

Geplanter Murks

Wegwerfen fürs Wachstum

Kaum ist die Garantie abgelaufen, gehen Computer, Waschmaschine oder Outdoor-jacke kaputt. Zufall? Eher nicht: Viele Produkte sind so gebaut, dass sie nicht lange halten. Doch zunehmend regen sich Unmut und Widerstand.

Von Hendrik Lasch

Die Diagnose ist ärgerlich, die Prognose betrüblich: Der Handmixer, den Stefan Schridde auf den Tisch legt, wird nicht mehr lange rühren. Zwar strotzt das stählerne Schneckenrad, das vom Motor getrieben wird, noch vor blitzendem Tatendrang. Doch übertragen wird die Kraft auf zwei blasse Zahnräder aus Kunststoff. Eine Weile werden sie die Rührwendeln noch am Laufen halten, dann sind ihre Zähne, die bereits jetzt sichtbar zerfasern, endgültig hinüber. Für das Handrührgerät heißt das: Totalausfall. Plötzlich und unerwartet, wird der Eigentümer dann wohl stöhnen – und ein neues Gerät zum Küchendienst verpflichten.

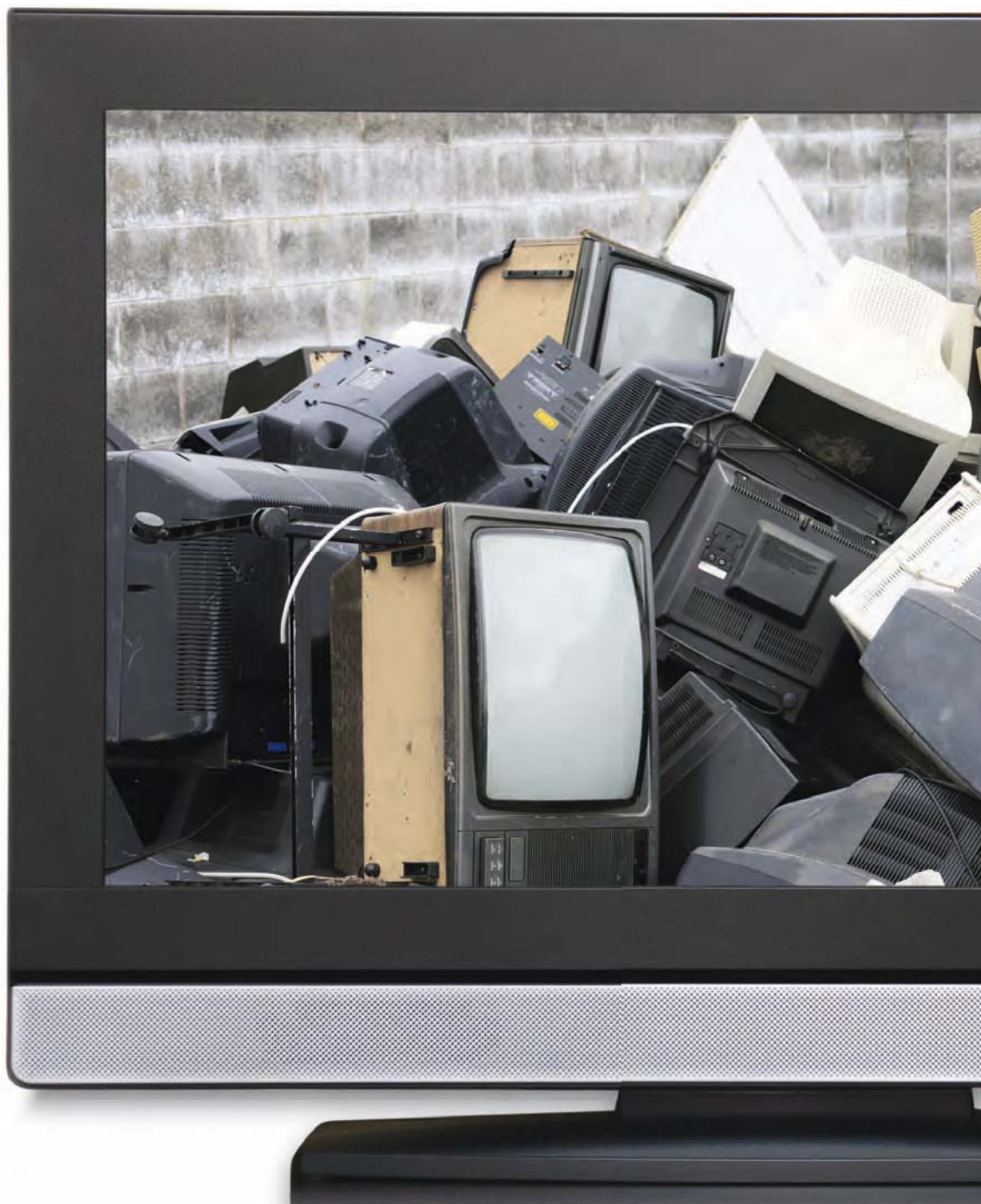
Auf Schriddes Arbeitstisch freilich zeigt sich, dass der Mixer weder plötzlich noch unerwartet den Geist aufgab. Hartes Metall auf weichem Kunststoff: „Das kann nicht lange gut gehen“, sagt der Betriebswirtschaftler. Er glaubt, dass dem Gerät schon auf dem Reißbrett ein kurzes Leben beschieden wurde. Es ist konstruiert als „Murks“ – so wie die Computer, Kaffeemühlen und anderen Haushaltgeräte, die sich in Schriddes kleiner Wohnung in Berlin stapeln. Sie wurden ihm zugeschickt, seit er im Internet das Portal „Murks? Nein danke!“ eingerichtet hat. Andere Geräte werden von ihren Be-

