



Diskussionsbeitrag zum Thema

Ist der „mündige Verbraucher“ ein geeignetes Leitbild?

Workshop von DIW Berlin und FES am 03.09.2010

Dr. Christian Grugel

Abteilungsleiter Verbraucherpolitik

Bundesministerin für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Leitbilddiskussion

- Zum Leitbild des „mündigen Verbrauchers“ gibt es heute keine Alternative.
- Verbraucherinnen und Verbraucher treffen eigenständige Konsumententscheidungen.
- Gut informierte Verbraucher können ihre Position selbstbestimmt und verantwortlich wahrnehmen.
- Allerdings entspricht das Idealbild des gut informierten und rational handelnden Verbrauchers kaum der Lebenswirklichkeit.

Verbraucherschutz auf drei Ebenen

Staat:

Der Staat schreibt weder Lebensstile noch Konsumententscheidungen vor (kein Vormund). Seine Rolle besteht in Regulierung (z. B. Gefahrenabwehr), Informationsvermittlung (Voraussetzung für Auswahl), Vermeidung von Marktstörungen (Kartellrecht).

Markt:

Funktionierende Märkte sind Voraussetzung für Wahlfreiheit der Verbraucher.

Verbraucher:

Durch ihre Entscheidungen können Verbraucherinnen und Verbraucher den Markt beeinflussen. Ihre Macht liegt in der sorgfältigen Auswahl auf der Basis des Vergleichs zwischen mehreren Angeboten.

Rolle des Staates

- Die Vielzahl an Produkten und Dienstleistungen kann durch Informationen für die Verbraucher vergleichbar gemacht werden.
- Dies schafft zusätzliche Alternativen über den Preis hinaus.

George A. Akerlof 1970 am Beispiel der Gebrauchtwagen („The Market for Lemons“): Freie Märkte funktionieren nicht, wenn Käufer und Verkäufer ungleichen Zugang zu Information haben.

- Die Freiheit der Märkte findet dort eine Grenze, wo durch Produkte oder Dienstleistungen Gesundheit, Sicherheit oder der Zusammenhalt der Gesellschaft gefährdet werden.

Rolle des Staates

- Der Staat unterstützt die Verbraucher:
 - Er setzt den rechtlichen Rahmen (z. B. Lebensmittelrecht).
 - Er sorgt für eine angemessene Verbraucherbildung (z. B. Alltagskompetenzen als Lerninhalt an Schulen).
 - Er fördert Verbraucherinformation (z. B. Stiftung Warentest, vzbv).
- Aber: Der Staat kann nicht in die Pflicht genommen werden, für alle Risiken Vorsorge zu treffen oder Einzelfallgerechtigkeit herzustellen.
 - Das heißt: Regulierung soviel wie nötig, aber so wenig wie möglich.

Rolle des Marktes

- Wirtschaftliche Strukturen beeinflussen Verbrauchergewohnheiten und Konsumententscheidungen.
- Marktwirtschaftliche Strukturen sorgen für Wettbewerb um Qualität und Preise.
- Es ist die Aufgabe der Wirtschaft, angemessene und verlässliche Informationen zu den Eigenschaften ihrer Erzeugnisse und Leistungen bereitzustellen (Voraussetzung für die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher).
- Wenn ein Unternehmen auf die Wünsche der Verbraucher eingeht, wird es längerfristig mehr Erfolg haben.
- Das heißt: Die Anbieter müssen ihre Kunden auch aus Eigeninteresse ernst nehmen.
- Die Nachfrage hat großen Einfluss auf die Entwicklung der Gesamtwirtschaft (Qualitätsprodukte, Innovationen, Arbeitsplätze).

Verbraucherentscheidungen

- Produkte und Dienstleistungen stehen heute in einem beispiellosen Ausmaß zur Verfügung.
- Durch das Internet kann sich jeder auf einem globalen Markt bewegen.
- Zudem gibt es mit Privatisierung und Wettbewerb bei Strom, Verkehr, Post oder Telefon eine Angebotsfülle in Bereichen, wo es früher jeweils nur einen Anbieter gab.
- Die Komplexität der Konsumententscheidungen steigt.
- Verbraucher leben in einem sozialen Umfeld, treffen emotionale Entscheidungen und haben persönliche Prioritäten.
- Es geht nicht darum, den Menschen diese Entscheidungen abzunehmen oder Vorgaben zu machen – der „mündige Verbraucher“ trifft diese selbst.
- Es geht auch nicht darum, persönliche Entscheidungsprofile infrage zu stellen.

Verbraucherentscheidungen

- Informationen und Transparenz können komplexe Fragen auf ihre Kernbestandteile reduzieren.
- Sie gewährleisten bessere Vergleichbarkeit.
- Verbraucher werden in die Lage versetzt, eigenverantwortliche Entscheidungen zu treffen.
- (Beispiel Produktinformationsblatt für Finanzdienstleistungen)
- Drei Ebenen sind gefordert:
 - staatliche Regulierung,
 - verbesserte Informationskultur der Unternehmen,
 - Vernetzung der Verbraucher.

Vernetzung der Verbraucher

- Die Informationsgesellschaft ermöglicht einen breiten Austausch zwischen den Verbrauchern (Produkteigenschaften, fundierte Kaufentscheidungen, besonders verbraucherfreundliche Unternehmen).
- Die zunehmende Zahl an Internetportalen zu Produkten und Dienstleistungen belegt den Trend.
- Wenn Einzelne ihre individuellen Entscheidungen Vielen bekannt machen, kann ein „Dominoeffekt“ ausgelöst werden.
- Informationen „von Verbrauchern für Verbraucher“ haben eine hohe Glaubwürdigkeit.

Schlussfolgerungen

- Der einzelne Verbraucher wird, wenn er zunehmend einer persönlich auf ihn zugeschnittenen Werbung ausgesetzt wäre, entmündigt (Vormund Wirtschaft).
- Auch der Staat kann durch ein Übermaß an Regulierung und Streben nach Einzelfallgerechtigkeit dem Leitbild des mündigen Verbrauchers entgegen stehen (Vormund Staat).
- Für die Verbraucherpolitik gilt daher: Verbraucher müssen durch einen rechtlichen Rahmen geschützt und durch Informationen unterstützt werden. Dann können sie die für sie richtigen Entscheidungen treffen.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !