

Die vergessene Kunst

Instand setzen statt wegwerfen: Neue Initiativen in Luxemburg verschaffen dem Reparieren ein Comeback

Von Thomas Klein

Alle zwei Jahre das neueste Modell des iPhones, alle drei Jahre ein neuer Laptop und jeden Frühling gilt es, im Kleiderschrank Platz für die Frühjahrskollektion zu machen. Entwicklungen wie „Fast Fashion“ oder die beschleunigten Produktzyklen bei Elektronikgeräten rufen längst nicht mehr nur bei Umweltaktivisten ein unguutes Gefühl hervor. Denn die so „veralteten“ oder beschädigten Konsumobjekte landen in der Regel auf dem Müll oder werden im besten Fall recycelt. Deutlich ressourcenschonender wäre es, sie so lange wie möglich zu benutzen und sie, wenn nötig, zu reparieren. Während es aber in der vorindustriellen Gesellschaft selbstverständlich war, beschädigtes Eigentum zu reparieren, sind die Bereitschaft und die Fähigkeit dazu in den letzten Jahrzehnten – zumindest in den westlichen Ländern – deutlich gesunken. Wegwerfen und einfach neu kaufen, das ist bequemer, schneller und oftmals auch billiger geworden.

Das hat mehrere Gründe: Zum einen sind die Lohnkosten in den Industrieländern derart gestiegen, dass sich Reparaturen finanziell für viele Produkte nicht mehr lohnen. Der Stundenlohn eines Technikers liegt in der Regel deutlich über dem Neupreis eines Toasters. Während die industriellen Herstellungsprozesse extrem standardisiert sind, bedeutet reparieren immer auch ausprobieren und frickeln. Entsprechend verschwanden die Geschäfte, die sich mit der Reparatur von Dingen beschäftigen, parallel zum steigenden Wohlstand und den steigenden Mieten in den Innenstädten. „Wenn man heute durch die Stadt geht, findet man einige Handy-Reparaturläden, vereinzelt auch noch Schuster oder Schneider, aber die meisten Produkte werden heute nicht vor Ort repariert, sondern eingeschickt, ausgetauscht oder gleich weggeworfen“, sagt Thomas Hoppenheit, der an der Universität Luxemburg zur Geschichte des Reparierens in Luxemburg forscht.

Allerdings ist die historische Entwicklung hin zur „Wegwerfgesellschaft“ nicht so geradlinig verlaufen, wie häufig vermutet wird. So waren die ersten Autos so unzuverlässig, dass jeder Fahrer zwangsläufig zum Mechaniker werden musste, wenn er mehr als 100 Kilometer fahren wollte. Dadurch erhöhte sich das technische Wissen der Konsumenten und neue lokale Reparaturinfrastrukturen entstanden, die erst mit verbesserter Langlebigkeit der Produkte zurückging. „In der Zwischenkriegszeit bis in die 1950er Jahre finden sich in luxemburgischen Zeitungen besonders viele Anleitungen, wie man Haushaltsgegenstände repariert oder Kleidung flickt. Das verschwindet dann aber nach und nach“, sagt Hoppenheit. Dass der Stellenwert des Reparierens ab den 1960er Jahren abnimmt, hängt auch mit der sich verändernden Berufswahl junger Luxemburger zusammen. „Natürlich fällt es Menschen in handwerklichen Berufen leichter, Dinge zu reparieren. Viele Luxemburger entschieden sich aber seit Ende der 1950er Jahre dafür, eher Kopfs als Handarbeiter zu werden, zum Beispiel im Staatsdienst“, sagt der Historiker. So waren schon 1973 nach groben Schätzungen nur noch etwa 8 000 von 19 000 im Handwerk angestellten Personen gebürtige Luxemburger. Hinzu kommt, dass die Zahl der Produkte,



Das Reparieren ist aus der Mode gekommen. Wegwerfen und neu kaufen ist bequemer und häufig sogar billiger. In den letzten Jahren versuchen neue Initiativen daher, einen Mentalitätswandel herbeizuführen. Foto: Getty Images

die in einem typischen Haushalt zu finden ist, in den letzten Jahrzehnten förmlich explodiert ist. Einer Studie zufolge besaßen britische Haushalte um 2010 im Durchschnitt rund zehnmal so viele Konsumelektronik-Güter wie 1990. Der Technikhistoriker Stefan Krebs von der Universität Luxemburg spricht von einer „Ding-Inflation“. Wer so viele Dinge besitzt, kann dem einzelnen Gegenstand nicht mehr so viel Zeit widmen; repariert wird nur noch, was einen gewissen ideellen oder emotionalen Wert besitzt.

