



**ŽIVOTNÍ CYKLY** věcí kolem nás se stále krátí. Nízké ceny předurčují horší kvalitu, výrobci navíc kladou různé nástrahy opravám, abychom raději kupovali další nové věci.

JE ZBOŽÍ „NAPROGRAMOVÁNO“, ABY SE ROZBILLO?

## Poruchy na objednávku

Před námi přetékající regály obchodních center, za námi haldy odpadů. **Úlisné triky výrobců** nás nutí nakupovat to samé stále dokola. Často se skrytou vadou a naprogramované tak, aby nám to nevydrželo déle než do záruky.

**K**dyž se mi rozbila sušička těsně po uplynutí garance, přivolal jsem opraváře se ani nehodlal obtěžovat otevíráním kufříku s náradím. „Pět let? To vyhodíte!“ Prodávač nám přitom koupí dražšího AEG přístroje schvaloval slovy: „To se vám vyplatí, za dvacet let používání se náklady bohatě vrátí na ušetřené energii.“ Opravář z téže firmy se teď popadá za bricho. „Dvacet let? To jste mě teda rozesmála! Když dáme teď do kupy ventilátor, do dvou let se vám stejně zadře motor. To máte lepší si koupit novou.“ Hotovo, šmytec.

### Velký komplot

Většina z nás si co pár let obnovuje svůj „elektropark“, co sezonu šatník, někdy i mobil. Tlačí nás k tomu podnikatelsko-

-ekonomický model nazývaný „plánované zastarávání“, jenž naše životy ovlivňuje mnohem více, než si myslíme. Mnoho výrobků, které navenek vypadají skvěle, si sobě totiž nese od výrobců zakódovanou předčasnou smrt.

Před sto lety dokázaly žárovky svítit až 2500 hodin, zatímco dnes stěží tisícovku. Proč? Abychom jich kupovali více. Na strategii postupného umělého snižování jejich životnosti se dohodli už v roce 1924 v kartelu zvaném Phoebus hlavní hráči daného byznysu – německý Osram, nizozemský Philips a americký General Electric.

V roce 1932 Američan Bernard London publikoval pozoruhodný spis nazvaný Konec hospodářské krize pomocí plánovaného zastarávání. Zasazoval se v něm

o to, aby trvanlivost všech výrobků – od automobilů přes obuv až po budovy – byla určena předem a aby občané byli pod vysokými pokutami nuceni toto zboží po jejím uplynutí odevzdat zpátky k likvidaci. Koupí nového tak měli zaručit koloběh výroby a udržení pracovních míst.

Ačkoli návrh ve své době nebyl přijat, koncept plánovaného zastarávání (planned obsolescence) se po válce stal základem boomer světové ekonomiky založené na rychlé spotřebě. Spolehlivé výrobky s dlouhou životností začaly postupně nahrazovat šmejdy na krátké (či jen jediné) použití. Výrobci napříč odvětvími totiž zjistili, že nejvíce vydělávají na modelu: čím horší kvalita výrobků, tím nižší náklady, vyšší prodeje a větší tržby (*viz Jak funguje plánované zastarávání*).

### Vyrobeno pro skládku

„Už více než padesát let vlastním malý stolní toustovač. Asi před deseti lety odešla jedna z ohřívacích spirálek. Vzal jsem to v Seattlu do opravy – tenkrát jich ještě

pár bylo. Opravář to dal do kupy a pak povídá: Nikdy se tohohle přístroje nezba-vujete, takovou kvalitu už dneska nese-ženete!“ vzpomíná v rozhovoru s TÝD-NEM dvaadvadesátiletý Američan Richard Henry na dobu, než „továrny na cokoli“ začaly chrlit rok co rok nové mo-dely od aut až po mixéry a inženýři začali dostávat za úkol, aby uměle snižovali životnost svých výrobků.

