

Günter Ropohl

Verbraucher im technischen Fortschritt – Hilflose Artisten im Innovationszirkus

Working Paper Verbraucherpolitik Verbraucherforschung (AK-Wien, Abteilung Konsumentenpolitik),¹

Politik und Wirtschaft sind sich einig: Wir brauchen Innovationen. Nur Innovationen fördern den Wohlstand. So tun die Techniker alles, was in ihren Kräften steht, um fortgesetzt Neues in die Welt zu setzen. Das Bessere ist des Guten Feind, lautet eine bekannte Devise, doch ob alles Neue immer auch das Bessere ist, das steht dahin – vor allem für die Verbraucher.

Gleich mal ein Beispiel: Früher konnte ich den Ölstand meines Automotors mit einem Messstab überprüfen, und das Ergebnis war verlässlich. Heute gibt es eine elektronische Abfrageprozedur, in der ich nach einem Schema, das ich erst lernen muss, ein paar Knöpfe in einer bestimmten Reihenfolge zu drücken habe, damit mir der Ölstand graphisch auf dem Armaturenbrett angezeigt wird. Gut, ich muss mir nicht mehr die Finger schmutzig machen, aber ob ich der Elektronik vertrauen kann, weiß ich nicht, und gelegentlich heißt es sogar: „Keine Information verfügbar“. In diesem Fall ist das Neue mitnichten das Bessere.

Immer öfter mal was Neues

Besonders rasant ist die Innovationsgeschwindigkeit in der Informationstechnik. Man kann regelrecht von einer informationellen Revolution sprechen. Nehmen wir die Tonträger: 50 Jahre gab es die gute alte Schellackplatte, die um 1950 von der Vinyl-Langspielplatte verdrängt wird. 20 Jahre später erscheint die Magnetband-Musikkassette, die seit 1990 von der optoelektronischen Kompaktplatte („CD“) abgelöst wird. Doch bereits 1995 werden Speicherchips hoher Kapazität („Flash-Speicher“) vorgestellt, die inzwischen den „Walkman“ und den „Discman“ ersetzt haben und in tragbaren Musikgeräten („MP3-Player“; ich nenne sie „Taschenspieler“) Stunden lang abspielen, was man zuvor darauf aufgenommen hat.

Wer im letzten Viertel des 19. Jahrhunderts geboren wurde, kam ein Leben lang mit den Schellackplatten aus. Wer 50 Jahre später auf die Welt gekommen ist, musste vier Innovationen über sich ergehen lassen – mit all den Umstellungen, die damit verbunden waren: neue Geräte, neue Bedienungsformen, neue Tonträger. Ich will nicht bestreiten, dass die Klangqualität der neuen Medien gestiegen ist (wenn man von der „MP3“-Kompression absieht), und dass auch Manches komfortabler geworden ist, wenn man es mal gelernt hat. Beispielsweise brauche ich nicht mehr ein Dutzend Kassetten oder Silberscheiben mit auf die Reise zu nehmen; es genügt ein handliches Abspielgerät, sofern ich es allerdings vorher mit meiner Lieblingsmusik präpariert habe.

Noch schneller verlief die Entwicklung bei den externen Speichermedien des Arbeitsplatzrechners („PC“). In den 25 Jahren, die ich nun damit arbeite, musste ich mich fünfmal umstellen. Ganz am Anfang gab es Magnetband-Laufwerke, u.a. auch für die aus der Tontechnik bekannten Audiokassetten. Dann kamen die 5¼-Zoll-Disketten, die sog. „floppy discs“, um alsbald von den 3½-Zoll-Disketten abgelöst zu werden. Schließlich übernahm man, wiederum aus der Tontechnik, die „CD“, die inzwischen von den „Flash-Speichern“, den sog. „USB-Sticks“, verdrängt wird. Noch verfügt mein Rechner über ein Disketten-Laufwerk, aber wenn ich einen neuen brauche, ist diese Ausstattung kaum noch zu bekommen, und ich benötige ein Zusatzgerät, um früher gespeicherte Informationen wiederverwenden zu können. Mit dem Neuerungsdruck geht also eine fortgesetzte Obsoleszenz der früheren Technik einher, die dem Benutzer einen andauernden Anpassungszwang auferlegt.

