

Geplanter Verschleiß oder Wegwerfkonsum?

Verantwortungsdiskurse und Produktverantwortung

im Kontext kurzlebiger Konsumgüter

Melanie Jaeger-Erben und Tamina Hipp

1. DIE VERANTWORTUNG FÜR DAS »LEBEN DER DINGE«

»Ist es ethisch vertretbar, unseren Erzeugnissen das zu verweigern, was wir für uns selbst erhoffen: Ein langes Leben.« fragen sinngemäß die Macher des deutschen Dokumentarfilms »Kommen Rührgeräte in den Himmel« von 2016 auf ihrer Website.¹ Der Held der Dokumentation ist das Handrührgerät RG 28, ein für seine Robustheit und lange Haltbarkeit fast schon legendäres DDR-Produkt. Der Hersteller, das Elektrogerätewerk Suhl, hat die Wende nicht überlebt. Das Rührgerät gibt es auf Flohmärkten und auf Internet-Plattformen jedoch weiterhin zu kaufen, und zwar fast zum Originalpreis. Auch einige Ersatzteile werden immer noch produziert. Die Hauptdarstellerin des Dokumentarfilms entdeckt das RG28, nachdem ihr neues Rührgerät bei der ersten Nutzung versagt und beginnt, dessen Geschichte zu erforschen. Trotz seines bisweilen pathetischen Charakters reflektiert der Film einige interessante Fragen zu den kulturellen Bedeutungen der von Menschen gemachten, genutzten und weggeworfenen Dingen. Und er fragt nach der Verantwortung der Hersteller und der Konsument/-innen für das »Leben der Dinge«.²

Das »digitale Zeitalter« ist von steigendem Sachbesitz, einer zunehmenden elektronischen Ausstattung des Alltags und hohen Austauschgeschwindigkei-

1 | www.Rg28.de (Abgerufen 29.06.2017).

2 | Obwohl die Begriffe »Lebensdauer« oder »Lebenszyklus« im Kontext der Produkthaltbarkeit gängig ist, geht mit ihnen – sowie mit der Bezeichnung »Leben der Dinge« – eine Anthropomorphisierung einher, die auch kritisch gesehen werden kann, in Ansätzen, wie dem »new materialism«, bisweilen aber auch bewusst gesetzt wird. Ohne hierauf näher eingehen zu können, setzen wir den Begriff in der ersten Nennung in Anführungsstriche, um auf seine Ambivalenz hinzuweisen.

ten von Konsumgütern gekennzeichnet (Oetzel 2012). Dies geht einher mit problematischen sozialen Produktionsbedingungen in den Herstellerländern, steigenden ökologischen Kosten der Produktion und einer erheblichen Zunahme an – oft illegal exportiertem – Elektroschrott. Der in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts geprägte Begriff der »Wegwerfgesellschaft« thematisiert vordergründig vor allem einen fahrlässigen, doch gesellschaftlich normalisierten Umgang mit Ressourcen, stellt aber auch generell die Frage, wie lange Konsumgüter in einer Gesellschaft genutzt und wann oder wie früh sie »obsolet« werden. In wachstums- und konsumkritischen Debatten wie auch im politisch und wissenschaftlich geführten Nachhaltigkeitsdiskurs werden zu kurze oder gar kürzer werdende Nutzungs- und Lebensdauern als Treiber von Ressourcenverbrauch und sozial-ökologischen Problemen diskutiert (Cooper 2010; Weizsäcker et al. 1997; Packard 1960; Prakash et al. 2016). Obsoleszenz – verstanden als vorzeitiges »Aus-der-Mode-kommen« oder frühzeitiger Verschleiß von Produkten – wurde im 20. Jahrhundert zu verschiedenen Zeitpunkten intensiv als gesellschaftliches Problem thematisiert, insbesondere in Zeiten kritischer Wendepunkte der Massenkonsumgesellschaft (Weber 2014): Erstmals im öffentlichen Diskurs in der wirtschaftlichen Krise der Zwischenkriegszeit der 1920er Jahre thematisiert, wurde Obsoleszenz in Zeiten der Umweltkrise in den 1970ern wieder relevant. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts, als Themen wie Globalisierung, Schadstoffe, Ressourcenknappheit oder Digitalisierung besonders virulent werden, kommt der Kurzlebigkeit von Produkten insbesondere im Elektro(nik)bereich eine besondere Aufmerksamkeit zu. Unterstützt durch mediale Inszenierungen sowie zivilgesellschaftliche Initiativen und Kampagnen³ erhält das Thema Obsoleszenz konstante öffentliche Aufmerksamkeit.

Obsoleszenz hat somit gewissermaßen zwei Erscheinungsformen. Das zu kurze Leben von Produkten zeigt sich einerseits materiell, beispielsweise in der Beschleunigung von Stoffströmen oder der Höhe von Elektroschrotbergen. Andererseits ist es Thema von Diskursen, in denen sich eine reflexiv modernisierende Gesellschaft (Beck et al. 2003) ihrer fragilen materiellen Basis bewusst wird. Obsoleszenz ist damit ein Thema, das die problematischen Bedingungen und Konsequenzen moderner Produktions- und Konsumpraxis gleichzeitig verstärkt und sichtbar macht und somit Unbehagen erzeugt. Der vorliegende Beitrag rekonstruiert Obsoleszenz von Konsumgütern (mit Fokus auf Elektronikprodukten) als ein zentrales Phänomen gegenwärtiger materieller Kultur in Industrieländern. Die Frage der »nachhaltigen Produktverantwortung« soll dabei einen wichtigen Schwerpunkt darstellen. Gemeint

3 | Hierzu gehören insbesondere dokumentarische Filme wie »Kaufen für die Müllhalde« der Regisseurin Cosima Dannoritzer oder der Verein MurksNeinDanke e.V.

ist hiermit – im Unterschied zum politisch-rechtlichen Begriff⁴ –, dass mit einem Produkt und den hierfür eingesetzten Ressourcen verantwortlich umgegangen wird, dass ein Produkt weitgehend sachgemäß genutzt und in seiner Funktionsfähigkeit erhalten und somit die eingesetzten Ressourcen effizient (aus-)genutzt werden.

Im folgenden Abschnitt wird zunächst eine konzeptionelle Perspektive dazu entwickelt, was es heißt, Obsoleszenz als Teil materieller Kultur zu betrachten. Mit dieser Perspektive im Hintergrund wird in den darauffolgenden beiden Abschnitten zunächst die kommunikative Herstellung von Obsoleszenz durch Medien betrachtet. Hierbei geht es um die Fragen, welche Wahrnehmungen von den Ursachen, Erscheinungsformen und möglichen Lösungsansätzen (im Sinne einer Verantwortungsübernahme) in medialen Diskursen zu finden sind. Erste Erkenntnisse aus einer aktuell durchgeführten Medienanalyse werden zum Ausgangspunkt genommen, um im darauffolgenden vierten Abschnitt Obsoleszenz und die Frage der Produktverantwortung in die Praxis gegenwärtiger Mensch-Objekt-Beziehungen zu projizieren. Dabei stehen insbesondere soziale Praktiken von Konsument/-innen im Umgang mit Produkten und sowohl deren praktisch getätigte als auch deren diskursiv zugewiesene Produktverantwortung im Mittelpunkt. Abschließend wird diskutiert, welche Implikationen sich für die Frage reflexiver Responsibilisierung im Kontext kurz- bzw. langlebiger Produkte aus der konzeptionellen Perspektive sowie den empirischen Einblicken ergeben. Der Abschnitt mündet in Überlegungen zum weiteren Forschungsbedarf sowie möglichen Handlungsstrategien für die transformative Nachhaltigkeitsforschung.

2. OBSOLESZENZ ALS PHÄNOMEN MATERIELLER KULTUR

Studien zur materiellen Kultur sehen die Beziehungen zwischen Dingen und Menschen als dynamisch bzw. transaktional an, sie betrachten, wie Menschen auf Dinge einwirken und Dinge wiederum auf Menschen. Gegenstände des Alltags werden im Hinblick auf ihre Gebrauchsweisen und vielfältigen Bedeutungen betrachtet, aber auch als Vergegenständlichung von sozialen Beziehungen, Mentalitäten und Machtverhältnissen. Sie gelten dabei aber nicht als bloße Substrate einer eigentlich geistigen Kultur (vgl. Miller 2012), sondern sind an der Herausbildung von Wirklichkeit beteiligt und materiale Teilnehmer an sinnhaft regulierten sozialen Praktiken (Hörning 2015). Konsumprodukte verändern sich hierbei mit und durch Forschung und Technologieentwicklung, steigende Bedarfe, Erweiterung der Anwendungskontexte und ihre

4 | Der juristische Begriff der Produktverantwortung bezieht sich vorwiegend auf die Reduktion von Abfällen bei Herstellung und Gebrauch von Produkten.

fortschreitende Integration in Alltagsroutinen. Gleichzeitig wirken sie an der Veränderung der Praxis in diesen Settings mit. Das gilt umso mehr für moderne Elektronikprodukte und digitale, mobile Technologien, die durch ein immer umfangreicher werdendes »Eigenleben« zu bedeutenden Handlungs- und Rollenträgern in soziotechnischen Konstellationen werden (Rammert und Schulz-Schaeffer 2002).

