitsgefühl, was zeitlich begrenzt ist, eine Art „Sucht“ nach „Identität“ auslösen kann.

So kann das „Ausdefinieren“ der Identität auf viele Menschen berauschend wirken.

4 Ebenda,
S. 62.

„Variationen im Identitätsgefühl wirken primär dann motivierend, wenn sie als negativ empfunden werden.“⁴

Demnach ist kompensatorisches Handeln im gewissen Maße als „normal“ zu verstehen, ohne gleich „narzistische“ Züge anzunehmen.

Welche Rolle den Dingen dabei zukommen kann, beschreibt Habermas im folgenden Abschnitt:

5 Ebenda,
S. 86.

„Dinge können sowohl nicht-kompensatorischen wie kompensatorischen Zwecken dienen. Für letztere bieten sie sich nun jedoch in besonderem Maße an, da sie einfache Manipulationen des Erlebens und der Selbstdarstellung erlauben, die keine Fähigkeiten erfordern (deren Mangel zu kompensieren ist), sondern die Person sich lediglich mit ihnen ausstatten muss. Darüber hinaus überdauern sie, ohne dass es eines andauernden Aufwandes der Person bedürfe.“⁵

Der letzte Teil deutet darauf hin, dass gerade das Besitzen für die Wahrung der Identitätsbalance eine stabilisierende Funktion haben kann. So vergewis-

sern uns bestimmte Dinge unserer Einzigartigkeit, während andere kulturelle, gesellschaftliche oder familiäre Verbundenheit in den Vordergrund rücken.¹

Da die Dinge als Symbole für unterschiedliche Facetten (Dimensionen) der Identität stehen können, lassen sich durch das Lenken unserer Aufmerksamkeit unterschiedliche Facetten unseres „Selbst“ betonen. Durch dieses Lenken der Aufmerksamkeit auf gewisse Dinge können Sehnsüchte gestillt oder dahingehend gesteigert werden, dass sie kompensatorische Handlungen einleiten.

Fühle ich mich z.B. während einer langen Reise von meinem gewohnten Umfeld entwurzelt, können gewohnte Handlungen mit persönlichen Dingen, wie das Hören vertrauter Musik oder das Essen heimischer Gerichte, diese Sehnsucht ein Stück weit befriedigen.²

Letztendlich lassen sich auch die von Funk im folgenden aufgezählten Kompensationshandlungen auf die Irritation des „Selbst“ zurückführen:

„Sie können somit durchaus einer Konsumentengruppe zugeordnet werden, die nach Produkten mit übertriebener Reizaussendung sucht, wie z.B. im Falle einer extremen Faszinationswirkung[...], um damit ihr entleertes Selbst kurzzeitig aufzufüllen, die ferner ein besonders starkes Verlangen nach Unterhaltung entfaltet[...], um ihre Einsamkeitsgefühle für eine Weile vergessen zu können, die zudem einer Erlebniswertvermittlung durch Konsumgüter bedarf, da sie selbst nicht imstande ist, Erlebnisse aus intrinsisch motivierten Tätigkeiten heraus zu beziehen, und die einen außergewöhnlichen starken Statusdemonstrationsdrang entwickelt, da ihre Angehörigen es gewohnt sind, ihre Anerkennung von außen bzw. aus einem Vergleich mit Dritten zu erhalten.“³

1 Vgl. Ebenda, S.22.

2 Vgl. Ebenda, S.68.

3 Funk 2000, S.137.

Hier wird neben der Störung des Verbundenheitsgefühls (durch Einsamkeit), der Autonomie (durch Ausbleiben von selbstmotivierten Handlungen bzw. Selbstverwirklichung) und des Selbstwertgefühls (durch ausbleibende

Selbstbestätigung) auch eine apathisch anmutende Leere genannt („entleertes Selbst“), die durch das Ausbleiben von Identitätsreizen ausgelöst wird, und ebenfalls kompensiert werden will.

Hierbei ist anzumerken, dass nicht alle Gegenstände im Besitz diese Funktion gleichermaßen bzw. überhaupt erfüllen. Auch ist diese kompensatorische Wirkung bei vielen Besitztümern nicht von Dauer. Hier spielt einerseits der gesellschaftliche Kontext, als auch die Zeit eine Rolle. So verschiebt sich z.B. durch den gesellschaftlichen Kontext, welche Dinge fähig sind, ein Individualitätsgefühl zu erregen.

Die kompensatorische Wirkung veraltet vermutlich, wenn das Objekt für den Besitzer keine Quelle für das aktuelle Selbstwert oder kein Spiegelbild der gegenwärtigen Autonomie mehr darstellt. Grund dafür sind tiefverwurzelte innere Verunsicherungen, die durch nicht verarbeitete Traumata ausgelöst werden können. Diese Extremerfahrungen (situative oder kontinuierliche extreme Abweichung vom „Ideal-Selbst“) können zu einem dauerhaften Kompensationsdrang führen. So kann ein tiefgreifend gestörtes Selbstwertgefühl zur Anhäufung von Statussymbolen und Prestigeobjekten motivieren. Dabei verblasst die kompensatorische Wirkung jedes Objekts mit der Zeit, da es für das Subjekt unter Umständen kein Symbol des gegenwärtigen Selbstwerts mehr darstellt.

Der Erwerb eines Objekts an sich kann bereits eine positive Wirkung auf das Selbstwertgefühl haben, da bereits das Selektieren und das Aneignen Ausdruck der eigenen Handlungsfähigkeit und der eigenen Werturteile ist. In diesem Fall ist die Beschäftigung mit den Objekten auch eine Beschäftigung mit sich selbst.

So kann der zwanghafte Kaufrausch als Kompensation auf das sich stetig einschleichende Gefühl des Identitätsverlustes gewertet werden. Sicherlich ist der Erwerb von Dingen nicht die einzige Möglichkeit um einen Minderwertigkeitskomplex oder empfundene Leere zu unterdrücken, dafür aber in unserem kulturellen Kontext eine besonders einfache.

Kommunikation durch Dinge

„In gleicher Weise wie das Bedürfnis nach Orientierung besteht auch ein Bedürfnis nach Kommunikation, nach einem In-Beziehung-Treten des Menschen mit der Umwelt.“¹ (Funk, S.89)

Auch hierbei sind die Dinge uns behilflich. Sie werden als non-verbale Sprache gesprochen und gedeutet. Wie ist das möglich? Wodurch lässt sich kommunizieren?

Bevor ich mit der Beantwortung dieser Frage fortfahre, möchte darauf hinweisen, dass die Kommunikation mithilfe der Dinge ein wesentlicher Teil ihrer Funktion für den Besitzer ist. Dennoch möchte ich hier nur soweit ausschweifen, wie es für die Klärung der Objekt-Mensch-Beziehung von Nöten ist.

Gegenstände kommunizieren etwas, da sie von der Kultur erzeugt und durch die Gesellschaft definiert werden.² Sie sind Ergebnisse der Intentionen, der Fähigkeiten und des Wissens ihrer Hersteller, die im gleichen Maße kulturell und geschäftlich geprägt sind wie der Nutzer bzw. Betrachter.

Diese Prägungen, also Erfahrungen mit der Wahrnehmung der Umwelt, bilden einen Fundus, mit dem das beachtete Objekt in Beziehung gesetzt wird. Daraus ergeben sich Deutungsmuster, die teils „idiosynkratisch“ (individuell), teils „konventionell“ (kulturell) erstellt werden. Laut Haubl lassen sich aus dieser Mensch-Objekt-Interaktion ebenso Aussagen über die Person („Wahrnehmenden“) als auch über das Objekt („Wahrgenommene“) treffen.³

Die Kommunikation durch die Dinge funktioniert dabei in mehrere Richtungen. Dabei ist das Ding wiederum nur das Mittel der Kommunikation. So kommuniziert durch ein Objekt die Umwelt mit der Person und die Person mit der Umwelt.

So kann das Individuum mithilfe der Objekte seine Werte und Fähigkeiten ausdrücken. Es kommuniziert, mit was es sich identifiziert und welche Stellung es im „sozialen Beziehungsgefüge“ einnehmen will.⁴

¹ Ebenda,
S. 89

² Vgl. Oerter 1993,
S. 254

³ Vgl. Haubl, Rolf:
Von Dingen und Menschen: Funktion und Bedeutung materieller Kultur. Westdeutscher Verlag GmbH, 2000
S. 16.

⁴ Funk 2000,
S. 120.

5 vgl. Csikszentmihalyi/
Rochberg-Halton 1989,
S.55

6 Brock, Bazon:
Vergegenständlichungs-
zwang: Zwischen Ethik
und Logik der
Aneignung, In:
Welche Dinge braucht
der Mensch. Anabas-Ver-
lag, 1995, S.29

7 Vgl. Haubl 2000, S.31

Dementsprechend können die Dinge dazu genutzt werden, sich von Men-
schen oder Gruppen zu differenzieren oder sich zu integrieren.⁵

Dagma Steffen schreibt in „Welche Dinge braucht der Mensch“ provokativ:

„Wieviel Dinge braucht der Mensch? So viele, wie ihm zur Entwicklung sozia-
ler Kommunikation abverlangt werden.“⁶

Andersherum nimmt das Individuum durch die Objekte auch Informationen
über die Kultur, in der es lebt auf. So spiegelt ein Objekt die gegenwärtigen
Fähigkeiten, Wissen und Werte (Bedürfnisse) der Gesellschaft wider. Durch
die gezielte Aneignung eines Objekts bettet die Person ihr „Selbst“ in den
gesellschaftlichen Kontext ein. Die Informationen der Umwelt, die in einem
Objekt gespeichert und durch die wahrnehmende Person wachgerufen wer-
den, sind auch Informationen über sie selbst.

Besitzanhäufung Vergangenheit / Zukunft

Durch die Funktion des Besitzes für Selbstkontinuität und Entwicklung, und
für die Kommunikation mit der Umwelt, wird deutlich, warum die meisten
Menschen im Laufe ihres Lebens, immer mehr Besitztümer ansammeln. War-
um der Besitz immer größer wird, obwohl die Zeit ihn zu gebrauchen, zumin-
dest im Verhältnis dazu nicht wächst. Durch kontinuierlich neue Erfahrungen
im Leben, die Veränderung der Umwelt oder lediglich der Wahrnehmung von
ihr (im kulturellen und persönlichen Kontext), verlagern sich unsere Ziele.
Dementsprechend werden neue Güter dem Besitz hinzugefügt, um über die
Mittel oder Symbole für das neue oder zukünftige „Selbst“ zu verfügen. Haubl
nennt hier die Begriffe „Real-Selbst“ und „Ideal-Selbst“.⁷

Gleichzeitig häufen sich die Erinnerungen und die unterschiedlichen ver-

gangenen „Selbst““, die auch Teil des gegenwärtigen „Selbst“ sind, an (Identitätsaspekt: Kontinuität) und mit ihnen die symbolträchtigen Besitztümer. Der Nutzen dieser Dinge (bzw. die Handlung) verlagert sich vom Realen ins Imaginäre und der Umfang des Besitzes wächst weiter. (So müsste auch in Zeiten von funktionierenden Cradle-to-Cradle-Systemen teilweise ein Menschenleben überbrückt werden, eh die im Erinnerungsstück gespeicherten Ressourcen wieder in den Kreislauf gelangen.)

Zusammenfassung - Funktion der Mensch-Objekt-Beziehung

In diesem Kapitel habe ich versucht zu zeigen, warum und nach welchen Motiven wir Beziehungen zu Objekten aufbauen. Dabei habe ich mich vor allem auf Habermas' Buch „Geliebte Dinge“ bezogen, da hier bereits viele unterschiedliche Quellen erörtert werden und Habermas sich dem Thema sukzessiv von der Psyche des Menschen aus nähert. Auch wenn die Beziehung zwischen dem Mensch und den Dingen eine Wechselseitige ist, ist der Mensch das aktive Element. Er initiiert, lenkt und beendet die Beziehung. Von daher war es wichtig, sich besonders mit den menschlichen Motiven zu befassen. Letzten Endes bleibt der Mensch das Maß der Gestaltung.

Welchen Mehrwert haben also die unzähligen Dinge in unserem Besitz?

Dinge erweitern unsere Handlungsmöglichkeiten, lassen uns neue Fähigkeiten erlernen und verkörpern, fordern und fördern Wissen. Ihr Gebrauch fördert demnach unsere Entwicklung. Das wohl beste Beispiel dafür ist der Computer. Durch den Computer und seine Anwendungen interagieren Menschen nicht nur anders, sondern sie bauen Wissen und Fähigkeiten auf, die für sie ganz neue Welten eröffnen. Der Mensch erweitert mit dem Computer deutlich seine Einflussnahme (Autonomie). Aber selbst eine Springform eröffnet neue Möglichkeiten und motiviert zu persönlicher Entwicklung, in-

dem der Nutzer zum Backen angeregt wird (zunächst nach Rezept, später mit eigenen Experimenten). Durch den Ausbau der persönlichen Einflussnahme erlebt sich der Mensch als fähig, steigert seine Autonomie, baut Abhängigkeiten ab und nach und nach Selbstvertrauen auf (vor allem bei eigenständigen Handlungen). Demzufolge kann der Gebrauch von Dingen uns Glücksgefühle bescheren.

Dinge auf symbolischer Ebene geben uns Orientierung. Sie beherbergen einen Teil unserer bisherigen und zukünftigen Intentionen. Sie sagen, wer wir sind und zu wem wir gehören. Diese verschlüsselten Informationen ermöglichen die Kommunikation mit uns selbst und zu anderen. Das hat Einfluss darauf, mit wem wir interagieren und ein Stück weit auch, mit wem wir sympathisieren. Orientierung im Allgemeinen bildet die Grundlage für die Wahrnehmungsverarbeitung, da unser Bewusstsein einer situativen Aufnahme- und Verarbeitungsgrenze unterliegt. Durch Orientierung filtern wir relevante Informationen aus der Umwelt, die in unser gegenwärtiges und zukünftiges Handeln einbezogen werden.¹ Klare Intentionen ermöglichen es präziser für die Persönlichkeit relevante Informationen zu filtern und zielgerichtete Aktivitäten zu vollziehen. Dinge als Spiegel unserer Persönlichkeit, unserer Fähigkeiten, Erfahrungen und Erinnerungen festigen unsere Ziele und verschärfen unseren WahrnehmungsfILTER. Dies verdeutlicht das folgende Zitat von Funk:

„In das Wahrnehmen mit einbezogen wird das Vertraute, ohne dieses kann es nicht vollzogen werden, denn ohne das Vertraute wäre Konfusion“. (Zitat Ebenda, S.191.) Wiedererkennen, also die sinnliche Rezeption des Vertrauten und Bekannten, kann somit als eine Vorstufe zum Wahrnehmen [...] gewertet werden.“²

¹ Vgl. Csikszentmihalyi/Rochberg-Halton 1989, S.24

² Funk 2000, S.71

Sie können so gesehen, im Falle eines gesteigerten Selbstbewusstseins, für unsere persönliche Entwicklung (Entfaltung) ebenfalls förderlich sein.

Doch wie ist die Rolle der Dinge als identitätsstiftende und identitätsspiegelnde Vehikel einzuschätzen? Schließlich könnte jede Interaktion und jedes

Objekt (Lebewesen mit inbegriffen) diesen Zweck erfüllen.

James bezeichnet Personen, die sich von allem abgrenzen was sie nicht besitzen können, als „engherzig“. Personen, die fast alles in ihr Selbst einschließen, sodass ihre Grenzen unscharf werden, seien dagegen „weitherzig“.¹

¹ Vgl. Habermas 1996, S.22

Ist es demnach eine Einstellungssache, wieviele Objekt wir besitzen müssen, um uns selbst wahrzunehmen und selbstbewusst zu sein? Können wir uns nicht in allen Objekten und Handlungen wiedererkennen? Ist der Besitz von Selbstsymbolen überhaupt notwendig? Verengherzigen wir, wie James es beschreibt, durch das Haften an dinglichen Objekten? Sind nicht vor allem menschliche Interaktionen identitätsstiftend? Könnten wir uns von Besitztümern emanzipieren?

Fragen, die man sich angesichts der Folgen der, weniger als ein Vierteljahrtausend jungen, Industrialisierung und ihrer Warenvervielfältigung, stellen sollte. Dass die Antworten darauf nicht absolut sein können, daran erinnert die folgende Passage von Hannah Arendt:

„...die Welt Dinge (haben) die Aufgabe, menschliches Leben zu stabilisieren, und ihre „Objektivität“ liegt darin, dass sie der reisenden Veränderung des natürlichen Lebens... eine menschliche Selbigkeit darbieten, eine Identität, die sich daraus herleitet, dass der gleiche Stuhl und der gleiche Tisch den jeden Tag veränderten Menschen mit gleichbleibender Vertrautheit entgegensteht.

Mit anderen Worten, das, was der Subjektivität des Menschen entgegensteht, und woran sie sich misst, ist die Objektivität, die Gegenständlichkeit der von ihm selbst hergestellten Welt, und nicht die erhabene Gleichgültigkeit einer von Menschenhand unberührten Natur... Ohne eine solche Welt zwischen Mensch und Natur gäbe es ewige Bewegtheit, aber weder Gegenständlichkeit noch Objektivität.“²

² Arendt, Hannah: Vita activa oder Vom aktiven Leben. München, Piper Verlag, 1981, S.125

Reicht die Interaktion mit anderen Subjekten also nicht aus, um das persönliche „Sein“ zu „objektivieren“? Wäre die vollständig wahrgenommene Subjektivität des Seins (Desorientierung) eine Last? Ist der grenzenlos erscheinende Drang nach eigener Objektivität (Blick auf das Selbst) das Resultat fehlender Orientierung (vielleicht durch den Wegfall von lebensgefährdenden Umständen)? Sind die Alltagseinflüsse in unserer heutigen Welt zu komplex und vielfältig, als dass uns flüchtige Spiegelungen dauerhaft Orientierung geben können? Klammern wir uns deswegen umso mehr an kontrollierbare Spiegelbilder (Dinge) als an, in diesen Zeiten immer „unsicherer“ scheinende, nicht „besitzbare“ Spiegel (Menschen, Job, Umgebung)?

Ich schweife ab. Doch es ist wichtig, sich mit solch naiv hochtrabenden Fragestellungen zu befassen und persönliche Antworten darauf zu suchen. Vor allem als Gestalter und Produzent fremder Spiegel.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass sowohl die handlungsbezogenen Funktionen, als auch die symbolischen Funktionen für die Beziehung zwischen Mensch und Ding eine Rolle spielen. Sie bilden letztendlich die Einflussfaktoren der persönlichen Nutzdauer und Nutzungsintensität eines Objekts, sind somit, aufgrund der Mechanismen unseres Gesellschaftssystems, Faktoren in der von mir anfangs angepriesenen Ressourcengleichung. Welchen persönlichen und kulturellen Einflüssen diese beiden Funktionen unterliegen, versuche ich im nächsten Kapitel zu skizzieren.

Faktoren der Beziehung

Gebrauchswert vs. Symbolwert

Dinge haben prinzipiell einen Gebrauchswert und einen symbolischen Wert. Bei manchen Dingen ist der symbolische Wert (z.B. Schlüsselring), bei anderen der Gebrauchswert (z.B. eine erhaltene Postkarte) vernachlässigbar. Alle Dinge, egal ob gebrauchsdominiert oder symboldominiert, sollen einen persönlichen Zweck erfüllen. Sie werden genau aus diesem Zweck bzw. aus diesen Zwecken (oft sind es mehrere) angeeignet.

Dinge können laut Habermas auf unterschiedliche Weise zweckdienlich sein:

- a) als bedürfnisbefriedigendes Objekt oder Objekt von Handlungsintentionen,
 - b) als andere Handlungen und Befriedigung ermöglichendes instrumentelles Objekt, und schließlich
 - c) als Hinweisobjekt, das es dem Organismus ermöglicht, die Umwelt zu verstehen und ermöglichende Objekte zu finden.“¹
- (Habermas, S.100)

¹ Vgl. Habermas 1996, S.100

Unsere Beziehung zu den Objekten ist also von Erfüllung von persönlichen Zwecken abhängig. Hat ein Ding weder einen Gebrauchs-, noch einen Symbolwert, fällt es uns nicht schwer, den Gegenstand zu entsorgen, da er nur unnötig unsere Aufmerksamkeit auf sich lenkt, ohne einen praktischen oder emotionalen Mehrwert zu generieren.² Es ist davon auszugehen, dass wir uns auch von Dingen trennen, die zumindest auf geringem Niveau einen Nutzen für uns darstellen können (sei es aus Platzmangel oder Gründen der Unordnung). Vielleicht eignet sich hier als Abstraktion eine Schwellenwertgleichung. Befindet sich der persönliche Wert eines Objekts oberhalb der Schwelle (unteres Ende des Toleranzbereiches) behalten wir ihn. Befindet er sich unterhalb des Toleranzbereiches, lassen wir uns von ihm los. Diese Bewertung wird erst provoziert, wenn unsere Aufmerksamkeit sich auf den Gegenstand richtet.

² Vgl. Csikszentmihalyi/Rochberg-Halton 1989, S.66

Da Dinge Mittel zum Zweck sind, sind sie von zwei Faktoren abhängig. Der eine ist die Zweckrelevanz. Also welchen persönlichen Wert hat der Zweck der Ding-Mensch-Interaktion?

Der andere ist die Zwecktauglichkeit. Also in welchem Maße erfüllt das Ding einen persönlichen Zweck?

