

Christian Kastrop

Grußwort

*Lieber Herr Lamla,
liebe Mitglieder des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung und ihres Koordinierungsgremiums,
liebe Referentinnen und Referenten hier im Saal und „virtuell“,
liebe Gäste aus Wissenschaft, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Politik,
liebe Kolleginnen und Kollegen,*

auch von mir ein herzliches Willkommen zur Jahreskonferenz des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung. Es freut mich sehr, dass wir Sie sowohl virtuell begrüßen können als auch in Präsenz hier im Saal. Jedenfalls war das Interesse größer als es Corona-gerechte Plätze gibt. Ich hoffe, dass wir das nächste Mal wieder in größerem Rahmen „präsent“ sein werden.

Ich möchte auch nochmal ganz besonders die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Nachwuchsworkshops sehr herzlich begrüßen. Ich freue mich sehr, weil ich glaube, dass Verbraucherforschung – auch mit Blick ihre auf verschiedenen Dimensionen – etwas ganz Wichtiges ist und dass wir diese noch deutlich stärken müssen. Denn es ist ein ganz großartiges Querschnittsthema, das in viele andere Bereiche hineinragt. An dieser Stelle möchte ich gern noch Herrn Professor Kenning begrüßen, der sich sicher auch schon auf die potenziellen zukünftigen Mitglieder des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen freut.

Herr Lamla, Sie haben die Koalitionsberatungen, die seit gestern laufen, schon angesprochen. Die Themen dieses Workshops heute hier sind Konsum, Protest, Politik, Gewalt. Ohne den Zusammenhang überzustrapazieren, habe ich doch wie viele andere bemerkt, dass im Sondierungspapier der Koalitionäre wenig bis gar nichts von Verbraucherpolitik steht.

Insofern war ich nach der Lektüre des Sondierungspapiers ein wenig im Protestmodus. Ich will nicht gerade sagen, ich habe Gewalt ausgeübt, aber

immerhin ist es uns – es ist ja nicht nur mir, sondern auch anderen aufgefallen – mit vereinten Kräften gelungen, dass jetzt in der Arbeitsgruppe 16 auch die Verbraucherpolitik ihren Platz gefunden hat, neben Bürgerrechten, Sport, Inneres und Sicherheit. Das ist zunächst einmal ganz erfreulich, aber wir werden sehen, was am Ende dabei herauskommt.

Jetzt hoffe ich natürlich auf das Koalitionspapier, das in der allerersten Fassung bis zum 10. November vorliegen soll. Nach dem doch flauen Auftakt wird wahrscheinlich weniger Verbraucherpolitik drinstehen als wir hoffen und wir werden nicht alles wiederfinden, was ich und andere sich gewünscht hätten, aber ich hoffe, wir werden zumindest die Kernaspekte der zukünftigen Verbraucherpolitik der nächsten Legislaturperiode reinbekommen. In ein paar Tagen werden wir es wissen. Diesen kleinen Schlenker in die aktuelle Politik wollte ich auf jeden Fall machen, bevor ich jetzt wieder zum Hauptthema zurückkomme, der Förderung von Verbraucherforschung.

Die Vernetzung von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern ist dem Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz ein wichtiges Anliegen. Es geht selbstverständlich auch um evidenzbasierte Forschung, aber ich weiß ja auch, dass die Verbraucherforschung über rein evidenzbasierte Forschung noch weit hinausgeht und ich finde auch gerade diese Verbindung besonders spannend. So geht es auf der heutigen Konferenz um Fragen der Macht und Möglichkeiten der Einflussnahme von Verbraucherinnen und Verbrauchern, um ihren Interessen noch besser Gehör zu verschaffen und diesen Interessen dann auch zur Umsetzung zu verhelfen.

