

Den Murks an der Quelle stoppen

Abstract des Fachvortrages von Stefan Schridde, MURKS? NEIN DANKE!

Geplante Obsoleszenz ist in aller Munde. Die breite öffentliche Resonanz auf die Kampagnen von MURKS? NEIN DANKE!¹ verdeutlicht die erhebliche Relevanz. Mehr oder weniger offenkundig erkennen alle Beteiligten, dass die Wirkungen geplanter Obsoleszenz der Gesellschaft, der Wirtschaft und der uns umgebenden Welt großen Schaden zufügen.

Die Thesen in diesem Aufsatz lauten daher:

- Die kaufende Gesellschaft erwartet zu Recht die Umsetzung nachhaltiger Produktqualität.
- Konkrete Beispiele belegen die Hinfälligkeit der mythologischen Herstellerargumentation.
- In der werdenden Kreislaufgesellschaft gibt es keinen Endverbraucher.
- Haltbarkeit ist ein starker Hebel für Nachhaltigkeit.
- Wer der Natur Ressourcen entnimmt, trägt Verantwortung für deren Verwendung.
- Die Gesellschaft trägt keine Schuld, wohl aber die Verantwortung für das Regelwerk.

MURKS? NEIN DANKE! wurde Februar 2012 als Blog gestartet und erreicht seitdem eine hohe Resonanz und Reichweite im deutschsprachigen Raum und weltweit (in Zahlen: mehr als 7 Mill. Besucher, über 70 Mill. über Medien, mehr als 12 Tsd. Fans auf Facebook). MURKS? NEIN DANKE! ist politisch neutral und gesellschaftlich weit mit Parteien, Universitäten, Hochschulen und NGOs vernetzt. Im April 2013 wurde in Deutschland der erste Verein gegründet. Weitere Vereine in Österreich und der Schweiz sind in Vorbereitung. Als bürger-schaftliche Verbraucherschutzorganisation setzen wir uns für nachhaltige Produktqualität ein.

Der Mythos stirbt

Ist es so, dass Hersteller ihre Produkte so bauen, dass diese kurz nach Ablauf der Garantiezeit kaputtzugehen? Gibt es so etwas wie geplante Obsoleszenz (Verschleiß, Veralterung)? Obsoleszenz-Marketing ist der Oberbegriff für Strategien, die ein Produkt aus dem Markt nehmen, um ein neues Produkt einzuführen. Hierzu wird das bisherige Produkt obsolet gemacht, d.h. gegenüber dem neuen Angebot künstlich veraltet. Formen der geplanten Obsoleszenz sind bspw. funktionelle, psychische, ethische oder politische Obsoleszenz sowie eingebauter Teileverschleiß und beschleunigte Abnutzung.

Heutzutage gehört es zu einem offenen Geheimnis in Wirtschaftsgesprächen, dass Produkte für Verbraucher so konstruiert werden, dass sie immer kurzlebiger in der Nutzung sind. Dies will man jedoch lieber mit externen Kausalitäten erklären (z.B. Wettbewerb, Kostendruck)

¹ www.murks-nein-danke.de

oder den Kunden dafür als Verursacher nehmen, als habe dieser die kontinuierliche Reduzierung der Produktqualität bestellt.

Die Bereitschaft im Management, hier für getroffene Entscheidungen und die wettbewerblichen Bedingungen die Verantwortung zu übernehmen, tendiert gegen Null. Auch wenn alle Zweifel beseitigt sind, wird es hartnäckige Zweifler geben, die die Fakten bestreiten.

Umfragen² verdeutlichen die zunehmende Unzufriedenheit in der kaufenden Gesellschaft mit diesem verantwortungslosen Management und einer eher zuschauenden Politik.

Noch gibt es einzelne Menschen und Experten in allen Bereichen, die meinen, dass es sich bei den Erscheinungen der geplanten Obsoleszenz um einen Mythos handelt. Doch dieser Mythos stirbt. Zu offensichtlich sind die erkennbaren Folgen gewollter Unterlassungen im Management. Die werdende Kreislaufgesellschaft wird von den Marketingabteilungen der Hersteller nicht erkannt. Stattdessen produziert man am Markt vorbei und gerät in die Krise.

