

Die Mitbestimmung der Konsumenten : eine Stimme aus der Industrie

Autor(en): [s.n.]

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge**

Band (Jahr): **42 (1987)**

Heft 1

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-892155>

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.

hört immer nur sie. In England arbeiten nur 4 Prozent der Bevölkerung in der Landwirtschaft, und trotzdem fallen die bäuerlichen Stimmen bei Wahlen stark ins Gewicht. Auch die Minister müssen sehr vorsichtig sein.

Wenn eines Tages das politische Europa existiert, wird sich der Einfluss der Landwirte verringern, vorausgesetzt, dass dieses politische Europa sich auf politische Parteien stützt.

Im Augenblick können sie noch Druck auf ihre jeweiligen Minister ausüben, aber auf europäischer Ebene werden sie meiner Meinung nach zumindest viel von ihrem Einfluss verlieren.

Seit das grüne Europa besteht, ist immer nur von Überschüssen die Rede. Muss man da nicht den Eindruck gewinnen, dass bei der Bevorratung und Verteilung von Lebensmitteln eine gewaltige Unordnung herrscht?

Welchen Ausweg sehen Sie aus dieser zerfahrenen Situation?

Ein politisches Europa drängt sich doch geradezu auf. Und ich für mein Teil werde darum kämpfen, dass es ein sozialistisches sein wird. Dafür muss man aber zunächst den nationalen Sozialismus auftauen und die Europäer lehren, Europa zu lieben.

Aber wie soll man sich gegenwärtig als Europäer fühlen können? Das wird erst der Fall sein, wenn sich Europa mit dem Menschen befasst. Dem Menschen in seinem Alltagsleben, seiner Arbeit, seiner Freizeit, seinem Wunsch nach Mitverantwortung. Der nicht nach einem Streben nach mehr Produktion untergeordnet wird. Fragen der Investitionspolitik, der Handelspolitik. Das Nachdenken über den Menschen, die Sorge für den Menschen muss in der internationalen Politik – also auch in Europa – noch gelernt werden.»

Die Mitbestimmung der Konsumenten – eine Stimme aus der Industrie

Unserer Mitbestimmung als Staatsbürger sind wir uns bewusst: Auch durch Stimmabstinz bestimmen wir irgendwie mit und zeigen dadurch, dass wir am Staat, der uns allen mehr am Herzen liegen sollte, eigentlich zu wenig Interesse haben. Dies merken wir selbst manchmal vielleicht gar nicht.

Sind wir uns auch bewusst, dass wir als Konsumenten mitbestimmen? Jeder Kaufentscheid ist Zustimmung zu einem Produkt. Der über die Haltung «seiner» Zeitung vergrämte Leser kündigt sein Abonnement. Wer mit einem Automobil schlechte Erfahrungen gemacht hat, wird bei der Ersatzbeschaffung doppelt überlegen, ob er der ihm bekannten Marke treu bleiben wird. Die Kaufentscheidungen vieler einzelner Konsumenten wirken auf die Ebene der Hersteller durch. Mit vielen Abonnenten hat eine Zeitung auch einen Teil der wirtschaftlichen Basis verloren. Aus dem Verkaufserlös von weniger Zeitungen lässt sich nur eine kleine Redaktion unterhalten. Ein in kleinerer Auflage erscheinendes Blatt ist auch für Inserenten nicht sehr attraktiv. Der Verleger einer Zeitung wird sich sehr rasch die Frage stellen müssen, was er verkehrt macht und wo er mit Änderungen anzusetzen hat. Er wird die Frage nach Qualität stellen. Wo genügt die Zeitung nicht? Natürlich kann seine Zeitung von bester Qualität sein, aber zu wenige Leser haben und zu teuer sein. Wirkliche Qualität ist eben anspruchsvoll, manchmal aber schlecht realisierbar.