sitzern auf der Internetseite in wortreichen Klagen beschrieben. Die ist binnen Kurzem zu einer Art Kummerkasten für genervte Konsumenten geworden.

Hinweise auf Montagsgeräte

Nicht nur dort klagen sie ihr Leid über Handys, die nach viel zu kurzer Zeit keinen

Pieps mehr von sich geben, oder Waschmaschinen, die das Spülen einstellen. Viele haben das Gefühl, dass die Geräte nicht nur kürzer als erwartet halten, son-



den ihren Geist auch kurz nach Ablauf der Garantie aufgeben. Auch die Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen kennen solche Beschwerden, sagt deren Chef Klaus Müller: „Wir erhalten immer wieder Hinweise auf vermeintliche Montagsgeräte“ – Geräte also, die angeblich ein in Gedanken noch beim Wochenendausflug weilender Monteur fehlerhaft zusammensetzte.

Schridde wischt das Wort vom Tisch: „Mon-

tagsgeräte gibt es nicht“, sagt er: In der modernen Massenfertigung mache es keinen Unterschied, an welchem Tag ein Gerät vom Band läuft. Das Beispiel des Rührgeräts zeige vielmehr, dass „Fehler“ bereits von den Entwicklern eingebaut werden – in diesem Fall durch die Wahl des Materials. Sie sorgt dafür, dass dem Gerät kein ewiges Leben beschieden ist. Faktisch handelt es sich um ein „geplantes Verfallsdatum“, eine „konstruktive Lösung, mit der

sich die Lebensdauer des Produkts kontrollieren lässt“.

Unternehmen wollen Waren verkaufen

Schridde ist nicht der Einzige, der diesen Verdacht hegt. Zunehmend bezweifeln Verbraucher, dass nur Pfusch beim Zusammenbau für die Defekte ihrer Geräte verantwortlich ist. Stattdessen wächst die Überzeugung, dass Produkte von Beginn an nur für eine überschaubare Nutzungsdauer entworfen wurden und dann planmäßig den Dienst versagen. Der Grund ist naheliegend: Unternehmen wollen Waren absetzen. In einer Gesellschaft, in der jeder schon alles hat, klappt das nur, wenn neue Produkte etwas wesentlich besser können – oder alte den Geist aufgeben. Wer dagegen zu lange an seinem Handrührer festhält, weil er sich noch dreht und das neue Gerät auch nichts anderes kann als Teig kneten, wird quasi zum Bremsklotz für die auf Expansion getrimmte Wirtschaft. In der 2010 bei arte gesendeten Dokumentation *Kaufen für die Müllhalde* zitiert Filmemacherin Cosima Dannoritzer einen Experten: „Ein Artikel, der nicht verschleißt, ist eine Tragödie für das Geschäft.“ Wegwerfen dagegen befeuert das Wachstum.

Klingt nach Verschwörungstheorie? Tatsächlich, räumt Klaus Müller ein, ist der Beweis schwer zu führen, dass Firmen absichtlich die Lebensdauer von Produkten begrenzen, die Käufer aber im Glauben lassen, es handle sich um



Foto: [M] N-Media-Images/Fotolia.com; Simon Smith/istockphoto.com



Foto: Dick Jones/centimillibulb.org

Sie brennt und brennt: Die Glühbirne in der Feuerwache von Livermore leuchtet seit 111 Jahren. Die Lampenhersteller freute derlei Haltbarkeit ebenso wenig wie die Produzenten der ersten Nylonstrumpfhosen – schließlich litt der Absatz darunter.



Foto: Günter Menz/Fotolia.com

Qualitätsarbeit. „Whistleblower“, die etwaige Kniffe aus den Konstruktionsabteilungen verraten würden, gibt es bisher nicht. Für Kunden wiederum sei es „praktisch nicht möglich“, den Firmen nachzuweisen, dass sie Waren vorsätzlich mit begrenzter Haltbarkeit ausliefern: „Gäbe es belegbare Fälle, würde man vor Gericht ziehen.“ Für abwegig hält Müller den Gedanken aber nicht: Dass Haltbarkeit begrenzt wird, um zum Neukauf zu animieren, passt zur Wachstumslogik der Marktwirtschaft. Allein das, sagt er, „nährt mein Misstrauen“.

