

1 Einleitung

Die Situation der deutschen Verbraucher hat sich durch den Europäischen Binnenmarkt verändert. So vergrößerte sich unter anderem auch die Zahl der angebotenen Lebensmittel. Da die kulinarische Vielfalt innerhalb des gemeinsamen Marktes nach Ansicht der EU keinesfalls durch nationale Regelungen eingeschränkt werden darf, favorisiert sie das Herkunftsprinzip, nach dem alle Produkte, die in einem Land der EU rechtmäßig in den Verkehr gebracht werden, auch in allen anderen Mitgliedstaaten verkehrsfähig sind (HILSE, 1992).

Obschon eine hohe Produktvielfalt durchaus positiv zu sehen ist, bedingt sie auch Probleme. Der Schutz der Käufer vor Täuschung ist umso schwerer zu gewährleisten, je unübersichtlicher sich das Angebot darstellt. Es müssen Voraussetzungen geschaffen werden, unter denen die Konsumenten in der Lage sind, ein Erzeugnis der gewünschten Qualität zu erwerben. Märkte können nur funktionieren, wenn die nachfragende Seite über eine ausreichende Marktübersicht verfügt (WEISS, 1995). Wenn Käufer die höhere Qualität eines Gutes nicht verifizieren können, sind sie auch nicht bereit, für diese Leistung einen höheren Preis zu zahlen, was zu einem Verdrängungsprozeß führt, der das Qualitätsniveau auf ein Minimum sinken lässt (AKERLOF, 1970; TOLLE, 1994).

Welche Bedingungen erfüllt sein müssen, damit Verbraucher die Qualität der angebotenen Lebensmittel korrekt erfassen können, ist derzeit strittig. Während der Europäische Gerichtshof ein Verbraucherleitbild vertritt, nach dem Käufer eines Lebensmittels an Hand einer umfassenden Produktkennzeichnung über dessen Qualität informiert werden können, wurde in Deutschland stets davon ausgegangen, dass Lebensmittelkäufer das Produkt vor dem Erwerb nur flüchtig beurteilen und daher die Beschaffenheit bestenfalls grob erfassen. Der Streit darüber, welche Maßnahmen ergriffen werden müssen, um einen ausreichenden Schutz der Verbraucherinteressen zu gewährleisten, besteht weiter, auch wenn die deutschen Richter inzwischen ebenfalls das europäische Verbraucherleitbild heranziehen (müssen). Ob dieses europaweit verbindliche Konstrukt des selbstverantwortlichen, informationswilligen Verbrauchers den Lebensmittelkonsumenten überhaupt gerecht wird, soll im Rahmen dieser Arbeit anhand wissenschaftlicher Erkenntnisse aus der Konsumentenforschung überprüft werden.

Zu diesem Zweck wird zunächst das Verbraucherleitbild in der deutschen und europäischen Rechtsprechung genauer betrachtet (Kapitel 2). Im nachfolgenden Hauptteil (Kapitel 3) werden Befunde, Untersuchungsergebnisse, Beobachtungen, Thesen sowie Modelle aus verschiedenen Wissenschaftszweigen zusammengetragen, die verdeutlichen sollen, wie Verbraucher die Qualität von Lebensmitteln erfassen und welchen Einfluß diese Wahrnehmung auf ihr Kaufverhalten nimmt. Diese Datensammlung soll es dem Leser ermöglichen, sich ein möglichst realistisches Bild von den Lebensmittelkäufern, deren Fähigkeiten, aber auch deren Kapazitätsbeschränkungen zu machen. Sie bildet die Grundlage einer kritischen Betrachtung des Verbraucherleitbildes des Europäischen Gerichtshofs (Kapitel 4).