



Technische Universität München

Technische Universität München . Lehrstuhl für BWL – Marketing und Konsumforschung  
Alte Akademie 16 . 85350 Freising-Weihenstephan . Germany



Fakultät für  
Wirtschaftswissenschaften

Herrn  
Hans-Michael Goldmann, MdB  
Deutscher Bundestag  
Ausschuss für Ernährung, Landwirtschaft  
und Verbraucherschutz  
Platz der Republik 1

11011 Berlin

**Deutscher Bundestag**  
Ausschuss f. Ernährung,  
Landwirtschaft u. Verbraucherschutz

Ausschussdrucksache  
17(10)350-B

zur öffentlichen Anhörung  
am 19.01.2011



Lehrstuhl für  
Betriebswirtschaftslehre  
– Marketing und Konsumforschung –

**Prof. Dr. Jutta Roosen**

Alte Akademie 16  
85350 Freising-Weihenstephan  
Germany

Tel +49 (0)8161 71-3316 (Skr.)  
Fax +49 (0)8161 71-4501  
Email [mcr@tum.de](mailto:mcr@tum.de)  
Web [www.mcr.wi.tum.de](http://www.mcr.wi.tum.de)

Freising-Weihenstephan,  
10.01.2011

**Öffentliche Anhörung am Mittwoch, den 19.01.2011 mit dem Thema  
„Moderne verbraucherbezogene Forschung ausbauen – Tatsächliche  
Auswirkungen gesetzlicher Regelungen auf Verbraucher prüfen  
(BT-Drs. 17/2343)“**

Sehr geehrte Herr Goldmann,

ich bedanke mich für die Einladung zur Öffentlichen Anhörung am  
19. Januar 2011. In Vorbereitung auf die Anhörung sende ich Ihnen wie  
gewünscht meine Stellungnahme zu den gestellten Fragen.

Mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Jutta Roosen

## Fragenkatalog

### **1. Wie bewerten Sie die finanzielle und strukturelle Forschungsförderungspraxis der Bundesregierung und die Ressortforschung des BMELV im Hinblick auf die Politik beratende Verbraucherforschung?**

Die Forschungsförderung im Bereich der Verbraucherforschung erfolgt nicht systematisch. Es existieren Forschungsförderungsprogramme mit spezifischem Fokus, z.B. die Sozialökologische Forschung beim BMBF. Innerhalb der DFG gibt es kein spezifisch auf die Verbraucherforschung bezogenes Fachkollegium. In der strukturellen Förderung gibt es keine spezifische Forschungseinrichtung des Bundes zur Verbraucherforschung. In der Ressortforschung des BMELV gibt es das Institut für Ernährungsverhalten am Max Rubner-Institut sowie das Institut für Marktanalyse und Agrarhandelspolitik am von Thünen-Institut. Spezifische Fragen der politikberatenden Verbraucherforschung werden im Rahmen der BLE ausgeschrieben.

### **2. Welche Forschungsvorhaben sind im Siebten Forschungsrahmenprogramm der EU verbraucherpolitisch relevant und wie ist die verbraucherbezogene Forschung in Deutschland im europäischen Vergleich zu bewerten?**

Auch bei der EU gibt es wenige Projekte, die ausschließlich der Verbraucherforschung gewidmet sind. Im Vergleich zu deutschen Förderinitiativen legt die EU jedoch systematisch Wert auf die Betrachtung sozioökonomischer Implikationen von Forschungsgegenständen, so dass hier systematisch auch Verbraucherforschung betrieben wird. So findet eine Projektrecherche im Siebten Rahmenprogramm (Schlagwort „Consumer“) 192 Projekte. Viele von diesen kommen aus dem Bereich Ernährung-Lebensmittel, andere aus den Bereichen Consumer Choice, Wirtschaftswissenschaften, Rechtswissenschaften sowie Entwicklung und Folgenabschätzung neuer Technologien. Deutschland scheint in diesem Rahmen unterrepräsentiert. Darüber hinaus verfügt die EU über andere Instrumente der Marktbeobachtung, z.B. durch das Consumer Score Board. Insgesamt ist die deutsche Verbraucherforschung international wenig präsent, dies zeigt sich nicht nur in einer geringen Beteiligung bei europäischen Forschungsvorhaben sondern auch in der Zahl der Publikationen in einschlägigen, internationalen wissenschaftlichen Zeitschriften.