Zweckrelevanz und ihre Faktoren

Die Zweckrelevanz ist von unseren persönlichen Handlungsintentionen (Bedürfnissen) abhängig. Also z.B. von dem Gedanken: „Welche Handlungen sind für mich situativ relevant?“

Unsere Handlungen werden durch unsere Emotionen und Gedanken angeregt und beziehen unsere gegenwärtige psychische und physische Verfassung, unsere aus Erfahrung resultierenden Erwartungen an das Handlungsergebnis und unsere Werte mit ein.

Daraus ergibt sich längerfristig die Frage: Welche Handlungen gehören zu meinem Repertoire, zu meiner Person, fördern positive Emotionen und halten negative von mir fern? Diese Handlungen und Handlungsmuster verlagern sich im Laufe des Lebens und sind stark von den Lebensumständen abhängig. So hat eine große Veränderung von Lebensumständen oft einen erheblichen Einfluss auf die eigene Priorisierung und das Identitätsgefühl.

Das „Selbst“ versucht sich immer wieder neue Umstände anzupassen bzw. gewisse Disparitäten zu überbrücken. Hier spielen die Identitätsideale 1 bis 3 eine Rolle. Wie sehr sich das Selbst an die Umstände anpasst (1-2) und wie sehr es an dem alten „Selbst“ festhält (3), ist von Mensch zu Mensch unterschiedlich. Sie sind sicherlich auch von der Häufigkeit wechselnder Umstände abhängig. So ist davon auszugehen, dass Personen mit ständig wechselnden Umständen darin geübter sind, trotz äußerer Veränderungen Selbstgleichheit

zu wahren bzw. sich überall „heimisch“ zu fühlen.

Annette Schäfer zählt in ihrem Buch „Wir sind was wir haben“ Phasen auf, in denen sich Menschen im besonderen Ausmaß von Dingen trennen. Sie nennt den „Übergang von der Jugend zum Erwachsenenalter, Umzug, Jobwechsel, der Tod des Ehepartners.“¹ All diese Phasen sind von Umbrüchen gekennzeichnet, da die Lebenssituation vor und nach diesen Phasen nicht die Gleiche ist.

1 Schäfer, Annette:
Wir sind was wir haben.
Deutsche Verlags-
Anstalt, 2012, S.191.

Aber auch weniger einschneidende Erfahrungen und Begegnungen führen zu neuen Werten und Handlungsintentionen. So kann das Anfreunden mit einem begeisterten Volleyballspieler das Subjekt ebenfalls dazu verleiten, dieses Hobby künftig verfolgen zu wollen. Vielleicht vernachlässigt es dadurch ein anderes Hobby.

2 Vgl. Funk 2000, S.63.

Dadurch, dass wir einer gewissen Aufmerksamkeitsbegrenzung unterliegen, bedingen sich die Handlungsintentionen einander.² So verdrängen sich die Intentionen einander und dementsprechend die Dinge, die zur Intentionserfüllung eingesetzt werden. Somit gehe ich davon aus, dass sich mit der Summe möglicher Handlungen (und ihrer Mittel) die „Relevanz“ einer einzelnen Handlungsmöglichkeit (und ihres Mittels) reduziert.

Annette Schäfer vergleicht die verschiedenen Facetten der Identität mit „Rollen“, die wiederum bestimmte „Requisiten“ erfordern.

3 Schäfer 2012, S.191.

„In vielerlei Hinsicht sind Besitztümer wie Requisiten für einen Schauspieler: Wenn man in eine neue Rolle schlüpft, tauscht man auch die Requisiten aus. Solche Veränderungen in den Lebensumständen scheinen sogar der hauptsächliche Auslöser für den Abschied von Dingen zu sein.“³

In dieser Analogie wird deutlich, dass sowohl Gebrauchs- als auch Symbolobjekte von persönlichen Veränderungen betroffen sein können. Denn eine Änderung der „Rolle“ zieht nicht nur die Änderung der Identitäts kommuni-

zierenden „Requisiten“ nach sich, sondern auch eine Änderung der Handlung eines „Stückes“ und damit Änderung der gebrauchten „Requisiten“.

Doch nicht alle Handlungen und „Requisiten“ sind rollenspezifisch. Vielleicht lässt sich hieraus schlussfolgern: Je spezifischer eine Handlungsintention für eine „Rolle“ ist, desto Identität stiftender bzw. persönlicher ist der Gegenstand ihrer Ausführung für das Individuum, desto anfälliger sind diese Intentionen für zukünftige Rollenwechsel.

Nehmen wir das Skateboard. Das Skateboard ist enorm Identitäts spezifisch. Es ist laut, hinterlässt Spuren (Geländer) und ist relativ gefährlich. In diesem Sinne sehr speziell. Daher verkörpert das Skateboard „Unangepasstheit“, „Freiheit“, „Mut“ und „Aneignungsdrang“. Nur wenige können sich selbst mit dem Skateboard identifizieren, da seine „Rauheit“ nicht in jede Lebenssituation passt. Es ist dadurch auch enorm Identitäts stiftend für eine bestimmte Subkultur, aber auch enorm abhängig von der Vereinbarkeit der Lebensumstände mit diesen Werten. (Der Papi bricht sich in seiner Freizeit nicht so gern das Handgelenk) Das kann dazu führen, dass der Gebrauchszweck für den Protagonisten mit der Zeit keine Relevanz für die Beziehung zum Objekt mehr hat. Vielmehr erhält das Skateboard eine symbolische Funktion, da es einen wesentlichen Teil der persönlichen Entwicklungsgeschichte verkörpert. Je nach Vereinbarkeit mit dem gegenwärtigen Identitätsgefühl bekommt das Skateboard einen „heiligen“ Platz, verstaubt im Keller oder wird weggegeben.

Wäre das Skateboard massentauglicher, leiser, komfortabler und ungefährlicher, würde vermutlich der Identitäts stiftende und der Identitäts spezifische Aspekt darunter leiden. Es wäre somit weniger prägnant für die eigene Individualität und würde evtl. im Nachhinein an Erinnerungsfunktion einbüßen. Es sei denn, es steht für eine besondere Form der Verbundenheit.

Wichtig ist, noch einmal darauf hinzuweisen, wie die Relevanz vom Subjekt

wahrgenommen wird. Das Subjekt clustert die Welt nicht einfach in „relevant“ und „nicht relevant“. Es kommt vielmehr auf qualitative Unterschiede für die Ziele und das Wohlbefinden (abhängig vom „Selbst“) an. Dieser Bewertungsprozess ist meines Erachtens fließend und gleicht sich immer mit den persönlichen Prioritäten ab. So kann es Jahre dauern, ehe sich eine Person von einem Gegenstand vollends lösen kann, da auf einem geringen Niveau immer noch ein persönlicher Nutzen in dem Objekt zu finden ist.

Ich halte fest: Relevanzen verringern sich, wenn die Anzahl wahrgenommener Alternativhandlungen, die einen ähnlichen „Selbstzweck“ erfüllen würden, ansteigt. Somit ist ein Überangebot für den Wert eines Dings eher hinderlich.

Zwecke sind nicht für jede Lebenssituation relevant. Je spezifischer ein Zweck an einen Ort, einen Zeitabschnitt oder eine bestimmte Selbstwahrnehmung gekoppelt ist, desto anfälliger und potentiell kurzlebiger ist die Relevanz. Jedoch können sich die Zwecke eines Dings wandeln. In erster Linie passiert das in eine Richtung: Vom Gebrauch zum Symbol. Aber auch der Gebrauchswert kann durch Umnutzung ein anderer werden.

Welche gestaltbaren und nicht gestaltbaren Aspekte den Gebrauchswert und den Symbolwert eines Objektes robuster gegenüber äußeren Faktoren macht, werde ich an einer späteren Stelle zusammenzufassen. Vorwegzunehmen ist, dass die Objekte selbst einen Einfluss auf die empfundene Handlungsrelevanz haben können.

Zwecktauglichkeit und ihre Faktoren

Zweckrelevanz ist ein notwendiger, aber kein hinreichender Faktor für eine Mensch-Ding-Beziehung. Die Beziehung ist ebenso von der Zwecktauglichkeit der menschlichen Intentionen (praktisch oder symbolisch) abhängig.

Die Zwecktauglichkeit unterliegt mehreren Kriterien, die von den Ansprüchen einer Person abhängig sind. Entscheidend für die Bewertung der Tauglichkeit des Mittels ist einerseits der Abgleich der Handlungsintentionen mit dem Handlungsergebnis; also der qualitative Aspekt. Andererseits ist aber auch der persönliche Aufwand ein wichtiges Kriterium für die Bewertung der Tauglichkeit. Wieviel Zeit, Geld, Kraft, Konzentration muss ich für die Zweckerfüllung investieren?

Hierbei spielen nicht nur die Gegebenheiten des Objekts, sondern auch die des Nutzers (Fähigkeiten, Wissen etc.) eine Rolle.

Ähnlich wie bei der Zweckrelevanz konkurrieren die Objekte vor dem Nutzer auch hinsichtlich der Tauglichkeit miteinander und sind maßgeblich von äußeren Faktoren abhängig. Die eigenen Besitztümer stehen dabei in ständiger Konkurrenz zu den potentiell möglichen Besitztümern auf dem Markt. So haben neue, leistungsstarke oder als leistungssteigernd angepriesene Produkte oft den Effekt, die empfundene Leistungsstärke des eigenen vergleichbaren Produkts zu dezimieren. Die Zwecktauglichkeit misst sich also auch an den Alternativen; ist somit kontextabhängig.

Welche Diskrepanz der Besitzer letztendlich empfindet und toleriert, hängt zu einem Teil von seinen Ansprüchen und der Zweckrelevanz ab.

Ein „Technikenthusiast“, der viel Begeisterung aus der Leistungsfähigkeit seiner technischen Besitztümer zieht und sich dazu spezifisches Wissen aneignet, wird sich am Bestmöglichen orientieren. Er wird dementsprechend eine größere Kluft zwischen dem, was möglich ist und dem, was er verfügt, ungern zulassen, da Technik eine Passion und somit ein Teil seiner Person ist und Einfluss auf sein Selbstwertgefühl, sein Individualitäts- und Autonomieempfinden hat. Seine hohen Ansprüche resultieren auch aus seinem Expertenwissen. Selbst kleinere Unterschiede nimmt er wahr und bilden Argumente für oder gegen die Aneignung eines neuen Objekts.

„Leistungsfähigkeit“ lässt sich dabei, je nach Handlungsintention, unterschiedlich interpretieren.

Dinge, die aus Motiven einer „Gruppenzugehörigkeit“, gekauft werden, sind von der Aktualität dieser symbolischen Funktion abhängig. Dinge, die als ein Teil der Individualität gewertschätzt werden, sind von der Aktualität ihrer „individuellen Ausstrahlung“ abhängig.

Somit sind die Objekte letztendlich immer von der Erfüllung der Ansprüche des Nutzers gegenüber seinen objektspezifischen Intentionen abhängig.

Dennoch ist eine gute Gestaltung für eine „robuste“ Zwecktauglichkeit essentiell. Wie sehr ein Ding „objektiv“ taugt, bestimmt zu einem großen Teil der Gestalter. Schließlich ist der Gebrauchswert objektübergreifend vergleichbar und nicht selten objektiv beurteilbar. Wie lange ein Ding am besten für einen Zweck taugt, bestimmt auch das Innovationspotenzial hinsichtlich der Mittel zur Erfüllung eines bestimmten Zweckes. Die Alternativen für eine bewährte Büroklammer haben beispielsweise weniger Potenzial, einen wahrnehmbaren Mehrwert zu offenbaren, als die Alternativen für eine derzeitige 3D-Drucktechnologie. Die Diskrepanz zwischen Nutzungsanspruch und Nutzung wird demnach für 3D-Drucker wesentlich schneller entstehen.

Da Dinge meistens mehrere Zwecke und Handlungen vereinen, kann das Auftauchen neuer Handlungsintentionen und Handlungskontexte, die das gegenwärtige Objekt nicht berücksichtigt, die Beziehung kippen lassen. Dies macht sich vor allem das Marketing zu nutze. So werden Dinge mit zusätzlichen Features ausgestattet, die dem Nutzer die Erweiterung seiner Möglichkeiten suggerieren, um ihn abermals zum Kauf zu animieren.

Beziehungen im Zeitgeschehen

Einleitung

Die im letzten Kapitel beschriebenen Faktoren für Zweckrelevanz und Zwecktauglichkeit von Produkten sind lediglich als ein Anstoß zu sehen. Der eigentliche Umfang an Faktoren, die zu einer persönlichen Auf- und Abwertung von Besitzobjekten führt, ist weitaus komplexer und erfordert eine tiefgehende Auseinandersetzung.

Dennoch halte ich es für sinnvoll, die Faktoren der „psychischen Obsoleszenz“ eines Objekts mit diesen beiden Begriffen zu ordnen.

Im Folgenden versuche ich, Tendenzen der Objektwahrnehmung, die sich aus aktuellen gesellschaftlichen Einflüssen der Konsumgesellschaft ergeben, wiederzugeben. Sie sind stark verallgemeinert und basieren zu einem Großteil auf der Wahrnehmung meiner Umwelt und dem, was durch Medien und Mitmenschen von der Umwelt transportiert wird.

Faktor: Schnellebigkeit und Flexibilität

Wie im letzten Kapitel erwähnt, sind Zweckrelevanzen stark von der persönlichen Entwicklung des Menschen und seinen Rollen in der Gesellschaft abhängig.

Im Zuge der sich scheinbar immer schneller wandelnden Gesellschaft, verändern sich die Identitätsideale der Menschen zunehmend. Menschen wechseln immer häufiger in ihrem Leben den Beruf, den Wohnsitz, ihre Bezugspersonen und ihre Hobbies. Hinzu kommt, dass Menschen sogar mehrere Wohnsitze haben und Berufe gleichzeitig ausüben können. Sie leben also in mehreren Welten und müssen diese mit ihrem Selbstbild vereinen.

Eine hohe Selbstflexibilität und eine Erweiterung der zur Person gehörigen Rollen sind Folge dieser stetigen Veränderungen. Menschen müssen sich im-

mer häufiger ungewohnten Situationen stellen und sie mit dem Selbstgefühl in Einklang bringen. Ein zu hoher Anspruch an Selbstkontinuität kann viele Konfrontationen zur Folge haben, die sich auf die Zufriedenheit der Person niederschlägt. So mündet eine sich der Entwicklung verschließende Einstellung nicht selten in Frustration.¹

So erscheint das Leben nun weitaus komplexer, da Menschen sich häufiger neu orientieren müssen. Menschen ändern demnach immer öfter ihre Ziele, gewöhnen sich aber daran, nach Neuem zu „suchen“, um wieder Herr ihrer Selbst und autonom gegenüber ihrer Lebenssituation zu sein. Sie gewinnen Freude daran sich neu zu definieren und wandelbar zu sein. Freiheit und Vielfalt gewinnen in unserer westlichen Kultur einen immer höheren Stellenwert.

Infolge ständiger Veränderungen bzw. Erweiterungen persönlicher Facetten, wandeln sich auch unsere Handlungen und mit ihnen die „Gegenstände“ unserer Handlungen. Hier sind nicht nur die Dinge gemeint. Auch die Art und Weise der Kommunikation und das spezifische Wissen, die Oerter ebenfalls zu Gegenständen von Handlungen einordnete,² erweitern bzw. verändern sich stetig.

Mich interessiert im Zuge dieser Arbeit, welche Auswirkungen die ständige Neubewertung von Handlungsrelevanzen für die Mensch-Ding-Beziehung hat.

Eine Folge, die sich nahezu logisch aus der Selbst-Vervielfältigung ergibt, ist der Anstieg „relevanter“ Güter. Hiermit meine ich nicht die Anzahl der Güter, die für uns situativ relevant erscheinen, sondern die Güter, die wir allgemein meinen zu gebrauchen.

Wer z.B. aus Berufsgründen in der Woche einen Zweitwohnsitz bezieht, ein Outdoor-, Fahrrad- und Fotografiebegeisterter Familienvater ist, schafft sich schon allein anhand dieser groben Definition seiner gegenwärtigen Person

1 Vgl. Rosa, Hartmut: Beschleunigung: Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne. Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, 2005, S.239f.

2 vgl. Oerter 1993, S.253.

eine Menge Besitztümer an. Wer zudem durch seinen vielfältigen Alltag Zeuge unterschiedlicher Lebenswelten wird, was durch die Medien, vor allem aber durch das Internet und die mediale Vernetzung verstärkt wird, entwickelt auch unterschiedliche Interessen und erlebt sich selbst als Summe dieser Interessen.³

³ Vgl. Gronemeyer 2002, S.16.

Ausdifferenzierung und Spezialisierung

Der Drang, sich immer mehr auszuprobieren und sich letztendlich ausdifferenzieren, lässt potenziell immer mehr Handlungen und Dinge relevant erscheinen. Ermöglicht wurde der Zuwachs persönlicher Dinge durch die aus Massenproduktion resultierende flächendeckende Verfügbarkeit von erschwinglichen Waren. Die Industrie konnte immer spezifischer auf die Bedürfnisse der Konsumenten eingehen. So gibt es für jede Handlung in einem bestimmten Kontext auch ein spezielles Ding.

Baudrillard, der sich Ernest Richter bezieht, schrieb:

„Seiner Ansicht nach gibt es für jede Spannung, für jeden persönlichen und kollektiven Konflikt einen entsprechenden Gegenstand, der zur Entspannung und Lösung beiträgt.“⁴

⁴ Baudrillard 2007, S.159.

So ist beispielsweise „Fahrrad fahren“ nicht gleich „Fahrrad fahren“. Unter anderem die Art wie man fahren möchte (komfortabel oder sportlich) und wo man fahren möchte (Gelände oder Straße) entscheidet darüber, welches Rad bzw. wieviele Räder man sich zulegt.

In diesem Beispiel wird deutlich, dass nicht nur die wechselnden Handlungsintention Einfluss auf die Nutzung der Dinge hat, sondern auch der wachsende Anspruch an vermeintliche Zwecktauglichkeit. So genügt das „Stadtrad“ unseren Ansprüchen nicht im Gelände und das „Geländerad“ genügt nicht für die Stadt oder ist „zu schade“ für den Alltag.

Man könnte meinen, je spezialisierter die Objekte auf bestimmte Handlungen und Handlungskontexte zugeschnitten sind, desto stärker differenzieren wir zwischen verschiedenen Nuancen von Handlungen, desto differenzierter betrachten wir unsere Persönlichkeit. Man könnte hier von einem Kultivierungsprozess reden.

Während Marianne Gronemeyer eine inherente Wechselwirkung zwischen Erfahrungs- und Bedürfnisvielfalt sieht,¹ geht Norman noch einen Schritt weiter:

„The only way to satisfy a wide variety of needs and preferences is to have a wide variety of products.“²

Stimmt das? Hierzu betrachten wir die Vielfalt der Besitzgüter, die zur Erfüllung „ausnuancierter“ Handlungsintentionen notwendig erscheint.

Was heißt der Anstieg verwendeter Güter für die Beziehung zu unseren Objekten? Sind wir in der Lage die immer kleineren Partikel unseres Alltags im gleichen Maße wertzuschätzen, obwohl sie im Einzelnen einen immer kleineren Teil unserer Selbstwirksamkeit und Individualität ausmachen? Ist dem heterogenen Menschen jede seiner Facetten noch genauso wichtig, wie dem Menschen, der weniger Handlungen seinem „Selbst“ zuordnet?

Sind wir, wie James es ausdrückte, „weitherziger“?³

¹ vgl. Gronemeyer 2002, S.15.

² Norman, Donald A.: Emotional Design. Basic Books, 2005, S.41.

³ Vgl. Habermas 1996, S.22

Die Grenzen des Gebrauchs

Es ist davon auszugehen, dass der persönliche Gebrauchswert pro Objekt sinkt, da wir die Zahl der verdinglichten Handlungen nicht im gleichen Maße steigern, wie die Dinge, die wir uns zulegen. Unsere Zeit und Aufmerksamkeit ist schließlich limitiert.

Entweder verdrängen wir also, dass wir diesen Grenzen ausgeliefert sind und

haben bei jedem Dingerwerb tatsächlich die Hoffnung, unseren Alltag damit zusätzlich zu bereichern oder wir geben zu, dass die Dinge für uns lediglich einen temporären oder einen fakultativen Charakter haben.

Beide Einstellungen zu den Dingen haben aber einen faden Beigeschmack ...

