

2002 Technikvermittlung - Die Beziehung zwischen Ingenieuren und Techniknutzern

11. Jahrestagung, 14. bis 16. Juni 2002, Bochum

Wolfhard Weber

Technikvermittlung zwischen Überwachungsvereinen und Gewerbeaufsicht

Industrielle Technik ist unter den Prämissen der Ent-Arkanisierung des Handwerks und der Freigabe wirtschaftlichen Handelns entwickelt worden. Die dabei auftretenden Disparitäten zwischen den Konstrukteuren und Nutzern sind seit dem 19. Jh. durch eine Reihe von Technikvermittlern überbrückt worden, die aus unterschiedlicher Motivlage die Niveaudifferenzen ausglich. Untersucht werden soll die spezifische Form der Interessenwahrnehmung ihrer Auftraggeber durch diese Experten und die unterschiedliche organisatorische Anbindung in Deutschland von der Mitte des 19. Jahrhunderts bis zum Beginn des Dritten Reiches.

Heike Weber

Die Konstruktion des Nutzers. Mediating von „Mobilitäts-Maschinen“

Innerhalb der „Konstruktion des Nutzers“ fokussiert das Beispiel der tragbaren Geräte die Konstruktion einer bestimmten Nutzung, nämlich die Konstruktion des mobilen technischen Konsums. In Form von Armbanduhr, Radio oder Handy haben tragbare Geräte eine weite Verbreitung während des 20. Jahrhunderts gefunden, und die räumlich unabhängige und möglichst körpernahe Nutzung von technischen Geräten wird als Notwendigkeit für den mobilen Konsumenten des 21. Jahrhunderts angesehen. Dabei können sich die derzeitigen tragbaren Geräte (z.B. „Smartphones“, PDAs, Palmtops) auf Nutzungspraktiken und Bedeutungen beziehen, die in Verbindung mit ihren tragbaren Vorläufern ausgehandelt wurden.

Wegen ihrer spezifischen Nutzungsweise manifestierten sich die Bedeutungen von tragbaren Geräten vor allem auf zwei Ebenen, die im Mediating-Prozeß neu ausgehandelt wurden: Identität und Raum. So war das tragbare Radio (und später der Ghetto-Blaster) ein unerläßlicher Bestandteil einer bestimmten Jugendkultur; seine ubiquitäre Nutzung stellte akzeptierte Raumkonzepte - hier die Trennung von privatem und öffentlichem Raum - in Frage und ermöglichte den Jugendlichen deren kreative Vermischung und die Neugestaltung von eigenen, kollektiven Erlebnisräumen. Der Walkman diente den Teenagern der 1980er Jahre zu ähnlichen Zwecken; das Aufsetzen der Kopfhörer in öffentlichen Räumen ermöglichte ihnen den Rückzug in eine individuell gestaltbare Gefühlswelt und wurde in der öffentlichen Meinung als ein Zeichen der zunehmenden Atomarisierung der Gesellschaft gedeutet und kritisiert. Zugleich entstand um dieses technische Gerät herum eine neue Nutzergruppe, die sich über einen bestimmten Lifestyle mit den Elementen Jugendlichkeit, Mobilität und Outdoor-Fitness identifizierte. Erst der Mobilitätsanspruch der 90er Jahre, der vor allem in der schnellen Diffusion des Handys seinen Ausdruck fand, führte zum individuellen mobilen Musikkonsum auch der älteren Generationen. Die Erfahrungen solcher Nutzungen, die sich weniger mit technischer Funktionalität denn mit Bedeutungszuschreibungen an den technischen Konsum erklären lassen, führten dazu, daß die Produzenten in Verbindung mit ihren technischen Angeboten inzwischen sehr bewußt auch ein „Image“ oder einen „Lifestyle“ der Nutzer mitkonstruieren, wie es etwa im Fall von Nokia für die Zielgruppe der „Snowboardkids“ geschieht.