Staat sollte Haltbarkeit begrenzen

Das Misstrauen wird befördert durch einen 20-seitigen Essay, den Bernard London, ein New Yorker Immobilienmakler, schon vor 80 Jahren zu Papier brachte. Er hätte an Geräten wie dem Mixer auf Schridde Tisch seine Freude gehabt. London forderte in seinem Text schließlich genau dies: eine maximale Haltbarkeitsdauer für Produkte aller Art. Allerdings setzte er auf die regulierende Macht des Staates. Schuhe und Wohnhäuser, Autos und Maschinen: Sie alle sollten nach einer gesetzlich vorgeschriebenen Zeit aus dem Verkehr gezogen werden. Anlass für die Idee war die Wirtschaftskrise in den Vereinigten Staaten, die Millionen Menschen ihren Job kostete und Unternehmen ruinierte, weil sie keine Geschäfte mehr machten.

Eine der Ursachen, meinte London, war die Weigerung der Konsumenten, ihrer ureigensten Pflicht nachzukommen: zu konsumieren. „Sie nutzen ihre alten Autos, ihre alten Reifen, ihre alten Radios und

ihre alte Kleidung viel länger als erwartet“, schreibt er. Derlei Sturheit gelte es zu überwinden – durch eine gesetzliche Pflicht zum Verschrotten. London prägte auch den Fachbegriff dafür: „geplante Obsoleszenz“. Er leitet sich von einem lateinischen Wort ab, das „sich abnutzen, veralten, an Wert verlieren oder aus der Mode kommen“ bedeutet. Der US-Wissenschaftler Giles Slade versteht darunter heute Mittel zur „künstlichen Beschränkung der Haltbarkeit von Gebrauchsgütern mit dem Ziel, erneuten Konsum zu stimulieren“.

Slade hat 2006 ein Buch veröffentlicht, das die Geschichte der „geplanten Obsoleszenz“ in den Vereinigten Staaten umreißt. Es trägt den Titel *Made to Break* (etwa: „Hergestellt, um kaputtzugehen“) und schildert ein Phänomen, das keinesfalls nur ein historisches ist. Zwar rang sich in den Jahren seit 1932 keine Regierung dazu durch, Londons Vorschlag eines maximalen Haltbarkeitsdatums für Konsumgüter in ein Gesetz zu gießen. Finanzielle Anreize zum Wegwerfen aber gab es sehr wohl, zum Beispiel in Gestalt der Abwrackprämie, mit der die Bundesregierung 2009 angesichts der Bankenkrise den Autoverkauf ankurbeln wollte.

Bedürfnisse sind schwer zu erzeugen

Gesetzliche Vorgaben braucht es oft auch nicht: Die Wirtschaft selbst hat längst dafür gesorgt, dass Obsoleszenz im Alltag angekommen ist. Mit mehr oder weniger subtilen Mitteln werden die Verbraucher dazu gebracht, stetig neue Waren zu kaufen: Wechselnde Moden oder bunte Werbekampagnen animie-

Badliegen, kräftig aufgemöbelt



Die Unternehmerin **Susanne Henkel** repariert genau so gern, wie sie neu fertigt

Von Oscar Wilde soll das Bonmot stammen, er sei nicht reich genug, um sich Billiges leisten zu können. Die Unternehmerin Susanne Henkel, deren Firma im baden-württembergischen Ort Forchtenberg Liegen für Kur- und Freibäder herstellt, beweist das mit einem Diagramm. Darin zeigt ein Balken die Kosten für den Kauf einer preiswerten Liege: 240 Euro, fällig alle sechs Jahre – länger hält das Produkt nämlich nicht. Nach 30 Jahren wurden 1.440 Euro ausgegeben. Für eine von Henkels Liegen – ein schicker Metallrahmen, der mit farbigen Kunststoffleinen bespannt ist – werden beim Neukauf 441 Euro fällig. Aber erst nach je 15 Jahren muss die Bespannung erneuert werden, Kosten: 114 Euro. In 30 Jahren zahlt der Kunde so 669 Euro.

Billig kaufen und nach dem absehbaren Defekt wegwerfen und ersetzen – das gibt es bei der Firma Richard Henkel GmbH nicht. Deren Inhaberin ist daran interessiert, dass Kunden alte Liegen aufmöbeln lassen, und garantiert die Reparatur. „Wir stellen keine Wegwerfprodukte her.“ Das sei zunächst eine Frage der Ehre: Wenn sie in ein Kurbad kommt, für das ihre Liegen gekauft wurden, soll es heißen: „Schön, dass sie da sind!“ – und nicht: „Es sind schon wieder fünf Stück kaputt.“ Daneben gibt es wirtschaftliche Aspekte: Wer zufrieden ist, kauft mehr oder kommt wieder. „Ganzheitliche Bilanzierung“ nennt Henkel das und berichtet, zu vielen Kunden der seit 1948 bestehenden Firma gebe es Kontakte seit Generationen. Solche Käufer, sagt sie, seien „begeisterte Werbeträger“.