Zeitmangel durch Konsum

Glauben wir durch jedes Ding unseren Handlungsspielraum vergrößern und auch nutzen zu können, entsteht automatisch ein innerer Zeit- und Aufmerksamkeitsdruck. Die Dinge wollen genutzt und beachtet werden. Geben wir ihnen nicht die Anerkennung, die sie verdienen, können Schuldgefühle auftreten: „Schade um die tolle Kamera, die ich viel zu selten nutze.“ All die Zeit und das Geld, was wir in die Anschaffung des Objekts gesteckt haben, ist in der Lage uns ein schlechtes Gewissen zu bereiten. Das Ding wird zum Symbol für den eigenen Zeitmangel. Je mehr Dinge wir also ansammeln, die wir nicht beiläufig in unseren Alltag integrieren können, desto mehr Objekte lassen uns auf diese Weise schuldig fühlen. Somit können uns zu viele aufmerksamkeitserheischende Objekte unter Druck setzen. Sie fordern uns auf, uns so zu strukturieren, dass Zeit für sie (als Symbol intrinsisch motivierter Handlungen) abfällt. Die durch unzählig ungenutzter Möglichkeiten interpretierte Zeitknappheit rückt in den Fokus und ihre Kompensation wird zum Bedürfnis. Da viele technische Innovationen darauf ausgelegt sind, Zeit zu sparen, greift der so motivierte Mensch wieder in den Geldbeutel. Er glaubt dadurch kostbare Lebenszeit zurück gewinnen zu können und seinen Alltag in der Hinsicht optimieren zu müssen. Es werden nicht nur Dinge angeschafft, die in der Zweckerfüllung besonders schnell sind, sondern auch Dinge, die es ermöglichen, mehrere Handlungen gleichzeitig zu vollziehen. Beispiele hierfür sind Waschmaschinen (bzw. Automaten im Allgemeinen), Kaffeebecher für unterwegs, Staubsauger-Roboter, ebenso sämtliche Dienstleistungen, die zum

Ziel haben, die Handlungen nicht mehr selbst ausführen zu müssen. Marianne Gronemeyer schreibt:

„Wunderbarerweise wird aber unter dem Gesetz der sich überschlagenden Beschleunigungen des Lebens nicht nur ein unersättliches Bedürfnis nach Zeit sparendem Gerät virulent, sondern ein ebenso unersättliches nach zeitvertreibendem Gerät.[...] Gelebte Zeit zerfällt in Beschleunigung und Zeitvertreib. Noch dazu ist beides passivisch[...]“¹

Das Haushalten mit der verfügbaren Zeit gestaltet auch die Beziehung zu unseren Objekten. Ist der Zeitanpruch sehr hoch, werden die Dinge auch nach diesem Maß beurteilt. Folglich werden die „Zeitfresser“ als Belastung empfunden und nach und nach ersetzt durch Dinge, die effizienter mit der persönlichen Zeit hausieren. Gerade automatisierte Geräte werden in Zukunft diesen Zeitgewinn versprechen. Die Vermehrung der Freizeit ist die größte Hoffnung des technischen Fortschritts.² Der Glaube daran beflügelt uns. Wir arbeiten jetzt wie die Bienen, um später einmal freier mit unserer Zeit haushalten zu können. Wir glauben an das positive Ergebnis dieser Gleichung. So wachsen die Erwartungen, die wir vom zukünftigen Leben haben. Die Zukunft bekommt ein enormes Gewicht und nichts ist tragischer als der zu frühe Tod, da alles, in das man investiert hat, nicht mehr „zurückgezahlt“ bzw. „genutzt“ werden kann.

„Die Aussperrung des Todes, durch die dann der reine Mehrwert des Lebens unendlich gefährdet erscheint, ist die Grundfigur aller Knappheit. In ihr ist der Grundstein für die Unersättlichkeit des Bedürfnis gelegt. In ihr waltet die nie endende Mühe, dem Tod Leben abzurufen.“³

Um sich aber nicht als „Getriebener“ begreifen zu müssen, legen wir uns immer mehr Güter zu, die Symbol unserer gegenwärtigen Selbstbestimmtheit sind. Die Freizeitindustrie boomt.

¹ Gronemeyer 2002, S.50f.

² Vgl. Ebenda 2002, S.29.

³ Ebenda 2002, S.49.

Die Dinge suggerieren demnach Möglichkeiten der Selbstautonomie, die wir im Alltag in diesem Maße nicht ausleben können. Sie sind eine Überkompensation auf gefühlte Eingrenzungen.

Man gewinnt aber nicht durch die Aneignung solcher Symbole an Autonomie, sondern nur über autonomes Handeln. Wie sehr man sich letzten Endes „ausleben“ kann, entscheiden die eigenen Prioritäten (Sicherheit vs. Freiheit, Eigenständigkeit vs. Verbundenheit) und nicht die Objekte.

So kann das autonome Auto als Schlafsaal oder Lesecke genutzt werden oder aber als Büro, in dem die Zeit genutzt wird, den Alltag so zu organisieren, dass am Ende mehr Freizeit abfällt. Eine Ursache für diesen ausgeprägten Autonomiedrang sieht Gronemeyer in den Beschäftigungsverhältnissen und Tätigkeiten der modernen Gesellschaft:

„Der Lohnarbeit verrichtende Mensch kann sich nicht im Werk seiner Hände und seines Verstandes erkennen; daraus leuchtet ihm nichts entgegen, das ihn seiner Fähigkeiten und Möglichkeiten versichern würde.“⁴

⁴ Ebenda 2002, S.54.

Demnach ist es für Menschen in einem Anstellungsverhältnis schwierig, Selbstvertrauen aus der eigenen Arbeit zu ziehen und das Ergebnis auf die persönlichen Fähigkeiten zu beziehen. Er fühlt sich austauschbar, da durch die im Arbeitsmarkt angestrebte Effizienz immer mehr vordefiniert wird und somit kaum noch Platz für die persönliche Herangehensweise bleibt.

Fakultative Gebrauchsgüter

Vielleicht ist die zweite Einstellung doch die „gesündere“ Einstellung zu den Dingen: Der Mensch sieht seine Besitztümer nicht als Aufforderungen, sondern als Möglichkeit, um unterschiedliche Handlungen zu vollziehen und aus der Vielfalt der Handlungsspielräume zu wachsen. Sie bilden sozusagen sein Vokabular an Handlungen, welches nicht jederzeit voll ausgeschöpft muss.

Er akzeptiert, dass die unzähligen Dinge nur in begrenztem Maße von ihm genutzt werden können. Dass die Plattensammlung um Platten erweitert wird, die nicht einmal jedes Jahr gehört werden, dass Bücher gekauft werden, die nur angelesen werden, dass das Faltboot dann genutzt wird, wenn man mal keine Fahrradtour macht oder angeln geht.

Sicherlich, die meisten Menschen werden sich wohl kein Faltboot zulegen. Das liegt vermutlich aber nur daran, dass beim Discounter noch kein Faltboot für unter 50 Euro angeboten wurde und Faltbootfahren noch nicht medial zum Mainstream erhoben wurde. Vielleicht ist alles nur eine Frage der Zeit. Neue Designlösungen, günstigere Technologien oder einfach nur eine sehr hoch angelegte Stückzahl, unterstützt von einer riesigen Marketingkampagne, könnten es möglich machen. Solange die persönliche Kosten-Nutzen-Kalkulation stimmt wird eine Handlung relevant. Und da der Nutzen auf Grund unzähliger weiterer Handlungsalternativen nicht besonders groß sein wird, ist der Anspruch an die Kosten sehr hoch und Qualität zweitrangig, da eh nicht von einem intensiven Nutzungsverhältnis ausgegangen wird.

Dieser These nach zu urteilen, sinkt mit dem Preis eines Gegenstandes, die Relevanzschwelle. Das persönliche „Risiko“ enttäuscht zu werden, scheint gering. Ein geringer oder gar temporärer Mehrwert genügt als Kaufargument. Dieser Zusammenhang öffnet die Türen für Kompensationskäufe.

Kompensationskäufe

Durch die Massenproduktion sind die Güter so günstig, dass sie fast für jedermann erschwinglich sind. Infolgedessen ist es für viele nicht mehr notwendig, mehrere Jahre darauf zu warten, dass Innovationen für sie bezahlbar werden. Die Warenvielfalt auch für wenig Budget ist deutlich größer geworden. Bedürfnisse müssen dementsprechend bei den Konsumenten nicht lange reifen.

Spontane Kaufentscheidungen ermöglichen es ihnen, unmittelbar, das passende Ding für ein Bedürfnis zu erwerben. Durch die Präsenz der Medien und die Möglichkeiten des Internets, mit den allwissenden Suchmaschinen, die zu jeder Sekunde zur Verfügung stehen, wird die Schwelle des Erwerbs noch einmal deutlich gesenkt. Dies führt dazu, dass fast jedes temporäre Bedürfnis mit einem „Hilfsmittel“ befriedigt werden kann. Infolgedessen haben viele Menschen sich angewöhnt, situative Identitätsstörungen mit Dingen zu kompensieren.

So kann ein Mangel an Autonomieempfindungen an sich schon zum Kauf bewegen (z.B. am Ende eines stressigen Arbeitstages). Wieso kann „Kaufen“ eine Antwort auf fehlende Selbstverwirklichung sein? Mit dem Käuferlebnis tut die Person etwas für sich. Sie ist in diesen Zeitraum „selbstbestimmt“. Sie entscheidet, was es wert ist, gekauft zu werden. Sie beruft sich auf ihre Werte und macht sie sich selbst bewusst. In diesen Momenten wird sie demzufolge selbstbewusst. Der Kauf kann daher einen „Ausgleich“ zur Last der Fremdbestimmung darstellen. Eine Sehnsucht nach dem „Selbst“. Ziel dieses Käuferlebnisses ist dann nicht der Erwerb eines Produkts, erst recht nicht der Akt des Geldausgebens, sondern das Erleben des „Selbst“, die innere Mitte, das Lösen der inneren Spannung, der innere Frieden, die Befriedigung:

„Hier kann also eindeutig von einer Kompensationstendenz des Käufers gesprochen werden, der anscheinend nicht in der Lage ist, aus seinen eigenen Tätigkeiten sowie aus eigener Motivation heraus genügend Erlebniswerte zu beziehen, die ihn letztlich ausreichend befriedigen würden.“¹

Ein Mangel an Selbstwertgefühl kann zu Prestigekäufen führen. Wenn die Person ihren Selbstwert nicht erkennt, ist die Anerkennung von außen ein effektives Mittel Selbstwert zu schöpfen. Hierfür wird versucht, mithilfe von Ansehens steigernden Objekten äußere Wertschätzungen zu provozieren oder sie sich zumindest einzubilden.

Je nachdem, ob das Selbstbild der Person von Individualität oder von Zuge-

¹ Funk 2000, S.129.

hörigkeit dominiert ist, wird sie sich Dinge aussuchen, die die Persönlichkeit in ihrer Einzigartigkeit oder der Verbundenheit mit ihrer Zielgruppe bestätigen. Gerade Mode taugt hierbei als Sprache, um sich einzugliedern und abzugrenzen.

Die eingangs beschriebenen Spannungen können sich nach dem Kauf eines Produktes tatsächlich lösen. Nicht umsonst heißt es, das Kaufen glücklich machen kann (Das Label „Kauf dich glücklich“ überspitzt mit dem Namen diesen Mechanismus).

Problem dabei ist, dass der Kauf eines Objektes dem Nutzer kein nachhaltiges „Glück“ beschert. Der Kauf alleine bekräftigt ihn nicht auf Dauer in seinem Autonomieempfinden und auch die Phase, in der er sich mit einem Neukauf äußere Bewunderungen ernten lässt, ist ziemlich schnell vorüber.

Der Kauf und die daraus resultierende Phase der Anerkennung vergewissern dem „Selbst“ nicht dauerhaft seine Fähigkeit und Leistungsstärke.¹ Es ist daher schwierig daraus nachhaltig Selbstwert herauszuschöpfen zu wollen.

Ein nach diesen Motiven erworbenes Objekt taugt mit der Zeit immer weniger für diesen symbolischen Zweck und reiht sich vermutlich irgendwann ein, zu den wenig beachteten Besitztümer.

Von seiner kompensatorischen Kraft entfesselt, kommt es nun auf die anderen Qualitäten des Objekts an. Wird das Objekt wirklich gebraucht? Wie tauglich ist es für seinen Gebrauchszweck? Da sich nun vor allem durch oberflächliche Reize, wie die äußere Erscheinung oder mit dem Objekt assoziierte prestigeträchtige Gelegenheitshandlungen (z.B. Kauf eines Rennrads), effizient Anerkennung erzielen lässt, wird der zur Kompensation verleitete Konsument den persönlich-praktischen Gebrauchswert beim Erwerb nur geringfügig in den Fokus gesetzt haben. Die situative Identitätsstörung beeinflusste seine Kaufsentscheidung. Die Gefahr ist hierdurch größer, dass das Objekt zu einem Schatten vergangener Intentionen (Steigerung des Selbstwertgefühls) wird.

¹ Vgl. Funk 2000, S. 159.

Ressourcenausnutzung in der „Optionsgesellschaft“

Nach diesen Mechanismen legen wir uns Provisorium für Provisorium zu. So bleibt die Industrie immer in Bewegung und „belohnt“ die Gesellschaft mit ihren Provisorien, die als Symbol des Fortschritts in den Haushalten integriert werden. Gerade hieran muss sich etwas ändern!

Ich möchte nicht die Freiheit der Menschen einschränken, aber ich möchte auch nicht, dass die „Freiheit“ der Menschen auf diese uneffiziente Weise (Befriedigung kurzlebiger Bedürfnisse mit wichtigen Ressourcen) ermöglicht wird. Hier beziehe ich mich wieder auf die anfangs skizzierte Ressourcengleichung.

Wenn die tatsächliche Nutzdauer eines faltbootes, einer Platte oder eines Buches so gering ist, dann müssten eben mehrere Menschen davon profitieren können. Das Ressourcenpotenzial ist nicht im Geringsten ausgeschöpft. Laut Schätzungen in einer Studie von Behrens und Behr² werden Bohrmaschinen nur zu 15% ausgenutzt. Gemeint ist damit die Zeitpanne bis das Gerät verschlissen ist. Gerade im Heimwerkbedarf ist die Lebenserwartung der Dinge gegenüber dem Gebrauch überdimensioniert. Es geht aber nicht darum, die Lebenserwartung an die Ausnutzung anzupassen, wie das die bereits erwähnte Obsoleszenzstudie der Industrie unterstellt. Es geht darum, die Ausnutzung an die mögliche Lebenserwartung zu anzupassen. Da niemand zur Nutzung genötigt werden soll, heißt das, die Effizienz lässt sich nur steigern, wenn die Geräte geteilt werden. Es könnten sich also mind. 6 Menschen eine Bohrmaschine teilen, ohne dass es einen Effekt auf die Lebenserwartung der Maschine hätte.

„Eine mechanische Organisation ist oft der provisorische und kostspielige Ersatz für eine effiziente soziale Organisation oder für eine gesunde biologische Adaption.“³

2 Siegfried Behrendt und Frank Behr: Öko-Rent im Bereich ‚Heimwerken, Baueigenleistungen und Gartenpflege‘. Berlin: Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung, 2000. URL: https://www.izt.de/fileadmin/publikationen/IZT_WB41.pdf (zuletzt besucht am: 15.06.2016), S.31

3 Baudrillard 2007, S.159

Hinsichtlich des Besitzverhältnisses wächst allmählich das Bewusstsein, dass Besitz allein nicht glücklich macht. Viele Menschen haben begriffen, dass auch das Teilen ein Akt der Autonomie und Individualität vor allem aber auch der Verbundenheit sein kann. Sie öffnen sich der Sharingeconomy und fangen an sich umzustrukturieren.

Da sich aber nicht alle Dinge auf Grund ihrer Nutzungsintention, zum Teilen eignen, sammeln auch diese Menschen viele Besitztümer an.

Ein gewisser Pool an Besitztümern scheint unausweichlich und ist wohl auch förderlich für die Persönlichkeit. Besitz schafft schließlich Orientierung und ermöglicht Routine, die unsere Aufmerksamkeit entlastet.¹

Er vergrößert den direkten Handlungsspielraum und fördert unter Umständen den Ausbau von Fähigkeiten und Wissen.

Wo zieht man eine Grenze? Vielleicht sollten die Zeitspannen, in denen ein Besitzgut tatsächlich die persönliche Entwicklung fördert, unterschieden werden. Also habe ich einen dauerhaften Nutzen von der Verfügbarkeit eines Objekts oder ist die Nutzung eher sporadisch. Aber was heißt die Förderung der persönlichen Entwicklung überhaupt? Können Objekte die persönliche Entwicklung auch behindern?

¹ Vgl. Csikszentmihalyi/
Rochberg-Halton 1989,
S.196f.

Theorien zur Selbstökonomie

Hierzu nimmt Lois Ferdinand Funk ausführlich in seinem Buch „Hypertrophiertes Design und Konsumverhalten“ Stellung und bezieht sich dabei auf das Werk von Csikszentmihalyi/ Rochberg-Halton. Kern der Forderungen von Funk ist die Annahme, dass der Mensch einer natürlichen Energie- und Aufmerksamkeitsbegrenzung unterliegt. Demnach müsse der Mensch bedacht mit den eigenen Energieressourcen haushalten. Objekte binden sowohl Aufmerksamkeit als auch Energie. Je höher die Aufmerksamkeit, desto höher ist die investierte Energie. Objekte taugen aber auch dazu, Energien wieder frei-

zusetzen. Dies geschieht im Moment einer Zielerreichung. Steckt der Mensch also seine Aufmerksamkeit und Energie in eine Handlung, die zu keinem Ziel führt, die ihm kein verwertbares gewinnbringendes Feedback gibt, verpufft diese Energie. Ein „gewinnbringendes“ Feedback hingegen spornt an und setzt Energien frei. Laut Funk sind viele Objekte aber so konzipiert, dass sie zwar Aufmerksamkeit erheischen, aber keine gewinnbringende Entwicklung im Sinne eines „Kultivationsprozesses“ fördern.²

² Vgl. Funk 2000, S.63-69

Der angesprochene „Kultivationsprozess“ bedeutet laut Csikszentmihalyi / Rochberg-Halton, die Ausbildung einer eigenständigen Persönlichkeit, die gemäß eigener Ziele handelt und nicht vornehmlich durch Ursachen gelenkt wird.³

Nimmt man diesen Kultivationsbegriff und setzt ihn als Prämisse für den eigenen Besitz, sollten demnach nur noch Objekte übrig bleiben, die das Handeln nach eigenen Maßstäben in den Vordergrund rücken. Objekte, die der Person in gewisser Weise Intentionen aufzwingen, also Handlungen verursachen, die nicht Motiv der Persönlichkeitsentfaltung sind, wären somit auszusortieren.

³ Vgl. Csikszentmihalyi / Rochberg-Halton 1989, S.23

„Anstatt psychische Aktivität freizusetzen, bindet die Dingwelt diese Energien für nutzlose Aufgaben. Das vormalige Werkzeug verwandelt seinen Herrn in seinen Sklaven.“⁴

⁴ Ebenda, S.69

Das Duo bezieht sich hierbei auch auf die Energien, die durch die „Anschaffung und den Unterhalt“ von Dingen gebunden werden.⁵

Auch hier klingt auf rationaler Ebene eine Kosten-Nutzen-Gleichung an: Dinge, die es wert sind Energien investieren, werden verwendet.

⁵ Vgl. Ebenda, S.69

Resultat des Kosten-Nutzen-Denken

Wann „rentiert“ es sich also, ein Ding zu besitzen?

Schließlich bindet der Besitz Geld (Arbeitszeit) und Zeit für die Beschaffung, den Transport, die Pflege, den Unterhalt, die Versicherung und die Entsorgung.¹

Für diesen Kosten-Nutzen-Abgleich muss man sich die Kosten des Leihens, Mietens oder temporären Besitzens gegenüber denen des dauerhaften Besitzens vor Augen führen:

Das „Sharing“ bindet Zeit für die Beschaffung (informieren, selektieren) und für den Hin- und Rücktransport. Der Beschaffungs- und Transportaufwand gegenüber dem Nutzen sind meist deutlich höher, als im Fall des dauerhaften Besitzens.

Dauerhafter Besitz auf der anderen Seite bindet nicht nur viel mehr Zeit für die Pflege, für den Unterhalt und für die Geldbeschaffung, sondern lenkt schlimmstenfalls „ungenutzte“ Aufmerksamkeit auf sich.

Als Reaktion auf das Ausmaß dieser Schattenseiten von Besitz werden die Dinge daher oft erst dann gekauft, wenn sie besonders preiswert sind, werden, nachdem sie direkt in das Haus geliefert wurden, so verstaut, dass sie sich unserem Blickfeld entziehen (Schrank, Keller, Schuppen, etc.), werden nicht gepflegt und werden aussortiert anstatt sie zu reparieren. Die Minimierung von Beschaffungs-, Erhaltungs- und Entsorgungsaufwand scheint die einzig mögliche Strategie zu sein, um trotz des ausufernden Besitzes, Herr der eigenen Zeit und Aufmerksamkeit (Selbstautonomie) zu bleiben. Im Sinne der Zeitökonomie wird die Beziehung zum Objekt auf das reduziert, was wesentlich erscheint: der Nutzen.

Eine so konsequent auf die Nutzungseffizienz ausgerichteten Umgang mit den Dingen, erzeugt schlechte Voraussetzungen für meinen „Sharing-“ und „Caring“-Ansatz.

1 Vgl. Grund, Moritz: Einhundert: Der Designer und die Dinge - Ein Selbstversuch. Niggli Verlag, 2012, S.69.

Aber kann die Wechselbeziehung zwischen Mensch und Objekt wirklich so einseitig sein, ohne sich für den Besitzenden negativ auszuwirken?

Wahrnehmung nach Csikszentmihalyi/ Rochberg-Halton

Ein Indiz dafür, dass sich eine Geringschätzung von Dingen auch auf die Nutzerfreude niederschlägt, ist die Wahrnehmungsintensität. Da die Dinge im Einzelnen vom Besitzer weniger Aufmerksamkeit bekommen, können die Dinge unter Umständen in ihrer Fülle an Merkmalen nicht allumfassend erkannt werden. Dies ist vor allem von der Komplexität des Gegenstandes abhängig (Bsp.: Musikinstrument ²). Daraus kann resultieren, dass dem Besitzer wesentliche Merkmale entgehen, die ihm zu besseren Ergebnissen verhelfen könnten oder weitere Handlungsmöglichkeiten offenbaren würden.

