

Antwort

der Bundesregierung

auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Hans-Michael Goldmann, Dr. Karl Addicks, Daniel Bahr (Münster), weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP – Drucksache 16/1716 –

Die Rolle der Bundesregierung als Initiatorin einer aktiven Verbraucherpolitik

Vorbemerkung der Fragesteller

Verbraucherpolitik ist eine entscheidende Säule einer an Marktwirtschaft und Bürgerrechten ausgerichteten Politik. Um auf die Herausforderungen zu reagieren, die sich im Zusammenhang mit der Globalisierung, der Deregulierung und Liberalisierung der Märkte, insbesondere im Energiebereich, der Entwicklung der Informationsgesellschaft und den Fortschritten der Biotechnologie stellen, müssen Schwerpunkte der Verbraucherpolitik auf folgenden Feldern liegen:

- Stärkung der Selbstbestimmung der Verbraucher,
- Schutz der wirtschaftlichen Interessen und Stärkung der Rechte der Verbraucher,
- Aufklärung der Verbraucher, um insbesondere ein nachhaltiges Konsumverhalten zu fördern und den Zugang zur Informationsgesellschaft zu erleichtern,
- vorsorgender gesundheitlicher Verbraucherschutz.

Der Vertrag von Amsterdam im Jahr 1997 hat der Verbraucherpolitik auf europäischer und nationaler Ebene neuen Auftrieb gegeben. Der Schutz der Gesundheit, der Sicherheit und der wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher sowie die Förderung ihres Rechts auf Information und Erziehung wie auch auf Bildung von Vereinigungen zur Wahrung ihrer Interessen stellen nach dem neuen Artikel 129a (nach der neuen Nummerierung Artikel 153) die Hauptziele dar. Darüber hinaus ist nach diesem Artikel den Interessen der Verbraucher bei der Festlegung und Durchführung der anderen Gemeinschaftspolitiken Rechnung zu tragen. Schließlich zielen auch andere Vertragsbestimmungen, die insbesondere die öffentliche Gesundheit betreffen, auf einen verstärkten Schutz des Verbrauchers ab.

Die Verbraucher benötigen einfache, für jedermann anwendbare, klare und transparente sowie möglichst europaweit einheitliche Regelungen. Für alle Verbraucherinnen und Verbraucher zugängliche und verständliche Informations- und Aufklärungsmaßnahmen sowie wirksame Rechtsmittel sind die Grundpfei-

ler einer effizienten Verbraucherpolitik, die dem Leitgedanken des mündigen Verbrauchers verpflichtet ist.

Die Bundesregierung hat eine entscheidende Rolle bei der Verwirklichung verbraucherpolitischer Ziele. Sie kann zum Vorreiter einer aktiven Verbraucherpolitik werden, die beispielhaft für andere europäische Staaten wirkt und so den europäischen Vereinigungsprozess beschleunigen hilft.

1. Welche Schritte hat die Bundesregierung unternommen und will sie noch in dieser Legislaturperiode unternehmen, die in dem Vertrag von Amsterdam genannten verbraucherpolitischen Ziele umzusetzen?
2. Welche Gesetzgebungsverfahren lassen sich auf die in dem Vertrag von Amsterdam genannten verbraucherpolitischen Ziele zurückführen?

Die verbraucherpolitischen Ziele, wie sie in Artikel 153 Abs. 1 des Vertrages zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft in der Fassung des Vertrages von Amsterdam vom 2. Oktober 1997 und jetzt auch in der Fassung des Vertrages von Nizza vom 26. Februar 2001 festgelegt sind, entsprechen den Zielen der Bundesregierung. Im Koalitionsvertrag der die Bundesregierung tragenden Parteien wird dementsprechend festgestellt, dass neben dem klassischen Kernbereich der Verbraucherpolitik, dem gesundheitlichen Verbraucherschutz, Fragen des rechtlichen und wirtschaftlichen Verbraucherschutzes an Bedeutung gewonnen haben.

Verbraucherpolitik ist eine Querschnittsaufgabe, die nahezu sämtliche Lebensbereiche betrifft. Den Anliegen der Verbraucherinnen und Verbraucher ist daher in zahlreichen Politikfeldern Rechnung zu tragen. Entsprechend dieser Ausgangslage sind verbraucherpolitische Aspekte in allen Regelungsbereichen zu berücksichtigen, die unmittelbar oder auch nur mittelbar schützenswerte Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher berühren. Beispiele für rechtliche Regelungen von verbraucherpolitischer Bedeutung sind das Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch, das geplante Gesetz zur Neuregelung des Rechts auf Verbraucherinformation, das künftige Verbraucherschutzdurchsetzungsgesetz oder das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb. Im Hinblick auf die Querschnittsaufgabe Verbraucherschutz und die Vielzahl der betroffenen Regelungsbereiche ist eine abschließende Aufzählung nicht möglich.

