

Schneller kaputt, als man denkt

nach einer kleinen Herbstpause kurz vorm Fest ein Artikel, zu dem mich der Besuch der Ressourceneffizienz Veranstaltung des Landes Baden Württemberg im Oktober angeregt hat. Gibt es geplante Obsoleszenz und wenn, wie kann man damit umgehen?



Schneller kaputt, als man denkt, Bildhinweis Pixabay cco Lizenz

Mit **geplanter Obsoleszenz** wird eine Strategie bezeichnet, in der die Haltbarkeit eines Produkts vom Hersteller geplant und konzeptionell vorgesehen ist. Aber gibt es das wirklich oder geht es eher um vom Markt getriebene übertriebene Kostenoptimierung. Es ist zumindest aus verkäuferischer Sicht falsch.

Haltbarkeit sorgt nicht für Umsatz

Immer wieder ärgern sie den Endverbraucher: Produkte, die zu früh kaputtgehen, Ersatzteile, die nicht mehr zu beschaffen sind oder Nachbestellungen, die nach wenigen Jahren nicht mehr möglich sind. Dem Verbraucher drängt sich der Verdacht auf, dass hier schnell neuer Absatz geschaffen werden soll, um unsere Wegwerfgesellschaft mit immer wieder neuen Produkten am Leben zu erhalten. Dabei ist doch eigentlich das erklärte Ziel der Menschheit, durch eine funktionierende Kreislaufwirtschaft Dinge wieder zu verwerten und Rohstoffe zu schonen. Leider liegt die Fehleinschätzung oft in der Tatsache, dass große Teile der Industrie der Meinung sind, dass verringerte Haltbarkeit für mehr Umsatz sorgt. Aber Kunden ärgern sich so über ein Produkt, es gibt nicht nur Kurzzeitgedächtnisse auf dieser Welt, gerade auch durch die Möglichkeiten des Internets, und unter verkäuferischen Gesichtspunkten führt dies zu einer Abwanderung zu anderen Anbietern. Kunden gehen verloren.

Murks nein Danke

Die Internetseite Murks nein danke versucht diesem Thema auf den Grund zu gehen. Hier können Besucher Produkte beschreiben, mit denen sie unter Aspekten der Haltbarkeit Probleme bekommen haben. Dabei kann die Haltbarkeit durch natürliche,

nutzungsbedingte oder geplante Ursachen begrenzt sein. Von Unternehmen geplante Ursachen müssen auch nicht fahrlässig, sondern können auch marktgetrieben sein – wenn man sich denn treiben lassen will. Wettbewerbsdruck führt zur Kostenoptimierung, Kostenoptimierung führt zu Materialverbrauchsoptimierung und das führt an die Grenzen der Haltbarkeit der produzierten Güter. Wenn z.B. eine Plastikbox für feuchte Kosmetiktücher so materialoptimiert ist, dass die Sollbruchstelle am Scharnier nach einer definierten Zeit bricht und die Box unbrauchbar macht, ist das ein typisches Zeichen für Materialoptimierung. Sehr wahrscheinlich ist der Techniker, der diese Optimierung ermittelt hat, gut angesehen, weil er dem Unternehmen Kosten eingespart hat. Unter mittel- und langfristigen Kundenbindungsaspekten ist dies Vorgehensweise aber schädlich, denn negative Erfahrungen mit Produkten werden 10mal häufiger weitererzählt als positive.

Qualität muss man beweisen

Wieviel besser wäre es doch, wenn wir Kunden unter Qualitätsgesichtspunkten an uns binden könnten. Hohe Qualität mit langfristigen Garantien führt zu einer hohen Kundenbindung. Man sieht das zum Teil im B2B Sektor, welcher Maschinenbauer wäre wohl gut beraten, wenn seine Maschinen kurz nach Ende der Garantiezeit kaputtgehen würden? Welcher Bauunternehmer, wenn seine Häuser kurz nach Ende der Garantie irreparable Schäden aufweisen würden? Leider haben die meisten Unternehmen, die hohe Qualität liefern, noch nicht erkannt, wie sie diesen Vorteil nutzen können. Es gibt Hersteller, die bis zu 40 Jahre Garantie auf ihre Produkte oder Dienstleistungen geben. Wenn Lieferanten hoher Qualität in die eigenen Statistiken schauen würden, wäre schnell erkennbar, welche Garantien vertretbar sind. Verkäufertisch gesehen könnten so freiwillige Garantieverprechen gegeben werden, die ein Unternehmen deutlich von der Billig-Konkurrenz abheben könnten. Leider ist heute häufig höhere Garantie beim gleichen Produkt mit höheren Kosten verbunden. Das ist jedoch der absolut falsche Weg, denn er riecht nach Profit Maximierung und nicht nach besserer Qualität.

Obsoleszenz und Innovation.

Ein Hemmschuh für lange Garantien besteht in der Langlebigkeit dieser Produkte. Die immer schneller werden Innovationszyklen stehen einem langlebigen Produkt scheinbar entgegen, weil die Technik oft schnell veraltet ist. Da bietet sich ein Konzept an, wie es uns die Softwareanbieter mit ihren regelmäßigen Updates schon seit langem vormachen. Bei vielen Anbietern ist der Umsatz mit Updates mittlerweile höher, sicherer und genauer planbar als das Neukundengeschäft. Umgesetzt in zum Beispiel eine Form des Leasing- oder Mietmodells sollte dies auch für Autos, Maschinen, Telekommunikation oder Gebäude möglich sein. Ein Beispiel dafür ist Shiftphone aus Hessen, ein

Smartphone Anbieter. Hier wird auf Nachhaltigkeit gesetzt. Die Geräte werden mit Bruchschutz geliefert, sind reparierbar, aufrüstbar und werden mit einem Pfandbetrag zurückgenommen und wiederverwertet. Ein Modell von vielen Möglichkeiten, mit denen man sich durch Qualität und Nachhaltigkeit von Billiganbietern unterscheiden kann. Generell ein guter verkäuferischer Ansatz, den leider noch zu wenige der großen Qualitätsanbieter dieser Welt beschreiten.

Profil: Wir sind ein Beratungsunternehmen mit Schwerpunkt Marketing, Vertrieb und Vertriebsorganisation. Wir geben regelmäßig zu Managementthemen Fachartikel heraus und entwickeln Kompetenzen für diese Bereiche durch Beratung, Seminare und Lehraufträge. Auf Vereinbarung erarbeiten wir für Sie aus diesem Artikel eine spezielle, exklusiv auf Ihre Leserschaft zugeschnittene Version. Alle bisher erschienenen Artikel finden Sie unter <http://koenigskonzept.de/index.php/aktuell/fachartikel>

Helmut König 35516 Münzenberg - Mittelstr. 19 - Tel. +49 (0)6033 746634 oder +49 (0)172 9201709
E-Mail helmut-koenig@koenigskonzept.de - Homepage: www.koenigskonzept.de

Das Bild in einer besseren Auflösung finden Sie unter

http://www.koenigskonzept.de/fileadmin/danbo-1873171_1920%20Kaputt.jpg

Stichpunkte zum Artikel: Murks, Obsoleszenz, Kunden, Verkauf, Glaubwürdigkeit, Vertrauen,