

»Inspiration & Planung« am Computer

Virtuelles Wohnen mit dem IVAR Planer

Jakob Cyrkel

Abstract: *Der Beitrag konzentriert sich am Beispiel des IVAR Planers auf die virtuellen Einrichtungstools des Einrichtungskonzerns IKEA und fragt danach, welche Politiken des Wohnens und Einrichtens sich aus der Medialität dieser virtuellen Umgebungen ergeben. Anhand von Stefan Riegers Überlegungen zum virtuellen Testen werden diese Planungstools einerseits als auf Dauer gestellte Testumgebungen verstanden, die es den Kund*innen erlauben, das eigene Zuhause – ökologisch wie ökonomisch niederschwellig – virtuell immer wieder einzurichten. Andererseits werden die Anrufungen zur Kreativität, die ständig an die Kund*innen gerichtet werden, in die Überlegungen mit einbezogen, weil sich daraus eine paradoxe Konstellation ergibt: Zum einen sollen so die virtuellen Einrichtungstools kreatives Potenzial und eigenständige Gestaltung aufrufen; zum anderen werden diese Aufrufe aber durch die Medialität der Tools eingehegt und damit zu einem Steuerungsregime.*

Using the example of the IVAR planner, the article focuses on the virtual furnishing tools of the furniture company IKEA and asks which policies of living and furnishing result from the mediality of these virtual environments. Based on Stefan Rieger's reflections on virtual testing, these planning tools are understood on the one hand as permanent test environments that allow customers to furnish their own homes virtually again and again – in an ecologically and economically low-threshold way. On the other hand, the appeals for creativity that are constantly made to customers are included in the considerations because this results in a paradoxical constellation: On the one hand, the virtual furnishing tools are intended to invoke creative potential and independent design; on the other hand, however, these invocations are contained by the mediality of the tools and thus become a control regime.

In einer aktuellen Fotostrecke der Online-Ausgabe der deutschen Einrichtungszeitschrift *Schöner Wohnen* ist unter der Überschrift »Stabilität und Ordnung seit den Siebzigern« unter anderem von »funktionelle[r], bezahlbare[r] Aufbewahrung«¹ die Rede – und gemeint ist damit das IKEA-Regalsystem IVAR. Seit etwa fünfzig Jahren sorgt IVAR also, so klingt es dort jedenfalls an, für Ordnung und Stabilität in den Haushalten von IKEA-Kund*innen weltweit. Dass in dieser zeitgenössischen Beschreibung neben Funktionalität und Bezahlbarkeit ausgerechnet die Begriffe »Stabilität« und »Ordnung« aufgerufen werden, ist angesichts der historischen Konnotation des Regalsystems allerdings ein wenig verwunderlich: Wie die Design-Historikerin Petra Eisele herausgearbeitet hat, stand das von Gillis Ludgren entworfene Kiefernregal IVAR – seiner Erscheinung nach eher unscheinbar und zurückhaltend² – nämlich ursprünglich »für eine neue ästhetische und geistige Haltung, die sich im Verlauf der 1970er Jahre auf breiter Basis durchgesetzt hat«.³ Das einfache und kostengünstige Kiefernregal, das »je nach Geschmack lackiert, lasiert, gewachst oder geölt werden konnte«⁴, sei nämlich als eine preiswerte Alternative zum traditionellen Bücherregal vermarktet worden, die sich von der Gediegenheit brauner Eichenregale des Bildungsbürgertums abgehoben habe. Zudem habe seine archaische Form keine bestimmte Nutzung vorgegeben, weshalb es gleichermaßen in Küchen, Kellern und WG-Zimmern gestanden habe.⁵ Dazu bemerkt Eisele pointiert:

Gegen die Übermacht kapitalistischer Machtstrukturen wurden bewusst einfache Materialien und ›Do-it-yourself-Strategien‹ gesetzt, gegen die anonymen und glatten Oberflächen standardisierter Formen die Patina des Gebrauchs, gegen die Anonymität des Industriedesigns die gestalterische Kreativität des Individuums, gegen die Ideenlosigkeit des Systemdesigns die spontanen Improvisationen des Alltags.⁶

Aus einer historischen Perspektive bestand IVARs semantischer Mehrwert also gerade nicht in der zuverlässigen Stabilität und Ordnung der bildungsbürgerlichen Elterngeneration, sondern in der anarchischen Einfachheit, Flexibilität und Kreativität

1 Roose-König, Léonie: »Modulare Regalsysteme: Design nach eigenen Bedürfnissen«, in: *Schöner Wohnen* online. https://www.schoener-wohnen.de/moebel/stabilitaet-und-ordnung-g-seit-den-siebzigern--regalsystem--ivar--von-ikea_13383166-13380778.html, abgerufen am 14.08.2024.

2 Vgl. Eisele, Petra: »Do-it-yourself-Design. Die IKEA-Regale IVAR und BILLY«, in: *Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History* 3, Nr. 3 (2006), S. 439–448, hier S. 443.

3 Ebd., S. 439.

4 Ebd., S. 444.

5 Vgl. ebd., S. 443.

6 Ebd., S. 439.

tät der Jugendkultur der 1970er Jahre.⁷ Die hier aufgerufene semantische Verschiebung hat in den letzten fünfzig Jahren graduell stattgefunden und tritt noch deutlicher zutage, wenn man sich zum Beispiel die cleane und aufgeräumte bildliche Inszenierung von IVAR in IKEAs aktuellem Online-Katalog ansieht:⁸ Die bewusst einfachen Materialien sind geblieben, weiterhin besticht das Design mit schlichtem Kiefernholz, aber weder »Patina des Gebrauchs« noch »Kreativität des Individuums«⁹ sind zu erkennen. Stattdessen wirkt das Regal – abgebildet in der einfachen Basis-Version – beinahe unberührt oder ungenutzt, ist halbleer und die wenigen Alltagsgegenstände, die überhaupt eine Nutzung andeuten, sind etwa weiße Schachteln und Zeitschriftenhalter aus Pappe, einige Bücher und Zeitschriften sowie ein weißer Over-Ear-Kopfhörer, dessen Bügel auf einer der seitlichen Streben ruht. Von den »spontanen Improvisationen des Alltags«¹⁰, von denen Eisele spricht, ist hier also keine Spur mehr.