3. Wie beurteilt die Bundesregierung den vorliegenden Entwurf der Koalitionsfraktionen von CDU/CSU und SPD für ein Verbraucherinformationsgesetz vor dem Hintergrund der Notwendigkeit einer umfassenden Verbraucherinformation, insbesondere mit Blick auf den von den Koalitionsfraktionen gewählten sektorspezifischen Ansatz?
4. Wie beurteilt die Bundesregierung die Unterschiedlichkeit der Gesetzesentwürfe der Koalitionsfraktionen von CDU/CSU und SPD sowie der rot-grünen Bundesregierung aus der 15. Legislaturperiode des Deutschen Bundestages?

Der von den Fraktionen der CDU/CSU und SPD des Deutschen Bundestages vorgelegte Entwurf eines Gesetzes zur Neuregelung des Rechts der Verbraucherinformation vom 9. Mai 2006 (Bundestagsdrucksache 16/1408) entspricht einer von der Bundesregierung am 5. April 2006 beschlossenen Formulierungshilfe. Nach Ansicht der Bundesregierung enthält dieser Gesetzesentwurf in seinem Artikel 1 ein effektives, praktikables und konsensfähiges Verbraucherinformationsgesetz, dessen Anwendungsbereich mit Lebens- und Futtermitteln, Kosmetika und Bedarfsgegenständen für die Verbraucherinnen und Verbraucher wichtige Produktbereiche erfasst. Der vorstehend erwähnte Entwurf eines Gesetzes

zur Neuregelung des Rechts der Verbraucherinformation enthält gegenüber den oben erwähnten „Gesetzesentwürfen der rot-grünen Bundesregierung aus der 15. Legislaturperiode des Deutschen Bundestages“ entscheidende Verbesserungen. So sollen zum Beispiel mit dem neuen Entwurf die zuständigen Behörden von Bund, Ländern und Gemeinden noch stärker als bisher angehalten werden, die Verbraucherinnen und Verbraucher von sich aus über für Verbraucher wichtige Sachverhalte zu informieren (Umwandlung des § 40 des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuchs von einer „Kann-Vorschrift“ in eine „Soll-Vorschrift“). Eine Information der Öffentlichkeit soll unter gewissen Voraussetzungen auch dann noch erfolgen können, wenn die betroffenen Erzeugnisse nicht mehr auf dem Markt befindlich sind. Geplant ist in dem Gesetzesentwurf außerdem eine Verpflichtung der Strafverfolgungsbehörden, die Lebensmittelüberwachung über die Einleitung von Ermittlungsverfahren zu informieren. Mit dem in Artikel 1 des vorstehend genannten Gesetzesentwurfs enthaltenen Verbraucherinformationsgesetz sollen die Verbraucherinnen und Verbraucher des Weiteren erstmals einen bundesweit einheitlichen Anspruch auf Zugang zu Behördeninformationen erhalten.

Eine der wichtigen Verbesserungen gegenüber den Entwürfen aus der vergangenen Legislaturperiode des Deutschen Bundestages ist, dass bei Rechtsverstößen und Gesundheitsgefährdungen Auskünfte auch während eines noch laufenden Verwaltungsverfahrens erteilt werden können. Auch brauchen die Verbraucherinnen und Verbraucher für Auskünfte über Rechtsverstöße nichts mehr zu bezahlen. Des Weiteren ist in der Begründung des Verbraucherinformationsgesetzes – im Unterschied zu den früheren Entwürfen – nunmehr ausdrücklich klargestellt, dass die Berufung auf Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse künftig regelmäßig kein Grund mehr sein kann, Informationen über Rechtsverstöße nicht herauszugeben. Gleiches gilt grundsätzlich für sonstige, für Unternehmen ungünstige Untersuchungsergebnisse.

5. Welche zentralen Handlungsfelder sieht die Bundesregierung in der Verbraucherpolitik?
6. Inwieweit hat die jetzige Bundesregierung ihre inhaltliche Arbeit diesen neuen Herausforderungen an eine effiziente Verbraucherpolitik angepasst?

