



Prof. Dr. Peter Zec, Medien-, Kunstwissenschaftler und Psychologe, geschäftsführender Vorstand des Design Zentrums Nordrhein-Westfalen

ZEC KONTROVERS

Konversationshilfe!

Mein letzter Beitrag an dieser Stelle begann mit den Worten: „Kaum ein Gegenstand vermag bei vielen meiner Geschlechtsgenossen [...] so viele Emotionen auszulösen wie ein Auto.“ – Ich will mich jetzt zwar nicht korrigieren, aber meine Aussage zu diesen für uns Männern so emotionsbeladenen Dingen um einen ganz spezifischen Gegenstand ergänzen: das iPhone.

Im Oktober war ich beim World Design Congress in San Francisco, und obwohl das iPhone in den Staaten bereits seit einem guten halben Jahr auf dem Markt ist und es sich bei den Kongressbesuchern um ein Publikum handelt, das sich schon von Berufs wegen ständig mit den neuesten Trends und Gadgets auseinandersetzt, löste das iPhone, wann immer es jemand aus der Tasche zog, wieder aufs Neue „Ahs“ und „Ohs“ aus. Als ich am Ende des zweiten Kongress-tages den günstigen Dollarkurs nutzen wollte, um ein paar iPods für Familie und Freunde zu besorgen, und den Apple-Store im Stadtzentrum betrat, sah ich etliche mir bekannte Gesichter in der Riege der Kunden, die sich um die iPhones drängten. Mit leicht erhitzten Gesichtern, und dennoch um professionelle Sachlichkeit bemüht, drückten sie sich minutenlang durch die Menüs, diskutierten über Benutzeroberfläche und Funktionen.

Eine Woche später saß ich allein in einem Hotelrestaurant in Seoul und konnte eine Szene beobachten, die mir endgültig die Augen für das Phänomen iPhone öffnete. Da saß am Nachbartisch ein gut angezogener Enddreißiger, Koreaner, ebenfalls allein, und hantierte mit einem iPhone herum. Da es zu diesem Zeitpunkt auch in Korea noch nicht auf dem Markt war, konnte er nicht damit telefonieren und nutzte stattdessen die Kamerafunktion, um es – deutlich sichtbar

für alle anderen Anwesenden – herumzuschwenken. Als Erstes wurde die Kellnerin aufmerksam, sprach ihn an und bewunderte sein Spielzeug. Innerhalb von Minuten standen vier oder fünf weitere Personen um ihn herum und ließen sich das Gerät ausführlich zeigen. Viel später am Abend sah ich ihn gemeinsam mit der Kellnerin an der Hotelbar Cocktails trinken.

Was mir an diesem Abend klar wurde, war der riesige Vorteil, den das iPhone gegenüber jedem Auto hat: Man kann es überall hin mitnehmen. Denn was habe ich davon, wenn ich ein noch so tolles Auto fahre, ich es aber doch abstellen muss, bevor ich ein Restaurant oder eine Disco betrete. Wenn ich nicht gerade den Autoschlüssel die ganze Zeit gut sichtbar hochhalte, weiß kein Mensch, was für ein toller Hecht ich eigentlich bin. Wenn ich aber ein verhältnismäßig günstiges iPhone habe, das wiederum nicht günstig genug ist, als dass es sich jeder ohne Weiteres leisten könnte, das aber jeder erkennt, das man haben wollen muss und das tatsächlich (noch) spannend genug ist, um Gesprächsstoff zu liefern – tja, dann habe ich das perfekte, nicht zu abgehobene Statussymbol, sympathisch und cool. Das perfekte Flirt-Accessoire.

Zwei weitere Wochen später lese ich, dass das iPhone vom Time-Magazin zur „Erfindung des Jahres“ gekürt wurde. Wie bitte? Ich lese weiter und stelle zu meiner Erleichterung fest, dass nicht einmal die Redakteure wirklich an den Part „Erfindung“ bei der Auszeichnung glauben. Sie loben das herausragende Design, die Art und Weise, wie das Gerät Technik und Features sinnvoll kombiniert – und die Qualität des iPhones, „die Leute zum Reden“ zu bringen. Wie wahr.

Prof. Dr. Peter Zec