

# DER EINGEBAUTE DEFEKT – GEPLANTER VERSCHLEISS ALS MARKETINGSTRATEGIE?



<

Der Chef der Stiftung Warentest, Hubertus Primus, demonstriert anhand eines funktionstüchtigen Telefons aus Zeiten der Deutschen Post, was Qualität bedeutet.

>

Die Teilnehmer der Abschlussdiskussion bewerten die Ergebnisse der Forschungsforums: Christoph Wendker (Miele, Gütersloh), die Rechtsanwälte Professor Dr. Ralph Schmidt und Professorin Dr. Andrea Wechsler LL.M. (Hochschule Pforzheim), Professorin Dr. Lucia Reisch (Zeppelin Universität Friedrichshafen und Copenhagen Business School, Vorsitzende des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen, Berlin), Ursula Pacht (Vizepräsidentin BEUC, Brüssel) sowie Professor Dr. Christian Kreiß (Hochschule Aalen).

Fotos: Michael Karalus

**>> von Sabine Laartz >** Wie lang muss ein Produkt mindestens funktionieren? Kontroverse und spannende Diskussionen entzündeten sich Ende November 2014 an dieser Frage. Obsoleszenz, der „vorzeitige Verschleiß“, war Thema einer interdisziplinären Fachtagung an der Hochschule. Rund 150 Verbraucherschützer, Ingenieure, Vertreter von Bundes- und Landesministerien, Bundesämtern, Industrie- sowie Verbandsvertreter und zahlreiche Experten verschiedener Fachrichtungen tauschten sich über subjektives Verbraucherempfinden, technische Möglichkeiten, Rechtsfragen, Trends und Marketingstrategien aus. Das Fazit der Teilnehmer: Ein vorzeitiges Produktende ist ärgerlich für den Verbraucher! Allerdings fragen Verbraucher auch immer wieder neue Geräte nach. Reparieren ist nicht mehr möglich oder nicht gewünscht.

Die vom Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz bezuschusste Fachtagung bot eine umfassende Behandlung des Themas „Vorzeitiger Verschleiß“. Die sogenannte Obsoleszenz erregt die Gemüter der Verbraucher. Viele haben den Eindruck, dass technische Geräte kurz nach Ablauf der Garantiezeit „den Geist aufgeben“, andere vermuten den bewussten Einbau von Defekten. Tobias Brönneke wollte nicht von „vorzeitigem Verschleiß“, sondern von „vermeidbarer Obsoleszenz“ sprechen. Der Professor für Wirtschafts-

recht an der Hochschule Pforzheim war Mitorganisator der erfolgreichen Tagung. „Die Haltbarkeit von Produkten muss genauso angegeben werden wie das Mindesthaltbarkeitsdatum bei Lebensmitteln“, fordert er. Die technischen Schwierigkeiten einer solchen Information hoben die Ingenieure und Unternehmensvertreter während der Tagung hervor. In den Produktkalkulationen sei natürlich eine Lebensdauer angegeben, die aber bei Simulationen unter Laborbedingungen errechnet werde. „In der Realität können sie nur ahnen, wie die Produkte eingesetzt werden“, so ein Teilnehmer.

Vertreter des Bundesumweltamtes stellten eine Studie aus dem Jahr 2014 zu elektronischen Großprodukten vor. Die Ergebnisse zeigten deutlich, dass sich der Verbraucher nicht ganz täuscht. Demnach nimmt in den vergangenen Jahren beispielsweise die Lebensdauer von Fernsehgeräten deutlich ab. Experten schätzen die Verweildauer der Geräte in den Haushalten auf fünf bis sieben Jahre. Die verringerte Lebensdauer der technischen Geräte ist aber nicht nur Folge des Materialeinsatzes oder der Produktion. „Lifestyle, Image oder der Wunsch nach immer Neuem bestimmten die Einsatzzeit der Produkte mit“, kommentierte nicht nur Sibylle Klose, Modeprofessorin an der Hochschule Pforzheim. Die Marketingstrategien der Unternehmen, die immer schnellere Produktwechsel ansteuerten, finden ihren Widerhall beim Verbraucher. Alle



zwei Jahre ein neues Handy, Modezyklen, die immer schneller werden und keine nachhaltige Produktion zulassen, bestimmen das Einkaufsverhalten.

„Die Produkte sind nicht auf Langlebigkeit angelegt“, erklärte Hubertus Primus, Vorstand Stiftung Warentest. „Akus in Handys können nicht mehr ausgetauscht werden und Ersatzteile sind am Ende deutlich teurer als das eigentliche Produkt. Ein gutes Beispiel hierfür sind Rasierapparate. Diese Produkte setzen deutliche Zeichen“, so Primus im Hörsaal der Hochschule.

So kontrovers die Diskussionen während des Fachforums waren, so begeistert waren alle von dem umfassenden, vielschichtigen Austausch. „Mehr Informationen für den Verbraucher, damit er frei entscheiden kann.“ Dieser Forderung des Wirtschaftsrechtlers Brönneke schlossen sich viele Teilnehmer an. „Die Unterschiede zwischen Profigeräten für den häufigen Gebrauch und Laiengeräten, die nur ein- oder zweimal verwendet werden, sind berechtigt. Doch dies muss klar deklariert sein“, bilanzierte Professor Brönneke, der sich gegen den Vorwurf der Industrie wehrt, den Verbraucher mit Informationen zu überfluten.

„Grundsätzlich ist Obsoleszenz für den Konsumenten ein Problem!“, so das Fazit aller Beteiligten. Diese Einigkeit am Ende der Tagung erstreckte sich allerdings nicht auf die Lö-

sungsvorschläge. Die Lösungsvorschläge variierten je nach Perspektive erheblich. Gerade von den Juristen wurde die aktuelle französische Gesetzgebung, die die „geplante Obsoleszenz“ unter Strafe stellt, kritisch gesehen. Zu kompliziert sei es, den Unternehmen hier Vorsatz nachzuweisen. Ursula Pacht, Vizepräsidentin des europäischen Verbraucherverbands BEUC, appellierte an Unternehmen, Geräte entsprechend nachhaltig zu konstruieren. Als zusätzlichen Ansporn diskutierte das Plenum eine Ausweitung des derzeit nur Verbänden zustehenden Klagerechts auf die Verbraucher oder die Nutzung des „scharfen Schwerts der Sammelklage“.

„Die Einbindung vieler Disziplinen und die offene Diskussion haben mich begeistert. Ich hoffe, wir setzen den Dialog fort“, so die Bilanz vieler Teilnehmer. Die Möglichkeit, mit Volkswirtschaftlern, Ingenieuren, Marketingstrategen, Unternehmensvertretern, Verbraucherschützern und Juristen so offen über das Thema „vermeidbare Obsoleszenz“ zu sprechen, öffnete neue Perspektiven und brachte für alle Beteiligten einen deutlichen Gewinn. Professor Brönneke, der das Symposium maßgeblich verantwortete, plant bereits weitere Veranstaltungen zum Thema.

**Sabine Laartz**

leitet die Pressestelle der Hochschule.