

VERBRAUCHERBERATUNG-VERBRAUCHERSELBSTHILFE

Die wirtschaftliche Situation der letzten Monate war nach Auffassung der Bundesregierung durch folgende Hauptmerkmale gekennzeichnet: Devisenknappheit, Mangel an Investitionskapital, ungenügender Sparwille und — damit verbunden — die „Zügellosigkeit der Verbraucher“. Man beschwor den Verbraucher, doch ja nicht so viel Geld für den Konsum auszugeben und vergaß völlig, daß die Einkommen im Verhältnis zu den Preisen und dem Bedarf der ausgebombten und durch Kriegsfolgen verarmten Haushalte viel zu gering sind, um auch nur den wesentlichen Teil der berechtigten Konsumentenwünsche zu befriedigen. Man riet den Verbrauchern eindringlich, nicht so viel Süßwaren zu kaufen, sich einzuschränken, keine Angstkäufe zu machen, zu sparen und nochmal zu sparen. Man widersprach damit in naiver Weise den Prinzipien der Marktwirtschaft, welche sich jeder Einflußnahme auf die Neigungen der Verbraucher enthalten will und die Steuerung von Angebot und Nachfrage allein über die Höhe der Preise automatisch erfolgen läßt.

Die Mitglieder des Verbraucherausschusses beim Bundesernährungsministerium, dem auch die Gewerkschaften angehören, sprachen sich daher entschieden gegen eine Lenkung des Verbrauches aus; denn es erscheint absurd, den Hausfrauen zu empfehlen „Kauft keine Apfelsinen“, wenn diese überall tonnenweise zu günstigen Preisen angeboten werden.

Eine Lenkung des Verbrauchs ist also — auch wenn Vorschläge dazu aus der marktwirtschaftlich orientierten Bundesregierung kommen — undiskutabel. Es ist psychologisch unmöglich, vom Verbraucher (und zwar von den *kleinen* Verbrauchern, die 80 v. H. der Bevölkerung ausmachen) Verbrauchsdisziplin zu verlangen. Man kann der Hausfrau keine volkswirtschaftlichen Überlegungen zumuten und von ihr verlangen, daß sie deutschen Kohl zur Stützung der notleidenden Landwirtschaft kauft, wenn französischer Blumenkohl für den gleichen Preis angeboten wird. Ihre hauswirtschaftlichen Überlegungen sind ihre eigene Angelegenheit und werden eng genug durch den schmalen Geldbeutel begrenzt. Sparen kann sie von dem Wenigen, das ihr zur Verfügung steht, nichts; *wie* sie das Geld ausgibt, muß nach so vielen Jahren der Mangel- und Zwangswirtschaft ihre Sache bleiben.

Weitab von jedem Lenkungsversuch des Verbrauches kann jedoch in der *Beratung der Verbraucher* die begrüßenswerte Aufgabe einer Verbraucherselbsthilfe erblickt werden. Ein Blick auf derartige Einrichtungen in den Vereinigten Staaten vermag uns allerlei Anregungen zu geben.

In den reichen USA gehören die Beratungsorganisationen zu einem anerkannten Bestandteil des öffentlichen Lebens; ihre Tätigkeit wird vom Verbraucher geschätzt und vom Hersteller gefürchtet. Die „*Consumer Unions*“, wie diese Verbraucherorganisationen in den USA heißen, äußern die tatsächlichen Wünsche der Verbraucher, die diesen selbst aus verschiedenen Gründen keineswegs immer ganz klar sind. Solche Gründe sind z. B. die Beeinflussung durch stetig hämmernde Reklame, das Blenden des Käufers durch die äußere Aufmachung der Ware auf Kosten ihrer Qualität, die vielfach scheinbaren Vorteile des Teilzahlungskaufs und vor allem die mangelnde Fachkunde des Konsumenten. Wer ein Paar Schuhe braucht, wählt diese nach Größe, Farbe, Form und Preis, ohne damit sicher zu sein, die richtige Entscheidung in bezug auf Halt-

barkeit und gute Innenverarbeitung getroffen zu haben. Oder man kauft eine bestimmte Zahnpaste, weil einem ihr Name täglich hundertmal eingehämmert wird, obwohl ihre Bestandteile für die Zähne schädlich sind.

