

**EUROPAVERLAGBERLIN**



Christian Kreiß

# GEPLANTER VERSCHLEISS

Wie die Industrie uns zu immer  
mehr und immer schnellerem  
Konsum antreibt – und wie wir  
uns dagegen wehren können

EUROPAVERLAGBERLIN

1. eBook-Ausgabe

© 2014 Europa Verlag GmbH & Co. KG,

Wien · Berlin · München

Umschlaggestaltung: Dominic Wilhelm,

Hauptmann & Kompanie Werbeagentur, Zürich

Quellennachweise: S. 49f., 83ff. aus: Wolfgang M. Heckl,

Die Kultur der Reparatur. © Carl Hanser Verlag GmbH,

München 2013, mit freundlicher Genehmigung des Verlags

S. 92, 175, Anmerkung 347 aus: Kalle Lasn, Culture Jamming –

Das Manifest der Anti-Werbung. © orange-Press, Freiburg 2008,

mit freundlicher Genehmigung des Verlags

Anmerkungen 308, 395 aus: Harald Welzer, Selbst Denken.

Eine Anleitung zum Widerstand. © S. Fischer Verlag GmbH, Frankfurt

am Main 2013, mit freundlicher Genehmigung des Verlags

Satz: BuchHaus Robert Gigler, München

Konvertierung: Brockhaus/Commission

ePub-ISBN: 978-3-944305-52-3

Das eBook einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Der Nutzer verpflichtet sich, die Urheberrechte anzuerkennen und einzuhalten.

Alle Rechte vorbehalten.

[www.europa-verlag.com](http://www.europa-verlag.com)

# INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort 11

## **Kapitel 1: Erscheinungsformen**

Was ist geplanter Verschleiß und seit wann gibt es ihn? 15

Warum halten so viele Alltagsprodukte heute  
wesentlich kürzer als früher? 18

Begünstigende Faktoren für geplanten Verschleiß 21

*Gesättigte Märkte* 21

*Unübersichtliche Märkte* 22

*Kapitalmarkt- und Gewinnorientierung* 24

*Die Frage der Moral* 25

Die verschiedenen Arten von geplantem Verschleiß 27

Die klassische Einteilung 27

Technische oder funktionelle Obsoleszenz 27

Qualitative Obsoleszenz 32

Psychologische Obsoleszenz 32

Einteilung nach dem Grad des Zwangs 33

Zwang zu vorzeitigem Ersatzkauf 33

Die Rolle der Ingenieure (1) 34

Neukaufzwang durch kurze Produktlebensdauer 37

Einbau von Schwachstellen und Sollbruchstellen	42
Neukaufzwang durch mangelnde oder überteuerte Ersatzteile	44
<i>Keine oder erschwerte Reparierbarkeit</i>	45
<i>Keine Ersatzteilverhaltung</i>	45
<i>Überteuerte Ersatzteile</i>	47
<i>Kein(e) Wartung/Service/Updates</i>	48
<i>Gewollte Inkompatibilität</i>	49
Induzierte Zusatzkäufe durch Modell- oder Modezyklen	50
Induzierte Zusatzkäufe über Verbrauchs- beschleuniger	51
Induzierte Zusatzkäufe durch Antifeatures (»defective by design«)	52
Einteilung nach dem Grad des Vorsatzes	55
Vorsätzlich geplante verminderte Lebensdauer	55
Billigend in Kauf genommene kurze Lebensdauer: Die Rolle der Ingenieure (2)	57
Weitere Unterscheidungsmerkmale	59
Industriekunden und Privatverbraucher	59
Einmalkauf oder Folgekäufe – gewinnträchtiges After-Sales-Geschäft	61
Unterscheidung nach Produktgruppen	62
Umsetzungsinstrumente:	
TCO, Target Costing und Kano-Modell	64
Total Cost of Ownership (Customer Life Cycle Costing)	64
Kano-Modell und Target Costing	66
Die Rolle der Intransparenz	
Objektive Information	70
Subjektive Information	72
Consumer Confusion	73

