

Rita Hagl-Kehl

Begrüßung

Sehr geehrter Herr Professor Lamla,
sehr geehrte Mitglieder des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung,
meine Damen und Herren,

im Namen von Ministerin Christine Lambrecht begrüße ich Sie sehr herzlich zu dieser vierten Jahrestagung des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung. Ich freue mich sehr über den erneut sehr großen Zuspruch und Ihr Interesse! Dies zeigt, dass die Jahrestagung mittlerweile fest im verbraucherpolitischen Jahreskalender verankert ist. Ein toller Erfolg! Diese positive Entwicklung wollen wir weiter voranbringen durch die kontinuierliche Förderung des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung. Sie liefern mit Ihren Erkenntnissen die wissenschaftlichen Grundlagen für unsere Verbraucherpolitik.

Wir als Ministerium haben dabei auch immer die Förderung der Verbraucherforschung selbst im Blick: zum Beispiel durch die themenzentrierten Forschungscalls, Studien und Gutachten, regelmäßige Forschungsworkshops, Tagungen und natürlich durch die Geschäftsstelle des Bundesnetzwerks im BMJV. Bei dieser Gelegenheit will ich allen im Bundesnetzwerk herzlich für ihren unermüdlichen Einsatz und ihre engagierte Unterstützung für die Verbraucherforschung danken. Das gilt natürlich besonders für die Mitglieder des Koordinierungsgremiums. Herzlichen Dank!

Meine Damen und Herren, heute beschäftigen Sie sich – vor dem Hauptvortrag von Professor Nida-Rümelin – auf drei Panels mit spannenden aktuellen Phänomenen:

1. Suchtverhalten – offline wie online,
2. Sehnsüchte und Selbstoptimierungsverhalten und
3. selbstsüchtigem und unmoralischem Verhalten von VerbraucherInnen.
Gerade Letzteres ist ein sehr spannendes Thema – „die dunklen Seiten des Konsums“.

Neben den Nachhaltigkeitsaspekten von Konsum stehen diese Fragen gerade zu Recht im Fokus wissenschaftlicher und verbraucherpolitischer Diskussionen. Ich will dazu nur zwei Beispiele herausgreifen: Es gibt immer wieder Berichte von jungen Mädchen, die sich ihr Abendkleid zum Abiturball online bestellen und nach dem Ball getragen zurücksenden. Oder von einem vermeintlich nicht passenden Smoking, in dem die Versender nach Rücksendung die Theaterkarte in der Jackentasche finden. Hier stellen sich viele spannende Fragen für Wissenschaftler: Was motiviert die VerbraucherInnen zu diesen „kleinen Beträgereien“? Sind das Einzelfälle oder Massenphänomene? Wie gehen Unternehmen mit diesem Verbraucherverhalten um?

Das erste Thema „alte und neue Süchte“ ist ebenfalls sehr aktuell. Die Daten-Ethik-Kommission hat uns in ihrem aktuell vorgelegten Bericht dazu aufgefordert, Maßnahmen gegen „Addictive Design“ zu ergreifen. „Addictive Design“ wird u. a. bei Spieleanautomaten und dem Designen von Apps angewendet, um die Verweildauer des Anwenders zu verlängern. Es kann Vulnerabilitäten ausnutzen und verleitet zu abhängig machendem Verhalten. Das gilt sowohl für Online-Spiele als auch für Glücksspiele – aber streng genommen für fast alle Handyanwendungen: Verleitet dies gezielt zu Suchtverhalten?

Last but not least wird auch der sich ausbreitende Drang zur Selbstoptimierung Thema sein. Selbstoptimierung scheint eines der Kennzeichen unserer Zeit zu sein! Denken Sie hier nur an die Verbreitung von Fitness-Trackern und das öffentliche Zur-Schau-Stellen von Trainingsdaten und Leistungswerten! Auch hier ist es wichtig, nicht nur die Phänomene festzustellen und zu beschreiben, sondern sie wissenschaftlich zu untersuchen.

Dabei zeigt sich wieder, dass die Verbraucherwelt von einer immensen Bandbreite an Themen gekennzeichnet ist. Und Werte, Einstellungen, Interessen und Lebenseinstellungen der Verbraucherinnen und Verbraucher verändern sich: Individualisierung, Kulturalisierung, Moralisierung und Digitalisierung spielen eine entscheidende Rolle.

Für uns als Verbraucherministerium sucht eine gute Verbraucherpolitik den Dialog mit der Wissenschaft. Wir wollen und müssen aktuelle Forschungserkenntnisse unserem politischen Handeln zugrunde legen. Bevor wir handeln oder regulieren, müssen wir verstehen, was die VerbraucherInnen jeweils umtreibt, welche Einstellungen und Interessen sie haben. Gerade

wenn man sich mitten in einem technologischen Umbruch wie der Digitalisierung befindet, die sich auch massiv auf die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen auswirkt.

Meine Damen und Herren, Sie haben heute wieder ein volles und anspruchsvolles Konferenzprogramm vor sich. Ich freue mich auf viele neue Erkenntnisse – gerade bei, auf den ersten Blick, widersprüchlichem Verbraucherverhalten. Ich wünsche Ihnen interessante Vorträge, anregende Gespräche und viele neue Ideen für die weiteren Arbeiten und Projekte. Diese werden wir seitens des Hauses, so gut es geht, unterstützen. Das gilt selbstverständlich auch für das gesamte Bundesnetzwerk Verbraucherforschung. Vielen Dank und gutes Gelingen!