Der historisierende Vergleich, der sich über diese kurze Lektüre der aktuellen Inszenierung des IVAR-Regals andeutet, eröffnet zwei Dimensionen, die ich in meinen folgenden Überlegungen weiter ausführen möchte: Zum einen haben sich offenbar die Darstellungsweisen der IKEA-Wohnwelten grundlegend verändert, wobei der Gedanke naheliegt, dass diese Transformation in der vollständigen Integration der Produktpräsentationen in IKEAs digitales Angebot begründet ist. So hat sich das Verhältnis von IKEAs analogen und digitalen Angeboten spätestens seit der Einstellung des gedruckten Warenkatalogs im Dezember 2020 grundlegend gewandelt. Infolgedessen hat sich nämlich nicht nur die Art der Produktpräsentation verändert, sondern auch die Bandbreite an zusätzlichen digitalen Angeboten vergrößert, beispielsweise in Form von digitalen Live-Shows, Instagram-Stories von Kund*innen, die direkt mit der IKEA-Website verknüpft sind, oder Life-Stories, die unter der Überschrift »Von echten Menschen inspiriert«¹¹ stehen. Die im Digitalen präsentierten Wohnwelten scheinen dementsprechend andere zu sein als die im Analogen. Diese Beobachtung schließt an Überlegungen von Monique Miggelbrink

7 Die Gegenüberstellung von Stabilität und Ordnung auf der einen sowie Einfachheit, Flexibilität und Kreativität auf der anderen Seite ist zugegebenermaßen nicht selbstverständlich, sondern beruht auf einer spezifischen Perspektive auf die Begriffe Flexibilität und Kreativität, die ich in Kap. 3 unter der Überschrift *Kreativität, neoliberale Subjektivierung und der IVAR Planer* weiter ausführen werde. An dieser Stelle sei nur schon erwähnt, dass ich mit Ulrich Bröckling von einem konstitutiven Widerspruch zwischen den Begriffen Ordnung und Kreativität ausgehe (vgl. Bröckling, Ulrich: *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform* (= Suhrkamp taschenbuch wissenschaft, Bd. 1832), Berlin: Suhrkamp 2013, S. 153f.).

8 Vgl. <https://www.ikea.com/de/de/p/ivar-regal-kiefer-s39407070>, abgerufen am 14.08.2024.

9 P. Eisele: »Do-it-yourself-Design«, S. 439.

10 Ebd.

11 <https://www.ikea.com/de/de/ideas>, abgerufen am 14.08.2024.

an, die in ihrem Text »Ordnen und Gestalten« unter anderem »Fragen von analog und digital geprägten Wohnwelten« adressiert, »die in Anbetracht des wachsenden Online-Angebots von IKEA offenkundig werden«. ¹² An diesen Befund schließt an, dass auch die Anzahl an interaktiven virtuellen Tools massiv zugenommen hat, die sich – so meine erste These – konzeptuell von IKEAs bisherigem Angebot unterscheiden und die deshalb im Zentrum meiner folgenden Überlegungen stehen. Ich beziehe mich dementsprechend nicht auf IKEAs eingangs beschriebenes Regalsystem selbst, sondern beispielhaft auf das virtuelle Tool, das den Kund*innen unter der Überschrift »Gestalte dein IVAR« ¹³ online zur Verfügung steht, um das angebotene Möbelsystem zu planen und – so zumindest das Versprechen, um das es mir im Folgenden geht – virtuell an die Gegebenheiten des eigenen Zuhauses anzupassen.

Zum anderen möchte ich anhand dieses virtuellen Planungstools aufzeigen, wie sich die zuvor beschriebene semantische Verschiebung unter virtuellen Vorzeichen wiederholt, wobei ich nochmals auf einen Gedanken von Miggelbrink zurückgreife: In »Ordnen und Gestalten« schreibt sie, die Idee vom »guten« Wohnen habe sich im IKEA-Katalog im Laufe der Jahre immer stärker an einem paradoxen Verhältnis von Kreativität und Ordnung ausgerichtet, wobei sich IKEA stets als Problemlöser dieser selbst produzierten Paradoxie inszeniert habe. ¹⁴ Meine zweite These ist, dass diese »Relation von Uniformität und Individualität« ¹⁵, die für IKEA-Wohnwelten kennzeichnend sei, sowohl bei den analogen als auch – und besonders instruktiv – bei den digitalen, virtuellen Verhandlungen des Wohnens und Einrichtens zu beobachten ist. Dieses paradoxe Verhältnis zwischen Kreativität und Ordnung, oder wie es bei IKEA heißt: zwischen »Inspiration & Planung«, verweist nämlich auf eine spezifische Form neoliberaler Ideologie, die durch fortwährende Anrufungen zu Selbstverwirklichung und zu entgrenzter Kreativität an der Produktion und Reproduktion neoliberaler Subjekte mitwirkt und die es im Folgenden anhand des IVAR Planers nachzuvollziehen gilt. ¹⁶

12 Miggelbrink, Monique: »Ordnen und gestalten: Der IKEA-Katalog. Atmosphärisches Wohnen in Schweden und der Bundesrepublik Deutschland«, in: Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History 19, Nr. 3 (2022), S. 578–599, hier S. 580.

13 <https://www.ikea.com/addon-app/storageone/ivar/web/latest/de/de/#>, abgerufen am 14.08.2024.

