

Gemeinsame Pressemitteilung

Kein Populismus in der Verbraucherpolitik

18. Februar 2014

Die Verbraucherpolitik ist in der Großen Koalition stärker denn je populistischem Zugriff ausgesetzt. Diese Befürchtung äußerten der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE), der Markenverband und der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) auf dem „Forum Wirtschaft und Verbraucher“ am Dienstag in Berlin. Dies würde zur Schwächung der deutschen Wirtschaft im internationalen Wettbewerb führen.

**Bundesverband der
Deutschen Industrie**

**Bundesvereinigung der
Deutschen
Ernährungsindustrie**

Markenverband

**Zentralverband der
Deutschen Werbewirtschaft**

Viele Aussagen im Koalitionsvertrag deuteten auf eine den Verbraucher bevormundende Gesetzgebung hin. „Konsumsteuerung nach politisch motivierten, ethischen und ökologischen Kriterien entmündigt den Bürger. Es gibt bereits ausreichend Informationspflichten, die die Konsumenten in die Lage versetzen, eigenverantwortlich die richtige Wahl zu treffen“, so BDI-Hauptgeschäftsführer Markus Kerber.

„Der Koalitionsvertrag enthält widersprüchliche Aussagen zur Umsetzung von EU-Recht: Einerseits sollen Brüsseler Vorgaben eins zu eins in nationales Recht übertragen, andererseits als Mindestregeln jedes Mal übertroffen werden. Letzteres wäre ein erheblicher Wettbewerbsnachteil für deutsche Unternehmen auf dem globalen Markt“, warnte Andreas Schubert, Präsident des ZAW.

BVE-Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff betonte: „Die im Koalitionsvertrag vorgesehenen neuen Kennzeichnungsvorschriften wären für Unternehmen unter Kostengesichtspunkten eine enorme Belastung und werden auch nicht automatisch zu mehr verständlicher Transparenz für den Verbraucher führen.“ Mittelfristig hätten sie Einfluss auf die Preisentwicklung von Lebensmitteln.

Besonders kritisch sieht der Markenverband, dass Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse bei Veröffentlichungen nach dem neuen Verbraucherinformationsgesetz kaum noch geschützt würden.

„Aus Sicht der Markenwirtschaft ist fairer Wettbewerb einer Regulierung, die Verbraucherverhalten lenken will, vorzuziehen“, sagte Hauptgeschäftsführer Christian Köhler.