Otec americké novinářky Nicole Fox-ové pracoval v padesátých letech v to-várně DuPont, kde se vyráběly nylonové punčochy. „Matka vyprávěla, že byly vy-nikající a v podstatě nezničitelné. Jenže proto, že tolik vydržely, se jich prodávalo málo. Otec a jeho oddělení dostali za úkol změnit složení nylonek tak, aby se na nich dělala oka. Muselo to být pro inženýry tenkrát potupné vyrábět zboží podřadné kva-lity, když přitom přišli na to, jak to dělat dobře,“ říká Foxová v cenami ověřené re-portáži televize ARTE s příznačným ná-zvem Připraveno k vyhození (Prêt à jeter).

Výroba zmetků zralých pro smetiště se dnes stala standardem celého civilizova-ného světa. „Vtipkujeme, že de facto navrhujeme design budoucích skládek,“ ko-mentoval tento trend v deníku Wall Street Journal průmyslový inženýr Darren Blum ze společnosti Pentagram Design, která vyvíjí digitální diáře a počítače pro firmy jako Hewlett Packard. Nová německá stu-die Geplante Obsoleszenz tento jev rámuje do konkrétních čísel: za šmejdy, které kvůli špatné kvalitě a krátké životnosti

### ■ Jak si ušít z ostudy kabát

**A**by si udržely zákazníka na udičce, vrhají módní řetězce celoročně na trh nové a nové kolekce, zatímco ty starší se větši-nou nepodaří doprodat ani ve slevách. Je-nom gigant C&A poslal k recyklaci v roce 2010 téměř 421 tun nenošeného zboží (téměř dvakrát více než o rok dříve). H&M v New Yorku se recyklací neobtěžovali vů-bec – v zimě 2010, když na ulicích mrzly de-sítky bezdomovců, vyvolala poprask zpráva, že koncern vyhazuje přebytky v odpadko-vých pytlích poté, co zboží znehodnotí na-

příklad ustřížením rukávů nebo vypáráním podšívky. V obchodním domě Anthropologies si s přebytky po slevách vypomáhají kromě nůžek i kladivem. „Když se nábytek a by-tové doplňky nepodařilo prodat ani ve sle-vách, dostali jsme za úkol je zničit. Doslova jsem kladivem rozbíjel talíře a lustry,“ přibližuje na internetu bývalý zaměstnanec. Důvod, proč obchody neprodané zboží ra-ději zničí, než aby ho darovaly na charitu, je dvojitý – nechtějí degradovat jméno značky a navíc lze poničené zboží odepstat z daní.

záhy končí na skládce, loni jen Němci za-platili na 101 miliard eur, sedm procent celkových výdajů německých domácností.

Vyjádřeno jinak: koupí nekvalitního, předčasně vyhozeného zboží, vyprodu-koval každý Němec 120 kg zbytečného odpadu.

### Nakupování jako diagnóza

Už v roce 1954 průmyslový inženýr Bro-oks Stevens koncept plánovaného zasta-rávání rozšířil o novou, takzvanou „mo-rální“ dimenzi – zákazník je nutno mo-tivovat k tomu, aby sami odkládali ještě funkční výrobky a kupovali nové pod tak-tovkou neustále se měnícího designu. Ste-vensova dodnes platná marketingová stra-terie zněla „vštípit klientovi touhu vlast-nit něco trochu novějšího, trochu lepšího o trochu dříve, než by bylo nutné“. I proto

firmy vydávají miliardy dolarů na marke-tink a kupují si pro reklamu slavné spor-tovce, herce, zpěváky i byznysmeny...