14 Vgl. M. Miggelbrink: »Ordnen und gestalten«, S. 580.

15 Ebd.

16 Vgl. Biebricher, Thomas: Neoliberalismus zur Einführung (= Zur Einführung), Hamburg: Junius 2012, S. 171f.: »In derartigen Prozessen der Anrufung wird man [...] zu dem, der man ist, d.h., es wird in ihnen eine bestimmte Art von Subjekt hervorgebracht. Anrufungen können unterschiedlichste Formen annehmen. Sie können im Namen von Rechtsnormen, moralischen Imperativen und informellen Konventionen bezüglich dessen, was als »normal« oder »angemessen« gilt, oder auch durch materielle Anreize erfolgen.«

Um diese Zusammenhänge deutlich zu machen, wird im Folgenden zunächst der IVAR Planer vorgestellt und in IKEAs digitale Angebote eingeordnet. Anschließend werden mit dem Konzept des virtuellen Wohnens die Politiken des Wohnens und Einrichtens umrissen, die der IVAR Planer aufruft. Daran anschließend wird der IVAR Planer hinsichtlich seiner Medialität befragt und mit der von Stefan Rieger beschriebenen Praxis des virtuellen Testens enggeführt. Und zuletzt werden die spezifischen Politiken des Wohnens und die Praxis des virtuellen Testens auf die Produktion und Reproduktion neoliberaler Subjektivierung bezogen, die der IVAR Planer mittels ständiger Anrufungen zu Kreativität und Selbstverwirklichung herstellt.

Virtuelles Wohnen und der IVAR Planer

Bei dem IVAR Planer und den anderen virtuellen Planungstools in IKEAs digitalem Angebot handelt es sich um Programme, die mehr sind als die von Stefan Rieger aufgerufenen

Veranschaulichungstechniken und Vorstellungshilfen, wie sie für Einrichtungslaien und mit Veränderungsnotwendigkeiten Befasste, aber auch für die Planungen von Architekten und Immobilienmaklern zur Verfügung stehen.¹⁷

Sie sind nicht nur ein Teil von IKEAs »legendäre[m] Katalog und seiner digitalen Aufbereitung«¹⁸, sondern produzieren und reproduzieren darüber hinaus mit ihren Visualisierungsleistungen spezifische Politiken des Wohnens und Einrichtens, die besonders dort virulent werden, wo mit dem Planen, dem Gestalten oder dem Einrichten politische Praktiken des Selbermachens oder Selbstherstellens aufgerufen werden.¹⁹ Der Ort, an dem sich diese Praktiken bündeln und an dem sich die

17 Rieger, Stefan: »Virtuelles Wohnen«, in: Dawid Kasprovic/Stefan Rieger (Hg.), Handbuch Virtualität, Wiesbaden: Springer VS 2020, S. 167–190, hier S. 168.

18 Ebd.: »Würde man beide Begriffe [virtuell und Wohnen, Anm. d. Autors] ohne weitere Vorgedanken oder gar theoretische Ambitionen googeln, so führten die ersten Treffer zu den Seiten von Möbelhäusern, die mittels entsprechender Programme mögliche Einrichtungs-szenarien maßstabsgetreu und aus unterschiedlicher Perspektive vor Augen stellen.«

19 Vgl. Thomas, Jens: Selbstherstellen als neue Politik. Zur Subjektivierung von Arbeit und des Politischen in der Designproduktion (= Edition Politik, Bd. 157), Bielefeld: transcript 2022, S. 79: »Unter dem *Selbstherstellen* verstehe ich im Folgenden eine selbstausführende Produktionsform im Beruflichen wie im Privaten, worüber Produkte selbst gestaltet werden, wobei der Gestaltungs- oder Herstellungsprozess von den Akteuren selbst ausgeht oder selbst ausgehen muss. Der Begriff präzisiert damit zum einen den Begriff des Selbermachens, indem er die materielle Produktion ins Zentrum rückt – und er schließt Tätigkeitsfelder von Design über Handarbeit bis hin zum Handwerk, der Eigenarbeit und Eigenproduktion mit ein. Zum

Politiken des Wohnens und Einrichtens vorrangig beobachten lassen, ist die IKEA-Website, die deshalb im Fokus der folgenden Überlegungen steht.

Die IKEA-Website mitsamt Onlineshop, in die sämtliche virtuellen Planungstools eingebettet sind, existiert seit etwa 1997 in einer Form, die der heutigen ähnlich ist. Allerdings ist sie seitdem mehrmals grundlegend überarbeitet worden. Mit den meisten dieser Überarbeitungen sind die Menge an Produkten und die Bandbreite an Angeboten größer geworden, weshalb die Website auch als »Archiv für eine expandierende Dingkultur des Wohnens«²⁰ fungieren kann. So ist beispielsweise 2006 mit einem Relaunch die online verfügbare Produktpalette auf das gesamte Warensegment ausgeweitet worden, insgesamt auf etwa 10.000 Artikel.²¹ Überraschenderweise gibt es jedoch bereits für das Jahr 1994 Belege für erste Bemühungen um eine Software zur Virtualisierung des Einrichtens mit IKEA-Möbeln, wie ein kurzer Artikel aus der Zeitschrift *Markt & Technik* verrät:

Neue Ideen braucht die Softwareindustrie, um neuartige Pakete zu vertreiben und an die Kundschaft zu bringen. Ein gelungener Einfall ist zweifelsohne ein ›Room Planer‹ [...]. Dieses ab Herbst verfügbare Paket wird naemlich nicht nur ueber die Standardkanale (Karstadt, Media-Markt, Schauland usw.) abgesetzt, sondern auch ueber die Moebelhandelskette Ikea. Mit der Software koennen Anwender fertig montierte Moebelstuecke am PC-Bildschirm in einen Raum aufstellen und umherschieben. Ikea sponserte die Software dahingehend, dass ein Verzeichnis mit Ikea-Moebeln integriert wird und somit ein Zimmer konkret damit planbar ist. Bei Bedarf wird auch gleich noch der Gesamtpreis ausgerechnet.²²

In dieser eher technikzentrierten Perspektive erscheint das virtuelle Einrichten noch als eine Frage der Programmierung, nicht als kreativer Prozess, und die konkrete Planbarkeit oder Berechenbarkeit steht klar im Vordergrund. Das Aufstellen und Umherschieben von Möbeln im virtuellen Raum steht gleichrangig neben der Entwicklung und Distribution der Software sowie der Berechnung des Preises. Interessant erscheint zudem der Verweis darauf, dass die Software nicht im direkten Auftrag von IKEA programmiert wurde: Der hier vorgestellte »Room Planer« wird vom schwedischen Möbelhersteller durch die Bereitstellung von Rohdaten zu den »fertig montierte[n] Moebelstuecke[n]« zwar gesponsert, aber die Distribution der Software erfolgt nicht nur über hauseigene Kanäle, sondern auch über die

anderen werden sowohl Formen des Wollens als auch Müssens erfasst und der Begriff des Herstellens konturiert, weil durch den Verweis auf das ›Selbst‹ die Initiative zum Handeln in den Vordergrund tritt.« (Herv. i.O.)

