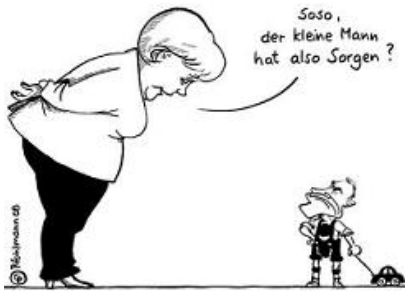


Warum der Verbraucher immer der Dumme ist



Steigende Energie- und Verbraucherpreise, technische Geräte, die nach Ablauf der Garantiezeit ihren Geist aufgeben und purer Lobbyismus setzen dem Ottonormalverbraucher stark zu. Die Wirtschaft ist in einer globalisierten Welt auf ständiges Wachstum gedrillt und die Unternehmen wollen ihren Gewinn jeden Tag steigern. Am Ende dieser ganzen Produkt- und Verbraucherkette stehen wir, der kleine Mann, der zwar eine gewisse Machtposition inne hat, aber auch eigentlich wieder nicht. Beleuchten wir einmal diese festgefahrene Situation, warum der Endverbraucher immer der Dumme ist.

(Von Destruktivus)

Wer von uns beklagt sich nicht über steigende Heizöl- und Spritkosten? Als Grund für Preissteigerungen werden gerne die globalen Märkte angeführt und die knapper werdende Verfügbarkeit dieser endlichen Ressource. Das ist bis zu einem gewissen Maße auch richtig, aber es gibt auch noch andere Gesichtspunkte, die zu beachten sind. So ist es erwiesen, dass die heutigen Automobile und Heizanlagen wesentlich weniger Erdöl verbrauchen als noch vor vielen Jahren. Dies bedeutet, dass der Absatz von schwarzem Gold dadurch sinkt. Zu dieser Problematik hinzu kommt der demographische Faktor in unserem Land. Von Jahr zu Jahr sinkt die Einwohnerzahl der Bundesrepublik Deutschland. Auch dies führt zu Umsatzeinbußen, denn weniger Menschen konsumieren weniger. Nun ist es aber auch so, dass die oft börsennotierten Unternehmen ihren Gewinn

steigern müssen, um ihre Anleger zufriedenzustellen. Zu berücksichtigen ist auch der unternehmerische Freigeist, denn jeder möchte quasi über Nacht reich werden.

Die gleiche Formel kann man auch auf die Energie- oder Wasserpreise übertragen. Heutige Gerätschaften verbrauchen immer weniger Energie. Immer öfter entdeckt der Verbraucher A+++ Zertifikate. Dies bedeutet für die energieliefernden Unternehmen, dass sie weniger Angebot in ihre Netze speisen müssen, was zu sinkenden Umsätzen führt.

Ebenfalls sparsamer werden die wasserführenden Anlagen. Spülmaschinen, die mit weniger als sieben Litern auskommen oder Waschmaschinen, die immer effizienter werden. Auch die Kurzspültaste auf der Toilette sorgt für geringeren Umsatz bei den örtlichen Wasserversorgern. Moderne Duschköpfe und Perlartoren sind ebenfalls nicht selten um bis zu 50% im Verbrauch reduziert.

Eigentlich sind solche technischen Innovationen zu begrüßen. Schonen sie doch „eigentlich“ unseren Geldbeutel und unsere Umwelt. Die Kehrseite dieser Medaille ist, dass der Umsatz von regional- und global agierenden Unternehmen sinkt. Doch unsere pervertierte Marktwirtschaft ist auf ständiges Wachstum ausgerichtet. Schon allein deshalb, um künstliche Nachfrage zu schaffen, werden Endzeiten in technischen Gerätschaften eingebaut. Haben Sie sich noch nie gefragt, warum der Toaster oder die Computerfestplatte bereits nach wenigen Jahren ihren Geist aufgeben? Oder warum Apple das neue iPhone 5 mit einem neuen Datenstecker ausliefert? Hier muss der Verbraucher wieder nachrüsten oder Adapter kaufen, was wieder künstlichen Umsatz generiert.

Aber auch purer Lobbyismus führt zu Gewinnsteigerungen. So ist es mittlerweile Pflicht, bei einem automobilen Frankreichbesuch einen Alkoholtester mit sich zu führen. Zugelassen ist das chemische Blasröhrchen nur von einer einzigen Firma. Wie sich später herausstellte, ist ein Spezi

vom ehemaligen Präsidenten Sarkozy in die Firma involviert. Der Absatz dieser Firma dürfte in die Höhe schnellen, denn alle Welt darf die gesundheitsschädlichen Prüfinstrumente nur bei dieser Firma ordern, ansonsten kann es empfindliche Geldbußen hageln.

Fassen wir also zusammen: Der Endverbraucher wird für die angepeilte Energiewende massiv zur Kasse gebeten. Je weniger wir verbrauchen, desto höher steigen die Preise, denn die Unternehmen wollen Wachstum um jeden Preis. Weniger Verbrauch wird durch höhere Preise kompensiert. Wenn man es genau nimmt, müssten wir mit Energie, egal in welcher Form und mit Wasser nur so aasen. Da wir aber immer weniger von diesem Industriegut benötigen, steigen folglich die Preise. Ebenfalls technisch machbar ist, dass Geräte fast endlos halten. Das behagt den Firmen aber nicht, denn diese wollen „verkaufen, verkaufen, verkaufen“. Letztendlich sind wir auf Gedeih und Verderb dem globalen Markt unterworfen, mit unabsehbaren Folgen für die Umwelt und den Geldbeutel. Geld regiert die Welt, eine bittere Erkenntnis und man kann sich diesem Kreislauf in keinster Weise entziehen. Wachstum muss um jeden Preis generiert werden, die Zeche zahlt am Ende der Verbraucher, so oder so.