Kilian J. L. Steiner

„Mein bester Kamerad...“ – Dr. Siegmund Loewe und die Einführung des Rundfunks in Deutschland

In der Formationsphase des Rundfunks in Deutschland ergriff der Ingenieur und Firmengründer der heutigen Loewe AG, Dr. Siegmund Loewe, oft in entscheidenden Momenten die Initiative. Geschickt verteidigte er als Unternehmer, Lobbyist (Mitbegründer und Vorsitzender des Verbands der Radio-Industrie) und Publizist (Mitarbeiter der Zeitschriften Radio-Amateur, Radio

für Alle; Übersetzer engl. Fachliteratur) seine Interessen und die der mittelständischen Industrie gegenüber der Reichspost sowie den drei großen Funkfirmen (Telefunken, Lorenz, Huth). Als Mitbegründer und Vorsitzender des Deutschen Radio-Clubs vertrat er jedoch auch die Interessen der Techniknutzer, den sogenannten Radio-Amateuren. Dies schlug sich besonders in der Mitarbeit für die oben genannten Zeitschriften nieder. Der enge Kontakt seines Unternehmens zu den Techniknutzern drückte sich aber auch in den Anzeigen des Unternehmens aus, in denen Zuschriften der Kunden veröffentlicht wurden oder für kostenlose technische Beratung durch das wissenschaftliche Laboratorium geworben wurde.

Barbara Orland

Kinderärzte als Technikentwickler – Die innovative Pädiatrie in der Geschichte der Magnetresonanztchnik

Anfang der 1980er Jahre wurde die zu diesem Zeitpunkt bereits seit einigen Jahrzehnten in der Physik, Chemie und Biologie verwendete Methode der magnetischen Kernspinresonanz-analyse in die medizinische Diagnostik eingeführt. In der naturwissenschaftlichen Forschung war sie vor allem zur spektroskopischen Charakterisierung von Molekülen und Synthese-abläufen benutzt worden. In der klinischen Praxis sollte sie als bildgebendes Verfahren vor allem das Instrumentarium der Radiologie ausweiten. Weil MR-Bilder auch Weichteile im Körper gut sichtbar machen und ausserdem keine gefährdende Strahlenexposition vorliegt, hat sie besonders die röntgenologischen Schnittbilder (Computertomographie) innerhalb der Bilddiagnostik verdrängen können.

Dass dieser technische Entwicklungspfad weder der einzige noch überhaupt der erste innerhalb der Medizin war, ist Gegenstand meines Vortrages. In der klinischen Einführungs-phase von Magnetresonanztomographen spielten Pädiater, Neonatologen und Babies eine entscheidende Rolle. Sie ermöglichten nicht nur die ersten MR-Experimente am Menschen, die pädiatrische MR-Anwendung war es auch, die die sogenannte In-vivo-Spektroskopie als spezifischer Form der Magnetresonanztchnik hervorbrachte. Die Tomographen und auch die Art der Bilder, die sie erzeugen, waren zu Beginn der 1980er Jahre weder „fertig“ noch waren sie technisch vorgegeben. Was sich bis heute durchgesetzt hat, ist Resultat komplexer Interaktionen zwischen medizintechnischen Unternehmen, klinischer Forschung und gesundheitspolitischen Entscheidungen, die auf Basis konkreter klinischer Präferenzen gefällt wurden. Wie sich zeigt, war der Anwendungskontext „Klinik“ aktiver an der medizinischen Innovation der Magnetresonanztchnik beteiligt als auf den ersten Blick vermutet werden kann

Kurt Möser

"Der Kampf des Automobilisten mit seiner Maschine" - Kurze Geschichte der Vermittlung der Autotechnik für Fahrer