Nicht zuletzt geht es Henkel aber um Nachhaltigkeit und schonenden Umgang mit Ressourcen. Wenn Liegen repariert würden, werde nicht erneut teurer Stahl in Prozessen verarbeitet, die viel Energie schlucken. Nur die Kunststoffschnüre, die nach einigen Jahren erneuert werden müssen, werden granuliert und weiterverwendet. Bei anderen Teilen, etwa den Armlehnen, garantiert Henkel, dass Neuentwicklungen mit alten Liegen kompatibel sind. Unterm Strich rechnet sich das auch für das Unternehmen: Bei einer Dienstleistung wie der Reparatur sei die Wertschöpfung höher als bei der Neuproduktion. Als 2009 die Krise auch ihre Firma erfasste, brachen die Absätze ein; teilweise gab es Kurzarbeit. Nur in der Reparaturabteilung „gab es Zuwächse von 109 Prozent“.



Reparatur statt Neubau: Diese Devise beschert dem Hersteller der Badliegen viele zufriedene Kunden.

ren dazu. Und wenn sie ihr altes Radio oder den Computer partout nicht durch ein Neugerät ersetzen wollen, sorgt man dafür, dass die Geräte ihren Geist aufgeben. Obsoleszenz sei „charakteristisch für ein Wirtschaften, das auf ungebrochenes Wachstum ausgerichtet ist“, sagt Felix Ekardt, Leiter der Leipzi-

ger Forschungsstelle Nachhaltigkeit und Klimapolitik: „In einer gesättigten Gesellschaft sind Bedürfnisse immer schwerer zu erzeugen.“

Glühbirne brennt seit 111 Jahren

Ein Weg ist, Produkte weniger haltbar zu machen.“ Wie das geht, lässt sich

bereits in Geschichtsbüchern nachlesen. Dort wird etwa das „Phöbus“-Kartell beschrieben, in dem sich Hersteller darauf einigten, die Haltbarkeit von Glühbirnen auf 1.000 Stunden zu begrenzen, obwohl sie technisch auf eine viel längere Brenndauer getrimmt werden können: In der Feuer- ▶

Fotos: Richard Henkel GmbH (2)



Foto: Jan Zappner/trennwende.de

Die Nase voll von Murks: Der Berliner Betriebswirtschaftler Stefan Schridde gründete ein Internetportal gegen geplante Obsoleszenz.

wache von Livermore im US-Bundesstaat Kalifornien brennt eine Birne seit 1901 ununterbrochen. Keine illegale Absprache brauchte der DuPont-Konzern, um die Nachfrage nach Feinstrumpfhosen anzukurbeln. Diese waren mit Erfindung der sehr haltbaren Nylonfaser nahezu unkaputtbar geworden – mit der Folge, dass der Absatz einbrach. Um diesen wieder anzukurbeln, sparten die Entwickler

bei Zusätzen, die das Gewebe gegen UV-Licht schützten. Die Fasern wurden wieder schneller brüchig, was Laufmaschinen zur Folge hatte – und also den Verkauf neuer Strumpfhosen.

Das Konzept der eingebauten Schwachstelle hat sich am Markt gehalten, wie Stefan Schridde nicht nur an dem Handmixer demonstriert. Er hebt auch einen Bildschirm auf den Tisch, der per Kippschalter ein- und ausgeschaltet

wird. Der Schalter sitzt in einer Wippe aus Kunststoff: „Man kann sich denken, wie lange die hält.“ Aus einem anderen Flachbildschirm entnimmt er eine Platine mit dem Netzteil. Das erzeugt Wärme, die über ein Blech abgeleitet wird. Direkt über diesem Blech angeordnet wurde ein kleiner Elektrolytkondensator, ein Bauteil, von dem bekannt ist, dass es sehr empfindlich auf Hitze reagiert. Es dürfte bald die Arbeit verweigern.

Für einen Euro mehr viel länger haltbar

Den möglichen Einwand, die Verwendung minderwertiger Werkstoffen und Bauteile habe ihren Ursprung in einer verbreiteten „Geiz ist geil“-Mentalität und der Gier von Kunden nach billigen Artikeln, lässt Schridde nicht gelten: Kondensatoren etwa kosteten wenige Cent. Für den Einbau unterdimensionierter oder minderwertiger Teile

gebe es „keine Kostengründe“, sagt er. Seiner Überzeugung nach könnte fast jedes elektronische Produkt höchstens einen Euro teurer sein, um im Gegenzug fünf bis zehn Jahre länger zu halten.

Ohnehin sind es nicht immer billige Kleinteile, die für geplante Obsoleszenz sorgen. Beispiel iPhone: Desse Nutzer suchen an ihrem Handy vergebens die Klappe, hinter der sich der Akku verbirgt. Er ist fest eingebaut. „Damit bestimmt die Lebensdauer des Akkus die Lebensdauer des gesamten Geräts“, sagt Steffen Holzmann, Projektleiter für Green IT bei der Deutschen Umwelthilfe. In der Regel überstehe ein Akku 500 Ladezyklen; er hält bei einem Smartphone, das alle ein bis zwei Tage ans Netz muss, also rund zwei Jahre – so lange wie der Vertrag zum Handy. Danach steht die Wahl: teurer Akkuwechsel in der Werkstatt oder neues Gerät.