Verwirrendes Angebot

Die Neuerungs geschwindigkeit bereitet dem Verbraucher erhebliche Orientierungsschwierigkeiten. Als mein zwanzig Jahre alter „Walkman“ schließlich versagte, habe ich viel Zeit für die Markterkundung gebraucht – „Discman“, Mobiltelefon mit integriertem Musikspeicher etc. –, bevor ich dann den „MP3-Player“ gewählt habe, der Musik auch verlustlos, also ohne „MP3“-Kompression, speichern kann. Man benötigt mithin einiges

¹ Prof. Dr. Günter Ropohl, emeritierter Professor für Allgemeine Technologie (Johann Wolfgang Goethe-

Wissen, um in der verwirrenden Vielfalt der Elektronikangebote überhaupt eine vernünftige Auswahl zu treffen.

Das ist ein erstes Defizit der Verbrauchersituation: Das Innovationsangebot ist völlig unübersichtlich. Wer in die regelmäßig verteilten Prospekte der Technikhörkte schaut, stößt auf eine Vielzahl von Produkten und Produktspezifikationen, auf die er sich beim besten Willen keinen Reim machen kann. Wozu braucht er die externe Festplatte mit 500 Gigabyte, wozu das Radio mit „iPod-Docking“, wozu die Digitalkamera mit „GPS-Ortung“? Die einfache Antwort: Üblicher Weise braucht man das überhaupt nicht, aber niemand sagt einem, wozu das im Einzelfall vielleicht nützlich sein könnte.

Ein neues technisches Gerät bietet ein neues Handlungspotenzial, das man erst mit der Verwendung realisiert, indem man damit eine Handlungseinheit eingeht. Zuvor hat man davon meist keine konkrete Vorstellung, und da die Meisten nicht mit besonderer Phantasie gesegnet sind, sollte die neue Handlungsmöglichkeit mit dem Produktangebot deutlich und verständlich beschrieben werden. Anderenfalls mutet man dem Verbraucher zu, so zu sagen die Katze im Sack zu kaufen, und es gibt wechselvolle Überraschungen, wenn das „Tier“ dann aus dem „Sack“ herausgekommen ist. Es scheint so, als verließen sich die Anbieter darauf, dass sich im Umfeld der Freunde und Bekannten von Mund zu Mund herumspricht, wozu die Innovation gut ist, aber solch soziales Lernen ist kein besonders zuverlässiger Vorgang, zumal nicht jeder ständig im Kreis von Technikfreaks verkehrt.

Auch fände man einen leichteren Zugang zu den Sachen, wenn sie verständlich bezeichnet würden. Doch tatsächlich tragen all die seltsamen Bezeichnungen und deren Kürzel zur Verwirrung bei. Ursprünglich der englischen Sprache entnommen, kommen sie im Deutschen als geheimnisvolle Fachwörter daher. So ist der „Flash-Speicher“ nichts Anderes als ein „Blitzspeicher“, metaphorisch wegen der hohen Zugriffsgeschwindigkeit so benannt, und der „USB-Stick“ ist ein Steckerpeicher, der über eine Buchse mit dem „universellen seriellen Netzwerk“ des Rechners verbunden wird. Der ominöse „DSL“-Zugang zum weltweiten Rechnernetz leitet sich vom englischen „digital subscriber line“ ab und heißt auf gut deutsch „digitaler Teilnehmeranschluss“; klarer könnte man das als „digitalen Telefonanschluss“ („DTA“) bezeichnen.

Eine „CD-R“ ist eine „compact disc recordable“, eine optoelektronische Digitalplatte, die nur einmal bespielt werden kann; es handelt sich also um eine „Einmal-Speicherplatte“. Sonst heißt sie „CD-RW“ für „compact disc rewritable“, die immer wieder gelöscht und neu bespielt werden kann und deutsch „Mehrfach-Speicherplatte“ genannt werden sollte. Dieselben Kürzel gibt es für die „DVD“, die „digital versatile disc“, also die „vielseitige Digitalplatte“, die für große Datenmengen besonders bei der Filmaufzeichnung benutzt wird, aber in den Varianten „+R“ und „-R“ bzw. „+RW“ und „-RW“ vorkommt. Derlei sollte man wissen, wenn man sich einen „DVD-Player“, also ein Abspielgerät, oder einen „DVD-6 Recorder“, also ein Aufnahme- und Abspielgerät für digitale Filmaufzeichnungen zulegen will.

Natürlich braucht man für neue Produkte neue Namen. Aber die Innovationsgeschwindigkeit ist derart gewachsen, dass niemand mehr die Zeit findet, treffende deutsche Bezeichnungen zu schaffen, und stattdessen den Technikverwender mit angelsächsischem Kauderwelsch überschüttet. Was waren das noch für Zeiten, als man Jahre lange darüber debattierte, ob man das neue Telekommunikationsgerät nun „Fernsprechapparat“ oder „Telephon“ nennen sollte!