Die Rolle des Wettbewerbs	74
Verbrauchsbeschleuniger entschleunigen	74
Lebensdauer eines Druckers wird erhöht	75
Das Glaubwürdigkeitsproblem	75
Sinnvolle Orientierung am Preis?	79
König Kunde?	80
Verbraucherschutzzeitschriften	81
Widersprüchliche Aussagen der Stiftung Warentest	82
Weitere widersprüchliche Aussagen von Fachleuten	83
Die Rolle der Werbung	86
Der Zweck von Werbung	86
Der Zweck von Produkten	89
Mode-, Modell- und Produktlebenszyklen	90
Die Verbreitung von Werbung	91
Loslösung der Wirtschaft von den Bedürfnissen der Menschen	93
Werbung, geplanter Verschleiß und Ethik	95
Vertrauen und Glaubwürdigkeit	96
Andere Formen von Verbraucherbetrug und Kundentäuschung	98
Umgang von Unternehmen mit Tests der Stiftung Warentest	99
Die Zuckerindustrie	100
Die Lebensmittelindustrie	102
Die Pharmaindustrie	103
Die Kosmetikindustrie	105
Andere Branchen	106
Ergebnis: Verbraucherbetrug und Kundentäuschung sind weit verbreitet	107
Geplanter Verschleiß in der Rechtsprechung	108

## **Kapitel 2: Ausmaß und Auswirkungen**

Ausmaß und Verbreitung 111

Annahmen 112

Kaufkraftentzug von 106 Milliarden Euro  
pro Jahr 114

Drei Wochen zusätzlicher bezahlter Jahresurlaub  
oder 35-Stunden-Woche 116

110 Euro zusätzliches Einkommen pro Monat  
und Einwohner 116

Geplanter Verschleiß und Müll 117

Ressourcen und Primärenergieverbrauch 118

Ausbreitung von geplantem Verschleiß in den letzten  
Jahrzehnten 119

Vollbeschäftigung und Wirtschaftswachstum 120

Gesamtwirtschaftliche Auswirkungen 121

Arbeitsproduktivität 121

Unnötige Arbeit 122

Weggeworfene Lebensmittel und unnötige Arbeit 123

Werbung und unnötige Arbeit 123

Gesamtwirtschaftliche Arbeitsmenge 126

## **Kapitel 3: Ursachen**

Wirtschaftsordnung, Wachstumszwang und geplanter  
Verschleiß 131

Wer hat Vorteile von geplantem Verschleiß? 133

Die Rolle der Medien 136

Der Einfluss von Werbung auf die Medien 136

Eigentümerstruktur der Medienkonzerne 138  
Die Darstellung von geplantem Verschleiß bei  
Wikipedia 138

Die Rolle der Politik 141

Die Rolle der Wirtschaftswissenschaften 143  
Die Rolle der Betriebswirtschaftslehre 143  
Die Rolle der Volkswirtschaftslehre: Der wissenschaftliche  
Referenzartikel von Bulow 145  
Zentrale Aussagen 145  
Die vier Grundannahmen 146  
Elfenbeinturmaussagen 151  
Schädliche Auswirkungen der Bulow-Theorie 152

Plädoyer für eine realitätsnahe Wissenschaft 153

## **Kapitel 4: Abhilfen**

Politische und gesellschaftliche Weichenstellungen 155  
Wachstums- und Renditezwang abstellen 156  
Werbeeinschränkungen und -verteuerungen 158  
Gesetzliche Maßnahmen gegen geplanten Verschleiß 162  
*Der bestehende gesetzliche Rahmen* 162  
*BGB* 162  
*Europäische Regelungen* 163  
Kennzeichnungspflichten 164  
Marktwirtschaftliche Regelungen 167  
Neue gesetzliche Regelungen 169  
Keine käufliche Politik 172  
Keine käufliche Presse 174  
Entflechtung von Medien und Geldgebern 174