Der iPhone-Hersteller Apple war ein Vorreiter in Sachen Obsoleszenz – und schoss zunächst übers Ziel hinaus: In einem kleinen iPod-Modell wurden Akkus eingebaut, die nur 18 Monate hielten. Auch sie ließen sich nur in einer Werkstatt austauschen, was aber teurer war als der Kauf eines neuen MP3-Players. Verbraucher in den USA strengten 2003 eine Sammelklage an. Apple reagierte und baut seither länger haltbare Akkus ein. Selbst wechseln freilich kann der Besitzer sie immer noch nicht. Das Modell macht laut Holzmann Schule. Verkapselte Akkus fänden sich heute selbst in Handys von Nokia. Dabei sei gerade der finnische Hersteller einst dafür gelobt worden, dass ein- und derselbe Akku in mehrere Modelle passt. Auch bei Readern

Keine Zahlen

Wie lange hält heutzutage ein Computer, eine Waschmaschine oder ein Paar Schuhe? Dazu hätte ÖKO-TEST gern einen Überblick gegeben – doch es fehlen die Zahlen. Das Bundesamt für Statistik erklärte auf Anfrage, erhoben würden zwar Daten zur Ausstattung der Haushalte mit bestimmten Konsumgütern. Wie oft diese aber ersetzt würden, werde nicht ermittelt. Bei der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) werden Angaben zum „Produktlebenszyklus“ zwar in einem indirekten Verfahren aus Verkaufsstatistiken errechnet, war zu erfahren. Mit Zahlen könne man aber nicht weiterhelfen, „da wir diese Informationen nicht veröffentlichen“, hieß es auf Nachfrage. Damit die Informationslücke geschlossen wird, fordert der BUND in Baden-Württemberg vom Bundesministerium für Verbraucherschutz, in regelmäßigen Abständen die „durchschnittliche Lebensdauer“ bestimmter Produkte zu ermitteln – und dann gleich eine um ein Drittel höhere Mindestgarantie festzulegen.

für eBooks, in Navigationsgeräten oder elektrischen Zahnbürsten ist der Akku oft fest verbaut.

Akkus sind nicht mehr zu wechseln

Daneben gibt es weitere Wege, um Geräte möglichst bald aus dem Verkehr zu ziehen. Einer davon: Bei Defekt sollen sie möglichst nicht vom Nutzer selbst zu reparieren sein. Das wird bei elektronischen Produkten ohnehin immer schwieriger, räumt Steffen Holzmann von der DUH ein: Während bei einem Tower-PC der 90er-Jahre Grafikkarten oder Festplatten „von jedem ausgetauscht werden konnten, der nicht zwei linke Hände hatte“, sind die Geräte inzwischen so klein und kompakt geworden, dass der Tausch ganzer Komponenten nicht vorgesehen ist und der Einsatz eines Lötkolbens mehr schadet als nutzt. Daneben, sagt Holzmann, kämen aber immer häufiger auch „proprietäre“, also für einzelne Hersteller typische Bauteile zum Einsatz, die im Handel nicht erhältlich sind – und also nicht getauscht werden können.

Das Prinzip ist verbreitet. Bastler, die im Inneren eines defekten Haushaltsgerätes nach dem Rechten sehen wollen, stellen fest, dass sie sich zuvor einen teuren Schraubendreher kaufen müssten, weil Spezialschrauben verwendet wurden. In anderen Fällen sind die Schrauben so tief versenkt, dass kein Werkzeug lang genug ist – oder Gehäuse sind gleich zugeklebt. Bleibt nur der Gang zum Kundenservice – wo zu Reparaturen freilich oft nicht gerade ermutigt wird. So müssen Handykunden wochenlang mit einem Austauschgerät vorlieb-



Neuer Absatz: Schuhe wurden einst repariert und viele Jahre getragen. Das ist Geschichte.

nehmen und erhalten am Ende das Telefon ohne ihre gespeicherten Daten zurück. In anderen Fällen erklären die Servicemitarbeiter wortreich, wie teuer eine Reparatur im Vergleich zum Neukauf ist. Ein Paradebeispiel lieferte ein Werbespot der Elektronikfirma Euronics. Ein Paar bringt darin einen Fernseher ins Geschäft. Ob man ihn reparieren lassen könne?, fragt die Frau. Oder aber vielleicht doch einen neuen mitnehmen?, erwidert der Ehemann, zeigt auf

ein Modell – und lässt das alte Gerät auf den Boden stürzen. Die Botschaft an die Kunden ist deutlich: Klar, wir reparieren. Aber eigentlich wollen wir vor allem verkaufen.

In den Köpfen vieler Konsumenten hat sich die Botschaft festgesetzt. Vor 80 Jahren waren es nur Taschentücher oder Hemdkragen aus Papier, die nach dem Gebrauch in die Tonne flogen. Heute türmen sich auf den Halden auch die Überreste von Digitalkameras, Staubsaugern und Bücherre-

galen, die zu Wegwerfartikeln mutiert sind. Von Billiglöhnern in Fernost montiert, können sie zu Niedrigstpreisen auf den Markt geworfen, nach dem absehbaren Defekt aber nicht mehr repariert werden: weil die Ersatzteile in Europa nicht vorrätig sind, der Lohn des Servicemitarbeiters so hoch liegt, dass man von dem Geld ein Neugerät kaufen kann – oder weil Konstrukteure und Produktdesigner eine Reparatur schlicht nicht vorgesehen haben.