Unhandliche Bedienungsanleitungen

Kürzlich habe ich einen „DVD-Recorder“ angeschafft, und die deutschsprachige Bedienungsanleitung umfasst 90 engbedruckte DIN-A4-Seiten. Gewiss: Das Gerät kann sehr viel, und alles muss narrensicher beschrieben werden. Aber eine intuitive Bedienung, wie sie früher bei einfachen Produkten nach kurzer Durchsicht der Beschreibung gang und gäbe war, ist unmöglich geworden. So muss ich immer wieder nachschlagen, wie ich zu verfahren habe, wenn ich eine „DVD-R“ oder eine „DVD+RW“ bespielen will. Das neue Produkt kann ich aber nur dann in meine Lebensweise integrieren, wenn mir seine Verwendungsmöglichkeiten klar, übersichtlich und deutlich erklärt werden. Die Produktinformation ist ein notwendiger Bestandteil der Lieferung, und folgerichtig kennt das Produkthaftungsrecht inzwischen den Tatbestand fehlerhafter Bedienungsanleitungen. Doch tatsächlich gelingt es den Anbietern noch längst nicht immer, den Umgang mit ihren Produkten in einer Weise zu beschreiben, die für den Durchschnittslaien unmittelbar eingängig wäre.

Das ist das zweite Defizit der Verbrauchersituation. Immer noch sind viele Gebrauchsanweisungen notleidend. Wohl sind die Zeiten vorbei, als asiatische Texter in völlig unverständlichem Deutsch dichteten (z.B.: „Setzen den freigestellten Singweisen- Griffel!“, eine Taste, die am Telefon das Abspielen einer Melodie im Wartezustand aktiviert), doch sind viele Produktinformationen nach wie vor wenig benutzerfreundlich. Da wird ein und derselbe Text für mehrere Produktvarianten geschrieben, und immer wieder heißt es: „Gilt nicht für alle Typen“, aber welches ist der Typ, den ich jetzt besitze? Oder ich finde im Gerätekarton eine dickleibige Broschüre, in der ich die Beschreibung nicht nur auf Deutsch, sondern auch

auf Russisch, Griechisch und Arabisch lesen darf, falls ich es denn kann. Solch ein verwirrender Unfug spart den Herstellern ein paar Druck-, Sortierungs- und 7 Verpackungskosten, verstört und verärgert aber den Benutzer, der bloß in seiner eigenen Sprache genau das lesen will, was er mit dem selbst gekauften Gerät anfangen kann.

Besonders unangenehm ist eine Unart, mit der manche Hersteller darauf setzen, dass jeder Kunde mit der Rechnerverwendung vertraut ist. Sie liefern keine gedruckte Gebrauchsanleitung mehr, sondern nur noch ein elektronisches Speichermedium, das man zunächst auf dem Heimrechner aktivieren muss, bevor man sich über das Produkt informieren kann. Da will ich das neue Fernsehgerät im Schlafzimmer installieren und muss immer wieder ins Arbeitszimmer laufen, um mir die erforderlichen Informationen vom Bildschirm zu holen – es sei denn, ich wollte selber den Druckaufwand für achtzig Seiten treiben, den der Hersteller eingespart hat. Dass ich im konkreten Fall (in Deutschland!) als Betriebsort „Finnland“ angeben musste, um den digitalen Kabelempfang zu aktivieren (ein Hinweis, den mir der Verkäufer glücklicherweise auf einem Schmierzettel notiert hatte), ist eine besondere Absurdität des informationstechnischen „Fortschritts“.

Mit einem Wort: Moderne Produkte sind unbrauchbar, wenn sie nicht mit handlicher und eingängiger Produktinformation geliefert werden. Aber etlichen Produzenten scheint diese schlichte Wahrheit unbekannt zu sein.