Die entscheidende Frage zu Anfang: Was sind denn die Interessen und Veränderungswünsche der Verbraucherinnen und Verbraucher? Es gibt nun auch nicht *die/ den* durchschnittliche/n Verbraucher/in. Wir beraten zurzeit über wichtige verbraucherpolitische Dossiers in der europäischen Union und EU-Wettbewerbskommissarin Vestager hat neulich auf einer Konferenz gesagt: „Das, was wir hier vorschlagen, ist ja für die durchschnittlichen Verbraucher ein echtes Plus.“ Das reicht uns aber in keinem Fall aus!

Leider muss man immer wieder darauf hinweisen, und das habe ich auch in meinen Gesprächen in Brüssel vor vier Wochen gesagt, dass es keine

durchschnittliche Verbraucherin und auch keinen durchschnittlichen Verbraucher gibt. Dazu gibt es viele Studien, die zeigen, wie sehr sich manche Verbraucherinnen und Verbraucher engagieren, aber es gibt auch sehr viele verletzte Verbrauchergruppen, die gerade das eben nicht tun oder nicht tun können und erst einmal geschützt und dann ertüchtigt werden müssen.

Deshalb ist das ein schwieriges Feld und insofern brauchen wir wirklich verschiedene Formen wirksamer Selbstorganisation oder wirksamer Interessenvertretung auch für verschiedene Verbrauchergruppen. Welche neue(n) Form(en) brauchen wir? Welche gibt es schon und wie können wir sie stärken? Wie sehen Partizipation und Mitgestaltung aus? Das sind ein paar Fragen, die wir uns auch entlang dieser Dimensionen Frust, Protest, Politik in Bezug auf soziotechnische Infrastrukturen anschauen wollen. Es gab in der Vergangenheit und es gibt natürlich in der Gegenwart Verbraucherbewegungen, die sehr deutlich auf verbraucherpolitische Schieflagen und Missstände hingewiesen haben. Gruppen und Organisationen – wie den vzbv –, die die Angebotsbedingungen auf dem Markt beeinflussen oder politische Diskurse anstoßen.

Nur einige Beispiele: Facebook hat Anfang dieses Jahres mal verkündet, die Nutzungsbedingungen seines Messenger-Dienstes WhatsApp zum Februar zu ändern, und das hat eine sehr heftige Kritik auch im Verbraucherbereich gegeben und nicht nur in der Fachöffentlichkeit. Immerhin fand schon mal eine mehrmonatige Verschiebung statt, und es ist sogar bis heute möglich, WhatsApp weiter zu benutzen, ohne dass man diesen merkwürdigen Nutzungsbedingungen zugestimmt hat. Ich will mich gar nicht in den Hintergrund vertiefen, da geht es auch um wettbewerbliche Auflagen und es ist natürlich aus heutiger Sicht ein Witz, dass die USA Wettbewerbsbehörde damals Facebook erlaubt hat, Instagram und WhatsApp zu kaufen. Das würde man unter der heutigen Betrachtung dieses Marktes nie mehr machen und es wäre unter der Administration Biden wohl auch nicht passiert, obwohl natürlich der Einfluss der Industrie in jedem Regierungsapparat immer noch eine große Rolle spielt, unabhängig von dem, der gerade regiert oder die Mehrheit hat – das sollte man auch ehrlich sagen.

Es ist jedenfalls sehr gut, dass hier international Verbraucherinnen und Verbraucher und fast alle Expertinnen und Experten deutlich gesagt haben: „Das könnt ihr so nicht machen.“ Insofern kann die Zivilgesellschaft den Markt durchaus beeinflussen. Wenn diese Tagung der Verbraucherforschung dazu beiträgt, auch diese Machtprobleme ein Stück weit anzugehen, dann finde ich das politisch sehr, sehr wichtig – auch im Rahmen der Ertüchtigung der Zivilgesellschaft.