Neukauf als Beitrag zum Energiesparen?

Ein Smartphone, das ein zwei Jahre altes Gerät ersetzt, kann in der Regel kaum mehr als sein Vorgänger – von ein paar mehr Kamerapixeln abgesehen. Im Fall von Kühlschränken, Spül- oder Waschmaschinen indes wird oft ein deutlich niedrigerer Strom- und Wasserverbrauch als Argument für den Neukauf angeführt. Der Ersatz sehr alter Geräte ist deshalb durchaus zu rechtfertigen. Allerdings gibt Steffen Holzmann von der Deutschen Umwelthilfe zu bedenken, dass der größte Anteil von Energie und Ressourcen nicht beim Betrieb der Geräte verbraucht wird, sondern bei deren Herstellung: „Der ökologische Fußabdruck auf dem Weg bis zur Ladentheke ist viel größer als der bei der tatsächlichen Nutzung.“ Eine Gesamtbilanz könnte es daher ratsam erscheinen lassen, auch Geräte mit höherem Verbrauch so lange wie möglich zu nutzen. Wenn doch investiert wird, dann möglichst in Geräte mit dem niedrigsten Verbrauch, die zudem „strikt auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind“.

Produkte werden nicht mehr geliebt

Ein Beispiel dafür sind die Sohlen vieler Schuhe. Sie sind heute angegossen, nicht geklebt oder genäht. Sind sie abgetreten, kann der Schuhmacher nichts tun, sagt Helmut Farnschläder, der Präsident des Bundesverbandes des Schuhmacherhandwerks. Der Verband wirbt zwar mit dem Slogan „Ich hab's kapiert: Schuhe werden repariert.“ Doch der Spruch wirkt antiquiert: Bei preiswerteren Schuhen, die



Natur
Energie
Plus

Mit der Natur auf einer Welle.

In den letzten zwölf Monaten haben sich über 30.000 Bürger für Strom aus 100 % Wasserkraft von NaturEnergiePlus entschieden. Wann wechseln Sie zum Strom aus sauberer Quelle?

→ Jetzt wechseln!



Foto: Jon Larson/istockphoto.com

Foto: fixit.com

Hoher Absatz: Handys sind hoch komplizierte Geräte – und werden bei Defekt oft nicht repariert, sondern weggeworfen und ersetzt. Die Hersteller freut's.

Farnschläder nur „Fußbekleidung“ nennt, sind Reparaturen wegen der verwendeten Werkstoffe oder der Art ihrer Verarbeitung schlicht nicht möglich. Sind die Hacken abgelaufen, landen sie im Müll – nach Farnschläders Schätzung rund 380 Millionen Paar im Jahr. „Die Industrie hat kein Interesse an Reparaturen“, sagt er: „Die wollen verkaufen.“

Die Ex-und-hopp-Mentalität hat Folgen – etwa für unser Verhältnis zu den Dingen. Mit der fehlenden Möglichkeit, Gegenstände zu reparieren, gehe auch die Möglichkeit verloren, „sie länger zu nutzen und eine persönliche Wertschätzung aufbauen zu können“, sagt Klaus Müller. Stefan Schridde ergänzt: „Die Leute sollen aufhören, die Produkte zu lieben.“ Und Stephan Hunkel, der in seinem „Boofeladen“ in Chemnitz Outdoorartikel verkauft, erinnert sich, wie einst Wanderbekleidung und ihre Besit-

zer über Jahre gemeinsam Abenteuer erlebten. „Man hat eine Beziehung zueinander aufgebaut“, sagt er. Heute heißt es oft: Neuer Urlaub, neue Bekleidung.

Hunkel kann sich noch gut an die Anfänge erinnern. Ab Mitte der 90er-Jahre begannen große Markenfirmen, hinter denen oft an Profit orientierte Investoren stehen, die Outdoorbekleidung als Modeartikel zu etablieren. Jacken, Pullover und Shirts gibt es jetzt jedes Jahr in neuen Farben und Schnitten. Zugleich sinken Qualität und Haltbarkeit. Hunkel, der Stoffe auch schon mal unter dem Fadenmikroskop analysiert, zählt Beispiele dafür auf, wie dauerhafte Produkte beinahe zu Wegwerfartikeln werden. Strappazierfähiges Frotteefleece etwa, bei dem eingearbeitete Schlaufen aufgeschnitten werden, wird durch Flachfleece ersetzt, bei dem lediglich die Oberfläche angeschliffen wird. Das ist billiger, zerstört aber die

Gewebestruktur. Bald bilden die kaputten Fasern Kügelchen; der Stoff wird fadenscheinig – Zeit für einen Neukauf.

