

Christoph Strünck

Der „mündige Verbraucher“ – ein populäres Leitbild auf dem Prüfstand

Workshop der Verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen

Düsseldorf, 4. Oktober 2011

1. Das Leitbild 2. Die Anbieter 3. Die Verbraucher 4. Die Politik 5. Fazit

- Mündige Verbraucher sollen selbst entscheiden(können)
- Dieses Leitbild ist nicht nur ein Ziel, sondern auch eine Voraussetzung für die Verbraucherpolitik
- Diese Annahme widerspricht jedoch der Wirklichkeit

1. Das Leitbild 2. Die Anbieter 3. Die Verbraucher 4. Die Politik 5. Fazit

- Informationen über Preise, Qualität und Vertragsbedingungen sind nicht immer klar, verständlich, und leicht zugänglich
- Ähnliche Produkte können nicht immer verglichen werden
- Das Marketing nutzt die Entscheidungsschwächen der Verbraucher

1. Das Leitbild 2. Die Anbieter 3. Die Verbraucher 4. Die Politik 5. Fazit

- Verbraucher sind unter Zeitdruck, eingeschränkt kompetent und nicht immer diszipliniert
- Entscheidungen hängen von Experten, Gewohnheiten, Voreinstellungen etc. ab
- Es gibt vertrauende, verletzte, verantwortungsvolle Verbraucher

1. Das Leitbild 2. Die Anbieter 3. Die Verbraucher 4. Die Politik 5. Fazit

- Gesetzgeber und Gerichte gehen von unrealistischem Verbraucherverhalten aus
- Parteien und Verbände instrumentalisieren den „mündigen Verbraucher“ für ihre Zwecke
- Die Verbraucherpolitik setzt auf mehr und bessere Informationen, ohne deren Wirkung zu prüfen

1. Das Leitbild 2. Die Anbieter 3. Die Verbraucher 4. Die Politik 5. Fazit

- Das Leitbild des „mündigen Verbrauchers“ lenkt von der Wirklichkeit ab
- Verbraucher können und wollen nicht immer entscheiden
- Die Verbraucherpolitik sollte diese empirischen Erkenntnisse stärker berücksichtigen