



# Grundsätze der Verbraucherpolitik der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag

Positionspapier der  
CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag

Beschluss vom 18. Oktober 2016

## **I. Grundlage**

Unsere Verbraucherpolitik beruht auf der Überzeugung, dass der Verbraucher zu selbstbestimmten Entscheidungen fähig ist. Dies basiert auch auf dem christlichen Menschenbild. Unser Ziel ist es, den Bürger als Verbraucher in seiner Fähigkeit zur selbstbestimmten, mündigen, auf Nachhaltigkeit gerichtete Entscheidung zu unterstützen. Wir sorgen für Wahrheit und Klarheit und damit Entscheidungsgrundlagen für den „Verbraucher auf Augenhöhe“. Es kann jedoch Situationen geben, die staatliche Maßnahmen rechtfertigen und erfordern. Wir stehen für eine Verbraucherpolitik mit Augenmaß, die die Freiheit und Selbstbestimmung der Verbraucher unterstützt. Eine Bevormundung der Verbraucherinnen und Verbraucher lehnen wir ab.

## **II. Passgenaue Politik für den mündigen Verbraucher**

Unserer Verbraucherpolitik liegt der mündige Verbraucher als Leitbild zugrunde. In den letzten Jahren hat die Verbraucherschutzforschung unterschiedliche Verbrauchertypen wissenschaftlich identifiziert und beschrieben. Exemplarisch beschreiben die Modelle des vertrauenden Verbrauchers, des verletzlichen Verbrauchers und des verantwortungsvollen Verbrauchers die verschiedenen Situationen als Verbraucher in der heutigen Lebenswelt. Danach verlässt sich der vertrauende Verbraucher auf die Sicherheit und Qualität der angebotenen Produkte, während der verletzte Verbraucher mit vielen Konsumententscheidungen überfordert ist. Diese Überforderung kann ganz unterschiedliche Ursachen haben. Der verantwortungsvolle Verbraucher versucht durch sein Kaufverhalten einen zusätzlichen Impuls zu setzen, zum Beispiel, um die nachhaltige Entwicklung von Produkten und die Einhaltung von internationalen Umwelt- und Sozialstandards zu fördern. Hinzu kommt, dass sich jeder Verbraucher, abhängig davon, auf welchem Markt er sich gerade bewegt, unterschiedlich verhält und verschiedene Bedürfnisse hat. Insofern bietet sich eine differenzierte Betrachtung des mündigen Verbrauchers an. In hochkomplexen Märkten wie beispielsweise dem Kapitalanlagenmarkt oder der digitalen Welt kann es Situationen geben, in denen Verbraucher ohne Vorkenntnisse trotz der ihnen zur Verfügung stehenden Information schnell überfordert sind während andere Verbraucher, zum Beispiel aus der Generation der „Digital Natives“, die digitalen Möglichkeiten problemlos nutzen und einschätzen können.

Unsere Welt wird komplexer und gleichzeitig wächst das Waren- und Dienstleistungsangebot durch Globalisierung und Digitalisierung immer weiter. Das führt zu einem erhöhten Wettbewerb und somit zu preiswerteren Produkten. Auch der leichtere Zugang zu Produktinformationen stellt für Verbraucher einen Vorteil dar. Es besteht jedoch das Risiko, dass sich der Verbraucher teilweise einer Flut von Informationen gegenüber sieht, die nicht immer relevant, transparent oder verständlich sind. Diese veränderten

Marktgegebenheiten erfordern eine kontinuierliche Anpassung der verbraucherpolitischen Rahmenbedingungen. Regelungsstrategien sollten so gewählt werden, dass diese Verbrauchern hinreichend Schutz bieten, sie nicht bevormunden und nicht zu unnötigen Kosten führen.

### **III. Fünf Säulen der Verbraucherpolitik**

Auf der Grundlage unseres passgenauen Verbraucherleitbildes können wir auf neue Situationen mit unterschiedlichen Instrumenten reagieren. Wir stützen unsere moderne Verbraucherpolitik auf fünf aufeinander aufbauende Säulen:

- **Verbraucherforschung,**
- **Verbraucherbildung, also die gezielte Förderung der Verbraucherkompetenz,**
- **Transparenz und gute Information für Verbraucher,**
- **klarer Rechtsrahmen,**
- **wirksame Rechtsdurchsetzung.**

#### **Säule – Verbraucherforschung**

Unsere politischen Entscheidungen müssen sich stets am Alltag der Verbraucher orientieren und dort erfolgreich sein. Dafür brauchen wir unabhängige wissenschaftliche Expertisen und Studien, deren Ergebnisse und Erkenntnisse wir für die Gestaltung unserer verbraucherpolitischen Maßnahmen heranziehen und nutzen können.