### **3. Für welche verbraucherpolitischen Forschungsgebiete besteht ihrer Meinung nach in Deutschland und auf europäischer Ebene besonders dringender Forschungsbedarf?**

Insgesamt besteht ein großer Forschungsbedarf in der Bewertung von Maßnahmen der Verbraucherpolitik. Dabei geht es um eine Bewertung der Effektivität der Maßnahmen (in wie weit erreichen sie die gesetzten Ziele) als auch der Effizienz der Maßnahmen (zu welchen Kosten werden die Ziele erreicht).

Stärker grundlagenorientierte Forschung bedarf es im Bereich der Motivation der Konsumenten und dem Einfluss von Umweltvariablen auf den Konsumententscheidungsprozess. Diese sind auch zum Verständnis der Wirksamkeit von Politik wichtig. Eine Auswertung der Ergebnisse aus der neurowissenschaftlichen Forschung für Aspekte der Konsumökonomie und Verbraucherpolitik erfolgt nur ansatzweise. Auch das Gebiet der Behavioural Finance, ein Bereich in dem sich die Verhaltensökonomie weitgehend etabliert hat, findet in Deutschland in der angewandten Forschung kaum statt.

### **4. Welche Grundsatzfragen der Verbraucher- und Ernährungspolitik, der verhaltenswissenschaftlichen Konsumforschung und der Kennzeichnung nachhaltiger Produkte sollten in einem neu aufzulegenden Forschungsprogramm vordringlich beforscht werden?**

s. Frage 3.

### **5. Welche Instrumente der Forschungsförderung sind in den Bereichen verhaltenswissenschaftliche Konsumforschung, verbraucher- und ernährungspolitische Grundsatzfragen und nachhaltiger Konsum besonders geeignet und wie bewerten Sie Vorschläge zur Einrichtung einer interdisziplinären Forschungseinrichtung in Abgrenzung zu Kompetenzclustern bzw. einer geförderten Vernetzungsstruktur?**

Es ist wichtig, Strukturmaßnahmen zu ergreifen, die langfristig wirken und über Einzelprojektförderung oder Vernetzungsaktivitäten hinausgehen. Dies kann durch eine interdisziplinäre Forschungseinrichtung geschehen oder auch durch langfristig angelegte Kompetenzcluster. Dabei stellt sich jedoch hier die Frage, wen man im Einzelnen in räumlich sinnvoller Weise in einem solchen Kompetenzcluster zusammenfassen möchte. Ebenfalls zielführend wäre die Förderung von wissenschaftlichen Publikationsorganen in der Verbraucherforschung

beispielsweise dem Vorbild Forum Qualitative Social Research (u. a. durch die DFG gefördert) folgend. Finanzmittel zur Förderung von Vernetzungsaktivitäten sind aus meiner Sicht ausreichend.

**6. Welche Maßnahmen sind kurz- und langfristig erforderlich, um die verbraucherbezogene Forschung angemessen auszubauen und welche Fördermaßnahmen halten Sie für vordringlich?**

s. Frage 5.

**7. Wie bewerten Sie den aktuellen Stand einer zielgruppenspezifischen Verbraucherforschung und welche Verbraucherinnen und Verbraucher bedürfen einer besonderen Aufmerksamkeit?**

In der empirischen Verbraucherforschung werden durchaus zielgruppenspezifische Ansätze verwendet. Welche Zielgruppen hierbei einer besonderen Aufmerksamkeit bedürfen, lässt sich pauschal nicht beantworten und hängt im Einzelnen von der Forschungsfrage ab.

Insbesondere lassen sich jedoch Arbeiten finden, die nach Gender oder gesundheitsrisikobezogenen Gruppierungen differenzieren oder auf das Konsumverhalten von Jugendlichen oder der älteren Bevölkerung ausgerichtet sind. Im Hinblick auf die gesellschaftliche Bedeutung gibt es in Deutschland aus meiner Sicht eine zu geringe Berücksichtigung von VerbraucherInnen mit Migrationshintergrund und von älteren Konsumenten. Darüber hinaus könnte es in Abhängigkeit der demographischen Entwicklung in Zukunft auch notwendig werden, Stadt-Land-Unterschiede stärker zu betrachten.

