

Die Rohstoffe werden knapp. Gleichzeitig wachsen weltweit die Müllberge und in den Ozeanen schwimmt tonnenweise Plastikmüll. Der Mülltourismus in die Entwicklungsländer floriert und gefährdet dort Mensch und Umwelt. In Industrieländern gehen trotz moderner Recyclingmethoden wichtige Technologiemetalle in Verbrennungsanlagen verloren.

Die Wegwerfgesellschaft war gestern. Heute gilt es nicht nur den immensen Schatz der im Abfall verschütteten Rohstoffe zu bergen. Wir brauchen auch ein Produktdesign, das auf Haltbarkeit und Schadstofffreiheit setzt und die Wiederverwertbarkeit von Stoffen konsequent mitdenkt. Veränderte Nutzungsstrategien – Stichwort: Nutzen statt Besitzen – sind ein weiterer Schlüssel. Wirtschaft und Gesellschaft müssen lernen, grundsätzlich anders zu produzieren und zu konsumieren.

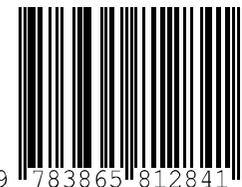
politische ökologie

Die Reihe für Querdenker und Vordenkerinnen

Die Welt steht vor enormen ökologischen und sozialen Herausforderungen. Um sie zu bewältigen, braucht es den Mut, ausgetretene Denkpfade zu verlassen, unliebsame Wahrheiten auszusprechen und unorthodoxe Lösungen zu skizzieren. Genau das tut die *politische ökologie* mit einer Mischung aus Leidenschaft, Sachverstand und Hartnäckigkeit. Die vielfältigen Zugänge eröffnen immer wieder neue Räume für das Nachdenken über eine Gesellschaft, die Zukunft hat.

ClimatePartner^o

16,95 € (D)
www.oekom.de



Rohstoffquelle Abfall

Wie aus Müll Produkte von morgen werden

politische ökologie 129

Juni 2012_30. Jahrgang_ ISSN 0933-5722_ B 8400 F

politische ökologie



Rohstoffquelle Abfall

Wie aus Müll
Produkte von morgen werden



 **oekom**
verlag

Geplante Obsoleszenz

Gebaut, um kaputtzugehen

Von Stefan Schridde

Der Drucker verweigert nach 2.000 Seiten den Dienst, die Nylonstrumpfhose bekommt kaum getragen bereits Laufmaschen. Geplanter Verschleiß soll den Umsatz steigern, doch indem Unternehmen die Lebensdauer ihrer Produkte radikal verkürzen, schaden sie Wirtschaft und Gesellschaft gleichermaßen. – Eine aufgeklärte Bürgerschaft wehrt sich.

— Wer kennt es nicht – kaum ist die Garantiezeit eines Geräts abgelaufen, machen sich erste Schäden bemerkbar oder das gekaufte Produkt versagt komplett seinen Dienst. So ärgerlich dies ist, meint der einzelne Käufer dennoch zunächst, dies sei ein Einzelfall, eine „Montagsproduktion“ oder gar sein persönliches Pech. Doch mit Schicksal hat das frühzeitige Ableben eines Handys, einer Strumpfhose oder einer Zahnbürste ebenso wenig zu tun wie mit temporär begründbaren Fehlern bei der Herstellung. Vielmehr werden hier vielfältige Systemfehler unserer gesellschaftlichen und ökonomischen Organisation deutlich. Begeben wir uns also auf die Suche nach den Ursachen für den vorzeitigen Verschleiß.

Wenn Hersteller ihre Produkte absichtlich so bauen, dass deren Nutzung immer kurzlebiger wird, spricht man von „geplanter Obsoleszenz“. Bewusst hervorgerufener Verschleiß ließ sich in Einzelfällen bereits nachweisen. Im vergangenen Jahrhundert kam man beispielsweise dem „Phöbus-Kartell“ auf die Spur. Führende Glühbirnen-

hersteller hatten 1924 vereinbart, die Lebensdauer von Glühbirnen von 2.500 auf 1.000 Stunden zu begrenzen. Das Kartell existierte nachweislich bis mindestens 1942. Ein anderes Beispiel ist der amerikanische Chemiefaserproduzent DuPont, der in den 1950er-Jahren durch spezielle Behandlung seiner Nylonfasern die Haltbarkeit von Nylonstrümpfen verkürzte.

