

Lola Güldenbergl

High-Tech-Self-Providing Nehmen wir es selbst in die Hand

Es tut sich etwas in der Welt des Produzierens und Konsumierens. War gestern noch das Mass Customization, die Möglichkeit, den Schuh oder das Auto übers Netz selbst zu konfigurieren, der große Stern am Himmel, so zeichnet sich heute eine weitaus interessantere Entwicklung ab. High-Tech-Self-Providing, Eigenproduktion auf hohem technologischen Niveau, revolutioniert den Markt und schenkt uns die Werkzeuge zurück, die wir im Zuge der Industrialisierung aus den Händen gegeben haben.

Erst mit Hilfe neuer Technologien kommen wir wieder in den Genuss, Dinge selbst herzustellen. Entscheidendes Werkzeug ist der Computer in der Schnittstelle zum Internet. Er macht uns zu Produzenten eigener CDs, DVDs, Bücher, Musik, T-Shirts, Möbel oder gar Kleider. Denken wir an A-POC, „A Piece of Cloth“, das Meisterwerk der beiden japanischen Modedesigner Issey Miyake und Dai Fujiwara. Ein Strickcomputer wirft einen endlosen Schlauch aus. Dieser legt die Entscheidung über lange oder kurze Ärmel, Rock oder Hose, Ka-

puze oder Kragen in die Hände der Käuferin. Mit einer Schere kann sie ihr Kleid selbst aus der Vorlage heraus schneiden. Der Schlauch ist entsprechend perforiert und zieht keine Fäden. Selbst im Nachhinein kann weiter geschnitten werden. Der Herstellungsprozess wird damit komplett neu definiert. Die Rolle des Produzenten, Vertrieb und Gebrauchenden ändert sich grundlegend.

Anderer Ort, anderes Beispiel: Berlins Straßenkids und Obdachlose können in einer ehemaligen Fleischerei eigene T-Shirt-Entwürfe umsetzen und verkaufen. Ein hinterer Kühlraum stellt für diesen Zweck Computertechnologien nebst Siebdruckwerkstatt zur Verfügung. Anfangs diente das Projekt als Hilfe zur Selbsthilfe. Inzwischen steht es jedem frei, hier T-Shirts selbst zu bearbeiten. Das Geschäft floriert. Ebenso die Planwerkstatt von Peter Sturm, die Blaupausen für den Bau eines Hockers per Download bereitstellt. Hier werden nicht nur CNC-Maschinen zur freien Verfügung gestellt, sondern im Rahmen von Gruppen-Werk-Tagen der Bau von Weinregalen gleich mit entsprechender Weinprobe versehen, das Videoregal um einen Kurs in Videoschnitttechnik erweitert und der Tisch zum Tipp-Kick-Turnier umgewandelt.

Eine Gruppe Studierender der Fachhochschule Aachen, Fachbereich Rapid Prototyping, widmet sich zusammen mit Prof. Gebhardt den Haushaltsgeräten. Im kommenden Wintersemester werden sie zwanzig Waschmaschinen auseinandernehmen und auf ihre Bestandteile hin analysieren. Ziel ist es, Bauteile zu entwickeln, die es dem Einzelnen ermöglichen, die eigene Waschmaschine umzurüsten und damit den Strom- und Wasserverbrauch zu optimieren. Gerade digitale Prozesse werden ebenso unter die Lupe genommen wie das eigentliche Design. Vielleicht findet sich sogar ein

Hersteller, der bereit ist, das Projekt zu unterstützen.

Wenn wir ehrlich sind – das Know-how, Dinge selbst herzustellen oder zu verändern, ist längst schon da. Die wachsende Zahl der Heimwerkermärkte, der reißende Absatz des Elektronikfachhändlers Conrad beweisen es. Wir sind durchaus in der Lage, unsere Computer selbst zu bauen. Auch unsere Autos oder unsere Waschmaschinen. Wenn man uns lässt. Wenn Pro-



Bild 1: Frithjof Bergmann: High-Tech-Self-Providing ist Bestandteil des New Work-Konzepts nach Prof. Dr. Frithjof Bergmann, University Michigan. Nähere Informationen finden sich unter www.newwork.net. Der nächste Trendtag, 2003 in Hamburg, wird diesem Thema gewidmet sein