Zentrale Handlungsfelder der Bundesregierung sind und bleiben der vorsorgende gesundheitliche Verbraucherschutz sowie der Schutz der wirtschaftlichen Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher. Im Interesse des wirksamen Verbraucherschutzes aber auch eines funktionierenden Marktes kommt der Transparenz der Waren- und Dienstleistungsangebote eine besondere Bedeutung zu.

Wesentliche Instrumente des vorsorgenden gesundheitlichen Verbraucherschutzes im Bereich der Lebensmittel, Futtermittel, kosmetischen Mittel und verbrauchernahen Produkte sind neben den Vorschriften des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuchs insbesondere die gemeinschaftsrechtlich vorgeschriebenen Eigenkontrollen der Wirtschaft und Meldepflichten sowie die amtliche Lebensmittelüberwachung und -kontrolle. Hierzu sollen die freiwilligen privatrechtlich organisierten Qualitätssicherungssysteme der Wirtschaft und die amtliche Lebensmittelkontrolle – wo es möglich ist – miteinander verzahnt werden.

In einer dynamischen Volkswirtschaft entstehen neue Produkte, Dienstleistungen sowie Märkte und Vermarktungsformen. Gerade im Bereich Informationstechnik und Datenverarbeitung ist ein rasanter technischer Fortschritt zu verzeichnen. Ehemals öffentliche Dienstleistungen sind privatisiert worden.

Verbraucherpolitik muss diesen Wandel begleiten und die rechtlichen Rahmenbedingungen flexibel den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Erfordernis-

sen anpassen. Die verbraucherpolitischen Maßnahmen müssen dem wissenschaftlichen und technischen Fortschritt laufend angepasst werden. Nur so ist gewährleistet, dass dem Schutz der Gesundheit, der Sicherheit und dem Schutz der wirtschaftlichen Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher angemessene Rechnung getragen wird.

Die fachlichen Schwerpunkte sind dem Koalitionsvertrag der die Regierung tragenden Parteien zu entnehmen.

7. Welche organisatorischen Umstrukturierungen in den Bundesbehörden hat sie seit Beginn der 16. Legislaturperiode des Deutschen Bundestages vorgenommen bzw. eingeleitet?

Es wurden keine Umstrukturierungen vorgenommen, die der Ausgestaltung der Verbraucherpolitik zuzuordnen sind.

8. Inwieweit orientiert sich die Bundesregierung an dem Ziel, Verbraucherpolitik als integralen Bestandteil der Wirtschaftspolitik zu verstehen?

Grundlage der Sozialen Marktwirtschaft sind offene, durch funktionierenden Wettbewerb gekennzeichnete Märkte. Sie kommen allen Marktteilnehmern zugute, unabhängig davon, welchem Wirtschaftszweig oder welcher Marktseite sie angehören. Dieser gesamtwirtschaftliche Ansatz schließt die Verbraucherinnen und Verbraucher als nachfragende Marktteilnehmer ein. Deshalb sind die sie betreffenden gesetzlichen Rahmenbedingungen so zu formulieren und ggf. weiterzuentwickeln, dass Verbraucherinnen und Verbraucher ihre ökonomische Funktion erfüllen und ihre eigenen Interessen selbständig wahrnehmen können.

Die Bundesregierung setzt dabei wesentlich auf eine gestaltende Funktion der Verbraucherinnen und Verbraucher im Wettbewerb. Leitbild ist der „mündige Verbraucher“ als eigenverantwortlich handelnder Konsument und Marktteilnehmer.

9. Welche inhaltlichen und strukturellen sowie organisatorischen Schritte leitet sie daraus ab, und wie schlägt sich dies im Organisationsplan der Bundesregierung nieder?

Die Verbraucherpolitik der Bundesregierung zielt darauf ab, die berechtigten Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher systematisch in allen relevanten Politikbereichen zur Geltung zu bringen und sicherzustellen, dass sie beispielsweise in wirtschaftspolitischen, gesellschaftspolitischen oder umweltpolitischen Entscheidungen frühzeitig Berücksichtigung finden. Hierzu ist die Bündelung der verbraucherpolitischen Zuständigkeiten eine wichtige Voraussetzung.

