Wir haben für Sie gelesen...

Objekttyp: **BookReview**

Zeitschrift: **Der Fourier : offizielles Organ des Schweizerischen Fourier-Verbandes und des Verbandes Schweizerischer Fouriergehilfen**

Band (Jahr): **46 (1973)**

Heft 1

PDF erstellt am: **26.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Wir haben für Sie gelesen . . .

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Warendeklaration

Alois Altenweger, Geschäftsführer des Schweiz. Konsumentenbundes (SKB)

Konsumenteninformation ohne Bezug auf die tatsächlichen Wünsche und Bedürfnisse, *auf das tagtäglich praktizierte Konsumentenverhalten,* würde wirkungslos verpuffen und bestenfalls Anschauungsmaterial akademisch betriebener Informationswissenschaft bieten. Aber welche Stellung nimmt der Konsument in der Marktwirtschaft überhaupt ein? Je nach der wirtschaftspolitischen Optik wird der *Konsument zum «König» Kunde stilisiert* oder als Karikatur, nämlich als manipulierbarer, von allen Furien der Werbung gehetzter *Konsumidiot* dargestellt. Die Wahrheit ist banal: beide Extreme treffen nicht zu — aber wo befindet sich dann der Konsument im ökonomischen Getriebe, und wie verhält er sich im wirtschaftlichen Räderwerk? Schliesslich ist sein Verhalten der entscheidende Punkt; denn wenn der Konsument handelt, dann gibt er Geld aus, und das interessiert alle am Marktgeschehen Beteiligten.

Das Verhalten des Konsumenten

Allen Untersuchungen und praktischen Erfahrungen der Konsumentenorganisationen, der Werbewirtschaft und der Verhaltensforschung zufolge *handelt der Konsument vornehmlich nicht rational, sondern nach Gewohnheit, Übung, Brauch und Sitte.* Mit einer *Fülle von Faustregeln* wird der Vorgang der Einkaufsentscheidungen auf einen erträglichen Umfang reduziert und damit auch die möglichen und wünschbaren Informationen von vorneherein auf ein handliches Mass gebracht. Diesen Vorgang bezeichnet die Wissenschaft in beschönigender Weise als «Methode der beschränkten Rationalität». Bei welchem Rest des verfügbaren Einkommens zeigt sich die Rationalität? Nach Abzug aller festen Zahlungsverpflichtungen besteht die Möglichkeit, den Restbetrag für Anschaffungen und voraussehbare grössere Zahlungen wie Ferien, Steuern, etc. auf die Seite zu legen. Eine solche Budgetierung verläuft in den meisten Fällen über eine längere Planungszeit und eröffnet damit die Möglichkeit intensiverer und zweckgerichteter Informationsaufnahme.

Die Informationsbeschaffung

Eine Erfahrungsregel, die sich in der Praxis der Konsumentenberatung bestätigt hat, weist darauf hin, dass die *einkommensschwachen Bevölkerungsschichten* sich *am wenigsten um Konsumenteninformation bekümmern* und somit auf einen erhöhten Nutzungsgrad ihres Einkommens verzichten. Woher rührt das? Vorab daher, dass unsere Schulen zwar Rechnen, Lesen und Schreiben vermitteln, sich aber vollständig davon dispensieren, den Schülern beizubringen, wie bei Entscheidungen *der Informationsbedarf, die Informationsquellen* und *der Informationsaufwand* abgesteckt, gesichtet und geschätzt werden können.

Ein zweiter Grund zur mangelhaften Informiertheit des Konsumenten liegt in der Scheu vor dem Aufwand und den Umtrieben, die mit der Informationssammlung verbunden sind. In vielen Fällen wird eben ein unbefriedigender Kauf riskiert, denn «so schlecht kann es gar nicht sein.» Zudem will man die *knappe Zeit am Feierabend* nicht mit *lästigen Fragereien* und dem *mühsamen Auswerten von informativen Broschüren* verbringen: erstens kann man trotz allem nicht genau abschätzen, ob die Lektüre wirklich zusätzlichen Nutzen bringe und zweitens wird man an «gesellschaftlich wichtigerer Tätigkeit» gehindert, wie ein Verhaltensforscher die diversen Freizeitbeschäftigungen einstufte.

Eine dritte objektive Schwierigkeit ist die mangelhafte, lückenhafte und unvollständige Information selbst. Eine ständig zunehmende Fülle des Angebots in allen Sparten der Gebrauchs- und Verbrauchsgüter erschwert die Marktübersicht, zahlreiche neue Materialien, konstruktive Veränderungen und Wandel der technischen Qualitäten (insbesondere bei Haushaltgeräten) machen es dem Laien ohne besondere Vorkenntnisse unmöglich, einen abgewogenen, rationalen Entscheid zu treffen. Solange nicht von den Konsumentenorganisationen in Zusammenarbeit mit den einschlägigen Branchen-, Handels- und Produzentenverbänden eine *permanente und gezielte Markt- und Warenkunde* geboten wird, bleibt der Preis, das Markenimage und die Anstrengungen der Werbekonkurrenz die ausschlaggebende Entscheidhilfe des Konsumenten.