² vgl. Oerter 1993, S. 255.

„Je weniger wir mit ihnen zu tun haben, desto weniger wissen wir über ihren Nutzen, nichts über die wirkliche Entlastung von Mühsal, die sie uns einbringen, nichts über ihre soziale Bedeutung, nichts über ihre symbolische Kraft, ihre Gestik, nichts über sie als Träger des kulturellen Gedächtnisses: [...]“³

³ Gronemeyer 2002, S.177.

Schlimmstenfalls verwehrt ihm die geringe Auseinandersetzung sogar die eigentliche Beherrschung des Objektes. So beherrschen Spülmaschinen und Drucker nicht selten ihren Nutzer und nicht umgekehrt. Die Wahrnehmung bleibt an den vordergründigen Elementen haften.

So kommt es, dass der Nutzer nicht zu den wesentlichen, qualitativen Unterschieden hochwertiger Produkte vordringen kann. Sein Qualitätsanspruch ist seiner geringfügigen Wahrnehmung geschuldet. Da sich die eigentliche Qualität eines Produktes für ihn nicht offenbart bzw. er aus Mangel an Anspruch über einen Gegenstand verfügt, der eben diese Qualitäten nicht besitzt, verschlechtern sich die Voraussetzungen für eine intensive, freudvolle Nutzung.

Auch die Wahrnehmung des mit dem Objekt erreichten Ziels bleibt oberflächlich (Licht ist Licht, Brot ist Brot, Film ist Film). Dementsprechend entgeht dem Nutzer ein wesentlicher Teil an möglichen neuen Umwelterfahrungen, die seine Wahrnehmung und sein Urteilsvermögen auch in anderen Lebensbereichen verfeinern könnten oder ihn zur Ausreizung von neuen Fertigkeiten motivieren könnten.¹

„Wahrscheinlicher ist also, dass daheim ausgebildete transaktionale Gewohnheiten auch auf andere Situationen generalisiert werden; die Art und Weise, in der man das Eingehen auf die Dinge im Heim erlernt, dürfte entscheidende Auswirkungen auf das psychische Wachsen und Werden der Person haben.“²

Csikszentmihalyi und Rochberg-Halton gliedern die Informationsverarbeitung in zwei Kategorien: Das Wahrnehmen und das Wiedererkennen. (Oerter nennt hierfür das Begriffspaar „Akkomodation“ entsprechend dem Wahrnehmen und „Assimilation“ entsprechend dem Wiedererkennen³)

Das Wahrnehmen ist die offene, kritische Betrachtung von Situationen oder Objekten. Sie öffnet sich einer Veränderung der Denkprozesse. Aus ihr ergeben sich dem Betrachter neue Erkenntnisse über seine Umwelt und über sich selbst.

Das Wiedererkennen ist das Zurückführen von Informationen in bestehende Denkmuster. Sie bekräftigen Vorurteile, Werte und Handlungsabsichten. Aus dieser Aufspaltung wird ersichtlich, dass das Wahrnehmen Entwicklung fördert und das Wiedererkennen Stabilität, Kontinuität und Orientierung. Auch Wahrnehmung bezieht bereits existierende Denkprozesse mit ein, ist aber die tiefere Betrachtungsebene. Sie lässt sich prinzipiell auf alle Objekte anwenden (vom „Einfachsten“ bis zum „Außergewöhnlichen“). Kunst als „Verdichtung von Erfahrung in symbolischer Form“ eigne sich aber besonders dafür.⁴

¹ Vgl. Csikszentmihalyi/Rochberg-Halton 1989, S.188

² Ebenda, S.191

³ Vgl. Oerter 1993, S. 256ff.

⁴ Vgl. Csikszentmihalyi/Rochberg-Halton 1989, S.188-193

Oerter setzt diese beiden Prozesse in eine zeitliche Reihenfolge:

„Vorhandene einfachste [...] Schemata sorgen zunächst für die Einordnung (Assimilation) [...] werden aber laufend modifiziert und den externen [...] Strukturen mehr und mehr angepasst (Akkommodation).“⁵

⁵ Oerter 1993,
S. 258

Es liegt daher nahe, dass eine intensivere Auseinandersetzung (wie häufiger Gebrauch) mit Objekten die Akkommodation (Wahrnehmungsveränderungen) fördert.

Dennoch muss an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass zeitliche Kontinuität einer Objektbeziehung nicht gleichzeitig ein Garant dafür ist, dass eine ästhetische Erfahrung im Sinne tiefgründigen Wahrnehmens gemacht wird. Letzten Endes ist diese Art der Empfänglichkeit stark von Personen abhängig.⁶

⁶ Vgl. Csikszentmihalyi/
Rochberg-Halton 1989,
S. 195

Beziehungen und Nähe

Die zuvor genannten Einstellungen zu den Objekten kennzeichnen zwei Extreme: Das eine erhebt die Objekte zu Symbolen für Freiheit und Autonomie, das andere erniedrigt die Objekte zu verfügbaren Sklaven.

Die in diesem Kapitel beschriebenen Tendenzen haben eines gemeinsam: Sie folgen dem Irrtum der Aneignung durch Besitz. Besitzen alleine hat für die Persönlichkeitsentwicklung jedoch keine nachhaltigen Auswirkungen. Die Persönlichkeit und mithin das Selbstwertgefühl wachsen erst in der Interaktion mit den Objekten.⁷

Solange ein Ding nicht mit dem „Selbst“ in Berührung kommt, kann ein Ding das „Selbst“ auch nicht stimulieren.

Meine Vermutung ist: Je mehr von dem „Selbst“ in das Objekt getragen wird, desto mehr projiziert das Feedback der damit ausgeführten Handlung wieder

⁷ Vgl. Csikszentmihalyi/
Rochberg-Halton 1989,
S. 185

zurück in das „Selbst“. Das heißt: Je mehr ich von meinem Selbst, meinen Fähigkeiten und meinem Weltbild, als Summe meiner Erfahrungen, in eine Handlung einbringe, umso größer ist die Chance, dass das Ergebnis dieser Handlung mein Selbst und mein Weltbild beeinflusst.

Kinder experimentieren häufiger als Erwachsene. Ein Experiment ist ein Ereignis mit unklarem Ergebnis. Der Ausgang eines Experimentes ist automatisch eine neue Erfahrung. Je unerwarteter und je eindeutiger das Ergebnis ist, desto klarer ist die Erkenntnis. Erwachsene können viele Handlungsergebnisse antizipieren, da sie aufgrund der Mustererkennung ihre bisherige Erfahrung nutzen können, um Vorhersagen treffen zu können. So entstehen auch Vorurteile. Vieles, was ein Kind noch reizt, ist für Erwachsene nicht mehr überraschend.

Da viele Handlungen im Alltag nicht mehr diesen Reiz ausstrahlen, ist es schwerer, eine Bindung (Objekt – Selbst) herzustellen. Aber auch investierte Zeit, investierte Kraft, investierte Aufmerksamkeit, investierte Sicherheit, investierte Freiheit, investierter Mut,... stärken die Bindung. Ob das Resultat der Handlung meinen Intentionen entspricht oder nicht, beeinflusst nur meine Einstellung zum Objekt (Liebe, Hass). Die Tiefe der Bindung entscheidet jedoch die Investition.

Gestaltungbare Faktoren

Gestaltbarkeit

Wie schaffe ich als Gestalter gute Voraussetzungen für eine innige und langanhaltende Produkt-Mensch-Beziehung, die der psychischen Abnutzung trotz?

Die richtige Emotionalisierung

Norman betont in seinem Buch „Emotional Design“ die Rolle der Emotionen für die Objektbeziehung. Die hier aufgeführten Untersuchungen ergaben, dass Emotionen einen Einfluss darauf haben, wie Menschen Aufgaben lösen und wie das kognitive System arbeitet.¹ Die Emotionen sind stark mit der Kognition verbunden. Sie bilden den wesentlichen Teil des Beurteilungsprozesses. Positive Emotionen erleichtern diese Prozesse. Sie beeinflussen die Lernfähigkeit, die Neugier und die Kreativität.² Demnach sind glückliche Menschen effektiver in der Suche nach Alternativen und toleranter gegenüber kleineren Schwierigkeiten.³

Studien des israelischen Wissenschaftlers Noam Tractinsky zeigen, dass hohe Attraktivität zu einer besseren, produktiveren Interaktion führen kann. Demnach besteht eine Korrelation zwischen Ästhetik und Benutzerfreundlichkeit.⁴ Diese Erkenntnisse könnten ein Indiz dafür sein, dass ein hoher Emotionsgehalt, die Leistung der Handlungsausführung verbessert und die Zwecktauglichkeit eines Produkts stärkt.

Für die emotionale Beurteilung von Objekten clustert Norman die Wahrnehmungsverarbeitung in drei Ebenen.

¹ Vgl. Norman 2005, S.18.

² Vgl. Ebenda, S.19.

³ Vgl. Ebenda, S.20.

³ Vgl. Ebenda, S.17f.

Alle drei Ebenen haben einen Einfluss auf die persönliche emotionale Beurteilung eines Produkts und stellen unterschiedliche Ansprüche an die Gestaltung:

Viszerale Bewertung

Die viszerale Ebene ist die Verarbeitung der reinen Erscheinung mit allen Sinnen.¹ Sie ist die Ebene der Routine, die die Welt mit der eigenen Erfahrung abgleicht und automatisierte Reaktionen initiiert. Sie nimmt uns bewusste Entscheidungen ab und ist demzufolge unbewusst.²

1 Vgl. Ebenda, S.5.

Die viszerale Ebene liefert den ersten Eindruck, die Erscheinung, die Haptik, die Atmosphäre.³ Auf viszeraler Ebene sind auch evolutionsbedingte Prägungen verankert.

2 Vgl. Ebenda, S.23.

Verhaltensorientierte Bewertung

Die verhaltensorientierte Ebene untersucht die Funktion, die Funktionstüchtigkeit und die Art und Weise des Gebrauchs. Diese wird, ebenso wie die viszerale Ebene, unterbewusst verarbeitet und tritt als Affekt in Erscheinung, der weder ins Bewusstsein gelangt, noch vom Subjekt interpretiert wird. (vgl. S.37)

3 Vgl. Ebenda, S.37.

Reflektive Bewertung

Nur die reflektive Ebene bringt Emotionen, Gefühle und Gedanken in das Bewusstsein. Nur die auf dieser Ebene wahrgenommenen Informationen können interpretiert, analysiert und verstanden werden. Sie ist in der Lage, die anderen Ebenen zu überlagern. Sie ist zudem die am einfachsten zu beeindruckende der drei Ebenen. Sie wird durch Kultur, Erfahrungen, Bildung und individuelle Unterschiede geprägt.⁴

4 Vgl. Ebenda, S.38.

Die Aspekte vermischen sich in jedem Objekt und können unterschiedlich gewichtet sein. Die Frage nach einer allgemeingültigen Balancierung dieser drei Aspekte lässt Norman offen. Vielmehr weist er darauf hin, dass es unmöglich sei, mit einem einzelnen Produkt jede Persönlichkeit zufrieden zu stellen. Jedoch schreibt Norman der reflektiven Ebene am meisten Bedeutung zu. Sie bildet die besten Voraussetzungen für eine langanhaltende Bindung. Hier werden das Selbstbild, die allgemeine Einstellung zu dem Produkt und die Erinnerungen gespeichert.⁵

⁵ Vgl. Ebenda, S.39.

Schönheit und emotionale Bindung

Wie bereits erwähnt, ergaben Studien einen Zusammenhang zwischen Attraktivität und Gebrauch.

Hierbei wurden Menschen bei der Arbeit mit unterschiedlich attraktiven Softwaresystemen beobachtet. Das attraktive Softwaresystem ergab dabei die besten Resultate.

Laut Norman sind aber die dabei ausgelösten Wirkungen auf die emotionale Befindlichkeit der ausschlaggebende Punkt.⁶

⁶ Vgl. Ebenda, S.17f.

Csikszentmihalyi und Rochberg-Halton hingegen weisen einer vordergründigen Schönheit, die von den wesentlichen Funktionen eines Objektes ablenken, einen negativen Effekt zu:

„Entfremdet ist sie, weil letzten Endes nicht wirklich das Objekt konsumiert wird, sondern lediglich die Aufmerksamkeit des Konsumierenden.“⁷

⁷ Csikszentmihalyi/
Rochberg-Halton 1989,
S.197

Allerdings scheint damit nicht allgemein Schönheit gemeint zu sein, sondern vielmehr die Nutzung von Produkten, die einen starken visuellen Reiz ausstrahlen. Der Nutzer gibt sich demnach mit der oberflächlichen Betrachtung zu-

frieden, was das „Flow-Erleben“ erschwere. (Zum „Flow-Erleben“ komme ich später) Das Sich-selbst-vergessen sei schließlich ein wesentlicher Bestandteil des „Flows“. Da diese überbetonte Reizausstrahlung aber immer wieder die Aufmerksamkeit des Nutzers auf sich lenke, komme dieser nicht in den Handlungsfluss.¹

Laut Norman ist „Attraktivität“ nicht gleichzusetzen mit der „Schönheit“. Attraktivität sei aufgrund evolutionärer Vorprägungen auf bestimmte Merkmale zurückzuführen, die in der Menschheitsentwicklung für Sicherheit und Geborgenheit standen. Hier zu nennen sind: warme, angenehm beleuchtete Orte; helle, gesättigte Töne; symmetrische Objekte; runde, geschwungene Objekteigenschaften.² Diese Eigenschaften könnten demnach unterbewusste Zustimmung erzeugen. Diese Form von Attraktivität sei somit der viszeralen Verarbeitungsebene zuzuordnen.

Die persönlich empfundene „Schönheit“, die auch unseren Geschmack widerspiegelt, wird jedoch reflektiv gebildet. Sie ist das Zusammenspiel bewusster Reflexionen und Erfahrungen, beeinflusst von Wissen, Erlerntem und Kultur.³

Da die reflektive Ebene in der Lage ist, Vorprägungen zu überlagern, (z.B. indem bitterer Geschmack nicht mehr automatisch der Fäulnis zugeordnet wird, sondern auch kulturell erzeugt werden kann) spielt der kulturelle Faktor bei der Bewertung von Schönheit die entscheidende Rolle.⁴

„Schönheit“ unterliegt somit einem gewissen zeitlichen Einfluss, da sich mit der Kultur auch die „Geschmäcker“ verändern.

Demzufolge ordnet Norman der „Schönheit“ eine untergeordnete Rolle für eine langanhaltende emotionale Beziehung zu.

Dinge, mit denen sich eine Person auf Dauer identifiziert, haben vermutlich einen starken Einfluss auf eine oder mehrere der von Habermas beschriebenen Identitätsdimensionen. Die Einordnung von Attraktivität in dieses Schema fällt schwer. Man könnte sich zwar anhand der äußeren Erscheinung zu

1 Vgl. Funk 2000, S.128.

2 Vgl. Norman 2005, S.29.

3 Vgl. Ebenda, S.87.

4 Vgl. Ebenda, S.30-33.

5 Vgl. Ebenda, S.87.

einem bestimmten Menschenkreis oder zur Kultur im Allgemeinen verbunden fühlen bzw. sich im gleichen Maße von ihnen abgrenzen, um sich seiner Einzigartigkeit zu vergewissern. Hierbei geht es aber vorrangig um die Symbolik. Schließlich könnte ebenso gut ein „hässliches“ Objekt diese Funktion erfüllen.⁵

Gebrauch /Flow

6 Brock 1995, S.27.

Die Aneignung eines Produkts ist laut Bazon Brock maßgeblich vom Gebrauch abhängig.⁶ Erst durch die aktive Wechselwirkung, also physischen oder psychischen Gebrauch, gewinnt ein Objekt an Bedeutung. Welche Rolle spielt dabei nun der Gebrauchsnutzen?

Der Gebrauchsnutzen ist, wie beschrieben, von der Relevanz des Nutzens abhängig. Welche Dinge wir als relevant erachten, entscheiden unsere Handlungsintentionen (physische oder psychische Handlungen sind möglich). Welche Handlungen wir als erstrebenswert erachten und auch tatsächlich ausführen, hängt von zahlreichen Faktoren ab, die zu einem erheblichen Maße kulturell und sozial geprägt sind. Wandelt sich also die Kultur und mit ihr die Handlungsintentionen und -anforderungen, wird der Gebrauchsnutzen obsolet. Auch das mit der Nutzung verbundene Gefühl der Autonomie verblasst dann zunehmend. Dahingehend kann der Gebrauchsnutzen an sich auch keine Garantie für eine intensive Verbundenheit sein.

Trotzdem kann der, zumindest zeitlich gegebene Gebrauchsnutzen, eine nachhaltige Wirkung auf das Identitätsgefühl unterstützen.

Wirkt der Gebrauch in einem erheblichen Maße auf das Autonomieempfinden ein, könnte dies die Bindung zum Objekt maßgeblich steigern.

Ein Indiz dafür liefert die „Flow-Theorie“ von Csikszentmihalyi und Rochberg-Halton.

Der „Flow“ ist ein transaktionaler Prozess, der die gesamte Aufmerksamkeit (psychische Energie) auf den Gegenstand der Handlung bündelt. Er ist gekennzeichnet durch die Verdrängung jeden Zeit- und Ich-Gefühls zu Gunsten der Konzentration.¹

Die Handlung folgt einer eigenen inneren Motivation und wirkt an sich, abgesehen von der Zielerfüllung, als belohnend. Der Nutzer bekommt das Gefühl, dass das Ergebnis dieser Handlung allein von ihm abhängt. Laut Habermas werden hier die vierte bis sechste Identitätsdimension (Autonomie, Selbstwert und Körpergefühl) besonders stimuliert.²

Daraus lässt sich schlussfolgern, dass diese besondere Art von Handlung bei dem Nutzer einen hohen emotionalen Eindruck hinterlässt und die Beziehung zum Objekt möglicherweise intensivieren kann.

Welche Objekteigenschaften für das Eintreten einer „Flow-Erfahrung“ förderlich sind, lässt sich aus den Voraussetzungen des „Flows“ ablesen.

Der Flow tritt ein, wenn der Leistungsanspruch einer Aufgabe in etwa mittig zwischen Unterforderung und Überforderung liegt. Langeweile kennzeichnet extreme Unterforderung, Angst kann Ausdruck für extremer Überforderung sein. Der „Flow“ hingegen wird als motivierend und „freudvoll“ empfunden.³

Die Schwierigkeit ist tendenziell leicht oberhalb der eigenen Fähigkeiten angesiedelt, sodass sie als herausfordernd und lösbar wahrgenommen wird.⁴

Nach Habermas *„zeichnet sich die Aufgabe durch eine klare Struktur, die Tätigkeit durch klare Ziele, die Interaktion durch eine eindeutige Rückmeldung über den Erfolg der eigenen Handlungen aus.“*⁵

Nach der Betrachtung dieser Merkmale ist davon auszugehen, dass bestimmte Gebrauchseigenschaften von Gegenständen für das Eintreten von „Flow-Ereignissen“ dienlich sind.

Gerade Klarheit und die Wiedergabe eines Feedbacks sind zwei Punkte, die sich bei der Gestaltung berücksichtigen lassen. Wie bereits beschrieben, sollte sich die Formsprache der Funktion unterordnen, damit Aufgaben und Parameter der Handlung gut lesbar sind.

1 Vgl. Csikszentmihalyi/Rochberg-Halton 1989, S.198.

2 Vgl. Habermas 1996, S.86ff.

3 Vgl. Csikszentmihalyi/Rochberg-Halton 1989, S.197.

4 Vgl. Habermas 1996, S.87.

5 Ebenda, S.87.

Ähnliches lässt sich auch aus den vier Kriterien schließen, die Norman in Hinblick auf gutes Gebrauchsgüterdesign nennt: Funktion, Verständlichkeit, Bedienbarkeit und physisches Spüren.⁶

⁶ Vgl. Norman 2005, S.70.

Diese Prämissen dürften jedem Designer geläufig sein. Wie aber der Nutzer durch einen ausbalancierten Schwierigkeitsgrad zum „Flow-Erleben“ kommt, ist auf Dauer nicht ganz leicht, da mit der Anzahl der Handlungswiederholungen die Objektbeherrschung steigt und wahrgenommene Herausforderung sinkt. Vor allem alltägliche Gebrauchsgegenstände sind besonders leicht zu bedienen. Sie fördern routiniertes Handeln und stehen nur selten bewusst im Fokus. Dies erscheint wichtig: Die Objekte im heimischen Raum sollen sich zurücknehmen und einen Ort des Vertrauens schaffen, der dem Besitzer ermöglicht, sich von der Überreizung der Außenwelt zu erholen.⁷

⁷ Vgl. Csikszentmihalyi/Rochberg-Halton 1989, S.196f.

Dennoch könnten Objekte dem Nutzer offen lassen, wie sehr er die Ansprüche an der zu vollziehenden Handlung steigert. Ein Musikinstrument ist ein gutes Beispiel dafür. Am Anfang überwiegt die Überforderung, was das „Flow-Erleben“ erschwert. Doch mit dem Grad der Beherrschung eröffnen sich dem Nutzer immer mehr Möglichkeiten, sich in kleineren Herausforderungen weiterzuentwickeln und immer wieder in den „Flow“ zu kommen.

