

Manufaktur im Gespräch

selbst™



Manufaktur im Gespräch

Manufakturen sind wieder im Gespräch. Dass wir uns an einer Kunsthochschule und insbesondere an der Burg Giebichenstein mit diesem Thema befassen, liegt nicht zuletzt in der Historie begründet. Zu DDR-Zeiten gab es an die Burg angeschlossene Betriebe, die ihrem Charakter nach Manufakturen waren. Nach 1989 wurden die meisten von ihnen geschlossen, nur die Textil- und Gobelinmanufaktur Halle wurde als eigenständiges Unternehmen in Landesbesitz weitergeführt und wir arbeiten in enger Kooperation zusammen.

Die wieder erstarkende Organisationsform Manufaktur eröffnet für Designerinnen und Designer durch anspruchsvolle Gestaltung für hochwertige Produktion in kleiner Serie ein spannendes Arbeitsfeld.

Manufaktur steht für Qualität, Individualität und letztendlich durch die regionale und Ressourcen schonende Produktion auch für Nachhaltigkeit. Durch die spezielle Verbindung von Qualitätsanspruch und Nähe zum Produkt ist die Manufaktur auch als „Exportartikel“ Synonym für regionale Produktion mit gleichzeitigem internationalem Renommee.

Am 30. Oktober 2010 fand ein Expertengespräch zu Manufakturen statt, welches Raum bot für die Diskussion über Arbeits- Qualitäts- und Gestaltungskultur in der deutschen Manufakturlandschaft. Ziel der Runde war, die laufende Diskussion durch dieses Gespräch zu intensivieren und die Manufakturexperten zu vernetzen. Wir möchten dazu beizutragen, Manufaktur als Qualitätsbegriff zu etablieren



Warum Manufaktur?

Manufaktur erscheint als eine mögliche Antwort auf die Ermüdung der Konsumenten durch die Massenproduktion. Produkte aus Manufakturen implementieren oft einen hohen Grad an Vererbungswürdigkeit verbunden mit nicht entfremdeter oder ursprünglicher Arbeit. Große Verständnissbreite kam auch beim Manufakturgespräch zum Ausdruck:

„Das ist für mich die intelligente Kopplung von Kreativität und fairer serieller Fertigung. Fertigung nach Wünschen, Umsetzung von guten Entwürfen und zwar in einem fairen Arbeitsteilungssystem. Die Manufaktur ist die, die nach Vorgaben vererbungswürdige Produkte herstellt, organisiert und die Transaktion dann auch sicherstellt. So dass der, der etwas Schönes herstellt, dann auch sein Geld bekommt und möglichst pünktlich. Die Prinzipien der Manufaktur sind die Nachprüfbarkeit.“

Christoph Hinderfeld

„Manufaktur – ein positiv belegter Begriff, der allerdings ganz offensichtlich einen großen Interpretationsspielraum zulässt. Für mich ist der Aspekt des Gegensatzes zur „großen Serie“ vorrangig, also Produkte, die in Klein- und Kleinstserien hergestellt und entsprechend kalkuliert sind.“