Mehr Markttransparenz durch Warendeklaration

Mit der Warendeklaration bei Tiefkühltruhen und Tiefkühlschränken wird der erste Schritt dazu getan, dass eine ganze Branche, Import- und Inlandgeräte zusammen, ihr Angebot transparent macht und eine mühelos fassbare Information abgibt. Dabei kann dieser Schritt in zwei Richtungen kaum in seiner Bedeutung überschätzt werden: Erstens ist die Warendeklaration in freiwilliger Partnerschaft zwischen dem Schweizerischen Tiefkühl-Institut (STI) und der Arbeitsgemeinschaft der Schweiz. Konsumentenorganisationen SKB / SKS geschaffen worden. Nachdem die Konsumentenorganisationen seit Jahr und Tag darauf hingewiesen haben, dass eine freie Markt- und Wettbewerbswirtschaft auf die Dauer diese Bezeichnung nur verdienen kann, wenn der Konsument als *Schiedsrichter über Preise und Qualitäten* des Angebots sich auf den *einzelnen Teilmärkten rasch Übersicht,* vergleichbare Angaben und insgesamt Transparenz verschaffen kann, bietet die Warendeklaration bei Tiefkühlgeräten einen ersten Ansatz. Wo der Markt durch eine auf Werbung und mangelnde Information beruhende Warenverteilung gesteuert wird, werden die Konsumenten wenig Lust bekunden, weiterhin als Anwälte des Wettbewerbes aufzutreten. Zweitens hat sich an dieser neuen Wareninformation wieder einmal bestätigt, dass die kooperative, private Selbsthilfe zwischen den Marktpartnern immer noch in unkomplizierter und rascher Weise Resultate zu erreichen vermag, die eine staatliche Lösung kaum im selben Zeitraum zu realisieren vermöchte. Allerdings setzt ein solches Verfahren, wie es jetzt zwischen dem STI und den Konsumentenorganisationen durchgespielt worden ist, ein grosses Mass an Einsicht und Verantwortungsgefühl voraus. Weder dürfen sich die Konsumentenorganisationen vor einem Kompromiss in Sachfragen scheuen, noch die angesprochenen Handelsfirmen und Produzenten in einer falschen Position der Unnachgiebigkeit verharren. Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer. Ausserdem sollte nicht vergessen werden, dass Bundesrat Brugger in der April-Sondersession ein Postulat Schmitt über Konsumentenschutz sehr positiv aufgenommen hat; wir möchten daran erinnern, dass im 2. Abschnitt dieses parlamentarischen Vorstosses folgendes gefordert wird:

> «Ein Institut für die Warenbeschriftung und -prüfung zu schaffen, das dem Verbraucher ermöglicht, sich objektiv über die wesentlichen Eigenschaften der angebotenen Waren Rechenschaft zu geben.»

Die Konsumentenorganisationen werden die weitere Entwicklung mit gespannter Aufmerksamkeit verfolgen und aufgrund der Haltung der Spitzenverbände der Wirtschaft abschätzen, ob die Chance für eine freiwillige, auf privater Basis in grossem Umfang durchgeführte Warendeklaration in allen dafür geeigneten Sparten besteht. Eine staatliche Lösung wird (von Lebensmitteln, Kosmetika und einigen anderen, schon in der Lebensmittelverordnung ansatzweise deklarierten Produkten abgesehen) erst als letzte Möglichkeit in Betracht gezogen werden.

Die Warendeklaration im Ausland

In Schweden befasst sich eine paritätische Organisation, das Institut für Warenkennzeichnung (VDN) mit der informativen Etikettierung. Jedermann kann der VDN einen Vorschlag zur Etikettierung unterbreiten. Gestützt darauf, ruft die Organisation einen Ausschuss ins Leben, in dem Hersteller, Händler, Konsumenten und technische Sachverständige vertreten sind. Die Aufgabe dieses Ausschusses besteht darin, eine Norm-Etikette für die betreffende Warenart zu fixieren. Gegen eine Lizenz können Hersteller und Händler die Etikette erwerben. Sie haben die individuellen Angaben selbst zu ermitteln. Die VDN führt lediglich Kontrolltests durch. Sie erhält die finanziellen Mittel hauptsächlich durch Subventionen der Regierung und durch Einnahmen aus den Lizenzgebühren.

In der Bundesrepublik Deutschland wird die Warendeklaration unter dem Begriff «RAL-Testat» geführt. Das System der RAL-Testate funktioniert so, dass alle Interessierten die Initiative zur Schaffung von RAL-Testaten ergreifen können. Der RAL, der Ausschuss für Gebrauchstauglichkeit des Deutschen Normenausschusses und die Verbraucherorganisationen einigen sich auf die zur Beurteilung der Qualität nötigen Merkmale. Hersteller und Händler können durch Vertrag mit der RAL das Recht zur Führung des Testats erwerben. Das entsprechende Produkt wird von einem neutralen Institut geprüft. Der Hersteller verpflichtet sich, die festgestellten Eigenschaften für die Laufzeit der Testate beizubehalten; kontrolliert wird mittels Stichproben.