20 M. Miggelbrink: »Ordnen und gestalten«, S. 586.

21 Vgl. Anonymous: »Alle Kraft dem Katalog. IKEA«, in: *werben & verkaufen* 34 (2005), S. 8.

22 Anonymous: »IKEA vertreibt ein ›Hoerzu‹-SW-Paket«, in: *Markt & Technik* 19, Nr. 30 (1994), S. 11.

sogenannten »Standardkanäle (Karstadt, Media-Markt, Schauand usw.)«. Den eigentlichen Beginn des virtuellen Einrichtens markiert hier also weder das Einrichten noch das Gestalten, sondern die Entwicklung neuartiger Software-Pakete und die Erschließung alternativer Vertriebswege.

Dieser dezentrale Zugriff auf Software durch den IKEA-Konzern hat sich sukzessive verändert, was sich beispielsweise an einem Artikel der Zeitschrift CHIP aus dem Jahr 2013 ablesen lässt, in dem der IKEA-Katalog wortwörtlich als Vorreiter des virtuellen Wohnens angepriesen wird.²³ Und spätestens seit 2016 existieren mehrere hauseigene virtuelle Tools, mit denen einerseits ganze Räume und andererseits einzelne Möbel oder Möbelsysteme geplant werden können²⁴ und die mit ihren 3D-Animationen an die Bildwelten zeitgenössischer Videospiele erinnern.²⁵ Auffällig ist, dass bereits bei den früheren Versionen der Raum- und Möbel-Planer der Begriff der *Inspiration* im Vordergrund steht, während der Aspekt der Planung nun in den Hintergrund getreten ist. Die unspezifische Anrufung, sich möglichst umfanglich – von der Eingabe des Grundrisses bis zur konkreten Einrichtung der Küche oder des Schlafzimmers – inspirieren zu lassen und dann direkt die passenden IKEA-Möbel zu finden, springt deutlich ins Auge. Auch wenn das Interface und die grafischen Darstellungen der Räume und Möbelstücke in den letzten Jahren fortlaufend überholt worden sind, hat sich an der grundsätzlichen Form des Planers auf der Ebene der Programmierung nicht viel geändert, von einer Portierung von Flash Player auf HTML mal abgesehen. Inzwischen existieren auf der IKEA-Website insgesamt achtzehn Planer für Möbelserien (dreizehn Schrank- und fünf Sofasysteme), unter denen IVAR nur eine, wenn auch die älteste ist.

Das Prinzip der Planungstools für Räume oder Möbelserien ist immer gleich, mit einigen Varianzen bei den Auswahl- und Einstellungsmöglichkeiten: Automatisch wird ein dreidimensionaler virtueller Raum generiert, der mit einem hellen Holzfußboden und weißen Wänden versehen ist. Die Maße des Raums sowie seine Wand- und Bodengestaltung sind standardisiert, wobei erstere über Regler oder Eingabefelder am rechten Bildrand angepasst werden können; auf Wände und Boden kann beim IVAR Planer kein Einfluss genommen werden, was bei den Raumplanern für Arbeits- oder Schlafzimmer, wenn auch in begrenztem Rahmen, durchaus möglich ist. Am rechten Bildrand ist ein listenförmiges Interface platziert, über

23 Vgl. S. Rieger: »Virtuelles Wohnen«, S. 168. Rieger bezieht sich auf den Artikel »Virtuelles Wohnen: Ikea-Katalog als Vorreiter«, in: Chip Digital vom 29.04.2013.

24 Vgl. Baum, Franziska/Martin, Marinus: »Wie plane ich Haus und Wohnung mit IKEA am PC?«, in: Netzwelt vom 19.05.2016. <https://www.netzwelt.de/tutorial/465419-plane-haus-wohnun-g-ikea-pc.html>, abgerufen am 14.08.2024.

25 Auf diesen Umstand weist auch Rebecca Carrai in der Einleitung zu ihrer bisher unveröffentlichten Dissertation hin, der ich an dieser Stelle herzlich für den Hinweis danken möchte (vgl. Carrai, Rebecca: *IKEA-LAND. A Counter-History of Domestic Space*. Unv. Diss., Arenberg Doctoral School, Faculty of Architecture, KU Leuven 2023, S. 15–47, hier S. 10).

das die Nutzer*innen nicht nur die Raummaße ändern, sondern auch die variierbaren Elemente auswählen können. Hier kehrt die Liste als Ordnungs- und Strukturprinzip des IKEA-Katalogs wieder, die etwa auch von der Produktauswahl des Onlineshops bekannt ist.²⁶ Die dort angezeigten Elemente können nun per Drag-and-Drop oder per Klick maßstabsgetreu im virtuellen Raum platziert werden, wobei die Position variabel bleibt. Die einzelnen Bauteile des Regals (beispielsweise Seitenteile, Regalböden, Einsätze für Flaschen, Schubladen, Schranktüren usw.) oder das ganze Regalsystem können auf einem vorgegebenen Raster platziert, bewegt oder wieder entfernt werden. Die Darstellung der Teile kann jedoch nicht verändert werden, mit einer Ausnahme: Einzelne Teile können nämlich sowohl in der bereits erwähnten Variante aus Kiefern-Echtholz als auch in der synthetischen Variante aus Pressholz ausgewählt werden, das mit weißem Kunststoff furniert ist und zum Beispiel an das BILLY-Regal erinnert.²⁷ Während der Erstellung und Anpassung des virtuellen Modells wird oberhalb des listenförmigen Interfaces in Echtzeit der Gesamtpreis der zusammengeführten Teile angezeigt, damit sich die Kund*innen laufend über die ökonomischen Konsequenzen ihrer Auswahl im Klaren sind. Zum Abschluss kann das gesamte Modell per Knopfdruck in den Warenkorb und damit potenziell in die häusliche Realität der Kund*innen überführt werden. Für den Versand der realen Teile wird das Modell wieder in seine Einzelteile zerlegt – ein Umstand, der spätestens bei Transport und Aufbau einen großen Unterschied macht. Zuletzt sei noch erwähnt, dass jedes virtuelle Modell beim Verlassen des Planers mittels eines sogenannten »Planungscodes« gespeichert und zu einem späteren Zeitpunkt wieder aufgerufen werden kann. Das Planen nimmt also zumindest potenziell kein Ende, worauf ich später noch zurückkommen werde.