Bild 2: Das Vitra Design Museum Berlin präsentiert zum ersten Mal in Deutschland die Arbeiten von Issey Miyake und Dai Fujiwara. Die Arbeiten sind im Katalog „A-POC Making“ dokumentiert

dukte schon in der Herstellung das Eingreifen des Konsumenten fest in sich verankern. Nicht zu verwechseln mit der Multioption, dem Komponenten-Sampling des Mass Customizations. Die Dimension des High-Tech-Self-Providings geht tiefer. Es legt den Akt der Herstellung konsequent in die Hände des Gebrauchenden. Hier sei noch einmal auf Issey Miyake und Dai Fujiwara verwiesen. High-Tech-Self-Providing



Bild 3: Wie Wurstwaren gehen die T-Shirts über die Theke

demokratisiert den Umgang mit Technik und kehrt das Spezialistentum um. Zur Freude und Befriedigung des Individuums.

Der Computer als Konverter zur 3-Dimensionalität bringt also nicht nur neue Arbeitsmodelle hervor, er verlangt auch das Umdenken der Designer und Entwicklungsabteilungen. Sie sind es, die Produktzyklen neu interpretieren und neue Impulse setzen können. Die letzte Cebit präsentierte zum Beispiel „Virtual Keyboard“, ein Produkt der amerikanischen VKB Inc. Das Gerät projiziert aus einer zigaretzenschachtelgroßen Box die Konturen einer Tastatur auf eine beliebige Fläche. Die Lösung basiert auf einem Chipsatz, der sich künftig ohne weiteres auch direkt in PDAs und Mobiltelefone integrieren lässt. Diese Entwicklung wird die mobile Welt um einiges reicher machen. Und nicht nur das. Sie bringt uns

der virtuellen Realität näher und damit der Möglichkeit, 3-Dimensionalität und Neue Medien noch stärker zu verzahnen. Jetzt sind die Designer gefragt, diese kleine Entdeckung sinnvoll zu verknüpfen.

Natürlich stehen den Entwicklungen des High-Tech-Self-Providings die Belange der Industrie entgegen. Sie wird umdenken müssen. Oder der Markt überholt sie, wie es bereits in den Peer-to-Peer-Konzepten der Musikbranche oder in den Open-Source- und Public-Domain-Projekten geschieht. Die Industrie wird um ihre Marken zittern, um die Wiedererkennbarkeit ihrer Labels. Doch High-Tech-Self-Providing wird neue Produktkonzepte und Beschäftigungsmodelle hervorbringen, die weitaus lustvoller – weil selbstbestimmt – damit gewinnbringender und zukunftsrelevanter sein könnten.

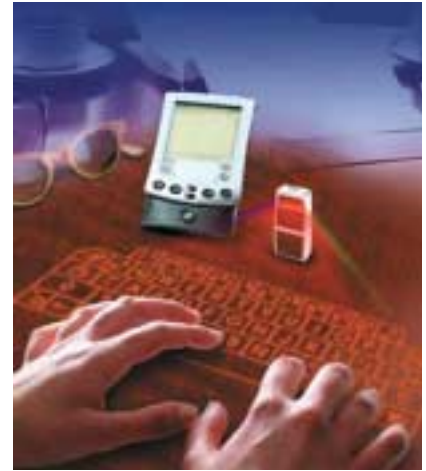


Bild 4: Siemens Procurement & Logistics Services (SPLS) wird das Virtual Keyboard künftig in Deutschland exklusiv vertreiben. Die Einführung ist für den Herbst 2002 geplant

Literatur

Zur Zeit existiert keine weiterführende Literatur zum Thema „High-Tech-Self-Providing“. Das Thema ist zu aktuell. Allerdings kann auf einen Artikel in der Financial Times Deutschland, 08.03.02, „Vordenker der Neuen Arbeit“ und auf die bevorstehende Veröffentlichung von „A Manifesto“, Prof. Dr. Frithjof Bergmann, Abor-Verlag 2003 verwiesen werden.



Lola Güldenbergl, ehemalige frogdesign-Strategin, jetzt Inhaberin von Ldesigns, Agentur für markenorientierte Trend- und Konsumentenforschung. E-Mail: office@l-designs.de