

Kategorien von Verbraucherorganisationen

Interessen von Verbraucher:innen werden in Österreich und der Europäischen Union von unterschiedlichen Arten von Organisationen artikuliert und vertreten. So lassen sich folgende Gruppen unterscheiden:

- ⇒ staatliche Organisationen
- ⇒ Verbände
- ⇒ zivilgesellschaftliche Organisationen

Staatliche Organisationen in Österreich agieren häufig im Sinne des Verbraucherschutzes. Dafür regeln und beaufsichtigen sie Märkte, bieten Beratung und Information oder stellen Bildungsangebote zur Verfügung.

(Mitglieder-)Verbände mit fester organisatorischer Struktur, die entweder durch staatliche Zuwendungen gefördert werden oder sich durch Mitgliedsbeiträge finanzieren, übernehmen z.T. Aufträge von staatlichen Stellen, bieten ihren Mitgliedern diverse Serviceleistungen oder vertreten die Interessen ihrer Mitglieder.

Zivilgesellschaftliche Organisationen, bei denen das Engagement direkt von Verbraucher:innen ausgeht, formieren sich in der Regel um ein gemeinsames Interesse, dem entweder gemeinsam nachgegangen wird oder das öffentlich vertreten wird.

Lobbyisten, also Einzelpersonen, die Einfluss auf die Politik und die Gesetzgebung nehmen, sind auf der Verbraucherseite im Gegensatz zur Anbieterseite eher selten.

Vgl. JAQUEMOTH, M. & HUFNAGEL, R. (2018). Verbraucherpolitik: Ein Lehrbuch mit Beispielen und Kontrollfragen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. S. 99 f.

Entstehung der Vertretung von Verbraucherinteressen

In den USA hat die Interessenvertretung von Verbraucher:innen eine längere Tradition als in Europa. So wurde beispielsweise schon 1899 die noch heute existierende National Consumer League gegründet. Bald folgten europäische Staaten wie Frankreich, die Schweiz und Deutschland.

1908 fand der erste internationale Kongress der Käuferligen in Genf statt. Die Organisationen setzten sich nicht nur für die Interessen der Konsument:innen ein, sondern forderten auch verbesserte Bedingungen für Arbeiter:innen. Die in den 1960er- und 1970er-Jahren starke „Konsumerismus-Bewegung“ in den USA führte nicht zuletzt zu der von John F. Kennedy geforderten „Consumer Bill of Rights“. Kennedy begründete mit seiner am 15. März 1965 gehaltenen Rede den Handlungsbedarf der Regierung mit vier „Grundrechten von Konsument:innen“. Diese sind das

- ⇒ Recht auf Sicherheit
- ⇒ Recht auf Information
- ⇒ Recht auf Wahlfreiheit
- ⇒ Recht, bei den Regierenden Gehör zu finden

In vielen Organisationen weltweit gelten diese Rechte heute als verbraucherrechtlicher Kern, seit dem Jahr 1983 wird am 15. März auch der Weltverbrauchertag begangen.

Die Vereinten Nationen haben die „Consumer Bill of Rights“ im Jahr 1985 um vier weitere Grundrechte ergänzt: Das Recht auf Befriedigung der Grundbedürfnisse, auf Entschädigung, auf Verbraucherbildung und auf eine gesunde Umwelt.

Vgl. JAQUEMOTH, M. & HUFNAGEL, R. (2018). Verbraucherpolitik: Ein Lehrbuch mit Beispielen und Kontrollfragen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. S. 100-103.

Modelle der Verbraucherpolitik

Welche Rolle Verbraucherorganisationen spielen bzw. welche ihnen zugewiesen wird, hängt stark von verbraucherpolitischen Modellen ab.

Im Wettbewerbsmodell steuern rationale Verbraucher:innen entsprechend ihrer Präferenzen die Produktionsentscheidungen der Anbieter:innen. Die Aufgabe der Politik in diesem Modell ist es, zum einen Wettbewerbsbeschränkungen für die Anbieter:innen aufzuheben und zum anderen für transparente Märkte und verbrauchergerichtete Informationspolitik zu sorgen.



Im Modell von Schutz und Gegenmacht wird von einer asymmetrischen Machtverteilung ausgegangen. Die strukturelle Dominanz der Anbieterinteressen soll durch die Verbraucherpolitik ausgeglichen werden. Durch die von der Politik zu setzenden Rechtsnormen sollen Verbraucher:innen gegenüber der Macht der Anbieter:innen geschützt werden. Darüber hinaus sollen Verbraucher:innen durch Bildungsmaßnahmen dazu gebracht werden, ihre Rolle im Markt aktiver und bewusster wahrzunehmen. Im Partizipationsmodell werden die Entstehung und der Wandel von Verbraucherbedürfnissen sowie die Vorwegnahme von deren Folgen stärker berücksichtigt. Die Politik soll nach diesem Modell eine frühzeitige und direkte Einflussnahme von Verbraucher:innen bzw. deren Vertreter:innen auf das Güterangebot erlauben und diesen Einfluss institutionell absichern.

<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/verbraucherpolitik-50013/version-273239> (2024-03-07)

Die österreichische Verbraucherpolitik wird maßgeblich vom europäischen Verständnis geprägt, dass Verbraucher:innen informierte, aufmerksame und eigenverantwortlich handelnde Akteure sind, die durch fundierte Entscheidungen den Wettbewerb steuern und ihre Interessen schützen. Auch das österreichische Recht schützt diese:n informierte:n Durchschnittsverbraucher:in. Dennoch bestehen nach wie vor auf Seiten der Verbraucher:innen Schutzinteressen, die Schutz vor Gefährdung und Sicherheit, Zugang zu Informationen, Verbraucheraufklärung und rechtliche Durchsetzung ihrer Interessen umfassen. Die Einhaltung des Vorsorgeprinzips und unabhängige Beratung bleiben zentrale Erwartungen der Verbraucher:innen. Es besteht ein großes Interesse an unabhängigen Einrichtungen, die informieren und beraten. Verbraucherpolitik spielt als Auftraggeberin, Gegenüber oder als Tätigkeitsbereich für Verbraucherorganisationen eine wichtige Rolle. Die zugrunde liegenden Modelle beeinflussen aber

natürlich nicht nur Rollen und Aufgaben von Verbraucherorganisationen, sondern darüber hinaus auch viele Maßnahmen und Entscheidungen, die im Rahmen der Verbraucherpolitik getroffen werden.

Rechte und Interessen von Verbraucher:innen werden in Österreich und Deutschland häufig von staatlichen Organisationen oder staatlich geförderten Verbänden vertreten.

Vgl. JAQUEMOTH, M. & HUFNAGEL, R. (2018). Verbraucherpolitik: Ein Lehrbuch mit Beispielen und Kontrollfragen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. S. 99.

DOCEKAL, U. & KOLBA, P. (2015). Institutionen des Verbraucherschutzes. In: DEIXLER-HÜBNER, A. & KOLBA, P. (2015). Handbuch Verbraucherrecht. Wien: Lexis-Nexis. S. 56.

Insbesondere in Verbindung mit den Entwicklungen im Bereich der kollaborativen Wirtschaft, der sogenannten Sharing Economy, gibt es mittlerweile aber auch viele zivilgesellschaftliche Initiativen, bei denen das politische Engagement direkt von den Verbraucher:innen ausgeht.

Vgl. JAQUEMOTH, M. & HUFNAGEL, R. (2018). Verbraucherpolitik: Ein Lehrbuch mit Beispielen und Kontrollfragen. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. S. 164.

Anmerkungen
