



Rede
zur Eröffnung der
Augsburger Frühjahrsausstellung afa 2011
am 2. April 2011
in Augsburg

Übersicht

I. "Die Schwaben haben Schwung geholt" - der Chancenindex Bayern

II. Soziale Marktwirtschaft impliziert die Übernahme von Verantwortung

1. Die Verantwortung der Unternehmen

- Beispiel: Der Spielwarenhersteller aus Franken
- Engagement im Mittelstand
- Gründe für das gesellschaftliche Engagement

2. Die Verantwortung der Verbraucher

- Wissen ist Macht und Verantwortung
- Wie übe ich als Verbraucher die Macht richtig aus?

III. Maßnahmen moderner Verbraucherschutzpolitik

1. Das Leitbild des mündigen und souveränen Verbrauchers

2. Bildung, Information, Beratung - die Kernaufgaben
guter Verbraucherpolitik

**IV. Verantwortungsvolles Handeln - Schritt für Schritt
auf dem Weg zum Miteinander**

Es gilt das gesprochene Wort

**"Die Schwaben haben Schwung geholt" - der
Chancenindex Bayern**

Anrede!

"Die Schwaben haben Schwung geholt!" - so schrieb vor wenigen Tagen eine überregionale Tageszeitung angesichts des neuen "**Chancenindex Bayern**". Das heißt konkret: Unsere schwäbische Wirtschaft hat sich in den vergangenen Monaten überdurchschnittlich gut von der Wirtschaftskrise erholt! Das gilt nicht nur im bayernweiten Vergleich, sondern gerade auch auf Bundesebene!

Und dieser Schwung - der weht mit geballter Kraft durch Schwaben ! Auch hier auf der Augsburger Frühjahrsmesse ist er deutlich zu spüren. Kein Wunder, ist doch die afa **die** Verbrauchermesse hier im Westen Bayerns:

- Mit knapp 100.000 Besuchern jährlich.
- Mit einem hohen Anteil an Stammausstellern.
- Mit einer ganz hervorragenden Einbindung in die Region - was Besucher und was Unternehmen angeht.

Es ist deutlich zu spüren: Krise war gestern!
Heute ist Aufschwung!

Soziale Marktwirtschaft impliziert die
Übernahme von Verantwortung

Die Einladung zur Eröffnung der Augsburger Frühjahrsausstellung hat mich als Verbraucherschutzministerin ganz besonders gefreut.

Weil sie zeigt: die afa geht die Unternehmen, an, genauso wie die Verbraucher. Anbieter und Nachfrager stehen sich **gleichberechtigt** gegenüber. Und beide Seiten übernehmen **Verantwortung** - für sich, aber auch für den jeweils anderen. Und für unsere Zukunft als Konsumgesellschaft.

Die Verantwortung der Unternehmen

Anrede!

Soziale Marktwirtschaft - das bedeutet auch: Unternehmen sollen an den Märkten Gewinne erzielen, ja. Aber nicht um jeden Preis. Und nicht grenzenlos.

Unternehmen müssen sich ihrer besonderen Verantwortung bewusst sein. Das heißt:

Nicht Maßlosigkeit, sondern gesunde Mäßigung. Nicht schneller, kurzfristiger Gewinn, sondern Nachhaltigkeit.

Nicht Ausbeutung unserer Ressourcen - sei es Umwelt oder Mensch.

Sondern Verständnis und Partnerschaft.

Ohne Zweifel: Unternehmen haben heutzutage mehr denn je eine besondere Verantwortung - für uns als Verbraucher, aber auch für Umwelt und Gesellschaft. Es ist gut zu wissen, dass die Mehrzahl der Unternehmen sich dieser Verantwortung bewusst ist.

Unternehmen, die an sich und ihre seine Produkte hohe Ansprüche stellen. Die beispielsweise für ihr Holzspielzeug Rohstoffe aus nachhaltiger Waldnutzung verwenden. Die auf faire Arbeitsbedingungen, Arbeitsplatzsicherheit, Umweltschutz und soziale

Standards achten - an jedem Produktionsort, in Deutschland ebenso wie in Fernost.

