



Nur sachgerechte Informationen nutzen dem Verbraucher

Anlässlich der aktuellen Diskussionen um weitere rechtliche Regelungen zur Verbraucherinformation weist die Wirtschaft nochmals auf Folgendes hin:

Das angestrebte Ziel einer Stärkung der Verbraucherinformation durch Schaffung von Informationszugangsrechten gegenüber Behörden und von umfassenden behördlichen Informationsmöglichkeiten gegenüber der Öffentlichkeit ist bereits durch das geltende Recht gewährleistet. So stellt schon das neue Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch (LFGB) seit 7. September 2005 den Behörden ein umfassendes Instrumentarium zur Verfügung, um die Öffentlichkeit sowohl in Fällen des Gesundheitsschutzes auch unter Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips, als auch des Täuschungsschutzes sowie bei Vermarktung ekelerregender Lebensmittel unter Nennung von Produkt- und Hersteller-namen zu informieren.

Darüber hinaus stehen den Verbrauchern nach den Informationsfreiheitsgesetzen des Bundes und der Länder bereits heute schon weitreichende Zugangsrechte zu den bei den Behörden vorliegenden Informationen über Produkte zur Verfügung. Es stellt sich daher –gerade mit Blick auf den Lebensmittelbereich- bereits grundsätzlich die Frage nach dem tatsächlichen Handlungsbedarf für neue rechtliche Vorgaben.

Sollten aber dennoch weitere gesetzliche Regelungen zur Verbraucherinformation politisch gewollt sein, ist darauf zu achten, dass die Verbraucher nicht durch Fehlinterpretationen und Panikmeldungen verunsichert werden. Das kann für die betroffenen Unternehmen unübersehbare wirtschaftliche Konsequenzen haben, die zu Absatzeinbrüchen und Unternehmenskrisen bis hin zur Existenzgefährdung führen können. Daher muss unbedingt vermieden werden, dass Unternehmen oder Produkte in ungerechtfertigter Weise an einen öffentlichen Pranger gestellt werden. Ziel jeder gesetzlichen Regelung zur Verbraucherinformation muss es deshalb sein, die sachgerechte Information der Verbraucher sicherzustellen und zugleich die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft und im Extremfall die Existenz betroffener Unternehmen nicht zu gefährden. Die Wirtschaft appelliert daher dringend an die politischen Entscheidungsträger, in den anstehenden Beratungen folgende Eckpunkte zu berücksichtigen.

1. Sämtliche Informationen, auf deren Zugang ein Anspruch bestehen soll, müssen sachgerecht aufbereitet und mit Erläuterungen versehen werden.

Verbraucher müssen in der Lage sein, produktbezogene Informationen richtig zu beurteilen. Dies ist von der Behörde im Rahmen einer Informationsaufbereitungspflicht sicherzustellen. Verschuldet sie die Weitergabe fehlerhafter Informationen, muss sie dafür haften.

2. Über nicht abgeschlossene Verwaltungsverfahren dürfen von der Behörde keine Auskünfte erteilt werden.

Viele behördliche Ermittlungen erweisen sich im Nachhinein als unbegründet. Die vorschnelle Offenlegung der Inhalte nicht abgeschlossener Verwaltungsverfahren kann für Unternehmen unumkehrbare sowie existenzgefährdende Konsequenzen haben und unterbindet nicht selten wichtige Innovationen.

3. Ein generelles „naming and shaming“ darf es nicht geben.

Angesichts der erheblichen Konsequenzen einer Nennung von Produkt- oder Unternehmensnamen in der Öffentlichkeit muss diese auf Sachverhalte, die eine echte Gefährdungslage für den Verbraucher mit sich bringen, beschränkt werden. Eine generelle Nennung von Produkt- oder Unternehmensnamen bei jeder Art von nicht rechtskräftig festgestellten Gesetzesverstößen darf es nicht geben.

4. Unternehmen müssen über die veröffentlichten Daten informiert werden.

Erteilt eine Behörde produkt- oder unternehmensbezogene Auskünfte, müssen die betroffenen Unternehmen stets darüber umfassend informiert werden. Auch müssen sie immer die Möglichkeit haben, vor der behördlichen Auskunft den Sachverhalt zu erläutern. Nur so können diese Unternehmen ihre schutzwürdigen Rechte gesichert wahrnehmen.

5. Ein Informationsanspruch gegenüber Unternehmen ist nicht notwendig.

Ein großer Teil des Informationsbedarfs gegenüber Unternehmen lässt sich ohnehin durch Informationswahrnehmung bzw. -nachfrage der interessierten Verbraucher, d. h. durch Marktprozesse, abdecken. Allein das wettbewerbliche Interesse der Unternehmen an einer intensiven Marken- bzw. Kundenbindung bedeutet immer auch, auf die Informationswünsche der Kunden eingehen zu müssen. Außerdem darf der hohe Aufwand für die Informationsvorhaltung bei kleinen und mittleren Unternehmen nicht außer Betracht gelassen werden. Schon aus diesen Gründen sind weitere gesetzliche Informationsansprüche gegenüber Unternehmen überflüssig.

Die vorgeschlagenen Eckpunkte sind aus Sicht der Wirtschaft unverzichtbar, um einen für die Verbraucher und die betroffenen Wirtschaftsbereiche gleichermaßen verlässlichen Vollzug der Verbraucherinformation zu gewährleisten.

Berlin, den 23. Januar 2006