Oft werden unterschiedliche Begriffe gefunden. Die von der kaufenden Gesellschaft benannte „geplante Obsoleszenz“ nennt der Ingenieur „geplante Gebrauchsdauer“, der Marketingexperte „Verkürzung der Wiederbeschaffungszyklen“ und der Ökonom spricht gerne von der „Verkürzung der Produktlebenszyklen“.

Letztlich geht es jedoch nicht darum, wie diese Fehlentwicklung der zunehmenden Verkürzung von Produktzyklen genannt wird. Die Folgen schaden letztlich uns allen. MURKS? NEIN DANKE! setzt sich als bürgerschaftliche Verbraucherschutzorganisation dafür ein, diesen Entwicklungen ein Ende zu setzen.

Das Hamsterrad verlassen

„Überkapazitäten, Globalisierung, Preisdruck und Angebotsvielfalt mit erheblichem Maß an Austauschbarkeit derselben zeigen in vielen Branchen Wirkung: Neben einer drastischen Verkürzung der Produktlebenszyklen werden die Kunden gleichzeitig in immer „feinere“ Mikrosegmente unterteilt.“ stellt Prof. Schuh fest.³ Hier wird deutlich, dass die von der globalisierten Wirtschaft selbst geschaffenen Marktbedingungen die Ursachen für drastisch verkürzte Produktzyklen sind. Die kaufende Gesellschaft muss gegen seinen Willen die Folgen dieser Wegwerfproduktion ertragen.

Der Analyst Martin Reynolds verdeutlicht bereits 1995 das Dilemma: "Sollte sich das Markttempo je verlangsamen", so warnte der Analyst von Dataquest, "dann kriegen alle Probleme."⁴

Besonders gekennzeichnet ist der Mobilgerätebereich. Waren die Anbieter zunächst von Nachfragesog überrascht, entwickelten sie rasch eine auf schnelle Produktwechsel ausgerichtete suggestive Produktkultur, die das mobile Telefon zu einem Produktfetisch entwickel-

² z.B. auf www.konsument.at und www.elektronikpraxis.at

³ Vortrag Lean Innovation – Auf dem Weg zur Systematik, Prof. Günther Schuh, AWK 2008

⁴ Computer Zeitung Nr. 26, 6./29.6.1995, S. 9

te.⁵ Branchen lernen voneinander und tragen die Fehler weiter. Berater und Hochschulen tragen zur Adaption der Strategien bei.

Auch auf der Skipiste soll geplante Obsoleszenz neue Umsatzerfolge ermöglichen. So entnehmen wir Fachpublikationen „Der Markt gesättigt. Da die Zahl der Skifahrer kaum wächst – sie pendelt in Deutschland je nach Schätzung zwischen sechs bis acht Millionen – braucht die Industrie Innovationen, die den Wiederbeschaffungszyklus der Kunden verkürzen, der bei sechs bis sieben Jahren liegt.“⁶

In einer aktuellen Mitteilung der gfu - Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH werden Fehlanpassungen im Management ursächlich für den Preisverfall bei Fernsehgeräten angeführt. Der damit verbundene Preisdruck in einem ruinösen Wettbewerb führt dazu, dass seit 2007 der Durchschnittspreis aller verkaufter TV-Geräte beispielsweise in Deutschland um 25 Prozent gefallen ist.

„Richten zu viele Unternehmen ihr Augenmerk nur auf Marktanteile anstatt auf ein profitables Ergebnis?“, fragt Kamp. „Fest steht, dass ein wachsender Marktanteil keine Garantie für den Ertrag gibt. Dies lässt den Schluss zu, dass Verdrängungsstrategien im Markt nicht die oberste Priorität haben dürfen.“⁷ Eine solche auf exponentielles Wachstum ausgerichtete Wirtschaft („Exponential Economy“) braucht für ihre Existenzfähigkeit

- eine kritische Masse von Akteuren, die auf der Grundlage von Standards im Wettbewerb und in Kooperation die gemeinsamen Wachstumsziele verfolgen,
- ein tiefes Reservoir an Nachfrage und Bereitschaft, für jahrzehntelange Leistungsverbesserungen zu zahlen,
- ein wissenschaftliches Engagement, um die vermeintlichen physikalischen Grenzen zu umgehen und vor allem
- "Conversion of the observation of exponential growth into a self-fulfilling prophecy"⁸

Doch exponentielles Wachstum ruiniert die Grundlagen eines sinnvollerweise auf Nachhaltigkeit ausgelegten Wirtschaftssystems. In der aktuellen Studie „Geplante Obsoleszenz“⁹ werden insgesamt siebzig Vorschläge für sechs Ebenen der Gesellschaft als Handlungsprogramm für einen Ausweg vorgestellt.