Die Bundesregierung hat die organisatorischen Zuschnitte der Bundesministerien im Hinblick auf verbraucherpolitische Fragen aus der vorherigen Legislaturperiode übernommen. Soweit verbraucherpolitisch relevante Fragen von anderen Bundesministerien im Rahmen ihrer üblichen Aufgaben wahrgenommen werden, achtet das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) im Rahmen seiner Zuständigkeit für die Querschnittsaufgabe Verbraucherpolitik darauf, dass die Belange der Verbraucherinnen und Verbraucher frühzeitig und angemessen berücksichtigt werden.

10. Wie viele Personen in wie vielen und welchen Referaten bzw. Abteilungen sind in der Bundesregierung (gegliedert nach Bundesministerien, Bundeskanzleramt, Bundespresseamt und nachgeordneten Bundesbehörden) jeweils mit verbraucherpolitischen Themen befasst?

Verbraucherpolitik ist integraler Bestandteil jedes die Verbraucherinteressen berührenden Politikbereichs. Verbraucherpolitische Aspekte sind aus diesem Grund im Rahmen vieler Politikfelder zu berücksichtigen. Anliegen insbesondere des wirtschaftlichen Verbraucherschutzes betreffen verschiedene Ressorts und Einrichtungen der Bundesverwaltung im Rahmen ihrer jeweiligen federführend wahrzunehmenden Fachpolitik bzw. Aufgabenstellung. Vor diesem Hintergrund lässt sich die Zahl der in der Bundesregierung unter anderem mit verbraucherpolitischen Fragestellungen befassten Personen nicht beziffern.

Im BMELV sind insgesamt ca. 140 Personen ganz oder teilweise mit der Bearbeitung originärer verbraucherpolitischer Themen befasst. Davon sind ca. 95 in der Abteilung 3 „Lebensmittelsicherheit, Veterinärwesen“ mit Fragen des gesundheitlichen Verbraucherschutzes befasst.

Weitere ca. 45 Personen in der Abteilung 2 „Verbraucherschutz, Ernährung, Bio- und Gentechnik“ sowie im Planungsstab nehmen ganz oder teilweise originäre Zuständigkeiten insbesondere im Bereich des wirtschaftlichen Verbraucherschutzes wahr.

Darüber hinaus nehmen aber auch andere Arbeitseinheiten des BMELV im Rahmen ihrer fachpolitischen Zuständigkeiten verbraucherpolitische Aufgaben wahr, so dass die Gesamtzahl der (zumindest teilweise) mit verbraucherpolitischen Themen befassten Mitarbeiter noch höher ist.

Im Geschäftsbereich des BMELV werden im Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit und im Bundesinstitut für Risikobewertung mit insgesamt ca. 740 Planstellen und Stellen schwerpunktmäßig verbraucherpolitische Themen bearbeitet. Daneben sind aber auch weitere Einrichtungen im Geschäftsbereich des BMELV ganz oder teilweise mit Themen verbraucherpolitischer Relevanz befasst. Die Anzahl der Personen, die im Rahmen ihrer primären Aufgaben in diesem Bereich tätig sind, lässt sich nicht beziffern.

11. Welche Zuständigkeit (federführend/mitberatend/Initiativrecht) haben die einzelnen Organisationseinheiten?

Die Zuständigkeiten des BMELV im Bereich der Verbraucherpolitik wurden mit Organisationserlass des Bundeskanzlers vom 22. Januar 2001 neu geregelt. Fragen der Lebensmittelsicherheit einschließlich des gesundheitlichen Verbraucherschutzes im Bereich der Kosmetika und Bedarfsgegenstände und das zugehörige Kennzeichnungsrecht liegen in der originären Zuständigkeit des BMELV. Organisatorisch zugeordnet sind sie der Abteilung 3 „Lebensmittelsicherheit, Veterinärwesen“.

Der Schutz der wirtschaftlichen Interessen sowie die Ernährungspolitik als einem Teilbereich der Verbraucherpolitik sind in der Abteilung 2 „Verbraucherschutz, Ernährung, Bio- und Gentechnik“ angesiedelt. Fragen der Ernährungspolitik werden federführend bearbeitet. Fragen des wirtschaftlichen Verbraucherschutzes werden im Wesentlichen als mitberatende Querschnittsaufgabe wahrgenommen. Darüber hinaus nehmen auch andere Arbeitseinheiten des BMELV im Rahmen ihrer fachpolitischen Zuständigkeiten verbraucherpolitische Aufgaben wahr.