Aber auch eine Espressomaschine kann zum „Expertentum“ anregen. Der richtige Espresso ist von vielen Parametern abhängig, die nach und nach vom Nutzer wahrgenommen und verfeinert werden könnten. Der Nutzer könnte versuchen, Parameter zu verändern, um den für ihn optimalen Espresso zu kochen. Diese Art von Vertiefung, also die Konzentration auf Nuancen bei der Zubereitung, könnte einem „Flow-Erlebnis“ nahe kommen.

Zudem könnte diese Beziehung zu einer längerfristigen Verschmelzung mit dem Produkt führen, da der Nutzer sich solch ein Produkt spezifisches Wissen aneignet, dass er den „besten“ Espresso nur mit dieser einen Espressomaschine hinbekommt.

Demnach kann es aus Sicht des Gestalters sinnvoll sein, die Nutzung eines Objekts nicht zu sehr vorzudefinieren. Hat der Nutzer das Gefühl, dass das

Ergebnis seiner Handlung auch von seiner Hingabe abhängig ist, ermöglicht es ihm, Autonomie, Selbstwert oder sogar ein Gefühl der Individualität aus dem Gebrauch des Produktes zu ziehen.

„Wenn man auf die Gegenstände nur in ihrem höchsten Fertigungsgrad treffen kann, dann ist jedes Herumprobieren, jedes Spiel mit ihren Möglichkeiten unterbunden. Ihre Möglichkeiten und ihre Wirklichkeit sind identisch. Weder können sich an ihnen die Fähigkeiten erproben, noch die Erfahrungen bereichern, noch kann sich die Phantasie ins Spiel bringen.“¹

Ein gewisser Grad an Offenheit fördert eine vom Nutzer ausgehende Kultivierung, die die Beziehung nachhaltig stärkt (Bsp.: Skateboard, Bälle). Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass im Sinne der Zeitökonomie die Gegenstände die Zeit und Aufmerksamkeit nicht verlangen dürfen. Sie müssen dem Nutzer die Möglichkeit bieten, durch „Wahrnehmen“ (im Sinne von Csikszentmihalyi und Rochberg-Halton) zu reifen, aber gleichzeitig auch routiniertes, unaufmerksames Handeln zulassen.

¹ Gronemeyer 2002, S.177.

Symbolische Bindung

Entscheidender als Schönheit und Gebrauchsnutzen sind laut Norman die zurückliegenden Wechselwirkungen, die mit dem Produkt verknüpften Assoziationen und die geweckten Erinnerungen.² Entscheidend ist also, was der Mensch mit einem Gegenstand auf Dauer verknüpft. Dieser symbolische Wert kann dazu führen, dass er toleranter gegenüber den Gebrauchseigenschaften des Gegenstandes wird, da die symbolische Bedeutung durch andere Objekte nicht zu ersetzen ist. Dieser Fakt könnte die Nutzdauer des Objektes deutlich verlängern.

² Vgl. Norman 2005, S.46.

Sicher: Ist die Differenz zwischen Handlungsanspruch und Zweckdienlichkeit zu groß, wird auch ein symbolisches Objekt ersetzt. Wahrscheinlicher ist in diesem Fall, dass der Nutzer das Objekt trotzdem behält, um noch von der symbolischen Wirkung zu profitieren. Aus ressourceneffizienter Betrachtung wäre dieses Szenario nicht anzustreben, da schlussendlich niemand das Objekt real nutzen würde und Ressourcen im Keller des Besitzers verstauben würden. Ein entscheidendes Kriterium für ein „Caring-Produkt“ wäre also auch eine dauerhafte Gebrauchstauglichkeit.

Worauf kann sich die Symbolik dauerhaft beziehen?

Die symbolischen Zuweisungen im Detail können sehr vielseitig sein. In „Be-dingte Emotionen“ werden von Haubl verschiedene Assoziation, die auf Dinge projiziert werden können, genannt:

Anstrengung
Leistung
Fähigkeit
Lebensabschnitt
Zusammengehörigkeit und Verbundenheit
Andenken
Dankbarkeit
Verlusterfahrungen
Erbe

³ Vgl. Haubl 2000, S.27-30.

Ein Aspekt, der häufig in Zusammenhang mit der persönlichen Bedeutung von Objekten genannt wird, ist der investierte Aufwand.

⁴ Ebenda 27f.

„[D]urch den Aufwand an physischer, wirtschaftlicher, geistiger, emotioneller oder anderer Energie, die ich in sie investiere und die gewissermaßen in ihnen akkumuliert ist.“⁴

Dinge können durch die eigene Investition erheblich an Bedeutung gewinnen. Die Bedingung hierfür ist, dass sich die Investition im Nachhinein als lohnenswert herausstellt. Im Gegenzug wird das Objekt nicht nur Symbol für die eigene Leistung, Fähigkeit oder Anstrengung als Aspekte der eigenen Autonomie, sondern auch zum Symbol der eigenen Wertschätzung und des eigenen Willens.

Auch Marianne Gronemeyer sieht einen ähnlichen Zusammenhang:

„Das heißt aber auch, dass jemand, der Zeit, Aufmerksamkeit, Phantasie, und Kraft an einen Gegenstand gewendet hat, sich nicht leicht verführen lässt, ihn um einer Mode [...] willen gegen einen anderen zu tauschen. [...] Dass er das Glück dieser zwischen ihm und dem Gegenstand gewobenen Beziehung erfährt, macht ihn resistent gegen die Glücksversprechen, die dem Schund aus der Massenfertigung beigegeben werden.“¹

Viele Objekte sind genau andersherum konzipiert. Sie nehmen Arbeit ab, um den Nutzer im Fluss zu halten. Dadurch entstehen aber auch austauschbare Beziehungen.

Uli Burchardt vergleicht die Beziehung zu den Dingen mit menschlichen Beziehungen. Beziehungen verschlechtern sich, wenn eine Person mehr nimmt, als sie gibt und intensivieren sich, wenn eine Person in „Vorleistung“ geht. Auch aus seiner Sicht zahlt sich das Investieren von Zeit und Aufmerksamkeit aus.² Zudem setzt er den Produktwert mit dem Selbstwert gleich.³

¹ Gronemeyer, S.170f.

² Vgl. Burchardt, Uli: Ausgezeit - Wertvoller ist besser: Das Manufactum-Prinzip. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2012, S.158f.

³ Vgl. Ebenda, S.167

Anwendbarkeit

Rückschlüsse und Strategien

Aus der theoretischen Auseinandersetzung entstand ein grundsätzliches Verständnis für die Mensch-Objekt-Beziehung und es ergaben sich für mich verschiedene Ansätze, die sich zu einem umfassenden Konzept vereinen lassen. Ich habe gelernt, dass die Wechselwirkung des Objekts mit dem Selbst einen erheblichen Einfluss auf die Beziehung hat. Demnach sollten „Caring-Produkte“ auch die Motive der menschlichen Identität beherzigen.

Ziel eines „Caring-Produktes“ sollte es sein, eine Brücke zwischen Kontinuität und Entwicklung zu schlagen. Dem Nutzer sollte bewusst werden, dass das jeweilige „Caring-Produkt“ für eine lange Zeitspanne gedacht ist und somit als Erinnerungsstück taugt. Er soll in der Lage sein, die Verschleiß-Komponenten innerhalb eines akzeptablen Maßes an Zeit und Aufmerksamkeit zu reparieren oder auszutauschen.

Trotzdem soll er sich von der Entscheidung für ein Produkt nicht eingeengt fühlen. Das Produkt muss in der Lage sein, auf verschiedene Lebens- und Identitätsphasen Antworten zu liefern oder schlichtweg mit ihnen kompatibel zu sein. Je weniger speziell ein Produkt gestaltet ist, desto kompatibler ist es auf Dauer, ohne verändert werden zu müssen (Minimalismus gleich Zeitlosigkeit). Auch das Entwicklungspotenzial muss dem Nutzer bewusst gemacht werden, ohne ihn zu einem fortwährenden Individualisierungs- und Aktualisierungsdrang zu motivieren, der dazu führen würde, dass immer wieder neue Komponenten dem Produktsystem hinzugefügt würden und Ressourcen unnötig verschwendet werden würden. Schließlich soll kein übertriebenes Geltungsbewusstsein seitens des Nutzers provoziert werden.

Nichtsdestotrotz sollte der Produktgebrauch keinen Kompromiss darstellen. Die Funktionstauglichkeit sollte also mit denen neuer Produkte mithalten können. In Produktkategorien mit hohem Entwicklungspotenzial empfiehlt sich daher ein modularer Aufbau. Er kann das Produktleben deutlich verlängern. Der Nutzer sollte aber trotz Aktualisierungen immer noch das Wesen des

Der Nutzer sollte zudem die Art und Weise des Gebrauchs auf seine eigene Person beziehen können. Das Objekt sollte nach Möglichkeit so offen gestaltet sein, dass entweder die Handlung kultiviert werden kann oder der Handlungskontext immer wieder neue Ergebnisse erzielt. So könnte der Mensch in seinem Autonomieempfinden gestärkt werden und das Objekt mit seinem Selbstwert verknüpfen. Auch „Flow-Erfahrungen“ wären trotz routiniertem Gebrauch immer wieder möglich. Gemeint ist aber nicht, die Dinge gezielt mit multifunktionalen Elementen auszustatten. Der Nutzer sollte das Gefühl haben, die Art der Nutzung sei durch eigene Intentionen bestimmt. Vorgegebene Multifunktionalität wirkt hingegen erzwungen. Zu viele Elemente werden nicht benutzt und müssen irgendwo verstaut werden. Darunter leidet auch die wahrgenommene Kompaktheit eines Produktes. Daher bevorzuge ich offene, manipulierbare Systeme. Der Nutzer soll nicht nur über die Art und Weise der Nutzung herrschen, sondern das Objekt selber beherrschen. Das heißt, er soll sich das Wissen und die Fähigkeiten aneignen, das Objekt zu begreifen und bewusst zu modifizieren. Er sollte auch auf Dauer in der Lage sein, die Ansprüche des Objektes an Gebrauch und Pflege wahrzunehmen und Reparaturen durchzuführen. Hier ist enorm viel Potenzial für die Gestaltung vorhanden. Aus der Beherrschung, also dem Gefühl der Kontrolle, erwächst auch ein stärkendes Gefühl für den Nutzer.

Das muss nicht heißen, dass er jeden Schritt der Reparatur und Instandsetzung selber durchführen muss. Er könnte auch mit anderen in Kontakt treten und gemeinsam versuchen, den Zustand seines Objektes zu verbessern.

Hierfür bieten Communities im Internet eine gute Möglichkeit. Sie stellen eine Plattform da, um Probleme auszutauschen, zu bereinigen, aber auch, um sich gegenseitig zu inspirieren. Die größte Herausforderung für Internetplattformen ist Übersichtlichkeit, sodass der Bedürftige schnell und unkompliziert an die relevanten Informationen herankommt. Einen vermutlich viel stärkeren Einfluss auf das Zugehörigkeitsgefühl haben reale zwischenmenschliche Begegnungen. Vielleicht bieten sogenannte „makerspaces“ zukünftig auch für den Mainstream Potenzial, über die Produkte ins Gespräch zu kommen.

Alles in allem soll die Beziehung zum Objekt soweit gestärkt werden, dass der Nutzer bereit ist, den zur Instandhaltung notwendigen Aufwand auf sich zu nehmen und den Wert und Nutzen seines Objektes unabhängig von Marketingversprechungen oder vermeintlichem sozialen „Druck“ zu beurteilen.

Themenfindung

Möbel (Tisch, Stuhl, Sofa, Sessel, Bett, Schrank, Regal, Leuchten)

- Nutzdauer: lang
- Nutzintensität: eher hoch
- Obsoleszenzen: gering
- Wahrnehmung: meist beachtet und geschätzt
- Sharingpotenzial: kaum, Ausnahmen: Stühle, Hocker, Matratzen

Hygieneartikel (Deoroller, Lippenstift, Zahnbürste, Seifenspender, Windeln)

- Nutzdauer: sehr gering
- Nutzintensität: eher hoch
- Obsoleszenzen: gering
- Wahrnehmung: kaum beachtet
- Sharingpotenzial: sehr gering
- Ressourcen: Ökokonzepte u. Refillsysteme existieren

Technik (Handy, Laptop, Küchengeräte, Kopfhörer, Bügeleisen, Föhn)

- Nutzdauer: sehr gering
- Nutzintensität: unterschiedlich
- Obsoleszenzen: hoch; funktional, werkstofflich, psychologisch und ökonomisch
- Wahrnehmung: meist nicht persönlich
- Sharingpotenzial: Haushaltsgeräte-möglich, Laptop, Handy, Kopfhörer - bedingt
- Ressourcen: schwer zu recyceln, Seltene Erden, wenig ökologische Konzepte

Suche nach Anwendungsfeldern

Caring-Potenzial

Um die Gestaltungsansätze anwenden zu können, muss zunächst erörtert werden, welche Produkte ein besonderes „Caring-Potenzial“ haben.

Kriterien

Welche Kriterien für die „Caring-Tauglichkeit“ eine Rolle spielen, möchte ich im folgenden erläutern. Hierbei richte ich mich wieder nach den Kriterien der Ressourcengleichung aus dem Theorie-Teil. Im Endeffekt soll die Aufwertung der Nutzer-Objekt-Beziehung einen möglichst positiven Effekt auf die Ausnutzung der Ressourcen haben. Damit dieser Effekt möglichst groß ist, untersuchte ich verschiedene Produktkategorien grob auf ihre „Ressourcenverschwendung“ und auf den Einfluss, den die Nutzerbeziehung dabei hat.

Sharing-Aspekt

Aus „Ressourcen-Sicht“ ist es interessant, zu überlegen, welche Objekte sich für das Teilen eignen und welche nicht. In den Vordergrund setze ich Objekte, die sich schlecht zum Teilen eignen, da primär zu ihnen ein persönliches Verhältnis erstrebenswert ist. Diese Objekte sind dadurch gekennzeichnet, dass u.a. eine wesentliche Voraussetzung für ihre Nutzung gegeben ist, nämlich die ständige bzw. extrem spontane Verfügbarkeit.

Nutzdauer

Ein weiteres Kriterium ist die durchschnittliche Lebens- bzw. Nutzdauer. Ist sie bereits sehr hoch, ergibt sich hier weniger Potenzial. Wie bereits beschrieben, ist der Einfluss, den die Nutzerbeziehung auf die letztendliche Nutzdauer hat, ein entscheidender Gesichtspunkt.

Auch die Menge an Ressourcen, die durch die Produkte gebunden sind, sollte bei der Suche nach dem richtigen Anwendungsfeld berücksichtigt werden.

Ressourcen-Aspekt

Aber nicht nur die Menge ist wichtig, sondern auch die zukünftige Verfügbarkeit, die Rückführbarkeit (recycling) und die Abbaubarkeit der Materialien. Produkte mit besonders schlechten Werten sollten unbedingt zu „Caring-Produkten“ werden.

Da der Nutzer aber nicht an nutzlosen Objekten hängen soll, ist die mögliche Erhaltung der Funktion essentiell.



Technische Kleingeräte

Branche

Technische Konsumgüter sind ein besonders interessantes Feld. Fast kein Produktsegment steht so sehr für den technischen Fortschritt. Es ist stark von immer neuen Innovationen abhängig.

Marketing

Leistungsstärkere Geräte mit immer weniger Bauraum bildeten lange Zeit das hauptsächliche Argument der Hersteller. Nun sollen die Geräte auch noch immer mehr vernetzt werden und „intelligenter“ genutzt werden können.¹ Hiervon sind bislang in erster Linie die Geräte der Unterhaltungselektronik betroffen.² Aber auch Haushaltswaren werden vermutlich in Zukunft immer mehr mit dem Internet vernetzt sein. So ist davon auszugehen, dass auch weiterhin Kaufanreize geschaffen werden, die die Nachfrage hochhalten sollen.

Mehrwert

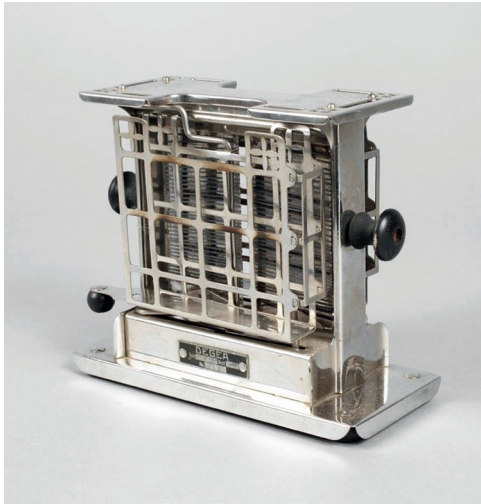
Auffällig ist jedoch, dass Elektrogeräte wie Toaster, Föhn, Rasierer sich seit Jahrzehnten kaum in ihrer Funktionsweise verändert haben und trotzdem in recht kurzen Abständen verkauft werden. (Genaue Statistiken zu der Nutzungsdauer dieser Geräte ließ sich leider nicht finden.) Vor allem die in den Elektromärkten angebotenen Geräte wirken durchweg „billig“ verarbeitet und lassen keinen dauerhaften Gebrauch vermuten. Auch auseinandergebaut erscheinen sie oft sehr einfach und wenig komplex.

Wertschätzung

Das liegt vermutlich an den hohen Preiserwartungen der Nutzer. Diese Geräte bilden keinen großen persönlichen und kulturellen Fortschritt. Sie stagnieren hinsichtlich ihrer qualitativen Verbesserung. Obwohl der Nutzer wohl keine intensive Beziehungen zu diesen Objekten aufbauen wird, ist davon auszugehen, dass viele dieser Geräte ungern geteilt werden.

Stagnierende
Entwicklung seit
40 Jahren

01 Themenfindung



Wende-Toaster¹
„Degea“ Berlin,
um 1925



Morphy Richards
Electric Toaster²
1962



Edelstahl-Toaster³
heute



Demontage
meines kaputten
Bartschneiders



Umweltfolgen

Abfallmenge

Elektronische Geräte sind ein echtes Umweltproblem. Pro Kopf entstehen weltweit pro Jahr fast 7 kg Elektroschrott. In den Industrienationen wie Deutschland sind es sogar mehr als 20 kg. 2014 betrug die geschätzte Menge weltweit 41 Millionen Tonnen.¹

Verglichen mit den 453 kg Haushaltsabfall² klingt diese Zahl erst verhältnismäßig gering. Bedenkt man jedoch, welche Ressourcen dabei entsorgt werden müssen und wie diese zu entsorgen sind, ist diese Zahl immens.

Materialien

In Elektrogeräten sind meistens mehrere seltene Erden verbaut. Vor allem Geräte mit Displays sind auf das äußerst knappe Metall Indium angewiesen, deren Vorkommen Schätzungen zu Folge im Jahr 2035 ausgeschöpft sein wird.³

Auch der Bedarf an Akkus und Magneten wird in Zukunft steigen und zu einer deutlichen Verringerung der knappen Ressourcen führen.

Abhängig von der künftig zu erwartenden Nachfrage an Akkus im Zuge der anstehenden Elektromobilität, könnten auch die Vorräte an Lithium im Jahr 2045 knapp werden.⁴ Im Jahre 2014 wurden 42% der abgebauten seltenen Erden für Magnete verwendet.⁵ Hiervon ist vor allem das Neodym betroffen.

Recycling- möglichkeiten

Vor allem das Recycling der in Elektrogeräten verbauten seltenen Erden ist problematisch, da die Rückgewinnung sehr aufwendig ist und sich bislang ökonomisch nicht rentiert.⁶ Sie fand bis 2011 demnach so gut wie gar nicht statt.⁷

Realität

Nicht nur das Recycling der Geräte ist ein Problem, sondern auch die gebundenen Schadstoffe erweisen sich als problematisch. So ist seit 2006 in Deutschland die gesonderte Trennung von elektronischen Geräten vom Hausmüll Pflicht. Händler mit einer bestimmten Ladengröße sind sogar verpflichtet, Elektrokleingeräte bis zu 25 cm Länge kostenfrei zurückzunehmen. Aus Mangel an Motivation oder Informationen seitens der Verbraucher, gelangen aber vor allem die Kleingeräte in den Hausmüll. Die Dunkelziffer der tatsächlich entsorgten Geräte ist also hoch.

Im Jahr 2013 wurden von 754.000 t offiziell gesammelten Elektroschrottes 155.000 t nach Afrika oder Asien exportiert, wo mit verheerenden gesundheitlichen Folgen für die Bevölkerung nur ein Bruchteil wertvoller Rohstoffe illegal recycelt wird.⁸

Prognose

Die Uno geht davon aus, dass sich die Menge des jährlichen Elektroschrotts bis zum Jahr 2017 innerhalb von 5 Jahren um ein Drittel erhöht haben wird.⁹

Suche nach dem Elektroreparateur

Motivation

Um herauszufinden, wo die Schwachstellen bei Elektrogeräten liegen und um eventuell Zugang zu nützlichem technischem Wissen zu bekommen, machte ich mich auf die Suche nach einem Elektroreparateur für Kleingeräte. Diese Suche sollte sich als erkenntnisreich herausstellen.

Recherche

Zunächst suchte ich im Internet nach einem Elektrobetrieb im Raum Halle, fand aber nur Reparaturdienste für Waschmaschinen und Kühlschränke. Daraufhin fragte ich bei einigen Second-Läden nach, wo sie Geräte gegebenenfalls reparieren lassen bzw. ob sie jemanden kennen würden, der so etwas macht. Auch hier ging ich leer aus.