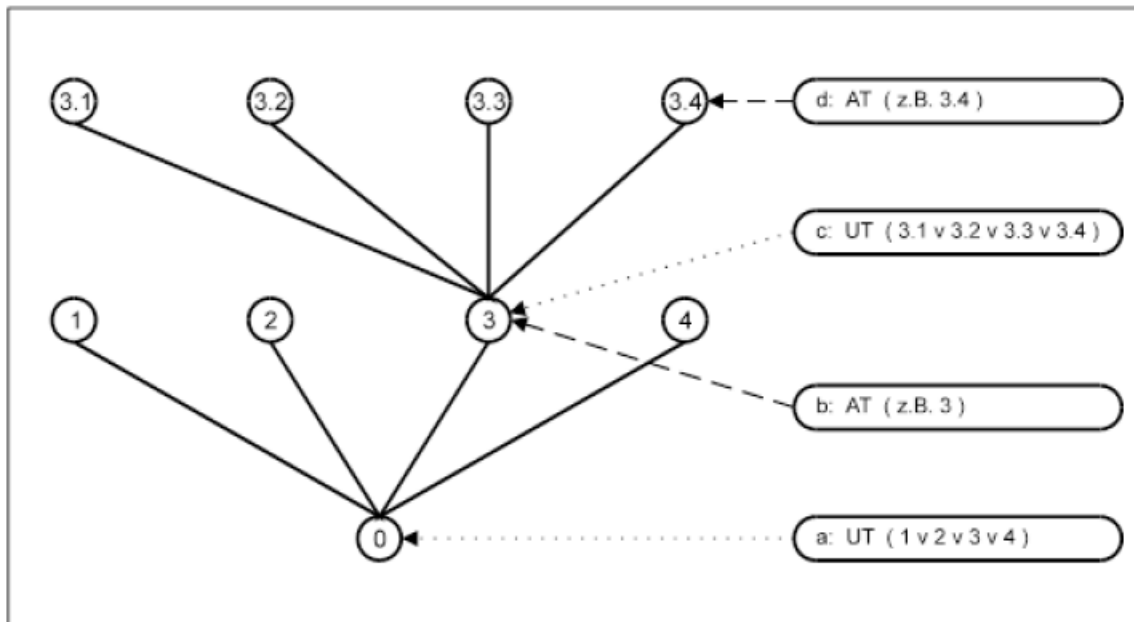
Labyrinth der „Befehlsbäume“

Es wird immer wieder gefordert, technische Geräte müssten „selbsterklärende Bedienungsoberflächen“ haben, der Benutzer müsse also den Schaltknöpfen so zu sagen ansehen, was er damit bewirken kann. Diesem löblichen Ziel stehen drei Eigenheiten der modernen Elektronik entgegen: die Digitalisierung, die Miniaturisierung der Geräte und die Vervielfachung der Gerätefunktionen. Der gute alte Radioapparat war so groß, dass man für jede seiner wenigen Funktionen einen eigenen Drehknopf oder Schalter vorsehen konnte. Die analogen Drehknöpfe entsprachen der Intuition; man drehte nach links, um Lautstärke oder Empfangsfrequenz zu verringern, und nach rechts, um sie zu erhöhen. Digitale Taster dagegen geben nur noch einzelne Impulse, und man muss sie mehrfach betätigen, um die gewünschte Wirkung zu erzielen; bestenfalls gibt es je eine Taste für „aufwärts“ und „abwärts“, aber oft genug muss man mit der einzigen Taste die ganze Skala durchlaufen, bis man schließlich zu einem niedrigeren Wert gelangt.

Dann sind vor allem die Taschengeräte so klein geworden, dass man am Gehäuse bloß wenige Tasten anbringen kann, die noch groß genug für die Fingerspitze sind. Andererseits aber gibt es nun so viele Schaltmöglichkeiten, dass unmöglich für jede Auswahl eine eigene Taste eingebaut werden kann. Gegen dieses Dilemma haben die Elektroniker einen Trick entwickelt: den „Befehlsbaum“. Das bedeutet, dass man mit einer Taste von „Zweig“ zu „Zweig“ des „Baumes“ geht und mit einer anderen Taste jeweils eine Funktion auswählt. Die Auswahltaste löst also völlig verschiedene Wirkungen aus, je nachdem, in welchem „Zweig“ sie betätigt wird.

Ein einfaches Beispiel ist von der Schreibtastatur bekannt, wo die Schreibtaste im Normalzustand einen kleinen Buchstaben, zusammen mit der Umschalttaste dagegen einen großen Buchstaben hervorbringt. Diese Steuerungslogik ist übersichtlich, da es ja nur um zwei Formen ein und desselben Buchstabens geht, der einmal klein, das andere Mal groß erscheint. Bei elektronischen Geräten hingegen wählt die „Umschalttaste“ unter mehreren, manchmal sehr verschiedenen Möglichkeiten, und die Effekte der Auswahltaste sind intuitiv nicht vorhersehbar. Das wird noch unübersichtlicher, wenn die Programmierer die Logik ausschöpfen und auf einer nächsten Ebene weitere „Zweige“ vorsehen, auf denen die Auswahltaste wiederum andere Funktionen aufruft.