Wissenschafts- und Technikforschung (z.B. Akrich 1992; Hughes 1986), Studien zur materiellen Kultur (Miller 2006) und Theorien sozialer Praktiken (Reckwitz 2002; Schatzki 2002, 2009; Shove 2007) entwickeln unterschiedliche, aber konvergierende Perspektiven auf Mensch-Objekt-Relationen. Konsumprodukte sind darin »neither finished nor inviolable forms at the points of production and acquisition, but [...] continually evolving, positioned within and affected by an ongoing flow of consumer practice« (Gregson et al. 2009, S. 250). In Akrichs (1992) Ansatz der Akteurs-Netzwerk-Theorie steht beispielsweise im Vordergrund, wie Designer ihre Visionen von der Welt und den Konsument/-innen in das Produktdesign zwar einschreiben (»inscribing«), die tatsächliche Nutzungspraxis (das »describing«) der Konsument/-innen sich davon aber deutlich unterscheiden kann. Die Analyse von Konsumprodukten, ihrer Wirksamkeit und Lebensdauer muss laut Akrich geprägt sein von einem Vor und Zurück zwischen den Praktiken der »inscription« und den Praktiken der »description«. Eine ähnliche Perspektive auf Objekte als fluide findet sich auch in Konzepten von »domestication« (Silverstone und Hirsch 1992) oder Affordanz (Fisher 2004). Auch praxeologische Ansätze gehen über die Annahme einer reinen Dinglichkeit von Objekten hinaus und untersuchen die formativen Prozesse der Herstellung von Materialität (Rinkinen et al. 2015). Ihr Fokus liegt insbesondere darauf, wie Objekte innerhalb eines Nexus sozialer Praktiken mobilisiert, kombiniert und wirksam werden (Hui et al. 2017) und wie der Umgang mit ihnen ihre soziale Bedeutung (re)produziert (Reckwitz 2003, 2002). Wichtig für die Betrachtung von Produktverantwortung sind unseres Erachtens die praxeologischen Begriffe praktisches Verständnis (oder praktische Kompetenz, »practical understanding«, Know-how, »tacit knowledge«) und praktische Bedeutung (»practical meaning«), die zentrale Elemente für die Performanz sozialer Praktiken sind. Diese – auf geteiltem Wissen und geteilten Verständnissen beruhenden Wissensformen – sollten bei der Analyse von Praktiken der Anschaffung, Nutzung, Wartung, Pflege, Reparatur und Weitergabe von Objekten im Zentrum stehen.

Obsoleszenz ist somit keine neutrale Beschreibung eines spezifischen »natürlichen« Zustands von Dingen oder einer sorgsam kalkulierten Zahl von Lebensjahren, die in das Design der Objekte eingeschrieben wird. Sie beschreibt vielmehr einen Prozess, in dem ein Objekt aktiv abgelegt oder ausrangiert wird, in dem etwas als antiquiert, überholt oder nicht mehr brauchbar und nützlich angesehen wird. Denn selbst wenn ein Objekt endgültig und unreparierbar

kaputt ist, ist die Frage nach der Nützlichkeit stets neu interpretierbar, und sei es für die Kunst.⁵ Was als unbrauchbar und nicht mehr – beispielsweise durch Reparatur, Upcycling oder Nachnutzung – erhaltenswert angesehen wird, ist daher sozial konstruiert. Die hohe mediale Aufmerksamkeit für Obsoleszenz insbesondere bei modernen Konsumprodukten kann auch als Zeichen dafür interpretiert werden, dass dieser Diskurs in Zeiten krisenhafter gesellschaftlicher Naturverhältnisse sehr dynamisch verläuft und intensiver Legitimationsarbeit bedarf. Der folgende Abschnitt beschreibt erste Ergebnisse aus einer Analyse von Mediendokumenten im Hinblick auf die hier beobachtbare (Re)Präsentation von Obsoleszenz.

3. GEPLANTER VERSCHLEISS? HERSTELLUNG VON OBSOLESENZ UND RESPONSIBILISIERUNG IN DEN MEDIEN

Wie wird Obsoleszenz diskutiert, welche Ursachen, Erscheinungsformen und möglicherweise auch Lösungen werden angeführt, und wie wird hier die Frage nach der Produktverantwortung behandelt? Vor dem Hintergrund dieser Fragen wurde eine intensive Recherche online verfügbarer Artikel überregionaler Leitmedien sowie regionaler Zeitungen⁶ unternommen und ein Dokumentenkörper von knapp 200 Artikeln der letzten rund 25 Jahre zusammengestellt. Die Analyse der Artikel war orientiert am Ansatz der Diskursanalyse (Keller 2011). Dabei handelt es sich um eine qualitativ-rekonstruktive Methode, die häufig in der Analyse von Medien genutzt wird, um herauszuarbeiten, wie soziale Ordnung und soziale Bedeutungen in Diskursen konstruiert und konstituiert werden. Im Folgenden werden einige erste Ergebnisse der laufenden Analysen berichtet.

Die online verfügbaren Archive erbrachten teilweise auch Texte aus den frühen 1990er Jahren, es war jedoch ein interessantes erstes Ergebnis, dass die inhaltlich relevanten Artikel mit dem Jahr 2011 begannen.⁷ Dieser Zeit-

5 | Vergleiche Baudrillards Anmerkungen zu den Möglichkeiten ästhetischer Transformation in der »old objects, being obsolete and hence useless, automatically acquire an aesthetic aura« (Baudrillard und Turner 2007).

6 | Die Recherche basierte auf Begriffen wie Obsoleszenz, Lebensdauer und Nutzungsdauer von Produkten. Der Korpus umfasst Artikel von 28 Tages- und Wochenzeitungen.

7 | Wir gehen davon aus, dass sich die oben genannten weiteren Höhepunkte der öffentlichen Auseinandersetzung mit dem Thema Obsoleszenz in den 1920er und 1970er Jahren in den von uns genutzten Online-Archiven nicht abbilden, da diese vor der Zeit stattgefunden haben, in der das Internet als Informations- und Kommunikationsmedium relevant wurde. Die meisten Zeitschriften bieten nur sehr selektiv Beiträge aus den Print-Medien vor 1990 an. Berücksichtigt wurden daher nur Beiträge seit 1990.

punkt koinzidiert mit dem Erscheinen der deutschen Version des Dokumentarfilms »Kaufen für die Müllhalde« von Cosima Dannoritzer, der »geplante Obsoleszenz« als die wesentliche Ursache der modernen Wegwerfgesellschaft inszeniert. Die Analyse der Konstruktion und Darstellung von Obsoleszenz und der Thematisierung der Lebensdauer von Konsumprodukten in den Artikeln zeigte, dass in den meisten Fällen die geplante Obsoleszenz im Vordergrund steht. Geplante Obsoleszenz wird dabei interpretiert als eine bewusste, in vielen Fällen auch arglistige, Entscheidung von Herstellern und Produktentwicklern, die Lebensdauer von Produkten durch bestimmte Aufbauten und Konstruktionen zu begrenzen.⁸ Als Deutungsmuster wird meist ein linearer Ursache-Wirkungs-Zusammenhang aufgebaut, der die Verantwortung für Langlebigkeit ausschließlich im Herstellungsprozess lokalisiert. In den medialen Repräsentationen ist der Vorsatz der Hersteller gleichsam eine Gewissheit, für die jedoch vor allem anekdotische Evidenzen die Grundlage bieten. Das narrative Muster der Artikel hatte in vielen Fällen eine ähnliche Struktur. Beginnend mit dem Aufbau einer Verbindung zur Erfahrungs- und Lebenswelt der Leser/-innen im Stile von »Darüber hat sich fast jeder Verbraucher schon einmal geärgert: Kaum ist das elektrische Gerät zwei, drei Jahre alt, gibt es den Geist auf«⁹, wird Obsoleszenz als normalisierte Erfahrung und Erwartung präsentiert. Wissenschaftliche Studien und Evidenzen werden wenig zitiert, eine Ausnahme bilden dabei Artikel, die als Reaktion auf verschiedene Veröffentlichungen des Umweltbundesamtes bzw. des Öko-Instituts im Rahmen der »Obsoleszenz-Studie« erschienen sind. Diese Studie, die zu dem Schluss kommt, dass es für arglistig geplante Obsoleszenz keine eindeutigen Belege gäbe, wird zwar oft so zitiert, dass sie »noch« keine Beweise für Arglist gefunden habe, regt in den jeweiligen Medienbeiträgen aber auch eine Reflektion über Billigproduktion und die damit geförderte sogenannte Wegwerfkultur an. Konsistent reproduziert und als historische Belege geplanter Obsoleszenz angeführt werden einige spezifische Erzählungen. Hierzu gehört das sogenannte »Phoebuskartell«, ein Zusammenschluss der weltweit größten Glühbirnen-Hersteller in den 1920/30ern, die in einer konzertierten Aktion die Lebensdauer von Glühbirnen von bis zu 5.000 Stunden auf 1.000 Stunden verringerten.¹⁰ Als lebendes Beispiel für die Macht der Hersteller und Produkt-

8 | Beispiele: »Der geplante Defekt«, Welt 21.3.2013; »Hersteller planen Lebensdauer von Geräten«, Handelsblatt 29.8.2013; »Hersteller sorgen mit perfiden Tricks für Umsatz«, Welt online 29.8.2013; »Der programmierte Schrott«, Frankfurter Rundschau 5.3.2015.

