Verbraucherinformationen – Marktregulierung durch Transparenz?

Internationales Symposium am 30./31. Mai 2011 in Potsdam

Seit Monaten wird eine Novellierung des Verbraucherinformationsgesetzes, das im Jahre 2008 nach diversen Lebensmittelskandalen in Kraft getreten ist, diskutiert. Evaluierungsergebnisse und ein erster Referentenentwurf liegen vor.

Das Internationale Symposium „Verbraucherinformationen – Marktregulierung durch Transparenz?“ beschäftigte sich am 30. und 31. Mai 2011 in Potsdam mit dem Verbraucherinformationsgesetz, sowie zahlreichen anderen Instrumenten zur Information von Verbraucherinnen und Verbrauchern. Die Konferenz wurde in Zusammenarbeit mit der Alcatel-Lucent Stiftung für Kommunikationsforschung und der Deutschen Gesellschaft für Recht und Informatik e.V. veranstaltet. Expertinnen und Experten aus dem In- und Ausland konnten ihre Erfahrungen mit einem interessierten Publikum austauschen.

Bereits zu Beginn des Symposiums zeigte sich, dass diese Auffassung keineswegs unumstritten ist. Insbesondere im Hinblick auf einen verantwortungsvollen Umgang mit Unternehmensdaten wurde seitens der Lebensmittelwirtschaft vor einer Prangerwirkung gewarnt. Unter welchen Voraussetzungen darf beispielsweise über den Verstoß gegen Hygienebestimmungen informiert und „Ross und Reiter“ genannt werden? Dass Verbraucherinformationen vor allem für einen fairen Wettbewerb sorgen sollen und dem Staat in diesem Zusammenhang eine wesentliche Verantwortung zukommt, hat eine Verbraucherorganisation deutlich gemacht. Gleichzeitig müssen Informationen aber auch verständlich aufbereitet werden.

Wie überaus kompliziert es ist, die unterschiedlichen Erwartungshaltungen an das Verbraucherinformationsgesetz in Einklang zu bringen, zeigte der Praxisbericht einer Untersuchungsbehörde für Lebensmittelsicherheit. Insbesondere der sehr weit gehende Schutz von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen führt immer wieder zu Unsicherheiten. Die während der Veranstaltung mehrfach erho-

bene Forderung, das Gesetz mit anderen Rechtsgrundlagen für die Akteneinsicht zusammenzufassen und verbraucherfreundlicher zu gestalten, liegt daher geradezu auf der Hand.

Dass andere Länder längst weiter sind, bewies das bereits seit Jahren erfolgreiche dänische Beispiel: Ein Smiley über dem Eingang eines jeden Restaurants oder Supermarktes zeigt dort das Ergebnis der Kontrolle an: Lächeln – alles bestens; schmollender Mundwinkel – Vorsicht!

Aus der Vorstellung einer internationalen Studie während des Symposiums ging hervor, dass Deutschland mit seinem Verbraucherinformationsgesetz eine Sonderstellung einnimmt. In den meisten anderen Staaten werden die allgemeinen Informationsfreiheitsgesetze auch von Verbraucherinnen und Verbrauchern genutzt – die deshalb keineswegs schlechter informiert sind als hier zu Lande. Übersichtlicher ist solch eine einheitliche Rechtslage auf jeden Fall. Aufschlussreich war in diesem Zusammenhang die Schilderung aus dem Vereinigten Königreich von Großbritannien und Nordirland: Dort schreibt das allgemeine Informationsfreiheitsgesetz Mindeststandards für aktive Veröffentlichungen vor. Diese Standards sind auf die jeweiligen Behörden zugeschnitten; ihre Einhaltung wird durch den britischen Informationsbeauftragten kontrolliert. Ganz ohne ein spezielles Gesetz hat die Informationsfreiheit so das Niveau der Verbraucherinformationen wesentlich erhöht – „Open Government“ inklusive.

Wer Geld auf die hohe Kante legen will, tut sich zumeist schwer mit der Wahl des richtigen Anlageprodukts. Ein unübersichtliches Angebot und die für Laien kaum einzuschätzenden Risiken führen hier oft zu Verunsicherungen. Eine Direktbank stellte auf dem Symposium ihr Gegenkonzept vor: Den „Beipackzettel“ für Finanzprodukte. Dabei wurde deutlich, dass Verbraucherinformationen keineswegs eine Belastung, sondern vielmehr einen Wettbewerbsvorteil für die Unternehmen darstellen.

Entscheidend für die tägliche Kaufentscheidung im Supermarkt ist vor allem, dass auf dem Produkt draufsteht, was drin ist. Was kann beispielsweise die Lebensmittelkennzeichnung leisten und wie wird sie von den Kundinnen und Kunden überhaupt verstanden? Einblicke in dieses Thema bot ein Vortrag aus Großbritannien. Sowohl bei der Lebensmittelkennzeichnung als auch auf dem Gebiet der Produktsicherheit spielt die Europäische Union mittlerweile eine Schlüsselrolle. Sie betreibt beispielsweise im Internet ein Schnellwarnsystem für gefährliche Konsumgüter (RAPEX). Nicht zuletzt durch diese Warnungen werden Verbraucher im gesamten europäischen Binnenmarkt vor Gesundheits- und Sicherheitsrisiken geschützt. Dass Verbraucherinformationen ein grenzüberschreitendes Thema sind, lässt sich gut in Brandenburg feststellen. Dem Deutsch-Polnischen Verbraucherinformationszentrum geht es darum, die Verbraucherinnen und Verbraucher auf beiden Seiten der Oder gut auf den gleichen Wissensstand über ihre Rechte im jeweils anderen Land zu bringen.

In einem Beitrag der Alcatel-Lucent Stiftung wurde deutlich, wie sehr die technologische Entwicklung der Informationsgesellschaft und der steigende Bedarf an Verbraucherinformationen sich gegenseitig bedingen. Bewertungsportale im Internet oder elektronische Bezahlungssysteme basieren oft eher auf Vertrauen als auf tatsächlicher Transparenz. Spätestens beim mobilen Telefonieren im Ausland wird den Verbraucherinnen und Verbrauchern klar, wie wichtig ein transparenter Tarif ist.

Die Dokumentation der Vorträge kann kostenlos bei der Landesbeauftragten für den Datenschutz und für das Recht auf Akteneinsicht bestellt werden (poststelle@LDA.Brandenburg.de).

*Dagmar Hartge, Sven Müller
Die Landesbeauftragte für den Datenschutz und für das Recht auf Akteneinsicht Brandenburg*