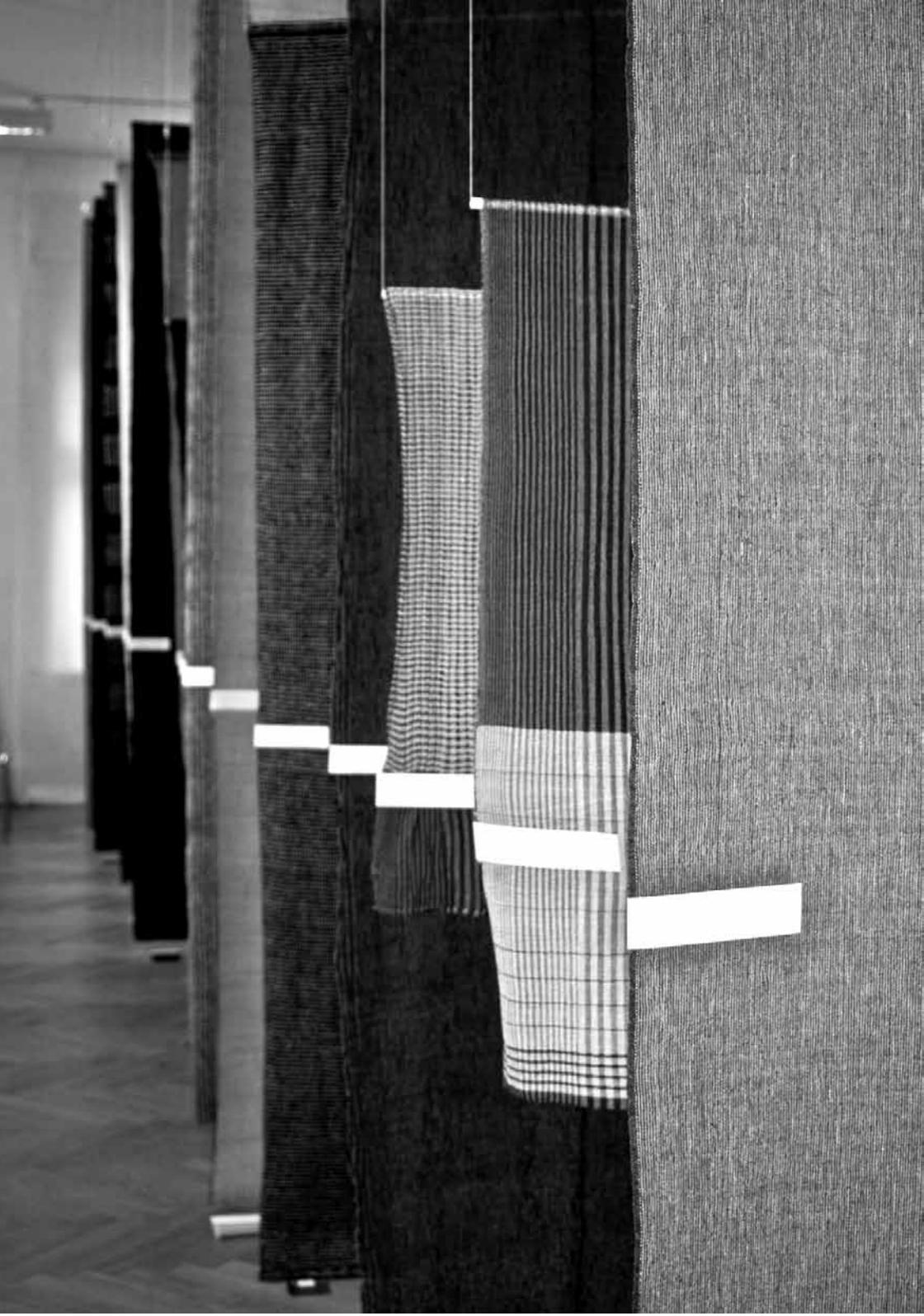


Die Perspektive, die damit geöffnet wird, erlaubt Schnittstellen zum Kunsthandwerk einerseits, aber auch zum ambitionierten hochwertigen Produkt andererseits, das Randgruppen und Nischen zu bedienen vermag, die mit Produkten großer Stückzahl nicht erreicht werden. Durch die Möglichkeiten, die das Internet an neuen Vertriebswegen und Möglichkeiten öffnet, bekommt die Manufaktur eine weitere Facette, die es ambitionierten Handwerksbetrieben erlaubt, neben ihrem auftragsbezogen Kerngeschäft auch eine eigene Produktlinie zu entwickeln und attraktiv zu vertreiben, da hier wesentliche Bestandteile des Händlereaufschlages entfallen.

Axel Müller-Schöll

„Wir sollten den Begriff der Manufaktur behalten, da er ein Kulturbegriff ist und ein Bewusstsein auslöst. Was die Inhalte und die Stoffe der Produktion, die technischen Mittel betrifft, ist er neu zu definieren. Aber viel wichtiger als die Definition ist die Begründung, dass die Institution Manufaktur notwendig ist“.

Rudolf Horn



Qualität

Ist die Qualität eines Produktes allein schon als Kriterium geeignet? Ich denke Nein. Denn hervorragende Produktqualität kann auch von der Industrie oder vom Kunsthandwerk geliefert werden. Können die verarbeiteten Werkstoffe manufakturspezifische Kriterien sein? Auch dies ist zu verneinen. Denn kein Werkstoff entzieht sich auch industrieller Verarbeitung oder Herstellung. Können Funktion, Gebrauchswert und daran gebundene Formen Eigenschaften sein, die ein Produkt manufakturspezifisch machen? Auch diese Frage kann wohl weder mit Ja noch mit Nein beantwortet werden. Jedoch im Spannungsfeld zwischen „Ja“ und „Nein“ sollten sich manufakturspezifische Kriterien darstellen lassen.