Elektronikmarkt

Meine letzte Station war ein Elektronikfachmarkt. In einem Gespräch mit einem Angestellten erfuhr ich, dass nicht einmal der Elektronikmarkt eine eigene Reparaturabteilung hat, sondern die Geräte in diesem Fall an die Hersteller zurückgesendet werden müssen. Diese würden dann darüber entscheiden, ob sich eine Reparatur aus ökonomischer Sicht lohnt. Da der zeitliche Aufwand bei der Reparatur jedoch recht hoch sein kann, wird in vielen Fällen das Altgerät durch ein Neues ersetzt. Daraufhin musste ich mich erstmal für eine halbe Stunde geschockt in dem Massagestuhl niederlassen.

Ideenfindung

Ansprüche an das Gerät und den Nutzer

Ziel

Um den Menschen wieder die Möglichkeit zu geben, selbst über die Nutzungsdauer ihrer Geräte zu bestimmen, möchte ich Geräte entwickeln, die sich leicht reparieren lassen. Robuste Geräte sollen ein Zeichen gegen den Innovationswahn der Industrie setzen, der vor allem durch Neukäufe auf Grund obsoleter Produkte unterstützt wird. Die Kluft der Qualität und Funktionalität ist zwischen alten und neuen Geräten meist nicht sehr groß. Selbstbewusste Käufer orientieren sich vermutlich erst dann an den neuen Geräten, wenn die Funktionstüchtigkeit des Alten nicht mehr gegeben ist.

Reparatur

Die Reparaturfähigkeit sollte ein wesentliches Argument im Marketing darstellen. Der Nutzer sollte dazu angeregt werden, selbst nach dem Fehler Ausschau zu halten oder sich Hilfe zu suchen. Der ökonomische Verlust an Zeit und Geld sollte entweder möglichst gering sein oder durch die Freude am Reparieren ausgehebelt werden können.

Wissen

Nebenbei soll der Nutzer die „inneren“ Werte des Gerätes kennenlernen. Er soll registrieren, woher die Kräfte kommen, die das Gerät antreiben, und wie sie weitergeleitet werden. Er soll Bestandteile kennenlernen und Ehrfurcht davor verlieren, selbst Hand anzulegen und Elemente zu verbessern.

Transfer

Diese Art der Beziehung soll ihn dazu anregen, diese Ansprüche an Transparenz und Fairness auch auf andere Produkte zu übertragen.



1



2

Das Konzept

Ziel

Wie motiviert man Nutzer, Dinge zu pflegen und im Ernstfall zu reparieren? Wie bringt man Nutzer dazu, die Objekt bewusster wahrzunehmen und besser kennenzulernen? Wie lässt sich diese Distanz überbrücken?

Inspiration

Die Lösung kam mir, als ich gedankenversunken mit einem Kugelschreiber in meiner Hand spielte. Ich merkte, wie sehr es mir Spaß bereitete, ihn auseinanderzunehmen und wieder zusammenzusetzen. Diese Prozedur habe ich in meinem Leben nebenbei sicherlich über 100 mal durchgeführt. Es macht Spaß, zu erleben, wie die Elemente des Kugelschreibers zusammenzufügen sind und den simplen Mechanismus zu begreifen. Warum fördern also nicht mehr Dinge diese Nähe zur Funktionsweise? Todd McLellan schrieb hierzu:

¹ McLellan 2013, S.43.

„Was passiert, wenn wir nicht wissen, wie ein Gerät funktioniert? Wir sind abgeschnitten, zurückgeworfen in eine moderne Wüste, in der wir Probleme eher mit unserer Kreditkarte als mit den Händen oder dem Verstand lösen.“¹

Konzept

Meine Idee ist also, den Nutzer das Gerät selber zusammensetzen zu lassen bevor er es das erste Mal nutzen kann. Die Auseinandersetzung wird zur Voraussetzung für die Funktionsfähigkeit des Objektes. Der Nutzer erfährt im Gegenzug die Freude am Zusammenbau, wird zum ersten „Flow-Erleben“ motiviert und erkennt die Beherrschbarkeit des Objektes. Er gewinnt Vertrauen in seine Fähigkeiten, weil er erfährt, wo potenzielle Fehlerstellen sein können und wie sie sich vom System entfernen lassen oder auszutauschen sind. Er erhält eine umfassendere Wahrnehmung vom Objekt und vergisst das Potenzial der Zerlegbarkeit nicht. Gleichzeitig wird er verantwortlich für das Objekt. Es gibt keine Ausreden mehr. Fehler lassen sich leicht und kostengünstig beseitigen, da die teuren Arbeitsstunden eines Fachmanns entfallen.



Gebrauchs-
anweisung für ein
Heathkit- Motor-
diagnosegerät

Zeitgeist und Zeitlosigkeit

Spaß

Ich bin überzeugt davon, dass viele Konsumenten ein defektes Neugerät nicht als Last ansehen würden. Die von mir beschriebene Freude am Zerlegen eines Kugelschreibers ist nicht der einzige Beleg für das Potenzial dieser Idee. Todd McLellan widmete dieser Obsession ein ganzes Buch. In „Ganz schön zerlegt“ beschreibt er die Gefühle, die beim Zerlegen auftreten. Er berichtet von all den kleinen Herausforderungen und Glückserlebnissen, die sich einstellen, wenn er Dinge zerlegt und immer mehr über ihre Zusammensetzung erfährt.¹

¹ vgl. McLellan 2013, S.40-43.

Vorbild

Dass umgekehrt auch das Zusammenfügen von Dingen einen Mehrwert hat und Spiegel eigener Fertigkeiten sein kann, schildert Norman in „Emotional Design“. Er erzählt von der „Heathkit Company“, die zwischen den 40er und den 80er Jahren, Radio-, Audio- und TV-Geräte zum Selberbauen anboten. Er schildert, dass die Leute die Geräte gerne kauften, obwohl sie nicht günstiger als zusammengebaute Geräte waren. Die Leute kauften die „Heathkit“-Produkte wegen des Gefühls der eigenen Leistungsfähigkeit und des empfundenen Stolzes.

² vgl. Norman 2005, S.55.

Norman betont, dass vor allem Techniklaien in den Bann gezogen wurden, was durch bemerkenswert nutzerfreundliche Montageanleitungen ermöglicht wurde. Der richtige Grad an Schwierigkeit wirkte auf die Leute motivierend.²

³ Ebenda, S.56.

„Yes, it's all about emotion, about pride, about the feeling of accomplishment, even in making a cake from a prepared mix.“³

Zeitgeschehen

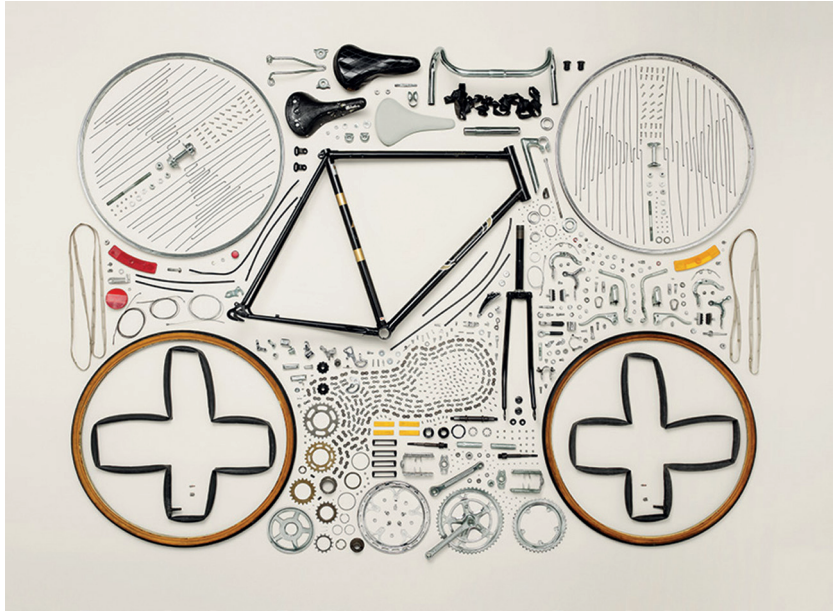
Dass dieses Bedürfnis heute noch aktuell bzw. aktueller denn je ist, zeigt die aufstrebende DIY- oder Maker-Bewegung. Die Menschen entwickeln immer mehr Motivation, um Geräte selber zu bauen und zu hacken. Neben dem enormen kreativen Potenzial ist auch die Unabhängigkeit von der Konsumkultur ein Motiv der Maker und Hacker. Eine wichtige Rolle spielt dabei aber auch das physische Erleben.

Publikationen

Das Produkt- und Kommunikationsdesign reagiert auf diese Bewegung. Modulare Systeme sind in immer mehr Produktsegmenten zu finden und auch in der Produktfotografie werden Ensembles von Produkt-Einzelteilen oder von vergleichbaren Produkten aufwendig fotografiert. Der Künstler Michael Johansson entdeckt die ästhetische Kraft von Modellbausätzen und nutzt sie für seine Objektkunst.



Hans Hansen



2



2

Todd McLellan

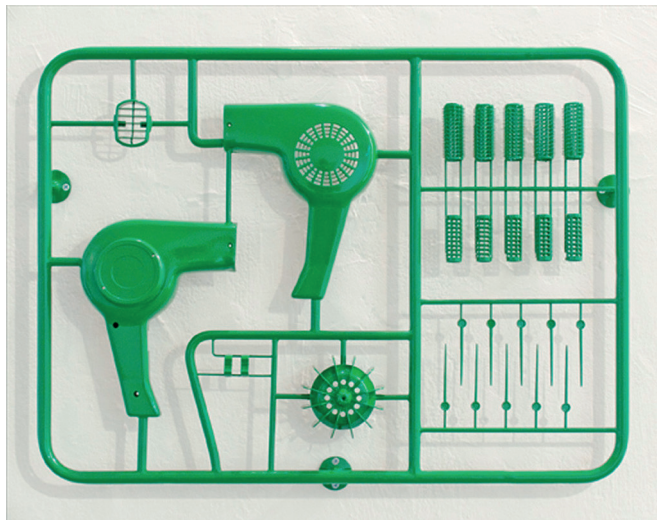




2



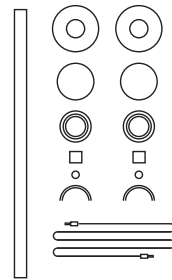
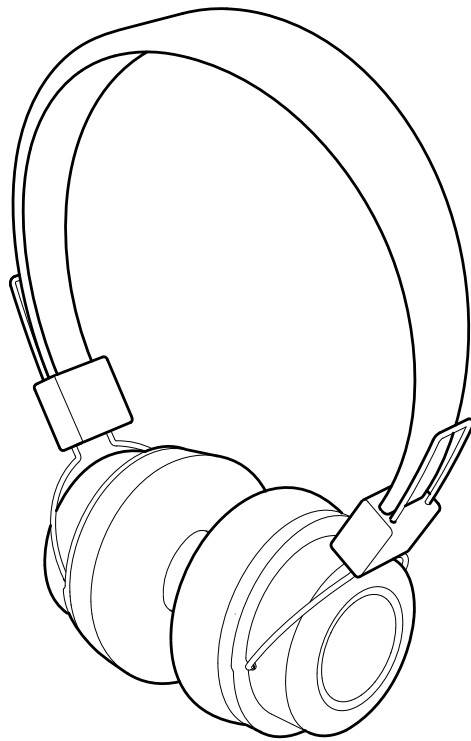
3



4

Michael Johansson

HÖRLUR



frei nach dem
IKEA-Prinzip

Warum Kopfhörer

Für die weitere Ausarbeitung meines Konzeptes musste ich mich auf ein Produkt festlegen.

Kriterien

Meine Anforderungen hierfür waren, dass das Produkt relativ wenig Komplexität aufweisen durfte. Es sollte also nicht aus zu vielen elektronischen Komponenten zusammengesetzt sein, damit der Nutzer, der den Zusammenbau selber übernehmen soll, nicht überfordert sein wird. Einstiegsfreundlichkeit war mir also wichtig.

Ein weiteres Kriterium war die Brauchbarkeit. Ich wollte sichergehen, dass jeder etwas mit dem Produkt anfangen kann, damit die Kernbotschaft der Idee sich bei jedem kommunizieren lässt. Es sollte keine Zielgruppen von vornherein ausgeschlossen werden.

Damit der Mehrwert des Konzeptes auch zum Tragen kommt, sollte das Produkt in der konventionellen Massenproduktion kurzlebig sein.

Entscheidung

So entschied ich mich für die Kopfhörer.

Begründung

Kopfhörer bestehen aus nur wenigen elektronischen Bauteilen. Standardkopfhörer setzen sich mehr oder weniger aus dem Lautsprecher und den Verkabelungen zusammen. Auch die Anzahl der nicht-elektronischen Komponenten ist überschaubar und recht klar in ihren Funktionen.

Laut Angaben im Bekanntenkreis halten Kopfhörer zwischen 2-7 Jahren und werden spätestens dann von Neuen ersetzt. Die Beziehung zu den Kopfhörern ist dabei recht unterschiedlich. Menschen, die oft Kopfhörer benutzen und auch unterwegs tragen, identifizieren sich stark mit ihnen. Hierzu trägt sicherlich auch die emotionale Beziehung der Menschen zu „ihrer“ Musik bei.

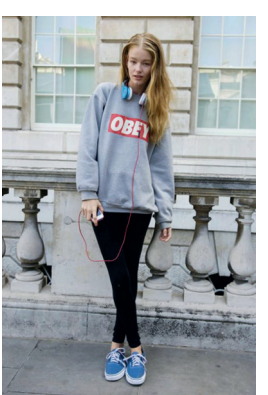
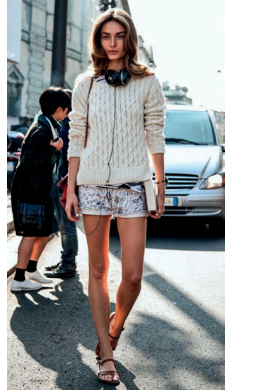
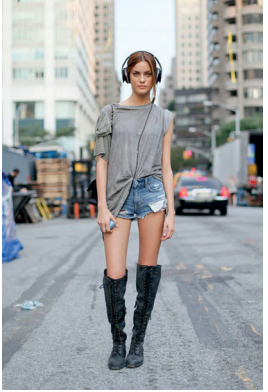
Plan

Ich plane also, den Menschen die Möglichkeit zu geben, die Beziehung zu ihren Kopfhörern zu intensivieren und deutlich zu verlängern, indem ich ihnen alle Mittel dazu gebe, das Medium kennenzulernen und zu beherrschen.

Vertiefung



03 Vertiefung



Der Kopfhörer-Trend

Ursachen

Kopfhörer sind im Trend! Die Absatzzahlen steigen jährlich. Durch immer mehr Speicherplatz auf tragbaren Geräten, sowie Musik-Streaming-Apps, hören immer mehr Menschen unterwegs Musik. Es ist zu beobachten, dass der Anspruch an die Wiedergabequalität in den letzten Jahren gestiegen ist. „Over-Ear“- bzw. „On-Ear“-Kopfhörer werden daher immer populärer. Sie schirmen die Umgebung besser ab und ermöglichen einen satteren Klang.¹ Seit kurzem entwickelt sich bei vielen zudem der Anspruch, Kopfhörer kabellos tragen zu können. Viele moderne Kopfhörer werden dementsprechend mit Akkus und Bluetoothsystemen ausgestattet. Bisweilen geht dieses System aber noch auf Kosten der Wiedergabequalität, da die Datenübertragungsrate noch nicht ausreicht.

Ansprüche

Trend

Außerhalb des Mainstreams etablieren sich zudem Konzepte, die dem Nutzer immer mehr Möglichkeiten geben, sich Kopfhörer individuell zusammenzustellen und sogar im Nachhinein wieder auszutauschen. So sind Doppelklinkkabel, die sich im Falle eines Kabelbruches außerhalb des Kopfhörers schnell austauschen lassen, keine Seltenheit mehr. Größtes Verkaufsargument bleibt jedoch weiterhin die Performance. Da auch das Performance-Empfinden subjektiv ist, sollen die Ansprüche des Kunden individuell befriedigt werden. Dies trägt auch dazu bei, dass Nutzer sensibler für das Tragegefühl und die Soundqualität werden.

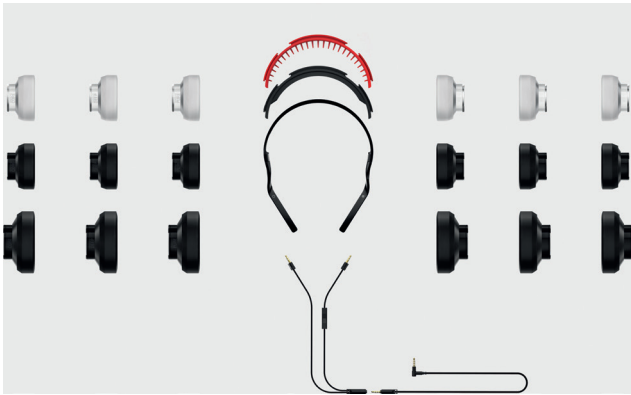
Prognose

Ausichtratvorsitzender der „gfu“ (Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Frankfurt) sagt in einem Interview:

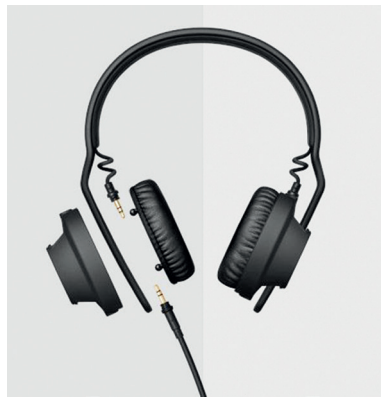
„Der Markt für Kopfhörer ist noch lange nicht ausgereizt. [...] Dafür sorgen kreative Technik-Konzepte und ständig neue Einsatzszenarien gleichermaßen.“¹

Auswirkungen

Nach jahrelanger Stagnation im Kopfhörer-Segment werden nun immer neuere Innovationen veröffentlicht. Kopfhörer stehen demnach sehr im Fokus. Es ist davon auszugehen, dass die Konsumenten noch zu mehreren Generationen an Kopfhörerkäufen bewegt werden, ehe sich ein Sättigungsgefühl bei ihnen einstellt. Spätestens, wenn die neuen Features kein Kaufargument mehr darstellen und die Wiedergabequalität sich nicht mehr wahrnehmbar steigern lässt, wird die Miniaturisierung in den Fokus gerückt. Dabei ist davon auszugehen, dass die Komplexität der Rohstoffzusammensetzung mit zunehmender Miniaturisierung dazu führt, dass die Systeme immer komplizierter zu recyceln sein werden.



„Axel Audio Identity“¹
anpassbarer Sound
Customizing



„AiAiAi“³
anpassbarer Sound
Customizing



„OwnPhones“⁵
10000 Varianten
3D-Druck



„The Dash“⁸
Bluetooth
4Gb Speicher
Freisprecher

Innovationen

„Konohazuk H3“²

Handgemacht

nachwachsend

Öko-Spenden



„Normal“⁴

flexibles Kopf-
band

hochwertige
Materialien



„SleepPhones“⁶

Stirnband statt

Bügel

Bluetooth



„Batband“⁷

Knochenschall

freie Ohren



Teague Head-
phones⁹

3D-Druck in 13:30
Minuten



Kopfhörersammlung

Akquise

Um das Medium Kopfhörer besser zu verstehen, begann ich damit, defekte Kopfhörer zu sammeln. Über Ebay-Kleinanzeigen und den Bekanntenkreis bezog ich viele unterschiedliche Modelle. Interessant war es, zu sehen, wie verschiedenartig Details gelöst wurden. So lernte ich verschiedene Klapp- und Verstellmechanismen kennen. Ich prüfte, auf welche Verstellbarkeiten es tatsächlich ankommt. Ich untersuchte die Robustheit und die Komplexität der jeweiligen Lösungen und bekam ein Gefühl für den Kopfhörer.

Gesichtspunkte

Obsoleszenz

Das eigentliche Augenmerk lag aber darauf, herauszufinden, welche Gründe die Nutzer letztendlich dazu bewogen, den Kopfhörer zu ersetzen oder zu verschenken. War es für den Laien möglich, die Mängel selber zu beheben? Hätte eine höhere Wertschätzung den Nutzer vielleicht dazu bewogen, dem Kopfhörer noch eine Chance zu geben oder hat lediglich das nötige Wissen zur Fehlerbeseitigung gefehlt?



Schwachstellen der Kopfhörer

optische Mängel

Fast die Hälfte der mangelhaften Kopfhörer war rein technisch funktionstüchtig. Teils reichten schon kosmetische Mängel aus, um den Nutzer zu einem Neukauf zu bewegen. Vor allem Kunstleder-Elemente waren nach wenigen Jahren stark vom optischen Verfall gekennzeichnet. Sie wurden entweder durch die Wechselwirkung mit Schweiß hart und porös oder lösten sich vom darunterliegenden Schaumstoff ab.

Bruchstellen

Brüche an fragilen Kunststoffelementen sorgten zwar nicht für den technischen Defekt, aber führten dazu, dass der Kopfhörer nicht mehr tragbar war. Gerade die Verstell-Elemente sind von diesem werkstofflichen Verschleiß betroffen gewesen.