Fahrenlernen und das Erlernen der Bedienung der „Maschine Auto“ – anfangs zwei durchaus getrennte Vorgänge – gehörten zu den signifikantesten Formen der Technikvermittlung im 20. Jahrhundert. Skizziert wird in dem Paper eine Geschichte des Verhältnisses der Fahrer zur Technik ihrer Fahrzeuge und deren Vermittlung - von der technisch orientierten Fahrausbildung bis zur Sozialisation für die Teilnahme am Verkehr. Der Schwerpunkt liegt auf der Frühzeit bis 1920 und den Unterschieden zwischen Laien („Herrenfahrer“) und professionellen Fahrern (Chauffeuren). Für die Phase der Massenmotorisierung, in der das Fahrenlernen zum Breitenphänomen wird, kommen Aspekte wie die Pädagogik der Technikvermittlung zur Sprache, autotechnische Ratgeberliteratur oder die Heranführung von Kindern und Jugendlichen an die Automobilität. Eine Fragestellung betrifft die Rückwirkungen auf die Objekte: etwa die Herausbildung der „Benutzeroberfläche“ Cockpit oder die Verlagerung von Bedienerkompetenz ins Objekt. Interpretiert werden auch neuere Tendenzen der Gestaltung des Interfaces Fahrer/Fahrzeug und ihre Konsequenzen.

Günther Luxbacher

Die 1000 Stunden-Frage. Qualitäts- und Absatzpolitik elektrotechnischer Konsumgüter

Die Lebensdauer einer Glühlampe, des ältesten elektrotechnischen Konsumguts, ist mit 1000 Brennstunden festgelegt. Am Beispiel der Diskussion um den physikalischen, technischen und wirtschaftlichen Anteil beim Zustandekommen dieses internationalen Standards läßt sich die Genese einer Produkt- und Verbraucherpolitik in der elektrotechnischen Industrie herauschälen. Wie wird von den Marktteilnehmern die Güte von technischen Konsumgütern beurteilt, wie wird Wirtschaftlichkeit in komplexe Stückgüter „hineinkonstruiert“?

Parallel zu den bekannten Ausverhandlungsprozessen von Normierung und Typisierung lief insbesondere in der Elektroindustrie ab den 1890er Jahren eine Debatte um die angemessene Qualität elektrotechnischer Serienprodukte unter dem Signum „Glühlampenfrage“. Im ausnehmend komplexen, tief und gleichzeitig breit gestaffelten Produktionsprozeß addierten sich kleinste Abweichungen bei Rohstoffen, Einzelteilen und Fügeprozessen zu Produkten, deren Qualität und Zuverlässigkeit nicht nur erheblich schwankte, sondern obendrein auch nur sehr schwierig meßbar war. Großabnehmer wie Elektrizitätsversorgungsunternehmen forderten eine bestimmte Mindestlebensdauer und die Zuhilfenahme von Simulation und Wahrscheinlichkeitsrechnung beim Zustandekommen von Abnahmebedingungen. Als die Hersteller ein europäisches Kartell gründeten, reagierten die EVUs mit der Bildung von Einkaufsgenossenschaften und drohten vereinzelt sogar mit Eigenproduktion, um ihre Qualitätsinteressen durchzusetzen.

Selbst die größten Hersteller konnten bis in die zwanziger Jahre kein völlig schwankungsfreies Serienprodukt liefern. Erst mit neuen Lampenkonstruktionen, einem Weltkartell und der dadurch sinnvoll gewordenen Massenproduktion in den dreißiger Jahren setzten sich neue Qualitätskriterien durch. An erster Stelle stand die Festlegung einer Standardlampe, die so konstruiert war, daß die bis dahin übliche „Regenerierung“ unmöglich war.

Außerdem wurde die „Großzahlforschung“ (statistische Qualitätskontrolle) als Rationalisierungsinstrument in den Produktionsprozeß einbezogen, um möglichst alle Kenngrößen vorhersagbar und kontrollierbar zu machen. Erst dieses Instrument ermöglichte es den großen Herstellern, die Lebensdauer und damit die Folge von Ersatzinvestitionen, aber auch den Kampf gegen Billighersteller und Kartell-Außenseiter hinreichend genau zu planen. Während die EVUs die Lebensdauerpolitik allmählich stillschweigend akzeptierten, keimten kritische Fragen erst wieder bei Verbraucherorganisationen in den siebziger Jahren im Rahmen der „Obsoleszenzdebatte“ auf, in der die Glühlampe wieder als zentrales Beispiel für „eingebauten Verschleiß“ herangezogen wurde.

