

Univ. Prof. Dr. Christoph Weiss, Wirtschaftsuniversität Wien (WU), Department für Volkswirtschaft
Verbrauchertalk 14.11.2023 – Konsument:innen im Krisenmodus

4 Thesen:

These 1: Krisen lassen sich nicht durch „Zudeckeln“ lösen. Nur wenn eine Krise die Mitte der Gesellschaft trifft, wird das Interesse an einer Lösung ernsthaft.

These 2: „Selbst Rene Benko muss um seine Existenz bangen“. Übertreibungen bringen kurzfristig Aufmerksamkeit, schwächen aber auf Dauer die eigene Glaubwürdigkeit und schaden besonders jener Personengruppe, die tatsächlich um ihre Existenz bangen muss und mehr Unterstützung benötigt.

These 3: Wettbewerbspolitik ist die beste Konsument:innenpolitik! Wettbewerb auf (globalen) Märkten wird vielfach (einseitig) negativ dargestellt; das schadet den Interessen der Verbraucher:innen.

These 4: „Knowledge is power“ (Francis Bacon). Verbraucher:innen sind oft erstaunlich schlecht (u.a. über Preise) informiert. Das verschafft Anbietern Macht. Die Verbesserung der Information der Verbraucher:innen ist ein wirksames Instrument zur Entmächtigung der Anbieter. Auch für Verbraucher gilt: „Information ist Macht“.