In Hunkels Geschäft gibt es Artikel aus Flachfleece nicht und auch keine Zelte, bei denen das reißfeste Ripstop-Gewebe nur imitiert wird. Das Sortiment besteht vielmehr aus Produkten, die nach Hunkels Überzeugung haltbar, nachhaltig und zu reparieren sind. Die gibt es weiter; ihre Hersteller haben es aber schwer am Markt. Zugleich hat er auf seiner Internetseite einen Text gegen die „Seuche Obsoleszenz“ eingestellt. Diese diene „rein der Erhöhung des Konsums und damit der Erhöhung des Profits“, heißt es. Damit verbunden sei eine große Gefahr: „Es werden bewusst Rohstoffe und Ressourcen verschwendet.“ Baumwolle für T-Shirts etwa schlucke bei der Herstellung bis zu 20.000 Liter Wasser je Kilo, und das in Regionen, ▶



Kein Zugang: Weil die Schrauben im Gehäuse besonders tief versenkt wurden, lässt sich das Küchengerät von Heimwerkern nicht öffnen.

in denen jeder Tropfen knapp und wertvoll ist. „Hier werden die Shirts für fünf Euro nachgefragt und verkauft“, sagt er, „und landen nach einer Saison auf dem Müll.“

Teure Rohstoffe fliegen auf die Halde

In Deutschland landen jährlich aber auch 110.000 Tonnen Unterhaltungselektronik auf der Halde, 110.000 Ton-

nen IT-Technik, 800.000 Tonnen Haushaltsgroßgeräte. Der Schrott enthält wertvolle Metalle wie Gold und Platin, dazu Kupfer, Aluminium oder Stahl – Rohstoffe, die auf dem Weltmarkt knapper und teurer werden. Zudem bestehen die Geräte aus Kunststoffen, die aus wertvollem Erdöl hergestellt sind.

Es ist vor allem die Debatte um knappe Ressourcen und die Folgen der Wachstumsöko-

nomie, die der geplanten Obsoleszenz wachsende Aufmerksamkeit bescheren. Können wir es uns leisten, Gegenstände, für deren Produktion große Mengen an Material und Energie verbraucht wurden, nach kurzer Nutzung wegzewerfen? Nein, sagt der Leipziger Wissenschaftler Felix Ekardt. Eine Grunderkenntnis der Nachhaltigkeit, über die er forscht, lautet: „Das endliche physikalische System Erde

kann keine unendlich wachsende Wirtschaft tragen.“ Ziel müsse es daher sein, den Produktdurchsatz zu verlangsamen. Was, fragt Ekardt, spräche gegen eine Wirtschaft, in der Firmen „weniger Produkte verkaufen, dafür aber teurere, haltbarere, die leichter nachzurüsten und zu reparieren sind und weniger Ressourcen verbrauchen?!“

Gute Frage, schwierige Antwort. Ein Argument, das schnell bei der Hand ist, weist den Käufern die Schuld zu: Sie dränge es in kurzen Abständen zu neuen Handys, größeren Bildschirmen, kräftigeren Staubsaugern; für die Hersteller lohne es sich daher gar nicht, ausdauernde Waren zu entwickeln. Stefan Schridde hält das für irreführend. „Ich bin sicher, 80 Prozent der Leute wollen für ihr gutes Geld haltbare Produkte“, sagt er. Den Begriff der „Wegwerfgesellschaft“ hält er für verfehlt, weil er die Schuld indirekt den Verbrauchern zuweist. Schridde spricht lieber von einer „Wegwerfproduktion“.

Nach Ekardts Ansicht ist die Lage komplizierter. Der Leipziger Forscher sieht zwar einerseits die Politik in einer Mitverantwortung. Sie habe es bisher „nicht geschafft, die Kreativität der Unternehmen in die richtige Richtung zu lenken“. Geschehen könne dies etwa durch Abgaben auf den Verbrauch von Ressourcen, die, um wirksam zu sein, möglichst europaweit eingeführt werden müssten, und Öko-Zölle, die nicht nachhaltig produzierte Waren aus anderen Regionen der Welt verteuern würden.

Erste Ideen und Vorstöße immerhin gibt es. Verbraucherschützer wie Klaus Müller regen etwa eine Verlänge-

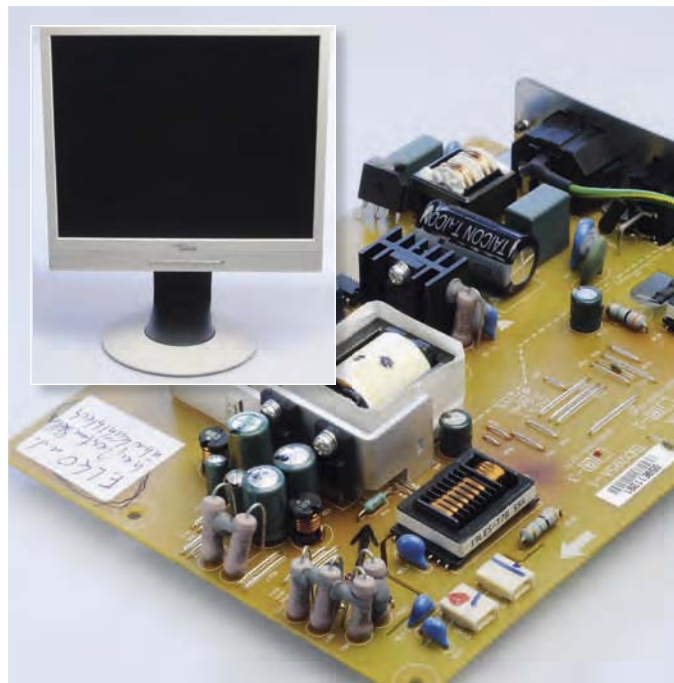
Schwachstelle Überhitzungsschutz. Wenn die eingebaute Thermosicherung von schlechter Qualität ist, dann geben Heizstäbe von Waschmaschinen frühzeitig den Geist auf.