In der Produktentwicklung stehen renditesteigernde Wertschöpfung und der Zugewinn von Marktanteilen im Vordergrund und bestimmen die Prioritäten im Budgetgespräch der Produktentwickler. Im ruinösen globalen Wettbewerb hat man die Kundenorientierung auf Absatzerfolge reduziert. Nachhaltige Produktverantwortung erschöpft sich in Überlegungen zur betriebsinternen Ressourceneffizienz. Wer sich in Puncto Nachhaltigkeit vorne glaubt, achtet vielleicht noch auf die Wiederverwertbarkeit der Wertstoffen.

⁵ entnommen aus: Ines Weller (Hrsg.); Systems of Provision & Industrial Ecology: Neue Perspektiven für die Forschung zu nachhaltigem Konsum, artec-paper Nr. 162, September 2009

⁶ Karin Michaelis, Weiblich und cool, Artikel zum Ladyski-Boom (W&V 46/06)

⁷ Hans-Joachim Kamp, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu – Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik mbH, Pressemitteilung vom 20.04.2013

⁸ Myhrvold 2007; <http://www.xconomy.com/boston/2007/10/29/the-exponential-economy/>

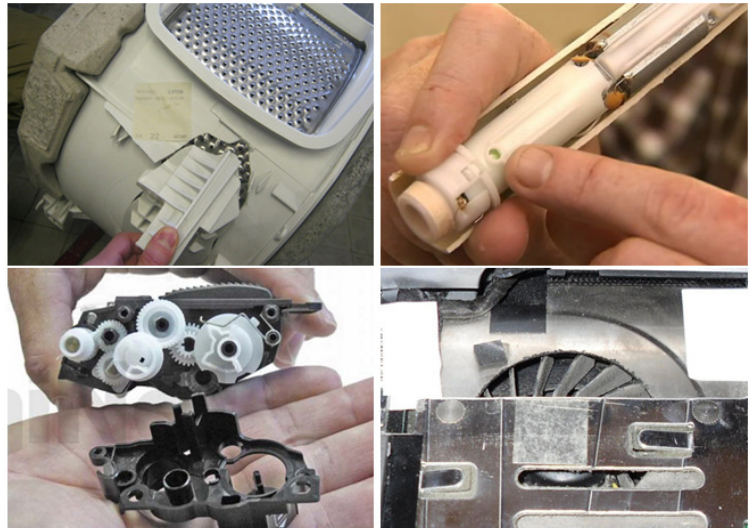
⁹ <http://www.murks-nein-danke.de/blog/download/Studie-Obsoleszenz-BT-GRUENE-vorabversion.pdf>

Konkrete Beispiele

In der Studie „Geplante Obsoleszenz“ werden viele konkrete Beispiele benannt. So werden beispielsweise unterdimensionierte Elektrolyt-Kondensatoren („ELKOS“) in Elektronikprodukten (z.B. Receiver, Flachbildfernseher, Computer, Netzteil) eingebaut, die kurz nach Ablauf der Garantiezeit versagen.

Eine andere Strategie ist die Verwendung von Kunststoff statt Metall bei belasteten Bauteilen. Besonders auffällig ist die Strategie, durch fest verbaute Akkus die Lebenszeit des Gesamtproduktes an die Lebenszeit des Akkus zu binden.