Sinnvollerweise sollten Produkte von Anfang an so konzipiert werden, dass ihre Bestandteile nach Gebrauch bestmöglich wieder verwertbar sind und als Wertstoffe in Produktionskreisläufe zurückgeführt werden können, beispielsweise durch Up-cycling, Cradle-to-Cradle-Konzepte und kreislaforientiertes Stoffstrommanagement (vgl. S. 103 ff.). Doch die meisten Hersteller unterwandern die Bemühungen um mehr Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz, indem sie Schwachstellen einbauen und Lösungen mit absehbarer Haltbarkeit oder Rohstoffe von schlechter Qualität einsetzen.

Obsoleszenz als Teil der Produktstrategie

Aktuell nachgewiesene Beispiele für geplanten Verschleiß sind unterdimensionierte Kondensatoren in Receivern oder Computern, die Verwendung von Kunststoff statt Metall bei schwingenden Kleinbauteilen, fest verbaute Akkus in elektrischen Zahnbürsten oder Epiliergeräten, geklebte statt geschraubte Produkte sowie eine mangelhafte Ersatzteilversorgung. Auch alltägliche Gebrauchsartikel werden immer häufiger als Verbrauchsartikel konzipiert, indem beispielsweise die Nähte in Textilprodukten vorzeitig reißen oder Schuhsohlen rasch verschleißern. Heutzutage gehört es zu einem offenen Geheimnis in Wirtschaftsgesprächen, dass Produkte für den Verbrauch so konstruiert werden, dass sie immer kurzlebiger in der Nutzung sind. Die wirtschaftliche Diskussion kennt dafür verschiedene Ausdrücke: Death Dating, Build-to-Break oder Design-to-Cost. Die Hochschulen vermitteln das dafür notwendige Wissen bereits in der Ausbildung.

Die Unternehmen rechtfertigen ihr Handeln mit dem sie gängelnden Wachstumsdiktat, gesättigten Märkten und einem Verdrängungswettbewerb, der sie dazu zwingt, immer schneller neue Produkte zu entwickeln, um global konkurrieren zu können. Langlebige Produkte würden die Wirtschaft und Arbeitsplätze gefährden, weil dann, so die stereotype Abwehr, keiner mehr etwas kaufen würde. Dagegen fördere Kurz-

„ Die Kosten für bessere Bauteile mit deutlich längerer Haltbarkeit bewegen sich in den meisten Fällen im Cent- bis Subcentbereich. “

lebigkeit von Gütern Innovationen. Unerwähnt bleibt dabei, dass Kurzlebigkeit ein Produktmerkmal ist, das die Markenidentität direkt beschädigt. Außerdem sind die sogenannten Innovationen letztlich nur Variationen vorhandener Produktlösungen und befriedigen meist nur bereits bediente Bedürfnisse wie Telefonieren, Fernsehen oder Kaffeekochen. Oder sie lösen Probleme, die die vorhergegangene Gerätegeneration erst erzeugt hat, was man auch „funktionelle Obsoleszenz“ nennt.

Wegwerfgesellschaft oder geschickte Werbung?

Ihre Art der Herstellung erklären Unternehmen häufig aber auch damit, dass Kund(inn)en nicht bereit seien, für bessere Qualität mehr zu bezahlen. Dabei verdeutlichen bisherige Erkenntnisse, dass sich die Kosten für bessere Bauteile mit deutlich längerer Haltbarkeit in den meisten Fällen im Cent- bis Subcentbereich bewegen. Deutlich länger haltbare Produkte ließen sich also in vielen Fällen nahezu ohne Verteuerung realisieren.

Eine auf möglichst schnellen Verschleiß ausgerichtete Herstellung geht mit einer Marketingstrategie einher, die durch beschleunigte Warenumsätze die Umsatzrendite steigern will. Entsprechende Werbeaussagen und Öffentlichkeitsarbeit prangern als Verursacherin für die Beschleunigung eine Gesellschaft an, die angeblich auf immer schnelleren Verbrauch ausgerichtet ist. Der Kunde wolle ja stets etwas Neues, lautet die allgemein verbreitete Schuldzuweisung.