Hier tritt die Consumer-Union mit ihren Einrichtungen in Tätigkeit: sie verfügt über Fachleute, die den Schuh oder den Zahnkrem genau untersuchen, die einen Schuh einer Brauchbarkeitsprüfung unterziehen. In eigenen Laboratorien der Consumer-Unions wird die Qualität geprüft. Bei Glühbirnen zum Beispiel kann nur auf diese Weise die Qualität überhaupt festgestellt werden; ohne sie ist jeder Verbraucher auf Gedeih und Verderb den Versicherungen des Verkäufers ausgeliefert. Das Ergebnis solcher Warenuntersuchungen, zu deren Durchführung die Verbraucherorganisationen natürlich über einen großen Stab von Fachleuten und Fachwerkstätten verfügen müssen, wird in eigenen Zeitschriften und Jahrbüchern mitgeteilt, welche in Schulen, Lesehallen usw. weiten Kreisen (auch Nichtmitgliedern) wertvolle Auskünfte geben. Zwar sind diese Auskünfte von lakonischer Kürze, doch sie erfüllen auf Grund ihres wohlgedachten Zustandekommens ihren Zweck. Denn sowohl die technische (also qualitative) als auch die wirtschaftliche Seite wird bei der „Zensurenerteilung“ berücksichtigt, die „beste Käufe“, „annehmbare Produkte“ und „nicht annehmbare Produkte“ unterscheidet. Der zur Anwendung kommende Maßstab richtet sich dabei nach den Ansprüchen der breiten Käufermassen in der Bevölkerung, deren herrschende Geschmacksrichtung durch wohlüberlegte Testmethoden gleichfalls ermittelt wird.

Die Verwendung der Zensuren zu Reklamezwecken ist streng untersagt. Sie können sich also allein auf dem Wege über die Konsumenten auswirken. Aber diese Wirkung ist von maßgeblicher Bedeutung, weil jeder Hersteller, dessen Ware von den Prüfstellen „verrissen“ wird, mit erheblichen Verlusten zu rechnen hat. Nicht selten werden schlecht beurteilte Produkte rasch aus dem Verkauf zurückgezogen. Natürlich ist der Teil der Bevölkerung, welcher die Beurteilungen der Consumer-Unions überhaupt zu Gesicht bekommt, verhältnismäßig gering; aber bereits der Ausfall jener Gruppe von Käufern, die sich auf diese Weise unterrichtet haben, bewirkt für den Produzenten Verluste, die ihm als Warnungszeichen dienen.

So beraten die Consumer-Unions nicht nur den Käufer, sondern sie erziehen zwangsläufig den Hersteller zu Qualität und Preiswürdigkeit. So eng begrenzt vielleicht die direkte Wirkung der Beratung also sein mag, so umfassend ist die indirekte der Qualitätssteigerung.

Der Leser wird voller Skepsis einwenden, daß auch bei diesen Consumer-Unions Schiebung und Bestechung kaum ganz ausgeschlossen werden können. Hierzu muß festgestellt werden, daß kein Fall bekannt ist, in dem eine Herstellerfirma die Verbraucherorganisation nach einer schlechten Zensur wegen Geschäftsschädigung oder auf Grund irgendeines Wettbewerbsgesetzes verklagt hätte. Wenn die Lauterkeit des Zustandekommens der Zensuren bezweifelt wird, erfolgt eine gerichtliche Klärung und Entscheidung. Die Verbraucherorganisation sichert sich mit solchen strengen Prinzipien den untadeligen Ruf ihrer Einrichtungen und die Anerkennung ihrer Autorität.

Wer nicht zahlendes Mitglied (fünf Dollar) sein kann oder will, kann das jeweilige Jahrbuch erwerben oder einsehen, das ihn vor seinen Käufen berät und über Qualitäts- und Preisunterschiede unterrichtet.

Wenn also Mrs. Johnson die Anschaffung eines Kühlschranks bei ihrem Mann erwirkt hat, studieren beide zunächst in einer der viel verbreiteten Lesehallen die Zeitschriften und Bücher der Consumer-Unions (es gibt zwei solche

Organisationen in den USA), Sie entdecken drei Modelle der von ihnen erwogenen Preislage und erfahren, daß Myers Ltd. einen Kühlschrank herstellen, der zwar etwas teurer als die andern ist, jedoch die Zensur „beste Käufe“ erhalten hat. Firma Wesfowns Fabrikat läuft — obwohl es billiger ist — unter „annehmbare Käufe“, desgleichen das wiederum teure Modell einer dritten Firma. Familie Johnson, die so wenig wie andere Leute von Kühlschränken versteht, weiß nun Bescheid.