„Za to, že se životní cyklus výrobků dlouhodobě zkracuje a nové výrobky mo-rálně zastarávají ještě v době, kdy jsou plně technicky funkční, může i poptávka spotřebitelů a tlak na cenu,“ potvrzuje manažer testování spotřebitelské organi-zace D-Test Václav Beneš. „Když dnešní výrobce počítá s tím, že zákazník stejně za krátkou dobu bude chtít novější vý-robek, tak ho vyrobí s co nejnižšími ná-kklady.“ Nejmarkantnější je to podle něho u mobilů, jejichž životní cyklus se ome-zil zhruba na dva roky – což je doba fy-zické životnosti jejich baterie (a mimochodem také doba záruky). Místo výměny pak většina z nás volí nový model s no-vými (pseudo)funkcemi, které z drtivě ▶

### ■ Jak funguje plánované zastarávání (výběr z mnohem širší škály triků a postupů)

**Nemožnost opravy** – Baterie bývají často přitavené k elektrickým obvodům a zadní stěny přístrojů splepené či slisované, což znemožňuje jednoduchou opravu či vý-měnu. Nepřístupné a tudíž nevyčistitelné ventilátory notebooků způsobují jejich pře-hřátí a selhání. Nejsou k dispozici náhradní díly pro nejporuchovější součástky, pří-padně oprava v autorizovaném servisu pře-vyšuje pořizovací cenu výrobku nové ge-nerace. Někteří výrobci používají speciální šroubky, na které běžné šroubováky neplatí.

**Naprogramované selhání** – tiskárny po vytištění daného počtu stran nebo ká-vovary po naplnění daného počtu šálků ohlásí chybu a přestanou fungovat, aniž vy-kazují jakoukoli poruchu. Přitom by sta-čilo jen resetovat počítač. Drahé ba-revné náplně tiskáren se nepochopitelně rychle vypotřebovávají, aniž uživatel tiskne v barvě – výrobce ho totiž neinformuje,

že se v základním nastavení při černobí-lém tisku automaticky mísí všechny barvy, až z nich vznikne černá. Tiskárny navíc ne-zřídka hlásí, že je třeba vyměnit toner, a to v době, kdy by se dalo ještě tisknout.

**Nekompatibilita** – nová „vylepšená“



řada produktů či softwaru není kompa-tibilní se starší řadou, například starší verze textových editorů nepřečtou nové soubory, do starších tiskáren nebudou

pasovat novější náplně. Staré CRT te-levizy končí ne proto, že by už nefun-govaly, ale že bez set-top boxu už na nich digitální vysílání nelze přijímat.

**Nekvalitní materiály** – ve zdánlivě kva-litním výrobku se použije část nekvalit-ních součástí, které omezí jeho život-nost podle potřeb výrobce – například plas-tové prvky místo kovových ve fotoapará-tech, mixérech či na zipch, selhávající tla-čítka na jinak funkčních klávesnicích...

**Designové hrátky** – jeden rok kulaté pod-patky a přírodní barvy, druhý rok hranaté podpatky a křiklavé vzory. Častým obmě-ňováním stylů se spotřebitelé nechávají vmanipulovat do koupě nového oblečení a módních doplňků, aby „šli s dobou“.

**Reklamní triky** – pod nabídkou slevy při odevzdání staršího výrobku a koupě nového stahují firmy z trhu kvalitní starší přístroje a nahrazují je novými na krátké použití.

většiny nevyužíváme. Navíc stále víc výrobků je děláno tak, aby baterie ani další součásti vyměnit či opravit nešly.

Zatímco u některých spotřebičů je touha po modelu nové generace částečně opodstatněná jeho nespornými výhodami (například stále energeticky šetrnější ledničky), u jiných jde o pouhé naplnění vlastních tužeb. „Například u LED televize se vývoj v podstatě zastavil a nové modely nemohou nabídnout nic převratného. Přesto už spotřebitelé kupují jejich druhou generaci,“ říká Beneš.

Psycholog Petr Růžička má pro tento civilizační neduh přílehlavé jméno: afuenceza.