Um nun dem Konsumenten klarzumachen, dass das Produkt, das er kaufen soll, qualitativ hochwertig ist, muss es eine Botschaft vermitteln. Es muss dem Käufer sagen: «Ich bin besser als das Konkurrenzprodukt.» Oder: «Ich habe den und den Vorteil gegenüber der Konkurrenz.» Oder: «Ich bin einzigartig, weil es nichts Vergleichbares gibt.» Oder: «Meine Qualität ist unerreichbar. Sie hat aber ihren Preis.» *Der Hersteller muss die Botschaft so formulieren, dass sie vom Konsumenten verstanden werden kann.* An ihm liegt es ja, ob er sich für das Produkt entscheidet oder das Konkurrenzprodukt wählt. Durch seine Entscheidungen bestimmt er mit über den Erfolg von Produkten auf dem Markt.

Wer nun bestrebt ist, Qualität herzustellen, muss damit ganz vorne anfangen: Grundlegend ist die rechte Einstellung, die ehrliche Gesinnung und das feste Bestreben so zu handeln, dass man vor Gott bestehen kann. Ihm schulden wir ja schlussendlich für alles Rechenschaft. Aus dieser Verantwortung heraus, die äusserst verpflichtend ist, muss man sich um eine ehrliche Basis zu Lieferanten, Verbrauchern und eigenen Mitarbeitern bemühen. Unter dem Blickwinkel der Verantwortung Gott gegenüber erscheinen uns aber auch materielle Dinge anders als nur unter Berücksichtigung einer nüchternen Nutzen-Kosten-Analyse. Natürlich ist auch sie wichtig. Wird sie vergessen, mag möglicherweise ein Produkt qualitativ hochstehend, aber

unverkäuflich sein, weil sein Preis überhöht ist. Die Verantwortung den Dingen gegenüber und das Bestreben, Qualität herzustellen, lassen uns die Güter, wenn sie uns anvertraut sind, möglichst schonend und möglichst sparsam behandeln. Sie lassen uns auch genau prüfen und überlegen, was mit Abfall und Fertigprodukten geschieht, die der strengen Qualitätsprüfung nicht standhalten können. Von der Qualitätsprüfung Ausgeschiedenes erscheint auch in der Kalkulation und verteuert die verkauften Produkte. Verlässliche Lieferanten machen zwar die Qualitätsprüfung nicht überflüssig, tragen aber zur Minimierung der Ausfälle bei, ebenso wie verlässliche Mitarbeiter Schaden verhindern können.

Wichtig ist, marktgerecht zu produzieren und möglichst hohe Qualität auf den Markt zu bringen. Die Rolle des Preises haben wir schon erwähnt. Unverkäufliche Qualität nützt niemandem etwas. Jeder, der mit Entstehung, Verteilung und Verkauf von Produkten zu tun hat, muss sich bemühen, seinen Qualitätsbeitrag zu leisten. Versteht der Konsument die Botschaft, die ihm Werbung und Produkt so vermitteln, dass sein Kaufentscheid wie gewünscht ausfällt, dann hat die Sache funktioniert. Wird die Qualität immer besser und bleibt sie preiswert genug, wird die Sache auch weiterhin funktionieren. Enttäuschte Konsumenten und diejenigen, die die Botschaft nicht verstanden haben, werden unserem Produkt gefährlich. Sie kaufen etwas anderes, weil sie meinen, dass dort Qualität und Preis stimmen. Stimmen sie dort wirklich, haben wir etwas verkehrt gemacht. *Bemühen wir uns also, keinen Konsumenten zu enttäuschen. Dem Marktgeschehen unterworfen, müssen wir uns täglich neu bewähren.*

Dem Staat ergeht es anders: Auch wenn nur wenige von ihrem Recht, mitzubestimmen, Gebrauch machen, funktioniert die gemeinsame Sache – res publica –. Wichtig ist dabei, nicht zu übersehen, dass die vielen, die sich zeitweise der Mitwirkung für den Staat versagen, schweigend zustimmen. Sie tun dies, solange sie ihre Steuern zahlen, nicht auswandern und um Entlassung aus dem Staatsverband bitten oder – Krebszellen des menschlichen Organismus ähnlich – den Staat aktiv bekämpfen.

Wer auf dem Markt für Güter und Dienstleistungen als Anbieter auftritt, braucht mehr als die schweigende Zustimmung, die Duldung von Seiten der Konsumenten. Er braucht die Zustimmung für sein Produkt und für seine Beschaffenheit, seine Qualität. Diese Zustimmung schlägt sich in jedem Kaufentscheid nieder.