Rudolf Horn

Jan Teunen spricht in seinem Beitrag über die Wichtigkeit der hohen Qualität von Manufakturprodukten. Er verweist darauf, dass sich Manufakturen mit Mittelmäßigkeit sehr schaden und damit auch ihre moralische Existenzberechtigung verlieren. Manufakturen sind mit Qualitätsprodukten wichtig für die Märkte. Sie bilden den guten Geschmack. Gut geführte Häuser helfen durch interne Belohnungen, um enormes Engagement der Mitarbeiter zu fördern. Diese geben nicht nur Traditionen weiter, sondern entwickeln eine Mission.

Lutz Richter sieht in der handwerklich hohen Qualifikation der Porzellanmaler individuelle Gestaltungsmöglichkeiten, es ermöglicht, dass durch dessen eigene Handschrift mehr Vielfalt auf hohem Niveau entsteht. Sie schöpfen sowohl aus dem reichhaltigen Formenarchiv des Traditionsunternehmens, reagieren aber auch auf aktuelle Strömungen. Manufakturprodukte leisten einen Beitrag zum „Menschsein“ - dazu, dass Menschen sich wohlfühlen und ihre kreativen Potentiale entdecken können. Vor allem durch die Erfahrung lebendiger Arbeit, die man passiv erfährt, indem man Manufakturen besucht, oder aktiv, in dem man selbst mit Hand anlegt. Zumindest kann man die materiellen und ästhetischen Eigenschaften des Erzeugnisses „fühlen“. Das ist ein Beitrag zum Wohlfühlen, wie es Jan Teunen definiert hat. Aber auch durch das Leben in einem breiteren historischen Umfeld, in Kultur und Architektur, für dessen Bewahrung durch Restaurierung die Manufakturen einen wichtigen Beitrag leisten können.

Steffen Sammler



Individualisierung

„Manufaktur bestand in der Vergangenheit nicht nur aus dem seriellen Arbeitsprozess, umschneller mehr produzieren zu könne, sondern sie bedienten auch einen anonymen Markt. Heute ist es genau umgekehrt: weg vom Massenprodukt hin zu individuellen Produkten.“

Angelika Petruschat

„Ein Wesenszug der Manufakturen ist es, auf Individualisierbarkeit flexibel reagieren zu können. Dahinter steckt das Bestreben „das Ende der Massenproduktion“ zu propagieren. Warum wird in kleinen Einheiten produziert? Vielleicht war die Industrialisierung ein Unfall? Vielleicht sind Manufakturen die definierenden Dienstleistungsgeschäfte.“

Holm Friebe

Die intrinsische Motivation für die „Manufakturistinnen“ und „Manufakturisten“ ist die Verbreiterung des Kundenkreises für Manufakturprodukte. Mehr Menschen sollen als Konsumenten an den „schönen Dingen“ partizipieren können. Durch Angebote für den kleinen und den mittleren Geldbeutel. Gleichzeitig auch durch eine kulturelle Heranführung an die Manufakturprodukte. Wenn man etwas selbst gerne tut und dann noch Abnehmer findet – gut! Der Manufakturbegriff hat viel mit Kultur zu tun aber: Kultur verändert sich, die Eitelkeit muss reduziert werden. Durch Bildung und Erziehung kann und sollte auf die Kultur eingewirkt werden.