**8. Was wissen wir über das Entscheidungsverhalten von Verbrauchern und was kann oder soll die Verbraucherforschung zur Klärung dieser Fragen beitragen?**

Wir wissen, dass das Entscheidungsverhalten nicht allein vom Konsumenten selbst (seiner Motivation und seinen Präferenzen) sowie den Produktattributen (Preis, Qualität etc.) abhängig ist, sondern in wesentlichen Teilen auch von der Entscheidungsumwelt. So unterliegen Verbraucherentscheidungen u. U. Verzerrungen (Biases), die systematisch dazu führen können, dass der Konsument in Bezug auf seine (langfristige) Präferenzen Fehlentscheidungen trifft.

Verbraucherforschung kann zum einen dazu beitragen, die Präferenzen des Verbrauchers zu erforschen und beschreiben. Zum anderen kann die Verbraucherforschung Erkenntnisse dazu liefern, wie die Entscheidungsumwelt, z. B. die Informationen zu Konsumgütern gestaltet

werden kann, um den Konsumenten in seinen Konsumententscheidungen effizienter zu machen. Darüber hinaus helfen diese Kenntnisse, Fehlschlüsse in Bezug auf die Wirksamkeit von verbraucherpolitischen Maßnahmen zu vermeiden.

### **9. Welche empirischen Untersuchungen und experimentellen Ansätze der Verhaltensökonomik sind für die Verbraucherforschung von besonderer Bedeutung?**

– Empirische Untersuchungen des Verbraucherverhaltens sollten über die Meinungsforschung hinausgehen und nicht nur die Wahrnehmung einzelner Konsumthemen und Verhaltensabsichten abfragen. Gerade für die Beurteilung verbraucherpolitischer Maßnahmen durch Kosten-Nutzen-Analysen ist es wichtig, Zahlungsbereitschaften zu messen. Hier kann die experimentelle Ökonomie wichtige Ansätze geben.

– Einflussfaktoren auf das Verbraucherverhalten können dabei sowohl in Labor- als auch Feldexperimenten analysiert werden. Feldexperimente, also Experimente, die in einem natürlichen Entscheidungskontext bspw. in einer Einkaufspassage stattfinden, dienen u. a. der Validierung von Laborexperimenten und Verbraucherbefragungen. Eine solche methodische Validierung kann gleichermaßen mit Haushaltsdaten, wie sie z. B. in Rahmen von Haushaltspanels großer Marktforschungsinstitute erhoben werden, erfolgen.

Für eine politikunterstützende Verbraucherforschung sollte die Panelforschung institutionalisiert ausgebaut bzw. zumindest eine Vergleichbarkeit von Erhebungswellen in Querschnittsuntersuchen sicher gestellt werden. Zeitvergleiche sind in Deutschland nur sehr eingeschränkt möglich und eine langfristige Auswertung der Ergebnisse wird so gut wie nicht gefördert. So kann man für viele verbraucherpolitische Maßnahmen in Deutschland die (langfristige) Wirksamkeit nicht beurteilen. Hier ist die Lage im Vergleich zu anderen europäischen Ländern oder auch den USA als sehr kritisch zu beurteilen.

### **10. Wie bewerten Sie den derzeitigen verbraucherpolitischen Forschungsstand in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern und welche besonderen Ansätze verfolgen diese Länder in ihrer Verbraucherforschung?**

Die Frage sollte von einem Politikwissenschaftler beantwortet werden.

**11. Wie bewerten Sie den Forschungsbedarf und Forschungsstand**

- a) zu den steigenden Anforderungen an Verbraucherinnen und Verbraucher und individuellem Verbraucherverhalten,**  
**b) zu den Lebensrealitäten von Familien im heutigen Konsumalltag,**  
**c) Verbraucherpolitik als Querschnittsaufgabe und der**  
**d) Finanzierung von Verbraucherarbeit?**

- a) Der Umgang mit Information und die sinnvolle Gestaltung von Information (z.B. Produktinformation, Kennzeichnung etc.) ist weiterhin ein weites Forschungsfeld.
- b) Man muss festhalten, dass in Deutschland fast alle haushaltsökonomischen Professuren in den letzten Jahren weggefallen sind. Interessant wird es zu beobachten sein, wie sich der Fokus auf Familienökonomie an der Universität Rostock in Zusammenarbeit mit dem MPI für demografische Forschung entwickelt.
- c) + d) Diese Frage sollte von einschlägigen Kollegen beantwortet werden.