Ein weiteres Instrument der Produktpolitik bestand in der Übertragung von Konstruktions- und Produktionserfahrungen von der Lampen- auf die Radoröhrenindustrie, um in der neuen Branche weitgehend mit denselben Erfahrungen arbeiten zu können. Vor 1935 wurden fast alle Radoröhren in Deutschland nicht bei Telefunken, sondern bei Osram hergestellt.

Ein weiteres Mittel der Kartellteilnehmer zur Absatzsteuerung bestand in der Koordinierung des Zeitpunktes der Markteinführung von Innovationen wie der Doppelwendellampe oder der Leuchtstoffröhre.

Zusätzlich wurde der Markt durch konventionelle Werbung erweitert, aber auch durch neue Verkaufskonzepte, wie sie in Deutschland mit der „Lichtwirtschaft“ ab den zwanziger Jahren z.B. durch die Deutsche Beleuchtungstechnische Gesellschaft propagiert wurden. Die lichtwirtschaftliche Bewegung findet heute ihre Fortsetzung etwa darin, daß es der Industrie gelungen ist, Beleuchtungskörper an Brennstellen zu Aggregaten übergeordneter Produkte zu machen (z.B. Glimmlampen in Hi-Fi-Anlagen). Die Bereitschaftstellung elektrischer Geräte verschlingt heute etwa 5% des gelieferten Stroms in Industrieländern.

Martina Heßler

Hilflose Produzenten und selbstbewußte Hausfrauen. Der Mediating-Prozeß einer neuen Technik für den Haushalt in den 20er und 30er Jahren

Die Einführung elektrischer Haushaltsgeräte in der Zwischenkriegszeit irritierte die Zeitgenossen. Nicht nur die Nutzer der neuen Technik, die Hausfrauen, zeigten eine gewisse Skepsis gegenüber Sinn und Zweck der modernen Haushaltsgeräte, auch die Produzenten waren verunsichert, und zwar sowohl im Hinblick auf die Entwicklung der neuen Technik als auch auf die geeigneten Werbe- und Marketingstrategien. Denn mit den elektrischen Haushaltsgeräten drang ein vermeintlich männlicher Zuständigkeitsbereich, die Technik, in den Haushalt ein, der häufig als weibliche und technikfreie Oase gegenüber der Arbeitswelt stilisiert worden war. Elektrische Haushaltsgeräte wurden als massiver Einschnitt in den weiblichen (hausfraulichen) Arbeitsalltag empfunden.

Der Beitrag möchte zum einen die Vorstellungen der Produzenten und Werbemacher über den hausfraulichen Umgang mit Technik sowie deren Weiblichkeitsvorstellungen untersuchen, wie sie sich im Diskurs um die Technik und vor allem in der Werbung offenbaren. Gleichzeitig soll der Blick auf die Rolle von Hausfrauenverbände, gerichtet sein, die massiv versuchten, die Technikentwicklung zu beeinflussen und die männlichen Produzenten mit anderen Weiblichkeitsvorstellungen konfrontierten. Diese Möglichkeit ergab sich nicht zuletzt dadurch, daß die männlichen Produzenten schnell überzeugt waren, daß Männer kaum in der Lage seien, die weiblichen Bedürfnisse im Hinblick auf elektrische Haushaltsgeräte zu erkennen und schon gar nicht überzeugend zu verkaufen, sondern daß sie vielmehr auf die Hilfe von "professionellen" Hausfrauen angewiesen seien. Diese nutzten die "Hilflosigkeit" der männlichen Produzenten angesichts der Einführung und Entwicklung einer "weiblichen" Technik, um gezielt Einfluß auf die Technikentwicklung zu nehmen. Vor allem der Reichsverband Deutscher Hausfrauenvereine verstand sich als Mittler zwischen Hausfrauen und Ingenieuren. Das Beispiel der Einführung elektrischer Haushaltsgeräte veranschaulicht deutlich, daß Vorstellungen einer vom Konsumenten unabhängigen Technikentwicklung vor allem einer Produktionszentriertheit der Forschung geschuldet sind und dieses Bild durch den gleichzeitigen Blick auf Produzenten, Konsumenten und sog. Verbraucherorganisationen aufgebrochen werden muß, wie von der Forschung neuerdings betont wird.