9 | »Geplanter Verschleiß ist ein Massenphänomen«, Süddeutsche Zeitung 20.3.2013.

10 | Während es für die Absprachen der Glühbirnenhersteller zur Begrenzung der Brenndauer von Glühlampen auf ca. 1.000 Stunden Belege gibt, ist umstritten, ob es sich hierbei um eine bewusste, absatzsteigernde Täuschung von Konsument/-innen

entwickler auf die Lebensdauer der Glühbirnen wird oft auf die sogenannte »Centennial Bulb« verwiesen, die mit kurzen Unterbrechungen seit über 100 Jahren in Livermore, Kalifornien brennt.¹¹ In denselben historischen Zeitraum fällt auch eine weitere oft reproduzierte Geschichte aus der Automobilindustrie. Der damalige Präsident von General Motors Alfred P. Sloan wird dabei bisweilen auch als Erfinder der (modischen) Obsoleszenz präsentiert, da er in seinem Unternehmen die Idee jährlicher Konfigurationsänderungen einführte und die Wahl eines Automobils als Frage von Geschmack, Mode und Status propagierte und nicht als Frage von Nützlichkeit. Auch hierzu findet sich in den Erzählungen ein Antagonist in der Person von Henry Ford, dessen langfristig erfolglose Strategie gewesen sein soll, Automobile herzustellen, die die Käufer/-innen durch das Leben begleiten. Diese historischen »Schurken- vs.-Helden«-Erzählungen werden in den jeweiligen Artikeln auf die heutige Zeit übertragen, in denen oftmals dem Apple-Konzern mit seiner offensiven Markenkommunikation, den fest verbauten Akkus und den schnellen Innovationszyklen die Rolle des Obsoleszenzbeschleunigers zugewiesen wird. Als Helden werden offizielle oder selbst ernannte Verbraucherschützer (Verbraucherschutzzentralen, Stiftung Warentest, die Zeitschrift Ökotest, der Verein MurksNeinDanke e.V.) präsentiert, die mit Aufklärung und Aufdeckung vermeintlicher Arglist, aber auch direkt mit dem Lötkolben in Repair-Cafés und offenen Werkstätten gegen »Elektroschrott-Lawinen«, den frühen »Gerätetod« und »Wegwerf-Irrsinn«¹² ankämpfen. Die Rolle der Konsumierenden ist in etwas mehr als der Hälfte der Artikel eher passiv, sie werden als systematisch ausgetrickst, zum Konsum verführt oder genötigt¹³ dargestellt. Auch wenn ca. ein Drittel der Artikel auch die Konsument/-innen und beispielsweise ihren »Innovationshunger« oder ihre »Elektroniksucht«¹⁴ als weitere Treiber der

oder eine Vereinbarung zur Standardisierung der Lichtqualität handelte (Krajewski 2014). Die für eine Glühbirne zentralen Parameter Lebensdauer, Lichtausbeute und Stromverbrauch können jeweils nur zu Lasten der anderen Parameter optimiert werden. Eine langlebigere Glühlampe gibt beispielsweise bei gleichem Stromverbrauch weniger Licht, der Wunsch nach helleren Glühlampen hat daher zwangsläufig Auswirkungen auf deren Brenndauer. Die Lichtleistung der seit über 100 Jahren betriebenen Centennial Bulb (siehe Fußnote 11) beträgt beispielsweise nur 4 Watt.

11 | Die Centennial Bulb verfügt sogar über eine eigene Kameraüberwachung: www.centennialbulb.org/photos.htm.

12 | Beispiel: »Mit dem Schraubenzieher gegen die Elektroschrott-Lawine«, Braunschweiger Zeitung 30.10.2012.

13 | Beispiel: »Verführung mit Methode«, Spiegel Online 6.10.2011.

14 | Beispiele in: »Gibt es die Kaputtmacher wirklich?: Geplante Obsoleszenz«, n-tv Wissen 6.7.2012; »Was passiert mit 40 Millionen Tonnen Elektroschrott weltweit?«, Westdeutsche Allgemeine Zeitung 12.04.2013.

Wegwerfkultur präsentiert: Die Helden-Schurken-Geschichte wird tendenziell durch eine Opfer-Täter-Gegenüberstellung ergänzt.

Diese narrativen Muster gehören gewissermaßen zum Standardrepertoire von Populärmedien. Interessant ist – auch im Hinblick auf die Frage nach der Thematisierung und Konstruktion von Mensch-Objekt-Beziehungen – jedoch, dass enttäuschte Konsument/-innen und vorzeitig ausrangierte oder defekte Objekte zwar Protagonisten der Erzählungen sind, aber beide erstaunlich unterbelichtet sind. Auch wenn die Lesenden mit einer vermeintlich lebensweltnahen Einleitung abgeholt werden, wird meist eine stereotype Standardgeschichte wiederholt (Gerät geht nach Ende der Gewährleistung kaputt) und es werden immer wieder dieselben Narrative reproduziert, die die Vielfalt möglicher Erfahrungen mit Produkten ausblenden. Die Produkte selbst sind passive »Marionetten«, die – von Unternehmen zur Steigerung des Profits und von Konsument/-innen zur Befriedigung der Kauflust – wahlweise als Manipulationsobjekte oder Projektionsflächen dienen. Als ein übergeordnetes Deutungsmuster lässt sich eine Form impliziter Komplizenschaft zwischen Produzierenden und Konsumierenden identifizieren, in denen im Prinzip die Konsumprodukte die eigentlichen »Opfer« sind. Möglicherweise ist diese implizite Vermutung der Komplizenschaft auch der Grund, warum in fast allen Fällen bei der Präsentation von Lösungen auf politische Regulation gehofft wird, die neue Standards, mehr Verbraucherrechte oder Lebensdauerlabels hervorbringen soll. Etwas überspitzt dargestellt, könnte ein vorläufiges Fazit der Medienanalyse lauten: Obwohl vor allem Hersteller für das kurze Leben der Dinge verantwortlich gemacht werden, können weder Hersteller noch Konsument/-innen Produktverantwortung übernehmen, denn ihre Beziehung zu Produkten ist rein egozentrisch, und nur ein kurzes Produktleben ist ihnen dienlich.

Die Medienanalyse hat überspitzt formuliert das Bild einer Wegwerfgesellschaft gezeichnet, in der Wegwerfproduktion und Wegwerfkonsum Hand in Hand gehen. Dies erzeugt einerseits Empörung, wird andererseits aber als gegeben hingenommen, mit einem mehr oder weniger expliziten Verweis auf das egoistische, (produkt)unverantwortliche Eigeninteresse der Beteiligten, dem nur über politische Regulation Einhaltung geboten werden kann. Im folgenden Abschnitt wollen wir mit einem Blick in die Konsumpraxis beleuchten, welche Wirkungen mediale Diskurse auf die Repräsentation von Obsoleszenz bzw. der Lebens- und Nutzungsdauer von Produkten haben können. Zudem betrachten wir, inwieweit Medien die Konsumpraxis tatsächlich abbilden oder – wie oben vermutet – ein eher einseitiges und verkürztes Bild von Mensch-Objekt-Interaktionen darstellen. Im nächsten Abschnitt beschreiben wir einerseits publizierte Forschungsergebnisse anderer Autor/-innen sowie erste Ergebnisse eigener qualitativer und quantitativer Erhebungen zur Konsumpraxis. Dabei werden wir insbesondere die These des Wegwerfkonsums genauer beleuchten.