Lutz Richter





*Meissen - Zwei Dachshunde mit
Damenhut und Schuh*

Luxus

„Nicht die Manufakturen sind zu teuer, sie kalkulieren realistische Preise, die dem Wert tatsächlich entsprechen. Es sind die anderen Produkte, die industriell hergestellten, die meist zu billig sind. Manchmal betrachte ich Gegenstände und frage mich, wie ist es möglich, dass dieser Artikel z.B. nur zehn Euro kostet. Wenn ich die Umsatzsteuer, die Händlermarge und Transportkosten herausnehme, bleibt für das eigentliche Produkt (Material, Herstellung und Unternehmergewinn) eigentlich nichts mehr übrig. Die Qualität kann dann nur noch schlecht sein und mit seiner Entstehung wurde gleichzeitig der Termin des ‚Wegwerfens‘ definiert. Der sinnlose Massenkonsum unserer Zeit funktioniert nur, weil die Dinge zu einem geringeren Wert erhältlich sind, als ein solcher Artikel kosten müsste. Handarbeit birgt Unregelmäßigkeit, welche als Individualität wahrgenommen wird und als Luxus gelten kann.“

Ulrich Welter

Wichtig für den Erfolg ist laut Eva Schläfer die gezielte Ansprache von zahlungsfähigen Interessenten im Luxussegment - ein Plädoyer für Pragmatismus bei der Wahl der Kunden, die im besten Fall neben Geld auch kulturelle und ästhetische Vorbildung besitzen... Diese Vorbildung



Welter - 5star Goldtapete

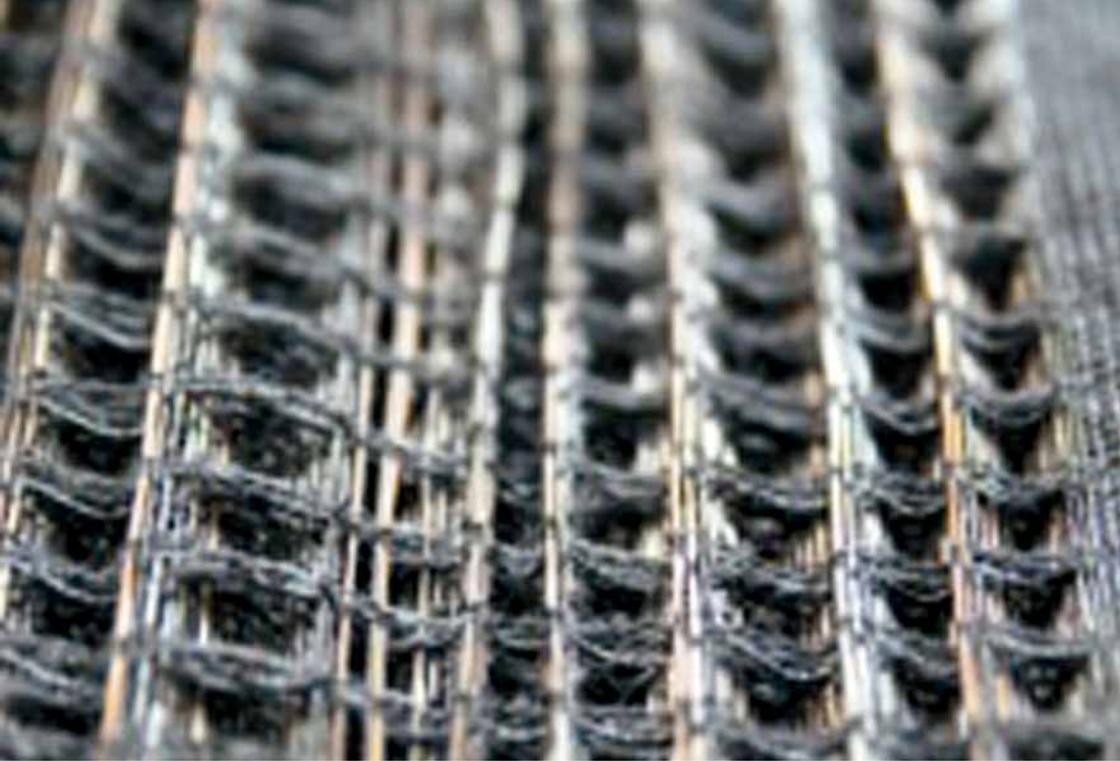
geht vielfach verloren, denn sie können heute z.B. keine Unterschiede mehr von mundgeblasenem Glas zu Gläsern aus der Massenproduktion feststellen. Das Gefühl dafür ist nicht mehr vorhanden. Die Lebensbedingungen der Menschen haben sich verändert. Es gibt viele Singlehaushalte, Mobilität und keinen Sonntagskaffee mehr. Auch wenn Tisch und Tafelkultur inzwischen von der Industrie besetzt wird, bleibt derjenige, der über historische und ästhetische Bildung und Geld verfügt, der beste Kunde der Manufaktur. Dieses Argument hat Reinhold Ludwig stark gemacht, der den „Sammler“ als einen wichtigen Liebhaber von Manufakturprodukten charakterisiert hat.

