

Christoph Strünck

Verbraucherforschung und Verbraucherpolitik aus politikwissenschaftlicher Perspektive

Workshop von DIW Berlin und
Friedrich-Ebert-Stiftung
3. September 2010, Berlin

- Auf welche Weise lassen sich Verbraucherinteressen artikulieren, aggregieren und repräsentieren?
- Welches Konfliktpotential haben unorganisierte und organisierte Verbraucherinteressen?
- Sind Verbraucher eine relevante Wählergruppe und wie relevant ist Verbraucherpolitik für Parteien?
- Welche Konfliktfelder gibt es in der Verbraucherpolitik und wo verlaufen die Konfliktlinien?
- Wie werden verbraucherpolitische Positionen legitimiert?
- Warum sind verbraucherpolitische Maßnahmen beschlossen worden und wie haben sie gewirkt?
- Welche Netzwerke dominieren in der Verbraucherpolitik?
- Welche unterschiedlichen Regulierungsmodelle gibt es?

- Defizitär ist vor allem die Verbraucherpolitik-Forschung
 - Implementations- und Evaluationsforschung sind weit weniger entwickelt als etwa in der Sozialpolitik
- Relevant für die Verbraucherpolitik sind weniger die Präferenzen als das Verhalten von Verbrauchern
 - Repräsentative Umfragen müssen um systematische Beobachtungen ergänzt werden
- Eine realistische, evidenzbasierte Verbraucherpolitik kann sich nicht auf das Leitbild des „mündigen Verbrauchers“ stützen
 - Zentral sind stattdessen die Erkenntnisse der Verhaltensökonomie zum „confident consumer“

- Innerverbandliche Interessenkonflikte um die Verbraucherpolitik sind zu wenig erforscht
 - Es gären Branchenkonflikte etwa in der Möbelindustrie, in der Pharmaindustrie oder in der Landwirtschaft; in Verbraucherorganisationen sind Themen wie Internet oder grüne Gentechnik umstritten
- Verbrauchersforschung und Verbraucherpolitik sind mittelschichtorientiert und verkennen die sozialpolitische Dimension
 - Viele Verbraucherprobleme betreffen einkommensschwache Haushalte, doch das grundlegende Informationsmodell des Verbraucherschutzes setzt bei den Interessen und Ressourcen der Mittelschicht an

- Das Vorsorgeprinzip ist politisch attraktiv, aber verbraucherpolitisch problematisch
 - Sein Nutzen ist konkret, die Kosten diffus, aber auch für die Verbraucher können enorme Kosten entstehen, etwa durch Verzicht auf technologischen Fortschritt
- Pluralisierung der Landschaft von Verbraucherorganisationen (z.B. durch Foodwatch) schwächt die kollektive Rechtsdurchsetzung
 - Öffentlich finanzierte Verbraucherorganisationen versuchen stärker durch Kampagnen zu konkurrieren und vernachlässigen dabei die Verbandsklage

- Gestaltende Verbraucherpolitik kann die Glaubwürdigkeit von Verbraucherorganisationen gefährden
 - „Überzeugen“ statt „Beraten“ verändert die Funktion von neutralen Stellvertreter-Organisationen
- Datenschutz ist nicht identisch mit Verbraucherschutz
 - Bei Konflikten um die Gesundheitskarte oder um Datensammlungen im Internet gibt es gegenläufige Interessen