

NewArts-n-Crafts mit computergesteuerten Werkzeugen 1999-2001

Mehr: https://jochen-gros.de/A/Virtuelle_Produktion.html



1. Virtuelles Design:

Wer immer „virtuelle Produkte“ und das heißt z.B. auch CNC-gerechte und individuell variierbare Möbel entwirft, kann sie entweder direkt im Netz anbieten, oder sie, zusammen mit anderen Entwerfern, in ein „elektronisches Musterbuch“ einbringen. Der ökonomische Anreiz liegt in den zu erwartenden Lizenzgebühren.

2. Produktverlag:

Die Entwicklung eines „elektronischen Musterbuchs“, das heißt der Aufbau einer Datenbank für „virtuelle Möbel“ und die Entwicklung eines Produktkonfigurators, entspricht im Grunde der klassischen Verlagstätigkeit. Vor allem zwei Argumente sprechen dafür: erstens können nur „Produktverlage“ die technische Qualität der Entwürfe garantieren und zweitens lassen sich wahrscheinlich nur namhafte „Produktverlage“ mit einem einprägsamen Namen in den Weiten des Internets aufspüren.

3. Digitales Handwerk / Technofaktur:

Tischlereien, die über CNC-gesteuerte Bearbeitungszentren verfügen, könnten im Prinzip heute schon „virtuelle Möbel“ aus dem Internet herunterladen und individuell anfertigen oder, besser gesagt, ausfertigen. Der „digitale Möbelbau“ wird sich jedoch kaum auf einfache Holzmöbel beschränken. Er wird sich vielmehr auf komplexe Entwürfe aus unterschiedlichen Materialien ausdehnen und weitere CNC-Techniken erfordern: Formstanze, Laser- und Wasserstrahlschneider, 3D-Plotter und ähnliches mehr. Dies wiederum erfordert entweder gewerkeübergreifende Kooperationen oder größere transgewerkliche Betriebe, die mit verschiedenen CNC-Techniken unterschiedliche Materialien bearbeiten. Solche Betriebe, die zwar mit neuester Technologie, aber nach dem alten Muster der Manufaktur arbeiten, nennen wir „Technofaktur“.

4. Produktgalerie:

Weil das „digitale Handwerk“ ohnehin erst auf Bestellung und vor Ort produziert, erübrigt sich der bisherige Möbelhandel. Günstiger erscheint stattdessen eine Kombination von immateriellen Produktausstellungen in „virtueller Realität“ via Internet und der materiellen Präsenz einiger Produkte in lokalen „Produktgalerien“. Diese „Produktgalerien“ verkaufen allerdings keine Möbel, sondern präsentieren nur Muster, Materialproben und Funktionsmodelle – eher wie eine Designausstellung. Darüber hinaus vermitteln sie Hintergrundinformationen, einen Internetzugang und örtliche Hersteller. „Produktgalerien“ können in der Innenstadt entstehen und sich über eine Vermittlungsgebühr finanzieren, oder sich – wie früher der eigene Verkaufsraum – direkt an die Tischlerei angliedern.

5. KoDesigner:

Aufgrund zunehmender Möglichkeiten, den kundenindividuellen Produktionsprozess mitzugestalten, wurde der Kunde auch schon als „KoProduzent“ bezeichnet. Der Begriff des KoDesigners eignet sich jedoch noch besser, um darüber hinaus auch den gestalterischen Einfluss, die ästhetische Selbstdarstellung des Kunden hervorzuheben.