Medien und Eigentümerstruktur	176
Keine käufliche Wissenschaft	177
Verzerrte Forschungsergebnisse durch Drittmittelforschung	181
Alternative wirtschaftswissenschaftliche Ansätze	183
Überwindung der Zwangsvorstellung vom Wirtschaftswachstum	184
Plädoyer für eine freiere Wirtschaft	186
Was kann der Einzelne tun?	187
Umgang mit geplantem Verschleiß im Alltag	187
Wege zu besseren Produkten	188
Händler oder Hersteller mit langlebigen Produkten	188
Informationen zu langlebigen Produkten	189
Gütesiegel	190
Eine Kultur der Postwachstumsökonomie	191
Die Kultur der Reparatur	192
Sharing	192
Tauschen und Wiederverwerten	193
Entschleunigung	193
Regionalität statt Internationalität	194
Genügsamkeit	194
Verzicht auf Unnötiges	195
Verantwortungsvoller Umgang mit Geld	196
Anspruchsdenken, Rechte und Pflichten	197
Schlussbetrachtung	199
Literaturverzeichnis	202
Internetquellen	215
Anmerkungen	217
Register	238

# VORWORT

Wer hat es nicht auch schon erlebt: Kurz nach Ablauf der Gewährleistungsfrist eines Produkts geht es kaputt. Zufall? Ungeschicklichkeit? Gar Absicht des Herstellers: geplanter Verschleiß – ein Produkt mit eingebautem Verfallsdatum? Tatsache ist: Immer mehr Menschen sind verärgert darüber, dass die »gefühlte« Haltbarkeit vieler Produkte immer kürzer wird. Viele Menschen empfinden die Praktiken der Industrie als Betrug. Als im März 2013 das Gutachten »Geplante Obsoleszenz« von Stefan Schridde und mir für die Bundestagsgrünen in der Öffentlichkeit vorgestellt wurde, gab es ein unerwartet starkes Medienecho, das die Empörung in großen Kreisen der Bevölkerung widerspiegelte.<sup>1</sup> Offenbar hatte diese Fragestellung einen Nerv der Zeit getroffen.

In diesem Buch werden die tieferen Hintergründe des Phänomens »Geplanter Verschleiß« aufgezeigt, seine Erscheinungsformen, Auswirkungen, die Ursachen und was wir dagegen tun können. Dabei zeigt sich, dass geplanter Verschleiß tief in unserem Wirtschafts- und Gesellschaftssystem verankert ist, dass er nur eine Spielart von vielen ist, wie Großkonzerne vorgehen, um im Dienste der Gewinnmaximierung Verbraucher zu übervorteilen. Und es zeigt sich, dass wir an tiefen gesellschaftlichen Strukturen rütteln, wenn wir das Phänomen an seiner Wurzel angehen wollen.

Im ersten Kapitel werden die verschiedenen Erscheinungsformen von geplantem Verschleiß dargestellt. Er beginnt mit einem kurzen geschichtlichen Abriss und der Grundlogik, warum und unter welchen Bedingungen geplanter Verschleiß eine rationale, gewinnerhöhende Absatzstrategie für Konzerne ist. Es werden die verschiedenen Ausprägungen geschildert und mit welchen intelligenten Instrumenten sie von der Industrie umgesetzt werden können. Dabei stoßen wir immer wieder auf die große Bedeutung von Intransparenz und die traurigen Folgen von Werbung. Es zeigt sich, dass Verbrauchertäuschung und Kundenbetrug bei Weitem nicht auf geplanten Verschleiß beschränkt sind, sondern eher die Regel als die Ausnahme in der Marketingpolitik großer Konzerne darstellen. So wird etwa jedes Jahr die »dreisteste Werbelüge« ausgelobt, es erscheinen Bücher und Zeitschriftenserien, die sich mit dem Thema »Tricks der Industrie« beschäftigen, Bücher wie »Lebensmittellügen«, »Schwarzbuch Banken«, »Die Pharmalüge«, »Die Zuckermafia«, »Der größte Raubzug der Geschichte« usw., häufig (nicht immer) von seriösen Autoren, die detaillierte Schilderungen von den vielen Arten unfairer, uns Kunden übervorteilender Vertriebspraktiken in den verschiedensten Branchen geben.

Im zweiten Kapitel wird Ausmaß und Auswirkungen von geplantem Verschleiß nachgegangen. Wir stellen fest, dass uns Verbrauchern durch geplanten Verschleiß jeden Monat eine stattliche Menge Geld entzogen wird, dass wir zusätzlichen Müll produzieren, zusätzliche Ressourcen und Energie verbrauchen und zusätzlich arbeiten für etwas, was völlig sinnlos und unnötig ist. Weder zur Überwindung von Arbeitslosigkeit noch für Wirtschaftswachstum ist geplanter Verschleiß sinnvoll oder nötig.