4. WEGWERFKONSUM? DIE HERVORBRINGUNG VON OBSOLESZENZ IN KONSUMPRAKTIKEN

Grundsätzlich lässt sich zunächst einwenden, dass der Begriff »Wegwerfkonsum« den Konsum auf die Phase des Entledigens reduziert und andere Phasen des Konsumprozesses – wie Bedürfnisentstehung, Beschaffung, Nutzung, Wartung, Lagerung etc. – ausblendet. Das Wegwerfen wird damit als die dominante soziale Praktik nach Ablauf der Nutzungsdauer hervorgehoben, obwohl verschiedenen Studien zeigen, dass Alternativen zum Wegwerfen, wie die Produktweitergabe durch das Verkaufen, Verschenken und Tauschen in der Konsumpraxis, eine wichtige Rolle spielen. So stellen Cox und Kollegen in einer Untersuchung in Großbritannien fest, dass mit dem Wegwerfen ein negatives Gefühl verbunden ist und daher eher andere Kanäle gesucht werden, um sich Dingen zu entledigen (Cox et al. 2013). Auch bei einer Studie in Österreich (Wieser et al. 2015) konnte das Vorhandensein einer »Wegwerfmentalität« nicht bestätigt werden, wie am Beispiels von nicht mehr genutzten Mobiltelefone gezeigt wird: Diese werden überwiegend gelagert (51 %), gespendet (17 %) oder verschenkt (12 %) und nur zu einem sehr geringen Anteil von 3,3 % weggeworfen.

Die hervorragende Bedeutung des Wegwerfens während des Konsumprozesses konnte auch in unseren ersten qualitativen Interviews¹⁵ nicht bestätigt werden. Einige Interviewte berichteten, nicht mehr genutzte Geräte aufzubewahren, um den Akt des Wegwerfens bewusst hinauszuzögern, und grenzen sich von anderen Menschen ab, die elektronische Geräte frühzeitig wegschmeißen, wie beispielsweise die folgende Interviewpartnerin:

»Ich finde es halt furchtbar, dass so viel weggeschmissen wird, und, dass man was wegschmeißt, obwohl es noch gut ist. Also die Leute, die ständig ein neues Handy brauchen oder einen neuen Laptop. Der Laptop von meinem Freund ist beispielsweise schon zehn Jahre alt.« (weiblich, 38 Jahre, wohnt zusammen mit ihrem Partner und einem Kind)

Auch wurden häufig die unternommenen Anstrengungen dargelegt, Geräte einer Zweitnutzung zukommen zu lassen. In diesem Sinne scheint auch der Begriff der Wegwerfgesellschaft nicht als Begriff der Gegenwartsdiagnostik geeignet zu sein (Gregson et al. 2007).

15 | Bisher wurden fünf qualitative, problemzentrierte Interviews mit Nutzer/-innen durchgeführt und zunächst inhaltlich-deskriptiv ausgewertet. In diesem Beitrag werden Zitate vor allem zur Illustration angeführt. Im Rahmen der Promotion plant Tamina Hipp 24 problemzentrierte Interviews mit Konsument/-innen durchzuführen und diese mittels der Grounded Theory auszuwerten.

Einige Medienberichte stellen vor allem die Neuanschaffung in den Vordergrund und betonen den »Reiz des Neuen« als zentralen Aspekt in der Hervorbringung von Obsoleszenz. Dies steht im Einklang damit, dass die Verbraucherforschung generell den Fokus bisher meistens auf den Kaufakt legt (Fridrich et al. 2017). Dass das Interesse an Neuem beim Konsumprozess im Vordergrund steht, wird häufig mit Modebewusstsein und Konsum zur Statusaufwertung in Verbindung gebracht (Ullrich 2014; Klose 2015; Harrell und McConocha 1992). Dem liegt die Annahme zugrunde, dass der symbolische Wert den Gebrauchswert übersteigt und Konsument/-innen durch die Werbung zum Konsum (Haug 2010) und dadurch zum vorzeitigen Produktaus-tausch gedrängt werden (Packard 1960). Die bereits oben erwähnte Studie aus Großbritannien kommt zu dem Schluss, dass es für viele Konsumierende wichtig ist, das neueste Produkt zu besitzen, da sie dies als Indikator betrachten, im Leben erfolgreich zu sein. Produkte werden demnach vor allem deswegen kürzer genutzt, weil die Konsumierenden mit der Mode gehen möchten und sich dies auch finanziell leisten können (Cox et al. 2013). Eine Untersuchung in Österreich stellt hingegen fest, dass es nur für ein kleines Segment relevant ist, auf dem neuesten Stand zu sein, und es diesbezüglich große Unterschiede zwischen den Geräten gibt. Beispielsweise ist es demnach vielen Konsumierenden bei Mobiltelefonen deutlich wichtiger, »up-to-date« zu sein, als bei Haushaltsgroßgeräten. Letztere werden häufiger verwendet, bis sie nicht mehr funktionieren oder wegen eines Umzugs ausgetauscht werden (Wieser et al. 2015). Im Rahmen unserer eigenen quantitativen Repräsentativbefragung (Jaeger-Erben und Hipp 2017)¹⁶ in Deutschland gaben 41 % der Befragten an, ihr aktuelles Smartphones gekauft zu haben, da das alte Gerät kaputtgegangen ist, bei Waschmaschinen sind es mit 56 % deutlich mehr. Dass es maßgebliche Unterschiede bei verschiedenen Gerätekategorien gibt, bestätigen diverse Studien (Evans und Cooper 2010; Cox et al. 2013; Wieser et al. 2015; Cooper und Mayers 2000). Es erscheint plausibel, zwischen verschiedenen Geräten und den mit ihnen verbundenen Praktiken der Produktnutzung sowie ihrer jeweiligen Einbettung in den Alltag zu unterscheiden. So hat das Smartphone als »digitaler Dauerbegleiter« (Eisentraut 2016), das tiefgreifend in alltägliche Routinen und Praktiken der sozialen Beziehungsgestaltung integriert und für das soziale Umfeld permanent sichtbar ist, eine gänzlich andere Rolle als Geräte, die ggf. im Keller stehen und vor allem eine spezifische Funktion – z.B. saubere Wäsche – erfüllen. Dies lässt darauf schließen, dass nicht nur der

16 | Die repräsentative Online-Befragung (CAWI) von 2.000 Konsument/-innen (im Alter von 14-66 Jahren) fand im Juli und August 2017 statt. Die Befragung wurde im Auftrag des Zentrums Technik und Gesellschaft (BMBF-Nachwuchsgruppe Obsoleszenz als Herausforderung für Nachhaltigkeit – Ursachen und Alternativen) von der respondi AG durchgeführt.

Reiz des Neuen als Erklärung dienen kann, weshalb in Gebrauch befindliche Produkte obsolet werden. Vielmehr ist eine differenzierte Analyse soziotechnischer Praxis im Umgang mit bzw. in der Nutzung von unterschiedlichen Geräten und damit auch verschiedener Formen der Alltagsintegration notwendig. Als eine erste Annäherung könnte die Unterteilung in »workhorses«, »investment« und »up-to-date« sinnvoll sein, die Cox und Kollegen (2013) im Rahmen ihrer empirischen Forschung entwickelt haben.¹⁷

Wie oben dargelegt wurde, verstellt die Reduzierung auf die Phase des Wegwerfens oder des Beschaffens das Verständnis dafür, wie Obsoleszenz durch Konsumpraktiken hervorgebracht wird. Stattdessen erscheint es notwendig, den gesamten Konsumprozess in seiner Komplexität zu betrachten und zu analysieren, welche sozialen Praktiken und insbesondere welche praktischen Bedeutungen und praktischen Verständnisse im Umgang mit den Geräten in den verschiedenen Phasen des Konsums jeweils relevant sind und inwiefern diese förderlich oder hinderlich sind für das »Obsolet-Werden«. Dabei sollte der Analysefokus nicht nur reduziert werden auf die symbolischen Bedeutungen von Gegenständen zur Identitätsbildung und zur Distinktion, sondern stattdessen ebenso in den Blick genommen werden, welche Handlungen die Funktionen der Geräte ermöglichen. Shove stellt am Beispiel der Küche heraus, dass diese im Hinblick darauf gewünscht, ausgetauscht und umgestaltet wird, was kulturell und zeitlich spezifische Erwartungen sind von »doing and of having – not of having alone« und »There is a desire for the new, but it is often as much for a new way of life or new set of practices« (Shove 2007, S. 37, 15). Ebenso wichtig ist ein Blick darauf, wie sich die Nutzungspraxis auf die Funktionsfähigkeit von Produkten auswirkt. Wann und wie eine Waschmaschine gewartet und in welchen Situationen und wie lange ein Mobiltelefon geladen wird, wirkt sich auf Lebensdauer und Funktionsfähigkeit aus und ist in die routinierte Alltagspraxis eingebettet. Dabei erfordert die schonende Behandlung des Gerätes nicht

17 | »Workhorses« umfasst Gebrauchsgegenstände, die in erster Linie spezifische Funktionen erfüllen sollen und in der Regel erst ausgetauscht werden, wenn sie Funktionserwartungen nicht mehr erfüllen, wie bspw. ein Toaster oder Möbelstücke. Zu der Kategorie »Investment« zählen vergleichsweise teure Produkte, in die investiert wird, die lange halten sollen und gut gepflegt werden – nicht selten auch aufgrund einer engen Produktbindung – wie beispielsweise ein Auto einer speziellen Marke. »Up-to-date« hingegen bezieht sich auf Produkte, die empfänglich für ästhetische und technologische Updates sind und eine wichtige Rolle für die soziale Identität spielen. Sie werden häufig aus Modegründen und durch Impulskäufe ausgetauscht, wie beispielsweise Smartphones (Cox et al. 2013). Diese Einteilung lässt Raum für Überschneidungen und individuelle Unterschiede, entsprechend der Vielfalt der sozialen Praktiken, die im Umgang mit den Geräten verbunden sind. Die Kategorien wurden auf Basis qualitativer Analysen im Rahmen von 12 Fokusgruppen mit 115 Teilnehmenden im UK ermittelt.

zuletzt auch Wissen darüber, welches häufig nicht vorhanden ist: Im Rahmen unserer eigenen Befragung wussten nur 39 % der Befragten, dass ein Lithium-Ionen-Akku weder voll entladen noch voll aufgeladen werden sollte, damit seine Leistungskraft möglichst lange erhalten bleibt (Jaeger-Erben und Hipp 2017).

