

Umweltpolitik

Datum
9. März 2006

Dokumenten-Nr.
D-0015

Eckpunkte zur aktuellen Diskussion über eine neue allgemeine gesetzliche Regelung der Verbraucherinformation

Berlin, den 9. März 2006

Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.
Mitgliedsverband der UNICE

Hausanschrift
Breite Straße 29
10178 Berlin

Postanschrift
11053 Berlin

Telekontakte
Tel.: 030 2028-1509
Fax: 030 2028-2509

Internet
<http://www.bdi-online.de>

E-Mail
v.Kempis@bdi-online.de

1. Bei den aktuellen Skandalen um verdorbene Lebensmittel (Gammelfleisch etc.) handelt es sich um kriminelle Handlungen, deren Urheber durch die volle Strenge des geltenden Gesetzes bestraft werden müssen. Es ist daher in diesem Zusammenhang darauf hinzuweisen, dass das neue Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch (LFGB) den Behörden seit dem 7. September 2005 ein umfassendes Instrumentarium zur Verfügung stellt, um die Öffentlichkeit in entsprechenden Fällen unter Nennung von Produkt- und Herstellernamen schnell zu informieren. Ein allgemeines Verbraucherinformationsgesetz, wie es jetzt wieder in der Diskussion ist, hätte in diesen Fällen den Verbrauchern keinen zusätzlichen Schutz geboten.
2. Im Bereich der Produktinformation gibt es bereits zahlreiche spezialgesetzliche Regelungen, etwa im Lebensmittel- oder im Gerätesicherheitsrecht. So stellt zum Beispiel das neue Geräte- und Produktsicherheitsgesetz (GPSG), das eine Umsetzung der europäischen Produktsicherheitsrichtlinie ist, eine umfassende Information der Verbraucher sicher. Sollten sich in diesen Bereichen Defizite zeigen, sollten sie auch dort behoben werden.
3. Darüber hinaus stehen den Verbrauchern nach den Informationsfreiheitsgesetzen (IFG) des Bundes (seit 01.01.2006) und der Länder (Brandenburg, Berlin, NRW, Schleswig-Holstein) bereits heute schon weit reichende Zugangsrechte zu den bei den Behörden vorliegenden Informationen über Produkte zur Verfügung. Es ist daher unklar, welche Ziele mit zusätzlichen rechtlichen Regelungen zur Verbraucherinformation erreicht werden sollen.
4. Die umfassende Versorgung der Verbraucher mit Informationen ist ein wichtiges Wettbewerbsinstrument, mit dem sich die Hersteller von Produkten und Dienstleistungen am Markt positionieren. Das gilt insbesondere für die Hersteller von Markenprodukten. So gibt es viele Beispiele von Unternehmen, die eine große Anzahl von Mitarbeitern beschäftigen, deren einzige Aufgabe darin besteht, die Informationswünsche der Kunden zu befriedigen. Eine umfassende Versorgung der Verbraucher mit Produktinformationen wird daher durch ausreichenden Wettbewerb sichergestellt. Ein Verbraucherinformationsgesetz ist dafür nicht erforderlich.
5. Wenn den Verbrauchern zusätzlich ein direkter allgemeiner Informationsanspruch gegenüber den Unternehmen bezüglich der Herstellungsprozesse aller Produkte und Dienstleistungen eingeräumt werden soll, wird dieses zu einem unverhältnismäßig hohen Beschaffungsaufwand für viele Unternehmen führen. Es müssten laufend aktualisierte Informationen vorgehalten werden, die nur von wenigen Verbrauchern nachgefragt würden. Es ist überdies zu befürchten, dass in vielen Fällen der Bereich der Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse berührt würde. Die wirtschaftlichen Auswirkungen des Gesetzentwurfes müssen daher mit Hilfe einer sorgfältigen Gesetzesfolgenabschätzung geprüft werden.
6. Nationale Regelungen zur Verankerung von direkten Verbraucherinformationsrechten gegenüber Unternehmen bedeuten für die heimischen Hersteller von Produkten und Dienstleistungen Wettbewerbsnachteile gegenüber ausländischen Konkurrenten. Eine Einbettung auf europäischer Ebene ist daher unverzichtbar.

7. Die durch einen Auskunftsanspruch der Verbraucher gegenüber Unternehmen angestrebte Entlastung von Behörden steht im krassen Widerspruch zu dem erklärten Ziel der Bundesregierung, die administrativen Rahmenbedingungen für die Wirtschaft in Deutschland zu verbessern.
8. Die umfassende Versorgung der Verbraucher mit Informationen wird durch ausreichenden Wettbewerb auf den Produkt- und Dienstleistungsmärkten sichergestellt. Darüber hinausgehende freiwillige Maßnahmen der Wirtschaft zur Verbesserung der Verbraucherinformation sind vor allem dann praktikabel, wenn die Zahl der betroffenen Unternehmen regional und/oder branchenbezogen überschaubar ist.