Ebenso perfide ist die Strategie, geklebte statt geschraubte Produkte in den Markt zu bringen, so dass deren Reparatur unmöglich wird.¹⁰



(Quelle: Studie Geplante Obsoleszenz, ARGE REGIO Stadt- und Regionalentwicklung GmbH, 2013)

Darüber hinaus versuchen Hersteller durch mangelhafte Ersatzteilversorgung, übertriebene Ersatzteile oder durch Unterbindung der Ersatzteilversorgung freier Reparaturdienste, die vom Schaden betroffenen Kunden zum Kauf eines Neugerätes zu bewegen. Produkte werden so hergestellt, dass zu ihrer Reparatur besondere Geräte erforderlich sind, die sich der örtliche Reparaturdienst oft nicht leisten kann. Mittlerweile ist diese für regionale Wertschöpfung wichtige Dienstleistungsbranche vom Aussterben bedroht.

Die Ursachen für geplante Obsoleszenz werden aufgrund des festgestellten dringenden Handlungsbedarfs sinnvoller nach der Verantwortlichkeit der Beteiligten unterschieden in:

- Bewusst geplanter vorzeitiger Verschleiß (bewusster Vorsatz, Arglist)
- Gewollter vorzeitiger Verschleiß (gewollte Unterlassung)
- Billigend in Kauf genommener schneller Verschleiß (Der Kunde macht mit)

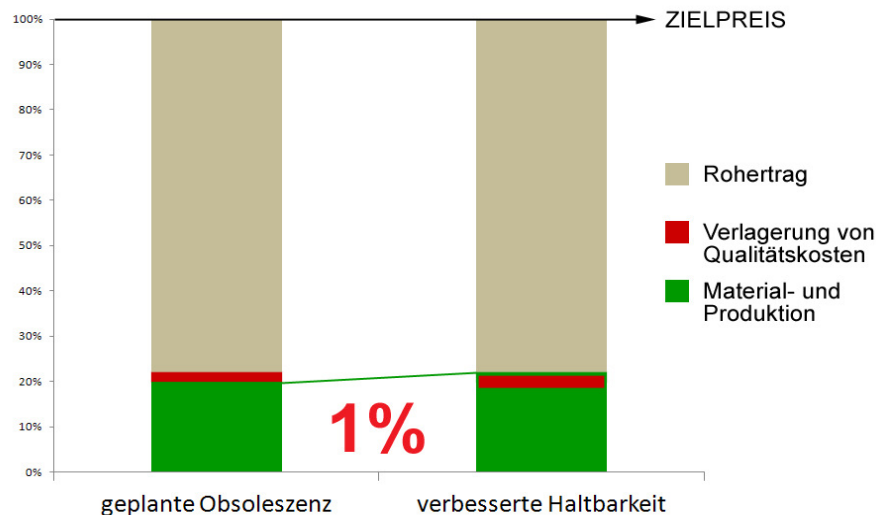
Doch die Entscheidungsträger von morgen werden ethisch anders gebildet. Gesellschaftliche Verantwortung bleibt im Hintergrund. Bereits in der Ausbildung von Industriedesignern, Ingenieuren, Produktentwicklern und Marketingexperten werden die Prinzipien der geplanten Obsoleszenz vermittelt. So wird bspw. in den Themenfeldern Technologielebenszyklus, KANO-Modell, Lean-Innovation, TRIX und Target-Costing die Handlungsorientierung auf kurzlebige Produktlebenszyklen fokussiert und Produkteigenschaften wie Haltbarkeit und Zuverlässigkeit in den Hintergrund gedrängt. Die Begeisterung der Kunden für ein Produkt vor Kauf wird höher bewertet als dessen Zuverlässigkeit und lange Nutzbarkeit. Begeisterung schlägt Haltbarkeit. Der damit einhergehende Reputationsverlust bleibt unbeachtet.

