

Zeitschrift: Profil : sozialdemokratische Zeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur
Herausgeber: Sozialdemokratische Partei der Schweiz
Band: 53 (1974)
Heft: 9

Artikel: Der angefochtene Wohlstand
Autor: Altenweger, Alois
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-338873>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 04.05.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Der angefochtene Wohlstand

Qualitatives Wachstum ist ein Begriff, der um so lieber aufgenommen und gläubig bestaunt wird, je weiter man sich von der Front des Wachstums, also vom Tun und Treiben der Wirtschaft entfernt. Mit dem Wörtchen «qualitativ» soll offenbar eine deutliche Marke zwischen einem kommenden freundlichen Wachstum und dem vergangenen garstigen, umweltfeindlichen gesetzt werden. Die Forderung nach Qualität zielt auf eine Veränderung der einzelnen Güter und Dienste, deren Vermehrung das Wachstum darstellt. *Produktionsmethoden, Rohstoffe und Energieverbrauch, Wiederverwertung von Abfällen und eine minimale Umweltbelastung* sollen in dem Begriff des «qualitativen Wachstums» Eingang finden. Überdies denkt man mancherorts auch an eine irgendwie *vernünftige Auswahl der herzustellenden Produkte*, in dem Sinne, dass nur das wirklich Nützliche hergestellt und verkauft werden sollte. Zudem liebäugeln die Anhänger eines «einfachen Lebens» mit der Idee, die Produktion in immer kleineren Raten wachsen und den Güterverbrauch schrumpfen zu lassen.

Im Begriff des «qualitativen Wachstums» sind drei Gesichtspunkte zu berücksichtigen:

1. Die qualitative Verbesserung der einzelnen Güter;
2. Die gesamte produzierende Tätigkeit, die hergestellten Produkte und die dabei benötigten Hilfsmittel auf eine minimale Umweltbelastung hinzuweisen;
3. Die tendenzielle Ausrichtung der Produktion auf wirklich nützliche Güter.

Die Frage nach Wohlstand

Für den Konsumenten wird also *eine Auseinandersetzung mit den Ansprüchen des qualitativen Wachstums gleichbedeutend mit der Frage nach Wohlstand*. Schliesslich lässt sich Wohlstand in Mengen und Zahlen erfassen, und so leicht auch heutzutage viele Kulturkritiker das Streben nach materiellen Gütern und Werten verurteilen, so ist es doch eine nicht wegzudiskutierende Tatsache, *dass die Auflösung des Mangels, der Knappheit und materiellen Not durch wirtschaftliches Tätigsein eine wichtige Voraussetzung freiheitlichen Lebens darstellt*. Es ist eine *ungute Stilisierung, dem homo consumens generell eine Neigung zum Verzicht und zur Selbsteinschränkung anzudichten*.

Die Tendenz ist unverkennbar, dass schon sehr ehrenwerte Leute nicht davor zurückschrecken, den *Konsumverzicht* als eine notwendige Tat im

Einklang mit dem vernünftigen qualitativen Wachstum zu preisen. Im Klartext heisst dies, dass die Pro-Kopf-Gütermenge stehenbleiben und zu einem nicht allzu fernen Zeitpunkt zurückgehen soll. Dies bedeutet wiederum nichts anderes, als dass die Produktionstechnik keine Impulse mehr erhalten wird, schöpferische Expansionsfreude dahinschwindet und bei stagnierender Produktion Arbeitslosigkeit, Einkommenszerfall und weitere Teuerung die Folge sein wird. Das nenne ich eine empfindliche Einbusse an Volkswohlstand. Daran könnte man ungeniert die Frage knüpfen, ob die Menschen in ihrer Doppelrolle als Konsumenten und Arbeitnehmer weiter an einer Marktwirtschaft grosses Interesse haben, die ihnen solche Widerwärtigkeiten beschert.

Produktmängel überall

Man stelle sich vor, in einer Werkstatt stehe eine Zerkleinerungsmaschine, in welcher ein offenes Messer mit 25 000 Touren/Min. kreist und Arbeiter einen darübergestülpten Plastikdeckel festhalten müssen, damit er nicht wegfliegt. Im Haushalt sind solche Geräte als Kaffeemühlen gang und gäbe. Oder man überlege sich die Wirkung auf Arbeiter, wenn bei einer Maschine die Fingerschutzvorrichtungen 115 °C heiss werden und weitere ungedeckte Elemente des Apparates eine Temperatur von 195° C erreichen. Das ist bei gewissen Bügelmaschinen für den Haushalt der Fall. Noch einige weitere Müsterchen: Bei niedrigen Dampfkochtöpfen eines sehr renommierten Schweizer Herstellers sind die Henkel so unglücklich konstruiert, dass mangels Hebelwirkung der heisse Topf nur durch Zerren und Ziehen zu öffnen ist, was empfindliche Verbrennungen nach sich ziehen könnte. Von Kaffeemaschinen gewinnt die Hausfrau nicht selten den Eindruck von komplizierten Laborgeräten, die metallisch schmeckende Flüssigkeiten produzieren. Schliesslich noch einige instruktive Mängel bei Autostaubsaugern: Bei einem Gerät kommentierten wir im Test schwache Saugkraft. Da der Staubfilter nach der Turbine angebracht ist, wird diese von allem angesaugten Material passiert, was zu einer raschen Zerstörung der Turbine führt. Diese kluge Konstruktion wurde sowohl von einem grossen deutschen Hersteller als auch von Fabrikanten in Hongkong angewandt. Eine Anzahl weiterer Autostaubsauger hatte kaum genügend Luft, um ein wenig Lärm von sich zu geben; zum Saugen reichte es sowieso nicht mehr.