Virtuelles Testen und der IVAR Planer

Die Kombination aus einem listenförmigen Interface und einem variablen virtuellen Raum, in dem die virtuellen Modelle der Möbel (bis zu einem gewissen Grad) umhergeschoben oder angepasst werden können, sowie die Möglichkeit, diese Modelle speichern und so jederzeit wieder aufrufen zu können, machen die spezifische

26 Vgl. Bartz, Christina: »Die Listen des Warenkatalogs«, in: Kulturwissenschaftliche Zeitschrift 2 (2024), Themenschwerpunkt: Listen, Rankings, Charts. Zur Behauptung des Populären, S. 41–56, hier S. 45–48.

27 Vgl. P. Eisele: »Do-it-yourself-Design«, S. 445: »Ganz im Gegensatz zu IVAR bestand BILLY nun durch und durch aus synthetischen Materialien, aus Pressholz, das mit einem Kunststoff furniert war. Was auf den ersten Blick allein der BILLYgkeit geschuldet scheint, entpuppt sich auf den zweiten Blick als geschickte Strategie, den damaligen Zeitgeist einzufangen. Mit seinen künstlichen Materialien und glatten Oberflächen antizipierte BILLY jene ›postmoderne‹ Ästhetik, die als Charakteristikum des ›Neuen Designs‹ der 1980er-Jahre gelten kann.«

Medialität des IVAR Planers aus. Er lässt sich mit Stefan Rieger deshalb auch als eine Möglichkeit zum virtuellen Testen verstehen, die es den IKEA-Kund*innen erlaubt, ihr Zuhause virtuell und damit ökonomisch wie ethisch niederschwellig einzurichten – und zwar vor dem Kauf. Rieger formuliert diesen Zusammenhang folgendermaßen:

Unter den Bedingungen der Virtualität erhält der Test eine neue Dimension und eine Fülle neuer Anwendungsfelder. Dabei befördert eine sehr probate Eigentümlichkeit des Virtuellen derartige Anwendungen, nämlich das, was man seine ökonomische und ethische Niederschwelligkeit nennen könnte. In den konsequenzreduzierten oder -verminderten Szenarien virtueller Realitäten können und dürfen Dinge auf den Prüfstand geraten, deren Testung unter realen Bedingungen nur bedingt möglich oder ethisch nicht verantwortbar wäre.²⁸

So gesehen entspricht das IKEA-Planungstool dem Begehren der Kund*innen »nach einer einfachen, schnellen und zielgerichteten Selbst- und Rückversicherung«. ²⁹ Zudem kann diese Form des virtuellen Testens als stützende Ressource verstanden werden, weil sie – wenn man an die scheinbar exakte Visualisierung von Maßen oder die maßstabsgetreue Darstellung von Möbelstücken denkt – nicht nur »ein Versprechen nach Objektivität« einlösen, sondern mit ihrer »wiederholbaren Eindeutigkeit« individuelle Ermessens- und Interpretationsspielräume minimieren soll.³⁰ Auf diese Weise werde außerdem, so Rieger an anderer Stelle, das Risiko einer material- und arbeitsintensiven Fehlentscheidung minimiert und »eine Ersparnis von Ressourcen aufgerufen, die eines der immer wieder bemühten Argumente für den Einsatz des Virtuellen an unterschiedlichen Orten darstellt«. ³¹ Dieser »Ausbund einer material- und kostenschonenden Flexibilität«³², wie Rieger ihn beschreibt, kommt im Fall des IVAR Planers meines Erachtens durchaus zur Geltung, allerdings mit entscheidenden Einschränkungen: Einerseits handelt es sich bei den dort geplanten virtuellen Möbeln gerade nicht um Prototypen³³, sondern um etablierte, produktionsfertige Produktreihen. Andererseits werden die Möbelsysteme bei IKEA nicht *on demand*, also nicht ausgerichtet an

28 Rieger, Stefan: »Virtuelles Testen«, in: Zeitschrift für Medienwissenschaft 15, Nr. 2 (2023), Themenschwerpunkt: Test, S. 51–59, hier S. 53f.

29 Ebd., S. 52.

30 Ebd.

31 S. Rieger: »Virtuelles Wohnen«, S. 168.

32 Ebd., S. 168.

33 Vgl. S. Rieger: »Virtuelles Testen«, S. 54: »In virtuellen Realitäten wird erprobt, wie die Dinge der Welt künftig zu gestalten sind, um potenziellen Benutzer*innen einen optimalen Umgang mit ihnen zu ermöglichen. Auf diese Weise gelangen Prototypen und Testkörper zum Einsatz, ohne je im Realen materialisiert werden zu müssen und ohne die damit verbundenen Ressourcen aufzuzehren.«