Generell ziehen Produkte vor allem dann die Aufmerksamkeit auf sich, wenn sie nicht funktionieren (van Hinte 1997). Dies lenkt den Blick darauf, wie die Strukturierung des Alltags das »Obsolet-Werden« beschleunigt oder hinauszögert. Beispielsweise werden in Umfragen zwar als Hauptgrund die unverhältnismäßig hohen Kosten angegeben, weshalb kaputte Geräte nicht repariert werden (Cooper und Mayers 2000; VZBV 2017), jedoch wird nur selten ein Kostenvoranschlag eingeholt, um die tatsächlichen Kosten für die Reparatur zu bemessen. Zudem legen eigene erste Interviews die Vermutung nahe, dass auch eine starke Abhängigkeit vom Gerät ein Hindernisgrund für eine Reparatur sein kann: Der Nutzer kann schlicht nicht auf das Gerät für die Dauer der Reparatur verzichten. Auch deuten die ersten qualitativen Interviews darauf hin, dass die enge Taktung des Alltags die notwendige Pflege von Produkten behindern kann. Auch in einer Umfrage in Deutschland geben immerhin 13 % der Befragten an, das letzte Gerät nicht reparieren lassen zu haben, weil dies zu viel Aufwand bedeutet hätte bzw. keine Zeit dafür vorhanden war, und 30 % weisen darauf hin, ihre Produkte aufgrund von Zeitmangel nicht ausreichend zu pflegen (Jaeger-Erben und Hipp 2017). Das lenkt den Blick auf einen interessanten Zusammenhang: Die erfolgreiche Alltagsgestaltung baut auf die Nutzung verschiedenster materieller Artefakte – und darunter zunehmend Elektronikprodukte – auf, gleichzeitig lässt der Alltag für Praktiken zum langfristigen Funktionserhalt eben dieser Artefakte nicht ausreichend Spielraum. Die schnelle Verfügbarkeit von funktionierenden Ersatzprodukten ist für das Gelingen des Alltags also essentiell. Damit wäre hier nicht der Reiz des Neuen oder die Abwertung des Alten ein wichtiger Treiber von Obsoleszenz im Konsum, sondern die Beschleunigung des Alltags. Das praktische Verständnis im Zusammenhang mit dem Funktionserhalt bezieht sich daher nicht auf ein Produkt selbst, da dieses als austauschbar erscheint. Der Austausch wird strukturell anscheinend eher unterstützt als Praktiken zur Förderung der Langlebigkeit eines einzelnen Produkts.

Hiermit korrespondiert, dass Langlebigkeit und ausgiebige Nutzung auch in den praktischen Bedeutungen, das heißt in den Bedeutungen der eigenen Umgangspraxis mit Produkten, eine geringe Relevanz hat. Studien in Großbritannien deuten darauf hin, dass der Produkthaltbarkeit nur eine geringe Rolle bei der Produktwahl zukommt¹⁸ (Cox et al. 2013; Cooper 2004), wobei

18 | Unsere Umfrage hat hingegen ergeben, dass bei der Auswahl sowohl von Waschmaschinen als auch von Smartphones Robustheit und lange Haltbarkeit zu den wichtigsten Kriterien bei der Auswahl eines Gerätes gehören (Jaeger-Erben und Hipp 2017).

durchaus Potenzial gesehen wird, dass eine Kennzeichnung der Lebensdauer hier einen Einfluss haben könnte (SIRCOME et al. 2016), da Interesse an Informationen zur Haltbarkeit geäußert wird (Evans und Cooper 2010; VZBV 2017). Gleichzeitig wird eine Art gelernter Hilflosigkeit formuliert, indem Befragte in Studien angeben, sich durch frühzeitiges technisches Versagen, aber auch durch Moden und Trends genötigt zu fühlen, Produkte schneller zu ersetzen (Echegaray 2016). Interessanterweise sind Konsumierende, die stärker auf Langlebigkeit achten, häufiger der Meinung, Hersteller würden die Haltbarkeit bewusst begrenzen (Echegaray 2016). Die Grenzen der eigenen Produktverantwortung werden also als stärker empfunden, wenn Langlebigkeit eine praktische Bedeutung hat.

Die erwartete Lebensdauer scheint einen maßgeblichen Einfluss darauf zu haben, wie lange Produkte genutzt werden und wann sie ersetzt werden (Cox et al. 2013). So wird bei einem Drittel der kaputten Geräte, die nicht repariert werden, als Grund für die Nicht-Reparatur angegeben, dass sich die Reparatur aus Kostengründen bzw. aufgrund der Annahme, das Gerät würde sowieso nicht mehr lange halten, nicht gelohnt hätte. Wie qualifiziert Nutzer-Diagnosen sind, muss an dieser Stelle offenbleiben (Jaeger-Erben und Hipp 2017). Wieser et al. (2015) kommen zu dem Schluss, dass das Vorurteil, Unternehmen würden durch »geplante Obsoleszenz« die Kund/-innen täuschen wollen, zu einer geringen Erwartungshaltung bezüglich der Haltbarkeit führt. In der Erwartung von geplantem Verschleiß wird daher nicht in teure und qualitativ hochwertigere Produkte oder Reparaturen investiert und ein verfrühter Produktaustausch begünstigt. Auch unsere ersten qualitativen Befragungen zeigen ein ähnliches Erklärungsmuster:

»Die Geräte sind heutzutage alle wesentlich kurzlebiger als früher. Die Gründe dafür sind der Verkauf, also die Wirtschaft. Ich glaube schon, dass die daran interessiert sind, dass die Leute sich [...]. Ob die was einbauen, das weiß ich nicht, vielleicht ist die Konstruktion nicht mehr so, dass die Geräte so lange funktionieren. [...] Weil man mehr verkaufen will, [...] heutzutage ist der Markt ja gesättigt.« (weiblich, 66 Jahre, wohnt alleine)

So stimmten auch 90 % in unserer Befragung der Aussage zu, dass manche Hersteller Geräte absichtlich so bauen, »dass sie kurz nach Ende der Gewährleistungsfrist von zwei Jahren kaputtgehen« (Jaeger-Erben und Hipp 2017). Beide Ergebnisse korrespondieren mit der Hypothese von Wieser (2017), dass der Diskurs um »geplante Obsoleszenz« auch dazu führen kann, das Phänomen vorzeitigen Obsolet-Werdens selbst aufrecht zu erhalten oder sogar zu begünstigen. Hier lässt sich ein starker Zusammenhang bzw. ein möglicher Einfluss von den medialen Diskursen vermuten. Das in den Medien kreierte eher

kulturpessimistische Bild, dass Produkte schlechter werden, weil Produzenten vor allem auf Wachstum setzen, findet sich auch hier wieder.

Die Wahrnehmung begrenzter Handlungsspielräume durch Konsument/-innen bezieht sich also auf zwei Aspekte: Die hohe Abhängigkeit von funktionierenden Geräten und die enge Taktung des Alltags erschweren zum einen die Praktiken des Pflegens, Wartens oder Reparierens, denn diese sind zeitaufwändig und unterbrechen gewissermaßen die Verfügbarkeit der Produkte. Zum anderen werden die Möglichkeiten, auf Geräte und ihre Funktionsfähigkeit technisch einzuwirken und so ihre Lebensdauer zu verlängern, auch als sehr begrenzt angesehen, denn »der Markt« kontrolliert die Lebensdauer.