Produktion

„Sowohl die heterogene Manufakturen, in denen Einzelteile eines Produktes durch Heimarbeiter hergestellt und in den Werkstätten der Unternehmen zusammengesetzt wurden. als auch die organische Manufakturen als deren vollendete Form, in denen das Produkt einen stufenartigen Prozess durchläuft, wobei die Handarbeit und die gestaltende Arbeit des Menschen erhalten bleibt - sind auch in der Gegenwart existent. In dem wir dem klassischen Kriterium „Handarbeit“ das Kriterium „gestaltende Arbeit“ des Menschen hinzufügen oder auch eine Synthese beider Formen als prinzipielle Wirkungsmöglichkeit des Menschen im manufakturrellen Prozess akzeptieren, ergibt sich eine schlüssige, eine moderne Definition für manufaktuelle Produktion. Für diese sehe ich ein Wirkungsfeld, das sich eng mit der Industrie verbindet. Ich denke, im Vorfeld der großen Serie könnten neue innovative und deshalb vielleicht ungewohnte Produkte, für deren serielle Herstellung große Investitionen notwendig wären zunächst in manufakturrellen Produktionsformen hergestellt und auf dem Markt erprobt werden. Das würde Raum bieten für eine Gestaltungskultur, die einer schnelleren Überführung neuer Produktideen in die Lebenswirklichkeit verpflichtet ist. Dies würde die klassische Bedeutung manufakturreller Produktion öffnen und erweitern und jungen Gestaltern Möglichkeiten eröffnen unkonventionell und phantasievoll ihren Intentionen nachzugehen, ohne bereits festen institutionellen Herstellungs- und Vertriebsformen verpflichtet zu sein. Ich halte es sogar für möglich, dass sich innerhalb der großen Industrie manufaktuelle Strukturen etablieren. Eine produktive Wechselwirkung könnte sich entwickeln. Das manufaktuelle Element könnte das serielle bereichern, wie andererseits das industrielle Element das manufaktuelle Erzeugnis.“

Rudolf Horn





Nachhaltigkeit / Regionalität

Durch die Möglichkeit des direkten Eingreifens in Produktionsprozesse können und sollten die Manufakturen prinzipiell ökologisch handeln: Sie sollten recyclebares Material verwenden und nicht umweltschädlich produzieren bei minimalem Materialverbrauch. Die Produkte sind langlebbar und reparaturfähig. Sie sparen Ressourcen. Sie sind damit sowohl ökologisch als auch wirtschaftlich zukunftsfähig. Auch die Regionalisierung bietet eine große Chance: der Verbraucher kann sich mit seiner Region und deren Produkten identifizieren. Regionale Produzenten können Transparenz direkter und vollständiger gewährleisten.

„Manufakturprodukte schonen also Ressourcen, weil sie für den langlebigen Gebrauch hergestellt werden und vom Käufer dann auch wirklich gewollt werden. Sie gehen mit Rohstoffen sorgsamer um und fördern ein besseres Bewusstsein beim Konsumenten. Manufakturen gehen auch, unabhängig vom individuellem Betriebsklima, mit

Mitarbeitern sorgsamer um, da diese das größte Kapital darstellen, außerdem bleiben sie in der Regel ihrem Standort treu.“

Ulrich Welter

Spannend könnte hier sein, ob diese kooperativen, solidarischen Netzwerke nicht immer wieder neu von innovativen Erfindern geknüpft worden sind, die neue Materialien stofflich umgewandelt, neue Produkte erfunden haben, etc. das geht ja bis zur kostenfreien Software. Das interessante an regionalen Netzwerken ist die Fähigkeit zur Flexibilisierung des professionellen und sozialen Rollenverständnisses der Beteiligten im Produktions- und Distributionsprozess.