**12. Welche Disziplinen und welche Methoden sind wichtig, um Verbraucherpolitik durch Verbraucherforschung unterstützen zu können?**

Die Ökonomie, die Verhaltenswissenschaften und die Soziologie (alle mit ihren unterschiedlichen Schwerpunkten/Teildisziplinen). Der Masterstudiengang Consumer Affairs bildet diese Kompetenz insbesondere durch eine Kombination der Wirtschaftswissenschaften mit Teilgebieten der Umweltsoziologie, der Verhaltenswissenschaften, der Politikwissenschaften und der Geschichte aus.

**13. Wie stellt sich die Praxis der qualitativen Marktforschung dar und wo liegen die Herausforderungen, Chancen und Grenzen bei der Erforschung der Motivation für Verbraucher zu konsumieren?**

Diese Frage sollte von einschlägig arbeitenden Kollegen beantwortet werden.

**14. Welche theoretischen Ansätze gibt es, aus denen sich Vorschläge zur Gestaltung der Verbraucherpolitik begründen lassen, welchen Stellenwert nimmt im Spektrum verschiedener theoretischer Ansätze die Verhaltensökonomik ein und welche Befunde der Verhaltensökonomik können für die Gestaltung von Verbraucherpolitik besonders relevant sein (nennen Sie ggf. Beispiele)?**



Aus ökonomischer Sicht lässt sich die Verbraucherpolitik durch Ansätze der Wohlfahrtsökonomie, der Informationsökonomie, der Institutionenökonomie und der Verhaltensökonomie begründen. Die Ansätze stehen nicht notwendigerweise im Widerspruch sondern beleuchten unterschiedliche Aspekte der Marktsituation und Konsumententscheidung. Es muss betont werden, dass diese Ansätze natürlich auch auf die Konsum- und Haushaltsökonomie aufbauen. Die Verhaltensökonomie findet im Bereich der Verbraucherforschung in den letzten Jahren zunehmend Beachtung. Sie stellt viele Annahmen der neoklassischen Ökonomie zum Verhalten ökonomischer Akteure, also auch von Verbrauchern, auf Basis experimenteller Befunde in Frage. In wie weit diese Ergebnisse für das Zusammenspielen von Entscheidungen am Markt Relevanz haben und welche Schlüsse daraus für einen neuen kohärenten Forschungsansatz zu ziehen sind, ist aus meiner Sicht noch nicht beantwortet.

### **15. Was wissen Verbraucher über die Angebotslage auf den Märkten und wie transparent sind die Märkte für Verbraucher?**

Das vom BMELV initiierte Entscheidungshilfeprogramm zur Lage der Verbraucher in Deutschland sollte hier einen fundierten Überblick schaffen.

### **16. Verbraucherverbände verfügen aus ihrer Beratungspraxis über zahlreiche Erfahrungsberichte aus der Praxis, oft werden sie als erste auf Missstände aufmerksam: Welche Rolle sollten daher Verbraucherverbände - denen oft die Mittel fehlen, ihre Daten systematisch auszuwerten und zu nutzen - in der Verbraucherforschung spielen?**

Hier wäre es sinnvoll zu einer koordinierten Zusammenarbeit der Verbraucherverbände zu kommen, die es erlaubt, die Daten aus der Beratungspraxis ähnlich wie im Consumer Score Board der EU systematisch auszuwerten. Verbraucherverbände können jedoch keine Verbraucherforschung betreiben. Man sollte wie bei der Risikoforschung (vgl. BfR) auf eine Unabhängigkeit zwischen Forschung, Verbraucherberatung und politischer Beteiligung achten. Sollte es gewünscht sein, dass Vorhaben der Verbraucherforschung systematisch durch Verbraucherverbände in beratender Funktion begleitet werden, so ist eine ausreichende Finanzierung ihrer Beteiligung vorzusehen.