#### **Säule – Verbraucherbildung**

Wir wollen die Verbraucher befähigen, selbstbestimmt und eigenverantwortlich Entscheidungen treffen zu können. Dazu wollen wir die Kompetenz der Verbraucher stärken. Alle Aspekte der Verbraucherbildung, von der Finanz- über die Ernährungs-, Gesundheits- bis zur Wirtschaftskompetenz, sollten in den Schulunterricht aufgenommen bzw. curricular eingebunden werden. Dabei geht es nicht darum, die Verbraucher auf jede denkbare Situation und Entscheidung vorzubereiten, sondern darum, ihnen Instrumente an die Hand zu geben, die ihnen die Entscheidungsfindung erleichtern.

### **Säule - Verbraucherinformationen**

Damit Verbraucher die Angebote von Waren und Dienstleistungen verstehen und sinnvoll vergleichen können, benötigen sie transparente und verständliche Informationen. „Wahrheit und Klarheit“ ist unser Motto. Das Problem heute ist allerdings nicht so sehr der Mangel an Informationen, sondern im Gegenteil die ungeheure Informationsflut. Es geht also nicht mehr um maximale, sondern vielmehr um optimal verständliche Information. Sie muss rechtzeitig erfolgen, relevant, aktuell, wahr, verständlich und leicht zugänglich sein. So kann der Verbraucher informiert und frei entscheiden.

### **Säule – Rechtsrahmen**

Verbraucher benötigen einen verlässlichen Rechtsrahmen, der sie durch greifliche, griffige Regelungen davor schützt, übervorteilt zu werden. Verbraucher profitieren auch von guter Wirtschafts- und Wettbewerbspolitik: funktionierender Wettbewerb und ein ungehinderter Zugang zu den angebotenen Waren und Dienstleistungen sorgen für Innovationen, für Produktvielfalt und für günstige Preise. Die Marktmacht einzelner Akteure kann jedoch zu Preisverzerrungen und möglicherweise zu einem Qualitätsverlust bei Produkten führen.

Verbraucherpolitik ist immer auch Wirtschaftspolitik und umgekehrt. Unsere Verbraucherpolitik hat deshalb auch das Ziel, das Vertrauen zwischen Wirtschaft und Verbrauchern zu stärken. Hierfür muss auch die Wirtschaft mit einer transparenten Selbstregulierung aktiv Verantwortung übernehmen.

Für uns ist entscheidend, dass dem mündigen Verbraucher umfassende Informationen für seine Entscheidung zur Verfügung stehen. Verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse können sicherstellen, dass Informationen relevant, transparent und verständlich sind. Diese stärken die Kompetenzen des Verbrauchers und unterstützen eine freie Entscheidung ohne zu lenken.

### **Säule – Rechtsdurchsetzung**

Gute gesetzliche Rahmenbedingungen allein reichen nicht aus. Wir brauchen auch wirkungsvolle Möglichkeiten, bestehendes Recht durchzusetzen. So können wir beispielsweise mit dem Angebot der außergerichtlichen Streitbeilegung aufwendige Rechtstreitigkeiten zwischen Unternehmen und Verbrauchern vermeiden. Gerichte werden entlastet und Verbraucher kommen unbürokratisch und kostengünstig zu ihrem Recht. Sie sind auf Augenhöhe mit den Unternehmen, die wiederum die Möglichkeit zur Kundenbindung haben. Zudem sorgen klagebefugte Verbände ausreichend dafür, dass Verbraucherrechte

durchgesetzt werden. Für neue Instrumente kollektiver Rechtsdurchsetzung sehen wir keinen Bedarf.

Die Politik arbeitet eng mit den staatlich geförderten Verbraucherorganisationen wie zum Beispiel der Stiftung Warentest und den Verbraucherzentralen zusammen und greift auch auf die Expertise der verschiedenen selbstorganisierten Interessengemeinschaften zurück, die Verbraucherinteressen in einem bestimmten Bereich vertreten, wie etwa dem Mieterbund oder dem Bund der Versicherten.

Diese Veröffentlichung der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag dient ausschließlich der Information. Sie darf während eines Wahlkampfes nicht zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden.

Herausgeber: CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag  
Michael Grosse-Brömer MdB  
Max Straubinger MdB  
Platz der Republik 1  
11011 Berlin