### ■ Elektrošrot po česku

V roce 2010 bylo v Evropě dáno do oběhu téměř 9,5 miliardy tun elektrospotřebičů, přičemž toto množství se podle údajů EU zvyšuje tempem až pěti procent za rok. Na český trh z uvedeného čísla putovalo téměř 170 000 tun a v nabídce počítačové a telekomunikační techniky jsme třikrát převýšili nároky spotřebitelů v Maďarsku, Polsku a na Slovensku, počítáno na hlavu. Většina elektrospotřebičů, které kupujeme, přitom končí v popelnici. „Drobných spotřebičů se k recyklaci dostane jen necelých 25 procent,“ říká Hana Ansorgová ze společnosti Asekol, která se zabývá sběrem a ekologickou likvidací elektrošrotu. Průměrně stáří vyhozených spotřebičů přitom odhaduje na zhruba pět let. „Z nich tak deset procent, zejména mobilních telefonů, je bez dalších oprav funkční,“ konstatuje.

Právě mobily dokazují, jak konzum prostupuje všechny vrstvy společnosti. V rámci kampaně Věnuj mobil a Recyklohraní za poslední dva roky Asekol vybral celkem 68 000 mobilních telefonů, z nichž zhruba 2000 nechal repasovat pro opětovné použití. „Vyčistili jsme je, zkontrolovali, vyměnili baterie a nabíli kreditem s cílem věnovat je do dětských domovů. Bohužel doposud se nám je nepodařilo všechny udát. Ukazuje se, že starší mobily nejsou atraktivní, domovy radši dětem zakoupí nové,“ říká zklamaně Hana Ansorgová.

Zajímavé závěry o našem nakládání s elektronikou přinesla loňská studie společnosti Markent, která zjišťovala, proč se Češi spotřebičů zbavují. V roce 2008 se drtivá většina přístrojů (86 procent digitálních aparátů, 77 procent mobilů či 82 procent notebooků) do odpadu nedostala kvůli poruše nebo nefunkčnosti, ale z „jiných důvodů“. Teprve loni se poměry začaly obracet.



▲ RADOŠT Z NOVÝCH VĚCÍ někdy vede až k afuenceze neboli chorobnému nakupování, které v lidech vyvolává pocity obdobné užívání drog.

chorobné nakupování. Lidé stížení afuencou podle něho vykazují znaky návykového chování. „Když je člověk přesvědčen, že něco musí mít, klesá jeho schopnost rozlišení, kupuje věci, které vůbec nepotřebuje. Závislostní chování má jedno společné – prožitku chceme dosahovat pokud možno snadno a rychle, což je zcela výstřední popis doby, v níž žijeme,“ vysvětluje.

Většina z těch, kteří víkend co víkend plní nákupní centra, by si však stěželi přiznala, že trpí návykovou poruchou. „Výrobci vytvářejí pseudopotřeby. Není to řízeno našimi skutečnými potřebami, ale zájmy vlivných skupin a my jim to baštíme i s navíjáním,“ je přesvědčen Růžička. Podobně varuje i známá brněnská socioložka a profesorka humanitní environmentalistiky Hana Librová: „Žijeme ve společnosti hyperkonzumu. Je to celosvětový proces, jehož bilance je katastrofální.“

### Den nenakupování

Celková spotřeba civilizace se od roku 1961 zvýšila dvaapůlkrát, podle World Watch Institute je celosvětový objem výdajů za zboží a služby čtyřnásobný v porovnání s rokem 1960. Na to, aby Evropa a USA mohly dále plnit přírodní zdroje a valit na trh tuny nepotřebného zboží (viz Jak si ušít z ostudy kabát), bychom aktuálně potřebovali mít tři planety Země.