Diese vorangegangenen Überlegungen beziehen sich zunächst vor allem auf die Lebensdauer von Produkten, die durch Einschränkungen der Funktionsfähigkeit und geringes Wissen zur Wiederherstellung der Funktionalität verkürzt wird. Dass Neukäufe aber oft auch bei voller Funktionsfähigkeit der alten Geräte vorkommen (Jaeger-Erben und Hipp 2017; Wieser et al. 2015; Cox et al. 2013; Echegaray 2016), zeigt, dass die praktische Bedeutung von Produkten nicht allein von deren technischer Funktionsfähigkeit bzw. Verfügbarkeit abhängt. Hier geht es vielmehr um Bedeutungen innerhalb von Mensch-Objekt-Beziehungen, die jenseits der physischen Ebene liegen, wie Neuartigkeit, Innovativität, Besonderheit, Erwünschtheit oder auch Unerwünschtheit. In der o.g. Literatur wird diese oft mit dem »Reiz des Neuen« beschrieben. Wenn Vodafone seine Mobilfunkverträge mit der Frage »Love the buzz of getting a new phone?« anpreist und – in der Annahme, die Antwort kann nur positiv sein – anbietet »Get that new phone feeling every 12 months with New Phone Every Year on Vodafone Red+«, dann steht hier nicht Praktikabilität im Vordergrund (ist es praktisch, sich alle 12 Monate an ein neues Gerät zu gewöhnen?). Langlebigkeit ist hier sogar eher ein Nachteil, denn je älter das Gerät, desto geringer das »New Phone Feeling«. »Up-to-date«-Produkte (Cox et al. 2013), wie das Smartphone, bilden hier möglicherweise eine Ausnahme, wenn jedoch auch Haushaltsgroßgeräte (nach Cox et al. häufig eher »workhorses«) trotz Funktionstüchtigkeit ausgetauscht werden, scheint Neuartigkeit einen besonderen Wert in Mensch-Objekt-Beziehungen einzunehmen.

Für die Annahme, dass der Diskurs zu Obsoleszenz in den Print- und Online-Medien einen bedeutenden Einfluss auf die gesellschaftliche Konstruktion von Obsoleszenz haben kann, lassen sich in der Literatur und den ersten eigenen Analysen einige Bestätigungen finden. Die klare lineare Ursachenattribution und das durch mediale Berichterstattung möglicherweise geförderte Misstrauen der Konsument/-innen in Richtung der Hersteller scheint ihrer Verweigerung der Übernahme von Produktverantwortung zumindest Vor-schub zu leisten. Diese fühlen sich weder zuständig noch fähig, die Lebensdauer ihrer Produkte zu verlängern, und verweisen auf die Allmacht der Hersteller. Parallel dazu verweisen aber Produzierende wiederum auf den Wunsch

ihrer Kund/-innen nach immer neuen, möglichst günstigen Produkten sowie deren Desinteresse an langlebigen Gütern, wenn es um die unternehmerischen Gründe für kurze Innovationszyklen (Spinney et al. 2012) oder billige Produktion geht. Somit scheint es auch in der Verantwortungsabwehr eine Form impliziter Komplizenschaft zu geben. Die eher linear ausgerichtete Suche nach Ursachen und Verantwortlichen endet damit in einer Sackgasse.¹⁹ Sie hat außerdem zur Folge, dass systemische Zusammenhänge eher ausgeklammert werden. Denn auch wenn die Verantwortlichkeit von Konsument /- innen (wie ihre Entscheidung für immer neue Produkte, ihr steigender Sachbesitz) thematisiert wird, projiziert wird ein eher rationalistisches Handlungsmodell, in dem Entscheidungen auf Basis der Abwägung von Interessen und Vorteilen zentral sind.

Ein solches Handlungsmodell findet sich implizit oder explizit auch in verschiedenen wissenschaftlichen Auseinandersetzungen mit Obsoleszenz. Die Ursache für Obsoleszenz wird dabei oft in jenem ökonomischen Paradigma gesehen, in dem Forschung und Technik ökonomischen Prämissen untergeordnet sind bzw. die Erreichung eines ökonomischen Optimums die Lebensdauer von Produkten bestimmt und nicht das technisch und materiell mögliche (Krajewski 2014; Kreiß 2014; Feldmann und Sandborn 2007). Auch wenn individuelle Entscheidungen hier zum Teil systemisch gedeutet und in einen Zusammenhang mit Marktlogiken und dem Wirtschaftssystem gesehen werden, das Fazit ist häufig, dass andere Entscheidungen den wesentlichen Kern der Lösungen ausmachen. Ohne die Wirkmächtigkeit ökonomischer Logiken generell in Frage zu stellen, möchten wir in diesem Beitrag anregen, Entscheidungen eher als Epiphänomen einer »Kultur der Obsoleszenz« zu betrachten. Unmittelbar mit der Frage nach der Verantwortung für die Lebensdauer der Konsumprodukte zusammenhängend sind auch die Unterschiede, die sowohl in den Medien als auch in wissenschaftlichen Auseinandersetzungen im möglichen »Zugriff« auf die Eigenschaften der Produkte gemacht werden. Während die Macht der Hersteller – diesen Diskursen zufolge – in die Produkte selbst hineinzureichen scheint, die sie gewissermaßen nach Belieben manipulieren können, scheinen Konsument/-innen sie nur von außen, aber ebenso nach Belieben, symbolisch überformen zu können. Einen gewissen Bruch bekommt diese Darstellung durch die insbesondere in den letzten Jahren zunehmenden medialen aber auch mehr oder weniger wissenschaftlichen Thematisierungen von Repair-Cafés und offenen Werkstätten.²⁰ In diesem Zusammenhang wird die Geschichte von einer (Wieder-)Aneignung von Kompetenzen und der Emanzipation von der Abhängigkeit von Herstellern erzählt,

19 | Siehe auch den Beitrag von Harald Wieser im Blog Postwachstum: www.postwachstum.de/die-theorie-geplanter-obsoleszenz-als-sackgasse-20170127.

20 | Ein Beispiel ist der Sammelband »Die Welt reparieren« von Baier et al. (2016).

von einem »Eindringen« der Konsument/-innen in die Produkte und damit einem Eingriff in vorherbestimmte Lebensdauern. Diese Brüche in den gängigen Interpretationen von Mensch-Objekt-Beziehungen geben einen weiteren Anlass, Obsoleszenz – wie eingangs dargestellt – aus der Perspektive materieller Kultur zu betrachten.

5. VERANTWORTUNG FÜR OBSOLESZENZ ALS UNLÖSBARES PROBLEM? PERSPEKTIVEN UND STRATEGIEN FÜR DIE NACHHALTIGKEITSFORSCHUNG

Obsoleszenz als wichtigen Bestandteil gegenwärtiger materieller Kultur und ihrer Mensch-Objekt-Beziehungen zu untersuchen, trägt zum Verständnis der gesellschaftlichen Produktion von Obsoleszenz und der Frage nach den Möglichkeiten und Grenzen von Produktverantwortung bei. Für die angewandte Nachhaltigkeitsforschung und ihre Suche nach Strategien zur Förderung nachhaltigen Konsums birgt die in diesem Beitrag angelegte Perspektive aber viele Herausforderungen.

Die erste Herausforderung liegt darin, dass das Phänomen Obsoleszenz sehr komplex ist und in der komplexen Verwobenheit menschlicher Akteure und technischer Artefakte in ihren sozialen Praktiken des Produzierens, Konsumierens, Entwertens, Nachnutzens, Neukaufens und Weitergebens etc. immer wieder materiell hervorgebracht wird. Mit der Performance jeder Praktik innerhalb dieses Gewebes werden Konventionen reproduziert, und es wird eine spezifische Normalität geschaffen (Shove et al. 2012). Eine übergeordnete Übereinkunft scheint hierin zu bestehen, dass kaum einer der Beteiligten für das Leben der Produkte Verantwortung übernehmen kann oder will. Das »locked-in« besteht dabei sowohl auf der materiellen als auch auf der kommunikativen Ebene. Unsere These ist dabei, dass es den Beteiligten nicht nur an praktischem Verständnis fehlt, um ein langes Leben der Produkte zu ermöglichen. Das lange Leben hat auch keine ausreichend relevante praktische Bedeutung, was aber in Anbetracht der negativen sozial-ökologischen Konsequenzen kurzlebiger Produkte Unbehagen erzeugt und die Verantwortlichkeit dem jeweils anderen (von Konsument zu Produzent und umgekehrt) zugeschoben wird. Die angewandte Nachhaltigkeitsforschung begibt sich daher gewissermaßen in ein Minenfeld und trifft nicht nur auf strukturelle, sondern auch semantische »Sackgassen«.