Daher stellt sich die Frage, wem geplanter Verschleiß eigentlich nützt, wo er doch offensichtlich auf allen Ebenen gesellschaftlich schädlich ist. Diese Frage wird im dritten Kapitel beantwortet: Man könnte geplanten Verbrauch als eine Art

»Steuer« ansehen, die alle Verbraucher zahlen und die an die kleine Gruppe der Eigentümer von Großunternehmen fließt. Bei diesem Umverteilungsprozess von unten nach oben werden allerdings erhebliche gesellschaftliche Kollateralschäden hervorgerufen in Form von unnötiger Arbeit, Umweltzerstörung usw.

In Kapitel 3 wird die Rolle der Medien, der Politik und der Wirtschaftswissenschaft beleuchtet und dargestellt, weshalb die gängige ökonomische Theorie zu geplantem Verschleiß nicht nur grundlegend falsch, sondern darüber hinaus auch schädlich ist, da sie diese Absatzstrategie bagatellisiert und damit ihre Ausbreitung begünstigt.

Kapitel 4 beschäftigt sich mit Maßnahmen gegen geplanten Verschleiß. Als gesellschaftspolitische Maßnahmen werden auf makroökonomischer Ebene vorgeschlagen, Vermögen stärker zu belasten, eine Geldreform anzudenken sowie Werbung gesetzlich einzuschränken und zu verteuern. Durch diese Maßnahmen soll der Gewinn- und Wachstumszwang in unserem Wirtschaftssystem vermindert oder eliminiert werden, der viele Unternehmen zur moralisch fragwürdigen Absatzstrategie »Geplanter Verschleiß« drängt. Außerdem werden konkrete gesetzliche Maßnahmen gegen geplanten Verschleiß wie eine Verlängerung der Gewährleistungsfrist, Ersatzteil- und Reparaturregelungen usw. vorgeschlagen. Doch das Problem liegt tiefer. Daher werden konkrete Maßnahmen gegen käufliche Politik, käufliche Presse und einseitige Wissenschaft vorgeschlagen mit dem Ziel, eine freiere Wirtschaft und ein freieres Unternehmertum zu ermöglichen. Am Schluss werden Möglichkeiten aufgezeigt, die jeder Einzelne ergreifen kann, um nicht nur geplanten Verschleiß, sondern auch andere Auswüchse unseres Wirtschaftssystems zu überwinden, um zu einer menschlicheren, freieren und demokratischeren Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung zu kommen.



# KAPITEL 1: ERSCHEINUNGSFORMEN

## WAS IST GEPLANTER VERSCHLEISS UND SEIT WANN GIBT ES IHN?

Unter »Geplantem Verschleiß« oder »Geplanter Obsoleszenz«<sup>2</sup> wird die gezielte, durch die Hersteller nicht offengelegte Reduzierung der ökonomischen Haltbarkeit von Produkten verstanden mit dem Zweck, bei den Kunden *vorzeitige Ersatzkäufe* auszulösen.<sup>3</sup> Es handelt sich um ein Absatzinstrument und ist eine Spielart der *verdeckten Produktverschlechterung*. Ähnliche Begriffe sind »geplante Lebensdauer«, »geplante Nutzungsdauer« oder »sinnvolle Nutzungsdauer«.

Den ökonomischen Nachteil von geplantem Verschleiß für uns Kunden kann man sich folgendermaßen klarmachen: Wenn wir ein Produkt erwerben, kaufen wir eigentlich die Nutzung des Guts für einen bestimmten Zeitraum in der Zukunft. Also wir zahlen gewissermaßen einen bestimmten Preis pro Nutzung, z. B. pro Waschgang der Waschmaschine. Wird nun die Laufzeit des Produkts langsam heimlich verkürzt, sodass wir es nicht merken, ohne dass der Anschaffungspreis des Produkts vom Hersteller entsprechend gesenkt wird, steigt für uns der Preis pro Nutzung und wir werden heimlich übervorteilt. Eine solche »Preiserhöhung durch die Hintertür« hat für den Hersteller den