„Zu Manufakturproduktion gehört durch ihre hohe Qualität, Zeitlosigkeit, Wertigkeit und Vererbbarkeit ein verantwortungsvoller Umgang mit den Rohstoffen - nicht nur mit den materiellen, sondern auch den kulturellen und ethischen Rohstoffen“

Mechthild Bungenberg

Der Begriff der Manufaktur ist als Historisches vergangen, es entstehen heute Produktionsformen, die anders sind, als die im ursprünglichen Manufakturbetrieb. Manufaktur ist dann unter Umständen ein falsches Etikett, eine Behauptung für etwas, das sich anders strukturiert und das unter ganz anderen Voraussetzungen entsteht. Es kann diese alte Art von Manufaktur nicht sein. Aber es sind neue Formen vorstellbar und schon da. Wirkliche Handarbeit, wirkliche individualität, gestalterischer Anspruch, menschenfreundliche nutzbarkeit.

Renate Luckner-Bien



Tradition

Die Manufaktur steht für die Fähigkeit der europäischen Gesellschaft Innovationen aus außereuropäischen Gesellschaften zu übernehmen und in kreativer Weise weiter zu entwickeln. Sie fördert die Migration von Unternehmern und Facharbeitern mit unterschiedlicher Religionen und Kulturen. Mit Blick auf das Entwicklungsgefälle zwischen Europa und zahlreichen Staaten Afrikas, Asiens und Lateinamerikas, deren Bewohner sich über den Traditionsverlust und die Arroganz der westlichen Industriegesellschaft beklagen, richtet die Manufaktur gerade den Blick darauf, dass wir eine ganze Reihe von Innovationen in der Vergangenheit unseren näheren und entfernteren Nachbarn zu verdanken haben.

Im Jahr 2008 startete ein gemeinsames Projekt der GIZ und der Burg Giebichenstein in Aleppo in Syrien unter Leitung von Cornelia Feyll. Die textilen Handwerke geraten durch die Chinaimporte und die allgemeinen Lohnsteigerungen dort nach und nach in Vergessenheit. Ziel war der Aufbau eines „Aleppo Textile House“ – ein Zentrum für die Erhaltung

der textilen Kultur in der Altstadt mit Archiv und Manufaktur. Ein Beginn war die Kooperation von einer Studentinnengruppe der Burg und einigen Handwerkern und Händlern. Die Studentinnen entwarfen Produkte, die in den Werkstätten des Souks produziert werden sollten. Leider sind ja alle Beziehungen nach Syrien abgebrochen, so stagniert auch das Projekt. Das Projekt wirft aber auch Fragen auf: Macht es überhaupt Sinn, sich „einzumischen“ in die Entwicklung eines arabischen Landes? Ist es nicht doch nur eine Adaption fremder Kultur wie auch in Projekten in Afrika, Asien und Lateinamerika für westliche Produktwelten? Wie unterscheiden sich die Arbeitswelten und -prozesse – was kann man voneinander lernen? Gleichzeitig regt die Begegnung mit dem „Fremden“ dazu an, nach den Wurzeln und den Bedingungen der eigenen kulturellen Tradition zu fragen

Wie kann man hiesige Traditionen nutzen und in manufaktuelle Produkte transferieren? Möglich ist ein Spiel mit der lokalen Tradition - die gleiche Adaption der fremden Kultur kann auch mit der eigenen Tradition stattfinden. Ein Beispiel ist die Arbeit von Josefine Düring: typische Materialien des Erzgebirges wie Kristalle, Leder und Holz werden neu gestaltet, aber über ein traditionelles Umfeld kommuniziert, sodass sie den Anschein von traditionell verkörpern. Viele Manufakturprodukte spielen mit genau diesem Oktroyieren von Bedeutung.





Gestaltung

Die Produktkultur wie auch die Unternehmenskultur ist im Wandel - es geht vor allem im Design vermehrt nicht nur um das Produkt selber, sondern um ganzheitliche Konzepte, um Verantwortung für die Produktion, um eine große Nähe zu den Dingen.

