

Produktentwicklung Roericht, Ulm

Die Möglichkeits-Studien Methode ...

Der zweite Sektor sind die Studien. In diesen Studien erarbeiten wir Konzepte für verschiedene Bereiche – hier geht es um das Konzept eines zukünftigen Büros, in anderen Fällen um Konzepte von Haushaltsmaschinen und von Entwicklungen im Haushalt überhaupt.

In den Möglichkeitsstudien werden weitreichende Entwicklungsoptionen aufgezeigt und spekulative Hypothesen als wichtiges Mittel der Erkenntnis integriert. Die Studien sind die Antwort an eine Industrie, deren konventionelle Fragestellungen sich häufig auf die Optimierung bestehender Produktgattungen orientieren, aber viel zu selten den Blick auf grundlegende Veränderungen richten, um den zukünftigen Anforderungen einer sich wandelnden Informations- und Dienstleistungsgesellschaft zu begegnen.

Die Aufbereitung der Hypothesen erfolgt unter bewusstem Zeitdruck – in einer Woche im Ulmer Büro mit seiner klausurähnlichen Atmosphäre auf dem Kuhberg. Dabei werden die verfügbaren Ressourcen unter der Regie von Nick Roericht maximal verknüpft. Moderiert werden die Studienwochen durch Mitarbeiter des Büros. Die Macher sind eigens engagierte und für ihre Mitarbeit gut honorierte Studierende aus Berlin und aus Zürich, die als Nutzer von morgen unvorbelastet das Thema von allen Seiten bearbeiten. Flankiert werden die Studien durch interkulturelle Interpretationen aus einem internationalen Netzwerk – vom Roericht-Büro in New York, von der Gruppe Beyond Tokyo sowie von Designern aus London. Eine wissenschaftliche Sicht auf die Fragestellungen leisten Experten aus vornehmlich sozial- und geisteswissenschaftlichen Disziplinen.

Fortlaufend werden die Hypothesen in der Studienwoche mit Vertretern des Klienten diskutiert – am ersten Tag mit Entwicklern, am nächsten mit den Technikern, am folgenden beispielsweise mit dem Marketing. Zur Schlusspräsentation sind Vertreter aller Abteilungen präsent. Diese intensive Auseinandersetzung dient auch der personellen Entwicklung des Klienten: In teils kontroversen Diskussionen zwischen verschiedenen Abteilungen und Mentalitäten, die im eigenen Unternehmen so nie hätten geführt werden können, verdichtet sich zunehmend ein gemeinsamer Blick auf mögliche Zukunftsstrategien im Unternehmen.

... und Wirkung

Eine Woche nach Durchführung der Studie liegen die Dokumentationen vor und bilden für den Klienten eine umfassende Sondierung und einen reichen Fundus für Konzepte und Strategien der kommenden Jahre. Bei Wilkhahn beispielsweise lässt sich der Einfluss der Studie gut nachzeichnen – das Konferenzthema wird zu einem vitalen Geschäftsfeld. 1994 bringt Wilkhahn ein Möbelprogramm für dynamische Konferenzformen und Workshops auf den Markt, in den Folgejahren

Tischprogramme für hohe Anpassung an verschiedene Formen der Interaktion, 1998 ein umfassendes Grundlagenbuch zur Planung von Kommunikationsräumen.

Eingestreute Gesprächsfragmente aus der Studienwoche
(Original-Ton aus verschiedenen Studien)

„Petra und ich, wir kamen dann mal drauf, weil Nick hat immer betont, es war auch irgendwie eine hohe oder feine Form von Konkurrenz – und ich habe gesagt: ‚Ja, und gleichzeitig eine hohe, feine Form von Kooperation.‘ Und das finde ich doch auch stark. Also dass das gleichzeitig so läuft – weil dann kamen doch jeden Tag diese Männer da von Bosch und dann hat man präsentiert.“

„Das klimatisierte Lagern von Food. Klimatisch aktive Behälter – das klingt sehr modern, aber eigentlich ist es was ganz Althergebrachtes. Wie hat man ursprünglich versucht, Sachen zu kühlen? Faktoren wie Luft, Verdunstung, Feuchtigkeit – Tongefäße, die vielleicht noch umhüllt sind mit Wasser.“

„Wo Kälte erzeugt wird, wird Wärme entzogen, die irgendwo wieder abgegeben wird. Diese Wärme, wenn ich die kombiniere mit einem Klimaschrank zum Beispiel, komme ich zu ganz neuen Hybridgeräten.“

„Also wenn ich jetzt ein Fest mache und ich brauche sehr viel Zeug, was ich sonst nicht immer regelmäßig da habe, dass ich dann irgendwas habe, was ich vielleicht irgendwo aufstellen kann – à la ein Klimazelt.“

„Diese archetypischen Situationen, die ehemals bei Christoph Alexander architektonische Situationen waren und diese Runde geformt haben, müssen eigentlich synthetisch noch einmal eingebracht werden. Und das sind eigentlich Leistungen, die dann die Einrichtung, die dann das Mobiliar übernehmen muss.“

„Mit dem Konferieren haben wir eigentlich überhaupt nichts am Hut. Das ist eine ganz andere Welt. Wir sind aufgewachsen in einer totalen Diskutierwelt. Das klassische Gepränge und Ritual der Konferenz mit ihrer hierarchischen Ordnung – das ist überlebt. Und das sind keine Möbelentwürfe, sondern Beschreibungen von Situationen.“

„Das Ding steht hier nicht, um zu sagen: ‚So muss es aussehen‘, sondern um einfach mal zu kosten, was es eigentlich für eine Situation bietet.“

„Wie werden diese aus heutiger und künftiger Sicht sich über Entwicklungen in ihren Konferenzen methodisch verhalten? Das hat direkten Einfluss auf die Einrichtung. Und in welchem Ambiente werden sie vermutlich heute und künftig am wohlsten fühlen?“

„Der Workshop – das gemeinsame Erarbeiten von Strategien – wird einfach sehr zunehmen. Denn eine Unternehmensführung wird gar nicht

mehr anders möglich sein. Interaktive Kommunikation wird so zunehmen, weil ein Unternehmen gar nicht mehr anders zu führen sein wird."