



Prof. Dr. Peter Zec, Medien-, Kunst-
wissenschaftler und Psychologe, Präsident
des internationalen Designdachverbandes
Icsid, IDA-Vorsitzender und geschäfts-
führende Vorstand des Design Zentrums
Nordrhein-Westfalen

ZEC KONTROVERS

Fünf-Sterne-Luxus

Vor ein paar Wochen haben meine Gattin und ich uns seit längerem mal wieder den Luxus eines Sterne-Essens geleistet. Es war ein rundum gelungener Abend: wunderbares Essen begleitet von entsprechenden Weinen, gepflegte Atmosphäre, aufmerksames Personal und angeregte Gespräche. Ein paar Tage später fiel mir die Rechnung für das Essen noch einmal in die Hände. Obwohl dies eigentlich nicht meine Art ist, habe ich doch noch einmal einen genaueren Blick darauf geworfen – und bin ins Grübeln gekommen. Nicht etwa darüber, ob wir uns ein solch luxuriöses Essen leisten können, sondern eher, ob der eigentliche Luxus nicht darin bestand, ohne mit der Wimper zu zucken für eine Flasche Mineralwasser, die im Supermarkt vielleicht 50 Cent kostet, auf einmal einen Preis zu zahlen, der um das Zwanzigfache höher liegt. Interessanterweise entwarf der Hamburger Gestalter Peter Schmidt vor gut 10 Jahren für Apollinaris eine Gastroflasche, die, so das Briefing, so edel und anmutig daherkommen sollte, dass die Gäste nicht mehr darüber nachdenken würden, ob eine Flasche Wasser einen solchen Preis auch tatsächlich wert sei. Und, was soll ich sagen, diesen Auftrag hat er mit Bravour erfüllt, wie man an meinem Beispiel sieht.

Aber letztlich ist das natürlich kein Luxus, sondern einfach teuer. Ein persönlicher Luxus hingegen war es für uns, diesen Abend nur für uns zu haben, ohne unsere Zwillinge, die wir in sicherer Obhut unserer Haushälterin wussten, und ohne Gäste, die wir aufgrund privater, gesellschaftlicher oder beruflicher Verpflichtungen hätten dazu einladen müssen.

Dazu schießt mir ein Aphorismus durch den Kopf, den ich irgendwo

gelesen habe: „Als man Uhren zu Luxusartikeln machte, wurde Zeit Luxus.“ – Apropos Luxusartikel: davon wimmelte es letzten Monat nur so bei der Jurierung unseres Produktdesignwettbewerbs. Bei mehr als 2.500 Produkten in 13 Kategorien, die wir zur Begutachtung durch unsere Designexperten vor Ort hatten, hörten wir von den Juroren am Ende des Beurteilungsprozesses auf die Frage nach ihren Trendbeobachtungen in fast allen Produktgruppen nur die Antwort: „Luxus, Luxus, Luxus“. Laptops und Fernseher werden luxuriös, ebenso Kühlschränke und Autos. Teils durch eine hohe Materialwertigkeit und elegante Formensprache, in einigen Fällen entsteht die luxuriöse Anmutung auch schlicht durch die Applikation von Swarovski-Kristallen oder Edelmetallen – ein seltsames, oberflächliches Verständnis von Luxus. Dennoch scheint das Bedürfnis nach solch vermeintlichen Luxusartikeln groß zu sein, denn wie gesagt, dieser Trend zieht sich durch die verschiedensten Branchen und ist außerdem bei Produkten aus China oder Korea ebenso zu finden wie bei europäischen und amerikanischen.

Meiner Meinung nach kann Luxus jedoch nicht darin bestehen, eine durch künstliche Verknappung begehrte Designertasche oder eine vor Diamanten nur so strotzende Uhr zu besitzen, wesentlich luxuriöser ist es, wenn z.B. ein Handy wie das „Vertu“ einen Service offeriert, der einem eine gewisse Unabhängigkeit garantiert, indem man Zugriff auf den damit verbundenen Butlerservice hat. Überhaupt scheint mir der größte Luxus unserer Zeit guter Service und Handarbeit zu sein. Wenn diese Aspekte stimmen, dann darf auch das Produkt etwas teurer sein.

...