### **17. Inwieweit können Interessensvertreter wie die Verbraucherzentralen Bedürfnisse der Verbraucher überhaupt wiedergeben und besteht nicht die Gefahr, dass Verbraucherinteressen fehlerhaft interpretiert werden?**

Es muss natürlich berücksichtigt werden, dass Verbände wie die Verbraucherzentralen in der Beratungspraxis mit einem bestimmten Ausschnitt des Marktes konfrontiert werden, nämlich dem Teil der ratsuchenden Verbraucherinnen und Verbraucher. Dennoch haben sie als Sammelstelle dieser Erfahrungen eine Marktwächterfunktion, die systematisch genutzt werden sollte. Darüber hinaus kann durch vergleichende Erhebungen, wie z. B. durch den Bayerischen Verbrauchermonitor (jetzt auch Baden-Württemberg) ein Stimmungsbild zu den Verbraucherbelangen aufgenommen werden.

### **18. Wie kann „Fehlverbrauch“ diagnostiziert werden und anhand welcher Kriterien?**

Im Rahmen der Konsumökonomie würde man von einem „Fehlverbrauch“ sprechen, wenn der Verbrauch des einzelnen Verbrauchers nicht seinen Präferenzen entspricht. Dies kann durch die in der Verhaltensökonomie behandelten Verzerrungen in der Konsumententscheidung auftreten oder auch aufgrund einer Präferenzunkenntnis der Verbraucher. Zur Bestimmung des „Fehlverbrauchs“ ließen sich beispielsweise Studien zu den Zahlungsbereitschaften von Konsumenten heranziehen, die messen, welchen Geldwert eine Verbesserung der Entscheidungssituation hätte, z.B. welchen Wert zusätzliche Information über Produkteigenschaften hat.

### **19. Wie könnte ein "Verbrauchercheck" im Gesetzgebungsverfahren, also die Prüfung der Auswirkungen von Gesetzesinitiativen auf die Verbraucherinnen und Verbraucher, ausgestaltet werden und wie sollte die Berücksichtigung der Verbraucherperspektive idealerweise institutionell abgesichert sein?**

Mögliche Ansätze sind die Kosten-Nutzenanalyse oder auch die Risiko-Risikoanalyse (Graham und Wiener), die es erlauben, Auswirkungen politischer Maßnahmen auf Verbraucher und andere gesellschaftliche Gruppen zu erfassen. Methoden zur Integration von experimentellen





Verfahren und Wohlfahrtsanalysen haben wir in Marette et al. (2009) entwickelt und dargestellt.<sup>1</sup>

Institutionell sollten solche Analysen durch ein wissenschaftliches Institut erfolgen. Zur Qualitätssicherung der Arbeit wäre es wichtig, Teile bspw. methodische Aspekte auch durch ausgeschriebene Projekte behandeln zu lassen.

Weitere Anhaltspunkte können die Erfahrungen des Social Science Research Committee der britischen Food Standards Agency oder auch die Erfahrungen zur Anwendung von Sozioökonomischer Forschung im Rahmen von REACH (s. AFSSET-Frankreich) liefern. Darüber hinaus wäre es interessant, sich an den Forschungsarbeiten der US Federal Trade Commission zu orientieren.

**20. Bei welchen in nächster Zeit anstehenden Regulierungsentwürfen wäre eine Gesetzesfolgenabschätzung besonders wünschenswert, welche Fragestellungen wären dabei besonders relevant und können Sie Beispiele nennen, welche Vorhaben in anderen Ländern (z.B. USA, GB, Neuseeland) mit welchen Methoden untersucht werden?**

Gesetzesfolgenabschätzungen sind insbesondere dann interessant, wenn Verbrauchergruppen in unterschiedlicher Weise von einem Regulierungsentwurf betroffen sind. Gleichmaßen sollte insbesondere dann die Verbraucherreaktion auf Regulierungen und Marktinterventionen bestimmt werden, wenn wenig über das Entscheidungsverhalten bekannt ist. Bedacht werden sollte jedoch auch, dass eine kohärente Beurteilungsgrundlage für Gesetzesvorhaben geschaffen wird, um Fehlregulierungen (vgl. Delaney Clause in den USA) zu vermeiden.

---

<sup>1</sup> Marette, S., J. Roosen, und S. Blanchemanche, 2008. Tax, Subsidy and/or Information for Health: An Example from Fish Consumption. Journal of Regulatory Economics, 34(2): 119-143.