Sicher gibt es Menschen, die sich in ihrem Konsum stets am Neuesten orientieren, ohne dabei die ökologischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Wirkungen ihres Handelns zu reflektieren. Es ist aus wirtschaftlicher Sicht auch leicht nachvollziehbar, dass die Präsenz solcher Konsumtypen in den Medien gefördert wird. Doch stellen diese wirklich die Mehrheit? Betrachtet man mittels soziologischer Analyse die Konsumorientierung, kommt die stets am Pulsschlag des Neuen kaufende Gruppe

lediglich auf einen Anteil von geschätzten 20 Prozent. Dennoch stellen Unternehmen in ihrer Werbung stets und am liebsten genau diese Kundengruppen vor. Indem die Werbung einen solchen Lebensstil zum Vorbild kürt, versucht sie, bisher genutzte Produkte schneller veraltet wirken zu lassen, um die Bereitschaft zum Kauf neuer Produkte zu erhöhen.

Der angebliche gesellschaftliche Konsens für beschleunigten Konsum hat sich über die stete Wiederholung der Aussage „Wir sind eine Wegwerfgesellschaft“ in der öffentlichen Wahrnehmung verfestigt. Die Bürger(innen) werfen sich das sogar selbst gegenseitig pauschal vor. Zugleich aber verbreitet sich in der Gesellschaft eine Haltung, der an einer umweltgerechten und nachhaltigen Produktion von Gütern und Dienstleistungen gelegen ist. Dabei spielt auch die zunehmende Armut eine Rolle.

Mehr Geld im Portemonnaie für Zukunftsfähiges

Es gibt ein wachsendes Bedürfnis nach Dingen, die langlebig sind. Für die Wirtschaft ist dieses Bedürfnis allerdings erst relevant, wenn es mit Geld ausgestattet ist, Bedarf ist quasi ein an Kaufkraft gekoppeltes Bedürfnis. Die Bürger(innen) sieht sie nur als Endkund(inn)en und Konsumierende, die ein Produkt kurz vor der Müllkippe noch schnell verbrauchen dürfen. Dabei sind Bürger(innen) doch Erstzahler(innen) und nicht Verbrauchende. Unternehmen sollten sie als Kreislaufpartner(innen) und innerhalb der Wertschöpfungskreisläufe als Nutzende anerkennen.

Immerhin begreifen erste Hersteller, dass nachhaltige Produktverantwortung mit einem strategischen Wettbewerbsvorteil verbunden ist. Sie geben lange Garantiezusagen, achten auf Reparierbarkeit, Wiederverwendbarkeit und Modularität ihrer Produkte und weiten ihre Kundendienstleistungen auf den gesamten Nutzungszeitraum aus. Besonders spannend ist die Erkenntnis, dass der Verkauf langlebigerer Produkte wieder konsumtives Kapital für neue und zukunftsfähige Produkte und Dienstleistungen freisetzt. Die Kaufentscheidungen der Individuen hängen maßgeblich vom verfügbaren Einkommen ab, weil dessen Erhöhung die Konsumneigung stimuliert. Je länger Konsumgüter genutzt werden können, umso mehr verfügbares Einkommen steht den Haushalten zur Verfügung, da für Ersatz erst in späterer Zukunft zu sorgen ist. Das freigesetzte Einkommen stattet so bisher nicht vom Markt befriedigte Bedürfnisse mit Kaufkraft aus, es steht (wieder) Geld für wirkliche Inno-

vationen und nachhaltige Lösungen zur Verfügung. Es kommt also zu einer positiven Verlagerung der Kaufentscheidungen; zukunftsweisende regionale Märkte würden neue Arbeitsplätze ermöglichen. Nachhaltige Konsumententscheidungen können etwa zugunsten regionaler Wertschöpfung fallen, in Form von Bürgerenergieprojekten oder Reparaturdiensten. Politik, Medien, Nichtregierungsorganisation und die Bürgerschaft sind gefordert, die Debatten zu alternativen Konsumorientierungen bekannter zu machen, die bereits in der Gesellschaft neue Quellen für den Bedarf nach langlebigen Gütern anbieten. Beispiele für die aufkeimende Kultur der Entschleunigung, des Wiederverkaufs, der kollektiven Nutzung, der regionalen Autarkie und der Kreislaufwirtschaft sind Slow Citys, Slow Food, Re-Use-Konzepte, Kauf und Verkauf per Ebay, Leihläden, Car-Sharing, neue Dorfentwicklung sowie Bürgersolarprojekte. Diese modernen Lebensstile stehen im direkten Widerspruch zu einer Wirtschaft mit Obsoleszenz.

