

## Freude und Enttäuschung

Freude gehört zu den positiven, fundamentalen Emotionen und lässt sich mit „hochgestimmter Gemütszustand“ umschreiben. Dem Emotionspsychologen Caroll E. Izard zufolge besitzt „Freude“ unter anderem die Funktion, das Leben erträglicher zu machen. Das Erleben von Freude und positiven Emotionen ist lebensnotwendig für uns. Sie sorgen für die Wiederherstellung eines ausgeglichenen inneren Milieus, das negative Emotionen aus dem Gleichgewicht bringen können. Freude lässt sich allerdings nicht bewusst hervorrufen. Sie ist ein „Nebenprodukt“ von Ereignissen und Gegebenheiten und nicht das Resultat einer gezielten Anstrengung, Freude zu erlangen. Ein Freude-Erlebnis entsteht immer dann, wenn wir etwas haben wollen und dieses schließlich bekommen. Das kann der „reale“ Besitz einer Sache sein, aber auch die Erfüllung abstrakter Wünsche bedeuten, denn manch einer wünscht sich, dass ein Gegenstand leicht zu bedienen ist und man sich auf seine Funktion verlassen kann. Generell gilt: immer wenn Produkte die individuellen, persönlichen Ziele und Belange eines Menschen erfüllen, entsteht „Freude“ und Zufriedenheit – und Enttäuschung, wenn diese Ziele und Wünsche nicht erfüllt werden.



### Doppelwandglas

„Wahre Freude beim ersten Ausprobieren dieser Gläser, weil sie einfach gut funktionieren und schön aussehen: Sie liefern schöne Transparenz, aber man verbrennt sich eben nicht die Finger wie sonst so häufig an zahlreichen Latte-Gläsern!“



### Kaffeepadmaschine

„Schon als ich die Maschine zum ersten Mal sah, wollte ich sie sofort haben. Ihre Form erinnert mich an ein schickes Notebook, gleichzeitig an die reduzierte Linie einer Kinderzeichnung oder an ein Puzzle, das ein befriedigendes Gefühl auslöst, weil zwei Teile so optimal ineinanderpassen. Die durchdachte Einfachheit, die kompakte Form und die absolute Funktionalität begeistern mich: Die kleine Box produziert genau die eine Tasse Kaffee, die ich haben will – und sonst nichts.“

Freude und Enttäuschung sind beides sehr subjektive Empfindungen. Sie resultieren aus einer sehr persönlichen Beziehung zwischen Mensch und Objekt und lassen sich nicht verallgemeinern. Ausschließlich der Besitzer kann erläutern, warum ihm gerade dieses oder jenes Produkt „Freude“ oder „Enttäuschung“ bereitet. Im folgenden schildern gleich mehrere Personen ihr „Freud und Leid“ mit Objekten aller Art.

## „Das find' ich gut!“ – Dinge, die Freude bereiten

Konsumenten stellen ganz unterschiedliche Ansprüche an Produkte. Untersuchungen zufolge stehen in der Hierarchie des Konsumentenbedarfs „Freude“ oder „Vergnügen“ im Umgang mit Produkten an erster Stelle, gefolgt von der Benutzerfreundlichkeit und Funktionalität. Objekte bereiten uns während des Gebrauchs Freude oder allein schon durch ihren Anblick. Daneben kann uns auch der ideelle Wert, welchen das Objekt repräsentiert – beispielsweise seine umweltschonende Herstellung oder Recyclingfähigkeit –, Freude bereiten.

#### 4x Freude am Produkt

Der Autor des Buches „Designing pleasureable products“, Patrick W. Jordan, unterscheidet vier Arten von produktbezogener „Freude“ (product pleasure):

„**Psycho-pleasure**“ Diese Art der Freude ist eng mit der Bedienbarkeit und Nutzbarkeit des Produktes gekoppelt. Beispielsweise empfinden wir Freude über das gute Gelingen einer Aufgabe mithilfe eines Produktes, wenn Objekte die Anforderungen in einer bestimmten Situation erfüllen oder wir uns auf sie verlassen können.

„**Socio-pleasure**“ Freude lösen Produkte aus, die unseren Wunsch nach sozialer Anerkennung und Integration zufrieden stellen. Freude kann der Besitz von Objekten bereiten, die beispielsweise eine bestimmte soziale Gruppe repräsentieren, aber auch eine neue Kaffeemaschine im Büro, die kollegialer Treffpunkt und damit Ort für Kommunikation und für soziales Leben wird.

„**Physio-pleasure**“ Dieses körperlich erfahrbare Vergnügen entsteht durch Sinneseindrücke wie Berührung, Geruch oder andere sensuelle Reize. Beispielsweise fühlt sich etwas angenehm warm und weich an, und es liegt durch runde Formen gut und sicher in der Hand.

„**Ideo-pleasure**“ Produkte repräsentieren immer auch bestimmte Werte. Spiegeln sich in den Produkten die persönlichen Ideale des Besitzers wider, empfindet dieser Freude an ihnen. Wer ökologische Werte achtet, erwirbt mit Vergnügen energiesparende Geräte oder naturbelassene Bioprodukte, andere empfinden aufgrund ihrer ethischen Verpflichtung Freude an „Fair trade“-Produkten oder tierversuchsfreier Kosmetik.

#### Freude durch Erinnerung – Produkte als „Souvenirs des eigenen Lebens“

Produkte lösen häufig starke Empfindungen in uns aus, wenn wir mit ihnen eine bestimmte Erinnerung verknüpfen. Sie sind „Erinnerungsträger“ und stellen ein Bindeglied zwischen der Gegenwart und einem bereits vergangenen Erlebnis oder einer Stimmung her. Produkte sind somit Vergnügen, aber auch Enttäuschung oder Trauer auslösende Souvenirs des eigenen Lebens. Als Repräsentanten bestimmter Lebensmomente und -phasen, aber auch konkreter Ereignisse, spiegeln sie das einst durchlebte Gefühl wider und machen dieses über Jahrzehnte oder lebenslang für uns abrufbar. Dies mag begründen, warum wir uns von vielen Gegenständen, die unseren ästhetischen oder qualitativen Ansprüchen schon lange nicht mehr genügen, dennoch nicht trennen. Denn entfernten wir sie aus unserem Lebensumfeld, entschwände mit ihnen vielleicht auch ein bestimmter Moment und Teil unseres Lebens für immer aus unserer Erinnerung, der bislang durch genau jenes Objekt abrufbar war.

© Badisches Landesmuseum Karlsruhe

Textauszug aus: Design+Emotion. Produkte, die Gefühle wecken. AK Karlsruhe 2008, S. 137ff. und 122.; Text: Heidrun Jecht



#### Wanduhr

„Die Uhr entspricht in keiner Weise meinem Geschmack. Ihre Daseinsberechtigung in meiner Wohnung erhält sie allein durch ihren Erinnerungswert. Sie hing früher in der mütterlichen Küche und erinnert mich an die Frühstücke der Schulzeit, die von einem ständigen Blick auf diese Uhr begleitet waren. Irgendwie 'hänge' ich an dieser Uhr und bringe es nicht übers Herz, sie auszumustern. Eine identische Uhr ohne diesen persönlichen Bezug würde ich hingegen sofort mit angewidertem Gesicht entsorgen!“