So schützt sich also in einem Land, dem Mangel und Not im europäischen Sinne nahezu fremd sind, die Verbraucherschaft gegen volkswirtschaftlich verantwortungslose Produzenten. Ihren Ausgang nahm diese nützliche Einrichtung wahrscheinlich vom Arzneihandel. Da in den USA sämtliche Arzneien frei verkauft werden dürfen und dem Schwindel auf diesem Gebiet Tür und Tor geöffnet waren, entstand eine Schutz Einrichtung der Verbraucher auf dem Weg der *Selbsthilfe*, die sie vor etwa angebotenen schädlichen Drogen bewahrte.

Versuchen wir nun einmal, diese Erfahrungen in den USA auf unsere gegenwärtigen *deutschen Verhältnisse* anzuwenden. Für eine deutsche Verbraucherorganisation würden zunächst wohl kaum die notwendigen finanziellen Mittel aufgebracht werden können. Denn zur Erfüllung der gestellten Aufgaben gehören eine große Anzahl gut ausgestatteter Laboratorien technischer, physikalischer und chemischer Art. Wenn auch der Qualitätsgedanke in der deutschen Produktion weit stärker verbreitet ist, so hat doch die Nachkriegszeit gezeigt, daß eine Kontrolle hier und da vonnöten ist. Zahlreiche ernsthafte und verantwortungsbewußte Fabrikanten teilen diese Überzeugung. Aber darüber hinaus läge der Schwerpunkt in Deutschland auf dem Gebiet der vielfach noch fragwürdigen Handelsspannen, deren Höhe sich auf die noch kaum verminderte Monopolstellung vieler Produzenten stützt.

Der *Ständige Ausschuß für Selbsthilfe*, den dreißig große in der Bundesrepublik sozialpolitisch tätige Verbände gebildet haben, um gemeinsame Probleme der Selbsthilfe zu klären und voranzutreiben, hat sich kürzlich in einem Unterausschuß „Gemeinnützige Konsumentenberatung“ mit diesen Fragen befaßt. Man kam zu der Erkenntnis, daß eine Beratung der deutschen Konsumenten sich noch lange Zeit nicht auf komplizierte Materialprüfungen und psychologische Tests wird stützen können. Und doch kann auch heute schon — und mit kleinen Mitteln — dem Verbraucher Hilfestellung durch guten Rat geleistet werden. Der erste Schritt dazu sollte die Schaffung einer einheitlichen, stetig wiederkehrenden Spalte in den Zeitungen und Zeitschriften der großen Verbände sein, die von Millionen gelesen werden.

Ohne in diesem Stadium schon weitreichende Pläne formulieren zu können, wird bereits ein wesentliches Hindernis sichtbar. Nehmen wir an, in der Verbraucher-Ecke der Zeitung steht eines Tages etwa: „Kauft keine X-Glühbirnen — denn sie taugen nichts!“ Die Herstellerfirma X wird wahrscheinlich Klage wegen Geschäftsschädigung usw. erheben. Damit erhebt sich die Frage, ob unsere geltenden Wettbewerbsbestimmungen eine Tätigkeit in der Art der amerikanischen Consumer-Unions überhaupt zulassen. Wenn nicht, so bedürfen sie, da der Verbraucherselbsthilfe derartige Hindernisse aus dem Weg geräumt werden müssen, der zeitgemäßen Abänderung.

Nicht jeder schaffende Mensch kann aus seinen Berufskennntnissen heraus stets beurteilen, wofür er sein hart verdientes Geld am zweckmäßigsten und sparsamsten ausgibt. Durch eine Beratung *vor* dem Kauf durch die *gemeinschaftliche Selbsthilfe* aller Konsumenten, der Millionen Werktätigen, würden wesentliche Ersparnisse erzielt und die Produzenten noch stärker als bisher zur Qualitätserzeugung angespornt werden können,