

Positionspapier

Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern

„Kernelemente einer modernen Verbraucherpolitik: Der selbstbestimmte Verbraucher in der digitalen Welt“

Das Verbraucherleitbild ist im Wandel. Geht es nach Vorstellungen in der deutschen Politik, wird das vormalige Leitbild vom aufgeklärten und eigenverantwortlichen Verbraucher durch das vom schutzbedürftigen und unselbständigen Verbraucher ersetzt. Dies gilt gerade auch im Hinblick auf die Digitalisierung. Dieser schutzbedürftige und unselbständige Verbraucher wird darüber hinaus nicht mehr mit klar erkennbaren Geboten und Verboten belegt, sondern zunehmend unterschwellig mittels „Nudging“¹ beeinflusst.

Die Wirtschaft sieht diesen Paradigmenwechsel mit großer Sorge. Verfassungsmäßige Leitprinzipien wie Informationsfreiheit, selbstbestimmtes Handeln und verfassungsmäßige Freiheiten drohen so durch staatlichen Paternalismus ersetzt zu werden. Vor diesem Hintergrund bringt der Rechtsausschuss der IHK München folgende Thesen und Empfehlungen in den Diskurs von Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu einem neuen Verbraucherleitbild ein:

Thesen und Empfehlungen:

- 1. Die Digitalisierung des Wirtschaftslebens fordert und fördert Unternehmen und Verbraucher auf vielfältige Weise:** Dienste und Dienstleistungen werden vernetzt, E-Commerce verstärkt sich, Produkte, Käufer und Verkäufer werden durch Apps– jederzeit verfügbar und abrufbar - unterstützt, Preise können sekunden-schnell verglichen werden, auf Onlineforen und Bewertungsportalen werden Produkte und Dienstleistungen von Verbraucher vielfach bewertet und öffentlich diskutiert, und das Marketing wird zunehmend interaktiv.
- 2. Durch die erweiterten Informations-, Kauf- und Meinungsvervielfältigungsmöglichkeiten im Netz gewinnt der Verbraucher im und durch das Netz an Macht gegenüber dem Unternehmer.** Verbraucher sind durch die Digitalisierung vielfach mit dem Unternehmer mindestens auf Augenhöhe.
- 3. Unternehmen brauchen diesen starken Verbraucher.**
Ein starker Verbraucher ist ein Wirtschaftsfaktor und wichtiger Partner der Unternehmen. Den Unternehmen drohen erhebliche Wettbewerbsnachteile, wenn Verbraucher aus der nationalen Bevormundung auf den freieren, globalen Markt abwandern, um weniger regulierte Produkte zu erwerben.
- 4. Die Politik soll daher den mündigen Verbraucher stärken.**
Auch die Wirtschaft leistet hierfür ihren Beitrag, bspw. durch Information der Verbraucher. Aber die Politik muss die gesetzlichen Grundlagen schaffen, wobei es hierfür nicht mehr, sondern weniger Regelungen bedarf.
- 5. Die Politik muss das Leitbild des mündigen Verbrauchers prägen und fördern.**
Dieses im Grundgesetz angelegte Leitbild eröffnet allen am Wirtschaftsleben Beteiligten Handlungsspielräume einerseits und gibt Rechtssicherheit andererseits. Damit wird innovativen Unternehmensideen wieder Raum gelassen. Immer mehr Informationspflichten sind dafür kontraproduktiv. Immer mehr Informationsformalismus schafft kein Mehr an Verbraucherschutz, sondern Einnahmequellen für Abmahner.
- 6. Richtschnur sollte der durchschnittlich informierte, verständige und aufmerksame Verbraucher sein –** wie in der deutschen und europäischen Rechtsprechung seit Langem anerkannt.
- 7. Besondere, schutzbedürftige Verbrauchergruppen, wie Kinder- und Jugendliche, oder Verbraucher in bestimmten Bereichen, wie in der Lebensmittelbranche, werden bereits heute besonders und ausreichend durch gesetzliche Sonderregelungen geschützt.**
- 8. Der neue libertär-paternalistische Ansatz der Verbraucherpolitik wird dem vom Grundgesetz geprägten Bild des eigenverantwortlich und selbstbestimmt handelnden Bürgers nicht gerecht.**
- 9. Insbesondere das Nudging widerspricht dem verfassungsmäßigen Grundsatz, dass staatliche Eingriffe in die Freiheit der Verbraucher nur erfolgen dürfen, wenn sie „erforderlich, geeignet und angemessen“ sind.**

¹ Verbraucher wird nach Prinzipien der Verhaltensökonomie zu einem bestimmten, gewünschtem Verhalten bewegt. Beispiel: Anstatt der Organspende zustimmen zu müssen, nimmt der Staat an, dass grundsätzlich jeder zur Organspende bereit ist. Wer das „ausnahmsweise“ nicht ist, kann widersprechen, muss aber somit aktiv werden.