Defekte

Die technisch defekten Kopfhörer hatten allesamt noch funktionstüchtige Lautsprecher. Der Defekt war also immer im Kabel zu finden. Nicht selten gab es Kabelbrüche bzw. Wackelkontakte innerhalb des Kopfhörers. Eine große Schwachstelle war die Kabelführung innerhalb des verstellbaren Bügels. Durch andauernde Größenverstellungen wurden die Kabel an den Verstell-elementen stark strapaziert. Aber auch innerhalb der Hörmuschel gab es Wackelkontakte. Erstaunlicherweise wurden bei 3 Exemplaren die Kabelstränge, die vom Lautsprecher abgingen, mit den Kabelsträngen, die Richtung Klinke führten, innerhalb der Hörmuschel miteinander verzwirbelt und mit Kreppband umklebt. Vermutlich sparte der Hersteller durch Splittung des Kabels Kosten bzw. Zeit bei der Montage. Dieses Vorgehen empfand ich als besonders fahrlässig und unfair gegenüber dem Kunden, der sich beim Kauf keinerlei Bild von dieser Schwachstelle machen konnte.



03 Vertiefung

Zerlegbarkeit ohne LötKolben
und ohne Miniaturwerkzeug



Handwritten markings on a small piece of paper, possibly a diagram or label.



Two small black screws.



Zerlegbarkeit mit LötKolben
und mit Miniaturwerkzeug

Vom Zerlegen lernen

Beobachtungen

Des Weiteren untersuchte ich die Reparierbarkeit der Kopfhörer. Dazu zerlegte ich die Kopfhörer in ihre Einzelteile. Dieses Unterfangen gestaltete sich nicht immer ganz einfach. Oftmals erforderte es ein rabiates Vorgehen meinerseits, da Elemente verklebt waren oder Schrauben versteckt wurden. Fast alle Kopfhörer, die mir zur Verfügung standen, waren hinsichtlich der Reparatur extrem nutzerunfreundlich. In vielen Fällen hätte ich an bestimmten Etappen der Demontage vermutlich nicht den Mut aufbringen können, die Elemente noch weiter zu zerlegen, wenn mir wirklich noch etwas an den Kopfhörern gelegen hätte. Nicht selten platzten dabei Plastikstifte ab, die eine erneute Montage nur mit improvisatorischen Mitteln hätten möglich machen können. Man merkte an vielen Stellen, dass die Eigeninitiative des Nutzers nicht erwünscht war. Nicht nur Löt- sondern auch Schraubverbindungen hätten für den Laien eine Hürde dargestellt. Es wurde immer auf Miniatur-Schrauben zurückgegriffen, die den entsprechenden Miniatur-Schraubendreher verlangt hätten. Sicherlich wäre die Anschaffung eines solchen Schraubendrehers für alle Menschen zu empfehlen, da viele Elektrowaren auf diese Weise verschraubt sind. Dennoch werden in der Realität nur die wenigsten Haushalte über einen solchen verfügen.

Werkzeug



Repaircafé Halle

Motiv

Ein weiterer Anlauf, um mit der Reparaturkultur in Halle in Kontakt zu kommen, war das „Repair Café“ der Evangelisch-methodistischen Kirche in Halle. Jeden ersten Samstag im Monat findet dieses Treffen statt.

Abläufe

Entgegen meinen Erwartungen ist das Repaircafé jedoch kein Ort, der zum gemeinschaftlichen Reparieren anregt. Stattdessen wird einem die Möglichkeit gegeben, sein defektes Gerät einem Profi zu überlassen. Da relativ viele Menschen in kurzer Zeit ihre Objekte reparieren lassen wollen, sind die Reparateure recht konzentriert und zügig. Der Wackelkontakt meines Kopfhörers war innerhalb von fünf Minuten identifiziert und behoben. Ich nutzte die Zeit, um mit meinem Reparaturmann ins Gespräch zu kommen. Ich fragte ihn darüber aus, was die häufigsten Fehlerstellen in Kopfhörern seien und ob diese nicht ganz leicht zu reparieren seien. Er stimmte mir zu, dass die Fehlerbehebung oft nicht sehr schwer sei, wies aber darauf hin, dass die Menschen große Scheu davor hätten, Kopfhörer auseinanderzunehmen. Ein Problem sei auch, dass die meisten Menschen keinen Lötkolben zur Hand haben, den man fast immer zur Reparatur bräuchte.

Gespräch

Derweil wurden an den anderen Tischen ein altes Radio (ca. 60er Jahre), ein altes Modellauto, ein Laptop und ein Smartphone repariert. Mich faszinierte, dass auch noch so alte Dinge wie das Radio zum Reparieren gebracht wurden. Anschließend tauschte ich mit einem der Initiatoren die Nummern aus und hatte fortan einen Ansprechpartner für technische Fragen.

Produkte

Ausarbeitung

Das Crowd-System

Es ist davon auszugehen, dass Produkte, die nach besagten Ansprüchen an Langlebigkeit entwickelt werden, für den Hersteller keine dauerhaften Einnahmequellen bedeuten. Das ist auch nicht der Plan. Mein Ziel ist es den Menschen die Möglichkeit zu geben, sich von obsoleten Gebrauchsgütern zu befreien, mich selbst lediglich für den investierten Entwicklungsaufwand zu entlohnen und die Kosten der Herstellung zu decken.

Dementsprechend bevorzuge ich die Finanzierung via Crowdfunding. Das Crowdfunding bietet die Möglichkeit auch außerhalb von Marktinteressen Projekte zu finanzieren. Damit aber nicht nur die Produkte langlebig sind, sondern die Ersatzteillieferung und der Service auch dauerhaft gewährleistet werden können, ist es mit der Auslieferung der Produkte gegen Geld nicht getan. Ich plane den Service, die Herstellung, das Recycling und Produktentwicklung zu dezentralisieren.

Hierfür braucht es zu allererst eine Plattform, auf der Nutzer Informationen zum Produkt austauschen können. Ab der Auslieferung der Produkte könnten Nutzer anfangen sich auf einer zentralen Plattform über das Produkt auszutauschen. Während der Crowdfundingphase sollte kommuniziert werden, dass das Projekt von der Community getragen und weiterentwickelt werden soll. Dies bietet die Möglichkeit den Service „neu“ zu denken.

Die Nutzer tauschen sich über Probleme aus, helfen einander und laden Produktupdates hoch.

Den Startschuss bietet der Designer bzw. das Designkollektiv. Sie laden die Dateien hoch, die einerseits ermöglichen Ersatzteile dezentral anfertigen zu lassen oder selbst anzufertigen und andererseits die ursprüngliche Version des Kopfhörers abzuwandeln und weiterzuentwickeln.

So haben diejenigen, die Spaß am Entwickeln haben, eine Plattform um ihre Entwicklungskünste von anderen Usern testen zu lassen und die User, die sich nicht tiefer mit der Materie beschäftigen möchten, haben trotzdem eine große Auswahl an möglichen Ersatz- oder Zusatzteilen. Das ursprüngliche Produkt als gemeinsame Basis gibt der Fantasie der Entwickler einen gemeinsamen Rahmen. So kann sich das Produkt den kulturellen Ansprüchen mitwachsen.

Wirtschaftlichkeit

Crowdfunding

Plattform

Open Innovation

Das Materialsystem

Materialtrennung

Das Konzept der Selbstmontage und Demontage hat den Vorteil, dass sich bei den Kopfhörern alle Materialien wieder voneinander trennen lassen. Werden also bestimmte Teile nicht mehr gebraucht, können sie vom System getrennt und einzeln wieder ersetzt werden. Für die richtige Entsorgung der Materialien soll die Plattform Informationen an die Hand geben.

Recyclingwissen

Für jedes Material werden die Möglichkeiten der Entsorgung kurz zusammengetragen. Hier sind z.B. Links zu Online-Rohstoffankäufen oder zu Containersuche-Apps zu finden. Bei den kompostierbaren Materialien wird dementsprechend auf die richtige Abfalltonne hingewiesen.

Diese Art der Entsorgung könnte das Wissen des Nutzers um die richtige Mülltrennung erweitern und sich vielleicht sogar auf seine Entsorgungsgewohnheiten übertragen.

Die einzigen Kopfhörer-Elemente, die sich bislang nicht Material für Material voneinander trennen lassen sind die Kabel (Kupfer und Gummi) und die Lautsprecher (zwei verschiedene Kunststoffe, Neodym und Kupfer).

Für die Kabel gibt es jedoch mehrere Möglichkeiten der Entsorgung. So gibt es Onlineanbieter, die Kabel ankaufen ¹ oder Elektroschrottcontainer, die in jeder Stadt zahlreich vorhanden sind. Zudem bietet die deutsche Post die kostenlose Entsorgung von Elektrokomponenten an.

Auch die Lautsprecher, in denen das wertvolle Neodym verarbeitet ist, können von bestimmten Anbietern recycelt werden. ²

Herstellung

Nicht nur das Recycling, sondern auch die Herstellung sollte dezentral möglich sein. Die Kopfhörer-Komponenten sollten entweder computergesteuert herstellbar sein (z.B. in Fab-Labs) oder aus möglichst einfachen Halbzeugen bestehen und mit wenig Arbeitsaufwand und spezifischen Wissen von kleinen Handwerksbetrieben umgesetzt werden können.



Green-TEC
Filament¹

- 100% biologisch

- kompostierbar



Aluminium³

- 100% recycelbar



PUR-Schaum²

- 100% recycelbar

- Sonnenblumenöl
statt Erdöl



Rhababer-Leder⁴

- mit Rhababer-
wurzel gegerbt



Die Materialwahl

Kriterien

Die Wahl der Materialien spielt für das Gesamtkonzept eine wichtige Rolle. Ziel ist es ein Cradle-to-Cradle-fähiges Produkt zu gestalten. Alle Materialien sollen sich demnach recyceln lassen oder biologisch erneuerbar und abbaubar sein.

Das Produkt soll einerseits beständig wirken, aber auch veränderbar sein. (Kontinuität und Entwicklung, siehe Thesis) Dementsprechend darf der Energieaufwand des Recyclings für die Elemente mit hohem Entwicklungspotenzial nicht zu hoch sein.

Bereiche

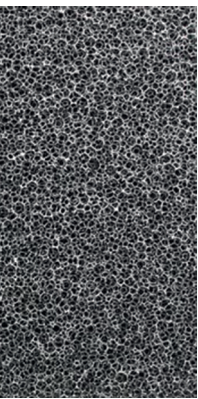
Ich gliederte den Kopfhörer in zwei Bereiche: Der Bereich der Wertigkeit und der Dauerhaftigkeit und der Bereich der Innovation.

Materialwahl

Wertige Materialien sollten für das qualitative Erscheinungsbild sorgen. Hierfür möchte ich recyclebare Metalle wie Aluminium und Stahlblech einsetzen. Für das Gehäuse eignet sich Aluminium sehr gut. Es muss nicht beschichtet werden, ist entsprechend zu 100% recycelbar⁶, verleiht dem Kopfhörer „Robustheit“ und ist relativ leicht. Für den Bügel hingegen eignet sich ein Stahlblech besser, da Alu zu schnell reißen würde.

Die Elemente innerhalb des Gehäuses können aus 3D-gedrucktem „Green-TEC“- Filament bestehen. Dieses Material ist zu 100% biologisch-organischen Ursprungs und zu 100% biologisch abbaubar.

Schwieriger gestaltet sich die Suche nach umweltfreundlichen Materialien für die Ohrpolster. PUR-Schaum ist zwar zu 100% recycelbar, aber auf Basis von Erdöl und Erdgas. Die Firma „Navaro“ hingegen stellt diesen Schaum aus Sonnenblumenöl (meist aus Russland) her⁷.

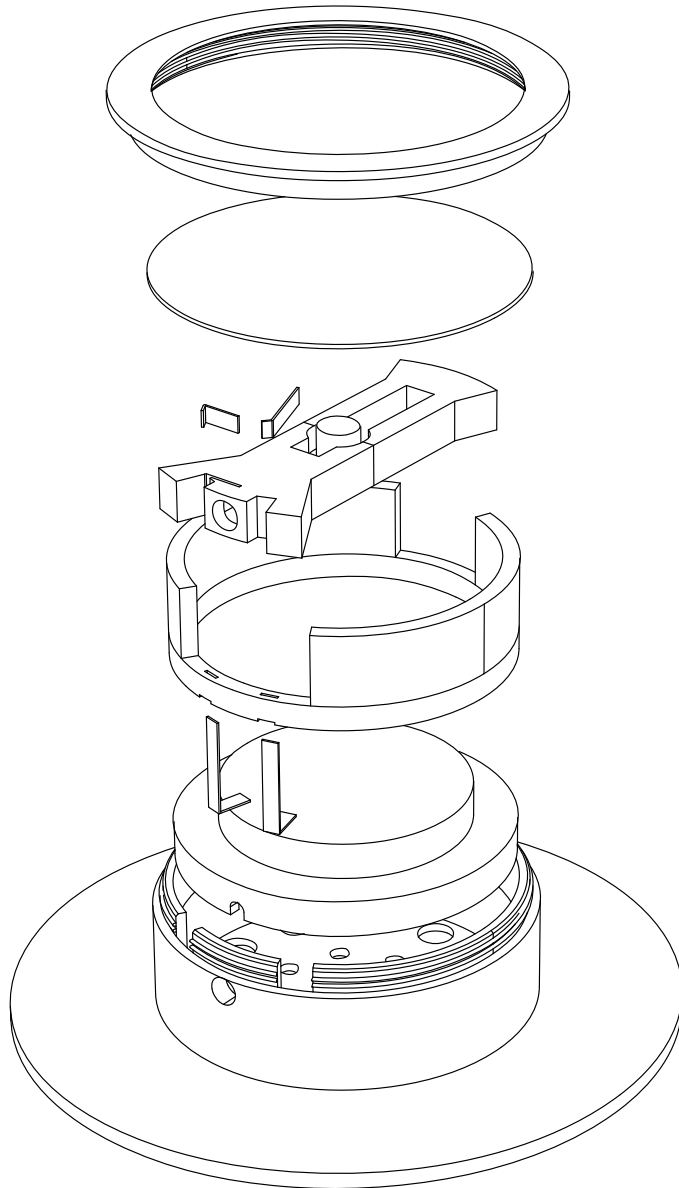


r
y



Kupfer⁵

- 100% recycelbar



Lötzinn ist Blödsinn

Ansprüche

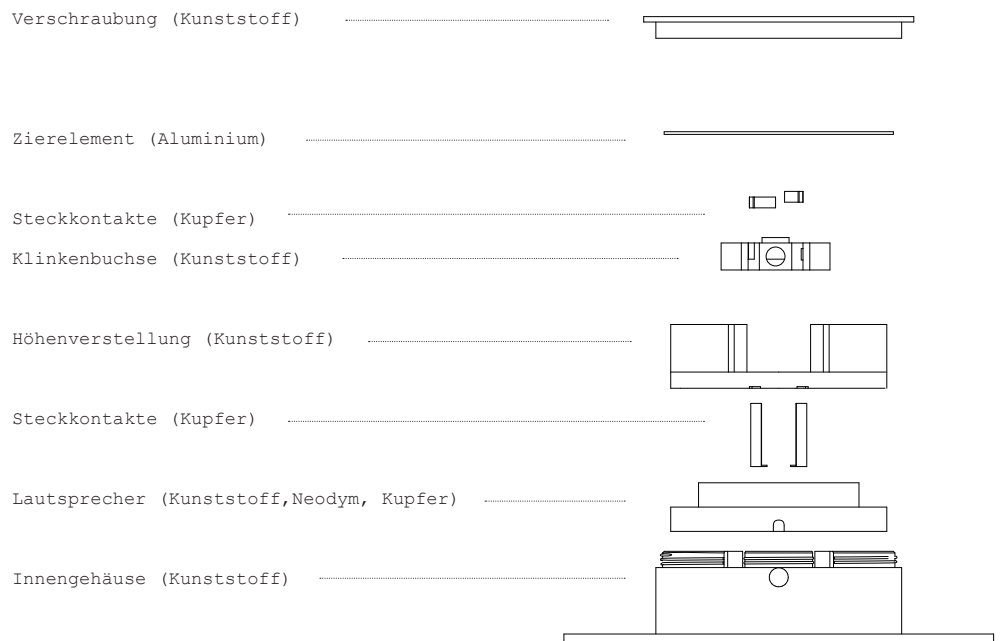
Eine große Baustelle war das Innenleben des Kopfhörers, da ich mir zum Ziel gesetzt habe, die elektronischen Komponenten ohne Lötvorgang zuverlässig zum Laufen zu bringen. Der Nutzer sollte die Möglichkeit haben, auch ohne LötKolben und Spezialwerkzeug den Lautsprecher zu installieren und notfalls auszuwechseln. Darüber hinaus war mein Anspruch, dass unterschiedliche Lautsprecher in dem System Platz finden können, um für zukünftige Innovationen Raum zu lassen oder nicht von der Produktion eines bestimmten Lautsprechers abhängig zu sein. Die einzigen Vorgaben für die Lautsprecher ist der maximale Durchmesser von 40mm. Hierbei habe ich mich an Standardgrößen orientiert. Im Internet gibt es eine große Auswahl an 40mm-Lautsprechern. Doch nicht alle eignen für eine hochwertige Musikwiedergabe.

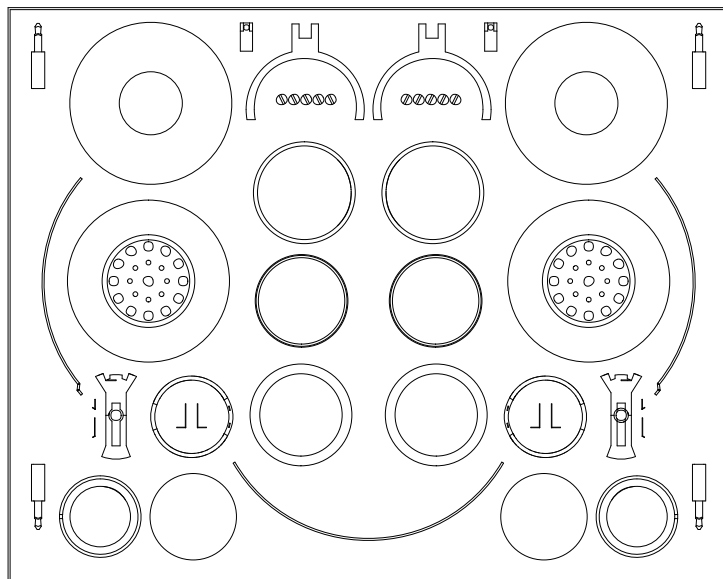
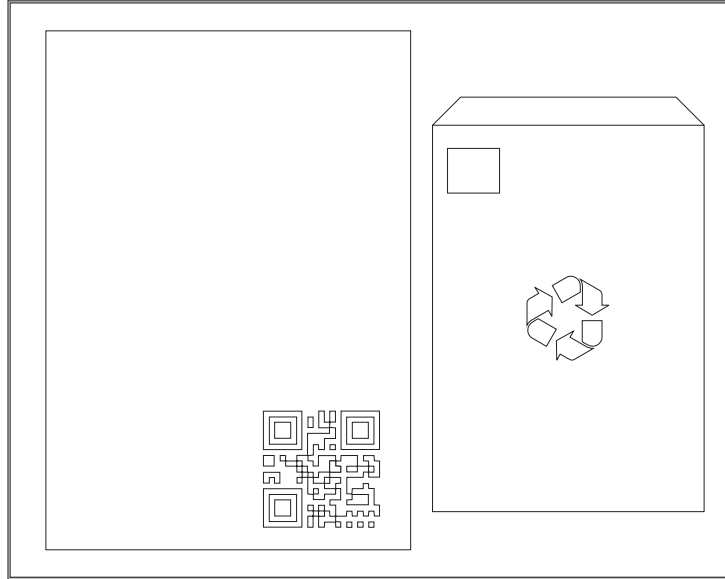
Lautsprecher

Modellempfehlungen und -bewertungen sowie physikalisches Wissen auf Einsteigerniveau wären auf der besagten Internetplattform zu finden.

Kontakte

Ein weiteres Ziel war es, alle Materialien wieder von einander trennbar zu machen, damit das Recyclingverfahren vereinfacht wird. So sind die Kupferkontakte ebenfalls nur gesteckt.





Das Packaging

Anordnung

Verpackt wird der Kopfhörer in einer Schachtel. Alle Teile sind einzeln und symmetrisch angeordnet (linkes Ohr, rechtes Ohr), ähnlich wie in einer Pralinschachtel.