Gleichzeit möchte der Vortrag einen Beitrag zur Genderforschung leisten, indem die Wirkungsmächtigkeit der Dichotomien von männlicher Technikzuständigkeit und weiblicher Technikferne bei der Einführung der Technik aufgezeigt wird, die allerdings während dieses Prozesses hinterfragt und als kulturell konstruiert entlarvt werden.

Michael Hascher

Die Stromsystemfrage bei der Elektrifizierung der Eisenbahn in den 1950er Jahren

Die Eisenbahnen in Europa verkehren heute überwiegend auf Gleisen einheitlicher Spurweite (1453mm, Ausnahmen: v.a. Spanien, Portugal, GUS). Dieser Einheitlichkeit, die den europäischen Bahnverkehr eigentlich begünstigen sollte, stehen große Unterschiede beispielsweise bei Lichtraumprofil und Signalsystemen, vor allem aber bei den Stromsystemen gegenüber, die auf den elektrifizierten Strecken verwendet werden. Letzteres Problem kann zwar in den Lokomotiven prinzipiell technisch überwunden werden, die damit verbundene Kostensteigerung verhindert dies aber meist, so daß im Ergebnis der grenzüberschreitende Verkehr dennoch erheblich behindert wird.

Dieser Befund überrascht etwas, wenn man sich bewußt wird, daß wichtige Entscheidungen, die zum heutigen europäischen „Flickenteppich“ der Systeme führte, erst in den 1950er Jahren fielen, als etwa die Auseinandersetzung über die Spurweite schon in den Köpfen derer hätte sein müssen, die über das Stromsystem zu entscheiden hatten. In der Bundesrepublik Deutschland, um die es im Vortrag in erster Linie geht, waren dies die Spitzen der Bahn und des Bundesverkehrsministeriums, die dabei unter anderem vom Wissenschaftlichen Beirat des Bundesverkehrsministeriums beraten wurden.

Im Hinblick auf das Rahmenthema konzentriert sich das Referat auf die Rolle der Bahn als „Technikkonsument“ und die vermittelnde Rolle, die dabei der Wissenschaftliche Beirat und besonders dessen Gruppe „Verkehrstechnik“ als eine institutionalisierte Form der Technikbewertung spielten. In dieser Gruppe saßen ausschließlich Ingenieure, im Beirat

insgesamt aber auch Ökonomen. Bei der Stromsystemfrage handelt es sich somit nicht nur um einen eher klassischen Fall der Technikvermittlung, in dem die es um Infrastruktursysteme geht, über die sich Akteure in staatlichen Institutionen auseinandersetzen, sondern auch um einen Fall, bei denen Ingenieure in der Vermittlung mit Ökonomen konkurrieren mußten.

Die Entscheidung, die dabei anstand, war im übrigen eher die der Befürwortung oder Ablehnung eines Systemwechsels als die des Aufbaus eines neuen Systems. Schon vor dem Ersten Weltkrieg hatte es ein Abkommen gegeben, in dem sich Deutschland, Österreich, die Schweiz und die skandinavischen Staaten auf eine Elektrifizierung mit 15 kV Wechselstrom der Frequenz 16 2/3 Hz einigten. Andere Länder, u.a. Frankreich, Belgien und die Niederlande elektrifizierten dagegen einige Strecken mit Gleichstrom (1,5 oder 3 kV). Nach Versuchen seit den 1930er Jahren in verschiedenen Ländern (Ungarn, Deutschland, Frankreich) wurde nach dem Zweiten Weltkrieg die Anwendung des Stromsystems diskutiert, das sich inzwischen bei der allgemeinen Elektrizitätsversorgung durchgesetzt hatte: Wechselstrom 25 kV, 50 Hz. Da in Deutschland die Elektrifizierung noch nicht so sehr vorangekommen war, erschien der Systemwechsel einigen Ingenieuren und Vertretern der Elektroindustrie als durchaus möglich. Daß schließlich in Deutschland doch weiter die ausgetretenen Pfade der Elektrifizierung beschritten wurden, während in Frankreich neue Strecken mit 50Hz elektrifiziert und damit ein Schritt hin zum Pfadwechsel vollzogen wurde, erscheint nicht nur im Zusammenhang der Technikvermittlung, sondern auch aus der Perspektive der Diskussionen um großtechnische Systeme und Pfadabhängigkeiten durchaus interessant. Schließlich berührt das Beispiel auch noch die Thematik des Nationalismus in technischen Fragen, denn das 50Hz-System wurde von den französischen Stellen (Bahngesellschaft SNCF, Industrie, Ministerium) auf mehreren Tagungen den anderen Bahnverwaltungen hartnäckig angepriesen.