„Gestaltende Arbeit bedeutet im gegebenen Zusammenhang nicht lediglich Entwurf eines Produktes, sondern vor allem die individuelle Nutzung von Hochtechnologie oder von Technologie schlechthin durch den Menschen als dessen „verlängerte Hand“ und dies während der Herstellung eines Produktes. Die Tätigkeit bleibt „Handarbeit“ mit moderner Technik mit modernen Werkzeugen. Handarbeit hat sich auch in der Geschichte immer eines Werkzeuges bedient. Die „Hand“ bedient sich heute eben nur moderner Werkzeuge. Entscheidend ist die Anwesenheit des Menschen während der Herstellung eines Produktes seine unmittelbare oder mittelbare Einflussnahme auf den Fertigungsprozess. Diese Definition wird vielen Unternehmen gerecht, die mit manufakturalem Anspruch heute produzieren und macht sie unabhängig von der produzierten Stückzahl. Denn weder ein Einzelstück noch eine limitierte Stückzahl definieren bereits manufaktuelle Herkunft.“

Rudolf Horn

Gestaltung wird in Zukunft eine größere Rolle spielen als bisher. Die Themen Individualität, Qualität und Nachhaltigkeit sind maßgeblich besetzt von den Designerinnen und Designern, die in den Manufakturen für die sie arbeiten oder die sie gründen ein Spielfeld finden.

Perspektiven

Manufakturen können Wege zur Öffnung von sozialen Blockaden und zur Überwindung von kulturellen und religiösen Trennlinien in der Gesellschaft weisen. Dies geschieht über die Wertschätzung der Arbeit der verschiedenen „Gewerke“ innerhalb der Manufaktur, die einer starren Hierarchisierung entgegenwirkt und durch die Identifikation über die gemeinsame Arbeit und ihr Produkt, ideologischen Verhärtungen entgegenwirkt. Sie setzt gleichzeitig neue Trends in der nachhaltigen Nutzung von Ressourcen und fördert die Transparenz gegenüber dem partizipativen Konsumenten.

Tradition kann für den Kunden zur Brücke werden - zur Herstellung, zum Material, zum Produkt. Der Kunde möchte etwas Neues, liebt aber die Nähe zum Alten. Manufakturen reagieren auf das Bedürfnis der Kunden, an der lebendigen Arbeit in einer kreativen Atmosphäre teilzuhaben.

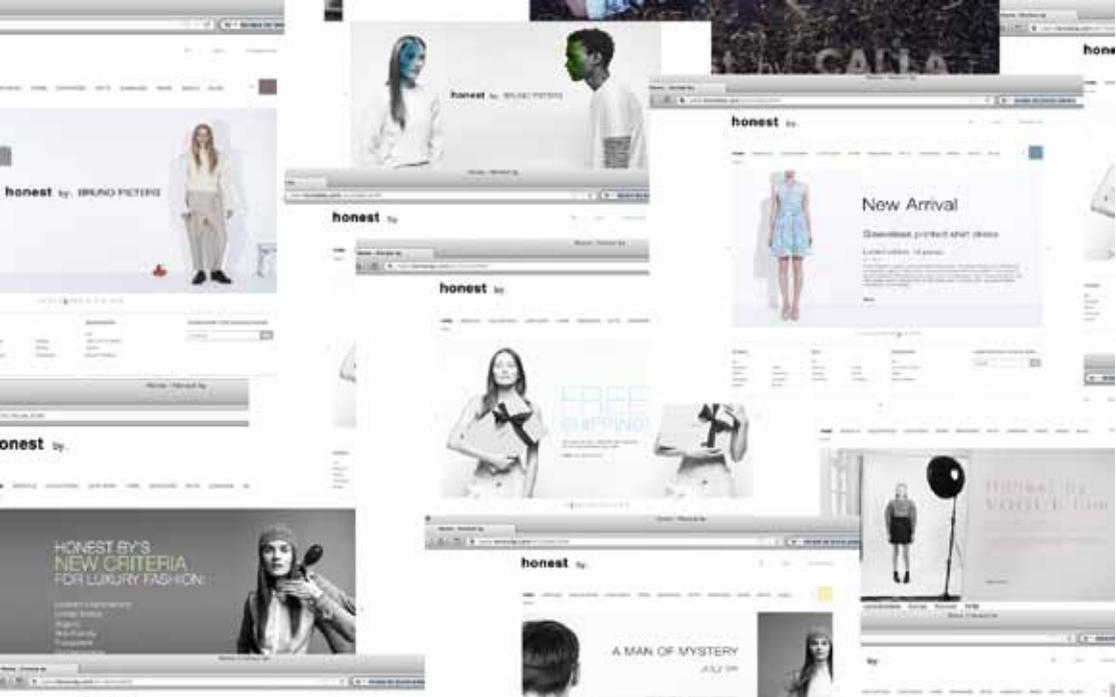
Ein ganz aktuelles Beispiel für den neuen Umgang mit Luxusgütern zeigt Bruno Pieters, der ehemalige Designer von Hugo Boss: Er geht ganz neue Wege und propagiert absolute Transparenz. Vom verwendeten Stoff bis zum Etikett wird jedes Detail beschrieben, jeder Kalkulationsschritt wird offenbart. Die Luxus-Kriterien werden alle erfüllt: ein hoher Preis, hohe Produktqualität, Einzigartigkeit, und vor allem wird die Geschichte des Kleidungsstückes erzählt. Der Kunde partizipiert am gesamten Prozess und kann sich – so er den hohen Preis bezahlen kann – hundertprozentig identifizieren.