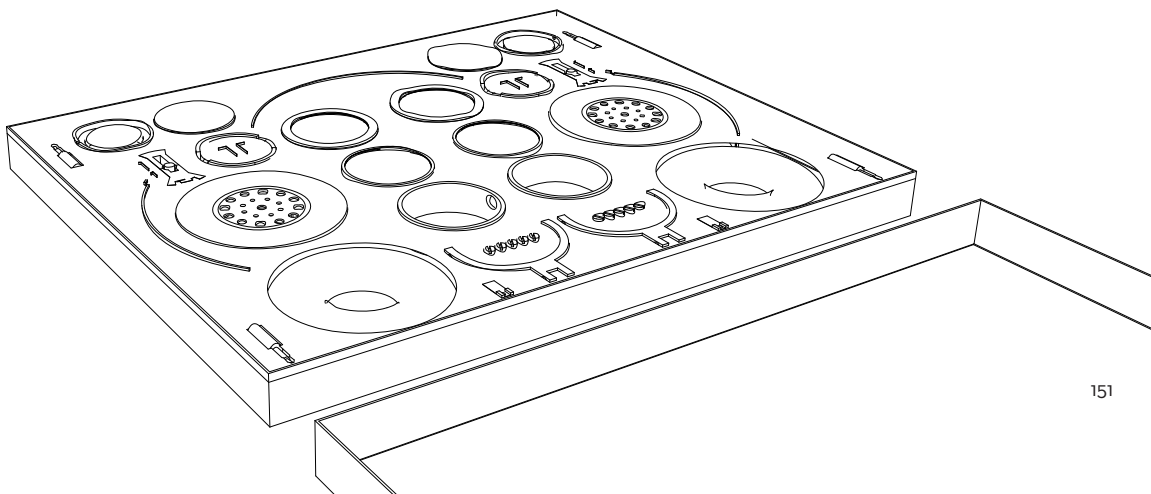
Gebrauchsanweisung

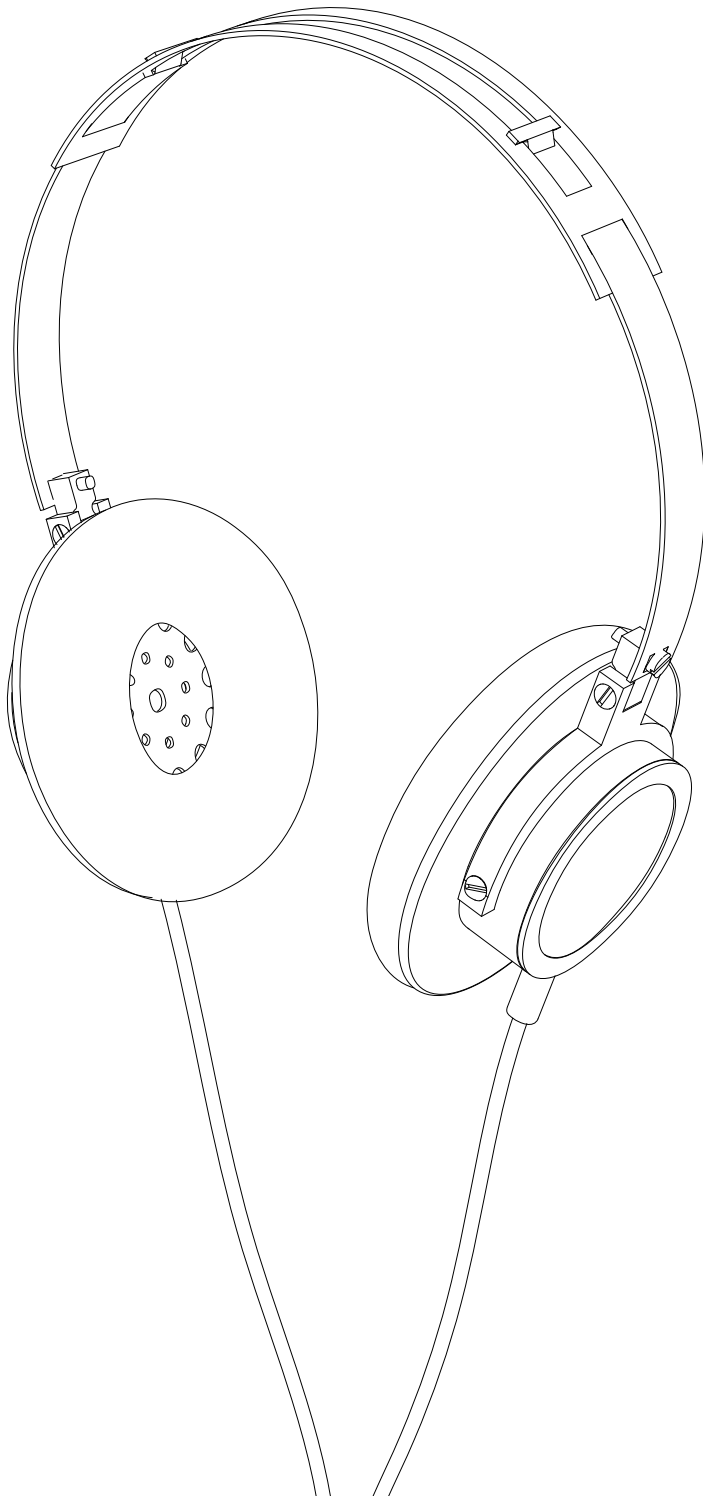
Eine kleine Gebrauchsanweisung enthält alle nötigen Schritte, die zum Zusammenbau notwendig sind. Doch bereits auf dem Cover wird auf die Internetplattform hingewiesen. Auf dieser befinden sich genauere Infos zu den Elementen sowie anschauliche Videoanleitungen. Der Link ist einmal ausgeschrieben und einmal als QR-Code auf der Anleitung zu finden.

Recycling

Damit die Motivation zum Recycling angeregt wird, ist noch ein frankierter Briefumschlag mit dem entsprechenden Symbol enthalten. Dieser ist eher symbolisch zu sehen und soll das ökologische Anliegen transportieren, was auf der Internetseite auch kommuniziert ausführlicher kommuniziert werden kann. Die Schachtel ist so dünn gehalten, dass sie bequem im Bücherregal Platz finden kann.

Aufbewahrung





Der Kopfhörer

Kriterien

Für die Gestaltung des Kopfhörers war mir wichtig, den Herstellungsprozess so einfach wie möglich zu gestalten. Die Teile sollten in möglichst wenig und unkomplizierten Schritten zu fertigen sein.

Herstellung

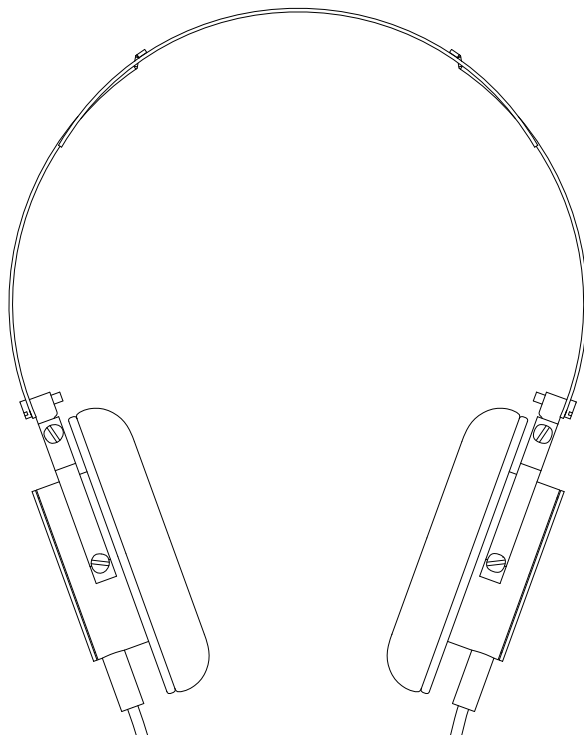
Die gesamten Herstellungs- und Bearbeitungstechniken ließen sich auf 3D-Druck, Wasserstrahlschneiden, Ablängen, Bohren und Biegen reduzieren. Das spart Kosten und ermöglicht die Produktion in Kleinserie.

Da zudem auch der Arbeitsaufwand für die Gerätemontage entfällt, erhoffe ich mir den Kopfhörer auf zu einen moderaten Preis anbieten zu können.

Ästhetik

Die Anmutung des ersten Kopfhörers wird technisch-funktional sein. Könnte aber in weiteren Versionen durch farbige Varianten oder Stoffummantelungen „lieblicher“ wirken.

Um die Anfälligkeit der Verstellelemente zu reduzieren, habe ich mich auf die Größenverstellung und auf einen einfachen Klappmechanismus beschränkt. So kann der Kopfhörer zum Transport verkleinert werden.



Quellen

Literaturquellen

- Arendt, Hannah: Vita activa oder Vom aktiven Leben.
München, Piper Verlag, 1981.
- Baudrillard, Jean: Das System der Dinge: Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen.
Campus Verlag, 2007.
- Brock, Bazon: Vergegenständlichungszwang: Zwischen Ethik und Logik der Aneignung,
In: Welche Dinge braucht der Mensch.
Anabas-Verlag, 1995.
- Buber, Martin: Werke Band 1: Das Problem des Menschen.
Kösel-Verlag, 1962.
- Burchardt, Uli: Ausgezeit - Wertvoller ist besser: Das Manufactum-Prinzip.
Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2012
- Csikszentmihalyi, Mihaly /
Rochberg-Halton, Eugene: Der Sinn der Dinge.
Psychologie Verlags Union, 1989.
- Funk, Lois Ferdinand: Hypertrophiertes Design und Konsumverhalten.
Duncker&Humblot, 2000.
- Gronemeyer, Marianne : Die Macht der Bedürfnisse: Überfluss und Knappheit,
Primus Verlag, 2002.
- Grund, Moritz: Einhundert: Der Designer und die Dinge - Ein Selbstversuch.
Niggli Verlag, 2012.
- Habermas, Tillmann: Geliebte Objekte: Symbole und Instrumente der Identitätsbildung.
Berlin: Walter de Gruyter & Co, 1996.

- Handke, Peter: Die Innenwelt der Außenwelt der Innenwelt.
Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1969.
- Haubl, Rolf: Von Dingen und Menschen: Funktion und Bedeutung materieller Kultur.
Westdeutscher Verlag GmbH, 2000.
- McLellan, Todd: Ganz schön zerlegt: Die Kunst, Dinge neu zu ordnen.
Potsdam: h.fullmann publishing GmbH, 2013
- Norman, Donald A.: Emotional Design.
Basic Books, 2005.
- Rolf Oerter: Musikpsychologie: Ein Handbuch.
Reinbek bei Hamburg: Rohwolt Taschenbuch Verlag GmbH, 1993
- Rosa, Hartmut: Beschleunigung: Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne.
Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 2005.
- Rudmin, F.W./
Berry, J.W.: Semantics of ownership: A free recall study of property.
Psychological Record, 37, 1987.
- Sartre, Jean-Pierre: Das Sein und das Nichts.
Reinbek, 1993.
- Schäfer, Annette: Wir sind was wir haben.
Deutsche Verlags-Anstalt, 2012.

Internetquellen

- S.15 Öko-Institut e.V. : Fragen und Antworten zu Obsoleszenz, 2016,
URL: <http://www.oeko.de/oekodoc/2464/2016-003-de.pdf>
- S.40 Duden Definition für „kompensieren“,
URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/kompensieren>
- S.73 Siegfried Behrendt / Frank Behr: Öko-Rent im Bereich
„Heimwerken, Baueigenleistungen und Gartenpflege“,
Berlin: Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung, 2000.
URL: https://www.izt.de/fileadmin/publikationen/IZT_WB41.pdf
- S.107
- 1 o.A.: Unterhaltungselektronik: Branche kämpft mit Innovationen gegen Krise,
URL: <http://www.handelsblatt.com/technik/it-internet/unterhaltungselektronik-branche-kaempft-mit-innovationen-gegen-krise/7070972.html>
 - 2 Brandt, Mathias: So stark sind deutsche Onliner vernetzt,
URL: <https://de.statista.com/infografik/2922/vernetzte-geraete-deutscher-onliner/>
- S.111
- 1 Brandt, Mathias: Jeder Deutsche produziert 21,6 kg Elektroschrott im Jahr,
URL: <https://de.statista.com/infografik/2278/elektroschrott-aufkommen-in-ausgewaehlten-laendern/>
 - 2 o.A. : Abfall von Privathaushalten in Echtzeit,
URL: <http://www.entsorgung.de/entsorgungsstatistik/index.html>

- 3 Woisczyk, Carmen: Den Schatz aus dem Bildschirm bergen – Indiumrecycling,
URL: <http://www.swr.de/blog/diedurchblicker/2014/01/13/den-schatz-aus-dem-bildschirm-bergen-indiumrecycling/>
- 4 Lutz, Ferdinand: Der künftige Verfügbarkeit knapper, strategisch wichtiger Metalle,
URL: http://www.denkwerkzukunft.de/downloads/Verf%C3%BCgbarkeit_von_Metallen.pdf
- 5 o.A.: Prognostizierte Nachfrage an Produkten, für die im Jahr 2014 Seltene Erden
gebraucht werden;
URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/166892/umfrage/seltene-erden-prognostizierte-nachfrage-an-produkten-2014/>
- 6 Adler, Bernhard/ Müller, Ralf: Seltene Erdmetalle -
Gewinnung, Verwendung und Recycling,
URL: https://www2.db-thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_00029682/ilm1-2014100070.pdf
- 7 Buchert, Matthias /Manhart, Andreas / Sutter, Jürgen:
Untersuchung zu Seltenen Erden: Permanentmagnete im industriellen
Einsatz in Baden-Württemberg
URL: <http://www.oeko.de/oekodoc/2053/2014-630-de.pdf>
- 8 o.A.: Export von Elektroaltgeräten,
URL: <https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/publikation/long/4000.pdf>
- 9 Grüling, Birk: Die Welt versinkt im Elektroschrott,
URL: <http://www.wiwo.de/technologie/green/living/studie-die-welt-versinkt-im-elektroschrott/13547960.html>

Internetquellen

- S.131 1 o.A.: Markttrend: Nachfrage nach Kopfhörern bleibt auch für 2015
ungebrochen hoch,
URL: [http://www.kopfhoererimtest.de/2015/02/
markttrend-nachfrage-nach-kopfhoreern.html](http://www.kopfhoererimtest.de/2015/02/markttrend-nachfrage-nach-kopfhoreern.html)
- S.147 6 o.A.: Alufacts,
URL: <https://www.alunorf.de/alunorf/alunorf.nsf/id/alufacts-de>
- 7 o.A.: Nawaro - Auf Sonnenblumen sitzen,
URL: [http://www.hs-schaumstoff.de/production/foam-products/
nawaro-aus-sonnenblumenoel.html?L=1](http://www.hs-schaumstoff.de/production/foam-products/nawaro-aus-sonnenblumenoel.html?L=1)

Bildquellen

S. 107

Reihenfolge von links oben nach rechts unten

- 1.Fön URL: http://img.dooyoo.de/DE_DE/orig/1/6/0/5/5/1605552.jpg
- 2.Mp3-Player URL: https://img.conrad.de/medias/global/ce/3000_3999/3500/3520/3525/352507_BB_00_FB.EPS_1000.jpg
3. Rasierer URL: <http://haarentferner.net/wp-content/uploads/2015/08/Braun-Series-7-740s-Rasierer-Bild-2.jpg>
- 4.Toaster URL: <http://www.krups.de/fruehstueck/toaster/kh-1518>
5. Wasserkocher URL: http://www.gebr-suhl.de/media/catalog/product/cache/2/image/800x800/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/5/k/5kek1722ob_front_1.jpg
- 6.Bügeleisen URL: <http://www.buegeleisentest.com/wp-content/uploads/aeg-db-5110pb-1289.jpg>
7. Kopfhörer URL: http://ecx.images-amazon.com/images/I/61eMGlejdhL_SL1100.jpg
8. Bluetooth-Boxen
URL: <http://scr.wfcdn.de/13212/Ultimate-Ears-Megaboom-1437489044-0-0.jpg>
9. Heißklebepistole
URL: <https://www.bauhaus.info/heissklebepistolen/mini-heissklebepistole-te-308-/p/22871714?continueUrl=/heisskleber-tacker-nietzangen/c/10000135&activeCategory=10000135>

Bildquellen

- S. 107 Fortsetzung
10. Drucker URL: https://www.expert.de/shop/media/catalog/product/cache/1/image/9df78eab33525d08d6e5fb8d27136e95/1/7/17285007414_fm_01_3.jpeg
11. USB-Stick URL: <http://picture.yatego.com/images/562f7642b6fd887/84fbddf3c06ae4798698787c8ba472c1-kqh/jetflash-350-32-gb--usb-stick.jpg>
12. Radio URL: http://www.comtech.de/media/image/Stream_217_front_2_shadow.jpg
13. Milchschaumgerät
URL: https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/61ckWpFobhL_SL1500_.jpg
14. Handmixer URL: https://media.hoeffner.de/images/38c/42c/191963_zoom.jpg
15. Kaffeepadmaschine
URL: <http://www.billiger.de/show/produkt/513875763-Krups-Nescafe-Dolce-Gusto-Piccolo-KP-100B.htm>
16. Pürierstab URL: http://www.infoboard.de/wp-content/uploads/2013/05/WMF_Kult_black_Stabmixer.jpg
- S.108
1. Wendetoaster URL: <http://www.the-saleroom.com/de-de/auction-catalogues/auktionshaus-mehlis/catalogue-id-srauktio10001/lot-4303a5d8-203e-4122-a605-a3fc01300822>

2. Toaster 60er URL: <http://collectionsonline.nmsi.ac.uk/detail.php?t=objects&type=all&f=&s=toaster&record=17>

3. Toaster aktuell URL: <http://de.picclick.com/Toaster-850-Watt-Kunststoff-Edelstahl-Silber-Schwarz-291408636490.html>

S.110

1. Schrottexport URL: <http://www.heise.de/imgs/18/3/7/1/6/8/3/3b890011fd432de5.jpg>

S.112

1. Schrottplatz URL: <http://cdn4.spiegel.de/images/image-822187-galleryV9-duba-822187.jpg>

S.118

1. Things come apart
URL: <http://www.thisiscolossal.com/2013/05/things-come-apart-a-new-book-of-disassembled-objects-by-todd-mcLellan/>

2. Loper Shoes
URL: <http://www.dezeen.com/2016/05/09/roderick-pieters-proef-loper-shoes-kickstarter-glueless-rope/>

S.120

1. Heathkit URL: http://shepelavy.com/blog/wp-content/uploads/2012/06/HeathKit_Manual1.jpg

BildquellenS.122

- 1.Hans Hansen URL: <http://www.hamburg.de/contentblob/4619694/c7d9b2ef86d3f40975fdf7d757e99b2a/data/no-name-deisgn-11.jpg>
- 2.+3. Todd McLellan
URL: <http://www.thisiscolossal.com/2013/05/things-come-apart-a-new-book-of-disassembled-objects-by-todd-mclellan/>

S.124

- 1.Taucheranzug URL: http://www.statenskonstrad.se/wp-content/uploads/2011/09/michael_johansson_mg_6627.jpg
- 2.Gartengeräte URL: <http://static1.squarespace.com/static/56e33409d210b8a>
- 3.Boot URL: https://c1.staticflickr.com/3/2554/3865171701_80cfe3a3c0_b.jpg
- 4.Fön URL: http://www.loschermo.it/imagecache/articoli/galleria/engine_bought_separately_hugin_1_800_800.jpg

S.130Reihenfolge von links oben nach rechts unten

1. URL: <https://de.pinterest.com/pin/444941638158978137/>
2. URL: <https://de.pinterest.com/pin/444941638158978126/>
3. URL: <https://de.pinterest.com/pin/269090146459678008/>
4. URL: <https://de.pinterest.com/pin/444941638158978152/>
5. URL: <https://de.pinterest.com/pin/444941638158978138/>
6. URL: <https://de.pinterest.com/pin/444941638158978135/>
7. URL: <https://de.pinterest.com/pin/433401164117917898/>

8. URL: <https://de.pinterest.com/pin/324892560600400154/>
9. URL: <https://de.pinterest.com/pin/212021094933224092/>
10. URL: <http://www.popsugar.com.au/fitness/Alessandra-Ambrosio-More-Celebrities-Working-Out-34923246#photo-35070856>
11. URL: <https://de.pinterest.com/pin/444941638158978127/>
12. URL: <https://de.pinterest.com/pin/462533824208782141/>

S.132

1. AxelAudio URL: <https://www.axelaudio.com/>
2. Konohazuk URL: <http://www.techfieber.de/2016/04/19/h3-kopfhoerer-buchenholz-konohazuk/>
3. AiAiAi URL: <http://www.dezeen.com/2015/04/25/kilo-design-tma-2-modular-headphones-aiiai/>
4. Normal URL: <http://www.gadget-rausch.de/2016/03/07/normal-ergonomische-kopfhoerer-fuer-den-perfekten-halt/>
5. Ownphones URL: <https://www.3d-grenzenlos.de/magazin/startups/ownphones-individuelle-kopfhoerer-aus-dem-3d-drucker-2755923.html>
6. Sleepphones URL: <http://www.trendlupe.de/sleepphones-bequeme-kopfhoerer-fuers-bett/>
7. Batband URL: <http://www.tonspion.de/news/kopfhoerer-das-batband-transportiert-klaenge-ohne-umwege-ins-gehirn>

Bildquellen

8. The Dash URL: <http://i.huffpost.com/gen/1631884/thumbs/o-BRAGI-THE-DASH-900.jpg?7>

9. Teague URL: <http://labs.teague.com/?p=1490>

S.146

1. Green-TEC URL: <https://cdn-3d.niceshops.com/upload/image/big/extrudr-green-tec-rot-13525-de.jpg>

2. PUR-Schaum URL: http://www.raumprobe.de/uploads/tx_raumprobe/CO769-03-05.jpg

3. Aluminium URL: http://www.gauravsteel.com/images/products/aluminium_tubes.jpg

4. Rhababerleder URL: <http://www.raumprobe.de/material/rooters-ug-deepmello/rhabarberleder-grey-nappa-used-staerke-14-18-mm/datenblatt/>

5. Kupfer URL: <http://www.recyswiss.ch/gallery/kupfer%20bleche.jpg>

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Masterarbeit selbstständig verfasst habe und keine anderen Quellen und Hilfsmittel verwendet wurden. Alle Ausführungen, die anderen Schriften wörtlich und sinngemäß entnommen wurden, sind kenntlich gemacht. Diese Arbeit war in gleicher oder ähnlicher Fassung noch nicht Bestandteil einer Studien- oder Prüfungsleistung.

Halle an der Saale, am 20.06.2016

(Unterschrift des Verfassers)