den individuellen Wünschen oder Bedürfnissen der Kund*innen, sondern in industrieller Serienproduktion gefertigt.³⁴ Damit hängt auch zusammen, dass sich das allgegenwärtige Individualitätsversprechen, das der IVAR Planer suggeriert, nicht erfüllt (und nicht erfüllen kann), weil die Kund*innen nur scheinbar in den Design-Prozess der Möbelstücke eingreifen können. Tatsächlich sind sie immer auf die standardisierten digitalen Modelle der Möbelsysteme zurückgeworfen, die keine oder kaum individuelle Anpassungen oder kreativen Entscheidungen erlauben. Dieses widersprüchliche Verhältnis zwischen Individualitätsversprechen und Standardisierungstendenz wiederholt meines Erachtens die Konstellation von Systemmöbeln im Allgemeinen und IKEA-Möbelsystemen im Speziellen. Diese zeichnen sich nämlich gerade dadurch aus, dass sie zwei gegensätzliche Aspekte vereinen: Auf der Basis hochgradig standardisierter Einzelelemente formulieren sie das Versprechen von hochindividuellen Produkten. Dieses Paradox, auf das Christina Bartz überzeugend hingewiesen hat³⁵, löst sich auch im Fall des Möbelsystems IVAR nicht auf, ist jedoch mit Blick auf den IVAR Planer etwas anders gelagert: Innerhalb der standardisierten virtuellen Umgebungen des Planers, in der die ebenso standardisierten virtuellen Modelle manipuliert werden können, tritt die augenfällige Popularität (ebenso wie die eingangs aufgerufene historische Traditionslinie) des Möbelsystems hinter die Applizierbarkeit zurück. Die von Bartz am IKEA-Katalog beobachtete Vereinigung von »Bestseller-Behauptung« und »Selbstapplizierung-Aufforderung«³⁶ verschiebt sich zugunsten eines Individualitätsversprechens, das wiederum aufgrund der Beschränkungen des IVAR Planers unerfüllt bleiben muss. Insgesamt richtet sich das virtuelle Testen mit dem IVAR Planer also nicht an Fragen ökologischer Notwendigkeit (Brauche ich das Möbelstück angesichts der globalen ökologischen Krise wirklich?) oder kreativer Entscheidungsmacht (Wie soll das Möbelstück in meiner Wohnung aussehen?) aus,

34 Dass diese industrielle Serienproduktion gerade im Fall von IKEA-Möbeln besonders problematisch ist, weil ihre ökologischen Folgen gigantische Ausmaße angenommen haben, wird in den letzten Jahren verstärkt diskutiert und problematisiert. Siehe bspw. die ARTE-Dokumentation *BÄUME FÜR BILLY. WIE IKEA DEN PLANETEN PLÜNDERT* (Frankreich 2023, Regie: Marianne Kerfriden, Xavier Deleu). <https://www.youtube.com/watch?v=fmzXOWf7k6w>, abgerufen am 14.08.2024.

35 Vgl. C. Bartz: »Die Listen des Warenkatalogs«, S. 52: »Auch wenn dieser Zusammenhang aus Variabilität und Beliebtheit nachvollziehbar ist, verbirgt sich in der Formulierung in gewisser Weise ein Paradox: Einerseits besteht die Qualität des Produkts genau darin, dass es schon viele gekauft haben, und implizit meint das auch, dass schon viele damit zufrieden wohnen. Im Kontrast dazu steht aber die Behauptung der hochgradigen Individualisierung und Anpassungsfähigkeit an alle Umstände und Bedürfnisse, die durch Variabilität plausibilisiert wird. Wie soll speziell für ›mich‹ passen, was viele gekauft haben? Die gegensätzlichen Prinzipien ›für alle‹ und ›nur für Dich‹ werden vereint. Der Bestseller-Behauptung steht eine Selbstapplizierung-Aufforderung zur Seite.«

36 Ebd.

sondern eher an Fragen entindividualisierender, uniformierender Zurichtung (Wie passt das Möbelstück in meine Wohnung? Ist meine Wohnung überhaupt passend für das Möbelstück?).

Zudem stehen die Praktiken des virtuellen Einrichtens im spezifischen Kontext des IVAR Planers, so möchte ich behaupten, nicht oder zumindest nicht vorrangig für »die Gestaltung bzw. Umformung eines Ensembles im Hinblick auf einen ›Endzweck«³⁷, wie Bartz es in Bezug auf die Etymologie des Begriffs ›Einrichten« im *Historischen Wörterbuch des Mediengebrauchs* formuliert.³⁸ Stattdessen steht das virtuelle Testen mit dem IVAR Planer für einen potenziell unabschließbaren Prozess, der sich von den eigentlichen Praktiken des Einrichtens wesentlich unterscheidet: Das zweckentfremdete fortdauernde Einrichten einzelner virtueller Räume und das Ausprobieren alternativer Anordnungen oder Ausstattungen einzelner virtueller Möbelsysteme aus dem vom IKEA Planer vorgegebenen Angebot übersteigen, wenn man an die hohe Zahl an berechenbaren Kombinations- und Variationsmöglichkeiten oder die Möglichkeit zum Speichern und Wiederaufrufen mittels des sogenannten ›Planungscodes« denkt, tatsächliche Bedarfe und sollen lediglich die »kreative Energie« der Kund*innen freisetzen, was, wie bereits angesprochen, zwangsläufig im Modus einer bloßen Anrufung und damit potenziell un abgeschlossen bleiben muss. Ein (zugegebenermaßen recht oberflächliches) Indiz hierfür ist, dass bei IKEA selten oder nie die Rede vom Einrichten ist, sondern beispielsweise eher vom »Planen«, »Gestalten« oder »Personalisieren«.³⁹ In Anlehnung an Bartz' grundsätzliche Überlegungen zum ›Einrichten« denke ich, dass sich die medialen Praktiken im Kontext des IVAR Planers gerade nicht »auf ein Ziel, einen bestimmten zu erreichenden Zustand«⁴⁰ beziehen, sondern vielmehr auf die Herstellung einer je kurzfristig passenden, letztlich aber kontingenten Anordnung. Und auch hier wird die paradoxe Relation von Uniformität und Individualität deutlich: Explizit aufgerufen werden Kreativität, Flexibilität und individuelle Verantwortung, auch in einem ökologischen Sinne, während die Interaktivität und die Virtualität der Planungstools die mangelnden Anpassungsmöglichkeiten und die Standardisierungstendenzen der digitalen Modelle sowie die Systemhaftigkeit

37 Bartz, Christina: »Einrichten«, in: Heiko Christians/Matthias Bickenbach/Nikolaus Wegmann (Hg.), *Historisches Wörterbuch des Mediengebrauchs*, Köln/Weimar/Wien: Böhlau 2015, S. 195–208, hier S. 197.