Es gibt mehr und mehr Unternehmen, die ihre Macht, ihre Ressourcen für Engagement in gesellschaftlichen Problemfeldern einsetzen. "Standards einhalten" und "Gutes tun" - das wird ganz natürlich Teil des Geschäftslebens.

Der Vorteil ist deutlich: Es geht um Kostensenkung. Um Kundenbindung. Und vor allem: Um den guten Ruf eines Unternehmens.

Engagement im Mittelstand

Und das funktioniert nicht nur im Großen. Das funktioniert nicht nur bei den Weltkonzernen. Das funktioniert gerade auch beim **Mittelstand und bei kleineren Unternehmen.**

Sie fragen nach einem Beispiel?

Qualifizierte Arbeitskräfte zu finden ist für mittelständische Unternehmen inzwischen oft ein Problem - das mussten auch Unternehmer aus meiner Heimatstadt Neu-Ulm feststellen.

Deshalb haben sie die Idee entwickelt, gemeinsam mit der Hochschule Neu-Ulm eine Kinderbetreuungsstätte einzurichten. Damit vor allem junge Frauen Beruf und Familie besser

vereinbaren können.

Oder schauen Sie mit mir über die Grenzen Schwabens hinaus in eine kleine Stadt im **Odenwald**: 26 Jugendliche stehen ohne Lehrstelle auf der Straße. Und Hoffnung kann ihnen offenbar niemand machen.

Ein Unternehmer will das nicht mit ansehen. Schnell ist klar, dass es nicht reicht, nur Plätze zu vermitteln. Denn bei den Jugendlichen ist häufig nicht die Schulbildung das Problem, sondern fehlendes Selbstbewusstsein, chronische Unpünktlichkeit, ungeschicktes Auftreten.

Örtliche Unternehmer bauen die Jugendlichen auf, coachen sie und kümmern sich um Lehrstellen.

Im Jahr darauf ist das Ziel erreicht: Alle Jugendlichen haben eine Lehrstelle. Und das Projekt wird seither erfolgreich wie ein Franchisesystem auf andere Standorte übertragen.

Gründe für das Engagement

Allen diesen Beispielen ist eines gemeinsam: Es liegen echte **Win-Win-Situationen** vor, wie es so schön auf Neudeutsch heißt. Es profitieren alle Seiten vom unternehmerischen Engagement.

Mehr und mehr Unternehmen stellen sich zu recht die Frage: Warum dieses Potential nicht mehr und besser nutzen? - und steigen in ihre Verantwortung ein.

Es geht dabei nicht um reines Marketing. Es geht um **gelebte Unternehmensethik** - die viele unserer schwäbischen Firmen seit Jahren hoch halten. Es geht um Vertrauen, um Reputation, um Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit. Diese Werte halten unsere Gesellschaft und unsere Wirtschaft zusammen.

Die Verantwortung der Verbraucher

Anrede!

Mir geht es heute nicht nur um die Verantwortung der Unternehmen. Mir geht es auch um die Verantwortung der **Verbraucher**.

Rund 30 Milliarden Euro - diese Summe geben Unternehmen in Deutschland pro Jahr für Werbung aus.

Der Großteil dieser Werbung ist reell. Natürlich sind die Bilder mitunter schöner als die Wirklichkeit. Aber es wird in der Regel das angepriesen, was die Unternehmer verantworten können.

Leider Gottes gibt es aber auch schwarze Schafe: Diese wollen uns Verbraucher die heile Welt suggerieren:

Damit wir meinen, Kinder in Asien spielen in bunten Sporttrikots Fußball und müssen diese nicht in Kinderarbeit herstellen.

Damit wir glauben, die Tomaten auf der Fertigpizza sind natürlich im Freien ohne Spritzmittel unter südlicher Sonne gesund gewachsen.