Wir haben solche Protestaktionen auch im Bereich Nachhaltigkeit gesehen, ökologische Landwirtschaft, Fair Fashion statt Fast Fashion und vor allem – vielleicht das, was in der Öffentlichkeit am meisten beleuchtet worden ist – Fridays for Future, wo es um klimapolitische Nachhaltigkeit geht und darum, unser lebenserhaltendes Ökosystem zu schützen. Aber das ist natürlich auch eine sehr wichtige verbraucherpolitische Diskussion, wo es um nachhaltigen Konsum geht. Und dass so etwas auch einen Impact hat in der Welt der Juristen, zeigt sehr schön das Urteil des Bundesverfassungsgerichts zum Klimaschutzgesetz in diesem Jahr. Ich muss das hier nicht wiederholen, aber Sie wissen alle, dass man nachbessern musste, um gerade bei Klimafragen dafür Sorge zu tragen, dass die Generationengerechtigkeit hergestellt wird. Man kann Probleme dieser Dimension eben nicht einfach in die Zukunft verschieben, und das wird auch für die neue Koalition eine Rolle spielen. Auch da sind viele Lasten sozial verträglich zu schultern und es wird eben nicht nur die Frage sein, wie groß der Finanzbedarf ist.

Je nachdem wie diese Frage beantwortet wird, wird sich zeigen, wie dies auf das wirtschaftliche und politische Geschehen wirkt, direkt und indirekt. Denn das geschieht natürlich nicht nur durch die Verbraucherinnen und Verbraucher, sondern auch mittelbar im Rahmen der organisierten Verbraucherinteressenvertretung – vzbv, Verbraucherzentralen, Verbraucherverbände. Auch hier haben wir einen positiven Impact für die weitere Entwicklung, und das ist selbstverständlich etwas, was wir in Zukunft noch mehr und entschlossen stärken, schützen und vorantreiben müssen. Zum Beispiel hat es bei Corona-bedingten Flugstornierungen durch viele Musterverfahren auch einen deutlichen Push gegeben, Verbraucherinnen und Verbraucher zur Durchsetzung ihrer Rechte zu verhelfen. Insofern finde ich

auch weiterhin, dass gemeinnützige Organisationen und NGOs, die sich in dem Bereich Verbraucherpolitik, Nachhaltigkeit und „Digitales“ engagieren, äußerst nützlich und wichtig sind. Sie sollten in jeder Hinsicht gestärkt, geschützt und auch in Gesetzgebungsvorhaben eingebunden werden, und ich würde mich da jedenfalls auch in der nächsten Legislaturperiode entschlossen dafür einsetzen.

Zahlreiche netzpolitische, gemeinnützige Organisationen engagieren sich auch in Forschungsprojekten oder werden an Forschungsprojekten beteiligt. Das finde ich auch einen sehr wichtigen und nützlichen Aspekt. Gerade solche Forschungsergebnisse können, zusätzlich zu den Forschungsergebnissen im universitären Bereich, sofern sie nicht ohnehin verflochten sind, oftmals zu einer Versachlichung der Debatte und auch zur Erreichung ausgewogener Regelungen beitragen. Die entscheidende Frage ist, ob wir immer alle Verbrauchergruppen – ich habe da bereits ein bisschen darauf hingewiesen – mit unseren bestehenden Strukturen erreichen und auch einbinden können und wie wir die Rahmenbedingungen noch weiter verbessern können, insbesondere im Bereich der schon genannten verletzlichen Verbrauchergruppen: Ältere, Kinder, Jugendliche, Migrantinnen und Migranten, Geflüchtete, einkommensschwache Gruppen, Menschen mit Behinderung. Sind sie schon zieladäquat befähigt, am gesellschaftlichen und politischen Diskurs teilhaben zu können? Welche Möglichkeiten bieten uns hier auch digitale Technologien? In den letzten Wochen und auch erst gestern, als es ein Fachgespräch mit dem Bundesverband Abonnement gab, merkte ich einmal mehr, wie verbraucherpolitische Interessen immer häufiger analog und zugleich digital verortet sind; auch im immer noch sehr wichtigen „analogen“ Bereich der Verbraucherpolitik werden die digitalen Aspekte zunehmen und immer wichtiger werden.