Verbraucherpolitische Aspekte sind im Rahmen vieler Politikfelder zu berücksichtigen. Dabei stehen die fachpolitischen Maßnahmen in der Federführung des jeweiligen Ressorts. BMELV ist mitberatend zu beteiligen, wenn Interessen

der Verbraucherinnen und Verbraucher berührt werden. Die Beteiligung des BMELV und ggf. weiterer Ressorts erfolgt auf der Grundlage der Bestimmungen der Gemeinsamen Geschäftsordnung der Bundesministerien.

Daneben wird dem BMELV durch § 15a der Geschäftsordnung der Bundesregierung in verbraucherpolitischen Angelegenheiten ausdrücklich ein Initiativrecht eingeräumt.

12. Wie stellt die Bundesregierung sicher, dass Verbraucher und Verbraucherinnen ausreichende Informationen über die verbraucherpolitische Arbeit der Bundesregierung erhalten?

Die Bundesregierung informiert über ihre verbraucherpolitische Arbeit im Rahmen ihrer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

13. Welche inhaltlichen Schwerpunkte umfasst die verbraucherpolitische Aufklärungs- und Informationsarbeit der Bundesregierung?

Maßnahmen der Verbraucherinformation umfassen die gesamte Bandbreite verbraucherpolitischer Themen. Das Spektrum reicht von Maßnahmen der Ernährungsaufklärung, des Schutzes der wirtschaftlichen Interessen, über Fragen der Produkt- und Lebensmittelsicherheit, Fragestellungen zur Tiergesundheit (einschließlich Zoonosen) und Lebensmittelkennzeichnung bis hin zur Information über nachhaltige Konsumalternativen. Je nach aktueller Problemlage werden in den einzelnen Bereichen thematische Schwerpunkte gesetzt.

14. Welche Mittel setzt sie dafür ein (gegliedert nach Bundesministerien, Bundeskanzleramt, Bundespresseamt und nachgeordneten Bundesbehörden)?
15. In welcher Höhe stehen der Bundesregierung die Mittel zur Erfüllung ihrer verbraucherpolitischen Aufgaben zur Verfügung (gegliedert nach Bundesministerien, Bundeskanzleramt, Bundespresseamt und nachgeordneten Bundesbehörden)?

Im Einzelplan des BMELV sind für 2006 in spezifischen Titeln für die Verbraucherpolitik Ausgaben in Höhe von insgesamt 103,1 Mio. Euro vorgesehen (Stand: Bundeshaushalt 2006 in der vom Deutschen Bundestag in der 2./3. Lesung angenommenen Fassung).

Im Einzelnen handelt es sich um:

- 8,766 Mio. Euro für die institutionelle Förderung des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – (vzbv)
- 6,5 Mio. Euro Zuschuss für die Stiftung Warentest
- 15,0 Mio. Euro für Maßnahmen der Verbraucheraufklärung im Ernährungsbereich sowie in den Bereichen wirtschaftlicher Verbraucherschutz und nachhaltiger Konsum
- 47,795 Mio. Euro für die Erstattung der Verwaltungskosten sowie für Zuschüsse für Investitionen an das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR)
- 23,757 Mio. Euro für das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL)
- 2,247 Mio. Euro Zuschuss für die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE)

In den Einzelplänen anderer Ressorts, des Bundeskanzleramts und des Presse- und Informationsamts der Bundesregierung sind keine speziellen Titel für Ausgaben der Verbraucherpolitik veranschlagt.

Jedoch werden von anderen Ressorts im Rahmen ihrer Fachpolitik Informationsmaßnahmen durchgeführt, z. B. im Bereich der Umwelt-, Entwicklungs-, Gesundheits- oder Energiepolitik, die mittelbar auch der Verbraucheraufklärung zugerechnet werden können, primär jedoch der Fachpolitik zuzurechnen sind. Das gilt gleichermaßen für andere fachpolitische Maßnahmen des BMELV, wie z. B. Aufklärungsmaßnahmen über nachwachsende Rohstoffe. Auch das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung informiert über Themen der Verbraucherpolitik. Neben der Information über das Internetangebot „www.bundesregierung.de“ werden anlassbezogen auch andere Instrumente der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit begleitend eingesetzt.

Darüber hinaus werden aus verschiedenen Haushaltstiteln des BMELV, die keine spezifischen Verbraucherpolitik-Titel sind, auch Maßnahmen des Verbraucherschutzes und der Lebensmittelsicherheit finanziert (z. B. Konferenzen, Forschungsprojekte, Modellvorhaben). Dazu kommen noch Personal- und Sachausgaben für die Aufgabenwahrnehmung im Ministerium.