Die komplizierten Zusammenhänge sind in normaler Sprache schwer verständlich. Ich habe darum ein Bild gezeichnet, um die Befehlslogik durchsichtiger zu machen. Man sieht einen Baum mit zwei Ebenen von Zweigen, wobei die höhere Ebene nur in einem Ausschnitt dargestellt ist, denn tatsächlich verzweigen sich auch die Äste 1, 2 und 4 zu weiteren Möglichkeiten; doch hätte ich das eingezeichnet, wäre das Bild noch komplizierter geworden. Am Anfang – Einschaltzustand „0“ – wählt man (a) mit der Umschalttaste UT einen der Zweige 1, 2, 3 oder 4, den man dann (b) – im Beispiel „3“ – mit der Auswahltaste AT bestimmt. Wieder benötigt man die Umschalttaste UT, um (c) einen der Äste 3.1 bis 3.4 zu suchen, und schließlich legt man (d) mit der Auswahltaste AT im Beispiel den Zweig 3.4 fest. Das könnte etwa die Kamerafunktion in einem Mobiltelefon sein, während man mit 1.4, 2.4 oder 4.4 zu völlig anderen Funktionen gelangen würde.



Befehlsbaum einer Elektroniksteuerung (Ausschnitt; UT = Umschalttaste; AT = Auswahltaste)

Die Auswahltaste AT kann also auf der ersten Ebene im Beispiel vier verschiedene Bedeutungen haben, auf der nächsthöheren Ebene dagegen womöglich Dutzende von Bedeutungen, je nachdem, wie viele Verzweigungen es auf der ersten Ebene gibt. Das kann der gesunde Menschenverstand ohne zusätzliche Hilfen weder nachvollziehen noch auf Dauer sich merken. Besitzen die Geräte, wie etwa Mobiltelefone, eine Bildanzeige, werden die Umschaltmöglichkeiten in einem sog. „Menü“ aufgelistet, und man versteht, was man auswählen kann. Bei sehr kleinen Geräten, beispielsweise einer briefmarkengroßen Digitaluhr, fehlt ein solches „Menü“, und man ist auf Gedeih und Verderb den Undurchsichtigkeiten der elektronischen Steuerungslogik ausgeliefert. Die mangelnde Beherrschbarkeit der Bedienungsprozeduren ist das dritte Defizit der Verbrauchersituation.

Diese Steuerungslogik beruht auf analytisch-rationalen Prinzipien, die dem Alltagsverständnis des Durchschnittsmenschen intuitiv völlig unverständlich sind und in der Ausführung nicht einmal besondere Stimmigkeit aufweisen. So ist der Befehlsbaum, den ich eben erläutert habe, in fast jedem Gerät anders belegt; Lernerfahrungen mit dem einen Produkt helfen also beim anderen kaum weiter. In einem Rechnerprogramm für die Textverarbeitung – da toben sich die Programmierer besonders hemmungslos in der Bastelei von „Bäumen“ aus, geben aber immerhin die Programmpunkte auf dem Bildschirm in Texten an – heißt ein Hauptmenü „Ansicht“, und man erwartet, darunter auch den Unterbefehl „Seitenansicht“ zu finden. Aber weit gefehlt: Dieser Unterbefehl steht im Hauptmenü „Datei“. Und bei der nächsten Programmversion ist das dann womöglich wieder völlig anders. Es gibt Rechnerbenutzer, die neue Programmversionen peinlichst meiden; „an den alten Unsinn habe ich mich schließlich gewöhnt“, sagen sie, „warum soll ich jetzt wieder neuen Unsinn lernen?“ Wenn nicht die Programmanbieter die Obsoleszenz der früheren Version so planmäßig betreiben würden, dass man am Ende doch zum Wechsel gezwungen ist!

Mit einem Wort: Die Besonderheiten der Elektronik büden dem Verbraucher einen völlig neuen Denkstil auf. Zwar äußern die Ergonomen den frommen Wunsch, die Technik müsse an die Bedürfnisse der Menschen angepasst werden, doch in der Informationstechnik ist es umgekehrt. Die Menschen müssen sich, wenn sie die Geräte beherrschen wollen, an deren Eigenlogik anpassen, und wer das nicht kann oder will, dem bleiben die „Segnungen der Informationsgesellschaft“ ein für allemal verschlossen.

