



Was braucht verantwortungsbewusster Konsum?

15. März 2017 – Welttag der Konsumentenrechte

Die Eidgenössische Kommission für Konsumentenfragen EKK, eine tripartite Kommission bestehend aus Vertretern der Anbieterseite, der Konsumentenorganisationen und der Wissenschaft, nimmt den Weltkonsumententag zum Anlass für ein paar Gedanken zu diesem Thema.

Konsum hat vielfältige Konsequenzen. Von ihm hängen Arbeitsplätze ab, zum Beispiel in der Produktion, im Handel und in der Gastronomie. Wie Waren produziert und transportiert werden, betrifft Fragen der Nachhaltigkeit, teilweise auch des Tierwohls. Was und wie wir konsumieren kann diese Aspekte positiv oder negativ beeinflussen. Gleichzeitig hat Konsum einen regulierenden Einfluss auf den Wettbewerb zwischen den Unternehmen. Konsumentinnen und Konsumenten tragen entsprechend eine nicht zu unterschätzende Mitverantwortung für die Folgen ihres Handelns.

Die Konsumentinnen und Konsumenten haben heute mehr Informations- und Wahlmöglichkeiten als je zuvor – zum Teil dank der Digitalisierung und der sogenannten Sharing Economy. Waren früher Unternehmen meist Eigentümer der Produktionsmittel, gibt es heute grosse «Taxiunternehmen» ohne eigene Taxis und «Hotelketten» ohne eigene Unterkünfte. Die Digitalisierung ist Chance und Risiko zugleich. Für den Handel ist sie insofern eine Herausforderung, als dieser durch sie mit einer verschärften und räumlich erweiterten Konkurrenz konfrontiert ist. Zudem haben veränderte Lebensformen eine Nachfrage geschaffen, die durch neue Angebote ausgefüllt wird: Wer über Mittag nicht nach Hause geht und sich unterwegs schnell verpflegen will, kann sich zum Beispiel bei einem Food Truck ein Mittagessen besorgen.

Das ruft nach neuen Paradigmen. Die Rechte und Pflichten der Konsumentinnen und Konsumenten wie auch diejenigen des Handels müssen mit diesen neuen Gegebenheiten Schritt halten. Für alle Beteiligten stellen sich deshalb Fragen.

- Die **Konsumentinnen und Konsumenten** haben den grundsätzlichen Anspruch auf Sicherheit, Qualität und faire Preise für die bezogene Ware oder Dienstleistung. Sie müssen sich ihrerseits aber auch immer wieder überlegen, ob ihr Konsumverhalten mit ihren eigenen Wertmassstäben und mit ihren Ansprüchen bezüglich Qualität und Gesundheitsschutz übereinstimmt. Günstiges Fleisch aus dem Ausland geht oft mit tieferen Standards im Tierschutz einher. Beim Konsum über die Gasse werden nicht immer dieselben Hygienevorschriften wie in einer Kantine oder einem Restaurant eingehalten. Damit die Konsumentinnen und Konsumenten ihre Verantwortung wahrnehmen können, müssen sie jederzeit über zielgerichtete und korrekte Informationen verfügen und diese auch handhaben können.
- Die **Anbieter** müssen sich überlegen, welche Informationen die Konsumentinnen und Konsumenten brauchen. Nur mit transparenter Information können diese ihre Eigenverantwortung wahrnehmen. Die relevanten Informationen (wie z.B. wichtige Angaben zu Inhaltsstoffen/Allergenen) müssen leicht zugänglich vermittelt werden und korrekt sein. Wenn Unternehmen dagegen verstossen, werden nicht nur die Konsumentinnen und Konsumenten getäuscht, es wird vielmehr auch der Wettbewerb verzerrt. Deshalb braucht es Durchsetzungsmassnahmen, um einen fairen Wettbewerb zwischen den Unternehmen zu gewährleisten und den Konsumentinnen und Konsumenten die aus ihrer Sicht richtige Wahl zu ermöglichen. Richtigerweise sind denn auch Informationspflichten gesetzlich verankert. Informierte und kritische Konsumenten setzen – entgegen mancherlei Ansichten - den Handel nicht generell unter Druck, sondern helfen mit, die Angebote zu verbessern und allfällige schwarze Schafe zu eliminieren.

- Die **Politik** schliesslich muss die Frage beantworten, wie die erforderliche Transparenz gewährleistet werden und wie mit den neuen Herausforderungen der Digitalisierung umgegangen werden soll. Zentral ist dabei, dass die Regulierung einen effektiven und lautereren Wettbewerb gewährleistet. In mehreren Branchen lässt sich dasselbe Muster beobachten: Während die traditionellen Anbieter einer dichten Regulierung unterliegen, geniessen die neuen Formate grosse Freiheit. Das gilt beispielsweise für Meldepflichten, die Hotels, in der Regel nicht aber Airbnb-Anbieter erfüllen müssen; Analoges trifft auf das Taxigewerbe im Wettbewerb mit Uber zu. Hier sind gleich lange Spiesse gefordert. Die notwendigen Standards müssen von allen Anbietern eingehalten werden. Die neue Konkurrenz kann aber durchaus zum Anlass genommen werden, bestehende Regulierungen zu überprüfen und sie an neue Gegebenheiten anzupassen. Fehlinformationen und Missbräuche sollen jedoch sanktionierbar sein. Nur mit einem solchen Verständnis nimmt man die Lenkungsfunktion der Konsumentinnen und Konsumenten auch ernst.
- Last but not least sind auch die **Gerichte** gefordert, und zwar nicht bloss, wenn es um die Durchsetzung gleich langer Spiesse zwischen verschiedenen Anbietern im Verwaltungsrecht, im Steuerrecht oder im Sozialversicherungsrecht geht, sondern ebenso beim Schutz von Konsumentinnen und Konsumenten im Privatrecht. So könnten die Gerichte den ihnen gestützt auf Art. 97 der Bundesverfassung zustehenden Spielraum bei der Anwendung des geltenden Rechts auch entsprechend nutzen.

Für die Eidgenössische Kommission für Konsumentenfragen

Dr. Marlis Koller-Tumler, Präsidentin

Prof. Pascal Pichonnaz, Vizepräsident