„Klammheimlich stolpere ich immer wieder über die verkürzt wiedergegebene Frage, ob Manufakturen die Welt besser machen können. Ich kam zu dem für mich überraschenden Ergebnis, dass Manufakturen das tatsächlich tun können. Ich gehe noch weiter, mit mehr Manufakturen wäre die Welt ein andere.“

Ulrich Welter

Diese Position sollten wir selbstbewußt im Ausland kommunizieren, vor allem junge Manufakturgründer wagen den Schritt und sind durchaus erfolgreich.

Michael Schröder



„Betrifft „Begegnung Manufaktur im Gespräch“. Die Begegnung hatte nicht nur Hand, sondern auch Fuß, und die Wirkung war, wie der Philosoph Hans-Georg Gadamer es einmal wunderbar auf den Punkt gebracht hat: *Das Gespräch hat eine verwandelnde Kraft. Wo ein Gespräch gelungen ist, ist in uns etwas geblieben, das uns verändert hat.* Verändert hat sich das Bewusstsein bei den meisten Teilnehmern, dass Manufakturen, wenn sie das Bewusstsein für Qualität bei Kunden und potenziellen Kunden erhöhen wollen, genau so viel Energie auf die Gestaltung von Beziehungen aufwenden müssen wie auf die Gestaltung von Produkten. Diese Kommunikation führt dann dazu, dass die Menschen die Qualität der Manufakturen nicht kaufen, um sich zu trösten oder sich zu belohnen, also als eine Art Ersatz für menschliche Zuwendung, oder aus Statuslüsternheit, sondern weil sie die Kriterien kennen, weil sie unterscheiden können und die Dinge deswegen bedeutsam finden, sie sich aneignen und begreifen. Am guten Geschmack von Menschen zu arbeiten, bedeutet zur orientierenden Kostbarkeit der menschlichen Existenz beizutragen.“

Jan Teunen

Teilnehmer/innen

Mechthild Bungenberg
Textilmanufaktur Halle

Prof. A. Müller-Schöll
Burg Giebichenstein

Cornelia Feyll
Kassel

Angelika Petruschat
form+zweck

Holm Friebe
Zentrale Intelligenz Agentur

Lutz Richter
Porzellan-Manufaktur Meißen

Prof. Bettina Göttke-Krogmann
Burg Giebichenstein

Dr. Steffen Sammler
Universität Leipzig

Christoph Hinderfeld
Die Zunft AG

Eva Schläfer
Deutsche Werkstätten Hellerau

Prof. Rudolf Horn
Burg Giebichstein

Michael Schröder
wbpr Public Relations

Reinhold Ludwig
Art Aurea

Prof. Jan Teunen,
Teunen Konzepte

Dr. Renate Luckner-Bien
Burg Giebichenstein

Ulrich Welter
Welter Tapeten

Bildnachweis

Josefine Düring S.2, 14, 23, Tobias Brade S.5, Anna Bungenberg S.5, 8, 9, S. 17; Mechthild Bungenberg S.6, Meissen S.10, Welter S.11, Matthias Ritzmann S. 13, Suse Brand S.16, Ulrike Kettlitz S. 17, Karoline Walther S.18

Texte, Redaktion

Bettina Göttke-Krogmann, Steffen Sammler



fabriziert

Textildesign
Textile Design
Burg Giebichenstein
Kunsthochschule Halle
*University of Art
and Design Halle*

Neuwerk 7
D- 06108 Halle (Saale)
+49 (0) 345 7751-888
textil@burg-halle.de
www.burg-halle.de