Kundendienst – nur ein Wort

Der wahre Dienst am Kunden bestände darin, die Produkte so zu gestalten, dass die Verbraucher sie nach einem kurzen Blick in die Beschreibung problemlos beherrschen können. Das ist wie gesagt vielfach nicht der Fall, aber zum Ausgleich bieten die Hersteller ja ihre „Hotline“ an, eine Telefonnummer, die Hilfe bei allen Schwierigkeiten verspricht. Damit kann man gelegentlich einmal Glück haben, doch sehr kundenfreundlich sind diese Telefonverbindungen nur selten. Erstens wird eine besondere Gebühr erhoben, mit der die Firma ihren Auskunftsdienst auf Kosten des Kunden finanziert; dass telefonische Beratung eine Bringschuld sein müsste, ist den meisten Unternehmen unbekannt. Dann sind solche Telefonbüros – „Callcenters“ sagt natürlich der Eingeweihte – so schlecht besetzt, dass man viele (selbst bezahlte!) Minuten warten muss,

bevor sich überhaupt jemand meldet. Der hat schließlich oft genug keine Ahnung und verspricht den Rückruf eines Experten, auf den man dann manchmal vergeblich wartet. Mängel in der Kundenbetreuung sind das vierte Defizit der Verbrauchersituation.

Auch wenn ein Gerät gleich nach dem Auspacken oder ein paar Monate später überhaupt nicht tut, was es tun sollte, erlebt man sehr schnell, dass Hersteller und Händler vom Kunden, wenn er einmal bezahlt hat, am liebsten gar nichts mehr wissen wollen. Dem steht wohl das zweijährige Gewährleistungsrecht entgegen, das die Verbraucherpolitik nach langem Hin und Her endlich durchgesetzt hat, doch fast immer muss sich der Kunde im Garantiefall zum Händler bemühen oder das Gerät sogar einschicken. Nur selten erhält er sogleich ein funktionierendes Ersatzgerät, meist muss er das Produkt, an dem er sich erfreuen wollte,

zunächst hergeben und zwei drei Wochen, wenn es gut geht, auf die Reparatur warten, die er dann auch wieder beim Händler abholen muss; für den Zeit- und Fahraufwand sowie für den Nutzungsausfall entschädigt ihn niemand. Außerdem gibt es, besonders bei elektronischen Geräten, die bössartigen Fälle, in denen der Fehler nur beim Kunden auftritt und in der Werkstatt nicht zu finden ist, sich aber sogleich erneut bemerkbar macht, wenn der Kunde das angeblich intakte Gerät zu Hause wieder in Betrieb nehmen will.

Ist die Garantiezeit abgelaufen, kann man sich im Versagensfall gleich mit dem Gedanken vertraut machen, ein neues Produkt zu kaufen. Reparaturkosten von mehr als hundert Euro sind die Regel. Bei Kleingeräten lohnt das überhaupt nicht, und selbst bei Großgeräten überlegt man sich, ob man noch so viel für ein Produkt aufwenden will, das schon ein paar Jahre alt ist. Erforderliche Ersatzteile werden, falls sie überhaupt noch lieferbar sind, auch nicht gerade kleinlich kalkuliert; müsste man, sagen wir eine Waschmaschine, aus Ersatzteilen zusammensetzen, hätte man ein Vielfaches des Neupreises dafür zu bezahlen. Bei den Reparaturarbeiten erlebt man die Kostendiskrepanz zwischen rationalisierter Serienfertigung der Neuprodukte und handwerklicher Einzelarbeit, und bei den Ersatzteilpreisen spielt wohl auch die ökonomische Abhängigkeit des Kunden vom Firmenservice eine Rolle.

Das ist der alltägliche Horror, den die Technik uns beschert. Die Fachleute werden jetzt aufbegehren, ich würde ein paar Einzelfälle zur Regel erklären. Doch niemand weiß genau, wie groß die Anzahl der „Einzelfälle“ ist. Abgesehen von den Pannenstatistiken der Automobilclubs gibt es keine verlässlichen Zahlen, und lange Zeit haben die Hersteller über Art und Ausmaß der Beanstandungen nicht einmal Buch geführt – was sie doch eigentlich hätten tun müssen, um Anhaltspunkte für gezielte Produktverbesserungen zu gewinnen. Ich jedenfalls habe, was ich hier beschreibe, als durchschnittlicher Technikverwender zu oft erlebt, als dass ich an einzelne „Ausreißer“ glauben könnte.