Damit wir der Illusion verfallen, das Fleisch der Tiefkühlwürstchen stammt von glücklichen Schweinen, die in der Herde vergnügt durchs Gras laufen - und nicht aus einer Massentierhaltung im Ausland, die alles andere

als artgerecht ist.

Wissen ist Macht und Verantwortung

Wenn wir es uns als Verbraucher bewusst machen, dann wissen wir: Werbung spielt mit Illusionen.

Aber die Macht der Bilder wirkt. Allzu oft. Allzu häufig fragen wir lieber nicht nach.

Wir **wollen** oft gar nicht wissen, wie unsere Nahrung, unsere Kleidung, unsere Spielwaren, unsere Kosmetika hergestellt werden, von wem und unter welchen Umständen.

Wir interessieren uns oft erst dafür, wenn der

Skandal da ist: Der Dioxin-Skandal. Der Gammelfleisch-Skandal. Der Rinderwahnsinn. Analogkäse. Frostschutz im Wein.

Oder wenn in den Medien berichtet wird, dass ein Unternehmen seine Arbeiter bespitzeln oder im Ausland Kinder arbeiten lässt. Oder seinen Müll nicht umweltgerecht entsorgt.

Informationen über solche Geschäftspraktika erreichen uns heutzutage schnell und das weltweit. Und es gibt mehr und mehr Verbraucher, die darauf richtig reagieren: Sie kaufen die Waren belasteter Firmen nicht mehr.

Negativmeldungen wirken bei Verbrauchern über ein Jahr nach, wie nachgewiesen wurde. Ich finde es toll, dass die Kunden kritischer

werden.

Immer mehr Verbraucher wollen bei den Produkten ein zweites Preisschild haben, auf dem steht:

- woher das Produkt kommt
- wie es beschaffen ist
- wer es produziert hat und zu welchen Bedingungen
- welches Unternehmen hinter dem Produkt steckt und wie es mit dessen Glaubwürdigkeit und Reputation aussieht.

**Wie übe ich als Verbraucher die Macht richtig
aus?**

Was **Konsumverantwortung** für mich als Verbraucher bedeutet?

Konkret heißt das: Wenn ich gesunde Milch will, gesundes Fleisch, gesunde Eier, gesundes Obst und Gemüse - dann muss ich danach fragen!

Und darf mich nicht blind auf das billigste Angebot im Discounter stürzen. Auch ich als Verbraucher trage Verantwortung: Für mich, für meine Kinder, für meine Umwelt und für unsere Gesellschaft.

"Shopping for a better world" - "Einkaufen für eine bessere Welt" - diesen Slogan liest und hört

man immer öfter.

Nicht selten mit einem leicht spöttischen Unterton. Aber ich frage Sie: Warum eigentlich nicht? Ein erster Schritt ist das allemal und der ist gar nicht mal so klein.

Maßnahmen moderner
Verbraucherschutzpolitik

Anrede!

Lassen Sie mich in diesem Zusammenhang auch ein paar Worte zur Verbraucherpolitik sagen.

Dreh- und Angelpunkt jeder Verbraucherpolitik ist die Frage: **Von welchem Verbraucher gehen wir aus?** Was muss ein Verbraucher können? Und: Welchen Maßstab sollen wir ansetzen? Den des schwächsten Verbrauchers, wie manche fordern?

Dann aber frage ich Sie: Wollen Sie, wollen wir einen allumfassend fürsorgenden Staat?

Der seine Bürger an beiden Händen fast und sie tagtäglich durch das Geschäftsleben steuert? Ein Staat, der für alles und jedes vorab eine Regelung trifft?

Um es klar zu sagen: Dieses Bild lege ich meiner Politik nicht zu Grunde. Von einer

solchen Verbraucherpolitik würden sich viele Menschen - mit Recht - bevormundet fühlen. Und: Waren und Dienstleistungen würden auch teurer werden. Denn bei so einem Verbraucherbild müssten wir der Wirtschaft immer größere Bürokratielasten aufbürden.

Mein **Leitbild** ist der **mündige und souveräne Verbraucher**. Dieser bestimmt selbst, welches Produkt, welche Dienstleistung er will. Er vergleicht zwischen den Angeboten am Markt.