Fotos: Kirsten Braustadt (4)



Wenn Plastezahnräder und Bauteile aus Metall ineinandergreifen, ist es nur eine Frage der Zeit, bis Erstere die Zähne verlieren.



Fotos: Kirsten Braustadt (4)

Kondensatoren sind oft unterdimensioniert oder werden im Betrieb zu warm – weshalb sie beizeiten den Dienst verweigern.

rung der Gewährleistungsfrist von zwei auf vier Jahre an: „Das würde Schwung in die Debatte bringen und den Qualitätsdruck der Unternehmen erhöhen.“

Längere Garantie und Pflicht zur Reparatur

Selbst wenn Käufer dann ihr Handy nach zwei Jahren ausrangieren, entstünde ein „relevanter Markt“ für Gebrauchsgüter. Outdoorhändler Hunkel indes hält die Verlängerung der Garantie allein nicht für ausreichend. So lange kaputte Waren nur gegen neue getauscht und weggeworfen würden, ändere das nichts am Grundproblem der Ressourcenvernichtung. Er fordert deshalb auch eine „Pflicht zur Reparatur“. Ob diese rechtlich durchzusetzen wäre, ist aber unklar.

Zugleich baut Hunkel auf einen Sinneswandel bei seinen Kunden – und gibt ihnen Faustregeln auf den Weg. „Kauft Qualität! Fragt nach Langlebigkeit!“ heißt es auf

seiner Homepage. Zudem appelliert er: „Repariert auch mal ein Produkt!“ Solche Aufrufe scheinen immer mehr Konsumenten zu befolgen. Auf Internetseiten wie ifixit.com werden im Kollektiv Anleitungen und Tipps für Reparaturen zusammengetragen. Zum Teil geht es dabei um mehr als Bastelei, nämlich um ein Bekenntnis. „Reparieren spart Geld“, heißt es in einem „Manifest der eigenständigen Reparatur“, aber auch: „Reparieren verbindet dich mit deinen Dingen“ – und: „Reparieren rettet den Planeten.“ Von den Herstellern fordern die Autoren, Schaltpläne mitzuliefern, auf Spezialwerkzeuge zu verzichten und Ersatzteile zu vernünftigen Preisen bereitzustellen. Zudem sollten Geräte wieder zunehmend modular aufgebaut sein, sagt DUH-Experte Steffen Holzmann. So wäre es bei Defekten oder Weiterentwicklungen möglich, auch einzelne Komponenten auszutauschen. Nicht auf Appelle, sondern auf ein „kreatives Ge-

spräch“ zwischen Herstellern und Käufern zur „Verbesserung einer auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Produktion“ setzt Stefan Schridde. Der Betriebswirtschaftler träumt von einem „modernen Kundenbeschwerde-Management“, für das sein Blog „Murks? Nein danke!“ den Anstoß geben will. Damit dort noch viel mehr Beispiele für Obsoleszenz gemeldet werden können, will er ein Widget entwickeln, ein Programm, das andere in ihre Internetsei-

te einbinden können. Zudem soll ein „Murks“-Verein entstehen, der auch Geld einwerben und Studien zur Produktqualität durchführen könnte. Einen Grundstock gibt es bereits: Beim „Trenntwende“-Wettbewerb, der Ideen zur Abfallvermeidung in Berlin kürt, erhielt Schridde kürzlich den ersten Preis – samt 1.500 Euro Preisgeld. Eines steht für ihn allerdings fest: In einen neuen Handmixer oder andere Konsumgüter wird das Geld nicht gesteckt. □

Infos

Stefan Schriddes Blog für „Murks“-Produkte:

www.murks-nein-danke.de/blog/

Arte-Dokumentation *Kaufen für die Müllhalde* bei Youtube:

www.youtube.com/watch?v=zVFZ4Ocz4VA

Der Chemnitzer „Boofeladen“ und seine Kampagne gegen Obsoleszenz: http://www.boofeladen.de/obsoleszenz_im_handel.htm

Internetportal mit Reparaturanleitungen und einem „Manifest der eigenständigen Reparatur“: <http://www.ifixit.com/>

Webcam der 111 Jahre alten Glühbirne von Livermore: www.centennialbulb.org

Buchtipp: Giles Slade, *Made to Break:*

Technology and Obsolescence in America, Harvard University Press 2006, 336 Seiten, 16,20 Euro.