Der Vortrag behandelt zunächst den Gang der Entscheidung und beleuchtet kurz deren Konsequenzen sowie den internationalen Kontext. Anschließend werden die Motive und Argumente bei der Bundesbahn als Nutzer wie den beratenden Ingenieuren und Ökonomen genauer analysiert.

Lars Bluma

Die Sorge um den Kunden: Die Vermarktung von Vistra

Seit 1919 wurden unter den spezifischen Nachkriegsbedingungen im Premnitzer Chemiwerk der Köln-Rottweil AG umfangreiche Versuche zur Herstellung halbsynthetischer Textilfasern durchgeführt. Diese Versuche führten zur Produktion der ersten künstlichen Textilfaser auf Zellulosebasis mit dem Markennamen „Vistra“, die erfolgreich in den Baumwoll- und Wollmarkt eindringen konnte. Bevor jedoch Vistra und andere Zellwollen entscheidende Marktanteile gewinnen konnten, bedurfte es erheblicher Aufwändungen, um das Vertrauen der Kunden in den neuen Rohstoff zu sichern. Die I.G Farbenindustrie A.G., die 1926 die Köln-Rottweil AG in ihren Konzern eingliederte, entwickelte differenzierte Instrumente der Marktkommunikation, die auch den Austausch technischen Wissens zwischen Rohstoffanbieter und der weiterverarbeitenden Industrie (Spinnereien) einbezog. Dies führte 1929 zur Gründung der Vistra-Vereinigung, in der neben der I.G. Farbenindustrie A.G. exklusive Vistraspinnereien vertreten waren. Ihr erklärtes Ziel war ein gegenseitiger Informationsaustausch, der weitere technische Innovationen im Bereich der Zellwollproduktion und –weiterverarbeitung garantieren sollte.

Neben der weiterverarbeitenden Industrie wurde jedoch auch der Endkonsument und die zwischengeschalteten Einzelhändler in die Marktkommunikation einbezogen. Es entwickelte sich hier ein System unterschiedlicher Werbemaßnahmen, die das negative „Ersatzstoffimage“ der Vistra überwinden sollte, jedoch deutlich asymmetrischere Züge aufwies als die symmetrische Kommunikation in der Vistra-Vereinigung. Die Kommunikation technischer Informationen spielten hier ebenfalls eine bedeutende Rolle zur Schaffung von Kundenvertrauen. Hier traf das technische Spezialwissen der Vistraanbieter auf das Alltagswissen und –handeln der Konsumenten.

Der Vortrag stellt einen Versuch dar, den Kenntnisstand der „Neuen Institutionenökonomie“ auf das Thema Technikvermittlung anzuwenden.

Gwen Bingle

Die Konstruktion des Nutzers. Mediating von „Wellness“

Der Begriff der Wellness dient seit den frühen 1990er Jahren dazu, eine bestimmte Umgangsweise mit dem Körper zu beschreiben, wobei dieser als holistische Einheit mit physischen, emotionalen, geistigen und spirituellen Ausprägungen konzipiert wird. Charakteristisch ist dabei die Betonung der individuellen Verantwortung und der Notwendigkeit zur aktiven Mitwirkung, um das Ziel der Erhöhung des eigenen Wohlbefindens zu erreichen; der Nutzer von Wellness-Angeboten soll sich selbst gestalten, zugleich wird er aber auch durch die Angebote, deren Regeln und Bedeutungen konstruiert.