Neudržitelnost současného stavu začíná docházet stále více lidem. Kdo 30. listopadu vyrazí v Nizozemsku, Dánsku, USA a mnoha dalších zemí za frenetické

kými vánočními nákupy, může v centrech měst narazit na zvláštní happeningy Dne nenakupování (Buy-Nothing-Day). V Nizozemsku se už například jedna z úspěšných kampaní zaměřila na masivní reklamní masáž pro produkt zvaný „Nic“: „Miliony lidí potřebují Nic! Tento nový produkt je nyní k dostání za lákavé ceny – dostanete Nic za nic. Využití je mnohačetné – Nic nezabírá prostor v domácnosti, nevyžaduje žádnou údržbu, nespoteřebává žádnou energii. Kupujte Nic!“

Pod povrchem to bublá i v Německu, Berlínka Julia Greweová má pro naši dobu přílehlavý název – „ikeáčká kultura“. „Nelíbí se mi, že si dnes každý může pořídit cokoli za nízkou cenu. Když se to okouká, tak se to vyhodí a za pakatel se pořídí něco nového. Konzumujeme bez rozmyslu. Já chci kvalitu a udržitelný rozvoj, nebo nechci nic,“ říká rezolutně dvačtyřicetiletá novinářka a překladatelka, která

### ■ Nekonzumně rozumně v české kotlině

V Česku už existují servery (například [www.NevyhadzujTo.cz](http://www.NevyhadzujTo.cz), [www.rerere.cz](http://www.rerere.cz), [www.VseZaOdvoz.cz](http://www.VseZaOdvoz.cz)), kde je možné udát i sehnat bezplatně cokoli od lyžařského vybavení, nábytku až po auto na součástky. Navazují na ideu serveru Freecycle.org rozšířeného na Západě. Existuje i portál zaměřený na bezplatné půjčování věcí mezi majiteli ([www.mojetvoje.cz](http://www.mojetvoje.cz)).

si po přestěhování do Austrálie vybavila domácnost pouze věcmi z druhé ruky.

### Oprav si sám

Na výrobky nevalné kvality, které vykazují parametry plánovaného zastarávání, upozorňují nové spotřebitelské webové stránky Murks-nein-danke.de neboli Zmetek? Děkuji, nechci. Největší hrozbou firmem 21. století totiž není hyperkonkurence, nýbrž informovaný zákazník, tvrdí jeden z nevlivnějších světových guru byznysu Gary Hamel, jemuž právě vychází v Česku knížka Na čem dnes záleží.

Loni se jako tajfun rozjel západní Evropou koncept zvaný Repair Café. Na novodobých burzách oprav dobrovolníci starým věcem vdechují nový život. Jen v Antverpách se akce od prosince konala už třikrát. „Úspěch předčil veškerá očekávání, pokaždé přišlo kolem 120 lidí, nosili s sebou všechno možné od mixérů až po šicí stroje, kola, oblečení a nábytek,“ řekla TÝDNU Greet Mullensová z organizace Ecohuis. Burza přitom není pojata jako opravárna, kde člověk své haraburdí nechá a pak se pro něj vrátí. „Je to místo, kde se lidé potkávají a vyměňují si zkušenosti, navazují kontakty. I kvůli krizi spousta lidí začala přemýšlet o marnotratnosti naší společnosti,“ říká Mullensová.

Projektům trvale udržitelného života se někde dostává i státní podpory, například v Belgii z ní mohou těžit bazary sítě Kringloopwinkel. Do některé z jejich 118 poboček podle výroční zprávy zavítal už každý druhý Belgičan a celkem se zde prodalo 28 000 tun spotřebního zboží – porcelán, nádobí, nábytek, kola, knihy, lampy, oblečení i spotřebiče.

V Česku prozatím odložené, byť funkční zboží ve valné většině končí na

### ■ Monitor za 1,5 eura – výhodný byznys

Hlavně rychle! Než se do dvanáctimetrového kontejneru vyskládá na tisíc obrazovek, chvíli to trvá. Ty nejhorší dozadu, pár zachovalých kousků dopředu, to kdyby přišla kontrola, a zapečetit vrata. Antverpy, Rotterdam, Hamburk – všude stejná story. Náš jedovatý elektrošrot se vydává na zakázanou cestou kolem světa. Cíl: Afrika.