Analoges gilt grundsätzlich für die anderen Ressorts und das Bundeskanzleramt. So werden beispielsweise im Rahmen der Forschungsförderung (Bundesministerium für Bildung und Forschung) oder im Bereich der entwicklungspolitischen Informationsarbeit (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung) auch verbraucherpolitisch relevante Projekte unterstützt.

16. Inwieweit berücksichtigt die Bundesregierung bei der Verbreitung verbraucherpolitischer Informationen und Aufklärung die Unterschiedlichkeit der einzelnen verbraucherpolitischen Zielgruppen?

Konzeptionelle Grundlage sämtlicher Verbraucherinformationsmaßnahmen der Bundesregierung – sei es im Bereich der Print- oder audiovisuellen Medien sowie der Veranstaltungen, größerer Kampagnen oder in aktuellen Fällen über Hotlines – ist, Informationen so aufzubereiten und Medien und Informationskanäle so zu nutzen, dass die jeweiligen Zielgruppen erreicht werden können.

17. Welche Maßnahmen zur Informations- und Verbraucheraufklärung sieht sie z. B. für Migranten, Jugendliche (gegliedert nach Schulabschluss bzw. Qualifikation), Senioren, Behinderte (geistig und körperlich) vor?

Verschiedene Bundesministerien erarbeiten im Rahmen der fachpolitischen Zuständigkeit auch Aufklärungsmaßnahmen, die auf die in der Frage genannten Zielgruppen in besonderer Weise zugeschnitten sind. So gibt es beispielsweise besondere Aktionen des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), die primär dem Jugendschutz dienen, gleichzeitig aber auch verbraucherpolitische Aspekte beinhalten. Seit Sommer 2005 führt es mit Partnern die Aktion „Jugendschutz: Wir halten uns daran“ durch. Vom BMELV wird derzeit ein Projekt der Landesarbeitsgemeinschaft Schuldner- und Insolvenzberatung Berlin e. V. gefördert, um bundesweit mit einem „Handybooklet“ Kinder und Jugendliche über die finanziellen Risiken beim Gebrauch von Mobilfunkgeräten zu informieren.

18. Inwieweit berücksichtigt sie geschlechtsspezifische Ansätze in ihrer Informations- und Verbraucheraufklärung?

Die in Frage 16 genannten Grundsätze gelten gleichermaßen im Hinblick auf die Berücksichtigung geschlechtsspezifischer Ansätze.

19. Inwieweit arbeitet sie bei ihrer verbraucherpolitischen Arbeit mit Dritten zusammen bzw. bindet gesellschaftliche Gruppen und Meinungsbildner in ihre Arbeit ein?

Gemäß der Gemeinsamen Geschäftsordnung der Bundesministerien sind Fachkreise sowie Zentral- und Gesamtverbände bei der Erarbeitung von rechtlichen Regelungen frühzeitig zu beteiligen. Hierdurch wird sichergestellt, dass alle gesellschaftlichen Gruppen die Möglichkeit haben, ihre jeweiligen Anliegen in den Diskussionsprozess einzubringen.

Darüber hinaus finden sowohl auf Leitungsebene als auch auf Arbeitsebene zahlreiche Gespräche mit gesellschaftlichen Gruppen, wie z. B. Wirtschafts- und Verbraucherverbänden, statt, die einen Gedanken- und Informationsaustausch gewährleisten. Dazu kommt auch die konkrete projektbezogene Zusammenarbeit, beispielsweise in Aufklärungskampagnen, die – unterstützt von der Bundesregierung – von oder gemeinsam mit gesellschaftlichen Gruppen durchgeführt werden.

20. Inwieweit wird die Bundesregierung von Dritten unterstützt bzw. kofinanziert?

Die Bundesregierung wird nicht von Dritten unterstützt bzw. kofinanziert.

21. In welchem Umfang und mit welchen Mitteln unterstützt die Bundesregierung die Verbraucheraufklärung und -information Dritter (Verbände, Unternehmen, sonstige Organisationen)?

Auf die Antwort zu den Fragen 14 und 15 wird verwiesen.

Darüber hinaus leistet der vom BMELV institutionell geförderte aid-infodienst-Verbraucherschutz-Ernährung-Landwirtschaft e. V. (aid; 4,85 Mio. Euro Bundesmittel im Jahr 2006) Beiträge zur Verbraucheraufklärung. Eine Quantifizierung der Mittel, die diese Einrichtung für Verbraucherinformationen einsetzt, ist wegen ihrer vielfältigen Aufgabenstellung nicht möglich.