Ohnmacht der Verbraucher

Die Verbrauchersituation leidet an mehreren Defiziten: dem Orientierungsdefizit, dem Produktinformationsdefizit, dem Beherrschbarkeitsdefizit und dem Kundendienstdefizit. Diese Defizite konterkarieren die Bedingungen, die für erfolgreiche Technikverwendung eigentlich erfüllt sein müssten: die Integrierbarkeit, die Beherrschbarkeit und die 12 Zuverlässigkeit. Derartige Mängel sind schon des öfteren beschrieben worden. Von den keineswegs unproblematischen Folgen ist seltener die Rede; dazu gehören die meist unfreiwillige Handlungsprägung, die undurchschauten mentalen Veränderungen im menschlichen Benutzer, die wachsende Abhängigkeit von allen möglichen Funktionsvoraussetzungen, die praktische Irreversibilität der einmal eingegangenen soziotechnischen Handlungseinheit und die psychosoziale Entfremdung, die in der Dominanz technischer Rationalität über die Spontaneität intuitiver Lebenspraxis erfahren wird.

Gelegentlich wird, mal von einzelnen Anbietern, mal von staatlicher Verbraucherpolitik, ein wenig dagegen getan. Wenn sich jedoch die Verhältnisse im Großen und Ganzen kaum bessern, liegt das zum Einen daran, dass man das Zusammenspiel von Mensch und Technik bis heute kaum begriffen hat. Zum Anderen aber macht sich eine wirtschaftsstrukturelle Eigenheit bemerkbar, die allenfalls in kritischen Lehrbüchern der Marktwirtschaft erwähnt wird. Diese Eigenheit liegt in dem Missverhältnis zwischen der Marktmacht der Anbieter und der Ohnmacht der Verbraucher.

Die Verbraucher bilden eine regellose Masse isolierter Individuen, die, angesichts wachsender wirtschaftlicher Konzentration, einer relativ geringen Anzahl von Anbietern gegenüberstehen und unfähig sind, sich für die Durchsetzung ihrer Interessen zu organisieren, wenn sie diese denn begreifen würden. Verbraucherpolitik ist nicht die Politik der Verbraucher selbst, sondern eine stellvertretende Politik von öffentlichen Organisationen (Verbraucherberatung, Warentest usw.), die am Tropf staatlicher Zuwendungen hängen. Die Finanzmittel dieser Organisationen sind bescheiden im Vergleich zu den Unsummen, die von den Anbietern für Reklame ausgegeben werden. Wie wäre es eigentlich mit der kühnen Idee, die Hälfte ihrer Werbebudgets müssten die Anbieter für die Verbraucheraufklärung abführen?

Das wäre dann vor allem auch Innovationsaufklärung. Wohl kennen Verbraucher ihre herkömmlichen Bedürfnisse: kulturspezifische Nahrung, Kleidung, Wohnung usw. Aber die Innovationen zielen ja meist auf neue Bedürfnisse, und die kennt der Durchschnittsmensch zunächst gar nicht. Oder hat man je den Chor der

Verbraucher gehört, der lautstark nach „HDTV“ geschrien hätte? Dieses „high definition television“ müsste erst „flimmerfreies Fernsehen“ genannt werden, bevor die Verbraucher verstehen würden, welchen Nutzen sie von der Neuerung haben – sofern sie es wirklich als Gewinn betrachten, die filamentstellenden Senderkennungen („Logos“) nun in höchster Bildauflösung genießen zu dürfen. Diese „Logos“ braucht, nebenbei bemerkt, niemand, es sei denn jene Urheberrechtsadvokaten, die nicht die wirklichen Urheber, sondern allein die Geschäfte der Verbreitungsagenturen schützen wollen.

Mit einem Wort: Auf den Technikmärkten wird nicht angeboten, was die Verbraucher wirklich wollen, sondern das, was die Produzenten verkaufen wollen. Ob die Käufer damit glücklich werden, ist den Herstellern egal. Karl Marx hatte einst die Wirtschaftsverfassung als „Herrschaft des Kapitals über die Arbeit“ charakterisiert. Heute, im konsumistischen Kapitalismus, bedeutet sie auch die Herrschaft der Innovation über das Leben.