Dass es nicht nur die Konsumenten und ihre Organisationen sind, die angesichts solcher Mängel von ungutem Gefühl heimgesucht werden, beweisen die folgenden Zitate; Ernst von Siemens äusserte sich so: *«Ich fürchte manchmal, wir verlieren etwas das Gefühl dafür, dass wir von der Qualität leben. Es häufen sich leider auch bei uns die Reklamationen.»* In der Firmenzeitschrift von Standard Elektrik Lorenz wurde die Frage aufgeworfen, warum Teile, die als vollkommen sicher gelten, in kritischen Si-

tuationen ausfallen. Die Verfasser eines Null-Fehler-Programms dieser Firma belehrten sich selbst und stellten fest: *«Schuld sind mangelhafte Fabrikationsreife, fehlerhafte Werkzeuge, ungeeignete Maschinen und Unaufmerksamkeit bei der Arbeit.»*

Und immer wieder das Automobil

Als letztes Beispiel unter dem Titel: *«... und ewig frisst der Rost»* eine Betrachtung über den Auspuff. Wenn man den vorliegenden Zahlen Glauben schenken kann, dann wandeln sich nach 30 000 km die Auspuffanlagen nicht selten in Rost um. Der Auspuff wird schlicht zum Verschleissartikel und ist damit ein grosses Geschäft der Ersatzteillieferanten. Im Jahre 1972 wurden beispielsweise in Deutschland für 11,4 Milliarden DM Autoersatzteile verkauft; mit 38 Prozent ist die Auspuffanlage am Umsatz beteiligt. Nun drängt sich die Frage auf, warum beispielsweise nicht der viel resistenterer Edelstahl verwendet wird. Ein unabhängiger Produzent offeriert in Deutschland eine VW-Edelstahl-Auspuffanlage für 69 DM, die damit nur um 13.39 DM teurer ist als das entsprechende rostende VW-Käfer-Serieprodukt. Der Hersteller dieses edelgestählten Auspuffs gibt zu alledem noch eine Garantie von 100 000 km, doch VW verzichtet nach wie vor auf diese qualitative Verbesserung. Nachzutragen bleibt noch eine Mitteilung der Firma Opel-General Motors zum Materialproblem beim Auspuff: *«Es hat sich bisher nicht gezeigt, dass rostfreie Stähle einen besonderen Vorteil haben.»* In welcher Vorzeit sind die Metallurgen von Opel eigentlich stecken geblieben? Die Kölner Ford-Werke schrieben einem Kunden mit bemerkenswerter Offenheit: *«Sie haben recht, es wäre heute möglich, eine Auspuffanlage aus haltbarem Material zu fertigen. Nicht jeder Kunde ist jedoch bereit, für eine derartige Anlage einen grossen Aufpreis zu bezahlen, zum Beispiel, weil er den Wagen nur eine bestimmte Zeit fährt.»* Dieser Brief trägt das Datum vom 19. Januar 1973. Und hier, bei solchen Beispielen, sind wir wieder bei unserem Thema: *Wachstum wird heute teilweise durch quantitativen Verschleiss forciert.*

Wie kann Qualitätsprodukten geholfen werden?

Wenn wir also von «qualitativem Wachstum» hören, dann denken wir als Konsumenten in erster Linie an die Beschaffenheit der Produkte. Es scheint uns dringlich zu sein, dass bei zahlreichen Gebrauchsgütern, seien es Spannteppiche, Küchenmaschinen, sanitäre Installationen, Möbel, Autoersatzteile, Textilien, Aktenmappen und dergleichen mehr, qualitativ unzumutbare Produkte so verhindert werden können, dass sie gar nicht auf dem Markt erscheinen. Es ist nämlich ein frommer Wunsch, bei der heutigen Überfülle des Angebots zu glauben, dass eindeutig schlechte Produkte – wie sie immer wieder in Warentests ermittelt werden – aus dem Markt ausscheiden. Denn umgekehrt ist es ja so, dass gute neue und be-

währte ältere Produkte häufig Mühe haben, beim Wachstum des Marktes einen genügenden Anteil zu halten, um preislich und konditionsmässig konkurrenzfähig zu bleiben. Aus diesem Grunde benötigen alle Produkte eine mehr oder weniger intensive ständige Bearbeitung des Marktes mittels der wohlbekanntesten Instrumente der Werbung, der sales promotion und der ständigen Kundenkontakte. Zudem ist der Konsument bei zahlreichen Produkten nur in grösseren zeitlichen Intervallen Nachfrager, so dass mögliche schlechte Erfahrungen erst mit Verzögerung auf das Produkt rückwirken und den Verkauf beeinträchtigen.

Welche Wege können die Konsumentenvertreter einschlagen, um qualitative Produktion zu fördern? Das soll in einem folgenden Artikel aufgezeigt werden.

Seit Kriegsende 1945 gab's mit kleineren Rückschlägen unentwegte Wirtschaftsblüte. Von innen gespeist durch Nachkriegsaufbau und märchenhafte Marktausweitung durch «moderne Konsumgesellschaft». Von aussen gespeist durch Ausplünderung der 3. Welt und die Kriege in Korea und Indochina. Seit dieser letztere Krieg verloren oder doch beendet wurde ohne die entsprechenden ökonomischen Vorteile für die kapitalistische Führungsmacht USA (wie diese sie z. B. aus dem Sieg 1945 zog) – seither ist die ewige Wirtschaftsblüte welk geworden. Daher *braucht die Sozialdemokratie eine ideologische Antwort auf schlechtere Zeiten in der Wirtschaft.*

Günther Nenning in «Rot und realistisch»
