

Der mündige Verbraucher: Wunsch und Wirklichkeit

Geschichte und Interpretation eines Leitbildes der Verbraucherpolitik

Das Leitbild des mündigen Verbrauchers...

...stellt ein zentrales Objekt im verbraucherpolitischen Diskurs dar. Augenscheinlich besteht ein breiter Konsens, dass der mündige Verbraucher wünschenswert und prinzipiell erreichbar ist.

- Woher stammt das Leitbild?
- Ist der mündige Verbraucher tatsächlich ein konsensfähiges normatives Zukunftsbild?
- Dient das Leitbild selbst als verbraucherpolitisches Instrument, hat es potentiell orientierende und motivierende Funktion?
- Hat das Leitbild Schwächen?
- Wird es fehlinterpretiert oder instrumentalisiert?

Verwendung durch die verbraucherpolitischen Akteure

- Bedingt durch den Querschnittscharakter der Verbraucherpolitik ist eine Vielzahl von Akteuren und Interessengruppen am Diskurs beteiligt
- Politische Parteien, Exekutive / Koalitionen, Rechtsprechung, Verbraucherverbände sowie Wirtschaftsverbände verwenden das Leitbild
- Die Realisierbarkeit bzw. der real erreichte Grad an Mündigkeit wird unterschiedlich bewertet
- Weitgehender Konsens: Unterstützung und Befähigung der Verbraucher sind notwendig
 - Fehlinterpretationen (Realbild, Referenzmodell) und Instrumentalisierung existieren



Entstehung und Etablierung des Leitbildes

- 1970er Jahre: Verbraucherpolitik wird in der BRD zunehmend eigenständiger Politikbereich
- Aus den theoretischen Konzepten „Konsumentensouveränität“ und „Konsumfreiheit“ erwächst in dieser Zeit das Leitbild des mündigen Verbrauchers
- „Gesucht: Der mündige Verbraucher“ lautet 1973 der Titel einer Publikation des Verbrauchersforschers GERHARD SCHERHORN
- Erste Konzepte der Verbraucherbildung ergänzen das Instrument der Verbraucherinformation
- 1980/90er Jahre: Verbraucherpolitik tritt in Deutschland wieder in den Schatten der Wirtschafts- und Wettbewerbspolitik
- Zunehmend etabliert sich auf EU-Ebene eine gemeinschaftliche Verbraucherpolitik
- Ab dem Jahr 2000 flammt mit der BSE-Krise die nationale Verbraucherpolitik wieder auf
- Weitgehend unreflektiert etabliert sich das Leitbild des mündigen Verbrauchers beim Gros der verbraucherpolitischen Akteure

Chancen und Grenzen des Leitbildes

- Der mündige Verbraucher ist ein normatives Ideal, keinesfalls ein Abbild oder Modell der Realität
- vorherrschende Instrumente zur Unterstützung und Befähigung der Verbraucher: Verbraucherinformation, -bildung, flankierende Gesetzgebung
- Verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse stellen Reichweite dieser klassischen Instrumente in Frage
- Interessens-, Verhaltens- und Kompetenzheterogenität der Verbraucher müssen Berücksichtigung finden

Fazit für Politik und Forschung:
Um dem normativen Leitbild in der Realität näher zu kommen, gilt es innovative, motivierende, zielgruppenspezifische Instrumente zu entwickeln sowie Verbraucherrealität und (produktive) Verbraucherkompetenzen stärker in den Fokus zu stellen.