Wenn die Verbraucher irgendwann innovationsmüde werden und an bewährter alter Technik festhalten wollen, dann rufen die Produzenten eine weise Politik zu Hilfe, die für künstliche Obsoleszenz sorgt. Das ist den Leuchtmittelherstellern gelungen, die, in unheiliger Allianz mit naiven Umweltschützern, endlich die konventionellen Glühlampen, mit denen nichts mehr zu verdienen war, mit eurokratischem Segen aus dem Verkehr ziehen konnten. Der Energiebedarf für die Beleuchtung machte bislang kaum 7 % aus, und mit den „Energiesparlampen“ braucht man per saldo vielleicht nur noch 4 %.

Wegen dieser lächerlich geringen Energieeinsparung werden inzwischen ein paar hundert Millionen Europäer per Dekret gezwungen, auf die einfache und angenehme Glühlampentechnik zu verzichten und statt dessen wesentlich teurere Hightech-Produkte einzusetzen, die überdies wegen ihres Schadstoffgehalts ökologisch nun wirklich bedenklich sind. Gewiss: Die Leuchtmittelindustrie hat längst schon bessere Innovationen im Köcher, und wenn dann einmal Qualität und Preis eine vernünftige Relation erreichen, werden die heiligen Engel der Marktwirtschaft ohnehin für den Fortschritt sorgen. Jetzt aber fällt den sonst so marktgläubigen Bürokraten in Brüssel, um den Leuchtmittelherstellern neue Profite zu beschermen, nichts Anderes ein, als die plumpsten Mittel der Planwirtschaft zu bemühen.

Das tun sie, diesmal nicht nur gegen die Verbraucher, sondern auch gegen die Industrie, in einem anderen völlig abstrusen Fall, in dem eine „Innovation“ verordnet wird, die der Produktqualität schadet. Inzwischen müssen in allen Zigaretten Löschzonen angebracht werden, die ein Weiterglimmen der Zigarette verhindern, wenn man nicht unentwegt daran zieht. Der Nachteil für den Raucher ist offenkundig, denn wenn er sich beim Rauchen Zeit lässt, verlöscht die Zigarette und muss von neuem angezündet werden, mit einer Flamme, die nun in bedenklicher Nähe der Nasenspitze entzündet wird. Überdies fallen dabei unkontrollierbar Aschenreste auf Tisch oder Boden. Diese unsinnige Produktverschlechterung wird scheinheilig als Brandschutzmaßnahme ausgegeben. Doch erstens hält sich die Anzahl von Bränden, die durch unachtsamen Umgang mit Zigaretten verursacht werden, in sehr engen Grenzen, und zweitens könnte der Brand natürlich bereits ausgelöst werden, bevor die Zigaretteglut die Löschzone erreicht. Hier scheint sich eine paranoide Sicherheitshysterie auszutoben, es sei denn, das Ganze wäre als weitere Schikane gegen die rauchenden Menschen gedacht, die bestimmte Kräfte in der Europäischen Union mit militanter Förderung durch die Weltgesundheitsorganisation am liebsten ausrotten würden.

Für solche zentralistischen Willkürakte erschleichen sich die europäischen Behörden eine fragwürdige Scheinlegalität, indem sie mit arglistiger Hinterzimmerdiplomatie die nationalen Verwaltungen dazu überreden oder gar nötigen, die entsprechenden Verordnungen in den Mitgliedsstaaten rechtlich verbindlich zu machen. Kein europäischer Bürger ist je gefragt worden, ob er auf herkömmliche Glühlampen verzichten oder Zigaretten rauchen will, die ständig verlöschen. Der bürokratische Moloch in Brüssel ist daran schuld, dass die Menschen, auch wenn sie immer noch der europäischen Idee anhängen, mit der europäischen Praxis nichts mehr zu tun haben wollen. Die Abhängigkeit von politischer Willkür ist ein fünftes Defizit der Verbrauchersituation.

Die Verbraucher sind hilflose Artisten im Innovationszirkus, überfordert von all den Kunststücken, die ihnen der Neuerungstaumel abverlangen will. Zu einem kleinen Teil sind die Eigenheiten der modernen Technik daran schuld, aber das wäre mit technologischer Aufklärung und besserer Produktgestaltung meist zu beheben. Großenteils hingegen sind es die undurchsichtigen Machenschaften von Politik und Wirtschaft, die sich, allen feierlichen Proklamationen zum Trotz, nicht planmäßig in den „Dienst am Menschen“ stellen, sondern selbstbezüglich ihren eigengesetzlichen Kalkülen verhaftet sind.

Aber das ist ein weites Feld ...