

PRESSEMITTEILUNG

09. März 2007

Von TV bis Nachhaltigkeit: Verbraucherpolitik gewinnt in Baden-Württemberg an Fahrt

Verbraucherkommission des Landes stellt wichtige Arbeitsergebnisse vor

Anlässlich ihrer Sitzung am Freitag (9.3.07) in Stuttgart stellte die Verbraucherkommission Baden-Württemberg ihre neuesten Stellungnahmen und Empfehlungen vor. "Wir haben uns in den letzten Monaten mit verschiedenen Themen intensiv auseinander gesetzt, haben sie aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet und sind zu den folgenden Ergebnissen gekommen", so die Vorsitzende der Verbraucherkommission Baden-Württemberg, Prof. Dr. Lucia Reisch.

Fernsehen ohne Grenzen

Der von der EU vorgestellte Entwurf der neuen Mediendiensterichtlinie zur Liberalisierung der Fernsehwerbung wird von der Verbraucherkommission Baden-Württemberg kritisch beurteilt. "Durch die Möglichkeit der Produktplatzierung werden die Verbraucher verunsichert, denn sie können immer weniger erkennen, was neutrale Information und was Werbung ist", erklärte Reisch. Sensible Formate wie Nachrichten, Dokumentationen und Kindersendungen seien zwar ausgenommen, aber der Fernsehalltag zeige, dass die Trennung zwischen Kinder- und Erwachsenensendungen fließend sei. "Die Verbraucherkommission Baden-Württemberg fordert daher, werbearme Medienzonen für Kinder zu schaffen bzw. beizubehalten", so Reisch. Die vorgesehene Kennzeichnung von Produktplatzierung im Vor- und Abspann einer Sendung werde durch Zapping und "Fernsehen nebenbei" nicht wirklich wahrgenommen.

Das Engagement der Verbraucherkommission Baden-Württemberg wird auch von der ARD begrüßt. „Die Trennung von Werbung und Programm ist ein wichtiger Grundsatz, der die Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit des Programms sichert“, so Dr. Verena Wiedemann, ARD-Generalsekretärin. Die in der neuen Fernsehrichtlinie vorgesehene Liberalisierung des Product Placement lehnt die ARD daher ab. Unabhängig von der künftigen Rechtslage

wollen die ARD-Sender bei ihren Eigen- und Auftragsproduktionen in jedem Fall wie bisher im Interesse der Verbraucher auf Product Placement verzichten, auch wenn die kommerziellen Fernsehsender künftig dieses Werbeinstrument einsetzen wollen.

Verbraucherpolitik in Baden-Württemberg

"Die baden-württembergische Verbraucherpolitik hat nach der Bündelung in einem Ressort zwar an Fahrt gewonnen, dennoch bleibt im Land noch genügend zu tun, um den Verbraucherschutz und die Verbraucherpolitik ernsthaft zu verankern", betonte Beate Weiser, Mitglied der Verbraucherkommission Baden-Württemberg und Vorstand der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e.V.

Die Verbraucherkommission Baden-Württemberg zeigte sich erfreut über die Entwicklungen, forderte jedoch gleichzeitig weitere Maßnahmen für eine erfolgreiche Verbraucherpolitik: "Wir empfehlen der Landesregierung, Verbraucherpolitik auch namentlich stärker zu verankern", so Weiser.

Als dringliche Aufgabe sieht das Gremium auch die Verbesserung der Lebensmittelüberwachung im Land an. Das Qualitätsmanagementsystem der Lebensmittelkontrolle in Baden-Württemberg sei zwar fachlich anspruchsvoll, vorbildlich gelöst und äußerst praxisorientiert, allerdings kann dadurch fehlendes Personal und fehlende finanzielle Mittel für eine optimale Kontrollfrequenz nicht ausgeglichen werden. Daher fordert die Verbraucherkommission Baden-Württemberg weitere Stellen für Lebensmittelkontrolleure im Land.

Nachhaltigkeitsstrategie des Landes

Die Verbraucherkommission Baden-Württemberg engagiert sich außerdem in der Nachhaltigkeitsstrategie des Landes. "Die Einbeziehung von Aspekten des nachhaltigen Konsums sowie ökonomischer und sozialer Aspekte ist uns sehr wichtig. Wir plädieren für eine umfassende Strategie, die sich nicht in der Behandlung von reinen Umweltaspekten erschöpft", betonte Prof. Walter Stahel, Mitglied der Verbraucherkommission Baden-Württemberg und Leiter des Instituts für Produktdauer-Forschung in Genf. Die Verbraucherkommission Baden-Württemberg sieht in allen genannten Themenfeldern Ansatzpunkte, den Verbraucher in den Mittelpunkt der Betrachtung zu rücken.

Verbraucherbildung

Ein zentraler Schwerpunkt der Arbeit der Verbraucherkommission Baden-Württemberg ist die Förderung der Verbraucherbildung. Dabei spielt der Aspekt der Medienkompetenz eine zunehmend wichtigere Rolle. Im Rahmen einer Öffentlichen Konsultation der EU-Kommission hat sich die Verbraucherkommission mit einer Stellungnahme ausführlich zu diesem Thema geäußert. "Zentraler Punkt ist dabei, dass Kinder und Jugendliche bereits frühzeitig eine Bewertung der umfangreichen Informationen erlernen und so einen sinnvollen Umgang mit Medien einüben. Dies ist die Basis für den sogenannten mündigen Verbraucher", sagte Prof. Dr. Christoph Fasel, stellvertretender Vorsitzender der Verbraucherkommission Baden-Württemberg. Den Schulen komme dabei eine sehr wichtige Rolle zu und deshalb müssen Lehrerinnen und Lehrer noch intensiver dafür geschult werden. "Dafür setzen wir uns ein", so Fasel.

Pressekontakt:

Prof. Dr. Christoph Fasel

Telefon: 0173-9842247 Fax: 0711 / 126 2430

E-Mail: presse@verbraucherkommission.de

Internet: www.verbraucherkommission.de