38 Unter Rückgriff auf einen Text aus dem 18. Jahrhundert beschreibt Bartz, das Verb ›einrichten« habe »seinen Ursprung im medizinischen Bereich, in dem es im Sinne von ›einrenken« verwendet wird« (ebd., S. 196). In dieser Bedeutung gehe es auf das Verb ›richten« zurück und sei in vielen Kontexten wie Hausbau und Rechtsprechung verwendet worden (vgl. ebd., S. 197).

39 <https://www.ikea.com/de/de/planners/#da8a8830-aebc-11ed-8420-adb5f6ea37ae>, abgerufen am 19.09.2024.

40 C. Bartz: »Einrichten«, S. 200.

der eigentlichen Möbelserien verbergen sollen. Zudem soll die Einrichtung des eigenen Zuhauses nie zu einem Ende kommen, denn es können immer neue Möbel geplant und immer andere Räume umgestaltet werden. Meines Erachtens trägt diese paradoxe Struktur, die IKEAs virtuellen Planungstools zugrunde liegt, nicht nur zum wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens IKEA bei, sondern auch und ganz entscheidend zur Produktion und Reproduktion neoliberaler Subjekte, der ich abschließend noch kurz nachgehen möchte.

Kreativität, neoliberale Subjektivierung und der IVAR Planer

Die Anrufungen, mit denen IKEA seine Kund*innen als Gestalter*innen, als Planer*innen oder als Selberrmacher*innen adressiert und damit als ebenso inspirierte wie kreative Subjekte konstituiert, sind überaus zahlreich und kaum zu übersehen. Die ›leere Leinwand‹, die der IVAR Planer nach dieser Logik darstellt, kann und *must* fortwährend von den Kund*innen gefüllt werden, um das eigene Zuhause auch nur annähernd optimal einrichten zu können. Kreativität scheint der paradigmatische Begriff für diesen Zusammenhang zu sein, wie ihn Ulrich Bröckling – bezogen auf die neoliberale Subjektivierungsform des ›unternehmerischen Selbst‹ – beschrieben hat:

Kreativität soll einerseits mobilisiert und freigesetzt werden, andererseits soll sie reglementiert und gezügelt, auf die Lösung bestimmter Probleme gerichtet, von anderen aber ferngehalten werden. Entfesselung und Domestizierung sind dabei ununterscheidbar verwoben.⁴¹

Allerdings betont Bröckling, und das ist in diesem Zusammenhang besonders wichtig, dass Kreativität nicht auf Verfügbarkeit zu reduzieren und nicht ohne ein Moment anarchischer Freiheit und Zerstörungslust zu haben sei. Wo dies nicht verwirklicht werden könne, werde der Imperativ zur Kreativität zum bloßen ›Steuerungsregime.⁴² Im Fall des IVAR Planers ist, wie ich gezeigt habe, kein ›Moment anarchischer Freiheit‹ gegeben, weil sämtliche individuellen Gestaltungsmöglichkeiten durch die Beschränkungen der virtuellen Modelle, die Begrenzungen der Software⁴³ und die strikte Limitierung auf IKEAs hauseigene Produkte ein-

41 U. Bröckling: Das unternehmerische Selbst, S. 153f.

42 Vgl. ebd., S. 154.

43 Vgl. Maresch, Rudolf: »Virtualität«, in: Ulrich Bröckling/Susanne Krasmann/Thomas Lemke (Hg.), Glossar der Gegenwart, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 2004, S. 277–284, hier S. 279: »Dem Entwerfen neuer Universen und Identitäten sowie dem Aufbruch in noch unverwirklichte Wirklichkeiten [...] sind dadurch von vornherein enge technische Grenzen gesetzt. Was aktualisiert werden kann, hängt im hohen Umfang vom technischen Maß (Übertragungsgeschwin-

gehegt sind. So steht dieses virtuelle Planungstool nicht für die Entfesselung der individuellen Kreativität ein, sondern für die »auf Dauer gestellte Form der Verge-
wässerung«⁴⁴ des virtuellen Testens. Die anarchische Freiheit und die Entfesselung,
die laut Bröckling die eine Seite der ambivalenten Natur der Kreativität ausmachen,
sind endgültig einer »Epistemologie des Eindeutigen und des Vereindeutigbaren«⁴⁵
gewichen.

Ein weiterer Aspekt, der mit der allgegenwärtigen Anrufung zur Kreativität
einhergeht, ist die potenzielle Unabschließbarkeit des Planungsprozesses, die in
den IVAR Planer eingeschrieben ist: Weil jedes virtuelle Modell beim Verlassen
des Planers mittels eines sogenannten »Planungscodes« gespeichert und zu einem
späteren Zeitpunkt wieder aufgerufen werden kann, kommt der Prozess des Ein-
richtens nicht zwangsläufig mit dem Kauf zu einem Ende. Stattdessen werden die
Kund*innen dazu angehalten, das jeweilige Möbelstück in immer neuen Konstella-
tionen oder in je anderen Räumen weiter- oder neu zu gestalten, wodurch sie nicht
nur zu Kund*innen in einem ökonomischen Sinne werden, sondern vielmehr auch
zu Nutzer*innen, die den IVAR Planer auf Dauer oder immer wieder nutzen. Dieses
Subjektivierungsregime – aufgerufen etwa durch die Option »Mit der vorherigen
Planung fortfahren«⁴⁶ – geht meines Erachtens über das rein ökonomische Regime
des Kaufs hinaus, das mit dem Absenden des digitalen Warenkorbs zu einem Ende
kommen würde. Vielmehr geht es nicht um einen einzelnen, sondern um perma-
nente Kaufakte, die durch den Imperativ bestimmt sind, immer weiter gestalten
und damit auch immer weiter kaufen zu müssen. Was so unter der Oberfläche
produziert wird, ist ein »fundamentales Ungenügen«⁴⁷, das bei den Nutzer*innen
das Begehren nach immer neuen Gestaltungs- und Planungsakten erweckt, dem
sie »aber niemals voll und ganz genügen«⁴⁸ können. Entscheidend ist, dass dieser
»Wunsch nach Orientierung bei der Selbstfindung konstitutiv enttäuscht wird«⁴⁹,
wie Bröckling es zuspitzt. So zeigt sich, dass die konstitutiv unerfüllbaren Anru-

digkeit, Rechenkapazität etc.) ab, von der Überwindung des Signal-Rausch-Abstandes eben-
so wie von der Architektur der Programme und der Bauweise der verwendeten Hardware.«

44 S. Rieger: »Virtuelles Testen«, S. 52.

45 Ebd., S. 53.

46 <https://www.ikea.com/addon-app/storageone/ivar/web/latest/de/de/#>, abgerufen am
19.09.2024.

