

Unter falscher Flagge

Was Bürgern die Orientierung erschwert

Ein Flug innerhalb Deutschlands kostet die Fluglinie je Passagier ungefähr 100 Euro. Billigflieger bieten aber **Flüge** innerhalb Europas **für 10 Euro** an. Nun werden Betriebswirte argumentieren, dass es besser ist, wenn man die nicht verkauften Plätze billig als „Letzte-Minuten-Angebote“ verkauft, als sie leer zu lassen und gar nichts dafür zu erhalten. Ihre Rechnung sieht ungefähr so aus: Kostet der Flug für den Passagier auch nur 10 Euro, so sinkt dadurch der Verlust von 100 auf 90 Euro. Dieser Verlust entsteht aber vielleicht dadurch, dass man mit einem zu großen Flieger fliegt, oder die Konkurrenz eben ein Billigflieger ist, der mit Dumpinglöhnen die Mitarbeiter ausbeutet und mit minimalem Service die Reisenden abfertigt.

Dem Kunden signalisiert das jedoch, dass man gar nicht so teure Fluggesellschaften benutzen muss, sondern auch billiger an sein Ziel kommen kann. Dass das Ausbeutung, weniger Service und schlechtere Rahmenbedingungen bedeutet, z.B. Flughafen weit draußen, was die Anreise verteuert und länger dauern lässt, das wird übersehen. Wenn dann eine Billigfluggesellschaft Pleite geht und die Mitarbeiter und Reisenden die Dummen sind, oder gar der Steuerzahler einspringen muss, dann wird zwar kurz geschimpft, aber das eigene Verhalten nicht in Frage gestellt.

Die **bewusste Irreführung der Kunden** durch entsprechende Werbung, die nur einen sehr günstigen Preis in den Vordergrund stellt und erst im Kleingedruckten Nebenkosten, oder nachteilige Bedingungen (Gepäck kostet extra) verrät, verstärkt den falschen Eindruck, den viele Verbraucher von der Entstehung der Preise haben. Deshalb glauben sie auch, dass ein Trainingsanzug für 4,50 €, oder ein Polohemd zum selben Preis ein Schnäppchen sei und freuen sich solange, bis sie entweder merken, dass die Qualität nichts taugt, oder bis mal wieder über den Einsturz einer Textilfabrik mit vielen Toten berichtet wird. Dann wird kurz geschimpft und das nächste Schnäppchen wieder gekauft. Oder man kauft etwas, was ein Schild „Made in Germany“ eingenäht bekam, ohne zu wissen, dass auch dann noch erhebliche Teile im Ausland unter fragwürdigen Bedingungen geschaffen worden sein können.

Wikipedia erklärt:

Die Hersteller begründen die Verwendung des Gütesiegels „Made in Germany“ bei Produkten, die ganz oder teilweise im Ausland gefertigt werden mit Forschung, Design und Qualitätssicherung, die in Deutschland angesiedelt sind und deutschen Wertvorstellungen entsprechen.

Selbst wer versucht bewusst auf faire Herstellung und fairen Handel zu achten, kann also herein fallen. Die Europäische Gemeinschaft erwägt eine Änderung, aber ob sie kommt ist fraglich.

Warum ist ein Preis, der nicht die Wahrheit sagt, oder Etiketten, die nicht die Wahrheit sagen, für die Gesellschaft ein Problem?

1. Seriöse Mitbewerber werden durch Konkurrenz, die Dumpinglöhne, oder schlechtere Qualität liefert, benachteiligt. Das kann so weit gehen, dass der Billigere die seriösen Firmen in die Pleite treibt. Ein großer Teil der deutschen Unterhaltungselektronik (Radio, Fernsehen, Tonband, Plattenspieler) blieb auf der Strecke, als billigere Produkte aus Fernost auf den Markt kamen.
2. Wenn gute Qualität zu einem angemessenen Preis von Billigheimern verdrängt wird, dann hat der Kunde früher oder später nicht mehr die Wahl. Die Preissteigerung der Lufthansa nach der Pleite einer Billiglinie, wurde zwar als Folge eines Algorithmus, eines Berechnungsmodells im Computer erklärt, aber für den Kunden, der nun mehr zahlen musste, ist es unerheblich, ob das ein Computer oder ein Mensch beschloss.
3. Wenn es fast nur noch minderwertige Produkte gibt, z.B. bei Schuhen für den Alltag, dann verliert der Preis als Anhaltspunkt für die Qualität seinen Wert. Der Kunde, der nicht über die nötige Warenkenntnis verfügt, wird orientierungslos und muss kaufen, was eben gerade angeboten wird. Wanderstiefel für 13 € im Billigladen halten freilich nicht so lang, wie die aus dem Fachgeschäft (wenn es das noch gibt, siehe 1.). Der Kunde muss folglich öfter kaufen, als, wenn er Qualität bekäme, die Jahrzehnte hält. Wenn er für jeden Einkauf seinen eigenen Stundenlohn bei der Arbeit einsetzt, dann wird der scheinbar billige Kauf auf Dauer ziemlich teuer. Billig einkaufen bedeutet in vielen Fällen, dass man mehr Zeit für den Einkauf aufwenden muss.
4. Der Kunde muss mehr Aufwand treiben, um abschätzen zu können, ob die Ware etwas taugt und ihr Preis gerechtfertigt ist, denn er kann sich auf die Angaben der Hersteller und Verkäufer immer weniger verlassen.
5. Manche sagen sich dann: „*Wenn ich sowieso herein gelegt werden kann, dann kaufe ich eben nur noch das Billigste, da mache ich am Wenigsten Verlust.*“ Das aber beschleunigt die gesamte Entwicklung zusätzlich, denn nun werben die Anbieter eben nur noch mit dem Preis und verstecken Wesentliches im Kleingedruckten, das die meisten längst nicht mehr lesen, weil sie es sowieso nicht verstehen, oder meinen es sowieso nicht zu verstehen. Außerdem hat man immer öfter gar keine andere Wahl, als sich dem Diktat des Anbieters zu unterwerfen, vor allem im Internet.

Diese Entwicklung führt zum Verlust hochwertiger, vor allem aber von Waren und Anbietern im mittleren Bereich, verteuert die Waren und Dienstleistungen im Endeffekt, weil entweder an der Qualität, am Service, oder an Mitarbeitern bei Herstellung und Verkauf gespart wird. Zudem bürdet sie dem Kunden mehr Arbeit auf, da er sich auf Angebote und Hersteller nicht mehr verlassen kann. Das Vertrauen, die Markenbindung geht kaputt. Damit dauert der Einkauf länger. Wenn aber in einem wichtigen Teil des Lebens das Vertrauen zerstört wird und die Orientierung verloren geht, dann überträgt sich das auch auf andere Bereiche, wie etwa das Zusammenleben, oder die Politik, für die ja ebenfalls geworben wird und auf ähnliche Weise.

Wenn dann noch der Bürger daran gewöhnt wird, dass er sich den Anbietern unterwerfen muss, sind die Folgen für die Demokratie fatal.