



Sozialdemokratische
GewerkschafterInnen
in der AK Wien

Antrag Nr. 15

der Fraktion sozialdemokratischer GewerkschafterInnen
an die 167. Vollversammlung der Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien
am 14. November 2016

MAßNAHMEN FÜR EINE LÄNGERE LEBENS- UND NUTZUNGSDAUER VON PRODUKTEN

Forderung:

Für Gesellschaft und Umwelt: Produkte länger haltbar und nutzbar machen

- Verbesserung bei der Gewährleistung: Die Beweislastumkehr soll auf die Dauer der Gewährleistung ausgedehnt werden, für langlebige Produkte soll eine Verlängerung der Gewährleistungspflicht geprüft werden.
- Eine Angabe und Mindeststandards hinsichtlich der Lebensdauer soll KonsumentInnen informieren und Kaufentscheidungen erleichtern. Die Angabe soll an eine verpflichtende Herstellergarantie gekoppelt sein.
- Produkte müssen leicht reparierbar gestaltet werden und Ersatzteile über einen längeren Zeitraum zur Verfügung gestellt werden.
- Regelungen für Werbung: diese darf nicht zum Wegwerfen und Entsorgen animieren.
- Stärkung der Konsumkompetenzen vor allem in Schulen.
- Unterstützung von Repair-Unternehmen.

Begründung:

Haushaltsgeräte und Konsumgüter (va elektronische) sind einerseits weniger lange haltbar und werden andererseits immer kürzer genutzt, dies zeigen Studien des deutschen Umweltbundesamts sowie der AK Wien. Die sogenannte „geplante Obsoleszenz“ – der Vorwurf gegenüber den Herstellern, absichtlich die Produkte **kurzlebig** zu konstruieren – deckt dabei jedoch nur einen Teilbereich des Problems ab. Problematisch ist neben dem Aspekt, dass oft billige Verschleißteile eingebaut werden (wie zB Plastiktrommeln bei Waschmaschinen), dass die Geräte immer schwieriger zu reparieren sind. Einerseits aufgrund mangelnder Verfügbarkeit von Ersatzteilen, andererseits weil immer speziellere Werkzeuge notwendig sind, die KonsumentInnen oft nicht haben. Weiters können Geräte immer schwieriger geöffnet (weil verklebt) und Teile getauscht werden (zB Akkus bei Handys). Die gesetzliche Gewährleistung greift hier meist nicht – da sie mit 2 Jahren für viele Geräte sehr kurz ist und die Beweislast nach 6 Monaten bei den KonsumentInnen liegt. Hier wäre die EU-Ebene zu adressieren, da die Gewährleistungsbestimmungen EU-weit geregelt sind.

Diese Punkte betreffen die Lebensdauer eines Produktes, ein weiterer wichtiger Aspekt umfasst weiters die **Nutzungsdauer** von Gütern. Eine englische Studie von 2004 zeigte, dass 30% aller Produkte (60% aller elektronischen Geräte!), die entsorgt wurden, eigentlich noch funktionieren. Vor allem elektronische Unterhaltungsgeräte wie Smartphones, Fernseher, Notebooks haben immer kürzere Nutzungszyklen, weil ständig neue Produkte auf den Markt kommen, die (vermeintlich) noch



Sozialdemokratische
GewerkschafterInnen
in der AK Wien

etwas besser sind als die alten. Gerade junge Menschen stehen dabei unter Druck, sich neue Geräte anschaffen zu müssen, um nicht ausgegrenzt zu werden (28% der jungen Menschen bis 29 Jahren sagten in der AK-Studie, dass sie ihr letztes Handy auch deswegen gekauft haben, um auf dem neuesten Stand zu sein/mitreden zu können – im Vergleich zu 12% aller Befragten). Hier wirkt vor allem die Werbung als Katalysator, der zum Kaufen verführt. Dies hat negative ökologische (Umweltbelastung vor allem durch seltene Erden), aber auch soziale Auswirkungen – gerade sozial und finanziell benachteiligte Personen stehen noch stärker unter Druck, sich Geräte anzuschaffen, die sie sich eigentlich gar nicht leisten können.

Wenn Produkte wieder länger nutzbar werden, weil sie reparierbar sind, werden gerade finanziell benachteiligte Personen profitieren. Ramschartikel, die zwar billig sind, aber nur eine geringe Lebensdauer aufweisen und nicht reparierbar sind, verschwinden dadurch nach und nach vom Markt. Die Qualität der Produkte am Markt verbessert sich, das bedeutet nicht zwangsläufig eine Preissteigerung. Reparaturen können die Lebensdauer verlängern und wirken über die Gesamtnutzungsdauer preismindernd. Ergänzend wären Konsumentinformationen eine gezielte Maßnahme: Informationen sollen nicht nur den einmaligen Kaufpreis beinhalten, sondern der umgelegte Preis auf die Produktlebenszeit. Wenn zB eine teure, qualitativ hochwertige Waschmaschine ca. 1000 Euro kosten würde, bedeutet dies umgerechnet auf eine 20jährige Lebenszeit jedoch nur 50 Euro/pro Lebensjahr. Eine 300 Euro Waschmaschine hält im Vergleich nur ca. 3 Jahre und kostet damit 100 Euro pro Jahr. Diese Informationen erhöhen kompetente Kaufentscheidungen und müssten, um wirksam zu sein an verpflichtende Herstellergarantien gekoppelt sein – die Lebenszeit, die der Hersteller verspricht, muss eingehalten werden. Auch hier macht v.a. eine EU-weite Regelung Sinn, etwa im Rahmen der Ökodesign-Richtlinie.

Bei vielen Produkten stellt jedoch das „außer Mode sein“ ein größeres Problem dar, hier muss auch die Werbung verantwortungsvoller mit der Thematik umgehen. Eine längere Nutzungsdauer wirkt positiv auf die Umwelt, gerade Jugendlichen muss das stärker vermittelt werden. Die Werbung hat hier – neben Schule und Elternhaus – eine prägende und aufklärerische Wirkung und trägt damit Verantwortung. Derzeit wird in der Werbung jedoch eher das Gegenteil vermittelt – siehe zB Juhu-Werbung. Striktere Regelungen für Werbung wären begrüßenswert.

Reparieren und länger nutzen, um die Umwelt zu schonen, muss im Vergleich zum „immer neu kaufen“ wieder ein attraktiver gesellschaftlicher Wert werden. Damit könnte auch sozialer Druck vermindert werden, der gerade unter jungen Menschen groß ist. Insbesondere jene Familien, die ohnehin schwer mit dem Einkommen auskommen, werden dadurch entlastet. Der Erwerb von Konsumkompetenzen bereits in der Schule soll junge Menschen in die Lage versetzen, Konsumgewohnheiten und –druck kritisch zu hinterfragen.

Nicht zuletzt würde sich das auch auf die österreichische Wirtschaft positiv auswirken, wenn Produkte innerhalb Österreichs repariert werden, als wenn neue Geräte billig aus dem Ausland importiert werden. Repair-Unternehmen spielen dabei eine wichtige Rolle und sollten daher gefördert werden.

Angenommen <input checked="" type="checkbox"/>	Zuweisung <input type="checkbox"/>	Ablehnung <input type="checkbox"/>	Einstimmig <input type="checkbox"/>	Mehrstimmig <input checked="" type="checkbox"/>
--	------------------------------------	------------------------------------	-------------------------------------	---