Damit sind wir bei dem, was in der nächsten Legislaturperiode aus meiner Sicht zu regulieren ist, auch auf der Basis der Forschungsarbeiten im Forschungsnetzwerk. Da freuen wir uns sehr darauf und Sie, lieber Herr Lamla, haben ja die Lunchtalks im BMJV bereits angesprochen: Ich finde das wirklich Klasse, dass wir diese Forschungsprojekte von Beginn an – ein Dank an dieser Stelle an Frau Berk und ihr Team – mitverfolgen können, dass wir

den Entwurf sehen und die Idee, die dahintersteckt. Im Fortgang werden wir uns dann erneut mit diesen Projekten und dann mit den Ergebnissen auseinandersetzen. So können wir sie für die Politikgestaltung von Beginn an mitdenken und politisch planen.

Nicht aus jedem Projekt wird am Ende ein Politikentwurf, aber ich denke, dass die Projekte in ihrer Gesamtheit, und einzelne dann wieder ganz besonders, dazu dienen können, die Öffentlichkeit zu sensibilisieren, zu informieren, in die Presse zu kommen und dann auch – und das würde ich den jungen Forscherinnen und Forschern auch ans Herz legen – mit dem Engagement im verbraucherpolitischen Bereich wirklich einen Impact zu haben.

Ganzheitliche Forschung ist eben nicht „esoterisch“! Gerade die Gesamtheit und Vielfalt der Verbraucherforschungsprojekte, von denen ich in den eineinhalb Jahren, in denen ich jetzt hier Staatssekretär bin, einige kennengelernt habe, hat meiner Meinung nach durchaus Impact auf die politische Diskussion und auf politische Entscheidungsprozesse gehabt. Insofern möchte ich alle, die in diesem Bereich arbeiten, ausdrücklich beglückwünschen. Sie haben es genau richtig gemacht.

Und das passt zu dem, was mir am allerwichtigsten ist und was ich auch gerne in der nächsten Legislaturperiode – das ist ja kein Geheimnis – weitermachen möchte: Dass man jenseits von Regulierungsfragen, die für dieses Haus sehr wichtig sind, die zivilgesellschaftliche Ertüchtigung voranbringt, denn Regulierung kommt immer zu spät. Wir setzen jetzt Regeln um, die vielleicht dann in drei oder vier Jahren im deutschen Recht endgültig verankert sind. Ich nenne beispielhaft den Digital Services Act, den Artificial Intelligence Act, den Data Governance Act und jetzt kommt noch der Data Act Anfang Dezember. Das sind alles Dinge, die die digitale und analoge Verbraucherpolitik sehr stark prägen werden und mit der wir uns auseinandersetzen müssen. Gründlichkeit und Schnelligkeit sind wichtig, aber und gerade deshalb brauchen wir aktive lebendige „Vorfeld“-Institutionen, wir brauchen Forschung, wir brauchen zivilgesellschaftliche Institutionen, wir brauchen NGOs, Interessenvertretungen aller Art, natürlich auch den vzbv

und auch die Verbraucherzentralen und last but not least „Watch Dogs“ im Netz. Die gibt es auch schon zum Teil und ich würde mich sehr dafür einsetzen, dass gerade die europäischen Regulierungsvorhaben diese stärken und ertüchtigen.

Jetzt freue mich aber auf das abwechslungsreiche Programm. Ich werde zwar nicht die ganze Zeit dabeibleiben können, aber ich versuche, wieder vorbeizukommen, sodass wir vielleicht auch noch einmal ins Gespräch kommen.

Also: noch einmal herzlichen Dank an das Koordinierungsgremium, insbesondere an Herrn Prof. Lamla und an Herrn Prof. Krankenhagen, der nun leider seinem Namen gerecht wurde und heute krankheitsbedingt fehlt, aber wir wünschen ihm gute Besserung. Ich danke auch ganz herzlich Frau Berk vom Referat VA3 und den Kolleginnen und Kollegen in Referat VA3, die das ganz prima organisiert haben. Ich wünsche einen interessanten Tagungsverlauf und übergebe wieder an das „Präsidium“.

