



Abb. 1 : Heimwerker: sehr umständliche Montage, zu hohe Rüstzeiten

Der Grund für die fehlgeleitete Bedürfnisstruktur ist in der Interessenlosigkeit der Hersteller an einer gut gelösten Mensch-Produkt-Beziehung zu suchen und nicht etwa in dem oft als Entschuldigung vorgebrachten augenblicklichen Stand der Wissenschaft. Die im Institut durchgeführten Untersuchungen beweisen, daß mit ein wenig mehr Denkaufwand und Systematik durchaus Gerätekonzeptionen entwickelt werden könnten, bei denen wenigstens die Leistung, Robustheit und Bedienung so gut gelöst wären, daß viel Ärger erspart sowie wirkliche Erleichterung geschaffen würde. Die Grundprobleme der fehlgeleiteten Bedürfnisstruktur wären damit jedoch nicht behoben. Hier müßte eine Produktforschung ansetzen, die sich mit den generellen Problemen der Erzeugung von Gegenständen und deren Verwendung befaßt. Sie hätte allerdings nur dann einen Sinn, wenn sie nicht die Tendenz zum "Konsumterror" (Moles) unterstützen, sondern sich mit dem soziopsychologischen Komplex der Bedürfnisse und deren Erfüllung auseinandersetzen würde.

3. Produktanalyse

3.1 Allgemein

Aus der Notwendigkeit, Einblick in die immer komplexer werdenden Einflußgrößen der Produkterzeugung zu bekommen, sind die Verfahren der Produktanalyse entstanden.

Die treibenden Kräfte für die Anwendung analytischer Methoden kommen sowohl von einer hersteller- als auch von einer verbraucherorientierten Seite. Die Hersteller wollen mit möglichst geringem Risiko einen Profit garantiert haben, während die Verbraucher aufgrund des vielfältigen Angebots ohne Verbraucherberatung nicht mehr abschätzen können, welche der angebotenen Gegenstände für sie am nützlichsten sind.

Theoretisch können sämtliche das Produkt bestimmende Einflüsse analysiert werden. Dies setzt allerdings voraus, daß alle Einwirkungen bekannt sind und daß es Verfahren gibt, die Einflüsse zu messen und zu beurteilen. Der heutige Stand der Wissenschaft macht dies jedoch noch nicht möglich.

(Beispiel: Verifizierbarkeit subjektiver Einflüsse, vor allem in der Ästhetik.)

Eine umfassendere Strukturierung der allgemeinen Einflüsse auf ein Produkt liegt ebenfalls noch nicht vor.

Es gibt grundsätzlich drei verschiedene Arten von Produktanalysen:

1. Einzelanalyse
2. Vergleichende Analyse
3. Systemanalyse

Bei der Einzelanalyse wird nur ein Produkt analysiert.

Bei der vergleichenden Analyse werden Produkte einer Produktklasse untersucht und miteinander verglichen. Hier kristallisiert sich durch die Erfassung einer breiten Skala der sogenannte "Stand der Technik" heraus. Dies ist wichtig für die Einordnung in ein Konkurrentenfeld oder beim Abwägen von Alternativentwürfen.

Bei der Systemanalyse werden verschiedene Produktsysteme miteinander verglichen, zum Beispiel unter der Fragestellung: Müllentfernung im Wohnbereich. Durch die Systemanalyse werden die Probleme grundsätzlicher erfaßt.

Weiterhin kann jedes der drei analytischen Verfahren von zwei Gesichtspunkten aus durchgeführt werden: vom Standpunkt des Herstellers und vom Standpunkt des Benützers. Aus dem täglichen Umgang mit Produkten wissen wir, daß sich die Vorstellungen der Hersteller und Verbraucher keinesfalls immer decken.