

Molitor, Bruno

Article — Digitized Version

Stunde der Verbraucherpolitik

Wirtschaftsdienst

Suggested Citation: Molitor, Bruno (1976) : Stunde der Verbraucherpolitik, Wirtschaftsdienst, ISSN 0043-6275, Verlag Weltarchiv, Hamburg, Vol. 56, Iss. 8, pp. 380-

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/134976>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



Bruno Molitor

Stunde der Verbraucher- politik

Wahlplattformen und Parteien-Inserate sind wieder voll im Schwange; es nähert sich der Wahltermin. Der Bundesbürger tut gut daran, dem Bombardement von Angeboten mit Unbefangenheit zu begegnen. Er sollte die wirtschaftlichen Versprechen und mehr noch das konkrete Verhalten von Regierung und Opposition mit der Elle des Konsumenten messen, die schließlich den Ausschlag gibt. Denn dies ist die Stunde einer verbraucherorientierten Politik.

Der Aufschwung startet diesmal auf dem Niveau einer Preissteigerungsrate von mehr als 5%. Das ist entschieden zu hoch. Überdies scheint sich eine sachlich vollkommen berechtigte Erwartung der Verbraucher diesmal nicht zu erfüllen: daß nämlich die Degression der Stückkosten, die sich auf dem Wege aus der Rezession zu einer besseren Auslastung der vorhandenen Produktionskapazitäten gleichsam von selbst ergibt, über günstigere Güter- und Dienst-

leistungspreise weitergegeben wird. Umgekehrt sieht ein Großteil der Produzenten in der wieder zunehmenden Konsumgüternachfrage offenbar eine Aufforderung, erst einmal die Preise heraufzusetzen — ein typisches Anzeichen, daß man mit einem Liquiditätsüberschuß rechnet. Und schließlich läßt auch das freudige Erstaunen mancher Politiker über die sich unvorhergesehen schnell füllenden öffentlichen Kassen wenig Gutes ahnen. Zweifel kommen auf, ob die heiligen Schwüre zur Sparsamkeit und zur Rückkehr zu einer soliden Finanzpolitik lange vorhalten werden. Dies alles macht es nicht eben unwahrscheinlich, daß wir uns nicht lange nach den Wahlen einer Inflationsrate gegenübersehen könnten, die die Opfer der Rezessionsperiode als umsonst erbracht erscheinen läßt.

Fragt der Verbraucher bei seinen Einkäufen nach den Gründen der erhöhten Preisforderungen, lautet in der Regel die Antwort, daß die „Kosten“ gestiegen seien. Offenbar sind sich die Anbieter nicht im klaren darüber, wie sehr das Argument einem planwirtschaftlichen Ideenkreis zugehört. Handelt es sich zum Beispiel um eine Erhöhung der Stundenlöhne, so ist das in der Marktwirtschaftsordnung keineswegs ein hinreichender Grund, um die Güterpreise folgen zu lassen. Denn einmal hat eine gegebene Gewinnrate pro Stück nicht den Charakter einer sakrosankten Größe, die auf jeden Fall bewahrt werden müßte; die Gewinnsumme kann durch einen verstärkten Mengenabsatz gleichwohl unberührt bleiben, aber just diese Chance wird durch die heraufgesetzten Preise verbaut. Und wo bliebe zum anderen die Königsaufgabe des freien Unternehmers, wenn er die Kostensteigerung nicht durch Rationalisierungen und Innovationen aufzufangen suchte? Im Fall schließlich, daß in der gegebenen Situation beide Anpassungswege bereits ausgeschöpft sind: nun, dann hätten die Arbeitgeber den gewerkschaft-

lichen Lohnforderungen stärkeren Widerstand zu leisten — um der gesamtwirtschaftlichen Stabilität willen.

Natürlich geht es nicht um das Verhalten der privaten Anbieter allein. Ebenso sind die staatlich „administrierten“ Preise angesprochen. Ihr Anteil am Warenkorb der mittleren Verbrauchergruppe macht inzwischen gut 30% aus. Und im Schnitt der letzten 15 Jahre sind sie auffallend stärker gestiegen als die freien Preise. Ja, es zeigt sich hier ein bemerkenswerter „Zyklus“: die Rate der administrierten Teuerung lag in Wahljahren deutlich niedriger als in den Perioden danach. Hier ergibt sich denn auch ein erster Ansatzpunkt für eine zeitgemäße Verbraucherpolitik. Der „Zyklus“ muß für 1977 und danach unterbrochen werden und jeder Versuch, die politischen Preise anzuheben, öffentlich aufs Korn genommen werden.

Zweitens sind die Verbraucherinteressen auf der institutionellen Ebene mit einer Unterabteilung „Verbraucherschutz“ und dazu noch im Ministerium für Jugend, Familie und Gesundheit nicht angemessen repräsentiert. Sie sollten endlich ministeriell mit dem gleichen politischen Gewicht vertreten werden wie etwa das Arbeits- oder das Landwirtschaftsressort. Drittens gilt es, die für den Verbraucher unentbehrliche Funktion des Kartellamtes sachlich und personell aufzubessern. Viertens ist das Institut der öffentlich approbierten Warentests auszubauen und wirksamer zu gestalten. Und fünftens hat sich die regierungsunabhängige Bundesbank weiterhin als der beste Verbündete der Verbraucher zu erweisen. Die Rede, daß es mit der wirtschaftlichen „Globalsteuerung“ nicht klappe, sagt bestenfalls die halbe Wahrheit. Die Geldpolitik „wirkt“ durchaus, zuweilen sogar besser, als es manchem Inflations Sünder lieb ist. Wenn etwas nicht funktioniert hat, dann ist es die bisweilen maßlos überschätzte staatliche Finanzpolitik.