Eine zweite Herausforderung besteht daran, dass auch die Wissenschaft an der Herstellung von Obsoleszenz beteiligt ist. Allein das bisher zur Verfügung stehende Begriffsinstrumentarium – unterschieden wird meist in »geplante«, qualitative, funktionale und psychische Obsoleszenz – trägt relativ klare Verantwortungszuschreibungen mit sich und lenkt den Fokus der Untersuchung

auf Kognitionen und Entscheidungsprozesse und weg vom Gewebe der sozialen Praxis. Obsoleszenz verstehen und überwinden ist eine inter- und transdisziplinäre und wahrscheinlich auch langwierige Aufgabe. Einerseits kann der Referenzrahmen der Betrachtung nicht groß genug sein, gilt es doch globalisierte Produktionsprozesse und Megatrends in der Wirtschafts- und Technologieentwicklung genauso wie den globalen Siegeszug des Konsumismus (Zimmermann 2016) einzubeziehen. Andererseits ist auch der Blick »in die Tiefe« in Praktiken der Aneignung von Produkten, in Prozesse der Konstruktion und Aktualisierung der Bedeutung von Produkten sowie in Be- und Entwertungsprozesse notwendig. Die bisherige Forschung ist aber – von wenigen Bemühungen abgesehen (Brönneke und Wechsler 2015) – bisher eher disziplinär ausgerichtet oder im Bereich der selbst eher kurzlebigen Auftragsforschung angesiedelt. Hinzu kommt, dass auch dominante und gleichermaßen idealistische wie auch pessimistische Auffassungen der praktischen Entscheidungs- und Handlungsspielräume überwunden werden müssen. Es ist aus unserer Sicht zwar verkürzt anzunehmen, dass es nur von den Entscheidungen von Herstellern oder Konsument/-innen abhängt, dass es zu kurzen Nutzungs- und Lebensdauern kommt. Dennoch lassen sich aus einer Analyse der sozialen Praktiken und ihrer systemischen Einbettung (in Alltags- und Konsumstrukturen, in wirtschaftliche Logiken und Praxen) sowie einer Berücksichtigung der materiellen Eigenschaften der Artefakte Möglichkeitsräume erschließen. So lässt sich beispielsweise fragen, warum in der Forschung und Entwicklung von Produkten Ökodesign (das auch Design für Langlebigkeit einschließt) oder zirkuläre Geschäftsmodelle eher als Hemmnis und nicht als Innovationsfaktor gesehen werden (Lindner und Williander 2015), besonders im Vergleich zu ähnlich risikoreichen Innovationsinvestitionen. Mit Blick auf Konsument/-innen könnten beispielsweise Praktiken der Produktpflege oder -wartung sowie der Reparatur Möglichkeiten sein, die Verantwortung für die Lebensdauer zu übernehmen. Diese Möglichkeitsräume zu erschließen ist aus unserer Sicht eine zentrale Aufgabe inter- und transdisziplinärer Nachhaltigkeitsforschung.

Inter- und transdisziplinäre Zusammenarbeit ist im Kontext der Obsoleszenz jedoch besonders anspruchsvoll, denn nicht nur die potentiellen Praxispartner aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft haben – ihrer jeweiligen Praxislogik entsprechend – sehr heterogene Verständnisse von Obsoleszenz und neigen aufgrund der oben beschriebenen gegenseitigen Verantwortungszuweisung möglicherweise nicht zur Kooperation. Auch die für das Thema relevanten wissenschaftlichen Disziplinen – u.a. Technik-, Sozial-, Wirtschafts-, Rechts- und Politikwissenschaften – können sehr unterschiedliche Auffassungen von den Ursachen und Lösungen haben. Wichtig ist daher die Identifikation von gemeinsamen Themen (»epistemic objects«, Jahn et al. 2012) und Brückenkonzepten, auf die sich der Wissensaustausch und die Wissens-

produktion beziehen können. Ausgehend von der Grundannahme, dass das Beziehungsverhältnis zwischen Mensch und Ding vor allem auf praktischem Verstehen und sozialen Bedeutungen der Dinge beruht, lässt sich die Frage stellen, wie sich Konventionen über die »richtige« Art und Weise des Umgangs mit Produkten entwickeln und wie dieser Umgang mit den Bedeutungen der Produkte in den jeweiligen Praxis-Settings zusammenhängt. Entlang der »Biografie« eines Objekts kann dabei analysiert werden, wie sich Wissen und Bedeutungen in der Entwicklung und Konstruktion, der Vermarktung, dem Gebrauch, der Nach-, Ent- und Weiternutzung, der Destruktion sowie im Design der Produkte selbst materialisieren. Was wissen die Beteiligten über die Produkte, deren Aufbau, technische Funktion, Wartung, Pflege? Welches Repertoire steht ihnen zum »Ausreizen« der Haltbarkeit und Zuverlässigkeit beispielsweise durch ausgiebiges Testen, Modulieren, Reparieren, Wieder- und Nachnutzen zur Verfügung? Welche Möglichkeiten zur Wissens- und Kompetenzaneignung bestehen überhaupt in einer globalisierten Produktion²¹ und in Anbetracht technologischer Trends hin zur Digitalisierungsintegration und Automatisierung? Dabei werden durch die zunehmende Miniaturisierung von Unterhaltungselektronik und die Ausstattung von eigentlich elektrischen Geräten mit Mikroelektronik (Stichwort Smart Home) sowohl die Fehleranfälligkeit der Geräte erhöht, also auch die Reparierbarkeit erschwert. Der Slogan der sogenannten Repair-Bewegung »If you can't open it, you don't own it« weist darauf hin, dass eine vollständige Aneignung von Produkten auch dadurch verhindert wird, dass sie den Nutzer/-innen verschlossen bleiben. Nicht nur Konstruktion und Destruktion finden räumlich weit entfernt und wenig sichtbar statt, auch bei der Nutzung bleibt das Innere der Produkte verborgen, durch verklebte Gehäuse, das Zusammenfügen von Einzelteilen zu kompakten Modulen und geschlossene Oberflächen. Eine wichtige Frage ist daher auch, wie das Design von Objekten praktisches Verstehen fördern oder verhindern kann.

Wichtig ist sowohl beim Verstehen von als auch bei der Ableitung von Strategien gegen Obsoleszenz, dass deren kommunikative und materielle Hervorbringung in der sozialen Praxis eng ineinander verwoben sind, eine Unterscheidung zwischen semantischer und materieller Ebene jedoch ermöglicht, Verantwortung und Verantwortlichkeit differenziert zu betrachten. Denn – so die zentrale Aussage dieses Beitrags – eine Aktivierung von Verantwortung seitens der Konsument/-innen für Nachhaltigkeit im Kontext der nachhaltigen Ressourcennutzung und des nachhaltigen Konsums muss sowohl die kommunikative als auch die materielle Praxis tangieren. Akteure im Kontext nach-

21 | Moderne Produktionsweisen scheinen beispielsweise ein umfassendes Verstehen von Produkten auch für die Hersteller selbst zu erschweren, die schon Schwierigkeiten haben, die globalen Produktions- und Lieferketten ihrer eigenen Produkte zu überblicken (Jabii 2015; Alcantara und Brooks 2015; Lehmacher 2016).

haltiger Entwicklung und Ressourcennutzung sollten ihre Strategien daher sowohl auf den Diskurs kaprizieren und hier versuchen, ein Verständnis für die Komplexität und systemische Konstruktion von Obsoleszenz zu schaffen, die auf eine geteilte Verantwortung hindeutet. Gleichzeitig gilt es, realistische Möglichkeiten der Verantwortungsübernahme zu schaffen, indem beispielsweise Wartung, Pflege und Erhalt durch Reparatur und die hier jeweils relevanten praktischen Kompetenzen und infrastrukturellen Settings (wie offene Werkstätten, Reparaturdienstleistungen, Lernangebote) stärker gefördert werden.

LITERATUR

- Alcantara, Patrick, und Elliot Brooks. 2015. *Horizon Scan 2015 – Survey Report*. Caversham, UK: Business Continuity Institute. <https://www.bsigroup.com/Documents/BSI-BCI-Horizon-Scan-Report-2015-UK-EN.pdf> (Zugegriffen am: 08.11.2017).
- Akrich, Madeleine. 1992. The De-Description of Technical Objects. In *Shaping Technology, Building Society: Studies in Sociotechnical Change*, Hg. Wiebke Bijker und John Law, 205-224. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Baier, Andrea, Tom Hansing, Christa Müller und Karin Werner, Hg. 2016. *Die Welt reparieren: Open Source und Selbermachen als postkapitalistische Praxis*. Bielefeld: transcript.
- Baudrillard, Jean, und Chris Turner. 2007. *The intelligence of evil or the lucidity pact*. Oxford: Berg.
- Beck, Ulrich, Wolfgang Bonß und Christoph Lau. 2003. The Theory of Reflexive Modernization. Problematic, Hypotheses and Research Programme. *Theory, Culture & Society* 20:1-33.
- Brönneke, Tobias, und Andrea Wechsler, Hg. 2015. *Obsoleszenz interdisziplinär. Vorzeitiger Verschleiß aus Sicht von Wissenschaft und Praxis*. Baden-Baden: Nomos.
- Cooper, Tim. 2004. Inadequate Life? Evidence of Consumer Attitudes to Product Obsolescence. *Journal of Consumer Policy* 27:421-449.
- Cooper, Tim, Hg. 2010. *Longer lasting products. Alternatives to the throwaway society*. Farnham: Ashgate.
- Cooper, Tim, und Kieren Mayers. 2000. *Prospects for Household Appliances, E-SCOPE Survey. An Investigation of the Implications and Effectiveness of Producer Responsibility for the Disposal of WEEE*. Halifax: Urban Mines.
- Cox, Jayne, Sarah Griffith, Sara Giorgi und Geoff King. 2013. Consumer understanding of product lifetimes. *Resources, Conservation and Recycling* 79:21-29.