Die Verbraucher wehren sich

Bisher haben Konsument(innen) kaum Möglichkeiten, sich der geplanten Obsoleszenz entgegenzustellen. In den meisten Fällen bleibt sie bisher unerkannt. Selbst engagierte Verbraucherschutzorganisationen und -zentralen sehen sich dem Problem der fehlenden Nachweisbarkeit gegenüber. Will man wegen geplanter Obsoleszenz gar Arglist begründen und eine Verlängerung der Gewährleistungszeit erreichen, bleibt nur der Rechtsweg, der aufgrund der schwierigen Nachweisbarkeit mit erheblichen Risiken verbunden ist.

Treten Schäden und Mängel während der Gewährleistungszeit auf, kann die enttäuschte Kundin die Behebung des Mangels, Umtausch oder die Erstattung des Kaufbetrages verlangen. In vielen Fällen wird ihr dies jedoch verleidet, weil der Kundenservice das Einlösen der berechtigten Forderungen erschwert, verzögert oder wegen vermeintlicher Kundenfehler verweigert. Mit einem Anheben der Garantiezeiten allein ist keine Verbesserung zu erwarten. Es braucht eine Sammlung und Analyse von Schadensfällen, um das System erkennbar zu machen. Seit Anfang 2012 entsteht daher unter dem Titel „Murks? Nein danke!“ eine europaweite bürgerschaftliche Bewegung gegen geplante Obsoleszenz, die sich für eine nachhaltige Produktqualität einsetzt, also für optimale Nutzbarkeit, einfache Reparierbarkeit,

freie Ersatzteilversorgung, regionale Servicedienste sowie bessere Garantiezeiten und Wertstoffkreisläufe. (1) Sie baut zurzeit ein Internetportal auf, das es künftig erheblich erleichtern soll, geplante Obsoleszenz in allen Variationen nachzuweisen. Außerdem wird sie vertrauenswürdige Händler, Schadensproduktberichte sowie Produktempfehlungen von Konsumierenden vorstellen. Und sie zeigt positive Beispiele wie Offene Werkstätten auf, in denen Betroffene Schäden an ihrem Gerät selbst beheben können, oder Reparatur-Cafés, in denen man sich gegenseitig beim Reparieren hilft. Petitionen sollen zu entsprechend angepassten Gesetzen, etwa beim Gewährleistungsrecht, und zu modifizierten Kennzeichnungspflichten führen. Geplante Obsoleszenz lähmt die Wirtschaft und fügt der Gesellschaft großen Schaden zu. Eine Gesellschaft, in der sich eine Wegwerfproduktion etablieren kann, weil sie kurzfristige wirtschaftliche Interessen verfolgt und ihre Ressourcen nicht schont, stellt ihre Zukunft in Frage. Doch das konsumtive Kapital einer aufgeklärten Bürgerschaft wird sich neue Wege suchen. _____

Anmerkung

(1) Unter www.murks-nein-danke.de finden sich zahlreiche Literaturhinweise und Informationsmaterial zu geplanter Obsoleszenz.



Was wollen Sie in gar keinem Fall recyceln?

Die tägliche Freude am Leben, die vergänglichen Momente erfüllten Glücks und all die einzigartigen Werke künstlerischer Inspiration und geistiger Schaffenskraft.

Zum Autor

Stefan Schridde, geb. 1961, ist Geschäftsführer

der Arge Regio Stadt- und Regionalentwicklung GmbH und hat das Projekt „Murks? Nein danke!“ initiiert.

Kontakt

Stefan Schridde
Falkenberger Str. 172 b
D-13088 Berlin
Fon ++49/(0)30/25 58 03 21
E-Mail schridde@nimmpm.de