¹⁰ Schridde, Stefan, Geplanter Verschleiß schadet allen, umwelt aktuell, Mai 2012, oekom verlag, Berlin

In Bewerbungsgesprächen werden Ingenieure von der Praxis auf ihre Bereitschaft zur umsatzorientierten Produktentwicklung abgeklöpft. So bezeugt es ein Ingenieur aus einem Bewerbungsgespräch „nach 5 Minuten sagte der Abteilungsleiter mit einem breiten Grinsen im Gesicht, dass die Zweimassen-Schwungräder in seiner Abteilung so dimensioniert werden, dass - wortwörtlich - sie "ja nicht zu lange halten. Wir wollen ja unseren Umsatz von 400 Millionen / Jahr beibehalten".¹¹

Der kleine Unterschied

Verbesserte Haltbarkeit muss nicht notwendigerweise mehr kosten. Haltbarkeit entscheidet sich vorrangig am Material und der konstruktiven Lösung. Der Anteil der Herstellkosten/Stück an den Zielkosten (oder Zielpreis) liegt durchschnittlich bei 20 Prozent. Eine kostenneutrale Verlängerung der Haltbarkeit ist realisierbar. Das Management der Hersteller muss lediglich entscheiden, welche Positionen im Rohertrag¹² auf die Herstellkosten je Stück umverteilt werden können.



Hierbei geht es um schätzungsweise einen Prozentpunkt, der innerhalb der Zielkosten umverteilt werden muss, um fünf bis zehn Jahre längere Nutzbarkeit zu realisieren.¹³

Geplante Obsoleszenz schadet allen. Die Wirtschaft verliert an Reputation, schwächt die eigene Innovationskraft und verliert an Widerstandsfähigkeit (Resilienz) im globalen Wettbewerb. Die Gesellschaft erleidet jährlich einen Kaufkraftverlust von bis zu 137 Milliarden Euro¹⁴, beklagt eine verminderte Lebensqualität und wird in der Kulturentwicklung geschwächt. Durch den verschwenderischen Umgang mit stofflichen Ressourcen und Energie werden

¹¹ Zitat des Ingenieurs H.M. aus einem Vorstellungsgespräch am 20.03.13 bei dem Automobilzulieferer LuK GmbH & Co. KG
¹² Rohertrag deckt z.B. Transport, Lagerung, Vertrieb, Support, Marketing, Werbung, Ersatzteilhaltung, Rückstellungen für Reklamationen, Zinsen und Gewinnmarge
¹³ Der Rohertrag deckt z.B. Transport, Lagerung, Vertrieb, Support, Marketing, Werbung, Ersatzteilhaltung, Rückstellungen für Reklamationen, Zinsen und Gewinnmarge.
¹⁴ Studie „Geplante Obsoleszenz, ebenda

Artenvielfalt, Naturschutz und Klimawandel gefährdet. Bei der angestrebten Ressourceneffizienz und –schonung scheint geplante Obsoleszenz besonders fraglich, da sie Knappheit befördert, eine gerechte Verteilung behindert und die Notwendigkeit von durchgängigen Stoffkreisläufen missachtet.

Für nachhaltige Produktverantwortung

Wer der Natur Ressourcen entnimmt, trägt die Verantwortung für deren nachhaltige Nutzung. Die Gesellschaft trägt für geplante Obsoleszenz nicht die Schuld, wohl aber die Verantwortung für die Regeln und Rahmenbedingungen. Die Hersteller sind die Zulieferer der Gesellschaft. Warum sollte die werdende Kreislaufgesellschaft nicht dieselben konsequenten Anforderungen an ihre „Zulieferer“ stellen, wie dies unter Geschäftskunden bereits üblich ist. Die Gesellschaft muss die Hersteller wirksam in die Pflicht nehmen.

Als Gesellschaft müssen wir verantwortungsvolle Partnerschaften entwickeln und stärken. Die Abstimmungsprozesse zwischen den Handlungsräumen Ingenieurskunst, Marketing und Konsumverhalten müssen sich an den Zielen der werdenden Kreislaufgesellschaft ausrichten. Die Politik hat den gesellschaftlichen Auftrag bspw. durch ein wirksames Produktverantwortungsgesetz, eine den Stoffkreislauf fördernde Produktressourcensteuer, verbesserte Kennzeichnungspflichten und ein modernisiertes Gewährleistungsrecht geeignete Regeln und Rahmenbedingungen zu definieren.



Kontaktdaten

Stefan Schridde / MURKS? NEIN DANKE e.V.

Falkenberger Str. 172 b

D – 13088 Berlin

Telefon +49 30 25 58 03 21

Handy +49 176 83 29 91 80

skype stefan.schridde

Email info@murks-nein-danke.de

Webseite www.murks-nein-danke.de/verein