Ačkoli je vývoz elektrošrotu v Evropě trestným činem, podobný scénář se opakuje dennodenně. „Zjistili jsme, že jenom z hamburského přístavu se ročně vyveze kolem 155 000 tun elektrošrotu, který je deklarován jako použité zboží. Většina kontejnerů míří do Ghany a Nigérie, kde neexistují žádné závazné předpisy, jak s ním nakládat,“ poodhalil TÝDNU Knut Sander z německého institutu Ökopol. Na nedozrálých haldách plných rozbitých obrazovek, klávesnic, mobilních telefonů a dálkových ovladačů pak v Africe doutnají sem tam ohničky. Místní sběrači na nich pájí plastové kryty počítačů i kabelů a rozbíjejí napadrté obrazovky,

aby se pod mraky štiplavého tmavého dýmu dostali k drahým kovům uvnitř. Moderní elektrospotřebiče totiž obsahují na šedesát různých vzácných i toxických látek, jako je měď, kadmium, hliník, kobalt, stříbro či zlato, ale také rtuť či olovo.

„Přeprava kamionu z Hamburku do Afriky stojí zhruba 1500 eur, to znamená přepravní náklady 1,5 eura na monitor. Zlikvidovat monitor podle zákona ekologicky v Německu stojí dvakrát více. Z každého monitoru navíc místní mají v surovinách čistý zisk 1,5 eura, to je průměrný výdělek Nigérie za celý den,“ vysvětluje Sander, proč se někomu vyplatí posílat šrot přes půlku planety. Na pokoutném byznysu se podle něj přizpůsobují jak drobní překupníci, tak takzvané remarketingové firmy, které elektrošrot mají oficiálně likvidovat. „Podle našich odhadů opouští evropské přístavy ročně nejméně 1,1 milionu tun elektrošrotu a s neustále vzrůstajícím množstvím elektroniky uváděné na trh toto číslo jenom poroste,“ varuje.

skládce. Změnit tento stav se snaží projekt CERREC, který by z evropských dotací měl do roku 2014 poučit Středoevropu, jak podobným iniciativám vdechnout život. „V zahraničí jsou tato centra opětovného použití zároveň pracovišti obtížně zaměstnatelných osob. U nás bohužel tuto podporu ministerstvo omezilo,“ podotýká Leona Šimková ze společnosti BIOM, která je českým partnerem projektu.

### Dobrovolná skromnost

Povědomí o zbytečné marnotratnosti přesto prosakuje i českou společností.

Čtyřicetiletá Irena Šmejcová si k našemu konzumnímu způsobu života nebere servírky: „Hromadíme za sebou odpadky. Nesnášíme nákupní centra. Dárky z principu nenosím. Nehodlám je chodit kupovat a přispívat k té nadprodukcí,“ říká rázně matka tříletého syna. „Mít málo věcí, v tom je svoboda. Kupuju jenom kvalitní věci, pak jich nepotřebuju spoustu.“

Mezi vyznavače skromného životního stylu patří i rodina Radima Bařinky. Dostávají pasivní dům, do práce jezdí na běžkách nebo na kole, synovi na cestu do patnáct kilometrů vzdálené školy pořídili elektrokolo. „To, že žijeme skromně, není nutnost. Označil bych to spíš za výběrovou náročnost,“ říká současný manažer firmy, který místo bezhlavých nákupů raději investuje do kvalitních věcí, které rodině dávají smysl.

„Lidé by měli pochopit, že nemohou mít všechno. Tímto poznáním budou nejen osvobozeni, ale i obohaceni,“ přikyvuje socioložka Hana Librová. „Hyperkonzum je posedlost vedená instinkty, člověk se bude cítit volnější, když se tohoto nutkání zbaví. Obohatí jej to mentálně i časově – bude mít čas dělat jiné věci.“



Irena Šmejcová.

### Zaplavené trhy

Množství elektrospotřebičů uváděných ročně na trh v kg na osobu