Reparieren als soziales Erlebnis

In den letzten Jahren ist das Interesse an der Reparatur allerdings wieder gewachsen. Die sogenannte Maker-Bewegung vereint Elemente des Heimwerkens mit der Kultur der Hacker. Auch in Luxemburg sind zahlreiche Makerspaces aus dem Boden geschossen, in denen es darum geht, selbst zu gestalten, anstatt einfach nur zu konsumieren. „Viele der Sachen, die ich wollte gab es halt nicht. Da haben wir angefangen, das selbst zu bauen. Dadurch haben wir dann auch herausgefunden, dass ganz viele Produkte ganz einfach zu reparieren sind“, sagt Sarah Haas, die Sekretärin des Makerspace CoLab in Wiltz. Gleichzeitig kümmert sie sich auch um die Organisation sogenannter „Repair Cafés“. „Das sind Veranstaltungen, bei denen Menschen zusammenkommen, die nachhaltiger leben möchten und schauen, ob man die Sachen nicht reparieren kann, die man sonst wegwerfen hätte“, sagt Haas. Zu den Repair Cafés kommen immer auch Freiwillige, die das entsprechende Know-how mitbringen und die Teilnehmer beim Reparieren unterstützen. „Das können Elektriker oder Schneider sein oder einfach Hobby-Bastler, die das schon seit 30 Jahren machen und deswegen unheimlich viel Wissen mitbringen“, sagt sie. Repariert werden typischerweise Alltags-

gegenstände wie Staubsauger, Küchenmaschinen oder Bügeleisen. „Häufig kommen aber auch Leute mit Kleidungsteilen vorbei, die ihnen besonders am Herzen liegen“, so Haas. Die Teilnehmerschaft an den Cafés sei dabei bunt gemischt. „Es kommen ältere Leute, die von klein auf gelernt haben, dass man Sachen gut behandelt und so lange wie möglich behält. Es sind aber auch immer wieder junge Leute dabei, die mit ihren Sachen kommen, um sie reparieren zu lassen, oder auch helfen möchten, weil viele technisch sehr bewandert sind“, sagt Haas. „Natürlich spielt die Frage der Nachhaltigkeit eine Rolle, aber für mich steht der soziale Aspekt sowohl beim Makerspace als auch bei dem Repair Café im Mittelpunkt. Denn da treffen eine Menge Leute zusammen, die sich sonst nie über den Weg gelaufen wären und tauschen Wissen aus. Das bereichert das Leben der Teilnehmer schon sehr.“

So war Reparieren schon immer mehr als nur das funktionale Wiederherstellen von beschädigten Gegenständen; es verändert oft auch das Verhältnis, das Eigentümer zu ihrem Besitz haben. Vom passiven Konsumenten wird dieser zum aktiven Gestalter. „Reparieren betrifft aber nicht nur das Technische, sondern ebenso das Kulturelle und das Soziale: Reparieren stabilisiert die Verhältnisse zwischen Ding und Nutzer und zwischen Ding und Gesellschaft beziehungsweise justiert sie neu“, schreibt Stefan Krebs.

Forderungen an die Hersteller

Ob sich Produkte reparieren lassen, hängt indes vor allem am Design. Na-

türlich haben viele Hersteller eher ein Interesse daran, dass die Konsumenten ihr Produkt neu kaufen, wenn es beschädigt ist. Einige große Elektronikhersteller versuchen daher mitunter zu verhindern, dass einzelne Ersatzteile in den freien Handel kommen. Komponenten werden zunehmend verklebt statt verschraubt, was eine Reparatur zusätzlich erschwert. Daher fordert die „Right to Repair“-Bewegung, dass Hersteller gesetzlich verpflichtet werden, sicherzustellen, dass ihre Produkte zerlegt und repariert werden können. Dabei sollen Konsumenten Zugang zu Ersatzteilen und Reparaturanleitungen erhalten.

Teilweise verhindert aber auch schon die Komplexität vieler Produkte, dass sie repariert werden können. „Selbst einfache Geräte wie Waschmaschinen oder Kühlschränke haben heute einen großen Anteil an Mikroelektronik und Computerchips. Wenn die kaputt sind, kann man sie nicht selbst reparieren“, sagt Bernard Lahure, der Gründer des Unternehmens EcoTransFaire, das Gemeinden und Firmen bei Nachhaltigkeitsprojekten berät. Das werde sich noch weiter verstärken, wenn die Vernetzung der Geräte im sogenannten „Internet der Dinge“ noch weiter zunehme. Daher sei es sinnvoll, die Komplexität dieser Maschinen wieder zurückzuführen. Die Effizienzgewinne, die die rechnergestützte Steuerung ermöglicht, müsse man den hohen Umweltkosten bei der Herstellung der Mikrochips gegenüberstellen, sagt er.

Letztlich sieht Lahure aber auch den einzelnen Konsumenten in der Verantwortung. Einige Hersteller, wie der Handy-Anbieter Fairphone, werben damit, dass ihre Waren besonders reparaturfreundlich designt wurden. Lahure fordert daher die Einführung eines Produktlabels, anhand dessen die Käufer beurteilen können, ob eine Reparatur eines Artikels möglich ist.

● Auch der einzelne Konsument steht in der Verantwortung.

Bernard Lahure, EcoTransFaire