

**Globalisierung – Wo bleibt der Verbraucher?
- Zusammenfassung des Expertengesprächs vom 21.05.2007 -**

Eine breite Bildungsoffensive für Verbraucher und verbesserte Verbraucherinformationen durch die (Selbst)Verpflichtung von Herstellern wurden als Forderungen des Expertengesprächs „Globalisierung – Wo bleibt der Verbraucher?“ formuliert.

Auf Initiative der Hauptabteilung Politik und Beratung der KAS kamen am 21.05. 2007 Referenten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verbraucherinstitutionen zusammen um die Position des Verbrauchers in der globalisierten Welt zu diskutieren und Strategien und Lösungsansätze aufzuzeigen.

Die Bedeutung der Globalisierung für den Verbraucher

Wirtschaftliche Freiheit und Außenhandel bringen dem Verbraucher viele Vorteile, darüber herrschte Einigkeit unter den Referenten. Steigender Wohlstand ist in all jenen Industrie- und Entwicklungsländern zu beobachten, die sich der Globalisierung nicht entzogen haben.

Die hohe Produktvielfalt hierzulande ist der Globalisierung zu verdanken. Zudem sind die Konsumpreise durch den Ansporn des internationalen Wettbewerbs und die Produktionsverlagerungen in Niedriglohnländer stetig gesunken.

Dr. Brinkmann, Vorstand der Stiftung Warentest, merkte an, dass die Entwicklungen bei der Produktqualität jedoch nicht so positiv verliefen: Insbesondere bei den Sicherheitseigenschaften und der Gesundheitsverträglichkeit seien im Zuge der voranschreitenden Globalisierung bei einer steigenden Anzahl an Produkten Mängel zu registrieren.

Die Position des Verbrauchers

Damit der Verbraucher die Herausforderungen der Globalisierung meistern kann, muss er seine Rolle als mündiger Bürger wahrnehmen und seine Kaufentscheidungen bewusst als Mittel zur Gestaltung der Globalisierung einsetzen.

Um den Verbraucher in diese Position zu versetzen, betonte Dr. Scheel als Vertreter der Industrie die Notwendigkeit gewisser Mindeststandards für die Sicherheit von Produkten und Gesetzen, die fairen Wettbewerb sichern. Die Macht des Verbrauchers gegenüber den Herstellern sei erst im Wettbewerb vollkommen.

Auch die wirtschaftliche Allgemeinbildung sei ein zentraler Aspekt bei der Positionierung des Verbrauchers in der globalisierten Welt, so Prof. Piorkowsky als Vertreter der Wissenschaft. Als Wirtschaftsteilnehmer müsse der Verbraucher über ein gewisses Verständnis der komplexen Zusammenhänge in der globalisierten Wirtschaftswelt verfügen, welches oftmals nicht gegeben sei. Als Folge nehme der Verbraucher die Globalisierung verzerrt wahr:

Während die positiven Effekte (sinkende Preise, steigende Produktvielfalt) nicht der Globalisierung zugeschrieben werden, sei dies für negative Effekte (Arbeitsplatzverlust) umso mehr der Fall. Als Konsequenz verkenne der Verbraucher faktisch seine Gestaltungsmacht.

Der Europaparlamentarier Dr. Schwab hob hervor, dass der mündige Verbraucher durchaus in der Lage sei, große Konzerne mit Markenqualitätsprodukten unter Handlungsdruck zu stellen. Gegenüber zerstreuten Anbietern auf zersplitterten Märkten jedoch könne er seine Macht weniger wirksam einsetzen.

Globale Standards im Verbraucherschutz?

Dr. Schwab griff auch die Frage nach der adäquaten Regelungsebene für Normen und Standards des Verbraucherschutzes in der globalisierten Welt auf. Dabei hob er hervor, dass international sehr unterschiedliche Rechtstraditionen eine Harmonisierung der Standards im Verbraucherschutz sehr schwierig machten. Gleichzeitig reichten aufgrund des globalen Charakters vieler Produkte nationale Regeln nicht mehr aus, die bestehenden Probleme zu bewältigen. Die Verbraucherpolitik als Querschnittsthema fordere bei Rechtssetzung auf übergeordneter Ebene häufig Kompromisse in anderen Politikbereichen.

Schwab nannte die EU als gelungenes Beispiel einer internationalen Lösung für Verbraucherstandards. Eingebettet in die Entwicklung des Europäischen Binnenmarktes sei es gelungen, die unterschiedlichen Vorstellungen miteinander vereinbar zu machen.

Die CDU Bundestagsabgeordnete und Verbraucherbeauftragte der CDU/CSU Fraktion Klöckner verwies anhand des Beispiels der EU darauf, dass Bürokratie nicht Überhand nehmen dürfe: Im aktuellen Grünbuch zum Verbraucherschutz schieße die EU über das Ziel hinaus und laufe Gefahr, den mündigen Verbraucher durch Überregulierungen in seiner Entscheidungsfreiheit einzuschränken.

Die Referenten wiesen der Welthandelsorganisation (WTO) eine wichtige Rolle bei der Annäherung von Standards und der Sicherung eines gewissen Schutzniveaus auf globaler Ebene zu.

Erfolge z.B. in China zeigten, dass die WTO bis zu einem gewissen Maße in der Lage sei, die Umsetzung bestimmter Standards von ihren Mitgliedsstaaten einzufordern. Die perfekte Organisation zur Durchsetzung weltweiter Verbraucherregeln sei sie jedoch nicht.