47 U. Bröckling: Das unternehmerische Selbst, S. 28.

48 Ebd.

49 Ebd., S. 29.

fungen ein *Engagement*⁵⁰ mit der digitalen Umgebung der IKEA-Website fördern, das sogenannte »arbeitende Nutzer*innen«⁵¹ produziert. Solche »arbeitenden Nutzer*innen«, wie Jens Thomas sie beschreibt, »arbeiten (bewusst wie unbewusst) großen Tech-Konzernen [oder hier: IKEA, Anm. d. Autors] bei der Gewinnung, Verarbeitung und Lieferung von Daten zu – in der Folge bauen Konzerne ihre Vormachtstellungen aus«. ⁵² In diesem Steuerungsregime werden die Nutzer*innen eben nicht zu kreativen Gestalter*innen, Planer*innen oder Selbstermacher*innen, sondern einerseits zu permanenten Käufer*innen und andererseits selbst zu einer Ware in Daten-Form.

Fazit

Der IVAR Planer fügt sich – stellvertretend für die Gesamtheit der virtuellen Planungstools – in das Ensemble von IKEAs digitalen Angeboten ein und erweitert sie um die Möglichkeiten der virtuellen Visualisierung und Speicherung von Wohnumgebungen. Dabei werden bei den Kund*innen über vielfältige Anrufungen zu Kreativität und Individualität bestimmte Begehren und Erwartungen geweckt, die letztlich aber nicht eingelöst werden können oder sollen. Kreativität und Individualität sind, wie sich gezeigt hat, vielmehr Ideale, über die die Kund*innen subjektiviert werden, die aber durch die Beschränkungen der Software und der Interfaces sowie durch die konstitutive Unabschließbarkeit des Einrichtungsprozesses nicht auf den einmaligen Kauf abzielen, sondern auf möglichst dauerhaftes *Engagement* und die fortdauernde Produktion von Daten. So werden Kund*innen zu Nutzer*innen und damit – vermittelt durch die produzierten Daten – schlussendlich zur Ware, während die aufgerufenen Praktiken nicht zu einer kreativen Ausgestaltung des indi-

50 *Engagement* meint hier eine fortwährende, möglichst dauerhafte Produktion von digitalem Content durch die Nutzer*innen, die eher an die Funktionsweise von Sozialen Medien wie *Facebook* oder *Instagram* erinnert (vgl. Vaidhyathan, Siva: *Antisocial Media. How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy*, New York, NY: Oxford University Press 2018, S. 89f.).

51 J. Thomas: *Selbsterstellen als neue Politik*, S. 17.

52 J. Thomas: *Selbsterstellen als neue Politik*, S. 17. Es ist offenkundig, dass es sich bei IKEA nicht um einen Big-Tech-Konzern im eigentlichen Sinn handelt, weil weiterhin die Distribution von Möbeln und Einrichtungsgegenständen im Vordergrund steht. Es fällt aber auch auf, dass sich die Charakteristika von IKEAs digitalen Angeboten immer mehr denen großer Plattformen angleichen, etwa durch die Integration von Social Media Feeds oder die Einbindung von YouTube-Videos. Dies deutet meiner Einschätzung nach auf eine umfassendere Tendenz zur Plattformisierung des Internets hin. José van Dijck, David Nieborg und Thomas Poell etwa sprechen von »a platform-and-datadriven ecosystem, a mixture of old currencies (attention and capital) and new ones (data and users)« (van Dijck, José/Nieborg, David/Poell, Thomas: »Reframing Platform Power«, in: *Internet Policy Review* 8, Nr. 2 (2019), S. 1–10, hier S. 4).

viduellen Zuhauses führen, sondern zu einem endlosen Prozess des virtuellen Einrichtens, der nicht mehr auf ein spezifisches Ziel des Einrichtens ausgerichtet ist, nicht mal mehr auf den abschließenden Akt des Kaufens. Greift man zum Schluss nun nochmals das Eingangszitat von Eisele auf, so fällt auf, dass IKEA mit seinem Arsenal an virtuellen Planungstools und dem damit einhergehenden Imperativ der Kreativität ein umfassendes Steuerungsregime eingerichtet hat. Dementsprechend düster fällt das Fazit aus: Die »Do-it-yourself-Strategien«, die IVAR vor fünfzig Jahren noch provoziert hat, sind inzwischen der »Übermacht kapitalistischer Machtstrukturen«⁵³ gewichen und hallen nur noch in den fortwährenden Anrufungen an die Kund*innen nach. So scheitern individuelle Gestaltungsmöglichkeit und gestalterische Kreativität am Ende doch an »anonymen und glatten Oberflächen standardisierter Formen«, während die »spontanen Improvisationen des Alltags« gleichermaßen von der »Anonymität des Industriedesigns« wie von der »Ideenlosigkeit des Systemdesigns« abgelöst worden sind.⁵⁴ Eisele selbst bringt dies auf den Punkt, wenn sie am Ende ihres Textes festhält, der Kauf von IKEA-Produkten sei längst nicht mehr als kritisches Statement gegenüber dem Einrichtungsstil der eigenen Elterngeneration, sondern im Gegenteil als Ausdruck eines generationenübergreifenden ästhetischen Konsenses anzusehen.⁵⁵

53 P. Eisele: »Do-it-yourself-Design«, S. 439.

54 Ebd.

55 Vgl. ebd., S. 448.