- Echegaray, Fabián. 2016. Consumers' reactions to product obsolescence in emerging markets. The case of Brazil. *Journal of Cleaner Production* 134:191-203.
- Eisentraut, Steffen. 2016. Das Mobiltelefon als digitaler Dauerbegleiter. In *Dinge befremden*, Hg. Julia Reuter und Oliver Berli, 107-113. Wiesbaden: Springer.
- Evans, Sian, und Tim Cooper. 2010. Consumer Influences on Product Life-Spans. In *Longer lasting products. Alternatives to the throwaway society*, Hg. Tim Cooper, 319-350. Farnham: Ashgate.
- Feldmann, Kiri, und Peter Sandborn. 2007. *Integrating technology obsolescence considerations into product design planning*. Proceedings of the ASME 2007 International Design Engineering Conference. Las Vegas.
- Fisher, Tom H. 2004. What We Touch, Touches Us: Materials, Affects, and Affordances. *Design Issues* 20:20-31.
- Fridrich, Christian, Renate Hübner, Karl Kollmann, Michael-Burkhard Piorowsky und Nina Tröger, Hg. 2017. *Abschied vom eindimensionalen Verbraucher*. Wiesbaden: Springer VS.
- Gregson, Nicky, Alan Metcalfe und Louise Crewe. 2007. Identity, Mobility, and the Throwaway Society. *Environment and Planning D: Society and Space* 25:682-700.
- Gregson, Nicky, Alan Metcalfe und Louise Crewe. 2009. Practices of Object Maintenance and Repair. *Journal of Consumer Culture* 9:248-272.
- Harrell, Gilbert D., und Diana M. McConocha. 1992. Personal Factors Related to Consumer Product Disposal Tendencies. *Journal of Consumer Affairs* 26:397-417.
- Haug, Wolfgang Fritz. 2010. *Kritik der Warenästhetik*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hörning, Karl H. 2015. Was fremde Dinge tun. Sozialtheoretische Herausforderungen. In *Vom Eigensinn der Dinge. Für eine neue Perspektive auf die Welt des Materiellen*, Hg. Hans P. Hahn und Jan Assmann, 163-176. Berlin: Neofelis Verlag.
- Hughes, Thomas P. 1986. The Seamless Web: Technology, Science, Etcetera, Etcetera. *Social Studies of Science* 16:281-292.
- Hui, Allison, Theodore R. Schatzki und Elizabeth Shove. 2017. *The nexus of practices. Connections, constellations and practitioners*. New York: Routledge.
- Jabil - Dimensional Research. 2015. *The state of supply chains in 2015. A survey of electronics manufacturing*. Jabil Circuit, Inc. <http://transparentplanetllc.com/wp-content/uploads/2016/10/JabilSupplyChainReport-State-of-Electronics-Manufacturing.pdf> (Zugegriffen: 08.11.2017).
- Jahn, Thomas, Matthias Bergmann und Florian Keil. 2012. Transdisciplinarity: Between mainstreaming and marginalization. *Ecological Economics* 79:1-10.

- Jaeger-Erben, Melanie, und Tamina Hipp. 2017. Letzter Schrei oder langer Atem? Erwartungen und Erfahrungen im Kontext von Langlebigkeit bei Elektronikgeräten. *OHA-Texte*, Hg. Nachwuchsgruppe Obsoleszenz, 1/2017. <https://challengeobsolescence.info/aktuelles/letzter-schrei-oder-langer-atem/> (Zugegriffen: 08.11.2017).
- Keller, Reiner. 2011. *Diskursforschung. Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen*, 4. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.
- Klose, Sybille. 2015. Obsoleszenz – Obsolet weil auskuratiert!? In *Obsoleszenz interdisziplinär. Vorzeitiger Verschleiß aus Sicht von Wissenschaft und Praxis*, Hg. Tobias Brönneke und Andrea Wechsler, 169-184. Baden-Baden: Nomos.
- Krajewski, Markus. 2014. Fehler-Planungen. Zur Geschichte und Theorie der industriellen Obsoleszenz. *Technikgeschichte* 81:91-114.
- Kreiß, Christian. 2014. *Geplanter Verschleiß. Wie die Industrie uns zu immer mehr und immer schnellerem Konsum antreibt – und wie wir uns dagegen wehren können*. München: Europa Verlag.
- Lehmacher, Wolfgang. 2015. *Globale Supply Chain. Technischer Fortschritt, Transformation und Circular Economy*. Online-Ausg. Wiesbaden: Springer.
- Linder, Marcus, und Mats Willander. 2015. Circular Business Model Innovation: Inherent Uncertainties. *Business Strategy and the Environment* 26(2):182-196.
- Miller, Daniel, Hg. 2006. *Materiality*. Durham: Duke Univ. Press.
- Miller, Daniel. 2012. *Stuff*. Cambridge: Polity Press.
- Oetzel, Günter. 2012. Das Globale Müll-System. Vom Verschwinden und Wieder-Auftauchen der Dinge. In *Globale öffentliche Güter in interdisziplinären Perspektiven*, Hg. Matthias Maring, 78-98. Karlsruhe, Baden: KIT Scientific Publishing.
- Packard, Vance. 1960. *The waste makers*. New York: McKay Comp.
- Prakash, Siddharth, Günther Dehoust, Martin Gsell und Tobias Schleicher. 2016. *Einfluss der Nutzungsdauer von Produkten auf ihre Umweltwirkung: Schaffung einer Informationsgrundlage und Entwicklung von Strategien gegen »Obsoleszenz«*. Umweltbundesamt.
- Rammert, Werner, und Ingo Schulz-Schaeffer. 2002. Technik und Handeln – wenn soziales Handeln sich auf menschliches Verhalten und technische Artefakte verteilt. *TUTS – Working Papers* 4-2002.
- Reckwitz, Andreas. 2002. The Status of the »Material« in Theories of Culture. From »Social Structure« to »Artefacts«. *Journal for the Theory of Social Behaviour* 32:195-217.
- Reckwitz, Andreas. 2003. Grundelemente einer Theorie sozialer Praktiken. Eine sozialtheoretische Perspektive. *Zeitschrift für Soziologie* 32:282-301.
- Rinkinen, Jenny, Mikko Jalas und Elizabeth Shove. 2015. Object Relations in Accounts of Everyday Life. *Sociology* 49:870-885.

- Schatzki, Theodore R. 2002. *Social practices. A Wittgensteinian approach to human activity and the social*. New York: Cambridge University Press.
- Schatzki, Theodore R. 2002. *The Site of the Social*. Pennsylvania: Pennsylvania State University Press.
- Shove, Elizabeth. 2007. *The design of everyday life*. Oxford: Berg.
- Shove, Elizabeth, Mika Pantzar und Matt Watson. 2012. *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and How it Changes*. London: SAGE.
- Silverstone, Roger, und Eric Hirsch. 1992. *Consuming technologies. Media and information in domestic spaces*. London: Routledge.
- SIRCOME, Universität der Südbretagne und Universität Südböhmen. 2016. *ILIC-Studie »Wie beeinflussen Informationen über die Lebensdauer den Verbraucher?«*. Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss.
- Spinney, Justin, Kate Burningham, Geoff Cooper, Nicky Green und David Uzzell. 2012. What I've found is that your related experiences tend to make you dissatisfied: Psychological obsolescence, consumer demand and the dynamics and environmental implications of de-stabilization in the laptop sector. *Journal of Consumer Culture* 12:347-370.
- Ullrich, Wolfgang. 2014. *Habenwollen. Wie funktioniert die Konsumkultur?*, 4. Aufl. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Van Hinte, Hrsg. 1997. *Eternally yours. Visions on product endurance*. Rotterdam: 010 Publishers.
- VZBV. 2017. *Haltbarkeit und Reparierbarkeit von Produkten*. Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.
- Weber, Heike. 2014. Einleitung. »Entsorgen«. Reste und das Ausrangieren, Zerlegen und Beseitigen des Gemachten. *Technikgeschichte* 81:3-32.
- Weizsäcker, Ernst Ulrich von, Amory B. Lovins und L. H. Lovins. 1997. *Faktor vier. Doppelter Wohlstand – halbiertes [Natur]verbrauchen*. München: Droemer Knauer.
- Wieser, Harald. 2017. *Die »Theorie« geplanter Obsoleszenz als Sackgasse?* www.postwachstum.de/die-theorie-geplanter-obsoleszenz-als-sackgasse-20170127 (Zugegriffen: 03.02.2017).
- Wieser, Harald, Nina Tröger und Renate Hübner. 2015. *Die Nutzungsdauer und Obsoleszenz von Gebrauchsgütern im Zeitalter der Beschleunigung. Eine empirische Untersuchung in österreichischen Haushalten*. Wien: AK Wien.
- Zimmermann, Friedrich M. 2016. *Nachhaltigkeit wofür?* Berlin: Springer.