Darüber hinaus werden vom BMELV und anderen Ressorts im Rahmen ihrer Fachpolitik Informationsmaßnahmen Dritter unterstützt, z. B. im Bereich der Umwelt-, Entwicklungs-, Gesundheits- oder Energiepolitik, die mittelbar auch Aspekte der Verbraucheraufklärung beinhalten können, primär jedoch der Fachpolitik zuzurechnen sind.

22. Welche Mittel investiert die Bundesregierung in die Verbraucherforschung bzw. in Projekte oder Forschungsarbeiten Dritter in diesem Bereich?

Das BMELV stellt für die Arbeit der Bundesforschungsanstalten in seinem Geschäftsbereich erhebliche Mittel – im Haushalt 2006 sind hierfür 198,7 Mio. Euro eingeplant – zur Verfügung, die wesentlich auch für Verbraucherforschung eingesetzt werden.

Darüber hinaus stehen dem BMELV im Durchschnitt der Jahre 7,5 Mio. Euro zur Verfügung, um Entscheidungshilfebedarf durch die Vergabe von Forschungsaufträgen an Dritte zu decken. Etwa die Hälfte hiervon wird für direkt verbraucherrelevante Vorhaben eingesetzt.

Weiterhin werden im Rahmenprogramm „Forschung für die Nachhaltigkeit“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung Projekte aus dem Bereich der Verbraucherforschung unterstützt und gefördert. Dabei wird eine gleichermaßen grundlagenorientierte wie auch anwendungsorientierte Förderstrategie verfolgt, welche die relevanten Akteure einbezieht. Damit soll erreicht werden, dass wichtige Erkenntnisse der Verbraucherforschung schnell in der Gesellschaft und in der Verbraucherpolitik vermittelt und somit Verbraucherforschung und Verbraucheraufklärung besser zusammengebracht werden.

23. Findet eine Evaluierung der Informations- und Aufklärungsarbeit der Bundesregierung statt, und falls ja, wie erfolgt sie, und welche Kosten sind damit verbunden?

Alle Maßnahmen der Informations- und Aufklärungsarbeit unterliegen einer kontinuierlichen Erfolgskontrolle. Hierzu gehören z. B. die Erfassung der Reichweite der Maßnahmen oder die Zugriffszahlen auf Internetseiten. Bei längerfristig angelegten Maßnahmen ist die Evaluierung grundsätzlich integraler Bestandteil, um die Informationsarbeit den Erfordernissen regelmäßig anpassen zu können. Die angewendete Evaluierungsmethode richtet sich nach der Art der Maßnahme, dem mit ihr verfolgten Zweck und den damit verbundenen Auswirkungen und orientiert sich am Gebot der Wirtschaftlichkeit. Somit variieren auch die Kosten in Abhängigkeit von den Erfordernissen des Einzelfalls.

24. Mit welchen Maßnahmen will die Bundesregierung die Verbraucheraufklärung und -information in Deutschland verbessern?

Verbraucheraufklärung und -information wird von Medien, Unternehmen, Organisationen und Interessengemeinschaften eigenverantwortlich wahrgenommen. Dies schließt Ratgebersendungen in Fernsehen und Hörfunk gleichermaßen mit ein, wie Informationsaufbereitung durch Printmedien oder im Internet.

Ziel der Bundesregierung ist es, ausgewogene Informationsmöglichkeiten für Verbraucherinnen und Verbraucher zu gewährleisten. Entsprechend vielfältig sind die Maßnahmen. Der Fokus liegt dabei auf strukturierten, die Übersicht verbessernden, Vergleiche ermöglichenden und die Informationssuche der Verbraucherinnen und Verbraucher erleichternden Angeboten.

25. Wie beurteilt die Bundesregierung die Verbraucherinformation und -aufklärung durch Unternehmen, Verbände und sonstige Organisationen?
26. Welche Probleme sieht die Bundesregierung bei der Verbraucherinformation durch Verbände, Unternehmen und sonstige Organisationen, und welche Lösungsansätze verfolgt sie gegebenenfalls?

Siehe Antwort zu Frage 28.

27. Wie will die Bundesregierung die Medienkompetenz der Verbraucherinnen und Verbraucher stärken, um diese in die Lage zu versetzen, die für sie relevanten Informationen einzuordnen und zu nutzen?