Er informiert sich über seine Rechte und Möglichkeiten. Ja, ein Stück weit übernimmt er auch selber seinen Schutz.

**Bildung, Information, Beratung - die
Kernaufgaben guter Verbraucherpolitik**

Mein Ziel deshalb: Den Verbraucher fit zu halten für das tägliche Wirtschaftsleben.

Meine Verbraucherpolitik setzt auf Information, auf Bildung, auf Aufklärung. Ich will den Rahmen schaffen, in dem sich Verbraucher und Unternehmer auf gleicher Stufe begegnen und miteinander Geschäfte machen.

Dabei verfolge ich verschiedene Ansatzpunkte.

So arbeitet mein Ministerium eng mit den **Verbraucherzentralen** und mit dem **VerbraucherService Bayern** zusammen, die den Verbrauchern mit umfassender Beratung bis

hin zu effektivem Rechtsschutz unterstützen.

Mir geht es aber auch darum, bei den Verbrauchern eine solide **Wissengrundlage** zu schaffen.

Denn der Umgang mit Finanzen, mit persönlichen Daten, das Verstehen von Märkten und Informationen wird immer komplexer.

Dabei setze ich schon bei unseren **Jüngsten in der Schule** an.

Wussten Sie, dass Kinder und Jugendliche im Monat durchschnittlich 900 Werbespots allein im Fernsehen sehen? Gleichzeitig ergeben Umfragen, wie wenig Kinder und Jugendliche über die Grundlagen der Wirtschaft wissen.

Ich habe deshalb gemeinsam mit dem Kultusministerium ein **Projekt für mehr ökonomische Verbraucherbildung an allen Schularten und Jahrgangsstufen** aufgelegt - unter anderem zum Beispiel mit Unterrichtsmaterialien und Fortbildungsveranstaltungen für Lehrkräfte.

Mir geht es aber nicht nur um die Schüler. Sondern auch um die Erwachsenen.

Mehr Finanz-, Daten- und Internetkompetenz für breite Bevölkerungskreise - so stelle ich mir wirksamen Verbraucherschutz vor. Auch das Thema "Erwachsenenbildung" wird deshalb bei mir groß geschrieben - mit Veranstaltungen vor Ort, in der Zusammenarbeit mit Trägern der

Erwachsenenbildung.

Einen Schwerpunkt setze ich außerdem auf die **Information** der Verbraucher - zum Beispiel mit dem Online - Verbraucherportal www.vis.bayern.de. Diese Website der Staatsregierung, für die mein Haus federführend zuständig ist, bietet "Hilfe zur Selbsthilfe" - und das in allen relevanten Bereichen, von Ernährung über Finanzen und Datenschutz bis hin zu Versicherungen und Medien.

Sie können das Informationsportal www.vis.bayern.de auch hier ausprobieren - auf der Frühjahrsmesse. Am Stand des VerbraucherService, der von meinem Ministerium mitbetreut wird, finden Sie eine **mobile VIS-Infosteile**. Sie macht mein Online-

Verbraucherportal "VIS Bayern" für Jedermann zugänglich. Ganz leicht. Ohne technische Schwierigkeiten. Aus dem Stand.

Verantwortungsvolles Handeln - Schritt für Schritt auf dem Weg zum Miteinander

Anrede!

Wenn Verbraucher und Unternehmer verantwortungsvoll handeln, dann füllen Sie den Rahmen aus, den die Politik vorgibt.

Aber das ist nicht alles: Sie setzen sich aktiv für eine bessere Welt ein - so hochtrabend das auch klingen mag. Sie erkennen die Verantwortung, die auf uns allen liegt und stellen sich den damit verbundenen

Herausforderungen.

Mit vielen kleinen Schritten wird ein großes Ganzes wahr, nimmt der Entwurf eines verantwortungsbewussten Miteinanders Gestalt an.

Lassen Sie uns alle gemeinsam diese vielen kleinen Schritte machen - jeder dort, wo er kann!