Bei der Diskussion um gemeinsame globale Standards fand die von Bundeskanzlerin Angela Merkel angestoßene Initiative zur transatlantischen Wirtschaftspartnerschaft positiven Anklang bei den Referenten: Sie habe große Erwartungen im Hinblick auf eine gegenseitigen Anerkennung von Sicherheitsstandards geweckt. Anhand einer Befassung mit konkreten Sachfragen könne die Annäherung der unterschiedlichen Vorstellungen schrittweise gelingen.

Die Verantwortung der Wirtschaft

Das Podium war sich einig darüber, dass eine adäquate Informationsbasis Grundvoraussetzung sei für die Handlungsfähigkeit des Verbrauchers als mündiger Bürger. Eine gemeinsame Position zum Grad der Verbindlichkeit von Publikations- oder Transparenzrichtlinien für Unternehmen war jedoch nicht erkennbar:

Aus dem Kreise der Verbraucherschutzverbände wurde eine gesetzliche Verpflichtung der Hersteller zur Bereitstellung von Informationen für den Verbraucher und einer Kennzeichnung am Produkt gefordert: Schließlich sei der Verbraucher bei Angaben zum Produkt auf den Hersteller angewiesen.

Die Industrie plädierte dafür, die Verantwortung den Unternehmen selbst und den Medien zu überlassen. Dr. Scheel argumentierte, der Markt sei meistens schneller in der Lage auf Anforderungen der Verbraucher zu reagieren als der Gesetzgeber.

Die Politik unterstützte eine Transparenzinitiative, ließ sich jedoch die Frage nach der Verbindlichkeit offen.

Ähnlich waren die Positionen bei der Frage nach der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen:

Viele global tätige Unternehmen in Deutschland haben sich bereits freiwillig zur Übernahme von Verantwortung gegenüber der Gesellschaft – und folglich auch dem Verbraucher – verpflichtet. Angesichts dieser Tatsache liege der Gedanke nahe, so der Vertreter des Bundesverbandes Verbraucherzentrale, dass deutsche Unternehmen eine international verbindliche Festlegung von Kriterien zur Einhaltung bestimmter Umwelt- und Sozialnormen (im Sinne einer Corporate Social Responsibility als ISO Norm) befürworteten um Wettbewerbsnachteile gegenüber Unternehmen aus anderen Ländern, die diese Norm nicht erfüllen, zu vermeiden.

Zu einer gesetzlichen Verpflichtung äußerte sich die Industrie jedoch ablehnend: Die Schwierigkeit liege in der Einigung auf eine international anerkannte Definition der Kriterien. Dr. Scheel betonte, auch ohne eine gesetzliche Verpflichtung hätten Multinationale Konzerne in großem Maße dazu beigetragen, die Situation bei den Umwelt- und Sozialstandards in Schwellen- und Entwicklungsländern zu verbessern.

Als Europaparlamentarier merkte Dr. Schwab an, dass nur eine Definition, die über die Grenzen Deutschlands und der EU hinausgehe, den Anforderungen der globalisierten Welt gerecht werden könne. Eine nationalstaatliche Festlegung von Umwelt- und Sozialnormen hingegen berge innerhalb der EU die Gefahr einer Zersplitterung der mühsam erarbeiteten Annäherung in der Verbraucherpolitik.

Empfehlungen an die Politik

Abschließend formulierte das Podium konkrete Handlungsempfehlungen an die Politik:

- Eine verbesserte wirtschaftliche Allgemeinbildung, die dem Verbraucher seine Rolle und auch seine Position im wirtschaftlichen Kreislauf verdeutlicht, könne helfen, ihn besser auf Chancen und Risiken der Globalisierung einzustellen. Um die breite Bevölkerung zu erreichen, müsse dieses Wissen auch außerschulisch, über die öffentlichen Medien (Radio, TV) weitergegeben werden. Die Ausbildung von Journalisten im Bereich Verbraucherpolitik kann diesen Prozess unterstützen.
- Seitens der Verbraucherschutzverbände wurde die Forderung einer verbindlichen Norm zur Corporate Social Responsibility betont, um Produktinformationen der Hersteller für den Verbraucher verlässlicher und verbindlicher zu gestalten. Die Industrie hingegen empfahl der Politik, sich den grundlegenden Problembereichen der Produktsicherheit und der Gesundheitsgefährdung zu widmen und darüber hinausgehend nicht einem kurzfristigen politischen Handlungsdruck zu

unterliegen. Sie müsse dem Verbraucher Freiheiten lassen und Verantwortung zutrauen, damit dieser seine Gestaltungsmacht entfalten könne.

- Ein besserer Dialog zwischen europäischer und nationalstaatlicher Ebene sei notwendig, um die Verbraucherproblematik auch auf die globale Agenda zu setzen. Gütesiegel eigneten sich als Instrument für die internationale Vergleichbarkeit von Produkten. Allerdings müsse eine gewisse Kontrolle gewährleistet sein, damit diese den Verbraucher in die Irre führten.
- Seitens der Stiftung Warentest wurde eine Verbesserung der Marktüberwachung in Deutschland vorgeschlagen: Behörden wie die Lebensmittelüberwachungsämter oder Gewerbeaufsichtsämter seien nicht ausreichend mit finanziellen und personellen Ressourcen ausgestattet und daher nicht in der Lage, von sich aus Missstände aufzudecken. Eine Aufstockung der Ressourcen sei auch bei der Einfuhrkontrolle wünschenswert.