Alle Maßnahmen der Verbraucherinformation tragen dazu bei, Verbraucherinnen und Verbraucher zu unterstützen, Informationsangebote zu nutzen und sich ausgewogen zu informieren. Neben den gesetzlichen Regelungen und den Maßnahmen der Freiwilligen Selbstkontrolle ist für die Bundesregierung besonders wichtig, die Medienkompetenz von Jugendlichen zu verbessern. Ziel muss es sein, junge Menschen zu befähigen, eigenverantwortlich mit den Medien umzugehen und zu problematischen Inhalten kritische Distanz zu wahren. Deshalb bilden Maßnahmen zur Vermittlung und Stärkung der Medien(erziehungs)kompetenz für Eltern und pädagogische Fachkräfte sowie für Kinder und Jugendliche einen Schwerpunkt der Arbeit der Bundesregierung und des BMFSFJ; hierzu werden Projekte gefördert und vielfältige Ratgeber herausgegeben.

28. Durch welche Maßnahmen will die Bundesregierung die Verbraucherinformation durch Unternehmen verbessern bzw. unterstützen, und sieht sie in diesem Bereich spezifische Problemfelder, falls ja, welche, und wie will sie diese lösen?

Sachgerechte und verständliche Informationen sowie eine möglichst umfassende Markttransparenz leisten nach Auffassung der Bundesregierung einen entscheidenden Beitrag, um den Verbraucherinnen und Verbrauchern eigenverantwortliche und selbstständige Konsumententscheidungen zu ermöglichen. Die Informationsbedürfnisse der Verbraucherinnen und Verbraucher lassen sich zu einem großen Teil sicherlich durch Marktprozesse decken, durch eigene Informationssuche der Verbraucherinnen und Verbraucher, durch spezialisierte gewerbliche Informationsanbieter oder durch Informationsangebote der anbietenden Wirtschaft selbst. Die Unternehmen begreifen die Informationsarbeit über ihre Produkte und Dienstleistungen zunehmend als wichtigen Baustein in der Marketingstrategie und als entscheidendes Instrument der Kundenbindung und -gewinnung. In diesem Zusammenhang anerkennt die Bundesregierung die vielfältigen Bemühungen der Unternehmen, die Verbraucherinnen und Verbraucher umfassend und fundiert über ihre Produkte und Dienstleistungen zu informieren, und sie wird dabei in einem offenen und vertrauensvollen Dialog mit der Wirtschaft auch neue und innovative Möglichkeiten und Konzepte einer verbesserten Verbraucherinformation ausloten.

Die praktische Erfahrung und zahlreiche wissenschaftlich abgesicherte Untersuchungen zeigen aber auch, dass der Markt selbst nicht alle Informationsbedürfnisse der Verbraucherinnen und Verbraucher befriedigen kann und dass abhängig von zahlreichen subjektiven Faktoren der Verbraucherinnen und Verbraucher und der Eigenarten der nachgefragten Produkte und Dienstleistungen zusätzliche markt- und anbieterunabhängige Informationsquellen eine Rolle spielen.

Daher wird zum Beispiel in der Bundesrepublik Deutschland wie auch in allen anderen größeren Industrieländern ein wichtiger Teil der Informationsaufgaben durch gemeinwohl-orientierte sowie durch direkte staatliche bzw. staatlich finanzierte Aktivitäten erfüllt.

In der Bundesrepublik Deutschland kommt in diesem Zusammenhang den Verbraucherorganisationen eine wichtige Aufgabe zu. Die Bundesregierung wird sich dafür einsetzen, dass die finanzielle Förderung von Einrichtungen und Institutionen aus dem Bundeshaushalt, die im Bereich der Verbraucherarbeit tätig sind, auf einem angemessenen und sachgerechten Niveau beibehalten wird. Zur

Sicherung der finanziellen Unabhängigkeit wird die Bundesregierung auch alternative Strategien prüfen.

Um die Informationsmöglichkeiten der Verbraucherinnen und Verbraucher daneben weiter zu verbessern, wird sich die Bundesregierung insbesondere für die Schaffung eines effektiven und praktikablen Verbraucherinformationsgesetzes einsetzen. Neben einer Erleichterung der in § 40 des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuchs enthaltenen Befugnis der Behörden zur Information der Öffentlichkeit soll den Verbraucherinnen und Verbrauchern nach den Vorstellungen der Bundesregierung ein auf die Produkte des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuchs und des Weingesetzes bezogenes Zugangsrecht zu behördlichen Informationen eröffnet werden.