Wellness enthält Praktiken, die zuvor in den Bereichen Gesundheit, Sport, Fitness, Ernährung und Kosmetik angesiedelt waren und dort historisch zurückverfolgt werden können. Wellness-Angebote kombinieren diese Praktiken und statten sie mit neuen Bedeutungen aus. Das Vermischen und Kombinieren innerhalb der Wellness findet sich auch auf weiteren Ebenen: Wellness-Produkte werden als „commodity system“ angeboten (z.B. elektrische Zahnbürste + Zahnpaste + Mundspülung); Wellness kombiniert verschiedene Körpereindrücke (z.B. in Form von multifunktionalen Geräten wie Luftreiniger mit ätherischen Ölen und beruhigenden Klängen); Wellness-Angebote werden als Lifestyle- und Erlebnisprodukte vermarktet (z.B. Wellness-Urlaub). Das Wellness-Konzept ist dadurch in verschiedenste Bereiche des Alltagslebens eingedrungen und wird inzwischen von den unterschiedlichsten Agenten vermittelt: so wirken am Mediating-Prozeß neben den Produzenten auch Ärzte, Ernährungsberater, Fitness-Clubs oder Verbraucherorganisationen und sogar öffentliche Institutionen mit. Dabei ist der Vermittlungsprozeß gekennzeichnet von der Umformung und Vermischung vorhergehender Körperideologien und einer gezielten Trivialisierung einiger wissenschaftlich-technischer Eigenschaften bei gleichzeitiger Verwissenschaftlichung anderer: viele high-tech-Eigenschaften werden als „black box“ angeboten (z.B. kosmetische Laserstifte), während hingegen solche, die an der Konstruktion des Wellness-Konzeptes teilhaben und auf einen ambitionierten Konsumenten abzielen, hervorgehoben und verwissenschaftlicht werden (z.B. Enzym- oder Vitaminzusätze in der Nahrung). Letztlich wird im Wellness-Konzept eine neue Lebensästhetik ausgehandelt, die zwar auf Körpertechniken, -praktiken und -ideologien des 20. Jahrhunderts rekurriert, sich aber wegen ihrer Kombinatorik und der Neuzuschreibung von Bedeutungen stark von diesen unterscheidet.

Reinhold Bauer

„Endkontrolle“ durch die Nutzer – Entwicklung und Scheitern des Hydrobergbaus in der Bundesrepublik

Nach einer Reihe von Betriebsversuchen galt Hydrobergbau in der Bundesrepublik Anfang der 70er Jahre als betriebsreif und wirtschaftlich einsetzbar. Mit dem hochproduktiven und hochflexiblen Verfahren – so Bergbauexperten - würde sich auch in ungünstigen Lagerstätten Kohle kostengünstig gewinnen lassen.

Wider erwarten entpuppte sich aber die von 1977 bis 1980 betriebene erste „echte“ Hydrogrube der Bundesrepublik, die Zeche Hansa in Dortmund-Huckarde, als technisches und wirtschaftliches Desaster. Der Hydrobergbau erwies sich als – gelinde gesagt – wenig alltagstauglich. Mit der Stilllegung der Grube wurde das Kapitel Hydrobergbau in der Bundesrepublik beendet.

Meine These lautet, dass dem Scheitern des Hydrobergbaus eine „Fehlkonstruktion“ seiner Eigenschaften durch die Entwicklungsingenieure zugrunde lag. Erst durch den Versuch der kommerziellen Nutzung bzw. durch die Nutzer selbst – von den Bergleuten, die unmittelbar mit der Abbautechnik umgingen, bis zur Unternehmensführung der „Ruhrkohle AG“ als Betreiberin der Hydrogrube – wurde diese „Fehlkonstruktion“ erkannt. Im Vortrag wird der ursprünglichen „Konstruktion“ der Verahreenseigenschaften und der potentiellen Nutzer, der Rezeption dieser „Konstruktion“ durch die verschiedenen Nutzergruppen sowie der „Dekonstruktion“ der vermeintlichen Verahreenseigenschaften nachzugehen sein.