

# Irreführung

## Wie Verbraucher für dumm verkauft werden

In einer Gesellschaft, die sich manchmal sogar Wissens-Gesellschaft nennt, sollte man annehmen, dass es Verführer und Irreführer schwer haben. Doch das Gegenteil ist der Fall:

Die **Landwirtschaft** ist längst industrialisiert und liefert keine Bioprodukte, obwohl alles weiterhin von Feldern und aus Ställen stammt. Aber es ist keine Kreislauf-Wirtschaft mehr, bei der alles, was durch die Mägen ging, wieder als Dünger auf dem Feld landete. Statt dessen fand eine Spezialisierung auf einzelne Produkte, oder auf Lebensabschnitte von Tieren statt ( Ferkelaufzucht, Hühnermast ). Statt der naturnahen Kreisläufe wurde versucht durch Kunstdünger und Kraftfutter Sowie Spritzmittel, die z. T. bei Bauern Parkinson auslösen, Felder und Tiere zu Höchstleistungen zu bringen. Daran sind allerdings nicht die Bauern allein Schuld, sondern auch die Wissenschaft und die Politik, die z.B. in Baden-Württemberg die Beratung der Bauern zu Spritzmitteln der Pharma-Branche anvertraute, denn: "Die müssen sich doch auskennen!"

Dem Verbraucher wird in den zu Supermärkten aufgemotzten **Läden** zu jede Jahreszeit ein großes Angebot an "frischem" Gemüse und Salat, an Obst und Kräutern angeboten, als ob die zu jeder Jahreszeit verfügbar wären. Alle Äpfel kosten dort dasselbe, egal, ob sie aus der Nachbarschaft stammen, oder vom anderen Ende der Welt, wo gerade Sommer ist. Niemand sagt dem Verbraucher, dass er zum Wassermangel in Spanien beiträgt, wenn Grünzeug von dort kauft, oder dazu, dass viele Lastautos über die Autobahnen fahren, um die Früchte hier in die Läden zu bringen. An den Preisen kann der Kunde meist nicht erkennen, welche Auswirkungen seine Kaufentscheidung hat. Dass regionale Produkte weniger Verkehr erzeugen, als solche aus der Ferne, muss man sich selbst erschließen. Dass man damit auch die einheimische Landwirtschaft stützt, oder sogar Biobauern in der Nähe, steht oft nicht am Preisschild.

Dass die **Preise**, die nicht die Wahrheit sagen, hat schon das Wuppertal-Institut vor vielen Jahren bemängelt. Das widerlegt auch die Theorie, dass der Markt alles am Besten regelt. Falsche Preise erzeugen falsche Kaufentscheidungen. Einige Kunden werden zu Schnäppchen-Jägern, die möglichst nur Sonderangebote kaufen und andere meinen, dass nur teure Waren gute Qualität böten, was längst nicht mehr stimmt. Es werden zum Beispiel viel mehr Kaschmir-Pullover verkauft, als die Kaschmir-Ziegen Wolle geben können. Schinken, der aus Bayern nach Parma gebracht wird, dort einen Stempel bekommt und nach der Rückfahrt als "Parma-

Schinken" verkauft wird, ist nur ein Beispiel für betrügerische Irreführung der Verbraucher. Einkaufen ist zur Wissenschaft geworden, wenn man nicht betrogen werden will.

Neben fragwürdigen Inhaltsangaben ( Persipan statt Marzipan ), sind betrügerische **Verpackungen** weit verbreitet, bei denen etwa die Packung gleich groß bleibt, aber mit weniger Ware gefüllt wird. Wie mit Hilfe der Psychologie der Kunde herein gelegt werden soll, hat Vance Packard bereits 1957 in seine Buch "Die geheimen Verführer" erklärt. Viele Läden versuchen mehr zu verkaufen, als der Kunde eigentlich braucht und tragen so zum Wegwerfen von Lebensmitteln bei.

**Versicherungen** versuchen sich im Schadensfall zu drücken, oder zögern die Regulierung des Schadens so lange hinaus, bis der Versicherte entnervt aufgibt und sich auf einem Vergleich einlässt, der die Versicherung bevorzugt.

Wer mobil sein will oder muss, soll unnötige Daten preisgeben, um dafür billigere **Tickets** zu bekommen. Oder man bekommt einen Nachlass, wenn man Tickets online kauft, weil das dem Anbieter Arbeit erspart und / oder Daten beschert. Karten für Veranstaltungen gibt es immer öfter nur noch online. Auch andere Waren sind oft nur noch im Internet verfügbar, aber nicht mehr in Läden. **Online** ist manchmal sogar billiger, obwohl Versand und Transport hinzu kommen.

**Selbstbedienung** wurde einst in Supermärkten eingeführt und ist eine Lüge. Erstens dient man dem Geschäft indem man ihm Arbeit abnimmt. Zweitens, wie soll ich mir selbst dienen? Das Wort "dienen" bezieht sich in der Regel auf jemand oder etwas Anderes, nicht auf mich selbst. Sonst könnte man ja auch den Diebstahl als eine Form der Selbstbedienung bezeichnen.

Die **Arbeitsverlagerung** auf den Kunden, der sich selbst "beraten" muss, und dafür auch noch bezahlt, vor allem, wenn es ihm nicht gelingt das für ihn günstigste Angebot zu finden.

**Versicherungen** versuchen sich im Schadensfall zu drücken, oder zögern die Regulierung des Schadens so lange hinaus, bis der Versicherte entnervt aufgibt und sich auf einem Vergleich einlässt, der die Versicherung bevorzugt.

Dabei spielt das **angeblich kostenlose Internet** eine fragwürdige Rolle. Dort werden einem ständig Daten geklaut, wenn man nicht massive Vorsichtsmaßnahmen einhält. Da viele Mobiltelefone so eingestellt sind, dass sie ständig den Standort melden ( nicht nur, um erreichbar zu sein, sondern dank GPS mit viel größerer Genauigkeit ) hinterlässt man ständig eine Datenspur von **Standortdaten**, die von Firmen aufgezeichnet und ausgewertet wird, was unter Umständen verrät, wer für das Militär oder für Behörden arbeitet, also auch für Bereiche, die für die Sicherheit des Landes wichtig sein können.

Kurz: Die Gesellschaft ist in Teilen verlogen geworden und man muss sich nicht wundern, wenn das unsicher, oder sogar aggressiv macht.

Im Deutschlandfunk<sup>1</sup> wird gemeldet, dass die zahlreichen **Gütesiegel und Logos** auf Lebensmitteln nach Einschätzung des EU-Rechnungshofs Verbraucher **überfordern** können. Auch Produkte mit viel Fett, Zucker oder Salz würden so als besonders gesund verkauft. Die Prüfer forderten klare EU-Vorschriften für die Kennzeichnungen auf Lebensmitteln. Offenbar hat man erkannt, dass die Irreführung der Verbraucher für alle gefährlich werden kann.

---

1 <https://www.deutschlandfunk.de/eu-rechnungshof-warnt-vor-irrefuehrenden-lebensmittel-labels-104.html>